

湖南网络工程职业学院

2023 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

市场营销（530605）

二、入学要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力者

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 市场营销专业职业岗位

所属专业 大类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	主要岗位类 别（或技术领 域）举例	职业资格（职业技 能等级）证书举例
财经商贸 (53)	工商管理 (5306)	批发业、零售业 (51、52)	营销员（4-01-02-01）； 商品营业员（4-01-02-23）； 摊商（4-02-02-05）； 市场营销专业人员（2-06-07-02）	客户经理 销售策划 销售经理助理 市场专员 市场策划	1+X 数字营销技术 应用 1+X 新媒体营销

表 2 市场营销专业可获取的职业资格证书

序号	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	1+X 数字营销技术应用	中教畅享（北京）科技有限公司	中级	个人选报
2	1+X 新媒体营销	联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司	中级	个人选报

五、培养目标与培养规格

（一）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，掌握市场营销、产品推销、商务谈判、消费者行为分析、服务营销、新媒体营销等相关的知识，具备互联网时代整合营销、文案撰写、营销策划、社群运营等技术技能，面向中小商贸类企业产品销售和服务、营销策划与管理、互联网营销与推广等职业群，能够从事商业领域的市场调查、产品销售、客户管理、营销策划等管理与服务岗位工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

表 3 市场营销专业培养规格一览表

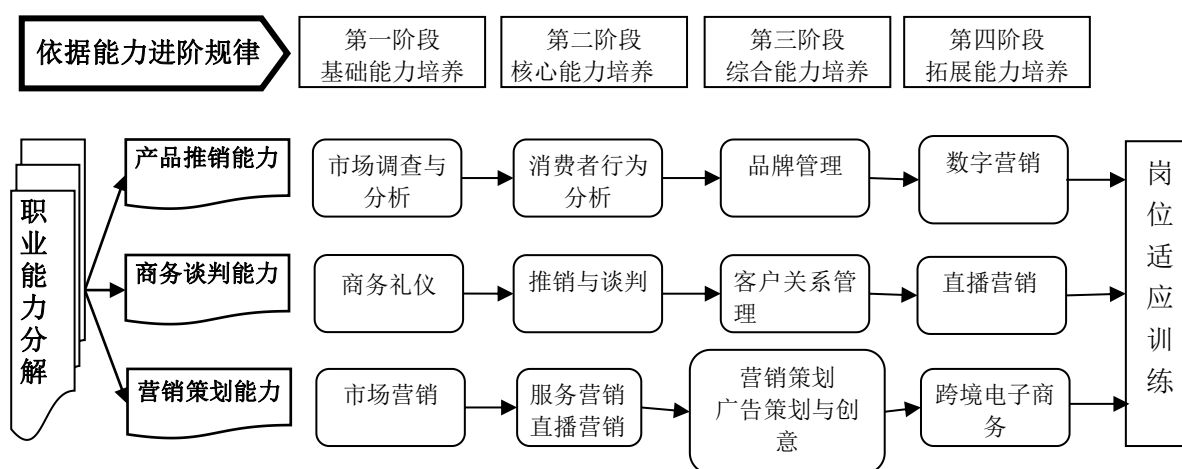
类型	基本项	基本要求
素质	思想素质	坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度

类型	基本项	基本要求
能力		在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观
		具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感
		崇尚宪法、遵法守法
	职业素质	崇德向善、诚实守信、谦虚谨慎、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神
		尊重劳动，热爱劳动，具有较强的实践操作能力
		具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、创新精神
		具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处
		积极进取，良好的职业习惯和服务意识，具有职业生涯规划意识
		具有洞察国内外特别是省内本产业或行业的布局、规模和发展动态的行业视野意识
	身心素质	具有健康的体魄和心理、健全的人格，乐观、自信、心态平和、宽容礼让、不怕挫折、能够自我认知和提升
		掌握基本运动知识和一两项运动技能
	人文素质	审美品味高尚、懂得发现美、认识美、感受美、鉴赏美、创造美和表现美
		掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力
知识	公共基础知识	能够形成一两项艺术特长或爱好
		掌握必备的思想政治理论
		信息化知识、英语知识、公文写作知识
		中华优秀传统文化知识、企业文化知识
		熟悉环境保护、安全消防知识
		熟悉本专业相关的法律法规
	专业知识	营销原理知识、管理原理知识、经济学知识
		数字营销、大数据及精准营销、新媒体营销相关知识
		消费者心理与行为分析、客户关系管理等基于消费者研究的理论知识
能力	通用能力	市场调查知识、品牌管理、零售管理、服务营销、广告策划知识
		具有良好的工作沟通表达能力、商务礼仪、商务文书写作能力、自学能力、基本商务英语口语表达能力、职业生涯规划能力
		具有常用办公软件、工具软件 and 多媒体软件的使用能力（利用 Office 工具进行项目开发文档的整理（Word）、报告的演示（PowerPoint）、表格的绘制与数据处理（Excel）、图片处理（Photoshop））
		具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力
		具有学习并掌握互联网+营销业发展趋势和商业全渠道模式的创新能力
		具有独立思考、团队合作、逻辑推理、信息加工的能力
	专业技术技能	具备对营销理念的基本把握和执行能力
		具有市场营销环境分析、消费者需求分析、市场定位、营销组合策略制定、设计市场销售方案能力
		具有市场调查相关能力（问卷设计、回收及审核，调查资料的编码与录入能力、抽样样本确定及调查能力、描述统计和推论统计能力、撰写调查报告能力）
		具有产品推销能力（推销方案设计及实操）、商务谈判能力（谈判方案预设及实操）、促销方案制定能力

类型	基本项	基本要求
		具有设计商业模式能力、撰写创业计划书能力、构建互联网商业模式能力、实施创业项目能力
		具备促销策划、品牌推广等企划活动的组织与实施能力
		具备对消费心理与行为的理解与分析能力；具备对市场环境的理解与分析能力
		具备营销渠道开发与管理能力；具备终端推销及大客户销售与管理能力；具备基本的新媒体营销能力

六、课程设置及要求

（一）课程与能力矩阵分析图



市场营销专业基于能力进阶的课程体系图

（二）课程结构比例

表 4 市场营销专业课程结构与学时安排

课程性质	课程类别	课程门数	学分	学时分配			占总学时比例	
				理论	实践	合计	实际占比	国家/学校标准
必修课	公共基础课	17	43	346	470	816	31.29%	≥25%
	专业（技能）课	21	79	432	1008	1440	55.21%	
选修课	公共选修课	3	6	48	48	96	3.68%	≥10%
	专业选修课	6	16	160	96	256	9.82%	
合计		47	144	986	1622	2608	100%	2500-2700
占总学时比例				37.81%	62.19%	100%		

（三）课程说明

1. 必修课

表 5 公共基础课课程说明

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	军训	1. 素质目标：具有集体观念和 组织纪律观念；具备生活自理	解放军条令条例教育与训练， 主要包括：	1. 课程思政：符合新时代思政 政治教育的新规律和新时代

		能力。 2. 知识目标：掌握内务制度与生活制度；掌握队列动作基本要领。 3. 能力目标：能规范完成内务整理与队列动作。	1. 《内务条令》； 2. 《纪律条令》教育； 3. 《队列条令》教育与训练； 4. 单个军人队列动作训练 5. 分队队列动作训练等。	青年的成长需求，强调四个意识，多方面利用军事元素多、军事技能强、军训参与率高、军训体验感强的军事技能训练，有效发挥课堂育人主渠道作用，增强学生集体荣誉感，坚持按纲施训、依法治训原则，积极推广仿真训练和模拟训练，在宽敞无障碍的运动场地开展。 2. 教学方法：本课程实践性强，采用行动导向教学法、四步法、情境教学法、启发式教学法等教学方法。要求教师具有一定的军事理论知识，曾有部队服役经历或具有武装部颁发的四会教练员资格证书。 3. 评价及考核：采用过程性考核，占比 100%，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、学习自主性、自觉性等全方位多角度进行考核。
2	军事理论教育	1. 素质目标：具有依法建设国防的观念；具有国家安全意识和忧患意识；具有爱国主义精神、传承红色基因、增强集体主义观念；激发学习科学技术的热情，树立为国防建设服务的思想。 2. 知识目标：了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设、国防动员与武装力量体制；了解军事思想的形成、军事理论主要内容；了解世界战略格局概况、掌握战略基本理论了解高技术战争的特点、演变历史、军事高技术的种类；掌握国防动员、国防教育的有关内容。 3. 能力目标：能关心国防、热爱国防，自觉参加和支持国防建设；能明确我军的性质、任务及军队建设的指导思想，树立科学的战争观和方法论；能正确分析我国周边环境，树立为国防建设、增强综合国力的理想；能树立“科学是第一生产力”的观念。	1. 中国国防包括国防概述，国防法规，国防建设，武装力量，国防动员； 2. 国家安全包括国家安全概述，国家安全形势，国际战略形势； 3. 军事思想包括军事思想概述，外国军事思想，中国古代军事思想，当代中国军事思想； 4. 现代战争包括战争概述，新军事革命，机械化战争，信息化战争； 5. 信息化装备包括信息化装备概述，信息化作战平台，综合电子信息系统，信息化杀伤武器。	1. 课程思政：逐步构建“五位一体”国防教育教学体系，增强学生的国防意识，提升军事课的满意度，提高参军入伍的积极性，促进建设“抓特色、创新意、求实效”的国防教育特色学校，筑牢大思政格局下的国防教育课程思政新阵地。 2. 教学方法：采用案例教学法、情境教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，主要在配有网络的多媒体综合教室开展。坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，重视信息技术和视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
3	安全知识教育	1. 素质目标：具有安全第一的意识，积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。 2. 知识目标：了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。	1. 相关法律法规和安全防范尝试； 2. 国家安全； 3. 人身、财产、生活安全； 4. 社会活动安全； 5. 消防安全； 6. 网络、求职安全； 7. 突发公共安全与灾害故事应对。	1. 课程思政：将国家安全教育有机融入课堂教学内容，保证国家安全宣传教育活动有意义、有实效，将教学内容与价值观目标融合，引导学生在学习、生活中掌握安全教育基本常识，提高思想道德综合素养，达到课程教学全过程、全方位育人的目的。 2. 教学方法：通过教师的讲解和引导，学生要按照课程内

		3. 能力目标: 掌握自我保护技能、安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能、沟通技能、问题解决技能等。		容, 积极开展问题分析、安全与应急演练、社会实践与调查、小组讨论等活动, 提高对自我、校园和社会安全与应急环境的认识, 为全面、安全地发展打下坚实基础。 3. 教学内容: 力求实践性、科学性, 突出强调理论联系实际, 切实增强针对性, 注重实效。 4. 评价及考核: 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。
4	专业 认知 教育	1. 素质目标: 具备专业认同感; 具备行业自信心; 具备社会责任感; 2. 知识目标: 了解专业办学现状; 了解行业领域和发展趋势; 了解岗位能力要求; 3. 能力目标: 能够正确认识行业; 能够初步形成学习和发展规划。	1. 专业办学现状 2. 行业领域和发展趋势 3. 学习和职业发展规划	1. 将立德树人贯穿课程教学全过程, 深入挖掘课程思政元素。 2. 教师可根据实际情况邀请企业专家以讲座、现场教学等方式实施教学。 3. 课程考核包括过程性评价、终结性评价二部分。具体考核成绩评定办法如下: 过程性评价成绩: 50%, 终结性评价成绩: 50%。
5	思想 道德 与法 治	1. 素质目标: 通过本课程学习, 逐步提升高职学生走向社会发展所需要的思想、文化、身心、法律、职业等方面的综合素质, 重点培养高职学生良好的职业意识、职业理想、职业道德、职业态度、职业价值观和职业纪律, 更好地促进高职学生成长成才和终身发展。 2. 知识目标: 通过本课程学习, 使学生了解新时代内涵、人生观的基本理论; 掌握中国精神的内涵及爱国主义的要求; 掌握社会主义核心价值观的基本内容、显著特征和重大意义; 掌握社会主义道德的核心和原则, 明白吸收借鉴优秀道德成果的价值意蕴; 领会习近平新时代中国特色社会主义思想, 掌握社会主义法律的本质特征、宪法基本内容和全面依法治国的要求。 3. 能力目标: 通过本课程学习, 使学生具备把握新时代历史使命的政治能力; 具备运用科学的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观分析问题、解决现实问题的能力; 具备践行社会主义核心价值观的行动能力; 具备崇德向善的道德实践能力; 具备社会主义法治的思维能力。	1. 思想教育: 人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观等; 2. 道德教育: 马克思主义道德观、中华传统美德、革命道德、社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德等; 3. 法治教育: 社会主义法律的特征和运行、中国特色社会主义法治体系、中国特色社会主义法治道路、社会主义法治思维、我国宪法法律规定的权利; 依法行使法律权利; 依法履行法律义务。	1. 课程思政: 将立德树人贯穿课程教育教学全过程, 采用理论教学与实践教学相结合、线上与线下相结合的教学组织形式, 教学中要做到理论联系实际, 融知识传授、能力培育、素质提升于一体。 2. 教学方法: 以“教师主导、学生主体”为教学理念, 采取讲授法、案例教学法、情境教学法、探究法、讨论法等多种教学方法, 辅之辩论、演讲、观看影视片、新闻播报等多种活动, 引导学生学会思辨、学会表达、学会欣赏、学会做人。本课程采用教育部统编教材, 将信息技术充分融入课堂教学, 增强教学的时代性和吸引力。 3. 评价及考核: 采用过程性考核与终结性考核相结合的方式, 通过理论与实践相结合, 重点评价学生的综合素质。平时成绩和期末成绩各占 50%; 平时成绩包括课堂考勤、课后作业、学习态度、社会实践等; 期末考试采用开卷形式, 重在考核学生理论联系实际, 对具体问题进行分析、解答的能力。

6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1. 素质目标：坚定的拥护中国共产党的领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。 2. 知识目标：掌握马克思主义中国化的两大理论成果—毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 3. 能力目标：能运用马克思主义的立场、观点和方法认识、分析国情，具有初步的分析、研判和解决问题的能力；能理性、辩证地看待、分析社会发展进程中出现的各种问题。	1. 马克思主义中国化的两大理论成果—毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义； 2. 中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验。	1. 课程思政：以思想政治教育为引领，促进学生的专业学习，培养德才兼备的人才。 2. 教学方法：采取理论教学与实践教学相结合、线上与线下相结合的教学组织形式。以“教师主导、学生主体”为教学理念，根据教学内容，采取多种教学方法，如：讲授法、案例教学法、情境教学法、讨论法等，增强学生学习兴趣。本课程采用教育部统编教材，依托超星教学平台，充分运用信息技术手段有效地辅助教学，优化教学过程与教学管理。 3. 评价及考核：采取过程性评价与终结性评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的综合素质。平时成绩和期末成绩各占 50%：平时成绩包括考勤、作业、课堂表现、社会实践等；期末考试采用开卷形式，重在考核学生理论联系实际，对具体问题进行分析、解答的能力。
7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1. 素质目标：全面把握马克思主义为什么行，中国特色社会主义为什么好，中国共产党为什么能，树立“四个意识”坚定“四个自信”坚决做到“两个维护”，具有担当民族复兴大任的使命感。 2. 知识目标：掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、核心要义、重要内容、理论特质、历史地位和指导意义。 3. 能力目标：能够把理想信念内化于心、外化于行，把个人发展融入民族复兴，成为担当实现中国梦大任的时代新人。	1. 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位； 2. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务； 3. “五位一体”总体布局； 4. “四个全面”战略布局； 5. 实现中华民族伟大复兴的重要保障； 6. 中国特色大国外交； 7. 坚持和加强党的领导。	1. 课程思政：教学采取理论教学与实践教学相结合、线上与线下相结合、校内与校外相结合的教学模式。以思想政治教育为引领，促进学生的专业学习，培养德才兼备的人才。 2. 教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，根据教学内容，采取多种教学方法，如：启发式教学法、案例教学法、专题讲授法、情境教学法、体验式教学法等，提升学生的积极性和主动性。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合，重点考查学生理论联系实际，分析问题和解决问题的能力。课程的总成绩由平时考核和期末考试两部分组成，平时成绩占 50%，期末考试成绩占 50%。
8	形势与政策	1. 素质目标：具备关注国家大事的习惯；热爱专业和地域特色，从而进一步培育和践行社会主义核心价值观。 2. 知识目标：掌握习近平新时代中国特色社会主义思想，特别是习近平总书记最新的重要讲话精神；了解和把握国际形势与政策、大国关系，以及中国应对国内外重要事务的政策、路线和方针。 3. 能力目标：具备分析时政新	1. 每学期拟定 4 个专题讲座（如：全面从严治党、经济社会发展、涉港澳台事务、国际形势政策等）； 2. 遵循教育部办公厅印发的《高校“形势与政策”课教学要点的通知》，紧密围绕党和国家重大理论政策、社会主义现代化建设的形势、国际形势与国际关系等与时俱进设定教学内容。	1. 课程思政：紧密结合国内外形势和高职学生的思想实际，适时地进行形势政策教育，教学中要做到理论联系实际，融知识传授、能力培育、素质提升于一体。 2. 教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取讲授法、案例教学法、情境教学法、讨论教学法等多种教学方法，增强教学的针对性与实效性，不断提升学生的获得感

		闻大政的基础能力，能够分析多元时政要闻背后的相互联系和其中反映出的国内形势和国际趋势的基本规律。		和满意度。 3. 评价及考核：采取单元测试方式合成考核成绩。
9	心理健康教育与指导	1. 素质目标：具备心理健康发展的自主意识；具备正确的人生观和价值观。 2. 知识目标：了解心理学的有关理论和基本概念；了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现；熟悉心理健康的标准及意义；掌握自我调适的基本知识。 3. 能力目标：能够准确认识自己，接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助；能积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	1. 大学生生涯发展； 2. 大学生自我意识； 3. 大学生人格培养； 4. 大学生学习与创造； 5. 大学生情绪管理； 6. 大学生压力与挫折应对； 7. 大学生人际交往； 8. 大学生恋爱与性心理； 9. 大学生常见精神障碍预防； 10. 大学生生命教育与心理危机应对。	1. 课程思政：明确课程教学各环节中的思政教育元素和育人要求，注重“课程思政”的价值聚焦，聚焦育人价值的本源，注重价值导向引导。不断更新和提升专业知识水平和思想政治素养，及时把握专业和思想政治教育动态，增强对心理专业思想教育价值、专业育人内在价值的充分认识。 2. 教学方法：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，如课堂讲授、案例分析、小组讨论、心理测试、团体训练、角色扮演、体验活动等方法。教学主要是在配有网络的教室完成，也可以在室外进行团体训练。 3. 教学内容与形式：充分利用各种线上资源，如微课视频、教学示范包、心理测评系统等丰富教学手段。在线下也可以调动社会资源，聘请有关专家，举办专题讲座等各类活动补充教学形式。 4. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。
10	实用英语(1)(2)	1. 素质目标：具有包容、理解、开放、自信的人文情怀。具有健全的人格和道德品质。具有较强的社会责任感。热爱祖国，热爱社会主义为核心的民族精神。 2. 知识目标：掌握英语的阅读与听说知识，了解多元文化，学习世界优秀文化。达到《中国英语能力等级量表》三级水平。 3. 能力目标：掌握跨文化交际能力。能听懂涉及日常交际的对话，并有效进行交流。正确掌握和理解日常题材的英文资料并结合专业学习要求，策划、组织和实施相应的实践活动。	1. 基础知识模块，包含基础口语和听力； 2. 基础阅读模块，包含国内外优秀的阅读素材； 3. 基础写作模块，包含职场和生活中主要的应用文写作题材； 4. 文化模块，包含中西文化中重要的节日、习俗和优秀文化。	1. 课程思政：将立德树人贯穿课程教学全过程，采用线上与线下相结合的教学组织形式，课程通过培养学生的语言能力、文化品格、思维品质，达到“课程思政”的目的。 2. 教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采用情景教学法、互动教学法、任务教学法、项目教学法等开展教学。辅之以选修课、英语角、口语大赛、写作大赛和学生实践活动来提高学生的实践能力。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占60%，终结性考核占40%。
11	体育(1)(2)	1. 素质目标：具备团结协作的精神；具备敢于拼搏的精神；具备终身体育的意识。 2. 知识目标：掌握一定的健康锻炼知识，了解体育、运动、生理、心理等诸多学科领域的有关知识，能够正确、科学地进行体育锻炼。	1. 武术、田径、篮球、羽毛球、健美操，体育舞蹈，乒乓球等相关知识； 2. 各类体育项目的规则、组织与编排等内容； 3. 运动损伤与康复理疗等应急处理。	1. 课程思政：将立德树人贯穿课程教学全过程，深入挖掘课程思政元素，采用线上与线下相结合的教学组织形式，教学中做到理论联系实际，融体育知识传授、体育锻炼能力培育、人文素质提高于一体。 2. 教学方法：以“教师主导、

		3. 能力目标：熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能，常见运动创伤的处置方法，具备健康的体魄，能够从事各种工作的复合型技术技能人才。		学生主体”为教学理念，采取讲授法、示范法，情境教学法、案例教学法等多种教学方法，辅之观看体育竞赛等活动引导学生了解与鉴赏体育运动、学会做人与生活。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占60%，终结性考核占40%。
12	职业生涯规划与就业指导 (1)(2)	1. 素质目标：激发学生职业生涯发展的自主意识；树立正确的就业观，促使学生理性规划自身未来的发展；提升提高就业竞争力和职业发展能力的自觉性；增强职业生涯成功的自信心。 2. 知识目标：了解职业的一般知识及现代职业发展的趋势；较清晰地了解自己和职业生涯发展和规划的决策方式；了解所学专业的现状和发展前景；熟练掌握当前的就业形势、就业政策及法规；掌握目标职业对个人专业技能、通用技能和个人素质的要求；熟练掌握求职材料的准备要求；熟练掌握面试礼仪与应对技巧。 3. 能力目标：掌握自我探索技能、生涯决策技能、管理技能，能准确定位自己、理性评价自己，合理安排学习与实践的时间，具备较强的社会适应能力，能够快速为融入社会做好准备；能有意识地培养并提升社会适应能力、沟通能力，从而顺利实现职业转变；培养学生根据目标职业对个人知识、技能和素质的要求，合理制定个人大学期间的学业规划的能力。	1. 大学生生活与职业起步； 2. 自我认知与职业认知； 3. 决策与行动计划； 4. 职业生涯规划的实施和落实； 5. 就业能力培养和就业信息搜集； 6. 就业程序指导和求职准备； 7. 职业测量和职业心理调适； 8. 就业政策、就业权益维护。	1. 课程思政：坚持不懈传播马克思主义中国化的最新理论成果，将思政教育与生涯教育相结合，加强课程的思想政治教育实践，引导大学生在了解自身个性特质的基础上，结合国家和社会发展状况，合理规划职业发展，激励学生自觉把个人职业理想融入到国家事业中去，担当民族复兴大任的时代新人，最大限度的实现自己的人生价值。 2. 教学方法：以理论与实践教学法为主，在教学中要多开展团队展示的教学活动。在加强基础训练的同时，采用分组讨论法、案例教学法、角色扮演法等教学方法，充分调动学生思考与行动，激发学生兴趣爱好，主动性和参与性，最大限度地让学生行动起来，调动学生探索问题、分析问题、解决问题的能力，提高教学效果。 运用“在做中学”的实践方法，使学生更全面地了解我国的就业形势与就业政策，将学生连接到就业情景中，并将情景真实化、项目化，形成系统，引导学生树立正确价值观，唤醒就业意识，懂得求职流程，熟悉求职环节，能满足未来的求职需求。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。
13	创业基础与创新实践	1. 素质目标：树立正确、科学的创业观、创业伦理；主动适应经济社会发展和人的全面发展需求，明确创业企业社会责任；学习创业思维，理解创业与职业生涯发展的关系积极投身创业实践；培养团队协作素质；培养创新创业素质、个人发展与国家社会发展相连接的家国意识。 2. 知识目标：了解创业的基本内涵和创业活动的特殊性；掌	1. 创新创业概述； 2. 创新思维训练与创业能力培养； 3. 辨识创业机会和创业风险； 4. 整合创业资源； 5. 组建创业团队； 6. 创业企业申办； 7. 了解创业政策与构建创业平台； 8. 新企业运营管理和实训。	1. 课程思政：充分发挥“课程思政”理念在大学生创新创业教育中的应用，通过理想信念引领、中华优秀传统文化浸润、思政课程孕育、创新创业实践平台助力、“互联网+”背景等多维发力，发挥思想政治教育在大学生创新创业教育中的引领作用，形成育人合力，培养高素质创新创业的人才。 2. 教学方法：采用案例教学法、实践教学法等多种教学方

		握开展创业活动所需要的基本知识；辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法。 3. 能力目标：具备必要的创新创业思维；能够独立进行项目策划并开展项目的可行性分析；能应用思维方法与调研需求整合创业资源，撰写创业计划书；提高互联网创办和管理企业的综合素质和能力。		法，设计与教学内容高度匹配的体验型活动，以学生自我练习反思为主，老师引导为辅，注重“从实际出发，因材施教”，提高学生创新的能力。充分利用以信息技术为代表的新媒体教学手段，以及创新思维教室等校内实训场所，拓宽学习渠道，扩展教育资源，提高教学效率。同时通过开展创新创业能力竞赛等技能性活动的方式开展第二课堂。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
14	信息技术	1. 素质目标：具有信息意识；具有计算思维；了解数字化创新与发展；具备信息社会责任；具有团队协作精神、严谨的工作态度和吃苦耐劳的精神；具有采用信息技术处理问题的素养。 2. 知识目标：掌握文字信息处理方法，数据信息处理技术，演示文稿制作与应用；了解信息检索的基本流程，掌握搜索引擎使用技巧以及专用平台的信息检索；理解新一代信息技术及其主要代表技术的基本概念，了解新一代信息技术各主要代表技术的技术特点、典型应用以及与其它产业的融合发展方式；掌握信息伦理知识并能有效辨别虚假信息，了解相关法律法规与职业行为自律的要求。 3. 能力目标：能够运用计算机完成信息的获取、处理、分析及发布；能够运用 office 软件中常用的各种文件格式并能按行业工作要求熟练进行文字编辑及排版；能够针对网络信息进行高效的检索；能够了解新兴技术在产业中的应用；能够具备较好信息素养。	1. 使用 Word 进行文字信息处理； 2. 使用 Excel 对电子表格中的数据进行处理； 3. 使用 PowerPoint 制作的电子演示文稿； 4. 使用常用搜索引擎的自定义搜索方法，掌握布尔逻辑检索、截词检索、位置检索、限制检索等检索方法； 5. 使用案例介绍新一代信息技术在产业中的应用； 6. 使用案例介绍与信息素养相关的法律法规、信息伦理与职业行为自律的要求。	1. 课程思政：将立德树人贯穿课程教学全过程，深入挖掘职业素养方面的课程思政元素，结合本课程的内容，加强对学生的信息获取与应用能力的培养。 2. 教学方法：在多媒体计算机房完成，采用教、学、做一体化的教学模式。 3. 课程教学方式：以项目式教学法为主，教学内容围绕 6 个任务的完成展开。 4. 评价及考核：过程性考核 100%，针对 6 个任务的完成情况评分。
15	劳动教育	1. 素质目标：树立正确的劳动观念，养成良好的劳动习惯，增强热爱劳动和劳动人民的感	1. 劳动及其发展史； 2. 劳动价值及其体现； 3. 劳动精神；	1. 课程思政：教学采取理论教学与实践教学相结合、校内与校外相结合的教学模式。课程

		情，培育积极的劳动精神，传承和弘扬劳模精神、工匠精神。。 2. 知识目标：了解劳动的含义及其发展史，领会劳动的价值，理解劳动精神、劳模精神、工匠精神和职业精神的内涵与意义，了解劳动法律法规、劳动安全保护。 3. 能力目标：具备运用劳动精神、劳模精神、工匠精神、职业精神指导自身劳动实践的能力；具备完成一定劳动任务所需要的操作能力及团队协作能力；初步具备运用劳动法律法规解决劳动争议的能力。	4. 劳模精神； 5. 工匠精神； 6. 职业精神； 7. 劳动安全； 8. 劳动成果展示。	以劳动实践教育为引领，加强与实习实训、专业服务和创新创业活动相结合，强化劳动实践育人实效。 2. 教学方法：紧密联系实际，坚持以马克思主义的劳动价值观教育引领知识教育，注重劳动实践养成教育、劳动体验式教育，做到劳动知识学习、劳动情感培育和劳动习惯培养相统一，增强教学的针对性、实效性和时代感。 3. 评价及考核：考核采用过程性考核与结果性考核相结合，重点考查学生劳动观念、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等。课程总成绩由平时和期末考试两部分构成，平时成绩占 50%，期末考试成绩占 50%。
16	大学语文	1. 素质目标：具有仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀；具有高尚的情操、健全的人格、良好的审美情趣和强烈的社会责任感；弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以创新为核心的时代精神。 2. 知识目标：掌握基本的语言和文学概念、理论、规律；掌握各类文学作品的阅读与鉴赏方法；体会中华文化的核心理念与人文精神，增强文化自信；理解并尊重多样文化，吸收人类文化精华。 3. 能力目标：能运用规范的现代汉语进行语言的梳理和准确的口头与书面表达；能运用文学知识阅读、欣赏文学作品，准确抒发对自然、社会、人生的感悟；能够运用语文知识，结合专业学习要求，策划、组织和实施相应的语文应用与实践活动。	1. 古今中外优秀小说、诗歌、散文、戏剧等文学作品的阅读与欣赏； 2. 朗诵、演讲等的方法与技巧； 3. 基础写作和应用写作知识与方法。	1. 课程思政：将立德树人贯穿课程教学全过程，深入挖掘课程思政元素，采用线上与线下相结合的教学组织形式，教学中做到理论联系实际，融语文知识传授、语文能力培育、人文素质提高于一体。 2. 教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取讲授法、情境教学法、案例教学法等多种教学方法，辅之诗文朗诵、写作、演讲、观看影视片等活动引导学生学会表达与沟通、学会品读与鉴赏、学会做人与生活。 3. 评价及考核：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
17	经济数学	1. 素质目标：引导学生逐步养成实事求是的科学态度、应用意识和创新意识。 2. 知识目标：学习并掌握职业岗位和生活中所必要的微积分、线性代数及其应用、概率统计初步等必备的基础知识。 3. 能力目标：培养学生的基本运算技能、数据处理技能，分析与解决问题的能力，特别是用数学知识与方法解释经济现象与解决经济问题的能力。	1. 函数与常用经济函数。 2. 极限与连续。 3. 导数与微分。 4. 导数的应用。 5. 积分及其应用。 6. 概率统计初步。 7. 线性代数及其应用等。	1. 重点讲清概念的实际背景以及蕴含的数学思想与方法、多讲数学在经济中的应用案例，不追求计算技巧。 2. 考核重点放在应用相关数学知识与方法解释经济现象与解决经济问题的能力上。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

表6 专业（技能）课课程说明（含1门共享课程，5门核心课程）

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	管理学基础	1. 素质目标：围绕企业家精神的“管理素养”培养管理岗位必备的基本理论和方法，提高自身的管理素质，通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。 2. 知识目标：让学生树立现代管理的思想观念，能理解管理的目标，描述管理工作的岗位设置和工作职责，应用管理五项职能，创新管理工作方法。 3. 能力目标：能使用管理工具，对企业管理实际问题进行有效的分析决策，具备解决企业实际问题的能力。	本课程教学内容包括：管理基础和管理职能两个部分。管理基础部分包括管理与管理者的基本概念、管理思想与管理理论的形成与发展；管理职能部分包括计划与决策、组织与文化、领导与激励、控制与评价、沟通与协调五大管理职能。	1. 要求教师将企业家精神融入教学全过程，结合中国改革开放企业发展实际挖掘课程思政元素。 2. 教师应围绕课程目标组织教学，培养学生管理沟通、协同合作的能力，掌握管理基本思维方式。 3. 教师应结合学生的学习特点，采用任务驱动、案例分析、小组讨论等教学方法，提高学生学习的积极性和主动性。 4. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。
2	经济学基础	1. 素质目标：建立良好的网络经济学分析框架，将最重要的宏观经济学分析、思辨、判断、决策、表达、沟通及创新、创意能力的培养贯穿网络经济学教学始终。 2. 知识目标：熟练掌握目前主流的网络经济学分析范式和工具，掌握基本的网络经济行业、企业及相关网络经济产品的经济学知识。 3. 能力目标：能运用网络经济学分析方法工具，对生活中常见的网络经济现象，进行经济现象分析、简单经济问题解决策略方案的制定。	本课程主要涵盖网络经济学的基本概念与知识；介绍与网络经济相关的宏观经济学原理，以网络经济的微观经济学理论为主，同时适当兼顾网络经济的宏观经济分析，主要包括网络外部性基本理论、网络数字产品、网络市场中厂商之间的垄断与竞争关系、网络市场中的策略性行为、网络经济下的市场绩效、网络型企业组织、网络经济下的政府及宏观经济应对政策等内容。	1. 将立德树人贯穿课程教育教学全过程，采用理论教学与实践教学相结合、线上与线下相结合的教学组织形式，教学中要做到理论联系实际，融知识传授、能力培育、素质提升课程思政教学于一体。教学过程中，结合课程积极践行网络经济学的教育价值观，将个人职业理想与社会担当有机结合。 2. 熟练掌握目前市场上主流的宏观经济学框架和网络经济学基本理论；在系统学习高职层次经济学基础课程主要内容基础上，有机融入网络经济的主要教学专题，实现本课程的素质、知识、能力目标；在理论和课内实训教学中，通过案例剖析，帮助学生运用经济学和管理学的理论和工具，对网络经济运行的基本规律和现实问题进行阐述和分析。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。
3	★市场营销	1. 素质目标：培养在营销实践中运用营销专业知识进行营销实战和管理、树立一切以消费者为中心的营销理念，塑造良好的职业素养。 2. 知识目标：通过本课程的开设，帮助学生全面系统的学习市场营销相关专业知识，掌握市场调研、产品推销、渠道建设、产品促销与	本课程主要包括： 1. 市场营销的基本概念和基本原理、现代市场营销观念的内容。 2. 消费者购买行为包含的内容、消费者购买行为的整个决策过程。 3. 市场营销调研的类型含义和内容、市场营销调研的程序和方法。	1. 要求教师对市场营销的知识有一个系统的理解，有一定的企业营销工作经验，对当前市场前沿知识有一定的了解。能在课程中采用讲授法、讨论法、案例法、课堂展示法和任务驱动法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在多媒体教室进行教

		广告推广和营销策划专业技能，为今后走上工作岗位打下坚实的基础。 3. 能力目标：熟练运用调研工具开展市场调研工作；能对产品进行准确的市场定位和选择目标市场；具备产品策划和渠道建设的能力；能正确运用定价方法、定价策略去占领目标市场，实现企业经营目标；能进行基本的促销活动策划并写出比较规范的促销策划书。	4. 市场细分的概念、依据、原则和方法、目标市场策略和市场定位策略。 5. 产品整体概念及层次构成、产品组合策略、产品生命周期营销策略、品牌策略和包装策略。 6. 营销定价目标、定价方法和定价策略。 7. 分销渠道选择的因素和分销策略。 8. 促销的概念、作用与原则，促销组合的基本策略、常用方法和技巧。	学、主要教学资源为超星教学平台相应课程。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
4	电子商务概论	1. 素质目标：具备社会主义核心价值观、具有依法依规开展电子商务活动的意识、诚信服务意识，积极维护公平商业竞争环境。 2. 知识目标：掌握电子商务基本概念和分类；掌握电子商务功能与特征；了解电子商务的实现要点；熟练掌握电子商务的模式、网上购物的一般流程；掌握网络营销的策略及步骤；理解电子商务物流的作用；了解电子商务客户服务的作用。 3. 能力目标：能在电子商务网站上熟练运用即时通信工具进行沟通；熟悉网上银行业务；能熟练在电子商务网站上完成交易等；能够从网上收集商务信息并有一定辨别真伪信息的能力；能够设计简单的网络营销策划方案；能够为企业选择合适的物流方式；掌握网上开店的流程。	本课程主要包括：电子商务概述、电子商务市场分析、电子商务的其他应用、电子商务安全、网络营销、网络信息搜索、电子支付、电子商务物流、电子商务客户服务等。	1. 教师通过案例分析激发学生学习电子商务专业的兴趣。通过课程思政，帮助学生树立正确的三观，能诚信从事商务活动。 2. 通过系统讲授让学生理解电子商务基本理论、热点及发展趋势。通过案例教学法、体验法，让学生感知电子商务带来的便利并能综合运用理论解决电子商务实际问题，采用超星平台丰富课程教学资源。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
5	商务礼仪	1. 素质目标：通过实际操作演示、理论讲解、模拟场景训练以及实践活动，培养学生懂礼、知礼、行礼的意识，提升学生的个人形象塑造、接待、会面、会议以及餐饮的礼仪规范与基本要求，力求从事商务活动中灵活运用，以此树立良好的个人形象，赢得他人对自身工作的信赖、支持与帮助。 2. 知识目标：掌握商务礼仪的学科性质、研究对象、产生的背景等，特别是要掌握本课程与商务谈判课程的联系，能够在礼仪的相关知识和理念的基础上，掌握商务礼仪的系统知识和技能，建立起牢固的礼尚往来意识，提高商务交往能力。熟悉商	本课程分为四个学习模块，分别是：商务人员的形象塑造、商务接待、商务宴请、商务会议。	1. 教学组织：围绕课程目标组织教学，引导学生遵循商务礼仪的言行规范，构建完善的课程体系及丰富的教学资源；设计在线测试题，运用教学软件，增强在线课堂师生互动。 2. 教学方法：采用示范教学、模拟教学、项目教学等方法。 3. 教学场地：线上学习通平台，线下多媒体教室、形体训练室。 4. 教学资源：以教学视频为中心，配套 PPT、习题测验、讨论、课程资料、题库等资源。 5. 教学评价：采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。 6. 课程思政：帮助学生树立正确的职业道德观，培养良好的服务意识、商务接待意识，熟

		务接待、商务宴请、商务会议的礼仪规范，注重言谈举止。掌握商务礼仪在实际操作过程中注意的要点，能根据不同场景进行形象塑造、语言表达、举止展示，为更好地进行商务磋商奠定良好的基础。 3. 能力目标：能够按照 TORP 原则进行个人形象塑造；能够运用仪容、仪态、语言等礼仪规范进行商务交往；能够按照商务接待工作流程，接待宾客；能够适时地馈赠礼品并传达对他人的礼貌和尊敬；能够按照商务宴请的规范进行宾客的邀约、宴请与礼送；能够根据会议目的策划、组织及实施会议；能够在商务谈判中运用规范的言行举止。		知商务接待的言行规范，培养礼尚往来的交往意识，提升学生的商务交往、待人接物的能力。
6	● 数字营销	1. 素质目标：培养学生的全局视角、洞察眼光、营销思维和数据意识；培养学生诚信意识、服务意识、敬业精神和团队协作精神。 2. 知识目标：在学生掌握市场营销基础知识与理论的基础之上；了解数字营销发展的时代背景及数字营销基本概念；使学生能够在新的商业环境中运用数字营销技术和战略思维方法，适应现代服务业、制造企业、中小型企业市场调查与分析、市场细分与定位、顾客画像、营销传播与决策、产品宣传与促销、新媒体、数据分析与挖掘等数字时代营销岗位工作。培养学生掌握市场调研、网络营销、新媒体营销、电商直播带货、新零售经营、商品及客户运营、营销数据分析等多方面数字营销实战知识。 3. 能力目标：具备数字营销传播多种营销手段的业务实战技能；学会直播电商后台运营的基本操作设置和直播带货任务；了解营销数据分析的概念、重要性和发展趋势，掌握数据分析的主要业务流程。	本课程主要包括：认识数字经济时代的营销学，市场营销环境及消费者购买行为分析，目标市场营销战略制定，数字营销 4P 组合策略，新媒体营销、电商直播带货、营销数据分析等。	1. 要求教师以数字化经济时代背景下的营销管理者技能标准为教学设计依据，采用先进的互动式、情景式、案例式和训练式的混合式教学方法，将先进的数字营销理念和实操工具相结合。 2. 融入营销管理者的职业道德与素养，辅助中国企业优秀的营销案例和企业家故事贯穿于课程，让学生成为一个从知识、能力、素养全方位合格的职业管理者。 3. 课程考核包含过程性和终结性考核两部分。过程性考核占比 50%，终结性考核占比 50%。
7	市场调查与分析	1. 素质目标：本课程以市场调研“四个完整工作过程”为依托，以任务驱动的方式组织实施教学。主要培养学生的团队协作、协调沟通、计划组织、决策和自我管理	本课程主要包括认知市场调研、组建调研团队、界定调研主题与内容、设计调查表、选择调查方式与方法、撰写与宣讲市场调研方案、组织实施市	1. 将立德树人贯穿课程教学全过程，培养学生遵守市场调查的职业道德要求，实事求是，不弄虚作假，形成良好的职业道德素养。 2. 教师以能力为主线、以任务

		等职业素养，为上岗就业做好准备。 2. 知识目标：了解市场调查与分析的基础知识；学会设计市场调查方案；掌握市场调查的基本方法以及在实际工作中的运用；掌握调查资料的整理、分析与预测的基本方法；会撰写市场调查报告。 3. 能力目标：本课程主要培养学生设计市场调研方案的技能、现场组织和收集市场信息的技能、整理分析市场信息的技能和撰写调研报告的技能等“四项专业技能”。	场调研、整理分析调研信息、撰写与提交市场调研报告等项目内容。	引领知识。教学采用课堂讲授、课堂讨论、案例分析等方法，提高学生市场调研的理论素养和实践能力。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
8	★推销技术	1. 素质目标：提高学生的推销技能和职业素养；提高学生良好的沟通能力和组织协调能力；培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队精神；培养学生的敬业精神和创新意识。 2. 知识目标：通过本课程的学习，应当使学生掌握现代推销的基本概念、基本原理、基本方法与技巧，树立起现代推销观念并能在实践中正确运用推销技巧与方法取得推销的成功。掌握制订推销计划的方法，掌握寻找顾客的步骤及方法，掌握约见及接近顾客的方法及注意的问题。掌握介绍与展示产品的原则、方法及需要注意的问题，掌握各种成交方法。 3. 能力目标：能分析指定产品的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征。能寻找顾客并对潜在顾客进行有效评估。能根据顾客的基本情况成功约见和接近顾客。能运用推销谈判的基本理论进行推销洽谈的设计。能根据顾客的实际问题解决顾客异议。能识别成交信号并适时成交。	本课程主要内容包含推销准备、认知顾客、推销洽谈、推销成交和售后服务与管理。	1. 教师组建实践小组，每组 5 人，严格按照人才培养目标与规格进行学习、训练。教学方法为讲授法、案例分析法、小组讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法等。 2. 本课程在多媒体教室进行教学，主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
9	★消费者行为分析	1. 素质目标：通过教学与实训，培养学生发现问题，解决问题和分析问题的能力；培养敬业精神、认真细致和创新能力；养成客观公正与事实求是的工作作风；对立“顾客是上帝”的理念，强化职业道德意识。 2. 知识目标：通过本课程的开设，让学生了解消费者在购买行为中的心理活动过程，针对不同消费者在不同	消费者购买决策的过程；影响消费者行为的心理因素；影响消费者行为的个体和群体特征、外部因素和营销组合策略。	1. 本课程要求教师对消费者行为的知识体系有深入的了解，有一定的企业营销及消费者行为相关工作经验，能熟练的进行消费者行为分析的教学与实训。能在课程中采用讲授法、讨论法、案例法、课堂展示法和任务驱动法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在多媒体教室进行教

		情境下的购买心理,开展产品推销和营销策划活动,进一步丰富学生的营销技能。 3.能力目标:了解消费者购买决策的过程;熟悉影响消费者行为的各种因素;掌握消费者行为研究的各种方法;能运用理论知识分析营销过程中的消费者行为。		学、主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 3.采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。
10	★新媒体营销	1.素质目标:通过本课程的学习,全面培养学生的职业素养和团队精神,打造新媒体营销专业人才。除了储备专业理论知识外,学生还需具备网络敏感度,训练互联网思维,提高策划能力,了解互联网文化,懂得传播规律,关注前沿动态。 2.知识目标:通过新媒体工作流程的推导,内容上覆盖了从事新媒体营销工作岗位所需的知识要点,内容呈现方式符合学生认知规律。通过本课程的教学,学生能比较全面系统地新媒体营销策划、创意、执行和运营层面的相关知识要点。 3.能力目标:通过课堂理论的学习和课外实训项目演练,使学生掌握新媒体营销的基本方法,能创造性地围绕营销目标开展新媒体调研、网络营销、自媒体营销、视频营销、APP 营销等相关活动,提高新媒体营销策划技能。	本课程包括六个教学模块:分别为认识新媒体营销、新媒体营销调研、新媒体营销策划、网络营销与社交媒体营销、论坛营销与知识营销和新媒体营销发展趋势。	1.本课程要求教师对新媒体营销工作流程、工作任务、工作特点等新媒体营销知识理论体系有深入的了解,有一定的新媒体运营和新媒体策划等相关工作经验。教师在在设计课程内容时,要把握新媒体营销课程特点,结合最新行业趋势,将课程内容与思政相结合,赋予专业课程价值引领重任,培养学生的服务意识、劳动意识和职业素养,做好“全员、全过程、全方位”的育人。 2.本课程在多媒体教室进行教学,主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 3.采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。
11	★服务营销	1.素质目标:从创造客户需求、挖掘客户需求到客户价值创造、保护客户投资、为客户提供解决方案、帮助客户成长的一系列的方法,结合实践引导学生使用系统方法,通过研究学习、实践,培养学生服务营销思维、服务意识和整合营销传播的沟通能力,以期提升学生在营销领域生存的技能。 2.知识目标:掌握服务营销的系统知识和技能,建立起牢固的服务意识,提高服务质量和水平。熟悉服务营销的运作特点,能够对服务市场、服务消费行为进行理智分析,不断开拓服务理念创新、学会服务定位。熟悉和了解服务营销中营销策略,着重于服务质量差距模型,识别差距各自的解决方法。	服务导论;服务质量差距模型;顾客对服务的期望;顾客对服务的感知;通过调研倾听顾客;建立顾客关系;服务补救;服务创新与设计;顾客定义的服务标准;有形展示与服务场景;整合营销沟通;服务的定价;服务的财务及经济意义。	1.教学组织:组建实践小组,每组 5 人,严格按照人才培养目标与规格进行学习、训练。 2.教学方法:讲授法、案例分析法、小组讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法等。 3.教学资源:超星平台。 4.教学评价:采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。 5.课程思政:职业素养占到期末总成绩的 10%,包括职业道德和学习态度。

		3. 能力目标：能够解释服务质量差距模型；能够聚焦顾客；能够用服务的五个关键维度分析服务感知；能够调研顾客的服务需求；能够进行简单地服务设计与服务标准的制定；能够进行有形展示与服务场景的设计；能够管理服务需求；能够管理服务承诺；能够评估服务在保留顾客中的作用。		
12	★商务谈判	1. 素质目标：培养学生极强地商务洽谈能力、分析决策能力；良好的职业道德；正确的从业心态；精诚的团队合作；优雅的商务礼仪。 2. 知识目标：了解商务谈判的基本知识、基本技能、组织与管理；掌握商务谈判各阶段的基本原则、一般流程、常用策略、处理技巧以及商务合同的起草和签订。 3. 能力目标：能熟练运用各项技能组织安排商务谈判；具备在规定时间内按照要求完成撰写商务谈判计划书和商务谈判实施操作的能力。	本课程是技能抽查重要模块——商务谈判的强化训练，宗旨是通过本课程的训练，让学生熟练掌握市场营销专业技能抽查中“商务谈判”模块的具体操作。任务包括：撰写谈判计划、谈判开局、报价、磋商、僵局处理、合同签订及谈判结束等各阶段的实施操作。培养学生语言精准、口齿清晰；表情丰富、仪态大方；思维敏捷、魅力感染；具有较强的分析判断的能力；谈判计划撰写的能力；谈判实操灵活应对的能力；团队分工协作的能力，为顺利通过技能抽查打下扎实基础。	始终保持政治觉悟，维护对外贸易谈判的国家利益。要求教师充分理解技能抽查中商务谈判模块的标准、题库。严格按照要求进行强化训练，并且结合学生的理论基础，逐步开展任务分解训练和综合训练。能针对不同学生的情况进行针对性的指导。最终达到学生商务谈判能力提高的效果，尤其是显著提高技能抽查相关模块的实操能力。 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
13	客户关系管理	1. 素质目标：培养学生具有强烈的社会责任感、良好的职业道德、正确的从业心态、良好的团队合作精神。 2. 知识目标：了解客户关系管理基础理论、各种客户管理技巧、数据管理与搜集、客户关系管理软件系统、客户关系管理在典型行业的应用。 3. 能力目标：使学生能够树立重视客户资源的管理思想，掌握目标客户的分析方法，客户管理理论，处理客户异议以及客户投诉的技巧。	客户关系管理概述；什么是优质的客户服务；分析目标客户；沟通客户需求；处理客户投诉；培育忠诚客户；管理客户关系。旨在培养学生对于客户关系管理的全面认知，为从事客户相关工作打下扎实理论基础。	1. 本课程要求教师对客户关系的知识有深入的了解，有一定的企业营销及客户服务相关工作经验，能熟练的进行客户关系管理的教学与实训。能在课程中采用讲授法、讨论法、案例法、课堂展示法和任务驱动法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在多媒体教室进行教学、主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
14	零售管理	1. 素质目标：提高学生的职业技能和职业素养；提高学生的实践能力；培养学生的团队合作精神和创新意识。 2. 知识目标：通过该门课程的学习，系统掌握零售学领域的一些基本知识和发展动态，熟悉并掌握零售最新概念和理论，商店管理的基本知识和实际运作，掌握零售战略与组织，包括零售业、零售商、零售环境、顾客的	本课程包括零售领域商品和商店管理的策略、组织设计、人员管理、商店选址、采购管理、价格管理、促销管理和服务管理的基本实践知识。	1. 将立德树人贯穿课程教学全过程，培养学生遵守市场调查的职业道德要求，实事求是，不弄虚作假，形成良好的职业道德素养。 2. 通过理论和实践相结合的授课形式，使学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态，最新零售业概念和理论，商场管理的基本知识和实际运作，深入分析零售管理的热点问题，增强学生的分析问题和

		购买行为的分析；包括商品的管理和商店的管理、连锁经营管理等。 3. 能力目标：使学生可基本掌握零售领域商品和商店管理的策略、组织设计、人员管理、商店选址、采购管理、价格管理、促销管理和服务管理的基本实践知识，提高学生的实践能力，同时可提高市场营销专业素质，培养学生的综合能力。		解决问题的能力。 3. 本课程在多媒体教室进行教学，主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 4. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
15	营销策划实训	1. 素质目标：通过本课程的学习，培养学生独立思维的能力，团队协作的能力、方案撰写与实施的能力。 2. 知识目标：了解促销和广告策划对于营销的重要性，理解促销和广告策划方案的撰写原则与要求，能进行基本的促销和广告方案设计，能独立撰写促销和广告策划方案，并且有可操作性，能适当的运用到营销工作中。 3. 能力目标：该课程是市场营销专业核心课程，通过本课程的开设，帮助学生更全面的学习促销和广告专业知识，掌握促销与广告策划专业技能，能独立撰写策划方案，为今后走上工作岗位打下坚实的基础。	促销和广告方案的框架；促销和广告方案的撰写方法与技巧；材料中需要注意的小点一定要在方案中体现出来；策划方案的行文风格等一定要规范。	1. 本课程对教师和学生要求都较高。要求教师能很好的控制课堂，采用讨论法案例法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在电脑机房进行教学、主要教学资源为省技能考核题库中促销与广告策划模块。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
16	谈判与推销实训	1. 素质目标：培养学生极强地商务洽谈能力、产品推销能力、分析决策能力；良好的职业道德；正确的从业心态；精诚的团队合作；优雅的商务礼仪。 2. 知识目标：了解商务谈判的基本知识、基本技能、组织与管理；掌握商务谈判各阶段的基本原则、一般流程、常用策略、处理技巧以及商务合同的起草和签订。熟悉寻找顾客、约见顾客、接近顾客的方法与策略，掌握产品推销的主要策略，掌握各种成交方法，有效地留住顾客。 3. 能力目标：能熟练运用各项技能组织安排商务谈判；具备在规定时间内按照要求完成撰写商务谈判计划书和商务谈判实施操作的能力。熟练运用推销的方法与技巧，具备在规定时间内按照要求完成撰写推销方案和推	本课程是技能抽查重要模块——商务谈判和产品推销的强化训练，宗旨是通过本课程的训练，让学生熟练掌握市场营销专业技能抽查中“商务谈判”模块和“产品推销”的具体操作。任务包括：撰写商务谈判计划书、谈判开局、报价、磋商、僵局处理、合同签订及谈判结束等各阶段的实施操作。产品推销包括制订推销计划，寻找顾客，约见及接近顾客，介绍与展示产品、各种成交方法等。培养学生语言精准、口齿清晰；表情丰富、仪态大方；思维敏捷、魅力感染；具有较强的分析判断的能力；谈判计划撰写的能力；谈判实操灵活应对的能力；团队分工协作的能力，为顺利通过技能抽查打下扎实基础。	要求教师充分理解技能抽查中商务谈判模块和产品推销模块的标准、题库。严格按照要求进行强化训练，并且结合学生的理论基础，逐步开展任务分解训练和综合训练。能针对不同学生的情况进行针对性的指导。最终达到学生商务谈判能力和产品推销能力提高的效果，尤其是显著提高技能抽查相关模块的实操能力。 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

		销实施操作的能力。		
17	信息采集技术	1. 素质目标：培养学生的分析问题能力、文字撰写能力及熟练使用相关办公软件的能力。 2. 知识目标：掌握设计调研方案、编写调研问卷及撰写调研报告的方式方法，并熟悉以上三种任务的要求。 3. 能力目标：具备在规定时间内按要求分别完成设计调研方案、编写调研问卷及撰写调研报告三种任务的能力。	设计调研方案(按照技能抽查要求)；编写调研问卷(按照技能抽查要求)；撰写调研报告(按照技能抽查要求)。	1. 本课程对教师和学生要求都较高。要求教师能很好的控制课堂，采用讨论法案例法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在电脑机房进行教学、主要教学资源为省技能考核题库。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
18	产品推广实训	1. 素质目标：培养学生极强的沟通能力、应变能力；良好的职业道德；正确的从业心态；精诚的团队合作；优雅的商务礼仪。 2. 知识目标：了解产品推销的基本知识、基本技能；掌握产品推销的一般流程：推销准备、寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、异议处理；消费者心理的分析判断；推销方法以及异议处理技巧；了解最新的互联网推销手段。 3. 能力目标：能熟练运用各项技能实施产品推销；具备熟记产品功能、价值、优势等信息的能力；撰写产品推销方案的能力以及实施推销的能力。	本课程主要依据市场规律以及产品推销基本流程，结合技能抽查的标准和要求，将实训的内容设计为完成一个真实的产品推销过程，分阶段任务包括：选择推销产品、熟悉产品特点、寻找推销顾客、接近推销顾客、实施推销洽谈顾客异议处理等。通过让学生亲身体验产品推销的实践运作，了解真实的产品推销过程。培养学生语言表达、心理分析、灵活应变的产品推销和方案撰写的综合能力。	要求教师充分结合产品推销理论知识、市场实际以及技能抽查的标准和要求，依照产品推销的要求和流程，指导学生分组完成真实的产品推销。能针对不同小组、不同推销产品(含服务)的具体情况进行针对性的指导。最终达到学生产品推销能力显著提高的效果。同时，兼顾提高技能抽查相关模块的实操能力。实训过程中，遵守国家相关法律法规，坚决抵制三无产品 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
19	促销策划实训	1. 素质目标：提高学生的职业技能和职业素养；提高学生的实践能力；培养学生的团队合作精神和创新意识。 2. 知识目标：理解促销策划对于营销的重要性，掌握促销的相关知识和促销策划的技巧等。 3. 能力目标：能进行促销策划方案的撰写与简单实施。	促销策划的概念与意义；促销工具选择与促销技巧；促销策划方案的撰写与实施方法。	1. 本课程对教师和学生要求都较高。要求教师能很好的控制课堂，采用讨论法案例法等教学方法教学，切实提高课堂教学效果，同时发挥严谨细致的工作作风。 2. 本课程在电脑机房进行教学、主要教学资源为省技能考核题库。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
20	毕业设计	1. 素质目标：培养严肃认真的科学态度、严谨求实的工作作风和良好的职业道德。 2. 知识目标：巩固和深化所学专业基础知识，培养综合运用所学专业基础知识解决岗位实际问题的能力，进一步增强就业能力和岗位适应能力。 3. 能力目标：拓宽知识面，掌握文献检索、资料查询、市场调研的基本方法并能独	本课程主要包括选题；下发任务书；中期检查并修改完善；定稿与上传；毕业设计答辩；毕业设计有关材料整理与总结。	指导教师下达毕业设计任务书学生以此开展毕业设计，毕业设计内容应当能解决现实存在的问题，能结合所学的基础知识、专业知识以及基本技能以及岗位实习的实践等。要求思路清晰、语言通畅，不得剽窃他人作品，考核以最终学生提交的毕业设计作品与答辩作为课程评价。 毕业设计实施过程：70%，毕业设计答辩：30%。

		立通过各种途径获取新信息。巩固和深化所学专业知 识，培养综合运用所学专业 知识解决岗位实际问题的能 力，进一步增强就业能力和 岗位适应能力。		
21	岗位 实习	1. 素质目标：培养艰苦创业 精神和社会责任感，形成热 爱专业、热爱劳动的良好品 德。 2. 知识目标：通过实习，做 到理论联系实际，将书本知 识与具体业务相结合，增强 学生对市场营销业务的感性 认识，以提高他们分析问题 和解决问题的能力。 3. 能力目标：预演和准备就 业。找出自身状况与社会实 际需要的差距，并在以后的 学习期间及时补充相关知 识，为求职与正式工作做好 充分的知识、能力准备。	本课程内容综合性实践性 内容，主要是学生到实习单 位进行顶岗学习实践。	1. 在企业导师指导下完成岗 位实习工作岗位任务，并在 完成蘑菇丁签到、写实习周 记和实习总结等工作。鼓励 学生发扬工匠精神，培养吃 苦耐劳、踏实工作的习惯。 2. 采用项目教学法指导学 生完成工作中各项具体任 务。 3. 采取过程性考核，占比 为100%。

说明：标★为本专业核心课程、标●为专业群共享课程

2. 选修课

表 7 选修课（含专业选修课）课程说明

序 号	课程 名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	大学 美育	1. 素质目标：具有高尚的情 操、健全的人格、良好的审 美情趣；具有正确的审美观 ，对美的事物的感受力、鉴 赏力、创造力，具有在审美 欣赏活动和审美创造活动中 陶冶情操、完善人格进行自 我教育的自觉性。 2. 知识目标：掌握基本的艺 术审美概念、理论、特点、 规律；掌握各类艺术作品的 正确的审美方式及鉴赏方 法；掌握有序的把握审美理 论、艺术鉴赏和艺术实践的 序列性，理论与实践相结合。 3. 能力目标：能了解、吸纳 中外优秀艺术成果，理解并 尊重多元文化；发展形象思 维，培养创新精神和实践能 力；提高感受美、表现美、 鉴赏美、创造美的能力，促 进德智体美全面和谐发展。	1. 美育概念、基本类型、中 国传统美学精神、人格美等 美学理论相关知识及赏析； 2. 诗歌、小说、散文等文学 作品的相关知识及赏析； 3. 建筑、书法、绘画等艺术 作品的相关知识及赏析； 4. 音乐、舞蹈、影视、西方 戏剧、中国戏曲艺术的相关 知识及赏析。	1. 课程思政：将思政融入全 课程的教育理念，将美育所 蕴含的优秀传统文化教育元 素融入课程，引导学生了解 社会主义核心价值观，以实 现大学生精神成人并使其行 动回归理性这一目标； 2. 教学方法：以“教师主导 、学生主体”为教学理念， 采取讲授法、案例教学法、 多媒体教学法等多种教学方 法与艺术赏析活动同步进 行。采用线上与线下相结合 的教学组织形式，理论讲述 与艺术鉴赏相结合，校内学 习与校外艺术实践相结合， 引导学生从各艺术门类的形 式特点深度理解和鉴赏艺术 作品； 3. 评价及考核：采用过程性 考核与终结性考核相结合的 考评方法，即课程总成绩由 平时学习过程，平时作业及 期末考试的实际情况，综合 艺术实践环节考核三部分形 成。其中过程性考核占 50%， 终结性考核占 50%。
2	中华 优秀	1. 素质目标：强化文化主体 意识，培养文化创新意识；	1. 导读中国古代思想文化代 表典籍，如“《论语》精读” “《资	1. 课程思政：充分体现课程 思政理念，融入育人理念， 教学

	传统文化类	增强传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。 2. 知识目标：熟悉以戏曲、书法、篆刻、剪纸等中华优秀传统文化艺术的特点和内涵；熟悉中国古代思想文化的重要典籍，理解中华优秀传统文化的精髓；理解中华优秀传统文化实现创造性转化、创新性发展的重要性和实施途径。 3. 能力目标：提高对中华优秀传统文化的自主学习和探究能力；具备辩证看待中华优秀传统文化当代价值的能力；具备正确把握中华优秀传统文化与中国化马克思主义、社会主义核心价值观的关系的能力。	治通鉴》导读”等； 2. 了解国粹经典，如“中国戏曲·昆曲”“中华优秀传统文化之戏曲瑰宝”等； 3. 传统民间艺术，如“中国民间艺术的奇妙之旅”“通榆年画”等。	中要从传统文化知识拓展到传统文化的发展、保护与传承，使学生领悟到中华优秀传统文化之美以及对发扬传承文化的使命感，同时引导学生思考在传统文化在现代化进程中应该如何实现创新和转化。 2. 教学方法：以学生为主体，教师做引导，通过在线自主学习、课堂知识传授、作品赏析、课堂讨论、小组作业等教学形式，结合实地参观（博物馆、美术馆、艺术展览）、学生艺术展（节）、剪纸等创作大赛等活动，引导学生感受中华优秀传统文化的魅力。 3. 评价及考核：采取过程性考核与期末终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占60%，期末考核占40%。
3	双创教育类	1. 素质目标：培养正确的创业意识和创业目标；培养创新思维和创业素质。 2. 知识目标：了解创业基本问题；熟悉创业条件及流程；掌握坚实的通识性创业基础理论。 3. 能力目标：具备识别创业机会的基本能力；具备撰写商业计划书的基本能力；具备发掘创业资源的基本能力；提高社会责任感。	1. 创新思维，如“创新思维训练”“整合思维”等； 2. 创业理论，如“创新创业基础”“创业法学”等； 3. 创业实践，如“商业计划书制作与演示”“创业管理实战”等。	1. 课程思政：课程要注重理论与实践相结合，加大实践教学比重，丰富实践教学内容，改进实践教学方法，激励学生创业实践，增强创业教育教学的开放性、互动性和实效性。 2. 课程以学生为主体，教师做引导，采取在线自主学习、课堂知识传授、课堂讨论、小组作业、课外实践等教学形式，结合商业计划书撰写比赛、创业点子比赛等活动，引导学生积极参与创业实践，从做中学。 3. 评价及考核：采取过程性考核与期末终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占60%，期末考核占30%，实践考核占10%。
4	党史\新中国史\改革开放史\社会主义发展史	1. 素质目标：具备锐意进取、永不懈怠的精神状态；具备民族自尊心、自信心和自豪感。 2. 知识目标：了解“四史”教育的背景；熟悉中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史；掌握建立红色政权、中国特色社会主义、中华民族富起来强起来的意义；掌握中国特色社会主义对世界社会主义运动的重要贡献。 3. 能力目标：能够树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观。	1. 中共党史：突出“复兴”主题，把党的百年奋斗史和中华民族复兴史结合起来，阐释好“没有中国共产党，就没有新中国，就没有中华民族伟大复兴”的道理； 2. 新中国史：突出“发展”主题，重点讲好中华民族站起来、富起来、强起来的历史过程，讲好新中国成立以来取得的伟大成就； 3. 改革开放史：突出“创新”主题。让学生理解改革开放成功的秘诀； 4. 社会主义发展史：突出“信仰”主题，让学生理解社会主义必然战胜资本主义的历史必然性，更加坚定“四个自信”。	1. 课程思政：采取理论教学与实践教学相结合教学模式。以思想政治教育为引领，促进学生的专业学习，培养德才兼备的人才。 2. 教学方法：学生在“四史”中选择一门进行学习，理论课时主要由学生在超星学习通平台上完成相应学习任务，教师根据教学内容布置实践任务并指导学生完成。 3. 评价及考核：考核采用过程性考核与终结性考核相结合，重点考查学生理论联系实际，分析问题和解决问题的能力。课程的总成绩由平时考核和期末考试两部分组成，平时成绩占50%，期末考试成绩占50%。
5	汽车文化	1. 素质目标：培养学生的自信和胆量，让学生初步具备	汽车的起源与发展；汽车的造型与色彩；世界著名汽车公司	1. 课程要求教师能运用丰富的教学手段，通过大量的媒体资

	与营销	汽车行业从业人员的基本职业素养及较强的团队合作意识。 2. 知识目标：熟悉汽车的发明和发展过程，辨识国内外著名汽车品牌、了解汽车的发展趋势和方向，掌握基础的汽车销售知识。 3. 能力目标：具备识别各类汽车，能区别各著名汽车公司、名人、品牌与车标含义的能力，及拥有基础的汽车销售能力。	品牌及标志；汽车的未来；汽车娱乐和赛车运动；汽车销售基础。旨在让学生了解汽车文化，并接触汽车营销基础知识。	源（视频、图片等），增强课堂的趣味性，培养学生对于学习汽车及相关知识的兴趣，调动学生的学习积极性和主动性。 2. 本课程在多媒体教室进行教学、主要教学资源为超星教学平台相应课程和知微知库平台相应课程。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
6	个人理财	1. 素质目标：树立正确的理财价值观念，建立理财思维。通过本课程学习，帮助学生树立正确的理财价值观念。掌握基本的理财知识，提高理财素养。通过货币时间价值、投资的风险价值、家庭财务状况分析与诊断等，提升理财素养。熟悉典型的理财工具和理财规划内容，具备理财技能。 2. 知识目标：掌握个人理财的基本理论；掌握货币时间价值理论、财务管理知识；掌握家庭现金和消费信贷知识、投资规划基础知识、居住规划知识、教育投资知识、保险知识、税务筹划知识、退休规划知识。 3. 能力目标：课程根据个人和家庭的生命周期来学习如何配置银行理财产品、证券理财产品、保险理财产品、实物理财产品等典型的理财工具，通过案例分析与实训实操来掌握理财技能。	本课程主要包括个人理财前导知识；个人理财概述；个人储蓄及信贷理财；个人银行理财产品理财；个人证券理财；个人保险理财；个人房地产理财；个人教育理财；个人退休养老理财；个人所得税筹划。	1. 在内容育人方面，结合投资品种、家庭理财课程内容培养学生理性投资、注重风险的投资观，积极践行投资者教育价值观，将个人职业理想与社会担当有机结合。在方法育人方面，通过案例法、讨论法、讲授法等，将家庭理财案例融入教学等环节，帮助学生客观认知、正确看待宏观变化、行业发展。在实践育人方面，借助开展参加国家投资者活动等实践教学环节，帮助学生养成独立思考、严谨细致的投资态度，培养学生正确的投资态度。 2. 在教学中，强调以学生为主体而以教师为主导，改变过去以教师为中心的教学模式，注重学生自主学习和应用能力的培养，教学方法要灵活多样，充分调动学生学习的积极性，激发学生的学习动机，最大限度地让学生参与学习的全过程；教学中教师做好榜样，努力营造人人知礼、行礼以及讲究仪容、仪表、仪态的氛围；理论联系实际，灵活组织教学，力求讲解生动，内容实用；鼓励学生将所学到的礼仪知识融于日常生活中，灵活运用。 3. 采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
7	公共关系实务	1. 素质目标：通过教学，培养学生的公关意识和服务意识，养成良好的职业素养，提升团队合作精神。 2. 知识目标：让学生了解公共关系在组织中的作用和地位，掌握公共关系的基本原理，了解公共关系工作的基本方法和技巧，为未来工作打下基础。 3. 能力目标：学生能够按照公关工作程序进行公关工作	本课程分为五个模块：分别是全面认识公共关系、掌握公共关系工作程序、整合公共关系传播、开展公共关系专题活动和处理危机公关。通过紧密联系公共关系工作实际，培养学生公关沟通协调能力和团队协作能力。	1. 本课程要求教师根据公共关系基本原理和基本方法，以实际工作任务为主线，以加强公共关系实际操作能力的培养为原则，坚持理论讲授、案例分析、学生实践相结合。采用任务驱动、案例讲解、小组讨论等教学方法，提高学生的积极性和主动性，培养学生分析问题、解决问题的能力。 2. 本课程在多媒体教室进行教学，主要教学资源为超星教学

		调研、公关策划、公关活动的实施和评估,并根据实际工作需要协调组织与内外公众之间的关系,举办常见公关专题活动。		平台相应课程和中国大学慕课。 3.采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占50%,终结性考核占50%。
8	品牌管理	1.素质目标:本课程通过借助分析品牌的作用,增强学生的社会责任感和参与意识。帮助学生树立品牌意识、讲好中国品牌故事、树立中国品牌形象、提高中国品牌认知度。 2.知识目标:通过本课程的教学,学生能比较全面系统地掌握品牌的基本理论、基本知识和品牌管理方法,充分认识在经济全球化背景下品牌管理的重要性。 3.能力目标:通过课堂学习,要求学生掌握品牌管理的基本方法,理解品牌管理的基本概念、特点、内容、原则,学会创造性地围绕市场营销目标开展品牌形象、品牌资产、品牌战略等方面的品牌管理活动。	本课程包括五个教学模块:分别为认识品牌管理、产品品牌管理、品牌系统管理、品牌资产管理、品牌管理新趋势。	1.任课教师自行编制课程章节教学内容、PPT、教案、习题库、学习任务单等。采用课前任务发布、课堂讲授、互动讨论、小组课后实践等多元化的教学模式。以立德树人为根本任务,将专业知识与思政元素深度融合,把思想价值引领贯穿在教育教学全过程,引导学生弘扬爱国主义精神、科学精神、奋斗精神、工匠精神,自觉担当青春使命,达到良好教学效果。 2.本课程在多媒体教室进行教学,主要教学资源为超星教学平台相应课程和中国大学慕课。 3.采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占50%,终结性考核占50%。
9	直播营销	1.素质目标:提高学生的创新意识和创业精神;增强学生学习自信和主动性。 2.知识目标:直播营销的整体设计、直播营销的目的分析。 3.能力目标:能够进行产品分析、用户分析及设定营销目标;能按照老师的指导,积极做好事先预习,事后复习;能按照老师的指导,上课积极参与讨论,尝试开通微博做一些商业运营方面的工作;总结每次课程所学的知识点。	本课程包括5个模块:直播营销的整体思路、策划筹备、直播执行、后期传播和效果总结。	1.教学组织:构建完善的课程体系及丰富的教学资源;设计在线测试题,运用教学软件,增强在线课堂师生互动。 2.教学方法:采用任务驱动、案例分析、项目教学等方法。 3.教学场地:线上学习通平台、直播平台与线下多媒体教室。 4.教学资源:以教学视频为中心,配套PPT、习题测验、讨论、课程资料、题库等资源。 5.教学评价:采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法,其中过程性考核占50%,终结性考核占50%。 6.课程思政:帮助学生树立正确法治观念,培养良好的职业道德意识,了解掌握直播营销领域的法律法规和相关政策,树立正确的互联网价值观,培养诚信敬业、德法兼修的职业素养。
10	跨境电商商务	1.素质目标:增进跨境电商职业素养,提升团队合作意识与责任担当精神,尊重不同国家消费习俗。能换位思考,具备吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。 2.知识目标:掌握跨境电商定义、跨境电商特征及职业素养;了解不同类型跨境电商类型、主流跨境电商进出	本课程教学内容包括:跨境电商职业认知、跨境电商政策与法律、跨境电商境外传统与新兴市场分析、跨境电商出口平台选择、跨境电商出口产品选品、跨境电商出口平台操作、跨境电商出口客户服务、跨境电商不同进口模式及其对比。	1.教师通过超星平台网络平台,将学习效果数据化,对学生成果做到及时反馈并且及时对教学内容进行调整优化。讲授跨境电商从业人员需要具备的职业素养、职业精神过程中,注重课程思政,帮助他们将知识、技能内化为行动指南,提升自我修养。 2.主要通过讲授法、讨论法、

		口平台的特点；了解跨境电商政策总体概况及相关法律法规政策；了解不同国家跨境电商市场情况和国外买家的购买心理与习惯；掌握跨境电商出口产品不同选品维度和选品方法；掌握跨境电商实训软件的操作方法；掌握客户服务职责与沟通模板；掌握我国跨境电商进口的不同模式及其特点。 3. 能力目标：能根据不同国家消费者的特点进行选品、运营与推广。提升创新能力、实践能力和独立思考能力。		启发法、任务驱动法等方法进行。通过翻转课堂形式，加强学生学习的主动性，引导学生创造性的思维。通过课堂汇报与演练，引导学生进行独立思考，利用理论知识进行实际问题的解决。 3. 课程采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
11	商务文书写作技巧	1. 素质目标：适应互联网经济与服务发展需求，培养学生认真细致的工作态度，良好的职业道德。 2. 知识目标：能够明确常用商务文书的特点、使用条件、写作方法及写作要求，提高应用文的写作能力，为后续课程与就业打下基础。 3. 能力目标：具备从事经营、管理、策划等工作所需的各项商务文书写作能力。	本课程教学内容包括：商务文案写作基础、商务行政公文、商务业务文案、商务策划文案、商务广告文案、商务公关文案、商务契约文案、商务招聘、求职文案	1. 本课程采用理论与实践相结合的讲授法，以范文选读、知识精讲、课堂训练为顺序进行教学。 2. 在实训环节中，采用选择题、判断题、习作、说作文、修改、情景模拟、实务操作等多种形式进行，以激发学生的写作热情。 3. 课程采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
12	沟通技巧	1. 素质目标：具备良好的沟通能力和沟通态度；具备得体的行为习惯； 2. 知识目标：了解人际关系的概念、种类、模式；熟悉沟通的策略；掌握语言沟通和非语言沟通的规范； 3. 能力目标：能够在对客服务中营造良好的沟通氛围；能够运用沟通技巧创造积极印象。	1. 倾听 2. 交谈 3. 肢体语言 4. 对客服务沟通训练 5. 求职面试沟通训练	1. 将立德树人贯穿课程教学全过程，深入挖掘课程思政元素。 2. 教师可根据不同的教学内容采用讲授法、媒体展示法、示范教学法等教学方法。 3. 为了更全面考核学生的学习情况，课程考核采取过程性评价和终结性评价二部分。具体考核评定方式如下： 过程性评价成绩：50%，终结性评价成绩：50%。

七、教学进程总体安排

表 8 2023 级 市场营销专业教学进程表

课程性质	课程类别	课程序号	课程编码	课程名称	课程类型	学分	课时数		年级/学期/周数/周学时						考核方式		备注	
							总课时	其中	一年级		二年级		三年级		考试	考查		
									理论学时	实践学时	1 20周	2 20周	3 20周	4 20周				5 20周
必修课	公共基础课	1	600001	军训	C	2	112	0	112	2周						√	实训	
		2	600002	军事理论教育	B	2	36	8	28	8						√	1周	
		3	600003	安全知识教育	B	1	16	4	12	4	网络学习 12 课时						√	1周
		4	600004	专业认知教育	B	1	16	4	12	4	参观企业、实训室 12 课时						√	1周
		5	600005	思想道德与法治	B	3	48	36	12	3						√		16周
		6	600006	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	32	26	6		4					√		16周
		7	600018	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	48	36	12	3						√		16周
		8	600007	形势与政策	B	1	48	36	12			4	4	4		√		3周
		9	600008	心理健康教育与指导	A	2	32	32								√		16周
		10	600009-1 600009-2	实用英语(1)(2)	B	8	128	64	64	4	4					√		16周

专业（技能）课	11	600010-1 600010-2	体育(1)(2)	B	6	108	18	90	2	2	体育活动 2 学分			✓		18周
	12	600011-1 600011-2	职业生涯规划与就业指导(1)(2)	B	2	32	16	16	4			4			✓	2周
	13	600012	创业基础与创新实践	B	2	32	8	24			4				✓	2周
	14	600013	信息技术	B	3	48	24	24							✓	16周
	15	600014	劳动教育	B	1	16	2	14	实践			2			✓	1周
	16	600016	大学语文	B	2	32	16	16	2						✓	16周
	17	600017	经济数学	B	2	32	16	16	2						✓	16周
	小计				43	816	346	470								
	1	5621106	管理学基础	B	3	48	32	16	3						1	16周
	2	5621101	经济学基础	B	2	32	24	8	2						1	16周
	3	5621604	★市场营销	B	3	48	32	16		3					2	16周
	4	5621110	电子商务概论	B	3	48	32	16		3					2	16周
	5	5621606	商务礼仪	B	3	48	32	16		3					2	16周
	6	5621118	●数字营销	B	3	48	32	16			3				3	16周
	7	5621102	市场调查与分析	B	3	48	32	16			3				3	16周
	8	5621608	★推销技术	B	3	48	24	24			3				3	16周
	9	5621114	★消费者行为分析	B	3	48	32	16			3				3	16周
	10	5621609	★新媒体营销	B	3	48	32	16				3			4	16周
	11	5621610	★服务营销	B	3	48	32	16				3			4	16周
	12	5621611	★商务谈判	B	3	48	32	16				3			4	16周
	13	5621112	客户关系管理	B	3	48	32	16				3			4	16周
	14	5621613	零售管理	B	3	48	32	16				3			4	16周
公共选修课	15	5621614	营销策划实训	C	4	64	0	64				8			5	8周
	16	5621615	谈判与推销实训	C	4	64	0	64				8			5	8周
	17	5621616	信息采集技术	C	4	64	0	64				8			5	8周
	18	5621607	产品推广实训	C	2	32	0	32	2周						2	2周
	19	5621612	促销策划实训	C	2	32	0	32		2周					3	2周
	20	600066	毕业设计	C	4	96	0	96				✓	✓		6	
	21	600077	岗位实习（含劳育与双创教育实践5学分）	C	18	432	0	432				✓	✓		6	不少于6个月
	小计				79	1440	432	1008	5	9	12	15	24			
选修课	1	610001	艺术类课程（大学美育）	B	2	32	16	16								
	2	610002	中华优秀传统文化类课程	B	2	32	16	16								
	3	610003	双创教育类课程（或工匠精神类课程）	B	2	32	16	16								
	4	610005	党史/新中国史/改革开放史/社会主义发展史	B	2	32	16	16								
	小计				6	96	48	48		2	2	2			2\3\4	
	1	5621617	汽车文化与营销	B	2	32	16	16				2			4	16周
	2	5621417	个人理财	B	2	32	24	8	2						2	16周
	3	5621618	公共关系实务	B	3	48	32	16		3					3	16周
	4	5621619	品牌管理	B	3	48	32	16		3					2	16周
	5	5621620	直播营销	B	3	48	24	24			3					16周
	6	5621119	●跨境电子商务	B	3	48	32	16				3			4	16周
	7	5621622	商务文书写作技巧	B	2	32	16	16	2							16周
	8	5621624	沟通技巧	B	2	32	16	16	2							16周
	专业选修课最少应修学分及学时				16	256	160	96								
	小计/课时				22	352	208	144								
	总计				144	2608	986	1622								

说明：本专业的专业选修课应主要为群内其他专业的专业（技能）课；标★为本专业核心课程、标●为专业群共享课程。

八、实施保障

（一）教师团队基本要求

表9 教学团队基本要求

项目	要 求
教师总数	专任教师的生师比不高于 25: 1（不含公共课教师）
专兼职教师比	按 7: 3 配备专、兼职教师，兼职教师应主要来自于行业企业
双师素质结构	教学团队双师素质要求达到 90%，获得职业技能证书的比例达到 80%以上，中青年专任教师

项目	要 求
	近 3 年必须到企业任职 4 个月以上
骨干教师	骨干教师占教师总数的 25%以上，骨干教师要求能主讲 2 门及以上专业课程，其中至少 1 门为专业核心课程；至少带 1 名青年教师
专业（群）带头人	实行双带头人（专职兼职带头人各一人），专业带头人原则上应具有高级职称，熟悉行业企业的最新技术动态，把握专业发展方向，具备较强的专业水平和专业能力，能够带领教学团队完成专业建设、课程建设与教学改革等工作； 专业群带头人应在省内或行业内具有较大影响，原则上具备正高级职称并能够牵头取得 1 项以上省级标志性成果
年龄结构	老中青教师比为 2：4：4
科研要求	教学团队中的教师至少有一项校级以上的科研课题
教师储备要求	建立一个与教学团队人数相当的教师库
学历或职称	任课教师具备本科及以上学历；专任教师中具有硕士学位的教师比例达到 70%以上，专任教师职称要求中、高级达到 55%，其中高级职称教师不少于 30%
师德师风 教学能力	符合新时代高校教师职业行为准则与规范。具有较强的语言表达能力；具有较丰富的教育教学知识；具备专业课程的教学能力和实践教学指导能力，具有开拓创新的精神；能够立足行业企业岗位进行课程开发的能力；能从事、承担本专业核心课程及相关专业教学任务；能够将学生的思想道德教育融入到教学全程
专业经验	专任教师具有半年以上企业挂职；对行业企业的工作岗位都有较充分的了解；熟悉行业企业工作岗位流程和典型工作任务

（二）教学设施

主要包括专业教室、实训室和校外实训基地。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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. 校内实训室（基地）应达到的基本要求

表 10 市场营销专业校内实训室（基地）应达到的基本要求

序号	实训室名称	主要设备	工位	主要实训项目	相对应课程名称	要求
1	信息采集实训室	PC 50 台、投影仪	市场调查员	调研问卷设计、调研方案设计、调研报告撰写	信息采集技术	生均仪器设备值 ≥ 4000 元；生均实训场地面积 ≥ 5.3M ² ；实训项目开出绿 100%；设备完好率 ≥ 95%
2	产品推销实训室	20 多个种类日用品、PC 50 台、投影仪	推销员	产品推销方案撰写、推销实操	推销技术	
3	商务谈判实训室	PC 50 台、投影仪	商务代表	商务谈判预案撰写、小组谈判实操	商务谈判	
4	广告策划实训室	PC 50 台、投影仪	市场营销专员	广告策划文案撰写	营销策划实训	
5	产品促销实训室	PC 50 台、投影仪	促销员	产品促销方案撰写	促销策划实训	

3. 校外实训基地应达到的基本要求

表 11 市场营销专业校外实训基地应达到的基本要求

序号	实训基地名称	工作（实训）岗位	主要实训项目	相对应课程名称	要求
1	晚安家居实训基地	专业销售、市场推广、客服人员	校企合作，岗位实习	市场营销、客户关系管理、产品推广实训等	每个专业至少建立 5 个及以上有一定规模、每年至

序号	实训基地名称	工作（实训）岗位	主要实训项目	相对应课程名称	要求
2	保险公司实训基地	专业销售、保险业务员、客服人员	校企合作，岗位实习	市场营销、客户关系管理、推销技术等	少能接受 10 名以上学生岗位实习的校外实训基地；每个专业群有深度合作企业 6-10 家
3	苏宁易购实训基地	专业销售、网络运营、客服人员	校企合作，岗位实习	市场营销、数字营销、客户关系管理等	
4	天虹商场实训基地	专业销售、网络主播、客服人员	校企合作，岗位实习	市场营销、直播营销、客户关系管理等	
5	湘茶高科技实训基地	专业销售、市场推广、客服人员	校企合作，岗位实习	市场营销、客户关系管理、零售管理等	

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字资源等。

1. 教材

教材选用基本要求：专业课、专业选修课教材选用高职高专教材，优先选用职业教育国家规划教材和相关专业出版社教材。鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课校本教材。

2. 图书

图书配备有关基本要求：学校图书馆应有市场营销、数字营销、商务谈判等有关本专业的课程教材、培训教材等图书；应有大数据与精准营销、云计算、物联网技术等专业的图书；应有国内外营销类的图书资料。

图书馆应订有商业评论、销售与市场、成功营销等多种相关专业报纸、杂志和学术期刊。

3. 数字资源

数字资源配备有关基本要求：

（1）网络课程：核心课程有可供学生自主学习的网络课程。网络课程应包括：课程标准（教学大纲）、授课计划、集中实训任务书、电子教案、多媒体课件、视频课程（微课或慕课）、习题库、网上测试或试题库等。

（2）音像资料：图书馆应有相关专业的音像资料。

（3）电子期刊：学校应有中国知网学术期刊、国开图书馆数字资源、北京超星电子图书等电子期刊。

（四）教学方法

市场营销专业涉及职业面较为宽泛，教学方法也灵活多样，除讲授法外，主要方法有：

1. 示范教学法。以教师的示范性操作为主，主要适合实训类课程教学。

2. 模拟教学法。通过模拟工作流程实现教学，主要适合理实一体化的课程教学。

3. 项目教学法。通过企业真实工作项目实现教学，主要适合集中实训课程教学。

4. 案例教学法。通过实践案例解析实现教学，主要适合理实一体化的课程教学。

5. 岗位教学法。通过实际岗位体验实现教学，主要适于德育、劳育实践、岗位实习、广告策划与创意实训、商务谈判实训、产品推销实训、促销实训、双创教育类等课程，以及服务岗位技能训练。

（五）教学评价

教学评价包括对教师教学和学生学习的评价。

1. 教师教学的评价

通过学校（教务处、质量监控与评价中心）、学院、教研室、同行教师、学生建立起对教师教学多元评价机制。评价的结果及时反馈并纳入年终考核指标体系。

2. 学生学习的评价

- (1) 评价的目的：从注重甄别转变为注重激励、诊断与反馈。
- (2) 评价模式：终结性评价与过程性评价相结合；个体评价与团体评价相结合；理论学习评价与实践技能评价相结合；素质评价-知识评价-能力（技能）评价并重。
- (3) 评价方式：根据课程的不同采取仿真模拟、设备实操、理论测试、产品制作、作品评价、岗位操作、职业技能大赛、职业资格鉴定（以证代考）等评价、评定方式。
- (4) 评价内容：应兼顾认知、技能、情感等方面，进行整体性、过程性和情境性评价。
- (5) 评价主体：实行多主体评价，如：学生平时成绩可与辅导员共同评价、校外实习成绩可由校外指导老师与校内指导老师共同给出。
- (6) 评价标准的告示与结果反馈：每门课程的考核方式与标准，教师必须在开课初期予以明示。评价结果要做到公开、公正并及时反馈，以利改善学生的学习，有效促进学生发展。学院和系部对评价结果进行阶段性地整理，得到比较系统的信息，系统地总结得失，系统地制订调整方案。

（六）质量管理

建立健全学校及各二级学院两级质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。
2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。
3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。
4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1. 本专业应修满 144 学分方可毕业。其中公共基础课 43 学分，必修课 79 学分，专业选修课 16 学分，公共选修课 6 学分；学生注册后所修课程与学分 5 年内有效。
2. 鼓励获取该专业要求的职业技能等级证书（详情见表 2）或其它类别职业技能鉴定资格证书。

十、附录

附表 1

2023 级专业人才培养方案编制说明

本专业人才培养方案适于三年制高职 市场营销 专业,由 经济管理 学院 市场营销 专业教研室制定,并经专业建设指导委员会论证、学院审核、学校批准实施。

主要编制人:

姓名	职称	二级学院或单位名称
杨旻	讲师	经济管理学院
季杰	副教授	经济管理学院
杨方华	讲师	经济管理学院
蔡离离	讲师	经济管理学院
罗婉庆	讲师	经济管理学院
熊云晖	讲师	经济管理学院

审 定:

姓名	职务/职称	二级学院或单位名称
黄明	院长/教授	经济管理学院
曾玲	副教授/副教授	经济管理学院
孙立敏	副教授	经济管理学院
张金石	总经理	湖南省湘茶供应链管理有限公司

注:如企业方人员参与编制或审定请在各二级学院名称栏或单位名称栏填写企业名称;此表与人才培养方案一并装订。

附表 3

湖南网络工程职业学院专业人才培养方案调整申报表

学院名称		年级专业	
调整原因与具体方案	专业带头人： 日期：		
二级学院意见	负责人： 日期：		
教务处意见	负责人： 日期：		
分管校领导意见	分管校领导： 日期：		

说明：人才培养方案确需调整和变更时，应由各专业提出调整意见和变更方案，填报此表，由二级学院院长签字，报教务处审核，经分管校领导批准后执行。