



# 市场营销专业人才培养方案

专业代码： 530605

适用年级： 2025 级

所属院（部）： 商学院

永州职业技术学院

二〇二五年五月

## 制订说明

本方案按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（职成〔2019〕13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）《职业教育专业目录（2021年）》《职业教育专业简介（2022年）》和2025版职业教育市场营销专业教学标准有关要求，在学校《2025级人才培养方案修订工作的指导意见》的指导下，由市场营销专业建设指导委员会进行了论证，分别上报校长办公会和党委会，经会议审议批准同意实施。本方案适用于全日制市场营销专业，自2025年9月开始实施。

### 参与制修订人员

专业负责人：余建平，讲师，教研室主任

参编人员：杨海燕，副教授，专业带头人

屠纯国，副教授，专任教师

张昭宇，讲师，专任教师

彭少华，讲师，专任教师

刘敏，助教，专任教师

郭文君，助教，专任教师

杨胜渊，总经理，湖南中青创飞文化科技有限公司

李青，市场总监，湖南中青创飞文化科技有限公司

李萌，市场总监，湖南德慧控股集团有限公司

盘玲玲，2024届毕业生

黄绍斌，2023级在校生

## 目 录

一、概述.....	5
二、专业名称及代码.....	5
三、入学要求.....	5
四、修业年限.....	5
五、职业面向和职业发展.....	5
(一) 职业面向.....	5
(二) 职业发展路径.....	6
(三) 职业岗位及职业能力分析.....	6
六、培养目标与培养规格.....	7
(一) 培养目标.....	7
(二) 培养规格.....	7
七、课程设置及学时安排.....	9
(一) 课程体系.....	9
(二) 课程设置情况.....	9
(三) 课程设置要求.....	12
八、教学进程总体安排.....	13
(一) 教学活动周进程安排表.....	13
(二) 实践教学安排表.....	14
(三) 课程模块结构表.....	14
(四) 考证安排.....	15
(五) 教学进程安排.....	16
九、实施保障.....	22
(一) 师资队伍.....	22
(二) 教学设施.....	23
(三) 教学资源.....	24
(四) 教学方法.....	25
(五) 学习评价.....	26
(六) 质量管理.....	26
(七) 校外企业实习实训基地.....	27
十、毕业标准和毕业要求.....	29
(一) 毕业标准.....	29
(二) 毕业要求.....	29
十一、附录.....	29
附件 1：市场营销专业课程描述.....	33
附件 2：市场营销专业学分认定与转换表.....	94

---

附件 3：市场营销专业人才培养方案论证意见表 .....	95
附件 4：市场营销专业人才培养方案制（修）订审批表 .....	96
附件 5：市场营销专业教学进程（安排）变更审批表 .....	96

# 市场营销专业人才培养方案

## 一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等岗位（群）的新要求，不断满足数字化转型背景下行业企业市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本校市场营销专业人才培养方案。

本专业旨在培养具有国际化视野、创新思维和实战能力的复合型营销人才，掌握现代市场营销理论、数字营销技术及市场分析工具，具备市场调研、品牌管理、消费者行为分析、商务谈判、数字营销、广告推销策划等核心能力，能够适应数字经济时代企业营销需求，服务于品牌建设、市场拓展及商业创新领域。

## 二、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

## 三、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

## 四、修业年限

三年

## 五、职业面向和职业发展

### （一）职业面向

通过对行业企业走访调研，本专业近几年毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，确定本专业的主要职业面向如下表：

表1 职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别	主要岗位类或 技术领域举例	职业资格证书或 技能等级证书举例
----------------	---------------	--------------	--------	------------------	---------------------

财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业 (F51) 零售业 (F52) 商务服务业 (L72)	营销员 (4-01-02-01) 品牌专业人员 (2-06-07-04) 客户服务管理员 (4-07-02-03) 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 互联网营销师 (4-01-06-02)	营销员、销售 代表、销售业 务主管、客户 服务主管、区 域经理	经济专业技术资格 证书(初级) 数字营销技术应用 (初级/中级) 互联网营销师资格 证书(初级) 网店运营推广 (初级/中级)
--------------------	---------------------	--	--	---	--

## (二) 职业发展路径



初始就业岗位包括:营销员、销售专员、品牌市场专员、客户服务管理员等。

3-5年目标岗位包括:门店店长、销售主管、品牌市场主管、客户服务主管等。

升迁发展岗位包括:销售经理、市场业务经理、客户经理、区域经理等。

## (三) 职业岗位及职业能力分析

表 2 职业岗位及职业能力分析一览表

职业岗位	典型工作任务	岗位能力需求	主要支撑课程
营销员 销售代表	市场信息收集 产品推销 直播营销 品牌推广	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; 4. 品牌的规划、维护、推广。	《销售管理》 《推销实务》 《市场营销基础》 《智能客户服务实务》 《品牌策划与推广》 《直播营销与运营》
门店店长 销售业务 主管 客户服务 主管	门店管理 市场销售与分析 活动策划 客户管理	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。	《销售管理》 《数字营销》 《网店运营推广》 《市场营销基础》 《直播营销与运营》 《智能客户服务实务》 《市场调研与预测》

职业岗位	典型工作任务	岗位能力需求	主要支撑课程
区域经理	销售管理 营销策划 市场开发 品牌运营	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，品牌推广与运营； 4. 业务洽谈，签订相关协议。	《商务谈判》 《销售管理》 《品牌策划与推广》 《智能客户服务实务》 《市场调研与预测》

## 六、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业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，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

### （二）培养规格

#### 1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，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）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感 and 担当精神；

（3）具有维护市场经济安全和营销服务质量意识、有维护消费者权益意识；

（4）具有以社会发展为己任，利用新媒体营销新技术以满足消费者的需求为出发点，为企业实现战略目标积极努力的工匠精神；

（5）具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（6）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

（7）具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养；

(8) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；

(9) 树立国家安全的底线思维，具有自觉维护国家安全的责任和担当意识。

## 2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论知识、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 掌握必备的军事理论知识、心理健康知识、创新创业知识、职业发展与就业指导知识、市场营销专业素养知识；

(3) 掌握市场营销职业技能等级标准以及与本专业相关的法律法规、环境保护和消防安全等知识；

(4) 掌握商品分类与管理的基本知识、理论与方法；

(5) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

(6) 掌握市场调查的方式、方法、流程，抽样调查和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

(7) 掌握营销活动策划和组织的基本内容和方法；

(8) 掌握消费者行为和心理分析的基本内容和分析方法；

(9) 掌握新媒体营销相关的知识和技术要点；

(10) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能。

## 3. 能力

(1) 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

(2) 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

(3) 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

(4) 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

(5) 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、

危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

(6) 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

(7) 具有广告策划、推销、促销的能力；

(8) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

(9) 能够组织实施商品的线上线下推广、客户画像分析、开展新媒体营销、与客户建立关系和销售进行日常管理能力；

(10) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。

## 七、课程设置及学时安排

### (一) 课程体系

本专业课程开设践行专业课程、职业岗位、资格证书相融合的课程设置理念，同时，将德育、美育、劳动教育、军事理论、军事技能、国家安全教育、创新创业、专业技能综合实训、毕业设计、岗位实习贯通到课程设置和实践教学过程之中。课程设置包括公共基础课程和专业课程两大类。

### (二) 课程设置情况

#### 1. 公共基础课程

公共基础课程包括公共基础必修课程和公共基础选修课程，其中公共基础选修课程有限选课程和任选课程。具体开设情况见表 3，公共基础课程描述见附录 1。

表 3 公共基础课程一览表

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例
公共基础课程	思想道德与法治	1	3	48	3	考试	40	8	16.67%
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	3	32	2	考查	28	4	12.50%
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1、2	2	48	3	第二学期考试	40	8	16.67%
	形势与政策	1-6	2	16	1	考查	16	0	0%
	大学英语(1)	1	4	64	4	考试	48	16	25.00%
	大学英语(2)	2	4	64	4	考试	48	16	25.00%

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例
	大学体育(1)	1	2	18	1	考查	2	16	88.89%
	大学体育(2)	2	2	36	2	考查	4	32	88.89%
	大学体育(3)	3	2	36	2	考查	4	32	88.89%
	大学体育(4)	4	2	18	1	考查	2	16	88.88%
	创业基础	2	2	32	2	考查	20	12	37.50%
	大学生职业发展与就业指导 (职业发展部分)	1	2	16	1	考查	10	6	37.50%
	大学生职业发展与就业指导 (就业指导部分)	5	2	16	1	考查	10	6	37.50%
	军事技能	1	2W	112	2	考查	0	112	100%
	军事理论	2	2	36	2	考查	36	0	0%
	心理健康教育	2	2	32	2	考查	26	6	18.75%
	大学生劳动教育	1	2	16	1	考查	8	8	50.00%
	大学美育	2	2	32	2	考查	24	8	25.00%
	大学生入学教育	1	2W	16	1	考查	12	4	25.00%
	AIGC 基础应用	2	2	32	2	考查	16	16	50.00%
	国家安全教育	1	2	16	1	考查	16	0	0%
	岗位实习指导	5	2	16	1	考查	16	0	0%
选修课	信息技术	1	3	48	3	考查	32	16	33.33%
	中华优秀传统文化	4	2	16	1	考查	16	0	0%
	中国共产党党史	2	3	16	1	考查	16	0	0%
	大学语文	1	2	32	2	考查	24	8	25.00%
	高等数学	2	2	32	2	考查	28	4	12.50%
	健康教育	3	1	16	1	考查	12	4	25.00%
	职业素养	4	2	32	2	考查	22	10	31.25%
	地方文化	4	2	16	1	考查	12	4	25.00%
任选课 (3选1)	公共关系与礼仪	3	1	16	1	考查	12	4	25.00%
	创新创业实战	3	1	16	1	考查	12	4	25.00%
	演讲与口才	3	1	16	1	考查	12	4	25.00%

## 2. 专业课程

专业课程包括专业必修课程和专业选修课程，其中专业必修课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，综合实训课程。具体开设情况见表4，专业课程描述见附录1。

表4 专业课程一览表

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例	
专业必修课程	专业基础课程	市场营销基础	1	4	48	3	考试	32	16	33.33%
		经济学基础	1	3	32	2	考查	22	10	31.25%
		商品学基础	1	3	32	2	考查	20	12	37.50%
		管理学基础	2	2	32	2	考查	16	16	50.00%
		消费心理学	2	3	48	3	考试	24	24	50.00%
		统计基础	4	2	32	2	考查	16	16	50.00%
		商务谈判	4	2	32	2	考查	16	16	50.00%
	专业核心课程	市场调研与预测	3	3	48	3	考试	30	18	37.50%
		数字营销	3	3	48	3	考试	24	24	50.00%
		智能客户服务实务	3	3	48	3	考试	30	18	37.50%
		商务礼仪与沟通	3	3	48	3	考试	24	24	50.00%
		销售与管理	3	3	48	3	考试	30	18	37.50%
		商务数据分析与应用	4	3	48	3	考试	30	18	37.50%
		品牌策划与推广	4	3	48	3	考试	30	18	37.50%
	推销实务	4	4	64	4	考试	36	28	43.75%	
	专业拓展课程	新媒体营销文案写作与传播	3	2	16	1	考查	8	8	50.00%
		直播运营与营销	3	2	32	2	考查	16	16	50.00%
		公关与策划	3	3	48	3	考查	32	16	33.33%
		广告理论与实务	4	3	48	3	考试	32	16	33.33%
	综合实训课程	第二课堂社会实践活动				2				
ITMC 沙盘实训		1	30	60	2	考查	0	60	100%	
情境营销技能实训		3	30	30	1	考查	0	30	100%	
商业化项目实训		4	30	30	1	考查	0	30	100%	

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	理论课时	实践课时	实践比例	
	市场营销专业综合模拟实训	5	30	30	1	考查	0	30	100%	
	市场营销专业综合技能实训	5	30	60	2	考查	0	60	100%	
	毕业设计	5	30	60	2	考查	0	60	100%	
	岗位实习	5, 6	24	576	24	考查	0	576	100%	
专业选修课程	专业选修课程	分销渠道管理	4	2	32	2	考查	16	16	50.00%
		电子商务	4	2	32	2	考查	16	16	50.00%
		微商概论	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%
		人力资源管理	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%
		短视频运营推广	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%
		网络营销	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%
		网店运营推广	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%
		图像处理与平面设计	5	4	32	2	考查	16	16	50.00%

### （三）课程设置要求

1. 课程体系构建：公共基础课程应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。专业课程应遵循职业岗位、资格证书相融合的理念，将德育、美育、劳动教育等多元教育元素，贯穿于课程设置与实践教学全程。形成公共基础课程与专业课程相辅相成的有机体系，全方位助力学生综合素养与专业能力提升。

#### 2. 公共基础课程要求：

（1）必修课：涵盖思想政治、语言、体育、军事、心理健康、劳动教育等基础领域。如“思想道德与法治”“大学英语”“大学体育”等课程，为学生筑牢思想根基，提升语言交流与身体素质，培养良好品德与健康心理，使其具备基本人文素养与职业发展基础。

（2）选修课：分限选与任选。限选课程如“信息技术”“中华优秀传统文化”等，拓展学生知识视野，增强信息素养与文化底蕴；任选课程从“公共关系与礼仪”“创新创业实战”“演讲与口才”中三选一，着重培养学生沟通表达与社交礼仪能力，以适应不同职业场景需求。

### 3. 专业课程要求：

(1) 专业基础课程：市场营销基础、经济学基础、管理学基础等课程先行开设，搭建专业知识框架，传授市场营销基本原理、经济管理基础理论等，为后续深入学习专业知识奠定基础。

(2) 专业核心课程：聚焦数字营销、销售管理、消费心理学、客户服务、商务数据分析、商务谈判等核心领域，如数字营销、市场调研与预测等课程，通过理论与实践结合，培养学生在品牌推广、营销策划、销售管理、客户管理、商务谈判等关键岗位的实操能力。

(3) 专业拓展课程：像新媒体营销文案写作与传播、直播运营与营销、广告理论与实务等，顺应行业发展趋势，拓展学生新兴营销领域知识与技能，提升其在新媒体营销、直播电商等前沿业务的竞争力。

(4) 综合实训课程：通过 ITMC 沙盘实训、情境营销技能实训、商业化项目实训、专业综合模拟与技能实训、毕业设计、岗位实习等环节，强化学生综合运用专业知识解决实际问题的能力，积累丰富实战经验，无缝对接就业岗位。

(5) 专业选修课程：开设电子商务、短视频运营推广、网店运营推广、微商概论等多门课程，学生可依据个人兴趣与职业规划自主选择，进一步深化专业知识，拓宽职业发展路径，满足个性化发展需求。

## 八、教学进程总体安排

### (一) 教学活动周进程安排表

表 5 教学活动周进程安排表

单位：周

分类 学期	理实一体 教学	实践实训	入学教育 与军训	岗位实习	考试	机动	合计
第一学期	14	2	2		1	1	20
第二学期	18				1	1	20
第三学期	17	1			1	1	20
第四学期	17	1			1	1	20
第五学期	8	5		5	1	1	20
第六学期				19		1	20
总计	75	8	2	24	5	6	120

## (二) 实践教学安排表

表 6 实践教学安排表

单位：周

序号	名称	总周数	第一学年		第二学年		第三学年		备注
			1	2	3	4	5	6	
			1	第二课堂社会实践活动					
2	军事技能	2	2						
3	ITMC 沙盘实训	2	2						
4	情境营销技能实训	1			1				
5	商业化项目实训	1				1			
6	市场营销专业综合模拟实训	1					1		
7	市场营销专业综合技能实训	2					2		
8	毕业设计	2					2		
9	岗位实习	24					5	19	
总计		35	4	0	1	1	10	19	

## (三) 课程模块结构表

表 7 课程模块结构表

课程类别	课程门数	学分结构		学时结构					
		学分	占总学分比例	学时数			占总学时比例		
				合计	理论	实践	理论	实践	
必修课程	公共基础课程	17	41	27.71%	752	426	326	15.49%	11.85%
	专业课程	27	85	57.43%	1646	468	1178	17.02%	42.84%
	小计	44	126	85.14%	2398	894	1504	32.51%	54.69%
选修课程	公共基础课程	9	14	9.45%	224	174	50	6.33%	1.81%
	专业课程	4	8	5.41%	128	64	64	2.33%	2.33%
	小计	13	22	14.86%	352	238	114	8.66%	4.14%
合计		57	148	100%	2750	1132	1618	41.17%	58.83%

备注：①总学时数 2750，其中实践学时数 1618，占总学时比例为 58.83%。②公共基础课程学时数 976，占总学时比例为 35.49%。③选修课程学时数 352，占总学时比例为 12.80%。

#### （四）考证安排

1. 根据专业就业岗位分析，确定该专业必须取得和可以取得的职业资格证书的种类和级别；
2. 对相应职业资格证书要求的知识、技能、态度进行分析，融入课程体系及课程中作为课程的目标、任务；
3. 采用单独考核模式或课程考核与职业资格证书考核统一。

表 8 职业资格证书考证一览表

序号	职业资格证书	拟考学期	对应课程	开设学期
1	全国计算机等级考级（一级）	2	《信息技术》	1
2	全国高等学校英语应用能力考试（A 级）	2	《大学英语》	1、2
3	经济专业技术资格证书（初级）	4	《经济学基础》	1
			《管理学基础》	2
4	数字营销技术应用技能证书（初级/中级）	5	《数字营销》	3
			《市场调研与预测》	2
			《直播运营与营销》	3
			《网络营销》	5
5	互联网营销师资格证书（初级）	5	《数字营销》	3
			《直播运营与营销》	3
			《电子商务》	5
6	网店运营推广资格证书（初级/中级）	5	《信息技术》	1
			《商务数据分析与应用》	3
			《网店运营推广》	5

## (五) 教学进程安排

表 9 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注		
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六			
											20周	20周	20周	20周	20周	20周			
公共基础课程	公共基础必修课程	1	思想道德与法治	24G010001	3	48	40	8	必修	考试	B	3							
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	24G010003	2	32	28	4	必修	考查	B		3						
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	24G010002	3	48	40	8	必修	考试	B	2	2						总学时48,分1、2学期开设,第一学期20课时,第二学期28课时,第二学期考试
		4	形势与政策	24G010004	1	16	16	0	必修	考查	A	4	4	2	2	2	2		分第1-6学期上,与《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》同课表授课,第1、2学期各4学时,第3、4、5、6学期每期2学时时事讲座。
		5	大学英语(1)	24G020002_1	4	64	48	16	必修	考试	B	4							
			大学英语(2)	24G020002_2	4	64	48	16	必修	考试	B		4						
		6	大学体育(1)	24G020003_1	1	18	2	16	必修	考查	B	2							
			大学体育(2)	24G020003_2	2	36	4	32	必修	考查	B		2						
			大学体育(3)	24G020003_3	2	36	4	32	必修	考查	B			2					
			大学体育(4)	24G020003_4	1	18	2	16	必修	考查	B				2				

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	7	创业基础	24G040002	2	32	20	12	必修	考查	B		2						
	8	大学生职业发展与就业指导（职业发展部分）	24G040001_1	1	16	10	6	必修	考查	B	2							
		大学生职业发展与就业指导（就业指导部分）	24G040001_2	1	16	10	6	必修	考查	B					2			
公共基础课程	公共基础必修课程	9	军事技能	24G000001	2	112	0	112	必修	考查	C	2W						第2.3周
		10	军事理论	24G020011	2	36	36	0	必修	考查	A		2					
		11	心理健康教育	24G010006	2	32	26	6	必修	考查	B		2					
		12	大学生劳动教育	24G020005	1	16	8	8	必修	考查	B	2						
		13	大学美育	24G020004	2	32	24	8	必修	考查	B		2					
		14	大学生入学教育	24G000002	1	16	12	4	必修	考查	B	2						讲座
		15	AIGC 基础应用	24G100002	2	32	16	16	必修	考查	B		2					
		16	国家安全教育	24G020009	1	16	16	0	必修	考查	A	2						讲座
		17	岗位实习指导	24G000003	1	16	16	0	必修	考查	A					2		
			公共基础必修课程小计			41	752	426	326									
	公共选	1	信息技术	24G100001	3	48	32	16	限选	考查	B	3						
		2	中华优秀传统文化	24G020017	1	16	16	0	限选	考查	A				2		线上教学	

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注			
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六				
											20周	20周	20周	20周	20周	20周				
修课程	3	中国共产党党史	24X010005	1	16	16	0	限选	考查	A		3						与《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》同课表授课。		
	4	大学语文	24G020001	2	32	24	8	限选	考查	B	2									
	5	高等数学	24G020007	2	32	28	4	限选	考查	B		2								
	6	健康教育	24X060007	1	16	12	4	限选	考查	B			1							
	7	职业素养	24X080609	2	32	22	10	限选	考查	B				2						
	8	地方文化	24X120116	1	16	12	4	限选	考查	B				2						
	9	公共关系与礼仪	24G020008	1	16	12	4	任选 (3选1)	考查	B			1						线上教学	
		创新创业实战	24G040003																	
		演讲与口才	24G020014																	
公共选修课程小计				14	224	174	50													
公共基础课程合计				55	976	600	376													
专业课程	专业必修课程	专业基础课程	1	市场营销基础	24Z080401	3	48	32	16	必修	考试	B	4							
			2	经济学基础	24Z080102	2	32	22	10	必修	考试	B	3							
			3	商品学基础	24Z080405	2	32	20	12	必修	考试	B	3							
			4	管理学基础	24Z080109	2	32	16	16	必修	考试	B		2						
			5	消费心理学	24Z080420	3	48	24	24	必修	考试	B		3						

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	6	统计基础	24Z080110	2	32	16	16	必修	考试	B				2				
	7	商务谈判	24Z080416	2	32	16	16	必修	考试	B				2				
	专业基础课程小计				16	256	146	110										
专业课程	专业必修课程	专业核心课程	1	市场调研与预测	24Z080415	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			2	数字营销	24Z080407	3	48	24	24	必修	考试	B			3			
			3	智能客户服务实务	24Z080412	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			4	商务礼仪与沟通	24Z080410	3	48	24	24	必修	考试	B			3			
			5	销售与管理	24Z080409	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			6	商务数据分析与应用	24Z080411	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			7	品牌策划与推广	24Z080414	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			8	推销实务	24Z080402	4	64	36	28	必修	考试	B			4			
			专业核心课程小计				25	400	234	166								
		专业拓展课程	1	新媒体营销文案写作与传播	24Z080403	1	16	8	8	必修	考查	B			2			1-8周上课
2			直播运营与营销	24Z080413	2	32	16	16	必修	考查	B			2				
3			公关与策划	24Z080418	3	48	32	16	必修	考查	B			3				

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	4	广告理论与实务	24Z080417	3	48	32	16	必修	考试	B				3				
<b>专业拓展课程小计</b>				<b>9</b>	<b>144</b>	<b>88</b>	<b>56</b>											
专业必修课程	1	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。													
	2	ITMC 沙盘实训	24S080401	2	60	0	60	必修	考查	C	2w							
	3	情境营销技能实训	24S080407	1	30	0	30	必修	考查	C			1w					
	4	商业化项目实训	24S080405	1	30	0	30	必修	考查	C				1w				
	5	市场营销专业综合模拟实训	24S080403	1	30	0	30	必修	考查	C					1w			
	6	市场营销专业综合技能实训	24S080404	2	60	0	60	必修	考查	C					2w			
	7	毕业设计	24G000005	2	60	0	60	必修	考查	C					2W			
	8	岗位实习	24G000004	24	576	0	576	必修	考查	C					5W	19W	周学时 24 节	
	<b>综合实训课程小计</b>				<b>35</b>	<b>846</b>	<b>0</b>	<b>846</b>										
	<b>专业必修课程小计</b>				<b>85</b>	<b>1646</b>	<b>468</b>	<b>1178</b>										
专业选修课程	1	分销渠道管理	24X080406	2	32	16	16	选修	考查	B				2			二选一	
	2	电子商务	24X080404	2	32	16	16	选修	考查	B				2				
	3	微商概论	24X080405	2	32	16	16	选修	考查	B					4		二选一	

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
	4	人力资源管理	24X080301	2	32	16	16	选修	考查	B					4		
	5	短视频运营推广	24X080410	2	32	16	16	选修	考查	B					4		二选一
	6	网络营销	24X080408	2	32	16	16	选修	考查	B					4		
	7	网店运营推广	24X080407	2	32	16	16	选修	考查	B					4		二选一
	8	图像处理与平面设计	24X080411	2	32	16	16	选修	考查	B					4		
<b>专业选修课程小计</b>				<b>8</b>	<b>128</b>	<b>64</b>	<b>64</b>										
<b>专业课程合计</b>				<b>93</b>	<b>1774</b>	<b>532</b>	<b>1242</b>										
<b>总计</b>				<b>148</b>	<b>2750</b>	<b>1132</b>	<b>1618</b>										

注：

1. 每学期教学活动周为 20 周，其中机动 1 周，期末考试总结 1 周，新生 1-3 周为入学、军训及入学教育（安全教育）周。
2. 课程类型：A 代表纯理论课、B 代表（理论+实践）、C 代表纯实践课。
3. 大学入学教育内容包含安全教育、禁毒教育和艾滋病教育等。

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

市场营销专业师资队伍应涵盖专业课教师、实习指导教师和企业兼职教师，结构优良，师资力量雄厚。学生数与专任教师数比例达到 18:1，“双师型”教师占比 61%以上，具有高级专业技术职称（职务）或相关高级以上职业资格考试的教师占 54%以上，形成合理的梯队结构。已形成合理的梯队结构。

表 10 师资队伍结构一览表

师资队伍结构		比例
专兼比	专任教师	69%
	兼职教师	31%
学历结构	硕士研究生及以上	54%
	本科	46%
职称结构	副教授及以上	54%
	讲师及助教	46%
年龄结构	35 岁以下	38%
	35 岁-44 岁	30%
	45 岁以上	30%
双师型教师		61%
学生数与专任教师数		18: 1

#### 2. 专业带头人

配备专业带头人 1 人。具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

#### 3. 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水

平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

#### 4. 兼职教师

主要从相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验。具有中级及以上专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导、毕业设计、学生职业发展规划指导等教学任务。

## （二）教学设施

### 1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有互联网接入或WIFI环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内实训室基本条件及建议

现有市场营销综合技能实训室（商务谈判室）1间、商务谈判室准备室2间、市场营销多媒体实训室1间、电子商务实训室1间、市场营销模拟实训室1间。配备ERP沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件等相关设备设施，目前基本能满足市场营销类专业课程的教学需求。校内实训基地建设见表11。

建议还需建设新媒体营销综合实训室1间，增加微格教室2间。

表 11 校内实训、实验室配置一览表

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
1	市场营销专业综合技能实训室	工位数：40个；面积：50 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 1. 商务谈判桌一张。椅子15把 2. 商品陈列架六个，陈列专业技能抽考题库中所列商品。 3. 配备投影仪一套（含音响、电脑） 4. 计时器一台	1. 模拟产品推销 2. 模拟品牌策划与推广 3. 模拟谈判	《品牌策划与推广》 《销售与管理》 《推销实务》 《商务谈判》 《商品学基础》
2	商务综合实训室	工位数：40个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 1. 电脑4台	1. 模拟商务谈判前准备 2. 模拟客户服务	《市场调研与预测》 《智能客户服务实务》

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
		2. 桌子 8 张，椅子 32 张 3. 打印机 2 台 4. 挂钟 2 台。	务	《商务礼仪与沟通》 《商务谈判》
3	市场营销多媒体实训室	工位数：40 个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 1. 电脑 40 台 2. 布线、机柜 1 套 3. 网络交换机 3 台 4. 电子教室系统 1 套 5. 市场营销专业技能抽考试题库 1 套 6. 打印机 1 台	1. 公关策划实训 2. 广告策划实训 3. 营销策划实训 4. 市场调研实训	《广告理论与实务》 《市场营销基础》 《市场调研与预测》 《销售与管理》 《公关与策划》
4	新媒体营销实训室	工位数：40 个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 1. 电脑 40 台 2. 布线、机柜 1 套 3. 网络交换机 3 台 4. 电子教室系统 1 套 5. 电子商务教学实验系统 1 套 6. 数字广告营销实训系统软件 1 套	1. 网页制作与营销网站建设 2. 网络营销工具应用 3. 网店运营及直播营销	《商务数据分析与应用》 《网店运营推广》 《直播运营与营销》 《市场营销基础》 《电子商务》 《数字营销》 《网络营销》
5	市场营销模拟实训室	工位数：40 个；面积：30 m <sup>2</sup> 。 设备配置： 装有 ERP 沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件的电脑 40 台。	在模拟环境下进行直销、批发、零售等市场营销活动。	《市场营销综合实训》

### （三）教学资源

#### 1. 教材的选用与开发

按照国家规定选用国家“十三五”/“十四五”规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等优质教材，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，每年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材。教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。鼓励使用与市场营销专业教学资源库配套的新形态一体化教材。保证教材内容更有利于培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。

#### 2. 图书文献配备

(1) 图书文献配备与专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。

(2) 图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

按照市场营销专业人才培养要求，图书馆图书文献应该能满足人才培养、专业建设及教学科研需求，方便师生查询、借阅。

### 3. 数字教学资源配置

(1) 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。

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样，使用便捷。

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新以满足教学。

表 12 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	<a href="https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homepage/homepage.html">https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homepage/homepage.html</a>	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。
2	微知库	<a href="http://smzyk.36ve.com/home/project-homepage?projectId=889">http://smzyk.36ve.com/home/project-homepage?projectId=889</a>	
3	超星	<a href="http://passport2.chaoxing.com/login">http://passport2.chaoxing.com/login</a>	

## (四) 教学方法

1. 适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色、教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的变革。

2. 改变传统的教学模式，可采用线上线下混合式教学、理实一体化教学等，坚持学中做、做中学。改革教学方法、手段，通过智慧教育、教育信息化2.0行动计划，将现代信息技术运用到教学过程中，提升师生信息化素养。

3. 注意传统的教学方法、手段与现代信息技术的结合，要明白使用目的，要根据教学目的、内容、物质条件、学生实际等，合理选择，恰当运用，掌握其精髓，切忌生搬硬套。在教学中，教师不应仅传授知识和技能，更重要的是教会学生主动

学习和掌握知识、能力和方法。因此，应注重所选用的教法是否充分调动学生的积极性和主动性，达到最佳教学效果，完成教学目的。教学方法可采用多种，如讲授法、讨论法、演示法、自学辅导法、情景模拟法，角色扮演法等。既可以采用单一的方法，也可以是几种方法的综合运用。

4. 以学生为中心，普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序。培养学生终身学习习惯，充分利用智慧职教平台及其优质资源，学生自主学习资源库中学历课程、培训课程、MOOC，学习在线精品开放课程。

### （五）学习评价

1. 评价原则。采取多元评价方式，过程性评价与终结性评价相结合，考核内容与职业岗位要求相结合，知识能力与职业素质评价相结合。改革评价模式，把线上、线下评价结合起来，加强过程评价，使线上、线下评价促进混合式教学开展，促进学生学学习。

2. 评价方式。包括过程性考核和终结性考核及学分互换的考核评价方式，根据教学和学生实际制定考核办法，不同的学习内容，考核方式、计分方法可不同。

（1）过程性考核：成绩占 30%~40%，考核内容包括课堂纪律、上课态度及作业完成情况、资源库自主学习等，不合格则不能参加下一考核。

（2）终结性考核：成绩占 60%~70%，根据课程标准进行考核，采用口试、笔试（开、闭卷）等形式进行。

（3）学分互换：获得表 8 中相关职业资格证书和技能等级证书，可转换学分，最多转换 6 学分，仅限于表 8 中职业资格证书和技能等级证书相对应的课程。

### （六）质量管理

建立健全覆盖校院两级，全员、全过程、全方位育人的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 学校和二级学院建立专业建设和教学过程质量监控机制，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

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。

2. 学校、二级学院及专业完善教学管理机制，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。

3. 落实国家教育部“高等职业学校市场营销类专业岗位实习标准”。

4. 学校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。

5. 市场营销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。

6. 岗位实习管理：实行校外单位与学校双重管理，以校外单位管理为主，必须遵守校外单位、学校的制度。校外单位根据专业实习大纲，安排学生实训、实习。对重大问题，学校及时与校外单位取得联系，必要时到校外单位现场解决问题。学校每年度对校外学习情况进行1~2次检查，了解学生的表现和校外单位带教情况，妥善解决一些实际性问题。

### （七）校外企业实习实训基地

1. 具有稳定的校外实训基地，能够提供市场营销专业开展实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

2. 具有稳定的校外实习基地且分布合理，能提供市场营销专业实习岗位，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 12 校外实训、实习基地一览表

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
1	永州高博士孕婴童连锁	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、客户服务实训、网络营销、直播推销、岗位实习、毕业实习	20

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
2	东风日产永州高翔店	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场调研与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
3	湖南中榜集团	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、网络营销、营销策划、电子商务、岗位实习、毕业实习	20
4	湖南永州申湘汽车有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场调研与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
5	永州零陵春天广场	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、营销策划、岗位实习、毕业实习	30
6	湖南禹小白创业服务有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、营销策划、岗位实习、毕业实习	25
7	永州中环地产公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，推销实训、营销策划、岗位实习、毕业实习	25
8	永州每天酒业直营店	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，直播推销、营销策划、岗位实习、毕业实习	10
9	永州市香年壹佰贸易有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
10	永州玖玖华安租车服务有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15

## 十、毕业标准和毕业要求

### （一）毕业标准

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

### （二）毕业要求

1. 思想政治：在籍期间学生政治思想行为表现合格、身心健康，无违法犯罪行为。
2. 学分标准：修完规定的所有课程全部内容，修满 148 学分、2750 学时，成绩合格。
3. 毕业设计：按要求完成毕业设计且成绩合格。
4. 实习时间：按要求完成相应的实习任务，且成绩合格。
5. 原则上取得一个或以上与专业相关的职业资格证书或职业技能等级证书。
6. 无未取消的纪律处分。符合学院其他制度规定的毕业要求。

## 十一、附录

附件 1：市场营销专业课程描述

附件 2：市场营销专业学分认定与转换表

附件 3：市场营销专业人才培养方案论证意见表

附件 4：市场营销专业人才培养方案制（修）订审批表

附件 5：市场营销专业教学进程（安排）变更审批表



# 目 录

附件 1：市场营销专业课程描述 .....	33
一、公共基础课程 .....	33
(一) 公共基础必修课程 .....	33
1. 《思想道德与法治》 .....	33
2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 .....	34
3. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 .....	35
4. 《形势与政策》 .....	37
5. 《大学英语》 .....	38
6. 《大学体育》 .....	39
7. 《创业基础》 .....	40
8. 《大学生职业发展与就业指导》 .....	42
9. 《军事技能》 .....	43
10. 《军事理论》 .....	44
11. 《心理健康教育》 .....	45
12. 《大学生劳动教育》 .....	47
13. 《大学美育》 .....	48
14. 《大学生入学教育》 .....	49
15. 《AIGC 基础应用》 .....	49
16. 《国家安全教育》 .....	49
17. 《岗位实习指导》 .....	51
(二) 公共基础选修课程 .....	52
1. 《信息技术》 .....	52
2. 《中华优秀传统文化》 .....	53
3. 《中国共产党党史》 .....	54
4. 《大学语文》 .....	55
5. 《高等数学》 .....	56
6. 《健康教育》 .....	59
7. 《职业素养》 .....	57
8. 《地方文化》 .....	59
9. 《公共关系与礼仪》 .....	60
10. 《演讲与口才》 .....	60
二、专业课程 .....	61
(一) 专业基础课程 .....	61
1. 《市场营销基础》 .....	61
2. 《经济学基础》 .....	62
3. 《商品学基础》 .....	63
4. 《管理学基础》 .....	64
5. 《消费心理学》 .....	65

6. 《统计基础》 .....	66
7. 《商务谈判》 .....	67
<b>(二) 专业核心课程</b> .....	<b>68</b>
1. 《市场调研与预测》 .....	68
2. 《数字营销》 .....	69
3. 《智能客户服务实务》 .....	70
4. 《商务礼仪与沟通》 .....	71
5. 《销售与管理》 .....	72
6. 《商务数据分析与应用》 .....	73
7. 《品牌策划与推广》 .....	74
8. 《推销实务》 .....	75
<b>(三) 专业拓展课程</b> .....	<b>76</b>
1. 《新媒体营销文案写作与传播》 .....	76
2. 《直播运营与营销》 .....	77
3. 《公关与策划》 .....	78
4. 《广告理论与实务》 .....	79
<b>(四) 综合实训课程</b> .....	<b>79</b>
1. 《第二课堂社会实践活动》 .....	79
2. 《ITMC 沙盘实训》 .....	80
3. 《情境营销技能实训》 .....	81
4. 《商业化项目实训》 .....	82
5. 《市场营销专业综合模拟实训》 .....	82
6. 《市场营销专业综合技能实训》 .....	83
7. 《毕业设计》 .....	84
8. 《岗位实习》 .....	85
<b>(五) 专业选修课程</b> .....	<b>86</b>
1. 《分销渠道管理》 .....	86
2. 《电子商务》 .....	87
3. 《微商概论》 .....	88
4. 《人力资源管理》 .....	89
5. 《短视频运营推广》 .....	90
6. 《网络营销》 .....	91
7. 《网店运营推广》 .....	92
8. 《图像处理与平面设计》 .....	93
<b>附件 2: 市场营销专业学分认定与转换表</b> .....	<b>94</b>
<b>附件 3: 市场营销专业人才培养方案论证意见表</b> .....	<b>95</b>
<b>附件 4: 市场营销专业人才培养方案制(修)订审批表</b> .....	<b>96</b>
<b>附件 5: 市场营销专业教学进程(安排)变更审批表</b> .....	<b>96</b>

## 附件 1：市场营销专业课程描述

### 一、公共基础课程

#### (一) 公共基础必修课程

##### 1. 《思想道德与法治》

课程代码	24G010001	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	48
理论学时	40	实践学时	8
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 提高思想政治素质、道德素质和法律素质；</p> <p>(2) 树立科学的世界观、人生观、价值观，培养积极进取的人生态度；</p> <p>(3) 坚定马克思主义理想信念，勇担民族复兴大任；</p> <p>(4) 培育爱国主义精神和家国情怀，做新时代忠诚的爱国者；</p> <p>(5) 提升道德品格，提升道德素养，积极践行社会主义核心价值观；</p> <p>(6) 培育法治精神，增强法治素养，自觉尊法、学法、守法、用法。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握担当民族复兴大任、成就时代新人的基本要求。</p> <p>(2) 掌握世界观、人生观和价值观的基本知识。</p> <p>(3) 理解理想信念的基本内涵和实践要求。</p> <p>(4) 理解中国梦的内涵和实现途径，领悟实现中国梦必须弘扬中国精神、凝聚中国力量。</p> <p>(5) 掌握社会主义核心价值观的基本内容和实践要求。</p> <p>(6) 理解社会主义道德的核心与原则，掌握社会主义道德规范的基本内容和实践要求。</p> <p>(7) 认知和践行中华民族传统美德、中国革命道德，理解弘扬民族传统美德和革命道德的时代价值。</p> <p>(8) 认识社会主义法律的本质和特征，了解尊重和维护宪法、法律权威的基本要求，深刻领悟习近平法治思想。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提升辨别是非、美丑、善恶的能力；</p> <p>(2) 提升正确把握人生方向、正确处理理想与现实的关系的能力；</p> <p>(3) 提升践行社会主义核心价值观和公民道德规范要求的能力；</p> <p>(4) 提升自觉尊法、学法、守法、用法的能力。</p>		
	课程内容	<p>本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观教育。主要内容包括把握正确的人生方向、追求远大理想、坚定崇高信念，传承优良传统、弘扬中国精神、培育和践行社会主义核心价值观，遵守道德规范、锤炼道德品质，提升法治素养、尊重和维护宪法权威等。帮助大学生提升思想道德素质和法治素质，成</p>	

	长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。
教学要求	<p><b>1. 教师要求:</b> 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底, 遵守高校教师职业道德规范。</p> <p><b>2. 教学方法:</b> 综合运用多种教学方法, 如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组研讨式教学、沉浸式体验教学等, 引导学生自主和研究性学习。注重利用地域红色资源、各种纪念馆、社区开展丰富实践教学。充分利用各种技术平台, 如职教云慕课学院的在线课程等, 实现线上线下教学相结合, 增强教学实效。采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《思想道德与法治》。</p> <p><b>3. 教学评价:</b> 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 30%, 终结性考核成绩占 70%。</p> <p><b>4. 思政育人:</b> 全面落实立德树人根本任务, 围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题, 遵循学生思想政治教育基本规律, 通过对开展学生开展思想道德教育和法治教育, 实现为党育人, 为国育才的教育目标。</p>

## 2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程代码	24G010003	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期(开 11 周)	总学时	32
理论学时	28	实践学时	4
周学时	3	教学周数	11
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 增强马克思主义理论素养和思想政治素质。</p> <p>(2) 坚定理想信念, 坚定“四个自信”。</p> <p>(3) 立强国志, 立志为实现民族伟大复兴而奋斗, 勇担民族复兴时代重任。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 理解中国共产党在革命和建设时期把马克思主义普遍真理与中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合产生的中国化时代化的马克思主义。</p> <p>(2) 了解毛泽东思想的历史背景、形成过程和主要内容, 理解毛泽东思想在中国革命和建设中的重要地位和作用。</p> <p>(3) 掌握中国特色社会主义理论体系的形成和发展过程。</p> <p>(4) 掌握邓小平理论首要问题和理论精髓, 主要内容及其历史地位。</p> <p>(5) 掌握“三个代表”重要思想的核心观点, 主要内容及其历史地位。</p> <p>(6) 理解科学发展观的内涵, 把握科学发展观主要内容及其历史地位。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提高运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>(2) 提高战略思维、创新思维、辩证思维、底线思维、历史思维等能力。</p> <p>(3) 提升理论联系实际的能力。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程主要内容为毛泽东思想的形成和发展，及其在中国革命和建设中的重要历史地位；新民主主义革命理论形成的依据，新民主主义革命总路线和基本纲领，新民主主义革命道路和基本经验；从新民主主义到社会主义的转变，社会主义改造道路和历史经验，社会主义基本制度在中国的确立；社会主义建设道路初步探索的重要理论成果及其意义；中国特色社会主义理论体系形成发展的社会历史条件及过程；邓小平理论首要的基本的理论问题和精髓，及其主要内容和历史地位；“三个代表”重要思想的核心观点、主要内容及其历史地位；科学发展观的主要内容和历史地位。
<b>教学要求</b>	1. <b>教师要求：</b> 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。 2. <b>教学方法：</b> 采用理论与实践相结合、线上与线下相结合、课堂讲授与小组研讨相结合的多种教学模式，注重利用好改革开放以来取得的伟大成就、先进案例、特色社区建设 开展丰富实践教学。充分利用各种技术平台，如职教云慕课学院的在线课程等，实现线上 线下教学相结合，增强教学实效。采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材的《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》教材。 3. <b>教学评价：</b> 本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中过程性考核占总成绩 30%，终结性考核占 70%。 4. <b>思政育人：</b> 全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过阐释马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，实现为党育人，为国育才的教育目标。

### 3. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》

<b>课程代码</b>	24G010002		<b>课程性质</b>	公共必修课程	
<b>开设学期</b>	第 1、2 学期		<b>总学时</b>	48	一学期 20 学时 二学期 28 学时
<b>理论学时</b>	40	一学期 18 学时 二学期 22 学时	<b>实践学时</b>	8	一学期 2 学时 二学期 6 学时
<b>周学时</b>	2		<b>教学周数</b>	24	一学期 10 周 二学期 14 周
<b>课程学分</b>	3		<b>考核方式</b>	第二学期考试	
<b>课程目标</b>	1. <b>素质目标</b> （1）深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，指导实践； （2）厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中，勇担民族复兴 的时代大任； （3）提高学生的思想政治素养和政治理论水平，促进学生全面发展。 2. <b>知识目标</b>				

	<p>(1) 理解习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求；</p> <p>(2) 把握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义；</p> <p>(3) 领会习近平新时代中国特色社会主义思想的人民至上、崇高信仰、历史自觉、问题导向、斗争精神、天下情怀等理论品格和思想风范；</p> <p>(4) 深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想中贯穿的马克思主义立场、观点、方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提升理解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想内涵和实践要求的能力；</p> <p>(2) 能够运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题，增强政治敏锐性和政治鉴别力；</p> <p>(3) 贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略，提升实现中华民族伟大复兴中国梦的实践能力。</p>
<p><b>课程内容</b></p>	<p>本课程教学内容全面系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的理论基础、时代背景、主题、理论贡献，以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等。从理论和实践的相结合上科学回答了新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义，建设什么样的社会主义现代化强国、怎样建设社会主义现代化强国，建设什么样的长期执政的马克思主义政党、怎样建设长期执政的马克思主义政党等重大时代课题。主要内容包括“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”、“六个必须坚持”等。</p> <p>通过对上述内容的学习，帮助大学生系统的掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学、思、用贯通，知、信、行统一。</p>
<p><b>教学要求</b></p>	<p><b>1. 教师要求：</b>教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>综合运用启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组讨论式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习。注重利用党的十八大以来取得的重大成就、先进榜样、特色社区建设开展丰富实践教学。充分利用各种技术平台，如职教云慕课学院的在线课程等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效。采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过对开展习近平新时代中国特色社会主义思想教育，实现为党育人，为国育才的教育目标。</p>

## 4. 《形势与政策》

课程代码	24G010004	课程性质	公共必修课程	
开设学期	1-6 学期	总学时	16	
理论学时	16	实践学时	0	
周学时	2	教学周数	8	1-2 学期各 2 周 3-6 学期各 1 周
课程学分	1	考核方式	考查（第二学期）	
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 培养学生的政治素质，认真贯彻党的路线、方针、政策，与党中央保持高度一致。</p> <p>(2) 引导学生理性分析和看待社会热点问题，增强学生的社会责任感和使命感。</p> <p>(3) 引导大学生牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，成为堪当民族复兴大任的时代新人。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 帮助学生及时了解和正确认识国内外时事热点；</p> <p>(2) 了解和掌握党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施；</p> <p>(3) 了解当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国的对外政策、原则立场。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 培养学生观察社会形势问题敏锐的洞察力；</p> <p>(2) 培养学生处理、应对复杂社会问题的能力，提升学生的综合素质；</p> <p>(3) 提高学生分析国内外时事热点问题的能力；</p> <p>(4) 提高学生对党和国家重大方针政策的理解能力和实践能力。</p>			
课程内容	<p>本课程教学内容主要为宣传党的大政方针，教育和引导大学生正确认识世情、国情、党情，正确认识和理解党的路线，方针、政策，增强大学生贯彻党的路线、方针、政策的自觉性。围绕党的建设、经济社会发展、港台事务、国际形势和外交政策等开展教学，讲座部分主要结合国家重大会议精神、重大时事、重大方针政策等开展教学。每学期具体教学内容依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”制定。</p> <p>教学内容体现动态性、时效性，及时掌握党和国家面临的新形势、新任务，引导学生用马克思主义立场、观点和方法分析时事热点、国内外重大事件。</p>			
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>教师应具有正确的政治立场，关心国内外时事，视野开阔，具有良好的思想政治素养。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>要注重教学方法创新，灵活采用课堂讲授、专题讲座、研讨式学习等多种教学形式开展教学。教材选用中宣部时事杂志社发行的《时事报告（大学生版）》。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程采用过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中过程性考核占总成绩 30%，终结性考核占 70%。</p>			

4. 思政育人：把牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”贯穿教学全过程，培养担当民族复兴大任的时代新人。

### 5. 《大学英语》

课程代码	24G020002-1 24G020002-2	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1、2 学期	总学时	128
理论学时	96	实践学时	32
周学时	4	教学周数	32
课程学分	8	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 热爱祖国，践行社会主义核心价值观；</p> <p>(2) 具有健全的人格和道德品质、社会责任意识、职业规范意识审美意识等；</p> <p>(3) 发展职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善等四个核心素养。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 词汇知识：掌握约 3000 个英语常用词汇，包括新学 500 个左右新单词和一定数量的短语；</p> <p>(2) 语法知识：掌握英语语法知识，如非谓语动词、英语时态、虚拟语气、主被动语态、从句等；</p> <p>(3) 语篇知识：理解听到、读到或看到的语篇，根据不懂情境，进行得体、有效的交际；</p> <p>(4) 用知识：掌握日常情境中语言运用知识、进行中外职场文化和企业文化类比。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 具备职场中运用英语进行有效沟通的能力，包括理解技能、表达技能和互动技能；</p> <p>(2) 具备语言思辨能力，能正确对待语言文化及其价值观的差异；</p> <p>(3) 具备自主学习的能力。</p>		
课程内容	<p>课程内容涵盖三大主题类别：职业与个人、职业与社会、职业与环境。包括英语听说、阅读、语法和写作四大板块内容：</p> <p>(1) 基础知识：包含基础口语和听力；</p> <p>(2) 基础阅读：包含国内外优秀的阅读素材；</p> <p>(3) 基础写作：职场和生活中主要的应用文写作题材；</p> <p>(4) 文化知识：中西文化中重要节日、习俗和优秀文化。</p>		
教学要求	<p>1. 【课程思政】将中国历史上故事、人物事迹穿插进入教学任务，通过教学任务培养职场涉外沟通、多元文化交流等核心素养，培养爱国主义情感、社会责任意识、职业规范意识审美意识等。</p> <p>2. 【教师要求】教师应具有一定英语理论等相关知识、对高职学生的认知规律及身心发展特点有一定的了解和掌握，能正确对待语言的文化差异，具备</p>		

英语思维和多元文化交流的能力。 3. 【教学场地】多媒体教室。 4. 【教学方法与手段】课程教学坚持“立德树人”的指导思想，采用任务驱动法、项目导向法、案例教学法、翻转课堂教学法等对接学生未来职业需求，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。 5. 【教学评价】采用过程性评价和结果性评价相结合的考核评价方式。其中过程考核占70%，理论知识考核（期末考试）占30%，汇总得出课程整体成绩。重点在于考查学生的学习态度、课堂的参与度及相关英语知识掌握情况。
---

## 6. 《大学体育》

课程代码	24G020003-1 24G020003-2 24G020003-3 24G020003-4	课程性质	公共必修课程
开设学期	第1、2、3、4学期	总学时	108
理论学时	12	实践学时	96
周学时	2	教学周数	第1学期9周 第2学期18周 第3学期18周 第4学期9周
课程学分	6	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 身体素质：提高耐力、力量、柔韧性及协调性，增强体能，促进身体健康。</p> <p>(2) 心理素质：培养积极乐观的生活态度，提升情绪调控能力，建立自信心，克服心理障碍。</p> <p>(3) 团队协作：通过团队项目培养合作精神、集体荣誉感及协调能力。</p> <p>(4) 体育道德：理解体育道德的重要性，自觉遵守规则，维护公平竞赛精神。</p> <p>(5) 终身体育意识：形成自觉锻炼的习惯，为终身健康打下基础。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 运动科学理论：掌握运动解剖学、生理学、营养学基础知识，了解人体运动机制及营养需求。</p> <p>(2) 健康生活方式：学习科学锻炼方法、运动损伤预防与急救知识，理解健康行为与环境的关联。</p> <p>(3) 体育文化：了解体育史、奥林匹克精神及体育赛事规则，提升体育文化素养。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 运动技能：熟练掌握至少两项运动技能，具备制定个人锻炼计划的能</p>		

	<p>力。</p> <p>(2) 实践应用：运用理论知识科学参与运动，评估体质健康，调整锻炼方案。</p> <p>(3) 自我评价：监测运动效果，通过体质测试评估自身进步。</p> <p>(4) 社会适应：在团队运动中展现领导力与协作能力，处理竞争与合作关系。</p>
课程内容	<p>(1) 基础理论</p> <p>(2) 田径运动</p> <p>(3) 篮球</p> <p>(4) 排球</p> <p>(5) 足球</p> <p>(6) 乒乓球</p> <p>(7) 羽毛球</p> <p>(8) 武术</p> <p>(9) 形体运动</p> <p>(10) 职业体能</p>
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>体育教师要主动自觉学习学校各专业人才培养方案，在强化培养人才职能的基础上，逐步加强学校体育科学研究的职能和社会服务（含为专业、企事业单位）的职能，开展经常性的科学研究和教育教学研究，不断推广优秀教学成果。教师间要相互学习交流，发挥教学团队作用，形成课程建设特色，争创精品课程。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>教学方法要讲究个性化和多样化，将运动知识技能的传授与终身体育习惯的养成、体育文化的传承与职业素质素养的养成有机统一。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>运动技能考核 60%+平时考核 40%</p> <p><b>4. 思政育人：</b>大学体育课程思政育人通过“价值-精神-文化-模式”的立体渗透，使体育运动成为塑造灵魂的“无字之书”。其本质在于：让汗水浸润思想，用规则丈量品格，以传统照亮未来，最终实现“强体”与“铸魂”的双向奔赴。</p>

## 7. 《创业基础》

课程代码	24G040002	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	20	实践学时	12
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 逐步形成创业者的企业家思维；</p> <p>(2) 激发学生的善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识；</p> <p>(3) 形成学生挑战自我、承受挫折、坚持不懈的意志品质；</p> <p>(4) 培养学生遵纪守法、诚实守信、善于合作的职业操守；</p> <p>(5) 强化创造价值、服务国家、服务人民的社会责任感。</p>		

	<p><b>2. 知识目标</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 理解创业与职业生涯发展的关系；</li> <li>(2) 掌握开展创新、创业活动所需要的基本知识；</li> <li>(3) 掌握创新思维提升的具体方法；</li> <li>(4) 掌握创业资源整合的方法；</li> <li>(5) 掌握商业模式设计的步骤和具体内容；</li> <li>(6) 掌握简要创业计划书及路演 ppt 的撰写方法。</li> </ul> <p><b>3. 能力目标</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 能够辩证的认识和分析创新创业者，梳理创新创业所需要的精神与能力；</li> <li>(2) 能够运用创造性思维来发现、识别新的创业机会；</li> <li>(3) 能够组建和管理项目团队，通过创业教育培育提高创业素质和能力；</li> <li>(4) 能够灵活采用创新创意方法完成创意方案、设计创新产品，完成产品原型制作；</li> <li>(5) 能够针对产品设计商业模式、整合创业资源；</li> <li>(6) 能够撰写并展示创业计划。</li> </ul>
<p><b>课程内容</b></p>	<p>教学内容主要包括：创业与人生，创业者与创业团队，创业机会的识别与评价，创业风险的识别与控制，商业模式及其设计与创新，创业资源与创业融资，创业计划，新企业的创办与管理，社会创业与内部创业等九个教学单元。</p>
<p><b>教学要求</b></p>	<p><b>1. 教师要求：</b>任课教师需具备良好的职业道德和社会责任心，具备丰富的创新创业理论知识与一定的实践能力，能严格执行课程标准，正确讲解本课程知识要点，能引导与控制课堂学生活动，对学生进行公正评价。具有“双师”结构的教学团队，老中青年龄梯度、学缘结构合理。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>在教学过程中，除传统的以讲授为主的教学法外，积极配合使用案例分析、小组活动、分组讨论、角色扮演、头脑风暴、商业游戏、仿真模拟等创新教学方法，重点营造和谐的学习环境，使学生发现自己的兴趣所在，在实践中学习，与他人产生互动，与他人分享经验与经历，确保学生积极参与整个学习过程，使学生能够根据自身需求选择学习策略，表达自己的感受，培养自信心并果断决策，培养学生的合作意识，帮助学生获得最大限度的收获。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（注重参与性）总成绩的40%与终结评价（注重商务性）总成绩的60%相结合。</p> <p>（1）过程考核包含出勤率、参与讨论积极性、项目论证深度广度，各占权重为20%、10%、10%。过程考核为40%+理论考核60%（考核内容主要为创业项目的商业价值、商业模式的可行性、商业计划的质量；考核方式主要为：作品展示、模拟演练等）。（2）结课考核：平时40%+作品60%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以国家创新驱动战略为指引，引导学生将创业理想与国家发展需求紧密结合，培养“实业兴邦”的使命感，挖掘中华优秀传统文化中的商业智慧（如晋商、徽商精神），传承文化基因，培养文化自信与时代使命感，强化爱国精神、奉献精神，强调创业活动需遵循市场规律和伦理规范，强调底线意识。</p>

## 8. 《大学生职业发展与就业指导》

课程代码	24G040001_1 24G040001_2	课程性质	公共必修课程
开设学期	职业发展部分第1学期 就业指导部分第5学期	总学时	32
理论学时	10+10	实践学时	6+6
周学时	2	教学周数	8+8
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 使学生树立职业生涯发展的自主意识；</p> <p>(2) 树立积极正确的就业观；</p> <p>(3) 把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业、就业与创业的概念和意识；</p> <p>(4) 培养职业素质，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力；</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 使学生充分了解职业、产业和行业，了解当前我国的职业、行业 and 产业的发展趋势，了解我国大学生的整体就业形势，了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质。</p> <p>(2) 使学生掌握三大理论——帕森斯的特质因素论、霍兰德的职业类型论、舒伯的职业发展理论。</p> <p>(3) 使学生清晰全面地认识自己的性格、兴趣、知识、技能、生理、心理特点对职业性格的影响，准确把握目标职业的特性；了解职业性格与职业的关系，掌握职业性格的测量，掌握职业生涯规划方法和职业发展路途设计步骤等。</p> <p>(4) 使学生了解职业素养的内涵及基本构成，掌握专业知识训练和职业技能训练的方法。</p> <p>(5) 使学生了解就业信息的收集途经、求职材料的组成，了解笔试和面试的类型和特点，掌握求职简历的制作和面试的技巧。</p> <p>(6) 使学生了解学生在就业过程中的权利和义务，了解劳动合同法的内容，了解维护自身合法权益的途经和方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 培养学生自我探索能力，独立思考和勇于创新的能力。树立信心，掌握信息搜索与管理能力、生涯决策能力、和维护自身的合法权益的能力等。</p> <p>(2) 提高学生的各种通用技能，比如表达沟通能力、人际交往能力、分析判断能力、解决问题能力、学习和创新能力、团队协作能力、组织管理能力、应变能力等。</p> <p>(3) 培养学生职业生涯规划的能力、制作简历的能力、应对求职面试的能力等求职的能力。</p>		
	课程	教学内容主要包括：职业发展与就业趋势、职业生涯规划的重要理论、大学生职业生涯规划、职业测量的内容及方法、职业化和职业素质、求职材	

内 容	料的准备、求职之笔试、面试技巧、就业权益与保护等八个教学单元。
教 学 要 求	<p><b>1. 教师要求：</b>任课教师需熟悉职业生涯规划与就业指导的理论知识与实践方法，责任感强、团结协作精神好，能严格执行课程标准，正确讲解本课程知识要点，能引导与控制课堂学生活动，对学生进行公正评价；具有“双师”结构的教师团队，老中青年龄梯度、学缘结构合理。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>理论课教学：除传统的以讲授为主的教学法外，积极运用结合案例分析、小组讨论、师生互动、角色扮演、社会调查、活动训练等方法充分调动学生的积极性，强化整体教学训练效果，结合实际，帮助大学生解决现实问题，注重培养学生进行情商修炼和素质拓展； 实践课教学：主要通过正反两方面典型案例分析、人才市场考察、企业调研、聘请就业指导专家及企业人力资源部负责人专题讲座等形式进行，因地制宜，创造性地开展训练和指导，注重加强课堂训练和课外指导的结合，保证就业指导的训练时间，注重团体指导与个体指导有机结合，强调有针对性地个别指导。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（任务考评）总成绩的40%与终结评价（结课考核）总成绩的60%相结合。过程考核包含平时作业、课堂实践、课堂出勤及学习态度等项目，各占权重为10%、20%、10%。（1）过程考核为40%+理论考核60%（考核内容主要为学业生涯规划书、自我认知分析报告、简历制作、面试技巧、职业生涯规划书；考核方式主要为：大型作业、模拟演练等）。（2）结课考核：平时40%+作品60%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持知识传授与价值引领相结合，运用可以培养大学生理想信念、价值取向、政治信仰、社会责任的题材与内容，全面提高大学生缘事析理、明辨是非的能力，让学生成为德才兼备、全面发展的人才。</p>

## 9. 《军事技能》

课程代码	24G000001	课程性质	公共必修课程
开设学期	第1学期	总学时	112
理论学时	0	实践学时	112
课程学分	2	考核方式	考查
课 程 目 标	<p>本课程是高职院校公共基础必修课程之一。该课程以《高等学校学生军事训练教学大纲》为教学依托，引导学生了解我国军事前沿信息，掌握正确的队列训练和阅兵分列式训练方法，规范学生整理内务的标准；通过理论学习，增强学生对人民军队的热爱，培养学生的爱国热情，增强民族自信心和自豪感；在理论与实践相结合中，进一步提高学生的集体行动规范性和组织纪律性，调动学生参与活动的积极性，培养学生的集体荣誉感和团队协作能力。</p> <p><b>1. 素质目标</b> 军事技能训练时间为2—3周，实际训练时间不得少于14天。在组织军事技能训练时，要以中国人民解放军的条令、条例为依据，严格训练，严格要</p>		

	<p>求，培养学生良好的军事素质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 对国防概述、国防法制、国防建设、武装力量、国防动员、我国安全环境、国际战略格局、军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化装备有较清醒地了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 通过学习，达到和平时期积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。</p>
课程内容	<p>本课程教学内容包括军事前沿信息、队列和体能训练、内务整理、日常管理、素质拓展训练等，旨在增强学生的国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，培养吃苦耐劳精神，促进学生综合素质的全面提高。</p>
教学要求	<p>在训练过程中要坚持“理论够用即可，突出实际讲练”的原则，以培养学生吃苦耐劳，一切行动听指挥为训练根本目的，在训练中理解军事强国的重要性，以缅怀先烈，不忘初心为中心贯穿整个教学过程，上好爱国主义教育入学实践课。</p> <p>本课程以学生出勤情况、参加训练完成情况、军训态度、遵守纪律情况、参加各项活动及理论学习情况、内务考试作为考核成绩的依据。</p>

## 10. 《军事理论》

课程代码	24G020011	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	36
理论学时	36	实践学时	0
周学时	2	教学周数	18
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 树立正确的国防观，激发学生的爱国热情，增强学生国防意识。</p> <p>(2) 使学生树立科学的战争观和方法论。</p> <p>(3) 提升学生防间保密意识；深刻认识当前我国面临的安全形势，增强学生的忧患意识。</p> <p>(4) 使学生树立打赢信息化战争的信心。</p> <p>(5) 激发学生学习高科技的积极性。</p> <p>(6) 让学生懂得，作为当代大学生，是国家国防后备力量的重要建设者，也是国家事业的建设者和保护者。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 理解国防内涵和国防历史；了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就；熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容。</p> <p>(2) 了解军事思想的内涵和形成与发展历程，了解外国代表性军事思想，熟悉我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容。</p> <p>(3) 正确把握和认识国家安全的内涵，理解我国总体国家安全观；了解世界</p>		

	<p>主要国家军事力量及战略动向。</p> <p>(4) 了解战争内涵、特点、发展历程，理解新军事革命的内涵和发展演变，掌握机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势。</p> <p>(5) 了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响，熟悉世界主要国家信息化装备的发展情况。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 通过研究经典战例、国际安全局势，培养学生运用军事理论分析现实问题的能力。</p> <p>(2) 引导学生关注全球军事格局变化，理解大国博弈背后的战略逻辑，培养危机意识与战略视野。</p> <p>(3) 树立正确战争观，辩证看待战争与和平的关系，反对霸权主义，倡导人类命运共同体理念。</p> <p>(4) 分析不同国家的国防政策（如中美俄军事战略差异），拓宽国际视野。</p>
<p>课程内容</p>	<p>(1) 中国国防</p> <p>(2) 国家安全</p> <p>(3) 军事思想</p> <p>(4) 现代战争</p> <p>(5) 信息化装备</p>
<p>教学要求</p>	<p><b>1. 教师要求：</b>具有较扎实的理论知识，责任感强、团结协作精神好；要与时俱进，努力提高自己的政治、业务素养；学校应当有目的、有计划地安排教师定期接受教育培训，不断完善他们的知识结构、能力结构，逐步提高学历水平，从而提高师资队伍的整体水平，以适应高职高专军事理论教育发展的需要。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>一方面使用传统的讲授形式对学生进行基本知识的教育，另一方面积极尝试使用探究式、引导式等教学方法有目的地引领学生对相关问题进行准备、思考和课堂交流，在此过程中培养其独立思考和团队协作的能力，而在对问题的设计中又有针对性地牵引学生关注与国家安全相关的话题，在潜移默化中培养其爱国主义情感。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>期末考查 60%+平时考核 40%</p> <p><b>4. 思政育人：</b>军事理论课程的思政效能，源于历史—现实—未来的三重逻辑：以史为鉴培育危机感，立足当下厚植家国情怀，面向未来激发强军使命。通过价值引领、方法创新与制度保障，课程不仅传递军事知识，更塑造了一批具备国防担当的时代新人，实现了知识传授与价值引领的深度融合。</p>

### 11. 《心理健康教育》

课程代码	24G010006	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	26	实践学时	6
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查

<p>课程目标</p>	<p><b>1. 素质目标</b> 探索自我。通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 知己纳己。通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学生的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 调适自我。通过本课程的教学，使学生具备心理调适技能及心理发展技能，如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能等，并以“自助助人”为目标，将各种心理调适技能运用到未来的生活和工作中。</p>
<p>课程内容</p>	<p>按照高职高专学生人才培养要求，基于工作和学习任务，《心理健康教育》课程学习按照新生乍到、察己知人、我爱交往、识别心魔、干预危机五个工作/学习模块、11个典型工作任务/学习单元设计。</p> <p><b>模块一：新生乍到。</b>了解心理健康的重要性，掌握健康的含义，掌握大学生心理健康的评价标准。了解心理问题的方式和求助途径。对自我的心理健康状况进行正确的评判。</p> <p><b>模块二：察己知人。</b>明晰自我意识的含义，了解大学生自我意识的特点和矛盾，掌握培养积极自我意识的策略和方法。了解什么是情绪，认识大学生常见的情绪困扰，认识自我情绪特点，初步掌握情绪调控的原则和方法。了解自己的性格特征，学会分析人的气质，掌握塑造健全人格的方法，促进人格的健康发展。</p> <p><b>模块三：我爱交往。</b>明晰人际交往和人际关系的含义，初步掌握人际吸引因素和人际交往中的心理效应，了解大学生人际交往中常见的心理问题，掌握构建良好人际关系的策略和技巧。使学生认识爱情的本质，了解爱情的心理结构、健康的爱情，树立正确的恋爱观，培养爱的能力。</p> <p><b>模块四：识别心魔。</b>使学生能够分辨正常心理与异常心理的区别，熟悉常见心理障碍的分类和常见心理症状的识别，了解预防干预心理问题的方法。</p> <p><b>模块五：干预危机。</b>让学生理解生命的意义和珍贵，识别大学生各种不同心理危机和表现，掌握心理危机干预原则和步骤，学习面对危机时的自我调整方法。消除学生对心理咨询的误解，让她们了解心理咨询、接受心理咨询理念、了解心理咨询流程，了解心理咨询的求助途径。</p>
<p>教学要求</p>	<p>(1) 心理健康教育课程教学全面落实立德树人的根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育的根本问题，遵循学生心理发展规律，面向全体学生，以整体目标为核心，结合学院大一年级自身特点和大一学生普遍存在的诸如学校适应问题、自我认识问题、人际关系处理问题、异性交往问题等设计课程内容，充分体现课程的整体性、灵活性和开放性；</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操，遵守高校教师职业道德规范，要求专兼职教师均需获得国家级心理咨询师证，专职教师需持续在学</p>

	院心理健康中心兼职学生心理咨询工作； (3) 本课程倡导活动型的教学模式，教师应根据具体目标、内容、条件、资源以及学生专业和层次的不同，结合教学实际，选用并创设丰富多彩的活动形式，以活动为载体，使学生在教师的引领下，通过参与、合作、感知、体验、分享等方式，在同伴之间相互反馈和分享的过程中获得成长。教学过程综合运用多种教学方法，如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组讨论式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习； (4) 充分利用各种技术平台，如智慧职教云课堂等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效； (5) 采用“十四五”职业教育国家规划或省编《心理健康教育》教材； (6) 本课程实行过程性考核占总成绩 40%和终结性考核占总成绩 60%相结合的考核评价方式。
--	--

## 12. 《大学生劳动教育》

课程代码	24G020005	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	16
理论学时	8	实践学时	8
周学时	2	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查
课程 目 标	<p><b>1. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握劳动的概念、意义与价值；</p> <p>(2) 掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神内涵；</p> <p>(3) 熟知劳动工具、设备、设施使用原理；</p> <p>(4) 掌握服务性劳动意义、原则、注意事项；</p> <p>(5) 掌握与劳动相关的主要法律法规与劳动安全常识。</p> <p><b>2. 能力目标</b></p> <p>(1) 能认识劳动重要性；</p> <p>(2) 能在实践中自觉培育劳动精神、弘扬劳模精神、践行工匠精神；</p> <p>(3) 熟练进行衣、食、住、行等日常生活劳动操作；</p> <p>(4) 能自行策划并有序开展服务性劳动；</p> <p>(5) 能利用劳动法律法规维护自身劳动合法权益。</p> <p><b>3. 素质目标</b></p> <p>(1) 增强劳动意识、劳动情感、劳动意志；</p> <p>(2) 树立科学劳动价值观，弘扬劳模精神，培育职业品质，传承工匠精神；</p> <p>(3) 培育整洁有序的良好生活习惯，培育节能环保意识；</p> <p>(4) 培育奉献意识和为社会服务的责任感；</p> <p>(5) 具备正确的劳动安全观，具有一定的劳动防范能力。</p>		
课程 内 容	本课程内容包括劳动认知、劳动品质、劳动技能、劳动保障，以实践育人为载体，将教学内容划分为认识劳动、劳动精神、劳模精神、工匠精神、日常生活劳动、服务性劳动、生产劳动、劳动保障等 8 个模块。		

<b>教学要求</b>	<p><b>1. 教师要求：</b>注重培育学生的劳动实践能力，以体力劳动和创造性劳动为主体，强化实践体验，提升育人实效性。在系统的理论知识学习之外，有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，让学生接受锻炼、磨炼意志，培养学生正确的劳动价值观、良好的劳动习惯与劳动品质。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>本课程采用讲授法、小组讨论、案例分析、情景模拟、实践演示、小组竞赛、操作体验等教学方法。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>课程考核以过程性评价、终结性评价和增值性评价相结合。其中，过程性评价占总成绩 60%（含课堂活动、校内外劳动实践），终结性评价占总成绩 30%（期末考试），增值评价占总成绩 10%（竞赛获奖等），注重过程性与学习性投入，强调参与度评价权重。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以劳动教育为纽带深化“三全育人”，将社会主义核心价值观融入劳动实践全链条。通过劳动主题思政课、劳模精神宣讲、红色劳动文化传承等形式，引导学生理解“劳动托起中国梦”的深刻内涵，培育家国情怀与责任担当。</p>
-------------	--

### 13. 《大学美育》

课程代码	24G020004	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	24	实践学时	8
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 提升学生的人文素养，促进全面发展；</p> <p>(2) 培养学生正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操；</p> <p>(3) 增强学生的文化主体意识，树立文化自信。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握美的概念、本质与特征，美的表现形式及分类；</p> <p>(2) 掌握自然美、生活美、艺术美、科技美的特征及鉴赏方法；</p> <p>(3) 掌握参与艺术表现、创意实践的方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 能理解自然、生活、艺术、科技等领域的文化内涵；</p> <p>(2) 能感知和鉴赏自然、生活、艺术、科技等领域的美；</p> <p>(3) 能参与美育实践活动，具备一定程度的艺术表现和创意实践能力。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程教学内容包括美的内涵、审美范畴、审美意识与心理、艺术审美、职业审美、社会审美等。以审美活动为载体，将教学内容分为美育导论、绘画艺术、书法艺术、建筑艺术、音乐艺术、诗歌艺术、新媒体艺术、职业美育、人生之美等 11 个模块。		
<b>教学</b>	<p><b>1. 教师要求：</b>教师需具备扎实的美学、艺术学理论基础。教学经验丰富，能够灵活运用多种教学方法，引导学生积极参与课堂。具备良好的沟通与指导</p>		

<b>要求</b>	<p>能力，能及时解答学生在学习过程中的疑问，鼓励学生创新实践。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>采用混合式教学模式，线上课程注重美育知识讲授，线下课程注重美感体验和美育实践。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，其中在线课程学习占总成绩 40%，线下考核占 60%（含过程性考核、结果性考核、增值性评价）。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>以“涵养德性，浸润心灵”为双主线，精选中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的经典案例，突出思政育人。</p>
-----------	--

#### 14. 《大学生入学教育》

<b>课程代码</b>	24G000002	<b>课程性质</b>	公共必修课程
<b>开设学期</b>	第 1 学期	<b>总学时</b>	16
<b>理论学时</b>	12	<b>实践学时</b>	4
<b>课程学分</b>	1	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	本课程是高职院校公共基础必修课程之一。大学生入学教育是指新生入学后，学校根据培养目标，针对学生的思想、学习、生活、心理、纪律安全等方面的变化开展的一系列工作，旨在引导大学生深刻认识变化了的环境并能迅速适应。新生入学教育的效果直接关系到学生能否顺利完成从中学到大学的转变，关系到学生在大学里能否顺利成长并成为社会需要的人才。新生入学教育是大学学习成功的基础。		
<b>课程内容</b>	本课程主要内容包括大学认识、大学与高中的不同之处、高职教育、大学生消费、大学生与网络、大学生人际交往、大学生恋爱。大学生学习考试及大学生自我管理等内容。		
<b>教学要求</b>	教学过程以讲座为主要形式，深入浅出的介绍大学及大学生活与学习，利用实际案例引入提高学生兴趣，促使大学生尽快适应大学生活和大学学习，促进大学生人际交往能力的提高和角色转变，促进大学生尽快熟悉大学管理制度，培养他们良好的组织纪律性和生活自理能力，激发他们爱国爱校的集体主义观念，要求教师将思想政治教育摆在入学教育的第一位，将入学教育贯彻落实社会主义核心价值观，培养学生的社会责任感，引导他们开展职业生涯规划，提升大学生就业竞争力和发展潜力，提高大学生的人文素养，开创高校新生入学教育工作新局面。		

#### 15. 《AIGC 基础应用》

<b>课程代码</b>	24G100002	<b>课程性质</b>	公共必修课程
<b>开设学期</b>	第 2 学期	<b>授课学时</b>	32
<b>理论学时</b>	16	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课</b>	了解人工智能生成内容（AIGC）的核心概念与技术体系，掌握 AIGC 工		

<b>程 目 标</b>	<p>具的基础操作与应用逻辑，能够熟练运用主流 AIGC 平台完成文本、图像、音频等内容的生成与优化。理解 AIGC 技术架构（如生成对抗网络、大模型等），识别不同应用场景下的技术适配方案。能够结合行业需求设计简单的 AIGC 应用流程，解决内容生成中的常见问题（如提示词优化、模型调参等）；具备多模态内容生成能力，能根据实际需求选择合适的 AIGC 工具完成创意表达与功能实现。培养学生科技伦理意识，在内容生成中遵守知识产权与数据安全规范；激发创新思维与跨学科融合能力，关注 AIGC 技术对社会公平、文化传承等领域的影响；提升数字化时代的信息素养，形成理性使用 AIGC 工具的职业习惯。</p>
<b>课 程 内 容</b>	<p>基础部分内容包括 AIGC 技术起源与核心概念（人工智能生成内容定义、发展历程、技术分类）；基础技术原理（生成对抗网络 GANs、大型语言模型 LLMs、Transformer 架构等）；主流工具入门（文本生成工具如 ChatGPT、豆包，图像生成工具如 DALL-E、MidJourney）；提示词设计基础（角色设定、任务分解、格式规范）；伦理与安全基础（数据隐私保护、算法偏见识别、内容合规性审查）。</p> <p>进阶部分内容包括多模态生成技术（文生图、图生文、视频生成基础）；大模型应用实践（微调模型、领域适配、API 调用）；行业场景应用（教育领域的智能教案生成、医疗领域的辅助诊断报告生成、电商领域的营销文案生成）；项目实战（完整 AIGC 应用流程设计，如“乡村农产品电商推广方案”：从产品描述生成到短视频制作全流程）；前沿趋势（AIGC 与元宇宙、数字孪生等技术的融合探索）。</p>
<b>教 学 要 求</b>	<p>采用“案例驱动教学法”，结合真实行业场景（如智能客服对话设计、非遗文化数字内容创作）拆解技术要点；推行“项目式学习”，以小组为单位完成从需求分析到成果展示的完整 AIGC 应用项目；重视伦理教育，在实践中融入数据安全、版权归属等案例讨论。课程考核采用“过程性考核（40%）+ 终结性考核（60%）”结合的方式。任课教师应具备计算机专业技术背景（如自然语言处理、机器学习等领域实践经验），熟悉主流工具的技术特性与行业应用案例；具备课程思政意识，能将科技伦理、社会责任感等素养目标融入教学案例；掌握数字化教学工具，能有效引导学生进行实践创新。</p>

## 16. 《国家安全教育》

课程代码	24G020009	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	16
理论学时	16	实践学时	0
周学时	2	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查

课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观；</p> <p>(2) 培养学生素质，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；</p> <p>(2) 理解中国特色国家安全体系；</p> <p>(3) 树立国家安全底线思维，强化责任担当。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 全面增强大学生的国家安全意识；</p> <p>(2) 将国家安全意识转化为自觉行动；</p> <p>(3) 提升维护国家安全能力。</p>
课程内容	<p>(1) 总体国家安全观；(2) 政治安全；(3) 国土安全</p> <p>(4) 军事安全；(5) 经济安全；(6) 文化安全；</p> <p>(7) 社会安全；(8) 科技安全；(9) 网络安全；</p> <p>(10) 生态安全；(11) 资源安全；(12) 核安全；</p> <p>(13) 海外利益安全；(14) 新型领域安全。</p>
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>具有较扎实的理论知识，责任感强、团结协作精神好；要与时俱进，努力提高自己的政治、业务素养；学校应当有目的、有计划地安排教师定期接受教育培训，不断完善他们的知识结构、能力结构，逐步提高学历水平，从而提高师资队伍的整体水平，以适应高职高专国家安全教育发展的需要。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>一方面使用传统的讲授形式对学生进行基本知识的教育，另一方面积极尝试使用探究式、引导式等教学方法有目的地引领学生对相关问题进行准备、思考和课堂交流，在此过程中培养其独立思考和团队协作的能力，而在对问题的设计中又有针对性地牵引学生关注与国家安全相关的话题，在潜移默化中培养其爱国主义情感。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>期末考查 60%+平时考核 40%</p> <p><b>4. 思政育人：</b>国家安全教育课程的思政效能，源于价值—知识—实践的三重螺旋结构：以价值引领树立底线思维，以知识融合打破认知盲区，以实践浸润强化责任担当。通过制度保障与战略视野拓展，课程不仅培养“知安”的理性认知，更塑造“护安”的行动自觉，最终实现思政育人的“入耳、入脑、入心”。</p>

### 17. 《岗位实习指导》

课程代码	24G000003	课程性质	公共必修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	16
理论学时	16	实践学时	0
课程学分	1	考核方式	考查
课程	引导学生正确认识岗位实习，了解岗位实习的整个过程，明确岗位实习的关键环节和努力方向，学会在岗位实习中保障自身的权益，帮助学生提前		

<b>目标</b>	规划好实习期间的实习任务、实习目标，为岗位实习阶段的学习奠定良好的基础。
<b>课程内容</b>	认知立意、学情分析、筹划准备、过程管理、目标管理、平台建设、权益保障、考核评价。
<b>教学要求</b>	《高职学生岗位实习指导》采用模块式教学模式，课程团队成员应具有一定的实习管理教学经验。学习评价突出以课堂出勤、课堂表现、岗位实习规划等为主的过程考核，过程考核在总评成绩中占比达 60%。

## (二) 公共基础选修课程

### 1. 《信息技术》

课程代码	24G100001	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	48
理论学时	32	实践学时	16
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p>高等职业教育专科信息技术课程是各专业学生必修或限定选修的公共基础课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。</p> <p><b>1. 素质目标：</b></p> <p>(1) 培养学生尊重科学、应用科学的意识。</p> <p>(2) 培养学生的科学学习态度，激发学生的想象力和探索精神。</p> <p>(3) 培养学生分析问题和解决问题的能力。</p> <p>4. 培养学生的创新意识和相互协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标：</b></p> <p>(1) 了解信息技术的发展、特点和用途，掌握信息与数据、信息系统与信息社会的关系，掌握信息安全、搜索引擎、在线学习的定义。</p> <p>(2) 掌握云计算的概念、云计算的特性，了解云计算的部署模式、云计算的服务类型、云计算的关键技术、熟悉云计算的应用领域、了解云计算的发展历程和典型的云计算平台。</p> <p>(3) 掌握大数据的概念，熟悉常见的数据单位换算，了解大数据的特征、大数据的关键技术、大数据的应用领域、大数据的发展历程。</p> <p>(4) 掌握人工智能的概念、了解人工智能关键技术、人工智能的发展阶段、了解人工智能的应用领域、了解典型 AI 平台。</p> <p>(5) 掌握 Windows 的基本操作，文件管理功能，系统的设置，熟悉计算机网络的概念、构成和分类，掌握 IE 浏览器的使用和收发电子邮件。</p> <p>(6) 熟悉 Word 的功能和窗口界面，掌握 Word 字处理软件的基本操作、排版、</p>		

	<p>制表及表格处理、绘图及图文混排、邮件合并、打印 Word 文档。</p> <p>(7) 熟悉 Excel 的功能和窗口界面，掌握 Excel 的基本操作、公式和函数、工作表的格式化、图表的建立以及数据管理的使用。</p> <p>(8) 熟悉 PowerPoint 的功能和窗口界面，掌握 PowerPoint 的基本操作、演示文稿的格式化和可视化演示技术、打印演示文稿。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 掌握 Windows 的基本操作及系统的设置、IE 浏览器的使用和收发电子邮件。</p> <p>(2) 掌握 Word 字处理软件的功能及使用技术。</p> <p>(3) 掌握 Excel 电子表格处理软件的功能及使用技术。</p> <p>(4) 掌握 PowerPoint 演示文稿的功能及使用技术。</p> <p>(5) 具备较强的信息安全意识与防护能力，能有效维护信息活动中个人、他人的合法权益和公共信息安全的能力。</p>
课程 内容	<p>本课程的主要内容包括计算机基础知识、操作系统应用、文字处理、电子表格处理、演示文稿制作、计算机网络及应用、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任。</p>
教学 要求	<p><b>教学方法与手段：</b>落实立德树人根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在纷繁复杂的信息社会环境中能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。建议在实训室开展理实一体化教学，着重培养信息技术实际操作能力；采用项目驱动、案例（任务）驱动、讲练结合等教学方法，提升课堂教学效率；利用《信息技术》在线课程资源，采用线上线下混合式教学模式，拓宽教学时空。重点培养学生信息技术实际操作能力，理解数字化学习环境、数字化资源和工具、信息系统的特点，能熟练使用各种软件工具、信息系统对信息进行加工、处理和展示交流，促进学生信息技术技能与专业能力融合发展奠定基础；注重提升学生应用信息技术解决问题的综合能力，培养创新意识，使学生能将信息技术创新应用于日常生活、学习和工作中。</p> <p><b>教材：</b>重点选用国家规划、国家级优秀、省级优秀等高质量教材，要能体现先进职业教育教学理念和现代信息技术发展趋势，注重以真实项目、典型案例等为载体组织教学单元，突出理论和实践相统一，编排科学合理、梯度明晰，图文表并茂，生动活泼形式新颖。</p> <p><b>教学考核与评价：</b>本课程实行过程性考核和终结性考核相结合、理论与实践相结合的考核评价方式；过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%；终结性考核分为理论考核（30%）和实践考核（40%）。</p>

## 2. 《中华优秀传统文化》

课程代码	24G020017	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	16
理论学时	16	实践学时	0
周学时	2	教学周数	8

课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养学生对传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、科技等方面的文化精髓。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握吸收传统文化的智慧，感悟传统文化的精神内涵，养成学习传统文化的良好习惯。</p>		
课程内容	<p>本课程将传统文化培养与综合职业能力提升相结合，帮助学生深入了解中国博大精深的传统文化，领略传统文化的魅力，解读传统文化的精髓，从中获得人生的启迪。教学中遵循“注重传承、充实底蕴”的原则，精读多读，重在培养学生的文化素养和综合职业能力，引领学生形成高尚的道德情操、正确的价值取向。</p>		
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩 40%，终结评价占总成绩 60%（期末考试 60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>充分利用各类教学资源，进行理想信念教育、爱国主义教育、道德品质教育，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</p>		

### 3. 《中国共产党党史》

课程代码	24X010005	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	16
理论学时	16	实践学时	0
周学时	3	教学周数	6
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>(1) 深刻认识红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易，深刻认识和理解马克思主义为什么行、中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好，做到知史爱党、知史爱国，坚定永远跟党走的理想信念；</p> <p>(2) 牢记党的初心使命，传承红色基因，弘扬伟大建党精神，努力做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行；</p> <p>(3) 厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到坚持和发展</p>		

	<p>中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中，勇担民族复兴的时代重任。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>(1) 了解中国共产党百年奋斗的光辉历程和伟大成就；</p> <p>(2) 了解党的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，深刻铭记中国共产党为国家和民族做出的伟大贡献；</p> <p>(3) 了解中国共产党成功推进革命、建设、改革的宝贵经验；</p> <p>(4) 了解和把握中国共产党的伟大建党精神和精神谱系。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>(1) 提高学生的政治判断能力。</p> <p>(2) 提高学生对党的历史事件的理解力。</p> <p>(3) 提高学生对历史虚无主义的辨析能力。</p> <p>(4) 提高学生对党的路线、方针、政策的执行能力。</p>
课程内容	<p>本课程全面阐述中国共产党领导中国人民在新民主主义革命时期完成的救国大业、在社会主义革命和社会主义建设时期完成的兴国大业、在改革开放和社会主义现代化建设新时期推进的富国大业、在中国特色社会主义新时代推进并将在本世纪中叶实现的强国大业；深刻阐释红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易；引导学生知史爱党、知史爱国，自觉肩负时代发展重任，积极投身全面建成社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大实践。</p>
教学要求	<p>(1) 全面落实立德树人根本任务，围绕培养什么样的人、怎样培养人、为谁培养人的教育根本问题，遵循学生思想政治教育基本规律，通过对学生开展党情、党史教育，实现为党育人、为国育才的教育目标。</p> <p>(2) 教师应具有坚定的政治立场、高尚的道德情操和较为深厚的党史知识储备，宽广的历史视野和较为深厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范。</p> <p>(3) 综合运用多种教学方法，如启发式教学、问题链和任务驱动式教学、小组讨论式教学、沉浸式体验教学等，引导学生自主和研究性学习，帮助学生将理论与实践相结合，做到知行合一。</p> <p>(4) 采用《知史爱党 知史爱国——中共党史实践教学》（大学生版）教材。</p> <p>5. 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

#### 4. 《大学语文》

课程代码	24G020001	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第1学期	总学时	32
理论学时	24	实践学时	8
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查

课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 汲取仁人志士的智慧、襟怀和品质,具有仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀,树立正确的世界观、人生观、价值观。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 学习古今中外的名家名作,了解文化的多样性、丰富性,建立宏观的文学史体系,了解并继承中华民族的优秀文化传统。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具有较高的审美鉴赏能力,能够运用文学知识阅读、欣赏文章与作品,能够正确描述、评价文学现象,准确抒发对自然、社会、人生的感受。</p>
课程内容	<p>本课程是高职高专各专业必修的一门公共基础课程,也是传承文化,培养学生语文素养和应用能力的一门文化基础课程,课程以听、说、读、写为基本载体,融思想性、知识性、审美性、人文性和趣味性于一体,是中国传统文化为主体的文化与文学的主要载体之一,凝聚着深厚的人文精神与科学精神。</p>
教学要求	<p><b>1. 教师要求:</b> 熟悉教材,明确培养目标和教学要求,了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位,处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接,合理组织教学内容,制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法:</b> 启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价:</b> 本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合,过程评价占总成绩 40%,终结评价占总成绩 60% (期末考试 60%),注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重,促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人:</b> 充分利用古今中外文质兼美的名篇佳作,倡导人文情怀,传承优秀历史文化传统,弘扬正确的理想信念,扬美抑恶。</p>

### 5. 《高等数学》

课程代码	24G020007	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 2 学期	总学时	32
理论学时	28	实践学时	4
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 提高学生抽象思维、逻辑思维及运算能力,逐步使学生学会用定性与定量相结合的方法处理生活中或工作中所遇到的简单的经济问题。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 过本课程的学习,为学习经融服务与管理学科各专业的后继课程和今后工作需要打下必要的数学基础。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 初步认识极限的思想和方法以;初步了解具体与抽象、特殊与一般、有限与无限等辩证关系;初步掌握微积分的基础知识、基础理论和基本技能,建立变量的思想,形成辩证唯物主义的观点,运用变量数学方法解决简单实际问</p>		

	题的初步训练。
课程内容	本课程教学内容包括函数、极限、导数与微分、积分、线性代数和概率统计等基础知识。
教学要求	<p>理解常量变量及函数的概念，了解初等函数和分段函数的概念。掌握函数求定义域、值域的方法，掌握将复合函数和分段函数的概念。</p> <p>知道极限的概念，会求简单的根限。</p> <p>理解导数的概念，会求曲线的切线，掌握求导的方法（导数的基本公式、运算法则、复合函数的求导法则）；了解微分的概念，掌握求微分的方法；会求一、二阶导数和偏导数；掌握导数的应用（判断函数单调性、求极值）；了解边际及弹性概念，掌握求经济函数边际和边际值的方法以，掌握求需求弹性的方法。</p> <p>理解原函数与不定积分的概念，了解定积分的概念。掌握积分基本公式，会用基本公式及换元积分法，分部积分法求积分。</p> <p>理解总体、样本、均值、方差与标准差，加权平均数、几何平均数的概念，了解作直方图的方法；了解概率及事件独立性的概念，会做事件简单的运算；矩阵的概念、阵运算、矩阵的逆、矩阵的秩、线性方程组、矩阵代数应用举例。</p> <p>考核评价：本课程的考核方式为考查，其中平时总成绩 40%，期末考核占 60%。重点考基本概念、理论、方法及其应用。</p>

## 6. 《健康教育》

课程代码	24X060007	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 知识目标</b></p> <p>(1) 掌握健康教育的基本理论、基本知识和基本方法以及健康教育项目的设计、执行、评价的基本过程；</p> <p>(2) 掌握卫生保健知识，增强健康意识，选择健康的生活方式，养成良好的卫生习惯，提高自我保健能力。</p> <p><b>2. 能力目标</b></p> <p>(1) 具有初步运用健康教育学理论和方法的能力</p> <p>(2) 具有初步的计划并管理健康教育与健康促进项目的能力。</p> <p><b>3. 素质目标</b></p> <p>(1) 培养学生刻苦勤奋、严谨求实的学习态度，学会关心、爱护、尊重他人。</p> <p>(2) 养成良好的职业素质和细心严谨的工作作风。</p>		

课程内容	1. 健康生活方式 2. 疾病预防 3. 心理健康 4. 性与生殖健康 5. 安全应急与避险。
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>教师需熟练掌握本课程相关的基本理论和基本知识，具备高校教师资格和医学教育专业背景，具备一定的信息化教学能力。</p> <p><b>2. 教学方法和手段：</b>教学过程中主讲教师依据教学条件，采用案例教学法、情景教学法、问题启发式等教学方法，能合理应用智慧职教平台及其他网络优质教学资源，开展线上线下混合式教学，引导和激发学生应用资源库自主学习。</p> <p><b>3. 考核评价：</b>本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>授课过程中注意培养学生的职业素养，包括严谨的工作作风和一丝不苟的工作态度，具有团队精神和合作交流意识、以及自身可持续发展的学习探索能力等。</p>

### 7. 《职业素养》

课程代码	24X080609	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	32
理论学时	22	实践学时	10
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标：</b>引导和培养学生树立正确的职业价值观和职业道德，发扬良好的职业作风，养成正确的职业习惯，掌握通用职业技能，提升就业能力，快速适应职场。</p> <p><b>2. 知识目标：</b>熟知职业素养的基本要求及其构成要素，了解职业形象塑造提升的方法，知晓职场时间和情绪管理的技巧，掌握职场责任意识、团队协作、职场智慧的基本要素和要求。</p> <p><b>3. 能力目标：</b>在求职和就业过程中，能体现良好的职业素养，展现职场工作智慧，以得体的职业形象，良好的自我管理能力和责任担当意识和团队协作能力，提升职场竞争力。</p>		
课程内容	<p>本课程内容包括职业素养概述，职业意识与职业道德培养，职业适应与自我管理，职业形象塑造，职业作风培养，职业能力提升，职业行为习惯养成，通用职业技能提升。</p>		
教学要求	<p>本课程教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，提升学生的职业素养。主要教学场所为多媒体教室，教学方式和手段为讲授、多媒体音频和视频分享、实践活动组织和开展等。考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤等）实践作业考核（20%）。</p>		

## 8. 《地方文化》

课程代码	24X120116	课程性质	公共限定选修课程
开设学期	第4学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	2	教学周数	8
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标：</b>培养理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度，尊重地方民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日，在诚信、共赢等前提下努力主动追求著名度、美誉度、友好度的统一。</p> <p><b>2. 知识目标：</b>(1)掌握中国文化主要概念、地方民俗特点的基本知识、地方民俗文化研究的主要理论方法(2)掌握中国各民族服饰民俗、饮食民俗、居住民俗、人生仪礼民俗、节日民俗、游艺民俗、宗教信仰民俗、禁忌民俗等。</p> <p><b>3. 能力目标：</b>(1)培养具备了解各类民俗知识能力，能够熟知和理解各类民俗现象的表现，并对此做出准确判断与分析区别。(2)能利用民族民俗相关知识进行传统人文文化产品开发，具有人文市场拓展能力。(3)培养具备研究各类民俗资源所需的收集信息、查阅资料、逻辑思维及创新的能力。</p>		
课程内容	<p>本课程主要介绍具有代表性的中国民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日。通过本课程的学习，使学生了解和认识中国民族丰富多彩的民俗现象，提高学生的人文品位，培养学生的文化情趣和民族自豪感，增强学生对各类民族民俗的认识能力和开发、挖掘能力。本课程为学生了解中国民族宗教世俗信仰、民族服饰、饮食特点、社交礼仪和传统节日打下深厚的知识与理论基础。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中，要充分利用现代教学手段，不断改进教学方式，在课堂教学中，提倡师生之间的良性互动，本课程采用角色扮演，质疑激思等案例分析、任务驱动等教学方式。具体操作方法如下</p> <p>(1)角色扮演：针对学生已经掌握了相关导游知识的情况，在教师讲解完主要的景点之后，教师安排学生扮演导游的角色，设身处地的分析与解决所面临的问题，学生从所扮演的角色出发，运用所学的知识自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能</p> <p>(2)质疑激思：在教学中想方设法让学生“多思”。每一知识点学习后，由学生提出疑问，再由学生回答，如果学生不能正确回答问题，则由主讲教师通过启发式教学方式给出学生正确答案。</p> <p>(3)案例分析：案例分析教学是本课程的主要教学方式，强调了学生自学能力、资料收集能力、团队合作能力以及自我展现能力的培养。</p> <p>(4)任务驱动：下达学习任务书，将学习目标分解，让学生在一个个小的任务基础上掌握课堂内容的学习，体会学习成功的快感和学习带来的乐趣。</p> <p>(5)课堂讨论：课堂上布置问题，学生分组讨论，培养学生的合作学习能力和自学能力，在讨论过程中锻炼口语表达能力、深入分析问题的能力和解决问题的能力。</p> <p>本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占40%，终结性考核成绩占60%。</p>		

## 9. 《公共关系与礼仪》

课程代码	24G020008	课程性质	公共选修课程
开设学期	第3学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度，与人为善、庄重大方、谈吐文雅、讲究礼貌的行为举止，在诚信、共赢等前提下努力主动追求著名度、美誉度、友好度的统一。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握公共关系工作的基本工作程序，掌握一般的社交礼仪规范。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 培养学生的基本公关素质和公关能力，合乎礼仪规范的，礼仪程序的言谈举止，提高学生的社会交际能力。</p>		
课程内容	<p>本课程在坚持“理论够用、适度”的原则上，注重通过训练让学生养成良好的礼仪习惯，使学生具备基本的礼仪素养，掌握各类礼仪的基本技巧、规范及操作方法，为今后的职业生涯打下良好的基础。</p>		
教学要求	<p><b>1. 教师要求：</b>熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业的特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</p> <p><b>2. 教学方法：</b>启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p><b>3. 教学评价：</b>本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩40%，终结评价占总成绩60%（期末考试60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</p> <p><b>4. 思政育人：</b>充分利用教学案例，以案例为突破口，进行理想信念教育、爱国主义教育、道德品质教育，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</p>		

## 10. 《演讲与口才》

课程代码	24G020014	课程性质	公共选修课程
开设学期	第3学期	总学时	16
理论学时	12	实践学时	4
周学时	1	教学周数	16
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养学生乐观自信的自我认知习惯、思辨习惯，正确的价值观和良好的团队合作精神。</p>		

标	<p><b>2. 知识目标</b> 了解并掌握演讲的本质和特征，认识演讲的重要地位和作用，掌握可行的适合自己的演讲学习方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握并运用有声语言咬字吐词、运气发声的技巧以及演讲态势语言表情、眼神、手势、身姿技巧。</p>
课程内容	<p>本课程是在相关理论指导下，综合运用诸多学科，培养学生在从事工作过程中口语运用能力的实践性很强的课程。课程以理论教学为基础，重点加强实践教学，以学生听、读、说、评、练为核心，提高学生的演讲水平，培养学生的心理素质，锻炼学生的口才，塑造大学生自身的公关形象，以应对现代社会生活、工作中的交际、求职、应聘与自我推销。</p>
教学要求	<p>1. 教师要求：熟悉教材，明确培养目标和教学要求，了解学生所学专业特点及所授课程在人培方案中的地位，处理好所授课程与先修课程、后续课程之间的衔接，合理组织教学内容，制定出适宜的授课计划。</p> <p>2. 教学方法：启发式、讨论式、探究式等多种方法相结合。</p> <p>3. 教学评价：本课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合，过程评价占总成绩 40%，终结评价占总成绩 60%（期末考试 60%），注重过程性与学习性投入、强调参与度评价权重，促进自主性与协作式学习。</p> <p>4. 思政育人：充分利用古今中外文质兼美的名篇佳作，倡导人文情怀，传承优秀历史文化传统，弘扬正确的理想信念，扬美抑恶。</p>

## 二、专业课程

### （一）专业基础课程

#### 1. 《市场营销基础》

课程代码	24Z080401	课程性质	专业基础必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	48
理论学时	32	实践学时	16
周学时	4	教学周数	12
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质；拥有健康的心理和积极的生活态度，勇于奋斗，诚实守信，乐观向上，具有独立思考、自我学习和自我管理能力、职业生涯规划的意识等。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握营销基本概念、了解现代营销观念及创新营销理论；了解企业战略规划，掌握营销管理的内容；掌握营销环境分析的内容与方法；掌握市场营销调研的内容与方法；掌握消费者市场、组织市场行为分析的方法；掌握市场</p>		

	<p>细分、目标市场选择、市场定位的内容和方法，熟悉竞争者识别与竞争策略选择的方法；掌握产品策略决策、品牌与包装策略决策、价格策略决策、渠道策略决策、促销策略决策的内容和方法；掌握企业营销计划、组织、执行及执行的内容和方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，提高学生情商和自我心理调适能力，提高自主学习的钻研精神，主动发现问题、分析问题、解决问题的商务素质，培养创新意识、开拓意识、竞争意识和团队协作精神，提升学生创新创业能力，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。</p>
<b>课程内容</b>	<p>本课程主要包括企业营销战略规划、市场营销环境分析、市场营销调研、市场购买行为分析、目标市场营销战略决策、竞争性营销策略决策、营销4Ps组合策略应用以及营销计划、组织、执行与控制等营销过程的教学内容。通过课程的学习，让学生能够正确认知企业市场营销管理的基本原理和知识，掌握在以互联网为代表的现代信息技术环境下，企业营销过程中的实践活动应用的基本技能，打造符合新时代中国特色社会主义经济建设需要的高素质技术人才。</p>
<b>教学要求</b>	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

## 2. 《经济学基础》

<b>课程代码</b>	24Z080102	<b>课程性质</b>	专业基础必修课程
<b>开设学期</b>	第1学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	22	<b>实践学时</b>	10
<b>周学时</b>	3	<b>教学周数</b>	11
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质等。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p>		

	<p>了解经济学观念的演变；具备应聘岗位所必要的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力，为相关的经济管理类课程的学习和将来卓有成效地开展经济调研工作打下良好的基础。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>能进行企业的经济行为活动，并以价格理论为中心分析数据，与此同时，注意渗透政治思想教育，逐步培养学生的辩证思维和数理逻辑思维能力，经济问题与现象的实证分析能力，加强学生职业道德意识培养。</p>
课程内容	<p>本课程主要包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学研究家庭、厂商和市场合理配置经济资源的科学以单个经济单位的经济行为为对象，以资源的合理配置为解决的主要问题，以价格理论为中心理论：以价格分析为方法，其基本假定是市场出清、完全理性、充分信息。宏观经济研究国民经济的整体运行中充分利用经济资源的科学，以国民经济整体的运行为对象，以资源的充分利用为解决的主要问题，以收入理论为中心理论，以总量分析为方法，其基本假定为市场失灵、政府有效。西方经济学研究的内容是现代市场经济的运行规律与基本问题，具有理论性强、实用性强、学术观点多、内容变动快等特点。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，将抽象的问题具体化、形象化将理论分析与应用相结合，通过实际应用，培养学生的创新意识，提高学生的学习兴趣 and 乐趣，将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习，让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考和自主创新能力，教学中始终坚持启发式教学原则，通过各种不同的方式来激发学生主动思维，发现问题，提出问题，并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

### 3. 《商品学基础》

课程代码	24Z080405	课程性质	专业基础必修课程
开设学期	第 1 学期	总学时	32
理论学时	20	实践学时	12
周学时	3	教学周数	11
课程学分	2	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有热爱祖国的情怀和强烈的民族自豪感。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>具有热爱中国民族文化的品质；积极培养学生的创新精神、实践能力和社会</p>		

	<p>责任感，促进学生全面发展。</p> <p>知识目标：了解它是研究商品使用价值的决定和使用价值实现规律的应用性技术科学。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>通过本课程的学习，使学生能较系统获得商品使用价值的基本知识，学会如何评价商品的质量。同时从理论上掌握研究商品使用价值的方法和途径，为其毕业后根据工作需要进一步研究。</p>
<b>课程内容</b>	<p>本课程的主要教学内容，都是围绕商品质量进行的。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。向学生介绍商品的基础知识，明确商品学研究的对象和内容，希望学生了解商品的成分、性质、分类和质量要求，熟悉商品的分类方法掌握主要商品的检验的基本知识、商品标准的内容和使用，懂得商品的安全运输储存，做好商品养护工作。学生通过学习和一定的实际操作，基本上能具有一个业务员的实际操作能力、经营管理能力和其它相关能力。</p>
<b>教学要求</b>	<p>本课程具有较强的应用性，要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；在教学中要求理论联系实际，要求学生结合使用商品购物实践，提高对商品质量的鉴别能力。培养和提高学生分析问题和解决问题的能力，为学好专业课及今后从事贸易工作，进步研究和掌握商品使用价值奠定基础。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等（如高等教育出版社）的高职规划教材，并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

#### 4. 《管理学基础》

<b>课程代码</b>	24Z080109	<b>课程性质</b>	专业基础必修课程
<b>开设学期</b>	第 2 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	16	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备认真、诚信、公义的责任感；具有热爱美、追求美、崇尚美的思想品格。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解管理学的流程、内容；掌握管理学的内容、方法和技巧；掌握管理学的要点和技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>掌握管理学基本原理、工具和方法，树立现代管理的思想观念，培养具有管</p>		

	理者的能力，懂得运用管理学的基本原理、工具、方法和过程进行管理实践，为后续专业课程的学习和成为一名“运营基层管理人”打好基础。
课程内容	本课程主要讲述管理学概论(概念、原理、决策、组织文化等)、管理学的发展史及主流的理论和代表性观点，管理的四大基本职能(计划、组织、领导和控制)等内容，理论性与实践性较强的专业基础课程。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以调动学生的积极性为核心，由以教师为中心转为以学生为中心。以激励学生学习管理系统识别、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。从以教师教为主转变为以学生学为主；从以学生听为主转变为以学生练为主，积极采用参与式、互动式、体验式等的现代教学方式方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

### 5. 《消费心理学》

课程代码	24Z080420	课程性质	专业基础必修课程
开设学期	第2学期	总学时	48
理论学时	24	实践学时	24
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成具有“以客户为本、一切为了客户”的责任意识，较强的质量意识、环保意识、互联网意识、法律法规意识、危机意识、创新意识；培养学生的自我认知水平，具备正确的职业认知和精益求精的职业追求，树立科学消费观，培养理性消费、可持续性消费的正确理念；培养学生养成吃苦耐劳、耐心细致、严谨踏实的工作作风，较强的问题思辨能力、环境适应能力，换位思考意识，有较强的集体意识和团队沟通和合作意识，具备良好的职业道德。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握消费者在消费过程中的心理的基本原理和知识，掌握数字经济时代下消费者心理变迁、消费者心理活动过程、个性心理特征、购买决策过程，掌握消费群体、营销组合因素、环境因素等对消费者心理的影响。增进对“数字中国、科技强国、网络强国”的理解与认知，引导和培养学生正确的价值观、是非观和消费观，了解中华诚信为本的从商之道，精益求精的工匠精神，提高学生情商和自我心理调适能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p>		

	培养学生直面行业发展，进而努力完善自我的基本素质，能够运用消费者心理学理论，分析消费者的消费心理及日常行为表现，能够在市场营销活动中运用消费者心理学的研究方法分析消费者行为，提高自主学习的钻研精神，主动发现问题、分析问题、解决问题的商务素质，培养创新意识、开拓意识、竞争意识和团队协作精神，提升学生创新创业能力。
课程内容	本课程强调理论与实践的高度融合，要求学生掌握消费者心理的基本框架：消费者购买决策过程（包括消费者对问题的认知、信息搜集、评价与选择、购买和售后行为）；影响和决定消费者的个人与心理因素（包括消费者的感知觉、注意、学习与记忆态度、需要与动机、个性、自我概念与生活方式）；影响消费者行为的外部因素（包括文化、社会阶层、社会群体、家庭和情境因素）。在此基础上对各种消费表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价，使学生充分了解消费者心理的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者心理的因素，深刻理解消费者的决策的过程。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，并通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合、半工半读、市场调查等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版的高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

## 6. 《统计基础》

课程代码	24Z080110	课程性质	专业基础必修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 培养学生严谨的数据与逻辑思维；培养学生树立统计职业意识；培养学生良好职业道德、诚信品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握统计数据搜集；设计统计调查方案和统计调查问卷；能够进行统计调查结果的汇总工作；对统计资料进行综合指标的计算及分析；选择正确地抽样调查方式、抽取必要样本数量并用样本结果来推断总体的数量特征。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具有统较强的统计思维能力和敏锐的眼光，能够对各种经济行为和经济活动进行独立思考和判断。</p>		

<b>课程内容</b>	本课程教学主要包括统计数据的搜集、统计数据的整理和显示、规模和比率的度量、数据分布特征的描述、抽样推断与检验、相关与回归分析、时间序列分析。
<b>教学要求</b>	<p>本课程要求以分阶段、循序渐进进行教学，每一阶段均设置“做中学”案例和“技能训练案例，切实提高学生对现实问题进行数据处理和量化比较分析的能力。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。任课教师应具有扎实的统计学理论知识，并切实加强课堂思政、职业道德和财经法规教育。</p> <p>本课程是市场营销专业的专业基础必修课程，在多媒体教室授课。教材选用国家十三五、十四五规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材、数字化（一体化）教材、新型活页式教材、工作手册式教材。教学方法采取案例引入、任务驱动、实际项目训练的方法整合和分析消化吸收统计理论和方法。教学实施过程充分体现能力训练，支撑知识学习、技能形成、态度养成能力整合。考核评价：过程考核 40%，目标考核 60%。</p>

### 7. 《商务谈判》

<b>课程代码</b>	24Z080416	<b>课程性质</b>	专业基础必修课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	16	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 让学生正确认识商务谈判，树立现代商务谈判的观念，掌握商务谈判的流程和规律，熟悉常用的商务谈判技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能够主动去观察和记录商务谈判的工作流程、工作内容、工作技巧；能够通过商务谈判，加深对理论知识的理解，熟悉商务谈判规范；能够运用一系列的谈判技巧和策略以取得经营活动的主动权，在市场竞争中处于优势地位。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程主要研究企业如何在对外经营活动中，内容主要有：商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略及商务活动的相关礼仪。通过对商务谈判各环节的练习，使学生能够运用商务谈判的基本理论分析和解决商务谈判过程中出现的问题，提高学生商务谈判实践能力。		
<b>教学要</b>	本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；本课程在教学过程中要创新商务谈判课堂理论教学模式，加强实训教学，激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力，教师要		

<b>求</b>	充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。培养学生适应今后工作的能力。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
----------	---

## (二) 专业核心课程

### 1. 《市场调研与预测》

课程代码	24Z080415	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	48
理论学时	30	实践学时	18
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有较强的市场意识、营销意识和创新精神，具有较强的成本意识、风险意识；具有严谨、耐心细致的品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握市场调研与预测的基本理论和方法，能综合运用各种市场调查和预测方法以及计算机处理技术，收集、整理、分析、预测与市场营销有关的信息，为市场营销管理提供参考依据。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能够进行市场调研；能够分析和预测消费行为；可以将市场营销学、统计学、计算机应用等方面的知识系统化，提高知识整合与信息收集、加工、利用的能力。通过本课程的学习，可以提高学生发现问题、系统收集使用信息的能力，为今后从事市场营销相关活动奠定基础。</p>		
<b>课程内容</b>	<p>本课程教学内容包括市场调研方案的设计、市场调研方法的选择、市场调研问卷的设计、抽样方案的设计、调查数据的处理与分析、市场预测的基本理论和市场调研报告的撰写。</p>		
<b>教学要求</b>	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。以培养调研综合技能为主线，以“项目任务驱动式”建立教学内容体系，把调研业务知识与实践技能结合起来以设计教学内容体系。促进学生掌握市场调研与预测的专业技术培养学生较好</p>		

	的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力，以适应信息时代企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	---

## 2. 《数字营销》

课程代码	24Z080407	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	48
理论学时	24	实践学时	24
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及不断创新的精神和爱岗敬业的精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握使用 App、小程序、第三方数据分析工具、短视频、直播、音频平台、通信软件、社交媒体、搜索引擎。合理使用数字营销平台进行营销，可以维系并壮大客户群体，为企业实现增值提供有利条件，有利于市场经济的不断完善。了解数字营销的基本知识，掌握 App 营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销的基本知识和相关的营销方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握营销法则；熟练掌握数据分析方法；熟练使用各个常用的数字营销平台，根据平台的特征和功能来进行营销；掌握短视频脚本撰写、拍摄、剪辑、运营，直播策划等能力。</p>		
课程内容	本课程作为数字经济时代新营销的重要形式，数字营销已经成为“互联网+”变革的重要方向和企业竞争的热点，是当前企业追求高增长的必然选择。本课程紧跟时代发展的潮流，采用项目任务式的教学方式，深度诠释了数字营销的常见渠道和策略。本课程共分为 7 个项目，分别为数字营销概述、App 营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销和推荐引擎营销，引领学生全面了解数字营销，并提升数字营销的能力。		
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据、虚拟仿真等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、		

解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### 3. 《智能客户服务实务》

课程代码	24Z080412	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	48
理论学时	30	实践学时	18
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的客户服务意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行礼仪的品质；对学生的服务理念、客户服务执行技能的训练与养成起着关键作用。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握客户服务的基础知识，熟悉完整的客户服务工作流程、技巧与方法，提升客户服务理念与技巧；能熟练运用标准的客户服务语言与商务礼仪，与客户进行良好沟通；具备良好的电话沟通能力；能通过电话、网络等方式对售后服务过程进行监督，保证售后服务质量；能及时受理客户投诉，有效解决客户投诉问题；能做好客户回访、接待、提案等客户关系维护工作，确保客户满意度。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。更要获得内化的职业能力在今后变动的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。</p>		
课程内容	<p>本课程从服务意识渗透入手，将客服专员等一线操作岗位的技能训练，以及客服主管等基层运营管理岗位的能力提升，与客户服务理论知识紧密关联在一起，设计了客户服务的基础知识、前台操作以及后台运营管理三部分内容，包括提升客户服务技能的学习、沟通技巧、呼入业务处理技能、呼出业务处理技能、组织管理、质量管理以及信息管理等，帮助学生掌握呼入、呼出业务的处理技巧，提升客服产品开发、客户信息管理等运营管理能力。</p>		
教学要	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环</p>		

<b>求</b>	境，采取项目导向、任务驱动的教学方法，创设学习情境，通过任务布置、计划过程、实施过程、控制过程、评价过程 5 个教学环节，激发学生的思维。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
----------	---

#### 4. 《商务礼仪与沟通》

<b>课程代码</b>	24Z080410	<b>课程性质</b>	专业核心必修课程
<b>开设学期</b>	第 3 学期	<b>总学时</b>	48
<b>理论学时</b>	24	<b>实践学时</b>	24
<b>周学时</b>	3	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	3	<b>考核方式</b>	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；拥有健康的心理和积极的生活态度，勇于奋斗，诚实守信，乐观向上，具有独立思考、自我学习和自我管理能力、职业生涯规划的意识等。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 熟悉商务人员个人形象礼仪要素；熟悉商务礼仪的基本原则和国际惯例；掌握电话、电子邮件等非会面礼仪规范；掌握称呼、问候、握手、名片等会面礼仪规范；熟悉商务宴请之中、西餐礼仪。掌握庆典、签约、新闻发布会等典型商务仪式各环节礼仪规范要求。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握能通过合理的着装、化妆、表情、站、坐、行、蹲手势等体现良好的个人修养，塑造良好的个人职业形象；能正确使用电话、电子邮件等进行非会面人际交往；能正确使用称呼、问候、握手、名片等礼仪进行人际交往；能进行商务会议、商务仪式的策划与组织、实施；能合理安排、组织与实施商务宴请；能正确使用涉外商务礼仪进行商务交往。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程主要包括学生了解商务沟通的含义，范围和意义、理解通信中例行，说服和负面信息在商务沟通中的作用和掌握人际沟通中，书面，口头，行为沟通的技能；具备在商务沟通中，运用书面语言，口语陈述，规划报告，管理数据，就业沟通的能力；支撑人才培养规格中“运用英语专业知识发现、分析、解决问题的能力，以及创造性思维和科学研究的能力”要求的实现。		
<b>教学要求</b>	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教		

学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### 5. 《销售与管理》

课程代码	24Z080409	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	48
理论学时	30	实践学时	18
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具有开拓创新销售管理的能力；具有沟通协调能力；具有一定的安全意识和质量意识；具备吃苦耐劳、爱岗敬业的良好职业道德；具有善于总结、力求上进的品质。		
	<b>2. 知识目标</b> 了解销售管理基础理论知识；熟悉销售管理主要应用领域，掌握销售管理主要应用方法。		
课程内容	<b>3. 能力目标</b> 熟悉销售经理的岗位要求，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力在教师的指导下，围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务的学习。		
	本课程主要内容分十二部分：(1)了解销售职业，认识销售、销售管理和销售伦理。(2)掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售，会处理顾客异议。(3)能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算。(4)掌握销售区域管理技能，进行销售区域划分和设计、业务管理和销售网络成员。(5)能够进行销售组织建设，设计销售组织、带领团队高效运作。(6)能够甄选销售人员、对其培训、以及设计相应的薪酬制度。(7)掌握销售人员的行为和动机、对其采取有效的激励措施，并进行绩效考评。(8)能够进行销售货品管理，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理。(9)能够分析客户商业价值，对客户进行信用管理(10)能够掌握销售服务管理，提高服务质量。(11)能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估(12)能够把握销售管理的新趋势，学会利用网络进行销售管理。		
教学	本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依		

<b>要求</b>	托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，培养学生的创新意识，提高学生的学习兴趣 and 乐趣，将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习，让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考 and 自主创新能力，教学中始终坚持启发式教学原则，通过各种不同的方式来激发学生的学习欲望，使学生积极参与到教师主导的学习活动中来，主动思维，发现问题，提出问题，并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核 and 终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
-----------	---

## 6. 《商务数据分析与应用》

课程代码	24Z080411	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	48
理论学时	30	实践学时	18
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具备“精益求精、追求完美”的工匠品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握商务数据地应用与分析方法；从商务数据地知识入手，掌握商务数据地分析方法，同时，针对网店运营地各个环节，对用户画像，市场行情，店铺运营，营销推广等方面可以熟练分析，加强对知识地理解与运用针对网店运营地现状分析存在地问题，根据数据分析地结果提出改善性对策。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 要求学生掌握商务数据分析的应用领域，驾驭数据数量解析分析的基本方法：要求学生驾驭时间序列分析、数据挖掘、线性优化、整数优化、MonteCrlo 模拟、决策分析基本原理，应能将其应用于解决实际问题；要求学生了解 Excel 软件进行商务数量解析的运用方法，了解 Excel 插件 Analytics SolverPlatform 和 XLMiner 的运用，来计算商务数量解析中的问题；要求学生多人合作能够对来自各个领域的数据进行综合分析，给出详实的分析报告。</p>		
<b>课程内容</b>	本课程系统地阐述了在电子商务领域如何进行商务数据地分析与应用，主要内容包含商务数据分析与应用概述，商务数据分析工具与应用，商务数据可视化，消费者行为分析——用户画像，市场行情数据分析，店铺运营数据分析与营销推广数据分析等。		
<b>教</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教		

<b>学 要 求</b>	学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。
----------------------	--

### 7. 《品牌策划与推广》

<b>课程代码</b>	24Z080414	<b>课程性质</b>	专业核心必修课程
<b>开设学期</b>	第4学期	<b>总学时</b>	48
<b>理论学时</b>	30	<b>实践学时</b>	18
<b>周学时</b>	3	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	3	<b>考核方式</b>	考试
<b>课 程 目 标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备认真、诚信、公义的责任感；具备一定的品牌管理意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行品牌管理的品质和具有团队协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉品牌管理意识的修养，养成学生遵从品牌管理的行为；掌握品牌管理的基础知识、相关理论知识。做好市场营销工作的必备知识，也是学生将来从事品牌管理品牌传播方向、品牌策划、品牌设计等方向工作的基础。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能够了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。</p>		
<b>课 程 内 容</b>	该课程主要以品牌管理的全过程为主线构建课程内容，在了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。		
<b>教 学 要 求</b>	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。注重培养学生树立文化自信，增强学生		

的爱国主义情怀和民族自豪感，坚定爱国信念。引导学生从实际出发，实事求是，树立把消费者需求放在第一位的营销理念，兼顾经济效益和社会效益，实现知行合一。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 8. 《推销实务》

课程代码	24Z080402	课程性质	专业核心必修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	64
理论学时	36	实践学时	28
周学时	4	教学周数	16
课程学分	4	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及“用户需求”至上、平等诚信的意识；培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识；具有严谨、耐心细致的品质；具有应急应变的能力素质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解推销岗位的工作职责、要求以及基本的推销礼仪；熟悉推销岗位的工作流程、规范；掌握寻找顾客的步骤及方法，掌握约见及接近顾客的方法及注意的问题，掌握介绍与展示产品的原则、方法，掌握各种成交方法以及异议的处理。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 按照“必需、够用”组织突出推销技能培养，使学生能熟练地进行推销员相关岗位操作与管理。学生能够进行寻找客户、接近客户、推销洽谈、客户异议处理、促成交易各环节实际操作。能分析指定产品的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；能寻找顾客并对潜在顾客进行有效评估；能根据顾客的基本情况成功约见和接近顾客；能运用推销谈判的基本理论进行推销洽谈的设计；能根据顾客的实际问题解决顾客异议；能识别成交信号并适时成交。</p>		
课程内容	<p>本课程主要以销售实际工作过程为主线构建课程内容，在了解推销基本礼仪，并对推销活动有初步体验认知的基础上，重点讲述推销活动的过程（寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、异议处理、推销成交）和推销管理等内容。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教学内容选择与组织要紧贴推销员、推销管理等工作岗位需要，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。重点培养学生的推销能力，人际沟通能力，语言表达能力，正确运用推销技巧解决实际营销问题的技能，以便能够</p>		

适应现代企业对营销人才的需求。本课程在教学过程中要按照推销工作的过程，任务驱动、项目导向设计教学培养目标，确定教学模块，每一个模块主题都要求学生以企业的真实环境为实践背景，完成寻找顾客、推销接近、推销洽谈、异议处理、推销成交等实操训练。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上优先用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

### （三）专业拓展课程

#### 1. 《新媒体营销文案写作与传播》

课程代码	24Z080403	课程性质	专业拓展必修课程
开设学期	第 3 学期	总学时	16
理论学时	8	实践学时	8
周学时	2	教学周数	8（1-8 周）
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养学生的创新思维，鼓励学生在文案写作与传播过程中跳出传统框架，勇于尝试新的方法和策略。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 掌握理解新媒体营销文案的写作技巧和方法，掌握企业传播策略制定的基本方法和技巧，掌握数据分析工具的使用，并根据结果调整传播策略。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具备新媒体营销文案写作能力、传播策略制定能力、数据分析能力和项目管理能力。</p>		
课程内容	<p>本课程教学内容包括旨在让学生全面了解和掌握新媒体营销文案写作与传播的基础知识和实践技能。通过本课程的学习，学生将能够熟悉新媒体营销文案的特点和趋势，掌握文案写作的基本方法和技巧，提升传播效果。主要内容包括：新媒体营销文案概述、新媒体营销文案写作技巧、新媒体营销文案传播策略、案例分析与实践等。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。本课程采用理论讲授、案例分析、实践操作等多种教学方法相结合，注重培养学生的实际动手能力和综合素质。同时，鼓励学生积极参与课堂讨论和小组合作，提升团队协作能力和创新思维。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>		

## 2. 《直播运营与营销》

课程代码	24Z080413	课程性质	专业拓展必修课程
开设学期	第3学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的直播营销意识和实践意识；具有较高的职业素养和团队协作精神。		
	<b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉直播营销技能意识的修养，养成学生遵从直播营销技能的行为；掌握直播营销的基础知识和相关理论知识。		
	<b>3. 能力目标</b> 鉴于当前短视频营销及直播带货行业发展趋势和蓬勃的市场要求，让学生了解学习本课程的现实意义、社会地位及发展前景。理解这门学科的内容创作、直播技能、IP孵化、传播营销以及商业变现等，掌握各种方法实现在互联网营销中的实际的运用。		
课程内容	本课程共分为七个部分：分别是直播营销基础知识、直播营销的整体思路、直播营销前期的策划与筹备、中期的实施与执行、后期的传播与发酵，以及活动的复盘与提升；最后对“直播电商”、“直播发布会”、“直播互动营销”、“直播内容营销”、“直告植入”、“直播个人IP”等直播营销的案例进行深度剖析。		
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以案例分析为核心，以实战技巧为原则，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过企业完成真实产品直播项目为主线构建学习情境，进行任务分解，以便于学生在掌握直播营销理论和方法的基础上运用互联网和移动平台，运用短视频和直播等新媒体手段为企业进行产品的销售。同时创造条件让学生走进市场，通过校企合作引进企业真实项目，让学生以团队方式开展产品直播的策划、组织、实施的实战对抗，通过项目竞赛和团队合作，步入真实职业环境，理论联系实际，掌握直播技能，训练职业素质。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。		

### 3. 《公关与策划》

课程代码	24Z080418	课程性质	专业拓展必修课程
开设学期	第3学期	总学时	48
理论学时	32	实践学时	16
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具有一定的公关理念，树立良好的组织形象、个人形象意识；培养了解、分析、观察、运用公众心理的素质；培养学生善于倾听、沟通及协调的素质；培养学生策划、组织和实施公共关系专题活动的素质；培养学生良好的礼仪素养。		
	<b>2. 知识目标</b> 了解公共关系的含义、原则和基本职能；懂得公关人员必须具备的素质和公关礼仪的基本规范；熟悉公众的种类以及与各种公众关系处理的方法；掌握公关工作的基本程序；公关调查和组织形象的分析方法，专题活动的流程以及策划方案的撰写。		
	<b>3. 能力目标</b> （培养学生的基本公关素质和公关能力，能运用公关理论去发现问题、分析问题和解决问题；培养学生合乎礼仪，规范礼仪程序的言谈举止；提高学生的社会交际能力。		
课程内容	本课程主要介绍了公共关系基本知识：公共关系的含义、原则、基本职能以及公关的发展过程；公共关系的三要素：社会组织、公众（公众的种类以及各种公众关系的处理）、公关传播（公关传播的技巧与方法）；公关调研：公关调研的方法、流程和内容；公关策划：公关专题活动的种类及流程、公关策划方案的结构及撰写；公关礼仪：仪容、仪表、举止、见面、宴请、访送、电话等礼仪规范。		
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教学应以提高学生公关与礼仪素质为主线，强化能力本位教学为基本特色。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占40%，终结性考核成绩占60%。		

### 4. 《广告理论与实务》

课程代码	24Z080417	课程性质	专业拓展必修课程
开设学期	第4学期	总学时	48

理论学时	32	实践学时	16
周学时	3	教学周数	16
课程学分	3	考核方式	考试
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质等。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解市场营销观念的演变；熟悉企业营销宏观和微观环境的构成要素，培养学生相应的方法能力、社会能力、相互沟通和团队协作的能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能熟练掌握广告实务的基本方法，分析、解释企业中常见的广告问题，独立进行广告调研和广告策划，撰写完整的广告策划方案。</p>		
课程内容	本课程教学内容包括广告基本概念、广告基本原理、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。通过本门课程的学习，使学生对广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握，能够进行一些基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写等工作。		
教学要求	本课程在教学过程中树立“以实践教学提升教学质量”的教学思路，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以广告调研与策划为逻辑主线，按照够用为度的原则，根据市场营销专业职业技能课的需要选取教学内容，让学生在学习、实践的过程中自我建构知识、技能、态度和经验，并为学生可持续发展奠定良好的基础。全程贯穿广告，使得学生在广告的顿悟中理解广告，理解广告的相关理论并能够自觉地将理论应用于实践，分析现实问题。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。		

#### （四）综合实训课程

##### 1. 《第二课堂社会实践活动》

课程代码		课程性质	综合实训必修课程
课程学分	2 学分		
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 通过社会实践活动，为学生树立起创新创业和服务社会的正确意识，把良好的职业习惯与个人学习发展、社会发展相结合，培养正确的价值观。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解校园文化活动、各类竞赛活动，掌握创新创业、服务社会相关的法律法</p>		

	<p>规和校纪校规，熟悉劳动精神与以及工匠精神的含义。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>具备日常社会实践、劳动实践、创新创业实践和一定的校园文化活动、技能竞赛的能力，掌握服务社会的基本规范，具备从事志愿者服务的能力。</p>
课程内容	<p>本课程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，通过实践活动，培养学生的劳动自立意识和主动服务他人、服务社会的情怀。</p>
教学要求	<p>本课程为丰富大学生暑假生活，提高自身素质，积累社会经验而开设的一门综合实训课程；其教学场地可以是校园也可以是社会；教学方法是实践活动，考核评价以过程评价为主。</p>
课程说明	<p>本课程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。</p>

## 2. 《ITMC 沙盘实训》

课程代码	24S080401	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第1学期	总学时	60
理论学时	0	实践学时	60
周学时	30	教学周数	2
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>重在培养学生营销分析与决策能力，在动态环境中与竞争对手经营博弈。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>培养学生分析市场信息、选择目标市场、制定广告策略、设计促销活动、采购与生产管理、控制现金流和资金预算等专业技能和实操能力通过学习和模拟企业运营，使学生具备分析和解决企业市场营销管理问题的能力，开拓创新思维、激发创业意识。</p>		
课程内容	<p>本课程根据企业经营流程及营销岗位能力分解，以认识营销沙盘、模拟训练准备、沙盘实战模拟、解密沙盘经营等为内容，选择模拟经营家有一定运营基础的制造型企业，完成三个会计年度的企业经营为完整的实训过程。</p>		
教学	<p>运用角色扮演和岗位体验的教学方式，把学生分成多个小组，每组4人，每组模拟经营一家制造型企业，学生分别担当不同的角色，有总裁</p>		

<b>要求</b>	CEO、营销总监 CSO、财务总监 CFO、运营总监 COO，完成 3 个会计年度的经营。由于各组学生决策不一样，每年的经营结果也就不一样，有的企业越做越好，有的企业可能面临破产，老师根据学生经营的结果，每年进行点评和分析。通过不同市场、不同时期的各种竞争策略的制定、调整、完善和实施，全面提升营销决策和管理能力。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
-----------	---

### 3. 《情境营销技能实训》

<b>课程代码</b>	24S080407	<b>课程性质</b>	综合实训必修课程
<b>开设学期</b>	第 3 学期	<b>总学时</b>	30
<b>理论学时</b>	0	<b>实践学时</b>	30
<b>周学时</b>	30	<b>教学周数</b>	1
<b>课程学分</b>	1	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 强化营销技能销售岗位的工作要求；熟悉销售岗位的工作流程与工作规范；掌握销售岗位的工作方法与技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 让学生融会贯通所学市场营销基础知识，理论联系实际，采取阶段性课程实训形式，学生集中精力深入企业和市场进行调查，广泛查阅网络和文献资料，收集市场营销相关信息，对已经制定的产品营销计划进行全面梳理，修改完善，最终形成对企业有价值的产品营销计划书，强化营销技能培养。</p>		
<b>课程内容</b>	<p>本课程教学内容包括采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业将结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。本课程主要内容包括制定小组实训计划，市场营销宏观环境二手资料收集，市场营销微观环境中企业信息的实地调研、渠道信息、竞争信息、消费者信息实地调查，目标市场定位分析研究，4P 组合策略及新媒体促销活动设计，行动方案设计，财务预算和计划控制方法，产品营销计划书撰写要求，汇报 PPT 制作指导。</p>		
<b>教学要求</b>	<p>本课程采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业将结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。充分利用校企合作平台资源，采取任务驱动教学模式，实地调查任务包括企业调查，零售商、批发商调查，调查要收集产品营销计划中必须的信息、资料和数据。实训课的教学组织与管理方法，课堂安全教育、明确实习任务和要求，课外实践，采取组长负责制和任课教师现场督导方式，微信定位考勤，依据学生实地调查录音和现场照片为证要求</p>		

学生在实训中遵守学校纪律、具有求真务实精神，将培养学生专业技能与职业道德融为一体。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

#### 4. 《商业化项目实训》

课程代码	24S080405	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第 4 学期	总学时	30
理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 通过本课程的教学，培养学生职业兴趣；培养学生的针对特定商业项目的作能力和团队协作精神；培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。		
	<b>2. 知识目标</b> 达到实际商业项目的制作要求、营销的玩法及变现方式。		
	<b>3. 能力目标</b> 通过对指定的真实商业项目，融合所学技能与知识，能够快速学到新媒体制作的工作本质，无缝对接工作。		
课程内容	本课程教学内容包括 3 个内容： 1. 引入商业项目：（1）介绍 2 个实际商业项目 （2）介绍实际收益分配与考核标准（3）与岗位实习结合。 2. 进行实际商业项目：（1）分小组进行商业项目 实战 （2）实操过程性指导与鼓励。 3. 总结：各小组按实际数据与成交金额进行总结汇报，结算收益，评优奖励。		
教学要求	1. 方法手段：打破传统的课堂讲授与实训教学分段实施的方式，而是在校内实训室和工作室中边讲授、边训练；学生在教中学、在学中做，还有实际收益。 2. 场地环境：教学主要是在在配有网络、能够顺畅运行影视后期软件和办公软件的机房 完成。 3. 师资要求：具有丰富的新媒体制作与运营经验，带过团队实战项目。 4. 考核评价：本课程坚持理论与实践并重的原则，在评价上应采用理论考核和实践考核相结合的方法。注重过程性考核与终结性考核相结合，逐步建立学生的发展性考核与评价体系。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。		

#### 5. 《市场营销专业综合模拟实训》

课程代码	24S080403	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	30

理论学时	0	实践学时	30
周学时	30	教学周数	1
课程学分	1	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 模拟销售岗位的工作要求；熟悉销售岗位的工作流程与工作规范；掌握销售岗位的工作方法与技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 能在老师的指导下进行分析市场、制定战略、产品开发、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，对制造企业有一个全面的认知，培养诚信经营地品质，能够初步提升营销管理、财务管理、物流管理、团队协作等能力。</p>		
	<p><b>课程内容</b></p> <p>(1) 制造企业战略管理技能。从最初的战略制订到最后的战略目标达成分析，经过几年的模拟，经历迷茫、挫折、探索，学生将学会用战略的眼光看待企业的业务和经营，保证业务与战略的一致。(2) 企业营销技能。模拟企业几年中的市场竞争对抗，学生将学会如何分析市场、关注竞争对手、把握消费者需求、制订营销战略、定位目标市场，制订并有效实施销售计划，最终达成企业战略目标。(3) 制造企业采购、生产管理。在模拟中，把企业的采购管理、生产管理、质量管理统一纳入到生产管理领域，则新产品研发、物资采购、生产运作管理、品牌建设等一系列问题背后的一系列决策问题就自然地呈现在学生面前，它跨越了专业分隔、部门壁垒。(4) 财务管理知识及填写财务报表。在沙盘模拟过程中，团队成员将清晰掌握资产负债表、利润表的结构；掌握资本流转如何影响损益；解读企业经营的全局预估长短期资金需求，以最佳方式筹资，控制融资成本，提高资金使用效率；理解现金流对企业经营的影响。(5) 团队内部的组织协调。从岗位分工、职位定义、沟通协作、工作流程到绩效考评，沙盘模拟中每个团队经过初期组建、短暂磨合、逐渐形成团队默契，完全进入协作状态。(6) 数据挖掘、分析及综合运用技能。通过沙盘模拟，使学生真切地体会到构建企业信息系统的紧迫性，学会信息挖掘、分析及综合运用技能。</p>		
教学要求	<p>本课程是以制造企业经营运作流程为依据，分五阶段实施跟我学，跟我做，自己做，内部团队竞赛，总结分析。采取团队形式进行，一般分6-8个组，每个组6人左右，分别担任CEO、CFO、CO、CLO、CMO等角色，模拟经营六年，最后根据每个团队经营效益(权益)进行评价。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>		

## 6. 《市场营销专业综合技能实训》

课程代码	24S080404	课程性质	综合实训必修课程
------	-----------	------	----------

开设学期	第 5 学期	总学时	60
理论学时	0	实践学时	60
周学时	30	教学周数	2
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。		
	<b>2. 知识目标</b> 了解销售岗位的工作要求；熟悉销售岗位的工作流程与工作规范；掌握销售岗位的工作方法与技巧。		
	<b>3. 能力目标</b> 掌握新媒体营销的理论体系和分析框架，能结合企业产品特点，开展新媒体营销；掌握新媒体营销内容策划与制作、运营与推广的技能和技巧；培养学生互联网思维、流量思维、用户思维、社交思维、大数据思维，养成严谨、认真、坚持不懈的良好职业素养。		
课程内容	（课程主要包括 4 个模块：新媒体平台目标人群分析与定位（账号、内容、用户定位）、内容策划与生产（内容策划、素材收集整理、短视频制作及优化）、内容发布及推广、引流与变现（短视频引流技巧、变现及商业模式类型）。		
教学要求	本课程为综合实训课，依托校企合作中真实的新媒体项目采用“项目驱动，任务导向”的教学模式。以短视频运营与推广核心实践活动为基线，按照工作岗位要求，进行目标市场分析及定位、内容策划与生产、短视频发布与推广、引流变现等一系列操作，使学生建立短视营销的方法体系（分析框架），深化短视频营销的业务体验。学生在“做中学”、“学中做”，提高学生学习的积极性和主动性。同时在整个实训过程中，企业导师、班级导师“双管齐下”理论与实践能力同步提升，为学生的专业技能打下基础。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。		

## 7. 《毕业设计》

课程代码	24G000005	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	60
理论学时	0	实践学时	60
周学时	30	教学周数	2
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<b>1. 素质目标</b> 具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具备热爱市场营销行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有市场敏感性、成本意识和		

	<p>创新精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解市场营销的含义、构成、分类、特征；熟悉市场营销设计与策划的基础理论；掌握各类型产品营销的设计方法，掌握营销产品推广的途径与方法。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 具有较强的语言沟通与文字表达能力，能进行毕业设计选题，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。能进行数据资料收集、整理与分析，能独立完成毕业设计论文，能完成企业策划活动的相关任务。能开展市场调研，能根据不同群体的特征和需求设计各类型营销产品；能够撰写市场营销产品设计与策划的方案文本；能根据实际情况进行产品的营销推广。</p>
课程内容	<p>课程内容主要由 16 个部分组成，内容分别为成立毕业设计专项工作小组、制定毕业设计指导计划、制定毕业设计课程选题范围、确定选题和下达毕业设计任务书、学生完成毕业设计执行方案、学生收集相关资料、完成毕业设计论文初稿、修改稿、定稿、答辩、成绩评定等。</p>
教学要求	<p>学生选题必须结合企业实践，且须通过指导老师批准。严禁抄袭毕业设计论文，要求方案设计合理，依据可靠，具有一定的社会价值、市场价值或商业价值。毕业设计指导老师要求优先考虑中级职称以上教师、双师型教师。课程依托云空间，在学生、教师、专业的空间设置毕业设计专栏，发布任务书、执行方案、毕业设计，公布典型的毕业设计案例，方便学生的课外学习、思考以及指导老师的个性化指导。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

## 8. 《岗位实习》

课程代码	24G000004	课程性质	综合实训必修课程
开设学期	第 5、6 学期	总学时	576
理论学时	0	实践学时	576
周学时	24	教学周数	24
课程学分	24	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生具备热爱市场营销行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有较强的职业道德意识。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解市场营销行业发展的现状和趋势，了解市场营销岗位的主要业务和工作职责；熟悉市场营销岗位工作流程和规范；掌握市场营销岗位工作的方法和技巧。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 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。能够尽快将所学专业知识和岗位技能与生产实际相结合，使学生树立职业理想，养成良好的职业道德练就过硬的职业技能，从根本上提高人才</p>		

	培养质量。为确保岗位实习各项任务的顺利完成，提高实习质量，进一步加强岗位实习的组织管理，帮助学生在实习期间的实习任务、实习目标，为岗位实习阶段的学习奠定良好的基础。
<b>课程内容</b>	学生将专业教学内容渗透到岗位实习中，以准员工的身份参与实习企业的生产、管理与服务等一线工作。鼓励学生结合岗位，针对在企业生产、管理和服务中技能要求，跟踪最新的理论，技术、工艺、流程的发展进行各个环节的实习，提高学生岗位技能的综合素质和可持续发展的能力。
<b>教学要求</b>	<p>(1) 在第五学期期末开始，学院推荐、企业和学生互选，学生可以自谋职业，在第六学期离校上岗工作、学习。</p> <p>(2) 学院在实习前将实习计划下发给学生，指导学生填写《学生岗位实习日志》组织实习纪律和安全教育知识测试，与学生签订《岗位实习安全承诺书》。</p> <p>(3) 实习指导教师应经常到实习单位与学生进行沟通、交流，掌握学生的思想和工作动态，指导学生撰写岗位实习周记、总结，做好学生实习总结的检查、敦促工作，做好学生实习考核工作，填写学生《学生岗位实习教学日志》等相关内容。</p> <p>(4) 实习指导教师具体负责学生岗位实习期间的考勤、业务考核、技能训练、实习鉴定等工作，落实岗位实习任务，做好学生的安全教育工作，协助处理企业与实习生之间的部分问题细节，并填写好《学生岗位实习教学日志》等相关内容。学生岗位实习结束后，实习指导教师要将学生岗位实习材料汇总到学院实习实训科存档。</p> <p>(5) 实习指导教师以考核为主，分为优、良、中、及格、不及格五挡：了解实习情况为主，审阅岗位实习报告考核为辅：出现安全事故责任属于个人的、违法、违纪事件总评为不及格。计分等级与分数的转换标准：90-100，80-89.70-79.60-69.0-59 分别按优、良、中、及格、不及格计。</p>

## （五）专业选修课程

### 1. 《分销渠道管理》

<b>课程代码</b>	24X080406	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第 4 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	16	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	2	<b>教学周数</b>	16
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备认真、诚信、公义的责任感；具有热爱美、追求美、崇尚美的思想品格。具备一定的品牌管理意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行渠道管理的品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉渠道管理意识</p>		

	<p>的修养，养成学生遵从渠道管理的行为；掌握渠道管理的基础知识、相关理论知识。做好市场渠道管理营销工作的必备知识，也是学生将来从事渠道管理营销等方向工作的基础。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>了解销售渠道的基本概念，学会渠道的开发和管理，掌握渠道管理的系统方法和工具能力；2. 把握未来销售渠道结构及渠道成员的角色定位能力；3. 熟悉销售渠道的开发战略定位和策略实施及管理技巧能力；4. 掌握了解、甄别分销商的方法能力；5. 与分销商建立长期合作伙伴关系能力。</p>
课程内容	<p>分销渠道是指产品或服务转移所经过的路径，由参与产品或服务转移获得以使产品或服务便于使用或消费的所有组织构成。对于分销渠道的管理，是企业营销管理的一项重要内容，关系到企业能否成功地将产品打入市场、满足目标市场的需要、扩大产品销售、获取可持续的竞争优势。在当今的市场环境下，随着获取可持续的竞争优势越来越困难、中间商的权力日益强大和互联网的应用与普及，分销渠道管理在企业营销管理中的地位越来越重要。它越来越被看成是企业获取竞争优势的一个战略要素。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。要求学生课前阅读相关资料，鼓励独立思考和课堂积极发言、师生之间、学生之间的建设性讨论。要求教师必须具备扎实的管理学基础理论，能够熟练使用信息化教学手段，具备一定的企业服务营销工作经历。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

## 2. 《电子商务》

课程代码	24X080404	课程性质	专业选修课程
开设学期	第4学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	2	教学周数	16
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具有较高的信息技术素质，对网络环境能敏锐体察；能用心尊重他人，不断激励自己；及时适应环境变化，不断开拓创新。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>通过课程的学习，要求学生掌握关于电子商务的基础知识、概念、定义和原理；知道电子商务的几种主要模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子</p>		

	<p>商务、以及其他表现形式；熟悉电子商务的技术基础、电子支付、物流基础知识以及移动电子商务的基本特点；明白网络营销的常用方法和工具；了解网上开店的基本知识等。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>（能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店，并进行网店管理运营；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。</p>
课程内容	<p>本课程主要包括电子商务导论(概念、产生发展、分类、功能等)，电子商务的运作模式(B2B、B2C、C2C、O2O 等模式)，电子商务的技术基础(EDI 技术、Internet 技术)，网络营销(网络营销概述、网络营销常用方法和工具)，电子支付(概念、支付工具及特点、支付流程)，电子商务物流管理(物流概念、电子商务与物流的关系、物流配送中心)，移动电子商务，网店的开设(网上开店的基本知识、网店的打理与推广)等内容。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；本课程是一门技术实践性很强的课程，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。要求学生通过一定的上机实践来访问一些著名的电子商务网站以及最新的电子商务论坛，以此来掌握电子商务的最新发展动态以及网络营销的策略；通过上机可以对一些互联网的基础知识及基本操作有更深入的了解；要求学生能够掌握电子商务的基本概念、基本理论和基本技术，了解电子商务在各行业中的应用，如零售业、旅游业、金融业、制造业等，了解网络营销的概念和策略。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

### 3. 《微商概论》

课程代码	24X080405	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有开拓微商创业的能力；具有沟通协调能力和一定的安全意识和质量意识；具备吃苦耐劳、爱岗敬业的良好职业道德；具有善于总结、力求上进的品质。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解微商管理基础理论知识；熟悉微商创业主要应用领域，掌握微商管理主要应用方法。</p>		

	<b>3. 能力目标</b> 熟悉微商创业的岗位要求，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力在教师的指导下，构建专门的大学生微商创业平台，将大学生微商创业与专业教育进行科学对接，为大学生们提供合理化的微商创业建议和指导。
<b>课程内容</b>	本课程内容主要分十部分：(1)微商概述、(2)微商的商业模式、(3)微商经济学、(4)微信与微信朋友圈、(5)微商营销、(6)微商与新媒体营销、(7)移动电子商务技术基础、(8)移动营销、(9)微商文案的策划与撰写技巧、(10)微商负面效应与网络舆情管理。全面科学的分析了微商所涉及的重要内容。
<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；在教学过程中，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，培养学生的创新意识，提高学生的学习兴趣 and 乐趣，将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习，让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考和自主创新能力，教学中始终坚持启发式教学原则，通过各种不同的方式来激发学生的学习欲望，使学生积极参与到教师主导的学习活动中来，主动思维，发现问题，提出问题，并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

#### 4. 《人力资源管理》

<b>课程代码</b>	24X080301	<b>课程性质</b>	专业选修课程
<b>开设学期</b>	第 5 学期	<b>总学时</b>	32
<b>理论学时</b>	16	<b>实践学时</b>	16
<b>周学时</b>	4	<b>教学周数</b>	8
<b>课程学分</b>	2	<b>考核方式</b>	考查
<b>课程目标</b>	<b>1. 素质目标</b> 使学生了解国家为落实人才强国战略和创新驱动发展战略所做的工作，坚持制度自信和道路自信；引导学生坚定以人为本的理念，追求社会主义核心价值观为核心的自我价值实现；培养严格履行工作职责和自觉遵守规章制度的意识；培养学生发扬钻研精神，学会循序渐进、抽丝剥茧地分析问题；强化全局意思、前瞻意识和规划意识，树立终身学习理念。 <b>2. 知识目标</b> 了解人力资源管理的相关概念；掌握人力资源工作分析的作用、步骤和分析方法；了解工作设计的概念、原则和步骤；掌握人力资源规划的内容和步骤；了解员工招聘和录用的渠道、方法和步骤；掌握员工培训方案制订、培训活动实施与效果评估的步骤；掌握绩效管理的步骤，绩效考核的内容、原则、步骤和方法；熟悉薪酬管理的内容和影响因素，掌握薪酬体系的类型、		

	<p>设计原则和步骤，以及员工福利制度的设计步骤；熟悉劳动合同的订立、履行、变更、解除、终止和续订；熟悉劳动争议的概念、特点和处理方式。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>能进行岗位分析和编制职务说明书；能预测人力资源需求和供给；能进行招聘管理；能制作劳动合同，并实施劳动合同管理；能进行薪酬管理；能运用绩效考核方法设计考核方案，并组织实施；能设计员工福利方案；能制订员工培训计划，并能够完成培训全过程的组织工作；能处理一般的劳动争议。</p>
课程内容	<p>本课程主要包括人力资源管理概论、工作分析与工作设计、人力资源规划、员工招聘、员工培训、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理、人力资源管理职能优化等教学内容。</p>
教学要求	<p>遵循“教师引导，学生为主”的原则，通过讲解、多媒体演示、场景模拟、任务驱动、小组讨论和翻转课堂等教学方法，努力为学生创设更多知识应用的机会。利用智慧职教、MOOC 学院、学习通等资源平台，实行线上与线下的混合式教学，提高教学的效率和效果。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家十三五规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等的高职规划教材、活页式及工作手册式教材，并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。本课程实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占40%，终结性考核成绩占60%。</p>

### 5. 《短视频运营推广》

课程代码	24X080410	课程性质	专业选修课程
开设学期	第5学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b></p> <p>积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b></p> <p>了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉短视频运营与推广意识的行为；养成学生遵从技能的行为；掌握短视频运营与推广的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b></p> <p>聚焦抖音、快手等不同平台，进行短视频运营与推广。通过课程教学：培养学生掌握短视频营销知识体系和分析框架，能结合自身优势和行业特点，准确定位，内容策划与生产，短视频运营与推广；培养学生掌握短视频运营与推广、引流变现的技巧和方法；培养学生互联网思维、流量思维、用户思维、社交思维，养成严谨、认真、坚持不懈的良好职业素养。</p>		

<b>课程内容</b>	课程主要包括 5 个模块：短视频概论（行业发展、平台特点、优势及类型）、定位（账号、内容、用户定位）、短视频内容策划与生产（内容策划、素材收集整理、短视频制作及优化）、短视频发布及推广、短视频引流。与变现（短视频引流技巧、短视频变现及商业模式类型）。
<b>教学要求</b>	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以短视频营销典型工作任务和职业能力分析为依据，以“项目驱动，任务导向”的教学模式，在教学内容的组织安排上融“教、学、做”为一体。在教学方法上，重视学生在校学习与实际工作的一致性。以短视频运营与推广为核心实践活动的课程教学体系，涵盖了内容策划与生产、发布与推广、引流变现等一系列操作。建立短视频营销的方法体系（分析框架），深化短视频营销的业务体验。整个教学过程以完成“短视频运营与推广”这个项目为月标，分解为若干个任务来带动教学进程。依托校内实训平台，开发真实项目，提高学生的营销实操能力，培养学生的职业兴趣，为学生的专业技能打下扎实的基础。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

## 6. 《网络营销》

课程代码	24X080408	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
<b>课程目标</b>	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的网络营销意识和实践意识。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉网络营销意识的行为，养成学生遵从网络营销技能的行为；掌握网络营销的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能的能力，帮助企业进行有效的网上经营活动能力。</p>		
<b>课程内容</b>	通过对网络营销各工作岗位群的工作流程分析，模块化工作任务，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能力另一方面对于理论方面的教学，坚持以案例导入、在案例分析中理解相关知识的学习，启迪学生的思维，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能		

	力，掌握在网络条件下开展市场调研、网络营销的方法和技术手段，为今后学习其他管理课程和从事营销工作奠定基础。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。要求学生课前阅读相关资料，鼓励独立思考和课堂积极发言、师生之间、学生之间的建设性讨论。要求教师必须具备扎实的管理学基础理论，能够熟练使用信息化教学手段，具备一定的企业服务营销工作经历。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

### 7. 《网店运营推广》

课程代码	24X080407	课程性质	专业选修课程
开设学期	第5学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备一定的网店运营营销意识和实践意识；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉网店运营意识的修养，养成学生遵从网店运营营销技能的行为；掌握网店运营营销的基础知识、相关理论知识。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握网上开店、网店运营基本理论，建立起网店平台并开展电子商务业务，具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力。</p>		
课程内容	<p>本课程共分为十个部分：分别是网店运营岗位认知，网店运营准备工作，网店视觉营销，网店运营活动策划及执行，网店运营推广，网店数据运营分析，网店客户服务，网店仓储与物流，微信营销，跨境电商店铺运营。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；按照职业教育特点积极探行之有效的教学方法，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。教学方法主要以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙</p>		

	述教学法、启发布教学法、诱导法等其他教学方法为辅，已完全做到针对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	--

## 8. 《图像处理与平面设计》


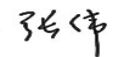
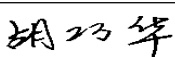

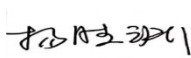
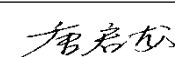
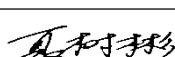
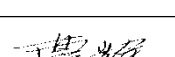

课程代码	24X080411	课程性质	专业选修课程
开设学期	第 5 学期	总学时	32
理论学时	16	实践学时	16
周学时	4	教学周数	8
课程学分	2	考核方式	考查
课程目标	<p><b>1. 素质目标</b> 积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p><b>2. 知识目标</b> 了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉图像处理与平面设计意识的行为，养成学生遵从技能的行为；掌握图像处理与平面设计的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p><b>3. 能力目标</b> 掌握 Photo Shop 软件所有功能模块的使用；培养学生能够独立完成个人名片设计、折页设计和海报设计，能对互联网文案进行完整配图；培养学生能熟练提取企业任务信息，准确判断企业平面宣传重点，有良好的视觉审美能力，能将其运用到实际的新媒体运营和策划中去。</p>		
课程内容	本课程主要内容包括 8 个模块：选区与抠图、工具及其商业运营、文本及其商业运营、图层、通道、滤镜与特效、调色、D 技术与设计实践。包括 4 个实训项目：个人名片设计、宣传折页设计、宣传海报设计、文案配图。		
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以新媒体运营过程中典型工作任务为依据，采用“理论精讲+案例示范+实践训练”的教学方法，逐步形成综合运用市场营销基础、消费者行为等专业知识，以平面图片处理与设计为核心能力的课程教学体系。以平面图片处理的难易程度为依据，对教学任务进行分解，构建学习情景，引领教学环节，便于学生循序渐进掌握软件操作和使用技能。通过项目设计，增强学生动手实践能力，提升视觉审美，最终能够运用所学知识判断企业平面宣传需求并进行有效的设计与推广。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。		

## 附件 2：市场营销专业学分认定与转换表

类型	成果名称	发证部门	认定学分	转换课程
职业技能等级证书	经济专业技术资格证书 (初级)	人力资源和社会保障部	2	《经济学基础》
	数字营销技术应用技能证书 (初级)	中教畅享(北京)科技有限公司	3	《数字营销》
	互联网营销师资格证书 (初级)	中国轻工业联合会轻工业职业能力评价中心	2	《电子商务》
	网店运营推广资格证书 (初级)	北京鸿科经纬科技有限公司	2	《网店运营推广》
相关荣誉证书	“楚怡杯”湖南省职业院校技能竞赛获奖证书	湖南省职业院校技能竞赛组委会	2	《ITMC 沙盘实训》
通用能力等级证书	全国计算机等级考级(一级)	教育部教育考试院	3	《信息技术》
	全国高等学校英语应用能力考试(A级)	全国高等学校英语应用能力考试委员会	4	《大学英语》

## 附件 3:

## 永州职业技术学院 2025 级市场营销专业人才培养方案专家论证意见表

该人才培养方案定位清晰准确，科学合理。培养标准准确，岗位职业能力分析清楚，课程设置与人才培养目标一致，教学进度符合学生认知发展规律和职业成长规律。师资队伍结构合理，已形成合理的梯队结构，能满足教学需要。实训设施能满足市场营销专业课程的教学需求。			
姓名	职称或职务	单位	备注
彭金海	副教授	湖南电子科技职业学院	
张伟	教授	永州职业技术学院	
胡巧华	副教授	永州职业技术学院	
屠纯国	副教授	永州职业技术学院	
杨胜渊	总经理	湖南中青创飞文化科技有限公司	
唐启龙	总经理	每天酒业集团有限公司永州直营店	
聂树彬	总经理	永州香年壹佰贸易有限公司	
曹辉	营销总监	永州玖玖华安租车服务有限公司	
签名（论证时间）  <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">                     2025 年 8 月 22 日                 </div>			

附件 4:

6



永州职业技术学院  
YONG ZHOU VOCATIONAL TECHNICAL COLLEGE

市场营销专业人才培养方案

附件 4:

**永州职业技术学院专业人才培养方案制（修）订审批表**

专业名称	市场营销	专业代码	530605
培养对象	中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力	修业年限	三年
所在学院	商学院	制/修订时间	2025 年 5 月
总课程数	57	总课时数	2750
理论与实践课时比例	理论：41.17% 实践：58.83%	毕业学分	148
参与制（修）订人员签名 (按承担工作量排序)	余建平 刘敏 郭文君 刘敏 郭文君 2025 年 8 月 28 日		
专业负责人或教研室审批	该人才培养方案切合实际，符合国家相关文件精神，同意 2025 级实施。 签字 余建平 2025 年 8 月 29 日		
二级学院审批	同意实施 签字（章）唐丽 2025 年 8 月 31 日		
教务处审批	同意 签字（章） 2025 年 9 月 6 日		
学术委员会审批	讨论通过 签字（章） 2025 年 9 月 6 日		
学校党委审批	签字（章） 2025 年 9 月 6 日		

附件 5:

教学进程（安排）变更审批表

申请部门		主讲教师		授课班级	
原教学进程（安排）情况：					
调整原因及调整情况：					
年 月 日					
教研室意见：					
年 月 日					
二级学院意见：					
年 月 日					
教务处意见：					
年 月 日					

说明：为了稳定教学秩序，严格教学进程（安排）管理，各专业如有特殊情况需调整教学进程（安排），必须填写此表一式三份分别交教研室、二级学院和教务处，经二级学院和教务处同时批准后方可执行。