

网络营销与直播电商专业技能考核标准



湖南劳动人事职业学院自贸经济与文旅学院

2024年9月

特别说明

因“网络营销与直播电商”电商专业人才培养方案逐年迭代更新，不断修订完善，相应地，本专业的学生专业技能考核考试标准和技能考核题库也将随之逐年迭代更新，不断修订完善。同时，由于专业人才培养方案对学生专业技能考核考试标准和技能考核题库的统摄引领关系，后者的修订完善、迭代更新会晚于前者。

目 录

一、 适用专业.....	1
二、 考核目标.....	1
三、 考核内容.....	2
四、 评价标准.....	14
五、 抽考方式.....	18
六、 附录.....	19

一、适用专业

1、专业名称

网络营销与直播电商（530704）

2、适用对象

高职全日制在籍毕业年级学生。

二、考核目标

本专业技能考核,通过工作任务逻辑设置“网络客户服务与管理、新媒体运营、视觉设计、网店运营与管理”4个技能考核模块(见表1),测试学生的网络客户服务与管理、新媒体运营、视觉设计、网店运营与管理等能力以及从事网络营销工作的团队协作、创新思维、职业道德、工作自律等职业素养。

表1:技能考核模块设置

序号	考核模块	考核项目	典型工作任务	抽考类型
模块一	网络客户服务与管理	项目一:售前客户服务与管理	售前客户服务与管理	必考
		项目二:售后客户服务与管理	售后客户服务与管理	
模块二	新媒体运营	项目一:直播电商	直播活动脚本撰写 模拟电商直播	选考
		项目二:电商文案写作	广告文案写作 电商详情页文案写作	
模块三	视觉设计	项目一:美工编辑	网店美工设计 新媒体视觉设计	
		项目二:短视频编辑	短视频剪辑	
模块四	网店运营与管理	项目一:网店运营推广	网店运营推广	
		项目二:网店数据分析	网店运营数据分析与管理	

同时,通过技能考核,引导学校加强专业教学基本条件建设,深化课程教学改革,强化实践教学环节,增强学生创新创业能力,促进

学生个性化发展，提高专业教学质量和专业办学水平，培养适应信息时代发展需要的网络营销高素质技术技能人才。

三、考核内容

模块一 网络客户服务与管理（必考）

“网络客户服务与管理”是网络营销从业人员的最基本技能，本技能模块包括售前客户服务与管理、售后客户服务与管理 2 个抽考项目。本模块主要考核内容为：分析和提炼企业产品或服务特色及优势，分析目标客户，为企业有效规划客户服务前的准备工作；通过网络沟通客户的需求，引导客户消费；对客户进行客户价值分析、客户分级管理；处理客户异议与投诉，实施客户关怀等。

项目一：售前客户服务与管理

（1）技能要求

①能分析竞争对手发展状况，并对自身企业产品或服务的特点进行合理分析，提炼企业产品服务特色及优势，并能识别和描述企业的目标客户群体；

②能根据产品性能或服务特点，行业发展动态，有效规划客户接待前的准备工作；

③能使用旺旺、Email 等工具与顾客有效沟通，能根据实际情况选择合适的沟通方式，掌握与客户交流技巧；

④能正确介绍电商平台基本交易流程，平台基本交易规则；

⑤能正确理解客户需求，了解客户的期望，有针对性地推荐企业产品和服务，能将产品特点转化为客户利益；

⑥能对客户价值进行评估，正确测算客户价值，对客户价值进行动态分析；

⑦能掌握重点客户识别的基本方法和技术，并能对客户进行分级管理。

(2) 素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②有乐观向上的工作热情和良好的服务意识；

③有较强的市场分析能力和客户需求的分析引导能力；

④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心；

⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力；

⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力；

⑦能注重工作场所的6S(整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全)管理，遵守操作规程、操作纪律。

项目二：售后客户服务与管理

(1) 技能要求

①能准确判断客户异议的类型；

②能分析判断异议产生的原因；

③能掌握异议处理的步骤和方法；

④能掌握异议处理的原则，灵活运用异议处理技巧；

⑤能分析客户投诉产生的原因，准确判断客户投诉的类型；

⑥能科学制定处理投诉的基本流程，掌握一般投诉处理方法；

⑦能合理利用投诉处理的基本技巧，来化解异议并维系客户；

⑧能为客户正确介绍基本的法律常识、提供维权帮助；

⑨能定期回访维护新老客户，倾听顾客的建议与意见，及时向公司反馈信息并提供改善方案。

(2) 素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②有乐观向上工作热情和良好的服务意识；

③有较强的市场分析能力和客户关系维护能力；

④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心；

⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力；

⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力；

⑦能注重工作场所的6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

模块二 新媒体运营（选考）

本技能模块包括“直播电商营销推广”、“文案写作”2个抽考项目，其中“网络营销推广”包括“网络推广活动策划”和“网络促销活动策划”2个方向子任务，“文案写作”包括“广告文案写作”和“电商详情页文案写作”2个方向子任务。

项目一：直播电商

本技能模块包括“直播活动脚本撰写”和“直播模拟测试”2个抽考项目。其中，“直播活动脚本撰写”主要考核学生根据品牌背景资料 and 产品信息完成电商产品的品牌介绍、产品介绍编排、核心卖点

梳理、活动脚本撰写等综合技能；“直播模拟测试”主要用于考核学生根据品牌背景资料和产品信息完成电商产品活动脚本策划。

1、直播活动脚本撰写

(1) 技能要求

- ① 创意构思：学生应该具备发散性思维和创造性构思的能力，能够提供独特、创新和引人注目的直播活动脚本。
- ② 目标受众分析：学生需要有分析观众需求和喜好的能力，以便根据目标受众的特点和偏好来撰写脚本。
- ③ 直播互动技巧：学生应该了解直播互动的基本技巧，能够在直播活动脚本中使用各种方式，以增加直播的吸引力。
- ④ 脚本写作技巧：学生需要具备优秀的写作技巧，能够使用简洁、准确的语言进行表达，使脚本易于理解和实施。
- ⑤ 时间管理：学生应该具备良好的时间管理能力，能够在规定的时间内完成直播活动脚本的撰写。他们应该能够合理安排脚本的结构和内容，以确保在直播活动中能够按时进行并保持流畅性。

(2) 素养要求

- ① 行业意识：学生需要对直播行业有一定的了解和认知，了解直播活动的特点、目的和流程。
- ② 敏锐观察力：学生需要培养敏锐的观察力，能够发现和捕捉观众感兴趣的话题、趋势和亮点。他们应该能够关注当前的热门话题和社会事件，并将其巧妙地融入直播活动脚本中。

③ 责任与专业精神：学生需要具备责任心和专业精神，对脚本撰写的质量和准确性负责。他们应该能够遵守职业道德和行业规范，确保脚本符合直播活动的要求，并为观众提供有价值的内容。

2、模拟电商直播

(1) 技能要求

① 产品知识：学生需要对所模拟的电商产品有一定的了解。

② 主持和表达能力：学生需要具备良好的主持和表达能力，能够自信、流畅地进行直播。他们应该能够清晰地介绍产品、回答观众的问题，并以吸引人的方式展示产品的特点和优势。

③ 传播和说服技巧：学生应该掌握有效的传播和说服技巧，以便能够在直播中吸引观众的注意力并促使他们购买产品。他们应该能够使用情感诱导、案例分析、用户评价等手段来增强产品的吸引力和说服力。

(2) 素养要求

① 诚信和道德观念：学生需要具备诚信和道德观念，遵守商业道德和行业规范。他们应该对产品的真实性和质量负责，并避免使用虚假宣传或误导性的信息。

② 自我管理和自我反思：学生应该具备自我管理和自我反思的能力，能够对自己的直播表现进行评估和反思。他们应该能够识别自己的优势和改进的方面，并不断提升自己的表现和能力。

项目二：文案写作

本技能模块包括“广告文案写作”和“电商详情页文案写作”2个抽考项目。其中，“广告文案写作”主要考核学生根据任务要求完成某品牌产品的思维导图设计、广告语和广告长文案的写作等综合技能；“电商详情页文案写作”主要用于考核学生根据品牌背景资料和产品信息完成电商产品基本信息编排、产品核心卖点设计、客观资料和附加信息的梳理、电商详情页初稿的基本编排等综合技能。

1、广告文案写作

（1）技能要求

①能够应任务要求，把握好文案写作的基本语法、逻辑和语言风格；

②能够根据市场、受众和任务的要求，具备较好的目标受众分析能力和文案创意策划能力；

③能够根据现有背景资料，完成产品思维导图的设计，梳理出产品核心词和相关关键词；

④能够根据任务要求和相关信息，创作通俗易懂、创新性和传播力都较强的产品广告语和长文案，并能用精简的语言完成其创意阐述。

（2）素养要求

①具备较强文字组织能力；

②具备积极向上的文案表达与传播意识；

③具备自主探究、开拓创新和分析判断的优质思维；

2、电商详情页文案写作

(1) 技能要求

①文案写作的基本语法逻辑无误，文案整体编排清楚，格式符合要求；

②项目能根据背景材料梳理出产品基础信息，具体包括基础信息、品牌介绍、目标客户群特点、产品配图等；

③针对材料分析，完成产品核心卖点设计，具体包括产品的主要细节卖点和购买理由的归纳，需要以图文并茂的形式进行编排；

④文案内容中有合理客观的辅助证明资料，可以是同类商品对比或是客户及第三方评价内容；

⑤订单号召、购买须知等电商详情页文案写作的常规内容完整。

(2) 素养要求

①文案内容积极向上，不违背职业道德和营销伦理，价值观导向积极；

②具备较强文字组织能力；

③具备自主探究、开拓创新和分析判断的优质思维。

模块三 视觉设计（选考）

本技能模块包括“美工编辑”和“短视频编辑”2个抽考项目，其中“美工编辑”包括“网店美工设计”和“新媒体视觉设计”2个方向子任务、“短视频编辑”包括“短视频广告脚本撰写”和“短视频剪辑”2个方向子任务。

项目一：美工编辑

本技能模块包括网店美工设计、新媒体视觉设计 2 个抽考子任务。其中的“网店美工设计”是以视觉营销为目标，完成企业的店铺设计，主要运用图像处理工具完成店铺的 **Logo** 设计、 **Banner** 设计、高点击主图设计、商品详情页设计、以及店铺的整体风格设计（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。“新媒体视觉设计”是对品牌级产品进行视觉营销设计，主要运用图像采集与处理工具，运用图文排版、色彩搭配完成品牌或产品的平面设计，包括促销海报设计、产品宣传海报设计等。

1、网店美工设计

（1）技能要求

- ①能进行店铺的 **Logo** 设计与制作；
- ②能根据店铺经营产品和经营理念、风格等进行店铺的 **Banner** 设计与制作；
- ③能制作店铺商品的高点击主图或直通车主图；
- ④能制作店铺的客服区、收藏区、分类图标等；
- ⑤能根据商品的促销活动以及商品的卖点制作促销海报；
- ⑥能根据不同类目商品特点制作商品详情页描述；
- ⑦能够根据店铺经营商品、目标用户、经营理念等进行店铺的整体风格设计，店铺的整体装修（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。

（2）素养要求

- ①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②在进行商品主图设计、促销广告制作、商品详情页设计过程中能注重内容的合法性（不能盗图、发布违法违规信息等）、规范性；

③具有细致的工作作风；

④具有一定的视觉审美、视觉营销能力、创新设计理念；

⑤有高度的敬业精神及工作激情，工作态度积极乐观；

⑥能注重工作场所的6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2、平面视觉设计

（1）技能要求

①能根据品牌定位，对产品及品牌进行视觉营销设计，并能够体现产品及品牌的风格；

②具备图像修饰与处理的能力，包括网站图片方向调整、明暗度调整、颜色调整；

③具备信息归纳与整合的能力，包括给海报添加主题标语、提取活动有关信息、海报添加宣传文案等；

④具备文字设计的能力，对海报中的文字进行字体类型、间距、字体大小、粗细等效果的处理与设计；

⑤具备整体颜色搭配的能力，根据色彩知识进行协调、美观的色彩处理与搭配；

⑥具备图文排版设计的能力，能对海报中的文字和图像进行适当、美观的排版与构图。

（2）素养要求

- ①具备广泛的设计理论知识面和丰富的实战经验；
- ②具备敏锐的观察与感受能力；具备信心及创造性思维的能力；
- ③具有自己的设计风格与强烈的表现能力；
- ④具备良好的沟通交互与项目管理的能力；
- ⑤拥有较好的视觉创意能力和独立设计能力；
- ⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

项目二：短视频编辑

本技能模块主要考核学生根据给定的图片素材与音频素材制作剪辑短视频的能力，要求学生掌握 Premiere 剪辑软件的基本操作，并考察学生对视频卡点、音频卡点以及素材的风格把握等综合技能。

（1）技能要求

- ①能够根据任务要求，进行相应的宣传卡点视频剪辑；
- ②能够保证短视频风格符合给定的素材定位与风格；
- ③能够选取合理、准确的镜头素材；
- ④能够选取符合视频风格与节奏的背景音频；
- ⑤能够最终导出格式为 mp4 的媒体文件。

（2）素养要求

- ①具备视频剪辑理论知识和实战经验；
- ②具备敏锐的观察与感受能力；具备信心及创造性思维的能力；
- ③具备一定的短视频思维与广告表现能力；
- ④具备良好的沟通能力；

⑤拥有较好的视觉创意能力和独立设计能力。

模块四 网店运营与管理（选考）

本技能模块包括“网店运营与推广”和“网店数据分析”2个抽考项目，其中“网店运营与推广”包括商品上下架管理、网店推广计划设置、网店标题撰写等综合型子任务、“网店数据分析”包括本技能模块包括“淘宝店铺运营数据分析与管理”1个抽考项目。

项目一：网店运营与推广

（1）技能要求

能根据网店经营目标进行网店产品以及功能定位；能够完成产品上下架，以及初步网店详情页设计以及文案撰写；能够根据产品特征以及店铺发展现状制定产品推广计划，熟练掌握直通车、淘宝客等推广方式计费方式；能够对网店运营数据分析，并针对运营数据制定下一轮运营优化计划。

（2）素养要求

- ①有良好的协调、沟通能力和团队精神；
- ②有乐观向上的工作热情和良好的服务意识；
- ③遵守电子商务法律法规、认真负责、踏实、有耐心；
- ④能注重工作场所的6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

项目二：网店数据分析

本技能模块包括“网店运营数据分析与管理”1个抽考项目。该项目主要考核学生管理店铺信息、店铺浏览量分析、商品退货退款情况统计分析及利润成本关系分析等综合技能。

(1) 技能要求

① 能够利用 Excel 进行商务数据分析,能运用 Excel 管理店铺信息;

② 能够对店铺信息、商品销售信息的分析结果进行可视化展示,并选择适当的展示方式;

③ 能够将商务数据表格图形化,能使用折线图展示数据趋势;

④ 能使用柱形图与条形图对比商务数据,能使用饼图展示数据占比;

⑤ 能进行数据限定,会进行数据的自动填充;

⑥ 能运用常用的函数、分类汇总、数据透视表进行基本的数据分析。

(2) 素养要求

① 具有良好的职业道德和敬业精神;

② 具有团队精神及妥善处理人际关系的能力;

③ 具有较强的沟通与交流能力;

④ 具有基本的人文、社科知识及审美观;

⑤ 具有适应环境开拓创新的能力;

⑥ 具有较强的自主学习及心理承受能力。

四、评价标准

1. 评价方式：本专业技能考核采取过程考核与结果考核相结合，技能考核与职业素养考核相结合。根据考生考试过程操作的规范性、工作任务完成质量、提交文档质量等因素评价最终成绩。

2. 分值分配：本专业技能考核总分 100 分，其中必考模块“网络客户服务与管理”占权重 20%，选考模块（6 个项目中由考生根据自身专长和职业规划任选 2 个项目）占 80%。

3. 总分计算：各模块每套试题均实行 100 分制，再按相应权重折算计入总成绩。即必考模块“网络客户服务与管理”按总分 20 分折算计入总成绩，选考模块由考生任选 2 个项目（各 100 分），总分 200 分，并按比例折合成总分 80 分计入总成绩。最终成绩四舍五入取整后总分 60 分（含）以上为合格，85 分（含）以上为优秀。

3. 技能评价要点：重点考核学生对项目所必须掌握的知识、技能的熟练程度，以及对岗位素养要求的熟悉程度。

各模块和项目的技能评价要点内容如表 2 所示：

表 2 网络营销专业技能考核评价要点

模块	项目	任务	评价要点
模块一：客户服务与管理	售前客户服务与管理	售前客户服务与管理	<p>①分析和提炼企业产品及服务特色正确，能根据字数要求进行很好概括和描述；</p> <p>②根据企业产品性能或服务特点，有效规划客户接待前的准备工作，思路清晰，准备工作正确完整；</p> <p>③在使用旺旺等工具与顾客沟通交流时，能够灵活应用售前营销过程的七步骤：招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进，能阐述明确、切中要害、语言合适；</p> <p>④给客户介绍平台交易流程、交易规则时做到正确、熟练、言简意赅；</p> <p>⑤在与客户交流时，做到及时准确理解客户需求和期望，针对客户的期望合理推荐产品和服务，将产品特点与客户利益相结合；</p> <p>⑥客户价值计算正确，针对计算的结果的分析，观点明确、表述清楚、分析深刻；</p> <p>⑦通过数据分析，按照 ABC 客户分类法对客户进行的分类正确，对客户分类管理的意义及管理措施分析正确、全面；</p> <p>⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，沟通模拟中的用语礼貌、注意措词，体现了售前客服人员的职业素养。</p>
	售后客户服务与管理	售后客户服务与管理	<p>①分析和判断客户异议的类型正确；</p> <p>②分析判断客户异议产生原因思路清晰、正确、文笔通顺、符合字数要求；</p> <p>③客户异议处理的步骤详尽、话术合理，有技巧、针对性强、恰当的异议处理建议，整个过程礼节性强；</p> <p>④分析客户投诉产生的原因正确，客户投诉的类型归属正确；</p> <p>⑤处理客户投诉的基本流程正确，方法采用恰当；</p> <p>⑥处理客户投诉过程采用的话语恰当，可以化解异议并维系了客户；</p> <p>⑦为客户介绍的基本法律常识、提供的维权帮助内容正确，思路清晰；</p> <p>⑧采用电子邮件等方式进行的客户回访，格式正确、内容涵盖了试题情境中要求内容、语言通顺、礼节性强，同时能结合客户的实际情况实时推介了新的产品和服务；</p> <p>⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，沟通模拟中的用语礼貌、注意措词，体现了售后客服人员的职业素养。</p>

模块	项目	任务 评价要点
模块二： 新媒体运营	直播电商	直播活动脚本撰写 ① 在执行任务过程中，坚持使用专业的语言，精心选择措词并运用合适的沟通技巧，以体现出高水平的职业素养； ② 具备高效的工作能力，能在规定的时间内准确无误地完成工作，并按时提交； ③ 符合文本要求，保证脚本字数精确并符合题目要求； ④ 确保脚本内容的流畅性，使阅读体验顺畅自然，同时严格遵守题目要求以保证内容的相关性和准确性； ⑤ 构建完整、合理的脚本结构，以保证流程的完整性，使脚本在实际操作中具有强大的落地性和可执行性； ⑥ 通过清晰、详尽的产品介绍和合理的卖点提炼，增强脚本的说服力和吸引力，以充分展示产品的特色和优势
	模拟电商直播	① 采用礼貌用语，通过审慎选择措辞和灵活运用沟通技巧，淋漓尽致地展现出专业的职业素养； ② 以敬业的工作态度，严格遵守时间管理原则，保证在规定的时间内完成任务并提交无误的成果； ③ 制定周全的话术，结构严谨，确保直播内容无遗漏、无误导； ④ 运用流畅的语言表达，保持普通话发音标准，让观众能清晰、准确地理解直播内容； ⑤ 严格控制直播流程，使其符合题目要求，避免过长或过短导致的信息丢失或过度压缩； ⑥ 以真诚、专业、趣味兼备的直播话术，提升观众的观看体验和参与度，同时保证直播内容的实用性和可操作性。
	电商文案写作	广告文案写作 ① 广告语和长文案写作的基本语法逻辑无误，文案整体编排清爽，格式、字数符合要求； ② 对项目背景资料分析透彻、细致； ③ 产品思维导图设计思路清晰，产品核心词和关键词梳理正确； ④ 产品广告语文案通俗易懂，朗朗上口，具有较好的创新性和传播力； ⑤ 广告语文案的创意概述清晰、要点明确； ⑥ 长文案写作主题明确，表达流畅，能阐述清楚品牌产品的核心内涵。标题有亮点，品牌故事有较好的故事性，品牌宣传诗歌有较为浓郁的情感性。 ⑦ 文案内容积极向上，不违背职业道德和营销伦理，价值观导向无误。
	电商文案写作	电商详情页文案写作 ① 文案内容积极向上，不违背职业道德和营销伦理，价值观导向积极； ② 对项目背景资料分析透彻、细致； ③ 整体内容编排清晰，要点突出，图文并茂，格式符合要求； ④ 基础信息、品牌介绍、目标客户群特点、产品配图等产品基础信息呈现完整； ⑤ 产品核心卖点和购买理由归纳准确，能较好地展现出产品的主要特色； ⑥ 同类商品对比、客户及第三方评价等辅助证明资料完整； ⑦ 订单号召、购买须知等电商详情页文案写作的常规内容完整。

模块	项目	任务	评价要点
模块三：视觉设计	美工编辑	网店美工设计	<ul style="list-style-type: none"> ①按照规定的尺寸要求设计，文件名和格式正确，文件大小符合要求； ②网店 logo 有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型； ③店招设计中添加店铺 Logo、店铺名称、宣传促销标语，店招设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向； ④主图修饰需调整好产品外观，要求设计美观、主题突出、有视觉冲击力； ⑤主图要求体现产品价格，展现如“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点； ⑥详情页设计采用图文混排、展示图中有促销宣传用语、有典型特点风格描述、整体设计的美观大气。 ⑦详情页设计中有产品说明设计、尺码规格设计、产品细节、模特展示等，各环节的整体排版、布局要求合理、美观。
		平面视觉设计	<ul style="list-style-type: none"> ①按照规定的尺寸要求设计，文件名和格式正确，文件大小符合要求； ②海报背景设计采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观； ③海报中产品展示突出，外观清晰真实可信； ④海报主题标语、宣传文案有吸引力、能展示活动中心点、利益点； ⑤海报文字设计字体类型、间距、字体大小、粗细等效果正确美观； ⑥海报中有引导元素以及引导按钮； ⑦海报整体排版、布局的合理、美观； ⑧海报中各元素的颜色搭配协调、效果美观。
	短视频编辑	短视频剪辑	<ul style="list-style-type: none"> ①剪辑成片音画同步，衔接自然； ②素材选取合理，剪辑熟练，节奏感强； ③镜头运用准确、合理； ④紧扣要求，主题突出； ⑤音乐选择与所给素材风格一致； ⑥视频最终导出的格式为 mp4 媒体文件； ⑦拥有较好的视觉创意能力和独立设计能力； ⑧有一定的短视频思维与广告表现能力；
模块四：网店运营	网店运营推广	网店运营推广	<ul style="list-style-type: none"> ①根据网店经营目标正确进行网店产品以及功能定位； ②精准分析网店商品特性，提炼商品卖点，并利用网店数据能够完成产品上下架管理以及产品标题撰写，产品标题需体现 SEO，字数需充分利用； ③能够根据产品特征以及店铺发展现状制定符合市场现状的产品推广计划； ④直通车、淘宝客等推广方式计费准确，按照网店财务分析选择进行账户金额预算； ⑤平台内软文推广体现产品卖点，主题鲜明，内容充实； ⑥网店数据分析及平台优化注重全面性及正确性； ⑦产品关键词选取、行业趋势分析截图正确且清晰，部分图片需附加标注； ⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档格式正确，文档工整美观。

模块	项目	任务	评价要点
	网店运营数据分析	网店运营数据分析与管理	①表格命名正确，表格的标题包含规定内容； ②商品名称限定准确，数据内容及数量符合规定； ③常用函数及公式的运用准确； ④图表的运用合理，图表的标题、字体及显示位置正确，整体显示完整合理； ⑤图表横纵坐标轴的坐标轴的主要刻度单、数据格式设置符合规定； ⑥数据系列添加准确，系列名称、系列值与给定材料一致，系列美化符合要求； ⑦分类汇总的运用准确，分类汇总的设置合理 ⑧数据透视表的运用准确，数据透视表的设置合理。

五、抽考方式

本专业技能考核为现场操作考核，成绩评定采用过程考核与结果考核相结合。所有被测学生必须在规定的时间内完成项目测试任务。具体方式如下：

1. 模块抽取办法：网络营销与直播电商专业（530704）技能抽考试题库包含4个模块：“网络客户服务与管理”为必考模块；“新媒体运营”、“视觉设计”和“网店运营与管理”为选考模块。抽取时，4个模块均抽出。

2. 项目抽取办法：必考模块的2个项目中由监考官随机抽取1个项目，3个选考模块中的6个项目均抽出。

3. 试题抽取办法：由监考官从必考模块的1个项目中随机抽取1道题作为所有考生必考题；从选考模块中的6个项目中各随机抽取1道题、共计6道题作为考生选考题，考生从6道题中根据自身专长和职业规划自行选择其中2道题作答并报监考官；即每名考生共需完

成 3 道题目的作答，包括必考模块“网络客户服务与管理”中随机抽出的 1 道题和“新媒体运营”、“视觉设计”、“网店运营与管理”3 个选考模块中 6 个项目中随机抽取的 6 道题中的 2 道题。

六、附录

1、网络营销相关法律法规

《中华人民共和国网络安全法》

《互联网信息服务管理办法》

《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》

《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》

《计算机信息系统国际联网保密管理规定》

《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

《中华人民共和国反不正当竞争法》

《中华人民共和国广告法》

《中华人民共和国电信条例》

《中华人民共和国消费者权益保护法》

2、直播电商相关法律法规

1. 国家互联网信息办公室：《互联网直播服务管理规定》

2016 年 11 月，国家互联网信息办公室发布《互联网直播服务管理规定》，《规定》提出，不得利用直播从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情等法律法

规禁止的活动，不得利用互联网直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。

2. 中国商业联合会媒体购物专业委员：《视频直播购物运营和服务基本规范》

2020年5月，中国商业联合会媒体购物专业委员发布《视频直播购物运营和服务基本规范》，规定了视频直播购物经营的范围、术语和定义、总体要求、从业人员、商品质量、运营管理、服务、监督管理等要求。适用于商贸流通行业内视频直播购物经营等管理。

3. 中国广告协会：《网络直播营销行为规范》

2020年6月，《网络直播营销行为规范》发布，这是国内第一个关于网络视频营销活动的专门自律规范。侧重为从事网络直播营销活动的商家、主播、平台、主播服务机构（如MCN）和参与营销互动的用户等主体提供行为指南。

4. 国家广播电视总局：《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》

该《通知》于2020年11月发布，《通知》规定开办网络秀场直播或电商直播的平台要切实落实主体责任，着力健全网络直播业务各项管理制度、责任制度、内容安全制度和人资物配备，积极参与行风建设和行业自律，共同推进网络秀场直播和电商直播活动规范有序健康发展。

5. 市场监管总局：《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》

同月，市场监管总局发布关于加强网络直播营销活动监管的指导意见，《意见》第二部分“压实有关主体责任”，对网络直播营销活动中的三大主体(网络平台、商品经营者、网络直播者)的责任进行梳理，分层次进行责任划分。

6. 国家互联网信息办公室：《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》

同时，国家互联网信息办公室也发布《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》，其中提到，直播营销平台应当依据相关法律法规和国家有关规定，制定并公开互联网直播营销信息内容服务管理规则、平台公约。直播营销平台应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议，要求其规范直播营销人员招募、培训、管理流程，明确直播营销信息内容生产、发布、审核责任。直播营销平台应当制定直播营销目录，设置法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式推广的商品和服务类别。

7. 国家七部门：《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》

2021年2月9日，国家互联网信息办公室、全国“扫黄打非”工作小组办公室等七部门联合发布《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》，旨在进一步加强网络直播行业的正面引导和规范管理，重点规范网络打赏行为，推进主播账号分类分级管理，提升直播平台文化品位，促进网络直播行业高质量发展。

8. 国家七部门：《网络直播营销管理办法（试行）》

2021年5月25日，由国家互联网信息办公室等七部门联合发布的《网络直播营销管理办法（试行）》正式实施。在对直播营销平台的要求方面，《办法》明确直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。

《办法》在账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施做了进一步的明确。

9. 商务部：《直播电子商务平台管理与服务规范》

2021年8月18日，商务部就《直播电子商务平台管理与服务规范》行业标准（征求意见稿）公开征求意见。意见规定了直播营销平台应该具备的资质、经营条件及合规性基本要求；规定了其应对商家和直播主体入驻及退出、产品和服务信息审核、直播营销管理和运营、用户以及直播主体账号的管理和服务要求；规定了其应对消费者隐私保护、交易及售后服务等消费者权益保护的要求；明确了信息安全管理要求。

10. 三部门：《“十四五”电子商务发展规划》

2021年10月26日，商务部、中央网信办、发展改革委联合发布《“十四五”电子商务发展规划》。《规划》提出“鼓励模式业态创新”。业态模式创新既是电子商务发展的必然结果，也是重要的增量空间。

11. 最高人民法院：《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》

该《规定》于 2022 年 3 月 15 日起施行，要求正确审理网络消费纠纷案件，依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展。

《规定》涉及网络消费格式条款、七日内无理由退货、电商平台自营误导的法律后果、网络直播带货等。

12. 三部门：《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》

同月，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局发布《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》，《意见》的实施，将有利于进一步构建跨部门协同监管长效机制，加强网络直播营利行为规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营，促进网络直播行业在发展中规范，规范中发展。

13. 四部门：《关于规范网络直播打赏加强未成年人保护的意見》

2022 年 5 月，中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室等四部门发布《关于规范网络直播打赏加强未成年人保护的意見》，《意見》提出禁止未成年人参与直播打赏、严控未成年人从事主播、优化升级“青少年模式”、建立专门服务团队、规范重点功能应用、加强高峰时段管理等工作举措。

14. 国家广播电视总局 文化和旅游部：《网络主播行为规范》

2022 年 6 月 22 日，国家广播电视总局、文化和旅游部联合发布《网络主播行为规范》(以下简称《规范》)。《规范》明确，对于需

要较高专业水平的直播内容，主播应取得相应执业资质，对网络主播也划定了 31 条红线，主播不得炒作绯闻、丑闻、劣迹，传播格调低下的内容，不得引导用户低俗互动等。

《规范》列举了网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中不得出现的 13 种行为。结合当前新技术发展，此次《规范》还将利用人工智能技术合成的虚拟主播列入了参照执行的范围。而对于需具备专业性的直播内容，《规范》也对主播提出要持证上岗等更高要求。

15. 中共中央 国务院：《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》

2022 年 12 月，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》，在《纲要》第三部分《加快培育新型消费》中提到，支持线上线下商品消费融合发展。发展新个体经济。支持社交电商、网络直播等多样化经营模式，鼓励发展基于知识传播、经验分享的创新平台。支持线上多样化社交、短视频平台规范有序发展，鼓励微应用、微产品、微电影等创新。

16. 中共中央 国务院：《质量强国建设纲要》

2023 年 2 月，中共中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》，其中提出，规范发展网上销售、直播电商等新业态新模式等要求，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

17. 国际标准化组织（ISO）：《直播营销服务指南》（ISO/IWA 41:2023）

2023年11月27日国际标准化组织（ISO）正式发布的国际标准《直播营销服务指南》（ISO/IWA 41:2023），这是全球首个直播营销国际标准。业界广泛认为，该标准的发布与实施将有力促进直播营销服务模式的推广和可持续发展。该标准由中国贸促会组织全球工商界以及亚洲营销联盟、亚洲中小企业理事会等机构历时两年共同研制完成，内容包括直播营销范围、总体原则、服务流程、运营管理、审查与评估等8个部分。

3、行业相关平台规范与标准

本专业标准主要依据的相关行业平台规范与标准如表3所示。

表3 引用技术标准和规范

序号	中文标准名称	引用标准来源或链接网址
1	淘宝/天猫平台规则	https://open.taobao.com
2	阿里巴巴平台规则	https://rule.1688.com
3	百度推广规范标准	http://e.baidu.com
4	微信使用规范	https://mp.weixin.qq.com
5	微博使用规范	https://open.weibo.com
6	抖音社区自律公约	https://www.douyin.com/rule/policy
7	快手软件许可及服务协议 隐私权保护政策	https://www.kuaishou.com/