

网络营销与直播电商专业基础课程标准

专业名称：	网络营销与直播电商
专业代码：	530704
学 制：	三年制高职
适用年级：	2025 级
制订时间：	2025 年 06 月

岳阳现代服务职业学院

《营销渠道运维》

课 程 标 准

制定人：叶知行

数字经济管理学院

二〇二五年六月

目录

一、课程基本信息	错误！未定义书签。
二、课程性质与任务	错误！未定义书签。
（一）课程性质	错误！未定义书签。
（二）课程任务	1
（三）学情分析	2
三、课程目标与要求	3
（一）课程目标	3
（二）课程要求	4
四、课程结构与内容	5
（一）课程结构	5
（二）课程内容	6
五、课程实施与保障	16
（一）课程实施	16
（二）课程保障	17
六、课程考核与评价	19
七、课程进程与安排	22

一、课程基本信息

课程名称	营销渠道运维	课程代码	0424211
课程学时/学分	32/2	课程类型	专业核心课
适应专业	网络营销与直播电商	开设学期	第一学期
执笔人	叶知行	制定日期	2025 年 06 月
课程团队成员	龙姝亭、李泽红、张敏、胡航、叶知行		
课程审核	教研室主任：龙姝亭		
	专业带头人：喻建良		
	二级学院（部）负责人：周华庭		
	教务处负责人：李景福		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《营销渠道管理》是网络营销与直播电商专业的核心课程，旨在培养学生掌握营销渠道规划、设计、管理与优化的核心技能，具备解决渠道冲突、提升渠道效率的实践能力。本课程以企业实际渠道管理问题为导向，结合理论知识与实践操作，为学生后续从事渠道运营、市场拓展等岗位奠定基础，同时支撑学生职业能力的提升和职业素养的养成。

（二）课程任务

1. 掌握营销渠道的基本理论、结构设计与战略规划方法。
2. 熟悉渠道成员的选择、激励与评估流程，掌握冲突管理策略。
3. 了解渠道物流、服务与绩效评估的核心内容，具备渠道优化能力。
4. 结合电商行业特点，分析新兴渠道模式（如直播电商、社群营销）的应用场景。

5. 通过案例分析与实践项目，提升学生渠道管理的实战能力和创新思维。

（三）学情分析

本课程面向已完成《电子商务基础与实务》《市场营销基础》等前置课程的学生，他们具备一定的电商业务认知和营销基础知识。但营销渠道管理涉及多主体协作与动态策略调整，学生在系统性思维和问题解决能力方面仍需加强。教学中需结合企业实际案例，通过实践操作帮助学生理解理论知识，提升其分析和解决复杂渠道问题的能力。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

本课程以培养学生营销渠道管理能力为核心，通过“理论 + 实践”的教学模式，使学生掌握渠道设计、成员管理、冲突解决等核心技能，能够独立完成企业渠道优化方案设计。同时，培养学生的数据思维、团队协作和创新意识，提升其职业素养和可持续发展能力。

（二）具体目标

1. 知识目标

- 1) 理解营销渠道的概念、功能与发展趋势。
- 2) 掌握渠道战略规划、结构与成员选择标准。
- 3) 熟悉渠道激励、冲突管理及绩效评估方法。
- 4) 了解渠道物流、服务管理及新兴渠道模式。

2. 能力目标

- 1) 能够设计合理的渠道结构，制定渠道战略规划。
- 2) 能运用工具分析渠道冲突并提出解决方案。
- 3) 能评估渠道绩效并优化渠道效率。
- 4) 能结合电商场景设计新兴渠道运营方案。

3. 素质目标

- 1) 培养系统性思维和跨部门协作能力。
- 2) 增强创新意识和市场敏感度。
- 3) 提升数据分析与决策能力。
- 4) 强化职业道德与法律合规意识。

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

《营销渠道运维》课程教学将社会主义核心价值观融入教学，培养学生诚信、责任意识，强调渠道管理中的商业伦理。

2. 提升专业技能

以项目为驱动，结合企业真实案例，通过渠道调研、方案设计等实践环节提升学生实战能力。

3. 注重工具应用

熟练使用 Excel、数据分析工具及渠道管理软件（如 CRM 系统），实现数据驱动的渠道决策。

4. 培养创新意识

鼓励学生探索新兴渠道模式（如社交电商、直播带货），提升其对渠道创新的理解和应用能力。

四、课程结构与内容

本课程以企业营销渠道管理流程为导向，构建“基础理论－策略设计－实践应用”三层递进的教学体系，共分为 8 个模块，总学时 32 课时。

表 1 课程结构一览表

序号	模块名称	任务	学时
1	模块一：营销渠道基础	任务一：渠道认知与功能	4
		任务二：渠道发展趋势	

2	模块二：渠道战略规划	任务一：战略目标设定	4
		任务二：渠道结构设计	
3	模块三：渠道成员管理	任务一：成员选择与评估	4
		任务二：激励与冲突管理	
4	模块四：渠道物流与服务	任务一：物流模式与配送管理	4
		任务二：服务质量管理	
5	模块五：渠道绩效评估	任务一：评估指标与方法	4
		任务二：优化策略制定	
6	模块六：新兴渠道模式	任务一：直播电商渠道	2
		任务二：社群与社交电商渠道	
7	模块七：综合实训	任务一：企业渠道调研	8
		任务二：渠道优化方案设计	
8	模块八：课程总结	复习与答疑	2
合计			32

（二）课程内容

本课程总课时 32 节，课程具体教学内容和实训项目见表 2。

表 2 课程教学内容一览表

序号	模块	任务	教学目标	教学内容	实训项目	课时
1	模块一：营销渠道基础	任务 1：渠道认知与功能	知识目标：理解渠道概念、功能及与企业战略的关系 能力目标：能分析渠道在电商中的作用 素质目标：培养渠道管理意识	营销渠道定义、功能、参与者与流程	0	2
		任务 2：渠道发展趋势	知识目标：了解渠道演变历程与新兴趋势 能力目标：能预测渠道未来发展方向 素质目标：提升行业敏感度	传统渠道 vs 现代渠道、数字化与全渠道趋势	0	2
2	模块二：渠道战略规划	任务 1：战略目标设定	知识目标：掌握渠道战略制定流程与目标 能力目标：能制定企业渠道战略 素质目标：培养战	渠道战略定位、目标市场分析、SWOT 分析	0	2

			略思维			
		任务 2: 渠道结构设计	知识目标: 掌握渠道层级、宽度与类型 能力目标: 能设计直销 / 分销渠道结构 素质目标: 提升系统设计能力	渠道层级选择、中间商类型、多渠道整合	0	2
3	模块三: 渠道成员管理	任务 1: 成员选择与评估	知识目标: 掌握成员选择标准与评估方法 能力目标: 能制定成员招募计划 素质目标: 培养谈判与评估能力	渠道成员类型、选择标准、评估指标体系	0	2
		任务 2: 激励与冲突管理	知识目标: 掌握激励策略与冲突解决方法 能力目标: 能设计激励方案并处理冲突 素质目标: 提升沟通与协调能力	激励方式 (经济 / 非经济)、冲突类型与解决方案	0	2
4	模块四: 渠道物流与服务	任务 1: 物流模式与配送管理	知识目标: 熟悉物流模式与配送策略 能力目标: 能选择物流方案并优化配送效率 素质目标: 培养供应链思维	物流模式 (自营 / 外包)、配送路线优化、库存管理	0	2
		任务 2: 服务质量管理	知识目标: 掌握服务质量标准与提升方法 能力目标: 能设计服务流程并监控质量 素质目标: 强化客户服务意识	服务质量评估 (SERVQUAL 模型)、服务流程优化	0	2

5	模块五：渠道绩效评估	任务 1：评估指标与方法	知识目标：掌握绩效评估指标与工具 能力目标：能构建绩效评估体系 素质目标：提升数据分析能力	定量指标（销售额、覆盖率）、定性指标（满意度）	0	2
		任务 2：优化策略制定	知识目标：掌握渠道优化路径与方法 能力目标：能提出渠道改进方案 素质目标：培养问题解决能力	渠道效率分析、优化策略（如扁平化、数字化）	0	2
6	模块六：新兴渠道模式	任务 1：直播电商渠道	知识目标：了解直播电商渠道特点与运营模式 能力目标：能设计直播渠道运营方案 素质目标：适应新兴渠道发展	直播电商流程、选品策略、流量运营	0	2
		任务 2：社群与社交电商渠道	知识目标：熟悉社群与社交电商特点 能力目标：能设计社群运营与裂变策略 素质目标：培养创新思维	社群运营模式、社交电商工具（如微信生态）	0	2
7	模块七：综合实训	任务 1：企业渠道调研	知识目标：掌握调研方法与数据收集技巧 能力目标：能完成企业渠道现状分析 素质目标：提升实践能力	调研方案设计、问卷与访谈实施、数据整理	0	4
		任务 2：渠道优化方案设计	知识目标：综合运用理论知识解决实际问题 能力目标：能撰写渠道优化方案并汇报	方案框架、策略制定、PPT 制作与汇报	0	4

			素质目标：培养团队协作与表达能力			
8	模块八：综合实训	任务 1：复习与答疑	知识目标：回顾课程重点内容 能力目标：解决学生疑问 素质目标：强化知识体系	重点知识点梳理、答疑解惑	0	1
		任务 2：课程考核	知识目标：检验学生学习成果 能力目标：评估学生综合能力 素质目标：培养应试能力	理论考试、技能考核（方案设计）	0	1

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入岗课赛证要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2. 教学策略

教学模式：线上线下混合式。

教学方法：直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云、网易

云等教学平台和微信学习群、QQ 学习群等，运用多媒体设备、UML 相关教学软件、动画、UML 软件专业实训设备等进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3. 教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成学习任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学重难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据学科课程特点和学生学习心理特征，精心设计教学流程，引导学生做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动、作品展示中习得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如企业调研、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4. 课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云”等智慧教育云平台 and 校内外实习实训基础，充分运用数字化课程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源和云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1. 教学团队

（1）课程负责人：课程负责人能认真贯彻党的教育方针，热爱高职教育事业，爱岗敬业，治学严谨，组织协调能力强，具有开拓进取精神和良好的师德师风；具有中级及以上职称，或本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，具有三年及以上的电子商务专业课程教学经历；能准确把握网络营销与直播电商专业人才培养目标、培养规格及课程定位，有较强的教学能力和丰富的项目实战开发经验；教学、科研业绩突出，能对本课程教学过程各环节进行督促和指导；

（2）主讲教师：主讲教师热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，有电子商务实践与教学经验，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；学生及同行评教反映良好，教学质量优良；

2. 教学设施

（1）配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

（2）校内实训基地：配备有《网络营销与直播电商视觉实训室》、《网络营销与直播电子商务实训室》、《网络营销与直播新媒体运营实训室》等专业实训的专业机房；

3. 教学资源

（1）教材

《营销渠道管理》（李克芳主编，机械工业出版社，2024 年 7 月）。

（2）参考书

《营销渠道策略》《渠道管理：分析与决策》。

(3) 数字化教学资源

建设和配备与本课程有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源，形成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的数字化教学资源库。主要学习网站如：

抖 音 销 售 学 习 中 心 :

<https://school.jinritemai.com/doudian/web>

国家精品课程《营销渠道管理》课程网站：

<https://www.idufep.com>

职业教育数字化学习中心：

https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=8wgtaaoharpxsgvxpqelg

https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=8wgtaaoharpxsgvxpqelg

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与增值性考核评价相结合的形式，过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等；终结性考核包括期末理论考试、专业技能考核或作品考核；增值性考核指学生在学完规定的学习任务后，获得的荣誉，竞赛获得的奖项，开发的产品、项目、专利，发表的论文等成果，可以转化成学分，替换相关课程或环节部分学分。

表 3 课程考核评价形式一览表

考核评价形式		考核内容	比例%
过程性考核与评价	课前：线上讨论、课前测试、作品提交等	到课考勤、学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等	10
	课中：课堂提问、现场操作、小组考核、小测验等		30
	课后：课后作业、课后实践、学习、作品		10

	提交等		
终结性考核与评价	理论考试	理论知识、职业规范等	40
	技能考核/作品考核	专业技能、创新能力等	10

表 4 课程考核内容一览表

序号	模块	任务	知识点	技能点	考核占比 (%)
1	模块一：营销渠道基础	任务 1：渠道认知与功能	渠道概念、功能与流程	分析渠道在电商中的作用	5 %
		任务 2：渠道发展趋势	渠道演变与新兴趋势	预测渠道未来发展方向	5 %
2	模块二：渠道战略规划	任务 1：战略目标设定	渠道战略制定流程与目标	制定企业渠道战略	5 %
		任务 2：渠道结构设计	渠道层级、宽度与类型	设计直销 / 分销渠道结构	5 %
3	模块三：渠道成员管理	任务 1：成员选择与评估	选择标准与评估方法	制定成员招募计划	5 %
		任务 2：激励与冲突管理	激励策略与冲突解决方法	设计激励方案并处理冲突	5 %
4	模块四：渠道物流与服务	任务 1：物流模式与配送管理	物流模式与配送策略	选择物流方案并优化配送效率	5 %
		任务 2：服务质量管理	服务质量标准与提升方法	设计服务流程并监控质量	5 %
5	模块五：渠道绩效评估	任务 1：评估指标与方法	绩效评估指标与工具	构建绩效评估体系	10 %
		任务 2：优化策略制定	渠道优化路径与方法	提出渠道改进方案	10 %
6	模块六：新兴渠道模式	任务 1：直播电商渠道	直播电商特点与运营模式	设计直播渠道运营方案	10 %
		任务 2：社群与社交电商渠道	社群与社交电商特点	设计社群运营与裂变策略	10 %
7	模块七：综合实训	任务 1：企业渠道调研	调研方法与数据收集技巧	完成企业渠道现状分析	5 %

		任务 2: 渠道优化方案设计	综合运用理论知识解决实际问题	撰写渠道优化方案并汇报	5 %
8	模块八: 课程总结	任务 1: 复习与答疑	重点知识点梳理	解决学生疑问	5 %
		任务 2: 课程考核	理论考试、技能考核	检验学生学习成果	5 %

七、课程进程与安排

表 5 课程进程安排一览表

序号	教学内容	计划课时		授课地点	执行周次
		理论	实践		
1	模块一: 营销渠道基础	4	0	多媒体教室、专业机房	1-2
2	模块二: 渠道战略规划	4	2	多媒体教室、专业机房	3-4
3	模块三: 渠道成员管理	4	0	多媒体教室、专业机房	5-6
4	模块四: 渠道物流与服务	4	0	多媒体教室、专业机房	7-8
5	模块五: 渠道绩效评估	4	2	多媒体教室、专业机房	9-10
6	模块六: 新兴渠道模式	2	2	多媒体教室、专业机房	11-12
7	模块七: 综合实训	0	2	多媒体教室、专业机房	13

8	模块八：课程总结	2	0	多媒体教室、实训室	14
合计		24	8		