



湖南工程职业技术学院

市场营销 专业人才培养方案

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

所属学院： 现代经贸学院

适用年级： 2025级

专业带头人： 罗碧华

专业主任： 王苏凤

制（修）订时间： 2025 年 8 月



编制说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养高技能人才。本方案体现专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，主要由专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附录组成。

专业人才培养方案由本专业所在二级学院组织专业带头人、专业主任、骨干教师和行业企业专家，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律，制订了符合高技能人才培养要求的、具有“对接产业、产教融合、校企合作”鲜明特征的人才培养方案。

专业人才培养方案在制（修）订过程中，历经专业建设指导委员论证，校学术委员会评审，提交学校党委会审定，将在 2025 级市场营销专业实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	罗碧华	现代经贸学院	专业带头人	研究员
2	王苏凤	现代经贸学院	专业主任	讲师
3	胡张勇	现代经贸学院	专业副主任	讲师
4	王炎	现代经贸学院	院长	副教授
5	邢增东	现代经贸学院	专业教师	讲师
6	杨蕾	现代经贸学院	专业教师	讲师
7	陈冰洁	现代经贸学院	专业教师	讲师
8	杨杉	现代经贸学院	专业教师	讲师
9	刘露洁	现代经贸学院	专业教师	助教
10	刘健伟	湖南西子电商品牌管理有限公司	董事长	



审定人:

序号	姓名	单位	职务	职称
1	淳胜	湖南机电职业技术学院		副教授
2	叶小虎	湖南电子科技职业学院		副教授
3	罗勇	湖南现代物流职业技术学院	副校长	教授
4	张世兵	湖南外贸职业技术学院	科研处处长	教授
5	严品	湖南安全技术职业学院	财务处处长	副教授
6	刘温泉	北京融智国创科技有限公司 校企合作企业	总经理	
7	王珂欣	湖南工程职业技术学院	市场营销专业在校生	



市场营销专业 2025 级人才培养方案评审表

评 审 专 家				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	淳胜	湖南机电职业技术学院	副教授	淳胜
2	叶小虎	湖南电子科技职业学院	副教授	叶小虎
3	罗勇	湖南现代物流职业技术学院	教授/副校长	罗勇
4	张世兵	湖南外贸职业技术学院	教授/科研处处长	张世兵
5	严品	湖南安全技术职业学院	副教授	严品
6	刘温泉	北京融智国创科技有限公司 校企合作企业	总经理	刘温泉
7	王珂欣	湖南工程职业技术学院	在校生	
评 审 意 见				
该人才培养方案修订思路清晰、培养目标定位合理、方案开发逻辑严谨,有专业特色,符合学校办学定位、对齐国标、对接新技术、新业态、新职业的变化,工作部修订内容分析较为精准,课程实施充分利用学校资源建设成果,人培方案实施保障有力。 评审组长签字:  2025年8月15日				



目录 CONTENTS

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
(一) 职业面向	1
(二) 职业发展路径	2
(三) 职业资格证书	5
(四) 典型工作任务与岗位职业能力分析	5
五、培养目标与培养规格	6
(一) 培养目标	6
(二) 培养规格	6
六、课程设置及要求	8
(一) 课程体系构建	8
(二) 公共基础课程设置及要求	9
(三) 专业（技能）课程设置及要求	21
七、教学进程总体安排	40
(一) 教学进程表	40
(二) 教学学时学分比例表	45
(三) 实践教学环节安排表	45
八、实施保障	46
(一) 师资队伍	46
(二) 教学设施	47
(三) 教学资源	50
(四) 教学方法	51
(五) 学习评价	52
(六) 学习成果学分认定	53
(七) 质量管理	54
九、毕业要求	55
十、附录	56
(一) 任意选修课程一览表	57
(二) 教学进程安排表及教学周数分配表	57
(三) 教学计划变更审批表	59
(四) 专业人才培养方案审定表	60



市场营销专业 2025 级人才培养方案

一、专业名称及代码

表 1 专业名称及代码一览表

专业名称	专业代码	所属专业群	创办时间
市场营销	530605	经贸服务群	2002 年

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限 3 年，学生可以分阶段完成学业，除应征入伍和创新创业学生外，原则上应在 5 年内完成学业。

四、职业面向

(一) 职业面向

表 2 面向职业一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术领域	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业 (F51) 零售业 (F52) 商务服务业 (L72) 互联网和相关服务 (I64)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 互联网营销师 (4-01-06-02)、 品牌专业人员 (2-06-07-04) 客户服务管理员 (4-07-02-03)、	市场策划主管、 市场推广主管、 销售业务主管、 客户服务主管	互联网营销师职业技能等级证书 + 数字营销证书 + 电商直播销售员资格证书



(二) 职业发展路径

毕业生职业发展路径如表 3 所示。

表 3 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
	品牌策划专员	1.负责收集市场信息；负责项目的策划，负责与广告及策划公司的各类公关、促销活动及各类活动公关资料的收集整理； 2.负责各类策划活动及公关活动的跟进，在各类活动中维护、推广、提升公司品牌； 3.负责收集、整理并对外提供公司的基础资料以及本项目的广告、新闻、信息及其他公司优秀广告的剪报成册； 4.负责对销售日报、周报、月报进行分析，提供初步分析报告； 5.负责本部门发生的推广费用的统计，定期提供报表供本部门和公司领导参考。
	数字推广专员	1.负责公司各产品数字营销运营推广，包括搜索引擎优化，数字媒体投放的选择，投放效果的评估，网站平台运营； 2.负责各类营销推广数据搜集，包括但不限于获客数据、媒体投放数据、营销活动数据等； 3.负责对搜集到的营销推广数据进行清洗、分析，并用于营销策略的调整； 4.负责每日监控的数据：营销数据、交易数据、顾客管理、优化及企业及商品排名； 5.负责执行与配合工作相关数字推广活动，策划企业促销活动方案；制定销售计划，带领和管理本团队成员出色完成销售业绩目标；
	商品销售员	1.主动开拓潜在客户，通过线下门店接待、线上平台沟通等方式与客户建立联系，了解客户需求，介绍公司商品的特点、优势及相关优惠信息，引导客户购买。 2.根据公司制定的销售计划，明确个人销售目标，积极向客户推销商品，促成交易达成，确保按时完成各项销售指标及业绩任务。 3.熟悉所售商品的性能、规格、价格、使用等信息，为客户提供准确、详细的咨询服务，解答客户在商品选择、购买及使用过程中的疑问，协助客户做出购买决策。 4.与已成交客户保持良好沟通，定期进行回访，了解客户使用商品的情况，收集客户反馈，处理客户的售后问题，提升客户满意度，促进客户二次购买及转介绍。 5.积极参与公司组织的各类商品促销活动，配合完成活动前期的准备、活动中的执行及活动后的收尾工作。及时向主管反馈市场动态、客户需求及竞品信息，为公司调整销售策略和商品规划提供参考。
	客户服务专员	1.对接公司各品牌产品客户，提供专业营销咨询服务，及时响应客户在购买、使用及活动参与中的疑问与需求，保障客户满意度。 2.收集客户对产品、活动及服务的反馈，分类整理后协调处理并跟踪结果；同时搜集客户基础信息、消费及互动数据，建立档案并动态更新，确保数据准确。



		3.依据客户数据及消费行为分析进行客户分层，配合执行针对性营销推广，推送个性化信息，提升复购率与忠诚度。 4.每日监控客户互动、消费转化及投诉数据，分析趋势并找出问题，提出优化建议，持续改进服务与营销效果。 5.参与各类营销活动执行，包括前期通知、中期引导及后期反馈收集；协助策划促销方案与销售计划，助力团队完成业绩目标。
发展岗位	品牌策划主管	1.制定品牌中长期发展战略，明确品牌定位、目标市场及核心价值，结合市场趋势与企业实际，规划品牌发展路径与方向。 2.组建高效的品牌推广团队，负责人员招聘、培训、绩效考核与激励，提升团队专业能力与协作效率，打造高执行力团队。 3.审批品牌推广策划方案，把控推广活动的主题、形式与预算，确保推广策略契合品牌战略，达成品牌传播与销售目标。 4.拓展并维护与媒体、广告公司、行业协会等外部合作资源，建立长期稳定合作关系，整合各方资源提升品牌影响力。 5.协同产品研发部门，根据品牌定位与市场需求，参与珠宝首饰产品设计与开发，确保产品风格与品牌调性一致。 6.制定品牌危机应急预案，监测品牌舆情，及时处理品牌负面事件，降低负面影响，维护品牌声誉。 7.定期分析品牌推广投入产出比、市场占有率、消费者满意度等数据，评估品牌运营效果，为战略调整提供数据依据。
	数字推广主管	1.带领数字推广团队开展工作，明确团队成员职责与目标，制定团队管理规范，监督工作进度与质量，激发团队成员积极性，确保团队高效完成数字营销推广任务。 2.基于公司品牌定位、产品特点及市场需求，制定全面的数字营销策略，包括搜索引擎优化、数字媒体投放、网站平台运营等方向的规划。主导策略的落地执行，定期评估执行效果，根据市场变化及时调整策略。 3.建立完善的数字营销数据搜集、监控体系，涵盖获客数据、媒体投放数据、营销活动数据、交易数据等。带领团队对数据进行深度清洗、分析，挖掘数据背后的市场趋势与客户行为规律，将分析结果应用于营销策略优化，提升推广效果。 4.策划并组织实施公司各类数字营销活动及促销方案，包括活动主题设定、流程设计、资源协调等。监督活动全流程执行，解决活动中出现的问题，评估活动效果，总结经验用于后续活动改进。 5.实时关注行业数字营销趋势、竞品推广策略及市场变化，为公司数字营销决策提供参考。制定团队销售计划与业绩目标，带领团队成员分解目标、落实措施，确保出色完成各项销售业绩指标。
	销售主管	1.正确传达营负责公司的销售运作，包括计划、组织、进度控制； 2.对营销总监提出的营销组织工作方案，能贯彻执行，负责的协助围绕企业下达的销售目标拟写营销方针和策略计划； 3.负责制定销售计划、销售政策，制定销售目标、销售模式、销售战略、销售预算和奖励计划，与市场部及其他部门合作，执行销售计划； 4.合理分解销售目标，建立和管理销售队伍。指导、监督本部门进行客户开拓和维护，参与市场调研预测和制定促销方案、产品的市场价格。 5.管理日常销售业务工作，审阅订货、发货等业务报表，控制销售活



		动，定期或不定期拜访重点客户，参与重大合同的谈判与签订工作，负责对一般合同的审批。
	客户服务主管	1.带领营销客户服务团队开展日常工作，制定团队服务标准与工作流程，合理分配任务，监督团队成员的客户沟通、需求响应及问题处理情况，确保团队服务质量与效率，提升整体客户满意度。 2.根据客户反馈数据、市场趋势及公司营销目标，制定客户服务整体策略，包括客户分层服务方案、个性化沟通策略等。定期分析服务数据，评估策略执行效果，及时调整优化，以适应客户需求及业务发展变化。 3.建立完善的客户反馈收集、分析及处理体系，统筹收集客户对产品、营销活动及服务的各类反馈，组织团队对反馈进行深度分析，挖掘潜在问题，并协调跨部门资源推动问题解决，形成闭环管理，持续提升客户体验。 4.负责客户数据管理体系的搭建与维护，指导团队进行客户信息、消费数据、互动数据的搜集、清洗与分析。基于数据洞察进行客户分层，主导制定针对不同层级客户的精准营销支持方案，为营销活动提供数据支撑，提升客户复购率与忠诚度。 5.统筹团队配合公司各类营销活动的全流程执行，包括活动前的客户预热、活动中的服务保障及活动后的效果复盘。结合客户数据与市场情况，协助制定销售计划，带领团队制定具体执行方案，监督目标达成进度，确保出色完成团队销售业绩目标。
迁移岗位	商务数据分析专员	1.负责渠道销售、营销活动玩法、用户生命周期管理、内容运营等营销板块的数据分析工作 2.搭建各板块 KPI 指标体系，落地成商务数据看板并持续迭代优化，让业务有数可看，有据可依，帮助监控业务目标达成情况，快速定位业务问题，实现业务动作的灵敏响应和快速调整 3.紧跟业务变化，在关键决策点进行深入分析，为业务策略制定、效果评估和策略优化提供建议支持；并通过专项性的复盘分析，帮助沉淀业务经验，指明发展方向 4.定期进行业务的综合性诊断，发现业务问题和风险，并深入剖析，以定位问题本质，探查改善方向，推动业务优化 5.基于业务需求和商务数据价值洞察，设计并落地商务数据服务，推动商务数据化运营。
	全媒体运营员	1.制定全媒体平台运营策略，包括但不限于微信公众号、微博、小红书、抖音、B 站等平台； 2.负责全媒体内容创作与发布，包括撰写和发布文章、图片、视频等； 3.负责全媒体社交媒体账号管理，包括日常更新、回复用户评论与私信、开展线上活动等，建立积极的用户关系； 4.监控社交媒体趋势，及时捕捉热点话题，融入至品牌传播中； 5.拓展与 KOL、网红、时尚博主等合作关系，通过合作推广提升珠宝首饰品牌影响力； 6.利用数据分析工具（如微信后台、微博数据助手、抖音数据分析等）监控珠宝首饰全媒体运营数据，优化内容策略、发布时间与频率； 7.撰写全媒体运营报告，总结运营成果，提出改进建议。



(三) 职业证书

职业证书如表 4 所示。

表 4 课证融通一览表

证书类别	证书名称	颁证单位	融通课程
通用证书	高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	大学英语
	普通话水平测试等级证书	湖南省语言工作委员会	演讲与口才 普通话
职业技能等级证书	数字营销	北京鸿科经纬科技有限公司	数字营销、商务数据分析、新媒体营销
	互联网营销师职业技能等级证书（初级）	湖南省人力资源和社会保障厅	直播营销 短视频创作
	电商直播销售员证书	湖南省人力资源和社会保障厅	直播营销 销售管理

(四) 典型工作任务与岗位职业能力分析

本专业典型工作任务与岗位职业能力分析表如表 5 所示。

表 5 市场营销专业初始岗位典型工作任务与能力分析表

职业岗位名称	典型工作任务	职业能力要求
品牌策划专员	(1) 企业定位与策略制定 (2) 品牌传播内容策划 (3) 营销活动策划与执行 (4) 企业形象维护与升级 (5) 市场与竞品分析 (6) 跨部门协作与资源对接	◇具备良好的具备良好的策划创意能力； ◇具备良好的良好的沟通协调能力； ◇具备良好的营销效果分析及优化能力； ◇具备良好的销售与市场洞察能力； ◇具备良好的文案创作能力； ◇具备良好的项目执行能力； ◇具备良好的风险预判能力 ◇具备良好的学习与自我提升能力
数字推广专员	(1) 数字渠道推广执行 (2) 内容创作与运营 (3) 数据监测与分析 (4) 用户互动与转化引导 (5) 竞品与趋势跟踪	◇具备良好的信息收集与分析能力； ◇具备良好的数字营销调研与分析能力； ◇具备良好的软件搜索、安装及使用能力； ◇具备良好的顾客沟通能力； ◇具备良好的数字营销管理能力、信息处理能力； ◇具备良好的数字广告投放与引流能力； ◇具备良好的数字营销推广文案编辑与传播能力； ◇具备良好的数字营销营销效果数据分析及优化能力。

商品销售员	(1) 制定销售计划 (2) 设计销售模式 (3) 商品推销 (4) 顾客管理 (5) 销售建档与分析	◇具备良好的营销沟通与谈判能力; ◇具备良好的客户关系管理能力; ◇具备良好的客户需求挖掘能力; ◇具备良好的目标管理能力; ◇具备良好的公关能力; ◇具备良好的逻辑判断能力; ◇具备良好的商机识别能力。
客户服务专员	(1) 客户咨询响应 (2) 售后问题处理 (3) 客户需求记录与反馈 (4) 客户关系维护 (5) 服务流程优化协助	◇具备良好的团队协作能力 ◇具备良好的信息收集与数据分析能力 ◇具备良好的观察能力和及时反应能力 ◇具备良好的同理心与细节把控能力 ◇具备良好的沟通能力与谈判能力 ◇具备良好的语言表达能力 ◇具备良好的抗压能力

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“扎根大地、艰苦奋斗、朴实厚重、敬业奉献”的大地情怀和“精益求精、以诚为本”的精诚特质，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、廉洁意识、职业道德和创新精神，具有较强的就业能力、积极的心理品质和可持续发展的能力，掌握市场营销专业基础理论知识和市场调研、策划、推广、客户服务等方面的专业基本技能，主要面向湖南及长三角、粤港澳大湾区等地区的商贸流通领域中各类中小微企业营销职业岗位群，能够从事商品的市场调研、品牌策划与推广、数字营销推广、线上线下销售、智能客户服务等工作的高技能人才。毕业 3-5 年后能从事品牌主管、销售主管、数字推广主管、客户服务主管等相关岗位工作。

(二) 培养规格

本专业以培养会调研、会策划、会推广、会销售；能守信、能抗压、能适应、能创



新创业的“四会四能”人才。本专业培养规格如表 6 所示。

表 6 市场营销专业素质、知识、能力要求一览表

素质目标	知识目标	能力目标
Q1.热爱祖国,热爱中国共产党,拥护社会主义制度,践行社会主义核心价值观,具有强烈的民族自豪感与使命感; Q2.具有良好的职业道德和诚信品质,具有较强的社会适应能力和社会责任感、社会公德意识和遵纪守法意识; Q3.具有一定的审美和人文素养,培养音乐、美术、演讲等营销工作中能展示的 1-2 项特长或爱好; Q4.具有健康的体魄,掌握基本运动知识,掌握如篮球、跑步、羽毛球、健身等 1-2 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯,具备适应营销岗位工作的体能; Q5.具有职业生涯规划意识,具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维,热情服务顾客、忠诚于所在工作单位,有较强的集体意识和团队合作精神、事业心和责任感。	K1.掌握一定的哲学原理、相关的法律法规知识,理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”及科学发展观等重要思想概论; K2.掌握必备的科学文化、信息技术基础知识和中华优秀传统文化知识; K3.掌握演讲与口才基本知识、创业就业相关基本知识; K4.掌握与市场营销专业相关的法律法规以及环境保护、现代市场规则等相关知识; K5.掌握市场营销环境分析内容与方法以及市场细分、目标市场选择、市场定位和营销策略制定等知识; K6.掌握市场调查方式方法、流程、市场数据分析、问卷设计、调研方案与市场调研报告撰写等专业知识; K7.掌握推销基础知识与基本原理、模式、方法与技巧等知识; K8.掌握营销策划概念、创意以及各类营销策划文案撰写的内容与方法等知识; K9.掌握销售管理知识、新媒体营销基础知识、互联网文案写作知识、数字营销的方法和技巧; K10.掌握商务谈判基础概念,掌握谈判流程与策略等知识; K11.掌握消费者心理与行为分析的基本内容与方法; K12.掌握客户服务与管理的基本概念、原理、客户的服务技巧与策略等知识; K13.掌握微博、微信、社群、	A1.能自觉学习,开展初步的分析研究活动,解决简单的实际问题; A2.能熟练使用常用操作系统与办公软件; A3.能进行一定项目的创新创业。 A4.能有效地进行沟通与团队协作; A5.能较快适应社会,并能分析问题、解决问题; A6.能对开展的工作进行总结,并将经验应用于实践; A7.能敬业乐业,不断创新; A8.能在实际工作中抗压、抗挫折; A9.能认识自己情绪,控制自己情绪;认识他人情绪,引导他人情绪的能力; A10.能独立学习、获取基本的信息技术能力、获取新知识和技能的能力; A11.能思辨、创新、决策、通用管理技能; A12.能进行市场分析,对竞争对手、营销环境、消费者行为进行综合分析; A13.能对市场进行调查与分析,完成调查方案制定、实施、数据分析和调查报告撰写等基本任务; A14.能判断和把握市场、产品等信息,进行商务数据分析与应用,能撰写营销策划书和对活动效果评估; A15.能寻找顾客、制定推销方案,进行现场推销,与客户保持有效沟通的能力;能为客户提供良好的服务,并对客户资源进行有效管理; A16.能进行商务谈判方案的制订及谈判实施; A17.能开设与装修运营网店、新媒体推广策划; A18.能够运用营销活动策划与组织的基本内容和方法为小微企业进行营销活动策划并组织实施; A19.能组织实施产品的线上线下推广和促销活动,能进行一定的商业信息技术处理与工具应用; A20.能够对客户服务进行管理,实现与客户进行有效沟通,对客群进行分析与管理,体现良



	短视频等新媒体的实施流程、传播规律、推广技术等营销新知识、新技术。 K14.掌握品牌经营与管理知识、品牌整合传播特点及策略、品牌延伸的作用及风险。 K15.掌握直播带活动基本流程，掌握直播带货场景与设备选择的方法和技巧，掌握直播带货沟通、销售技巧。	好的客户关系； A21.能够对数字营销进行日常管理，对数字营销计划和控制等营销活动进行组织管理。 A22.能设计品牌名称、品牌标志，自控处理品牌危机，分析品牌延伸实践中营销现象。
--	---	--

说明：Q 表示素质目标，K 表示知识目标，A 表示能力目标。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建

本专业有公共基础课程、专业（技能）课程，其中公共基础课程分为公共基础必修课程、公共基础限选课程和公共基础任选课程；专业（技能）课程分为专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程以及独立开设的实践课程。总共 58 门课（含 3 门任意选修课），2600 学时，149.5 学分。

本专业隶属经贸服务专业群，按照专业基础相通，技术领域相近和职业岗位相关，“教学团队、实训基地、教学资源库”等教学资源共享原则，构建了 23 门公共基础课程（不含任意选修课）、30 门专业（技能）课程（其中专业拓展课为 10 选 8）。组成以“素养为根”的公共基础课程模块，“能力为本”的专业特色课程模块、核心课程模块、专业拓展课程模块，“知行合一”的实训课程模块，形成的“三位一体”的模块化专业课程体系，并将互联网营销师职业技能等级证书、《数字营销》职业技能等级证书、《电商直播销售员》中职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学，学生在获得学历证书同时能取得多类职业技能等级证书。将专业精神、职业精神、工匠精神、劳动精神融入人才培养全过程，实施“课程思政”，构建思想政治教育与技术技能培养深度融合的价值体系课程。体现以岗位（群）职业标准为基础，以职业能力培养为核心，注重综合素质、实践能力、创新创业能力培养的特点。

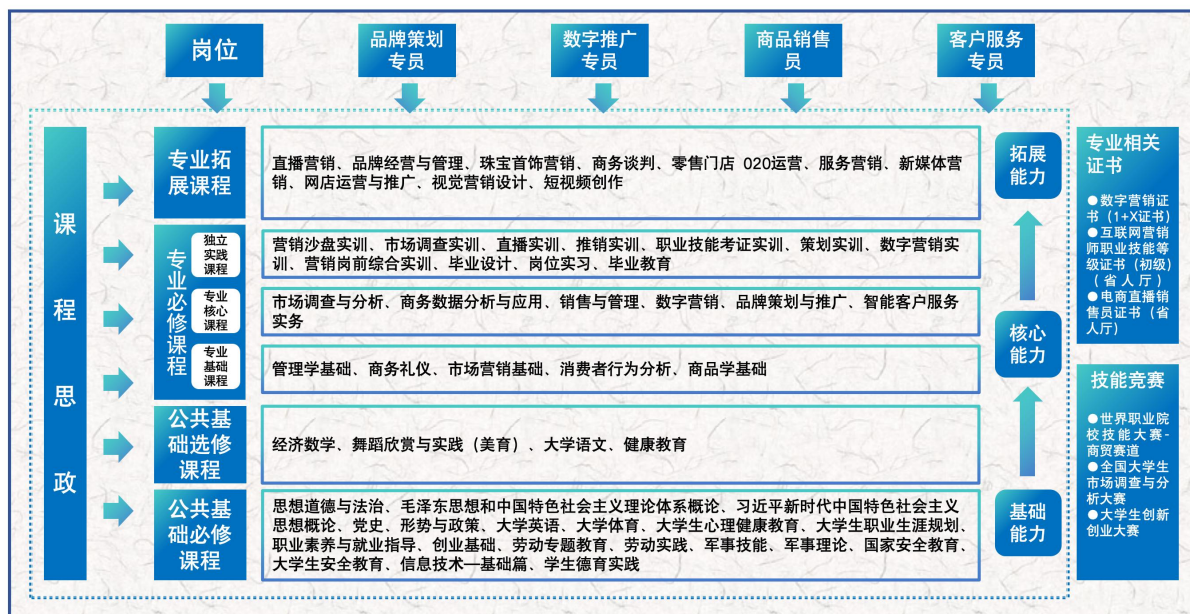


图 1 基于职业能力分析构建的课程体系图

(二) 公共基础课程设置及要求

公共基础课程设置及要求如表 7 所示。

表 7 公共基础课程设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	思想道德与法治	素质目标: 1.增强大学生的思想道德素质和法治素养,以科学的世界观、人生观、价值观、高尚的道德观和正确的法治观念为指引,确立自觉遵守职业道德和行业规范的意识; 2.促使大学生努力成为具备大地情怀和精诚特质、堪当民族复兴重任的时代新人。 知识目标: 1.认识高职生活、学习的特点; 2.理解人生目的和人生态度、人生价值的内涵及评价标准,树立正确的人生观; 3.掌握理想信念、爱国主义、社会主义核心价值观等基本内涵; 4.掌握社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德的基本内涵;	模块一: 导航引领篇 模块二: 思想启迪篇 模块三: 道德教育篇 模块四: 法律信仰篇 模块五: 实践教学	1.条件要求: 使用多媒体教学,将抽象的教学内容图文并茂地演示。 2.教学方法: 依托职教云平台,采用理论教学模块化与实践教学项目化相结合的教学模式。采用翻转课堂教学法、问题探究教学法、案例教学法、小组研讨法等教学方法。 3.师资要求: 应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备较丰富的教学经验和较高的思想道德素质。 4.考核要求: 本课程为考试课程,形成性考核+终结性考核各占 50%权重比。 5.资源库网址: https://zjy2.icve.com.cn/teacher/mainCourse/courseHome.html?courseOpenId=iq7amcr8q5og7djeslgzq	Q1、Q2、Q5、K1、A9、A10



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		5. 了解我国法律的基础知识。 能力目标: 1. 增强大学学习生涯和未来职业生涯的规划设计能力; 2. 增强自觉弘扬和践行社会主义核心价值观的能力; 3. 增强职业精神、责任意识、廉洁意识, 提升道德素养; 4. 逐步具备解决职业、家庭等法律问题的能力。			
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	素质目标: 1. 着力增强自觉运用毛泽东思想和中国特色社会主义思想武装头脑; 2. 学会运用所学理论知识提高自身认识、分析和解决现实问题的能力, 真正意义上使这一理论成果内化于心、外化于行, 使其真正认识和把握已经被中国革命、建设和改革实践反复证明了结论: 只有社会主义才能救中国、只有中国特色社会主义才能发展中国。 知识目标: 1. 理解掌握马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果; 2. 理解掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 能力目标: 1. 培养运用科学理论观察思考现实问题的能力; 2. 提升运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力。	模块一: 导论 模块二: 毛泽东思想 模块三: 中国特色社会主义理论体系的形成发展 模块四: 实践教学	1.条件要求: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。 2.教学方法: 讲授法、问题探究法、分众教学法、情境教学法。 3.师资要求: 具有相关专业研究生以上学历或讲师以上职称。 4.考核要求: 本课程为考试课程, 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。 5.资源库网址: https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=MZDHN875825	Q1、Q2、K1、K5、A9、A10
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标: 1. 增进学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的政治认同、理论认同、思想认同和情感认同; 2. 坚定学生的中国特色社会主义道路自信、理论自信、文化自信; 3. 引导学生将爱国情、强国	专题一: 导论 专题二: 新时代坚持和发展中国特色社会主义 专题三: 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴 专题四: 坚持党的全面领导	1.条件要求: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。 2.教学方法: 讲授法、问题探究法、案例教学法。 3.师资要求: 具有相关专业研究生以上学历或讲师以上职称。 4.考核要求: 本课程为考试课	Q1、Q2、K1、A9、A10



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 知识目标: 1.全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、主要内容、历史地位、精神实质和实践要求; 2.掌握党在新时代最新理论创新成果。 能力目标: 1.提升学生理论素养,把握实践规律,把握新时代中国特色社会主义思想的理论精髓与实践要义; 2.提升运用马克思主义理论的基本立场、观点和方法来分析、认识 and 解决实际问题的能力。	专题五: 坚持以人民为中心 专题六: 全面深化改革开放 专题七: 推动高质量发展 专题八: 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 专题九: 发展全过程人民民主 专题十: 全面依法治国 专题十一: 建设社会主义文化强国 专题十二: 以保障和改善民生为重点加强社会建设 专题十三: 建设社会主义生态文明 专题十四: 维护和塑造国家安全 专题十五: 建设巩固国防和强大人民军队 专题十六: 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一 专题十七: 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 专题十八: 全面从严治党	程,采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。	
4	党史	素质目标: 1.树立正确的历史观,自觉抵制历史虚无主义; 2.厚植爱党爱国情怀,进一步坚定“四个自信”。 知识目标: 1.理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、社会主义为什么“好”; 2.领悟“没有中国共产党就没有新中国”“只有社会主义才能救中国”“只有中国特色社会主义才能发展中国”的历史真理。 能力目标: 1.坚持实事求是,培养唯物	模块一: 开天辟地:中国共产党在新民主主义革命时期完成救国大业 模块二: 改天换地:中国共产党在社会主义革命和建设时期完成兴国大业 模块三: 翻天覆地:中国共产党在改革开放和社会主义现代化建设新时期推进富国大业 模块四: 惊天动地:中国共产党在中国特色社会主义新时代推进并将在本世纪中叶实	1. 条件要求: 使用多媒体教学,教学案例形象直观。 2. 教学方法: 讲授法、问题探究法、头脑风暴法、翻转课堂法。 3. 师资要求: 具有相关专业研究生以上学历或讲师以上职称。 4. 考核要求: 本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。 5. 资源库网址: http://dangshi.people.com.cn/	Q1、Q2、Q5、K1、A9、A10



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		史观; 2.提高辨别政治是非和增强历史定力的能力。	现强国大业		
5	形势与政策	素质目标: 1.具有正确的世界观、人生观和价值观,以及强烈爱国主义和奋斗精神。坚定“四个自信”,做到“两个维护”,拥护“两个确立”。 2.具备历史观、大局观,自觉将个人发展融入到社会主义现代化强国建设的伟大事业中。 3.树立国家安全观,增强维护祖国统一的情感,用实际行动维护国家统一。 4.树立正确的历史观、大局观、角色观;为践行人类命运共同体贡献青春力量。 知识目标: 1.掌握党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设以及制度建设的新举措新成效。 2.掌握党中央关于国内经济社会发展新决策新部署。 3.坚持“和平统一、一国两制”方针,理解维护国家统一的相关政策。 4.把握当前国际局势热点难点问题;掌握中国坚持和平发展道路、推动构建人类命运共同体的新理念新贡献;掌握国家政策的本质和特征。 能力目标: 1.能够正确把握中国共产党为什么“能”的原因,深刻感悟中国共产党的历史担当。 2.能运用马克思主义立场、观点分析我国经济发展的规律,把握经济发展的趋势。 3.能正确辨别一切分裂祖国的言行,坚决同一切分裂祖国的行为作斗争;能为实现祖国统一建言献策。 4.能用马克思主义立场认识和分析中国与世界的发展大	专题一: 全面从严治党篇 专题二: 经济社会发展篇 专题三: 涉港澳台事务篇 专题四: 国际形势政策篇 (每学期以中宣部、教育部规定主题为准)	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形象的演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有正确的政治立场,较高的政治素养,较为深厚的政治理论水平和分析能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程,采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。	Q1、Q2、Q5、K1、K2、A4、A5、A7、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		势; 冷静分析各种国际现象, 全面客观看待中国国际地位变化与崭新作为。			
6	大学英语	素质目标: 1.树立正确的英语学习观, 传承中华优秀传统文化, 用英语讲好中国故事, 增强文化自信; 2.增强学生爱国情怀, 培养中华民族共同体意识和人类命运共同体意识, 树立正确的世界观、人生观、价值观; 3.培养学生良好的团队精神、创新意识及敬业精神。 知识目标: 1.认知 3400 个英语单词 (含中学阶段已掌握的词汇) 以及这些词汇构成的常用词组; 2.掌握必要的英语语音、词汇、语法和语用知识; 3.掌握必要的语篇知识, 了解中英两种语言思维方式的异同。 能力目标: 1.能听懂日常和涉外活动中常用的英语对话; 根据语境运用合适的策略, 有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务; 2.能读懂、看懂职场中的书面或视频英文资料, 能较为准确地提取细节信息, 概括主旨要义, 能仿写职场常用的应用文, 语句正确, 表达清楚, 格式恰当; 3.能采取恰当的方式方法, 运用英语进行终身学习。	主题一: 职业与个人。包括人文底蕴、职业规划、职业精神; 主题二: 职业与社会。包括社会责任、科学技术、文化交流; 主题三: 职业与环境。包括生态环境与职场环境。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学或英语文化体验室, 教师尽量用英语组织教学, 形成良好的听、说、读、写、译环境。 2.教学方法: 任务驱动法、小组合作学习法、角色扮演法、启发式教学法、交际教学法等。 3.师资要求: 担任本课程的教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称。 4.考核要求: 考试。形成性考核 50%+终结性考核 50%。 5.资源库网址: https://zjy2.icve.com.cn/expertCenter/process/edit.html?courseOpenId=wkgear6qi5dbauvmlop5qq&tokenId=g3vxavursjbmzsthbnqja	Q2、Q3、K2、K3、A1、A8
7	大学体育	素质目标: 1.培养团结协作的品质; 2.培育学生顽强拼搏的精神; 3.增强学生终身体育的意识; 4.培养规则意识和诚信意识。 知识目标: 1.了解足球、篮球、排球、羽毛球、乒乓球、武术、田	模块一: 1、体适能、 2、校园阳光跑 模块二: 1、武术 (太极拳、八段锦) 2、校园阳光跑 模块三: 1、篮球; 足球; 排球; 田径; 武术; 乒乓球; 羽毛球; 健美操 (啦啦	1.条件要求: 田径场、篮球场、足球场、排球场、排球若干、篮球若干、足球若干、音响、瑜伽垫、多媒体教室。 2.教学方法: 讲解示范教学法、指导纠错教学法、探究教学法和小组合作学习法等。 3.师资要求: 具有研究生以上学历或讲师以上职称, 有一定的教学基本功和专业水平, 同时应具备较丰富的教学经验。	Q3、Q4、K2、K3、A1、A4



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		径、健美操、飞盘运动、瑜伽等项目理论知识； 2.了解足球、篮球、排球、羽毛球、乒乓球、武术、田径、飞盘运动、气排球、健美操等项目的规则及基本技术动作； 3.掌握足球、篮球、排球、羽毛球、乒乓球等基本技术动作及移动步法； 4.掌握啦啦操的基本步法和套路动作； 5.掌握体能训练的基本理论知识和常规训练方法。 6.了解预防运动伤害的方法，掌握运动伤害基本的处置方法 能力目标： 1.能够具备基本的团队协作能力； 2.能够组织足球、篮球、排球、羽毛球、乒乓球比赛； 3.能够欣赏、解读足球、篮球、排球、羽毛球、乒乓球田径比赛； 4.能够欣赏健美操、武术比赛； 5.能够进行简单的瑜伽锻炼。 6.了解科学锻炼的方法，具备出具简单运动处方。	操)；瑜伽；体适能、飞盘、气排球。 (十二选一) 2、校园阳光跑 模块四： 1、篮球；足球；排球；田径；武术；乒乓球；羽毛球；健美操（啦啦操）；瑜伽；体适能、飞盘、气排球。 (十二选一) 2、校园阳光跑	4.考核要求：考查。采取过程性考核 60% (出勤、上课表现、阳光校园跑) + 终结性考核 40%。	
8	大学生心理健康教育	素质目标： 1.具备良好的心理健康素质； 2.具有理性平和、积极向上的健康心态。 知识目标： 1.了解心理学的有关理论和基本概念； 2.熟悉心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现； 3.掌握自我调适的基本知识。 能力目标： 1.能够主动进行自我探索，能正确认识、接纳自己，能树立心理健康发展的自主意识；	模块一：大学生自我意识与生命教育 模块二：大学生学习与情绪管理 模块三：大学生人际交往与恋爱心理 模块四：大学生挫折教育	1.条件要求：多媒体小班教学，职教云平台。 2.教学方法： (1) 课堂讲授法； (2) 心理测评法； (3) 小组讨论法； (4) 案例分析法； (5) 角色扮演法。 3.师资要求：心理学专业或教育学专业，有较强的教学能力，掌握一定的信息技术。 4.考核要求：考查。形成性考核 40%+终结性考核 60%。 5.资源库网址： hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q2、Q3、Q5、K2、K3、A4、A8、A9、A10



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.能进行积极的自我调适或寻求帮助,掌握心理调适技能及心理发展技能,能够良好的适应各种环境。			
9	大学生职业生涯规划	素质目标: 1.具备正确的职业理想精神; 2.具备职业规划意识。 知识目标: 1.了解职业、职业生涯、职业理想的内涵; 2.理解职业理想对人生发展的作用,理解职业生涯规划对实现事业理想的重要性。 能力目标: 1.能够培养自信、自强的心态; 2.能够确立职业生涯发展目标、构建发展台阶、制定发展措施。	模块一: 大学生职业生涯规划概论 模块二: 自我认知、职业认知 模块三: 职业生涯决策与行动	1.条件要求: 多媒体教学。 2.教学方法: 讲授法和线上教学。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 考查,平时成绩 30%+网课成绩 30%+期末考核 40%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q2、Q5、K2、K3、A5、A7、A8、A12
10	职业素养与就业指导	素质目标: 1.具备主动求职意识,积极关注社会就业热点和新兴职业现象; 2.具备自主就业信心,积极寻求就业机会和个人发展平台 3.具备和树立积极职业发展规划和正确的职业价值观,愿意为个人的生涯发展和社会发展积极主动的付出努力; 3.具有高度的社会责任感和时代使命感,愿意将个人发展融入国家需要和社会发展。 知识目标: 1.了解国家的就业形势与政策; 2.了解掌握主要就业市场资讯和信息; 3.熟悉自己的特性、职业的特性以及社会环境; 4.掌握基本的职业技能和不同专业的职业标准。 能力目标: 1.具备就业形势与政策分析能力,能够辩证分析就业热点与就业缺口的形成机制;	模块一: 职业与职业素养 模块二: 职业价值观与职业道德 模块三: 职业能力提升与心理健康管理 模块四: 就业形势与政策 模块五: 求职技巧修炼 模块六: 就业权益保护 模块七: 招聘会现场实践教学	1.条件要求: 多媒体教学。 2.教学方法: 讲授法、实践教学和线上教学。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 考查,平时成绩 30%+网课成绩 30%+期末考核 40%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q2、Q5、K2、K3、A5、A7、A8、A12



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.具备就业信息检索管理能力,能够胜任求职准备和面试心理调试; 3.具备求职与就业能力,能够主动求职自主就业。			
11	创业基础	素质目标: 1.具备主动创新意识,树立科学的创新创业观; 2.具备创业精神。 知识目标: 1.熟悉创新思维提升的基本方法; 2.理解创业的基本概念、基本原理和基本方法; 3.了解创业的产生与演变过程; 4.掌握商业模式的设计,适应互联网经济大趋势。 能力目标: 1.能够具有创新创业者的科学思维能力; 2.能够拥有创业过程中的财务计算与分配能力; 3.能够掌握分析问题、概括、总结能力; 4.能够提升信息获取与利用的能力,提高合作的能力。	模块一: 认识创业、创业团队 模块二: 创业机会、创业资源 模块三: 创业计划、商业模式 模块四: 创业计划书撰写 模块五: 专家校园讲座	1.条件要求: 多媒体教学。 2.教学方法: 讲授法、实践教学和线上教学。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 考查,平时成绩30%+网课成绩30%+期末考核40%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q2、Q5、K2、K3、A5、A7、A8、A12、
12	劳动专题教育	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情,培育积极的劳动精神,传承和弘扬劳模精神、工匠精神。 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、职业精神的内涵与意义,了解劳动法律法规、劳动安全保护。 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。	模块一: 劳动及其发展史 模块二: 劳动价值及其体现 模块三: 劳动精神 模块四: 劳模精神 模块五: 工匠精神 模块六: 职业精神 模块七: 劳动安全 模块八: 劳动成果展示	1.条件要求: 坚持“知行合一”的教育理念。 2.师资要求: 专兼职、跨学科配备师资。 3.教学方法: 可采用翻转课堂教学法、问题探究教学法、案例教学法、小组研讨法等教学方法。 4.考核要求: 本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式,进行考核评价。	Q1、Q2、Q5、K2、K3、A5、A7、A8、A12
13	劳动	素质目标:	模块一: 以班级为单	1.条件要求: 在学院内开放的	Q1、Q2、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
	实践	1.劳动实践是实现社会主义大学人才培养目标不可缺少的重要教育环节; 2.劳动实践是对学生进行思想政治教育的一个有效途径; 3.劳动实践是培养学生艰苦奋斗、甘于奉献精神的重要措施。 知识目标: 1.培养学生的学生劳动观念和劳动意识。 能力目标: 1.使学生的劳动技能得到提高; 2.使学生形成良好劳动习惯。	位,组织学生对校园主要道路、绿化带,办公楼区、教学区、家属区、学生宿舍区外围及运动场等已硬化和绿化的安全露天场所环境卫生进行日常清扫与保洁 模块二:学院指派的学生力所能及的各种临时突击性的工作任务 模块三:在校园内开展文明劝导活动	场地场所,集合并开展劳动实践活动。 2.教学方法:采用现场教学加劳动实践体会的方式进行 3.师资要求:担任本课程的主讲教师应具有大专以上学历,具备一定劳动实践教学经验。 4.考核要求:本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式,进行考核评价。	Q5、K2、K3、A4、A5、A8、A12
14	军事技能	素质目标: 通过教学来增强大学生的国防观念,树立国防意识,具备一定的军事技能素养,养成良好的个人自律习惯,具备果敢、坚毅的品格。 知识目标: 通过学习了解更多国防知识以及军旅生活,熟悉普通军事知识,掌握队列动作要领,具备一般军事技能,如军人队列动作要求、射击与战术基本技能等。 能力目标: 培养良好的纪律作风,能够克服生活中的困难,能做到遵纪守法,能很好地融入集体生活,做一名合格后备兵员。	模块一:条令条例与队列训练 模块二:射击与战术训练 模块三:防卫与救护训练等	1.条件要求:训练场地、军械器材设备。 2.教学方法:教官现场示范教学,学生自我训练。 3.师资要求:军事教育专业,转业退伍军人,有较丰富的教学经验。 4.考核要求:考查。形成性考核30%+终结性考核70%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q1、Q2、Q4、K1、K2、A4、A5、A9、
15	军事理论	素质目标: 通过授课让大学生具备较高的爱国主义精神和家国情怀,树立崇高的革命理想,对军旅生活充满热情,树立献身国防事业的志向。 知识目标: 了解我国国防概述、国防法制、国防建设、国防动员、军事思想等知识,熟悉《兵役法》、《湖南工程职院大学生征兵管理办法》,掌握基本军事知识和技能。	模块一:中国国防概述 模块二:中国国防法制 模块三:中国国防建设 模块四:中国国防动员 模块五:条令条例与队列训练	1.条件要求:多媒体设备,教学软件,职教云平台等。 2.教学方法:线上线下混合式教学法,案例教学法、讲授法、提问法等。 3.师资要求:军事教育专业,转业退伍军人,有较丰富的教学经验。 4.考核要求:考查。形成性考核30%+终结性考核70%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q1、Q2、Q4、K1、K2、A4、A5、A9、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能力目标: 能够了解国防知识和军事知识, 准确掌握基本军事技能和中国公民享有的国防权利和要履行的国防义务, 从而积极响应国家和军队的号召, 积极报名参军入伍, 献身国防事业。			
16	国家安全教育	素质目标: 1. 增强学生国家安全意识, 深刻认识国家安全重要性和紧迫性。 2. 培养学生维护国家安全的责任感和使命感。 3. 提高学生应对国家安全风险的能力。 知识目标: 1. 使学生认识国家安全的重要性, 明确个人在维护国家安全中的责任和义务。 2. 掌握国家安全基本知识。 3. 使学生了解国内外安全威胁的种类、特点、成因及其对国家安全的影响, 以及国家应对这些威胁的举措。 4. 掌握基本的应对技能和措施, 提高自我保护能力。 能力目标: 1. 能掌握国家安全的基本概念、内涵及重要性, 理解国家安全教育在维护国家利益、促进国家发展中的关键作用。 2. 具备分析国家安全形势的能力, 能够运用所学知识分析和解决与国家安全相关的实际问题。 3. 具备正确的价值判断, 能够明辨是非, 坚守国家安全底线。 4. 能认识到维护国家安全是每个公民的义务和责任。 5. 能更好地将所学知识运用到实际工作中, 为维护国家安全贡献智慧和力量。	模块一: 国家安全概述 模块二: 政治安全 模块三: 国土安全 模块四: 军事安全 模块五: 经济安全 模块六: 文化安全 模块七: 社会安全 模块八: 科技安全 模块九: 生态安全	1. 条件要求: 多媒体教学, 教学软件, 职教云平台。 2. 教学方法: 线上教学, 案例教学法、讲授法、提问法等。 3. 师资要求: 国家安全教育专业或多年从事安全相关工作, 具备较丰富的教学经验。 4. 考核要求: 考查。形成性考核 30%+终结性考核 70%。	Q1、Q2、Q5、K1、K2、A5、A7、A9



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
17	大学生安全教育	素质目标: 通过授课让大学生具备较强的安全意识、防范意识,掌握必要的安全知识和防范技能,牢固树立法制意识和在以后的工作生活中正确处理突发的安全问题和意外伤害。 知识目标: 学习掌握国家安全的相关内容,法律法规知识,熟悉《治安处罚法》及一般安全事故发生的普遍因素,掌握自我防范和保护基本知识和技能。 能力目标: 通过学习能够做好事故预防和一般隐患排查与处理,能做到自我保护,具备用法律手段处理一般矛盾、事故的能力,为更好的完成学业和安全的工作和生活打下坚实的基础。	模块一: 大学生安全教育概述 模块二: 珍爱生命与人身安全 模块三: 防范侵害与财产安全 模块四: 防火知识与消防安全 模块五: 突发公共事件与安全 模块六: 学习、社交与求职安全	1.条件要求: 多媒体教学,教学软件,职教云平台。 2.教学方法: 线上线下混合式教学法,案例教学法、讲授法、提问法等。 3.师资要求: 安全教育专业或多年从事安全工作,具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 考查。形成性考核 30%+终结性考核 70%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	Q2、Q5、K1、K2、A5、A7、A9
18	信息技术—基础篇	素质目标: 1. 提升信息素养和信息技术应用能力,增强在信息社会的适应力和创造力; 2. 增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感,为职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。 知识目标: 1. 认识信息技术对人类生产、生活的重要作用; 2. 了解现代社会信息技术发展趋势,理解信息社会特征并遵循信息社会规范; 3. 掌握常用的信息检索工具软件和信息化办公技术; 4. 了解新一代信息技术。 能力目标: 1. 具备支撑专业学习的能力,能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题; 2. 拥有团队意识和职业精神,具备独立思考和主动探	模块一: 文档处理 模块二: 电子表格处理 模块三: 演示文稿制作 模块四: 信息检索 模块五: 新一代信息技术概述 模块六: 信息素养与社会责任	1.条件要求: 多媒体教学,智慧职教课程平台、Windows7、Office2010 以上版本办公软件、教学广播软件、可以访问因特网的 PC 机等各种信息化手段。 2.教学方法: 采用任务驱动式的教学方式,将理论的学习融入于任务完成的一体化教学过程中,以项目教学为载体,综合运用现代化教学手段,边讲边练,以验证项目实现的情况,让学生切实感受知识内容。 3.师资要求: 具备计算机相关工作经验 3 年以上,牢固树立良好的师德师风,符合教师专业标准要求,具有一定的信息技术实践经验和良好的教学能力。 4.考核要求: 考查。课程考核与评价分为:态度性评价、技能性评价、知识性评价三个部分,总分为 100 分。其中态度性评价占 20%、技能性评价占 30%、知识性评价占 50%。	Q2、Q5、K2、K3、A1、A2、A5



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		究能力，为职业能力的持续发展奠定基础。			
19	学生德育实践	素质目标： 1.培养学生健全的人格和良好的品质； 2.培养学生的个人良好行为习惯和社会责任感。 知识目标： 引导学生掌握《普通高等学校学生管理规定》以及《湖南工程职业技术学院学生手册》，熟悉宪法、法律、法规的基础知识，熟悉公民道德规范。 能力目标： 1.增强学生调控自我、承受挫折、适应环境的能力； 2.增强学生的自我教育能力。	模块一： 个人品德修养。 模块二： 法纪法规常识。 模块三： 公民道德修养。 模块四： 学生奖励与处分。 模块五： 参与校园文化活动、社团活动、体育比赛等。 模块六： 勤工俭学和社会实践。 模块七： 志愿服务、义务劳动、公益活动。	1.条件要求： 多媒体教室。 2.教学方法： 采用“理论+实践”的教学模式，主要运用讲授法、演示法，以主题班会、主题讲座、社团活动、社会实践、公益服务等形式进行开展。 3.师资要求： 具备较高的思想政治素养和心理咨询和辅导能力。 4.考核要求： 考查。依据学校思想品德综合考评（德育学分）细则进行评价。	Q1、Q2、K1、K2、A1、A2、
20	经济数学	素质目标： 1.具备严谨、精细、周密的思维品质和一丝不苟、精益求精的精神； 2.使学生具备理性、求真的精神和数学应用意识； 3.培养学生客观公正、明辨是非，唯物辩证地看待世界。 知识目标： 1.了解定理，计算的简单推理； 2.理解一元函数微分、行列式、矩阵的基本概念； 3.熟悉一元函数微分、行列式、矩阵的基本运算； 4.掌握一元函数微分、行列式、矩阵基本知识的简单应用。 能力目标： 1.能够准确、清晰地分析简单经济问题中的数量关系，并建立数学模型正确求解； 2.能够有一定的逻辑推理、演绎计算、分析归纳以及数形结合的能力。	模块一： 一元函数微分 模块二： 线性代数	1.条件要求： 智慧教室（带网络、投影、音箱，电脑安装专业数学软件），智能手机（安装学习所需 app）。 2.教学方法： 案例教学法、任务驱动法、数形结合法、探究式教学法、讲解法、练习法等。 3.师资要求： 教师具有教学热忱、爱学生、乐于奉献、不断学习进取；掌握一定的信息技术，能熟练使用教学平台、开发各种教学资源；会使用至少一种数学软件。 4.考核要求： 考查，形成性考核 50%+终结性考核 50%。 5. 资源库网址： https://zjy2.icve.com.cn/expertCenter/process/edit.html?courseOpenId=7bvafmrmlvas8vc4dl1w&tokenId=t4pzavurx51bryqshu5aoq	Q2、Q3、K2、K3、A8、A11



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
21	舞蹈欣赏与实践(美育)	素质目标: 1.强化文化主体意识, 具备文化自信; 2.提高审美悟性, 具备健康、高雅、理性的审美态度; 3.具备积极向上的人生价值观, 具备职业情感和敬业精神。 知识目标: 1.掌握舞蹈作品种类鉴赏能力的基本要求; 2.掌握不同历史时期舞蹈钟类和作品的变迁发展的知识点的要求; 3.掌握学习舞蹈作品的基本特征, 学会对舞蹈作品的评价。 能力目标: 1.能赏析音乐作品; 2.能区分舞蹈的类别和种类。	模块一: 感受舞蹈艺术的美 模块二: 藏族舞蹈虔诚之美 模块三: 汉族舞蹈质朴之美 模块四: 蒙古族舞蹈洒脱之美 模块五: 维族舞蹈热情之美 模块六: 傣族舞蹈灵动之美 模块七: 古典舞蹈含蓄之美 模块八: 国外经典舞蹈欣赏 模块九: 实践课: 欣赏《全省体育舞蹈展示》	1.条件要求: 多媒体设备、智慧职教课程平台。 2.教学方法: 采用分组练习、情境教学、角色扮演、小组竞争、任务驱动等五种方法。 3.师资要求: 任课老师具有扎实的理论基础和丰富的教学经验。 4.考核要求: 考查。形成性考核 20%+终结性考核 40%+网课考核 40%。 5.资源库网址: https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=YSEXHN300474	Q2、Q3、Q5、K2、K3、A4、A9、A10、A11
22	大学语文	素质目标: 1. 具备文化主体意识, 构建民族凝聚力, 树立正确的家国观、人生观、价值观、爱情观; 2. 正确辨别真善美与假恶丑, 提高审美悟性, 形成健康、高雅、理性的审美态度; 3. 厚植仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀, 形成豁达、乐观、积极的人生态度, 培养职业情感和敬业精神。 知识目标: 了解和熟悉民族精神、家国情怀、君子人格理想等内涵; 2. 理解文本的语言文字、思想性、艺术性, 进而掌握民族精神、道德情操、人文涵养等精神内涵。 能力目标: 1. 提升学生的综合人文素养, 具有较高级的母语运用能力; 2. 能够运用主要观点分析、解决问题, 培养合作意识和创造性思维能力。	模块一: 精神家园 模块二: 青春之问 模块三: 感恩之心 模块四: 命运之吻	1.条件要求: 智慧教室、智慧职教课程平台、以及各种信息化手段。 2.教学方法: 采用自主探究、情境教学、思维导图、小组协作、角色扮演、任务驱动等。 3.师资要求: 具备汉语言文学专业背景, 硕士研究生及以上学历背景。 4.考核要求: 考查。形成性考核占 70%+ 总结性考核占 30%。	Q2、Q3、Q5、K2、K3、A4、A9、A10、A11
23	健康教育	素质目标: 1.具备现代健康意识;	模块一: 健康生活方式 模块二: 疾病预防	1.条件要求: 多媒体小班教学, 职教云平台。	Q2、Q3、Q4、Q6、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.具备防病意识; 3.具备全民健康的社会责任感。 知识目标: 1.掌握健康管理与健康决策的知识; 2.了解疾病预防的原则和常规措施; 3.掌握突发事件和伤害应急处理方法 能力目标: 1.具备自觉规避、有效应对健康风险的能力; 2.具备防控传染病和慢性非传染性疾病的能力; 3.具备一定的在突发事件和伤害中自救与互救的能力。	模块三: 性与生殖健康 模块四: 安全应急与避险	2.教学方法: (1) 课堂讲授法; (2) 现场演示法; (3) 小组讨论法; (4) 案例分析法; (5) 角色扮演法。 3.师资要求: 健康相关专业或相关岗位有经验丰富的教师,有较强的教学能力,掌握一定的信息技术。 4.考核要求: 考查。形成性考核 40%+终结性考核 60%。 5.资源库网址: hngcjx.zhiye.chaoxing.com	K2、K5、A1、A2

(三) 专业(技能)课程设置及要求

(1) 专业基础课程设置及要求

专业基础课程设置及要求如表 8 所示。

表 8 专业基础课程设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	管理学基础	素质目标: 1.具有热爱所学专业,爱岗敬业的精神和强烈的法律意识; 2.具有胜任管理工作的良好的业务素质和身心素质。 知识目标: 1.理解管理系统的基础知识; 2.掌握管理思想,包括管理思想的演进过程、最新趋势,管理原理、组织文化等; 3.掌握计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等的知识。 能力目标: 1.能制定基本的企业计划书,进行科学决策; 2.能对真实组织进行合理的结构设计和职权配置; 3.能恰当处理领导工作中遇到的一般问题;	模块一: 管理概述; 模块二: 管理思想; 模块三: 计划职能; 模块四: 组织职能; 模块五: 领导职能; 模块六: 控制职能。	1.条件要求: 选用国家规划教材。授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 本课程的教学方法以教师课堂讲授为主,自主学习为辅,通过头脑风暴法、多媒体音频和视频、案例分析角色扮演等教学方式和手段,提高教学的时效性。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K4、A1、A4、A11、A12、A14、A15、A18、A19



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		4.能运用管理理论和知识解决实际问题。			
2	商务礼仪	素质目标: 1.具有正确的行为规范意识,形成良好的礼仪习惯以及自信的心; 2.具有礼仪素质、职业素质、综合素质。 知识目标: 1.了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性; 2.掌握各种商务交往活动中个人形象礼仪、称呼问候与握手礼仪、名片与介绍礼仪、电话与交谈礼仪、访送礼仪、位次礼仪、宴请礼仪等方面规范的礼仪知识和技巧。 能力目标: 1.能在职业场合正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬的能力; 2.能运用相关礼仪开展商务活动,塑造良好的个人及企业形象。	模块一: 礼仪概述; 模块二: 个人基本礼仪; 模块三: 日常交际礼仪; 模块四: 商务交往礼仪。	1.条件要求: 选用国家规划教材。授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 本课程的教学方法以教师课堂讲授为主,实践教学、自主学习为辅,通过反复练习、多媒体音频和视频等教学方式和手段,提高教学的时效性。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q3、Q5、K2、K3、A4、A5、A16、A21
3	市场营销基础	素质目标: 1.具有热爱市场营销专业,爱岗敬业的精神; 2.具有很好的市场营销职业道德素质和身心素质;具有与人合作共事和团队精神; 3.具有市场营销方面的开拓创新意识。 知识目标: 1.认识市场营销环境,掌握市场营销环境分析的基本策略; 2.理解顾客价值理论,掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法; 3.掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略; 4.掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。 能力目标: 1.能分析企业市场营销环境;	模块一: 认识市场营销; 模块二: 寻找市场机会; 模块三: 确定目标市场; 模块四: 确定营销策略; 模块五: 实现营销效果。	1.条件要求: 选用国家规划教材。授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用讲授、案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法,对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考试课程,采取期末综合测试考核 60%+学习过程考核 40%的形式,进行考核评价。 5.资源库网址: https://qun.icve.com.cn/zyq/wo	Q2、Q5、K2、K5、A1、A4、A5、A11、A12、A13、A15



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.能正确选择目标市场, 和市场定位策略; 3.能准确分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程, 并能采取相应的营销策略; 4.能正确针对具体的企业进行 4P 策略设计。		vhaiwnirvdc7iowruwa/courseDetail/6vwnaecsr5hjgu2f9pszg	
4	消费者行为分析	素质目标: 1.具有了解、掌控自我的良好心理状态; 2.具有诚实、守信、吃苦耐劳的品德; 3.具有善于动脑, 勤于思考, 及时发现问题的学习习惯; 4.具备以顾客为中心、对企业负责的态度。 知识目标: 1.了解消费者行为发生过程中的认识过程、情感过程以及意志过程; 2.掌握消费者消费行为活动的特征; 3.了解消费需要变化发展的规律; 4.掌握针对不同群体特征制定相应的营销策略的方法。 能力目标: 1.能初步分析消费者购买行为; 2.能运用购物环境的变化诱导消费者购买行为,能有效制定营销策略; 3.能针对不同群体特征制定相应的营销策略。	模块一: 认识消费者行为分析; 模块二: 消费者购买决策; 模块三: 影响和决定消费者行为的个人与心理因素; 模块四: 影响消费者行为的外部因素; 模块五: 消费者体验与消费者满意。	1.条件要求: 选用国家规划教材。授课使用多媒体教学, 将抽象的教学内容, 采用图、文、视频等方式形象的演示出来, 提高学习效率。 2.教学方法: 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用讲授、案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法, 对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 形成性考核 40%+终结性考核 60%, 进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K11、A1、A5、A11、A12、A13、A16、A21
5	商品学基础	素质目标 1.具有严谨诚信的职业素养, 在商品检验、流通等环节中坚守规范, 确保数据准确与行为合规。 2.具有创新与可持续发展思维, 关注商品领域的绿色环保趋势和技术创新方向。 3.具有团队协作与持续学习能力, 适应商品行业动态变化, 高效参与团队任务并主动更新知识。	模块一: 商品与商品学概述; 模块二: 商品质量与标准; 模块三: 商品检验与评价; 模块四: 商品分类与编码; 模块五: 商品包装; 模块六: 商品储存与运输。	1.条件要求: 选用规划教材。授课使用多媒体教学, 将抽象的教学内容, 采用图、文、视频等方式形象的演示出来, 提高学习效率。 2.教学方法: 本课程的教学方法以教师课堂讲授为主, 自主学习为辅, 通过头脑风暴法、多媒体音频和视频、案例分析角色扮演等教学方式和手段, 提高教学的时效性。 3.师资要求: 任课教师应具有	Q2、Q5、K3、K4、A1、A3、A5、A12、A13、A15、A19



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		知识目标 1.掌握商品的核心概念、属性分类及质量标准体系,理解商品自然属性与社会属性,熟悉质量相关的各级标准。 2.了解商品检验、包装的基础原理与要求,包括检验方法、包装材料及特殊商品的包装规范。 3.了解商品储存运输、市场运行的关键知识,涵盖储存条件、运输方式及市场供求、价格机制等要素。 能力目标 1.能对商品质量初步检验与评价,能运用标准对常见商品质量进行判断并撰写基础报告。 2.能开展简单商品市场调研与分析,设计方案、整理数据并得出初步结论,同时能准确分类商品。 3.能进行商品包装选择、储存养护,能结合商品特性解决包装合理性评估及储存质量维护问题。		扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	

(2) 专业核心课程设置及要求

专业核心课程设置及要求如表 9 所示。

表 9 专业核心课程设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	市场调查与分析	素质目标: 1.具有分析、预测调查数据的基本素质; 2.具有团队合作、协调沟通 and 创新能力; 3.具有实事求是、诚实守信的品质; 4.具有诚信意识、工匠精神、信息安全意识、责任意识。 知识目标: 1.了解市场调查的基本概念、内容和主要流程; 2.掌握市场调查方案、调查问卷和调查报告的一般格式;	模块一: 市场认知; 模块二: 市场调查方案设计; 模块三: 市场调查方式与方法; 模块四: 市场调查分析与预测; 模块五: 市场调查报告撰写与提交。	1.条件要求: 本课程需要配备可联网的多媒体教室。课程内容以市场调查分析工作过程为线索,序化教学内容,教学内容强调实用,呈现方式力求多样化,并重视与学生的互动。 2.教学方法: 主要采用任务驱动法、情景教学法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上	Q2、Q5、K5、K6、A1、A4、A5、A11、A14、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		调查数据的收集渠道及收集方法; 3.掌握抽样技术和抽样方案的撰写; 4.掌握数据资料的分析、整理和展示的方法。 能力目标: 1.能撰写简单市场调查方案和市场调查报告; 2.能设计规范的市场调查问卷; 3.会选择合适的调研方法,并能组织开展调查; 4.能对调查资料进行审核、分类、编码、录入、分析和图表处理; 5.能选择不同的市场预测的方法分析具体问题。		职称,较为扎实的数据收集整理和分析能力、并能熟练操作 excel,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程,采取形成性考核占 40%+终结性考核各占 60%权重比的形式,进行考核评价。 5.资源库网址: https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=p3f-ah-kwkdaouchgbsrng	
2	商务数据分析与应用	素质目标: 1.具备基本的职业道德和法律意识; 2.具备良好的沟通能力与团队意识; 3.具备较强的竞争意识和创新意识,具有较强的自主学习意识。 知识目标: 1.理解商务数据分析的意义、作用及一般流程; 2.掌握行业数据分析、客户数据分析的内容、方法、工具与流程; 3.理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。 能力目标: 1.能实施基本的商务数据分析,支持企业数据化运营; 2.能够运用多种信息渠道和工具,收集、存储、管理各类数据; 3.能够根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析,能编写数据分析报告,并进行可视化展示。	模块一: 数据分析基本方法; 模块二: 数据分析常用工具; 模块三: 行业、客户、产品、运营数据分析; 模块四: 分析报告撰写。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,用图文并茂的方式形象的演示出来,学生使用实训室进行训练,理论与操作同步进行。 2.教学方法: 主要采用翻转教学法、案例教学法、任务驱动和小组合作学习法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备较好的新媒体营销实践能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核+理论考试分别占 40%+60%权重比的形式进行评价。	Q2、Q5、K2、K9、K12、A1、A5、A11、A12、A14、A15、A18、A19、A22
3	销售与管理	素质目标: 1.具备持之以恒、积极进取、自强不息的精神; 2.具有团队合作精神;	模块一: 销售准备; 模块二: 目标顾客寻找; 模块三: 销售约见和接近;	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形	Q2、Q5、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		3.具有人际沟通能力。 知识目标: 1.理解销售人员内涵能力要求,掌握分析自己的推销风格及应对顾客风格的基本技能; 2.掌握顾客资格审查的内容及顾客识别和筛选的技巧; 3.掌握销售过程各个阶段的基本方法与技巧。 能力目标: 1.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; 2.能具备相关职业的推销准备的能力; 3.能从事销售面谈,进行说服与沟通,正确处理顾客异议,促成交易做好售后服务。	模块四: 推销洽谈; 模块五: 交易达成; 模块六: 销售管理。	象的演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用翻转教学法、探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,较为深厚的人文素养、文字写作能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程,形成性考核40%+终结性考核60%权重比的形式,进行考核评价。	K3、K7、K11、A1、A4、A5、A7、A9、A10、A16、A17、A21、A22
4	数字营销	素质目标: 1.具有严谨求实、细心认真的职业素养; 2.具有团队协作的精神; 3.具有自主参与建构知识素质; 4.具有市场敏感度。 知识目标: 1.掌握数字营销的基本内容; 2.掌握关键词挖掘、网页信息的优化、网页优化分析; 3.掌握网页竞价推广的知识,品牌营销推广的基本知识,以及搜索竞价营销分析; 4.掌握推荐引擎营销的基本知识。 能力目标: 1.能够进行搜索排名优化; 2.能够进行搜索竞价营销; 3.能够进行推荐引擎营销。	模块一: 数字营销认知; 模块二: 数字营销策划; 模块三: 数字广告营销; 模块四: 数字互动营销; 模块五: 数字营销效果分析。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,用图文并茂的方式形象的演示出来,学生使用实训室进行训练,理论与操作同步进行。 2.教学方法: 主要采用翻转教学法、案例教学法、任务驱动和小组合作学习法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备较好的新媒体营销实践能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程,形成性考核+理论考试分别占40%、60%权重比的形式进行评价。	Q2、Q5、K2、K9、K13、A1、A5、A11、A12、A14、A15、A18、A20、A22
5	品牌策划与推广	素质目标: 1.具有沟通精神和团队协作精神; 2.具备企业社会责任,建立全面营销观; 3.具有创新精神,有良好的社会责任感,具有工匠精神。 知识目标: 1.了解和掌握各种市场营销策划特别是品牌策划的基本	模块一: 团队的组建; 模块二: 品牌文化的构建; 模块三: 品牌形象的塑造 模块四: 品牌的公共关系推广策划; 模块五: 品牌的广告推广策划	1.条件要求: 选用国家规划教材。授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识	Q2、Q5、K5、K8、K11、A1、A4、A5、A9、A12、A13、A15、A19、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		概念; 2.掌握撰写策划方案的基本方法和基本流程; 3.熟悉不同主题策划内容的特点和要求; 4.理解不同策划方案撰写的方法和要求; 5.掌握专项营销特别是品牌策划活动的专业知识和分析、构思、设计要求。 能力目标: 1.能较准确判断和把握营销策划中有关市场、产品等信息; 2.能熟练运用几种常见的营销策划书撰写技巧撰写相关营销策划方案; 3.能评估营销策划方案和独立完成策划方案结案; 4.能够熟练进行营销策划方案的排版, 以及用 PPT 汇报方案。		部分的教学主要采用讲授、案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法, 对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考试课程, 采取平时成绩 40%+ 期末考核 60% 的形式, 进行考核评价。 5.资源库网址: https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=vjenafmrzobjpbikqkftbsg	
6	客户关系管理	素质目标: 1.具有善于表达, 较强的沟通能力、和较强的人际交往能力; 2.具有良好的敬业精神、职业素质与职业意识, 抗挫折能力强, 具有一定的坚韧品格; 3.具有合作意识, 树立团队观念和合作共事理念; 4.具有符合客户服务人员商务场合的行为规范的仪表、仪容、仪态、行为举止。 知识目标: 1.掌握客户关系管理的基本理论、观点和基本知识; 2.掌握客户识别与开发的基本知识与技巧; 3.掌握客户服务与沟通的基本知识与方法; 4.掌握客户服务质量提升的基本技巧; 5.掌握不同类型客户关系管理策略与方法。 能力目标: 1.能有效开展客户的识别, 与客户进行良好的沟通; 2.能做好客户回访、接待、提	模块一: 客户选择与关系开发; 模块二: 客户分级与沟通; 模块三: 促成客户满意; 模块四: 推动客户忠诚; 模块五: 客户挽回。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学, 利用视听媒体, 将抽象的教学内容, 采用图文并茂的方式形象的演示出来, 教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称, 较为丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程, 采取形成性考核 40%+ 终结性考核 60%, 进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K11、K12、A4、A3、A5、A9、A10、A12、A21



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		案等客户关系维护工作，确保客户满意度； 3.能受理客户咨询，正确处理客户投诉，管理渠道客户。			

(3) 独立开设的实践课程设置及要求

独立开设的实践课程设置及要求如表 10 所示。

表 10 独立开设的实践课程设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	营销沙盘实训	素质目标: 1.具备团队意识和合作精神； 2.具备较好的团队管理技能。 知识目标: 1.了解企业系统运营流程； 2.理解组织绩效改进的方法和路径。 能力目标: 1.能独立操作市场营销沙盘软件； 2.能根据市场环境，制定最优的营销决策； 3.能正确分析竞争对手的策略； 4.能制定采购、生产、销售等计划； 5.能看懂财务报表。	模块一: 沙盘和沙盘概述； 模块二: 沙盘实战第一年； 模块三: 沙盘实战第二年； 模块四: 沙盘实战第三年； 模块五: 沙盘比赛和总结。	1.条件要求: ITMC 沙盘软件实训室。 2.教学方法: 本课程主要采用任务驱动法和小组学习讨论法等。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，应具备较丰富的教学和实践经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程，采取过程性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式，进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K5、K6、A1、A2、A7、A11、A12、A13、A15、A22
2	市场调查实训	素质目标: 1.具备市场调查的职业素养； 2.具备较高交际沟通能力； 3.具有协作精神。 知识目标: 1.理解和掌握市场调查的理论知识； 2.掌握调研的主要内容和基本程序； 3.掌握认识市场和分析市场的方法； 4.理解如何收集市场数据。 能力目标: 1.能识别调研问题性质； 2.能设计调查方案和调查问卷调查；	模块一: 选定调查主题，设计调查方案； 模块二: 设计调查问卷； 模块三: 实施市场调查； 模块四: 数据分析整理； 模块五: 撰写调查报告。	1.条件要求: 本课程需要用多功能实训室，实训室需要有多台能联网的电脑。实训内容以小组团队找到的调研项目为主线，按照调研流程开展实训活动。实训中，学生分工协作共同完成各阶段的实训任务。 2.教学方法: 主要采用头脑风暴法、小组讨论法、任务驱动法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，应具备较丰富的教学和实践	Q2、Q5、K5、K6、A1、A2、A4、A5、A11、A12、A14、A15、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		3.能应用访谈法、观察法、实验法; 4.能使用简单软件录入整理分析数据; 5.能撰写规范调研报告。		经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取过程性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	
3	直播实训	素养目标: 1.具备社会主义核心价值观, 直播从业人员的法治意识与职业道德; 2.具备传播优秀商业文化与中国传统文化以及文化自信。 知识目标: 1.了解直播概念、特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识; 2.掌握新媒体营销策划的步骤及方法; 3.掌握直播文案创作、图文类内容设计, 以及直播销售。 能力目标: 1.能够根据企业需要完成直播营销文案的撰写与展示; 2.能够熟练使用多种主流直播平台, 生产图文及视频类内容, 策划整场直播活动。	模块一: 直播团队组建; 模块二: 直播脚本的撰写; 模块三: 直播互动活动的设计; 模块四: 多平台进行产品直播演示、异议处理; 模块五: 达成直播交易。	1.条件要求: 落实好实习单位。 2.教学方法: 师带徒教学法、自主学习法、讲师答疑。 3.师资要求: 担任本课程的指导教师应具备较丰富的企业实践经验, 要求学校和企业各配备一名跟岗实习指导教师。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取企业指导老师给与过程性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K11、K13、A1、A4、A5、A8、A9、A10、A20、A22
4	推销实训	素质目标: 1.具有持之以恒、积极进取、自强不息的精神; 2.具有较强的团队合作精神。 知识目标: 1.理解推销人员内涵能力要求, 掌握分析自己的推销风格及应对顾客风格的基本技能; 2.掌握顾客资格审查的内容及顾客识别和筛选的技巧; 3.掌握推销过程各个阶段的基本方法与技巧。 能力目标: 1.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的能力; 2.能做好相关职业的推销准备; 3.能从事推销面谈, 进行说服与沟通, 正确处理顾客异议, 促成交易并搞好售后服务。	模块一: 寻找客户; 模块二: 产品卖点提炼; 模块三: 接近顾客的方法; 模块四: 推销产品演示、异议处理; 模块五: 成交方法及达成交易。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学, 利用视听媒体, 将抽象的教学内容, 采用图文并茂的方式形象的演示出来, 教学示范清晰可见。 2.教学方法: 注重紧密联系实际, 分析案例, 角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的推销理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	Q2、Q5、K3、K7、K9、K12、A1、A3、A4、A5、A12、A16、A20
5	策划实训	素质目标: 1.具有沟通意识和团队协作精神;	模块一: 制定策划项目; 模块二: 策划项目市场调研;	1.条件要求: 本课程需要用多功能实训室, 实训室需要有多台能联网的电脑。实训	Q2、Q5、K5、K8、K11、A1、



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.具有创新精神和工匠精神; 3.具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。 知识目标: 1.掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程; 2.理解真实企业不同主题策划内容的特点和要求; 3.理解不同主题策划方案撰写的方法和要求; 4.掌握专项营销策划活动的专业知识和分析、构思、设计要求。 能力目标: 1.能较准确定义和描述营销策划目标; 2.能较准确判断和把握营销策划中有关市场、产品等信息; 3.能够协作完成营销策划方案的撰写, 以及用 PPT 汇报方案。	模块三: 策划调研资料整理; 模块四: 策划项目文案创意讨论; 模块五: 营销方案制作与撰写及展示。	内容以小组团队找到的调研项目为主线, 按照策划流程开展实训活动。实训中, 学生分工协作共同完成各阶段的的实训任务。 2.教学方法: 主要采用头脑风暴法、小组讨论法、任务驱动法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取平时成绩 50%+实训报告考核 50%的形式, 进行考核评价。	A4、A5、A7、A8、A9、A12、A13、A15、A19、A22
6	职业技能考证实训	素质目标: 1.具有较强营销职业素养; 2.具有一定的自学能力。 知识目标: 1.了解考证的主要内容和主要考点; 2.理解营销的主要知识和内容。 能力目标: 1.能较好地掌握考试重点; 2.能较好地完成考证的练习题; 3.能顺利考取职业资格证书。	模块一: 考证重点知识讲解; 模块二: 考证重点题型练习; 模块三: 考证模拟考试。	1.条件要求: 需要多媒体教室。 2.教学方法: 本课程主要采用讲解法和学生讨论法等。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有本科及以上学历或助教以上职称, 应具备较丰富的教学和实践经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取过程性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K12、K13、A1、A5、A9、A11、A14、A15、A18、A19
7	数字营销实训	素质目标: 1.具有严谨求实、细心认真的职业素养; 2.具有团队协作的精神; 3.具有较高的适应能力、学习能力、抗压能力。 知识目标: 1.消费者购买行为特点以客户画像分析的类型; 2.掌握搜索引擎的类型及使用方法; 3.掌握关键词选择要求。 能力目标: 1.能进行平台操作, 能进行市	模块一: 数字营销认知; 模块二: 数字互动营销策划; 模块三: 数字化客户开发; 模块四: 数字化留存营销; 模块五: 数字化营销转化; 模块六: 数字化裂变营销; 模块七: 数字化互动营销效果分析。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学, 利用视听媒体, 将抽象的教学内容, 采用图文并茂的方式形象的演示出来, 教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应为市场营销类专业, 研究生以上学历毕业, 从事数字营销工作二年以上, 有中级以上技术职	Q2、Q5、K2、K9、K13、A1、A4、A5、A11、A12、A13、A15、A18、A19、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		场分析; 2.能进行客户画像; 3.能合理运用搜索引擎进行产品推广并进行分析。		称,掌握高职教育规律,有一定的教学经验与教学方法。 4.考核要求: 本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式,进行考核评价。	
8	营销岗 前综合实训	素质目标: 1.具有严谨的学习态度,良好的学习习惯; 2.具有上岗前的营销职业能力; 3.具有人际沟通能力与团队协作意识。 知识目标: 掌握市场营销专业基本情况及特征,熟悉岗位工作标准、流程及要求。 能力目标: 1.能用较强的语言与文字表达能力,较强的观察学习能力应对面试。 2.能正确判断及发展自我,做好职业规划,树立正确的择业态度。 3.能自我调节心理,及时排解压力。	模块一: 简历制作; 模块二: 面试技巧与准备; 模块三: 岗位实习指导; 模块四: 就业方向指导。	1.条件要求: 理论授课要求多媒体教室,实践操作要求在校内外实践基地。 2.教学方法: 本课程主要采用任务驱动法、探究教学法等。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,应具备较丰富的教学和实践经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,采取过程性考核+终结性考核形式,进行考核评价。	Q2、Q5、K5、K6、K8、K13、A1、A5、A7、A8、A11、A12、A13、A22
9	毕业设计	素质目标: 1.具有较强的动手操作、解决实际问题的能力; 2.具有吃苦耐劳、抗压、抗挫的职业素质。 知识目标: 1.掌握市场营销系列课程理论与方法; 2.掌握毕业设计的格式规范、类型与要求及选题与内容结构。 能力目标: 1.能选择综合项目并进行资料检索和实地调查; 2.能整理设计综合项目,形成设计方案; 3.能系统、完整、规范的进行毕业设计创作; 4.能独立分析与解决实际问题; 5.能独立工作。	模块一: 选择综合项目; 模块二: 资料检索和实地调查; 模块三: 毕业设计的选题; 模块四: 结构及基本要求; 模块五: 格式规范。	1.条件要求: 理论授课要求多媒体教室,实践操作要求在校内外实践基地。 2.教学方法: 本课程主要采用任务驱动法、探究教学法等。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,应具备较丰富的教学和实践经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,采取过程性考核+终结性考核形式,进行考核评价。	Q2、Q5、K5、K6、K8、K13、A1、A5、A7、A8、A11、A12、A13、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
10	岗位实习	素质目标: 1.具备诚信、敬业的工作作风和科学、严谨的工作态度; 2.具备安全、质量、效益及环保意识; 3.具备沟通及团队协作能力。 知识目标: 1.了解企业文化、了解企业规章制度、熟悉企业环境; 2.了解企业的经营与管理流程; 3.掌握专业知识,使专业知识在实践中得到深入的理解和巩固; 4.了解实践岗位工作内容、工作规范,明确岗位责任。 能力目标: 1.能遵守企业规章制度; 2.能实际在市场推广专员、策划专员、销售专员等岗位工作; 3.能综合运用专业知识与技能。	模块一: 岗位实习总动员; 模块二: 岗前训练; 模块三: 岗位实习实施; 模块四: 岗位实习记录; 模块五: 撰写岗位实习报告。	1.条件要求: 落实好实习单位。 2.教学方法: 师带徒教学法、自主学习法、讲师答疑。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,应具备较丰富的教学和实践经验,具体要求学校和企业各配备一名岗位实习指导教师。 4.考核要求: 要求每月写周记,写好岗位实习报告,考核态度(30%)、知识(30%)、能力(40%)三大方面,评出优秀、良好、合格、不合格等级。	Q2、Q5、K8、K12、A1、A3、A4、A5、A7、A8、A11、A12、A15、A16、A21、A22
11	毕业教育	素质目标: 1.具有正确的人生观、价值观、择业观; 2.具备良好的职业道德; 3.具有一定的责任意识、诚信意识、节约意识法制意识、安全意识。 知识目标: 1.了解职业规划知识; 2.理解如何树立正确的择业态度; 3.了解如何制定工作计划; 4.掌握如何进行有效沟通。 能力目标: 1.能拥有一个好的心态; 2.能保持持续学习的激情; 3.能与领导和同事保持良好的沟通、懂得处理好同事关系、客户关系; 4.能自我调节心理,及时排解压力。	模块一: 职业规划; 模块二: 就业形势政策、入职适应、职业道德; 模块三: 就业与创业; 模块四: 理想、信念、感恩、诚信、安全教育。	1.条件要求: 多媒体教室。 2.教学方法: 讲授法、头脑风暴法、案例分析法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,应具备较丰富的教学经验和良好的师德师风。 4.考核要求: 采取过程性考核+终结性考核各占50%权重比的形式,进行考核评价。	Q2、Q5、K8、K12、A1、A4、A5、A7、A8、A11、A12、

(4) 专业拓展课程设置及要求

专业拓展课程设置及要求如表 11 所示。



表 11 专业拓展课程设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	直播营销	素养目标: 1.具备社会主义核心价值观,直播从业人员的法治意识与职业道德; 2.具备传播优秀商业文化与中国传统文化以及文化自信。 知识目标: 1.掌握直播概念、特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识; 2.掌握新媒体营销策划的步骤及方法; 3.掌握直播文案创作、图文类内容设计,以及直播销售。 能力目标: 1.能够根据企业需要完成直播营销文案的撰写与展示; 2.能够熟练使用多种主流直播平台,生产图文及视频类内容,策划整场直播活动。	模块一: 直播团队建设; 模块二: 直播脚本的撰写; 模块三: 直播互动活动的设计; 模块四: 多平台进行产品直播演示、异议处理; 模块五: 达成直播交易。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用讲授、案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法,对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K11、K13、A1、A4、A5、A8、A9、A10、A20、A22
2	品牌经营与管理	素质目标: 1.具有爱岗敬业的精神; 2.具有忠于职守,“用户需求”至上的意识、品牌意识、坚守质量意识; 3.具有基本职业素养。 知识目标: 1.掌握品牌的种类;品牌定位的内涵及步骤; 2.掌握品牌定位的方法选择,品牌命名的策略与方法; 3.掌握品牌标志及口号设计的定义与作用; 4.掌握品牌整合传播的特点及策略; 5.掌握品牌延申的作用及风险。 能力目标: 1.能设计品牌名称、品牌标志、品牌口号; 2.能运用传统媒体和新媒体进行品牌推广; 3.能自控和处理品牌危机; 4.能分析品牌延伸实践中的营	模块一: 品牌经营与管理认知; 模块二: 品牌定位; 模块三: 品牌设计; 模块四: 品牌传播与推广; 模块五: 品牌资产管理。	1.条件要求: 本课程需要配备可联网的多媒体教室。课程内容以多种行业案例为主体,介绍品牌经营与管理的相关内容,授课过程强调科学性和互动性。 2.教学方法: 主要采用任务驱动法、情景教学法、案例教学法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备比较丰富的品牌经营和管理知识经验和、同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K9、K15、A1、A3、A6、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
3	珠宝首饰营销	销现象。 素质目标: 1.具有广泛地接触社会各阶层消费者的生活态度; 2.具有良好的团队合作精神;良好的接人待物; 3.具有良好的观察能力。 知识目标: 1.掌握珠宝鉴定必备的基础知识和基本理论; 2.熟练使用常规珠宝鉴定仪器,准确观察测试的能力; 3.掌握各类珠宝玉石的主要鉴定特征和鉴定方法; 4.掌握珠宝及首饰工艺质量的检测方法。 能力目标: 1.能分析解决珠宝店初步运营; 2.能为珠宝行业进行资讯、计划、决策、实施、检查、评价; 3.能阅读与珠宝相关技术资料,自我学习分析方法。	模块一: 宝玉石基本鉴定; 模块二: 宝玉石贵、金属销售; 模块三: 珠宝连锁门店管理。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形象的演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,较为丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K7、K11、K12、A1、A3、A4、A5、A9、A10、A16、A20、A21
4	商务谈判	素质目标: 1.具有正确的谈判观念,具有冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑的意识; 2.具有保密、谨慎的职业素质,遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。 知识目标: 1.掌握谈判的概念、分类、谈判理念和模式; 2.了解谈判的基本程序; 3.掌握信息收集的内容与处理的方法。 4.掌握谈判的策略和技巧,打破僵局的策略和技巧; 5.掌握合同签订的程序和注意事项。 能力目标: 1.能进行谈判信息的收集、整理与分析; 2.能设计谈判的开局,能控制谈判的进程; 3.能撰写谈判报告。 4.能运用所学知识进行商务谈	模块一: 谈判基本素质; 模块二: 谈判前期准备工作; 模块三: 谈判的程序; 模块四: 谈判的方法。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,将抽象的教学内容,采用图、文、视频等方式形象的演示出来,提高学习效率。 2.教学方法: 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用讲授、案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法,对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。 3.师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 4.考核要求: 本课程为考试课程,采取平时成绩 40%+期末考核 60%的形式,进行考核评价。	Q2、Q5、K5、K10、A1、A4、A5、A10、A12、A13、A17



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
5	零售门店O2O运营	判。 素质目标 1.具有全渠道协同意识，打破线上线下壁垒，推动零售业务资源整合与高效联动。 2.具有数据驱动意识，重视运营数据价值，以数据分析优化决策，提升运营精准度。 3.具有用户体验至上意识，聚焦消费者需求，优化线上线下服务流程，增强客户满意度。 知识目标 1.了解O2O运营模式核心逻辑，掌握线上引流、线下转化的业务闭环运作原理。 2.了解主流电商平台、社交媒体规则，熟悉线上营销工具及线下门店管理基础方法。 3.掌握零售数据分析方法，明确用户画像、销售趋势等数据指标的解读与应用要点。 能力目标 1.能制定零售门店O2O运营方案，策划线上线下融合的营销活动，实现流量与销量增长。 2.能管理线上店铺与线下门店业务，协调库存、物流、客服等环节，保障运营流畅。 3.能通过数据分析诊断运营问题，提出针对性优化策略，持续提升零售门店O2O运营效益。	模块一：O2O零售模式与行业趋势 模块二：线上线下一体化系统搭建 模块三：门店数字化引流与获客 模块四：私域流量运营与会员管理 模块五：O2O活动策划与营销推广 模块六：数据驱动运营与效果优化	1.条件要求：授课使用多媒体教学，利用视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂的方式形象地演示出来，教学示范清晰可见。 2.教学方法：主要采用任务驱动法、情景教学法、案例教学法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求：担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，具有扎实的理论和实践基础，具备比较丰富的直播电商实践能力，同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求：本课程为考查课程，采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式，进行考核评价。	Q1、Q5、Q6、Q7、K2、K8、K18、A2、A10、A11、A24
6	服务营销	素质目标 1.具有以客户为中心的服务理念，将客户需求与满意度贯穿服务营销全过程，主动提供优质服务。 2.具有诚信负责的职业准则，在服务沟通、纠纷处理中做到言行一致，维护企业与自身信誉。 3.具备抗压与协作能力，能冷静应对服务中的突发状况，同时高效融入团队，协同完成服务目标。 知识目标 1.掌握服务营销的核心概念、特征及与有形产品的差异，理	模块一：服务营销基础认知 模块二：服务市场定位与细分 模块三：服务营销组合策略 模块四：客户关系管理实务 模块五：服务过程与质量管控 模块六：服务人员与团队管理 模块七：服务营销创新与案例分析	1.条件要求：授课使用多媒体教学，利用视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂的方式形象地演示出来，教学示范清晰可见。 2.教学方法：主要采用任务驱动法、情景教学法、案例教学法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求：担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称，具有扎实的理论和实践基础，具备比较丰富的直播电商实践能力，同时应具备较丰富的教学经验。	Q1、Q5、Q6、Q7、K2、K8、K12、A2、A10、A11、A20



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		解其核心理念与独特价值。 2.了解服务营销组合要素及客户关系管理的基础理论与方法。 3.了解服务市场定位、服务过程管理要点及相关法律法规,明确服务营销的合规边界。 能力目标 1.能开展服务市场调研与分析,精准捕捉客户需求,为营销策略制定提供依据。 2.具备服务沟通与纠纷处理能力,可清晰传递服务信息,高效解决客户投诉与问题。 3.能够制定基础服务营销组合策略,并通过数据监测评估效果,优化服务流程与方案。		4.考核要求:本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。	
7	新媒体营销	素质目标: 1.具有良好的新媒体运营思维、大数据思维; 2.具备较强的竞争意识和创新意识,具有较强的自主学习意识和创新意识。 知识目标: 1.了解图、文、声、视等操作技能在新媒体种的应用; 2.熟悉新媒体营销在企业实践中的最新动态; 3.掌握新媒体营销的基础知识和常见的屏体操作流程。 能力目标: 1.能恰当选择新媒体媒介开展营销活动; 2.能分析微信、微博、抖音、快手等新媒体平台在品牌推广、产品营销种的商业价值; 3.能针对某一新媒体平台设计产品推广策划方案。	模块一: 新媒体现状及营销新理念; 模块二: 微信、社群、微博营销; 模块三: 短视频、直播、APP 营销; 模块四: 新媒体资源平台; 模块五: 新媒体文案创作与传播; 模块六: 新媒体营销素材制作。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形象的演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,较为丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考试课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K13、A1、A5、A11、A13、A15、A18、A19、A22
8	网店运营推广	素质目标: 1.具备严谨求实、细心认真的职业素养; 2.具备团队协作的精神; 3.具备较强适应能力、学习能力、抗压能力。 知识目标: 1.掌握选择产品、进货渠道及价格定制的相关知识及方法; 2.掌握店的命名、开通付款方式、注册等相关知识;	模块一: 店铺定位及注册开店; 模块二: 发布商品及装修店铺; 模块三: 线上、线下管理; 模块四: 售后服务; 模块五: 网店站内、站外推广。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,用图文并茂的方式形象的演示出来,学生使用电脑进行训练,理论与操作同步进行。 2.教学方法: 主要采用翻转教学法、案例分析、情景模拟、任务驱动等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应为市场营销类	Q2、Q5、K2、K9、K13、A1、A2、A5、A11、A12、A18、A20、A22



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		3.掌握商品图片美化、商品标题确定、商品描述、分类商品发布、网店装修的知识; 4.掌握线上、线下管理、客户服务的知识; 5.掌握站内推广与站外推广的知识与方法。 能力目标: 1.能进行软件搜索、安装及使用,能有效与顾客沟通; 2.能进行商品发布及上架时间分配、美化店铺; 3.能进行货源管理、谈判沟通、订单处理、库存管理,能提供优秀客户服务; 4.能进行搜索引擎推广及优化,能制定信息流推广策略并实施。		专业,研究生以上学历毕业,从事网络营销或网店运营推广工作二年以上,有中级以上技术职称,掌握高职教育规律,有一定的教学经验与教学方法。 4.考核要求: 本课程为考试课程,形成性考核+理论考试分别占 40%、60%权重比的形式进行评价。 5.资源库网址: https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=axigal2rz7fjhh99ptsglg	
9	视觉营销设计	素质目标 1.具备时尚审美意识。 2.具有品牌维护意识。 3.具有创新突破意识。 4.具备细节雕琢意识。拥有用户导向意识。 知识目标 1.理解视觉营销设计的基本原理,掌握视觉心理学、消费行为学在营销中的应用,明晰视觉元素对消费者购买决策的影响机制。 2.了解平面设计软件的操作方法和技巧。 3.熟悉橱窗设计、广告海报制作、电商页面视觉优化、品牌宣传片策划等视觉营销的全流程与规范。 能力目标: 1.能根据品牌定位、产品特点和营销目标,独立完成视觉营销创意策划方案,包括主题构思、视觉风格设定和执行计划制定。 2.能熟练运用设计软件,进行宣传海报、产品包装、品牌手册等平面视觉设计,精准展现珠宝的质感与魅力。 3.能设计富有创意和吸引力的橱窗陈列与店内空间布局方案,通过道具搭配、灯光设计	模块一:营销基础与行业趋势 模块二:产品摄影技巧与布光艺术 模块三:陈列设计与店铺空间规划 模块四:包装设计与品牌视觉识别 模块五:电商主图与详情页视觉设计 模块六:广告创意与平面视觉表现 模块七:3D展示技术与虚拟试戴应用 模块九:社交媒体视觉内容策划 模块十视觉营销效果评估与优化	1.条件要求:授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形象地演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法:主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求:担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备较好的网络营销实践能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求:本课程为考查课程,采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K12、A1、A2、A5、A11、A12、A14、A15、A18、A19



序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		和场景营造,提升店铺视觉氛围与销售转化。			
10	短视频创作	素质目标: 1.具有一定的迭代意识和实践精神; 2.具有良好的短视频运营思维、大数据思维; 3.具备较强的竞争意识和创新意识,具有较强的自主学习意识和创新意识。 知识目标: 1.了解短视频制作流程; 2.掌握短视频制作规则; 3.掌握 Premiere Pro、绘声绘影、爱剪辑等软件应用技巧; 4.掌握短视频发布平台规则。 能力目标: 1.能利用短视频工具进行短视频编辑与制作; 2.能进行视频录制与制作; 3.能有效地开展短视频策划、制作与运营等工作。	模块一: 从零开始全面认识短视频; 模块二: 短视频制作流程及构图原则与方法; 模块三: 抖音短视频的录制与制作; 模块四: 移动端、PC端短视频的后期制作; 模块五: 使用 Premiere 编辑与制作短视频。	1.条件要求: 授课使用多媒体教学,利用视听媒体,将抽象的教学内容,采用图文并茂的方式形象地演示出来,教学示范清晰可见。 2.教学方法: 主要采用探究教学法、任务驱动和小组合作学习法、角色扮演法等教学方法。 3.师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有研究生以上学历或讲师以上职称,具备较好的网络营销实践能力,同时应具备较丰富的教学经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程,形成性考核 40%+终结性考核 60%,进行考核评价。	Q2、Q5、K2、K9、K12、A2、A5、A11、A12、A14、A15、A18、A19、A20



七、教学进程总体安排

(一) 教学进程表

表 12 专业教学进程安排表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	学时分配			考核形式	按学年及学期分配教学周数					
							总课时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年	
											一	二	三	四	五	六
											20	20	20	20	20	20
公共基础必修课程		1	思想道德与法治	10470105	B	3	48	40	8	■	2/12	2/12				
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	10460104	B	2	32	28	4	■		2/16				
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10460102	B	3	48	40	8	■			4/12			
		4	党史	10460202	A	0.5	8	8	0	□				2/4		
		5	形势与政策	10480103	A	1	32	32	0	■	8 课时/每学期 (2 课时*4 周) *4 学期					
		6	大学英语	08390101	B	8	128	84	44	■	线上 4/1 线下 4/13	线上 4/4 线下 4/14				
		7	大学体育	09400105	B	6.5	108	8	100	□	2/12	2/14	2/14	2/14		
		8	大学生心理健康教育	09420101	B	2	32	12	20	□	实践 10 节 线下 2/3	实践 10 节 线下 2/3				
		9	大学生职业生涯规划	09440101	B	1	16	10	6	□	线上 10 节					



课程类别	课程性质	序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	学时分配			考核形式	按学年及学期分配教学周数					
							总课时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年	
											一	二	三	四	五	六
											20	20	20	20	20	20
											线下 2/3					
		10	职业素养与就业指导	09440104	B	1	22	6	16	□				线上 6 节 线下 2/8		
		11	创业基础	09440103	B	2	32	22	10	□			线上 22 节 线下 2/5			
		12	劳动专题教育	10470104	A	1	16	14	2	□			2/8			
		13	劳动实践	11490101	C	1	20	0	20	□			1 周			
		14	军事技能	09450102	C	2	112	0	112	□	2 周					
		15	军事理论	09450101	A	2	36	36	0	□	线上 32 节 线下 2/2					
		16	国家安全教育	09450204	A	1	16	16	0	□	线上 16 节					
		17	大学生安全教育	09450203	B	1	16	10	6	□		线上 10 节 线下 2/3				
		18	信息技术—基础篇	03160202	B	3	48	24	24	□		4/12				
		19	学生德育实践	09420103	C	5	0	0	0	□	每学期 1 学分（不计课时）					
公共基础必修课程小计					46	770	390	380								
公共基础	限定选修	20	经济数学	09380105	A	3	52	52	0	□	4/13					
		21	舞蹈欣赏与实践（美育）	09430208	A	2	32	30	2	□		线上 2/8 线下 2/8				



课程类别	课程性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	学时分配			考核形式	按学年及学期分配教学周数							
								总课时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年			
												一	二	三	四	五	六		
												20	20	20	20	20	20		
	选修课程	课程	22	大学语文	09410204	A	2	32	30	2	□		2/16						
			23	健康教育	09420102	B	1	16	8	8	□		线上16节						
		任意选修课程	24	详见附录《任意选修课程一览表》			6	96	64	32	□	学生在2-4学期自主选择课程，需完成不少于6学分课程，课程详见附录《任意选修课程一览表》							
	公共基础选修课程小计							14	228	184	44	□							
公共基础课程小计							60	998	574	424									
			1	管理学基础	07320302	B	3	48	36	12	□	4/12							
			2	商务礼仪	07320304	B	2	32	20	12	□		2/16						
			3	市场营销基础	07320320	B	3	48	36	12	■	4/12							
			4	消费者行为分析	07320312	B	3	52	30	22	□				4/13				
			5	商品学基础	07320321	B	2	32	20	12	□			2/16					
			专业基础课程小计						13	212	142	70							
				1	市场调查与分析	07320414	B	3.5	56	36	20	■		4/14					
				2	商务数据分析与应用	07320415	B	3.5	56	28	28	■				4/14			
				3	销售与管理	07320420	B	3.5	56	36	20	■			4/14				
				4	数字营销	07320413	B	3.5	56	28	28	■							



课程类别	课程性质	序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	学时分配			考核形式	按学年及学期分配教学周数					
							总课时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年	
											一	二	三	四	五	六
											20	20	20	20	20	20
		5	品牌策划与推广	07320421	B	3.5	56	36	20	■				4/14		
		6	智能客户服务实务	07320422	B	3.5	56	36	20	■				4/14		
	专业核心课程小计						21	336	200	136						
		1	营销沙盘实训	07320502	C	1	20		20	□		1W				
		2	市场调查实训	07320503	C	1	20		20	□		1W				
		3	直播实训	07320515	C	1	20		20	□			1W			
		4	销售技巧实训	07320519	C	1	20		20	□			1W			
		5	职业技能考证实训	07320508	C	1	20		20	□			1W			
		6	策划实训	07320507	C	1	20		20	□				1W		
		7	数字营销实训	07320518	C	1	20		20	□				1W		
		8	营销岗前综合实训	07320516	C	1	20		20	□						1W
		9	毕业设计	07320511	C	3	60		60	□						3W
		10	岗位实习	07320517	C	24	480		480	□					20W	4W
		11	毕业教育	07320513	C	1	20		20	□						1W
	独立开设的实践课程小计						36	720	720							
	专业必修课程小计						69	1268	342	926						
	专业选修课	专业拓展课	1	直播营销	07320612	B	3	52	30	22	□			4/13		
			2	品牌经营与管理	07320613	B	3	48	30	18	□			4/13		
			3	珠宝首饰营销	07320608	B	3	48	30	18	□				4/13	
			4	商务谈判	7320614	B	3	48	30	18	□				4/12	



课程类别	课程性质		序号	课程名称	课程编码	课程类型	学分	学时分配			考核形式	按学年及学期分配教学周数						
								总课时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年		
												一	二	三	四	五	六	
												20	20	20	20	20	20	
			5	零售门店 O2O 运营	07320615	B	1.5	28	20	8	☐						4/7	
			6	服务营销	7320616	B	1.5	28	20	8	☐						4/7	
			7	新媒体营销	2 选 1	07320610	B	3	52	26	26	☒			4/13			
			8	网店运营与推广		07320611	B	3	52	26	26	☒			4/13			
			9	视觉营销设计	2 选 1	07320616	B	1.5	30	16	14	☐				2/15		
			10	短视频创作		07320614	B	1.5	30	16	14	☐				2/15		
			专业选修课程小计							19.5	334	202	132					
专业（技能）课程小计							89.5	1602	544	1058								
每学期周课时统计												24	25	26	22		8	
合 计							149.5	2600	1118	1482								

说明:

- 1.公共基础课程按总课时开设，原则上不受实践教学周的影响；
- 2.课程类型：A 代表纯理论课、B 代表(理论+实践)课、C 代表纯实践课；
- 3.考核形式：“☒”代表考试、“☐”代表考查；
- 4.学分计算：A 类和 B 类课程按 1 学分/16 课时计算，取 0.5 为最小学分单位，C 类课程按 1 学分/1 周计算；
- 5.周课时及上课周数简写：周课时/上课周数；（例：4/12 表示，周课时为 4，上课周数为 12 周）
- 6.每学期周课时统计方法：A 类和 B 类课程总课时/理论课最大周数，结果四舍五入取整数，任意选修课程不计入统计；
- 7.公共基础限定选修课程由各专业根据人才培养需求进行选择，公共基础任意选修课程至少修满 6 学分；
- 8.《劳动实践》课程除在校内安排 1 周外，在每学年的暑假分别安排 1 周结合“三支一扶”、大学生志愿服务西部计划、“三下乡”等社会实践活动开展服务性劳动。



(二) 教学学时学分比例表

表 13 教学学时学分比例表

课程类型			小计		小计		备注
			学时	比例	学分	比例	
必修课	公共基础课程		770	29.62%	46	30.77%	实践教学总学时数为实践教学环节课时和理论教学中的课内实践总学时之和。
	专业 (技能) 课程	专业基础课	212	8.15%	13	8.70%	
		专业核心课程	336	12.92%	21	14.05%	
		独立开设实践课程	720	27.69%	36	24.08%	
选修课	公共基础课程		228	8.77%	14	9.36%	
	专业（技能）课程 （专业拓展课）		334	12.85%	19.5	13.04%	
合 计			2600	100%	149.5	100%	
比例 分析	公共基础课程占比		38.38%	专业（技能）课程占比		61.62%	
	必修课程占比		78.38%	选修课程占比		21.62%	
	理论课程（学时）占比		43.00%	实践课程（学时）占比		57.00%	

(三) 实践教学环节安排表

表 14 实践教学环节安排表

序号	项目		周数	学时数	学分	按学期分配 (周)							备注
						1	2	3	4	5	6	合计	
1	校内 集中 实训	军事技能	2	112	2	2						2	
2		劳动实践	1	20	1			1				1	
3		营销沙盘实训	1	20	1		1					1	
4		市场调查实训	1	20	1		1					1	
5		直播实训	1	20	1			1				1	
6		销售技巧实训	1	20	1			1				1	
7		策划实训	1	20	1				1			1	
8		职业技能考证实训	1	20	1			1				1	
9		数字营销实训	1	20	1				1			1	
10		营销岗前综合实训	1	20	1						1	1	
11		毕业设计	3	60	3						3	3	
12		毕业教育	1	20	1						1	1	



序号	项目	周数	学时数	学分	按学期分配（周）							备注
					1	2	3	4	5	6	合计	
15	岗位实习	24	480	24					20	4	24	
合计		39	852	39	2	2	4	2	20	9	39	

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业由公共基础课程、专业（技能）课程的课程负责人和实习指导教师、企业兼职教师组成结构化创新教师团队。

1.师资队伍结构

专兼职教师的配置满足生师比为 16:1,专兼职教师的结构、素质要求如下:

具有高校教师资格和本专业领域有关证书;有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历, 扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力;具有较强信息化教学能力和市场调研、营销策划以及企业管理实操能力, 能够开展课程教学改革和科学研究;每 3 年累计不少于 4 个月的企业实践经历。

表 15 师资配置与要求

序号	教师类型	比例	素质要求
1	专任教师	65%	1.熟悉市场营销专业相关理论知识; 2.熟悉市场调研、营销策划以及企业管理实操; 3.熟悉课程教学改革和科学研究; 4.熟悉信息化教学的要求; 5.熟悉行业的市场前景和行业动态。
2	兼职教师	35%	1.主要从本专业相关的行业企业聘任 2.具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神 3.具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验 4.具有中级及以上相关专业职称, 能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务

2.专任教师

具有高校教师资格;有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;具有市场营销等相关专业本科及以上学历;具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力;能够胜任 2-3 门专业课程的模块化教学, 且能熟练地对每门课程的 3-5 个模块进行模块化教



学设计与组织实施；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

具有高级职称，能够较好地把握市场营销专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

(1) 具备高职教育认识能力、专业发展方向把握能力、课程开发能力、教研教改能力、学术研究尤其是应用技术开发能力、组织协调能力；

(2) 具备教研教改经验，具有先进的教学管理经验；

(3) 具备较强专业水平、专业能力，具备创新理念；

(4) 成为专业建设的龙头，具备最新的建设思路，主持专业建设各方面工作；

(5) 能够指导骨干教师完成专业建设方面的工作；

(6) 能够牵头专业核心课程开发和建设；

(7) 能够主持及主要参与应用技术开发课题；

(8) 有一定的相关企业经验，具有较强的现场生产管理组织经验和专业技能，能够解决生产现场的实际问题。

4.兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，企业兼职教师占专业教学团队比达 35%以上。兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务，兼职教师承担专业课程的授课比例不低于 50%。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1.专业教室基本条件

本专业应有专用教室 6 间，均配备黑（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，其中 4 间配备智能黑板，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.校内实训基本要求

校内实训室需要满足市场营销职业认知实训、市场营销策划实训、推销实训、珠宝营销实训等实践教学环节的需要。见表 16。

表 16 校内实验实训条件一览表

类型	实训室名称	主要实训项目	面积、主要设施设备要求	工位数	支撑课程	备注
新零售运营基地	京东新零售实训超市	1.营销职业认知实训; 2.新零售运营管理课内训练; 3.推销实训; 4.数字营销实训。	200 平方米; 收银机 1 台、新零售平台软件、电脑 1 台、监控设备 1 套、监控摄像头 4 个以及满足企业经营需要的货柜、货架 1 套。	50	市场营销基础、现代推销技术、新媒体营销、网店运营与推广、营销认知实训、企业跟岗实训、直播实训。	已有
生产性实训室	营销沙盘实训室	1.营销沙盘大赛培训; 2.营销沙盘实训。	100 平方米; ITMC 营销沙盘软件一套、电脑 56 台、服务器 1 台、电脑桌椅 56 套、智能白板。	50	市场营销基础、现代推销技术、新媒体营销、网店运营与推广、营销沙盘实训。	已有
生产性实训室	市场营销校企合作生产性实训室	1.团队协作能力训练; 2.抗挫折能力训练; 3.职业素养训练; 4.企业运营模拟训练。	100 平方米; 企业运营模拟软件一套、电脑 56 台、投影仪 1 台、音响 1 套、桌椅 56 套。	50	市场营销基础、现代推销技术、新媒体营销、网店运营与推广、营销认知实训、企业跟岗实训、市场营销策划实训、市场调查实训。	已有
营销人工作室	市场营销调查实训室	1.市场调查实训; 2.承接市场调查项目。	100 平方米; 智能白板、投影仪 1 台、电脑 15 台、桌椅 15 套、商务洽谈桌 1 张、沙发一套。	50	市场营销基础、市场营销策划、市场调查与分析、新媒体营销、网店运营与推广、市场营销策划实训、市场调查实训。	已有
生产性实训室	直播实训室	1.直播带货; 2.短视频拍摄与制作。	50 平方米; 智能白板、固定式摄像机 1 台、移动式 4K 摄像机 1 台、采集卡 1 台、调音台 1 台、补光灯 4 个、提词器 1 台。	20	市场营销基础、现代推销技术、新媒体营销、直播实训、数字营销、推销实训。	已有

3.校外实训基地基本要求

本专业应具有稳定的校外实习基地；基地能提供本专业相关实习岗位，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。根据行业特点，按专业学



生人数计算每 20 人应有 1 家稳定的校外企业作为教学和实习的基地，并能不断增加校外基地数量，并拓展其功能。

4.校外实习基地的主要功能

(1) 职业实训：在实训课程中，给学生安排适当学时到校外实习基地进行参观实习，让学生对课程所涉及知识产生感性认识，同时感受营销企业的工作环境与气氛；收集相关的实际案例，在课堂中进行分析解决。

(2) 岗位实习：学生通过岗位实习，在企业从事营销岗位相关工作，全面了解和掌握所学专业知识和在实际营销工作的应用，锻炼学生综合运用所学市场营销专业知识和技能分析解决实际工作中出现问题的能力，把市场营销知识和实践结合起来，提高岗位技能。使学生了解自己未来的发展方向，进一步养成良好的职业素养，为正式就业打下基础。见表 17。

表 17 校外实习实训基地一览表

序号	基地名称	主要工作（实训）岗位	接纳人数	支撑课程
1	京东湖南分公司	商品销售、市场推广、统计员、理货员、收银员、电商客服	50	商务数据分析与应用、现代推销技术、消费者行为分析、数字营销、客户关系管理、网店运营与推广、新媒体营销、直播营销。
2	湖南创研科技股份有限公司	区域经理助理、渠道专员、客户专员、市场推广、策划专员	50	商务数据分析与应用、现代推销技术、消费者行为分析、数字营销、客户关系管理、网店运营与推广、新媒体营销。
3	湖南西子电商有限公司	电商客服、市场推广、品牌管理、直播销售员、网店美工、网店运营	50	商务数据分析与应用、现代推销技术、消费者行为分析、数字营销、客户关系管理、网店运营与推广、新媒体营销、直播营销。
4	湖南禹小白创业服务有限公司	直播电商运营、主播、视频拍摄与剪辑、文案策划、电商客服	50	市场营销策划、视频剪辑、数字营销、新媒体营销、网店运营与推广、直播营销。
5	湖南晚安家居集团	推销员、调研员、访问员、市场推广、客服专员、直播销售员	50	现代推销技术、渠道管理、消费者行为分析、连锁经营管理、客户关系管理、网店运营与推广、新媒体营销、直播营销。
6	湖南步步高超市	商品销售、区域开发、统计员、理货员、收银员	50	现代推销技术、渠道管理、消费者行为分析、消费者行为分析、客户关系管理、网店运营与推广、新媒体营销。
7	湖南嘉升酒业贸易有限公司	推销员、客户专员、市场推广、策划专员、网店运营	50	现代推销技术、渠道管理、消费者行为分析、新零售运营管理、消费者行为分析、客户关系管理。
8	湖南情玖贸易有限公司	推销员、客户专员、市场推广、策划专员、网店运营	50	现代推销技术、渠道管理、消费者行为分析、新零售运营管理、消费者行为分析、客户关系管理。



序号	基地名称	主要工作（实训）岗位	接纳人数	支撑课程
9	香港张万福珠宝有限公司	珠宝销售员、调研员、访问员、统计员、策划专员、店长助理	50	珠宝首饰营销、新零售运营管理、现代推销技术、消费者行为分析。
10	湖南周六福珠宝首饰有限公司	珠宝销售员、调研员、访问员、统计员、策划专员、店长助理	50	珠宝首饰营销、新零售运营管理、现代推销技术、消费者行为分析。

5.支持信息化教学方面的基本要求

本专业具有信息化教学平台和可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；支持教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

教材优先采用高职高专国家或者省级规划教材。教材及参考图书资料的选择应满足专业人才培养目标的需要，内容应体现先进性、通用性、实用性，更贴近专业的发展和实际需要；应以训练能力为主线，注重职业能力的培养；要充分体现时代特点和现代意识；应体现市场营销专业领域的发展趋势及实际业务操作中的新知识、新技术和新方法。

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等组成的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。部分教材由专任教师联合校企合作企业共同开发如《市场调查与预测》、《品牌策划与推广》、《直播营销》、《数字营销》。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足市场营销专业人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：与市场营销专业核心专业领域相适应的图书、期刊、资料、规范、标准、经济法律法规、图集等。并且定期选购和更新相关文献资料。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备市场营销专业教学资源库，建设《市场营销基础》、《直播营销》等多门精品在线课程资源，建设配备与本专业有关的微课、音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使



用便捷、动态更新，能满足教学要求。主要包括满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施的国家规划教材、课程标准、授课计划、教案、课件、各种案例、教学视频、各种参考资料图书、网络平台数字课程资源，以及企业工厂的观摩教学、现场演示教学资源等。

表 18 教学资源情况一览表

分类分类及项目名称		数量	主要内容 (网上教学资源请提供链接)
专业与课程 教学资源	专业教学标准	40	40 门课程标准
	专业教学资源库	1	https://www.icve.com.cn/portalproject/themes/default/jor-accke5ver-lkcsqvla/sta_page/index.html?projectId=ior-accke5ver-lkcsqvla
	校级精品在线课程	2	市场营销基础 (https://qun.icve.com.cn/zyq/wovhaiwnirvdc7iowruwa/courseDetail/6vwnaecsr5hjgu2f9pszg)
	行业“十三五”规划教材	4	《市场营销基础》、《市场营销策划》、《客户关系管理》、《市场调查与分析》、《销售管理》
	校企合作优秀教材	3	《销售管理》、《服务营销》
实践教学 资源	学生专业技能考核标准	1	市场营销技能考核标准
	技能竞赛题库	1	高职市场营销技能竞赛题库
	执业资格培训资源包	1	数字营销 (1+X 证书)

(四) 教学方法

1.教学方式多样化，将传统教学和多媒体教学相结合，积极运用在线开放课程和教学资源库等在线资源，开辟教师和学生网络空间，创新基于网络的课程教学方法，开展“线上+线下”混合式教学，提升课堂教学质量。

2.坚持以学生为中心，引导学生积极参与课堂教学，主动思考、主动学习和训练，重视课堂实践，以项目导向、任务驱动、案例探究等教学法为主线，通过项目实践、任务实施、案例讨论和分析等环节，提高学生运用专业知识解决实际问题的能力。

3.在教学过程中，依据课程特点实施教学做一体、分层教学、翻转课堂、虚拟仿真等为主要特色的课堂教学，丰富课堂教学实践形式，提升课堂教学质量。



(五) 学习评价

1. 必修考试课程考核

形成性考核由出勤、学生作品成果、课堂参与、平时考核（含技能）等组成，其中出勤占总成绩 10%~20%；终结性考核根据课程特点由理论考试、技能考核、学生作品、成果展示等组成。原则上要求过程性考核权重为 30%~50%，终结性考核权重为 50%~70%。

2. 必修考查课程考核

成绩评定包括出勤、课堂参与、学生作品成果、考核或考试等，成绩按照优秀、良好、及格、不及格进行等级评定，其中出勤比例占比不少于 15%。

3. 选修课考核

成绩评定包括出勤、课堂参与、考核或考试等，成绩按照优秀、良好、及格、不及格进行等级评定，其中出勤比例占比不少于 20%。

4. 其它考核

(1) 实践课程（实习、实训等）：成绩评定由出勤、技能操作、实训作品（成果）以及实训报告等组成，其中出勤占比不少于 20%。

(2) 岗位实习：过程性考核由出勤、实习报告、企业实习总结、指导教师评价、企业评价、毕业考试等组成，占总成绩比例的 40%~60%（其中出勤占比 20%~30%）；终结性考核由毕业设计评审、答辩组成，占总成绩比例的 20%~30%。

(3) 毕业设计：成绩评定包含选题、毕业设计过程的态度、任务完成度、作品质量、答辩等，成绩按照优秀、良好、及格、不及格行等级评定。

表 19 学习评价情况一览表

序号	课程类型	形成性考核占比	终结性考核占比	主要考核方式
1	必修考试课	出勤（5%）+学生作品（15%）+课堂参与（15%~20%）+模块考核（15%~20%）	40%~50%	学生作品成果、试卷、上机考核等
2	必修考查课	出勤（10%）+学生作品（20%）+课堂参与（20%~30%）	40%~50%	学生作品成果、试卷、上机考核等
3	选修课	出勤（20%）+课堂参与（20%~50%）	30%~60%	学生作品成果、试卷、技能考核等
4	实践课程	出勤（20%~30%）+技能操作（20%~30%）	实训作品（40%~60%）	技能操作、学生作品成果、实训报告等



(六) 学习成果学分认定

表 20 学习成果学分认定转换一览表

序号	类型	项目名称	主办单位	对应课程	可兑换 学分	佐证材料
1	职业资格 证书	数字营销 (初级)	北京鸿科经纬 科技有限公司	职业技能考证实训、数字 营销、数字营销实训、沙 盘营销实训	12	获取证书
		数字营销 (中级)	北京鸿科经纬 科技有限公司	职业技能考证实训、新媒 体营销、数字营销、数字 营销实训、沙盘营销实训、 商务数据分析	4	获取证书
		数字营销 (高级)	北京鸿科经纬 科技有限公司	职业技能考证实训、新媒 体营销、数字营销、数字 营销实训、沙盘营销实训、 直播营销、商务数据分析	8	获取证书
		电商直播销售 员	湖南省人力资 源和社会保障 厅	珠宝直播营销、珠宝直播 实训、职业技能考证实训	2	获取证书
		互联网营销师 (初级)	湖南省人力资 源和社会保障 厅	职业技能考证实训、珠宝 首饰全媒体运营推广、商 务数据分析、珠宝首饰数 字营销	2	获取证书
		互联网营销师 (中级)	湖南省人力资 源和社会保障 厅	职业技能考证实训、珠宝 首饰全媒体运营推广、商 务数据分析、珠宝首饰数 字营销	4	获取证书
		互联网营销师 (高级)	湖南省人力资 源和社会保障 厅	职业技能考证实训、珠宝 首饰全媒体运营推广、商 务数据分析、珠宝首饰数 字营销	8	获取证书
2	创新 创业	创业基础 创新创业实践	企业或上级主 管部门或行业 权威机构	创业基础	3	有创业培 训经历证 明

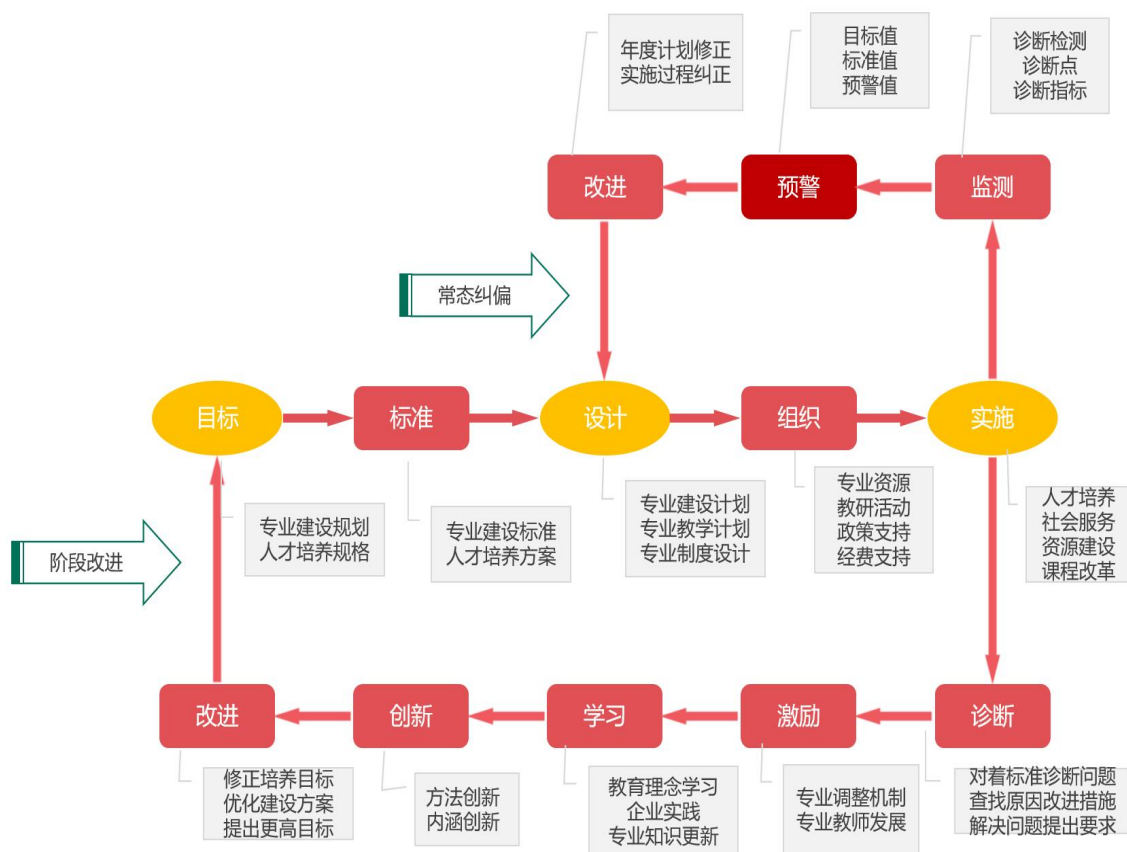


图2 营销市场专业评价整改体系

（七）质量管理

1.建立市场营销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。市场营销专业按照PDCA循环、八字螺旋，一年小周期，三年大周期，不断加强教学管理，持续加强教学质量、人才培养质量。

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。专任教师一学期须听课评课4次，每学期应保证有20%教师开展公开课、示范课教学活动，新教师必须实行一对一指导一年；教师若发生教学事故，不得参与当年评优评先，年度考核不高于合格等次。

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，出具具体的分析报告，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，找出问题、分析原因、提出措施，为下一届人才培养提供参考依据。

4.组织专业教学团队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.按规定修完人才培养方案规定的课程，思想端正、身心健康，学分达到毕业规定的 149.5 学分，达到本专业人才培养目标和培养规格方能毕业。

2.毕业应达到会调研、会策划、会推广、会销售；能守信、能抗压、能适应、能创新创业的“四会四能”人才。

3.职业技能证书：对接职业技能等级证书制度改革，明确不同等级职业技能证书允许认定的学分，支持学生根据认定的学分替代相关课程（除必修的通识课和专业核心课之外），与专业非常相关的职业证书，经二级学院认定，教务处审核后，可替代相关专业课程。

4.鼓励学生在校期间获得职业资格证及若干职业技能等级证书以及普通话、英语三级等证书，但不与毕业证挂钩。

5.本专业毕业生继续学习（主要有两种途径）：一是参加专升本；二是参加自学考试，其专业面向有市场营销、工商管理、跨境电商等专业。



十、附录

(一) 任意选修课程一览表

序号	课程名称	课程编码	学分
1	对话大国工匠 致敬劳动模范	10470201	2
2	楚怡工匠	10470202	0.5
3	中华民族精神	10470203	2
4	中华诗词之美	09410208	2
5	中国现代文学名家名作	09410209	2
6	融媒体制作与发布实战	03560201	2
7	你我职业人	07310201	2
8	旅游新媒体营销	08350203	2
9	人工智能与信息社会	03160212	2
10	中国古建筑欣赏与设计	04190201	2
11	现代自然地理学	02070202	2
12	批判与创意思考	05220203	2
13	追寻幸福：中国伦理史视角	05240202	2
14	用经济学智慧解读中国	07340203	2
15	文化地理	02040201	2
16	国际货运代理实务	07340201	2
17	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	07310202	2
18	探寻中国茶：一片树叶的传奇之旅	05240201	2
19	法律与社会	03510201	2
20	景观地学基础	02070201	2
21	智慧运输运营	07340202	2
22	世界建筑史	05230203	2
23	听着音乐去旅行	09430211	2
24	中国历史人文地理（上）	05520201	2
25	中国历史人文地理（下）	05520202	2
26	大学生恋爱与性健康	09420201	2
27	历史的三峡：近代中国的思潮与政治	05230202	2
28	剑指 CET-3：大学生英语能力基础	05230201	2
29	走进人工智能	07330201	2
30	乡村振兴的实践探索	07330202	2
31	中国古典哲学名著选读	09420203	2
32	现代城市生态与环境学	02070203	2
33	急救与心理技能	09420204	2
34	生成式人工智能原理及其影响和应用	03510203	2
35	移动互联网时代的信息安全与防护	03510204	2
36	心理健康与自我成长	09420205	2
37	公文写作规范	09410214	2
38	人文视野中的生态学	05230204	2
39	中国城市建筑史	05230205	2
40	信息素养：效率提升与终身学习的新引擎	09420207	2
41	从古至今话廉洁——大学生廉洁素养教育	09420206	2

注：任意选修课根据学校及平台资源实际情况，每学期会有一定的增减。



(二) 教学进程安排表及教学周数分配表

附表1 市场营销专业 2025 级教学进程安排表

年 级	学 期	教 学 进 程 (周)																									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
一	1	※	※	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	◆	★	☼	☼	☼	☼	☼	☼
	2	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	△	△	☆	☆	☆	☆	☆	☆	◆	★	◇	☼	☼	☼	☼	☼
二	3	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	△	△	☆	☆	☆	▲	◇	☆	◆	★	☼	☼	☼	☼	☼	☼
	4	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	△	△	☆	☆	☆	☆	☆	☆	◆	★	◇	☼	☼	☼	☼	☼
三	5	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	☼	☼	☼	☼	☼	☼
	6	○	○	○	○	☆	☆	△	☆	☆	☆	☆	☆	☆	△	★	●	●	●	■	◆						

填写说明:

- 1.※表示军训技能, ☆表示理论、理实一体化教学, △表示专项实训(独立开设的实践课程), ○表示岗位实习, ◇表示劳动实践, ▲表示考证, ◆表示机动, ★表示考试, ●表示毕业设计, ■表示毕业教育, ☼表示假期。
- 2.劳动实践包含学期中的劳动实践周和暑假的劳动实践周。
- 3.教学进程安排表与教学周数分配表是对应关系。



附表2 市场营销专业 2025 级教学周数分配表

学年	学期	军训技能	理实教学	专项实训	岗位实习	劳动实践	考证	机动	考试	毕业设计	毕业教育	本学期总周数	假期	合计	备注
第一学年	1	2	16	0	0	0	0	1	1	0	0	20	6	26	
	2	0	16	2	0	[1]	0	1	1	0	0	20	5+[1]	26	
第二学年	3	0	14	2	0	1	1	1	1	0	0	20	6	26	
	4	0	16	2	0	[1]	0	1	1	0	0	20	5+[1]	26	
第三学年	5	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	20	6	26	
	6	0	9	1	4	0	0	1	1	3	1	20	0	20	
合计		2	71	7	24	1+ [2]	1	5	5	3	1	120	28+ [2]	150	

注:

- 1.本表中的“理实教学”包含了理论、理实一体化教学。
- 2.劳动实践: 包含校内劳动实践和校外劳动实践, 校内专题 1 周, 校外利用暑假有 2 周, 第二学期和第四学期, [1]代表暑假劳动专题教育实践 1 周。
- 3.岗位实习共计 24 周, 其中第五学期 20 周、第六学期 4 周。



(三) 教学计划变更审批表

_____专业教学计划变更审批表

_____学院

_____年 _____月 _____日

变更教学计划班级	
增开课程	
减开课程	
更改课程	
调整开设时间	
变更理由	
专业建设指导委员会意见	签字(章) 年 月 日
教务处意见	签字(章) 年 月 日
主管院长意见	签字(章) 年 月 日



(四) 专业人才培养方案审定表

市场营销 专业人才培养方案审定表

审批人	审批人意见及签章	审批日期
二级学院负责人	同意实施 	2025.8.19
专业建设指导委员会	同意实施 签名: 叶W虎	2025.8.20
学校学术委员会		
学校党委会		