

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称、专业代码、专业大类

(一) 专业名称 (专业代码)

市场营销 (530605)

(二) 专业大类

财经商贸大类

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表1 职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属 专业类 (代码)	对应 行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位 群或技术 领域 (举例)	职业资 格证书 和职业 技能等 级证书	行业企业 标准 (举例)
财经商贸 大类 (53)	工商管理类 (5306)	批 发 业 (51) 零 售 业 (52)	营 销 员 (4-01-02-01) 市场营销专业人 员 (2-06-07-02) 互联网营销师 (直播销售员) (4-01-02-07)	市场调研员 市场经理 销售经理 策划部门主 管 小微商业企 业创业者 互联网营销 师 (直播销 售员) 专卖店店长 品牌主管	互联网营 销师 (直 播销售 员) 1+X数字 营销应用 技术职业 技能等级 证书	《互联网营 销师(直播 销售员)行 业企业评价 规范》 《直播销售 员服务规 范》

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，符合“互联网+”时代发展的需要，具备良好的政治素质、人文素养、职业道德、创新意识、沟通能力、协调能力、持续发展能力和团结协作精神，掌握市场营销的基本理论知识，具备现代互联网知识和计算机技术的应用能力，面向产品销售、广告设计、互联网营销等市场营销领域工作的应用性、复合型、创新潜质的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

(一) 素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；
3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；
4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神；能够理解企业战略、适应企业文化、保守商业机密；
5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；
6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；
7. 树立正确的劳动观念，具有必备的劳动能力和劳模精神、劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。
8. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的素养；
9. 具有良好的语言、文字表达素养、计算能力、形体知觉、色觉，手指、手臂灵活，动作协调，其他（肢体表达能力）。

（二）知识

1. 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 熟悉与市场营销专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；
3. 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；
4. 掌握消费者行为的基本内容和分析方法；
5. 掌握市场营销的基础知识以及“互联网+”背景下市场营销的新发展；
6. 掌握推销技巧和商务谈判的原则、方法和技巧；
7. 掌握市场调研的方式、方法、流程，市场调查报告的撰写方法；数据分析的基础知识；
8. 掌握营销策划与组织的基本内容和方法；
9. 掌握品牌设计、品牌传播以及其他品牌管理的基本内容与方法；
10. 掌握互联网+新零售的相关知识；
11. 掌握网络营销的基础知识；
12. 掌握互联网直播的基础知识；
13. 掌握新媒体营销的基础知识。

（三）能力

1. 能够对客户进行日常管理，与客户进行有效沟通，并提供客户服务；
2. 能够对市场环境进行分析，做出预判；
3. 能够组织实施营销产品的市场调研，进行数据分析；
4. 能够利用推销技术和品牌管理技能，组织实施品牌和产品的线上线下推广、促销及管理活动；
5. 能够进行商务谈判并能正确运用商务礼仪；
6. 能够根据企业的实际情况，形成切实有效的网络营销推广的创意与方案。
7. 能够进行营销活动策划并组织实施；
8. 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；
9. 能够合理利用互联网平台进行直播销售；
10. 能够进行网络营销与推广。

七、课程设置及要求

(一) 职业能力分析

表2 典型工作任务与职业能力分析表

工作岗位	定性工作任务	职业能力	对应课程
市场营销专员或营销经理	帮助总经理制定营销计划、开发客户资源、签订商品合同等任务	沟通能力、协调能力、应变分析能力、写作能力等	《市场营销学》 《消费者行为学》 《市场调查与预测》 《推销技巧与谈判》
市场调研员	收集市场信息并进行整理、分析和预测，为决策提供依据	掌握市场调查技术，进行数据整理分析，撰写市场调查报告	《市场与预测》、 《消费者行为学》
销售管理岗位：如销售主管、销售经理等	制定销售计划、构建销售组织、培训和指导销售人员、进行销售激励和绩效考评。	战略与决策能力、人际关系管理能力、操作能力	《销售管理》 《消费者行为学》
营销策划专员、主管及相关管理岗位	项目前期调研与可行性分析、市场定位和产品定位、项目策划推广、优势资源整合等	协调能力、决策能力、组织管理能力、资源运营能力	《市场营销学》 《市场调查与预测》 《营销策划》
销售员、业务经理	收集整理分析客户资料、组建谈判团队、完成销售任务	具备有关推销理论、谈判模式等具体推销领域的基础知识，掌握推销过程相关的基本技能	《市场调查与预测》 《推销技巧与谈判》 《客户服务与管理》
直播营销员	掌握个性心理因素、环境因素、营销因素对消费者行为影响，掌握消费者行为产生，发展和变化的一般规律，制定有效的营销策略	熟练地运用消费者行为学分析的各种方法分析和研究消费者行为活动的的能力	《消费者行为学》、 《客户服务与管理》 《网络营销》
品牌管理岗位：专卖店店长、品牌经理	制定品牌营销战略、制定品牌管理制度和具体措施协调和监督实施工作，对公司年度营销计划、月度分解计划进行考核	具有灵敏的市场洞察力、品牌策划与推广能力、品牌战略规划能力、品牌维护能力、分析能力和创新能力	《市场营销学》 《品牌管理》 《市场调研与预测》 《营销策划》

(二) 课程设置

课程包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育、劳动教育、大学语文、公共外语、信息技术、创新创业教育列入必修课，将大学生社交与礼仪、沟通策略与实践、语言表达能力训练列入公共选修课。

2. 专业课程

根据行业发展、职业发展、区域经济等对市场营销专业人才的复合型要求设置课程。分为专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程，并涵盖有关实践性教学环节。

(1) 专业基础课程

设置8门专业基础课：商品学、经济学原理、统计学原理、客户服务与管理、广告实务、职业素养与发展、团队管理、会计基础。

(2) 专业核心课程

设置8门专业核心课：市场营销学、推销技巧与谈判、销售管理、市场调查与预测、品牌管理、消费者行为学、营销策划、分销渠道设计与管理。

(3) 专业选修课程

设置5门专业选修课：新媒体运营、新零售管理、国际贸易、连锁经营管理、网络营销。

3. 实践教学环节

实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学，主要包括实训、实习、毕业设计、社会实践等。课程实训严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求，在校内实训实验室、校外实训基地等开展完成；社会实践、顶岗实习、跟岗实习由学校组织在校企合作相关企业开展完成。

(三) 课程描述

1. 公共基础课课程描述

表3 公共基础课课程描述

课程名称	《思想道德与法制》
课程目标	本课程旨在帮助学生了解日常生活和职业生活中道德法律知识和规范。课程以马列主义、毛泽东思想为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，帮助大学生确立正确的世界观、人生观和价值观，形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国精神，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养，把大学生培养成社会主义事业的合格建设者和接班人。
主要内容	绪论、人生的青春之问、坚定理想信念、弘扬中国精神、践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法等。
教学要求	本课程在具备一定文化水平和心理素质基础上，需要将课堂教学和实践教学有效融合，以真正发挥这门课程的思想引领作用。 课程必须以社会主义荣辱观教育为主线，以爱国主义、社会主义、集体主义教育为核心来展开教学内容。引导大学生完善四种认识（认识社会、认识高校、认识职业和认识自己），学会四种技能（如何学习、如何做人、如何做事和如何交往），帮助学生了解时代对他们在思想、政治、道德、法制观念和心理素质方面的要求。 教学方式可灵活多样，如理论教学、案例教学、课堂互动、多媒体教学

	和第二课堂的实践教学等。
课程名称	《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》
课程目标	通过本课程的学习旨在帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理及其对当代中国发展的重大意义，增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领及各项方针政策的自觉性和坚定性，树立中国特色社会主义共同理想，并在不断践履中牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，强化学生服务社会、报效国家的责任意识 and 实践能力。
主要内容	毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等。
教学要求	“以生为本”，师生互动、注重实践，突出学科的政治性、思想性，在教学中通过各种能够引导学生主动思维，积极参与的方法和方式，培养学生收集和处理信息的能力，获取新知识的能力，分析和解决问题的能力，实现课程实效性。
课程名称	《形势与政策》
课程目标	本课程旨在帮助学生及时、正确地认识新时代国内国际热点、难点和敏感问题，及时、正确地理解党的理论、路线、方针、政策，认识党和国家面临的形势与任务，培养大学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践能力和社会适应能力。
主要内容	《形势与政策》课的教学内容涉及国内与国际两个领域的时事热点，具体涉及经济、政治、文化、社会、军事、外交、统战、国际关系等诸多领域。《形势与政策》课不仅具有非常强的政治性、政策性和现实性，而且具有高度的敏感性、针对性和时效性。为此，我们根据中宣部、教育部春、秋两季颁发的《高校“形势与政策”教育教学要点》、党和国家重大理论政策、国内国际形势与国际关系等与时俱进设定教学内容，确定每学期具体教学内容。
教学要求	本课程 1 学分，32 学时。本课程教学中主要联系涉及国内与国际两个领域的时政热点问题，灵活运用多种教学方法和现代化教学手段讲述十八大以来党和国家事业发展取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，通过学习增强学生的获得感和满意度。
课程名称	《职业生涯规划》
课程目标	学生必须学以致用，即学生学了本教材后，掌握基本的职业道德规范和基本的职业理想知识，对职业有基本的规划，能在今后的工作岗位中表现出良好的职业道德素质。 1. 知识方面： (1) 要求学生掌握职业道德的基本内涵，以及良好职业道德所包含的基

	<p>本内容，职业道德的作用。</p> <p>(2) 要求学生掌握职业生涯设计的基本知识，和职业生涯发展条件与机遇，以及学生制定职业生涯发展目标与措施，最后掌握就业形势、正确认识就业、成功就业。</p> <p>2. 能力方面：要求学生在以后的企业里表现出良好的职业道德，并遵守企业的规章制度，首次就业做好由学校人到职业人角色的转换。</p> <p>3. 情感态度价值观方面：要求学生懂得职业生涯规划的重要性，为和谐社会做出贡献。</p>
主要内容	<p>指导学生树立职业生涯规划的理念，明确职业理想对人生发展的重要意义，发挥职业生涯规划激励学生勤奋学习、敬业乐群、积极进取的作用；指导学生正确认知自我、认知社会、认知专业，确立职业生涯目标及实现目标的路径；指导学生正确认识职场与职位；掌握个人简历写作方法；学习面试技巧和成功经验，提升大学生的就业能力；通过初入职场的心态调整、角色定位、合理规划，最终实现职业理想和自我价值。</p>
教学要求	<p>发挥学生主体作用设计教学系统，贴近学生实际，整合教学内容，重学生能力，增强教学效果。努力做到：</p> <p>1. 知识传授、能力训练与行为养成相结合。教学要把知识传授、能力训练同陶冶情操、提高觉悟、行为养成结合起来，做到知行统一。</p> <p>2. 面向全体与个别指导相结合。教学要面对全体学生，加强个别指导。要用正确的学生观、人才观看待学生，真诚地期望每一个学生都能成功，为学生创造成功的机会并及时给予激励，成为学生的知心朋友。</p> <p>3. 课堂教学与思想政治教育工作相结合。教学要与多种德育渠道结合起来，提高课程思政针对性、实效性的引领作用。</p> <p>4. 自律和他律相结合。教学要注重引导学生把落实职业生涯规划中的发展措施，转化为发自内心的需要，要把个人职业生涯规划的设计和管理置于集体之中，发挥他律的作用，进一步提高德育实效。</p>
课程名称	《大学生就业与创业》
课程目标	<p>帮助大学生了解国家就业政策和就业形势，引导大学生充分认知自我，合理调整职业预期，树立正确的择业观、创业观，增强就业竞争意识，掌握择业、创业的基本常识和技能，把握大学生就业创业市场的特点和功能，以此提高大学生择业就业的能力，最终指导帮助大学生实现成功就业创业。</p>
主要内容	<p>《大学生就业与创业》着眼于当前高职高专院校毕业生就业与创业环境、就业与创业形势，结合高职高专院校毕业生就业与创业实际，比较全面地阐述了高职高专院校毕业生在求职择业及创业过程中的各个步骤、环节和应注意的问题。书中具体内容包括就业形势、职业生涯设计、择业心理准备及适应、求职材料的编写、面试技巧、就业程序、就业政策法规、就业途径、创业机会、创业计划等内容。</p>
教学要求	<p>理论知识方面：了解高等教育大众化背景下的大学生就业形势，了解大学生就业创业的现行政策及体系，了解社会职业的基本知识，了解求职创业的知识，掌握大学生就业创业的基本程序。</p> <p>能力、技能方面：运用职业测评系统，进行自我认知，了解自己的优势</p>

	和不足，合理定位，学会了解筛选就业创业信息，做好就业前的简历制作，求职书等物质准备和心理准备，掌握一般的求职应聘面试技能，结合自身特点，抓紧时间弥补自己的不足，为顺利成功就业创业奠定基础。
课程名称	《大学生心理健康教育》
课程目标	是高职学生的公共必修课。本课程的主要任务是：宣传普及心理保健知识，帮助大学生认识健康心理对成长成才的重要意义。指导大学生树立心理保健意识，认识心理活动的规律与自身个性特点，掌握心理健康知识和心理调适方法，学会化解心理困扰。
主要内容	指导他们处理好环境适应、学习成才、人际交往、恋爱情感、求职择业、人格发展、情绪调节和挫折应对等方面的困惑，化解心理问题，预防心理疾病和危机事件发生，促进健康成长；指导大学生树立正确自我意识，学会正确认识评价自己，悦纳自我，增强社会生活的适应能力、压力管理能力、学习发展能力、问题解决能力、人际交往能力、自我管理能力和自我管理能力，科学规划自己的未来和人生。引导他们拥有乐观向上、积极进取的人生态度，学会学习，培养创造性思维，训练坚强意志，优化心理品质，培养健全人格，开发心理潜能，促进全面成才。
教学要求	把课程思政贯穿于本课程的教学中，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。
课程名称	《计算机应用基础》
课程目标	该课程旨在培养学生利用计算机查找数据、处理数据的能力，培养学生使用 Microsoft Office 软件处理日常生活工作中碰到的事务，也为以后能掌握计算机基本操作技能，为学好本专业后续课程打下坚实的基础，本课程的学习对学生毕业后迅速适应岗位要求、在工作岗位上具有可持续发展的再学习能力都具有重要作用。
主要内容	计算机发展概论、计算机基本组成和工作原理、Windows 2010 操作系统、Word 2010、Excel 2010、PPT 2010 、计算机网络知识、计算机网络安全、多媒体技术。
教学要求	要求采用“任务驱动”教学方法，有效地解决学生“知其然，不知其所以然”的现象；采用“案例教学”，吸引学生的学习兴趣，也通过作品让学生知道所学习的知识在实际生活中的应用；采用“精讲多练”，做到理论实践知识讲授全覆盖。
课程名称	《大学英语》
课程目标	本课程全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够达到包括职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升、自主学习完善以及知识、技能、素质七项学科核心素养的发展目标。

主要内容	主题类别侧重与职业相关的教学主题。语篇类型包括口头、书面、新媒体等多模态语篇，涵盖不同类型的体裁，为语言学习提供素材。语言知识重点突出应用性。文化知识包括世界多元文化和中华文化，尤其是职场文化，是学生形成跨文化交际能力、坚定文化自信的知识源泉。英语技能对学生在职场中的口头和书面沟通能力提出具体要求，包含理解技能、表达技能和互动技能，具体包括听、说、读、看、写以及中英两种语言的初步互译技能。语言学习策略是实现自主学习和终身学习的手段，具体包括元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略等。
教学要求	坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能；落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程；突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。
课程名称	《大学语文》
课程目标	助推高职高专学生进一步提高语文能力与职业素养，提高学生对文学精品的鉴赏水平和审美能力，养成学生民族文化情结和高尚品德，激发大学生的爱国热情，对促进高职高专院校立德树人、培养高素质劳动者和技能技术型人才起到积极作用。主要目标是引导高职生进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，帮助大学生提高阅读、表达和写作能力。
主要内容	培养高职高专院校学生的语文素养、人文素养和职业素养，体现语文读写听说能力训练、文学作品鉴赏与国学经典阅读的兼顾，使学生更加全面准确地认识中华民族的历史文化传统，受到优秀传统文化的陶冶，从中汲取正能量，明辨道理，增强民族文化自信和价值观自信，自觉践行社会主义核心价值观，坚定走中国特色社会主义道路、实现中华民族伟大复兴中国梦的理想信念。
教学要求	以读写为基础，训练为中心，读练结合，将提高语文素养、人文素养和职业素养的具体教学要求蕴含于教学内容中，把控每个教学过程的质量和检测要求。实施教学时，立足学生实际，提倡运用精讲与泛读、教读与自读及指导点拨与学生自主、合作、探究学习相结合的方法，把重点放在提高学生读写技能与人文素养上。对国学经典品读重在领会传统文化精神，可通过教师引导和课内外自主学习，潜心体会，含咀英华，明其要妙，契其真谛。
课程名称	《大学体育》
课程目标	本课程全面落实立德树人根本任务，培养学生学会锻炼身体的科学方法，掌握 1~2 项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平。引导学生建立终身锻炼的意识，养成体育锻炼的习惯，形成健康文明的生活方式。倡导学生积极弘扬体育精神，自觉遵守体育道德规范和行为准则，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识，助推学生运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。
主要内容	本课程由基础模块和拓展模块两部分构成。基础模块包括体能和健康教育两方面教学内容，拓展模块包括 9 个运动专项，每个专项分为基础知识学习和专业技能学习，主要系统学习各专项运动的基本技术、技能、战术、理论知识、专项身体素质、竞赛规则、裁判法以及基层单项比赛的指导方法和组织方法等，内容丰富，能够更好地满足学生继续学习与个性发展等方面需

	要。同时把课外体育锻炼、体育竞赛活动、体育社团活动等纳入整体课程结构设计和教学计划中，与课堂教学内容有效衔接，切实保证学生每天一小时校园体育活动的的时间和效果。
教学要求	遵循体育教学规律，把握课程结构，注重教学整体设计，倡导多元学习方式。在教学中优化设计运动技能模块，开发和创新职业体能锻炼的内容和组织形式，注重体育活动及比赛情境的创设，促进学生积极主动地参加活动和比赛，激发学生提高运动技能的内在动力和竞争能力。强化职业教育特色，提高职业体能教学实践的针对性。注重结合学生未来的职业发展与已有的生活经验，创设问题情境，引导学生理解职业体能的内涵，鼓励学生主动地开展职业体能训练，培养与提高综合职业能力和职业素养。坚持立德树人，发挥体育独特的育人功能，将增强学生文化自信、培养团队合作意识、提高沟通和组织能力、增强解决问题能力等有机融入教学全过程。
课程名称	《军事理论》
课程目标	本课程是按照我国《兵役法》《国防法》《国防教育法》等法律基本要求开设的，以国防教育为主线，以军事理论教学为重点，通过军事教学，使学生掌握基本军事理论与军事技能，增强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，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。
主要内容	课程内容分为五大部分：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。通过《军事理论》课程，增强大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，树立总体国家安全观，为国家培养高素质后备人才奠定基础。
教学要求	是大学生必修的一堂重要的课程，入学后的第一学期开设。通过在线慕课知识点视频学习、章节测验、期末考试等过程性综合的考察，对于国家荣誉、国家利益、民族自尊心的认识有了进一步的提升。可以帮助学生增长知识，理顺国防观念上的认识与理解，健全知识体系，增强国防观念，摆脱单一方向的片面追求，成为复合型人才。
课程名称	《劳动教育》
课程目标	新时代加强劳动教育必须强调以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，把劳动教育纳入人才培养全过程，要与德育、智育、体育、美育相结合，把握育人导向，遵循教育规律，创新体制机制，注重教育实效，实现知行合一，促进学生形成正确的世界观、人生观、价值观。使学生树立正确的劳动观点和劳动态度。
主要内容	劳动实践的安全与防护、主劳动模范做报告、根据学校实情情况，安排学生劳动实践。
教学要求	第一，开齐开足劳动教育课程，统筹安排课内外劳动实践时间；第二，结合学段特点和所在地区实际，规划好劳动教育课程内容，注重马克思主义劳动观、有关劳动技能的学习；第三，组织实施好劳动周，有序安排学生的集体劳动；第四，加强对劳动教育的研究，不断改进劳动教育方法和组织形式，注重激发学生内在需要和动力，提高教育效果。
课程名称	《军训与国防教育》

课程目标	通过开展军事理论课教学和军事训练，帮助学生掌握基本军事理论和军事技能，并不断提高学生的政治觉悟，激发爱国热情，发扬革命英雄主义精神，培养艰苦奋斗，刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学风和生活作风，掌握基本军事知识和技能，确保我党我军优良传统和红色基因在军事课教学中赓续传承。
主要内容	主要包括国防教育的含义及基本特征、爱国主义教育、国防知识讲授等。军事训练环节主要包括稍息、立正、报数、跨立、停止间转法、原地踏步、齐步走的行进与立定、跑步走的行进与立定、正步走的行进与立定、军姿、蹲姿、坐姿、敬礼、走方队等。
教学要求	遵循教育教学规律和学生成长规律，坚持按纲施训、依法治训，创新组训模式方法，全面提高学校军事课建设质量效益。
课程名称	《高等数学》
课程目标	通过本课程的学习，使学生比较系统地获得一元函数微积分、微分方程的基础知识、必要的基础理论和常用的运算方法，培养学生应用数学方法研究实际问题的思想和解决实际问题的能力，同时培养学生具有抽象概括问题的能力以及一定的逻辑推理能力，为后续课程提供必需的数学概念、理论、方法、运算技能和分析问题解决问题的能力，帮助学生树立探索精神和创新意识。
主要内容	本课程包括函数、极限、函数的连续性、一元函数微分学、一元函数积分学、微分方程等内容。通过对高等数学基础理论和基本技能等的学习，着重培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力、观察能力及综合运用所学知识分析问题、解决问题的能力，同时开展素质教育、培养学习者创新精神和创新能力。
教学要求	本课程应以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，充分运用多种现代化的教学手段，提高教学的质量和效率，构建师生互动的教学平台。要根据各专业发展对数学知识的要求，合理安排教学内容，突出实践性；要按照学生的学习基础与认识规律，做到教学练相结合。教学内容应重视与学生的生活经验相结合，加强与社会生活的联系。

2. 专业课课程描述

(1) 专业基础课课程描述

表4 专业基础课课程描述

课程名称	《经济学原理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>具备良好的社会公德意识和财经人员的职业道德精神；具有高度责任心和良好的团队合作精神；具有一定的科学思维方式和经济分析方法的能力；同时，具有热爱科学，实事求是的学风和创新意识，创新精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>能正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对经济学有一个整体的认识。掌握经济学的基本概念、基本原理和基本方法。</p>

	<p>3. 能力目标</p> <p>能树立以市场经济为中心的经济学观念，能够根据经济学的基本理论知识和技能，对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。具备能够运用辩证思维方法，数理逻辑思维方法，以及实证分析方法解决社会经济现象和具体问题。把理论的学习融入到对经济活动实践的研究和认识之中去，切实提高分析问题、解决问题的能力。</p>
主要内容	<p>微观经济规律及原理的掌握与应用，包括价格理论，生产理论，消费者行为理论，市场分析与市场失灵；宏观经济学理论与政策的掌握与应用，包括国民收入核算，宏观经济四大目标，宏观经济政策。</p>
教学要求	<p>课程的设计融入思政教育以职业素养教育为基础，以职业岗位所要求的营销能力为出发点，以职业技能培养为核心，以企业实际工作项目为载体，使学生在实施工作项目过程中，主动建构自己的专业知识、积累职业经验，完成从初学者到熟练者的职业能力发展。</p>
课程名称	《统计学原理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>(1) 具备一定的沟通能力和组织调查能力。</p> <p>(2) 具备一定的分析和运用统计学理论解决实际问题的能力。</p> <p>(3) 培养学生勤学好问、诚实、严谨、细心的治学态度。</p> <p>(4) 逐步树立运用统计参与管理的观念和意识。</p> <p>2. 知识目标：学生应该通过本课程的学习与训练活动，了解并运用统计学原理的相关知识，掌握处理统计基本业务的能力。通过实训和实践操作，让学生切实体会到统计工作的过程。让学生首先学会统计设计、搜集资料、整理资料、计算分析资料，最后撰写分析报告。从而使学生对统计工作的整个流程得到一个全真认识，使学生掌握统计分析方法，提高解决经济生活中实际问题的能力。</p> <p>3. 能力目标：</p> <p>(1) 能熟练运用统计数据进行数据采集操作流程。</p> <p>(2) 掌握常用的科学统计的方法搜集、整理、分析国民经济和社会发展的实际数据，描述现象数量之间的联系和变动规律。</p> <p>(3) 熟练掌握应用计算机统计软件进行数据传输及处理的方法及操作流程。</p>
主要内容	<p>课程内容具体包括：总论、统计调查、统计整理、统计综合指标、抽样推断、相关与回归、统计指数、时间数列分析、统计预测等内容。从统计总论入手，以统计工作的四个阶段，即：统计设计、统计调查、统计整理、统计分析为主线，最后撰写分析报告。</p>
教学要求	<p>通过本课程的教学，使学生理解并应用统计学的基本知识；熟悉一些常用的重要理论和方法；能运用所学知识，完成对统计资料的搜集、整理和分析工作，提高学生对社会经济问题的数量分析能力。统计学原理是职业基本能力课程，培养学生拿到统计职业资格上岗证，适应统计岗位工作，操作技能达到本专业上岗标准。</p>
课程名称	《商品学》
课程目标	<p>该课程培养具有商品检验、质量认证与管理的基本理论与基本实验技能</p>

	<p>的应用型人才。培养学生具备扎实的企业管理、现代物流、市场营销等知识的同时掌握建材商品、日用化学品、农产品等商品的检验检测技术及相关法律法规。一方面，使学生能够在流通企业从事商品检验与报检业务，以保障商品流通速度和效率，降低贸易成本。另一方面，使学生也能够的商品质量检验与认证机构、商品质量监督管理部门从事商品质量检验、认证与管理工</p> <p>作，以保障商品质量安全。</p>
主要内容	<p>包含四个模块（即认知篇、管理篇、监督篇、提升篇）十一章（即商品与商品学、商品与环境、商品质量、商品分类、商品包装、商品养护、商品标准与标准化、商品检验与品级、商品监督与认证、商品选购与介绍、假冒伪劣商品的识别和消费者权益保护）。</p>
教学要求	<p>该课程是市场营销专业基础课，对市场营销专业课程的教学质量至关重要。随着经济发展的不断加快，商品不断的替换、更新，教学内容也需要不断改革和创新。教学力求在“实用、新颖”的原则下，采取“理论讲解+实务模拟+案例分析+校外实训”的模式，实现课程目标。</p>
课程名称	《职业素养与发展》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>通过本课程的教学，高职生应当认同职业素养提升是自身职业化和实现职业生涯可持续发展的有效途径，树立起职业生涯发展的自主意识、积极正确的人生观、价值观和就业观念，能坚持参加社会实践，在实践中体验、训练和强化职业道德行为及习惯，养成良好的职业素养。积极主动地把个人发展和国家需要、社会发展相结合，愿意为个人的生涯发展和社会发展付出努力。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>(1) 理解并掌握职业素养包含的内容及基本框架、工作的意义；</p> <p>(2) 理解职业化精神的重要性及内涵；</p> <p>(3) 了解职业化行为规范习惯的重要性，掌握职场个人礼仪及交往礼仪的内容，熟练掌握面试礼仪的方法和技巧；</p> <p>(4) 掌握沟通的基本理论、方法技巧以及在职场交往中的重要作用；</p> <p>(5) 基本了解自我管理基础理论、技能与方法，对自我管理在职业活动中的作用有一定的认识；</p> <p>(6) 了解学习管理的重要性；掌握学习管理的流程和方法；</p> <p>3. 能力目标</p> <p>(1) 能够将一般工作岗位的职业要求内化为自身价值取向并不断自我提升；</p> <p>(2) 能够在生活学习中培养良好职业道德行为习惯；</p> <p>(3) 能够在复杂的社会交际和职场情境下较为熟练而得体地完成交际沟通任务，取得较好的沟通效果；</p> <p>(4) 能够在真实职场情境中融洽处理上、下级领导同事间人际关系；</p> <p>(5) 能够熟练应用职场人际交往所需的礼仪规范技巧，养成规范的职业化行为习惯；</p> <p>(6) 能够掌握并熟练应用螺旋上升式、求异质疑式等学习方法，能够对自己的学习管理、时间管理、计划管理进行初步设计，并能够根据实际情况</p>

	<p>灵活做出较为合理改进并能取得一定效果；</p> <p>(7) 能够在实践中成功地对自身的情绪、压力及健康进行必要的调试与改进，从而保持健康的人格与体质。</p>
主要内容	<p>树立正确的职业目标、培养诚信的品质、培养走向成功的良好习惯、敬业、增强责任心、培养团队精神、锻炼吃苦能力、学会科学管理时间、学会有效沟通、保持积极的心态、培养进取心、树立自信心</p>
教学要求	<p>以教育部《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》为依据，立足区域经济发展，以创业与就业要求为基础，通过对岗位行动领域、工作过程、职业行动能力的分析，确定课程内容。结合高职类学生在职业发展与就业过程中的能力培养要求，将课程内容整合为职业价值观、职场道德、职场礼仪、职场沟通、职场协作、时间管理、情绪管理等七个主干模块。根据学生的实际情况，重新组合教学内容。构建“体验-理解-对话-反思”的教学模式，遵循“教师引导，学生思考，促进师生共同发展”的教学原则。教学效果评价重点在于评价学生的综合职业能力。</p>
课程名称	《广告实务》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>(1) 培养学生具有创新精神和实践能力</p> <p>(2) 培养严谨的科学态度和良好的职业道德。同时养成耐心细致的工作作风和严肃认真的工作态度。</p> <p>(3) 培养学生的团队合作精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告评估等，使学生通过该课程的学习，扎实掌握广告的基本原理，掌握广告营销方面的理论与方法。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>通过该课程的学习，使学生在掌握广告策划实务的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，在掌握广告基本理论的基础上，掌握广告营销方面的基本技能，培养其从事一般广告营销，又擅长该广告活动灵活运用复合时代要求的市场营销人才。</p>
主要内容	<p>注重广告学的基本理论和操作实务，重点突出新媒体时代的广告创意与实际应用。内容包括：广告导论，广告的起源与发展，广告计划、目标与预算，广告信息的认知反应与处理过程，广告信息的情感反应，广告调查，广告创意策略，广告文案创作，广告制作，广告媒体及媒体策略，广告效果测定，广告模特与广告音乐，网络广告，广告管制，广告与社会。</p>
教学要求	<p>遵循以任务导向为中心的教学理念，以广告的实际运作为中心，以广告传播的基本模式为框架，按照“广告是什么→谁做广告→对谁做广告→如何做广告→广告传播什么→广告如何传播→广告通过什么来传播→广告传播得怎么样→广告如何传播得更好”的思路展开，引导学生边学边实践，注重启迪开发学生的敏锐觉察能力、认知能力、创造能力。通过精选案例的穿插与解析、引导学生更快地进入学习状态。教学中注重广告基本原理与营销传播的理论和知识</p>

	职业观念和实用策略的有机融合，突出理论培养与技能培养的双重目标。
课程名称	《客户服务与管理》
教学目标	<p>1. 素质目标</p> <p>(1) 培养学生具有创新精神和实践能力</p> <p>(2) 培养严谨的科学态度和良好的职业道德。同时养成耐心细致的工作作风和严肃认真的工作态度。</p> <p>(3) 培养学生的团队合作精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告评估等，使学生通过该课程的学习，扎实掌握广告的基本原理，掌握广告营销方面的理论与方法。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>通过该课程的学习，使学生在掌握广告策划实务的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，在掌握广告基本理论的基础上，掌握广告营销方面的基本技能，培养其从事一般广告营销，又擅长该广告活动灵活运用的复合时代要求的市场营销人才。</p>
主要内容	内容的设计充分体现服务建设现代化经济体系和实现更高质量、更充分就业需求，对接科技发展趋势，适应市场需求，恰当植入育人素材。包括建立数字连接、促成用户转化、传递很好体验、赢得客户忠诚、经营客户价值。
教学要求	基于客户服务与管理工作岗位的人才需求设计内容结构，着重培养学生对CRM项目策划、实施、运营和控制能力。围绕技术应用能力培养这一高职教育的核心目标，以完成客户关系管理的工作任务为教学内容，采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、等教学方法，做到在学中做、做中学。
课程名称	《团队管理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>能够用马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的原理、观点、方法观察和解决问题；通过学习使学生具有具备良好的社会公德意识和团队管理的职业道德精神，具有自主学习意识和爱国主义精神和集体主义精神；正确的价值观和人生目标；具有企业责任感；爱岗敬业，诚实守信；善协调、会沟通，具有团队合作精神；具有开拓创新、创业意识和实践精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>通过本课程的学习，帮助学生树立团队管理与沟通意识，理解沟通的基本概念和基本理论、掌握有效沟通的相关知识、技能，能独立地在工作与生活中正确与人沟通；掌握团队管理的相关知识、技能，能进行团队规划、创建、管理，使学生具备走向工作岗位后所需的团队管理类知识。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>通过《团队建设与管理实务》课程的学习，树立学生的团队管理与沟通意识，增强学生的协作能力，提高分析问题和解决问题的实践能力，提高其团队管理的能力，提高其沟通能力，并掌握企事业单位团队的规划、组建及管理全程的理论知识及相关技巧，把学生培养成具有初步的知识和能力的应用型、复</p>

	合型、创新型人才。
主要内容	内容的选择遵循了学习者的学习规律，结合了团队建设与管理实践运行规律，共分为团队概述、团队发展历程及类型、团队精神、优秀团队品质、团队构建、团队培训、团队激励、团队沟通、团队领导和团队冲突。
教学要求	教学遵循由浅入深、循序渐进的教学规律，依次分析了团队基础、团队构建及团队发展的相关问题。根据需要整合教学内容，模块化教学，采取情景模拟、案例分析、小组讨论等教学方法进行教学。融入二维码微课视频、心理测试、团队游戏、配套在线课程资源等新形态元素，并在每节后都配有相应的实训环节及课后习题，实现边学边做。

(2) 专业核心课课程描述

表5 专业核心课课程描述

课程名称	《市场营销学》
课程目标	<p>素质目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 使学生关注农村市场、关注乡村振兴； 2. 对学生进行环保教育； 3. 树立预则立、不预则废的观念； 4. 培养良好营销管理理论素养和良好心理素质； 5. 培养良好的思维方法和工作方法； 6. 培养良好的职业素养和职业形象。 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 深刻理解和系统掌握市场营销基础理论，包括市场营销的内涵、市场营销观念及其发展、营销岗位划分及其任职要求等； 2. 深刻理解和系统掌握市场分析与开发基本原理，包括营销环境分析的内容及方法，市场调研流程、内容及方法，目标市场选择与市场定位的内容与战略等等； 3. 深刻理解和系统掌握营销策略选择与制定基本原理，包括产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等，即所谓的4PS。 4. 深刻理解和系统掌握营销管控的内容与基本原理，包括营销计划、组织、控制的内容与基本原理等； 5. 深刻理解和系统掌握营销理论的新发展，包括绿色营销、关系营销、文化营销、创新营销、体验营销、服务营销、整合营销传播等。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能运用市场营销基础理论去分析现代市场经济的一些营销现象，同时能从一个专业营销人的视角给自己的职业生涯作一初步规划； 2. 能运用市场分析与开发基本原理和方法，就某一具体产品或服务的市场开发问题进行营销环境分析，展开市场调研，乃至完成最后的市场定位； 3. 能运用营销策略选择与制定基本原理和方法，为某一具体产品或服务制订产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等； 4. 能运用营销管控的基本原理与方法，为自己实习过或熟悉的企业制订一套营销管理制度； 5. 能运用营销理论的新发展，为自己实习过或熟悉的企业制订新的营销

	战略。
主要内容	根据高职院校人才培养目标及企业营销岗位的需求，将内容分为4个模块，分别为：认识市场营销、分析市场营销机会、制订市场营销决策、营销管控与营销创新。在模块之下，依据市场需求，构建了11个与实际工作岗位要求相一致的项目，从而完成整个市场营销项目的教学。
教学要求	课程教学以职业岗位所要求的营销能力为出发点，以职业技能培养为核心，以企业实际工作项目为载体，遵循“任务布置、计划、执行、控制、评价”这一“行动”过程序列；在基于职业情境的学习情境中，强调“为了工作而学习”和“通过工作来学习”，工作过程与学习过程相统一。使学生在解决实际问题过程中形成独立地计划、实施和评估的能力。使学生在实施工作项目过程中，主动建构自己的专业知识、积累职业经验，紧密联系实际，加强营销案例分析，进行营销实战演习，解决企业实际问题，把理论的学习融入到对经济活动实践的研究和认识之中去，切实提高分析问题、解决问题的能力，完成从初学者到熟练者的职业能力发展。
课程名称	《市场调查与预测》
课程目标	依据市场营销专业人才培养方案及本门课程的课程标准，在教学内容和学情分析基础上，确立教学目标，坚持立德树人，实现“三全育人”，把思政教育融入并细化到每堂课的教学过程中，让学生感受到沉浸式的思政教育，达到润物细无声的效果。通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握市场调查和分析的相关知识、技能，能独立地开展市场调查工作和预测工作，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任市场调查和预测相关工作，培养具有市场调查与预测综合技能的应用型人才。
主要内容	以立德树人为基础，基于企业实际工作过程进行设计，重新整合教学内容。以企业市场调查工作过程为主线，通过对企业市场调查工作的任务分析和1+X职业技能等级证书要求，将内容整合成认知市场调查、市场调查准备、市场调查实施、市场调查总结共四个模块，具体包含市场调查认知、确定市场调查目标、制定市场调查方案、设计市场调查问卷、市场调查人员准备、市场调查方法、市场调查技术、组织执行市场调查活动、市场调查资料的整理与分析、预测市场发展趋势、撰写市场调查报告等内容。
教学要求	鉴于本课程的服务面向与定位，本课程标准在设计过程中，考虑营销与策划专业对市场调研与预测知识的需求特点，以能力本位的培养目标、过程导向的课程开发和行动导向的教学过程为指导思想，围绕技术应用能力培养这一高职教育的核心目标，以完成市场调研制订的工作任务为教学内容，以市场调研的工作顺序来组织教学过程，采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、实战体验等教学方法，做到在学中做、做中学。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合、课堂参与与课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合，重点评价学生态度和职业能力。

课程名称	《推销技巧与谈判》
课程目标	<p>1. 素质目标 本课程将经管类专业人才最重要的分析、思辩、判断、决策、表达、沟通及创新、创意能力的培养贯穿始终，特别是在创新创意能力的培养、意识的强化、方法的掌握、手段的应用等方面，打下深深的烙印、留下不可磨灭的印象，以确保学生综合素质及职业能力的全面提升。</p> <p>2. 知识目标 (1) 熟悉现代推销应具备的知识； (2) 掌握推销心理的相关理论； (3) 熟悉推销模式； (4) 熟悉商务谈判的相关理论； (5) 掌握商务谈判的基本模式。</p> <p>3. 能力目标 (1) 能够明确推销与谈判的地位和作用。 (2) 能较准确判断和把握营销策划中有关市场、产品等信息。 (3) 能够灵活运用寻找顾客的方法为现实企业找到合适的顾客。 (4) 能够营造良好的开局气氛，为谈判的实施做好准备。 (5) 能为现实企业产品进行推销并能制定谈判方案。</p>
主要内容	推销与推销人员、推销心理与推销模式、顾客开发、推销接近与洽谈、顾客异议处理与成交、推销管理；商务谈判概述、商务谈判组织与管理、商务谈判策略、商务谈判思维与沟通、国际商务谈判、商务谈判礼仪。
教学要求	坚持立德树人，充分发挥和挖掘课程思政的育人功能，落实核心素养，以企业营销从业人员所需的职业技能和职业素质为出发点，突出专业能力的全面培养，融合理论教学与实训环节。提升信息化背景下教与学方式的转变，激发学生学习兴趣，尊重个体差异，促进学生全面参与和个性化发展。
课程名称	《营销策划》
课程目标	<p>1. 素质目标：培养学生创新意识；加强学生职业道德培养；培养学生精益求精的职业精神。</p> <p>2. 知识目标：了解营销策划的基本概念、基本原理；掌握市场营销战略策划、战术策划和市场营销创新策划的一般内容；把握常见市场营销策划的一般过程、程序或步骤、技术与方法</p> <p>3. 能力目标：学生能独立撰写市场营销策划书；能运用所学过知识，结合具体实践，对具体营销活动做出营销策划方案；培养和提高学生的组织能力、协调能力、沟通能力、创新能力以及应变能力。</p>
教学要求	强化职业教育特色，提高职业教学实践的针对性。注重结合学生未来的职业发展与已有的生活经验，创设问题情境，要求掌握市场营销策划的基本知识，市场细分策划的基础知识、步骤、策略与方法，分析竞争者；企业形象策划、产品与价格策划、销售渠道策划等内容。

主要内容	市场营销策划导论、市场营销环境分析、企业战略策划、市场调研与预测策划、市场细分与定位策划、产品策略策划、品牌策划、价格策略策划、营销渠道策略策划、促销策略策划等。
课程名称	《品牌管理》
教学目标	<p>1. 素质目标</p> <p>(1) 树立品牌强国的使命感与责任感。</p> <p>(2) 爱岗敬业与团队合作的精神。</p> <p>(3) 加强爱国主义教育，继承和发扬中国精神，关注地方经济发展。</p> <p>(4) 培养积极的心态，树立不惧挑战、勇于面对困难的精神。</p> <p>(5) 培养精益求精、锲而不舍的探索求知精神。</p> <p>(6) 培养学生的计划、预算理念。</p> <p>(7) 树立科学观和科技强国、科技兴国意识。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>(1) 掌握品牌名称及标志设计。</p> <p>(2) 掌握品牌战略内容及方法。</p> <p>(3) 掌握品牌定位的过程及定位策略。</p> <p>(4) 掌握品牌传播媒介、载体及方法。</p> <p>(5) 掌握品牌经营维护策略与自我保护措施。</p> <p>(6) 掌握品牌资产评估方法。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>(1) 能够针对具体项目或产品进行品牌名称和标志设计。</p> <p>(2) 能够针对具体的品牌分析其品牌定位。</p> <p>(3) 能够针对具体的品牌进行品牌整合，传递清晰一致的品牌文化，提升品牌价值。</p> <p>(4) 能够及时不断地进行品牌传播。</p> <p>(5) 能够针对具体项目或产品进行品牌维护。</p> <p>(6) 能够针对具体项目或产品进行品牌资产管理。</p> <p>(7) 能够综合运用所学知识，分析品牌经营实践中的一些重要现象。</p>
主要内容	本课程内容以品牌管理为主线，注重实践操作与运营，系统学习品牌设计与管理相关知识。具体内容包括认知品牌和品牌管理、品牌设计、品牌战略、品牌传播、品牌维护与危机管理、品牌资产管理等。
教学要求	强化职业教育特色，提高职业教学实践的针对性。注重结合学生未来的职业发展与已有的生活经验，创设问题情境。要求根据职业工作内涵，分析对应知识、能力与素质要求，构造课程体系及层次，对课程内容甄选与整合。在培养学生掌握必须的理论知识的同时，更注重培养学生应用知识解决实际问题的能力。
课程名称	《消费者行为学》

<p>课程目标</p>	<p>1. 素质目标</p> <p>通过学习使学生熟练掌握营销活动过程中消费心理的基本内容、方法和工具，使学生具备较高的实践学习能力，同时培养学生形成优秀营销人员所必备的自信心、良好的语言表达能力，并引导学生在系统性思维的基础上，形成一定的发散思维、逆向思维以及创造性思维能力，最终提高专业综合应用技能。具有爱国主义精神和集体主义思想；正确的价值观和人生目标；具有企业责任感；爱岗敬业，诚实守信；善协调、会沟通，具有团队合作精神；具有开拓创新意识和实践精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>(1) 了解消费者行为学的含义与研究对象，掌握消费者行为学的研究原则和研究方法，掌握消费消费者行为学的目的和意义；</p> <p>(2) 了解感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意志的含义及特征，掌握消费者认识过程、情感过程、意志过程对购买行为的影响；</p> <p>(3) 了解消费者的个性及其特征，掌握消费者的气质、性格和能力与消费行为特点；</p> <p>(4) 了解消费者需求理论中的兴趣、需要、动机在消费者购买行为中的作用，掌握消费者决策的内容和决策过程，掌握消费者购买行为类型及购买行为过程的心理分析；</p> <p>(5) 了解消费群体的概念与分类，了解消费群体对消费行为的影响，掌握不同群体的消费心理特征和相应的营销策略；</p> <p>(6) 掌握商品名称的心理要求及相应的心理策略，掌握商品品牌、包装设计的心理要求及相应的心理策略，掌握新产品开发的心理要求及相应的心理策略；</p> <p>(7) 理解消费者的价格心理特点，了解价格变动对消费者的心理影响，掌握商品定价的心理方法和影响心理因素，掌握商品调价的心理策略；</p> <p>(8) 了解商业广告的特点及心理功能，掌握商业广告的定位、创意、诉求等营销心理策略，掌握商品广告媒体的选择方法和广告心理效果的测评方法；</p> <p>(9) 了解营销沟通的含义、途径与心理策略，掌握营销人员与消费者的冲突与沟通，掌握拒绝购买态度的形成、类型和转化；</p> <p>(10) 掌握商店的地址、招牌、店标、店门和橱窗等对消费心理的影响，掌握商店内部装饰对消费心理的影响，掌握商店商品的陈列对消费心理的影响。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>(1) 运用消费者行为学理论分析消费者的消费行为，能够在市场营销活动中运用消费者行为学的研究方法分析消费者心理；</p> <p>(2) 能正确认识消费者感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感和意志的表现，能正确把握消费者的认识过程、情感过程和意志过程开展营销活动；</p> <p>(3) 能正确认识不同消费者的不同气质、性格和能力在消费过程中的表现；能够根据消费者的不同气质、性格和能力等个性心理表现做出正确的营销决策；</p> <p>(4) 能够正确发现、认识消费者的兴趣、需要和动机，能够正确运用消费者的购买决策和购买行为过程开展营销活动；</p> <p>(5) 能够根据市场状况对消费者群体进行细分，能够根据不同消费群体的消费心理特征开展相应的营销活动；</p> <p>(6) 能够根据消费者心理的要求正确开展商品名称、品牌和包装的营销策</p>
-------------	--

	<p>略，能够根据消费者心理的要求正确开展新产品的的设计策略；</p> <p>(7)能够根据消费者的消费心理要求进行正确的商品定价，能够根据市场的变化和消费心理的影响对商品价格进行正确的调整；</p> <p>(8)能够正确分析商业广告的定位、创意、诉求等广告心理策略，能够正确进行广告媒体的选择。</p> <p>(9)正确使用营销沟通的渠道，与消费者顺利进行沟通，能够掌握避免与消费者发生冲突的策略，顺利转化消费者的拒绝购买态度。；</p> <p>(10)能够正确运用商店的店容店貌等消费心理策略开展营销活动，能够正确运用商店的内部装饰、商店的商品陈列的消费心理策略。</p>
主要内容	<p>分析消费者获得消费信息、形成消费态度、产生消费需要与动机、做出购买决策、享受消费价值、得到消费体验的过程，介绍消费者个性、消费群体的心理特点，分析网络平台、营业环境、社会因素、商品品牌与消费者心理之间的关系，介绍研究消费者心理的主要方法。</p>
教学要求	<p>在职业能力分析的基础上，以职业所需的知识和技能为先导，采用“工学结合”思想设计训练课。即先根据职业工作内涵，分析对应知识、技能与素质要求，构造课程体系及层次，并根据课程每个模块的知识与技能组成，对训练内容甄选与整合。在培养学生掌握必须的理论知识的同时，更注重培养学生应用知识解决实际问题的能力，强调在工作中掌握原理、方法和理论知识。</p>
课程名称	《分销渠道设计与管理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>能够用马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的原 理、观点、方法观察和解决问题；培养学生爱岗敬业、勇于进取的精神，诚实守信的良好品德，坚忍不拔的毅力，积极乐观的心态，良好的人际关系，健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础。增强学生爱国主义教育、对学生进行自信心、责任心教育、转变学习态度，有明确的人生目标、有正确的价值观和人生观。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>通过本课程的学习，掌握营销渠道开发与管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，能够独立从事营销渠道设计与管理的相关工作。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>通过学习，要求学生具有营销渠道开发与管理的技巧与能力、具有识别与评估渠道关系的能力、学会化解渠道冲突的技巧、学会激励渠道成员、学会如何在终端渠道铺货、理货以及建立高效的终端销售队伍的方法与技巧。</p>
主要内容	<p>主要包括分销渠道导论、分销渠道的基本成员、分销渠道设计、分销渠道战略、分销渠道成员选择、分销渠道管理、分销渠道的评估与完善、分销渠道物流管理、分销渠道信息系统、分销渠道评估与创新、新零售与全渠道等。</p>
教学要求	<p>以市场营销专业学生的就业为导向，根据行业专家对本专业所涵盖的岗位群进行任务和职业能力分析，同时遵循高等职业院校学生的认知规律，紧密结合职业资格证书中的相关考核要求，确定具体的工作项目和任务。选用具有代表性的家电行业和网络渠道等案例进行辅助讲解，以加深对相关内容的理解。</p>

	同时，根据技能培养与训练要求及可持续发展的需要，安排了必要的实训操作。在教学过程中运用项目教学、案例讨论、自我教学、角色扮演法等方法。同时，把素质教育融合在知识学习和能力培养的过程之中。教学中要尊重个体差异，激发学生学习兴趣，促进学生全面参与和个性化发展。
课程名称	《销售管理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>能够用马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的原理、观点、方法观察和解决问题；通过学习使学生具有具备良好的社会公德意识和销售管理的职业道德精神，具有自主学习意识和爱国主义精神和集体主义精神；正确的价值观和人生目标；具有企业责任感；爱岗敬业，诚实守信；善协调、会沟通，具有团队合作精神；具有开拓创新、创业意识和实践精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>通过本课程的学习，理解销售管理的基本概念和基本理论、掌握企业销售计划制定和管理、销售定额和销售预算管理，掌握企业销售区域的设计、销售组织管理、销售人员管理等知识。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>培养学生能联系实际掌握销售管理的重要性、能正确制定销售计划、能按要求正确设计销售组织、能正确规划和根据需要设计和组织销售团队、能合理规划销售区域、能够对企业销售人员进行绩效评价。</p>
主要内容	本课程包括销售管理概述、销售计划、销售预测、销售预算、销售定额、销售组织、销售区域管理、销售人员招聘、销售人员培训、销售人员激励、销售人员薪酬、销售人员绩效评估等内容，其内容突出职业岗位（群）所需要职业专门技术能力和超越具体职业的、可广泛迁移的职业关键能力。
教学要求	坚持立德树人，充分发挥和挖掘课程思政的育人功能，落实核心素养，贯穿销售管理教学全过程，突出职业特色。加强销售管理实践能力的培养，素质教育融合在知识学习和能力培养的过程之中。教学中要尊重个体差异，探讨新的信息化教学方式与方法，激发学生学习兴趣，促进学生全面参与和个性化发展。

(3) 专业选修课课程描述

表6 专业选修课课程描述

课程名称	《新媒体营销》
课程目标	<p>1. 素质目标：</p> <p>(1) 语言表达、社会交往和沟通能力；</p> <p>(2) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；</p> <p>(3) 具有良好的心理素质和职业道德素质；</p> <p>(4) 具有高度责任心和良好的团队合作精神；</p> <p>(5) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；</p> <p>(6) 养成处理问题的应变能力和人际沟通能力；</p> <p>(7) 培养全心全意为客户服务，让客户满意的意识。</p>

	<p>2. 知识目标：</p> <p>掌握新媒体营销基本概念、新媒体营销方法，熟悉社群微信公众号、头条、直播网站、知识社区、微店等各类新媒体平台，掌握二维码、短链接、H5等关键技术，能够开展内容策划、微信营销、社群营销、粉丝推广、网络直播营销等新媒体营销活动，以及微信公众号、微店等平台的推广与引流，掌握数据分析的方法及策略，熟悉新媒体营销在各行业的应用。</p> <p>3. 能力目标：</p> <p>能够运用专业知识和技能截至新媒体平台开展产品的宣传、分享、销售、服务，并具备一定的网络创新、创业意识。融入新媒体文化新闻道德和网络创业精神，塑造学生的商业人文素养，培养学生的营销思维和引流策略，养成吃苦耐劳、作风踏实、注重合作积极上进等良好作风让学生保持对新媒体行业的敏感性、提高沟通协调能力，训练学生的自学能力和可持续发展能力。</p>
主要内容	<p>新媒体营销与网络营销；微博营销与微博活动策划；微信公众平台运营及高级营销方法；微信社群裂变增粉营销全流程实战；自媒体行业分析及运营实战策略；今日头条算法推荐原理及运营实战技巧；短视频营销技巧及短视频运营推广方法论；抖音短视频经典案例制作及营销技巧分析；新媒体数据分析及各平台数据分析技巧。</p>
教学要求	<p>随着科学技术的进步，互联网技术以及人工智能技术逐步发展成熟，新业态也应运而生。本课程与时俱进，大量吸收行业新内容、新发展、新模式、新案例，紧跟行业发展，选取新媒体营销行业典型案例素材，适应企业需求和行业竞争需要，采取线上线下混合式教学，运用情景模拟，案例研讨等方法实施教学，教学评价采取组内互评、组间互评、教师评价的评价体系。</p>
课程名称	《新零售管理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 语言表达、社会交往和沟通能力； (2) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风； (3) 具有良好的心理素质和职业道德素质； (4) 具有高度责任心和良好的团队合作精神； (5) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力； (6) 养成处理问题的应变能力和人际沟通能力； (7) 培养全心全意为客户服务，让客户满意的意识。 <p>2. 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 树立新零售变革理念； (2) 掌握社区新零售策略； (3) 掌握无人便利店核心与本质； (4) 掌握全渠道零售构成与规划； (5) 掌握多智慧零售新模式； (6) 能够成功打造VR/AR零售的工作； (7) 能够科学实施新零售时代的商业变现引流、变现的主要步骤；

	<p>(8) 掌握二维码、O2O、大数据等微营销新模式的运用。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>(1) 对管理模式、运营思维、消费体验等进行创新设计，利用大数据、物联网、人工智能等新兴技术助力新零售。</p> <p>(2) 以“人”为中心、以数据为驱动力、构建全渠道模式，使用现代工具云计算、大数据、物联网、人工智能云、网、端构建“互联网+”下的新零售渠道。</p> <p>(3) 熟练掌握并能运用一定的现代经济分析方法与计算机技术。</p>
主要内容	<p>新零售现象的背景与本质、新零售变革的优先行动者、实体零售业升级新零售的路径、消费升级正在重构消费者逻辑、实体店新零售之工具、实体店新零售之营销、实体店新零售之获客、实体店新零售之成交、实体店新零售之复购、实体店新零售之裂变。</p>
教学要求	<p>采用能力培养与工作过程相结合的结构脉络来展示教学内容，分别从新零售初识、理念革新、零售O2O渠道构建、商品管理与创新、深度营销、数据化运营、体验建设、重构会员体系等方面系统地阐述了新零售的内涵、特征，以及新零售运营方法论，采取线上线下混合式教学模式，运用情景模拟，案例研讨等方法实施教学。</p>
课程名称	《连锁经营管理》
课程目标	<p>1. 素质目标</p> <p>(1) 语言表达、社会交往和沟通能力；</p> <p>(2) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；</p> <p>(3) 具有良好的心理素质和职业道德素质；</p> <p>(4) 具有高度责任心和良好的团队合作精神；</p> <p>(5) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；</p> <p>(6) 养成处理问题的应变能力和人际沟通能力；</p> <p>(7) 培养全心全意为客户服务，让客户满意的意识；</p> <p>(8) 具有爱国主义精神和集体主义思想；正确的价值观和人生目标；具有企业责任感；爱岗敬业，诚实守信；善协调、会沟通，具有团队合作精神；具有开拓创新意识和实践精神。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>使学生对连锁经营的基本知识、基本概念、基本理论有一个较为全面的认识和较深刻的理解，对连锁经营的组织体系、连锁经营战略与管理技术、连锁经营的基本类型有较系统的掌握。注重理论联系实际，通过实践教学环节，加强课堂教学与实际部门业务的联系，提高学生运用知识的能力，培养学生的职业能力，初步掌握有关业务操作。通过课堂教学和课外实践，使学生了解国内外连锁经营发展的现状，掌握连锁经营管理的主要工作原理与方法，培养一定的解决实际问题的能力。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>经过本课程的学习，学生能够完成的工作任务：</p> <p>(1) 连锁门店店长（包括副店长、柜长、组长）的综合管理能力。</p> <p>(2) 连锁门店日常管理（包括进货、出货、送货、安全、防火、防盗、商品陈列）的能力。</p>

	<p>(3) 连锁门店商品销售（含店内坐销和店外行销）的能力。</p> <p>(4) 连锁门店商品采购（含连锁门店之间的调货、调拨）的能力。</p> <p>(5) 连锁门店物流管理及仓储配送的能力。</p> <p>(6) 连锁门店信息管理（含理财、收银、对账、盘点、报表分析）的能力。</p> <p>(7) 连锁门店扩张、选址的能力。</p>
主要内容	认识连锁经营管理；连锁经营主要业态；连锁门店开发与设计；连锁企业采购与配送管理；连锁企业商品策略、价格策略、促销策略。
教学要求	采用能力培养与工作过程相结合的结构脉络来展示教学内容，教学内容具有灵活性和针对性。以市场需求为导向，以就业为目标，结合本课程的性质、教学的基本任务，通过任务驱动、项目导向、创设工作情境，突出连锁经营管理重点内容的讲授和实训，强化学生的动手实践能力。
课程名称	《网络营销》
主要内容	主要内容包括网络营销概述、网络营销的流程、网络广告、QQ营销（IM营销）、论坛推广、新闻营销、软文营销、活动推广、论坛炒作、博客营销、微博营销、微信营销、数据库营销、事件营销、口碑营销。
教学目标	<p>1. 素质目标：本课程系列技能训练的精心设计和有效实施，将经管类专业人才最重要的分析、思辩、判断、决策、表达、沟通及创新、创意能力的培养贯穿始终，特别是在创新能力的培养、意识的强化、方法的掌握、手段的应用等方面，打下深深的烙印、留下不可磨灭的印象，以确保学生综合素质及职业能力的全面提升。</p> <p>2. 知识目标：熟练掌握目前市场上主流的网络营销推广的方式和工具，如网络广告、电子邮件、论坛、博客、网站联盟等，并能根据行业、企业和产品的特点，制订务实可行的推广创意和策划文案。初步掌握病毒性营销、事件营销、名人营销、数据库营销等数字营销推广的方法和手段，并能根据企业的实际情况，形成切实有效的网络营销推广的创意与方案。</p> <p>3. 能力目标：熟练掌握目前市场上主流的网络推广的方式和工具，如搜索引擎、网络广告、电子邮件、论坛、博客、网站联盟等，并能根据行业、企业和产品的特点，制订务实可行的推广创意和策划文案。初步掌握病毒性营销、事件营销、名人营销、数据库营销、网络公关等网络营销推广的方法和手段，并能根据企业的实际情况，形成切实有效的网络推广的创意与方案。</p>
教学要求	充分体现理论与实践相结合的教学要求，首先，根据电子商务人才培养方案，整理出商务营销类专业学生毕业后在数字营销方面所需要的能力以及所从事的岗位等所对应的数字营销知识点；其次，针对每个典型工作任务进行细化、分解，形成对应的学习内容，再针对每个学习内容形成学习单元及教学单元，进行知识点教育的同时，安排适当的实验内容进行验证；最后进行综合实训以及根据情况参与具体的企业数字营销。为了加强教学的实践环节，除了加强课堂教学中基本理论和技能的学习外，增加实践教学，并将数字营销分析能力和实际建设操作能力一并纳入考试范围，以便在一定程度上

	上提高教学的效果。
课程名称	《国际贸易》
教学目标	<p>1. 素质目标 能够用马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的原理、观点、方法观察和解决问题；具备良好的社会公德意识和市场调研与预测人员的职业道德精神；同时，具有创新精神和创业意识；</p> <p>2. 知识目标 通过本课程的学习使学生了解国际货物买卖合同、国际贸易业务程序、国际贸易货款结算方式等基本理论，以及贸易流程中各类货运单据的缮制及流转规范与技巧。</p> <p>3. 能力目标 培养学生学会应用基本的国际贸易理论；运用已掌握的知识去开展国际贸易活动；具备高效履约、结汇、规避风险的能力，以培养专业性国际贸易从业者为目标。</p>
主要内容	<p>主要内容包括国际贸易概述、国际贸易合同的签订与履行、国际贸易合同商品品名与品质条款、国际贸易合同商品数量条款、国际贸易合同商品包装条款、国际贸易合同商品运输条款、国际贸易合同商品保险条款、国际贸易合同商品支付条款、国际贸易合同检验条款、国际贸易合同索赔、不可抗力和制裁条款、国际货物买卖合同的类型、国际贸易方式。</p>
教学要求	<p>结合本课程性质和特点，采用讲授、案例教学、反转教学、小组讨论、实践调查等教学方法。积极采用多媒体教学手段，采取线上线下相结合方式，以线上自学为主，线下集中面授、答疑。同时，结合本课程性质和特点，线下教学采用讲授、案例教学、小组讨论、实践调查等教学方法。积极采用多媒体教学手段，“教、学、练”相结合。</p>

（四）学习方式

充分利用多媒体教室，采用现代化的教学技术进行教学，如教学案例的引入由单一的WORD 文档形式转变为图片、图表、视频等形式，提高教学效率和效果。教学过程中，以小组合作学习模式为主，采用线上线下混合式教学、理实一体教学等模式培养学生的自主学习和团队合作能力。

（五）学时安排

总学时2900学时，每16 学时折算1学分。其中，公共基础课732学时占总学时的25.23%。实践性教学1844学时占总学时的63.59%。其中，顶岗实习累计时间为6个月，根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程共计318学时占总学时的10.96%。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

专任教师7人，其中：正教授2人，副教授2人，讲师3人；具有双师素质教师7人，双师素质教师占专任教师比例为100%；教学名师1人。本专业现有统招在校生188人，在校学生数与本专业专任教师数比例为18.8：1。兼任教师2名。

2. 专任教师

教学团队成员具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有

扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

实行校企合作双带头人制，学校专业带头人具有正高职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

聘请的兼职教师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等专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体设备，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. 校内实训室基本要求

（1）营销业务综合实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

（2）营销新技术实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及营销新技术实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。遵循长期规划、深度合作、共建共享的原则，优先选择拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业作为校外实训基地，可供完成营销策划、销售管理、市场调查与预测等岗位群核心技能的训练和跟岗实习。校外实训基地能实际开展经营业务，实训设施齐备，实训岗位和实训指导教师确定，实训管理制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地：能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，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。

（三）教学资源

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

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，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，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

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

济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字教学资源及基本要求

学校提供较好的信息条件，来引导鼓励教师开发并利用学习通、微信、QQ等提供的教学资源、教学平台，利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等创新教学方法、提升教学效果。

(四) 教学方法

采用线上线下混合式教学，运用项目教学、任务驱动、案例教学、情境教学等教学方式，灵活运用案例分析、分组讨论、实战体验、启发式、探究式、参与式等教学方法，做到在做中学、学中做。

(五) 学习评价

教学效果评价引入双导师，采用组间自评、小组互评、教师评价、企业导师评价的多元化教学评价体系，将过程评价与结果评价相结合，综合考虑学生的课堂参与与课前准备情况、课内学习与课外实践成效，重点评价学生学习态度和职业能力。考核形式也由单一考试向理论考试、技能测试、调研报告、分析报告、课堂展示等转变。

(六) 质量管理

1. 学校、二级系部建立了专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校、二级系部完善了教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。专业教研组织能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。

3. 成立由行业专家、企业骨干、毕业生、骨干教师组成的专业建设指导委员会，论证并修订专业人才培养方案。同时，深化校企合作，建立校企联动机制，校企协同育人。

4. 学校、二级系部建立了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。

九、毕业要求

市场营销专业具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，同时满足下列条件，准予毕业并颁发**职业技术学院毕业证书，国家承认学历。

(一) 具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，所修课程的成绩全部合格，取得规定的必修课、选修课学分。其中，公共选修课为5学分，专业选修课为15学分。

(二) 外语、计算机及其他职业技能和职业资格证书等级要求，达到专业教学标准规定的相应水平（举例）。

表7 外语、计算机及其他职业技能和职业资格证书等级要求举例

序号	职业资格名称	颁证机构	资格等级	备注
1	高等学校英语应用能力B级证书	高等学校英语应用能力考试委员会	B级	必备

2	高等学校英语应用能力四级证书	高等学校英语应用能力考试委员会	中级	自愿
3	国家计算机一级证书	教育部考试中心	一级	必备
4	互联网营销师	人力资源和社会保障部	中级	自愿
5	1+X数字营销应用技术职业技能等级证书	教育部考试中心	中级	自愿
6	1+X网店运营推广职业技能等级证书	教育部考试中心	中级	自愿

(三) 德育考核评价达到合格以上。

十、附表《市场营销》专业教学计划进度表

附件3:

《 市场营销 》专业教学计划进度表（2020级统招生）

类别	序号	课程名称	学分	总学时	学时分配			学期、教学周、课时						考试学期	考查学期		
					理论	实践	实习	一	二	三	四	五	六				
								15周	18周	18周	18周	20周	18周				
	1	思想道德与法制	3	48	32	16		2							1		
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16			3						2		
公共基础课	3	形势与政策	1	32	32	0										1, 2, 3, 4, 讲座	
	4	职业生涯规划	2	12	8	4		2									
	5	大学生就业与创业		20	16	4				2					4		
	6	大学英语	8	60	52	8		4							1		
				72	64	8			4						2		
	7	大学体育	7	108	8	100		2	2	2						1, 2, 3	
	8	大学生心理健康教育	2	32	16	16		2	2								1, 2
	9	计算机应用基础	4	64	32	32		4							1		
	10	大学语文	2	32	24	8		2							1		
	11	劳动教育	2	32	16	16										1, 2专题教育	
	12	军事理论	2	36	36	0		2周								网络课	
	13	军训与国防教育	4	60	0	60										1	
	14	高等数学	4	60	52	8		4							1		
		小计	45	732	436	296											
专业基础课	15	经济学原理	3	48	20	28				3						3	
	16	统计学原理	3	48	20	28			3							2	
	17	商品学	4	64	30	34					4					4	
	18	职业素养与发展	3	48	20	28						3				5	
	19	广告实务	4	64	30	34					4					4	
	20	客户服务与管理	4	64	30	34				4						3	
	21	团队管理	4	64	30	34			4							2	
	22	会计基础	3	48	20	28						3				5	
	小计	28	448	200	248												

