



长沙商贸旅游职业技术学院

CHANG SHA COMMERCE & TOURISM COLLEGE

湘商学院 2021 级

市场营销专业人才培养方案

长沙商贸旅游职业技术学院

二〇二一年七月

目 录

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
五、培养目标与培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	4
七、教学进程总体安排.....	26
八、实施保障.....	33
九、毕业要求.....	41
十、附 录.....	41

长沙商贸旅游职业技术学院

湘商学院 2021 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

代码：530605

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限为三年。

四、职业面向

表 1 职业面向表

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 技术领域举例	主要职业技能等级证书、 职业资格证书或社会认可 度高的行业企业标准举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发、零售业 (51、52)	销售人员 (4-01-02) 营销员 (4-01-02-01)	初始岗位：营销员 发展岗位：销售主 管、门店店长 迁移岗位：客户经 理、区域经理	商务数据分析、数字 营销“1+X”职业技 能等级证书

表 2 典型工作任务

序号	职业岗位	典型工作 任务	任务描述	对应课程
1	营销员 销售代表	市场信息收 集，产品销 售，直播营 销	1. 收集相关产品信息及客户信息； 2. 熟悉相关产品的性能及特征； 3. 进行线上线下宣传与销售产 品，产品销售统计与分析。	《市场营销理论与实务》 《市场调查》 《推销实务》 《新媒体营销》

2	门店店长 销售主管 客户经理	市场分析、 门店管理、 客户管理、 活动策划	1. 市场调研与分析与客户画像； 2. 派发工作任务，门店工作协调及经营管理，线上线下客户服务和消费指导； 3. 线上线下门店活动策划，直播带货，门店销售情况分析； 4. 客户信息管理；客户投诉及意见处理；产品质量状况及销售信息反馈。	《市场营销理论与实务》 《市场调查》 《推销实务》 《连锁超市经营与管理》 《新媒体营销》 《营销策划》
3	区域经理	销售管理、 营销策划、 市场开发	1. 市场调研与分析，销售统计分析； 2. 数字营销活动策划，直播带货； 3. 渠道开发与管理，品牌推广； 4. 业务洽谈，签订相关协议。	《市场营销理论与实务》 《市场调查》 《推销实务》 《连锁超市经营与管理》 《新媒体营销》 《营销策划》 《商务谈判》 《品牌策划与推广》

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

市场营销专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养与美学素养、法律法规意识、绿色环保意识、诚信意识、服务意识，创新意识和精益求精的工匠精神，具有较强的学习能力、就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销理论知识，具备市场分析、客户服务、营销策划及线上线下营销推广、数字营销等基本技能。培养面向我省现代商贸流通服务业新零售、智慧零售等高端产业的营销员或销售代表、销售主管或零售终端店长、客户经理、区域经理等职业岗位群，能够运用最新技术手段从事市场分析、商品销售、客户服务与管理、商务谈判、数字营销及创新创业规划等工作的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

专业人才需求调查结果显示，为满足现代商贸流通服务业、社会经济发展及毕业生自我发展需要，市场营销专业毕业生应在素

质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、健康环保意识、安全意识、诚信意识、服务意识、信息素养、工匠精神和创新思维与数字营销思维。

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识、美学知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 掌握与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、绿色营销、知识产权等相关知识。

(3) 理解市场营销、市场调查、新媒体营销、STP 战略的基本内涵。

(4) 掌握市场营销基础、市场的调查、商务谈判、营销策划、商品经营与管理等基本知识、理论与方法。

(5) 熟悉市场营销专业标准、职业技能等级标准以及专业群岗

位要求。

(6) 熟练掌握市场营销 4Ps 策略、目标市场策略、市场调查与市场分析的方法与要求、商品推销与商务谈判的注意事项及技巧方法、营销策划流程与要求、数字营销内容及要求。

(7) 了解现代商贸流通业发展新动向，以及现代商贸流通业发展对营销专业人才需求的变化。

3. 能力

(1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通协调能力。

(2) 具有探究学习、自主学习、分析问题和解决问题的能力。

(3) 具备市场信息数据收集与分析能力、市场开发能力。

(4) 能够进行线上线下商品销售与推广、客户画像分析、开展新媒体营销、与客户建立良好的关系。

(5) 能够运用 4Ps 营销组合策略解决营销实践问题。

(6) 能够运用“AIDMA-AISAS”模型进行数字营销策划。

六、课程设置及要求

(一) 课程设置

本专业有公共基础必修课、公共选修课、专业基础（平台）课、专业核心课、综合实训课、专业拓展课/专业群选修课等 6 类课程，总共 50 门课，总课时 2758,总学分 146。

表 3 课程体系设置框架表

课程性质	课程类型	主要课程名称	备注
必修课程	公共基础必修课程	主要有思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策教育、大学生心理健康教育、体育、信息技术、职业生涯规划、就业指导、创业基础、军事理论和军事技能、入学与安全教育、劳动教育、艺术类课程、高职应用数学共 15 门课程。	课程描述如表 4 所示

	专业必修课程	专业基础（平台）课程	主要有商务礼仪、管理学基础、经济学基础、经济法、电子商务实务、电子商务物流管理、会计基础，共7门课程。	课程描述如表5所示
		专业核心课程	主要有市场营销理论与实务、市场调查、连锁超市经营与管理、现代推销实务、商务谈判、新媒体营销、营销策划，共7门课程。	课程描述如表6所示
		综合实训课程	主要有市场营销电子沙盘综合实训、京东客服实训（现代学徒制）、数字营销技能训练、专业技能训练（市场调查模块）、专业技能训练（营销策划模块）、顶岗实习、毕业设计，共7门课程和第二课堂社会实践活动。	课程描述如表7所示
选修课程	公共选修课程		主要包含应用文写作、管理学ABC必选公共选修课以及马克思主义理论类课程，党史国史，中华优秀传统文化，职业素养，人文素养，科学素养，信息素养等线上和线下开设的通识教育课程限选6门课程。	课程描述如表8所示
	专业拓展课/专业群选修课程		主要有客户关系管理、消费心理学、品牌策划与推广、广告实务、公关实务（二选一）、商务数据分析、国际贸易实务、网络营销、网店运营推广（二选一），共7门课程。（二选一课程见表12）	课程描述如表9所示

表 4 公共基础课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德与法治	<p>素质目标：养成积极进取的人生态度；坚定马克思主义理想信念和中国特色社会主义共同理想；培育爱国主义情怀；提升思想道德素质和法律素养，做有理想有本领有担当的时代新人。</p> <p>知识目标：掌握新时代的内涵和要求；树立科学世界观、人生观和价值观；把握中国精神的内涵和新时代爱国主义的要求；掌握道德的起源和功能，道德的传承和发展等思想道德基础理论知识；掌握法律的内涵、法律的运行、我国法律体系构架、法律权利和义务、法律思维的含义和特征等法律基础理论知识。</p> <p>能力目标：能正确掌握人生航向；正确处理理想与现实的关系；践行社会主义核心价值观；能用法律思维分析和处理问题；全面提高分析问题与解决问题的能力以及自主学习能力。</p>	<p>课程主要内容有世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法治观等构成；包括理想信仰、爱国主义、民族精神、人生价值、社会公德、职业道德、家庭美德、职业观、网络安全、国防安全观以及各种法律观念、法律程序和各種法律制度等。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所。</p> <p>教学方法：采用专题化教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>

2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>素质目标：提升思想政治理论素养，坚定共产主义理想信念，坚定中国特色社会主义道路、理论、制度、文化自信；自觉拥护中国共产党的领导，增强民族自豪感和自信心，明辨是非，自觉维护祖国统一和民族团结，承担社会责任和历史使命。</p> <p>知识目标：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、习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容。</p> <p>能力目标：具有运用马克思主义基本立场、观点和方法，全面、客观地认识和分析社会现象的能力、运用线上线下平台自主学习的能力、小组合作团队协作的能力、结合本专业提供解决问题方案的能力。</p>	<p>课程主要内容有毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论形成、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索理论、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、国防和军队现代化、中国特色外交、坚持和加强党的领导等内容。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。</p> <p>教学方法：采用专题教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>
3	形势与政策教	<p>素质目标：提升关心国家大事的政治素养，自觉维护以习近平同志为核心的党中央领导，维护国家安全与统一，树立马克思主义的形势观，具有民族自信心和社会责任感。</p> <p>知识目标：了解国内外重大时事，认识和正确理解党的基本路线，重大方针和政策，认清形势和任务，掌握时代的脉搏。</p> <p>能力目标：在错综复杂的国内外形势中，具有明辨是非的能力，能正确分析和认清国内外形势中的热点难点，解决实际的思想困惑。</p>	<p>课程主要内容有国内政治形势和党的路线方针和政策、国内经济形势、文化繁荣与两岸关系、国际形势与大国关系、时事热点、焦点解读等内容。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所、校内实训基地、校外实习实训基地。</p> <p>教学方法：采用专题化教学法、案例教学法、任务驱动法、情景模拟法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p> <p>使用教材：中宣部（中宣部委托）时事报告杂志社的《时事报告大学生版》、《形势与政策》教材和有关中央重要工作会议及文件精神、习近平主席的重要讲话。</p>

4	大学生心理健康教育	<p>素质目标: 提高学生心理素质, 具备健全人格, 开发个体潜能, 培养学生乐观、向上的心理品质, 促进学生全面、健康发展, 适应未来社会对人才素质的要求。</p> <p>知识目标: 了解自身心理发展特点; 正确认识自我, 学会学习, 学会情绪调节的方式; 熟悉正确认识挫折失败、生命教育; 正确的交往观、恋爱观等。</p> <p>能力目标: 提升学生的独立思考、管理情绪、有效处理人际关系、社会适应、自我成就提升等能力; 培养自省、自尊、自信、自律、自强, 促进身心全面发展。</p>	<p>入校环境改变与心理适应、自我意识、心理健康普查; 自我人格特征、学习中出现的问题与创造力、直面情绪调控、面对挫折与失败、大学生常见心理障碍与防治、生命教育; 大学生人际交往实例培训、恋爱观念与成人教育培养、就业前生涯规划、就业指导。</p>	<p>课程性质: 公共基础必修课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室和课外实践教学场所。</p> <p>教学方法: 采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等教学方法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中, 过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
5	体育	<p>素质目标: 通过体育活动改善心理状态、克服心理障碍, 养成积极乐观的生活态度。</p> <p>知识目标: 熟练掌握 2 项以上健身运动的基本方法和技能; 掌握常见运动创伤的处置方法。</p> <p>能力目标: 养成良好的行为习惯, 形成健康的生活方式; 具有健康的体魄。</p>	<p>实践课模块分别为: 篮球、足球、排球、健美操、武术、跆拳道、网球、羽毛球、乒乓球、舞龙舞狮、体育舞蹈。</p> <p>理论课分为: 裁判法、救急与急救、心肺复苏术、创伤急救基本技术等。</p>	<p>课程性质: 公共基础必修课。</p> <p>教学场地: 田径场、篮球场、室内场地;</p> <p>教学方法: 采用任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等教学方法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
6	大学英语	<p>素质目标: 培养学生具备职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善能力, 培养具有中国情怀与国际视野, 在日常生活和职场中能用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。</p> <p>知识目标: 掌握 2300-2600 个常用英语单词、300 个与行业相关的英语词汇以及基本的英语语法。</p> <p>能力目标: 能听懂、交流、读懂和翻译日常生活用语以及用英语处理与未来职业相关的业务能力, 提升跨文化交际能力, 坚定文化自信。</p>	<p>课程主要内容有主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略。</p>	<p>课程性质: 公共基础必修课程。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: 情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法。</p> <p>考核评价: 以过程考核为主, 形成性评价与终结性评价相结合, 注重考核学生的能力、素质等内容。其中过程性考核占 50%, 其他考核占 50%。</p>

7	信息技术	<p>素质目标：具备信息意识、计算思维、数字化创新与发展、信息社会责任四个方面的素质。</p> <p>知识目标：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；掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的基础知识。</p> <p>能力目标：通过掌握的常用工具软件以及新型信息技术，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决实际问题，具备独立思考和主动探究能力，拥有团队意识和职业精神，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p>	<p>课程主要内容有文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六个部分内容。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室。</p> <p>教学方法：采用练习法、任务驱动法、案例教学法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>
8	职业生涯规划	<p>素质目标：树立正确的职业观念，学会一种精神（奋斗精神），形成两种意识（主动选择意识和个人生涯发展的责任意识）。</p> <p>知识目标：了解职业生涯规划基本理论知识，熟悉未来的职业发展趋势，掌握职业规划与调整的技能。</p> <p>能力目标：能够对自我有准确的认识和定位，能够掌握职业生涯规划技巧，根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，完成职业生涯规划生涯书。</p>	<p>课程主要内容有自我兴趣、性格、价值和技能探索，工作世界探索，生涯人物访谈与撰写职业生涯规划书，参加职业生涯规划海报设计大赛等内容。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、生涯规划实训室。</p> <p>教学方法：采用小组教学、游戏教学、案例教学等教学方法。</p> <p>考核评价：采用结果考核和过程考核、理论考核与作品考核相结合的方法。注重考核学生的能力、素质等内容，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>
9	就业指导	<p>素质目标：树立正确的职业观、幸福观与择业观，具备基本职业素质和基本职业规范。</p> <p>知识目标：了解我国就业政策、社会就业形势、企业招聘需求，掌握并灵活运用求职方法和技巧，学会就业权益保护。</p> <p>能力目标：能明确求职方向、能制作专属简历、能模拟求职实践、能获得面试机会、能获得就业岗位。</p>	<p>课程主要内容有就业形势与政策、就业信息收集与利用、简历制作、面试技巧、就业权益保护、学校招聘会现场实践、获得真实面试邀约、课程平台基础知识学习（劳动合同、五险一金、就业欺诈防范、职场问题应对等）。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、招聘实训室、智慧职教 MOOC 学院平台。</p> <p>教学方法：采用情景教学法、探究教学法、案例教学法、小组教学法、现场教学法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中，过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>
10	创业基础	<p>素质目标：主动适应区域经济社会发展需要的责任意识、引领行业发展的担当意识，具有创业意识、创新精神和</p>	<p>课程主要内容有创新创业基本方法训练、创业者与创业团队、创业机会与</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、智慧职教 MOOC</p>

		<p>创新创业热情，树立科学的创业观。</p> <p>知识目标：掌握开展创新创业活动所需要的基本知识，理解创新的基本方法。掌握创业者成长、创业团队组建、创业机会识别、创业项目选择、创业资源管理、商业模式设计、创业计划撰写和创业项目运营等内容的基本特点和内涵。</p> <p>能力目标：能运用创新的方法，能组建创业团队，能选择创业项目选择和资源，能分析并创新商业模式，能撰写商业计划书，能参加商业路演，能实现一段创业实践经历。</p>	<p>创业项目选择、创业资源管理、商业模式设计、创业计划书撰写、商业路演、新企业创办、新开办企业管理与运营。</p>	<p>学院平台、创新实训中心、创业孵化基地、企业经营现场。</p> <p>教学方法：案例教学、小组讨论教学、实地调研、参与创新创业比赛、专家讲座、理论教授、角色扮演。</p> <p>考核评价：课程考核采用作品考核和过程考核等相结合的方法，其中，过程性考核占 45%，终结性考核占 55%。</p>
11	军事理论和军事技能	<p>素质目标：弘扬爱国主义精神、增强国防观念、培养国家安全意识和忧患危机意识，传承红色基因、提高学生综合国防素质。</p> <p>知识目标：让学生了解中国国防、国家安全、国际战略格局的现状和发展趋势、军事高科技对军事变革和军队建设的影响等相关军事基础理论知识。</p> <p>能力目标：能自觉履行国防义务，能进一步认清极端主义、分裂主义和恐怖主义等三股恶势力的性质及其危害，能认清我国的维稳、反恐、安边形势的严峻和任务的艰巨性，自觉维护社会稳定和民族团结。</p>	<p>军事理论：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。</p> <p>军事技能：共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫机能与战时防护训练、战备基础与应用训练。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、田径场。</p> <p>教学方法：采用讲授法、混合式教学法、仿真训练法、模拟教学法等教学方法。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，注重考核学生的能力、素质等内容，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p> <p>《军事理论》教学时数 36 学时，记 2 学分；《军事技能》训练时间 3 周，112 学时，记 2 学分。</p>
12	入学与安全教育	<p>素质目标：具备安全第一的意识；具备积极正确的安全观；树立健康的饮食观和食品安全意识；具备节能节水爱护环境、维护无烟校园等绿色环保意识。</p> <p>知识目标：了解学校学院概论、行业基本情况；了解安全基本知识，了解突发公共安全与灾害的自我保护知识、相关的食品安全问题分类知识、无烟校区建设以及绿色生态校园建设的基本知识。</p> <p>能力目标：能够正确认识大学，实现角色转换；能够有效保护自我；能分辨垃圾食品与有毒食品；能为无烟校园和绿色生态校园建设做出自己的贡献。</p>	<p>包括 1、校史校情、专业发展情况、本行业企业发展现状和未来趋势；2、人身、财产、突发公共安全与灾害教育；3、树立大学生健康的饮食观、分辨垃圾食品或者“三无”食品、加强食品安全教育；4、宣传无烟教室、无烟宿舍、无烟校区的幸福校园建设；5、开展生态文明、节能节水节粮、垃圾分类爱护环境等绿色教育。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体大教室、音乐报告厅、实训室。</p> <p>教学方法：采用专题讲座的形式，运用讲授法、演示法、案例教学法等教学方法。</p> <p>考核评价：以过程性考核为主，采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>

13	劳动教育	<p>素质目标：具备诚实守信、勤奋踏实、爱岗敬业、吃苦耐劳、精益求精的职业素质。遵纪守法、崇德向善、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。具备劳动精神、劳模精神、工匠精神和创新思维。</p> <p>知识目标：了解党和国家一系列方针政策和政治理论；熟悉跟自身相关的法律法规常识和公民基本道德规范。掌握劳动精神、劳模精神和工匠精神的内涵。</p> <p>能力目标：能养成良好的劳动行为习惯，通过劳动教育弘扬劳动精神，促使学生形成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，切实体会到“生活靠劳动创造，人生也靠劳动创造”的道理，培养他们的社会责任感，促进学生全方面发展。</p>	<p>劳动教育的本质目标是“通过适当的教育途径培养具有健康劳动价值观追求社会正义、实现体力脑力结合，以及养成具有自由个性的全面发展的人”。本课程侧重以下三方面内容的教育：劳动价值观，劳动光荣，好逸恶劳可耻；社会制度正义，反对和逐步消除劳动异化，鼓励受教育者追求“按劳分配”的社会主义分配原则与社会制度正义；现代教育观，教育与生产劳动相结合，培育具有自由个性的全面发展的人。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学及实践场地： 教学场地：多媒体大教室、音乐报告厅、实训室。 实践场地：校园、教室、宿舍、食堂等</p> <p>教学方法：采用理论讲授和实践操作的形式，运用讲授法、演示法、实践操作法等教学方法。</p> <p>考核评价：采用过程性考核，占比 100%，主要聚焦学生劳动生活的全过程，通过导师讲座与学生校园劳动、寝室劳动、社会实践、专业服务、实习实训等方式开展劳动理论与实践教育，将劳动精神、劳模精神、工匠精神与专业有机融合。</p>
14	艺术类课程	<p>素质目标：培养学生的审美情趣；培养学生对自身的美好气质的信心和热爱；提高学生艺术素养和人文素养。</p> <p>知识目标：掌握艺术基本概念和艺术作品赏析的基本方法；掌握艺术表达的基本方法与技巧；掌握艺术的主要表演形式。</p> <p>能力目标：运用科学的方法进行艺术表演或表现的能力；善于发现美、创造美和欣赏美的能力。</p>	<p>按照文件要求开设制定鉴赏课程 4 门——《音乐鉴赏》、《美术鉴赏》、《舞蹈鉴赏》、《影视鉴赏》，特色艺术类课程 2 门——《湖南民歌》、《形体训练》。介绍基础鉴赏理论及作品赏析，注重理论与实践相结合，突出艺术学科特点。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、舞蹈室，线上网络平台。</p> <p>教学方法：典型案例教学、现场演示。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级。</p>
15	高职应用数学	<p>素质目标：用数学的方法辩证思考问题，具备严谨务实的科学素养。</p> <p>知识目标：掌握微积分、线性代数的基本概念及基本计算方法；熟练应用数学知识解决相关实践问题。</p> <p>能力目标：培养学生逻辑思维能力，数学建模能力，能用数学的方法分析和解决问题的能力。</p>	<p>课程主要内容有极限、导数、微分与积分、行列式、矩阵、线性方程组等概念、计算及应用。</p>	<p>课程性质：公共基础必修课。</p> <p>教学场地：多媒体教室、数学建模实训室</p> <p>教学方法：讲授、典型案例、小组探究。</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%。</p>

表 5 专业基础课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	商务礼仪	<p>素质目标: 具备良好礼仪礼节修养、职业形象。</p> <p>知识目标: 了解企业常见商务活动, 熟悉各种商务活动场合的礼仪规范, 掌握商务活动的交际技能技巧。</p> <p>能力目标: 良好的沟通协调能力, 能够熟练运用商务活动的礼仪规范策划与组织各类商务活动。</p>	<p>课程主要内容有商务人员形象塑造、商务交往规范, 商务职场礼仪法则、商务函电礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务餐饮礼仪和涉外商务礼仪等内容。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室、礼仪实训室。</p> <p>教学方法: 理论讲授、模拟教学、项目教学等多种教学方法。</p> <p>考核评价: 采取过程性考核评价方式, 平时成绩占 60%, 期末考核占 40%。</p>
2	管理学基础	<p>素质目标: 具备基层管理岗位的综合管理素质, 诚实公正、严谨求是、遵章守法、恪尽职守、勤勉好学、追求卓越、创新意识。</p> <p>知识目标: 了解管理的基本概念、管理系统的构成、主要管理思想和管理理论、计划、组织、领导、控制等管理四大职能的内涵, 掌握计划书的编制、组织的设计、人员配备、激励计划制定、团队建设、控制计划的程序和基本方法。</p> <p>能力目标: 能够准确分析组织内外部管理环境, 合理应用相关管理学基本理论和方法分析与处理计划与决策、组织与人事、领导与沟通的能力、控制与评价等实际管理问题的能力。</p>	<p>课程主要内容有管理系统识别、管理思想、计划与决策、组织与人事、领导与沟通、控制与评价; 计划书的编制、组织的设计、人员配备、激励计划制定、团队建设、控制计划的程序和基本方法等内容。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: 采用案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法。</p> <p>考核评价: 采取过程考核评价, 课程成绩=平时成绩(20%)+作业评价成绩(占 30%)+期末考试(占 50%)。</p>

3	经济学基础	<p>素质目标: 具备良好的职业道德、诚实守信的品质、客观公平意识。</p> <p>知识目标: 了解经济中的现象; 掌握经济学的基本内容、理论、规律。</p> <p>能力目标: 能够对生产、生活中的经济现象做出正确分析和预测。</p>	<p>课程主要内容有微观经济包括需求、供给与均衡价格、消费者行为、生产与成本等内容; 宏观经济包括市场失灵及矫正、国民收入核算、决定理论、失业与通货膨胀等内容。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: 案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法。</p> <p>考核评价: 采取过程考核评价, 课程成绩=平时成绩(20%)+作业评价成绩(占 30%)+期末考试(占 50%)。</p>
4	经济法	<p>素质目标: 具备用法律维护自己合法权益的法律综合素质, 具备较强的法律意识和客观公平意识。</p> <p>知识目标: 了解经济法的基础理论知识, 掌握经济活动中常用的经济法律法规的相关知识。</p> <p>能力目标: 能够用所学经济法理论知识观察、分析、处理生活中有关经济纠纷的能力。</p>	<p>课程主要内容有经济法基础知识、物权法、合同法、企业法、市场运行法、劳动与社会保险法、仲裁与诉讼等内容。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: 案例分析、小组讨论、情景模拟、角色互换、现场教学。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
5	电子商务实务	<p>素质目标: 具有吃苦耐劳的精神、团队意识及客户服务意识; 诚信意识、保守商业机密。</p> <p>知识目标: 了解电子商务发展历程、电商模式、电子商务交易安全、电子物流、营销推广、客户服务、电子商务法律法规等知识。</p> <p>能力目标: 电子商务专业的知识运用能力, 客户服务能力和营销推广能力。</p>	<p>课程主要内容有电子商务发展历程、电商模式认知、电子商务交易安全、电子物流、营销推广、客户服务、电子商务法律法规等。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 理实一体化教室。</p> <p>教学方法: 情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>

6	电子商务 物流管理	<p>素质目标: 具有法律法规意识、团队协作、吃苦耐劳、纪律安全意识。</p> <p>知识目标: 了解物流的基本概念及原理,熟悉物流的基本功能、操作规程与方法,掌握配送作业及管理流程,掌握物流外包及物流各类方案制定方法。</p> <p>能力目标: 能够组织制定采购方案、进行采购谈判;能够对供应商进行评估、选择;能够进行入库作业、搬运作业等物流作业;能够优化配送线路;能够根据企业特点选择适合的物流模式;能够运用各种数据采集设备采集物品信息。</p>	<p>课程主要内容有现代物流基本概念及原理、电子商务采购、仓储作业及管理、运输作业及管理、库存控制、包装及搬运、物流模式选择、物流外包方案制定、配送作业及管理、冷链物流、绿色物流、物流信息技术、供应链管理等内容。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室及物流实训室。</p> <p>教学方法: 讲授法,案例教学法、实训操作等</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。</p>
7	会计基础	<p>素质目标: 具备会计从业基本职业道德以及科学、认真、严谨的基本素质。</p> <p>知识目标: 学生可获得会计基本理论、基本知识、基本方法。</p> <p>能力目标: 能掌握会计职业基本技能,为学习后续专业课奠定基础。</p>	<p>课程主要内容有会计的基本职能、特点、对象及任务;会计要素、科目、账户及记账方法;会计凭证、账簿的基本内容;会计核算形式的种类及执行程序;会计循环与会计报表的编制;会计工作组织及内部管理制度等。</p>	<p>课程性质: 专业基础课。</p> <p>教学场地: 理实一体化教室。</p> <p>教学方法: 案例教学、项目教学、演示教学、实训操作等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式,其中过程性考核占 40%,终结性考核占 60%。</p>

表 6 专业核心课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	市场营销理论与实务	<p>素质目标: 具有吃苦耐劳的精神、团队协作意识, 诚实守信, 良好的服务与法律法规意识。</p> <p>知识目标: 了解市场营销的基本知识与概念、影响市场营销的环境因素, 熟悉消费购买行为过程, 掌握 STP 战略的内容以及 4Ps 营销组合策略的内容。</p> <p>能力目标: 能够结合实际进行市场营销环境分析, 能够进行市场细分、目标市场选择及市场定位, 能够运用 4Ps 营销组合策略解决实际问题。</p>	<p>课程主要内容有市场营销基本知识与概念, 市场营销环境因素, 消费者购买行为分析, 市场细分、目标市场选择、市场定位, 产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等。</p>	<p>课程性质: 专业群平台课、专业核心课。</p> <p>教学场地: 理实一体化教室</p> <p>教学方法: 案例教学、小组探究、情景教学</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程考核占 40%, 终结性考核占 60%。</p>
2	市场调查	<p>素质目标: 具有吃苦耐劳、团队协作意识、服务意识, 诚实守信、注重礼仪礼节。</p> <p>知识目标: 了解市场调查内容、作用及程序; 掌握市场调查基本方法及原则; 设计调查方案、调查问卷的基本要求, 资料整理与分析的内容与要求, 撰写调研报告的要求。</p> <p>能力目标: 较强的沟通协调、语言文字表达能力, 能够设计市场调查方案、市场调查问卷, 能够通过多种方法、途径收集数据资料, 能够对调查资料进行整理与分析, 能够撰写市场调查报告。</p>	<p>课程主要内容有市场调查的基本知识, 市场调查方案的设计, 市场调查方法及抽样方式, 市场调查问卷设计, 市场调查组织实施与控制, 市场调查资料的整理与分析, 市场调查报告的撰写。</p>	<p>课程性质: 专业核心课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室及校外实训基地。</p> <p>教学方法: 讲授法, 案例教学法、小组探究、实训操作等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
3	新媒体营	<p>素质目标: 具有较强的法律法规意识、诚实守信、吃苦耐劳、团队协作意识、服务意识, 创新思维、美学素养。</p>	<p>课程主要内容有新媒体的发展、特征、类型及运营模式; H5 营销、微信营销、微</p>	<p>课程性质: 专业核心课。</p> <p>教学场地: 理实一体化机房、营销综合实</p>

	销	<p>知识目标: 了解新媒体营销的特点及类型、新媒体的发展状况,掌握 H5 营销、微信营销、微博营销、小红书、抖音等新媒体营销模式及内容创作要求。</p> <p>能力目标: 具备较强的学习能力、软文写作能力、能够进行 H5 营销、微信营销、微博营销、小红书、抖音等新媒体营销创作及推广。</p>	<p>博营销、小红书、抖音销等新媒体营销创作及推广。</p>	<p>训室。</p> <p>教学方法: 真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法、小组讨论法等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。</p>
4	连锁超市经营与管理	<p>素质目标: 具备诚实、守信的职业素质和良好的客户服务意识、团队协作、吃苦耐劳。</p> <p>知识目标: 了解连锁门店营运管理流程;熟悉连锁企业门店营运管理各岗位的工作内容,掌握理货、收银、盘点等知识,掌握新零售的特点及要求。</p> <p>能力目标: 具备线上线下商品销售、市场分析、门店现场管理、客户服务与管理能力,能够运用新媒体开展营销推广与策划。</p>	<p>课程主要内容有连锁门店的组织结构、人员配置和经营绩效管理;卖场的布局 and 商品陈列管理,连锁门店理货作业、收银作业、进存货和盘点管理等内容。</p>	<p>课程性质: 专业核心课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室及实训基地。</p> <p>教学方法: 讲授法,案例教学法、小组探究、实训操作等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。</p>
5	现代推销实务	<p>素质目标: 注重礼仪礼节,具有吃苦耐劳、团队协作意识、服务意识,创新意识。</p> <p>知识目标: 了解推销的含义和原则,掌握推销的基本方法、技巧及基本流程和推销各个阶段的要求和策略。</p> <p>能力目标: 能够制定推销计划书,能够进行线上线下商品推销。</p>	<p>课程主要内容有推销的基本知识,推销的基本技巧及推销各个阶段的方法与策略。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室及模拟推销室。</p> <p>教学方法: 讲授法,案例教学法、情景模拟等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式,其中过程性考核占 50%,终结性考核占 50%。</p>
6	商务谈判	<p>素质目标: 注重礼仪礼节,具有吃苦耐劳、团队协作意识、服务意识,创新意识。</p> <p>知识目标: 了解谈判含义、原则、流程,掌握谈判各个阶段的要求和策略。</p> <p>能力目标: 能够制定商务谈判方案,能够进行线上线下模拟</p>	<p>课程主要内容有商务谈判的基本知识,商务谈判的流程与技巧,商务谈判各个阶段的方法与策略。</p>	<p>课程性质: 专业核心课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室及模拟谈判室。</p> <p>教学方法: 讲授法,案例教学法、情景模拟等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结</p>

		谈判。		合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
7	营销 策划	<p>素质目标：具有正确的营销观念、诚实守信、团队协作、吃苦耐劳和创新意识。</p> <p>知识目标：了解营销策划的整个过程，熟悉营销策划构思的基本原理及方法，掌握营销策划书的内容与撰写要求。</p> <p>能力目标：具有市场分析能力，能够完成战略与战术策划方案书的撰写，能够组织线上线下策划活动。</p>	<p>课程主要内容有营销策划基础知识、市场分析知识（营销环境分析、消费者分析），STP 策划、竞争策划、企业形象策划和品牌推广策划、新产品上市策划、促销策划等。</p> <p>等策划方案的基本结构、内容与要求。</p>	<p>课程性质：专业核心课。</p> <p>教学场地：营销策划综合实训室及实训基地。</p> <p>教学方法：讲授法，案例教学法、实训操作</p> <p>考核评价：采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。</p>

表 7 综合实训课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	市场营销电子沙盘综合实训	<p>素质目标: 具备团队合作、吃苦耐劳、创新意识, 诚实守信, 爱护公共财物。</p> <p>知识目标: 通过了解企业的采购、研发、生产、销售、计划、财务核算、筹资与投资管理等运作流程, 熟悉管理知识, 掌握管理技巧。</p> <p>能力目标: 具有较强的分析判断能力, 一定的模拟企业管理的能力。</p>	<p>课程主要内容有营销管理、企业战略管理、生产管理、研发管理、采购管理、财务管理等多个方面的内容。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 沙盘实训室。</p> <p>教学方法: 操作演示、操作实训。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%。</p>
2	网络营销技能训练	<p>素质目标: 具有法律法规意识、创新意识、服务意识、美学素养, 诚实守信, 团队协作、吃苦耐劳。</p> <p>知识目标: 了解消费者购买行为特点以客户画像分析的类型, 了解搜索引擎的类型及使用方法, 关键词选择要求。</p> <p>能力目标: 能够进行平台操作、具有市场分析能力, 能够进行客户画像, 能够合理运用搜索引擎进行产品推广并进行分析。</p>	<p>课程主要内容有人群画像与分析、数字化信息触达、客户关系连接、营销关系交易与回报 1. 搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 理实一体化教室、数字营销综合实训室。</p> <p>教学方法: 案例教学法、操作演示及实训操作等。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
3	京东客服实训(现代学徒制)	<p>素质目标: 具备良好的心理素质、团队合作意识、服务意识, 诚实守信。</p> <p>知识目标: 京东购物流程、CRM&ERP 操作、在线 IM 系统使用、价格保护政策、催单处理流程、售后退换货流程、在线质检标准、投诉判定标。</p> <p>能力目标: 掌握电子商务平台(世界 200 强京东集团)运营全流程和真实企业业务流程操作, 社交沟通逻辑思维及危机处理能力, 适应能力。</p>	<p>课程主要内容有京东购物流程、CRM&ERP 操作、在线 IM 系统使用、价格保护政策、催单处理流程、售后退换货流程、在线质检标准、投诉判定标准、在线沟通技巧、各品类商品知识考核、打字练习等</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 京东校内实训基地。</p> <p>教学方法: 项目教学、任务驱动、操作实训。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%</p>

4	专业技能训练 (市场调查模块)	<p>素质目标: 具备基本的法律法规意识, 良好礼仪礼节, 诚实守信, 团队合作与创新意识。</p> <p>知识目标: 市场调查方案、调查问卷设计、调研报告的基本格式与撰写流程、内容要求以及写作技巧。</p> <p>能力目标: 较强的沟通协调、语言与文字表达能力, 能够依据背景材料设计市场调查方案、市场调查问卷, 撰写市场调查报告。</p>	<p>课程主要内容有依据背景材料分析, 设计市场调查方案、市场调查问卷, 撰写市场调查报告。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 实训机房。</p> <p>教学方法: 项目教学、任务驱动、操作实训。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%。</p>
5	专业技能训练 (营销策划模块)	<p>素质目标: 具备基本的法律法规意识, 良好礼仪礼节, 诚实守信, 团队合作与创新意识。</p> <p>知识目标: 了解策划的基本概念, 熟悉各种策划的主要内容, 掌握策划的方法和技巧。</p> <p>能力目标: 较强的语言、文字表达能力, 能够依据背景材料设计营销策划方案。</p>	<p>课程主要内容有营销整体策划、促销策划、新产品推广策划、新媒体策划。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 营销策划综合实训室。</p> <p>教学方法: 项目教学、任务驱动、操作实训。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%。</p>
6	顶岗实习	<p>素质目标: 诚实守信, 吃苦耐劳, 团队合作、爱岗敬业; 良好的职业道德、法律法规意识, 严明的纪律性和安全防范意识。</p> <p>知识目标: 了解实习企业的基本情况, 熟悉岗位工作标准、流程及要求。</p> <p>能力目标: 具有较强的语言与文字表达能力, 较强的观察学习能力, 能出色完成岗位工作任务。</p>	<p>课程主要内容有熟悉岗位工作流程、要求及任务; 岗前培训, 轮岗实践, 实践总结与反思。</p>	<p>课程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 校外实训基地。</p> <p>教学方法: 任务驱动、操作实践。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
7	毕业设计	<p>素质目标: 具有吃苦耐劳、创新思维, 诚实守信、版权意识(拒绝抄袭)。</p> <p>知识目标: 了解实习企业的基本情况, 掌握毕业设计的背景, 掌握毕业设计选题方法, 熟悉营销专业毕业设计标准及任务、和内容的要求。</p> <p>能力目标: 具有较强的语言沟通与文字表达能力, 能进行数</p>	<p>课程主要内容有毕业设计选题, 毕业设计工作任务的安排, 毕业设计标准解读, 毕业设计指导与修改完善。</p>	<p>程性质: 综合实训课。</p> <p>教学场地: 实训机房、校外实训基地。</p> <p>教学方法: 项目教学、点拨指导。</p> <p>考核评价: 采取过程性考核评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核评价占 40%, 终结性考核评价占 60%。</p>

	据资料收集、整理与分析，能独立完成毕业设计方案，能完成企业策划活动的相关任务。		
--	---	--	--

表 8 公共选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	应用文写作	<p>素质目标: 培养高职学生养成严谨、客观、规范的工作作风, 具备团结协作的职业素养和志趣高远的人文素养, 助力未来职业生涯的可持续发展。</p> <p>知识目标: 掌握应用文写作的基本理论和基础知识; 掌握各类应用文文种写作的基本格式和方法技巧, 熟练写出在日常学习、生活、工作中常用的规范应用文书。</p> <p>能力目标: 提高学生的语言文字应用能力和表达沟通能力, 具备各专业需要的应用文书写作能力, 为将来步入社会从事实践工作奠定良好的写作基础。</p>	<p>课程主要内容有应用文写作理论知识、大学生通用文书、行政公文、事务文书、经济调研和契约类文书、礼仪文书等内容, 这些项目以应用文写作理论为指导, 以文种写作为主线来进行设计, 同时又兼顾不同专业要求, 选择相应的应用文文种进行教学。</p>	<p>课程性质: 公共选修课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: 采用引导式教学法、情境教学法、讨论教学法、案例教学法、实践教学法等教学方法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 注重考核学生的能力、素质等内容, 其中, 过程性考核占 40%, 终结性考核占 60%。</p>
2	管理学 ABC	<p>素质目标: 树立“管理即决策”的意识; 培养考虑组织管理问题的全局眼光; 具备基层管理者的执行力、人际沟通能力和协调能力。</p> <p>知识目标: 了解中西方管理思想; 理解管理、管理者的内涵; 熟悉环境因素对管理的影响; 掌握基层、中层、高层管理者所必需的技能; 掌握决策的定性、定量方法。</p> <p>能力目标: 能运用 SWOT 分析等方法分析企业所处环境; 能运用定性、定量决策方法解决现实管理决策问题。</p>	<p>课程主要内容有认识管理与管理者、运用管理思想和管理理论、分析管理环境、进行管理决策。</p>	<p>课程性质: 公共选修课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室、校外实习基地。</p> <p>教学方法: 多媒体教学与网络课程平台学习相结合, 理论讲授与任务驱动法相结合, 典型案例教学与小组讨论相结合, 积极组织团队参加企业管理案例讨论、参加校外实习企业进行企业管理实践调研、参加企业经营管理比赛等赛项。</p> <p>考核评价: 课程考核以过程考核为主、线上与线下考核相结合的办法, 注重考核学生的能力、素质、针对现实企业管理案例进行分析、判断和决策的水平。其中, 过程性考核占 50%, 其他考核占 50%。</p>
3	通识教育课程	<p>通识教育是指在高等教育阶段面向所有大学生普遍进行的基础性的语言、文化、历史、科学知识的传授, 个性品质的训练、公民意识的陶冶以及学生所必需的一些实际能力的培养。</p> <p>通过课程学习, 使学生认识、了解和掌握不同专业方向</p>	<p>主要包含马克思主义理论类课程, 党史国史, 中华优秀传统文化, 职业素养, 人文素养, 科学素养, 信息素养等等线上和线下开设的通识教育课程。</p>	<p>课程性质: 本部分课程是公共选修课。</p> <p>教学场地: 教学场地主要是校内多媒体教室和线上教学平台。</p> <p>教学方法: 注重学习方法的传授与启迪思考, 教学方法采用讲授、案例分析、任务驱</p>

	<p>的研究思路、方法、模式，开拓视野、建立共识、发展学识；能获取、传播、发现和创造知识，具备思辨和批判的能力，为大学生提供今后长远学习和发​​展所必须的方法和眼界。</p>		<p>动、问题探究、情景体验、角色扮演等等形式多样、灵活有效的方法。重视与学生的对话与交流，给学生思考的空间和余地，以引导学生进行研究性和探讨性学习为主。</p> <p>考核评价：学生根据自身需求通过线上和线下选择相应课程，课程的考核应重在过程性评价上，检测学生自主学习情况，注重学生对所学知识综合运用和解决问题能力的考核，考核形式一般为考查。考核占比以各课程具体分配为准。</p> <p>通识教育课程不得与专业课程在课程名称、课程内容上重复。</p>
--	---	--	---

表 9 专业拓展课/专业群选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	客户关系管理	<p>素质目标: 具备团队合作、勇于创新、吃苦耐劳、诚实守信、严谨求是、遵章守法、恪尽职守、勤勉好学、追求卓越、创新意识等职业操守和素养。</p> <p>知识目标: 了解客户关系管理的基本概念, 熟悉客户关系管理客服人员能力与素质、客户管理的主要内容、程序和基本方法。</p> <p>能力目标: 能够准确分析组织内外部客户关系管理环境, 开发和管理客户, 处理客户投诉与客户压力管理等实际客户关系管理问题的能力。</p>	<p>课程主要内容有客户关系管理概述、客户关系价值分析与管理、选择和开发潜在客户、客户信息管理、客户满意与忠诚管理、客户互动管理、客户投诉处理、客服工作压力管理等内容。</p>	<p>课程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室、实训室。</p> <p>教学方法: 案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
2	消费心理学	<p>素质目标: 具备良好的心理素质、礼仪礼节, 诚实守信、善于观察, 全局意识。</p> <p>知识目标: 掌握消费者的消费心理和行为的基本规律; 掌握影响消费心理的因素; 掌握影响消费者消费心理和行为的工具。</p> <p>能力目标: 具备较强的团队合作、沟通等能力。营销实践观察、判断、营销能力; 学会辨识影响消费者消费的心理因素的方法; 学会对消费者心理分析, 较高的营销技巧与技能。</p>	<p>课程主要内容有消费者的心理过程、个性心理特征、消费群体与消费心理, 商品名称、品牌、包装、商品价格、商业广告与消费心理, 营销沟通、营销环境与消费心理。</p>	<p>课程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室、校外实训基地。</p> <p>教学方法: 案例法、分组讨论法、角色模拟法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 50%, 终结性考核占 50%。</p>
3	品牌策划与推广	<p>素质目标: 具有吃苦耐劳、团队协作、创新思维, 品牌意识、服务意识、自主知识产权保护和敬畏意识, 诚实守信。</p> <p>知识目标: 了解品牌概念以内涵, 了解品牌要素的构建及品</p>	<p>课程主要内容有品牌内涵及作用, 品牌的设计与管理, 品牌推广与策划。</p>	<p>课程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室、校外实训基地。</p> <p>教学方法: 案例法、分组讨论法、任务驱动。</p>

	广	牌资产，掌握品牌管理的内容，品牌推广的途径方法。 能力目标： 具有较强的语言沟通与文字表达能力；能够进行市场分析，品牌设计；能够进行品牌推广与策划。		考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
4	广告 实务	素质目标： 具备良好的法律意识，诚实守信、敬业精神、创新意识、美学素养。 知识目标： 了解广告的基础概念及历史沿革，熟悉广告的创新方法、制作流程及媒介特点，掌握各种不同类型媒介广告的创新及制作。 能力目标： 能够进行广告宣传，能够进行广告策划，运用广告手段解决企业的实际问题。	课程主要内容有广告的基本概念及发展、广告的要害分析、广告的媒介特点、广告的创意方法、广告的策划流程、各不同类型媒介广告的制作	课程性质： 专业拓展课。 教学场地： 多媒体教室、校外实训基地。 教学方法： PBL 问题导向教学法、案例教学。 考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。
5	公关 实务	素质目标： 具备良好的职业素质，有自主学习能力；有敬业精神和全员公关意识。 知识目标： 了解公共关系的基础概念，熟悉公共关系活动的类型及特点，掌握公关礼仪和公共关系实务活动的具体实施步骤。 能力目标： 能够帮助社会组织与公众建立良好沟通并协调各公众之间的关系的能力，能解决社会组织所面临的各类公关危机。	课程主要内容公共关系认知（公共关系基础、公共关系构成要素、公共关系工作程序、公共关系活动类型）；公共关系体验（形象塑造、形象展示、形象维护）；综合能力体验（企业内部公众、企业外部公众、CIS 系统）三大模块的内容。	课程性质： 专业拓展课。 教学场地： 多媒体教室、实训基地。 教学方法： 采取 PBL 问题导向教学法+讲授法开展教学。 考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%
6	商务 数据分析	素质目标： 具备良好的职业素质，诚实守信；有敬业精神和创新意识。 知识目标： 目标在于让学生掌握商务数据分析的陈述性知识和程序性技能。 能力目标： 具备商务数据采集、整理、分析、应用的能力，良好的语言文字能力。	课程主要内容有商务数据分析的基本概念、数据分析的思路与流程、数据分析工具的运用方法与技巧，数据可视化技术、用户画像技巧、网店运营数据分析、网店推广数据分析商务分析报告的撰写等。	课程性质： 专业拓展课。 教学场地： 多媒体教室、实训机房。 教学方法： 任务驱动法、项目教学法。 考核评价： 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

7	国际贸易实务	<p>素质目标: 具备良好法律法规意识、团队协作意识, 诚实守信, 较强的创新意识。</p> <p>知识目标: 使学生熟知外贸业务的专业术语和专业知识, 通晓外贸业务操作的程序步骤和外贸合同的各项条件, 理解国际法律法规及贸易惯例对外贸操作的主要规定。</p> <p>能力目标: 掌握磋商和订立外贸合同的方法, 掌握出口和进口贸易的操作方法, 具备独立从事国际买一工作能力。</p>	<p>课程主要内容有国际贸易概论、国际贸易合同的一般流程、国际贸易术语与国际贸易惯例等, 国际贸易货物运输、国际贸易货物的运输保险、国际贸易商品价格形式和货款的支付、国际贸易商品的检验和索赔、仲裁、合同的履行、国际贸易方式等内容。</p>	<p>课程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: PBL 问题导向教学法、讲授法、案例法、项目法等教学法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 40%, 终结性考核占 60%。</p>
8	网络营销	<p>素质目标: 具备良好的法律法规意识、客户服务意识、创新意识, 诚实守信, 保守商业秘密。</p> <p>知识目标: 掌网站和网店推广目标, 筛选合理的推广方式和新媒体营销方法。</p> <p>能力目标: 能够进行网络推广和营销方案制定与实施, 使营销推广方案效果评估与优化, 推广和策划能力。</p>	<p>课程主要内容有网络营销基础、网络营销方法和网络营销策划, 社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销、软文营销、事件营销、病毒营销。</p>	<p>程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 多媒体教室。</p> <p>教学方法: P 情景模拟法、任务驱动法、项目教学法。</p> <p>考核评价: 采取过程性评价和终结性评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%</p>
9	网店运营推广	<p>素质目标: 具备良好的法律法规意识、诚实守信, 具有良好的团队协作意识、自主学习意识、劳动意识。</p> <p>知识目标: 了解网店的 SEO、SEM、信息流推广基本知识, 掌握 SEO、SEM、信息流推广的操作流程, 掌握 SEO、SEM、信息流推广方案制定流程和注意事项。</p> <p>能力目标: 能在主流电商平台商根据市场变化和店铺实际情况进行网店推广。</p>	<p>课程要内容关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等。</p>	<p>课程性质: 专业拓展课。</p> <p>教学场地: 理实一体化实训室、校企合作实训基地。</p> <p>教学方法: 讲授法, 案例教学法、演示法、项目法等、情景模拟法、任务驱动法。</p> <p>考核评价: 采取过程评价和终结评价相结合的方式, 其中过程性考核占 60%。</p>

（二）课证融通

将职业技能等级证书、职业资格证书等有关内容、标准有机融入专业课程教学，实行课证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，我校将根据国家 1+X 职业技能等级证书相关要求适时调整人才培养方案。同时也鼓励学生取得职业资格证书、行业企业认可度高的证书。各类职业技能等级证书、职业资格证书等可计算学分，也可置换相关课程，具体如表 10 所示。

表 10 课证融通表

序号	证书类型	证书名称及级别		合作企业	证书相关课程	可置换的学分及课程名称		备注
		证书名称	等级			可置换的学分	置换的课程名称	
1	职业技能等级证书 (1+X 证书)	数字营销	初级	中教畅享 (北京) 科技有限公司	市场营销理论与实务、市场调查分析、品牌策划推广、营销策划、商务数据分析、网络营销、新媒体营销	4	市场调查分析	
			中级		市场营销、市场调查、品牌策划与推广、营销策划、商务数据分析、网络营销、新媒体营销	6	市场调查分析、商务数据分析	
			高级		市场营销、市场调查、品牌策划与推广、营销策划、商务数据分析、网络营销、新媒体营销	8	市场调查分析、商务数据分析、新媒体营销	
2	职业技能等级证书 (1+X 证书)	商务数据分析	初级	北京博导前程 信息技术股份有限公司	市场调查分析、网络营销、商务数据分析、营销策划	4	市场调查分析	
			中级		市场调查分析、网络营销、商务数据分析、营销策划	6	市场调查分析、网络营销	
			高级		市场调查分析、网络营销、商务数据分析、营销策划	8	市场调查、网络营销、商务数据分析	

七、教学进程总体安排

1. 教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

专业名称： 市场营销 (2021 级)

学年	学期	教学进程周次																		课堂 教学 (周)	开学 准备 (周)	实践教学(周)						机动 (周)	考试 (周)	学期教学 周数合计	寒暑 期 (周)			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			19	20	军训	入学与 安全教 育、劳 动教育	劳动 实践	综合 实训					跟岗	顶 岗	毕 业 设计
第一学年	一	○	#	#	#	↑	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	14	1	3	1							1	20	6	
	二	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	△	△	⊙	16	1			1周 (暑假)	2					1	21	5	
第二学年	三	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	▲	▲	▲	▲	⊙	14	1					4				1	20	6	
	四	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1			1周 (暑假)						1	21	5	
第三学年	五	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	■	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	10	1					8+2 周 (寒假)	0.5		0.5	22	4		
	六	○	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	⊙	■	◇	◇	◇	◇	&	&		0	1						14	0.5	2	0.5	18	8	
		总 计																		72	6	3	1	2	2	4	24	1	2	5	122	34		
说明		1、三年6学期总周数共122周。 2、专业理论教学与实践教学总学时数比例控制为1:1左右。见习原则上在专业课开始时安排，假期执行；跟岗实习根据专业教学进度安排；顶岗实习一般为6个月。 3、○开学准备 ↑入学与安全教育、劳动教育 #军训 ※课堂教学 ⊙考试 △见习（综合实训） ▲跟岗实习 ◇顶岗实习 ■毕业设计 &机动 …放假																																

2. 课程计划与进度总表

表 12 课程计划与进度总表

课程类型	课程编号	课程名称	学时分配				考核		学年/大学期分配//小学期分配///周课时数						备注
			总学时	学分	理论	实践	考试	考查	第一学年		第二学年		第三学年		
									一	二	三	四	五	六	
									20周	21周 (含1周暑假劳动实践)	20周	21周 (含1周暑假劳动实践)	22周 (含2周寒假顶岗实习)	18周	
必修课程	公共基础必修课程	S0101004	54	3	36	18		√	2(6-19)	2(2-14)					
		S0101002	64	4	46	18		√			2(2-17)	2(2-17)			
		S0101001	64	4	32	32		√	2(10-17)	2(10-17)	2(2-9)	2(2-9)	√	√	五、六学期网络授课
		T0101003	36	2	30	6		√	√	2(3-10)	√	√	√		一、三、四、五学期集中授课
		T0203006	108	6	10	98		√	2(6-19)	2(2-19)	2(2-19)				其中8课时为分年级的大型体育集体授课活动(如冬季长跑、春季体训活动)或线上授课

		T0101004	大学英语	128	8	128	0	√		4 (6-19)	4 (2-19)	√	√	√		三、四、五学期学生可根据自身需求选修2学分以上拓展模块的内容
		R0203210	信息技术	48	3	24	24	√		4 (6-17)	√	√	√	√		二、三、四、五学期学生可根据自身需求选修拓展模块的内容
		C0201002	职业生涯规划	14	1	6	8		√	2 (6-12)						
		C0201003	就业指导	18	1	8	10		√						2 (2-6)	4周网络平台学习
		C0201001	创业基础	32	2	16	16		√		2 (15-19)	2 (3-10)				3周网络平台学习
		T0102002/T0401001	军事理论和军事技能	148	4	36	112		√	# (2-4) (# 此标记代表军训, 共2学分)	√	√	√	√		二、三、四、五学期集中授课
		T0201001	入学与安全教育	8	0.5	6	2		√	24 (5)						
		T0201002	劳动教育	16	1	6	10		√							
		W0202001	艺术类课程	32	2	16	16		√					2 (2-17)		《形体训练》、《音乐鉴赏》等6门课由艺术教研室统一安排

		G0101013	高职应用数学	48	3	48	0	√	2 (10-19)	2 (2-15)							
		小计		818	44.5	448	370		18	12	8	6	2				
专业必修课程	专业基础（平台）课程	J0204032	商务礼仪	32	2	16	16	√		2 (2-17)						设置7门课程	
		J0203035	管理学基础	32	2	22	10	√		2 (2-17)							
		J0203031	经济学基础	36	2	24	12	√				2 (2-19)					
		J0203008	经济法	72	4	42	30	√				4 (2-19)					
		J0203023	电子商务实务	28	1.5	10	18	√	2 (6-19)								
		J0203025	电子商务物流管理	56	3.5	36	20	√			4 (2-15)						
		K0203047	会计基础	36	2	18	18	√				2 (2-19)					
		小计		292	17	168	124		2	4	4	8	0				
		专业核心课程	J0203001	市场营销理论与实务	84	5	52	32	√	6 (6-19)							设置7门课程
	J0203005		市场调查	64	4	32	32	√		4 (2-17)							
	J0203003		连锁超市经营与管理	56	3.5	28	28	√			4 (2-15)						
	J0304015		现代推销实务	40	2	10	30	√					4 (2-11)				
	J0203004		商务谈判	72	4	36	36	√				4 (2-19)					
	J0204013		新媒体营销	64	4	24	40	√		4 (2-17)							
	J0203070		营销策划	56	3.5	28	28	√			4 (2-15)						
	小计		436	26	210	226		6	8	8	4	4					

	综合实训课程	第二课堂社会实践活动		2	包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，不占用总课时，记2学分，由学校团委负责认证。										设置7门课程	
		J0303018	市场营销电子沙盘综合实训	48	2	0	48		√		2W(18-19)					
		J0203077	京东客服实训(现代学徒制)	96	4	0	96		√			4W				
		J0204006	数字营销技能训练	72	4	20	52	√					4(2-19)			
		J0304013	专业技能训练(市场调查模块)	40	2	6	34		√					4(2-11)		
		J0304014	专业技能训练(营销策划模块)	40	2	6	34		√					4(2-11)		
		T0203002	顶岗实习	576	24	0	576	√						8+2(寒假)W		14W
		T0203001	毕业设计	24	1	0	24	√						0.5W		0.5W
		小计		896	41	32	864			0	2W	4W	4	8 ~ 10.5W		14.5W
		选修课程	公共选修课程	W0204004	应用文写作	28	1.5	14	14		√		2(2-15)			
G0101015	管理学ABC			16	1	8	8		√				2(2-9)			
以所选课程为准	通识教育课程(涵盖线上和线下)			52	3.5	26	26		√							
									√							
									√							
									√							
小计		96	6	48	48				2			2				

专业拓展课程 / 专业群选修课程	J0203034	客户关系管理	20	1	10	10		√					2 (2-11)			设置7门课程
	J0204008	消费心理学	28	1.5	14	14		√			2 (2-15)					
	J0203071	品牌策划与推广	40	2	20	20	√				4 (2-11)					
	J0204023	广告实务	40	2	20	20	√						4 (2-11)		二选一	
	J0203039	公关实务	40	2	20	20	√						4 (2-11)			
	J0203055	商务数据分析	36	2	18	18		√				2(1-19)				
	J0203002	国际贸易实务	20	1	10	10		√					2 (2-11)			
	J0203058	网络营销	36	2	18	18		√				2(2-19)			二选一	
	J0203090	网店运营推广	36	2	18	18		√				2(2-19)				
	小计			220	11.5	110	110					6	4	8		
合计			2758	146	1016	1742			26	26	26	26	24			

表 13 集中实践(综合实训)教学计划安排表

序号	主要实践环节	职业技能测试	各学期安排(周数)						备注
			一	二	三	四	五	六	
1	军训		3						
2	入学与安全教育		1						
3	劳动教育								
4	劳动实践			1		1			暑假
5	第二课堂社会实践活动								
6	市场营销电子沙盘综合实训			2					
7	京东客服实训(现代学徒制)				4				
8	顶岗实习						8+2(寒假)	14	
9	毕业设计						0.5	0.5	
合计(周数)			4	3	4	1	10.5	14.5	
总计(周数)			37						

表 14 教学总学时分配表

序号	课程性质	课程类型	课程门数	教学课时				实践学时比例(%)	占总学时比例(%)	备注
				总学分	理论课	实践课	总学时			
1	必修课程	公共基础必修课程	15	44.5	448	370	818	45.23	29.66	
2		专业基础(平台)课程	7	17	168	124	292	42.47	10.59	
3		专业核心课程	7	26	210	226	436	51.83	15.80	
4		综合实训课程	8	41	32	864	896	96.42	32.49	
5	选修课程	公共选修课程	6	6	48	48	96	50	11.46	
6		专业拓展课/专业群选修课程	7	11.5	110	110	220	50		
总计			50	146	1016	1742	2758	63.16	100	

备注：集中实践教学环节以整周为单位进行安排（一周折算为 24 课时）。

八、实施保障

（一）师资队伍

师资队伍建设是人才培养模式实施的关键，也是课程建设的前提和‘灵魂’，建设一支理论功底扎实、实践经验丰富，专兼结合的“双师型”教学团队是提高教学质量和实现人才培养目标的重要保证。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比不低于 80%，专任教师队伍职称、学历、年龄，形成合理的梯队结构。

表 15 师资队伍结构一览表

在校学生数	专任教师数	兼职教师数	双师教师比例	年龄结构	学历结构	职称结构	专业带头人	中青年骨干教师
369	19	3	100%	35-45, 占 65%	硕士及以上 18 人, 占 95%	副教授以上 60%	2 人	3 人

2. 专业带头人

本专业带头人要求具有副高及以上职称，能够全面深入了解国内外行业、专业发展的现状及发展动态；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，能够开展校企合作；具有加强的专业研究能力，能进行人才培养模式的创新和优化，能进行课程开发与教学设计，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3. 专任教师

专任教师具有高校教师资格和营销师、商务数据分析、数字营销或其它相关“1+X”职业技能等级证书；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、物流管理、经济管理、电子商务、国际贸易、工商管理等专业本科及以上学历（45 岁以下，要求硕士学历）；具有扎实的营销专业相关专业理论知识和较强的营销实践能力，具有较强的信息化教学能力，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。

4. 兼职教师

兼职主要从本专业相关行业企业聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备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《市场调查》《营

销策划》、《新媒体营销》、《品牌策划与推广》、《数字营销技能训练》等专业课程教学，能承担线上线下商品销售、营销策划、门店经营管理、客户管理等岗位实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（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、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并实施网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。张贴安全警示牌和劳动光荣提示语。

2. 校内实训基本要求

表 16 校内实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	市场营销实训机房	市场营销综合技能训练	多媒体设备一套、100 m ² ×2、相关软件、电脑 100 台、电脑桌椅 100 套、互联网接入或 WiFi 环境	50×2
2	市场营销电子沙盘模拟实训室	市场营销综合技能训练	多媒体设备一套、100 m ² ×2、市场营销电子沙盘模拟操作软件、电脑 100 台、电脑桌椅 100 套、互联网接入或 WiFi 环境	50×2
3	产品推销与谈判室	模拟谈判与推销	多媒体设备一套、100 m ² 、谈判桌椅一套，推销台 5 个、椅子 20 把、互联网接入或 WiFi 环境	50
4	营销策划实训室	产品、企业推广策划、品牌策划、新媒体运用	多媒体设备一套、100 m ² 、电脑 50 台、电脑桌椅 50 套、互联网接入或 WiFi 环境、参考资料若干	50
5	连锁超市模拟实训室	超市管理技能训练	60 m ² ，电脑、桌椅 50 套，模拟软件 1 个	40 人

6	京东商学院实训基地	产品推广与客户 服务	2000 m ² ，满足企业经营需要的设 施设备	40 人
---	-----------	---------------	--	------

3. 校外实习实训基地基本要求

具有稳定的校外实训、实习基地。能够提供进行商品销售、市场分析、营销策划、客户管理等实训活动，实习实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师稳定，实训管理及实施规章制度齐全。能提供线上线下销售、门店管理、客户管理、产品推广等相关实习岗位，涵盖当前现代商贸流通业发展的主流业务，智慧零售、智能制造等新技术、新方法的运用，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量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、保险保障措施。

表 17 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训 基地（室）名称	功能 (实训实习项目)	面积、设备名称及 台套数要求	容量（一次性 容纳人数
1	京东集团实训基地	跟岗实习	保证企业正常运营的各类设施设备、 场地，数量充足。	40
2	步步高智慧零售事业部 实训基地	认知实习、顶岗实习	保证企业正常运营的各类设施设备、 场地，数量充足	20
3	新佳宜商贸有限公司实 训基地	认知实习、顶岗实习	保证企业正常运营的各类设施设备、 场地，数量充足	20
4	咿呀实业实训基地	认知实习、顶岗实习	保证企业正常运营的各类设施设备、 场地，数量充足	20
5	友谊阿波罗股份有限公司实 训基地	认知实习、顶岗实习	保证企业正常运营的各类设施设备、 场地，数量充足	20

（三）教学资源

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

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，教育部“十三五”/“十四五”规划教材，省级优秀教材，如果没有教育部“十三五”/“十四五”规划教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。课时数 20 节以下及实训课程，鼓励教师自编讲义，不订购教材。鼓励校企合作开发新型活页式、工作手册式教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献。

3. 数字资源配备基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

表 18 市场营销专业数字化资源选用建议表

序号	数字化资源平台	资源网址	数字化资源
1	智慧职教	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	教学视频、微课、动画，200 个；课件 100 个；文本资源、案例 100 个；试题 200 个；数字教材 2 本。
2	微知库	http://smzyk.36ve.com/home/project-home-page?projectId=889	
3	超星	http://passport2.chaoxing.com/login	

(四) 教学方法

依据国家专业标准、专业人才培养目标，以立德树人为根本，以学生为中心，充分利用教学资源、挖掘学生潜能，结合课程标准及教学内容、任务要求、学情分析结果，明确教学目标与重难点，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新，改革传统、单一教学方法和手段，针对性地

采用讲授、案例、情景模拟、任务驱动、小组探究、项目实训等教学方法，以达成课程教学目标。充分利用信息平台，突破时间限制，线上线下相结合，课前预习、课中学习、课后拓展相结合。坚持学中做、做中学。

（五）学习评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感、态度等方面，体现评价标准的科学合理，评价主体、评价方式多元化与过程化，如教师评价、企业专家评价、学生互评、自评相结合，采用观察、口试、笔试、实训操作、职业技能、职业资格鉴定等评价方式，平时考核评价与终结考核评价相结合。加强对教学过程的质量监控，完善教学评价的标准和评价方法。

（六）质量管理

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 1 所示，专业建设质量监控点见表 19。



图1 诊断与改进8字螺旋图

表19 专业建设质量监控点（5维40点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1. 专业设置 (0.1)	(1) 专业设置论证报告★	≥良好	良好
	(2) 培养目标与规格	≥良好	良好
	(3) 校企合作体制机制建设	≥良好	良好
	(4) 年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	良好
2. 专业建设与改革 (0.25)	(5) 专业建设规划★	≥良好	良好
	(6) 课程建设规划★	≥良好	良好
	(7) 专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	良好
	(8) 专业课程体系★	≥良好	良好
	(9) 教学组织设计★	≥良好	良好
	(10) 教学方法和手段	≥良好	良好
	(11) 实习实训项目开出率★	100%	100%
	(12) 整体项目开出率★	≥85%	90%

	(13) 专业制度体系建设 (课程管理, 教学管理, 队伍管理, 专业评估等) ★	≥良好	良好
3. 专业师资队伍 (0.25)	(14) 专业师资队伍建设规划	≥良好	良好
	(15) 专任核心课教师 (名) ★	≥3	4
	(16) 副高以上专业技术职务教师 (名) ★	≥1	10
	(17) “双师型”教师比例★	≥70%	95%
	(18) 教师培养培训达标率	100%	100%
	(19) 平均年度发表论文与出版著作 (篇)	4	6
	(20) 平均年度在研课题与项目	3	4
4. 专业教学环境 (0.25)	(21) 平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	2
	(22) 实训室建设规划	≥良好	良好
	(23) 生产性实训基地建设规划	≥良好	良好
	(24) 实训室数量及设备台套数★	≥良好	良好
	(25) 生产性实训基地数量	≥1	2
	(26) 专业网络平台建设	≥良好	良好
	(27) 专业图书资料 (册) ★	≥500	800
5. 专业人才培养质量 (0.15)	(28) 年度生均经费投入 (元) ★	≥7000	8000
	(29) 英语 A 级通过率	80%	85%
	(30) 计算机技能考核合格率	90%	90%
	(31) 专业技能抽查通过率★	100%	100%
	(32) 毕业设计合格率★	100%	100%
	(33) 双证书率★	≥90%	90%
	(34) 招生计划 (人) ★	≥50	120 人
	(35) 招生计划完成率★	≥90%	100%
	(36) 新生报到率★	≥90%	92%
	(37) 按时毕业率	≥95%	98%
	(38) 初次就业率★	≥85%	90%
	(39) 对口就业率★	≥65%	70%
(40) 专业年度办学水平评估★	≥良好	良好	

注: 标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

2. 完善教学管理机制, 加强日常教学组织运行与管理, 定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进, 建立健全巡课、听课、评教、评学等制度, 建立与企业联动的实践教学环节督导制度, 严明教学纪律, 强化教学组织功能, 定期开展公开课、示范课等教研活动。

专业教师一学期须听课评课 4 次, 专业负责人及教研室主任听课评

课不少于 8 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两年；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，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。结合学情分析结果，以及行业、企业发展对市场营销专业人才需求的变化，适当调整人才培养方案。

4. 专业教学团队，进行教学内容、教学方法研究，依据研究分析结果有效改进专业教学方式与方法，优化教学设计，完善人才培养模式与方案，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业学生修读完成人才培养方案规定的全部课程，考核全部合格，至少修满 146 个学分（其中包括军训 4 学分，入学与安全教育 0.5 学分、劳动教育 1 学分，毕业设计 1 学分，顶岗实习 24 学分），符合学校其他制度规定的毕业要求，并且无纪律处分或已解除。鼓励获取普通话、英语三级等证书以及至少 1 个职业技能等级证书或职业资格证书。

十、附 录

附件 1：2021 级专业人才培养方案论证书

附件 2：2021 级专业人才培养方案审批表

附件 3：2021 级专业人才培养方案变更审批表

附件 1:

2021 级 市场营销 专业人才培养方案论证书

论证专家（专业建设指导委员会成员）				
序号	姓名	职称/职务	工作单位	签名
1	文腊梅	教授	长沙民政职业技术学院	文腊梅
2	王娜玲	副教授	湖南商务职业技术学院	王娜玲
3	陈学文	高级经济师/副总经理	湖南友谊阿波罗股份有限公司 (毕业生)	陈学文
4	罗超	高级经济师	新佳宜商贸集团 (毕业生)	罗超
5	邓子云	教授/二级学院院长	长沙商贸旅游职业技术学院	邓子云
6	唐细语	教授/教研室主任	长沙商贸旅游职业技术学院	唐细语
7	杨子武	副教授/二级学院副院长	长沙商贸旅游职业技术学院	杨子武
论证意见				
<p>人才培养方案编制准备充分，对市场营销专业人才供需状况进行了全面调研。方案内容完整，语言精练，表达清晰。培养目标明确、定位准确。课程体系完整、清晰，比例结构合理；紧密对接岗位工作任务，重组课程内容，体现营销的新技能、新方法；教学方法多样，考核评价多元；课程安排次序科学合理，周学时适中，符合职业教育规律。创新人才培养模式，对接数字营销、商务数据分析“1+X”证书制度，专业特色明显。</p> <p style="text-align: right;">专家论证组组长签字： 文腊梅</p> <p style="text-align: right;">2021 年 7 月 3 日</p>				

附件 2:

2021 级 <u>市场营销</u> 专业人才培养方案审批表	
专业名称: 市场营销	专业代码: 530605 所属院(部): 湘商学院
专业制订团队	<p>陈细法 袁明 聂裕鹏 伍建华</p> <p>韩爱群 刘冰 余德德 尹尔韵</p> <p>王冠</p>
二级学院意见	<p>拟同意, 经审核市场营销专业人才培养方案修订工作准备充分, 认真负责, 方案科学可行。</p> <p></p>
学校教学工作委员会意见	<p>该专业人才培养目标明确, 课程设置合理, 特色明显, 符合职业教育的发展需求。</p> <p></p> <p>(教学工作委员会公章)</p>
校长办公会审定意见	<p>本专业人才培养规格清晰, 课程体系结构合理, 方案科学可行。</p> <p></p> <p>审议通过</p> <p>(学校公章)</p>
校党委会审定意见	<p>本专业人才培养方案符合国家教育相关文件精神, 审议通过, 同意实施。</p> <p></p> <p>(学校党委公章)</p>

附件 3:

2021 级市场营销专业人才培养方案变更审批表			
20-20 学年 第 学期			
申请学院		适用年级/专业	
申请时间		申请执行时间	
人才培养方案 调整内容	原方案		
	调整方案		
调整原因			
所在二级学院 (部) 意见	二级学院 (部) 院长/主任 (签字盖章): 年 月 日		
教务处意见	负责人 (签字盖章): 年 月 日		
分管副校长 意见	(签字盖章): 年 月 日		