

河南省中等职业学校
网络推广实务课程标准
(2025 年)(试行)

目 录

一、课程性质与任务	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程任务	1
二、课程目标与要求	1
三、课程结构与内容	2
(一) 课程结构	2
(二) 课程内容	3
四、学生考核与评价	4
(一) 评价原则	4
(二) 评价方式	5
(三) 评价结果运用	5
五、课程实施与保障	6
(一) 课程实施	6
(二) 教学条件	7

一、课程性质与任务

（一）课程性质

网络推广是电子商务行业实现精准营销、提升品牌影响力的重要手段，是推动企业数字化转型的关键环节。网络推广实务课程是中等职业学校商贸类专业的专业核心课程，主要内容包括网络推广的基本理论、基本工具与方法和基本技能。

（二）课程任务

本课程全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，对接电子商务行业一线岗位对技能人才的现实需求，使学生掌握商贸类专业必备的平台内工具推广、新媒体推广、网络广告投放、数据监测及报表生成等知识和技能，具备从事推广助理、网店运营助理等岗位的能力，养成诚信守法、合规经营、责任担当、协作创新的素质，为后续专业课程学习及未来职业发展奠定坚实基础。

二、课程目标与要求

本课程立足中等职业教育人才培养定位，通过系统的理论学习、实践训练和综合应用，应达到以下目标与要求。

1. 了解网络推广的核心概念、主流渠道特性及其典型应用场景。
2. 理解用户画像构建与行为分析的基本逻辑，以及主流内容平台的规则与算法机制。
3. 掌握推广素材的收集与分类，能整合生成符合推广目标的推广内容。
4. 能分析目标市场与用户，参与完成特定商品或服务的推广受众分析。
5. 能运用平台内推广工具，完成内容的发布、推广与基础管理。
6. 会配置与投放搜索引擎及信息流广告，并能监控核心数据，完成基础效果评估。
7. 能够整合利用短视频、直播及 KOL（关键意见领袖）等新媒体资源执行推广方案。
8. 能根据数据分析结论诊断推广效果，并遵循规范编制推广效果报告。
9. 具备协作意识，能在团队中有效沟通，配合完成综合性任务。
10. 树立规范意识与信息安全观念，理解并遵守网络推广相关法律法规与行业规范。
11. 养成诚信推广、合规经营、尊重用户、保护数据的职业道德。

三、课程结构与内容

（一）课程结构

本课程由 8 个教学项目构成，包括网络推广认知、推广市场分析、推广内容准备、网络广告投放、新媒体平台推广、推广数据监测与报表生成、推广安全与规范、网络推广综合实战。

本课程主要内容及参考学时如下。各学校可结合教学实际情况，在保障课程目标达成的前提下，灵活分配各教学内容的学时数。

项目	内容	参考学时
网络推广认知	推广基础认知	4
	职业岗位认知	
推广市场分析	市场信息调研	6
	目标受众定位	
	推广目标设定	
推广内容准备	推广素材收集	6
	推广文案撰写	
	推广内容整合	
网络广告投放	广告账户搭建	16
	搜索引擎广告投放	
	信息流广告投放	
新媒体平台推广	开展短视频营销推广	18
	开展直播营销推广	
	开展 KOL 媒介营销推广	
推广数据监测与报表生成	推广数据采集与整理	12
	推广数据诊断	
	推广报表生成	
推广安全与规范	网络平台推广规则认知	4
	个人信息保护	

续表

项目	内容	参考学时
网络推广综合实战	跨平台推广项目实操	6
合计		72

（二）课程内容

项目	任务描述	教学内容与要求
网络推广认知	1. 辨识并归纳网络推广的核心要素与工作流程。 2. 调研并分析网络推广相关岗位的能力要求	1. 了解网络推广的基本概念、核心职能及其在数字营销中的价值。 2. 了解网络推广相关岗位的职责与能力要求。 3. 能区分推广渠道的基本特征与典型应用场景
推广市场分析	1. 正确选用调研工具与数据平台，完成市场信息的收集。 2. 系统分析用户数据与行为，完成用户画像的描绘。 3. 基于市场分析结论，设定推广目标	1. 通过行业报告与竞品分析等对市场信息进行搜集与归类。 2. 理解用户画像的构建要素与分析逻辑。 3. 能根据用户数据分析结论，描绘用户画像并设定清晰的推广目标
推广内容准备	1. 收集推广素材并完成分类整理。 2. 撰写符合平台特性与目标受众需求的推广文案。 3. 挑选素材整合生成推广内容	1. 掌握推广素材的收集渠道与整理方法。 2. 掌握推广文案的撰写要求。 3. 能运用人工智能等辅助工具进行推广文案生成与优化。 4. 能整合图文、视频等素材，生成推广内容
网络广告投放	1. 完成主流广告平台账户的搭建与基础设置。 2. 实施搜索引擎广告的投放与关键词管理。 3. 执行信息流广告的投放与定向设置	1. 了解推广平台的基本规则与账户搭建要求。 2. 理解搜索引擎广告与信息流广告的基本原理与核心区别。 3. 掌握网络推广工具的使用方法和关键词添加、出价设置、定向配置等基础操作要点。 4. 能完成主流推广平台的账户搭建、广告创建、内容发布。 5. 能完成搜索引擎广告与信息流广告的投放，并能读取核心数据报表进行基础效果评估
新媒体平台推广	1. 完成推广短视频的平台发布。 2. 参与直播营销活动的现场执行与推广内容制作。	1. 了解短视频、直播及 KOL 营销推广的核心概念与推广模式。 2. 掌握短视频内容发布、直播流程设计及 KOL 筛选的基本方法。 3. 能开展短视频内容发布、直播配合与互动、协助 KOL 内容发布与跟踪等推广活动

续表

项目	任务描述	教学内容与要求
新媒体平台推广	3. 规范执行 KOL 推广流程，完成合作内容的接收、转发与基础效果记录。	
推广数据监测与报表生成	1. 运用数据分析工具完成推广数据的采集与整理。 2. 分析诊断核心推广指标，完成效果评估。 3. 使用工具制作基础数据报表	1. 了解主流数据分析工具的基本功能。 2. 掌握关键推广指标的分析方法与投资回报率的核算逻辑。 3. 能监控核心推广数据，识别异常波动，完成效果诊断。 4. 掌握使用相关办公软件进行数据整理与基础报表制作的方法
推广安全与规范	1. 依据网络平台推广规则完成内容合规性自查。 2. 实施个人信息保护措施，确保数据收集使用合法合规	1. 了解网络平台的推广规则。 2. 理解用户数据收集与使用的合法边界与安全风险。 3. 能依据平台规则对推广内容进行合规性检查，并采取基本措施保护用户个人信息
网络推广综合实战	实施跨平台推广任务	1. 理解市场分析、内容策划、广告投放与效果诊断的全流程逻辑。 2. 掌握多平台联动的推广思路。 3. 完成综合推广任务的实施

四、学生考核与评价

（一）评价原则

1. 坚持立德树人

把立德树人成效作为评价的根本标准，注重学生理想信念、爱国情怀、品德修养和职业道德的培育，将践行社会主义核心价值观贯穿于评价全过程。

2. 促进全面发展

落实德智体美劳全面发展的评价要求，注重考查学生的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，关注学生创新精神、个性发展与综合职业能力的达成，促进学生健康成长、全面发展。

3. 突出能力导向

体现职业教育类型特色，根据商贸类专业特点，设计体现内容创意、技术应用、数据运营等专业特色，以考核推广内容创意与制作、推广工具操作与应用、网络推广方案执行、推广数据监测等主要岗位能力为重点的评价内容和方式。

4. 注重多元评价

强化过程评价，改进结果评价，探索增值评价，健全综合评价。鼓励社会评价和学校评价相结合，教师评价和学生评价相结合。

5. 推动技术赋能

充分利用数字技术，提高教育评价的科学性、专业性、客观性。

（二）评价方式

1. 过程评价

通过课堂表现、实训操作、项目实践、作业完成、团队协作等环节，重点考查学生在操作流程的合规性、工具使用的熟练度、项目任务的执行力等方面的表现。

2. 结果评价

采用技能考核、方案设计、综合实训等方式，检验学生在网络推广核心能力方面的综合运用能力。

3. 增值评价

重点考查学生在内容创意水平、数据监测能力、工具应用熟练度、团队沟通协作等方面的进步幅度，关注个体发展与提升，探索纳入学生成长档案。

4. 综合评价

不仅关注知识的学习、技能的训练，还要注重职业综合素质和行动能力的培养，促进学生全面发展。

（三）评价结果运用

1. 服务学生发展

通过评价结果帮助学生认识在内容创意、工具操作、数据监测、方案执行及团队协作等方面的优势与不足，为其调整学习重点、选择专项技能深化方向及规划未来在数字营销

领域的职业路径提供依据。

2. 改进教学工作

教师根据学生在内容创意、工具操作、数据监测、方案执行等核心技能模块的评价结果，及时调整教学策略。

3. 完善课程建设

将过程评价中的问题解决过程、结果评价中的方案达成率、增值评价中的能力成长轨迹及综合评价中的职业素养表现等作为优化教学内容、实训项目及数字化教学资源建设的重要参考。

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学要求

落实立德树人根本任务，根据本课程目标、内容特点和学生认知基础，以学生为中心设计教学活动。有机融入诚信意识、守法意识、工匠精神、社会责任感等思政元素。对接电子商务职业能力要求，贯彻理实一体化理念，以网络推广全流程业务场景为载体，通过情境模拟、任务驱动、案例分析等方式，引导学生在解决问题中掌握推广内容制作、平台工具操作、广告投放、数据监测等核心技能点。积极运用现代信息技术，优化理论教学、实训操作、项目实战等教学过程。

2. 教材编写要求

教材编写须遵循相关专业教学标准及网络推广实务课程标准，基于推广方案执行、内容创意制作、网络广告投放、数据监测等典型工作任务设计内容，突出内容驱动、数据赋能、跨平台运营等专业特色的实用性与针对性。结构设计应适配项目引领、任务驱动的教学模式需求，配套开发操作演示视频、项目案例库、实训指南等数字资源。

3. 课程资源开发与利用要求

文本资源方面，开发学习材料、实习实训手册等教学材料。

数字化资源方面，构建涵盖音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件等在内的资源体系。

（二）教学条件

1. 师资配备要求

主讲教师应持有相应专业的教师资格证书，具备电子商务相关专业背景及教学能力，能够胜任网络推广实务的理论与实践教学。

课程负责人应具有中级及以上职称，具有 5 年以上教学或行业实践经验。

兼职教师可聘请来自电子商务相关行业企业、具有电子商务师中级及以上专业技术资格或丰富网络推广岗位经验的人员承担实践教学指导。

教学团队应定期开展教研活动，共同研课备课，提升教学效果。

2. 教学设施要求

专业教室应具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

校内实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接推广助理、网店运营助理等岗位真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展推广工具操作、推广内容制作、广告投放、数据监测等实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

校外实训场所应符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际，符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议，能提供与学生规模相适应的实习实训岗位，配备指导教师，保障实习实训顺利进行。

编制人员及单位：

程佳聪，河南经贸职业学院

曹振华，河南省理工中等专业学校

赵雨辰，河南物流职业学院

崔 灿，郑州市商贸管理学校

李莉莉，郑州市金融学校

齐宁博，中教畅享（广东）科技有限公司