長沙商貿旅游職業技術學院
CHANG SHA COMMERCE & TOURISM COLLEGE

湘商学院 2024 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

二〇二四年七月

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 5

七、教学进程总体安排 25

八、实施保障 33

九、毕业要求 43

十、附录 43

长沙商贸旅游职业技术学院
湘商学院2024级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销/ 530605/电子商务专业群

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

基本修业年限为三年。可以根据学生灵活学习需求，合理、弹性安排学习时间，原则上为2—6年。

四、职业面向

（一）职业面向

市场营销专业毕业生主要是面向现代商贸流通业中的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，销售人员、 客户管理员、营销策划主管、推广主管、客户服务主管、策划总监、营销总监等岗位（群），具体内容（见表1）。

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)	就业岗位：销售人员、客户管理员 目标岗位：营销策划主管、推广主管、客户服务主管 发展岗位：策划总监、营销总监	“1+X”数字营销技术应用（中级）、新媒体营销（中级）职业技能等级证书

（二）职业岗位及职业能力分析

市场营销专业毕业生从事的岗位群有销售人员、客户管理员、营销策划主管、推广主管、客户服务主管、策划总监、营销总监，具体岗位对应的职业能力分析（见表2）。

表 2　典型工作任务

序号	职业岗位	岗位类型	典型工作任务	任务描述	职业能力分析	主要对应课程
1	销售人员	就业岗位	市场调查与分析、产品销售、客户服务与沟通	收集整理分析相关产品、客户、竞争对手等市场信息；分析消费者购买行为；线上线下产品销售与推广，客户投诉处理。	具备较强的语言表达及沟通协调能力，逻辑思维能力，观察能力，团队合作能力；能够运用多种方法、线上线下收集数据资料并进行整理分析；能够针对消费需求特点，进行线上线下产品推广与销售；能够快速反馈客户信息、处理客户异议等。	《市场营销基础》 《市场调查与分析》 《商务礼仪与沟通》 《销售与管理》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》
2	客户服务员	目标岗位	营销活动策划、营销推广与销售管理客户开发管理	产品线上线下推广策划，品牌推广；线上线下产品销售；客户画像，客户开发与维护管理。	具备较强的语言文字表达、沟通协调能力和团队组织管理能力；能够进行市场环境分析、产品消费需求分析，能够进行新媒体营销内容创作及推广策划；能够进行产品销售预测分析、产品市场推广、商务数据分析；品牌维护与管理；渠道管理，商务洽谈。能够提供客户服务、AI 辅助客户开发与管理维护，	《管理学基础》 《商务礼仪与沟通》 《消费者行为分析》 《智能客户服务实务》
3	营销策划主管	发展岗位	运营策划 销售运营	制定 STP 营销战略规划，品牌设计与开发，商务谈判；新媒体运营；AI 辅助设计销售模式或营销策划，评估销售绩效。	具备较强的语言文字表达与沟通协调能力、决策能力，风险防控能力，团队建设与考核管理能力；能够制定新产品开发及市场推广战略、品牌开发与管理；能够制定销售计划及考核办法、渠道开发与管理；拟定商务合同及商务谈判。	《市场营销基础》 《市场调查与分析》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》 《品牌策划与推广》 《商务数据分析与应用》
4	推广主管	就业岗位	市场调查与分析、产品销售、客户服务与沟通	收集整理分析相关产品、客户、竞争对手等市场信息；分析消费者购买行为；线上线下产品销售与推广，客户投诉处理。	具备较强的语言表达及沟通协调能力，逻辑思维能力，观察能力，团队合作能力；能够运用多种方法、线上线下收集数据资料并进行整理分析；能够针对消费需求特点，进行线上线下产品推广与销售；能够快速反馈客户信息、处理客户异议等。	《市场调查与分析》 《商务礼仪与沟通》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》
5	客户服务主管	目标岗位	营销活动策划、营销推广与销售管理客户开发管理	产品线上线下推广策划，品牌推广；线上线下产品销售；客户开发与维护管理。	具备较强的语言文字表达、沟通协调能力和团队组织管理能力；能够进行市场环境分析、产品消费需求分析，能够进行新媒体营销内容创作及推广策划；能够进行产品销售预测分析、产品市场推广、AI 辅助商务数据分析；品牌维护与管理；渠道管理，商务洽谈。能够提供客户服务、客户开发与管理维护，	《管理学基础》 《市场营销基础》 《商务礼仪与沟通》 《消费者行为分析》 《品牌策划与推广》 《销售与管理》 《商务数据分析与应用》 《智能客户服务实务》
6	策划总监	发展岗位	运营策划 销售运营	制定 STP 营销战略规划，品牌设计与开发，商务谈判；新媒体运营；AI 辅助设计销售模式，	具备较强的语言文字表达与沟通协调能力、决策能力，风险防控能力，团队建设与考核管理能力；能够制定新产品开发及市场推广战略、品牌开发与	《市场调查与分析》 《商务礼仪与沟通》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》 《品牌策划与推广》

序号	职业岗位	岗位类型	典型工作任务	任务描述	职业能力分析	主要对应课程
				评估销售绩效。	管理；能够制定销售计划及考核办法、渠道开发与管理；拟定商务合同及商务谈判。	《销售与管理》 《商务数据分析与应用》
7	营销总监	就业岗位	市场调查与分析、产品销售、客户服务与沟通	收集整理分析相关产品、客户、竞争对手等市场信息；分析消费者购买行为；线上线下产品销售与推广，客户关系管理。	具备较强的语言表达及沟通协调能力，逻辑思维能力，观察能力，团队合作能力；能够运用多种方法、AI 辅助线上线下收集数据资料并进行整理分析；能够针对消费需求特点，进行线上线下产品推广与销售；能够快速反馈客户信息、处理客户异议等。	《市场营销基础》 《市场调查与分析》 《销售与管理》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》 《智能客户服务实务》 《数字营销技术》

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，较强的法律法规意识、绿色环保意识、诚信服务意识、创新意识和精益求精的工匠精神，具有良好的人文素养与美学素养；掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、 客户服务及相关法律法规等知识，具有较强的语言文字表达能力、团队协作能力、自主学习能力、就业能力；具备用户画像、产品销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力， 具有工匠精神和信息素养，能够从事线上线下商品销售，运用 AI 辅助从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

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、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、

开拓精神和创新思维。

（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，有较强的服务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，较强的沟通协调能力，注重礼仪礼节，良好的行为习惯。

（6）具有正确的营销观、价值观；一定的审美和人文素养，乐于表达，善于思考。

2.知识

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）理解与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识。

（3）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；

（4）掌握市场营销环境因素的分析方法以及市场细分、目标市场选择及市场定位的方法。

（5）掌握4PS营销组合策略的内涵及特征及运用。

（6）掌握市场调研活动实施流程及要求、方式与方法以及调研方案、问卷、报告的结构内容要求。

（7）掌握新媒体营销的类型特点及营销推广要求，新媒体营销内容创作要求。

（8）掌握商品销售、客户服务管理的注意事项及技巧方法。

（9）掌握品牌策划与推广流程以及各种类型营销策划活动实施要求。

（10）了解AI对营销推广、客户服务等岗位工作的冲击以及对现代商贸流通业发展的促进作用。

3.能力

（1）具有良好的语言文字表达、沟通协调和团队合作能力。

（2）具有较强的计算机应用能力及信息检索能力。

（3）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

（4）具有市场调研分析、客户画像及消费行为分析的能力。

（5）具有客户沟通、营销推广、商务洽谈、项目招投标的能力。

（6）具有数字营销技术应用的能力，能够运用 AI 辅助数字营销策划。

（7）具有品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力。

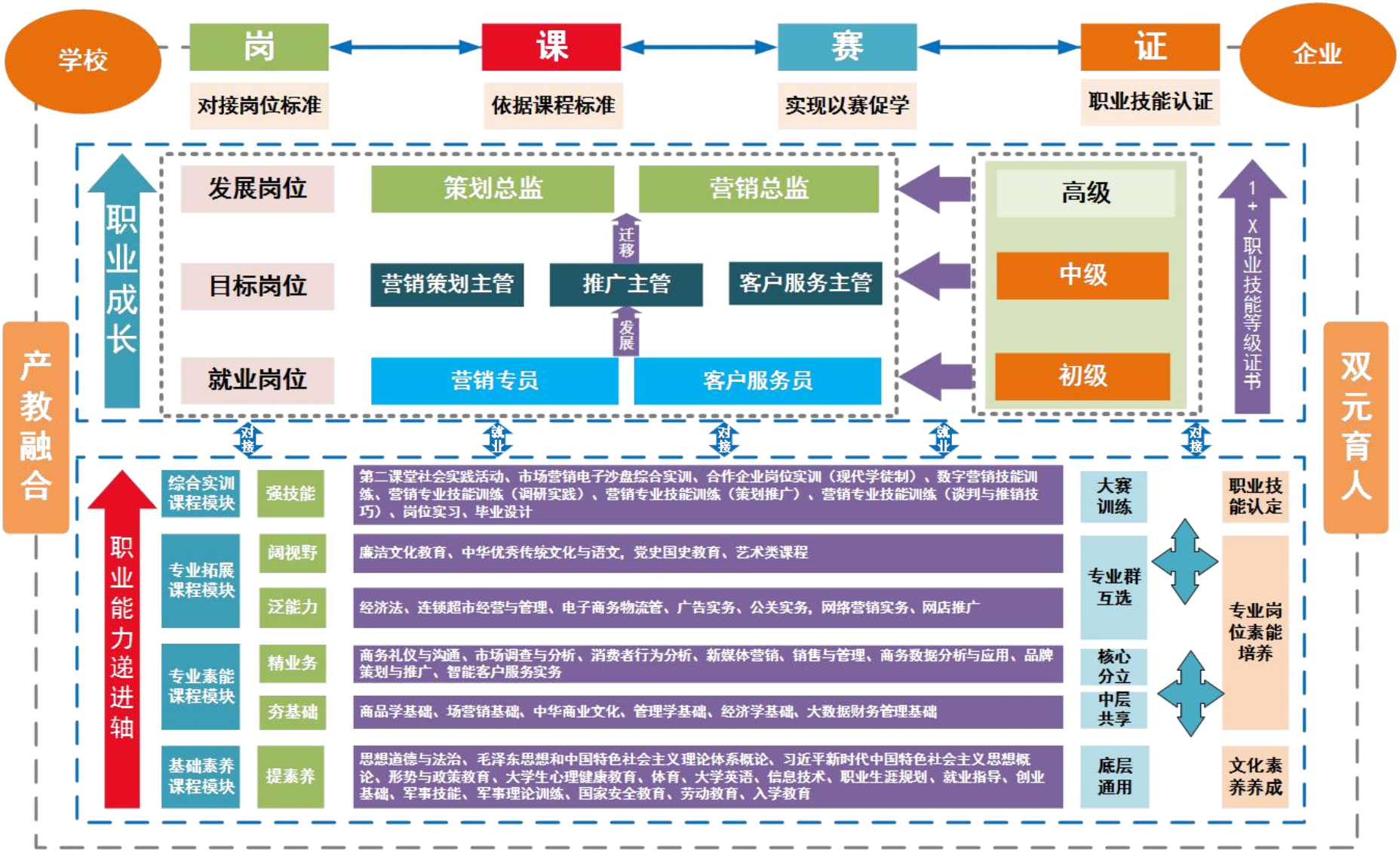
（8）能够运用 AI 辅助客户服务与管理、处理危机事件、开发客户。

（9）能够运用 AI 辅助商务数据收集、处理、分析和信息技术运用

六、课程设置及要求

（一）课程体系

结合学校“立足长沙、服务‘三湘’（湘菜、湘商、湘旅）”办学特色与定位，依据营销专业人才岗位任务要求调研结果，融合数字营销技术应用、新媒体营销等“1+X”职业技能标准，职业技能竞赛标准，兼顾学生创新创业要求，培养具备市场调研、市场分析、产品销售、客户服务管理、推广策划、商务谈判等能力以及人文素养、职业道德素养和专业知识扎实的综合性营销人才。本专业课程设置以“立德树人”为根本，以能力培养为主线，岗位要求和就业需求为导向，产教融合，校企双元育人，构建基于工作任务导向的“岗课赛证”相融合的模块化课程体系，促进职业教育与继续教育、学历教育与终身学习融合发展。具体如图 1 所示。


学校
岗
课
赛
证
企业
对接岗位标准
依据课程标准
实现以赛促学
职业技能认证
产教融合
双元育人
职业成长
发展岗位
策划总监
营销总监
迁移
目标岗位
营销策划主管
推广主管
客户服务主管
发展
就业岗位
营销专员
客户服务员
高级
中级
初级
1+X职业技能等级证书
对接
就业
对接
就业
对接
职业能力递进轴
综合实训课程模块
强技能
第二课堂社会实践活动、市场营销电子沙盘综合实训、合作企业岗位实训（现代学徒制）、数字营销技能训练、营销专业技能训练（调研实践）、营销专业技能训练（策划推广）、营销专业技能训练（谈判与推销技巧）、岗位实习、毕业设计
专业拓展课程模块
阔视野
廉洁文化教育、中华优秀传统文化与语文，党史国史教育、艺术类课程
泛能力
经济法、连锁超市经营与管理、电子商务物流管、广告实务、公关实务，网络营销实务、网店推广
专业素能课程模块
精业务
商务礼仪与沟通、市场调查与分析、消费者行为分析、新媒体营销、销售与管理、商务数据分析与应用、品牌策划与推广、智能客户服务实务
夯基础
商品学基础、场营销基础、中华商业文化、管理学基础、经济学基础、大数据财务管理基础
基础素养课程模块
提素养
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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策教育、大学生心理健康教育、体育、大学英语、信息技术、职业生涯规划、就业指导、创业基础、军事技能、军事理论训练、国家安全教育、劳动教育、入学教育
大赛训练
专业群互选
核心分立
中层共享
底层通用
职业技能认定
专业岗位素能培养
文化素养养成

（二）课程设置

本专业有公共基础必修课、公共限定选修课、公共任选课、专业必修课（专业基础课/专业群平台课、专业核心课、专业实践课）、专业限定选修课（专业拓展课）、专业任选课等6类课程，总共50门课。

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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策教育、大学生心理健康教育、体育、大学英语、信息技术、职业生涯规划、就业指导、创业基础、军事技能、军事理论训练、国家安全教育、劳动教育、入学教育等16门课程。	课程描述如表4所示
	专业必修课程	专业基础课程	主要有商品学基础、市场营销基础、中华商业文化、管理学基础、经济学基础、大数据财务管理基础共6门课程。	课程描述如表5所示
		专业核心课程	主要有商务礼仪与沟通、市场调查与分析、消费者行为分析、新媒体营销、销售与管理、商务数据分析与应用、品牌策划与推广、智能客户服务实务共8门课程。	课程描述如表6所示
		专业实践课程	主要有第二课堂社会实践活动、市场营销电子沙盘综合实训、企业实训、数字营销技能训练、营销专业技能训练（调研实践）、营销专业技能训练（策划推广）、营销专业技能训练（谈判与推销技巧）、岗位实习、毕业设计共9门课程。	课程描述如表7所示
选修课程	公共限定选修课程		主要包含廉洁文化教育、中华优秀传统文化与语文，党史国史教育、艺术类课程等。	课程描述如表8所示
	公共任选课程		线上+线下通识课程	课程描述如表8所示
	专业限定选修课程（专业拓展课）		主要有经济法、连锁超市经营与管理、电子商务物流管理3门课程。	课程描述如表9所示
	专业任选课程		主要广告实务、公关实务，网络营销实务、网店推广共4门课程（四选二）。	课程描述如表9所示

表 4　公共基础必修课程描述

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**	**素质目标：**增强对马克思主义、共产主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴的信心；养成积极进取的人生态度；培育爱国主义情怀和改革创新精神；培育社会主义核心价值观；提升思想道德素质和法治素养，立大志、明大德、成大才、担大任，努力成为堪当民族复兴重任的时代新人。 **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理论知识；掌握法律的含义、法律的运行、习近平法治思想、宪法的权威与实施、中国特色社会主义法治体系、法治中国、法律权利和义务、法治思维的含义和特征等法律基础知识。 **能力目标：**能正确掌握人生航向；能正确处理理想与现实的关系；具有正确的道德认知、判断和践行能力；践行社会主义核心价值观；能用法治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。	由世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法治观等内容构成；主要包括人生价值、理想信念、民族精神、时代精神、社会公德、职业道德、家庭美德、网络安全、国防安全观以及法律概念、法律程序、习近平法治思想、宪法、法律制度等。	**课程性质：**公共基础必修课。 **教学场地：**多媒体教室和课外实践教学场所。 **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。 **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，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。
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：**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。 **知识目标：**掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容。 **能力目标：**能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；能运用线上线下平台开展自主研究学习、小组团队协作；能结合本专业提供解决问题的方案。	包括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、科学发展观等内容。	**课程性质：**公共基础必修课。 **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。 **教学方法：**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。 **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，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	**素质目标：**坚持习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位，增强对新时代中国特色社会主义的政治认同、思想认同、情感认同，理性地认识中国特色社会主义所处的历史阶段和历史方位，坚定走中国特色社会主义道路的决心和信心。 **知识目标：**全面、准确地掌握并理解习近平新时代中国特色社会主义思想的形成发展过程和主要内容；理解习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、21 世纪马克思主义。 **能力目标：**能运用习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场、观点和方法，全面、客观地认识和分析社会现象；能够正确认识到坚持和发展中国特色社会主义，是改革开放以来我们党全部理论和实践的鲜明主题，也是习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义；能认识到只有社会主义才能救中国，只有坚持和发展中国特色社会主义才能实现中华民族伟大复兴。	包括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、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等内容。	**课程性质：**公共基础必修课。 **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。 **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。 **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，过程考核为 60%，终结性考核为 40%。
4	大学生心理健康教育	**素质目标：**立德树人，育心育德，提高学生心理素质；健全完整人格，开发个体潜能，减少心理困惑，培养乐观积极的心理品质，促进全面、健康发展，适应未来社会对人才素质的要求。 **知识目标：**熟知心理健康的要点，了解自身心理发展与人格等特点，正确认识自我，学会情绪调节的方式，熟悉正确认识挫折失败、生命教育，学会正确的交往观、恋爱观等。 **能力目标：**提升学生能独立思考、管理情绪、有效处理人际关系，能适应社会、提升自我成就等；能自省、自尊、自信、自律、自强，促进身心全面发展。有针对性地讲授心理科学与心理健康的基本知识和维护心理健康的基本技能和技巧，树立高职学生的心理健康意识，认识与识别心理异常现象，学会调整自己的心理状态与情绪问题。	包括入校环境改变与心理适应、心理健康要点、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、压力处理和应对、挫折教育专题、面对挫折与失败的应对实操训练、抗压训练、大学生常见心理障碍与防治、生命教育，人际交往内涵，沟通技巧；大学生人际交往实例培训、恋爱观念与成人教育培养、心理问题求助方式、沟通技巧实操培训等内容、职业教育的心理特点、服务意识心理学等专题。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**全面推进健康中国建设，培育学生理性平和的健康心态，加强人文关怀和心理疏导，坚持育心与育德相结合，坚持培养学生自尊自信，积极向上的健康心态，促进学生心理健康素质的提升。注重心理健康知识教育的全覆盖，全程关注学生心理健康，聚焦关键时期，全方位渗透，满足学生不同阶段的心理成长需求，加强本课程的心理育人功能，助力学生心理成长。 **教学场地：**多媒体教室和课外实践教学场所。 **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。 **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	大学英语	**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。 **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。	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。	**课程性质：**公共基础必修课 **课程思政：**以落实“立德树人”为根本任务，以突出“民族文化自信”为宗旨，将思政教学融入英语语言学习之中，助力学生感受中华古典文化情怀与新时代奉献精神，引导学生不忘本来、吸收外来、面向未来，更

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		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。		好构筑中国精神、中国价值、中国力量，向世界介绍中国，弘扬中华文化。 **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，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%。
6	**军事理论和军事技能**	**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。 **知识目标：**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。 **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。	包括军事理论和军事技能两部分。 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、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和国防后备力量建设服务。 **教学场地：**多媒体教室、田径场。 **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。 **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%。 《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2周，112学时，记2学分。
7	**形势与政策教育**	**素质目标：**1.牢固树立“四个意识”，增强“四个自信”，增强学生对实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感；2.培养学生知行合一、协同配合、学以致用的能力，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的新时代大学生。 **知识目标：**1.掌握形势与政策问题的基本理论和基础知识，科学分析形势发展变化规律等；2.掌握并正确理解党的路线方针政策的基本内容，正确理解党的基本路线，重大方针和政策；3.增强对国内外政治、经济、文化、科技等各个领域的动态了解。 **能力目标：**1.把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断和正确决策上，把握正确的世界观、人生观和价值观，提高分析问题和解决问题的能力；2.推动党的理论创新成果进教材进	围绕加强党的建设、经济形势、涉港澳台事务、国际形势四部分每学期更新教学内容。	**课程性质：**公共基础必修课 **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； **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； **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，过程考核为60%，终结性考核为40%；

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		课堂进学生头脑，提高学生的逻辑思维能力与自主学习能力；3.正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命，提高对错误思潮的鉴别和抵御能力。		
8	体育	**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：**能有良好的行为习惯，形成健康的生活方式，具有健康的体魄。	包括基础模块与拓展模块。 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、散打、飞盘、八段锦、舞龙、舞狮、体育舞蹈等。 理论课分为：裁判法、急救与急救、心肺复苏术、创伤急救基本技术等。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**为完成“立德树人”根本任务，充分发挥体育课程教学的德育功能与价值引领，把培育和践行社会主义核心价值观渗透于体育课程教学中。 **教学场地：**田径场、篮球场、室内场地。 **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。 **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%。
9	信息技术	**素质目标：**具备信创意识、计算思维、数字化创新与发展、人工智能等四个方面的素质。 **知识目标：**了解人工智能基本概念，掌握AI技术在各个场景的应用，掌握信息检索的途径、方法和步骤、搜索引擎的工作原理和类型，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。 **能力目标：**通过掌握的常用工具软件以及新一代信息技术代表人工智能技术，能在日常生活、学习和工作中综合运用新一代信息技术，人工智能解决实际问题，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。	Windows 操作系统使用、信息资源检索、WPS Office 文字处理、WPS Office 表格处理、 WPS Office 文稿处理、AI开发语言Python编程、AI大模型技术应用、AI机器学习、计算机视觉、AI 自然语言处理、AI 智能文档处理。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**以信息素养和人工智能伦理培养为目标，以人工智能典型生活应用场景为载体，通过“教师示范－学生模仿－独立实践”三阶段的教学做一体，持续训练学生从学会，会做到做精的过程中让学生沉浸过程，享受成果，不断培养学生爱岗敬业、精益求精、专注执着、科技创新的数智工匠精神。 **教学场地：**多媒体机房。 **教学方法：**通过信息技术和人工智能典型案例为驱动，采用任务驱动法、教学做一体化等教学方法。 **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60%，终结性考核占40%。
10	国家安全教育	**素质目标：**具备安全第一的意识；具备积极正确的安全观；理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当；树立健康的饮食观和食品安全意识。 **知识目标：**牢固树立和全面践行总体国家安全观，落实2020年10月教育部印发的《大中小学国家安全教育指导纲要》；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。 **能力目标：**通过国家安全教育课程，使学生在日常的学习生活中，自觉养成维护国家安全的良好习惯。掌握必要的安全行为和知识技能，能够有效保护自我。能分辨垃圾食品与有毒食品。	包括：落实教育部印发的《大中小学国家安全教育指导纲要》，将国家安全意识转化为自觉行动。人身、财产、突发公共安全与灾害教育。分辨垃圾食品或者“三无”食品等内容	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**国家安全教育纲要要求全面增强大中小学生的国家安全意识，提升维护国家安全能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础，这就是“课程思政”的理论依据和行为指南，课程将思政教育贯穿于全过程。通过国家安全教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力，通过以点带面的方式形成全课程育人、全员育人的新格局。达到价值塑造、思想引领、知识促进、能力培养、行为动员的教学效果，激发了同学们的

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				爱国主义热情和使命担当精神并以实际行动捍卫国家安全。 **教学场地：**多媒体大教室、音乐报告厅、实训室、宿舍、食堂。 **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。 **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%。
11	劳动教育	**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。遵法守纪、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；具备节能节水、爱护环境、维护无烟校园等绿色环保意识。 **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；无烟校园建设以及绿色生态校园建设的基本知识。 **能力目标：**能养成良好的劳动行为习惯、能通过劳动教育弘扬劳动精神、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。具有社会责任感，促进全方面发展。能为无烟校园和绿色生态校园建设作出自己的贡献。	包括劳动价值观，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；树立大学生健康的劳动观，开展生态文明、节能节水节粮、垃圾分类、无烟校园爱护环境等绿色教育。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**培养学生正确的劳动价值观；提升学生的责任感、荣誉感；继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统。 **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。 **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。 **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。
12	职业生涯规划	**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：**能够对自我兴趣、性格和价值观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，完成职业规划生涯书。	本门课程主要包括自我兴趣、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。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**学生树立把个人发展与国家需要、经济社会发展趋势相结合，增强为个人职业发展和为国家贡献而积极努力的意愿和动力。 **教学场地：**多媒体教室、生涯规划实训室、校企合作就业基地。 **教学方法：**采用小组教学、游戏教学、案例教学、课程平台等教学方法。 **考核评价：**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。注重考核学生的能力、素质

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				等内容，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。
13	就业指导	**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。 **知识目标：**了解我国就业政策、社会就业形势、企业招聘需求，掌握求职方法和技巧，理解就业权益保护，掌握高质量本地就业的途径。 **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、能获得本地高质量就业的岗位。	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）。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**培养学生主动心、责任心、诚信、团队精神，提升主动意识和规划意识；提升做人、做事、学习的良好习惯和素养。 **教学场地：**多媒体教室、招聘实训室、智慧职教MOOC学院平台。 **教学方法：**采用情境教学法、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。 **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%。
14	创业基础	**素质目标：**主动适应区域经济社会发展需要的责任意识、引领行业发展所需要的**“敢闯”**的精神。具体培养学生“树情怀、勇担当、善合作”的品质和“敢为先、奋拼搏、乐奉献”的精神。 **知识目标：**掌握开展创新创业活动所需要的**“会创”**的知识。具体是掌握创新的基本方法，理解创业者成长、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。 **能力目标：**形成**“创优”**的潜质。具体是能运用创新的方法，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。	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。	**课程性质：**公共基础必修课。 **课程思政：**以“在创新创业中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质”为主线，围绕“敢闯会创，爱国敬业”为内核，培养“树情怀、勇担当、奋拼搏、敢为先、善合作、乐奉献”六大素养，激活创业基因、锤炼创业品质、点燃创业梦想。 **教学场地：**多媒体教室、智慧职教MOOC学院平台、创新实训中心、创业孵化基地、企业经营现场 **教学方法：**案例教学、小组讨论教学、实地调研、创新创业比赛实战教学、专家讲座、理论教授、角色扮演、游戏教学法、商业路演实训室 **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60%，终结性考核占40%。

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	**商品学基础**	**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和较强的质量观。 **知识目标：**了解商品的起源与发展历程、商品的分类、商品标准的分类；掌握商品包装及质量要求，商品检验的方法及储运方法。 **能力目标：**较强的语言文字表达能力，沟通协调能力，能够进行商品分类、商品质量鉴别、商品储运条件控制。	课程主要内容商品的起源、商品的分类、商品的质量要求、商品标准、商品检验、商品包装、商品储运。	**课程性质：**专业群平台课、专业基础课。 **课程思政：**基于学生发展需要和课程性质任务，找准切入点，将诚信、法治、吃苦耐劳、质量观、文化自信等思政教育元素有机融入课程教学中。 **教学场地：**理实一体化教室 **教学方法：**案例教学、小组探究、情景教学等。 **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 50%，终结性考核占 50%。
2	**市场营销基础**	**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。 **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：**较强的语言文字表达能力，沟通协调能力，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。	课程主要内容有市场营销基本知识与概念，市场营销经营观念的演变过程，市场营销宏观、微观环境因素分析及 SWOT 分析，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，市场营销组合策略的运用。	**课程性质：**专业群平台课、专业基础课。 **课程思政：**基于学生发展需要和课程性质任务，找准切入点，将诚信、务实、吃苦耐劳、文化自信等思政教育元素有机融入课程教学中。 **教学场地：**理实一体化教室 **教学方法：**案例教学、小组探究、情景教学等。 **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 50%，终结性考核占 50%。
3	**中华商业文化**	**素质目标：**增强对传统思想价值体系的认同与尊崇，深刻理会中华商业文明，大力传播商业文化，培养敬业、精益求精，提升诚信意识，传承传播优秀传统文化，培养开拓创新思维、正确的义利观。 **知识目标：**了解中华商业文化内涵和古代先贤及商业思想，华商名品，商品市场的兴起和发展，了解企业文化的内涵、特点、起源及建设过程。 **能力目标：**能够举例说明各项商业文化的功能，能够挖掘商业文化内涵，弘扬优秀的商业文化，能够深刻领会义利和诚信对商业的价值，能够在日常的生活学习中做到勤劳节俭。	课程主要内容有商史文化，商业文化的载体，多台市场的变迁，以及诚信文化、义利文化、创新文化和商业文化前沿。	**课程性质：**专业基础课。 **课程思政：**基于学生发展需要和课程性质任务，培养正确的义利观、价值观，诚信意识、法治意识，礼仪礼节。 **教学场地：**多媒体教室 **教学方法：**案例教学、小组探究、情景教学等。 **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 50%，终结性考核占 50%。

4	管理学基础	**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。 **知识目标：**掌握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。 **能力目标：**较强的语言文字能力，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。	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。	**课程性质：**专业基础课。 **课程思政：**基于学生发展需要，通过典型实例，培养学生具有良好法律法规意识、团队协作意识，创新意识。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**采用案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法。 **考核评价：采**取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程考核占50%，终结性考核占 50%。
5	经济学基础	**素质目标：**具备良好的职业道德、法律法规意识，诚实守信品质、公平意识。 **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。 **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。	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。	**课程性质：**专业基础课。 **课程思政：**培养学生具有良好法律法规意识、团队协作意识，创新意识、风险意识、全局意识。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**案例法、任务驱动法、分组讨论法、角色模拟法。 **考核评价：采**取过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程考核占50%，终结性考核占 50%。
6	大数据财务管理基础	**素质目标：**树立时间价值观念和风险观念；培养学生独立思考、分析问题和解决问题能力，提高学生文字沟通及综合分析能力；树立良好的财经职业道德观念；培养学生树立风险意识和时间价值观，学以致用。 **知识目标：**学会筹资方式选择、资金需求量预测、资本成本、杠杆原理以及资本结构的优化运用；熟悉项目投资现金流量的计算、项目投资决策评价指标和决策方法，掌握证券投资决策、收益评价衡量；熟练掌握现金、应收账款、存货的管理方法；熟悉企业利润分配的一般程序、股利分配方式、股利政策的选择。 **能力目标：**能熟练掌握常见财务公式的计算和运用；具有一定的财务决策能力。	本门课程主要包括筹资管理案例分析；投资管理案例分析；营运资本管理案例分析；收益分配管理案例分析。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**立足于学生的发展实际，注重对学生的法治意识、诚信意识、风险意识、团队合作及创新意识的培养。 **教学场地：**财务决策实训室。 **教学方法：**讲授法、讨论法与案例分析法相结合；多媒体教学与网络平台学习相结合；教、学、做一体化。 **考核评价：**实行多元化的综合考核评价方式。

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	商务礼仪与沟通	**素质目标：**具备良好礼仪礼节修养、职业形象，学会在沟通中尊重他人，培养服务意识和精神。 **知识目标：**了解企业中常见的商务活动，熟悉各种商务活动中的礼仪规范，掌握商务活动中的沟通技巧。 **能力目标：**熟练运用商务活动的礼仪规范策划与组织各类商务活动。领会和掌握沟通技巧，并能在商务活动中灵活地运用。	课程主要内容有商务形象礼仪、商务交往礼仪、客户服务礼仪、商务专题礼仪、口头沟通与倾听、非语言沟通、客户服务沟通、压力沟通、网络沟通、危机沟通以及商务谈判主要过程中的沟通等内容。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**结合岗位任务要求，培养学生法治、诚信、创新意识，良好的礼仪礼节和心理素质，团队协作以及吃苦耐劳的精神品质。 **教学场地：**多媒体教室及礼仪实训室。 **教学方法：**讲授、情景模拟、任务驱动、实训操作等教学方法。 **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%。
2	市场调查与分析	**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。 **知识目标：**了解市场调查内容、作用及程序；掌握市场调查与分析基本方法及原则；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，能够进行市场与消费需求分析、制定市场调查与分析方案、设计市场调查问卷，能够通过多种方法、途径收集数据资料，能够运用 EXCEL 对调查资料进行整理与分析，能够撰写市场调研报告。	课程主要内容有市场调查与分析的流程、方法与要求，制定市场调查方案的制定，确定市场调查方式，选择市场调查与分析方法，设计市场调查问卷设计、问卷星的运用，组织实施市场调查，整理与分析市场调查资料、EXCEL 的运用，撰写市场调查报告，合理运用数据图表。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**结合课程对应岗位素养要求，找准切入点，将法治（尊重他人隐私、保守商业秘密等）、法治意识、诚信意识、创新意识，务实、精益求精、吃苦耐劳、团队协作等思政教育元素有机融入课程教学中。 **教学场地：**多媒体教室及校外实训基地。 **教学方法：**案例教学法、任务驱动、实训演练、小组探究等。 **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%。
3	消费者行为分析	**素质目标：**培养学生具有良好的职业道德、诚信意识、法律法规意识，具备良好的心理素质、礼仪礼节，诚实守信、善于观察与分析，具有较强的全局意识。 **知识目标：**了解消费者的心理活动的规律以及消费者的心理活动过程，掌握消费者在购买行为中的各种表现以及相应的营销手段，掌握消费者的消费心理和行为的基本规律；掌握消费者购买动机以及影响消费心理的因素；掌握影响消费者消费心理和行为的因素。 **能力目标：**具备较强的团队合作、沟通等能力，能够对消费者行为信息进行搜集，能够分析不同年龄、不同性别、不同社会阶层的消费群体的消费心理，能够针对消费者的购买行为过程进行干预，能够针对不同消费者的购买动机进行营销，能够运用消费者心理原理进行产品设计、商品命名、商标设计及商品包装的设计。	主要包括消费者行为的心理过程、消费者行为的个性特征、消费者行为的动力倾向、消费群体与消费行为、社会文化与消费行为、商品因素与消费行为、市场因素与消费行为、营销场景与消费行为、网络营销与消费行为等。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**通过典型案例，找准切入点，培养学生具备良好诚信意识、法律法规意识，良好的心态，正确的营销观。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**案例法、分组讨论法、角色模拟法、角色扮演法。 **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 50%，终结性考核占 50%。

4	**新媒体营销**	**素质目标：**培养诚信（版权）、法律法规、社会服务意识，团队精神、劳动精神、美学素养，传承传播中华优秀传统文化。 **知识目标：**了解新媒体营销的特点及类型、掌握新媒体营销方案设计流程要求，客户定位的方法，掌握新媒体营销文案、图文、短视频、直播营销的内容创作要求。 **能力目标：**具备一定的文字表达能力，能结合产品特点进行客户画像，新媒体文案与图文创作、新媒体短视频制作、直播营销策划与脚本设计，能够进行新媒体营销效果评估。	课程主要内容有新媒体营销策划：新媒体营销基本知识、客户画像、方案设计；新媒体营销内容创作：文案、图文创作与编辑美化，短视频与直播策划；湘茶新媒体营销：微信、微博、H5、小红书、短视频、直播营销。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**结合课程对应岗位任务要求，找准切入点，将诚信、创新、务实、精益求精、吃苦耐劳、美学素养、文化自信等思政元素有机融入课程教学中。 **教学场地：**营销策划实训室、录播室、直播实训室、合作企业基地。 **教学方法：**案例教学法、任务驱动法、实训演练、小组讨论法等。 **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	**销售与管理**	**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。 **知识目标：**了解销售岗位工作内容和技能要求，销售组织构建及管理内容，掌握销售流程管理，及销售人员的考核评价内容及要求。 **能力目标：**较强的语言文字表达能力，沟通协调能力，能够构建销售组织机构并进行组织管理，能够进行销售人员招聘与培训，以及销售人员绩效考核。	课程主要内容包括销售管理岗位的工作内容技能，构建销售组织、销售渠道管理、销售计划管理、销售业绩评估与费用控制，销售人员的招聘与培训、销售人员的报酬与激励、销售人员的绩效考评。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**结合岗位任务需求，培养学生诚信、团队协作、诚信意识、创新思维，具备良好的心态、吃苦耐劳的精神。 **教学场地：**多媒体教室、营销策划综合实训室。 **教学方法：**案例法、任务驱动法、情景模拟法、角色模拟法、分组讨论法。 **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%。
6	**商务数据分析与应用**	**素质目标：**具备良好的法律法规意识和创新意识，诚实守信，精益求精，尊重客观事实。 **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。 **课程思政：**通过典型事例，培养学生良好的法治意识和创新意识、诚实守信、精益求精、团队协作，尊重客观事实。 **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	**品牌策划与推广**	**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、自主知识产权保护意识和敬畏意识，诚实守信。 **知识目标：**了解品牌概念内涵，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；能够进行品牌竞争状况分析，品牌设计；能够进行品牌推广与策划。	课程主要内容有品牌内涵及作用，品牌竞争状况分析，品牌的定位与目标客户分析，品牌设计，品牌推广与策划，品牌维护与管理。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**通过典型的时政案例，培养学生具有法治、诚信、创新意识，服务意识、精益求精和吃苦耐劳精神，具有正确的营销观、品牌观及自主品牌意识。 **教学场地：**多媒体教室、校外实训基地。 **教学方法：**案例法、分组讨论法、任务驱动等。 **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%，终结性占 50%。

8	**智能客户服务实务**	**素质目标：**具备团队合作、勇于创新、吃苦耐劳、诚实公正、严谨求是、遵纪守法、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。 **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。	课程主要内容有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、提升客户满意与忠诚、客户互动管理、客户反馈信息处理、客服工作压力管理。	**课程性质：**专业核心课。 **课程思政：**结合岗位任务需求，培养学生诚信意识、服务意识、团队协作，具备良好的心态、吃苦耐劳的精神。 **教学场地：**多媒体教室、实训室。 **教学方法：**案例法、任务驱动法、情景模拟法、角色模拟法、分组讨论法。 **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%。

表 7　专业实践课程描述

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**	**素质目标：**具备团队协作、吃苦耐劳、创新意识，诚实守信，爱护公共财物，注意环境卫生。 **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，一定地模拟企业经营管理的能力。	课程主要内容有产品管理、品牌管理、广告策略、消费者需求分析，企业运营管理、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。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**结合岗位任务需求及课程性质，培养学生团队协作、诚实守信、创新意识，吃苦耐劳，爱护公共财物，注意环境卫生。 **教学场地：**沙盘实训室。 **教学方法：**操作演示、操作实训。 **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%。
2	**企业实训**	**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，严明的纪律性，责任心。 **知识目标：**电商购物流程、CRM&ERP 操作、在线 IM 系统使用、相关的法规政策、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。 **能力目标：**掌握企业电子商务平台运营全流程和真实企业业务流程操作，沟通社交、逻辑思维及危机处理能力，适应能力。	课程主要内容有电商购物流程、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	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**结合岗位任务要求，培养学生吃苦耐劳的精神、团队合作意识、服务意识、诚实守信、严明的纪律性，爱岗敬业、保守企业秘密。 **教学场地：**校内实训基地。 **教学方法：**项目教学、任务驱动、操作实训。 **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%
3	**数字营销技能训练**	**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。	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	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**结合岗位任务需求及课程性质，培养法治意

		知识目标：了解消费者购买行为特点以及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。 **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。	关系交易与回报，搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销。	识、诚信意识、创新思维、服务意识、团队协作、吃苦耐劳。 **教学场地：**理实一体化教室、数字营销综合实训室。 **教学方法：**案例教学法、操作演示及实训操作等。 **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%。
4	**营销专业技能训练（调研实践）**	**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。 **知识目标：**市场调查与分析方案、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与分析方案、市场调查与分析问卷，撰写市场调查与分析报告。	课程主要内容有依据背景材料分析，制定市场调查与分析方案，设计市场调查与分析问卷，进行数据分析，图表运用，撰写市场调研报告。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**培养学生具备基本的法律法规意识，良好礼仪礼节，诚实守信，吃苦耐劳、团队合作与创新意识。 **教学场地：**实训机房。 **教学方法：**项目教学、任务驱动、操作实训。 **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%。
5	**营销专业技能训练（策划推广）**	**素质目标：**具备基本的法律法规意识，服务意识、良好礼仪礼节，诚实守信，团队合作与创新意识。 **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、文字表达能力，能够依据背景材料设计营销策划方案。	课程主要内容有制定营销整体策划方案，制定促销策划方案，制定新产品推广策划方案，制定新媒体策划方案。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**培养学生具备基本的法律法规意识、服务意识，良好礼仪礼节，诚实守信，团队合作与创新意识。 **教学场地：**营销策划综合实训室。 **教学方法：**项目教学、任务驱动、操作实训。 **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%。
6	**营销专业技能训练（谈判与推销技巧）**	**素质目标：**具备较强的法律法规意识、诚信意识、注重礼仪礼节，具有吃苦耐劳精神、团队协作、服务、竞争、创新意识。 **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。 **能力目标：**能够制定商务谈判方案，精准分析谈判对手基本情况，能够进行线上线下模拟谈判；能够把握谈判时间，合理安排谈判流程，抓住谈判的主动权，能够说服对方接受观点与建议。	课程主要内容有商务谈判的原则要求，商务谈判的流程与技巧，商务谈判各个阶段的方法与策略，商务谈判的时间、地点安排，谈判的组织安排，谈判实施。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**结合岗位任务需求，培养学生法治、诚信、规矩、竞争、创新意识，良好的礼仪礼节和心理素质，以及吃苦耐劳的精神品质。 **教学场地：**多媒体教室及模拟谈判室。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、任务驱动、情景模拟等。 **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%，终结性占 50%。

7	**岗位实习**	**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及特征，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。	课程主要内容有了解实习单位及岗位工作基本情况，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。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**具备良好的法律法规意识，严明的纪律性和安全防范意识，诚实守信，吃苦耐劳，团队合作、爱岗敬业。 **教学场地：**校外实训基地。 **教学方法：**任务驱动、操作实践。 **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%。
8	**毕业设计**	**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）。 **知识目标：**了解实习企业的基本情况及毕业设计的背景，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。	课程主要内容有毕业设计选题，市场信息收集与分析，结合岗位实习工作任务，制定市场营销策划方案，设计组织营销策划活动，完成毕业设计作品，完成毕业设计答辩工作。	**课程性质：**综合实训课。 **课程思政：**具有吃苦耐劳、创新思维，诚实守信、版权意识（拒绝抄袭）、时间观念。 **教学场地：**实训机房、校外实训基地。 **教学方法：**项目教学、点拨指导。 **考核评价：**采取过程性考核评价和终结性考核评价相结合的方式，其中过程性考核评价占 40%，终结性考核评价占 60%。

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	**艺术类课程**	**素质目标：**具有审美能力和艺术鉴赏力；培养对艺术的热爱和尊重；坚定对中国传统文化的认同感和自豪感；欣赏和理解不同艺术的风格特点和魅力。 **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，理解多元文化艺术。 **能力目标：**能够独立鉴赏和评价作品的艺术价值；能够掌握基本的艺术技能；能够结合所学专业运用所学知识进行表演或创作，展示个人才华和创意；	本课程为艺术课程群，根据不同专业需求开设相关艺术类课程。主要课程方向有音乐、舞蹈、书法、美术、戏剧、曲艺等。以中华优秀传统文化传承发展和艺术经典教育为主要内容，强化艺术实践，注重与专业课程的有机结合。内容设计遵循美育特点，发挥艺术学科特有的育人功能，以美育人、以美化人、以美培元。	**课程性质：**公共必修或限定选修课程。 **课程思政：**艺术类课程中蕴含着独特的思政教育价值，其真善美的价值追求与思政教育目标具有内在统一性。突出培育高尚的艺术素养、健康的审美情趣、乐观的生活态度，以及对不同文化的理解与尊重。注重把爱国主义、民族情怀贯穿渗透到课程教学中，帮助学生树立起文化自觉和文化自信。 **教学场地：**多媒体教室、形体房、书法室。 **教学方法：**案例教学法、体验式教学法、任务驱动教学法。 **考核评价：**过程性考核占比 60%+结果性考核占比 40%。
2		**素质目标：**具备对中国传统文化的热爱崇敬之情，具备民	本课程包含文学作品鉴赏、常用	**课程性质：**公共限定选修课程。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
	中华优秀传统文化与语文	族自信心、自尊心、自豪感，具备人文素养，具备健全的人格、社会责任感，引领学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，陶冶高尚情操，增强文化自信。 **知识目标：**熟知并传承中国传统的基本精神，了解文化的多样性、丰富性，掌握一定的文学基本知识，掌握常用应用文书的基本要素、写作特点和写作方法。 **能力目标：**能诵读传统文化中的名篇佳句；能吸收传统文化的智慧，能感悟传统文化的精神内涵，能掌握学习传统文化的科学方法；掌握一定的文学基础知识，常用应用文书写作方法；具有分析、评价文学作品的初步能力，提升阅读能力、文字运用和语言表达能力，能将语文知识与本专业课程相结合进行创造性地学习。	应用文书写作、中华优秀传统文化三个方面。 文学作品精选名家名篇，主要包括怀古咏物、哲理人生、山水田园、亲情友情爱情等内容，还包括部分外国文学作品和实践训练。 应用文书写作包含常用应用文书的写作特点和写作方法。 中国传统文化包含中华传统美德、中国传统社会生活、中国传统艺术、中国传统节日等知识。	**课程思政：**以立德树人为根本任务，从优秀的作品出发，用社会主义核心价值观铸魂育人，以润物细无声的课程思政优势促进学生增强文化自信、助力培养有理想、有本领、有担当的新时代大学生，树立为中华民族复兴而奋斗的远大理想。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**采用项目教学法、情境教学法、探究教学法、案例教学法、实践教学法等教学方法。 **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%。
3	**党史国史教育**	**素质目标：**深刻感悟中国共产党人的初心和使命，引导大学生知史爱国，知史爱党，明确作为时代新人所担负的责任和担当，提高思想政治素养。 **知识目标：**了解中国共产党的光辉历程、光荣传统、宝贵经验和伟大成就，了解我们党和国家历史上的重要人物、重大事件、重要会议、关键节点，引导树立正确的党史观、大历史观。 **能力目标：**能用以党史为重点的“四史”知识提升自身意识形态能力，用党的创新理论指导学习和工作。	主要了解中国共产党和国家事业发展的来龙去脉，汲取党和国家的历史经验，深入了解党和国家历史上的重大事件和重要人物，树立正确的党史观、大历史观，提高大学生的政治素养和理论素养。	**课程性质：**公共限定选修课程。 **教学场地：**多媒体教室和课外实践教学场所。 **教学方法：**采用专题化教学法、案例教学法、情景模拟法等教学方法。 **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%。
5	**廉洁文化教育**	**素质目标：**完善自我意识，培育强烈的使命感和社会责任感；塑造健全人格，树立正确的理想信念，形成“廉洁光荣、腐败可耻”的行为价值取向；强化廉洁意志，不断增强道德自律意识，培育廉洁认知，构筑起拒腐防变的良好心理品质。 **知识目标：**了解和掌握廉洁文化教育、中国传统廉洁文化、中国特色社会主义廉洁文化、高校廉洁文化教育、大学生廉洁修身和廉洁行为、大学生廉洁从业等相关理论。 **能力目标：**能正确认识廉洁是政治的一种应然状态，人们的社会生活应该增强廉洁自律意识；能够明确廉洁文化教育中的责任和义务；具有正确的廉洁行为的认知、判断和践行能力；能用辩证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。	包括廉洁文化教育概述、中国传统廉洁文化、中国特色社会主义廉洁文化、高校廉洁文化教育、大学生廉洁修身和廉洁行为、大学生廉洁从业等内容。	**课程性质：**公共限定选修课 **课程思政：**教育大学生涵养廉洁理念，提升大学生廉洁素养，引导大学生扣好“廉洁自律”第一粒扣子。 **教学场地：**多媒体教室和课外实践教学场所。 **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。 **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，过程考核为60%，终结性考核为40%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
6	**通识教育课程（涵盖线上和线下）**	**素质目标：**提高语言、文化、历史、科学等综合素养，具备独立思考的习惯、可持续发展的能力。 **知识目标：**掌握基础性的语言、文化、历史、科学等知识，训练个性品质、陶冶公民意识。 **能力目标：**具有不同专业方向的研究思路、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，为今后长远学习和发展所必需的方法和眼界。	节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养、健康教育、职业素养、信息素养等线上和线下开设的通识教育课程。	**课程性质：**公共任意选修课。 **课程思政：**文化、历史、科学等综合通识类课程蕴含着丰富的思政元素，课程深度发掘家国情怀、个人品格、科学思维、专业技能等方面的思政教育元素。 将家国情怀、人生价值观、学科素养教育等渗透到教学的各个环节，有效实现知识传授、能力培养和价值引领有机统一。 **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。 **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、任务驱动、问题探究、情景体验、角色扮演等形式多样、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。 **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，考核形式为考查。考核占比以各课程具体分配为准。 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。

表 9 专业选修课程描述

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	经济法	**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正意识和自我保护意识。 **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：**具有较强的语言文字表达能力，逻辑思维能力，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。	课程主要内容有经济法基础知识、〈已随民法典施行而废止〉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。	**课程性质：**专业拓展课。 **教学场地：**多媒体教室。 **课程思政：**通过典型案例，培养学生具有良好法律法规意识、客观公平意识、自我保护意识。 **教学方法：**案例分析、小组讨论、情景模拟、角色互换、现场教学。 **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%
2	连锁超市经营与管理	**素质目标：**具备较强的法律法规意识、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。 **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。	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；卖场的布局和商品陈列管理，连锁门店理货作业、收银作业、进存货和盘点管理，销售管理与分析。	**课程性质：**专业拓展课。 **课程思政：**通过典型案例，培养学生法治诚信意识、服务意识、全局意识、物联网思维，以及吃苦耐劳、精益求精、创新的精神品质。 **教学场地：**多媒体教室及实训基地。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、小组探究、实训操作等。 **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%。
3	电子商务物流	**素质目标：**具备良好的语言表达、社会交往和沟通能力；良好的职业道德和身心素质以及创新能力；具有敬业、吃苦耐劳的精神、团队意识及妥善处理人际关系的能力的创新型电子商务物流管理人才。 **知识目标：**了解电子商务物流管理的基础理论知识，掌握电子商务物流活动过程中的业务流程和技能等相关知识。 **能力目标：**能自主学习，利用网络、文献等获取信息的能力；能制定完整的电子商务物流管理工作计划的能力；能灵活分析、独立处理分析实际问题并提出新的解决方案的能力；能灵活应用电子商务物流管理专业理论分析具体工作问题的能力；	课程主要内容有物流基础知识、物流服务模式、仓储作业、运输作业、配送作业、冷链物流、绿色物流、物流信息技术、供应链管理等内容。	**课程性质：**专业拓展课。 **教学场地：多**媒体教室及物流实训室和实训基地 **课程思政：**通过典型案例，培养学生法治诚信意识、物流服务意识、全局意识、绿色物流思维，以及吃苦耐劳、精益求精、创新的精神品质。 **教学方法：**讲授法，案例教学法、小组探究、实训操作等。 **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 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，弘扬优秀传统文化。 **知识目标：**了解广告的基础概念及历史沿革，熟悉广告创意方法、制作流程及媒介特点，掌握不同类型媒介广告创意及制作。 **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	**课程性质：**专业选修课。 **课程思政：**培养学生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，弘扬优秀传统文化。 **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：**具备较强的法治意识，团队协作意识，敬畏意识；敬业精神。 **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：**专业选修课。 **课程思政：**具备较强的法治意识、团队协作意识、敬畏意识、礼仪礼节、敬业精神。 **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	网络营销实务	**素质目标：**具备较强的法治意识、客户服务意识、创新意识、网络安全意识，保守商业秘密。 **知识目标：掌握**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。	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。	**程性质：**专业选修课。 **课程思政：**培养具备良好的法律法规意识、客户服务意识、网络安全意识，创新意识，保守商业秘密。 **教学场地：**多媒体教室。 **教学方法：**P 情景模拟法、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 60%，终结性考核占 40%
7	网店推广	**素质目标：**具备较强的法治意识、诚实守信，具有良好的团队协作意识、网络安全意识、美学素养。 **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。 **能力目标：**能在主流电商平台上根据市场变化和店铺实际情况进行网店推广。	课程主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。	**课程性质：**专业选修课。 **课程思政：**培养具备较强的法治意识、诚实守信，具有良好的团队协作意识、网络安全意识，美学素养。 **教学场地：**理实一体化实训室、校企合作实训基地。 **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。 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%。

（三）“岗课赛证”融通

将职业岗位、职业技能大赛、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，实行岗课赛证融通制度。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	可置换的课程名称	
1	职业技能等级证书（1+X 证书）	数字营销技术应用	初级	中教畅享（北京）科技有限公司	市场营销基础、市场调查与分析、品牌策划与推广、商务数据分析与应用、网络营销、数字营销技能	4	数字营销技能	
			中级		市场调查与分析、品牌策划与推广、商务数据分析与应用、网络营销、数字营销技能	6	数字营销技能 市场调查与分析	
			高级		市场调查与分析、品牌策划与推广、商务数据分析与应用、网络营销、数字营销技能	8	数字营销技能 新媒体营销 商务数据分析与应用	
2	职业资格证书	新媒体营销	初级	联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司	市场营销基础、市场调查与分析、品牌营销与管理、营销策划、商务数据分析与应用、网络营销、新媒体营销	4	新媒体营销	
			中级		市场营销基础、市场调查与分析、品牌营销与管理、营销策划、商务数据分析与应用、网络营销、新媒体营销	6	新媒体营销 市场调查与分析	
			高级		市场营销基础、市场调查与分析、品牌营销与管理、营销策划、商务数据分析与应用、网络营销、新媒体营销	8	新媒体营销 商务数据分析与应用 品牌策划与推广	

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

表 11 教学进程安排表

专业名称：市场营销（2024 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）
		预备周	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	考试周			军训	入学教育、国家安全教育	劳动实践	认识实习	岗位实习	毕业设计				
第一学年	一	○	↑	#	#	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※⊙	14	1	3	1						1	20	6
	二	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1				▲1 周（暑假）				1	21	5
第二学年	三	○	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	⊙	18	1								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																						78	6	3	1	1	1	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；**认识实习**原则上在专业课开始时安排，假期执行；**岗位实习**一般为 6 个月。 3、○开学准备　↑入学教育、国家安全教育　#军训　※课堂教学　⊙考试　▲**认识实习**　◇**岗位实习**　■毕业设计　&机动　…放假。 4、第一学期，因动态安排一周劳动教育实践周，理论教学周顺延一周。

（二）课程计划与进度总表

表 12 课程计划与进度总表

课程性质	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
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考察	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
必修课程	公共基础必修课程	S0101004	思想道德与法治	48	3	32	16		√	2(5-15)	2(2-14)					
		S0101002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	24	8		√			4（1-8）				
		S0101009	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	3	30	18		√			4（10-13）	2（1-16）			
		S0101001	形势与政策教育	48	1	48	0		√	2（5-12）	2（1-10）	2（13-18）				四五六学期网络授课
		T0101003	大学生心理健康教育	32	2	20	12		√		2（1-16）					
		T0203006	体育	108	6	10	98		√	2（5-14） 4（15-18）	2(1-18)	2(1-18)				
		T0101004	大学英语	128	8	88	40	√		4（5-18）	4(1-9) 4（10-18）					第二学期（1-9）模块二（10-18）模块三
		R0203210	信息技术	48	3	24	24		√	4(5-16)						
		C0201002	职业生涯规划	12	1	6	6		√	2（13-18）						
		C0201003	就业指导	18	1	8	10		√				2（1-9）			
		C0201001	创业基础	32	2	16	16		√		2（11-18）	2（2-9）				
		T0401001	军事技能	112	2	0	112		√	2-3						
		T0102002	军事理论	36	2	36	0		√	2-3						理论课于军训期间开课，每天晚上排 3 课

课程性质	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	考察	第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
										20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		B0201001	国家安全教育	16	1	10	6		√	2(15-19)						军训期间 2 课时消防演练，入学教育 4 课时
		B0201002	劳动教育	16	1	6	10		√	动态安排一周						
		T0102001	入学教育	8	0.5	8	0			8（1）						向学生介绍校史校情、专业发展情况、本行业发展现 状和未来趋势等
		小计		742	38.5	366	376			16	12	8	4			
	专业基础课程/专业群平台课	J0203006	商品学基础	20	1	16	4		√	2（5-14）						设置 7 门
		J0203142	市场营销基础	56	3.5	48	8	√		4（5-18）						
		J0203134	中华商业文化	20	1	16	4		√	2(5-14)						
		J0203035	管理学基础	32	2	28	4		√		4（1-8）					
		J0203031	经济学基础	32	2	28	4		√			4（1-8）				
		J0203155	大数据财务管理基础	20	1	12	8		√				2（1-14）			
		K0203500	习近平经济思想概论	32	2	16	16		√					4(1-8)		
		小计		212	12.5	164	48			8	4	4	2	4		

课程性质	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
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考察	20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
	专业核心课程	J0203135	商务礼仪与沟通	52	3.5	26	26	√			4（1-13）					设置 7 门
		J0203093	市场调查与分析	52	3.5	26	26	√			4（1-13）					
		J0203136	消费者行为分析	48	3	24	24	√				4（7-18）				
		J0203070	新媒体营销	48	3	24	24	√				4（7-18）				
		J0203140	销售与管理	48	3	24	24	√				4（7-18）				
		J0203138	商务数据分析与应用	56	3.5	28	28	√					4（1-14）			
		J0203137	品牌策划与推广	56	3.5	28	28	√					4（1-14）			
		J0203139	智能客户服务实务	36	2	18	18	√					2（1-18）			
		小计		396	25	198	198				8	12	10			
	专业实践课程	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。										
		J0403011	市场营销电子沙盘综合实训	40	2.5	8	32		√		2W					设置 8 门
		J0403017	企业实训	144	6	24	120		√				6W			
		J0403012	数字营销技能训练	36	2	4	32		√				4（10-18）			
		J0303056	营销专业技能训练（调研实践）	40	2.5	8	32		√					4（1-10）		
		J0303057	营销专业技能训练（推广策划）	40	2.5	8	32		√					4（1-10）		

课程性质	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
										第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
				总学时	学分	理论	实践	考试	考察	20周	21周（含1周暑假认识实习）	20周	21周（含1周暑假劳动实践）	22周（含2周寒假岗位实习）	18周	
		J0303058	营销专业技能训练（谈判与推销技巧）	40	2.5	8	32		√					4（1-10）		
		T0203010	岗位实习	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		940	45	60	880				2W	4W	4	12/10.5W	14.5W	
选修课程	公共限定选修课程	S01010011	廉洁文化教育	8	0.5	4	4		√		2（1-4）					
		W0202001	艺术类课程	32	2	16	16		√			2(1-16)				
		G0202003	中华优秀传统文化与语文	32	2	20	12		√	2（5-18）						
		S01010010	党史国史教育	8	0.5	7	1		√		2(9-12)					
	公共任选课程	以所选课程为准	通识教育课程（涵盖线上和线下）	32	2	16	16		√							修满2学分方可毕业

课程性质	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	考察	第一学年		第二学年		第三学年		
										一	二	三	四	五	六	
										20 周	21 周（含 1 周暑假认识实习）	20 周	21 周（含 1 周暑假劳动实践）	22 周（含 2 周寒假岗位实习）	18 周	
		小计		112	7	63	49			2	2	2				
	专业限定选修课	J0203008	经济法	24	1.5	20	4		√				2（1-12）			开设 3 门拓展课
		J0203003	连锁超市经营与管理	40	2.5	28	12		√					4(1-10)		
		J0203025	电子商务物流管理	40	2.5	28	12		√					4(1-10)		
	专业任选课	J0204023	广告实务	20	1	10	10		√					2(1-10)		四选二
		J0203099	公关实务	20	1	10	10		√					2(1-10)		
		J0203058	网络营销实务	20	1	10	10		√				2(1-10)			
		J0203066	网店推广	20	1	10	10		√				2(1-10)			
		小计		144	8.5	96	48						4	10		
				2514	134.5	931	1583			26	26	26	24	22		

表 13 集中实践（专业实践）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	国家安全教育		1						
3	劳动实践		1						暑假
4	认识实习			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	企业实训				6				
8	毕业设计						0.5	0.5	
9	岗位实习						8+2（寒假）	14	
合　计（周数）			4	3	6		10.5	14.5	
总　计（周数）		38							

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		16	38.5	366	378	744	50.81	29.57	占总学时比例要求≥25%
2		专业必修课程	专业基础（平台）课程	6	10.5	148	32	180	17.8	7.15	
3			专业核心课程	8	25	198	198	396	50	15.74	
4			专业实践课程	9	45	60	880	940	93.22	37.36	
5	选修课程	公共限定选修课程		4	5	47	33	80	41.25	10.18	占总学时比例要求≥10%
6		公共任选课程		2	2	16	16	32	50.00		
7		专业限定选修课/专业拓展课程		3	6.5	76	28	104	24.54		
8		专业任选课程		2	2	20	20	40	50		
总　计				50	134.5	931	1583	2514	63.00	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

紧密对接职业岗位任务需求，以“立德树人”为根本，以课堂教学为载体，深化“三教”改革，实施“三全”育人，确保高质量完成专业人才培养目标，打造一支职称、学历、年龄结构合理且数量稳定的高水平双师型专业教学团队，建设能满足市场营销专业课程教学及实训实习需要的教学场地与设施设备，开发丰富多样的专业教学资源，建立科学合理的考核评价体系和质量管理机制。

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于18:1，依据《湖南省职业教育“双师型”教师认定条件》（试行）通知，符合条件的双师素质教师占专业教师比不低于80%，专任教师队伍的职称、学历、年龄的梯度结构合理。

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
395	18人	4人	100%	45岁以下，80%	硕士以上，90%以上	副高，40%以上	2人，企业、学校各1人	3人

2.专业带头人

专业带头人应该具有副高及以上职称，双师型教师，能够较好地把握国内外现代商贸流通业、市场营销最新发展趋势，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变化情况，具有较强的教学设计、教育教学、专业建设与教科研工作能力。能够带领专业教学团队运用AI技术、互联网思维、新媒体营销手段及数字营销技术为企业解决消费痛点及创新发展提供支持。

3.专任教师

具有高校教师资格和职业技能证，经济师、营销策划师或数字营销

技术应用、新媒体营销、商务数据分析 1+X 证书等职业资格；始终坚持“立德树人”的教育理念，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、连锁超市经营与管理、电子商务、商务管理、工商业管理等专业硕士及以上学历，鼓励获得博士学位；具有扎实的市场营销专业相关理论功底和较强的实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和教学研究；具有较强的 AI 技术运用能力，辅助教学以及解决企业营销实际问题；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4.兼职教师

主要是从现代商贸流通企业、新零售等相关行业企业聘任，要求具备良好的政治思想品德素养、职业道德和工匠精神，具备扎实的专业知识和丰富的实践工作经验，具有中级及以上经济、管理、营销专业职称，能承担《市场调查与分析》《新媒体营销》《品牌策划与推广》《商务礼仪与沟通》《销售与管理》《智能客户服务实务》等专业课程教学，能够承担市场调研、产品销售、客户管理、新产品推广、营销策划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.专业教师基本条件

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 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	承担的课程
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 ㎡×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	电子商务实务 商务数据分析 网络营销
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 ㎡×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	市场营销 电子沙盘训练
3	产品推销与谈判室	模拟谈判与推销	多媒体设备一套、100 ㎡、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	商务礼仪与沟通
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 ㎡、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	新媒体营销 品牌策划与推广
5	连锁超市模拟实训室	销售管理技能训练	60 ㎡，电脑、桌椅 50 套，连锁超市经营管理模拟软件 1 个	50	销售管理
6	智能客服服务实训室	客户服务技能	60 ㎡，电脑、桌椅 50 套，客户服务模拟软件 1 个	50	智能客服服务实务
7	数字营销实训室	数字营销、新媒体营销技能训练	60 ㎡，电脑、桌椅 50 套，数字营销模拟软件 1 个	50	数字营销 新媒体营销
8	京东等合作企业校内实训基地	产品推广与客户服务	2000 ㎡，满足企业经营需要的设施设备	100	岗位实习

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。依据《湖南省教育厅关于进一步规范管理职业学校校企合作的通知》，制定科学合理的规划，严审企业资质，依法依规与京东集团等企业签订了校企合作协议，提供实习实训场地，建立了健全的管理体制、制度与合作机制，加强实习过程管理，严格经费管理。提供商品销售、市场调研分析、营销策划、客户服务、新媒体营销等实训活动场所，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。能提供线上线下产品销售、客户管理服务、市场推广、营销策划等相关实习岗位，涵盖当前现代商贸流通业发展的主流业务，可接纳一定规模的学

生实习；掌握AI技术、智慧零售、数字营销等新技术、新方法的运用，配备相应数量指导教师对学生实习进行指导和管理；健全保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，完善安全、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	承担的课程
1	京东集团实训基地	岗位实习 客户管理技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	50	岗位实习 智能客服服务实务
2	新佳宜商贸有限公司实训基地	岗位实习 销售管理技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	新媒体营销 销售管理
3	咿呀实业实训基地	岗位实习 网络营销技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	市场调查与分析 新媒体营销 新媒体营销
4	友谊阿波罗股份有限公司实训基地	岗位实习 推销与谈判技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	商务礼仪与沟通 消费者行为分析
5	金磨坊实业	岗位实习 营销策划技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	市场调查与分析 品牌营销与管理 营销策划
6	湖南湘茶集团	新媒体营销技能训练营销策划技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	市场调查与分析 新媒体营销 营销策划
7	北京抖音信息服务有限公司（长沙）	岗位实习 新媒体营销技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	市场调查与分析 新媒体营销 营销策划
8	广东驰风电子商务有限公司（长沙）	岗位实习 新媒体营销技能训练	保证企业正常运营的各类设施设备、场地，数量充足；具备一定的教学资源。	20	市场调查与分析 新媒体营销 网络营销

（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，选用教育部“十二五”/“十三五”

/“十四五”规划教材或一级出版社教材，严格审核教材内容，禁止有意识形态问题、颠覆中华优秀传统文化等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委员会，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。与合作企业整合新技术、新方法开发《市场调查与分析》《新媒体营销》《品牌策划与推广》等新型活页教材以及市场调查、新媒体营销、营销策划等工作手册。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足市场营销人才培养、专业建设、教科研等工作

作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场调查与分析、新媒体营销、智能客服服务实务、品牌策划与推广、AI 技术等专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献，图书数量不低于 50000 册。

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	课程或平台名称	资源网址	备注
1	市场营销基础	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pjksagwuxibbgqilym50ia	自行开发
2	市场调查与分析	https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=86f2dc105b82ef04cd394e6a8570	自行开发
3	新媒体营销	https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=68c038a3cc924bc5b5aa9e17c5ec1a86	自行开发
4	商务礼仪与沟通	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=0o5hatiqw4ldm1eeo5tx0w	自行开发
5	消费者行为分析	https://icvemooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?	引用参考

		classId=e161aa179aa7b432c0763907cc53b226	
6	品牌策划与推广	https://user.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/indexCourse.action?courseId=db31373c88fd496aadd0168289a490dd&archive=0	自行开发
7	销售与管理	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=ho5nazmttrlabdt0nywp4w	自行开发
8	商务数据分析与应用	https://icvemooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=9a0aee354bb533c17a46905f0b939998	自行开发
9	数字营销技能训练	http://dm.itmc.cn/	企业开发
10	市场营销电子沙盘训练	http://10.2.88.40/mk	企业开发
11	智慧职教平台	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	引用参考
12	微知库平台	http://smzyk.36ve.com/home/project-home-page?projectId=889	
13	超星平台	http://passport2.chaoxing.com/login	

（四）教学方法

依据课程性质与任务和学情分析结果，分别采用讲授、案例、情景模拟、任务驱动、实训演练、自主学习、小组探究等教学方法，以达成课程教学的素质、知识、技能目标。针对学生学习的差异性，充分利用信息平台，突破时间限制，线上线下相结合，进行分类指导，满足个性化学习的需要，有针对性地提高学习效果。主要教学方法特点及使用情况见表 19。

表 19　教学方法一览表

教法	特点	适用性
讲授法	传统的、通用的教学法；重点阐述分析知识理论、技能要点。	适用于所有课程教学，主要用于公共基础课程及专业基础课程教学。
案例教学法	通用的教学方法；引入相关案例，导出问题，组织学生对案例进行分析和讨论启发学生积极思考，深入理解掌握知识要点。	主要用于专业基础课及核心课程教学，同时也是课程思政教学，时政案例引入的主要方式。
情景教学法	创设真实或仿真实训环境，让学生在仿真实训系统中完成任务，从“理论学习”到“实践练习”“静态学习”向“动态学习”转变，提高学习效果。	主要用于《商务礼仪与沟通》《消费者行为分析》《智能客户服务实务》等核心技能课程教学。
任务驱动法	以真实项目为载体，以任务为导向，按照课程对应岗位工作任务要求及流程，在老师指导下，通过探究找到解决学习问题方法、措施，形成师生互动、生生合作的探究式学习氛围。	主要用于《市场调查与分析》《新媒体营销》《品牌策划与推广》《销售与管理》等专业核心课程的技能训练部分。

实训演示	对接岗位工作标准技能标准，教师展示或演示专业技能；对教师的实践技能提出了较高要求，也是教师实践教学水平与精益求精的工匠精神的体现。	主要适用专业核心课程及实践课程的技能训练，比如：调查问卷设计、新媒体营销图文创作、品牌logo设计、商务沟通话术展示、谈判技巧展示等
学法	**特点**	**适用性**
自主学习法	教师下达学习任务并提供参考建议，学生充分利用课程网络资源，自行探究学习，有利于养成良好的学习习惯，提高学习能力。	课前课后的主要学习方式，为课中学习赋能，提高学习效果和满足个性化学习需要。
实训操作（实践）法	利用校内实训室、实训基地或校外实训基地，在教师指导下进行技能训练和岗位实习操作；提高专业技能和实践能力；有效实施差异化指导。	主要用于专业核心课程技能训练和综合实训、岗位实习及毕业设计等实践课程的学习。
小组探究法	问题导向，通过小组讨论、协作，互助学习；调动学生学习的主动性和积极性。	适应所有课程学习；主要用专业课程课前探究、课中讨论及课后拓展提升学习。

（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，对学生的素质、知识、能力进行全面评价评级结果客观真实、全面，有利于发挥学生潜能，提升自信心。为促进学生全面发展，激发学生积极参与教学活动，采取多元增值课内外融通评价的方式，评价内容多维化、评价主体多元化、评价方法多样化。依据不通过的课程采取如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

1. 专业理实一体课程评价

专业理实一体的课程包括专业基础课程与专业核心课程，实施过程评价和成果评价相结合的多元、增值评价（对于学习基础较差的学生，每进步1名或考试考核分数每增加5分，给予一定分数的奖励），鼓励自主学习与小组协作学习。

课程考核内容包括职业素养、专业知识、技能、情感、态度以及成果展示，过程考核与总结考核相结合各占50%，具体考核评价见各专业课程标准，专项技能参考技能考核评分标准及评分细则，比如市场调查与分析，新媒体营销、品牌营销策划等。

3. 实训课程评价

比如市场营销电子沙盘实训课与数字营销实训课，采取过程与平台得分结果相结合的评价方式，占比分别为 60%和 40%，过程评分主要是学习态度与训练过程任务完成情况，结果按照平台得分排名赋分。

4.实习课程评价

实习安排须遵照教育部岗位实习基本要求，严格按照学校、学院相关制度执行，建立岗位实习评价标准，由企业指导老师和校内指导老师进行共同评价，占比分别为 70%和 30%。考核结果分优秀、良好、合格和不合格。

5.毕业设计成绩评价

本专业要求学生以实习单位为背景，结合岗位实习工作任务，进行营销方案设计和营销活动策划，帮助企业解决营销实践问题。毕业设计的成绩评定，依据市场营销专业毕业设计作品标准评价标准要求及答辩要求进行评定，由毕业设计作品成绩和答辩成绩组成，分别占 60%和 40%。依据分数高低定为优秀、良好、合格和不合格四个等级，评测学生市场营销专业综合知识、技能以及营销策划能力、数字营销技术应用能力、分析能力、逻辑思维能力、文字表达能力。

（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 2 所示，专业建设质量监控点见表 20。

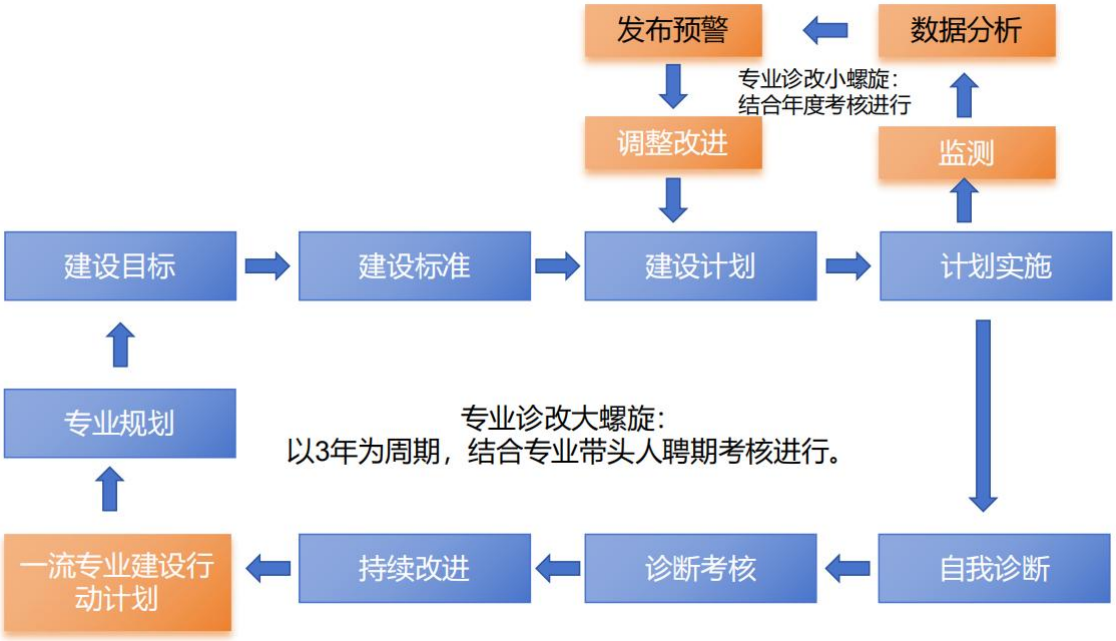


图 2　诊断与改进 8 字螺旋图

表 20 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

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
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	5
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	5
	（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	4
	（20）平均年度在研课题与项目	3	3
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	2
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	1
	（26）专业网络平台建设	≥良好	≥良好
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	≥500
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	≥7000
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	80%
	（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	95
	（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%	≥65%
	（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，副教授以上职称听评课5次，专

业负责人及教研室主任听课评课不少于 10 次；每学期保证有 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，指导专业技能抽考和毕业设计抽考不合格、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、在校生学业水平、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。对贫困学生进行一对一就业指导和就业帮扶

4.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。专业负责人或教研室主任组织优秀专业教学团队，进行岗位人才需求调研、优化课程体系，整合重构教学内容、开发课程资源，开发活页式、手册式新型教材，探索教学方法改革，优化教学组织模式，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

1.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。

2.至少修满 134.5 个学分（其中包括军事理论和军事技能 4 学分，国家安全教育 1 学分、劳动教育 1 学分，毕业设计 1 学分，岗位实习 24 学分）。

3.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。

4.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 1：2024 级专业人才培养方案论证书

附件 2：2024 级专业人才培养方案审批表

附件 3：2024 级专业人才培养方案变更审批表

附件 1：

2024 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	王娜玲	教授	湖南商务职业技术学院	王娜玲
2	罗光辉	高级经济师/董事长	金磨坊食品有限公司（毕业生）	罗光辉
3	曹磊	高级经济师/运营总监	湖南友谊阿波罗股份有限公司（毕业生）	曹磊
4	李萍	高级营销师/销售主管	咿呀实业	李萍
5	杜启平	教授/二级学院院长	长沙商贸旅游职业技术学院	[illegible]
6	甘玲俐	教授/二级学院副院长	长沙商贸旅游职业技术学院	甘玲俐
7	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

论证意见

该人才培养方案，培养目标明确，定位准确，符合行业企业对专业人才的需求。课程设置合理，调研充分，方案编制流程规范，实用性、可操作性强。

专家论证组组长签字：王娜玲

2024 年 7 月 30 日

说明：专业建设委员会由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设指导委员会，需包含 2 名以上的校外专家，由专家论证组组长签署意见，此表填写好扫描后与人才培养方案一并装订。

附件 2：

2024 级 市场营销 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	唐细语 聂裕鹏 王钰 刘冰 严尔韵 余偲偲 周纹雄 黄洪睿（签名）
二级学院意见	（二级学院公章）
学校教学工作委员会意见	该专业人才培养方案符合教育部相关文件精神，培养目标明确，培养规格清晰，课程体系构建合理，专业特色明显，符合职业教育发展需求。（教学工作委员会公章）
校长办公会审定意见	该专业人才培养方案科学可行，审议通过。（学校公章）
校党委会审定意见	审定通过，同意完施。（学校党委公章）

说明：本审批表需签署意见并盖章后扫描与人才培养方案一并装订。

附件 3：

<table>
<tr><td colspan="4">2024 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</td></tr>
<tr><td>申请学院</td><td></td><td>适用年级/专业</td><td></td></tr>
<tr><td>申请时间</td><td></td><td>申请执行时间</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">人才培养方案
调整内容</td><td colspan="3">原方案</td></tr>
<tr><td colspan="3">调整方案</td></tr>
<tr><td>调整原因</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>所在二级学院
（部）意见</td><td colspan="3">二级学院（部）院长/主任（签字盖章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>教务处意见</td><td colspan="3">负责人（签字盖章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>分管副校长
意见</td><td colspan="3">（签字盖章）：
年
月　　日</td></tr>
</table>

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）。