



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

专业名称:	市场营销
专业代码:	530605
适用年级:	2023 级
所属学院:	航空管理学院
专业负责人:	罗利华
制(修)订时间:	2023 年 7 月

编制说明

本专业人才培养方案根据《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》（教职成〔2019〕13号）和《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）有关要求，由张家界航空工业职业技术学院市场营销专业教研室制订，经专业建设指导委员会论证、学校批准实施，适用于我校2023年全日制市场营销专业。

主要编制人：

姓名	职称	二级学院
罗利华	副教授	航空管理学院
黄勇	讲师	航空管理学院
龚素霞	副教授	航空管理学院
宋伦	助理讲师	航空管理学院
陈慧琳	助理讲师	航空管理学院

主要论证专家：

姓名	职称	单位
欧阳志珊	高级经济师	九江聚思味电子商务有限公司
宁小平	高级经济师	湖南南方宇航工业有限公司
胡国民	高级经济师	长江动力有限公司
胡盛辉	高级经济师	南方航空发动机
安国菊	教授	郑州轻工业大学
夏湘东	校友	上海翊箴商务咨询有限公司
冼荣美	学生	193211班
邓艳萍	学生	193211班

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
(一)职业面向	1
(二)典型工作任务及职业能力分析	2
五、培养目标与培养规格	9
(一)培养目标	9
(二)培养规格	9
六、课程设置	12
(一)课程体系	12
(二)课程设置	14
七、教学进程总体安排	64
(一)教学进程总体安排表	64
(二)学时学分比例	70
八、实施保障	70
(一)师资队伍	70
(二)教学设施	72
(三)教学资源	74
(四)教学方法	75
(五)教学评价	76
(六)质量管理	76
九、毕业要求	77
十、附件	78

市场营销专业

2023 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

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，弹性学制为三至六年

四、职业面向

(一) 职业面向

职业面向如表 1 所示。

表 1 职业面向表

所属专业 大类(代 码)	所属专业 类(代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别(代码)	主要岗位类别 (或技术领域)举例			职业资格证书 或技能等 级证书举例
				目标 岗位	发展 岗位	迁移 岗位	
财经商贸 大类(63)	经济贸易 类(6307)	批发业 (51) 零售业 (52) 互联网和 相关服务 (64)	1.营销员 (4-01-02-01) 2.商品营业员 (4-01-02-03) 3.摊商 (4-02-02-05) 4.市场营销专 业人员 (2-06-07-02)	1.销售与客 户开发专员 2.市场调研 专员 3.客服专员 4.营销策划 专员 5.渠道开发 与管理专员 6.新媒体运 营与推广员 7.小微商业 企业创业者	1.渠道开发 与管理主 管 2.销售主管 或门店店 长 3.客服主管 4.策划主管 5.新媒体运 营与推广 主管	1.市场 总经理 2.销售 总监	1.商务数据分 析师(1+X 职 业技能等级 证, 中级); 2.电子商务师 (职业技能 等级证, 中 级)。

(二) 典型工作任务及职业能力分析

典型工作任务及职业能力分析见表 2。

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
销售与客户开发专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场细分以发现市场机会，确定目标市场； 2. 寻找客户确定客户名单； 3. 产品推销与商务谈判； 4. 售后服务与管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备语言沟通、灵活应变的能力； 2. 具备企业信息和商品知识收集、整理、分析、总结与利用的能力； 3. 具备对产品进行定位与特点、优势、利益分析的能力； 4. 具备市场细分明确目标市场能力； 5. 具备顾客确定准顾客名单的能力； 6. 具备商务礼仪的应用能力； 7. 具备洞察消费者心理的能力； 8. 具备推销方案制订及现场推销的能力； 9. 具备谈判方案制订及商务谈判的能力； 10. 具备售后服务与管理的能力； 11. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 12. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 13. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；
市场调研专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调研方案设计； 2. 调研问卷设计； 3. 实施调研； 4. 撰写调研报告。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备熟练分析经济因素、经济现象间的关系的能力； 2. 具有市场调研方案设计的能力； 3. 具备调研问卷设计的能力； 4. 具备人际交往沟通的能力； 5. 具备调研方案实施的能力； 6. 具备资料汇总、整理、分析的能力； 7. 具备撰写调研报告的能力； 8. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 9. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 10. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
		<p>德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；</p>
<p>客户服务 专员</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 识别目标客户； 2. 处理售前业务咨询； 3. 进行售后服务管理； 4. 处理客户纠纷与投诉； 5. 整理与分析客户资源，建立顾客档案 6. 有效维护客户关系。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备熟练建立顾客档案能力； 2. 具备通过客户沟通，分析目标客户需求能力； 3. 具备进行客户价值分析、客户分级、客户资源管理能力； 4. 具备根据客户资源进行目标用户需求的精准分析能力； 5. 具备运用相关法律处理客户异议与投诉能力。 6. 具备有效维护客户关系能力； 7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 9. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；
<p>营销策划 专员</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销策划方案写作； 2. 新产品上市推广策划； 3. 价格策划； 4. 渠道策划； 5. 促销方案策划； 6. 公关活动策划； 7. 广告策划方案。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备根据企业或经营者目标，策划促销活动方案的能力； 2. 具备进行营销策划方案写作能力； 3. 具备完成新产品上市推广策划的能力； 4. 具备对产品进行价格策划的能力； 5. 具备对产品进行渠道策划的能力； 6. 具备设计公关活动策划案的能力； 7. 具备做广告策划方案的能力； 8. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 9. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 10. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
渠道开发与维护管理专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 数据收集; 2. 数据整理; 3. 数据分析; 4. 数据展现; 5. 渠道的开发及管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备对商务数据进行收集、清洗和预处理的能力; 2. 具备对商务数据进行分析及可视化的能力; 3. 具备撰写商务数据分析报告的能力; 4. 具备依据数据进行渠道分析及选择开发及管理的能力; 5. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识; 6. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神; 7. 崇尚宪法、遵守法律, 遵规守纪, 崇德向善、诚实守信, 爱岗敬业, 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;
新媒体运营与推广专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文案撰写与设计; 2. 网络推广; 3. APP 推广; 4. 双微一抖; 5. 社会化媒体营销 6. 短视频与直播营销; 7. 运营推广策划; 8. 运营数据采集与分析。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备信息收集与分析能力; 2. 具备网络调研与分析能力; 3. 具备新媒体渠道选择与策划能力; 4. 具备新媒体投放与引流能力; 5. 具备推广文案编辑与营销传播能力; 6. 具备新媒体营销效果数据分析及优化能力; 7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识; 8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神; 9. 崇尚宪法、遵守法律, 遵规守纪, 崇德向善、诚实守信, 爱岗敬业, 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;
小微商业企业创业者	<ol style="list-style-type: none"> 1. 管理经营小微企业; 2. 制定企业营销推广方案; 3. 引流, 运营, 维护客户; 4. 进行财务管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备管理, 领导能力; 2. 组织协调能力; 3. 沟通与团队协作能力; 4. 运用新媒体进行推广, 宣传和运营的能力; 5. 编写策划方案, 营销分析的能力; 6. 管理公司账务, 分析财务情况的能力; 7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识; 8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神;

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
		<p>9. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；</p>
渠道开发与 管理主管	<p>1. 据公司整体运营策略，提炼出适合区域市场的运作模式；</p> <p>2. 根据市场发展制定销售目标，并监督执行；</p> <p>3. 开发和维护品牌方和渠道方客户；</p> <p>4. 根据分客户指标跟进业绩完成进度，品牌方销售策略的及市场促销策略的及时跟进和反馈；</p> <p>5. 负责产品的区域拓展、客户发展、区域运营的策划制定及执行；</p> <p>6. 与客户建立良好关系，及时反馈客户信息，满足客户需求，提高客户满意度；</p> <p>7. 完成月度、季度和年底区域销售预测，定期汇报工作情况。</p>	<p>1. 具备教育行业销售工作经验；</p> <p>2. 具备独立开发渠道、洽谈客户的能力；</p> <p>3. 具备良好的沟通能力；</p> <p>4. 具备良好的商户维护能力；</p> <p>5. 具备数据分析能力；</p> <p>6. 具备良好的沟通表达能力以及较强的目标导向和团队意识；</p> <p>7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识；</p> <p>8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神；</p> <p>9. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；</p>
销售主管或 门店店长	<p>1. 全面负责门店管理及运作，制定月度、季度、年度销售计划、毛利计划，定量分解下发各部门并督导落实，完成总公司下达的门店经营指标；</p> <p>2. 阅读各类销售报表，必须熟知每个小分类中销售在前二十位的主力商品和销售最差的后十位商品；</p> <p>3. 严格控制商品的损耗率，保持员工工作的高效率，合理控制人事成本、营运成本，坚决贯彻“低成本”的经营策略；</p> <p>4. 进行库存管理，保证充足的货品，准确的库存及订单的及时准确下发，维护系统库存的正确性，维持商品的续订量，保证卖场不缺货；</p> <p>5. 商品品项（商品结构）、商品比重的建议和调整，厂商合作方式、帐期的建议和调整；</p> <p>6. 负责同业市场的调查与分析，制定门店竞争策略，审批竞争商品品项，指导商品促销、广告促销等活动的有效进行；</p>	<p>1. 了解市场调查的原则及常用方式，正确分析相关数据，能制定实施应对措施；</p> <p>2. 熟悉分管区域各商品类别的销售占比、各品类关联性和季节性销售特点，能及时对布局做出调整建议，满足顾客需求；</p> <p>3. 了解分管区域商品的陈列设施和陈列方式，掌握价签使用规范，能根据不同的商品特点选择适合的货架和陈列方式；</p> <p>4. 熟悉营运标准、流程和作业规范的一般原则，熟练应用关键表单和系统报表；</p> <p>5. 熟悉库存管理流程，能熟练运用相关MIS报表分析库存问题；</p> <p>6. 了解营销组合的基本原则及常用的促销方式、促销时机及管理流程，能提出合理化促销建议；</p> <p>7. 熟悉分管区域商品的验收、存储、理货、加工等过程中的原则和控制点，熟悉各类商品的质量要求，能够对不合格商品及时采取措施并向上级汇报；</p> <p>8. 掌握各种促销标识、道具的使用规范，并能结合商品特点合理使用各种道具；</p> <p>9. 具有良好的职业道德、职业素养、法</p>

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
		律意识； 10. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 11. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；
客服主管	1. 汇总/受理客户需求、意见反馈或建议、投诉，并传递信息予各部以便于其组织跟进、落实整改及回访情况； 2. 带领团队协助客户办理各类申请，确保各类申请有序落实，做好汇总记录； 3. 根据各部门工作安排需要，带领团队积极配合进行协调客户之工作，确保项目时刻处于良好运营状态； 4. 负责整理本部门文件管理工作，草拟各类文函；	1. 能够制定明确、具体的考核评估准则，对服务人员和服务系统进行定期评估，以采取改进措施； 2. 能够分解工作目标，制订工作计划； 3. 能够进行组织分工，落实各项具体任务； 4. 能够培养下属的责任心和使命感，有勇于挑战的抱负和主人翁的意识；敢于授权，敢于用人； 5. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 6. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 7. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；
策划主管	1. 带领策划团队，协同相关团队共同完成品牌及其产品策划指标； 2. 负责对策划部人员的素质和业务指导和培训； 3. 带领策划团队深入研究客户需求，负责项目开发各阶段的策划与市场调研工作，协同客户部完成各类策划案和推广方案； 4. 定期主持召开公司策划工作会议，参	1. 具备良好的团队激励能力、良好的组织协调能力和综合管理能力； 2. 具有良好的客户沟通协调、计划、谈判技巧，能够把握项目进程与流程控制； 3. 拥有较强的策划能力，有成功的企业营销策划案例，熟悉产品、市场、品牌、广告、营销等策划及文案； 4. 有良好的媒体资源，具有良好的职业

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
	与营销会议,协同相关部门推进公司的良营销运营。	<p>道德,具备成熟的团队管理;</p> <p>5.具有良好的职业道德、职业素养、法律意识;</p> <p>6.具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神;</p> <p>7.崇尚宪法、遵守法律,遵规守纪,崇德向善、诚实守信,爱岗敬业,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;</p>
新媒体运营与推广主管	<p>1.根据客户公司阶段性传播目标,制定新媒体传播策略,进行传播方案的策划、创意、撰写、执行;</p> <p>2.负责客户公司微信的内容策划、日常发布、后台维护、项目管理、粉丝互动及话题制造工作,快速响应社会、行业热点,提高影响力和粉丝数;</p> <p>3.建立有效运营手段提升订阅数和用户活跃度;</p> <p>4.挖掘和分析用户使用习惯、情感及体验感受,有计划性完成专题策划、编辑制作;</p> <p>5.定期与粉丝互动,策划并执行相关线上和线下的推广活动,通过有效运营手段提升关注度,达成营销目标;</p> <p>6.通过数据有效分析社会化媒体推广效果;</p>	<p>1.热爱互联网行业,熟知微博、微信各类应用知识和技巧,熟悉微博、微信等产品的传播规律,有关注互联网热点信息的习惯,对网民阅读兴趣、喜好、习惯有一定了解;</p> <p>2.对新鲜事物、新闻事件、娱乐八卦等,具有高敏感度和洞察力,能完成原创话题创作;</p> <p>3.具备良好的沟通协调能力和策划能力,具备微博营销、社会化媒体营销知识;</p> <p>4.深度互联网用户,有内容运营经验,用户感知力强,有对测试迭代的基本理解;</p> <p>5.擅长信息搜集与编辑整理,具有较强的选题、策划、采编能力;</p> <p>6.具有良好的职业道德、职业素养、法律意识;</p> <p>7.具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神;</p> <p>8.崇尚宪法、遵守法律,遵规守纪,崇德向善、诚实守信,爱岗敬业,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;</p>
市场总经理	1.负责市场部组织机构设置、营销制度	

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
	制定； 2. 负责指导、管理、监督下属员工的业务工作，改善工作质量和服务态度，做好下属人员的绩效考核和奖惩工作； 3. 制定公司年度营销策略和品牌战略，统筹组织公司各类推广宣传资料的创意、设计和制作，并对事业部、业务部门的推广宣传方案进行审核、督导、评估； 4. 组建高水平销售团队； 5. 按公司要求制定销售任务执行计划； 6. 制定正确有效的销售流程与口径； 7. 制定合理有效的培训教材；	1. 沟通能力、执行力强，工作积极主动，有主动学习的能力； 2. 具有较强的市场感知能力、敏锐地把握市场动态、市场方向的能力； 3. 具有良好的职业道德和敬业精神，正直诚信、工作严谨细致、责任心强； 4. 有较强的文字功底、组织开拓能力、人际沟通能力和团队建设能力，执行力和抗压力强； 5. 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力； 6. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 7. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 8. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；
销售总监	1. 督促销售人员的工作； 2. 销售计划的制定； 3. 定期的销售总结； 4. 销售团队的管理； 5. 每月每位销售人员的绩效考核的评定； 6. 销售人员的计划及总结； 7. 上下级的沟通； 8. 制定不定期的沙龙活动； 9. 销售人员的素质和专业培训； 10. 销售策略的运用；	1. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 2. 具有较强的人际沟通能力，与公司领导和各级部门打交道，与各种各样性格的客户打交道； 3. 具有较强的营销能力； 4. 具有较强的管理能力和组织协调能力； 5. 具有较强的市场判断及预测能力； 6. 具有较强的谈判能力； 7. 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力； 8. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 9. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 10. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；

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，适应新时代发展需要，具有一定的科学文化知识，良好的人文素养、职业道德和创新意识、精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握市场营销专业知识和技术技能，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领域，能够从事销售、客户开发、客户服务、市场调查、营销策划、新媒体运营与推广的高素质技术技能人才。毕业生经过 3-5 年的发展，能够成为销售主管、门店店长、销售经理、营销策划主管、新媒体运营与推广主管、营销大区经理或自主创业人才。

(二)培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1.素质要求

Q1：具有正确的世界观、人生观、价值观；

Q2：坚决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；

Q3：具有良好的职业道德、职业素养、法律意识；

Q4：崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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；

Q5: 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；

Q6: 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新精神；

Q7: 勇于奋斗、乐观向上，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划的意识，具有较强的集体意识和团队合作精神；

Q8: 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

Q9: 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一两项艺术特长或爱好；

2.知识要求

K1: 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

K2: 熟悉与本专业相关法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识；

K3: 掌握一定的与专业相关的计算机知识及外语知识；

K4: 掌握专业技术工作所必需的市场营销、经济学、统计学、经济数学等基础知识；

K5: 掌握常用商务礼仪；

K6: 掌握客户关系管理的基本知识；

K7: 掌握零售管理的基本知识；

- K8: 掌握市场调研专业知识;
- K9: 掌握现代推销技术、商务谈判专业知识;
- K10: 掌握营销策划专业知识;
- K11: 掌握商品学专业知识;
- K12: 掌握新媒体营销专业知识; 了解微视频制作与传播知识;
- K13: 熟悉市场营销相关法律, 培养法制意识;
- K14: 熟悉管理学、消费者行为分析等专业相关知识;
- K15: 掌握国际贸易理论与实务专业相关知识;
- K16: 了解沟通技巧、会计学等相关知识;
- K17: 了解汽车、旅游等行业营销的特点、要求和技能。

3.能力要求

A1: 具备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的能力;

A2: 具备寻找顾客、制定推销方案、进行现场推销与谈判、与客户保持有效沟通的能力;

A3: 具备促销方案策划、广告策划、新产品上市推广策划和公共关系活动策划的策划能力;

A4: 具备开设与装修网店、新媒体推广策划的能力;

A5: 具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;

A6: 具备良好的语言、文字表达、沟通和社交活动的的能力;

A7: 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、互联网思维的能力;

A8: 具备使用 Office 办公软件、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；

A9: 具备客户关系管理、销售管理的能力；

A10: 具有良好团队协作能力；

A11: 具有市场营销专业所需要的信息技术应用能力和外语表达与交流的能力。

六、课程设置

(一)课程体系

根据市场营销专业面向的职业岗位、岗位工作任务、职业能力要求和人才培养规格（素质、知识、能力）要求，以培养学生职业行动能力和职业生涯可持续发展能力为目标，按照人才成长规律，并结合学院市场营销专业的实际，构建基于工作过程的模块化课程体系。

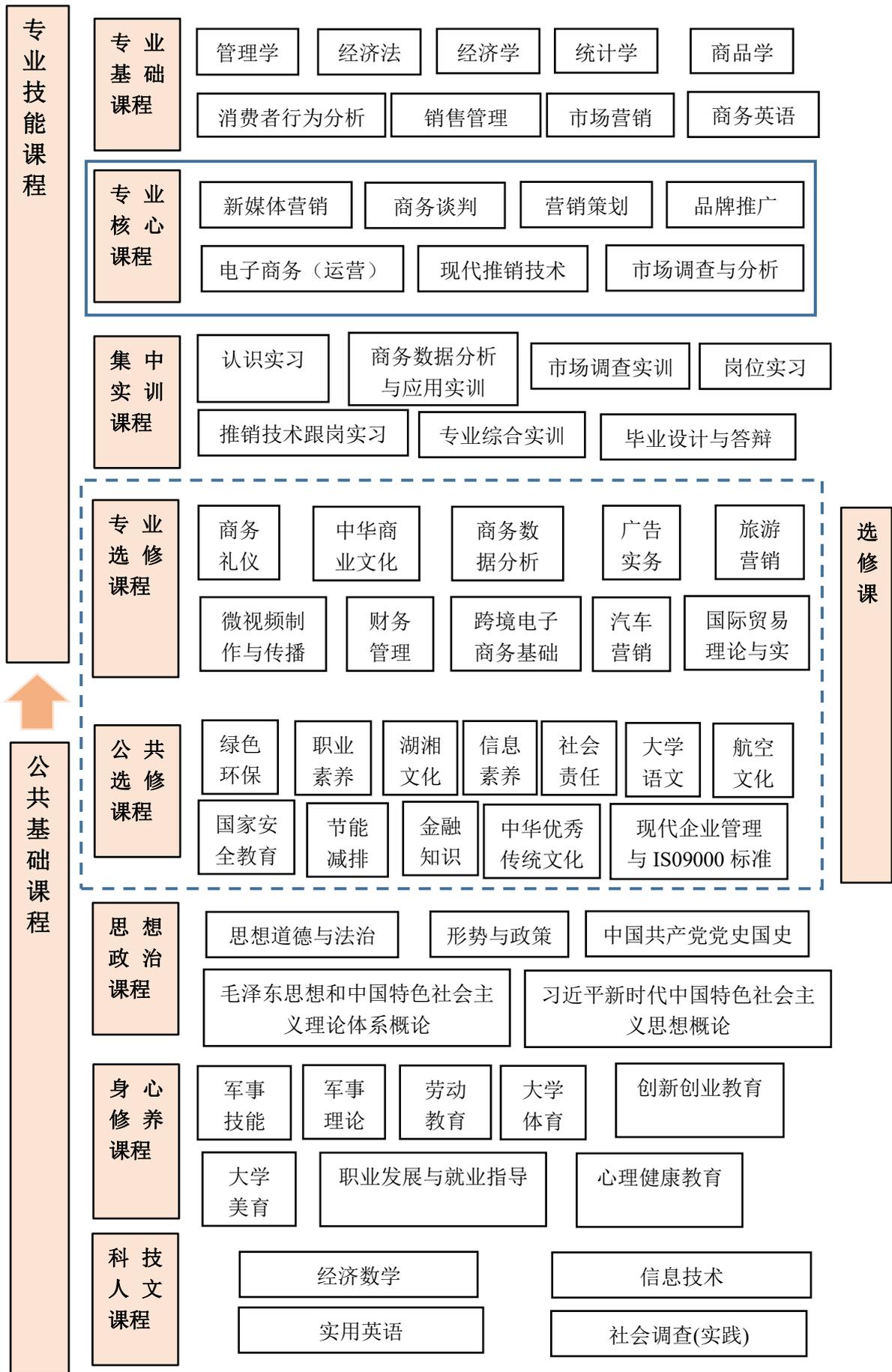


图1 市场营销专业课程体系

(二) 课程设置

1. 公共基础课程

(1) 思想政治课程

思想政治课程包含 5 门课程，各课程的内容与要求见表 3。

表 3 思想政治课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
思想道德与法治	<p>1. 素质目标：培养科学的世界观、人生观和价值观；提升思想道德素质和法治素养。</p> <p>2. 知识目标：认识所处的新时代和时代新人的基本要求；理解马克思主义世界观、人生观和价值观的基本内容；掌握社会主义核心价值观的基本内容和显著特征；明确社会主义道德的核心、原则与实践路径；培养社会主义法治思维，自觉尊法学法守法用法。</p> <p>3. 能力目标：良好的认知能力：用正确的人生观和价值观来肩负使命；用良好的道德观来指导言行；用良好的法治观来解决问题；良好的社会适应能力，成为合格的时代新人；良好的学习能力，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. 以培养法治思维为目标的社会主义法治教育。</p>	<p>教学方法：情境教学法，问题导向法，案例启发法，活动体验法等。</p> <p>教学模式：“平台预学+课堂导学+实践拓学”三环节相统一的线上线下混合式教学。</p> <p>考核方式：以“三结合”考核模式为标准，注重理论评价与实践评价相结合；过程评价与结果评价相结合；综合评价和增值评价相结合。</p>	48	Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7 K1 K2 A1
毛泽东思想	<p>1. 素质目标：坚定和增强学生对马克思主义的信仰、对党和政府的信任、对改革开放和现代化建设的信心，树立四个自信；帮助学生正确认识党情、国情、社情，明确自身所肩负的历史使命，胸怀远大理想，提高综合素质，为实现中华民族伟大复兴作出贡献。</p> <p>2. 知识目标：理解和把握马克思主义中国化的内涵及其理论成果的精髓；理解和</p>	<p>1. 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果；</p> <p>2. 毛泽东思想及其历史地位；</p> <p>3. 新民主主义革命理论；</p>	<p>教学方法：情境教学法，问题导向法，案例启发法，活动体验法等。</p> <p>教学模式：“平台预学+</p>		Q1 Q2 Q3

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
想与中国特色社会主义理论体系	<p>掌握毛泽东思想的形成、主要内容、历史地位，明确新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设初步探索理论成果的内容和意义；理解和掌握中国特色社会主义理论体系的形成发展过程；理解和掌握邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、主要内容及其历史地位。</p> <p>3. 能力目标：培养学生关注国家大事、关心国家前途的自觉性；培养学生理论联系实际的能力，让他们能正确认识社会、分析社会现象；培养学生用马克思主义立场观点方法进行独立思考、自主学习和科学分析的能力。</p>	<p>4.社会主义改造理论；</p> <p>5.社会主义建设道路初步探索的理论成果；</p> <p>6.邓小平理论；</p> <p>7.“三个代表”重要思想；</p> <p>8.科学发展观。</p>	<p>课堂导学+实践拓学”三环节相统一的线上线下混合式教学。</p> <p>考核方式：考核方式采用平时考核 60%+期末考试 40%。</p>	32	Q4 Q6 Q7 K1 K2 A1
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>1. 素质目标：帮助大学生认识、理解并掌握习近平新时代中国特色社会主义思想概论的基本内容及其对中国特色社会主义的指导作用；帮助学生坚持正确的政治方向，强化思想政治理论课的价值引领功能；帮助学生树立共产主义理想和中国特色社会主义信念，自觉以习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，做担当时代大任的青年。</p> <p>2. 知识目标：了解习近平新时代中国特色社会主义思想产生的社会历史条件；弄清“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；理解新时代坚持和发展中国特色社会主义的重要保障；了解人类命运共同体、中国共产党百年奋斗的历史意义和历史经验。</p> <p>3. 能力目标：提高运用习近平新时代中国特色社会主义思想分析研判中国特色社</p>	<p>1.马克思主义中国化时代化新的飞跃；</p> <p>2. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务；</p> <p>3.坚持党的全面领导；</p> <p>4.坚持以人民为中心；</p> <p>5.全面深化改革；</p> <p>6.以新发展理念引领高质量发展；</p> <p>7. 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略；</p> <p>8.发展全过程人民民主；</p> <p>9.全面依法治国；</p> <p>10.建设社会主义文化强国；</p> <p>11.加强以民生为重点的社会建设；</p> <p>12.建设社会主义生态文明；</p> <p>13.全面贯彻落实总体国家安全观；</p> <p>14.建设巩固国防和强大人民军队；</p> <p>15.坚持“一国两制”和推进祖国统一；</p> <p>16.推动构建人类命运共同体；</p>	<p>教学方法：情境教学法，问题导向法，案例启发法，活动体验法等。</p> <p>教学模式：“平台预学+课堂导学+实践拓学”三环节相统一的线上线下混合式教学。</p> <p>考核方式：考核方式采用平时考核 60%+期末考试 40%。</p>	48	Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7 K1 K2 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	会主义建设实践的能力；增强运用习近平新时代中国特色社会主义思想处理和解决改革开放中遇到的各种复杂问题和矛盾的能力。	17.全面从严治党。			
形式与政策	<p>1. 素质目标：了解体会党的路线方针政策，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现中国梦而发奋学习。</p> <p>2. 知识目标：引导学生了解当前国内外形势，掌握形势与政策问题的基本理论和基础知识，掌握党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系，正确认识当前形势和社会热点问题。</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；增强学生对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。</p>	<p>由于《形势与政策》课程内容兼具理论性与时效性，其内容具有特殊性，不同于其他思想政治理论课有统一的教学内容。该课程的课程内容每学期一更新，具体教学内容依据中宣部每学期印发的“形势与政策”教学要点和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确定。主要围绕加强党的建设、经济社会发展、国际形势政策、涉港澳台事务等内容，结合当前热点和学院具体实际开展教学。</p>	<p>1 教学方法：情境教学法，问题导向法，案例启发法等。</p> <p>教学模式：翻转课堂、混合式教学。</p> <p>考核方式：健全多元化考核评价体系、以“过程评价与结果评价”相结合为主要考核方式。。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7 K1 K2 A1
中国共产党国史	<p>1. 素质目标：激发学生从党史、国史中汲取力量，坚定信仰，树立正确的世界观、人生观和价值观，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：引导学生了解党的历史、党的基本理论，掌握党的路线方针政策，了解百年来中国共产党以及新中国七十多年所取得的巨大成就、基本经验，了解关于中华人民共和国的成立、关于社会主义制度的建立、关于社会主义的艰辛探索。</p> <p>3. 能力目标：通过党史、国史专题的学习，培养学生自觉学习党史、国史的能力；提升不断从党和新中国的光辉历史中汲取砥砺奋进的智慧和力量的能力。</p>	<p>1. 以党史国史事件、人物、会议为切入点，了解中国共产党和新中国历史上的重要人物和历史事件；</p> <p>2. 在一脉相承的历史发展脉络中，学习党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史，由学“四史”而悟思想；</p> <p>3. 了解革命先辈们立志、爱国、勤学的故事，学习革命先辈们的崇高精神，感受革命先辈智慧，提升民族文化自信，落实立德树人的根本任务。</p>	<p>教学方法：问题导向法，案例启发法等。</p> <p>教学模式：“网络教学+线下答疑”相统一的线上线下混合式教学。</p> <p>考核方式：考核方式采用平时考核 60%+期末考试 40%。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 K1 A1

(2) 身心修养课程

身心修养课程包含 7 门课程，各课程的内容与要求见表 4。

表 4 身心修养课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
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，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>	<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。</p> <p>7.国际战略格局：历史、现状和特点；发展趋势。</p> <p>8.我国安全环境：演变与现状；</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>	36	Q2 Q6 Q9 K1 A1
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</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>1.融入课程思政，全程贯穿立德树人。</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>	112	Q2 Q6 Q9 K1 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	全事件应急处理能力。	5. 轻武器射击训练。 6. 实弹射击。	4. 充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练。 5. 采取形成性考核+终结性考核各占 50%权重的形式进行课程考核与评价。		
职业发展与就业指导	1. 素质目标：德育首位素质、自我认知素质、良好职业素质、高效执行素质。 2. 知识目标：了解自我分析的基本内容与要求、职业分析与职业定位的基本方法。掌握职业生涯规划与规划的格式、基本内容、流程与技巧。 3. 能力目标：具备一定职业生涯规划与规划的撰写能力，能够撰写个人职业生涯规划设计与规划书。	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。 2. 职业规划训练模块。包括撰写个人职业生涯规划设计与规划、个性化职业规划咨询与指导、教学总结与学习考核。	1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。 2. 采用在线教学与实践教学相结合的方法； 3. 利用互联网现代信息技术开发翻转课堂、慕课、视频及 PPT 等多媒体课件，通过搭建起多维、动态、活跃、自主的课程训练平台，充分调动学生的主动性、积极性和创造性。 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。结合学生在线理论学习和实践训练，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； 5. 形成性考核和终结性考核评价相结合，注重学生职业素养。	38	Q1 Q4 Q6 Q8 K1 A1 A2
创新创业教育	1. 素质目标：使学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，积极开展创业活动，具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备自主学习能力和创新能力；自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。 2. 知识目标：使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业	1. 大学生创业现状、注意事项； 2. 创业原理包括创业的核心要素、创业项目的核心竞争力； 3. 创业项目产生：项目来源，项目产生方法； 4. 创业团队：团队建设、员工管理和激励； 5. 创业计划书编制、撰写、评估； 6. 创业融资及风险； 7. 创业过程管理； 8. 大学生创业模拟体验。	1. 融入课程思政，全程贯穿立德树人。 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，实践教学模块实施行政班教学的方式； 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；	32	Q4 Q5 Q6 Q8 K5 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>机会、创业资源、创业计划和创业项目。</p> <p>3.能力目标：使学生具备必要的创业能力。掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力。</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%；学习态度和神情面貌占10%。</p>		
心理健康教育	<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：掌握一定的自我探索、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>	32	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q7</p> <p>Q8</p> <p>K1</p> <p>A1</p>
大学体育	<p>1.素质目标：具有积极参与体育活动的态度和行为；学会通过体育活动等方法调控情绪；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：能通过各种途径了解重大体育赛事，并对国家以及国际的重大体育赛事有所了解；学会获取现代社会中体育与健康知识的方法。</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>	108	<p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>Q9</p> <p>K1</p> <p>A1</p> <p>A2</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
劳动教育	<p>1. 知识目标：学习新时代劳动教育的内涵和价值意蕴；教育学生尊重劳动、诚实劳动，以劳促知，以劳践行。</p> <p>2. 能力目标：让学生在劳动实践中练习、思考，打破固有思维模式，锻炼学生的科学劳动精神；具有沟通协调、团队合作等基本职业素养；培养学生的技术实践和抗挫折能力。</p> <p>3. 素质目标：树立正确的劳动价值观，培养学生吃苦耐劳、兢兢业业和为国付出的精神品质。</p>	<p>1. 马克思主义劳动哲学、习近平新时代中国特色社会主义思想。</p> <p>2. 大学生劳动价值观。</p> <p>3. 劳动安全和劳动保护。</p> <p>4. 劳模和工匠精神；</p> <p>5. 校园劳动、勤工助学和志愿服务。</p>	<p>1. 融入课程思政，强调立德树人。</p> <p>2. 劳动教育理论教学安排线上教学方式。考核方式为形成性考核（70%）与终结性考核相结合（30%）。</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>4. 劳动时间为每周一至周五，每天工作时间、地点要求视部门岗位要求确定。</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>	16+24	Q8 Q11 K1 A1
大学美育	<p>1. 素质目标：培养学生树立正确的审美理想、健康的审美情趣，提高对美的感受力、鉴赏力、表现力和创造力。引导学生追求有意义、有价值的人生。通过美中蕴含的“真、善、美”达到提升学生道德素质。</p> <p>2. 知识目标：系统地了解马克思主义美学的基本原理，美的本质内涵，美的外延，掌握不同类型的美感，从而形成正确的审美观。</p> <p>3. 能力目标：培养完美的人性，使感性的人成为理性的人，以能正确处理人与自然、人与人、人与社会之间的关系，具备审美意识、审美能力和创造美的能力，在审美欣赏活动和审美创造中陶冶情操、完善人格，进行自我教育。</p>	<p>课程思政：教育学生逐步树立马克思主义的审美观，掌握社会主义核心价值观的基本内容。加强对中华民族传统文化的审美引导，传承文化，学习经典，增强文化自信。以美引善，提高学生的思想品德，以美启真，增强学生的智力，以美怡情，促进学生身心健康，全面、和谐的发展。</p> <p>课程内容： 1. 美与美的探寻 2. 美与自然 3. 美与艺术 4. 美与电影艺术 5. 美与社会 6. 美与美育 7. 美与美感 8. 美与美感类型</p>	<p>教学方式：网络教学 教学模式：使用线上开放课程教学 考核方式：形成性考核（70%）与终结性考核相结合（30%）。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q8 K1 A1

(3) 科技人文课程

科技人文课程包含 4 门课程，各课程的内容与要求见表 5。

表5 科技人文课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
经济数学	<p>1.素质目标：通过对经济数学的学习，培养良好的学习习惯和有效的学习方法；培养一定的逻辑思维习惯、计算素养，培养团队合作意识和探索精神；通过对微积分的学习，能用变化的观点去看待事物，去解决问题。</p> <p>2.知识目标：了解微积分的基本概念；掌握微积分的基本计算方法；常见数学软件的应用功能。</p> <p>3.能力目标：通过对极限概念的学习，使学生建立无限的思想观，并使学生理解“分割求和取极限”的思想方法；通过对微分的学习，使学生了解数学建模的思想，理解最值应用问题；通过对积分的学习，使学生能够运用定积分知识求简单应用问题；通过数学软件的学习，使学生更有效的解决计算问题和利用数学知识解决实际问题。</p>	<p>1.函数的性质，极限的概念和运算法则，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形的面积，用微元法解决一些经济中的问题；</p> <p>5.简单数学软件的运用。</p>	<p>1.明确教学活动中学生的主体地位，坚持以“学”为主，注重“教”与“学”的双边互动；</p> <p>2.以服务专业为本，充分挖掘与专业学习、社会实践密切相关的案例，精选教学内容，传授必需的数学知识，渗透数学建模思想和方法，培养学生的创新能力和应用数学知识解决实际问题的能力；</p> <p>3.重视数学实验课，介绍合适数学软件的使用，为学生学习专业知识和解决专业实际问题提供可靠的计算工具，培养学生使用数学软件解决数学计算及应用问题的能力；</p> <p>4.通过案例导入、理论讲授、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论教学；</p> <p>5.采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）</p>	44	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1
实用英语	<p>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；具备文化思辨能力和文化自信；</p> <p>2.知识目标：通过对词汇、表达方式和语法规则的学</p>	<p>1.有关中国传统文化和湖南精神的经典英语故事。3000-5000个基本词汇和300个左右与职业相关词汇的学习；</p> <p>2.简单实用的语法</p>	<p>教学方式：融入课程思政，培养学生的文化思辨意识和文化自信。由专兼任英语教师在多媒体教室运用信息化手段进行教学。并结合书本教材和在线课程，通过讲授、小</p>	96	Q1 Q2 Q3 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	习, 熟练地掌握英语语言的听、说、读、写和译等方面的能力; 3.能力目标: 具备使用英语进行口头和书面沟通能力和协调工作的能力, 用英语讲好中国传统文化故事与湖南故事的能力。	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。	组讨论、讲练、视听、角色扮演、情景模拟、案例分析和项目学习等教学方法; 教学模式: 翻转课堂、混合式教学、实践项目教学、案例教学、情景教学、模块化教学等; 考核方式: 采用平时考核 60%+期末考试 40%。		
信息技术	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实践操作能力。	1. 计算机基础知识及 Windows 7 操作系统; 2. Office 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。	56	Q6 Q7 K1 K4 A1
社会调查	1. 素质目标: 提高社会实践能力, 促进学生身心发展。 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。 3. 能力目标: 要求学生运用本专业所学知识和技能, 而且使学生通过对学科重点或焦点问题进行社会实践, 圆满完成学习计划, 实现教学目标。	1. 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 and 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; 2. 社会调查必须进行实地考察, 实事求是的分析研究, 撰写出有实际	1. 融入课程思政, 全程贯穿立德树人。 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。 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拔若干同学予以表彰, 并颁发《社会实践》课程优	24	Q4 Q6 Q7 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
		内容、理论水平和参考价值的调查报告。	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。		

(4) 公共选修课程

公共选修课程包含 13 门课程，各课程的内容与要求见表 6。

表 6 公共选修课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
大学语文	<p>1.素质目标：(1)学习古今中外的名家名作，了解文化的多样性和丰富性，继承中华民族的优秀文化传统，培养高尚的思想品质和道德情操，进一步提升学生的人文素养。(2)充分利用语文教学优势，创造性地使用语文教材，在教学中进行职业观念、职业理想、职业道德、职业法规等多方面的职业素养的渗透和教学，从而为学生迅速成为高素质的专业技术人员奠定思想基础。(3)在教学中运用发散思维，教会学生独立思考，培养他们的创新意识，提升学生的思辨能力和逻辑判断能力。</p> <p>2.知识目标：(1)了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅</p>	<p>单元 1：自然景观 通过本单元篇章的学习，领会祖国的大好河山，欣赏大自然之美，探究人与自然的关 系，树立天人合一和生态自然的思想。</p> <p>单元 2：社会世情 通过本单元篇章的学习，加深对民族传统人文思想的认识和积极探讨，提升学生的人生境界。</p> <p>单元 3：家国民生 通过本单元篇章的学习，理解家国情怀的内涵和人生之思，培养学生的家国情怀，增强学生的民族意识和爱国情思。</p> <p>单元 4：生命人性</p>	<p>教学方式：项目教学、案例教学、情景教学、模块化教学等；</p> <p>教学方法：讲授法、点拨法、情景设置、角色扮演法、诵读法、探究式、启发式、讨论式、参与式等。</p> <p>教学模式：(1)课程以学生为中心，立德树人 为根本，充分挖掘思政元素，将课程思政融入教学中，实行全程育人。(2)实施线上和线下相结合的教学模式。充分结合学生所学专业将专业案例引入教学。(3)利用智能设备和信息化教学资源展开多种教学。如翻转课堂、混合式教学、理实一体化教学、使用在线开</p>	24	Q1 Q2 Q3 Q6 Q10 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>读、分析和欣赏文学作品的基本方法。(2)掌握一定的文学基本知识,特别是诗歌、散文、戏剧、小说四种文体的特点及发展简况。</p> <p>3.能力目标:(1)在中学语文学习的基础上,进一步提高学生正确阅读、理解和运用文字的能力。(2)能够熟练地运用语文知识进行日常公文的写作。(3)能够流畅地用语言进行日常的交流和工作。(4)能够将语文知识与本专业课程相结合和进行创造性地学习。</p>	<p>通过本单元篇章的学习,了解戏剧的基本知识和领会诗歌思想情感,体会生命的美好和人性之纯善,树立学生正确的人生观和生命观,培养学生对生命的尊重和珍惜之情。</p> <p>单元5:爱情婚姻</p> <p>通过本单元篇章的学习,了解乐府诗及相关文学常识,引领学生体悟诗歌情感,提高鉴赏、表达能力;感悟美好真挚的爱情,树立正确健康的爱情观,培养学生健康高尚的人格情操。</p>	<p>放课程教学等。</p> <p>考核方式:(1)本课程采用“综合评分法”,对学生学习情况进行考核。该方法采用百分制,包括出勤考核、平时考核和结课考核。(2)过程性考核与终结性考核相结合(各50%)。</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,培养学生具有健康的道德素质和良好的职业习惯;具有强烈的民族精神、人文精神和伦理精神,培养学生高度的社会责任感,强烈的自信心和事业心;具有较好的审美情趣和审美能力,培养学生良好的人际沟通、团队合作及较强的应变能力和执行力。</p> <p>2.知识目标:了解中国传统哲学、文学、宗教等文化成就以及中国传统文化的现代含义,领悟千百年来形成的民族文化精髓;能比较准确地叙述和揭示传统文化最基本的命题、概念,增加学生在传统文化方面的积累和精神积淀;让学生从传统文化中汲取精神力量和经验智慧,更加重视和热</p>	<p>1.中国传统文化概论。了解中国传统文化概况,体会中国传统文化的博大精深,增强文化自信。</p> <p>2.中国传统思想。了解中国传统思想的主要特点和价值取向,学会运用中国传统哲学分析解释现实生活中的现象和问题。</p> <p>3.中国传统宗教。把握中国传统宗教产生的渊源及流布历程,正确认识宗教。</p> <p>4.中国传统饮食。品味茶、酒、食的文化现象,自觉传承中国传统饮食文化。</p> <p>5.中国传统发明。了解先民的智慧,树立民族自尊心和自豪感。</p> <p>6.中国传统文字与</p>	<p>教学方式:本课程以课堂讲授为主,适当辅以专题讨论、课程讲座、案例教学等教学手段,“激活”传统文化的课堂教学,提高和增强学生的学习兴趣。</p> <p>教学模式:利用智能设备和信息化教学资源展开“线上+线下”相结合的混合式教学模式,完善超星学习通教学资源建设,利用翻转课堂,通过任务驱动有效提升教学效果。</p> <p>考核方式:形成性考核与终结性考核相结合(各50%)</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q6 Q10 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>爱祖国优秀的文化传统，提高学生的整体文化修养，塑造高尚的人格。</p> <p>3.能力目标：联系现实，深入思考，在生活中体会中国传统文化，在实践中延伸中国传统文好文化；学于内而形于外，让学生把内在的文化素养在言行举止中体现出来，在工作中运用得当，在不断提高职业生涯中人文涵养的同时，有效促进专业技能的提升。</p>	文学。学会用文学的眼光品味现代生活，提高审美感受、审美情趣。			
职业素养	<p>1.素质目标：培养学生正确的职业意识；团队合作、阳光心态、遵规明礼、注重安全的工作态度；爱岗敬业、精益求精、持续专注、守正创新的工匠品质。</p> <p>2.知识目标：掌握团队冲突处理、职场礼仪规则、职场沟通、安全生产、高效执行等知识要点。</p> <p>3.能力目标：能正确处理工作中遇到的团队冲突、上下级沟通、职场压力、安全生产等问题。</p>	<p>1.融入团队，实现合作共赢</p> <p>2.遵规明礼，修养彰显内涵</p> <p>3.善于沟通，营造和谐</p> <p>4.诚实守信，诚信胜过能力</p> <p>5.快乐工作，享受自在职场</p> <p>6.敬业担责，用心深耕职场</p>	<p>1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。</p> <p>2.教学手段三维螺旋递进：在线 MOCC 学习帮助学生掌握素养知识；课堂互动讨论重构学生素养认知；课外实践帮助学生养成素养品质。</p> <p>3.教学内容三融入：融入传统文化知识为中国未来高技能人才注入同频共振的文化基因；融入国际知名企业案例为学生打开国际化格局视野；融入行业企业案例帮助学生感知未来工作环境。</p> <p>4.采用过程考核和终结性考核相结合形式考核。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K1 A1 A2
航空文化	<p>1.知识目标：掌握航空文化的概念、特征；掌握航空文化的形成和发展；掌握中国航空工业发展历程。</p> <p>2.能力目标：培养学生具备主动学习、更新航空文化的能力；能够向外主动推广和普及航空基础知识。</p>	<p>1.中国航空工业的发展历程</p> <p>2.中国航空工业主要产业链</p> <p>3.中国航空工业文化培育</p> <p>4.航空教育文化建设</p>	<p>1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。</p> <p>2.重视课后拓展与总结。利用信息化手段，加强师生联系与互动，挖掘学习资源，拓宽学生视野，增强学习积极性和主动性。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	3.素质目标：培养学生拥有航空报国的意识；养成认真、细心的学习态度；培养敬仰航空、敬重装备、敬畏生命的航空文化。		3.采用过程考核和终结性考核相结合形式考核。		
普通话 (一)	<p>1.素质目标：树立文化自信，树立使用标准语言的信念，善于表达；了解口语表达的审美性和实践性，使学习成为内心的需求。</p> <p>2.知识目标：掌握普通话语音基本知识；掌握声韵调、音变、朗读、说话。</p> <p>3.能力目标：结合方言进行基础发音和音变的辨正练习，了解普通话水平测试的有关要求，熟悉应试技巧，并了解朗读和说话时应注意的问题，做到正确发音，能掌握准而流利的普通话。</p>	<p>1.了解普通话的地位及推广普通话的意义，掌握学习普通话的方法，激发学生爱国之情。</p> <p>2.学习普通话基础知识声韵调，掌握基本功。</p> <p>3.学习音变知识，掌握以轻声儿化为主的语音现象。</p> <p>4.学习朗读短文，加强朗读一连串音节时的流畅、通顺的语感。</p> <p>5.学习命题说话，加强口语即兴表达能力。</p>	<p>1.教学方式：主要采用讲授、理实一体法、讲练结合法等。联系实际和案例引入概述概念，用“问题驱动式”教学法展开教学内容，激发学生的学习兴趣。</p> <p>2.教学方法：采用线上线下混合式教学。运用翻转课堂教学模式，互换角色，分为课前和课堂学习两大部分，尝试新模式，可以增强普通话课的实践性。</p> <p>3.考核方式：课程考核与评价采用过程考核60%、期末统考机测40%相结合的方式（即采用普通话国测考试方式）。</p>	28	Q1 Q2 Q3 Q6 K1 A2
国家安全教育	<p>1.素质目标：理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维；建立正确国家安全观念，培育宏观国际视野；培养学生“国家兴亡，匹夫有责”的责任感和理性爱国的行为素养。</p> <p>2.知识目标：掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；理解中国特色国家安全体系；构筑国家整体安全思维架构。</p> <p>3.能力目标：具有国家安全意识、维护国家安全的基本能力；能将国家安全意识转化为自觉行动；能做到责</p>	<p>1.国家安全基本概念</p> <p>2.系统理论与地缘战略</p> <p>3.国家安全主流理论</p> <p>4.传统与非传统国家安全观</p> <p>5.总体国家安全观</p> <p>6.恐怖主义与国家安全</p> <p>7.民族问题与国家安全</p> <p>8.新型领域安全</p> <p>9.国家安全委员会</p> <p>10.国家安全环境</p>	<p>1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。</p> <p>2.教学方法：案例教学，情景教学，启发式教学，讨论式教学，探究式教学。</p> <p>3.教学模式：培训讲座。</p> <p>4.考核方式：以学习心得体会或小论文考核为主。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K1 K2 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	任担当、筑牢国家安全防线。	11.国家安全战略 12.要求全程把思政元素融入教学各环节。			
信息素养	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。 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。 3.能力目标：掌握常用信息检索工具及使用技巧，学会用科学方法进行文献信息的收集、整理、加工和利用。	1.信息理论：1)信息本体；2)信息资源；3)信息化社； 2.信息素养：1)信息素养的内涵；2)信息素养系统；3)信息素养标准； 3.信息素养教育：1)信息检索技术；2)搜索引擎和数据库；3)信息检索与综合利用；4)大数据与信息安全。	1.融入课程思政，全程贯穿立德树人。 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； 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。 4.以形成性评价方式为主。过程性考核（80%）+终结性考核（20%）	16	Q7 K1 A1
节能减排	1.素质目标：树立学生节能低碳理念；提升学生国家资源忧患意识；培养参与公益活动的自觉意识；促进学生养成节能低碳良好习惯。 2.知识目标：熟悉节能低碳生态文明建设有关知识；熟悉全国节能宣传周与全国低碳日的基本知识。 3.能力目标：培养基本节能低碳宣传普及能力；培养节能低碳自我践行能力。	1.全国节能宣传周与全国低碳日主题讲座； 2.节能低碳专题讲座； 3.“节能低碳，从我做起”活动实践。	1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。 2.教学方式：项目教学，案例教学，情景教学。 3.教学模式：培训讲座，实践教学。 4.考核方式：以学习心得体会或小论文考核为主，兼顾节能低碳活动实践情况。	4	Q4 Q7 K2 A1
绿色环保	1.素质目标：树立“绿水青山就是金山银山重要理念”；培养生态文明价值观；增强自觉践行绿色环保的意识；养成积极参与公益活动的自觉习惯。 2.知识目标：熟悉习近平生态文明思想；知道绿色环保的基本知识；了解国家绿色环保的主要措施和法律法规等。	1.绿色环保主题讲座（一）； 2.绿色环保主题讲座（二） 3.“绿色环保，从我做起”活动实践。	1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。 2.教学方式：项目教学，案例教学，情景教学。 3.教学模式：培训讲座，实践教学。 4.考核方式：以学习心得体会或小论文考核为	4	Q4 Q7 K2 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	3.能力目标：培养绿色环保宣传普及能力；培养绿色环保践行能力。		主，兼顾节能低碳活动实践情况。		
金融知识	<p>1.素质目标：培养学生树立金融安全意识；培养学生树立正确的消费观；</p> <p>2.知识目标：了解我国目前金融机构体系概况；了解简单的财务管理知识；掌握主要支付手段及工具，及如何预防电信诈骗；了解个人信息的概念，及了解如何保护个人信息；了解个人征信的概念，并了解如何建立青年信用体系；了解个人贷款的概念，掌握如何识别不良校园贷。</p> <p>3.能力目标：能够做好自身财务管理；能够准确的识别电信诈骗，具备一定的反诈骗能力；能够建立良好的信用体系；能够准确识别不良校园贷，且有效避免。</p>	<p>1.我国目前金融机构体系介绍。</p> <p>2.财务管理基础知识。</p> <p>3.支付工具及电信诈骗。</p> <p>4.个人信息保护。</p> <p>5.青年信用体系。</p> <p>6.个人贷款及不良校园贷。</p>	<p>1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。</p> <p>2.教学方法：案例教学；情景教学；参与式教学；讨论式教学。</p> <p>3.教学模式：混合式教学。</p> <p>4.考核方式：过程评价与结果评价相结合。</p>	4	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K2 A1
湖湘文化	<p>1. 素质目标：培养学生对湖南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；树立良好的人生观，端正社交和工作态度；养成良好的行为习惯；开阔学生视野，提高文化素养。</p> <p>2. 知识目标：对湖湘文化的基本面貌、基本特征和主体品格有初步了解；熟知并传承湖湘文化的基本精神；领会湖湘传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面文化精髓；基本掌握起关键作用的人物、流派和他们的贡献。</p>	<p>1.湖南的地理位置，地理特点；</p> <p>2.湖南的发展历程：古代湖南、近代湖南、现代湖南；</p> <p>3.湖南秀美自然风景；</p> <p>4.湖南的历史遗迹；</p> <p>5.红色湖南；</p> <p>6.湖南传统民族文化；</p> <p>7.湖南民俗风韵；</p> <p>8.艺术湖南：地方曲艺、民族舞蹈；</p> <p>9.特色湖南：潇湘特产；</p> <p>10.名人湖南：屈原、</p>	<p>1.教学方式：项目教学、案例教学、情景教学、模块化教学等。</p> <p>2.教学方法：启发式、探究式、讨论式、参与式等。</p> <p>3.教学模式：翻转课堂、线上线下混合式教学等</p> <p>4.考核方式：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价=学习过程评价+知识能力综合评价。</p>	4	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K2 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	3. 能力目标：能诵读湖湘文化中的名篇佳句；能吸收湖湘文化的智慧，能感悟传统文化的精神内涵；能掌握学习湖湘文化的科学方法；能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。	王夫之、魏源、左宗棠、毛泽东等。 11.课程把立德树人、文化自信贯穿全课程，培养学生心忧天下的家国情怀。			
现代企业管理与ISO9000质量管理	1.素质目标：培养学生诚实、守信、合作、敬业的良好品质。 2.知识目标：掌握管理的职能；了解企业的类型、企业管理的性质和职能；了解人力资源管理内容及人才选拔方式、绩效管理；了解消费者市场及消费者行为模式、目标市场营销策略；熟悉生产组织及作业计划；掌握全面质量管理的内容以及质量管理标准；熟悉经济采购批量的计算、物料需求计划的制定。 3.能力目标：1)通过管理基础知识的学习，会用管理的知识分析、解释企业的管理活动；2)通过现代企业的学习，会辨别企业类型和解释企业管理的功能；3)通过人力资源管理的学习，会分析和解释企业人力资源管理的工作；4)通过市场营销的学习，会进行初步的消费者购买行为分析和根据企业情况匹配市场营销策略；5)通过生产管理和质量管理的学习，熟悉企业生产流程和熟悉质量管理的相关标准；6)通过物流管理的学习，会计算经济采购批量和了解物流需求计划。	1.管理基础知识； 2.现代企业制度； 3.人力资源管理； 4.市场营销管理； 5.现代企业生产管理； 6.现代企业质量管理； 7.现代企业物流管理。	1.融入课程思政，全程贯穿立德树人。 2.教学方法：本课程主要采用案例分析法、情景模拟法、课外实际法、主题讨论法等多种教学方法； 案例分析法：通过案例分析引入所学知识，并能够让学生更深刻地理解所学知识； 情景模拟法：教师创造合适的教学环境，学生分组扮演不同的情景角色来模拟企业管理内容； 课外实践法：主要利用互联网的信息优势，以及一手资料的可获取性，让学生收集资料，通过亲身实践来学习企业管理知识。 主题讨论法：不定期地选择有现实意义的主题内容组织学生参与讨论，激发学生学习欲望与热情，增强学生对知识的记忆与理解； 3.教学手段：多媒体教学和学习通相结合。课堂教学以多媒体电子课件为主，配合使用黑板板书，将案例以多媒体形式展现，更加直观生动。另外，利用学习通这一平台	4	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K2 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			<p>上传与课程相关的微课，讨论和小测验，巩固所学知识，可以取得较好的教学效果；</p> <p>4.考核评价：对学生的评价与考核分三个部分： 1)职业素养考核，包括平时的出勤率、听课态度、完成作业任务的情况等，占总评成绩的40%。部分重点内容考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力程度和表现出来的效果。2)期末考核，考核学生对理论知识的实际掌握情况，占60%。</p>		
社会责任	<p>1.素质目标：培养学生的爱国情怀、民族精神；培养学生的集体观念、团队精神；培养学生爱岗敬业、诚实守信的职业精神。</p> <p>2.知识目标：了解社会责任的含义；认识社会责任的重要性；了解大学生社会责任缺失的现状和原因；掌握增强大学生社会责任的途径。</p> <p>3.能力目标：能够明确个人理想和社会理想的关系，增强自我责任感；能够对父母、家庭尽责任，增强自身家庭责任感；能够正确处理个人利益与集体利益的关系，增强集体责任感；能够热爱祖国、民族，增强国家（民族）责任感；能够爱岗敬业，增强职业责任感。</p>	<p>1.社会责任感的含义。</p> <p>2.社会责任感的重要性。</p> <p>3.当代大学生社会责任缺失的现状。</p> <p>4.当代大学生社会责任缺失的原因。</p> <p>5.增强大学生社会责任的途径。</p>	<p>1.融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。</p> <p>2.教学方法：案例教学；情景教学；参与式教学；讨论式教学。</p> <p>3.教学模式：混合式教学。</p> <p>4.考核方式：过程评价与结果评价相结合。</p>	4	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>Q8</p> <p>Q9</p> <p>K1</p> <p>A1</p> <p>A2</p>

2. 专业(技能)课程

(1) 专业基础课程

专业基础课程包含 9 门课程，各课程的内容与要求见表 7。

表 7 专业基础课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
管理学	<p>1. 素质目标：（1）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；（3）养成良好的职业道德和规范；（4）具有科学管理的意识。</p> <p>2. 知识目标：（1）掌握管理的基本特点、职能、管理者层次与角色；（2）了解管理理论的发展；（3）掌握企业的特点、现代企业制度的主要内容与基本组织形式，了解企业管理的发展；（4）掌握企业经营战略及企业经营战略管理流程；掌握人力资源及人力资源管理的主要内容；（5）掌握目标市场营销和竞争性的市场营销战略类型；（6）掌握质量、全面质量管理的概念及质量管理常用的统计方法；（7）掌握财务管理主要内容；（8）掌握企业文化的功能与企业文化建设。</p> <p>3. 能力目标：（1）能用管理知识分析、解释企业的管理活动。（2）能区分企业，会辨别企业类型，会分析和解释企业管理的功能。（3）会分析、解释企业经营战略管理的流程及各环节的重点。（4）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）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）会区分企</p>	<p>1. 管理认知</p> <p>2. 现代企业制度</p> <p>3. 企业战略与经营</p> <p>4. 人力资源管理</p> <p>5. 质量管理</p> <p>6. 市场营销管理</p> <p>7. 财务管理</p> <p>8. 现代企业文化</p>	<p>教学方法：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。</p> <p>2. 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。</p> <p>3. 融入课程思政，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，在课堂教学过程中全程践行社会主义核心价值观的引领及中华优秀传统文化和管理思想的传播。</p> <p>教学手段：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。</p> <p>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> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成</p>	64	<p>Q2</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>K14</p> <p>A5</p> <p>A6</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	业管理中质量管理的效能。 (7) 会初步分析企业财务营运优劣。(8) 会用企业文化三个层面进行企业文化分析,初步设计企业文化建设的流程。		绩) = 学习过程评价(60%) + 知识能力考核评价(40%)。		
市场营销学	<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;具备法制、安全、环保意识。</p> <p>2.知识目标: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;了解市场购买行为的过程及其特点;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;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应的策略,掌握定价的策略与技巧;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;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。</p> <p>3.能力目标: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;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</p>	<p>1.认知市场营销</p> <p>2.市场营销环境分析</p> <p>3.消费者市场与购买行为分析</p> <p>4.组织者市场与购买行为分析</p> <p>5.市场营销战略与计划</p> <p>6.目标市场与市场细分</p> <p>7.产品策略</p> <p>8.定价策略</p> <p>9.分销策略</p> <p>10.促销策略</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>3.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。;</p> <p>4.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。</p> <p>考核评价:采用学习过程与学习结果相结合的评价体系,即:学习效果评价(学生课程学习成绩) = 学习过程评价(60%) + 知识能力考核评价(40%)。</p>	64	Q2 Q4 K4 K8 K13 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	题能力；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；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；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应的策略和灵活运用定价策略与技巧的能力；具有搜集、阅读资料和运用资料的能力；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；具有制定促销方案、组织实施人员推销策划的能力。				
经济学	<p>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。</p> <p>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</p>	<p>1.走进经济学</p> <p>2.需求与供给</p> <p>3.消费者行为分析</p> <p>4.生产者理论与成本理论</p> <p>5.市场理论</p> <p>6.生产要素和分配理论</p> <p>7.市场失灵与微观经济政策</p> <p>8.宏观经济政策</p> <p>9.国民收入核算</p> <p>10.经济周期与经济</p>	<p>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。</p> <p>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”。</p> <p>3.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。</p> <p>4.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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）</p>	68	<p>Q6</p> <p>Q2</p> <p>K4</p> <p>A5</p> <p>A1</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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。</p>		=学习过程评价(60%)+知识能力考核评价(40%)。		
统计学	<p>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;</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	68	<p>Q2 Q4 Q6 K4 A5 A8 A12</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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；6.熟练应用 Excel 进行数据统计及分析。</p> <p>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；5.具备应用 Excel 进行数据统计及分析的能力。</p>		<p>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、情境教学法、目标教学法为主；</p> <p>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。</p> <p>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；</p> <p>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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
消费者行为分析	<p>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。</p> <p>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；</p> <p>3.掌握不同消费者个性心理特征；4.掌握各类型消费者</p>	<p>1.消费心理学概述</p> <p>2.消费者心理活动过程</p> <p>3.消费者个性心理特征</p> <p>4.消费者个性心理倾向</p> <p>5.影响消费心理的社会因素</p> <p>6.影响消费心理的商品因素</p>	<p>教学方法：1.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；</p> <p>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</p>	64	<p>Q1</p> <p>Q3</p> <p>Q5</p> <p>K14</p> <p>A1</p> <p>A6</p> <p>A10</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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。</p>		<p>合作意识”。</p> <p>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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
销售管理	<p>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。</p> <p>知识目标：1.能制定销售计划，进行销售预测、定额和预算；2.学会划分销售区域，对销售区域进行设计；3.学会构建销售渠道，对渠道模</p>	<p>1.制定销售计划 2.划分销售区域 3.建立销售渠道 4.渠道整合 5.销售团队规划 6.销售人员的选拔与培训 7.销售人员的激励 8.销售人员的考评和薪酬</p>	<p>教学方法：1.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；</p> <p>2.将学生分组，构建团队，团队完成作业，来培养学生销售团队合作的意识；</p> <p>3.思政重点融入销售人员的爱岗敬业，具有团队精神和合作意识”。</p> <p>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</p>	44	Q4 Q5 K7 A2 A9 A12

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>式进行选择和对销售系统进行设计；4.学会制定促销方案；5.掌握销售人员的招聘、甄选、培训等环节组建销售团队。</p> <p>能力目标：1.能够运用所学制定销售计划，测算销售额以及规划预算；2.能够划分销售区域，对销售区域进行合理设计与开发；3.具备制定营销策划方案的能力；4.具备组建销售团队的领导力。</p>		<p>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。</p> <p>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。</p>		
经济法	<p>1.素质目标：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；具有良好的职业综合素养与职业道德；具有遵纪守法、质量、安全和环保意识。</p> <p>2.知识目标：掌握法律基础、经济纠纷的解决途径和法律责任；掌握会计法律制度；掌握支付结算法律制度；掌握税收法律制度；掌</p>	<p>1.法律基础、经济纠纷的解决途径、法律责任。</p> <p>2.会计法律制度。</p> <p>3.支付结算法律制度。</p> <p>4.增值税、消费税法律制度。</p> <p>5.企业所得税、个人所得税法律制度。</p> <p>6.其他税收法律制度。</p> <p>7.税收征收管理法律制度。</p> <p>8.劳动合同与社会保险法律制度。</p>	<p>1.要求教学中融入遵纪守法、依法纳税课程思政的内容。</p> <p>2.运用现场教学、案例教学、讨论式教学、探究式教学等多种教学方法。</p> <p>3.采用“理论讲解+案例分析”的一体化教学模式。</p> <p>4.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。</p> <p>5.考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果</p>	40	<p>Q1</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>K2</p> <p>K4</p> <p>A1</p> <p>A4</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>握劳动合同与社会保险法律制度。</p> <p>3.能力目标：具备法律基础、法律责任的基本能力；具有支付结算能力；具有税额计算和税务筹划的能力；具有劳动合同与社会保险法律的运用能力。</p>		<p>评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
商品学	<p>素质目标：1.培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、细心、耐心、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及强烈的责任心和风险意识；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；4.具备课程、安全、环保意识；5.培养学生创新意识。</p> <p>知识目标：1.掌握商品的概念、商品的构成、商品的分类、代码编制方法；2.熟悉商品特性及特点描述、商品标准、商品检验等业务常识；3.掌握商品包装材料、包装技法；4.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>能力目标：1.具有识别商品内包装、外包装标识的能力；2.具有描述商品的种类、营销特点的能力；3.能用不同的鉴别方法对常用商品进行种类鉴别和成份优劣鉴别；4.能对常用商品进行正确的使用、调试及简易维护；5.能进行商品库存期间的基本养护；6.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</p>	<p>1.绪论</p> <p>2.商品分类与编码</p> <p>3.商品成分与质量管理</p> <p>4.商品标准与标准化</p> <p>5.商品检验与质量监督</p> <p>6.商品包装</p> <p>7.商品储运管理</p> <p>8.商品与资源和环境</p>	<p>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；情境教学法；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”。</p> <p>教学手段：1.多媒体教学；2.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>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>	40	Q6 Q9 K11 A10

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	资料并理解其内容。				
商务英语	<p>能力目标: 1. 能自如应对常用商务情景中专业英语的使用; 2. 能顺利完成公司日常交际活动; 3. 能通过任务训练培养学生的创新能力, 最终具备自我发力。</p> <p>知识目标: 1. 了解商务运作流程并模拟参与运作过程; 2. 掌握商务情境下常用英语词汇及表达方式; 3. 掌握常见商务活动的操作规范; 4. 掌握书写备忘录的格式及要求; 5. 掌握常见商务函电, 单证、商务情境下常用英语词汇及表达方式; 6. 掌握英文简历的书写规范。</p> <p>素质目标: 1. 培养勤奋学习的态度, 严谨求实、踏实创新的工作作风; 2. 培养口头与书面表达能力、人际沟通能力; 3. 培养良好的心理素质 and 职业道德素养; 4. 培养高度责任心和良好的团队合作精神; 5. 培养学生自主学习新知识、新技术, 不断的积累设计经验, 从个案中总结共性, 解决商务活动中所遇到的实际问题的能力 & 基本工作素质。</p>	<p>1.Introduction 2.Job descriptions & Working conditions 3.Company history & Company activities 4.Vocabulary 5.Telephoning 6.Writing 7.Business hotel & Commuting</p>	<p>教学方法: 1.将学生演示和讲解一个知识点或完成任务过程, 作为课堂考核内容, 以检验学生对所学知识的掌握情况。2.在练习前和练习中进行知识点讲解, 培养学生自学能力和独立思考能力。3.主要的教学方法是讲授法、启发式教学法、案例教学法以及小组讨论等教学法, 组织课堂活动, 进行知识传授。教学主要是利用多媒体教学的优势, 采取单词测验、商务写作、对话练习、听力考试模拟、快速阅读等手段强化课堂效果。优化学生学习方法。通过培养学生的自学能力, 随时发现学生学习过程中遇到的困难, 有针对性地解决学生学法上的问题。尽量让学生多思考、多积累、达到自我提高的目的。</p> <p>教学手段: 1. 建设丰富的网络教学资源库, 提供本课程的电子教案、教学课件、项目案例及相关的参考资料, 便于学生查阅和自主学习; 同时, 建立题库练习和自测系统, 便于学生练习和自我测试, 以检验对所学知识和</p>	33	Q1 Q2 Q3 Q4 K13 A7

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			技能的掌握情况，也有利于激发学生的学习兴趣。 2.建议为普通教室配备多媒体设备，创设实训室以便与教学要求相适应。 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。		

(2) 专业核心课程

专业核心课程包含8门课程，各课程的内容与要求见表8。

表8 专业核心课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
电子商务(运	<p>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；</p> <p>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。</p> <p>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；</p> <p>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</p>	<p>1.运营认知</p> <p>2.网店规划</p>	<p>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。</p> <p>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”。</p> <p>教学手段：1.利用学习通、</p>		Q5

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
营)	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>3.商品运营</p> <p>4.流量获取</p> <p>5.营销转化</p> <p>6.网店运营分析</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	51	K4 A1 A4 A8
市场调查与分析	<p>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。</p> <p>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</p>	<p>1.市场调研认知</p> <p>2.市场调研前期准备工作</p> <p>3.实施市场调研</p> <p>4.市场资料整理与市场预测</p> <p>5.市场调研报告撰写</p>	<p>教学方法: 1.可采用教学方法主要有: 任务单法、讨论法、案例学习法、理实一体化教授法、实练法;</p> <p>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”“中华优秀传统礼仪”等思政元素;</p> <p>教学手段: 1.教学手段主要有线上线下教学、优质</p>	64	Q5 Q7 K8 A1 A8

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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、市场调研报告的结构与写作技巧。</p> <p>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；</p>		<p>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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
新媒体营销（一）	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>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。”</p> <p>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；</p> <p>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。</p>	64	Q1 Q5 Q6 K12 A4 A8 A10

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	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。		<p>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，引导学生在线平台自主学习。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+ 知识能力考核评价（40%）。</p>		
现代推销技术	<p>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。</p> <p>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；</p> <p>2. 掌握推销实务知识，包括推销调查、推销接近、推销</p>	<p>1. 认识推销</p> <p>2. 推销心理及推销模式</p> <p>3. 寻找顾客</p> <p>4. 顾客资格审查</p> <p>5. 约见、接近顾客</p> <p>6. 推销洽谈</p> <p>7. 顾客异议处理</p> <p>8. 推销成交及今后服务</p> <p>9. 推销人员素质与能力</p> <p>10. 推销管理</p>	<p>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；</p> <p>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）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</p>	44	Q3 Q7 Q8 K9 A6 A9 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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。</p>		<p>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”三合一法同学们在做中学，在学中做。</p> <p>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）为学生提供了丰富的学习资源，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存在问题，老师能在线答疑。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+ 知识能力考核评价（40%）。</p>		
	<p>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</p>	<p>1. 商务谈判基础知识 2. 商务谈判礼仪</p>	<p>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；优雅的礼仪风度意识和观念；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</p>		Q3

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
商务谈判	<p>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。</p> <p>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、僵局制造与处理策略与技巧；4. 熟悉商务谈判结束技巧。</p> <p>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；</p> <p>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、签约仪式准备能力。</p>	<p>3. 商务谈判人员的管理</p> <p>4. 商务谈判环境分析与策划</p> <p>5. 商务谈判开局策略</p> <p>6. 商务谈判报价策略</p> <p>7. 商务谈判磋商阶段策略</p> <p>8. 商务谈判结束阶段策略</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价</p>	44	Q7 Q8 K9 A6 A9 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			(40%)。		
营销策划	<p>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。</p> <p>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步骤与方法; 3. 了解市场细分方法和程序、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理论与原则、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、评价标准、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。</p> <p>能力目标: 1. 具备对企业形</p>	<p>1. 市场营销策划概论</p> <p>2. 市场分析</p> <p>3. 营销策划创意</p> <p>4. 产品策划</p> <p>5. 定价策划</p> <p>6. 分销渠道策划</p> <p>7. 促销策划</p>	<p>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”。</p> <p>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; 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</p>	44	Q5 Q6 K10 A3 A8 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	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、规划及活动的能力。		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: 采用学习过程与学习结果相结合的评价体系, 即: 学习效果评价(学生课程学习成绩)=学习过程评价(60%)+知识能力考核评价(40%)。		
品牌推广	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.了解品牌的本质、作用和构建; 2.掌握品牌现状分析、定位、人格化和命名; 3.学会品牌广告语创作和品牌故事写作; 4.掌握品牌 logo 设计、IP 形象设计、广告片设计和终端形象设计; 5.掌握产品架构	1.品牌认知 2.品牌定位 3.品牌形象 4.产品规划 5.产品推广	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	40	Q1 Q5 Q6 K10 A3 A7 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>规划、开发策划和形象设计；6.学会营销渠道设计，能够品牌危机时进行公关。</p> <p>能力目标：1.具备分析品牌现状，定位品牌，对品牌命名的能力；2.具备基本品牌 logo 设计、广告片设计、IP 形象设计的能力；3.具备开发策划产品，对产品进行架构规划的能力；4.具备整合营销传播策划和品牌危机公关策划的能力。</p>		<p>精神”。</p> <p>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；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。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+ 知识能力考核评价（40%）。</p>		

（3）集中实训课程

集中实训课程包含 7 门课程，各课程的内容与要求见表 9。

表 9 集中实训课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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；</p>		<p>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、实练</p>		

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
认识实习	<p>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。</p> <p>知识目标：1. 了解企业架构及各部门的职责；2. 了解营销的性质及在企业中的作用和地位；3. 了解营销人员的素质要求及招聘选拔；4. 熟悉营销人员的职业道德。</p> <p>能力目标：1. 具备运用所学知识促成良好的职业素养、职业道德并形成职业思想（意识）、职业行为习惯的能力；2. 能参与企业实际工作任务，胜任真实的职业岗位；3. 能理论联系实际，将学习技能转化成职业技能；4. 融会工作经验，为正式上岗就业打好基础。</p>	<p>1. 企业组织架构及岗位职责</p> <p>2. 什么是营销及营销与推销的关系</p> <p>3. 营销的性质及在企业中的作用和地位</p> <p>4. 营销人员的素质要求</p> <p>5. 营销人员的职业道德标准</p> <p>6. 营销人员的招聘选拔</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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 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%。</p>	24	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q9 K1 A1 A2
商务	<p>1. 素质目标：具有严密逻辑推理能力；具有严谨、科学的工作态度；具有良好的工作责任心和职业道德；具有分析数据的能力，从数据中发现趋势，辅助销售。</p> <p>2. 知识目标：掌握如何实操采集和处理电子商务数据；学会运用多种不同的方法与手段采集电子商务数据；掌握电子商务数据处理</p>	<p>1. 基础数据采集、描述分析</p> <p>2. 数据监控与报表制</p>	<p>1. 教学方法：及时反映相关领域产业升级的新技术、新规范，重视加强劳动教育。积极引导学生会树立正确的理想信念、学会正确的思维方法、增强正确的劳动观念，培养学生的团队协作能力和工匠精神，树立严谨、有责任感的工作作风，并且体现团结协作解决问题</p>		Q5 Q6

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
数据分析实训	<p>方法,学会预处理、整合和聚合。掌握电子商务数据分析报告的撰写内容。</p> <p>3.能力目标:具备电子商务市场数据分析能力;具备电子商务运营数据分析能力;具备电子商务产品数据分析能力;具备识别不同电子商务情景下的数据分析目标的能力;具备开展电子商务数据监控、分析并及时发现数据异常的能力;具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。</p>	<p>作、图表制作</p> <p>3.数据采集与处理方案制定;</p> <p>4.市场数据分析;</p> <p>5.运营数据分析;</p> <p>6.产品数据分析;</p> <p>7.数据监控与报告撰写。</p>	<p>的能力。讨论疑难问题的过程中,培养团结协作的意识。</p> <p>2.教学手段: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;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;通过撰写数据分析报告,从而掌握课程所涉及的知识技能。</p> <p>3.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。</p>	24	Q7 K4 A1 A5 A7 A10
市场调查实训	<p>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。</p> <p>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调研问卷的主要内容、要求;</p>	<p>1.市场调研前期相关准备</p> <p>2.设计市场调研方案与市场调研问卷</p> <p>3.设计市场调研抽样方案</p> <p>4.进行数据资料的整理与分析预测</p> <p>5.撰写市场调研报告,进行总结与汇报</p>	<p>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、法治观念”。</p> <p>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</p>	48	Q3 Q5 Q6 Q7 K8 A1 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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；</p> <p>4.能运用 EXCEI 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。</p>		<p>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。</p> <p>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。</p>		
市场营销专业综合实训	<p>素质目标:培养严谨的学习态度,良好的学习习惯;培养诚信、敬业、科学、严谨的工作态度;培养安全、质量、效率和环保意识;培养人际沟通能力与团队协作意识;培养良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标:掌握市场营销基础知识;掌握信息收集、整理与分析知识与方法及应用;掌握市场调研报告的撰写;掌握公共关系及公关策划案的创意与写作;掌握促销基本知识及促销策划案的创意与写作;掌握广告基本知识及广告策划案的创意与写作;掌握新产品上</p>	<p>1.信息收集、整理与分析</p> <p>2.市场调研方案设计</p> <p>3.市场调研报告</p> <p>4.公关策划</p> <p>5.促销策划</p> <p>6.广告策划</p> <p>7.新产品上市推广策划</p> <p>8.新媒体推广策划</p> <p>9.现场推销方案设计</p> <p>及模拟现场推销</p> <p>10.商务谈判方案设计及模拟谈判</p>	<p>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”。</p> <p>教学手段:利用学习</p>	120	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q5</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>Q8</p> <p>K3-K16</p> <p>A1-A12</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>市推广基本知识及策划案的创意与写作；掌握新媒体推广基本知识及策划案的创意与写作；掌握推销技术知识及推销方案的撰写；掌握商务谈判知识及谈判方案的撰写；</p> <p>能力目标：具有信息收集、整理与分析的能力；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。</p>		<p>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。</p> <p>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。</p>		
推销技术跟岗实习	<p>素质目标：培养敏锐的设计直觉与善于观察与感悟的能力；培养善于发现美、感知美、创造美的综合素质；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；具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；具有良好的工作责任心和职业道德；</p> <p>知识目标：掌握市场营销</p>	<p>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；</p> <p>2.遵守学院及实习公司的制度；</p> <p>3.锻炼心理承受能力；</p>	<p>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；3.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。</p> <p>教学手段：学生要接受</p>	80	<p>Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K3-K16</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>基本知识：掌握商务礼仪基本知识；熟悉市场营销语言规范；熟悉企业的组织架构情况；了解企业各部门的职责及市场营销部门的职责、业务内容及各岗位职业能力和素质要求；了解企业各部门之间相互依存和相互制约的关系；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；了解市场营销相关岗位的发展现状及趋势。</p> <p>能力目标：具有营销基本功和灵活应变能力；具有营销环境分析与应对的能力；具有制订市场营销计划和组织实施的能力；具有搜集、阅读资料和运用资料的能力；培养学生建立客户第一的思想，学会面对客户的方法。具备团队协作能力。具备良好职业道德；具备理论与实践相结合的能力和职业技能；具备市场营销专业人才的综合职业能力。</p>	<p>4.企业组织架构的认 知及了解顶岗实习单位 现状；</p> <p>5.市场营销部门的职 责、业务内容及业务岗 位职业能力和素质要 求；</p> <p>6.熟悉工作岗位操作 流程；</p> <p>7.完成市场营销专业 相关岗位工作任务；</p>	<p>岗位实习企业指导教师的工作指导，完成相关任务，还必须定期与学院指导教师联系，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。</p> <p>考核评价：推销跟岗实习的考核内容包括实习态度、实习过程和实习效果。</p> <p>跟岗实习成绩以企业指导教师填写的“跟岗实习考核鉴定表”、学生提交的岗位实习记录、岗位实习报告为主要依据，参考学生提交的其他岗位实习成果，由校企双方共同确定。岗位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。</p>		A1-A12
毕业设计 与答辩	<p>素质目标：具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；具有安全、质量、效率和环保意识；具有人际沟通能力与团队协作意识；具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：认识毕业设计工作的重要意义；明确毕业设计工作的基本要求；了解毕业设计的主要环节；指导</p>	<p>1.毕业设计选题；</p> <p>2.毕业设计；</p> <p>3.文档撰写；</p> <p>4.毕业答辩。</p>	<p>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。</p> <p>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</p>	96	Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>选题、下达任务、组织实施、答辩与成绩评定等；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；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；理解毕业设计考核（过程、成果和答辩表现）。</p> <p>能力目标：具备市场营销专业能力；具备市场营销职业能力；具备综合运用所学专业专业知识，独立完成所选课题的毕业设计任务，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。</p>		<p>程知识。</p> <p>考核评价：毕业设计考核应涵盖学生完成的过程、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准确性。</p>		Q8 K3-K16 A1-A12
岗位实习	<p>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。</p> <p>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</p>	<p>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、业务内容及业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</p>	<p>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。</p> <p>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，</p>	240	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K3-K16

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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。</p> <p>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。</p>		<p>完成相关任务,还必须定期与学院指导教师联系,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。</p> <p>考核评价:岗位实习的考核内容包括实习态度、实习过程和实习效果。岗位实习成绩以企业指导教师填写的“岗位实习考核鉴定表”、学生提交的岗位实习记录、岗位实习报告为主要依据,参考学生提交的其他岗位实习成果,由校企双方共同确定。岗位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。</p>		A1-A12

(4) 专业选修课程

专业选修课程包含10门课程,各课程的内容与要求见表10。

表10 专业选修课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>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>知识目标:了解商务礼仪</p>	<p>1.商务礼仪概述; 2.商务形象礼仪: 仪容、仪表、仪态;</p>	<p>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</p>		

商务礼仪	<p>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>能力目标:具备在商务活动中的高效沟通,有效策划、组织商务活动的能</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>规范操作;</p> <p>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>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>	32	Q1 Q2 Q3 Q6 Q10 K1 A1 A2
中华商业文化	<p>素质目标:增强文化自信,熟悉中华商业文化伴随着物质文明进步,呈现出诚信、进取、求变、奉献的文化特征,培养职业素养,加强商业文化内涵。</p> <p>知识目标:了解原始农业的起源与发展;熟悉各朝代经济发展的历程;了解农业科技的发展,技艺文化的演变;熟悉财政税制的改革;了解货币的演变,加深对金融的理解;了解商业贸易文化的演变。</p> <p>能力目标:具备理解农业文化,商业贸易文化,货币金融文化,财政税制文化的基本素养。</p>	<p>1.农植耕种文化</p> <p>2.农业科技文化</p> <p>3.百工技艺文化</p> <p>4.经济思想文化</p> <p>5.财政税制文化</p> <p>6.货币金融文化</p> <p>7.农学典籍文化</p> <p>8.商业贸易文化</p>	<p>教学方法:课程教学应强调文化熏陶,培养营销人员的文化内涵的特点,结合实例,引导学生去理解和挖掘文化演变过程之中,商业行为起到的作用,深刻理解商业行为的来源和意义;</p> <p>教学手段:通过视频播放、场景模拟、故事案例讲解、头脑风暴等多种方式全方位互动,使学生在发挥主观能动性之中理解商业和贸易的价值。</p> <p>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>	30	Q1 Q2 Q9 K1 A7
商务数据分析	<p>素质目标:具有良好人际沟通能力与团队协作意识;具有敏锐观察力;具有严密逻辑推理能力;具有严谨、科学的工作态度;具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标:掌握电子商务数据采集与处理方案制定方法;掌握电子商务数据采集的方法;掌握电子商务数据分析目标;了解电子商务数据指标类型;了解电子商</p>	<p>1.基础数据采集、描述分析</p> <p>2.数据监控与报表制作、图表制作</p> <p>3.数据采集与处理方案制定;</p> <p>4.市场数据分析;</p> <p>5.运营数据分析;</p> <p>6.产品数据分析;</p> <p>7.数据监控与报告撰写。</p>	<p>教学方法:及时反映相关领域产业升级的新技术、新规范,重视加强劳动教育,弘扬劳动精神、劳模精神,在案例、情境中融入课程思政,全程贯穿立德树人。积极引导</p> <p>学生树立正确的理想信念、学会正确的思维方法、增强正确的劳动观念,培养学生的团队协作能力和工匠精神,树立严谨、有责任感的工作风,并且体现团</p>	51	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 K3 K8 A5

<p>务数据获取渠道;掌握电子商务数据处理方法;掌握电子商务数据分析报告的撰写内容。</p> <p>能力目标:具备电子商务市场数据分析能力;具备电子商务运营数据分析能力;具备电子商务产品数据分析能力;具备识别不同电子商务情景下的数据分析目标的能力;具备开展电子商务数据监控、分析并及时发现数据异常的能力;具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。</p>		<p>结协作解决问题的能力。讨论疑难问题的过程中,培养团结协作的意识。教师在传授数据分析新的分析工具时,多方面展示该领域的热门应用,培养学生紧跟时代发展、不断创新意识;以生活中常用的经济数据为主要分析内容,培养学生主人翁意识和责任意识;并且要给学生灌输数据分析人才的稀缺性,培养学生学以致用、报效祖国的使命感和责任感;课程目标主要内容教学要求据监控、分析并及时发现数据异常的能力;具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。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、实练法;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。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。</p> <p>教学手段: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;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;通过撰写数据分析报告,从而掌握课程所涉及的知识技能。</p> <p>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40%,重点考察</p>	A6
---	--	--	----

			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。		
广告实务	<p>素质目标：践行社会主义核心价值观；培养具有“做中学，学中做”能力的学生，具有与时俱进，适应市场环境和消费者心理变化的能力。</p> <p>知识目标：熟悉广告业务流程，学会撰写广告业务流程的分析报告；掌握广告调研的目的、要求和内容；学会产品的消费者需求调查基本方法；学会撰写广告调研报告；掌握广告文案的写作原则与结构；了解广告效果测评的指标，学会分析和撰写广告效果测评的报告；熟悉新媒体广告。</p> <p>能力目标：具备进行消费者需求调查的能力；能够撰写广告调研报告；能够撰写广告文案；能够分析广告效果；进行新媒体广告创作。</p>	<p>1.认知广告基础工作</p> <p>2.广告调研</p> <p>3.凝练广告创意</p> <p>4.组合广告媒体</p> <p>5.撰写广告文案</p> <p>6.广告效果测评</p> <p>7.规范广告运作</p> <p>8.新媒体广告</p>	<p>教学方法：灵活运用项目教学法、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、提交教与学的效果，教学组织形式多样化，尽量利用信息化手段；</p> <p>教学手段：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，通过案例观摩、教师演示、学生演练，使学生能更快掌握短广告分析和创作；通过启发引导授课方式，培养学生的创新思维，掌握实训操作的原理，促使学生对知识点的掌握、作品的把握、任务的实施。</p> <p>考核评价：课程考核评价分为平时考核、作品考核、期末考核三部分。平时考核成绩根据学生平时练习完成情况、出勤情况、工作态度进行打分；作品考核根据学生制作的广告的质量度、创意性、艺术性、完整性、可用性等打分，期末成绩则根据最终提高的广告作品的制作情况进行打分。</p>	51	Q4 Q9 K7 K10 A3
	<p>素质目标：具备传播视频处理和视频剪辑技术和艺术创意意识；锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致；学会持续从互联网领域学习的能力；培养团队合作意识与能力；具备自学能力、</p>	<p>1.短视频基础认知</p> <p>2.短视频创意与策划</p> <p>3.短视频拍摄</p> <p>4.短视频剪辑</p> <p>5.产品视频制作</p> <p>6.广告视频制作</p>	<p>教学方法：灵活运用项目教学法、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、提交教与学的效果，教学组织形式多</p>		Q1

微视 视频制 作与传 播	<p>岗位迁移能力和可持续发展能力。</p> <p>知识目标:熟悉短视频的特点、视频脚本编辑,视频拍摄的人员配置;掌握产品视频拍摄的要点,广告视频拍摄策略;熟悉 Premiere 软件的操作与应用;掌握短视频平台发布与传播技巧</p> <p>3.能力目标:具备捕获、合成、录制视频、剪辑各类短片的能力;具备短视频剪辑软件操作、后期制作能力;具备短视频后期创作能力;具备分析和解决工作问题的能力。</p>	<p>7.短视频平台发布与传播。</p> <p>8.团队作品赏析</p>	<p>样化,尽量利用信息化手段;教学手段: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,通过案例观摩、教师演示、学生演练,使学生能更快掌握短视频拍摄与剪辑技能;通过启发引导授课方式,培养学生的创新思维,掌握实训操作的原理,促使学生对知识点的掌握、作品的把握、任务的实施。</p> <p>考核评价:课程考核评价分为平时考核、作品考核、期末考核三部分。平时考核成绩根据学生平时练习完成情况、出勤情况、工作态度进行打分;作品考核根据学生制作的短视频的质量度、创意性、艺术性、完整性、可用性等打分,期末成绩则根据最终提高的短视频作品的制作情况进行打分。</p>	32	Q2 Q3 Q4 Q5 Q7 Q10 K4 K10 K15 A1 A2 A10
财 务 管 理	<p>素质目标:具有严谨的学习态度,良好的学习习惯;具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度;具有安全、质量、效率、环保和法律意识;具有人际沟通能力与团队协作意识;具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标:理解财务管理目标、工作环节、环境;掌握资金时间价值、风险与报酬;掌握筹资决策;掌握资本成本和资本结构;掌握项目投资决策;掌握证券投资决策掌握营运资金管理;掌握收益分配管理;</p> <p>3.能力目标:具备筹资决策能力;具备投资决策能</p>	<p>1.资金时间价值、风险与报酬;</p> <p>2.筹资决策;</p> <p>3.投资决策;</p> <p>4.营运资金管理;</p> <p>5.收益分配管理;</p>	<p>教学方法:要求教学中融入参与管理、强化服务课程思政的内容;采用项目教学法,以具体的项目任务为载体开展教学活动,按资讯、计划、实施、检查评价等步骤实施项目,在完成项目任务过程中引导学生自主学习、相互协作,共同完成项目任务,提交合格产品,从而达到掌握知识、训练技能,提高素质的目的;项目具体实施过程中可采用任务单法、案例教学法、引导文法、现场演示、分组训练等多种方法;</p> <p>教学手段:适时安排学生实践,使学生在增长知识的</p>	32	Q3 Q4 K16 A8 A10

	力；具备营运资金管理能 力；具备收益分配管理能 力。		同时，技能也相应得到增长； 重视过程考核，在过程考核 中肯定学生能力，激发学生 主动性，促使学生反思改进。 评价 方式包含学生自评、小 组互评、教师评价三个方面， 并贯穿整个教学过程；加强 教学资源库建设，采用多媒 体教学、网络等立体化教学 手段，清晰、生动地向学生 传授课程知识、培养技能。 考核评价：课程考核评价 分为平时考核、作品考核、 期末考试三部分。		
国际贸易理论与实务	<p>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>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>教学方法：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>教学手段：利用学习通、蓝墨云、中国慕课网、中国海关总署官网、pocib 软件等化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。</p> <p>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国际惯例，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>	40	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>K1</p> <p>K2</p> <p>K15</p> <p>A1</p> <p>A2</p> <p>A6</p>
	<p>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</p>	<p>1.客户开发的前期准备；</p> <p>2.注册网店，熟知平台规则；</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</p>	<p>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</p>		

跨境电子商务基础	<p>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>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)具备开设店铺及日常运营管理能力;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>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>能力。</p> <p>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>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>	40	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K11 A1 A2 A8
旅游营销	<p>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>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>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>教学方法: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。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。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: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</p>	40	Q1 Q2 Q5 K17 A9 A11 A12

			<p>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。结合本地旅游企业实际，请企业专家和同学们一起分析企业营销策略。</p> <p>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>		
汽车营销	<p>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>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>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>	<ol style="list-style-type: none"> 1.基本概念 2.我国汽车工业及汽车市场形成与发展 3.汽车企业的战略规划 4.汽车营销管理 5.汽车营销环境 6.汽车用户购买行为 7.车服务、促销、分销、定价、产品策略 	<p>教学方法：情景模拟、角色扮演、小组讨论法。</p> <p>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>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>	40	<p>Q1 Q2 Q5 K17 A9 A11 A12</p>

(5) 技能等级认定

本专业鼓励学生取得的行业企业认可度高的有关职业技能等级证书、1+X 技能等级证书，取得的证书可按下表折算为学历教育相应学分。

表 11 职业资格证书转换学分课程表

序号	职业资格证书名称	职业资格证书等级及可转换的学分		职业资格证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	电子商务师	三级	3	电子商务（运营）	

表 12 1+X 技能等级证书转换学分课程表

序号	1+X 技能等级证书	1+X 技能等级证书等级及可转换的学分		1+X 技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	商务数据分析职业技能等级证书	中级	5	商务数据分析与应用实训、商务数据分析	

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程总体安排表

教学进程总体安排见表 13。

表 13 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		
		A	100004	思想道德与法治	必修	考试	3	48	40	8	4×12							总教学周数
		A	100012	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考试	2	32	28	4		4×8						理论教学周数
		A	100002	习近平新时代中国特色社会主义思想概论①	必修	考试	1.5	24	22	2			2×12					
		A	100003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论②	必修	考试	1.5	24	22	2				2×12				
		A	100008	形势与政策①	必修	考查	0.5	4	4		2×2							
		A	100009	形势与政策②	必修	考查	0.5	4	4			2×2						
		A	100010	形势与政策③	必修	考查	0.5	4	4				2×2					
		A	100011	形势与政策④	必修	考查	0.5	4	4					2×2				
		A	100017	中国共产党党史国史①	必修	考查	0.5	8	8		2×4							
		A	100018	中国共产党党史国史②	必修	考查	0.5	8	8			2×4						

		小计				11	160	144	16							
身心修养课程	A	180005	军事理论	必修	考查	2	36	36		36×1						专周或线上授课
	C	180004	军事技能	必修	考查	2	112		112	3w						专周训练
	B	150002	职业发展与就业指导①	必修	考查	1	12	12		2×6						
	B	150003	职业发展与就业指导②	必修	考查	1.5	26	20	6				2×13			
	B	150001	创新创业教育	必修	考查	2	32	16	16			4×8				
	A	140001	心理健康教育	必修	考查	2	32	32		4×8						
	C	130001	大学体育①	必修	考查	2	28		28	2×14						
	C	130002	大学体育②	必修	考查	2	28		28		2×14					
	C	130003	大学体育③	必修	考查	1.5	26		26			2×13				
	C	130004	大学体育④	必修	考查	1.5	26		26				2×13			
	A	110402	劳动教育（一）	必修	考查	1	16	16				2×8				
	C	140002	劳动教育（二）	必修	考查	1	24		24			1w				
	A	110401	大学美育	必修	考查	1	16	16				2×8				
			小计				20.5	414	148	266						
科技人文课程	A	110205	经济数学	必修	考查	3	44	44		4×11						
	A	110301	实用英语①	必修	考试	3	48	48		4×12						
	A	110302	实用英语②	必修	考试	3	48	48			4×12					

		B	050002	信息技术①	必修	考查	2	32	16	16	4×8							
		B	050003	信息技术②	必修	考查	1.5	24	12	12		4×6						
		C	200013	社会调查	必修	考查	1	24		24				(1w)			暑期进行	
		小计						13.5	220	168	52							
	公共选修课程	A	110101	大学语文	限选	考查	1.5	24	24			4×6						
		A	110102	中华优秀传统文化	限选	考查	1	16	16				2×8					
		A	200006	职业素养	限选	考查	1	16	16						2×8			
		A	200007	航空文化	必修	考查	1	16	16			2×8						
		A	110105	普通话（一）	限选	考查	2	28	28		2×14							
		A	170001	国家安全教育	限选	考查	1	16	16		2×8							
		A	160001	信息素养	限选	考查	1	16	16					2×8				
		A	110404	节能低碳	任选	考查	0.5	4	4			2×2						选修 1门
		A	110405	绿色环保														
		A	044134	金融知识	任选	考查	0.5	4	4				2×2					选修 1门
		A	110601	湖湘文化														
		A	040001	现代企业管理与 ISO9000 标准质量管理	任选	考查	0.5	4	4					2×2				选修 1门
		A	110406	社会责任														
			小计						10	144	144							
		公共基础课合计						55	938	604	334							
能 专 业 技 术 课 程	专 业 基 础 课 程	A	044010	管理学	必修	考试	4	64	40	24	4×16							
		A	044017	市场营销学	必	考试	4	64	44	20	4×16							

			必修													
B	044018	经济学	必修	考试	4	68	56	12		4×17						
B	044019	统计学	必修	考试	4	68	52	16		4×17						
B	044020	消费者行为分析	必修	考试	4	64	44	20			4×16					
B	044021	销售管理	必修	考查	2.5	44	22	22				4×11				
A	044022	经济法	必修	考试	2.5	40	30	10					4×10			
A	044023	商品学	必修	考试	2.5	40	30	10					4×10			
A	044004	商务英语	必修	考查	2	33	20	13				3×11				专业英语
小计					29.5	485	338	147								
专业 核心 课程	B	044090	电子商务（运营）	必修	考查	3	51	30	21		3×17					
	B	044091	市场调查与分析	必修	考试	4	64	40	24			4×16				
	B	044068	新媒体营销（一）	必修	考试	4	64	40	24			4×16				
	B	044092	现代推销技术	必修	考试	3	44	20	24				4×11			
	A	044040	商务谈判	必修	考试	3	44	26	18				4×11			
	B	044093	营销策划	必修	考试	3	44	26	18				4×11			
	B	044094	品牌推广	必修	考试	2.5	40	22	18					4×10		
小计					22.5	351	204	147								
实训 集中	C	200005	认识实习	必修	考查	1	24		24		1w					

专业选修课程	C	044114	商务数据分析与应用实训	必修	考查	1	24		24		1w				考证课程		
	C	044115	市场调查实训	必修	考查	2	48		48		2w						
	C	044127	市场营销专业综合实训	必修	考查	5	120		120					5w			
	C	044143	推销技术跟岗实习	必修	考查	8	80		80				8w				
	C	200001	毕业设计答辩	必修	考查	4	96		96					4w			
	C	200003	岗位实习①	必修	考查	4	40		40					(4w)		假期进行	
	C	200004	岗位实习②	必修	考查	20	200		200						20w		
	小计						45	632	0	632							
	B	044054	商务礼仪	限选	考查	2	32	12	20			2×16					
	B	044055	中华商业文化	限选	考查	2	30	20	10					3×10			
	B	044056	商务数据分析	限选	考查	3	51	30	21		3×17						选修1门课
	B	044057	广告实务	限选	考查	3	51	30	21		3×17						
	A	044049	财务管理	限选	考查	2	32	20	12			2×16					选修1门课
	B	044058	微视频制作与传播	限选	考查	2	32	20	12			2×16					
B	044027	国际贸易理论与实务	限选	考试	2.5	40	22	18						4×10		选修1门课	
B	044029	跨境电子商务基础	限选	考试	2.5	40	22	18						4×10			
B	044015	旅游营销	限选	考查	2.5	40	22	18						4×10		选修1门课	
B	044059	汽车营销	限选	考查	2.5	40	22	18						4×10			

		小计	14	225	126	99						
		专业（技能）课程合计	111	169 3	668	102 5						
		总计	166	263 1	127 2	135 9						
		实习实训周数					3	2	3	8	9	20
		考试周数					1	1	1	1	1	0
		考试门数					4	4	4	4	4	0
		公共基础课时占总课时比例					35.65%					
		选修课时占总课时比例					14.03%					
		实践课时占总课时比例					51.65%					

注：

- 1) 课程类型中，A—理论课，B—理论+实践课，C—实践课；
- 2) “数字×数字”表示周课时数×教学周数；
- 3) 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，每周计24课时，计1学分；A、B类课程每16课时计1学分；
- 4) 军事理论每周按36课时计，军事技能3周按112课时计，岗位实习每周计10课时，共计240课时；
- 5) 集中实训课程是指独立开设的专业技能训练课程，包括单项技能训练、综合技能训练、技能抽查强化训练、课程设计、岗位实习等；
- 6) 建议有条件的课程实行线上线下相结合的教学方式。

(二)学时学分比例

本专业总学时数为 2631 学时，其中理论学时数为 1272 学时，实践学时数为 1359 学时。总学分为 166 学分。

学时学分分配及比例见表 14。

表 14 学时学分分配及比例

课程类别		课程门数 (门)	学时				学分	
			小计	理论学时	实践学时	占总学时比	小计	占总学分比
公共基础课程	思想政治课程	5	160	144	16	6.08%	11	6.62%
	身心修养课程	8	414	148	266	15.74%	20.5	12.35%
	科技人文课程	4	220	168	52	8.36%	13.5	8.13%
	公共选修课程	13	144	144	0	5.47%	10	6.02%
专业(技能)课程	专业基础课程	9	485	338	147	18.43%	29.5	17.78%
	专业核心课程	7	351	204	147	13.34%	22.5	13.55%
	集中实训课程	7	632	0	632	24.02%	45	27.11%
	专业选修课程	6	225	126	99	8.55%	14	8.43%
总学时数为 2631 学时，其中： (1) 理论教学为 1272 学时，占总学时的 48.35%； (2) 实践教学为 1359 学时，占总学时的 51.65%； (3) 公共基础课为 938 学时，占总学时的 35.65%； (4) 选修课程为 369 学时，占总学时的 14.03%。								

八、实施保障

(一)师资队伍

1. 师资队伍结构

依据《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，要建设一支专兼结合、结构合理的双师型专业教学团队。学生数与本专业专任教师

数之比低于 18:1(不含公共课)，双师素质教师占专业教师比一般不低于 80%，专任教师队伍的职称、年龄、学历等呈合理的梯队分布。具体的师资队伍结构和比例见表 15。

表 15 专业教师队伍结构

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	80
	本科	20

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业职业资格或技能等级证书。有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销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。每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

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。

原则上应取得本专业或相关专业硕士研究生学位，具有副高级或以上职称及中级以上职业资格的双师型教师，具备良好的理想信念、道德情操、创新意识和团队精神，具有与本专业相关的坚实而系统的基础理论和专业

知识，独立、熟练、系统地主讲过两门及以上主干课程，能够较好地把握国内外市场营销专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求实际，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

主要从企业的从事市场营销及营销管理人员中聘任，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，具有中级及以上行业相关专业技术资格，能承担课程与实训教学、实习实训指导和学生职业生涯规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教室需配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有互联网接入和 Wi-Fi 环境，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训条件

针对专业课程实习实训要求，根据理实一体教学的要求，以设备台套数量配置满足一个教学班（40 人）为标准设定。具体校内实验实训室基本条件见表 16。

表 16 内实训室一览表

序号	实验实训室名称	基本配置要求	功能说明	所支撑课程
1	营销综合实训室	1.工位数：40 2.设备配置：服务器（1台），电脑、网络（40套），白板，教学系统，投影设备，教学软件，实训软件（2套）：	1.市场预测与分析； 2.产品开发、定位与目标市场选择； 3.产品定价与市场开拓； 4.营销与推广； 5.成本与效益分析 6.团队协作	市场营销学 管理学 消费者行为分析 市场调查与预测 营销策划 市场调查实训 1+X 数字营销（中级）实训 综合技能实训

2	推销与商务谈判实训室	1.工位数：40 2.设备配置：电脑、网络（16套），打印机2台，白板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	1.拜访与接待礼仪情景模拟； 2.推销方案的撰写； 3.模拟现场推销； 4.商务谈判案例分析； 5.模拟谈判信息收集及商务谈判计划书撰写。 6.模拟商务谈判	现代推销技术 商务谈判 商品学 专业认识 沟通技巧 旅游营销
3	新媒体营销实训室	1.工位数：40 2.服务器（1台），电脑、网络（40套），白板，市场营销专业实训软件（1套）	1.移动营销方法和渠道； 2.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。 3.新媒体营销策划设计 4.各类详情页及文案设计 5.网店运营	新媒体营销 电子商务概论 (运营)
4	形体训练及化妆室	1.工位数：40 2.80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；化妆台及相关用品。	1.商务人士职业形象塑造； 2.形体训练； 3.国标培训与练习； 4.工作妆的流程、要求及方法。	商务礼仪 体育
5	直播实训室	1.工位数：6 2.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。	1.短视频拍摄与制作； 2.直播带货。	微视频制作与传播

3. 校外实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地，进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间的联系和合作。能够反映目前市场营销的较高水平，能接受学生1至2周专业认识实习、8周的推销跟岗实习、半年左右顶岗实习等实训活动的企业认定为校外实训基地；校外实训基地要求实训设施齐备，实训岗位、实训指导老师明确，实训管理及实施的规章制度齐全。

本专业校外实习基地配置与要求见表34。

表17 校外实训基地一览表

序号	实习实训基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	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	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	400人/年
2	素禾连锁超市	商务运营、客服、物流配送、市场开拓	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50人/年

3	长沙非拓信息技术有限公司（Kilimall 公司）	电子商务运营、网络推广、客户服务	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	100 人/年
4	深圳康途航空票务有限公司	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
5	海南康途商旅服务有限公司	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
6	招商国旅	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
7	黄龙洞股份有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年
8	张家界森林公园	景区营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
9	张家界大峡谷有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年
10	天门山股份有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年

（三）教学资源

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

优先选用高职教育国家规划教材、省级规划教材，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。同时，学校应建立有专业教师、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：批发、零售行业政策法规、有关职业标准，市场营销、批发业、零售业、互联网和相关服务、

商务服务业等从业人员必备手册资料，以及市场营销专业学术期刊和有关市场营销的实务案例类相关的图书、中外文期刊。

3. 数字化资源配备基本要求

在学院教学资源库平台（超星泛雅平台）不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心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。

(四) 教学方法

市场营销专业基础课程内容理论性较强，同时也具有一定的实践性。在教学设计上要注重将专业基础理论与实际操作有机结合起来，利用典型的教学载体，采用项目驱动教学法、案例教学法，实行教学做一体化。如消费者行为分析专业基础课程采用某一产品为载体进行消费者心理分析教学；现代推销技术课程具体某一产品来串联整个推销流程各环节技术处理与要求。

核心专业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。选取企业典型产品经改造后作为教学载体，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，结合职业技能考证和竞赛要求进行教学，有效提高学生的职业素养与实际工作能力。

同时，积极利用数字化教学资源进行教学，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，充分利用企业资源，满足学生参观、实训、跟岗实习和顶岗实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容

的调整。

(五) 教学评价

突出能力的考核评价，体现对综合素质的评价。吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

评价按任务进行，采取中间过程和最终结果评价相结合的方式，重视对中间过程的评价，同时也应重视对实践操作能力的考核，以及对工作态度、团队协作、沟通能力、职业素养的考核。

评价的方式可以采取同学监督评价与教师评价相结合的方式。对以团队方式完成工作过程时，对队员的评价由队长负责，对团队总的评价由教师负责，两者结合形成队员的评价结果。

(六) 质量管理

1.学院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，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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.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

本专业学生应达到以下要求方可毕业：

- 1.修完规定的所有课程（含实践教学），成绩合格，学分满 166 学分。
- 2.符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。
- 3.原则上取得一个或以上与本专业相关的职业能力证书或技能等级证书。

张家界航空工业职业技术学院

市场营销 专业人才培养方案论证书

论证专家（专业建设指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	欧阳志珊	江西九江聚思味电子商务有限公司	高级经济师	欧阳志珊
2	宁小平	湖南南方宇航工业有限公司	高级经济师	宁小平
3	胡国民	长江动力有限公司	高级经济师	胡国民
4	胡盛辉	南方航空发动机	高级经济师	胡盛辉
5	安国菊	郑州轻工业大学	教授	安国菊
6	夏湘东	上海翊箴商务咨询有限公司	校友	夏湘东
7	洗荣美	193211 班	学生	洗荣美
8	邓艳萍	193211 班	学生	邓艳萍
9	姬海华	张家界航空工业职业技术学院	教授/二级学院负责人	姬海华
论证意见				
<p>经专家组审议，本方案培养目标明确，课程设置合理，实施保障有力，格式规范，专家组一致通过该方案，并建议从以下几个方面进行修改：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 进一步加强与地方经济合作交流，打造区域特色，突出专业优势； 2. 进一步加强企业的校企合作，开发校企教材； 3. 课程设置进一步对接企业人才需求，岗位工作技能要求； 4. 进一步完善课程教材、教法以及教学资源库的建设。 				
专家论证组组长签名：姬海华 2023年 7月 8日				

注：本表的扫描件需插入人才培养方案电子档。

张家界航空工业职业技术学院 2023 级专业人才培养方案审核表

专业名称	市场营销
专业代码	530605
二级学院 意见	该专业调研充分,定位准确,课程设置符合了行业专家建议,同意实施。 签字: 姬海峰 (公章) 2023年 7月 8日
教务处 意见	同意实施。 签字: 李海 (公章) 2023年 7月 12日
学术委员会 意见	同意。 签字: 魏道 (公章) 2023年 7月 20日
院长意见	同意。 签字: 曾自立 (公章) 2023年 7月 24日
学校党委 意见	同意。 签字: 王璞 (公章) 2023年 7月 25日
备注	