



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： 2024级

专业带头人： 罗碧华

专业主任： 王苏凤

制（修）订时间： 2024 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，加快培养复合型技术技能人才。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，制订了符合复合型技术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 2024 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	专任教师	讲师
4	淳胜	湖南电子科技学院	专业主任	副教授
5	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	唐细语	长沙商贸旅游职业技术学院		教授
2	熊美珍	湖南化工职业技术学院	教务处长	教授
3	张静	湖南水利水电职业技术学院	院长	高级会计师
4	冯梅	湖南现代物流职业技术学院		教授
5	刘真兵	湖南中德安普大数据网络科技有限公司	赛证事业部部长	
6	廖伟	浩通国际货运代理有限公司	项目拓展部总监	
7	殷子琪	湖南工程职业技术学院市场营销专业	2022 级	学生



市场营销专业 2024 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	邓永亮	湖南民政职业技术学院	副教授	邓永亮
2	罗勇	湖南省现代物流职业技术学院	教授/副校长	罗勇
2	严品	湖南安全技术职业学院	副教授/院长	严品
3	李青阳	湖南生物机电职业技术学院	副教授	李青阳
5	刘温泉	北京融智国创科技有限公司	总经理	刘温泉
6	朱熙	湖南工程职业技术学院 市场营销专业	在校生	朱熙
评审意见				
人才培养方案思路清晰，强调实践实训，专业特色较明显，能满足企业对营销人才的需求。 评审组长签字：邓永亮 2024年) 月 10 日				

注：凡是打印后签字的都要扫描电子档插入培养方案电子档中。



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	4
(四) 典型工作任务与岗位职业能力分析	4
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	7
(一) 课程体系构建	7
(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	20
七、教学进程总体安排	46
(一) 教学进程表	46
(二) 教学学时学分比例表	52
(三) 实践教学环节安排表	52
八、实施保障	53
(一) 师资队伍	53
(二) 教学设施	54
(三) 教学资源	57
(四) 教学方法	59
(五) 学习评价	59
(六) 学习成果学分认定	60
(七) 质量管理	61
九、毕业要求	62
十、附录	63
(一) 任意选修课程一览表	64
(二) 教学进程安排表及教学周数分配表	64
(三) 教学计划变更审批表	66
(四) 专业人才培养方案审定表	67



市场营销专业 2024 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 (51) 零售业 (52) 互联网和相 关服务 (64)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-01-02-05) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	市场调研 营销策划 销售与客户开发 数字营销 互联网营销	互联网营销师职业 技能等级证书 + 数字营销 1+X 证



(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
目标岗位	销售代表	1.负责指定区域的市场开发、客户维护和销售管理等工作； 2.负责所属区域的产品宣传、推广和销售，完成销售的任务指标； 3.制定自己的销售计划，并按计划拜访客户和开发新客户； 4.搜集与寻找客户资料，建立客户档案； 5.协助销售主管制定销售策略、销售计划，以及量化销售目标； 6.接待来访客户，以及综合协调日常销售事务。
	市场调研员	1.研究、建议产品及服务的市场地位，市场竞争对手、竞争产品、竞争策略信息收集、整理、汇报； 2.竞争策略效果调研，市场环境变化调研、整理、报告； 3.替代品发展趋势分析、应对建议，分析产品或服务的潜在市场； 4.制定调研方法。制作数据统计表格，并交促销人员协助收集信息； 5.顾客需求、顾客购买习惯、购买心理等信息调研，市场趋势和市场潜力分析。
	营销策划专员	1.负责市场调研、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。
	互联网营销师	1.制定产品素材搜集计划，制作产品专属宣传素材，执行跨平台宣传计划，制定宣传数据监控方案，运用工具对素材进行转码。盘点样品库，制定样品（道具）搭配计划，制定出镜者形象方案，根据销售需求选择硬件设备，完成多种设备的搭建与联调。 2.对样品试用后效果与产品描述之间的差异，比对产品在不同平台间的价格并进行分析。结合自身营销定位选择适合的产品，编写产品的营销话术。 3.编写团队协作的直播脚本，根据直播脚本测试营销流程。使用营销话术介绍产品特点，介绍平台优惠及产品折扣信息。 制定拍摄方案，对拍摄素材进行分类管理，对素材进行剪辑并导出。 4.搜集整理互联网推广渠道，用推广工具增加视频观看、互动等指标。分析和汇总异常数据，建立售后标准工作流程，对售前预测数据进行复核，通过复盘提出营销方案的优化建议。
	数字营销专员	1.负责公司各品牌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营销活动，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；
发展岗位	市场经理	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。
	电商运营主管	1.负责平台店铺及账号的运营，对产品规划、新品上下架、客户关系管理等系统经营性工作，负责直播带货的运营职位。知道投流、数据分析，对销售结果负责； 2.每日监控营销数据、交易数据、商品管理、顾客管理、及时提出营销改进措施，给出确实可行的改进措施，给出确实可行的改进方案； 3.与美工配合进行店铺装修，主题活动设计，产品详情页等完善和不断优化； 4.根据业务需求搭建团队，业务方向调整团队分工，能建立团队文化理念，制定团队管理规范； 5.对竞争对手品牌的价位进行研究，提出应对措施，并做出可行性分析报告；负责店铺销售情况的统计跟踪，并定期进行总结，提出改进措施。
	数字营销主管	1.负责数字营销的策略制定，投放渠道选择和优化； 2.负责监管营销数据、交易数据、商品管理、顾客管理等相关数据，并且做出快速反应，及时提出营销改进措施，促使市场营销效率最大化； 3.负责对竞争对手品牌的数字营销数据进行研究，提出应对措施，并做出可行性分析报告；负责企业销售情况的统计跟踪，并定期进行总结，提出改进措施； 4.负责监管相关数字营销活动，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； 5.负责数字营销的行业动态，最新发展，以及竞争对手进行监测和分析，从而更新和优化营销方案。
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。
	新媒体运营员	1.能进行社交媒体运营做信息采编，编辑等相关工作； 2.根据目标客户群体,有针对性的在各种社会化媒体网络平台进行社交媒体内容、活动的策划工作； 3.进行社交媒体监测，负责行业热点新闻、信息的收集采编工作； 4.收集社交媒体平台的热门文章、信息，进行整合、运营、管理。

(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 1+X 证书	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 视频剪辑

(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
销售代表	(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。



市场调研员	(1) 设计市场调研方案 (2) 设计调研问卷 (3) 实施调研 (4) 撰写调研方案 (5) 撰写调研报告	◇具备良好的收集行业相关资讯能力; ◇具备良好的信息调查能力; ◇具备良好的商务数据分析与应用能力; ◇具备良好的市场调研数据信息的归档、使用和管理能力; ◇具备良好的沟通能力; ◇具备良好的方案和调研报告撰写能力。
营销策划专员	(1) 收集分析商业资讯 (2) 调研问卷设计 (3) 实施和执行策划活动 (4) 撰写营销策划方案 (5) 营销策划活动结案	◇具备良好的判断和把握市场、产品等信息的能力; ◇具备良好的商务数据分析与应用能力; ◇具备良好的营销策划书撰写能力; ◇具备良好的活动现场管理与执行能力; ◇具备良好的营销策划书和活动效果评估能力; ◇具备良好的营销策划结案能力; ◇具备良好的营销策划方案的排版, 以及 PPT 汇报能力。
数字营销专员	(1) 关键词挖掘 (2) 网页信息的优化 (3) 网页优化分析 (4) 网页竞价推广的知识 (5) 品牌营销推广 (6) 搜索竞价营销分析 (7) 推荐引擎营销	◇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、谈判沟通能力、信息处理能力、商品管理能力、提高优质客户服务能力; ◇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。
互联网营销师	(1) 产品信息收集 (2) 产品确定及规划 (3) 直播营销 (4) 视频创推 (5) 售后与复盘	◇具备良好的团队管理能力 ◇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 ◇具备良好的营销效果数据分析及优化能力 ◇具备良好的沟通能力、谈判能力、选品能力 ◇具备良好的语言表达能力和沟通能力 ◇具备良好的营销策划能力 ◇具备良好的文案能力及表达能力



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、推销、策划、客户服务等方面的专业基本技能，主要面向湖南及长三角、珠三角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，能够从事商品的终端销售、营销策划、市场调研、互联网营销、数字营销推广等工作的复合型技术技能人才。毕业 3-5 年后能从事卖场经理、销售经理、市场经理、数字营销主管、电商运营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、会推销、会管理；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	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、	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、

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。	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.掌握市场营销策划概念、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、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。	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.能够对客户关系进行管理,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 61 门课(含 3 门任意选修课), 2778 学时, 159 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，实现《管理学基础》、《会计基础》、《经济学基础》三门专业群基础共享课程，构建了 22 门公共基础课程（不含任意选修课）、37 门专业（技能）课程。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、1+X《数字营销》职业技能等级证书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。

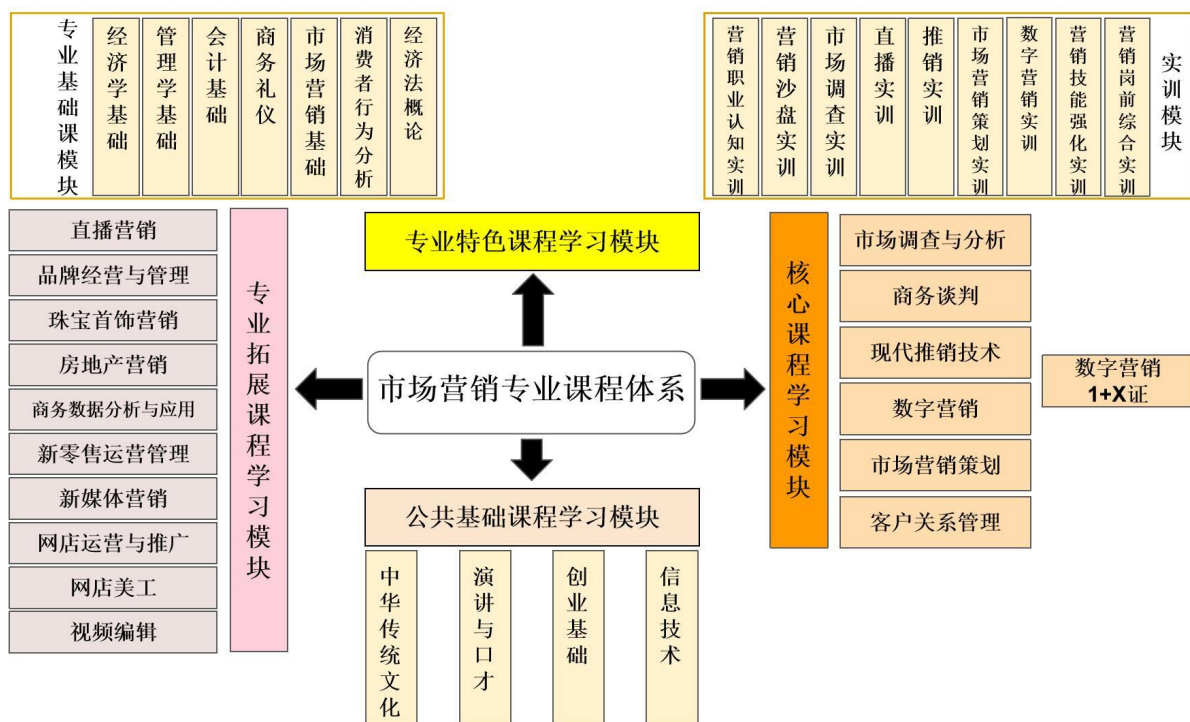


图 1 基于职业能力分析构建的课程体系图



(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; 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。	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
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	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	Q1、Q2、K1、K5、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
		和改革实践反复证明了的结论：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。		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	
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、认识和解决实际问题的能力。	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 专题五： 坚持以人民为中心 专题六： 全面深化改革 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	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、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
			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		
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, 培养唯物史观; 2.提高辨别政治是非和增强历史定力的能力。	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现强国大业	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
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	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
		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与社会发展的新决策新部署。 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;	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?course	Q2、Q3、K2、K3、A1、A8



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。		OpenId=wkgear6qi5dbauvmlop5qq&tokenId=g3vxavursjbmzsthbnqja	
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	模块一： 篮球、田径 模块二： 排球、田径 模块三： 武术、田径 模块四： 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）	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。 4.考核要求： 考查。采取过程性考核 40%（出勤、上课表现、阳光校园跑）+终结性考核 60%。	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
		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。			
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; 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。	模块一: 大学生自我意识与学业发展 模块二: 大学生情绪管理与压力应对 模块三: 大学生人际交往与恋爱心理 模块四: 大学生生命教育与危机干预	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: 心理学专业或教育心理学专业,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
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: 职业生涯规划决策与行动	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



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	职业素养与就业指导	素质目标: 1.具备良好的职业素养; 2.具备正确的就业观、价值观和职业能力。 知识目标: 1.了解国家的就业形势与政策; 2.了解职业发展的阶段特点; 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.能够培养学生养成良好职业道德行为习惯; 2.能够在实践中对自身的情绪、压力及健康进行调试与改进,保持健康的人格与体质; 3.能够培养学生自我探索能力,独立思考和勇于创新的能力; 4.能够培养树立信心,掌握信息搜索与管理技能、求职技能等。	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	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
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	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、



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
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	劳动实践	素质目标: 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。	模块一: 以班级为单位,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	1.条件要求: 在学院内开放的场地场所,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。	Q1、Q2、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,	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:	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
		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。		hngcjx.zhiye.chaoxing.com	
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。 能力目标: 能够了解国防知识和军事知识,准确把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。	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、
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。	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
		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。			
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safe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: hngcjsx.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	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	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
		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究能力,为职业能力的持续发展奠定基础。		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%。	
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。	
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	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	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
		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。		一种数学软件。 4.考核要求: 考试,形成性考核 40%+终结性考核 60%。 5.资源库网址: https://zjy2.icve.com.cn/expertCenter/process/edit.html?courseOpenId=7bvafmrmlvas8vc4dl1w&tokenId=t4pzavurx51bryqshu5aoq	
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	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=YSXHN300474	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、	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	Q2、Q3、Q5、K2、K3、A4、A9、A10、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
		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。		核占 70%+ 总结性考核占 30%。	

（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	经济学基础	素质目标： 1.具有热爱科学，实事求是学风和创新意识，创新精神； 2.具备良好的职业道德素养。 知识目标： 1.了解经济学的基本概念和理论； 2.理解国民收入的核算方法； 3.掌握简单国民收入决定理论、货币需求、供给与价格理论、弹性原理。 能力目标： 1.能运用现代经济学知识观察与分析问题； 2.能运用基本经济理论知识，解决相关经济问题。	模块一：需求与供给； 模块二：消费者行为分析及生产者理论与成本理论； 模块三：市场分析与生产要素分析； 模块四：市场失灵与政府干预； 模块五：国民收入核算； 模块六：失业与通货膨胀； 模块七：经济周期与经济增长； 模块八：宏观经济政策。	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：本课程为考查课程，采取形成性考核 40%+终结性考核 60%，进行考核评价。	Q2、Q5、K2、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
2	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; 4.能运用管理理论和知识解决实际问题。	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
3	会计基础	素质目标 1.具备认真负责、严谨细致的工作作风; 2.具备良好的会计职业道德及财经法律意识; 3.具备良好的沟通协调能力。 知识目标 1.了解会计工作的一般流程; 2.熟悉会计要素、会计等式和复式记账法的基本原理; 3.掌握采购业务、生产业务、销售业务等日常核算; 4.掌握填制和审核凭证的方法; 5.掌握登记账簿和编制会计报表的方法。 能力目标 1.能进行日常经济业务的核算; 2.能填制原始凭证和记账凭证; 3.能登记会计账簿; 4.能编制资产负债表和利润表。	模块一: 设置会计科目和账户 模块二: 复式记账法及借贷记账法的应用 模块三: 会计凭证与会计账簿的设置与登记 模块四: 财产清查; 模块五: 编制财务会计报告	1.条件要求: 多媒体视听设备;各式账簿;各式账页;通用记账凭证和专用记账凭证。 2.教学方法: 采用任务驱动、案例教学等多种教学方法。课内实践实现仿真训练,将教师示范、学生训练与老师指导有机结合。 3.师资要求: 讲师及以上职称教师,要求动手操作能力强,教学经验较丰富。 4.考核要求: 本课程为考查课程,考核成绩由形成性考核占比 30%和终结性考核占比 70%折合计算。	Q2、Q5、K2、K4、A1、A3、A5、A11、A12、A14、A15、A18、A19
4	商务礼仪	素质目标: 1.具备明礼修身的文化素	模块一: 初识商务—商务礼仪概述	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、	Q2、Q3、Q5、K2、K3、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
		养，理解中华礼仪文化的深厚底蕴，树立文化自信； 2.具备诚实友善、尊重他人的职业品质，恪守商务礼仪职业道德和商业伦理； 3.具备精益求精的工匠精神，注重商务细节，追求外在形象与内在修养的统一； 4.具备良好的团队合作精神和沟通协调能力，能协同完成商务礼仪相关实践任务； 5.具备沉稳自信、不卑不亢的商务气质，培养换位思考的服务意识和职业责任感。 知识目标: 1.了解商务礼仪的基本概念、起源发展和时代价值，掌握礼仪的核心原则； 2.掌握职业形象礼仪的核心内容，包括仪表、仪容、仪态的基本规范； 3.掌握商务交往礼仪的具体要求，包括称呼、介绍、握手、名片、拜访、接待、乘车、通信等礼仪； 4.掌握商务仪式礼仪和宴会礼仪的相关规范，包括会议礼仪、酒水礼仪、餐饮礼仪等； 5.掌握求职与办公室礼仪的核心要点，了解职场礼仪的基本准则。 能力目标: 1.能根据商务场景，规范塑造自身职业形象，做到仪表得体、仪容整洁、仪态端庄； 2.能在商务交往中熟练运用称呼、介绍、握手等礼仪，规范进行人际沟通； 2.能规范完成商务拜访、接待、乘车、通信等活动，展现专业商务素养； 4.能在商务会议、宴会等场景中遵守礼仪规范，妥善处理各类商务细节； 5.能在求职和办公室工作中	模块二: 形象制胜—职业形象礼仪 模块三: 交往有度—商务交往礼仪 模块四: 礼成于仪—商务仪式礼仪 模块五: 宴请有礼—商务宴会礼仪 模块六: 立足之本—求职与办公室礼仪	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。	A5、A16、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
		遵循礼仪要求, 提升职场适应能力和职业竞争力。			
5	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; 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。	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。	Q2、Q5、K2、K5、A1、A4、A5、A11、A12、A13、A15
6	消费者行为分析	素质目标: 1.具有以消费者为导向的服务意识和职业操守, 在营销实践中始终秉持维护消费者权益的理念; 2.塑造积极健康的职业心态, 具备自我认知与情绪调控能力, 养成勤于思考、主动探究的学习习惯; 3.增强文化自信与创新意识, 在营销实践中讲好中国故事, 树立理性消费与可持续消费	项目一: 消费者心理与行为概述 项目二: 消费者资源、需要和购买动机 项目三: 消费者的心理活动过程 项目四: 消费者的个性心理特征 项目五: 消费者群体与消费者心理及行为 项目六: 外部环境与消费者心理及行为	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: 主要采用任务驱动法、案例教学法、数字化教学法、小组讨论法等教学方法。 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	Q2、Q5、K2、K11、A1、A5、A11、A12、A13、A16、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
		的价值理念； 4.提升批判性思维与团队协作能力，秉持对企业、对消费者负责的职业态度，涵养正确的营销职业价值观。 知识目标： 1.掌握消费者心理活动的认识、情感、意志三大过程，熟悉消费者个性、态度、生活方式等个体心理特征； 2.理解消费者资源、消费需求、购买动机的内涵与分类，掌握消费者购买决策的原则、流程、模型及购后行为逻辑； 3.了解不同消费群体、外部环境对消费行为的影响，掌握产品、价格、渠道、广告等营销要素与消费心理的关联知识； 4.熟悉消费者满意与忠诚的形成机制，掌握提升顾客满意度、培育品牌忠诚的核心理论与方法。 能力目标： 1.能够运用所学理论，精准分析消费者的消费心理、购买动机与行为特征，形成基础消费行为研判能力； 2.能够结合不同消费场景、群体特征与营销要素，制定针对性的营销策略，合理引导消费行为； 3.能够完成营销沟通、广告分析、产品设计等实践任务，有效转化消费者态度，提升营销实操应用能力。	项目七：产品策略与消费者心理及行为 项目八：营销沟通与消费者心理及行为 项目九：商业广告与消费者心理及行为 项目十：消费者购买决策与购后行为	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。	
7	经济法概论	素质目标： 1.具有解决简单经济纠纷意识； 2.具有法律素养，充分认识守法的重要性，树立以法律约束自己行为的世界观；利用法律维护自己合法权益的法治观念的意识。 知识目标： 1.理解经济法的概念与特征、地位和作用； 2.了解企业法、公司法、合同	模块一：经济法基础理论概述； 模块二：经济法主体的一般原理； 模块三：社会经济秩序维护； 模块四：宏观经济调控； 模块五：劳动与社会保障； 模块六：经济纠纷的处理。	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	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
		法、反不正当竞争法、知识产权法律制度等； 3.了解财政税收法律；金融法律制度；会计审计法律制度以及经济仲裁与经济审判等法律。 能力目标： 1.能执行经济法律的各项规定； 2.能识别、确认各种经济组织的有关经济法律业务的基本情况；对基本的经济法律案例进行分析； 3.能够熟悉各种公司的相关规定。		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。	
8	习近平经济思想	知识目标 1.系统掌握习近平经济思想的核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。 2.理解习近平经济思想的理论渊源、发展脉络与时代背景，把握其作为中国特色社会主义政治经济学最新成果的理论地位。 3.熟悉习近平经济思想的主要内容，如新发展阶段、新发展理念、新发展格局、高质量发展、供给侧结构性改革、新质生产力等关键概念与论述。 能力目标 1.提升运用习近平经济思想的立场、观点、方法分析和解决当代中国经济发展现实问题的能力。 2.增强对复杂经济现象的理论洞察力和辩证思维能力。 3.初步培养将经济理论与政策实践相结合，进行独立思考和探索的能力。 素质目标 1.深刻认识习近平经济思想对于建设社会主义现代化强	专题一：习近平经济思想的形成背景与理论体系； 专题二：加强党对经济工作的全面领导与以人民为中心的发展思想； 专题三：新发展阶段、新发展理念、新发展格局； 专题四：推动高质量发展； 专题五：坚持创新驱动与发展新质生产力； 专题六：坚持和完善社会主义基本经济制度与全面深化改革开放； 专题七：国家重大发展战略与统筹发展和安全； 专题八：做好经济工作的方法论与课程总结。	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，紧贴时代实践，强化案例分析；注重理论联系实际，提升分析能力。 3.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。	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
		国、实现中华民族伟大复兴中国梦的重大指导意义，增强“四个自信”。 2.牢固树立以人民为中心的发展思想，强化家国情怀与使命担当，增强投身中国经济建设的责任意识。 3.培养经世济民的专业素养与职业操守，立志将个人发展融入国家发展大局，成长为中国特色社会主义经济建设的优秀人才。			

(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、协调沟通和创新能力; 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;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;	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-	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
		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。		kwkdaouchgbsrng	
2	商务谈判	素质目标: 1.锤炼谈判心理素质,树立正确谈判理念,冷静应对僵局、威胁与诱惑; 2.培养保密、谨慎的职业素养,坚守遵纪守法、不损害国家、集体与他人利益的职业道德; 3.树立正确竞争观与社会责任观,塑造正确世界观、人生观、价值观,实现价值塑造、能力培养、知识传授三位一体。 知识目标: 1.掌握商务谈判概念、分类、谈判理念与模式; 2.熟悉商务谈判完整基本程序; 3.掌握谈判信息收集内容与处理方法; 4.掌握谈判开局方法与策略、价格谈判策略技巧、打破僵局策略技巧; 5.掌握合同签订程序与注意事项; 6.了解商务谈判心理、礼仪规范、国际谈判与网络谈判基础知识。 能力目标: 1.能规范完成商务谈判全流程准备工作; 2.能独立开展谈判信息收集、整理与分析; 3.能设计谈判开局、控制谈判进程; 4.能灵活运用谈判策略,具备良好判断与决策能力; 5.能坚守谈判目标、调整心态,应对威逼利诱,促成谈判成功; 6.能规范撰写谈判方案与总结报告。	模块一 认识商务谈判 模块二 洞悉商务谈判心理 模块三 学习商务谈判技巧 模块四 提升商务谈判礼仪修养 模块五 商务谈判——准备 模块六 商务谈判——开局 模块七 商务谈判——磋商 模块八 商务谈判——结束 模块九 了解国际商务谈判 模块十 了解网络商务谈判"	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: 主要采用案例教学法、任务驱动法、情景模拟法和数字化教学法等教学方法。 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,具备较好的商务谈判实践能力,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、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
3	现代推销技术	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; 3.具有人际沟通能力。 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; 2.能具备相关职业的推销准备的能力; 3.能从事推销面谈,进行说服与沟通,正确处理顾客异议,促成交易做好售后服务。	模块一: 推销准备; 模块二: 目标顾客寻找; 模块三: 推销约见和接近; 模块四: 推销洽谈; 模块五: 交易达成; 模块六: 推销管理。	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。	Q2、Q5、K3、K7、K11、A1、A4、A5、A7、A9、A10、A16、A17、A21、A22
4	数字营销	素质目标: 1.具备良好的职业素养和职业道德,遵守行业规范和法律法规; 2.具备创新意识,能够主动探索数字营销的新模式和新方法; 3.具备协作意识,能够在团队中有效沟通与合作,共同完成数字营销任务; 4.具备数据思维,注重数据驱动的决策和优化。 知识目标: 1.掌握数字营销的基本概念、原理和流程; 2.熟悉主流数字营销工具的功能、特点及应用规则; 3.掌握数字营销策划、执行、数据分析等核心知识; 4.了解数字营销的行业趋势和前沿技术。 能力目标: 1.能够独立完成数字营销策划、执行等工作; 2.能够熟练操作主流数字营销工具,进行营销推广和互	模块一: 数字营销概述; 模块二: 数字营销的基石; 模块三: 数字化消费者行为; 模块四: 数字营销方式; 模块五: 数字营销的搜索与推荐; 模块六: 数字营销的内容与互动; 模块七: 数字营销效果分析与优化。	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: 主要采用案例教学法、数字化教学法、任务驱动法和小组讨论法等教学方法。 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,具备较好的数字营销实践能力,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



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
		动; 3.能够对数字营销数据进行分析, 提出优化建议; 4.能够处理数字营销过程中的突发事件, 保障营销活动顺利进行。			
5	市场营销策划	素质目标 1.具备良好职业品格, 拥有协作服务意识与工匠精神; 2.具备商业伦理素养, 拥有社会责任感与家国情怀; 3.具备坚定文化自信, 拥有创新系统思维与使命担当。 知识目标 1. 掌握市场营销策划核心概念、流程, 以及专项策划的基本定义与核心内涵。 2. 掌握营销策划方案撰写方法与流程, 能结合项目特点规范完成方案框架搭建与内容梳理。 3. 熟悉专项策划的内容特点与核心要求, 明确不同主题策划的侧重点与实操边界。 4. 理解各专项策划方案的撰写要求与差异, 能结合项目场景灵活运用撰写技巧。 5. 掌握专项策划专业知识, 明确各项目核心要求, 能运用知识指导实操。 能力目标 1. 能结合项目场景, 准确判断市场、产品、客户等核心信息, 为策划方案提供可靠依据。 2. 能熟练运用撰写技巧, 结合专项策划, 独立完成规范的营销策划方案。 3. 能评估策划方案并优化漏洞, 独立完成方案结案, 总结实操经验与不足。 4. 能熟练完成策划方案排版, 掌握 PPT 汇报技巧, 清晰展示策划思路与内容, 适配展示、答辩场景。	项目一: 策划启航—— 策划认知落地与模拟营销公司组建 项目二: 终端引流—— 营业推广全流程策划; 项目三: 口碑深耕—— 企业公共关系全流程策划 项目四: 全域造势—— 广告策划与投放策划; 项目五: 新品突围—— 新产品上市全流程策划; 项目六: 品牌塑立—— 品牌定位、设计与推广策划; 项目七: 形象升级—— 企业 CI 体系设计与推广策划; 项目八: 创业实战演练—— 小型营销创业项目全案策划	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。对于知识部分的教学主要采用讲授、案例教学法、数字化教学法、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、K8、K11、A1、A4、A5、A9、A12、A13、A15、A19、A22
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;	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	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
		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。		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。	

(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	营销职业认知实训	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; 3.具有与人合作共事和团队精神。 知识目标: 1.了解销售类企业组织结构形式, 岗位设置; 2.理解营销人员的职业能力和职业素养的要求; 3.掌握如何开展营销活动及营销运作。	模块一: 职业意识训练; 模块二: 企业参观访谈; 模块三: 模拟超市轮岗训练; 模块四: 客户意识调研; 模块五: 企业专家讲座。	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团队小组合作, 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, 采取平时成绩 50%+实训报告考核 50%的形式,	Q2、Q5、K2、K4、K12、A1、A4、A5、A8、A12、A13、A15、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
		能力目标: 1.能结合职业能力和素质要求, 解决一定营销问题。 2.能初步了解市场营销的工作过程, 结合企业对从人员的职业 能力和素质要求, 对三年的大学生生活和学习做出合理规划。		进行考核评价。	
2	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
3	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; 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	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经验。 4.考核要求: 本课程为考查课程, 采取过程性考核+终	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
		分析数据; 5.能撰写规范调研报告。		结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	
4	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
5	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
6	市场营销策划	素质目标: 1.具有积极进取、求真务实的工作态度和精益求精的职	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
	实训	业精神； 2. 具有持之以恒、自强不息的职业发展意识； 3. 具备较强的团队合作精神和协作意识，能高效完成小组分工任务； 4. 具备诚实守信、客观公正的职业操守，尊重市场事实，杜绝抄袭造假； 5. 具备主动创新、持续学习的职业发展意识，能结合市场变化优化策划方案； 6. 具有良好的沟通表达能力和人际交往能力，展现市场营销专业学生的良好职业素养。 知识目标： 1. 理解营销策划的内涵与核心价值，掌握营销策划的一般程序和基本方法； 2. 掌握营销策划书的标准格式与撰写要求，明确各模块的核心内容； 3. 掌握市场环境分析的核心工具，包括宏观环境、微观环境及行业环境的分析方法； 4. 掌握营销组合策略的设计逻辑，能根据环境分析制定营销策略； 5. 掌握市场调查与信息收集的方法，包括问卷设计、访谈技巧等； 6. 掌握创意产生与筛选的方法，能运用头脑风暴等工具； 7. 了解活动方案设计、媒体推广、经费预算及效果预估的核心要点； 8. 掌握市场调研的基本方法，包括问卷设计、访谈技巧及调研数据的整理与分析方法。 能力目标： 1. 能独立开展市场信息收集与分析工作，准确把握目标市场、竞争对手及消费者需求特征； 2. 能独立完成市场调研，包括问卷设计、数据收集与资料整理； 3. 能运用头脑风暴等创意方	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



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
		法,提炼具有可行性和创新性的策划创意; 4.能独立撰写规范、完整、可落地的营销策划书,并附上相关佐证材料; 5.能制定合理的营销组合策略和活动执行方案; 6.能制定合理的实训工作计划、经费预算及具体实施计划,明确分工与时间节点; 7.能完成策划方案的PPT制作与成果汇报,清晰、准确地展示策划思路与成果; 8.能对策划计划和方案进行可行性、真实性检查,及时发现问题并优化调整; 9.能通过团队协作完成全流程实训任务,具备良好的沟通能力和团队合作能力; 10.能合理制定经费预算并预估实施效果。			
7	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
8	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,能进行市场分析;	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,有中级以上技术职称,掌握高职教育规律,有	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
		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。		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。	
9	营销技能强化实训	素质目标: 1.具备够灵活思辨,养成好学深思的探究态度; 2.具有良好的职业道德; 3.具有较强的创造性思维。 知识目标: 掌握本专业的基本理论、专业知识和基本技能。 能力目标: 1.能独立分析与解决实际问题; 2.能细致观察,正确判断及发展自我。	模块一: 设计市场调查方案、市场调查问卷,撰写市场调研报告; 模块二: 营销整体策划、促销策划、新产品推广策划、新媒体策划; 模块三: 跨岗位综合能力训练。	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。	Q2、Q5、K6、K7、K8、K9、K10、K12、A1、A5、A7、A8、A11、A12、A15、A16、A17、A18、A22
10	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
11	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。	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;	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	Q2、Q5、K5、K6、K8、K13、A1、A5、A7、A8、



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。	模块四: 结构及基本要求; 模块五: 格式规范。	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。	A11、A12、A13、A22
12	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
13	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;	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	Q2、Q5、K8、K12、A1、A4、A5、A7、A8、A11、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.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。		核+终结性考核各占 50%权重比的形式,进行考核评价。	

(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.具备良好的职业素养和职业道德,遵守行业规范和法律法规; 2.具备创新意识,能够主动探索直播营销的新模式和新方法; 3.具备协作意识,能够在团队中有效沟通与合作,共同完成直播营销任务; 4.具备社会责任感,注重直播内容的正面引导和文化传播。 知识目标: 1.掌握直播营销的基本概念、原理和流程; 2.熟悉主流直播平台的功能、特点及运营规则; 3.掌握直播策划、选品、话术设计等核心知识; 4.了解直播数据分析的基本方法和工具。 能力目标: 1.能够独立完成直播策划、选品、脚本设计等工作; 2.能够熟练操作主流直播平台,进行直播带货和互动; 3.能够对直播数据进行分析,	模块一: 直播电商运营概述 模块二: 直播准备 模块三: 直播策划 模块四: 主播孵化 模块五: 直播推广 模块六: 直播带货 模块七: 直播电商运营数据分析	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、K9、K11、K13、A1、A4、A5、A8、A9、A10、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
		提出优化建议; 4.能够处理直播过程中的突发事件,保障直播顺利进行。			
2	品牌经营与管理	素质目标: 1.具备诚实守信、实事求是、坚守品牌初心的职业品质和岗位职业道德; 2.具备文化自信、传承匠心、履行品牌社会责任的基本品性; 3.具备持之以恒、积极进取、与时俱进的品牌创新精神; 4.具备良好的团队合作精神,能协同完成品牌策划与运营任务; 5.具备敏锐的品牌洞察力、灵活的应变思维和数字化创新能力。 知识目标: 1.了解品牌基础理念、构成要素、品牌价值及数字品牌的核心内涵与发展趋势; 2.掌握品牌市场环境分析、定位策略及定位数字化创新的核心理论; 3.掌握品牌形象塑造、品牌文化培育及数字化设计的方法与流程; 4.掌握品牌延伸战略、传播媒介、数字化品牌传播的相关知识技巧; 5.掌握品牌诊断、品牌再定位、数字化发展及品牌推广、保护与危机处理的核心内容; 能力目标: 1.能结合企业实际,合作完成品牌市场环境分析与科学的品牌定位方案设计; 2.能根据品牌核心价值,开展品牌形象塑造、文化培育与数字化设计实操; 3.能灵活制定品牌延伸、传播策略,合理运用媒介开展数字化品牌推广; 4.能运用品牌诊断方法完成品牌评估,制定品牌再定位与发展优化方案; 5.能掌握品牌保护与危机处理	项目一 品牌与品牌策划 项目二 品牌定位 项目三 品牌形象与品牌文化 项目四 品牌延伸 项目五 品牌传播 项目六 品牌发展管理 项目七 品牌推广与保护	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: 主要采用任务驱动法、案例教学法、数字化教学法、小组讨论法等教学方法。 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、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
		原则, 制定品牌危机应对与数字化保护方案。			
3	珠宝首饰营销	知识目标 1.掌握珠宝商品的特殊性、珠宝市场的构成与发展现状, 理解珠宝营销的核心内涵与基本流程 2.掌握珠宝市场宏观、微观环境分析的方法, 理解珠宝消费者、组织市场的购买行为特征, 掌握珠宝市场调查的基本流程与方法 3.掌握珠宝市场细分、目标市场选择、市场定位的方法, 理解珠宝市场竞争战略的核心内容, 熟练掌握珠宝产品、定价、渠道、促销四大营销策略的核心要点 4.熟悉钻石、贵金属、有色宝石与有机宝石、人工宝石的产品特性, 掌握各类珠宝的针对性营销策略 5.掌握珠宝店铺选址、橱窗设计、展厅陈列的基本规范与技巧, 了解珠宝店铺管理的核心要点 6.了解珠宝文化的历史发展脉络, 掌握珠宝文化与珠宝营销的结合点, 理解文化赋能珠宝营销的核心逻辑 7.熟悉珠宝行业相关法律法规与行业规范, 了解“互联网+”背景下珠宝营销的发展趋势 素质目标 1.树立诚实守信、廉洁自律的职业操守, 培养客户至上的服务意识, 遵守珠宝行业职业道德与行业规范, 杜绝营销欺诈行为。 2.了解珠宝文化内涵, 提升审美能力与文化素养, 能够将文化元素融入营销实践, 增强行业自信与职业认同感。 3.培养吃苦耐劳、团结协作的精神, 具备较强的沟通表达能力、抗压能力与市场应变能力, 养成严谨务实的工作作风	模块一: 珠宝及珠宝市场认知 模块二: 珠宝市场分析 模块三: 珠宝市场营销战略与策略 模块四: 不同珠宝市场的整合营销 模块五: 珠宝店铺设计与管理 模块六: 珠宝文化与珠宝首饰营销	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



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
		与持续学习的习惯。 4.树立合法经营、诚信营销的理念，尊重消费者权益，具备社会责任感与行业使命感，助力珠宝行业健康发展。 能力目标 1.能够准确识别珠宝商品的基本特性，清晰梳理珠宝市场的构成与发展现状，具备基本的行业认知与营销思维。 2.能够运用市场分析方法，分析珠宝市场的宏观、微观环境，解读消费者购买心理与行为，能够独立完成简单的珠宝市场调查任务 3.能够根据市场情况，进行珠宝市场细分、目标市场选择与定位，能够制定简单的珠宝营销战略与产品、定价、渠道、促销策略 4.能够针对不同品类珠宝（钻石、贵金属等），结合其产品特性与消费者需求，制定差异化的营销策略，具备品类营销实操能力 5.能够运用店铺设计与陈列技巧，完成珠宝店铺橱窗、展厅的基础设计与陈列工作，具备珠宝店铺基础管理能力 6.能够将珠宝文化与营销实践结合，运用所学知识解决珠宝营销中的简单实际问题，具备基本的营销谈判、客户沟通与异议处理能力，适配珠宝门店销售、营销策划等岗位需求。 7.创新能力：了解“互联网+”珠宝营销的新模式，能够结合行业趋势，尝试创新营销思路与方法，提升营销竞争力。			
4	房地产营销	素质目标： 1.具有一定的营销策划理论素养，了解相关行业，知识面宽、视野广； 2.具有创业和创新的精神与素养。 知识目标： 1.掌握房地产营销策划活动的	模块一：房地产营销与策划基本理论； 模块二：房地产项目营销环境分析与市场定位策划； 模块三：房地产项目营销组合策划； 模块四：房地产项目营	1.条件要求：本课程需要配备可联网的多媒体教室。课程内容以房地产案例为导向，授课过程强调互动性，呈现方式力求多样化。 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	Q2、Q5、K7、K11、K12、A1、A3、A4、A5、A9、A10、A16、A20、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
		整体运作流程; 2.掌握营销策划的理论和方法; 3.熟悉各种策划的流程; 4.了解整合房地产营销策划的路径。 能力目标: 1.能设计调研方案,具有实地调研的能力并能撰写调研报告; 2.能撰写广告策划和广告文案; 3.能制作 CIS 策划文案; 4.能制定及调整新产品价格。	销计划组织执行与销售管理策划实施; 模块五: 房地产项目全程营销策划。	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,具备比较丰富的房地产营销知识和经验、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,采取形成性考核占 40%+终结性考核占 60%权重比的形式,进行考核评价。	
5	商务数据分析与应用	素质目标: 1.具有数据思维和逻辑思维; 2.具有团队协作意识和沟通能力; 3.具有创新意识和自主学习能力; 4.具有数据安全和隐私保护意识; 5.具有严谨细致、精益求精的工匠精神。 知识目标: 1.掌握商务数据分析的基本概念与分析流程; 2.熟悉常见数据采集方法及数据清洗与预处理技术; 3.掌握描述性统计、对比分析、漏斗分析等常用分析方法; 4.熟悉数据可视化基本原理及常见图表类型; 5.熟悉商务数据分析报告的结构与撰写规范。 能力目标: 1.能够根据商务场景制定数据采集计划并选择数据源; 2.能够运用 Excel、AI 或 SPSS 进行数据清洗与预处理; 3.能够运用常用分析方法从数据中提炼业务洞察; 4.能够使用可视化工具制作规范的数据可视化成果; 5.能够撰写专业的数据分析报告并提出决策建议。	项目一: 数据收集与处理 项目二: 数据分析方法与模型 项目三: 数据分析与应用 项目四: 数据可视化与商务数据分析报告	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: 主要采用任务驱动法、数字化教学法、情境教学法和案例教学法等教学方法。 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
6	新零售运营管理	素质目标: 1.具有认真、谨慎、创新的职业精神,提升新零售运营管理	模块一: 新零售已经到来的未来零售形态; 模块二: 理念革新,用	1.条件要求: 本课程需要配备可联网的多媒体教室。课程内容以食品饮料等行业	Q2、Q5、K7、K9、K12、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
	理	的水平; 2.具有较好的职业素养、方法能力、社会能力和自主创业能力,为今后从事新零售运营管理工作奠定持续发展的基础。 知识目标: 1.掌握新零售的内涵、特征、运营方法论,做好新零售的核心环节,典型的新零售商业模式; 2.了解传统企业进行全渠道转型的策略,构建数字化供应链网络的策略; 3.掌握做好品类管理的步骤,开展商品创新的思维和方法,以消费者需求为中心打造创新性商品的方法,制订商品品牌战略。 能力目标: 1.能结合大数据和人工智能进行积极创新,提升新零售运营管理水平; 2.能重构“人一货一场”,对管理模式、运营思维、消费体验等进行创新设计。	新思维引领零售新模式; 模块三: 零售 O2O,线上线下深度融合,构建商业闭环; 模块四: 渠道构建,全渠道战略多维布局; 模块五: 体验建设,消费者体验是新零售的 CEO 工程。	案例为主体,介绍渠道管理的相关内容,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,具备比较丰富的渠道开拓、管理知识和经验,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。	A4、A5、A9、A10、A13、A16、A17、A21
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团队意识; 3.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.能分析社交平台、短视频平台、直播平台、音频平台等新媒体平台在品牌推广、产品营销种的商业价值; 3.能为品牌或产品设计新媒	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



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
8	网店运营推广	体推广策划方案。 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; 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。	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/portall_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=axigal2rz7fjhh99ptsglg	Q2、Q5、K2、K9、K13、A1、A2、A5、A11、A12、A18、A20、A22
9	网店美工	素质目标: 1.具有一定的审美及色彩辨别意识; 2.具有细致耐心的工作态度; 3.具有诚信经营、合法经营意识,做到商品如实描述,不欺骗消费者。 知识目标: 1.了解商品照片裁剪、抠图的方法; 2.了解照片调色的方法; 3.掌握商品照片的修图及商品图片美化的主要方法; 4.掌握不同网店装修配色、排版知识; 5.了解买家购物认知规律,学	模块一: 走进视觉营销与美工设计; 模块二: 精通美工常用 Photoshop 技术; 模块三: 巧用光影魔术手与图片空间; 模块四: 图片及视频设计制作; 模块五: PC 与移动端详情页设计制作; 模块六: 无线端网店页面装修。	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	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
		习店铺装修诊断基础知识。 能力目标: 1.能利用 PS 软件熟练进行图片的排版与设计美化; 2.能利用光影魔术手软件熟练进行图片的排版与设计美化; 3.能规划好无线端店铺页面并合理布局。		结性考核各占 50%权重比的形式, 进行考核评价。	
10	短视频创作	素质目标: 1. 树立版权保护与合规运营意识, 自觉传播正能量内容 2. 培养精益求精的工匠精神, 养成严谨细致的职业习惯 3. 提升团队协作能力与沟通表达能力 4. 增强审美素养与视听艺术表达能力 知识目标: 1. 掌握短视频行业基础、账号定位与内容策划核心知识 2. 熟悉短视频拍摄的构图、镜头语言与基础运镜技巧 3. 掌握剪辑手机端+电脑端的核心剪辑、调色与特效功能 4. 了解短视频粉丝运营、多渠道引流与六大变现模式原理 能力目标: 1. 能独立完成短视频从策划、拍摄到剪辑的全流程制作 2. 能熟练运用剪辑制作卡点、特效、调色等各类短视频作品 3. 能进行账号基础数据分析, 设计粉丝互动与引流方案 4. 能客观评价短视频作品并提出专业的改进建议	模块一 短视频基础认知 模块二 账号定位与内容策划 模块三 短视频拍摄基础 模块四 短视频运营技巧 模块五 剪辑基础操作 模块六 视频调色技巧 模块七 添加视频字幕 模块八 添加视频音乐 模块九 制作卡点视频 模块十 剪辑电脑版综合案例	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、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
公共基础课程	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	16	16	□	线上 8 节线下 2/4	线上 8 节 线下 2/4				
		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	16	0	□			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	396	374						
		公共	限定	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	32	0	□		线上 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
	基础选修课程	选修课程										线下2/8					
		22	大学语文	09410204	A	2	32	32	0	□		2/16					
		23	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					13	212	180	32	□						
公共基础课程小计							59	982	576	406							
专业（技能）课程	专业必修课程	专业基础课程	1	经济学基础	07320301	B	3	48	36	12	□	4/12					
			2	管理学基础	07320302	B	3	48	36	12	□	4/12					
			3	会计基础	07320303	B	3	48	36	12	□				4/12		
			4	商务礼仪	07320304	B	1.5	30	20	10	□		2/15				
			5	市场营销基础	07320320	B	3	52	40	12	■	4/13					
			6	消费者行为分析	07320312	B	3	52	30	22	□				4/13		
			7	经济法概论	07320307	B	1.5	30	20	10	□			2/15			
			8	习近平经济思想	073203013	B	1	16	14	2	□					2/8	
		专业基础课程小计							19	324	232	92					



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	
	独立开设的实践课程	1	市场调查与分析	07320414	B	3.5	56	36	20	■		4/14					
		2	商务谈判	07320411	B	3.5	56	36	20	■		4/14					
		3	现代推销技术	07320412	B	3.5	56	36	20	■			4/14				
		4	数字营销	07320413	B	3.5	56	36	20	■				4/14			
		5	市场营销策划	07320404	B	3.5	56	36	20	■				4/14			
		6	客户关系管理	07320410	B	3.5	56	36	20	■			4/14				
		专业核心课程小计						21	336	216	120						
		1	营销职业认知实训	07320501	C	1	20		20	□	1W						
		2	营销沙盘实训	07320502	C	2	40		40	□		2W					
		3	市场调查实训	07320503	C	1	20		20	□		1W					
		4	直播实训	07320515	C	1	20		20	□			1W				
		5	推销实训	07320505	C	1	20		20	□			1W				
		6	市场营销策划实训	07320507	C	1	20		20	□				1W			
		7	考证实训	07320508	C	1	20		20	□				1W			
		8	数字营销实训	07320518	C	1	20		20	□				1W			
		9	营销技能强化实训	07320510	C	1	20		20	□					1W		
		10	营销岗前综合实训	07320516	C	1	20		20	□					1W		
		11	毕业设计	07320511	C	3	60		60	□					2W	1W	
		12	岗位实习	07320517	C	24	480		480	□					6W	18W	
		13	毕业教育	07320513	C	1	20		20	□						1W	
		独立开设的实践课程小计						39	780		780						



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	
专业必修课程小计						79	1440	448	992								
	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	52	40	12	□			4/13			
			3	珠宝首饰营销	07320608	B	3	52	40	12	□			4/13			
			4	房地产营销	07320603	B	2	32	20	12	□				4/8		
			5	商务数据分析与应用	07320609	B	3	52	26	26	□			4/13			
			6	新零售运营管理	07320602	B	2	32	20	12	□				4/8		
			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	网店美工	2 选 1	07320605	B	2	32	20	12	□				4/8	
			10	短视频创作		073206014	B	2	32	20	12	□				4/8	
	专业选修课程小计					21	356	222	134								
	专业（技能）课程小计					100	1796	670	1126								
	每学期周课时统计									25	24	24	25	12			
合 计					159	2778	1246	1532									

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	27.72%	46	28.93%	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	324	11.66%	19	11.95%	
		专业核心课程	336	12.10%	21	13.21%	
		独立开设实践课程	780	28.08%	39	24.53%	
选修课	公共基础课程		212	7.63%	13	8.18%	
	专业（技能）课程 （专业拓展课）		356	12.81%	21	13.20%	
合 计			2778	100%	159	100%	
比例 分析	公共基础课程占比		35.35%	专业（技能）课程占比		64.65%	
	必修课程占比		79.55%	选修课程占比		20.45%	
	理论课程（学时）占比		44.85%	实践课程（学时）占比		55.15%	

(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		营销职业认知实训	1	20	1	1						1	
4		营销沙盘实训	2	40	2		2					2	
5		市场调查实训	1	20	1		1					1	
6		直播实训	1	20	1			1				1	
7		推销实训	1	20	1			1				1	
8		市场营销策划实训	1	20	1				1			1	
9		考证实训	1	20	1				1			1	
10		数字营销实训	1	20	1				1			1	
11		营销技能强化实训	1	20	1					1		1	
12		营销岗前综合实训	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	
13		毕业设计	3	60	3					2	1	3	
14		毕业教育	1	20	1						1	1	
15	校外 实习	岗位实习	24	480	24					20	4	24	
合计			42	912	42	3	3	3	3	20	10	42	

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) 职业认知实训：在《市场营销认知实训》等实训课程中，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	湖南西子电子商务有限公司	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。

序号	基地名称	主要工作（实训）岗位	接纳人数	支撑课程
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。
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》、《市场营销策划》、《营销沟通技巧》、《客户关系管理》等教材。



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》、《现代推销技术》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=jor-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/6vwnaecs5hjpgu2f9pszg)
	行业“十三五”规划教材	4	《市场营销基础》、《市场营销策划》、《营销沟通技巧》、《客户关系管理》、《市场调查与分析》、《推销技术》
	校企合作优秀教材	3	《销售管理》、《服务营销》、《国际金融》
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	1+X 证书	数字营销 (初级)	北京鸿科经纬科技有限公司	考证实训、数字营销、数字营销实训、沙盘营销实训	1	获取证书
		数字营销 (中级)	北京鸿科经纬科技有限公司	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	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	7.5	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

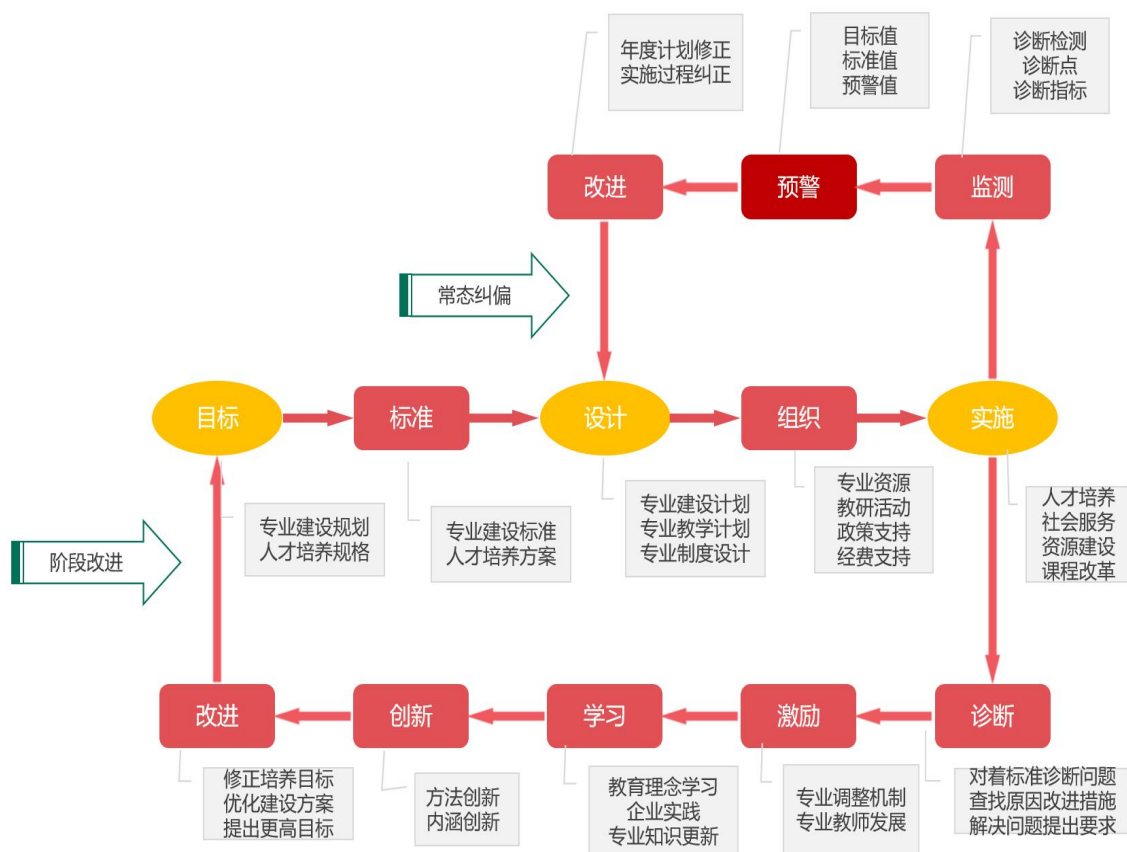


图2 营销市场专业评价整改体系

（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 159 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、会推销、会管理;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 1+X 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 X 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、网络营销专业等。



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	大国工匠	10470201	0.5
2	楚怡工匠	10470202	0.5
3	中华民族精神	10470203	2
4	演讲与口才	09410202	2
5	普通话	09410205	2
6	应用文写作	09410207	2
7	中华诗词之美	09410208	2
8	心理健康与自我成长	09410210	1
9	恋爱心理学	09410211	1
10	大学生心理健康与发展	09410212	3
11	大学生恋爱与性健康	09420201	2
12	中国现代文学名家名作	09410209	2
13	美术欣赏与实践	09430209	2
14	影视欣赏与实践	09430210	2
15	建筑艺术欣赏	05220201	2
16	漫画艺术欣赏与创作	06300201	2
17	园林艺术概论	06270201	2
18	你我职业人	07310201	2
19	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	07310202	2
20	旅游音乐欣赏与实践	08350201	2
21	文化旅游	08350202	2
22	旅游新媒体营销	08350203	2
23	餐饮运行管理与数字化运营	08360201	2
24	自然地理学	01010201	2
25	家园的治理：环境科学概论	09410213	2
26	无人机飞行与操控	01010202	2
27	人工智能与信息社会	03160212	2
28	建筑工程施工质量管理	04170201	2
29	建筑工程施工安全管理	04170202	2
30	BIM 建模与应用	04170203	2
31	建筑制图与识图	04170204	2
32	装配式混凝土结构施工技术	04170205	2
33	中国古建筑欣赏与设计	04190201	2
34	大国兵器	10470214	2
35	国际货运代理实务	07340201	2
36	智慧运输运营	07340202	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 2024 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	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	△	△	☆	☆	☆	☆	▲	☆	◆	★	◇	☼	☼	☼	☼	☼
	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2024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	15	1	0	0	0	1	1	0	0	20	6	26	
	2	0	15	3	0	[1]	0	1	1	0	0	20	5+[1]	26	
第二学年	3	0	15	2	0	1	0	1	1	0	0	20	6	26	
	4	0	15	2	0	[1]	1	1	1	0	0	20	5+[1]	26	
第三学年	5	0	8	2	6	0	0	1	1	2	0	20	6	26	
	6	0	0	0	18	0	0	0	0	1	1	20	0	20	
合计		2	68	10	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 	2024.8.22
专业建设指导委员会	同意实施 签名: 邓永虎	2024.8.24
学校学术委员会		2024.8.28
学校党委会		2024.8.30