



张家界航空工业职业技术学院
ZHANGJIAJIE INSTITUTE OF AERONAUTICAL ENGINEERING

市场营销专业 人才培养方案

专业代码:	630701
适用年级:	2020级
专业负责人:	罗利华
制订时间:	2020年8月

张家界航空工业职业技术学院
2020 级人才培养方案审核表

专业名称	市场营销
专业代码	630701
院系意见	<p>该专业调研充分,定位准确,课程设置结合了行业专业的需求,进度安排合理,同意实施。</p> <p>签字: 姬红宇 (公章)</p> <p>2020年 7月 5日</p> 
教务处意见	<p>该培养计划制定科学规范,培养阶段合理,课程设置符合实际需求,进度安排合理,同意实施。</p> <p>签字: 李亚 (公章)</p> <p>2020年 7月 5日</p> 
专业建设指导委员会意见	<p>同意实施,建议进一步优化教师队伍,健全校企合作机制,改革培养模式,提高培养质量。</p> <p>签字: 魏道德</p> <p>2020年 7月 8日</p>
学校党委意见	<p style="font-size: 2em; color: cyan; text-align: center;">同 意</p> <p>签字: [Signature] (公章)</p> <p>2020年 7月 16日</p> 

目 录

一、专业名称与代码	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、 职业面向.....	1
(一) 职业面向	1
(二) 职业发展路径	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、课程设置.....	6
(一) 职业能力分析与专业课程设计	6
(二) 课程体系	8
(三) 课程设置	9
七、教学进程总体安排	42
八、实施保障.....	45
(一) 师资队伍	45
(二) 教学设施	47
(三) 教学资源	49
(四) 教学方法	50
(五) 教学评价	51
(六) 质量管理	52
九、毕业要求.....	53
十、附件.....	54

市场营销专业 2020 级人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者

三、修业年限

基本修业年限为全日制三年。

四、职业面向

(一) 职业面向

市场营销专业毕业生职业面向如表 1 所示。

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 (代码)	主要岗位类别或 技术领域	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸类 (63)	市场营销类 (6307)	批发业 (51) 零售业 (52) 互联网 和相关服 务 (64) 商务服 务业 (72)	销售人员 (4-01-02) 市场营销专业人 员 (2-06-07- 02) 商务策划专业人 员 (2-06-07- 03)	1. 销售与客户开 发 2. 市场调研 3. 客户服务 4. 营销策划 5. 渠道开发与管 理 6. 新媒体运营与 推广	1. 1+X 证书 网店运营与 推广(中级、 高级) 2. 1+X 证书 商务数据分 析(中级)

（二）职业发展路径

市场营销专业毕业生职业发展路径如表 2 所示。

表 2 市场营销专业毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称
目标岗位	销售员、市场调研员、客服专员、营销策划员、渠道开发专员、新媒体运营与推广专员
发展岗位 (3-5 年)	销售主管或门店店长、市场调研主管、客服主管、营销策划主管、渠道主管、新媒体运营与推广主管
迁移岗位	销售经理、销售总监、营销大区经理等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

市场营销专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，精益求精的工匠精神和创新意识，较强的实际问题解决能力、人际交往能力和就业能力；面向零售业、批发业、工业品及消费品生产企业、互联网和相关服务企业、商务服务业的销售客户开发、市场调查、客户服务、营销策划、渠道开发与管管理、新媒体运营与推广等就业岗位，培养掌握市场营销基础理论知识，具备洞察消费者心理与行为、擅长现场推销、开发与管管理渠道、调查与分析市场、营销策划、新媒体运营与推广等专业技能，拥有诚信、知礼、协作、抗挫的素质，适应经济社会发展需要的复合型技术技能人才。毕业生经过 3-5 年的发展，能胜任销售主管、门店店长、销售经理、营销策划主管、新媒体运营与推广主管、营销大区经理等职位。

（二）培养规格

市场营销专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1、素质要求

（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、国家认同感、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）具备强烈的集体荣誉感、较强的企业文化融入意识和职业生涯规划意识，严格自律，主动适应环境，善于团队协作。

（4）养成优良的职业素养、个人礼仪修养，具备勇于开拓、严谨务实的工作作风和较为宽厚的人文底蕴。

（5）具有良好的质量意识、服务意识、安全意识、环保意识、信息素养、工匠精神和创新思维。

（6）具有健康的体魄、健全的心理和人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成日常健身习惯，保持科学作息。

（7）拥有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具备一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（8）具有良好的劳动意识和劳动精神，掌握基本的生活和职业的劳动技能，养成良好的劳动习惯。

（9）具有敏锐的市场洞察力等职业素养。

(10) 遵守市场营销行业行为规范，具有诚实守信经营的商业伦理与职业道德意识。

2. 知识要求

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规、环境保护、安全消防、支付与安全等知识；

(3) 掌握本专业所必需的应用文写作、经济数学、商务礼仪、计算机及互联网等基础知识；

(4) 掌握商务礼仪基础知识及相关规范；

(5) 掌握市场营销基础知识及其新技术；

(6) 掌握市场调查基本知识、流程、方法及技术应用；

(7) 商务谈判与沟通知识、掌握消费者行为分析知识及分析内容和方法；

(8) 掌握现场推销、商务谈判与沟通基本知识、原则、方法和技巧；

(9) 掌握营销策划与组织的基础知识和方法；

(10) 掌握销售管理知识、新媒体营销基础知识、互联网文案写作知识知识和网店运营推广的方法和技巧；

(11) 了解创业机会的寻找与评估、创业环境分析、创业团队组建、创业融资渠道与方式、创业计划书撰写等相关知识；

(12) 熟悉网店建设与装修知识，旅游产品市场营销基础知识。

3、能力要求

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力、沟通能力和社交活动能力；
- (3) 具备一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；
- (4) 能够熟练地使用 Office 办公软件；具备应用计算机工具、技术和方法,通过互联网搜集和分析信息,解决专业领域问题的能力；
- (5) 能策划科学、合理、可执行的营销方案；
- (6) 能对市场进行调查与分析,完成调查方案制定、实施、数据分析和调查报告撰写等基本任务。
- (7) 能进行市场分析,对竞争对手、营销环境、消费者行为进行综合分析。
- (8) 具备寻找顾客、制定推销方案,进行现场推销,与客户保持有效沟通的能力;能为客户提供良好的服务,并对客户资源进行有效管理;
- (9) 具备商务谈判方案的制订及谈判能力;
- (10) 具备促销方案策划、广告策划、新产品上市推广策划、;
- (11) 具备开设与装修网店、新媒体推广策划的能力;
- (12) 具备客户关系管理的能力;
- (13) 具备较强的创新创业能力。

六、课程设置

(一) 职业能力分析与专业课程设计

市场营销专业相关职业能力分析与专业课程设计，如下表 3。

表 3 市场营销专业相关职业能力分析

岗位	典型工作任务	职业能力要求	专业课程
销售与客户开发	产品推销与商务谈判	具有商品知识,能对产品进行定位与特点、优势、利益分析; 能洞察消费者心理;懂礼仪、善于沟通;掌握推销与谈判技巧	《现代推销技术》 《推销技术跟岗实习》 《商务谈判》 《消费者行为分析》 《商品学》《沟通技巧》 《职业口才》
市场调研	市场调研方案设计; 调研问卷设计;实施调研;撰写调研报告	熟悉经济现象及经济规律; 能熟练分析经济因素、经济现象间的关系;掌握调研的方法;具有市场调研方案设计能力、调研问卷设计能力、人际交往沟通、调研方案实施能力、资料汇总整理分析能力、撰写调研报告能力。	《市场调查与分析》 《市场调查实训》 《统计学》 《商务礼仪》 《经济学》
客户服务	识别目标客户; 处理售前业务咨询; 进行售后服务管理; 处理客户纠纷与投诉; 整理与分析客户资源,建立顾客档案有效维护客户关系;	具备熟练建立顾客档案能力; 具备通过客户沟通,分析目标客户需求能力; 具备进行客户价值分析、客户分级、客户资源管理能力; 具备根据客户资源进行目标用户需求的精准分析能力; 具备运用相关法律处理客户异议与投诉能力。 具备有效维护客户关系能力;	《客户关系管理》 《经济法》
营销策划	营销策划方案写作; 新产品上市推广策划; 价格策划; 渠道策划;	具备根据企业或经营者目标,策划促销活动方案的能力; 具备进行营销策划方案写作能力;	《市场营销学》 《营销策划》 《市场营销专业综合技能实训》

	<p>促销方案策划； 公关活动策划； 广告策划方案；</p>	<p>具备完成新产品上市推广策划的能力； 具备对产品进行价格策划的能力； 具备对产品进行渠道策划的能力； 具备设计公关活动策划案的能力； 具备做广告策划方案的能力；</p>	
<p>渠道开发与 管理</p>	<p>数据收集； 数据整理； 数据分析； 数据展现； 撰写数据分析报告； 了解渠道的类型及管理</p>	<p>具备对商务数据进行收集、清洗和预处理的能力； 具备对商务数据进行分析及可视化的能力； 具备撰写商务数据分析报告的能力； 具备依据数据进行渠道分析及选择开发能力；</p>	<p>《市场营销学》 《零售管理》 《1+X 证书商务数据分析（中级）》 《国际贸易理论与实务》 《跨境电商》</p>
<p>新媒体运营与推广</p>	<p>文案撰写与设计； 网络推广； APP 推广； 双微一抖； 社会化媒体营销 短视频与直播营销； 运营推广策划； 运营数据进行采集与分析能力。</p>	<p>具备信息收集与分析能力； 具备网络调研与分析能力； 具备新媒体渠道选择与策划能力； 具备新媒体投放与引流能力；推广文案编辑与传播能力； 具备营销效果数据分析及优化能力。</p>	<p>《电子商务概论（运营）》 《新媒体营销》 《1+X 证书网店运营推广（中级）》</p>

(二) 课程体系

本专业课程体系如下图所示

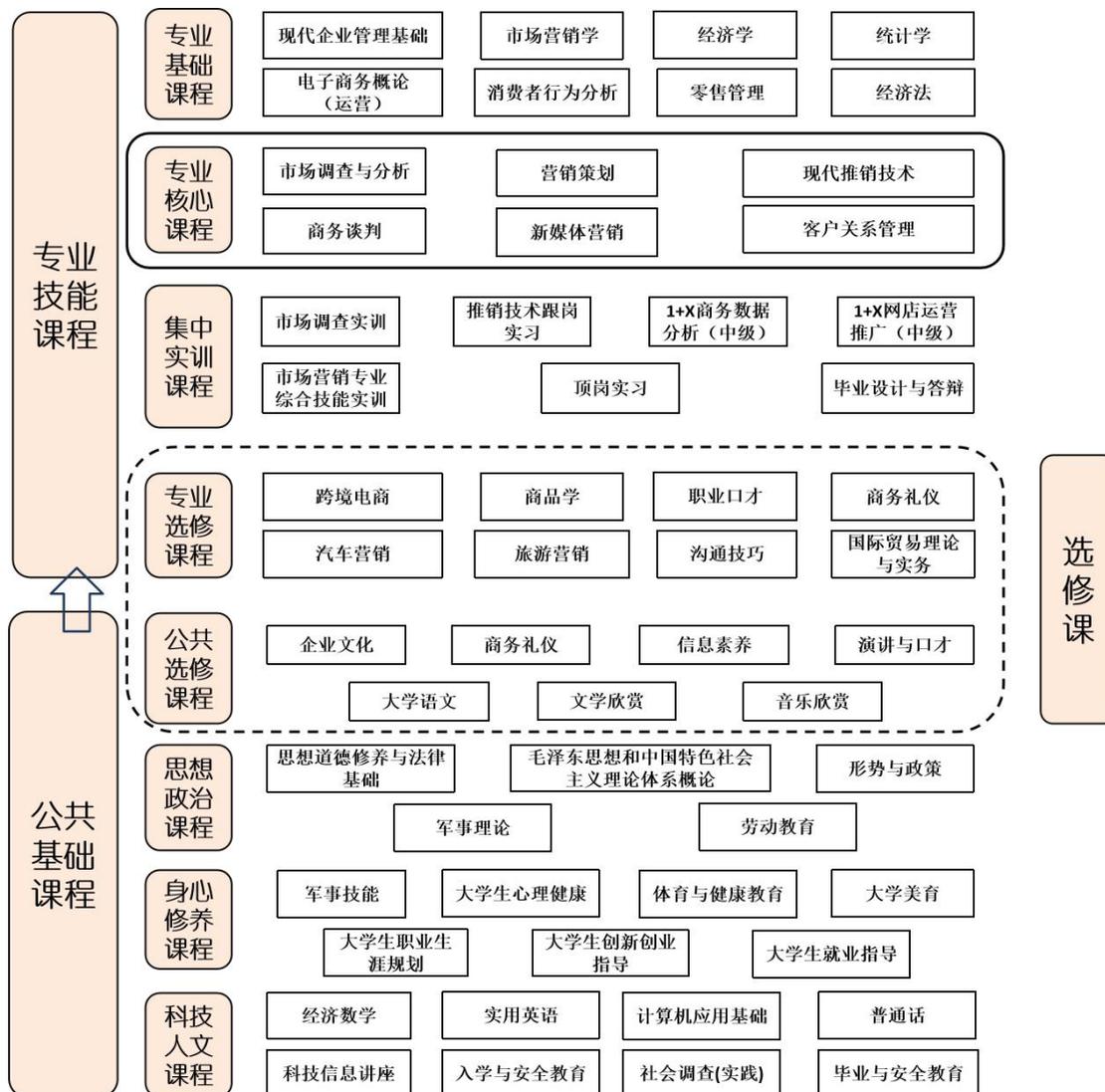


图 1 市场营销专业课程体系

(三) 课程设置

课程包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

(1) 思想政治课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
思想道德修养与法律基础	<p>1. 素质目标：培养科学的“六观”，即世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法治观。</p> <p>2. 知识目标：理解马克思主义世界观、人生观和价值观；掌握社会主义核心价值观；明确社会主义道德规范和法律规范的基本内容；增强对社会主义国家制度、政治制度和法律制度的认同，形成较强的道德意识和法治观念。</p> <p>3. 能力目标：认知能力，认识自我、认识大学、认识职业教育、认识国家和社会；适应能力，适应大学生涯、职业生涯和人生生涯；方法能力，善分析、爱思考、会表达，能创新。</p>	<p>1. 以理想信念教育为核心的“三观”教育。</p> <p>2. 以爱国主义教育为重点的中国精神教育。</p> <p>3. 以基本道德规范为基础的公民道德教育。</p> <p>4. 以培养大学生法治思维为目标的法治教育。</p> <p>5. 以工匠精神和楚怡精神为重点的职业精神教育。</p>	<p>1. 落实立德树人根本任务。</p> <p>2. 以学习通在线课程为基础，引导学生构建课程整体知识架构。</p> <p>3. 以教科书为核心，将书本知识与党的理论创新成果有效融合，突出理论性和实效性的统一。</p> <p>4. 以学生为主体，减少知识单向灌输，采用启发式、探究式、讨论式、参与式、案例式、分组学习等多种教学方法，突出学生主体参与，增强学生学习兴趣。</p> <p>5. 以“两结合”考核模式为标准，注重平时评价与集中评价相结合、理论评价与实践评价相结合。</p>
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概述	<p>1. 素质目标：热爱祖国，拥护中国共产党的领导，从而坚定大学生在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。</p> <p>2. 知识目标：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，正确认识我国初级阶段的基本国情和党的路线方针政策。</p> <p>3. 能力目标：正确认识和分析中国特色社会主义建设过程中出现的各种问题，从而培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力。</p>	<p>1. 毛泽东思想的主要内容及其历史地位。</p> <p>2. 邓小平理论的主要内容、形成及其历史地位。</p> <p>3. “三个代表”重要思想的形成、主要内容及其历史地位。</p> <p>4. 科学发展观的形成、主要内容及其历史地位。</p> <p>5. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要内容及其历史地位。</p>	<p>1. 全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 线下课堂运用启发式教学；开展线上线下混合式教学，将数字化学习与课堂学习融合，促进学生自主学习，加强启发式教学，践行“以学生为中心”的教学理念；</p> <p>3. 通过阅读经典著作，引导学习读原文、学经典、悟原理；</p> <p>4. 考核评价：考核方式采用平时考核 40%+期末考试 60%。平时考核在线学习 50%+线下学习 50%。</p>
形势与政策	<p>1. 素质目标：激发学生爱国主义情感，进一步增强“四个自信”，激励学生为实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。</p> <p>2. 知识目标：了解当前国内外形势，理解党和国家的路线方针政策，把握形势与政策的基本理论和知识。</p> <p>3. 能力目标：培养学生自觉关注、分析时事热点问题的能力；培养学生理解党和国家基本政策的能力。</p>	<p>1. 中宣部每学期印发的“形势与政策”教学要点。</p> <p>2. 湖南省教育厅举办的全省高校“形势与政策”骨干教师培训班培训内容。</p>	<p>1. 充分发挥课程思政作用。</p> <p>2. 坚持以学生为主体，教师为主导，重视课堂互动，做好学情分析，认真组织教学。</p> <p>3. 教师在课堂上对时事热点进行分析讲解，使学生理解掌握政策，学会分析当前形势。</p> <p>4. 重视课后拓展总结，加强师生互动，挖掘学习资源，拓宽学生视野，增强学习主动性。</p> <p>5. 按照形成性考核占 40%+终结性考核占 60%的权重比进行课程考核与评价。</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
军事理论	<p>1. 素质目标：增强爱国主义，达到居安思危，忘战必危的思想意识。激发学生努力学习，报效祖国。</p> <p>2. 知识目标：对国防概述、国防法制、国防建设、国防动员、军事思想概述、国际战略环境概述、国际战略格局、我国安全环境、高技术概述、高技术军事上的应用、高技术与新军事变革、信息化战争概述、信息化战争特点、信息化战争对国防建设的要求有较清醒地了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。</p> <p>3. 能力目标：通过学习，学生具有自觉严明组织纪律能力；具备基本的战争形势分析能力；具有初步应对紧急与意外情况处理能力；具有良好的心理承压能力。</p>	<p>1. 国防概述：国防基本要素；国防历史；主要启示。</p> <p>2. 国防法制：国防法规体系；公民国防权利和义务。</p> <p>3. 国防建设：国防体制；国防建设成就；国防建设目标和政策；武装力量。</p> <p>4. 国防动员：武装力量动员；国民经济动员；人民防空动员；交通战备动员；国防教育。</p> <p>5. 军事思想概述：形成与发展；体系与内容；毛泽东、邓小平、江泽民、胡锦涛、习近平军事思想。</p> <p>6. 国际战略环境概述：历史、现状和特点；发展趋势。</p> <p>7. 我国安全环境：演变与现状；发展趋势；国家总体安全观。</p> <p>8. 高技术概述与新军事变革：概念与分类；发展趋势；对现代作战的影响；高技术在军事上的应用。</p> <p>9. 信息化战争概述：信息技术及在战争中的应用；信息化战争演变与发展；主要特征和发展趋势。</p>	<p>1. 融入课程思政，把立德树人贯穿全课程。</p> <p>2. 要求案例导入，理论讲授。</p> <p>3. 充分利用信息化教学手段开展理论教学。</p> <p>4. 教师应具备丰富的军事理论知识。</p> <p>5. 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式进行课程考核与评价。</p>
劳动教育	<p>1. 素质目标：通过劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育，及劳动实践。形成马克思主义劳动观，尊重并热爱劳动和劳动者；养成勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；养成主动爱护环境卫生素养；形成良好劳动习惯。</p> <p>2. 知识目标：认识和理解劳动世界；掌握基本的劳动观念、劳动态度；掌握基本的劳动技能；掌握新时代劳模精神。</p> <p>3. 能力目标：具有基本的劳动能力；具有初步的劳动安全处理嫩李；具有团队协作与沟通能力；清扫寝室、宿舍、责任区的卫生的主动性能力。</p>	<p>1. 劳动观念与劳动习惯、劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。</p> <p>2. 校园卫生清扫。</p> <p>3. 学院各单位义务劳动及社会义务劳动。</p>	<p>1. 融入课程思政，强调立德树人。</p> <p>2. 学生在校期间，必须参加公益劳动，由教务处统筹安排，学工处负责组织。</p> <p>3. 对学生参加公益劳动要认真进行考核，考核分为出勤与劳动情况两部分，其成绩作为各项评优评先的依据之一。</p> <p>4. 劳动时间为每周一至周五，每天上午 8:00、下午 2:30 前完成校园卫生清扫任务，并做好保洁工作。</p>

(2) 身心修养课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
军事技能	<p>1. 素质目标：提高思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质。</p> <p>2. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。</p> <p>3. 能力目标：具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。</p>	<p>1. 解放军条令条例教育与训练。</p> <p>2. 《队列条令》教育与训练。</p> <p>3. 《纪律条令》教育与训练。</p> <p>4. 《内务条令》教育与训练。</p> <p>5. 轻武器射击训练。</p> <p>6. 实弹射击。</p>	<p>1. 融入课程思政，贯穿立德树人。</p> <p>2. 由武装部指导高年级士官生开展本课程军事训练部分的教学及实践。</p> <p>3. 通过理论讲授、案例导入、实操训练等方法。</p> <p>4. 充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练。</p> <p>5. 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重进行考核与评价。</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
大学生职业生涯规划	<p>1. 素质目标：培养德育首位素质；具备自我认知素质；具有良好职业素质；具有高效执行素质。</p> <p>2. 知识目标：了解自我分析的基本内容与方法、职业分析与职业定位的基本方法。掌握职业生涯规划设计与规划的格式、基本内容、流程与技巧。</p> <p>3. 能力目标：具备一定职业生涯规划设计与规划的撰写能力，能够撰写个人职业生涯规划书。</p>	<p>1. 职业规划理论模块。包括职业规划与就业的意义、自我分析、职业分析与职业定位、职业素养。</p> <p>2. 职业规划训练模块。包括撰写个人职业生涯规划与规划、个性化职业规划咨询与指导、教学总结与学习考核。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 采用在线教学与实践教学相结合的方法。</p> <p>3. 利用互联网现代信息技术，搭建起多维、动态、活跃、自主的课程训练平台。</p> <p>4. 充分利用学校已有的在线教学课程，督促检查学生在线学习情况。</p> <p>5. 职业规划理论考核以在线学习测验成绩为依据，实践训练考核以学生的职业规划设计为依据；课程考核成绩=在线理论学习成绩x 40%+实践训练成绩x 60%。</p>
大学生创新创业指导	<p>1. 素质目标：培养德育首位素质；具备自我认知素质；具有创新创业素质、具有团队协作素质。</p> <p>2. 知识目标：了解并掌握如何选择创业项目、现代企业人力资源团队管理的方法与技巧、市场营销的基本理论和产品营销渠道开发、企业的融资方法与企业财务管理、公司注册的基本流程、互联网+营销模式。</p> <p>3. 能力目标：能独立进行项目策划，并写出项目策划书、能对项目做出可行性报告和分析。</p>	<p>1. 创新创业理论教育模块。</p> <p>2. 创新创业实践教育模块。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 本课程采用理论教学和实践教学相结合的方式，理论教学模块实施大学生在线学习的方式，实践教学模块实行政班教学的方式。</p> <p>3. 课程教学以案例教学和项目路演为主，突出创新创业学生主体和实践导向。利用多媒体技术辅助教学，使教学形象化，增加学生兴趣，改善教学效果和质量。</p> <p>4. 模拟创业沙盘和项目路演教学应作为该门课程的特色教学方式。</p> <p>5. 创业实践教育考核占 60%；创新创业理论考核占 30%；学习态度和面貌占 10%。</p>
大学生就业指导	<p>1. 素质目标：培养德育首位素质；具备自我认知素质；具有良好职业素质、具有面试沟通素质。</p> <p>2. 知识目标：理解大学生就业指导的意义。掌握职业信息的来源渠道及职业信息分析方法、求职面试的基本技巧与简历制作的基本方法、了解相关的就业政策和就业协议签订的注意事项。</p> <p>3. 能力目标：具备根据自身条件制订职业生涯规划能力；具备求职简历制作能力；具备基本求职面试能力；具备创业者的基本素质与能力。</p>	<p>1. 就业指导理论模块。</p> <p>2. 就业指导实践模块。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 利用现代信息技术多媒体授课形式，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。</p> <p>3. 把握面试技巧和求职简历制作这两个中心环节，提高学生的择业就业能力。</p> <p>4. 充分准备并利用模拟企业招聘面试场景，多给学生模拟锻炼。</p> <p>5. 加强学生学习过程管理，突出过程与模块评价，并注重过程记录。</p> <p>6. 结合毕业生课堂表现、求职简历的撰写情况和模拟面试招聘场景的表现，对学生的综合择业能力及水平做出客观评价。</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
大学生心理健康	<p>1. 素质目标: 树立心理健康发展的自主意识; 树立助人自助求助的意识; 促进自我探索, 优化心理品质。</p> <p>2. 知识目标: 了解心理学的有关理论和基本概念; 了解大学阶段人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>3. 能力目标: 具有一定的自我探索、心理调适、心理发展技能。</p>	<p>1. 心理健康绪论。</p> <p>2. 大学生自我意识。</p> <p>3. 大学生学习心理。</p> <p>4. 大学生情绪管理。</p> <p>5. 大学生人际交往。</p> <p>6. 大学生恋爱与性心理。</p> <p>7. 大学生生命教育。</p> <p>8. 大学生常见精神障碍防治。</p>	<p>1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 结合学院大一新生特点和普遍存在的问题设计菜单式的心理健康课程内容, 倡导活动型的教学模式, 以活动为载体, 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。</p> <p>3. 采取形成性考核(80%)+终结性考核(20%)形式进行课程考核与评价。</p>
体育与健康教育	<p>1. 素质目标: 具有积极参与体育活动的态度和行为; 学会通过体育等活动方法调控情绪; 形成克服困难的坚强意志品质; 建立和谐的人际关系, 具有良好合作精神和体育道德。</p> <p>2. 知识目标: 形成正确的身体姿势; 发展体能; 懂得营养、环境和不良行为对身体健康的影响; 了解常见运动创伤的紧急处理方法。能够提高一、二项运动项目的技、战术水平。</p> <p>3. 能力目标: 具备初步体育文化欣赏能力; 具备初步体育锻炼能力; 具有 1-2 项体育技能运动能力; 具有运动创伤处理能力; 具有组织小型体育活动内容。</p>	<p>1. 体育健康理论。</p> <p>2. 第九套广播体操。</p> <p>3. 垫上技巧。</p> <p>4. 二十四式简化太极拳。</p> <p>5. 三大球类运动。</p> <p>6. 大学生体质健康测试。</p> <p>7. 篮球选修课、排球选项课、足球选项课、羽毛球选项课、乒乓球选项课、体育舞蹈选项课、散打选项课、武术选项课。</p>	<p>1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 贯彻“健康第一”的指导思想。</p> <p>3. 教师在教学设计及授课过程中要充分体现五个学习领域目标, 既要培养学生的竞争意识和开拓创新精神, 又要培养学生的情感、态度、合作精神和人际交往能力;</p> <p>4. 对于学生的成绩评价教师可以采用多种方式, 充分发挥自身的教学与评价特色, 只要有利于教学效果的形成, 有利于学生兴趣的培养和习惯的养成都可。</p>
大学美学	<p>1. 素质目标: 树立正确审美观, 懂美、爱美, 塑造完美人格。</p> <p>2. 知识目标: 了解美育和美学基本知识。</p> <p>3. 能力目标: 具备审美意识、审美能力和创造美的能力。</p>	<p>1. 审美范畴、审美意识和审美心理。</p> <p>2. 自然审美、社会审美、科学审美与技术审美。</p> <p>3. 艺术审美。</p> <p>4. 大学生与美育。</p>	<p>1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 教师应具备扎实的美学和美育知识, 较高的艺术素养和审美能力。</p> <p>3. 采用“理论+实践”的教学模式, 建议讲授法、案例教学。</p> <p>4. 使用在线开放课程教学。</p> <p>5. 形成性考核与终结性考核相结合(各 50%)。</p>

(3) 科技人文课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
经济数学	<p>1. 素质目标: 通过对经济数学的学习, 养成良好学习习惯, 形成有效学习方法。凝聚团队合作意识和探索精神。</p> <p>2. 知识目标: 了解微积分的基本概念; 掌握相关知识的简单解题方法; 掌握基本公式和结论。</p> <p>3. 能力目标: 具有无限的思想观, 初步具有“分割求和取极限”的思想方法。掌握数学建模的思</p>	<p>1. 函数的性质, 极值的概念和运算法则, 数学建模基本知识, 几个常用的经济函数及其应用。</p> <p>2. 导数与微分的概念和运算法则;</p> <p>3. 导数与微分在数学中的简单应用, 导数在经济分析中的应用, 边际分析、弹性分析、最优化分析三种常用的经济分析方法。</p> <p>4. 不定积分和定积分的概念、计算, 微元法, 利用微元法求平面图</p>	<p>1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 教师应具有扎实的专业基础和现代信息技术应用能力。</p> <p>3. 教学过程中教师应以学生为主体, 从学生的知识水平、专业知识出发组织教学。</p> <p>4. 通过案例引入、理论讲授、案例分析、机房实操等方法, 充分利用各种信息化教学方式开展</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
	想,能解决一些实际问题及经济应用问题。能用简单的数学软件解决数学问题。	形的面积,用微元法解决一些经济中的问题; 5. 简单数学软件的运用。	教学工作。 5. 采取多形态的考核方式: 学生自评、同学互评、在线测试、教师评价等构成平时成绩(50%), 期末考试(50%)。
实用英语	1. 素质目标: 具备跨文化交际能力, 适应不同语言工作环境和应对不同工作对象的能力。 2. 知识目标: 通过对词汇、表达方式和英语基础语法规则的学习, 掌握一定的英语基础知识和技能, 具有一定的听、说、读、写、译的能力。 3. 能力目标: 能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料, 在涉外交际的日常活动中进行简单的口头和书面交流。	1. 3000-6500 个基本词汇、400 个左右与职业相关词汇以及 1700 常用词组的学习; 2. 简单实用的语法规则的学习与重温; 3. 口语、听力、阅读、翻译和写作等各项能力的训练。	1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。 2. 坚持以“应用为目的, 实用为主。够用为度”的人才培养大方向, 使用计算机多媒体, 网络技术等现代化的教学手段, 利用“线上+线下”的外语混合式教学新生态, 由专兼任英语教室在多媒体教室进行教学。 3. 着重考核学生实际运用语言的能力。采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式进行课程考核与评价。
计算机应用基础	1. 素质目标: 提高计算机专业素质及网络安全素质, 具备信息意识和团结协作意识。 2. 知识目标: 了解计算机及网络基础知识; 熟练运用办公软件处理日常事务。 3. 能力目标: 具备解决计算机基本问题和运用办公软件的实践操作能力。	1. 计算机基础知识及 Windows 7 操作系统; 2. Officer 2010 等办公软件的应用; 3. 计算机网络基本知识及网络信息安全。	1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。 2. 通过理论讲授、案例展示、实操训练等方法, 充分利用信息化教学手段开展理论及实践教学。 3. 采取形成性考核+终结性考核分别占 70%和 30%权重比的形式进行课程考核与评价。
普通话	1. 素质目标: 树立使用标准语言信念, 勇于表达, 善于表达。 2. 知识目标: 掌握普通话语音基本知识; 掌握声母、韵母、声调、音变、朗读技巧、说话技巧; 掌握读单音节字词、读多音节词语、短文朗读、话题说话的方法。 3. 能力目标: 针对声母、韵母、声调和音变的读音能做到正确发音, 能使用标准而流利的普通话进行语言交际, 朗读或演讲。	1. 普通话概说和普通话水平测试。 2. 普通话基础知识。 3. 普通话的声母、韵母、声调及难点训练。 4. 普通话的音变。 5. 单音节字词、多音节字词、短文朗读辅导。 6. 命题说话训练及模拟测试。	1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。 2. 采用课堂讲授、训练、示范、模拟训练的形式, 精讲多练, 3. 突出活动实践占 4/5, 体现任务引领、实践导向的课程设计思想。 3. 课堂教学可采用多媒体、录音机物质工具, 最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。 4. 课程考试考核采用普通话国测。
科技信息讲座	1. 素质目标: 增强科学素养, 培养一丝不苟开展科学知识学习的科学态度; 培养科技强国、科技报国的爱国情怀。 2. 知识目标: 结合专业了解科技发展前沿信息。 3. 能力目标: 具备使用常用的获取科技信息检索工具及方法能力。	1. 科技信息文化; 2. 科技发展趋势与前沿信息; 3. 常用科技信息检索工具与检索技巧。 4. 科技信息检索应用; 5. 大数据与科技信息安全。	1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。 2. 采取讲座形式教学模式, 进行科技信息前沿知识的科普。 3. 采取线上资源闯关学习方式完成。 4. 采取形成性评价方式进行课程考核。

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
入学与安全教育	<p>1. 素质目标：培养学生安全意识，养成遵纪守法意识，形成依法依规做事素养。</p> <p>2. 知识目标：通过安全教育演示和演练，掌握基本安全防范知识。熟悉学院各项规章制度。</p> <p>3. 能力目标：具备基本安全救助技能，具备依法依规做事能力。</p>	<p>消防安全，交通安全，食品安全，公共安全，网络安全，心理安全，安全救护常识。</p> <p>学院简介，图书馆入馆教育，学生守则。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 相关部门提供学习材料。</p> <p>3. 保卫处要做好安全教育课件，组织好教学力量。</p> <p>4. 辅导员、班主任跟踪学习状况。</p> <p>5. 采取形成性评价方式进行课程考核。</p>
社会调查(实践)	<p>1. 素质目标：形成健康的心理品质、良好的人格特征、积极的竞争意识及团队合作精神，建立和谐的人际关系，养成积极乐观的生活态度。</p> <p>2. 知识目标：培养、训练学生观察社会、认识社会以及提高学员分析和解决问题能力的重要教学环节。</p> <p>3. 能力目标：具备社会调查的实施开展能力；具备观察社会、认识社会的初步能力；具备分析问题解决问题的能力基本能力；具备基本劳动能力，具有良好沟通能力。</p>	<p>1. 社会调查。社会调查的内容主要包括以下几个方面：①农村、城市某一地区经济、政治、思想、文化等领域的现状和发展趋势；②农村、城市社会主义改革某一方面的成果、经验及存在问题和解决方法；③农村、城市社会主义精神文明建设的成果、经验及存在问题和解决办法；④先进人物、先进事迹；⑤社会热点问题。社会调查必须进行实地考察，实事采集，经过实事求是的分析研究，撰写出有实际内容、理论水平和参考价值的调查报告。社会调查可根据内容的难易程度，采取个人单独完成和小组集体完成两种方式。</p> <p>2. 劳动锻炼。劳动锻炼是指到农村或工矿企业与农民、工人一道从事某项生产活动。在劳动锻炼期间，应与工农群众交朋友，了解他们的思想、感情、愿望、要求，学习他们的好思想、好作风，锻炼自己的意志和毅力，增强自己吃苦耐劳的精神。劳动锻炼结束后，应请当地有关单位或劳动锻炼单位的有关领导为自己作出鉴定，本人写出劳动锻炼的总结报告。总结内容主要有：下乡、下厂锻炼的基本情况；生产劳动的切身体验和感受；主要收获和取得的成效。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 可单独进行或几个同学组成小组进行，如果是小组形式，需要在报告中说明组长和小组内明确的分工。</p> <p>3. 课程的考核：(1)学生交一份实习报告（不少于3000字，必须手写），由指导教师给学生评定成绩；(2)实习成绩为：通过和不通过；(3)对于特别优秀的社会实践，由学生提出申请并且经过指导教师推荐，参加答辩，答辩委员会将从中选择若干同学予以表彰，并颁发《社会实践》课程优秀证书。学生申请和指导教师推荐须在第一周内完成；(4)实习报告必须在开学第一周周三之前上交指导教师，否则以不通过记分。指导教师必须在第二周周三之前将评定后的学生报告交教务办公室。</p>
毕业与安全教育	<p>1. 素质目标：培养学生安全意识，养成遵纪守法意识，形成依法依规做事素养。具备良好人生观、价值观、择业观。感恩母校，感恩父母，感恩社会。</p> <p>2. 知识目标：通过安全教育演示和演练，掌握基本安全防范知识。了解关联行业知识。</p> <p>3. 能力目标：具备基本安全救助技能，具备良好的择业观。</p>	<p>消防安全，交通安全，食品安全，公共安全，网络安全，心理安全，安全救护常识。</p> <p>毕业生大会，毕业生生活活动，行业企业专家讲座。</p>	<p>1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 相关部门提供学习材料。</p> <p>3. 保卫处要做好安全教育课件，组织好教学力量。</p> <p>4. 辅导员、班主任跟踪学习状况。</p> <p>5. 采取形成性评价方式进行课程考核。</p>

(4) 公共选修课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
大学语文	<p>1. 素质目标:养成阅读中华经典的习惯,形成良好的个性、健全的人格;继承和弘扬中华优秀传统文化,具备高尚的道德情操。</p> <p>2. 知识目标:掌握现代语言交际知识与技巧;掌握应用写作格式与技巧。</p> <p>3. 能力目标:能得体的进行口头语言交流;能进行常见应用文的写作;能阅读并深刻理解中外优秀经典作品的内涵,具备一定文学鉴赏能力和理解能力。</p>	<p>1. 日常交际语言能力训练。</p> <p>2. 日常应用文书写作。</p> <p>3. 演讲表达训练。</p> <p>4. 朗诵表达训练。</p> <p>5. 文学鉴赏。</p> <p>6. 辩论表达训练。</p>	<p>1. 课程以学生为中心,立德树人根本;融入课程思政,充分挖掘内容的思想性,实施课程全过程育人。</p> <p>2. 线上+线下结合的混合教学模式。</p> <p>3. 任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。</p> <p>4. 线上平台数据与线下比赛等学习成果相结合。</p>
中华优秀传统文化	<p>1. 素质目标:具有对中国传统文化的热爱敬畏之情;具有强烈的民族精神、人文精神、科学精神,具有较好的审美情趣和审美能力。</p> <p>2. 知识目标:了解了中国传统哲学、文学、宗教文化精髓,扩大大学生视野,读懂更多的经典名著名篇,熟悉中国古代的艺术、科技、文化成果,弘扬中国传统礼仪、风俗及美食文化。</p> <p>3. 能力目标:能学于内而形于外,能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象,能把内在的文化素养在言行举止中体现出来。</p>	<p>1. 中国传统文化概述</p> <p>2. 中国古代哲学和文学。</p> <p>3. 中国传统宗教和传统节日。</p> <p>4. 中国传统艺术、传统戏曲和传统科技。</p> <p>5. 中国传统民俗、礼仪和饮食文化。</p>	<p>1. 融入课程思政,全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 在课堂教学上,注重启发式教学,开展案例教学、仿真教学、情景教学、讨论教学等。</p> <p>3. 与学院社团活动相结合,利用辅导文学社成员的机会,开展传统文化知识讲座,进行传统文化知识竞赛。</p> <p>4. 与社会课堂相结合,利用寒暑假社会实践要求学生发掘家乡的传统文化,并写出相应的论文。</p> <p>5. 与校园文化建设相结合。</p> <p>6. 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重比的形式进行课程考核与评价。</p>
信息素养	<p>1. 素质目标:树立信息意识;规范学术行为,遵循信息伦理道德;掌握批判性思维方法;培养工匠精神,增强文化自信。</p> <p>2. 知识目标:了解信息素养、信息源、信息检索的基本概念和理论;掌握信息检索的方法与途径。</p> <p>3. 能力目标:能运用常用信息检索工具进行文献信息的收集、整理加工和利用。</p>	<p>1. 信息理论;</p> <p>1.1 信息本体</p> <p>1.2 信息资源</p> <p>1.3 信息化社会</p> <p>2. 信息素养;</p> <p>2.1 信息素养的内涵</p> <p>2.2 信息素养系统</p> <p>2.3 信息素养标准</p> <p>3. 信息素养教育</p> <p>3.1 信息检索技术</p> <p>3.2 搜索引擎和数据库</p> <p>3.3 信息检索与综合利用</p> <p>3.4 大数据与信息安全</p>	<p>1. 融入课程思政,全程贯穿立德树人。</p> <p>2. 将信息知识与专业知识学习有机结合,以问题为导向设置课程内容;</p> <p>3. 采取探究式的教学模式,通过参与、合作、感知、体验、分享等方式,在生生之间、师生之间相互反馈和分享的过程中促进学生全面性成长。</p> <p>4. 以形成性评价方式为主。过程性考核(80%)+终结性考核(20%)</p>
文学欣赏	<p>1. 素质目标:学会鉴赏并正确评价文学遗产,全面提高文学素养;在对名著的阅读欣赏中获得思想的启迪、审美的愉悦、道德的熏陶、性情的陶冶。</p> <p>2. 知识目标:了解文学发展的基</p>	<p>1. 文学欣赏概述</p>	<p>1. 利用文学作品“文以载道”的特点,充分发掘作品中蕴涵的思想教育、道德教育因素,以此感染学生,为他们确立人生追求、价值趋向目标做正面的积极的导向。</p> <p>2. 在教学中,使用情感投入法、</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
	<p>本知识和成就；了解文学发展的基本线索和文学思潮、流派的基本内容和演变情况；了解主要作家的生平创作道路、主要作品的思想艺术特点、成就及其意义。</p> <p>3. 能力目标：能用带规律性的知识和方法阅读、欣赏、评价（品味语言、领悟形象、体验情感）一般古今中外文学作品，会写一般的赏析文章；通过选文的典范性、丰富性达到提高文化素质和阅读、表达能力的目的，并启迪思想、激发创造的灵感与热情，培养创新能力。</p>	<p>2. 中国经典诗歌、小说、散文欣赏。</p> <p>3. 中国经典戏曲欣赏。</p> <p>4. 外国经典文学作品欣赏。</p> <p>5. 影视、网络文学作品欣赏。</p>	<p>点面结合法、内容讲授的纵向横向比较法、研究性学习法、多媒体教学法、课外书目阅读法、课堂演练法（对学生口头表达、言语交际的训练）等教学方法。</p> <p>3. 充分发挥学生的学习主体性，在教学内容的安排上，突破以时间为经，以选文加文学史为纬的传统教学模式，变为以文学史、文化史为经，以文学或文化专题为纬的教学模式。</p> <p>4. 采取过程性评价法，即平时成绩占总评分的40%，期末考查占总评分的60%。</p>
湖湘文化	<p>1. 素质目标：充分挖掘文化资源，激发学生热爱家乡、建设家乡的热情，激发学生参与探索大自然，参与社会实践活动的积极性和创造性，为宣传、发展湖南经济服务。在湖湘文化的熏陶中陶冶学生的情操，净化学生的心灵，进而树立正确的道德观、价值观，以便将来更好地继承和弘扬中华民族传统美德。</p> <p>2. 知识目标：通过本课程的学习，让学生理解文化的基本形态和结构层次，掌握湖湘文化的内涵和精神特质。</p> <p>3. 能力目标：能熟知湖湘文化及内涵，提高自身的专业知识水平与综合文化素养，自觉践行湖湘文化的优良传统。</p>	<p>1. 湖湘文化的形成、发展及精神特质</p> <p>2. 湖湘教育、哲学、文学、艺术、史学、科技、宗教</p> <p>3. 湖湘饮食文化</p> <p>4. 湖湘民俗风情</p> <p>5. 湖南风物名胜</p> <p>6. 湖湘文化与湖南现代化</p>	<p>1. 融入课程思政相关内容。</p> <p>2. 教学中重点关注湖湘文化不同发展阶段的代表人物、典型事件和标志性成果；引用经典文本来阐释问题，拓展学生知识面；以名家名作为主线，以鉴赏为主题，运用多种素材、手段，创造良好情境提高学生的艺术鉴赏力；结合生活实际讲授，多给学生创造、品味、动手的机会。</p> <p>3. 采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式进行课程考核与评价。</p>

2. 专业（技能）课程

专业基础课程

(1) 现代企业管理基础

课程名称		现代企业管理基础	参考学时	60
课程 目标	素质 目标	<ol style="list-style-type: none"> 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. 养成良好的职业道德和规范，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、全球视野和市场洞察力； 4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力，有较强的集体意识和团队合作精神； 5. 懂得企业伦理道德，具有较好的诚信品质和敬业精神。 		
	知识 目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握管理的含义、基本特点，管理的二重性，管理的职能，管理者的层次和角色，简单了解管理理论的发展； 2. 掌握企业的概念和特点，企业的类型；掌握企业管理的概念、性质和职能，掌握现代企业制度的基本含义和特点，我国现代企业制度的基本组织形式，了解企业管理的发展； 3. 掌握企业经营战略及企业经营战略管理的概念、企业经营战略的特点、经营战略管理的流程。熟悉企业制定经营战略的重要性和必要性。 4. 掌握人力资源及人力资源管理的概念、人力资源管理的主要实践模块。了解工作分析和岗位评价的目的、流程。 5. 掌握市场、市场营销的概念和功能，消费者市场及消费者行为模式，掌握目标市场营销和竞争性的市场营销战略类型，掌握市场营销组织策略类型，了解市场营销观念。 6. 掌握质量、全面质量管理的概念，了解质量管理的产生和发展，质量管理常用的统计方法。 7. 掌握财务管理的概念，财务管理的主要内容，财务分析指标，了解财务控制的历史演变和特点。 8. 掌握企业文化的概念、主要特征和功能，企业文化的核心，掌握企业文化建设的程序，掌握企业形象设计及其途径，了解企业文化建设的原则，管理道德。 		
	能力 目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过管理基础知识学习，会用管理知识分析、解释企业的管理活动 2. 通过现代企业知识的学习，会区分什么是企业，会辨别企业类型，会分析和解释企业管理的功能。 3. 通过企业经营战略管理的学习，会分析企业经营战略管理流程及各环节的工作重点。 4. 通过人力资源管理的学习，会区分企业人力资源管理的主要模块和基础工作，会分析和解释企业的人力资源管理工作。 5. 通过市场营销管理的学习，会进行初步的消费者购买行为分析，会根据企业的环境信息匹配市场营销战略。 6. 通过质量管理的学习，会区分企业管理中质量管理的效能。 7. 通过财务管理的学习，会初步分析企业财务营运优劣。 8. 通过企业文化的学习，会用企业文化的三个层面进行企业文化分析，会初步设计企业文化建设的流程。 		

<p style="text-align: center;">教 学 内 容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 现代企业管理认知 2. 现代企业制度 3. 企业战略与经营 4. 人力资源管理 5. 质量管理 6. 市场营销管理 7. 财务管理 8. 现代企业文化 	
<p style="text-align: center;">教 学 要 求</p>	<p style="text-align: center;">教 学 方 法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 可采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法。并在案例、情境中融入我国社会主义制度优越性，培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；融入法制观念，懂得企业伦理道德，具有较好的诚信品质和敬业精神。在课外实践中体验并践行社会主义核心价值观，崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动； 2. 不定期的选择具有现实意义的主题内容组织学生进行讨论，通过教师引导，激发学生的学习欲望和热情，引导学生独立思考问题，学会搜集相关信息资料，在小组内讨论，并总结讨论结果在课堂上大胆发言。通过主题讨论法，可以增强学生对知识的记忆与理解，从而达到教学目的。同时在讨论中培养学生履行道德准则和行为规范意识，具有社会责任感和参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、工匠精神、创新思维、较强的集体意识和团队合作精神。
	<p style="text-align: center;">教 学 手 段</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多媒体教学：课堂教学以多媒体电子课件（PPT 电子教案）为主，配合使用黑板板书。充分利用多媒体的优势，用电子课件制作大量内容丰富的教案，在配以案例、习题等内容，以取得较好的教学效果。 2. 网络教学：利用多媒体一体化教室、校园网等资源优势，构建本课程的教学网站，通过网络提供丰富的教学资源。包括教学大纲、教学实施计划、电子教案、PPT 课件、习题及答案、试卷、实习计划、案例、论文等。学生可以利用课余时间自主学习，开阔视野。
	<p style="text-align: center;">考 核 评 价</p>	<p>主要分模块采用过程考核及期末考核等考核方式。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 形成性考核主要考察学生平时作业、课堂表现、考勤情况、自主学习等方面，占总评成绩的40%； 2. 终结性考核即期末笔试，占总评成绩的 60%，笔试形式为期末开卷考试，主要考核学生对知识的掌握情况和运用知识的能力。

(2) 市场营销学

课程名称		市场营销学	参考课时	60
课程目标	素质目标	1. 培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风； 2. 具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力； 3. 具备法制、安全、环保意识		
	知识目标	1. 正确理解市场营销的基本概念和基本理论；全面掌握现代市场营销观念的内容；理解市场营销的基本理论及其新发展； 2. 了解市场购买行为的过程及其特点； 3. 理解市场营销计划内容，了解市场营销活动管理过程内容，掌握不同市场的竞争策略； 4. 理解产品整体概念，掌握产品组合的概念与产品组合策略，能辨别产品所处生命周期的阶段并找到对于的策略，掌握定价的策略与技巧； 5. 掌握影响分销渠道选择的因素和分销策略，理解销售代理方式，掌握选择代理商应考虑的因素； 6. 了解促销组合策略，掌握广告、公共关系、销售促进和人员推广的基本策略和技巧。		
	能力目标	1. 具有能正确地理解市场营销的基本专业术语并能进行专业的交流的能力； 2. 具有能正确运用现代市场营销观念分析市场营销活动问题并解决问题能力； 3. 具有对市场购买行为的类型进行分析，能根据消费者购买过程采取相应的对策； 4. 具有能制定和组织实施市场营销计划并组织管理整个市场营销活动过程的能力； 5. 具有组织实施产品组合策略、能辨别产品所处生命周期的阶段并找到对于的策略和灵活运用定价策略与技巧的能力； 6. 具有搜集、阅读资料和运用资料的能力； 7. 具有正确选择分销渠道并能根据实际情况正确设计和管理分销渠道的能力；能利用销售代理启动市场； 8. 具有制定促销方案、组织实施人员推销策划的能力。		
教学内容	1. 认知市场营销 2. 市场营销环境分析 3. 消费者市场与购买行为分析 4. 组织市场与购买行为分析 5. 市场营销战略与计划 6. 目标市场与市场细分 7. 产品策略 8. 定价策略 9. 分销策略 10. 促销策略			
教学要求	教学方法	1. 要采用启发式教学、任务驱动式教学法、讨论式教学法和案例教学法。在教学中启发培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；培养学生法制、安全、环保意识； 2. 通过广泛运用案例教学和案例讨论法，通过分析真实的国际营销案例来理解国际市场营销理论；通过启发和互动教学，加深学生对理论的理解和掌握；通过组织学生去会展参观进行认知实习。		
	教学手段	1. 利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率； 2. 充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。		
	考核评价	采取过程性考核+终结性考核分别占40%和60%权重比的形式进行课程考核与评价。结合课堂提问、平时作业态度及项目完成情况，综合评价学生成绩。注重学生应对能力和分析、处理实际问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力并培养创新意识。		

(3) 经济学

课程名称		经济学	参考课时	64
课程目标	素质目标	1. 具备良好的心理素质和克服困难的毅力； 2. 具有良好的团队协作精神和敬业精神； 3. 具备良好的信息收集、分析和处理能力； 4. 具有良好的沟通能力和组织能力； 5. 具有善于总结、力求上进的工作精神		
	知识目标	1. 熟练掌握供求理论、需求弹性与供给弹性，了解价格政策； 2. 能够熟练使用边际效用分析法和无差异曲线分析法，熟悉消费者剩余的概念； 3. 能够熟练掌握两种生产要素的最优组合，生产要素最优投入与规模经济理论； 4. 熟悉垄断市场上的歧视价格，垄断竞争市场上的产品差别竞争； 5. 熟练使用宏观经济指标，掌握国内生产总值及核算方法； 6. 熟悉总需求决定理论和乘数理论；能够掌握通货膨胀的形成原因，能用总需求-总供给模型分析失业与通货膨胀的原因及其相互关系，绘制并解释菲利普斯曲线； 7. 掌握经济周期的含义、分类与各阶段的特征；经济增长的含义与特征，知晓经济增长的源泉，了解各种经济增长模型，并能对经济增长的因素进行分析； 8. 掌握宏观经济政策目标，了解财政政策与货币政策在宏观经济管理中的运用。		
	能力目标	1. 具有自学能力、理解能力与表达能力以及综合运用知识分析问题的能力； 2. 能够举一反三，关注社会现实经济问题，理论与实践相结合； 3. 具备自主学习新技术、新知识的能力；具有获取并使用信息和新技术的能力。		
教学内容	1. 走进经济学 2. 需求与供给 3. 消费者行为分析 4. 生产者理论与成本理论 5. 市场理论 6. 生产要素和分配理论 7. 市场失灵与微观经济政策 8. 宏观经济政策 9. 国民收入核算 10. 经济周期与经济			
教学要求	教学方法	1. 主要采用启发式教学、任务驱动式教学法、讨论式教学法和案例教学法。 2. 通过现实经济现象的分析，融入思政元素“唯物辩证思维方式，正确认识事物和现象的产生与发展；培养遵循经济发展规律并创新发展观念。”		
	教学手段	1. 利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率； 2. 多用身边或者实际生活中的案例，让学生亲身体会经济生活的含义。例如家中买房时贷款方式的选择等。		
	考核评价	采取过程性考核+终结性考核分别占30%和70%权重比的形式进行课程考核与评价。		

(4) 统计学

课程名称		统计学	参考学时	64
课程 目标	素质 目标	1. 敏锐的观察力,善于观察环境中细微的变化,善于把握机会;培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、勤于思考,及时发现问题的学习习惯; 2. 具备较强的自我学习能力和可持续发展能力; 3. 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度;具备诚信待人、与人合作的团队协作精神; 4. 具有强烈的工作责任心和风险意识。 5. 在数据库的使用过程中培养效率和安全意识,养成良好的职业道德;具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力。		
	知识 目标	1. 具有较强的统计思维能力,能完全读懂统计年鉴、统计公报等; 2. 理解统计指标与指数的关系和意义; 3. 熟练掌握抽样推断的原理和方法; 4. 掌握相关分析与回归分析的原理; 5. 掌握统计预测的一般方法。		
	能力 目标	(1) 培养学生搜集资料、调查市场、阅读资料和利用资料的能力; (2) 能够绘制常用的统计图,具备编制、阅读统计报表的能力; (3) 能够进行综合指标的计算及分析; (4) 具备国民经济指标的阅读和分析能力;		
教学 内容	1. 统计的基本问题 2. 统计调查 3. 统计整理 4. 统计分析 5. 统计预测			
教学 要求	教学 方法	1. 坚持“教学做”一体化方针,采取任务驱动、情景教学与问题教学法,注重培养学生的专业操作技能,引导学生在真实的企业环境中完成企业市场调查任务。同时融入思政元素“强烈的工作责任心和风险意识、善于观察环境中细微的变化,善于把握机会;培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、勤于思考,及时发现问题的学习习惯” 2. 采取启发式和讨论式教学,启发学生掌握统计分析的核心技能,掌握实训项目任务,提高统计分析的技能与水平。 3. 以案例教学法、情景教学法、目标教学法为主; 4. 将学生分组,每组4-5人,鼓励学生采用团队方式开展合作学习		
	教学 手段	1. 可采用的教学手段主要有多媒体教学、实操演练、案例分析、网络等立体化教学手段,清晰、生动的向学生传授课程知识; 2. 充分利用信息化教学资源,开发学生自主学习课程教学资源库;		
	考核 评价	全课程主要以过程性考核与终结性考核结果,过程考核中主要由学生自律性及主动参与度行程,形成素养考核,占比20%、小组合作完成教学实训任务,形成技能考核,占比20%;对主要知识点进行终结性考核,形成知识考核,占比60%。		

(5) 消费者行为分析

课程名称		消费者行为分析	参考课时	68
课程目标	素质目标	1. 具备自主学习和总结的能力； 2. 具备较强的自我约束、管理、展示和心理调适能力，具有团队精神和合作意识； 3. 具备良好的表达和有效的沟通能力； 4. 具备自我展示能力和一定的创新能力； 5. 具备高度的责任感和吃苦耐劳的工作作风。		
	知识目标	1. 了解消费心理学在市场营销中的作用 2. 了解并熟悉消费者心理活动过程及表征 3. 掌握不同消费者个性心理特征 4. 掌握各类型消费者个性心理倾向 5. 了解社会因素和商品因素对消费心理的影响		
	能力目标	1. 能运用心理学知识分析各类消费者的消费特点； 2. 能识别消费者的心理变化； 3. 能识别购买信号； 4. 能根据消费者行为分析知识做好店铺的布局设计； 5. 能识别顾客的喜爱和禁忌		
教学内容	1. 消费心理学概述 2. 消费者心理活动过程 3. 消费者个性心理特征 4. 消费者个性心理倾向 5. 影响消费心理的社会因素 6. 影响消费心理的商品因素			
教学要求	教学方法	1. 教学方法主要有：课程以项目为导向，通过基础知识结合项目案例学习法，达到讲解实操一体化，提升学生动手能力；教学形式为边讲边练，讲练结合形式； 2. 将学生分组，每组4-6人，鼓励学生采用小组合作方式开展学习任务，每组设置小组长，由小组长督促学生学习，提升班级学习氛围。 3. 思政重点融入“具备较强的自我约束、管理、展示和心理调适能力，具有团队精神和合作意识”。		
	教学手段	1. 教学手段主要有线上线下教学、优质教学资源网站推荐、书籍推荐、名人讲师推荐等多元化教学手段，丰富、生动的向学生传授课程知识； 2. 由于本门课主要涉及到实操演练，目的在于提升学生应用能力，因此每节课结束都需要通过作业或课堂任务的方式获取学生学习情况的反馈，再根据反馈情况调节课程进度和讲解方式，争取达到课上消化，课后提升的效果。		
	考核评价	采取平时考核+期末成绩考核分别占40%和60%权重比的形式进行课程考核与评价。		

(6) 电子商务概论（运营）

课程名称		电子商务概论（运营）	参考课时	68
课程目标	素质目标	1. 培养学生具有诚信友善、爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风； 2. 具备诚信待人、与人合作的团队协作精神； 3. 具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力。		
	知识目标	1. 掌握网店日常经营过程中的定位、推广、视觉、客户关系等操作方法； 2. 掌握店铺定位方法，能够制定经营策略； 3. 掌握直通车、钻石展位、淘宝客、搜索优化等推广方法； 4. 收集整理案例了解行业店铺视觉风格，结合模拟软件掌握运营与推广操作技巧。		
	能力目标	1. 培养学生能进行市场调研确定店铺定位，具备开设店铺及做好店铺日常运营，能对店铺进行有效推广的能力； 2. 培养学生商业经营运作能力； 3. 培养学生总结与应用实践经验的能力； 4. 具备获取新知识和技能的能力。		
教学内容		1. 运营认知 2. 网店规划 3. 商品运营 4. 流量获取 5. 营销转化 6. 网店运营分析		
教学要求	教学方法	1. 采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时将学生潜在问题和能力充分展现，以利课程后续不断优化 2. 课赛融合、课证融合，激发探索性学习，不断提升店铺运营与推广的能力； 3. 思政重点融入元素“诚信待人、与人合作的团队协作精神；工作的主动性、自主学习和创新能力”		
	教学手段	1. 利用学习通、中国大学 mooc、i 博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。 2. 及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。		
	考核评价	1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核。 2. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占 20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占 40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占 40%，重点考察学生的实际数据分析能力。 3. 课程结束应取得网店运营 1+X 中级证书。		

(7) 零售管理

课程名称		零售管理	参考课时	44
课程目标	素质目标	1. 具备遵纪守法、热心服务、礼貌待客、公平交易、诚实守信的工作作风；具备与人沟通交流合作、乐于奉献的精神；具备良好的职业道德、公平正直 2. 锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致； 3. 学会持续从互联网领域学习的能力； 4. 培养团队合作意识与能力； 5. 良好沟通和语言表达能力。		
	知识目标	1. 掌握连锁门店基础知识和岗位设置； 2. 掌握商品采购制度、采购工作计划与商品结构表的制作； 3. 掌握收货作业管理流程与收货作业管理内容； 4. 掌握理货作业管理内容； 5. 掌握理货员的岗位职责； 6. 掌握营业员岗位认知、营业员主要工作内容与商品推介方法； 7. 熟悉收银工作和效益分析； 8. 掌握员工管理		
	能力目标	1. 具有店铺选址和布局设计能力； 2. 具有选品和采购管理能力； 3. 具有员工培训和管理能力； 4. 会进行效益分析；		
教学内容	1. 门店岗位认知 2. 商品采购管理 3. 进货作业管理 4. 理货作业管理 5. 营业员作业 6. 店长作业管理			
教学要求	教学方法	1. 运用项目教学法、任务驱动法、讲授法、引导教学法、实训作业等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践、提高教与学的效果； 2. 教学组织形式多样化，尽量利用信息化手段； 3. 思政重点融入元素“遵纪守法、热心服务、礼貌待客、公平交易、诚实守信的工作作风良好的职业道德及吃苦耐劳、有责任心、做事细致、团队合作意识”		
	教学手段	1. 通过项目化教学，把所需掌握的知识点融入实战项目，使学生能更真实地体验和参与到项目的实际操作流程中； 2. 通过案例观摩、教师演示、学生演练，使学生能更快掌握直播营销策划技能；		
	考核评价	课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占 20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占 50%，重点考察学生对连锁门店运营与管理的专业理论知识；技能评价占 30%，重点考察学生利用专业知识解决实际问题的能力和实际应用能力。		

(8) 经济法

课程名称		经济法	参考课时	52
课程目标	素质目标	1. 使学生树立起一定的法律观念，懂法，用法，用法律维权；养成踏实谨慎务实的工作作风；具有诚实信用的思想品格；提高法制文明程度； 2. 锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致； 3. 学会持续从互联网领域学习的能力； 4. 培养团队合作意识与能力； 5. 良好沟通和语言表达能力。		
	知识目标	(1) 了解各种经济法律的基本概念和特征； (2) 掌握相关市场法的法律意义和条文； (3) 熟悉商法的基本理论、基本知识和主要制度；		
	能力目标	1. 具有将所学经济法应用于实际案例的分析能力； 2. 具备理论联系实际、有效处理实际问题的能力；		
教学内容	1. 经济法概论 2. 公司法 3. 个人独资企业法和合伙企业法 4. 破产法 5. 合同法 6. 担保法 7. 工业产权法 8. 反不正当竞争法 9. 产品质量法 10. 消费者权益保障法 11. 保险法 12. 票据法 13. 税法			
教学要求	教学方法	1. 结合企业现状，以任务驱动式展开教学； 2. 通过“教学做一体化”的方式，采取讨论法、案例法、练习法、游戏法、分组实践法等方法，激发学生的学习兴趣及实践能力； 3. 思政重点融入“法律观念，懂法，用法，用法律维权；养成踏实谨慎务实的工作作风；具有诚实信用的思想品格；提高法制文明程度；”		
	教学手段	利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效果。		
	考核评价	采取过程性考核+终结性考试考核，考试方式为闭卷考试；平时作业10%，课堂出勤10%，课堂表现20%，终结性考试占60%。		

专业核心课程

(1) 市场调查与分析

课程名称		市场调查与分析	参考课时	64
课程目标	素质目标	1. 具有严谨的学习态度，良好的学习习惯； 2. 具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度； 3. 具有安全、质量、效率和环保意识； 4. 具有人际沟通能力与团队协作意识； 5. 具有良好的工作责任心和职业道德。		
	知识目标	1. 掌握市场调查内容与类型、市场调查程序与市场调查方法的应用； 2. 掌握市场调查方案的制作与设计内容、调研方案的写作技巧与要求； 3. 掌握抽样方案的抽样技术与抽样方法的应用； 4. 掌握文案调查法、访问调查法、观察法和实验法等调研方法的应用； 5. 掌握调研问卷的设计步骤和主要内容； 6. 掌握调研问卷中常用量表的设计方法； 7. 掌握综合意见法、德尔菲法、头脑风暴法等预测方法； 8. 掌握市场调研报告的特点、市场调研报告的机构与写作技巧。		
	能力目标	1. 具备根据企业的实际工作任务了解市场调研的基本流程和基本程序的能力； 2. 具备根据企业工作任务完成市场调研方案设计的能力； 3. 具备能够根据市场调查的要求，选择合适的抽样技术的能力； 4. 具备能进行市场调研问卷设计及根据调研目的与要求合理设计市场调研问题的能力； 5. 具备能对市场调研收集的数据资料进行审核、汇总与分析的能力； 6. 具备能根据汇总、整理与分析的市场调研数据撰写市场调研报告的能力；		
教学内容		1. 市场调研认知 2. 市场调研前期准备工作 3. 实施市场调研 4. 市场资料整理与市场预测 5. 市场调研报告撰写		
教学要求	教学方法	1. 可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法、案例学习法、理实一体化教授法、实训法； 2. 将课程内容分成7个项目，教学中以学生为主体，老师在现场指导； 3. 将学生分组，每组4-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习； 4. 在教学中融入“信息管理相关法律意识”“感恩支持配合调研的被调研者”“数据获取和分析中的诚信”“中华优秀传统文化礼仪”等思政元素；		
	教学手段	1. 教学手段主要有线上线下教学、优质教学资源网站推荐、书籍推荐、名人讲师推荐等多元化教学手段，丰富、生动的向学生传授课程知识； 2. 由于本门课主要涉及到实操演练，目的在于提升学生应用能力，因此每节课结束都需要通过作业或课堂任务的方式获取学生学习情况的反馈，再根据反馈情况调节课程进度和讲解方式，争取达到课上消化，课后提升的效果。		
	考核评价	采用过程考核、任务成果评价、机试加笔试形式进行课程考核与评价，权重比为过程考核占20%，任务成果评价占20%，机试加笔试占60%。		

(2) 营销策划

课程名称		营销策划	参考学时	68
课程目标	素质目标	1. 培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风； 2. 培养诚信待人、与人合作的团队协作精神； 3. 培养具有工作主动性、自主学习能力和创新能力素质； 4. 培养具备科学调研、趋势研判、策划制作与管理意识。		
	知识目标	1. 理解营销策划的含义、特点、内容、原则、步骤、方法，掌握营销策划书的内容和格式； 2. 掌握调研方案拟定内容与对象、设计内容与程序、市场调查总体方案策划的步骤与方法； 3. 了解市场细分的方法和程序、目标市场选择的条件和方法、市场定位策划的内容与方法； 4. 掌握企业形象策划的含义、要素、原基本程序、基本内容； 5. 掌握顾客满意策划的内涵、流程、内容； 6. 了解市场营销策划控制的含义、步骤、方法； 7. 掌握产品生命周期策划的理论原则、新产品策划的策略与过程、产品组合策划的理论； 8. 掌握价格策划的基本原则、程序、方法、评价标注、风险防范； 9. 掌握市场分销渠道网络设计策划、管理策划、物流策划的步骤、策略、方法； 10. 掌握促销策划的步骤进行简单的策划并撰写可操作性的策划报告的能力 11. 熟练掌握各种专题策划的内容和步骤。		
	能力目标	1. 具备对企业形象及产品进行分析、定位、策划的能力； 2. 具备市场营销策划管理的能力； 3. 具备个别产品策划、产品组合策划、新产品开发和推广的能力； 4. 具备制定价格策划、修订价格策划、分析并判断、规避价格策划风险的能力； 5. 能够进行市场分销渠道策划、具备渠道开拓及管理策划的能力； 6. 具备促销活动策划的步骤进行简单的策划并撰写可操作性的策划报告的能力； 7. 具备各种专题策划和组织、规划及活动的的能力		
教学内容	1. 市场营销策划概论； 2. 市场分析； 3. 营销策划创意； 4. 产品策划； 5. 定价策划； 6. 分销渠道策划； 7. 促销策划；			
教学要求	教学方法	1. 采用“项目实施、理实一体”的教学模式。 2. 步骤：学生以小组合作（3人一个小组）学习形式在专业教室或机房开展教学，实施过程主要包括“项目介绍、理论知识、项目实施、项目评价”四步。同时针对不同的教学内容采取不同的学习方法； 3. 本课程主要采用项目驱动、情景教学、案例教学、小组讨论法进行理论知识的学习，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，以任务驱动法、项目驱动法通过“教、学、做”三合一法让同学们在做中学，在学中做。 4. 在教学中融入思政元素重点为“广告法、市场管理相关法律知识，培养法律意识；创新意识；科学严谨的工作作风；与人合作的团队协作精神”		
	教学手段	1. 综合采用多种现代化教学手段，包括多媒体课件、仿真教学、现场教学、网络教学、课外活动等。 2. 利用学习通、中国大学mooc、i博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂； 3. 为学生提供丰富的学习参考资源，如各类策划案例、创意思维、专业网站和专业书目、课件、课程教学视频、教学录像等。学生能利用网络讨论学习中的存在问题，老师能在线答疑。		
	考核评价	1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核； 2. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力； 3. 课程结束应取得网店运营1+X中级证书。		

(3) 现代推销技术

课程名称		现代推销技术	参考学时	66
课程目标	素质目标	1. 培育并践行社会主义核心价值观； 2. 培养推销从业人员的法治意识与职业道德； 3. 传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信； 4. 培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备质量、安全、环保意识。		
	知识目标	1. 掌握推销理论基本知识，包括推销概述、推销环境、推销要素、推销方式、推销模式和推销心理； 2. 掌握推销实务知识，包括推销调查、推销接近、推销洽谈、推销异议、推销成交和推销策划； 3. 熟悉推销管理，包括推销计划、推销组织、推销人员管理、推销控制、推销激励和推销战略管理。		
	能力目标	1. 具有快速准确寻找到有效顾客的能力； 2. 具有制定推销洽谈计划的能力； 3. 具有与顾客进行商务谈判的能力； 4. 具有排除各种推销障碍积极促成交易的能力； 5. 具有做好推销人员的组织与管理的能力；		
教学内容	1. 认识推销； 2. 推销心理及推销模式； 3. 寻找顾客； 4. 顾客资格审查； 5. 约见、接近顾客； 6. 推销洽谈； 7. 顾客异议处理； 8. 推销成交及今后服务； 9. 推销人员素质与能力； 10. 推销管理。			
教学要求	教学方法	1. 要求课程教学中适时融入课程思政，重点融入“推销人员的法治意识与职业道德；. 传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；爱岗敬业、吃苦耐劳、诚信待人。”等思政元素； 2. 采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时采用“项目实施、理实一体”的教学模式。步骤：学生以小组合作（3人一个小组）学习形式在专业教室或机房开展教学，实施过程主要包括“项目介绍、理论知识、项目实施、项目评价”四步。同时针对不同的教学内容采取不同的学习方法； 3. 以任务驱动法、项目驱动法通过“教、学、做”三合一法让同学们在做中学，在学中做。		
	教学手段	1. 采用现代化教学手段，包括多媒体课件、仿真教学、现场教学、网络教学、课余活动等； 2. 利用学习通、中国大学mooc、i博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；为学生提供了丰富的学习参考资源；网络教学平台（学习通）要为学生提供了丰富的学习参考资源，如案例、常用的开场白方式、推销人员的素质要求、专业网站和专业书目、课件、课程教学视频、教学录像、跟岗实习录像等。学生能利用网络讨论学习中的存在问题，老师能在线答疑。		
	考核评价	课程考核分为素养20%、知识40%和技能40%三部分，结合课堂提问、平时作业态度及项目完成情况，综合评价学生成绩。注重学生应对能力和分析、处理实际问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力并培养创新意识。		

(4) 商务谈判

课程名称		商务谈判	参考学时	66
课程目标	素质目标	1. 培养人际交往能力、沟通能力、影响力、计划与执行能力； 2. 培养具有健康的体魄和优雅的礼仪风度的意识和观念； 3. 培养良好的敬业精神，善于换位思考； 4. 培养抗挫折能力强，不怕被拒绝； 5. 培养声音甜美，用标准普通话的习惯； 6. 培养合作的团队意识，树立全局观念和共赢理念； 7. 培养敏锐的观察力，善于观察环境中细微的变化，善于把握机会，较强的自我学习能力； 8. 养成仪表、仪容、仪态、行为举止符合客户服务人员商务场合的行为规范。		
	知识目标	1. 掌握商务谈判理念、要素、方式、礼仪等基本知识； 2. 能够进行商务谈判信息收集、分析、整理，撰写商务谈判计划方案； 3. 熟悉商务谈判的原则、过程、开局、报价、还价、让步、僵局制造与处理的策略与技巧； 4. 熟悉商务谈判结束技巧。		
	能力目标	1. 具有根据谈判需要选择谈判类型、方式的能力； 2. 具有运用技巧分析谈判心理、个性、实力的能力； 3. 具有按人力资源规划选拔组织谈判队伍的能力； 4. 具有谈判信息收集、分析、整理，拟写谈判计划方案的能力； 5. 能遵守商务谈判礼仪并进行主客座迎送、布置谈判室、安排座次、签约仪式准备的能力。		
教学内容	1. 商务谈判基础知识； 2. 商务谈判礼仪； 3. 商务谈判人员的管理； 4. 商务谈判环境分析与策划； 5. 商务谈判开局策略； 6. 商务谈判报价策略； 7. 商务谈判磋商阶段策略； 8. 商务谈判结束阶段策略。			
教学要求	教学方法	1. 要求课程教学中适时融入课程思政；主要融入“沟通能力、增强执行力；优雅的礼仪风度和观念和；培养良好的敬业精神，善于换位思考；抗挫折能力强；养成用标准普通话的习惯；合作的团队意识和共赢理念”； 2. 以典型互联网企业客服专员工作的系统平台和客服中心真实运营数据为主要教学资源； 3. 采用理论与实训一体化，突出强调实训和实操的教学方法，注重学做结合，教学互动； 4. 典型企业的案例教学、情景模拟和演练是典型的教学方法； 5. 对于理论部分的教学主要采用理论与实例分析相结合，对影响谈判的主要因素进行对比分析。对于实际操作部分的学习采用案例教学，导入案例+课后案例研究。案例中既有著名谈判案例，也有日常生活中常见的案例。		
	教学手段	1. 组合运用多媒体、网络平台、视频录像、信息系统、虚拟场景、教学游戏等现代化手段，创设模拟教学和现场教学两个典型情境，强化实际操作技能的训练； 2. 理论包括一般理论、拓展理论，以讲授、学生自修、小组研讨为主； 3. 实训采取学生组建团队，以任务单的方式接收指令，学生团队在演练资讯、计划、决策、实施、检查和评估的过程中完成任务。		
	考核评价	1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核，主要采用分模块过程考核、作品评价、学生自评、学生互评、教师评价、笔试、答辩等考核方式； 2. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占 20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占 40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占 40%，重点考察学生的实际处理事务的就变能力。		

(5) 新媒体营销

课程名称		新媒体营销	参考学时	44
课程目标	素质目标	1. 培育并践行社会主义核心价值观； 2. 培养新媒体营销从业人员的法治意识与职业道德； 3. 通过传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信。		
	知识目标	1. 掌握新媒体营销概念、类型、特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识； 2. 熟悉新媒体营销策划的步骤及方法； 3. 掌握新媒体营销文案创作、图文类内容设计、视频类内容设计及营销数据分析等知识； 4. 掌握微信、微博、抖音（快手）、知乎、今日头条等营销策划与推广实施。		
	能力目标	1. 培养学生的移动互联网应用能力； 2. 新媒体营销工具操作能力； 3. 新媒体营销策划能力，能适应新媒体时代的企业营销要求； 4. 具备新媒体营销意识、创新思维、互联网创业能力。		
教学内容		1. 新媒体营销概述； 2. 新媒体营销新思维； 3. 市场调查与分析； 4. 新媒体广告； 5. APP 推广； 6. 微营销； 7. 新媒体社交营销； 8. 新媒体促销； 9. 新媒体创业项目营销。		
教学要求	教学方法	1. 要求课程教学中适时融入课程思政，引导学生积极向上的价值观，重点融入“新媒体营销从业人员的法治意识与职业道德；通过传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信。” 2. 采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时将学生潜在问题和能力充分展现，以利课程后续不断优化； 3. 课赛融合，激发探索性学习，不断提升学生互联网营销实践能力。		
	教学手段	1. 利用学习通、中国大学mooc、i博导，智慧职教等在线平台，结合网络营销软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂； 2. 及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。		
	考核评价	1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核； 2. 课程考核分为素养20%、知识40%和技能40%三部分，结合课堂提问、平时作业态度及项目完成情况，综合评价学生成绩。注重学生应对能力和分析、处理实际问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力并培养创新意识。		

(6) 客户关系管理

课程名称		客户关系管理	参考学时	52
课程 目标	素质 目标	1. 使学生树立起一定的客户关系管理的观念； 2. 培养学生强烈的责任心和风险意识； 3. 培养学生创新意识； 4. 培养学生保守秘密、务实高效、团结合作的职业态度和精神； 5. 养成细心、耐心、谨慎务实的工作作风。		
	知识 目标	1. 了解客户关系管理产生的背景；2. 掌握客户的分类以及应对对策； 3. 掌握如何有选择性的建立客户关系；4. 掌握客户管理的方法； 5. 掌握让客户满意方法和技巧；6. 熟悉客户满意与客户忠诚的关系； 7. 掌握提升客户忠诚的方法和技巧；8. 熟悉客户流失的原因以及客户保持的策略； 9. 熟悉客户关系管理系统的模块，了解几种客户关系管理软件。		
	能力 目标	1. 能够认识客户价值； 2. 能识别客户类型并建立关系； 3. 能够灵活运用客户资源管理的方法； 4. 能够运用所学知识吸引新客户，留住老客户； 5. 能达到市场营销人员具备的营销知识和业务水平； 6. 并能独立从事客户资源管理的工作		
教 学 内 容	1. 客户关系管理概述； 2. 识别客户； 3. 建立客户关系； 4. 客户互动及其管理； 5. 客户服务； 6. 客户满意度管理； 7. 客户忠诚度管理； 8. 客户流失与客户保持； 9. 客户关系管理系统； 10. 客户关系管理的行业应用。			
教 学 要 求	教 学 方 法	1. 本课程采用以“学生为主体，教学做一体化”的教学模式，采用多种教学方法相结合，具体教学方法如下：任务驱动教学法；角色扮演法；情景教学法；案例教学法。 2. 要求课程教学中适时融入课程思政，重点融入“市场规律；责任心和风险意识；保守秘密、养成细心、耐心、谨慎务实的工作作风”。		
	教 学 手 段	1. 多媒体教学； 2. 学习通线上资源教学。		
	考 核 评 价	本课程是考试科目，采用过程性评价和结果性评价相结合的方式。过程性考核+结果性考核分别占40%和60%权重比的形式进行课程考核与评价。		

集中实训课程

(1) 市场调查实训

课程名称		市场调查实训	参考课时	48
课程目标	素质目标	1. 培养良好的语言能力和交流能力； 2. 锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致的素质； 3. 培养持续从互联网领域学习的综合素质； 4. 培养较强团队合作意识与能力的素质； 5. 培养较强的学习能力和创新能力的素质。		
	知识目标	1. 掌握市场调研专业理论知识在实际调研过程中的应用； 2. 掌握市场调研方案的主要内容和调研方案的设计规范与要求； 3. 掌握访问调查法、观察法和实验法的主要内容和应用方法； 4. 掌握市场调研问卷设计步骤和市场调研问卷的主要内容、要求； 5. 掌握市场调研报告的特点； 6. 市场调研报告的机构和写作技巧		
	能力目标	1. 能设计调研方案； 2. 能进行调查问卷设计； 3. 能组织并实施问卷调查工作； 4. 能运用 EXCEL 进行资料汇总整理和分析； 5. 能撰写市场调研报告； 6. 具有一定的商务交际能力和处理问题的能力。		
教学内容	1. 市场调研前期相关准备 2. 设计市场调研方案与市场调研问卷 3. 设计市场调研抽样方案 4. 进行数据资料的整理与分析预测 5. 撰写市场调研报告，进行总结与汇报			
教学要求	教学方法	1. 坚持“教学做”一体化方针，采取任务驱动、情景教学与问题教学法，注重培养学生的专业操作技能，引导学生在真实的企业环境中完成企业市场调查任务。采取启发式和讨论式教学，启发学生掌握市场调查的核心技能，掌握实训项目任务，提高市场调研的技能与水平。 2. 在实训中融入思政元素主要有“吃苦耐劳、有责任心、诚实守信、法制观念”		
	教学手段	利用学习通、i 博导、国家精品课程网站、市场营销教育网等在线教学网络平台在线教学资源，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。		
	考核评价	课程考核分为素养、知识和技能三部分对学生侧重于进行技能性考核。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力程度以及主动参与度；知识评价占20%，重点考察学生对市场调研知识的理解与掌握；技能评价占60%，重点考察学生的实际市场调研能力。		

(2) 推销技术跟岗实习

课程名称		推销技术跟岗实习	参考学时	192
课程 目标	素质 目标	1. 培养敏锐的设计直觉与善于观察与感悟的能力； 2. 培养善于发现美、感知美、创造美的综合素质； 3. 培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备质量、安全、环保意识。		
	知识 目标	1. 掌握市场营销基本知识； 2. 掌握商务礼仪基本知识； 3. 熟悉市场营销语言规范。		
	能力 目标	1. 具有营销基本功和灵活应变能力； 2. 具有营销环境分析与应对的能力； 3. 具有制订市场营销计划和组织实施的能力； 4. 具有搜集、阅读资料和运用资料的能力。 5. 培养学生建立客户第一的思想，学会面对客户的方法。 6. 团队协作能力。		
教学 内容	1. 在真实的环境中与真实的顾客进行沟通交流并推销产品：锻炼学生的语言表达能力、灵活应变能力、沟通协调能力、胆量、资料收集整理和应用能力、成本核算与效益分析能力、市场预测与分析能力、消费者心理分析与把握能力； 2. 遵守学院及实习公司的制度； 3. 吃苦耐劳精神； 4. 锻炼心理承受能力。			
教学 要求	教学 方法	1. 根据公司情况分派到各办事处，公司有指导老师负责，学校有由系主任、书记、班主任和教研室主任、任课老师共同管理指导 2. 在跟岗实习过程中融入思政元素主要有“吃苦耐劳、有责任心、诚实守信、法制观念”，同时感受到劳动之美。		
	教学 手段	学生在实习单位现场实地锻炼，教师远程班前班后在学习通签到，学生下班后总结有问题微信、电话随时联系老师。老师每天会与办事处主管电话联系了解情况		
	考核 评价	1. 本课程为纯实践性课程，故课程考核侧重于技能性考核。 2. 课程考核分为考勤20%、周记和总结报告占20%和态度占10%，业绩考核50%四部分		

(3) 1+x 商务数据分析（中级）

课程名称		1+x商务数据分析（中级）	参考学时	24
课程 目标	素质 目标	1. 培养良好人际沟通能力与团队协作意识； 2. 培养敏锐观察力； 3. 培养严密逻辑推理能力； 4. 培养严谨、科学的工作态度； 5. 培养良好的工作责任心和职业道德。		
	知识 目标	1. 掌握电子商务数据采集与处理方案制定方法； 2. 掌握电子商务数据采集的方法； 3. 掌握电子商务数据分析目标； 4. 了解电子商务数据指标类型； 5. 了解电子商务数据获取渠道； 6. 掌握电子商务数据处理方法； 7. 掌握电子商务数据分析报告的撰写内容。		
	能力 目标	1. 能够熟练开展电子商务市场数据分析； 2. 能够熟练开展电子商务运营数据分析； 3. 能够熟练开展电子商务产品数据分析； 4. 能够识别不同电子商务情景下的数据分析目标； 5. 能够开展电子商务数据监控、分析并及时发现数据异常； 6. 能提出优化建议并完成数据分析报告撰写；		
教学 内容	1. 基础数据采集、描述分析 2. 数据监控与报表制作、图表制作 3. 数据采集与处理方案制定； 4. 市场数据分析； 5. 运营数据分析； 6. 产品数据分析； 7. 数据监控与报告撰写。			
教学 要求	教学 方法	1. 可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法、案例学习法、理实一体化教授法、实训法； 2. 将课程内容分成5个项目，教学中以学生为主体，老师在现场指导。 3. 将学生分组，每组4-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习。 4. 融入课程思政相关内容：团队协作意识； 严谨、科学的工作态度；良好的工作责任心和职业道德。		
	教学 手段	1. 可采用的教学手段主要有上机实训、多媒体教学、思维导图等立体化教学手段，清晰、生动的向学生传授课程知识； 2. 考虑数据分析的复杂性，可在课程中安排时间通过案例剖析的方式，获取数据分析的感性认识； 3. 通过撰写数据分析报告，从而掌握课程所涉及的知识和技能。		
	考核 评价	1. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力。 2. 课程结束时应取得中级证书。		

(4) 1+X 网店运营推广（中级）

课程名称		1+X网店运营推广（中级）	参考学时	24
课程目标	素质目标	1. 培养学生具有诚信友善、爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风； 2. 培养诚信待人、与人合作的团队协作精神； 3. 培养工作的主动性、自主学习能力，发现问题，分析问题及解决问题的能力。		
	知识目标	1. 熟悉 SEO 作用与原理； 2. 掌握关键词挖掘与分析，商品标题制作与优化、详情页优化； 3. 熟悉 SEM 推广原理； 4. 掌握 SEM 推广策略，账户搭建与优化； 5. 熟悉信息流推广基础知识； 6. 掌握信息流推广账户搭建与优化。		
	能力目标	1. 培养学生对店铺运营推广数据的分析能力； 2. 培养学生能根据推广数据分析制定 SEO 优化与 SEM 推广的策略并实施的能力； 3. 提升学生在网店流量获取及流量转化的能力； 4. 获取新知识、新技能、新工艺、新规范的能力。		
教学内容	1. 网店运营推广认知 2. SEO 优化 3. SEM 推广 4. 信息流推广			
教学要求	教学方法	1. 采取项目驱动、案例教学，灵活运用讲授法与讨论法，提升学生的学习积极性； 2. 课赛融合、课证融合，激发探索性学习，不断提升网店运营推广能力； 3. 融入课程思政相关内容“爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；培养工作的主动性、自主学习能力，发现问题，分析问题及解决问题的能力”		
	教学手段	1. 利用鸿科经纬线上课程资源进行理论与实操自主学习； 2. 线下同步进行难点重点解析与推广实操指导。		
	考核评价	1. 课程分为理论、实操两部分，其中理论部分重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；实操部分重点考察学生的实际数据分析能力以及网店推广能力。考核由过程性成绩和考试成绩两部分组成，每部任务完成率必须完成 60%及以上，在线训练得分达到 60 分及以上。 2. 课程结束应取得网店运营 1+X 中级证书。		

(5) 市场营销专业综合技能实训

课程名称		市场营销专业综合技能实训	参考课时	144
课程 目标	素质 目标	1. 培养严谨的学习态度，良好的学习习惯； 2. 培养诚信、敬业、科学、严谨的工作态度； 3. 培养安全、质量、效率和环保意识； 4. 培养人际沟通能力与团队协作意识； 5. 培养良好的工作责任心和职业道德。		
	知识 目标	1. 掌握市场营销基础知识； 2. 掌握信息收集、整理与分析知识与方法及应用； 3. 掌握市场调研报告的撰写； 4. 掌握公共关系及公关策划案的创意与写作； 5. 掌握促销基本知识及促销策划案的创意与写作； 6. 掌握广告基本知识及广告策划案的创意与写作； 7. 掌握新产品上市推广基本知识及策划案的创意与写作； 8. 掌握新媒体推广基本知识及策划案的创意与写作； 9. 掌握推销技术知识及推销方案的撰写； 10. 掌握商务谈判知识及谈判方案的撰写；		
	能力 目标	1. 具有信息收集、整理与分析的能力； 2. 具有设计市场调研方案的能力； 3. 具有市场调研报告的撰写的能力； 4. 具有公关策划案的创意与写作的能力； 5. 具有促销策划案的创意与写作的能力； 6. 具有广告策划案的创意与写作的能力； 7. 具有新产品上市推广策划案的创意与写作的能力； 8. 具有新媒体推广策划案的创意与写作的能力； 9. 具有推销方案的撰写的能力； 10. 具有商务谈判方案的撰写的能力；		
教学 内容	1. 信息收集、整理与分析； 2. 市场调研方案设计； 3. 市场调研报告； 4. 公关策划； 5. 促销策划； 6. 广告策划； 7. 新产品上市推广策划； 8. 新媒体推广策划； 9. 现场推销； 10. 商务谈判；			
教学 要求	教学 方法	1. 通过讲授、布置任务，小组讨论、情景模拟、案例分析和项目学习等教学方式； 2. 将学生分组，每组3-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习； 3. 采用任务驱动式教学，每个模块通过1~3个工作任务完成教学； 4. 融入思政元素“严谨的学习态度，良好的学习习惯；诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；培养安全、质量、效率和环保意识；团队协作意识；工作责任心和职业道德”。		
	教学 手段	1. 通过理论回顾讲授、案例分析、实操训练等方法，利用信息化教学手段开展教学； 2. 充分利用信息化教学资源，开发学生自主学习课程教学资源库； 3. 根据市场营销专业技能标准制定三个模块的技能题库，通过理论讲解和学生实际做题练习的方式掌握每个模块的技能题库。		
	考核 评价	采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式进行课程考核与评价。		

(6) 顶岗实习

课程名称		顶岗实习	参考课时	480
课程 目标	素质 目标	1. 具有严谨的学习态度，良好的学习习惯； 2. 具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度； 3. 具有安全、质量、效率和环保意识； 4. 具有人际沟通能力与团队协作意识； 5. 具有良好的工作责任心和职业道德。		
	知识 目标	1. 熟悉企业的组织架构情况； 2. 了解企业各部门的职责及市场营销部门的职责、业务内容及务岗位职业能力和素质要求； 3. 了解企业各部门之间相互依存和相互制约的关系； 4. 了解企业各部门的主要人员配备情况，获得市场营销相关岗位的职业素质和习惯，熟悉工作岗位的操作流程，正确完成工作任务； 5. 了解市场营销相关岗位的发展现状及趋势；		
	能力 目标	1. 具备良好职业道德； 2. 具备理论与实践相结合的能力和职业技能； 3. 具备市场营销专业人员的综合职业能力。		
教学 内容	1. 企业组织架构的认知及了解顶岗实习单位现状； 2. 市场营销部门的职责、业务内容及务岗位职业能力和素质要求； 3. 熟悉工作岗位操作流程； 4. 完成市场营销专业相关岗位工作任务。			
教学 要求	教学 方法	1. 学生在企业真实环境中从事与市场营销相关的工作，通过接受企业的任务实练学习； 2. 教学中以学生为主体，老师在现场和网上指导； 3. 主要融入的思政元素：爱岗敬业、职业道德、遵纪守法。		
	教学 手段	1. 可采用的教学手段主要有现场实际操作、多媒体教学、影像资料、网络等立体化教学手段，清晰、生动的向学生传授课程知识； 2. 学生要接受顶岗实习企业指导教师的工作指导，完成相关任务，还必须定期与学院知道教师联系，接受专业指导，通常以电话、邮件、QQ、微信等方式交流，接受工作任务，汇报工作进程。		
	考核 评价	顶岗实习的考核内容包括实习态度、实习过程和实习效果。 顶岗实习成绩以企业指导教师填写的“顶岗实习考核鉴定表”、学生提交的顶岗实习记录、顶岗实习报告为主要依据，参考学生提交的其他顶岗实习成果，由校企双方共同确定。顶岗实习成绩根据考核得分按优秀、良好、中等、及格、不及格五级评定。其中90分以上为优秀，80~90分为良好，70~79分为中等，60~69分为及格，60分以下为不及格。		

(7) 毕业设计（含答辩）

课程名称		毕业设计（含答辩）	参考课时	120
课程 目 标	素质 目 标	1. 具有严谨的学习态度，良好的学习习惯； 2. 具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度； 3. 具有安全、质量、效率和环保意识； 4. 具有人际沟通能力与团队协作意识； 5. 具有良好的工作责任心和职业道德。		
	知识 目 标	1. 认识毕业设计工作的重要意义； 2. 明确毕业设计工作的基本要求； 3. 了解毕业设计的主要环节：指导选题、下达任务、组织实施、答辩与成绩评定等； 4. 明确市场营销专业毕业设计选题类别及要求，规范成果表现形式与评价指标等； 5. 掌握毕业设计任务，明确设计任务及要求、进程安排、成果表现形式等； 6. 理解毕业设计考核（过程、成果和答辩表现）。		
	能力 目 标	1. 具备市场营销专业能力； 2. 具备市场营销职业能力； 3. 具备综合运用所学专业知识和技能，独立完成所选题目的毕业设计任务，以此检验学生专业理论知识和实践技能的综合运用能力，进一步培养学生独立分析问题和解决问题的能力，在学生走上工作岗位之前进行一次较全面地与本专业未来职业紧密结合的实际工作能力的锻炼和检验。		
教学 内 容		1. 毕业设计选题； 2. 毕业设计； 3. 文档撰写； 4. 毕业答辩。		
教学 要 求	教学 方 法	1. 可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法； 2. 教学中以学生为主体，老师在现场和网上指导。 3. 融入思政元素：职业道德、法制观念、科学		
	教学 手 段	可采用的教学手段主要有多媒体教学、实习、影像资料、网络等立体化教学手段，清晰、生动的向学生传授课程知识。		
	考核 评 价	毕业设计考核应涵盖学生完成任务的过程、成果和答辩表现等。过程评价主要考核学生是否完整地执行毕业设计实施计划，成果评价主要考核其科学性、规范性、完整性和实用性，答辩评价主要考核学生对设计任务的整体把握能力和回答问题的准确性。		

专业选修课程

<p>跨境电子商务</p>	<p>1. 素质目标：培育并践行社会主义核心价值观；培养具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；养成细心耐心的习惯，具有良好的服务意识；加强团队精神，能够与周围的同事和谐相处，有合理化建议及时提供给领导；对各个国家的客户有一定认识，并能包容、理解并知道如何应对各种买方行为。</p> <p>2. 知识目标：熟悉跨境电子商务技术基础；熟悉跨境电子商务结算基本要求熟悉跨境电子商务安全和法律环境；了解并掌握面向个人的跨境电子商务模式；了解并掌握面向企业内部的跨境电子商务模式；了解并掌握面向企业的跨境电子商务模式和网络营销模式等。</p> <p>3. 能力目标：能注册速卖通网店并激活国际支付宝；能进行包邮和不包邮设置和跨境电子零售的出货流程；熟悉平台规则（以速卖通、kilimall为例）具备开设店铺级日常运营管理能力；能利用平台的营销模块进行营销设置；能对业务进行中的客户做好网络服务。</p>	<p>1. 客户开发的前期准备</p> <p>2. 注册网店，熟识平台规则</p> <p>3. 选定产品并进行价格核算</p> <p>4. 选择产品类目</p> <p>5. 拟定产品英文标题，填写产品属性信息</p> <p>6. 产品发布与优化</p> <p>7. 国际物流与货物运输</p> <p>8. 营销手段</p> <p>9. 纠纷处理</p>	<p>1. 教学方法：采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时将学生潜在问题和能力充分展现，以利课程后续不断优化；课赛融合，激发探索性学习，不断提升学生互联网营销实践能力。</p> <p>2. 教学手段：利用学习通、中国大学mooc、i博导，智慧职教等在线平台，结合网络营销软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。</p> <p>3. 考核评价：本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核；课程考核分为素养 20%、知识 40%和技能 40%三部分，结合课堂提问、平时作业态度及项目完成情况，综合评价学生成绩。注重学生应对能力和分析、处理实际问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力并培养创新意识。</p>
<p>商品学</p>	<p>1. 素质目标：培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备课程、安全、环保意识。</p> <p>2. 知识目标：掌握商品的概念、商品的构成、商品的分类、代码编制方法；熟悉商品课程、商品标准、商品检验等业务常识；掌握商品包装材料、包装技法；掌握商品在储运期间的课程变化和影响因素，库存商品的基本养护方法，常见商品的储藏保管技术；</p> <p>3. 能力目标：具有识别商品内包装、外包装标识的能力；具有熟练掌握和介绍大类商品的种类、营销特点、课程要求的能力；能用不同的鉴别方法对常用商品进行种类鉴别和课程优劣鉴别；能对常用商品进行正确的使用、调试及简易维护；能进行商品库存期间的基本养护；能根据所处理问题的需要，寻找、阅读有关手册、规范、参考文献资料并理解其内容。</p>	<p>1. 绪论；</p> <p>2. 商品分类与编码；</p> <p>3. 商品课程与课程管理；</p> <p>4. 商品标准与标准化；</p> <p>5. 商品检验与课程监督；</p> <p>6. 商品包装；</p> <p>7. 商品储运课程管理；</p> <p>8. 商品与资源和环境；</p>	<p>1. 教学方法：讲授法、案例分析、学生讨论等；</p> <p>2. 教学手段：建立课程网站，将课程标准、教学指南、学习指南、相关教辅材料、网络资源、仿真软件、图片动画、教学视频等资源上网，实现资源共享，便于学生自主学习；</p> <p>3. 考核评价：主要采用分模块学生自评、学生互评、教师评价、笔试等考核方式。</p>

职业 口才	<p>1. 素质目标:培养学生乐观积极自信的自我认知习惯;养成学生良好的为人处事习惯;培养学生正确的价值观和良好的团队合作精神;培养学生良好思辨习惯。</p> <p>2. 知识目标:了解言语交际的重要作用、基本原则、习得方法;理解言语交际必备的心理素质、思维素质、应变能力及倾听素养。</p> <p>3. 能力目标:具备有声语言、态势语言的基本技巧与方法;具备社交语言的基本技巧与方法;具有求职口才的基本技巧与方法;具有演讲的种类以及演讲的基本技巧与方法;具有推销口才的基本技巧与方法。能分析评价自己、他人言语活动的优劣</p>	<p>1. 对职场口才的认知;</p> <p>2. 普通话与口才训练;</p> <p>3. 职场口语表达艺术;</p> <p>4. 职场社交口才艺术;</p> <p>5. 专业口才艺术;</p> <p>6. 求职口才艺术;</p>	<p>1. 教学方法:任务驱动教学法;讨论法;情景教学法;案例教学法;角色扮演法</p> <p>2. 教学手段:多媒体教学;学习通线上资源教学</p> <p>3. 考核评价:本课程是一门语言技能课,主要考核学生综合应用语言的能力,考核方式为考查。平时课堂表现及课外口语训练占30%,实践技能考核占30%,期末考核占40%。</p>
商务 礼仪	<p>1. 素质目标:树立正确的商务交往理念,提升道德修养水平,增加文化自信,提高审美品位,塑造良好职业形象。</p> <p>2. 知识目标:了解商务礼仪在商务活动和涉外交往中的重要性;掌握商务礼仪的基本知识、各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法;了解商务交往中不同国家的风俗礼仪和文化差异。</p> <p>3. 能力目标:具备在商务活动中的高效沟通,有效策划、组织商务活动的的能力。</p>	<p>1. 商务礼仪概述;</p> <p>2. 商务形象礼仪:仪容、仪表、仪态;</p> <p>3. 商务交往礼仪:日常交往、拜访礼仪、接待礼仪、办公室礼仪;</p> <p>4. 商务会议礼仪:公司会议、商务谈判、签约仪式;</p> <p>5. 商务宴请礼仪:中西餐、工作餐、自助餐;</p>	<p>1. 教学方法:课程教学应强调时代性和应用性的特点,结合实例,讲解涉外礼仪的理念和方法;教学过程中应以学生为主,教师为辅,组织或模拟商务场景中礼仪的规范操作;</p> <p>2. 教学手段:结合社会主义精神文明的特点,通过视频播放、图片音乐、游戏互动、场景模拟、故事案例讲解、头脑风暴等多种方式全方位互动,使学生在轻松愉快的氛围中学习并掌握涉外商务礼仪知识与技能技巧。</p> <p>3. 考核评价:考核方式有项目考核、实训考核、理论考核、教学参与程度考核。</p>
汽车 营销	<p>1. 素质目标:培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风;具备诚信待人、与人合作的团队协作精神;具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力;具备课程、安全、环保意识,养成良好的职业操守;</p> <p>2. 知识目标:了解我国汽车工业及汽车市场形成与发展、汽车企业的战略规划、汽车营销管理与环境、汽车用户购买行为、汽车服务、促销、分销、定价、产品策略、汽车营销实务。</p> <p>3. 能力目标:能熟练识别顾客的需求并有针对性地给顾客推荐汽车。</p>	<p>1. 基本概念</p> <p>2. 我国汽车工业及汽车市场形成与发展</p> <p>3. 汽车企业的战略规划</p> <p>4. 汽车营销管理</p> <p>5. 汽车营销环境</p> <p>6. 汽车用户购买行为</p> <p>7. 车服务、促销、分销、定价、产品策略</p>	<p>1. 教学方法:情景模拟、角色扮演、小组讨论法。</p> <p>2. 教学手段:在学院超星泛雅平台上不断更新课程网页,进一步充实教学资源库。及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网,并及时更新。</p> <p>3. 考核评价:通过课堂提问、学生作业、平时测验、实训及考试情况综合评价学生成绩。</p>

<p>旅游营销</p>	<p>1. 素质目标：学会识别游客的需要，理解游客的抱怨并正确合理处理游客的要求。具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性</p> <p>2. 知识目标：了解旅游市场营销的性质、特点及发展趋势；掌握与营销服务相关的基础理论知识。</p> <p>3. 能力目标：具备营销策划、执行能力、较强的口语表达能力；具备市场调查的能力。</p>	<p>1. 旅游市场营销的基本概念与理论；</p> <p>2. 旅游市场细分与营销策略选择；</p> <p>3. 旅游市场营销战略与实施、营销环境分析、市场调查研究与预测；</p> <p>4. 旅游产品策略；</p> <p>8. 旅游产品销售渠道；</p> <p>9. 旅游促销策略；</p> <p>10. 旅游市场营销管理以及旅游景区、饭店和旅行社的有关营销问题。</p>	<p>1. 注重夯实学生的基础理论知识，为学生走上营销管理的实际岗位打牢扎实的基础。</p> <p>2. 强调理论联系实际，注重提高学生的实践能力和解决问题能力。</p> <p>3. 在教学中坚持以学生为主体，主要采用讨论式教学、案例式教学、社会调查、参加社会实践等。</p> <p>教学手段：</p> <p>3. 考核评价：主要采用分模块过程考核、作品评价、学生自评、学生互评、教师评价、笔试、答辩等考核方式</p>
<p>沟通技巧</p>	<p>1. 素质目标：培养爱岗敬业、科学严谨的工作作风，团队意识和合作精神；并能有效沟通。</p> <p>2. 知识目标：沟通的基本知识、基本原理。</p> <p>3. 能力目标：具备良好的沟通能力，能进行有效的沟通。</p>	<p>1. 沟通的基本原理；</p> <p>2. 有效沟通技巧；</p> <p>3. 建立良好客户关系；</p> <p>4. 督导与下属沟通的技巧，督导与上级沟通的技巧，督导与同级沟通的技巧；</p> <p>5. 会议沟通。</p>	<p>1. 大量典型案例、自我技能测试、问答题、案例分析，相配套的实习、实训项目、等教学资源全部上网，实现该课程的网上学习。</p> <p>3. 考核评价：重在过程考核，考勤20%，案例分析、阅读回答等30%，给出情境，互动沟通占50%。</p>
<p>国际贸易理论与实务</p>	<p>1. 素质目标：培养学生科学严谨的工作作风，与人合作的团队协作精神；养成良好的职业操守。</p> <p>2. 知识目标：掌握国际贸易基本知识，进出口贸易的基本流程；掌握国际贸易合同的基本形式和内容要求；掌握海运提单的缮制技巧；熟悉保险合同内容；熟练掌握各种支付方法，能够审核信用证，改证。</p> <p>3. 能力目标：能用英语表达国际贸易合同的所有条款的能力；能正确规范制作贸易合同；能正确缮制托运单、装箱单、制作汇票、发票和其他单据；能正确审核信用证；在权益受到侵犯时具备诉讼索赔的维权能力。</p>	<p>1. 国际贸易基础理论</p> <p>2. 商品品名、品质、数量和包装</p> <p>3. 贸易术语</p> <p>4. 进出口商品的价格</p> <p>5. 进出口货物运输</p> <p>6. 进出口货物保险</p> <p>7. 进出口货款结算</p> <p>8. 商品检验、索赔、不可抗力与仲裁</p> <p>9. 进出口货物报关</p>	<p>1. 采用任务驱动法。在完成既定任务的同时，引导学生的实践活动。</p> <p>2. 利用学习通、蓝墨云、中国慕课网、中国海关总署官网、pocib软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。</p> <p>3. 考核评价：课程通过课堂理论教学和“学习通”在线训练、课后章节测试、期末综合笔试的方式组织教学和考核，引导学生熟悉有关进出口法规和惯例，掌握合同价格条款、结算条款、争议预防与解决、合同订立、合同履行过程等相关知识和草拟各项合同条款等业务技能。</p>

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程总体安排表

课程类别	课程模块	课程类型	课程编码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	学时分配			周课时数或周数						备注
								总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											20	20	20	20	20	20	
公共基础课程	思想政治课程	A	114000	思想道德修养与法律基础	必修	考试	4	62	54	8	2	2					
		A	114001	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考试	3.5	56	48	8			2	2			
		A	114002	形势与政策	必修	考查	1	48	48	0	8 课时	8 课时	8 课时	8 课时	8 课时	8 课时	第六学期线上
		A	218001	军事理论	必修	考查	2	36	36	0	36 课时						1w
		B	217001	劳动教育	必修	考查	1	32	8	24		8 课时	1w				
		小计							11.5	234	194	40	2	2	2	2	0
	身心修养课程	B	218002	军事技能	必修	考查	2	112	0	112	2W						
		A	316001	大学生职业生涯规划	必修	考查	1	(16)	(16)	0	(2×4)	(2×4)					讲座
		A	316002	大学生创新创业指导	必修	考查	2	22	14	8				2			
		B	316003	大学生就业指导	必修	考查	1.5	20	20	(12)				2×10	(2×6)		就业体验 12 课时
		A	317001	大学生心理健康	必修	考查	2	32	26	6	2						讲座 8 课时
		C	215000	体育与健康教育	必修	考查	7	118	16	102	2	2	2	2			
		B	218005	大学美育	必修	考查	1.5	28	20	8					2		
	小计							17	332	96	236	4	2	2	4	2	0
	科技人文课程	A	113006	经济数学	必修	考查	3	48	43	5		3					
		A	113000	实用英语	必修	考试 1	7	124	96	28	4	4					
		B	104001	计算机应用基础	必修	考查	3.5	60	36	24	4						
		A	313003	普通话	必修	测试	2	30	20	10	2						讲座
		A	313004	科技信息讲座	必修	考查	1	(12)	(12)	0	(2×2)		(2×2)		(2×2)		讲座
B		217005	入学与安全教育	必修	考查	1	24	16	8	1w							
C		217008	社会调查(实践)	必修	考查	1	(24)	0	(24)				(1w)			暑期进行	
B		217006	毕业与安全教育	必修	考查	1	(24)	(16)	(8)						(1w)	实习中进行	
小计							19.5	286	211	75	10	7	0	0	0	0	

公共选修课程	A	113004	大学语文	选修	考查	2	34	34	0			2				
	A	313267	中华优秀传统文化	选修	考查	2	34	34	0			2				
	A	102026	信息素养	选修	考查	2	32	32	0		2					
	A	102022	文学欣赏	选修	考查	1.5	26	26	0					2		2选1
	A	217009	湖湘文化	选修	考查	1.5	26	26	0					2		
	小计						7.5	126	126	0	0	2	4	0	2	0
公共基础课合计						54.5	976	619	357	16	13	8	6	4	0	
专业基础课程	B	102005	现代企业管理基础	必修	考试	3.5	60	48	12	4						
	B	102403	市场营销学	必修	考试	3.5	60	48	12	4						
	B	102401	经济学	必修	考试	4	64	48	16		4					
	B	102402	统计学	必修	考试	4	64	48	16		4					
	B	102404	消费者行为分析	必修	考试	4	68	48	20			4				
	B	102601	电子商务概论(运营)	必修	考试	4	68	48	20			4				
	B	102413	零售管理	必修	考试	2.5	44	24	20				4			
	B	102418	经济法	必修	考试	3	52	36	16					4		
小计						28.5	480	348	132	8	8	8	4	4	0	
专业核心课程	B	102405	市场调查与分析	必修	考试	4	64	48	16		4					
	B	102411	营销策划	必修	考试	4	68	48	20			4				
	B	102406	现代推销技术	必修	考试	4	66	40	26				6			
	B	102407	商务谈判	必修	考试	4	66	40	26				6			
	B	102408	新媒体营销	必修	考试	2.5	44	30	14				4			
	B	102423	客户关系管理	必修	考试	3	52	40	12					4		
小计						21.5	360	246	114	0	4	4	16	4	0	
集中实训课程	C	202402	市场调查实训	必修	考查	2	48	0	48		2w					
	C	202403	推销技术跟岗实习	必修	考查	8	192	0	192				8w			跟岗实习
	C	202604	1+X 商务数据分析(中级)	必修	考查	1	24	0	24		1w					
	C	202606	1+X 网店运营推广(中级)	必修	考查	1	24	0	24		1w					
	C	202404	市场营销专业综合技能实训	必修	考查	6	144	0	144					6w		
	C	219002	顶岗实习	必修	考查	26	480	0	480					(6w)	20w	
	C	219001	毕业设计答辩	必修	考查	5	(120)	0	(120)					(2w)	(3w)	
小计						49	912	0	912	0	0	0	0	0	0	
专	B	102603	跨境电商	选修	考查	3	52	42	10					4		2选1

业 选 修 课 程	B	102601	商品学	选修	考查	3	52	42	10					4		
	B	102021	职业口才	选修	考查	2	34	22	12			2				
	B	102007	商务礼仪	选修	考查	2	34	22	12			2				
	B	102416	汽车营销	选修	考查	3	52	40	12					4		
	B	102419	旅游营销	选修	考查	3	52	40	12					4		
	B	102424	沟通技巧	选修	考查	2	34	28	6			2				
	B	102006	国际贸易理论与实务	选修	考查	3	52	42	10					4		
	小计						13	224	174	50	0	0	4	0	12	0
专业（技能）课程合计						112	1976	768	1208	8	12	16	20	20	0	
总计						167.5	2954	1395	1559	24	26	24	26	24	0	
理论教学周数										15	16	17	11	13	0	
实习实训周数										4	3	2	8	6	20	
考试周数										1	1	1	1	1	0	
公共基础课时占总课时比例：										978/2952=33.1%						
选修课时占总课时比例：										350/2952=11.9%						
实践课时占总课时比例：										1559/2952=52.7%						
注：																
1) 课程类型中，A—理论课，B—理实+实践，C—实践课；																
2) “数字×数字”表示周课时数×教学周数；带“w”的数字表示实习实训环节周数，每周计24课时（军事技能每周按56课时计），计1学分；																
3) “（ ）”内“数字”代表课余时间完成的学时，不计入总学时，但其相应的学分计入总学分，每周计1学分；																
4) 实习实训环节课程不在进程表中安排固定周学时，但在对应位置填写实习实训周数，以“（ w）”表示；																
5) “（ w）”内的“数字w”代表实训教学周，在假期或在顶岗实习中进行，不计入总学时，但其相应的学分计入总学分，每周计1学分；																
6) 顶岗实习共26周（其中第5学期假期6周、第6学期20周），其中毕业设计与答辩在顶岗实习中进行。																

（二）学时分配表

课程类别		课程门数(门)	理论学时	实践学时	合计	占总学时比
公共基础课程	思想政治课程	5	194	40	234	7.93%
	身心修养课程	7	96	236	332	11.18%
	科技人文课程	8	211	75	286	9.69%
	公共选修课程	4	126	0	126	4.27%
专业(技能)课程	专业基础课程	8	348	132	480	16.26%
	专业核心课程	6	246	114	360	12.20%
	集中实训课程	6	0	912	912	30.89%

	专业选修课程	5	174	50	224	7.59%
	合计	49	1395	1559	2954	100%

(三) 学分分配表

课程类别		课程门数 (门)	学分	占总学分比
公共基础课程	思想政治课程	5	11.5	6.87%
	身心修养课程	7	17	10.13%
	科技人文课程	8	19.5	11.64%
	公共选修课程	4	7.5	4.48%
专业(技能)课程	专业基础课程	8	28.5	17.02%
	专业核心课程	6	21.5	12.84%
	集中实训课程	6	49	29.26%
	专业选修课程	5	13	7.76%
合计		49	167.5	100%

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 团队结构

依据《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，生师比不高于 18 : 1。根据学生数配置教师，兼职教师与专任教师按 1:1 配置，双师素质教师比例不低于 80%。专任教师团队要考虑职称、年龄、学历等，形成合理的梯队结构，如下表所见：

队伍结构		比例 (%)
职称结构	副教授及以上	30
	讲师	60
	助理讲师	10

年龄结构	35岁以下	40
	36-45岁	40
	46-60岁	20
学历结构	硕士及以上	70
	本科	30

2. 专任教师

具有高校教师资格；具备“四有好老师”素质；具有高尚的师德，爱岗敬业；具有市场营销等相关专业本科及以上学历；具有较强信息化教学能力，能够开展市场营销专业课程教学改革和科学研究；每五年累计不少于6个月的企业实践经历；能积极参与教育部等六部委推出1+X证书试点工作。

3. 专业带头人

市场营销专业要求配备至少1名专业带头人。

专业带头人原则上应具有副高以上职称，年龄一般不超过55周岁。热爱党的教育事业，积极落实党的路线、方针和政策，具有良好的职业道德。具有较强的教育教学能力，具有丰富的教研教改经验，具有较强的产学研能力，具有较强的组织协调能力、团队合作精神和改革创新意识、技术创新推广能力。能准确把握市场营销专业及相关行业发展趋势及职业岗位需求，能广泛联系行业企业，在本区域本领域具有一定的专业影响。

4. 兼职教师

兼职教师主要从相关企业聘任从事市场营销及营销管理人员，具

备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备基本教育教学能力，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、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

配备多媒体计算机、投影设备、白板，介入互联网(有线或无线)，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

根据专业对接行业和职业岗位群的需要，联动行业企业专家，基于“基础实训”+“综合实训”建设理念，建设满足专业教学必须的共用共享型的校内实训室。本专业应具有校内实训室如下表：

校内实训室一览表

序号	实验实训室名称	承担的主要实践教学项目	基本配置要求
1	营销综合实训室	商务谈判案例分析； 模拟谈判信息收集； 谈判团队组建方案； 商务谈判计划书撰写。	工位数：50 1套投影设备、计算机、 电脑桌、椅子、音响系统、市 场营销相关专业软件。
2	模拟商务谈判室	模拟商务谈判过程； 拜访与接待礼仪情景模 拟。	工位数：40 打印机1台，电脑1套， 投影设备，谈判会议桌2张(多 对多，一对一各1张)、椅子 40、陈列柜1组
3	新媒体营销	移动营销方法和渠道；	工位数：50

	实训室	基于主流新媒体营销平台 (APP 应用、微博、微信、抖音、快手、知乎、今日头条) 进行营销策划实施。	服务器 (1 台), 电脑、网络 (50 套), 白板, 市场营销专业实训软件 (3 套)
4	形体训练室	商务人士职业形象塑造	工位数: 40 80 平左右面积, 配备扶手架、形象镜等, 达到形体训练室的标准配备。
5	直播实训室	直播带货; 短视频拍摄与制作。	工位数: 6 专业直播设备 (3 套), 摄影设备 (1 套), 背景布 4 张, 信息采集电脑 2 套, 直播支架 (可移动), 干燥柜,

3. 校外实训基地

具有稳定的校外实训基地, 通过校外实训基地, 进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间 (地方特色客栈、电子商务公司、跨境电商公司、旅游企业) 的联系和合作。能够提供开展市场调研活动、导购与促销活动、现场推销实习、营销策划与推广、新媒体营销、电商运营、客户服务等实训活动, 实训设施齐备, 实训岗位、实训指导老师确定, 实训管理及实施规章制度齐全。按照学生规模, 建立足够的稳定的校外实训基地, 主要的校外实训基地见表

校外实训基地一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	张家界特色客栈	新媒体营销、客服 OTA 运营	营销策划与实施、新媒体营销应用、客户服务与管理、OTA 运营	30 人/年
2	江西九江聚思味电子商务有限公司	线下现场推销员、 线上网店店主、客服	旅游定点餐厅现场推销旅游景点特产、商品信息采集与发布、订单处理、物流、客服等。公司在全国 16 个热门景区设有办事处	400 人/年

3	素禾连锁超市	商务运营、客服、物流配送、市场开拓	微商城维护与优化、商品主图、详情页文案写作与客户服务、校园O2O配送项目实践	20人/年
---	--------	-------------------	--	-------

4. 支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

(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

按规定选择优质教材，优先选用高职教育国家规划教材、省级规划教材和相关配套 1+X 的配套教材，禁止不合格教材进入课堂，教材内容应充分体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合市场营销专业各岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。学校建立专业教师、行业专家和教研人员等参加的教材选用机构，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、文献配备应能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：营销、经济、管理、人文、科技类的中外文专业图书期刊、电子数据库、中外文期刊及工具书等。要求专业相关的纸质图书不少于 1500 册，相关期刊不少于 20 种，如《现代营销（经营版）》《中国市场》《成功营销》

等期刊。

专业教研室建立包括职教精神解读、专业教学、专业建设、培训考证、专业实训等方面资料的专业资料室。引进专业技能仿真实训平台，开通师生网络教学与实训资源，方便学生在线学习与测试。加强课程的信息化建设，进一步丰富专业的教学与实训资源。

3. 数字资源配备基本要求

在学院教学资源库平台（超星泛雅平台）建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，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、理实一体教学等新型教学模式。

集中实训课程注重职业能力的培养，以培养实际工作岗位职业能力为主线，设计教学内容。采用项目引领、任务驱动方式实施教、学、练的理实一体化教学。在教学组织上，注重教学情境的创设，以学习小组团队、企业服务团队的形式进行学习和实践，充分利用多媒体、录像、网络等教学工具，利用案例分析、角色扮演等多种教学方法，结合职业技能考证进行教学，有效提高学生的职业素养与实际工作能力。

积极利用电子书籍、电子期刊、数字图书馆、各大专业网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识和能力的拓展成为可能。

搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源，满足学生参观、实训和顶岗实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

与企业技术人员、专家共同开发教材和实验实训指导书，使教学内容更好地与实践结合以满足未来实际工作需要。

（五）教学评价

根据“多级督导、多元评价、以评促管”的教学管理与评价构建思路，构建督导制度、听课制度、教学检查制度、学生评教制度、教师评学制度、企业评价制度、家长评价制度等七种类型的教学管理与质量评价制度。

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、目标评价、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

2. 关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考证情况，综合评价学生成绩。

3. 应注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

（六）质量管理

1) 学院和系部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，达到人才培养规格。

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

市场营销专业教师一学期须听课评课5次，市场营销专业负责人及教研室主任一学期听课评课不少于8次；市场营销教研室定期开展公开课、示范课等教研活动；新教师实行以老带新指导两年；教师若发生严重教学事故，不得参与当年评优评先，年度考核不高于合格等次。

3) 学院建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4) 市场营销专业教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，进行诊断与改进，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

市场营销专业人才培养目标和培养规格要求本专业学生应达到以下要求方可毕业：

1. 思想品德考核合格；
2. 修完规定的所有课程（含实践教学环节），成绩合格，达 167.5 学分；
3. 原则上取得一个或以上与本专业相关的职业资格证书或职业技能等级证书。

