

长沙商贸旅游职业技术学院

湘商学院 2020 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称/专业代码/所属专业群

市场营销/630701/现代商贸服务业专业群。

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、基本修业年限

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或 职业资格证书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	零售业 (52)	销售人员 (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	商务数据分析师、品牌 策划师职业技能等级证 书

表 2 典型工作任务

序号	职业岗位	典型工作任务
1	营销员 销售代表	商品基本性能和要求，以及商品销售情况分析；对产品进行线上线下宣传与销售；了解商品消费需求情况、客户反映，反馈销售信息；销售统计与分析。
2	门店店长 销售主管	市场调研与分析；门店工作协调，门店经营管理工作，派发工作任务；产品线上线下市场推广与策划，直播带货，门店销售情况分析，活动策划。
3	客户经理	线上线下客户服务和消费指导；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；服务意识和服务质量提升，市场开发。
4	区域经理	市场调研与分析，渠道开发与管理，市场开发；新媒体营销活动策划，直播带货；业务洽谈，签订相关协议；客户管理、客户意见处理与反馈。

五、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、职业道德和服务意识，精益求精

精的工匠精神和创新意识，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销基础理论知识，具备市场调查、客户服务、营销策划及线上线下营销推广的基本技能。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，能够运用互联网及信息技术从事市场分析、商品销售、客户服务与管理、商务谈判、新媒体运营及创新创业策划等工作的复合型技术技能人才。

六、培养规格

市场调查显示，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。

（一）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、环保意识、安全意识、服务意识、信息素养、工匠精神和创新思维。

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目运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

6. 具有良好的礼仪礼节，一定的审美和人文素养，能够形成一两项目艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化

知识。

2. 了解与市场营销专业相关的质量法、价格法、广告法、消费者权益保护法等法律法规以及绿色营销、环境保护、安全消防、文明生产、经营等相关知识。

3. 具备互联网思维，理解智慧零售赋予新零售及品牌价值内涵。

4. 了解市场营销基础、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. 熟练掌握市场营销 4Ps 策略、STP 战略的内涵、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与方法、市场调查、商品推销、商务谈判等方法与技巧的运用、营销策划流程与要求、新媒体营销的手段及特点。

6. 熟悉市场营销及相关专业岗位职业技能要求和职业标准。

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。

（三）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、终身学习、观察、分析和解决问题的能力。

3. 具备市场信息数据收集与分析能力、能够运用新媒体进行产品及品牌营销策划。

4. 能够进行线上线下商品销售与推广，能够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。

七、课程设置及教学安排

（一）课程设置

本专业有公共基础必修课、公共限定选修课、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 6 类课程，总共 50 门课，149 学分。

1. 公共基础必修课

主要有思想道德修养与法律基础，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、大学英语、应用文写作、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、安全、劳动教育，艺术类课程、高职应用数学、管理学ABC等16门课程，共38.5学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

(1) 课程名称：**思想道德修养与法律基础**。课程代码：S0101004。课时：54。学分：3。

课程目标：

素质目标：帮助学生树立崇高理想信念、道德品格，提升道德素质和法律素养，树立社会主义核心价值观，培养高职学生职业素养和可持续发展能力。

知识目标：向高职大学生传播科学的思想道德和法律知识及观念，帮助学生解决其关注的思想道德和法律基础理论知识层面的问题。

能力目标：帮助学生树立科学世界观、人生观和价值观，提高学生分析问题与解决问题的能力以及自主学习能力。

主要内容：

本课程由世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法制观等构成；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、法律程序和各种法律制度等。

教学要求：

课程教学场地：多媒体教室和课外实践教学场所；教学方法：专题化教学、案例教学、任务驱动、情景模拟等；考核评价：全程化动态考核。

(2) 课程名称：**毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论**。课程代码：S0101002。课时：64。学分：4。

课程目标：

素质目标：提升学生的政治水平和理论素养，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，帮助学生明辨是非，自觉维护祖国统一和民族团结，承担社会责任和历史使命。

知识目标：学习毛泽东思想、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。

能力目标：培养学生理论联系实际的能力、积极进取开拓创新、勤奋学习的能力、语言表达能力、逻辑分析能力、观察力、沟通协调能力等综合能力。

主要内容：

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、改革开放、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、坚持加强党的领导。

教学要求：

课程教学场地需配备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。采用专题教学、案例教学、任务驱动、情景模拟等教学方法，全程化动态考核。

(3) 课程名称：**形势与政策教育**。课程代码：S0101001。课时：48。学分：1。

课程目标：

素质目标：培养学生关心国家大事的政治素养。自觉维护以习近平为核心的党的领导，维护国家安全与统一，树立马克思主义的形势观。在错综复杂的国内外形势中，明辨方向。

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。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，珍惜和维护国家的稳定大局，增强

民族自信心和社会责任感。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

本课程是公共基础必修课。教学场地需配备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。采用专题化教学、案例教学、任务驱动、情景模拟等教学方法，全程化动态考核。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。

（4）课程名称：**大学生心理健康教育**。课程代码：T0101003。课时：36。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备人文底蕴、学会学习、健康生活、责任担当等素质。

知识目标：了解自身心理发展特点，学会学习，熟悉正确认识挫折失败、生命教育、正确的恋爱观交友观等。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

课程教学场地以教室为主，咨询中心、报告厅为辅。课程为互动式大课

堂，围绕课程目标、课程准备、教学呈现、教学语言、课堂管理、效果评估。考核为平时过程考核+期末测试结果考查。

(5) 课程名称：**体育**。课程代码：T0203006。课时：108。学分：6。

课程目标：

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。

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。

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。

课程内容：

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、体育舞蹈。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。

教学要求：

课程教学场地：田径场、篮球场、室内场地；教学方法：实践教学+理论教学；考核评价：平时学习+期末测试考核评价。

(6) 课程名称：**大学英语**。课程代码：T0101004。课时：64。学分：4。

课程目标：

素质目标：树立正确的世界观、人生观、价值观，培养良好的职业道德和职业素养，在跨文化交往中坚定“四个自信”。

知识目标：掌握3500个常用英语单词、500个与行业相关的英语词汇以及基本的英语语法。

能力目标：能听懂、有效交谈、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。

主要内容：

日常交际、商标品牌、公司介绍、涉外活动、产品介绍、业务洽谈、运输货物、商务用餐、客户服务、职业规划。

教学要求：

课程教学场地：多媒体教室；教学方法：情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法；考核评价：以过程考核为主，注重考核学生的能力、素质等内容。

(7) 课程名称：**信息技术**。课程代码：R0203210。课时数：36。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备自主学习及创新意识，团队协作精神，职业道德及敬业精神、诚实守信的品德等素质。

知识目标：了解当前主流的信息技术，熟悉利用信息检索工具搜索信息的方法，掌握各种信息处理工具的使用。

能力目标：能够使用百度、谷歌等搜索引擎搜索专业信息，能够使用办公软件进行办公操作，能够使用工具软件进行图片处理，能够使用其他常用工具进行日常操作。

主要内容：信息检索、常用工具、图片处理、文档编排、表格计算、网络配置、Python 语言介绍、数据变革与人工智能基础知识等内容。

教学要求：课程要求多媒体教室上课。教学方法采用学习任务、进阶任务和拓展任务案例教学法。本课程考核以过程考核为主，注重考核学生的实际动手能力。

(8) 课程名称：**职业生涯规划**。课程代码：C0201002。课时数：14。学分：1。

课程目标：

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）。

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。

能力目标：能够对自我有准确的认识和定位，能够掌握职业生涯访谈技巧，根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，完成职业生涯规划书。

主要内容：本门课程主要包括自我兴趣、性格、价值和技能探索，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。

教学要求：课程教学场地为多媒体教室授课、职业生涯规划实训室。采用小组教学、情景教学、案例教学等教学方法。采用结果考核和过程考核、理论考核与作品考核等相结合的方法。

(9) 课程名称：**就业指导**。课程代码：C0201003。课时数：18。学分：1。

课程目标：

素质目标：树立正确的人生观、价值观与择业观，具备职业素质和基本职业规范。

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。

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。

主要内容：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）。

教学要求：课程采取多媒体教学与网络课程平台学习相结合，典型案例教学与小组授课相结合。课程考核采用结果考核和过程考核等相结合的方法。

(10) 课程名称：**创业基础**。课程代码：C0201001。课时数：32。学分：2。

课程目标：

素质目标：主动适应国家经济社会发展需要的责任意识，正确理解创业

与职业生涯发展的关系，具有创新创业热情，树立科学的创业观。

知识目标：掌握开展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、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目等内容的基本特点和内涵。

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。

主要内容：创新创业基本方法训练、创业者与创业团队、创业机会与创业项目选择、创业资源管理、商业模式、创业计划书、商业路演、新企业创办、新开办企业管理与运营。

教学要求：本课程是教育部文件规定的公共基础必修课程。多媒体教学与网络课程平台学习相结合，典型案例教学与小组讨论相结合，积极组织团队参加创业项目实践调研、各级各类创新创业比赛。课程考核采用作品考核和过程考核等相结合的方法。

（11）课程名称：**军事理论和军事技能**。课程代码：T0102002/T0401001。课时：148。学分：4。其中《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。

课程目标：

素质目标：弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

知识目标：让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能。

能力目标：增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。

主要内容：

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。

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。

教学要求：课程实行学分制管理，课程考核成绩记入学籍档案。教学场

地为多媒体教室和田径场。理论课坚持课堂教学和教师面授，积极开展慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学。军事技能训练坚持按纲施训、依法治训，积极开展仿真训练和模拟训练。军事理论考试由学校组织实施，考试成绩按百分制计分。军事技能训练考核由学校和承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级。

(12) 课程名称：**入学、安全、劳动教育**。课程代码：T0102001。课时：24。学分：1。

课程目标：

素质目标：树立正确人生观和价值观、世界观，适应校园环境和大学生活；较强的安全、劳动和纪律意识；团队合作意识和公德意识。

知识目标：了解学校的基本情况与发展历程、学生手册的基本内容，了解所学专业的基本情况及学习内容及要求，掌握基本的安全知识，以及对劳动光荣的认知；疫情防控的基本常识。

能力目标：对大学生活有较强的适应能力，自我保护能力，能够进行职业规划；具有较强的自我管理能力和约束能力。

主要内容：

包括纪律与制度教育、开学典礼、校史校情教育、入馆教育、创新创业指导教育、法制与安全教育、专业教育、理想与道德教育、学业及职业规划、1+X证书制度与国际教育、疾病防控知识讲座等11个项目。

教学要求：

课程采取多媒体教学与网络课程平台学习相结合，典型案例教学与现场演示相结合。课程考核采用结果考核和过程考核等相结合的方法，各占50%。

(13) 课程名称：**艺术类课程**。课程代码：W0202001。课时：32。学分：2。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

课程教学场地：多媒体教室、舞蹈室；**教学方法：**线上学生自主学习与线下教师讲授结合；**考核评价：**平时学习+期末测试过程考核评价，各占50%。

(14) **课程名称：**应用文写作。**课程代码：**W0204004。**课时数：**28。**学分：**1.5。

课程目标：

素质目标：具备严谨、客观、规范的工作作风，具备团队意识、协作精神，具备志趣高远的人文素养，助力未来职业生涯的可持续发展。

知识目标：了解应用文写作的基础知识，熟悉基层岗位活动中常见应用文的主要规范和基本格式，掌握各专业常用文书写作知识。

能力目标：具备各专业需要的应用文书写作能力。

主要内容：包括应用文写作理论知识、大学生通用文书、法定公文、事务文书、会务文书、经济调研和契约类文书、礼仪文书等内容，这些项目以写作学理论为指导，以应用文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。

教学要求：本课程教学场地为多媒体教室；采用讲授、典型案例演示、

写作训练等教学法；考核评价：平时学习+期末测试过程考核评价，各占50%。

(15) 课程名称：**管理学 ABC**。课程代码：G0102015。课时：16。学分：1。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：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。

教学要求：

课程教学场地：多媒体教室、校外实习基地；**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；**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，合格证颁发“管理能力水平合格证”，优秀者颁发“管理能力水平优秀证”。

(16) 课程名称：**高职应用数学**。课程代码：G0101013。课时数：48。学分：3。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：主要包括极限、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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室、数学建模实训室；教学方法：线上学生自主学习与线下教师讲授结合，借助各种计算机软件辅助教学；教师理论讲授与任务驱动法相结合。考核评价：平时学习+期末测试（线上阶段测试+线下期末综合测试）；成绩合格者颁发“数学能力水平合格”证。

2. 公共限定选修课（通识教育课程） 共计选修不超过6门，6学分。

公共限定选修课（通识教育课程），**课程代码：**以所选课程为准。课时：96。学分：6。

课程目标：

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不直接服务于专业教育的学生所必需的一些实际能力的培养。通过课程学习，使学生认识、了解和掌握不同学科的研究思路、方法、模式，开拓视野、建立共识、发展学识。掌握知道如何去获取、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。

主要内容：

含马克思主义理论类课程、党史国史、职业素养、人文素养、科学素养等方面的公共限定选修课（通识教育课程）。

教学要求：

教学场地视具体课程而定，多为多媒体教室；教学方法注重学习方法的

传授与启迪思考，形式先进多样、灵活有效。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。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；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。

3. 专业基础（平台）课

主要有商品学基础、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 8 门课程，共 27.5 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

（1）课程名称：**商品学基础**。课程代码：J0203006。课时数：56。学分：3.5。

课程目标：

素质目标：具备正确的商品质量观、商业信誉观和抵制假冒伪劣产品的职业素质。

知识目标：了解商品学的基本概念，熟悉商品分类、商品标准、商品检验、商品包装及养护的方法，掌握各类商品的质量要求，商品溯源的基本方法与流程。

能力目标：能够利用各种信息技术手段查阅商品信息，进行商品的质量感官鉴别，选择合理的储运方法以及进行商品经营管理的常用方法。

主要内容：

课程主要包括商品学概述、商品分类、商品质量、商品标准、商品检验、质量认证与监督、商品包装、商品养护、商品溯源（商品信息查询）等内容。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；主要采用讲授法，案例教学法，项目教学法（商品溯源）；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取过程性考查的考核方式，平时成绩占 60%、期末考核占 40%，强

化课堂教学管理。

(2) 课程名称：**商务礼仪**。课程代码：J0204032。课时数：32。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备良好礼仪礼节修养、职业形象。

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。

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。

主要内容：

本门课程主要包括商务人员形象塑造、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。

教学要求：

课程教学场地为礼仪实训室；采用理论讲授、模拟教学、项目教学等多种教学方法；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取过程性考核评价方式，平时成绩占 60%，期末考核占 40%。

(3) 课程名称：**管理学基础**。课程代码：J0203035。课时数：64。学分：4。

课程目标：

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、创新意识等职业操守和素养。

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和主要内容，以及相关规定，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。

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。

主要内容：

该课程主要包括管理系统识别、管理思想、计划与决策、组织与人事、领导与沟通、控制与评价等内容。

教学要求：

教学场地为多媒体教室和实训室；采用案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法；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%）。

（4）课程名称：**经济学基础**。课程代码：J0203031。课时数：56。学分：3.5。

课程目标：

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。

知识目标：了解经济中的现象；熟悉150个左右专业词汇；掌握经济学的基本内容、理论、规律。

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；能够具备一定的经济论文写作能力。

主要内容：

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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；采用项目导向、任务驱动、案例分析、现场教学、翻转课堂；采取过程性考核评价，到课率10%，平时成绩30%；章节考试30%；期末考试30%；综合考核态度、知识、技能。

（5）课程名称：**经济法**。课程代码：J0203008。课时数：64。学分：

4。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：

本课程主要包括经济法基础知识、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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；教师通过小组讨论、案例分析、情景模拟、角色互换等教学做一体化的教学方式激发学生兴趣，增强教学效果；课程的考核采用平时与期末考核分别占 50%。平时考核包括课堂学习情况、作业完成情况等，期末考核以试卷形式为主。

(6) 课程名称：**电子商务实务**。课程代码：J0203023。课时数：72。学分：4。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：

主要内容包括电子商务发展历程、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。

教学要求：

课程要求利用理实一体教室实施教学。教学方法采用情景模拟法、任务驱动法、项目教学法、小组讨论法等。考核评价以结果考核和过程考核相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力，课程的考核平时与期末考试分别占 50%。

(7) 课程名称：**电子商务物流管理**。课程代码：J0203025。课时数：56。学分：3.5。

课程目标：

素质目标：具有吃苦耐劳的精神、团队意识及妥善处理人际关系的能力；严格遵守物流行业规范和制度。

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，熟悉基本的物流操作规程和基本的物流设施设备的使用及维护及商品养护技术，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。

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。

主要内容：

本门课程主要包括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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室及物流实训室；采用讲授法，案例教学法等；考采取多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

(8) 课程名称：**会计基础**。课程代码：K0203047。课时数：36。学分：2。

课程目标：

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。

知识目标：学生可获得会计基本理论、基本知识、基本方法。

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。

主要内容：

该课程是会计学各分支的基础，主要内容包括：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。

教学要求：

课程在教学做一体化教室授课。运用案例教学、项目教学、演示教学等教学方法以及线上线下丰富的教学资源，提高教学的直观性和增加教学信息量。考核评价多元化，学生自评、小组互评、教师点评相结合，重视过程性考核，平时考核分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

4. 专业核心课

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、商务谈判与推销、营销策划、新媒体营销，共计 6 门课程，共 25 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

(1) 课程名称：**市场营销理论与实务**。课程代码：J0203001。课时数：84。学分：5。

课程目标：

素质目标：具有吃苦耐劳的精神、团队合作，诚实守信，良好的服务与法律法规意识。

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。

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。

主要内容：

本门课程主要包括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。

教学要求：

专业核心课程及现代商贸流通业专业群平台课；教学场地为多媒体教室；采用讲授法，案例教学法等；充分利用网络课程资源，线上线下教学教学相结；采取多样化、过程性考核评价方式，平时分数占 40%，终结性考核分数占 60%。

(2) 课程名称：**市场调查**。课程代码：J0203005。课时数：64。学分：4。

课程目标：

素质目标：具有吃苦耐劳的精神、团队合作，诚实守信，懂得礼仪礼节，尊重客观事实。

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。

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，能够撰写市场调场报告。

主要内容：

本课程主要包括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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；采用讲授法，案例教学法、演示法、项目教学法等；采取多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 50%，终结性考核分数占 50%。

(3) 课程名称：**连锁超市经营与管理**。课程代码:J0203003。课时数：56。学分：3.5。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：

本门课程主要包括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。

教学要求：

该课程为市场营销专业的核心课程，实践性强；教学场地为多媒体教室以及校企合作实训超市；采用案例教学法、项目教学法等多种教学方法；采取多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 50%，终结性考核分数占 50%。

(4) 课程名称：**商务谈判与推销技巧**。课程代码:J0203004。课时数：72。学分：4。

课程目标：

素质目标：礼仪礼节、团队合作，爱岗敬业、诚实守信。

知识目标：了解谈判、推销的含义和原则，掌握谈判、推销各个阶段的要求和策略。

能力目标：能够制定商务谈判方案和推销计划书，能够进行线上线下进行模拟谈判与推销。

主要内容：

谈判与推销的基本知识，商务谈判、推销各个阶段的方法与策略。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室与模拟谈判室；采用项目教学、模拟情景教学、任务驱动教学等教学方法；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取多样化、过程性考核评价方式，平时考核分数占 50%，终结性考核分数占 50%。

(5) 课程名称：**市场营销策划**。课程代码：J0204006。课时数：56。学分：3.5。

课程目标：

素质目标：具有正确的营销观念、策划思路和创新意识。

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。

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。

主要内容：

该课程主要包括营销策划基础知识、市场分析知识（营销环境分析、消费者分析），培养学生应用营销战略知识撰写 STP 策划、竞争策划、企业形象策划和品牌推广策划，应用 4Ps 战术策划知识撰写新产品上市策划、促销策划（人员推销策划、广告策划、公关策划、营业推广策划）等。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室、营销策划室；采用讲授法、案例教学法、

项目教学法等多种教学方法；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取多样化、过程性考核评价方式，平时成绩 40%、考试成绩 60%。

(6) 课程名称：**新媒体营销**。课程代码：J0203070。课时数：16。学分：1。

课程目标：

素质目标：具有创新意识、服务意识，诚实守信。

知识目标：了解新媒体营销策划的概念，熟悉新媒体营销的基本原理及方法，掌握新媒体营销的策划逻辑与技巧。

能力目标：具有新媒体市场分析能力，具备新媒体营销策划逻辑能力，能够撰写新媒体营销策划方案，能够运用新媒体进行商业推广及策划。

主要内容：

该课程主要包括新媒体营销的概念、手段，新媒体市场分析知识（营销环境分析、目标受众分析），培养学生应用营销 4Ps 战术策略、新媒体营销知识撰写新媒体营销策划方案、移动互联网推广策划方案、新产品上市推广策划及促销策划等内容。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室、新媒体营销实训室；教学方法：采用多媒体讲授、案例教学、项目法等教学方法；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；考核评价：采取多样化、过程性考核评价方式，平时成绩 40%、考试成绩 60%。

5. 综合实训课

主要有市场营销电子沙盘综合实训、跟岗实习(京东客服实训)、专业技能训练（市场调查模块）、专业技能训练（营销策划模块）、专业技能训练（商务谈判与推销技巧模块），顶岗实习、毕业设计，共 7 门课程,共 36 学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下：

(1) 课程名称：**市场营销电子沙盘综合实训**。课程代码：J0303018。课

时：48（2周）。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备良好的职业素质，有团队合作与创新意识；爱护公共财物。

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。

能力目标：具有较强的分析判断能力，一定的模拟企业经营管理的能

主要内容：

市场营销电子沙盘实训课程的内容包括营销管理、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。

教学要求：

课程教学场所为营销沙盘多媒体机房；采用实训与讲授结合的方法；采取过程性考核评价方式，平时考核分数占60%，终结性考核分数占40%。

（2）课程名称：**跟岗实习(京东客服实训)**。课程代码：J0203077。课时：96。学分：4。

课程目标：

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。

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。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

该教学场地为京东校内实训基地。由企业负责人和专任教师共同担任指导老师。要求利用京东·湘商学院理实一体机房实施教学。教学方法采用真实任务驱动法、情景模拟法、项目教学法。考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力；平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

（3）课程名称：**专业技能训练（市场调查模块）**。课程代码：J0304013。课时：40。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备良好礼仪礼节，诚实守信，团队合作与创新意识。

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。

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。

主要内容：

依据背景材料设计市场调查方案、市场调查问卷，撰写市场调场报告。

教学要求：

该课程属于专业实践课程；教学场所为多媒体教室；采用讲授、演示与项目教学法；采取过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

（4）课程名称：**专业技能训练（营销策划模块）**。课程代码：J0304014。课时：40。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备团结合作、创新思维意识，诚实守信。

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。

能力目标：较强的语言与文字表达能力，能够依据背景材料设计营销策划方案。

主要内容：

营销整体策划、促销策划、新产品推广策划、新媒体策划。

教学要求：

课程教学场所为多媒体教室；采用讲授、演示与项目教学法；采取过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(5) 课程名称：**专业技能训练（谈判推销技巧模块）**。课程代码：J0304015。课时：20。学分：2。

课程目标：

素质目标：良好的礼仪礼节、诚实守信，较强团队合作意识；良好的职业道德、法律意识。

知识目标：了解商务谈判计划书设计的要求与原则，熟悉商务谈判计划书的结构、内容、格式要求，掌握模拟谈判的要求与程序。

能力目标：较强的语言与文字表达能力，能根据素材要求设计谈判与推销方案并完成模拟谈判与推销活动。

主要内容：

商务谈判与推销各个阶段的方法与策略、商务谈判与推销方案的撰写；开展模拟谈判与推销。

教学要求：

课程教学场地为模拟谈判推销室；采用项目教学、模拟情景教学、任务驱动教学等教学方法；采取多样化过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(6) 课程名称：**顶岗实习**。课程代码：T0203002。课时：576。学分：24。

课程目标：

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。

知识目标：了解实习企业的基本情况与特征，熟悉岗位工作标准、流程及要求。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

教学场地为实习企业；企业指导老师与校内指导老师现场指导；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取多样化过程性考核评价方式，从纪律性、工作态度、工作绩效等方面进行考核评价。

(7) 课程名称：**毕业设计**。课程代码：T0203001。课时：24。学分：1。

课程目标：

素质目标：吃苦耐劳，创新思维；诚实守信，拒绝抄袭。

知识目标：了解实习企业的基本情况与毕业设计的背景，掌握毕业设计选题方法，熟悉营销专业毕业设计标准及工作流程和内容要求。

能力目标：具有较强的语言沟通与文字表达能力，能进行数据资料收集、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。

主要内容：

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。

教学要求：

课程教学场地为校内外实习实训基地；通过线上线下自主学习研讨与老师指导相结合；采取多样化过程性考核评价方式，从纪律性、工作态度、毕

业设计作品质量等方面进行考核评价。

6. 专业拓展课/专业群选修课

主要有客户关系管理、消费心理学、品牌管理、广告实务

商务数据分析、国际贸易实务、网络营销,7门课程,共15学分。各课程目标、主要内容和教学要求如下:

(1) 课程名称: **客户关系管理**。课程编码: J0203034。课时: 40。
学分: 2。

课程目标:

素质目标: 具备客户管理、客户服务岗位的综合管理素质,团队合作、勇于创新、吃苦耐劳、诚实公正、严谨求是、遵章守法、恪尽职守、勤勉好学、追求卓越、创新意识等职业操守和素养。

知识目标: 了解客户、客户关系、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、客户生命周期、客户关系价值、客户分类、客户市场细分、客户满意与忠诚、客户互动、客户投诉、压力管理的内涵和主要内容,掌握客户生命周期划分、市场细分、客户互动、客户满意与客户忠诚方案设计、客服工作压力管理等程序和基本方法。

能力目标: 能够准确分析组织内外部客户关系管理环境,合理应用相关客户关系管理基本理论和方法分析与处理识别开发潜在客户、客户信息管理、提高客户满意度与忠诚度、接待、理解、帮助、留住客户、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。

主要内容:

该课程主要包括客户关系管理概述、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。

教学要求:

课程教学场地为多媒体教室和实训室;采用案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法;采取过程考核评价方式,课程成绩=平时成绩

(20%) + 作业评价成绩 (占 30%) + 期末考试 (占 50%)。

(2) 课程名称：**消费心理学**。课程编码：J0204008。课时：40。
学分：2。

课程目标：

素质目标：良好的心理素质、礼仪礼节，诚实守信、善于观察，全局意识。

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。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室和实训室；采用案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法；采取过程考核评价方式，课程成绩=平时成绩 (20%) + 作业评价成绩 (占 30%) + 期末考试 (占 50%)。

(3) 课程名称：**品牌策划**。课程编码：J0203071。课时：20。学分：1。

课程目标：

素质目标：吃苦耐劳，诚实守信；创新思维，品牌意识，服务意识，自主知识产权保护意识与敬畏意识。

知识目标：了解品牌概念以内涵，了解品牌要素的构建及品牌资产，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

牌名称与标志设计；能够进行品牌推广与策划。

主要内容：

品牌内涵及作用，品牌的设计与管理，品牌推广与策划。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；采用讲授、案例、项目法等教学方法；充分利用网络课程资源，线下教学与线上辅导相结合；采取多样化过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(4) 课程名称：**广告实务**。课程编码：J0204023。课时：40。学分：2。

课程目标：

素质目标：具备良好的职业素质、法律意识，诚实守信，有敬业精神和创新意识。

知识目标：了解广告的基础概念及历史沿革，熟悉广告的创意方法、制作流程及媒介特点，掌握各种不同类型媒介广告的创意及制作。

能力目标：能够帮助企业通过付费的方式，将其所需要传播的信息通过合适的媒介传达到目标受众，能够进行广告策划，运用广告手段解决企业的实际问题。

主要内容：

该课程主要包括广告的基本概念及发展、广告的元素分析、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等内容。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；采用 PBL 问题导向教学法+讲授法；采取多样化过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(5) 课程名称：**商务数据分析**。课程编码：J0203055。课时：36。学分：2。

课程目标：

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。

主要内容：

该课程讲授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等基础知识，及数据可视化技术、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，具备学生数据分析、数据营销能力，同时将理论知识、专业技能、职业能力运用于实践。

教学要求：

课程要求利用理实一体机房实施教学。教学方法采用任务驱动法、项目教学法，线上线下相结合，。考核评价以结果考核和过程考核等相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(6) 课程名称：**国际贸易实务**。课程编码：J0203002。课时：40。学分：2。

课程目标：

素质目标：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。

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。

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，具备独立从事国际货物买卖的工作能力。

主要内容：

课程主要包括国际贸易概论、国际贸易合同的一般流程、国际贸易术语与国际贸易惯例、国际贸易商品的品名，品质，数量和包装、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、不可抗力和仲裁、合同的履行、国际贸易方式等内容。

教学要求：

课程教学场地为多媒体教室；采用 PBL 问题导向教学法、讲授法、案例法、项目法等教学方法，线上线下相结合，；采取多样化过程性考核评价方式，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(7) 课程名称：**网络营销**。课程编码：J0203058。课时：72。学分：4。

课程目标：

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。

知识目标：旨在使学生掌握根据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。

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。

主要内容：

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。

教学要求：

课程要求利用理实一体机房实施教学。教学方法采用情景模拟法、任务驱动法、项目教学法，线上线下相结合，考核评价以结果考核和过程考核相结合的方法注重考核学生的素质、知识与能力，平时考核分数占 60%，终结性考核分数占 40%。

(二) 教学计划安排

1. 教学进程安排表

表3 教学进程安排表

专业名称： 市场营销专业 (2020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、 安全、 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周				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、专业课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、安全、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 4 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	公共基础必修课	S0101004	54	3	36	18	√		2 (6-19)	2 (3-14)						
		S0101002	64	4	46	18	√				2 (2-17)	2 (2-17)				
		S0101001	48	1	24	24	√		2 (13-19)	2 (12-19)	√	√	√	√		三、四、五、六学期集中授课/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
		T0101004	64	4	64	0	√		2 (6-19)	2 (2-19)						

R0203210	信息技术	36	2	18	18	√		4 (6-14)							
C0201002	职业生涯规划	14	1	6	8	√		2 (6-12)							
C0201003	就业指导	18	1	8	10	√						2 (3-6)		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 /T040100 1	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	
T0102001	入学、安全、劳动教育	24	1	12	12	√		24 (5)							
W0202001	艺术类课程	32	2	16	16	√					2 (2-17)				
W0204004	应用文写作	28	1.5	20	8	√			2 (2-15)						
G0102015	管理学 ABC	16	1	8	8							2(3-10)		新增课程	
G0101013	高职应用数学	48	3	48	0	√		2 (10-19)	2 (2-15)						

		小计		770	38.5	398	372			14	12	6	4	4		
专业必修课程	专业基础 (平台课)	J0203006	商品学基础	56	3.5	36	20	√		4 (6-19)						
		J0204032	商务礼仪	32	2	16	16	√			2 (2-17)					
		J0203035	管理学基础	64	4	44	20	√			4 (2-17)					
		J0203031	经济学基础	56	3.5	46	10	√				4 (2-15)				
		J0203008	经济法	64	4	44	20	√			4 (2-17)					
		J0203023	电子商务实务	72	4	32	40	√					4 (2-19)			
		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		436	27.5	272	164				4	10	8	6			
	专业核心课	J0203001	市场营销理论与实	84	5	52	32	√		6 (6-19)						
		J0203005	市场调查	64	4	32	32	√			4 (2-17)					
		J0203003	连锁超市经营与管	56	3.5	28	28	√				4 (2-15)				
		J0203004	商务谈判与推销技巧	72	4	36	36	√					4 (2-19)			
		J0204006	市场营销策划	56	3.5	36	20	√					4 (2-15)			
		J0203070	新媒体营销	16	1		16	√					4 (16-19)			
小计		348	25	184	164				6	4	4	8				
综合实训课	J0303018	市场营销电子沙盘综合实训	48	2		48	√			2W(18-19)						
	J0203077	跟岗实习(京东客服实训)	96	4		96	√				4W					
	J0304013	专业技能训练(市场调查模块)	40	2	6	34	√						4 (2-11)			

设置 8 门

设置 6 门

由于实训条件有限，各班错开进行。

		J0304014	专业技能训练 (营销策划模块)	40	2	6	34	√					4 (2-11)			
		J0304015	专业技能训练 (谈判推销模块)	20	1	4	16	√					2 (2-11)			
		T0203002	顶岗实习	576	24			√					8+2 (寒假) W	14W		
		T0203001	毕业设计	24	1			√					0.5W	0.5W		
		小计		844	36	16	828				2W	4W	10	14.5W		
选修课	公共限定选修课	以所选课程为准	通识教育课程	96	6	48	48	√							共计选修6门，课程名称按照学生所选各类课程的具体名称为准，不得与已修、已选课程重复	
								√								
								√								
								√								
								√								
		√														
			小计		96	6	48	48								
	专业拓展课/专业群选修课	J0203034	客户关系管理	288	16	20	20	√						4 (2-11)		7 门专业拓展课/专业群选修课
		J0204008	消费心理学			20	20	√				4 (2-11)				
		J0203071	品牌策划			10	10	√				2 (2-11)				
		J0204023	广告实务			20	20	√						4 (2-11)		
		J0203055	商务数据分析			18	18	√				2(1-19)				
J0203002		国际贸易实务	20			20	√						4 (2-11)			
J0203058		网络营销	36			36	√					4(2-19)				
	小计		288	16	144	144				6	6	12				

总计	27 82	149	1062	17 20			24	26	24	24	26		
----	----------	-----	------	----------	--	--	----	----	----	----	----	--	--

表 5 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、安全、劳动教育		1						
3	劳动实践			1		1			暑假
4	市场营销电子沙盘综合实训			2W					
5	毕业设计						0.5	0.5	
6	跟岗实习				4W				
7	顶岗实习						8+2(寒假)	14	
合计(周数)			4W	3W	4W	1W	10.5W	14.5W	
总计(周数)			37W						

表 6 教学总学时分配表

序号	课程类型		课程门数	教学课时			实践学时比例(%)	备注	
				总学分	理论课	实践课			总学时
1	公共基础必修课		16	38.5	398	372	770	48.3	
2	专业必修课	专业基础(平台)课	8	27.5	272	164	436	37.6	
3		专业核心课	6	25	184	164	348	47.1	
4		综合实训课	7	36	16	828	844	98.1	
5	公共限定选修课		6	6	48	48	96	50	
6	专业拓展课/专业群选修课		7	16	144	144	288	50	
总计			50	149	1062	1720	2782	61.8	

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、实施保障与质量管理

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例 18:1，双师素质教师占专业教师比 90%以上，兼职教师 2-3 名，教师队伍稳定、结构合理，职称、年龄等梯队合理。

2. 专业带头人

本专业带头人具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外现代商

贸流通业、市场营销专业发展，能广泛联系相关行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求情况；具有较强的课程教学设计、专业建设和教科研工作组织能力，在湖南省市场营销专业领域具有一定的影响力。

3. 专任教师

具有高校教师资格书和市场营销专业领域职业资格证书或丰富的实践经验与能力；有理想信念、有道德情操、有扎实的文化知识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的营销专业相关专业理论功底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个月的商贸流通企业岗位实践经历；是一支教学、科研及社会服务能力强的专职教师队伍。

4. 兼职教师

主要从现代商贸流通服务业的校企合作企业，新佳宜商贸有限公司、哟呀实业、京东集团、湖南友谊阿波罗股份有限公司、步步高股份有限公司等企业聘任，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践工作经验，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》、《商务谈判与商品推销》等专业课程教学，能承担商品销售、线上线下商品推广、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等其它教学设施设备。

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。

2. 校内实训基本要求

表 7 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 8 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	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	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	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	啱呀实业	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	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“十二五”/“十三五”规划教材，如果没有教育部“十二五”/“十三五”规划教材，原则上征订国家一级出版社出版的教材，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。

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：有市场营销其它专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献以及数字化资源 17 万多个。

3. 数字资源配备基本要求

为更好地满足学生自主学习及网上教学与学习的需要，营销专业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，同时利用微知库、智慧职教等平台，资源种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，满足教学需要。

表9 数字资源配备情况

音视频素材(G)	教学课件(个)	数字化教学案例(个)	虚拟仿真软件 (个)	数字教材 (本)
500	32	100	4	2(开发中)

(四) 教学方法

依据专业培养目标，以立德树人为根本，以学生为中心，结合课程标准及教学要求、充分利用教学资源、挖掘学生潜能，依据课程性质差异，分别采用讲授、案例、情景模拟、项目实训等教学方法，以达成课程教学目标。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，采用典型案例、任务驱动、情境模拟等方法，鼓励学生开展探究、小组讨论等学习方法，坚持学中做、做中学，运用信息化手段整合教学资源，线上线下相结合，课前预习、课中学习、课后拓展相结合。

(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、学生评价、自评、企业评价相结合，采用观察、口试、笔试、顶岗操作、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. 市场营销专业人才培养方案是依据职业教育国家教学标准，结合学校办学定位和经济社会的相关需求，依据人培目标培养市场营销专业技能复合型型人才，对标营销员、业务主管、零售店长（线上线下）、业务经理等岗位的具体要求，基于模块化课程体系、专业技能体系，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。每年出具市场营销专业人才培养目标，相关培养标准，以及年度专业质量诊断报告。

本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 1 所示，专业建设质量监控见表 13。



图 1 诊断与改进 8 字螺旋图

表 10 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
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	100%
3. 专业师资队伍 (0.25)	(14) 专业师资队伍建设规划	≥良好	≥85%
	(15) 专任核心课教师（名）★	≥3	10
	(16) 副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	6
	(17) “双师型”教师比例★	≥70%	90%
	(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	8
	(20) 平均年度在研课题与项目	3	4
	(21) 平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	1
4. 专业教学环境 (0.25)	(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	3
	(26) 专业网络平台建设	≥良好	良好
	(27) 专业图书资料（册）★	≥500	94068
	(28) 年度生均经费投入（元）★	≥7000	10900
5. 专业人才培养质量	(29) 英语 A 级通过率	80%	90%

(30) 计算机技能考核合格率	90%	95%
(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	100
(35) 招生计划完成率★	≥90%	90%
(36) 新生报到率★	≥90%	90%
(37) 按时毕业率	≥95%	95%
(38) 初次就业率★	≥85%	85%
(39) 对口就业率★	≥65%	75%
(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，每学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，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，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；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，每学期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 每学期专业教研组织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

本专业毕业生所修课程考核全部合格，至少修满149个学分（其中包括军训4学分，入学、安全、劳动教育1学分，毕业设计1学分，顶岗实习24学分），且原则上需要获得普通话、英语三级等证书，鼓励获得相关职业技能等级证书或职业资格证。

十、人才培养方案编制的有关说明

（一）学分制

实行学分制，学生在校修业年限不得少于3年或超过6年。

（二）“1+X”证书制度及职业资格证

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。各类职业技能等级证书、职业资格证书可计算学分，也可置换相关课程，具体见下表：

表 11 职业技能等级证书转换学分、课程表

序号	职业技能等级证书	职业技能等级证书等级及可转换的学分		职业技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	商务数据分析师	初级	8	电子商务实务、商务数据分析	
		中级	10	电子商务实务、商务数据分析、市场调查	
		高级	12	电子商务实务、商务数据分析、市场调查、网络营销	

表 12 职业资格证书转换学分、课程表

序号	职业技能等级证书	职业技能等级证书等级及可转换的学分		职业技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	品牌策划师	初级	8	市场营销理论与实务、品牌策划	已出标准，等待国家文件
		中级	10	市场营销理论与实务、市场调查、品牌策划	
		高级	12	市场营销理论与实务、市场调查、品牌策划、营销策划	

（三）动态调整机制

本方案根据经济社会发展需要和年度诊改结论，会适时对课程设置和相关安排进行调整，以确保人才培养方案符合人才培养要求，以达到培养目标，满足社会及现代商贸流通服务业发展对市场营销专业人才的需求。每年要进行一次专业人才需求情况调研，依据需求变化情况，对方案进行适当调整。

2020 级专业人才培养方案审批表	
专业名称：市场营销专业 专业代码：630701 所属院（部）：湘商学院	
专业制订团队	<p>唐细流 易裕鹏 任建祥 李以群 李德德 刘冰 王钰 王公前 韩俊群</p>
专业建设委员会 (二级学院组建)	(二级学院委员会公章)
人才培养方案论证会 (教学工作委员会)	(教学工作委员会公章)
校长办公室	(学校公章)
校党委会	(学校党委公章)

XXX 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		

说明：变更人才培养方案必须填写此表，一式两份（教务处一份，提出变更的学院存一份）。