

2019 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称: 市场营销

(二) 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备同等学力。

三、修业年限及学历

(一) 标准学制三年

(二) 全日制专科学历

四、职业面向

如表 1 所示。

表 1 市场营销专业职业面向

所属专业大类(专业类)及代码	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别(技术领域)	职业资格证书/技能等级证书举例
财经商贸大类(市场营销类)	批发业、零售业	营销员 (4-01-02-01)	销售经理	暂无
		商品营业员 (4-01-02-03)	区域销售经理	
			卖场经理	
63(6307)	(51、52)	摊商 (4-02-02-05)	小微商业企业	
		市场营销专业人员(2-06-07-02)	创业者	
			市场主管	
市场经理				

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定,德、智、体、美、劳全面发展,具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识、精益求精的工匠精神、较强的就业能力和可持续发展的能力,掌握市场营销的专业知识和技术技能,面向批发和零售业,能够从事销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微商业企业创业者、市场主管、市场经理等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想

指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 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；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(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、文字表达能力和沟通能力；

(3) 能够与客户进行有效沟通；

(4) 能够对客群和竞争者进行分析；

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

(7) 能够组织实施推销和商业谈判；

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理；

(9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

六、课程设置及要求

本专业主要设置公共基础课程、专业（技能）课程和其他课程，如表 2 所示。

表 2 课程设置一览表

类型	数量	课程	备注
公共基础课程	22		
其中必修:	13	《思想道德修养与法律基础》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》《形势与政策》《军事理论》《大学生职业发展与就业指导》《大学生创新创业》《公益劳动与职业素养体验课》《大学生心理健康教育》《大学体育》《大学英语》《公共艺术课》《计算机应用基础》《营销应用文写作》《大学生安全教育》	
限选:	9	《中国近现代史纲要》《大学语文》《演讲与口才》《国学讲堂》《瑜伽》《古诗词与文人轶事》《形体训练》《礼仪风范与人际沟通》《应急管理概论》	选修 3 门
专业（技能）课程	24		
其中核心课程:	5	《市场调查原理与实务》《新媒体营销》《推销原理与实务》《商务谈判》《营销策划》	
专业必修课程:	11	《市场营销原理与实务》《经济法》《公共关系学》《ITMC 企业经营管理沙盘》《广告原理与实务》《企业管理实务》《商品学原理与实务》《商务礼仪》《渠道管理》《大数据分析在营销中的运用》《客户关系管理》	
专业拓展课程:	8	《专业导论》《管理沟通技巧》《财务基础》《互联网+企业经营管理》《茶酒文化》《专业与职业适应》《消费者行为分析》《国际贸易理论与实务》	选修 4 门
其他课程			

（一）公共基础课程

1. 必修公共基础课程

（1）思想道德修养与法律基础（48 学时）

本课程培养学生良好的思想道德素质和法律素质，通过讲授大学生人生观、价值观、道德观和法制观等方面知识，并综合运用马克思主义的基本观点和方法，在理论与实际相结合的基础上，对当代大学生面临和关心的实际问题予以科学的有说服力的回答。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：通过课堂教学以及社会实践，帮助大学生尽快适应大学生活，提高大学生的思想道德修养和法律意识，树立正确的世界观、人生观、价值观和法制观，树立远大崇高的理想，培养学生完善的人格和良好的心理素质，使他们逐渐成长为全面发展的社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（64 学时）

本课程旨在帮助学生了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本内容，帮助学生理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系是马克思主义的基本原理与中国实际相结合的两次伟大的理论成果，是中国共产党集体智慧的结晶以及对当代中国发展的重大战略意义，帮助学生领

悟中国梦的思想内涵以及实现中华民族伟大复兴的中国梦的历史使命。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：使学生了解中国化马克思主义的形成、发展和理论成果，学会运用马克思主义世界观和方法论去认识和分析问题，坚定在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强在党的领导下全面建成小康社会，加快推进社会主义现代化的自觉性和坚定性，肩负中华民族伟大复兴的历史使命，积极投身社会主义现代化建设。

(3) 形势与政策 (32 学时)

本课程培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法观察分析形势，解决问题的能力。结合当前国际国内形势以及我校教学实际情况和大学生成长的特点确定选题。在介绍当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件的基础上，阐明我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。

本课程属于理论课，通过教学达到以下基本要求：使学生较为全面地掌握有关形势与政策的基本理论和基础知识，正确分析形势的方法，理解政策的途径及我国的基本国情、党和政府的基本治国方略，让学生形成正确的政治观。

(4) 军事理论 (96 学时)

本课程培养学生的国防观念、国家安全意识、弘扬爱国主义精神、传承红色基因，提高国防素质，让新时代的大学生成为中国特色社会主义事业的建设者、保卫者和可靠接班人，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。主要内容包括：中国国防、国家安全、军事思想、信息化装备、现代战争。

本课程属于大学生军事课程理论课，通过教学达到以下基本要求：了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的观念。掌握中国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平和江泽民、胡锦涛的新时期军队建设思想。掌握军事思想的形成和发展过程，初步掌握我军军事理论的主要内容，树立科学的战争观和方法论。了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识。掌握高科技军事精确制导技术、空间技术、激光技术、夜视侦察技术、电子对抗技术及指挥自动化等军事高技术方面的概况。熟练掌握当代高技术战争的形成及其特点，明确高技术对现代战争的影响。

(5) 大学生职业发展与就业指导 (32 学时)

本课程通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。主要内容包括：建立生涯与职业意识（职业发展与规划导论、影响职业规划的因素）、职业发展规划（生涯觉醒、认识自我、了解职业、了解环境、职业决策）、提高就业能力、求职过程指导（搜集就业信息、简历撰写与面试技巧、心理调适、就业权益保护）、职业适应与发展（从学生到职业人的过渡、工作中应注意的因素）。

本课程属于一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的公共必修课程，通过教学达到以下

基本要求：应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。应当掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。

(6) 大学生创新创业 (32 学时)

本课程培养学生的创业思维、方法论和创业精神，让他们将来能够更好地面对高度“不确定、不可预测、未知”的环境，培养其如何独立地与他人合作，提供有价值解决方案的能力。主要内容包括：创业、创业精神与人生发展（创业与创业精神、知识经济发展与创业、创业与职业生涯发展）、创业者与创业团队（创业者、创业团队）、创业机会与创业风险（创业机会识别、创业机会评价、创业风险识别、商业模式开发）、创业资源（创业资源、创业融资、创业资源管理）、创业计划（创业计划、撰写与展示创业计划）、新企业的开办（成立新企业、新企业生存管理）。

本课程属于一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的公共必修课程，通过教学达到以下基本要求：掌握开展创业活动所需要的基本知识、具备必要的创业能力、学生树立科学的创业观。

(7) 公益劳动与职业素养体验课 (16 学时)

劳动与职业素养课程是高职大学生综合实践活动的重要学习领域，它以学生获得各种劳动体验，形成良好的技术素养，增益创新精神和实践能力为目标。主要内容：公益劳动体验活动主要内容为校园文明督察和校园环境保洁；职业劳动体验活动主要内容为管理岗位体验、服务岗位体验和技术岗位体验；社会服务体验活动主要内容为社区服务体验、安全服务体验和志愿者服务体验。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：丰富学生的劳动体验，形成良好技术素养；形成学生良好的劳动习惯和品质；培养学生的创新精神和创新能力；培养学生的职业意识和职业能力

(8) 大学生心理健康教育 (32 学时)

本课程培养学生的自我认知和心理健康水平，提高适应、抗压和情绪调节能力。主要内容包括：心理健康的含义和标准、大学生的自我意识、人格发展、学习和创造心理、情绪心理、压力与挫折应对心理、意志品质、人际交往心理、恋爱与性心理、大学生常见的心理障碍与防治、生命教育与心理危机应对等健康心理学的基本概念和基本理论。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：提高和增强大学生心理素质，预防及调节不良情绪及心理问题的干扰，加强大学生个性特征培养，提高学生认识自我、规划自我，能适应大学学习、生活和社会生活；学会正确处理人际关系、友谊和爱情；开发其潜能，完善人格，提高抗挫折能力，促进科学文化素质和身心健康素质的协调发展，培养全面发展

的社会主义建设者和接班人。

(9) 大学体育 (108 学时)

本课程培养学生良好的身体素质及科学锻炼身体的良好习惯。通过讲授田径运动、运动损伤的预防及急救方法、大众健身操、24 式简化太极拳、篮球、足球、排球、瑜伽、羽毛球、拓展运动等方面知识以提高学生身体素质。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：使学生了解掌握基本的体育知识和运动技能，养成科学锻炼身体的良好习惯。具有良好的心理素质，表现出良好的人际交往能力和合作精神。培养学生顽强拚搏的精神及团队协作精神，提高凝聚力。发扬体育精神，形成积极进取，乐观开朗的生活态度。

(10) 大学英语 (64 学时)

本课程课程主要面向我校三年制各类专业一年级学生，共开设两个学期，是一门基础性的公共英语课程。培养学生的英语日常交际能力，进而提升学生的职业核心素养和能力。本课程分为两个学习阶段，第一学期，着重培养学生的语言应用能力，特别是听说技能；第二学期，根据各专业的工作岗位增加行业工作场景：如求职面试、职场交际、职业发展等，注重培养学生的职业素养和职业能力。

本课程通过超星泛雅和学习通教学平台上传教学视频和设置在线作业，采用任务型教学模式，学生根据自身的需求，自行决定学习的时间和内容，构建了以学生为中心的翻转课堂教学体系。本课程通过教学达到了《高职高专教育英语课程教学基本要求》中提出的“以实用为主，以应用为目的”的教学要求；体现了学生个性化的学习要求；满足了学生各自不同专业的发展需要。

(11) 公共艺术课 (16 学时)

本课程培养学生通过音乐欣赏教学，扩大学生的音乐视野，使学生掌握多方面的音乐表现形式、音乐体裁等知识，并在教学过程中紧密结合音乐要素知识及中外音乐史等方面知识的学习，使学生逐步具备准确、敏锐地从整体上感受、体验音乐表现内容的能力，逐步具备评价音乐内容和形式中所反映的真、善、美与假、丑、恶的能力。

本课程属于理论与实践课结合，通过教学达到以下基本要求：具备一定的艺术感知能力、艺术鉴别能力；学会运用音乐语言分析音乐作品；了解基本的音乐理论知识；通过音乐欣赏课，明确方向，树立远大的人生目标。通过音乐教育陶冶情操、启迪智慧、激发学生对美的爱好和追求，成为具有一定音乐欣赏水平的音乐爱好者。

(12) 计算机应用基础

本课程主要培养学生初步掌握信息技术基础知识，了解计算机及网络信息处理过程，熟练运用 Windows 操作和 Office 等应用软件解决实际问题的能力。课程主要内容包括：计算机基础知识、Windows 操作系统的基本使用方法、Word 文档处理、Excel 数据处理、PowerPoint 幻灯片制作、计算机网络基础知识，以及应用 IE 浏览和收集网络信息。

本课程属于公共基础必修课。通过教学，重点培养学生的计算机基本操作能力与实际应用能力，使学生掌握计算机的基本知识和技能，能使计算机操作的能力应用于学生今后的工作和生活中，并作为学习其他专业课程的有力工具。

(13) 应用文写作 (32 学时)

本课程培养学生运用各种应用文体进行写作的能力。主要内容包括应用文写作基础理论和基本知识，常用事务文书、专用文书的特点、体式规范和写作要求。

本课程属于写作理论课，通过教学达到以下基本要求：培养学生了解应用文写作基础理论和基本知识，把握常用事务文书、专用文书的特点、体式规范和写作要求，让学生掌握相关应用文文体的实际用途及其写作方法，获取必备的应用文写作能力和文章分析与处理能力，具有运用应用文体裁有效地进行信息交流、做好工作的能力，并为写好毕业论文和求职及适应社会作好充分的知识准备，为以后从事有关的职业工作打好基础。

(14) 高等数学 (64 学时)

本课程培养学生的数学素养及应用数学的方法和思想。由基础模块+专业应用案例模块构成。其中基础模块为微积分，概率统计；专业应用案例模块根据全院的各个专业需求，有电子专业应用案例，采煤非金属专业案例，建筑工程案例，职业健康应用案例。

本课程属于理论课，通过教学达到以下基本要求：通过基础模块微积分的学习，对中学的数学知识体系进行查漏补缺，巩固提高学生的函数的知识和思想；通过对极限，微分，积分知识学习，培养学生极限，变量的思想；采用数学的角度考虑问题的能力，准确，快速的计算应用能力；提高学生的数学素养。通过专业案例模块的学习，以专业需要为引导，重新温习数学知识，形成应用数学的方法和思想。在整个课程中适时渗透思政的元素，渗透心理健康教育，引导学生做一个具有社会主义核心价值观的时代人才。

(15) 大学生安全教育 (32 学时)

通过本课程学习，使学时全面了解大学生安全教育的意义、内容、实施。通过安全教育，学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。过安全教育，使学生了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题所包含的基本内容，安全问题的社会、校园环境；了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。通过安全教育，学生应当掌握安全防范技能、防灾避险能力、安全信息搜索与安全管理技能。掌握以安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。

2. 公共选修基础课程

(1) 中国近现代史纲要 (32 学时)

本课程培养学生提高运用历史唯物主义、方法论分析和评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力。旨在帮助大学生认识近现代中国社会发展和革命发展的历史进程及其内在的规律性，了解国史、国情，深刻领会历史和人民怎样选择了马克思主义，怎样选择了中国共产党，

怎样选择了社会主义道路。同时，通过对有关历史进程、事件和人物的分析，帮助大学生提高运用历史唯物主义、方法论分析和评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力，从而激发爱国主义情感与历史责任感，增强建设中国特色社会主义的自觉性。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：使学生充分理解实行改革开放和搞好现代化建设的重大意义，了解改革开放五十年来我们寻找到了中国特色社会主义道路，形成中国特色社会主义理论体系，在中国特色社会主义理论体系指引下，振兴中华民族的历程，从而自觉继承和发扬近代以来中国人民的爱国主义传统和革命传统，进一步增强民族自尊心、自信心和自豪感，坚定对马克思主义的信仰、对中国共产党的信任、对社会主义的信心。

(2) 大学语文 (32 学时)

本课程培养学生的文学鉴赏能力和综合思考能力，提升大学生文化品格和人文素质。本课程通过精选古今中外各时代文学名篇，以“美”为内在核心，取得思想启迪、道德熏陶、文学审美陶冶、写作借鉴等多方面综合效应，最终达到提高大学生审美鉴赏和思辨能力以及综合素质的目的。

本课程属于理论与实践相结合的课程，通过教学达到以下基本要求：使学生通过文学作品赏析，对学生进行思想启迪、道德熏陶、审美陶冶、写作借鉴等多方面素质培养；通过最终达到提高大学生综合文化素质的目的。通过常用文书写作指导，培养学生正确的写作材料观、主题观，正确的语体意识与语感，培养理论指导实践的科学态度，及数字化、表格化、规范化的工作习惯和严谨、规范的工作态度。

(3) 演讲与口才 (32 学时)

本课程培养学生口语运用技能、言语识别能力、言语判断能力和言语应变能力。以学生听、说、读、写、评、练为核心，提高学生的演讲水平，培养学生的心理素质，加强学生的写作训练，锻炼学生的口才，培养学生在大庭广众面前自信大方、流畅自如地表述自己见解的能力和在日常交际中的言语沟通能力和语言应变能力，提升学生的综合素质和社会竞争能力，为学生的可持续发展、顺利进行人际交往和社会生活打下坚实的基础。

本课程属于理论课，通过教学达到以下基本要求：让学生能够用标准和比较标准的普通话进行一般口语交际、开展工作。掌握一般口语交际技能。做到听话准、理解快、记得清，有一定辨析能力；说话清晰、流畅、得体，有一定应变能力，语态自然大方。初步掌握演讲与口才的基本技能。能够根据不同的工作情境的需要，调控声音的高低强弱，掌握语气、语调、重音、节奏等口语修辞技巧，口语表达做到科学、严谨、简明、生动、具有启发性和感染力。

(4) 国学讲堂 (32 学时)

本课程培养学生诵读中华经典，学习中华民族的优秀文化，感受五千年文明智慧的熏陶，激发热爱祖国的情感。从而使学生主动吸收传统文化中博大厚重的精华，提升道德修养，让中华优秀传统文化在学生的心灵里生根发芽，成为中华优秀传统文化的继承者和传播者。

本课程属于理论课，通过教学达到以下基本要求：通过国学经典教育，让学生养成良好的人

文素养、心理品质、道德品质和人生修养，增强自我调控能力和社会适应能力，从而为学生的终身幸福奠定基础。

(5) 瑜伽（16 学时）

本课程培养学生运用瑜伽进行体育锻炼及相关疾病的治疗，养成经常锻炼身体的习惯，提高自身保健能力及体质健康水平。主要包括体式、冥想、呼吸、放松等方法，树立健康第一，终身体育的锻炼意识。

本课程属于实践课，通过教学达到以下基本要求：瑜伽通过呼吸练习法，体位练习法和冥想三步曲，调节身体各个部位，矫正内脏器官和骨节位置，改善身体的柔韧性，调节脊柱神经和内分泌系统，加强身体各机能，增强人体免疫能力，治疗并预防慢性疾病。它更突出的作用是它可以维持身心的平衡，帮助安定心灵的思绪，舒缓压力，从而保持身心健康。

(6) 古诗词与文人轶事（16 学时）

本课程培养学生的人文素养和综合能力。旨在让学生较为系统地学习古典诗歌作品，接受名家名篇的熏陶。在大量诵读、欣赏等综合实践活动中，积累语言文字的精华，丰富文化素质，形成开阔的知识视野。学习古诗词能使人的志向、情操得到陶冶和升华。结合诗词教学，培养学生爱国爱乡的感情，使之关心民生疾苦，具有仁者爱人的思想。同时提高学生的品德修养和审美情趣，提升学生的人文素养和综合能力。

本课程属于理论课，通过教学达到以下基本要求：通过学习古诗词，造就和改变学生的性格，陶冶学生的情操，使人的志向、情操得到陶冶和升华。脱离庸俗和低级趣味，更加文明和高雅。诗词的诗力、诗理、诗情、诗趣改变性格，使学生将来能够在浮躁中恪守住一份心灵的宁静，认识生活，感悟人生。从诗词中，学会冷静、忍让、宽容和坚强。

(7) 形体训练（16 学时）

本课程培养学生良好的形体和审美观。本课程主要包括身体形态练习、现代舞、化妆基础等，使学生在过程中，改善自身形体、矫正体型，并在日常生活中逐渐矫正不正确姿势，挺拔体态，为将来的工作、学习和生活打下基础。

本课程属于实践课，通过教学达到以下基本要求：通过舒展优美的舞蹈基础练习(以芭蕾为基础)，结合古典舞、身韵、民族民间舞蹈进行综合训练，可塑造学生优美的体态，培养高雅的气质，纠正生活中不正确的姿态。

(8) 礼仪风范与人际沟通（16 学时）

本课程培养学生现代社交能力和提升学生的礼仪修养、情商与综合素质。主要包括形象美的塑造、基础礼仪、交际礼仪、习俗礼仪、涉外礼仪、礼仪的性质与功用等内容。以就业为导向，使学生提高心理素质、增强逻辑思维能力、提高人际关系能力、提高现代社交能力和提升学生的礼仪修养、情商与综合素质，使其在激烈的社会竞争中，赢得“好人缘”，获得广泛的支持和帮助。

本课程属于实践课，通过教学达到以下基本要求：旨在使学生系统地获得人际关系及社交礼

仪的基本理论和实践技能，围绕上述理论培养学生的基本应用能力、实际操作能力、社会交际能力，达到全面提高学生的综合素质、增强适应职业变化需求能力和实践技能基础为最终目的。

(9) 应急管理概论 (16 学时)

本课程利用案例分析等多元教学手段，让学生能全面系统地了解和研究突发事件的性质、特点、形式和成因，以及与应急管理相关的体制、机制、法制的关键知识点，形成对应急管理的系统性认识。帮助学生如何管理和调度各方资源共同应对突发事件的关键战略、策略和方式方法，特别是通过学习，能熟练运用快速决策、沟通协调、法律法规、科学技术等有关方法来有效应对复杂的危机局面，从而切实提高防范和应对重大公共危机事件的有关知识、意识和技能水平。

(二) 专业 (技能) 课程

1. 专业核心课程 (240 学时)

专业核心课程是面向会计相关岗位群，结合以初级会计师考试大纲规定的相关内容为标准，建立会计专业核心课程，培养学生运用财务相关知识为企业进行核算和管理的基本工作，并为企业进行分析、预测和控制等工作。

表 3 市场营销专业核心课程说明表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与教学要求	教学方式 (方法)	考核方式与要求	参考学时
1	市场调查原理与实务	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生市场营销基本调研、分析能力。主要包括：本课程主要内容有市场调查概述、调查问卷设计、市场调查方法、市场调查技术与市场调查方案设计、调查资料的整理与分析、市场调查报告的撰写。 本课程属于专业核心课，通过教学达到以下基本要求：(1)理解市场调研的相关概念、市场调研的内容、市场调研方案的构成；(2)掌握问卷设计的基本结构与内容；(3)掌握市场调研的四种基本方式：重点调查、普查、典型、抽样；(4)掌握市场调研方法：文案调查法、访谈法、观察法、实验法、网络调查法等；(5)理解资料数据的收集整理步骤；(6)掌握几种常见的资料整理技术；(7)掌握市场调研报告的结构和内容。	教、学、做一体化(讲练结合)、案例、项目、任务驱动等方法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
2	新媒体营	对应“十、	本课程培养学生新媒体营销的能力。主	分组讨论	总评成绩	48

	销	<p>毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5), (一) -2- (2) (4) (5), (一) -3-(2), (二), (三) -2</p>	<p>要内容包括：本课程主要内容新媒体营销与运营概述；新媒体用户与内容定位；新媒体内容图文设计；新媒体数据分析与内容优化。 本课程属于专业核心课，通过教学达到以下基本要求：(1) 具备不同类型公众号功能定位的技能；(2) 具备微信推广文案策划、撰写、排版的技能；(3) 具备微页面策划的技能；(4) 具备微信公众号日常管理以及数据分析的技能；(5) 具备微信粉丝增加与管理互动的技能。</p>	<p>法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等</p>	<p>= 30% (过程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	
3	推销原理与实务	<p>对应“十、毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5), (一) -2- (2) (4) (5), (一) -3-(2), (二), (三) -2</p>	<p>本课程培养学生产品推销的能力。主要内容包括：本课程主要内容有认识推销、储备推销素养、寻找识别顾客、接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、推销成交。 本课程属于专业核心课，通过教学达到以下基本要求：(1) 掌握市场推销的内涵及实质；理解推销人员内涵能力要求(2) 掌握分析自己的推销风格及应对顾客风格的基本技能；(3) 掌握顾客资格审查的内容；顾客识别和筛选的技巧；(4) 掌握推销过程各个阶段的基本方法与技巧。</p>	<p>分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	48
4	商务谈判	<p>对应“十、毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5), (一) -2- (2) (4) (5), (一) -3-(2), (二), (三) -2</p>	<p>本课程培养学生商务谈判的能力。主要内容包括：本课程全面系统地传授商务谈判的基础知识与基本技能，重点突出对学生商务谈判能力与技巧的培养。通过本课程的学习，学生对商务谈判的发生原理、商务谈判的原则和程序、商务谈判的准备工作、商务谈判计划的制订、谈判策略与技巧的使用、商务谈判的内容等有一个较全面的了解，能够掌握商务谈判的基础知识、技巧，掌握商务谈判的程序与内容；并通过案例教学和模拟谈判实训，使学生具备一定的谈判能力，和谈判者应具备的基本素质。 本课程属于专业核心课，通过教学达到以下基本要求：(1) 认识商务谈判的基本理论知识；(2) 掌握商务谈判的准备活动；(3) 熟悉并掌握商务谈判的过程；(4) 掌握商务谈判中的策略与技巧。</p>	<p>分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	48
5	营销策划	<p>对应“十、毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5), (一) -2- (2) (4)</p>	<p>本课程培养学生营销策略组合策划和各种促销活动策划等方面的策划技能，切实提高学生的实际动手能力和处理实际问题的综合素质能力。主要内容包括：了解市场营销策划的流程及其各种</p>	<p>分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过程考核成绩) +30% (阶段考</p>	48

	(5), (一) -3-(2), (二), (三)-2	策划方案侧重点和内容,培养学生初步具有创新思维和分析问题、解决问题的能力,并能制定具体的市场调研策划、营销战略规划、产品上市及品牌策划。 本课程属于专业核心课,通过教学达到以下基本要求: 掌握营销策划的基本原理及方法;了解营销策划的整个过程,掌握营销策划书的内容和写作要求;能对营销策划项目进行项目预算,能够判断营销策划书的优劣;能够策划企业的市场调研活动;能够对企业的广告宣传进行策划;能够在调研的基础上进行全面系统的分析,提出创意,制定并撰写产品上市、品牌策划、促销和高演活动的策划方案;熟悉 CIS 策划的内容和流程;能够制定调研策划,进行全面调研,并进行全面系统的分析调研结果,在市场调研的基础上,提出创意,制定各类营销战略、策略及具体的行动方案,撰写市场营销策划方案。	等	核成绩) +40% (期末成绩)	
--	-----------------------------------	---	---	---------------------	--

2. 专业必修课程

(1) 专业必修课程 (512 学时)

专业基础课程是认知专业、了解专业基本知识的一系列基础课,也是学习专业能力核心课的基础,是学生必需掌握的基本理论、基本知识、基本技能,培养学生的认知能力、分析能力、学习能力。

表 4 市场营销专业基础课程说明表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与教学要求	教学方式(方法)	考核方式与要求	参考学时
1	市场营销原理与实务	对应“十、毕业要求”:(一) -1- (3) (4) (5), (一) -2- (2) (4) (5), (一) -3-(2),(二), (三)-2	本课程培养学生正确的营销观念及分析问题与判断问题的能力。主要内容 包括: 本课程主要学习认识市场营销、发现市场机会、确定营销战略、制定营销策略、编制营销计划。 本课程属于专业基础课,通过教学达到以下基本要求: (1)掌握营销基本知识、树立正确的营销观念,培养营销人的基本素质。(2)了解市场分析方法,培养营销人分析问题与判断问题的基本能力。(3)掌握目标市场营销步骤,培养营销人的决策能力与全局观念。(4)掌握4P组合策略,培养营销人的策划能力。(5)了解营销管理基本要求,	案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	考核方式: 总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩) 要求: 按项目设置项目任务,实施过程与阶段考核;课程期末考核分为两部分,一部分为知识性考核,一部分为课程综合成果考核。考核形式分为小组自评、小组互评和老师评价。	48

			培养营销人的管理与执行能力。			
2	经济法	对应“十、毕业要求”： (一)-1-(3) (4) (5)， (一)-2-(2) (4) (5)， (一)-3-(2)， (二)，(三) -2	本课程培养学生运用经济法于市场营销职业的能力。主要包括： 本课程主要学习经济法学的研究对象，经济法基础知识、公司法、合同法、反不正当竞争法、劳动法。教学难点是经济法中的公司法律制度及合同法律制度。 本课程属于专业基础课，通过教学达到以下基本要求：了解经济法的基本理论、基本原理，掌握经济法的具体制度，为实践打下坚实的基础。学习这门课程，要求掌握经济法概论的基本理论、基本原理，掌握经济法的具体制度并实践。	案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32
3	公共关系学	培养学生掌握组织与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的基础上，提高管理者和公关人员的人际沟通能力和解决实际问题的能力。	本课程培养学生正确处理公共关系的能力。主要包括：公共关系概论、公共关系要素、公共关系四大工作模块、公关危机管理、公共关系专题活动、公共关系礼仪、现代企业组织形象设计——CSI 战略。 本课程属于专业基础课，通过教学达到以下基本要求：掌握公共关系的基本原理，运用公共关系原理进行案例分析，开展如公关调查、公关策划、公关传播和公关危机处理等公关活动，解决一些公关问题。	分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
4	ITMC 企业经营管理沙盘	对应“十、毕业要求”： (一)-1-(3) (4) (5)， (一)-2-(2) (4) (5)， (一)-3-(2)， (二)，(三) -2	本课程培养学生团队协作、沟通能力、企业经营管理能力。主要包括：(1)物流、资金流、信息流的协同)；(2)应用筹资策略、投资策略，进行资金流控制；(3)分析市场投入的效益、市场战略、企业营销环境；(4)计算各种产品的毛利率，制定产品研发、生产、销售的决策方案；(5)在动态的企业经营演练环境中，进行会计核算、财务管理工作；(6)熟悉销售定单、原材料采购、产品销售、生产、库存等物流管理的相互协调，以及产销排程和成本控制。 本课程属于专业基础课，通过教学达到以下基本要求：(1)理解复杂、抽象的经营管理理论，掌握管理技巧；(2)体验企业岗位职能，加强相互沟通和团队协作的能力；(3)培养作为企业管理者所必须具备的素质。	分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
5	广告原理	对应“十、	本课程培养学生广告策划、运营及	分组讨论	总评成绩 = 30% (过	48

	与实务	<p>毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5) ， (一) -2- (2) (4) (5) ， (一)-3-(2)， (二)，(三) -2</p>	<p>推广等职业核心能力。主要内容包 括：本课程内容包括认识广告、广 告调查与分析、广告策略、广告媒 体、新媒体广告、广告预算、新媒 体广告文案、广告效果。 本课程属于专业基础课，通过教学 达到以下基本要求：本课程主要用 来培养面向企业的市场策划营销、 广告运营、广告媒体编辑等岗位 的人才，培养具有丰富的视野和扎 实的基础知识，掌握广告媒体领域 的前沿技术和运营，具有较强的实 践能力和创新精神，具备较强的广 告媒体策划、运营及文案写作能 力，具备主流媒体平台推广和运营 技巧的营销人员。</p>	<p>法、案例 教学法、 任务驱动 教学法、 讲授法等</p>	<p>程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	
6	企业管理 实务	<p>对应“十、 毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5) ， (一) -2- (2) (4) (5) ， (一)-3-(2)， (二)，(三) -2</p>	<p>本课程培养学生职业基础能力。主 要内容包括：现代企业管理的基本 理论，企业运作的基本流程以及管 理上的基本要求。 本课程属于专业基础课，通过教学 达到以下基本要求：使学生学会企 业管理的基本知识、基本原理，熟 悉基本的企业战略分析、制定、实 施等方法和工具，具备良好的企业 管理实际应用能力。</p>	<p>分组讨论 法、案例 教学法、 任务驱动 教学法、 讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过 程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	48
7	商品学原 理与实务	<p>对应“十、 毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5) ， (一) -2- (2) (4) (5) ， (一)-3-(2)， (二)，(三) -2</p>	<p>本课程培养学生专业基础知识能力 和职业技能。主要内容包 括：认识商品、商品分类、认识商 品质量、商品标准与质量认证、商 品检验、商品包装、商品储存与养 护等。 本课程属于专业基础课，通过教学 达到以下基本要求：通过本课程的 学习，使学生具备从事市场营销工 作所必须具备的商品基本知识，比 较全面的了解消费需求，组织适销 对路的商品；恰当评价商品质量， 保护消费者利益；科学进行包装和 储运，使商品质量得到保护；科学 进行商品分类，利于经济管理现代 化；正确指导消费，充分发挥商品 更大作用。为学习和掌握专业知 识和职业技能打下基础。</p>	<p>分组讨论 法、案例 教学法、 任务驱动 教学法、 讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过 程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	48
8	商务礼仪	<p>对应“十、 毕业要求”： (一) -1- (3) (4) (5) ， (一) -2- (2) (4) (5) ，</p>	<p>本课程培养学生职业形象设计能 力、职业人际交往能力、职业综合 素质。主要内容包 括：学习商务礼 仪的认识与要求、办公室礼仪、通 用商务礼仪、通用会务礼仪、商务 住行礼仪、商务餐饮礼仪等内容。</p>	<p>分组讨论 法、案例 教学法、 任务驱动 教学法、 讲授法等</p>	<p>总评成绩 = 30% (过 程考核成绩) +30% (阶段考核成绩) +40% (期末成绩)</p>	48

		(一)-3-(2), (二), (三) -2	本课程属于专业基础课, 通过教学达到以下基本要求: 了解商务礼仪的内涵, 掌握正确的礼仪习惯, 培养学生的礼仪素养, 提高学生自身素质, 使他们懂得如何塑造成功的个人形象及进行得体的人际交往, 从而为未来职业发展奠定基础。			
9	渠道管理	对应“十、毕业要求”: (一)-1-(3) (4) (5), (一)-2-(2) (4) (5), (一)-3-(2), (二), (三) -2	本课程培养学生市场营销工作中渠道策划与管理的能力。主要内容包括: 营销渠道认知、营销渠道战略模式、营销渠道结构设计、营销渠道成员选择、营销渠道成员、营销渠道权利与控制、营销渠道冲突与解决。 本课程属于专业基础课, 通过教学达到以下基本要求: (1) 了解渠道和终端在企业营销中的重要性; (2) 熟悉不同渠道类型的基本特征; (3) 熟悉渠道设计的基本影响因素; (4) 掌握选择渠道成员的步骤和途径; (5) 掌握激励渠道成员的主要方法; (6) 掌握渠道管理与冲突的基本内容。	分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
10	大数据分析在营销中的运用	对应“十、毕业要求”: (一)-1-(3) (4) (5), (一)-2-(2) (4) (5), (一)-3-(2), (二), (三) -2	本课程培养学生大数据应用与营销中的能力。主要内容包括: (1) 用户行为与特征分析。(2) 精准营销信息推送支撑。(3) 引导产品及营销活动投用户所好。(4) 竞争对手监测与品牌传播。(5) 品牌危机监测及管理支持。(6) 企业重点客户筛选。(7) 大数据用于改善用户体验。(8) SCRM 中的客户分级管理支持。(9) 发现新市场与新趋势。(10) 市场预测与决策分析支持。 本课程属于专业基础课, 通过教学达到以下基本要求: (1) 认识大数据的特点、大数据的价值和机会。(2) 掌握大数据在企业管理, 运营和营销等领域的应用和方法。	分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
11	客户关系管理	对应“十、毕业要求”: (一)-1-(3) (4) (5), (一)-2-(2) (4) (5), (一)-3-(2), (二), (三) -2	本课程培养学生发现客户、寻找客户、处理客户关系的能力。主要内容包括: 客户关系管理战略规划、寻找潜在客户、客户信息管理、客户体验与沟通、销售机会管理、客户服务等。 本课程属于专业基础课, 通过教学达到以下基本要求: 了解客户关系管理发展的过程, 客户关系管理的基本概念、方法和体系结构。掌握	分组讨论法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授法等	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48

			客户关系管理理念、机制、技术的三维内涵。了解和掌握客户关系管理系统设计的方法，能正确认识和运用各子系统的基本功能。了解客户关系管理软件产品在行业中的主要应用。充分认识客户关系管理在电子商务中的重要作用。认识呼叫中心的发展以及在客户关系管理中的地位和作用了解数据仓库和数据挖掘技术在客户关系管理中的重要作用及有代表性的数据挖掘产品的特点。			
--	--	--	--	--	--	--

3. 专业拓展课程

(1) 专业拓展课程（272 学时）

专业拓展课程是为了培养学生在专业能力以外的可迁移能力，由管理沟通技巧、商务礼仪、财务基础、社会调查与统计、人力资源管理大数据分析课程构成专业拓展课。

表 5 市场营销专业拓展课程说明表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与教学要求	教学方式 (方法)	考核方式与 要求	参考 学时
1	专业导论	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生正确认识专业及专业培养的目标，合理规划个人职业发展。主要内容包括：本课程主要内容专业的发展过程、专业发展前景，专业存在的价值。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：了解专业的内涵特点、专业与社会经济发展的关系、专业涉及的主要学科知识和课程体系、专业人才培养基本要求等，帮助学生形成较系统的专业认识，了解专业内涵和发展趋势，树立学习兴趣与信心。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32
2	管理沟通技巧	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生的沟通实践能力、综合素质和社会适应能力。主要内容包括：本课程是一门实用性、实践性很强的课程，主要学习沟通的基本原理、方法和技巧，懂得现代社交礼仪的基本规范，培养演讲、辩论的口才，切实增强人际交往的沟通能力，提高情商，更好地发挥个人内在的潜力。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：通过学习人际沟通的相关理论和实务，使学生了解人际沟通的基本原则并掌握实用的沟通技巧，从而全面培养学生的沟通实践能力，提高学生的综合素质和社会适应性。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32

3	财务基础	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生的自主能力、沟通能力、合作能力、新知识掌握能力、科学研究和实际工作能力。主要内容包括：本课程主要内容有资产负债表分析、利润表分析、现金流量表分析、所有者权益变动表分析、财务报表综合分析。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：(1)掌握财务报表分析的知识，具有较强的财务报表分析能力；(2)能根据用户的信息要求，结合实际情况，进行财务报表分析工作(3)具有良好的职业道德，遵守行业规范的工作意识和行为意识。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32
4	互联网+企业管理	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生团队协作、沟通能力、企业经营管理能力。主要内容包括：通过企业运营流程模拟让学生能够认知企业经营的本质；(2)通过约创云平台的岗位设置，让学生学习企业岗位认知、了解企业运作模式；(3)掌握企业发展战略规划的制定；(4)通过约创平台掌握市场营销理论、波士顿法、产品生命周期等。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：通过五大岗位分工，培养团队协作能力；通过创新创业设计和模拟企业管理信息化经营的形式，培养学生沟通协作能力；全面锻炼学生了解业务、掌握先进的管理信息化工具及动手能力。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	48
5	茶酒文化	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生职场综合素质能力。主要内容包括：常见的酿造酒、蒸馏酒、配制酒概念、起源、发展；介绍各类常见洋酒品牌、特性及服务要求；实际操作经典鸡尾酒的调制。概述我国六大茶系的内容、特点及代表品牌，讲授茶艺及泡茶实践。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：学生能懂得各类酒水、六大茶系的基础知识，具备制作酒水饮料的基本技能，不同茶系的冲泡技巧，而且培养茶酒调制创新能力与经营管理能力。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32
6	专业与职业适应	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生正确认识所学专业、了解职场，更好地完成专业学习及职业认知。主要内容包括：本课程主要讲授自我探索、专业学习、职业发展与人生规划。从职业性格探索、职业兴趣探索、职业价值观探索、职业能力探索出发，带领学生通过测评与报告解读完成自我探索，全面认识了解自己。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32

			本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：通过带领学生进行自我探索、专业认知、职业世界探索，更好地帮助学生完成专业的学习以及对未来职场的提前适应。学生还可通过学习和运用所学知识，分析和理解身边其他人，以便更好地与他人相处，提高人际交往能力与职场适应能力。			
7	消费者行为分析	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生掌握消费者行为相关理论知识，帮助学生根据所掌握的消费者情况进行相关营销决策能力。主要内容包括：本课程主要讲授消费者行为概念及研究的主要内容，理论基础和研究方法；影响消费者行为的内部因素和外部因素，消费者购买决策的过程。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：掌握重要的消费者心理和行为分析的研究工具和规律，甚至能对消费者心理和行为做出一定的预测，制定一些实用的营销策略。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32
8	国际贸易理论与实务	对应“十、毕业要求”：(一)-1-(3)(4)(5)，(一)-2-(2)(4)(5)，(一)-3-(2)，(二)，(三)-2	本课程培养学生国际贸易磋商能力。主要内容：本课程主要讲授国际贸易术语、进出口商品的名称、品质、数量与包装、国际货物运输、国际货物运输保险、国际货款结算、检验、索赔与不可抗力。 本课程属于专业素质拓展课，通过教学达到以下基本要求：(1) 熟悉国际贸易惯例；(2) 能合理选用贸易术语，能运用贸易术语对外报价；(3) 能制定国际贸易合同中商品品名、品质、运输、保险、货款支付等主要贸易条款；(4) 能进行贸易磋商。	讲授式教学法、案例教学法、分组式教学法	总评成绩 = 30% (过程考核成绩) + 30% (阶段考核成绩) + 40% (期末成绩)	32

七、教学进程总体安排

(一) 教学活动时间分配

如表 6 所示。

表 6 教学活动时间分配表 (单位: 周)

环节 学期	实践教学	集中实践教学环节						考试考核	入学(毕业)教育	军事理论与训练	教学总周数
		技能训练	认知实习	跟岗实习	顶岗实习	毕业设计	劳动				
一	14		1					1	1	3	20
二	17	2						1			20
三	16	2						1		1	20
四	17	2						1			20
五	12	4			4			1		1	20

六					12	6			1		20
合计	76	10			16	6		5	2	5	120

(二) 学时学分比例统计

如表 7 所示。

表 7 学时比例统计表

课程	项目	学分		学时			
		总学分	占比 (%)	总学时	理论学时	实践学时	实践学时占比 (%)
公共基础必修课		39.5	28%	636	334	302	47%
公共基础限选课		4	3%	64	32	32	50%
专业核心课		15	11%	240	90	150	62%
专业必修课		32	23%	512	198	314	61%
专业拓展课		11	8%	176	62	114	65%
其他课程		39	27%	1204	112	1092	91%
任意选修课程		0	0	0	0	0	0
合计		140.5	100%	2832	828	2004	71%

(三) 教学进程安排

见附录 1: 教学进程安排表

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 校内专任教师

市场营销（或工商管理）本科或以上学历，其它相关专业需硕士或以上学历；

在本单位工作满 2 年或以上，能独立完成一门课程的授课任务；

具有整体课程设计能力和多种教学方法的能力。

2. 校内兼课教师

校内兼课教师应具备的条件：具有市场营销、工商管理、物流管理及相关专业本科或以上学历，本单位（非现代商务学院）工作 2 年以上，能独立完成一门课程的授课任务，曾任市场营销专业专任教师者优先。

目前有校内兼职教师 10 多名，高级职称 2 名，硕士 3 名。

3. 校外兼职教师

校外兼职教师应具备的条件：在本专业相关一线工作满 5 年以上，在营销专业领域取得中级或以上职称，经过学校培训，聘用，能胜任营销专业能力课的理论或实训实习教学，并能够正确处理实践教学中出现的问题。

(二) 教学设施

1. 教室要求：学校设有本班教室（配备有多媒体设施）、公共教室、多媒体教室等，完全满足理论教学和理实一体化教学要求。

2. 校内实训资源

表 8 市场营销专业校内实训资源列表

实训类别 (适用课程)	实训项目	实训室名称	主要设备名称	数量(台/套)
互联网+企业经营 管理	“互联网+企业 经营管理 模拟”实训	“互联网+企业经营 管理模拟”实训室	计算机	60
			互联网+企业经营 管理教学软件	1
ITMC 企业经 营管理	“ITMC 企业 经营管理模 拟”实训	“ITMC 企业经 营管理模 拟”实训室	计算机	60
			ITMC 企业经 营管理模 拟教学软件	1
认知实训	ERP 商战模拟 实训	ERP 商战实训室	电脑	1
			物理沙盘台面	6
商务谈判 技能抽查 推销原理与实 务 商务礼仪	商务谈判实 训 技能抽查实 训 推销实训	市场营销综合实训室	电脑	1
			商务谈判桌椅	1
			办公桌椅	8

3. 校外实训资源

表 9 市场营销专业校外实训条件要求

序号	基地名称	地点	实习规 (人)	功 能
1	沃尔玛商业零售有 限公司	长沙	10-30	推销员、调研员、访问员、统计员、理货员、 收银员、实习生、经理助理工作
2	步步高超市	长沙	10-50	推销员、调研员、访问员、统计员、理货员、 收银员、实习生、经理助理工作
3	长沙链家房地产经 纪有限公司	长沙	10-30	区域经理助理、渠道专员、客户经理、区域主管 工作
4	中国大地财产保险 股份有限公司	长沙	10-20	产品销售、区域开发、会议营销、渠道维护工作
5	东风雪铁龙汽车销 售公司	长沙	5-10	区域经理助理、客户经理、区域主管工作
6	上海锦明地产有限 公司	上海	10-50	区域经理助理、客户经理、区域主管工作

(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

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备

(1) 纸质图书藏量生均 40 册以上；年购置纸质图书生均 3 册以上；报刊种类 40 种以上；

(2) 有种类齐全、数量充足、内容广泛的专业技术资料和国家、行业颁布的相关标准供教学使用；

(3) 有种类齐全、内容丰富、使用便捷、更新及时的数字化图书。

3. 数字教学资源配备

(1) 多媒体课件

(2) 试题库

(3) 课程教学标准

(4) 教学软件实训平台

(四) 教学方法

根据职业教育特点和规律，结合专业课程内容特点和教学目标，以学生为中心结合学生学习特点，灵活多样运用教学方法。教学方法围绕“教、学、做”合一的原则，提倡“理实一体化”教学。

主要采用以下教学方法。

(1) 项目教学法

专业课程普遍采用项目教学法。根据一定的原则，将课程内容以任务划分为相对独立的项目，教学中，老师将相对独立的项目交由学生独立或群组完成，包括信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求，以项目为主线，教师引导，学生成为学习与解决问题的主体。

(2) 案例教学法

教师于教学中扮演着案例的设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，鼓励学生独立思考，引导学生变注重知识为注重能力，相对传统讲授教学方法更重视师生双向交流，培养学生开发分析、综合及评估能力等高级智力技能。《营销策划》、《商务谈判》等核心课程及《经济法》、《企业管理实务》、《商务礼仪》等专业基础课程教学中较多采用此教学方法。

(3) “任务驱动”的实战教学法

根据教学要求，设计合适的工作任务，以解决问题、完成任务为目标，引导学生开展探究式学习，使学生处于积极的学习状态，都能根据自己对当前问题的理解，运用共有的知识和自己特有的经验提出方案、解决问题。以任务为主线，教师主导，学生为解决问题主体。《市场营销原理与实务》、《市场调查原理与实务》、《ITMC 企业经营管理沙盘》、《广告原理与实务》、《大数据分析在营销中的运用》等核心课程、专业课程多采用此种教学方法。

（五）学习评价

1. 评价原则

加强专业建设、管理，促进专业教学质量和服务产业能力持续提高，必须成立二级教学督导评价机构，从组织上保证教学督导、评价、考核等教学管理工作。主要遵循以下评价原则：

全方位开展教学评价。

多主体参与教学评价。

多渠道进行教学评价。

定性与定量评价相结合。

2. 评价方式（评价主体、内容和形式）

（1）为加强专业建设、管理，促进专业教学质量和服务产业能力持续提高，必须成立校、院二级教学督导评价机构，从组织上保证教学督导、评价、考核等工作。

（2）既要评价教师的教学环节、学生的学习过程，又要评价教学条件、教学管理、专业建设，实现全方位开展教学评价。

（3）社会、学校、企业、家长、学生都是教育教学中同一个利益共同体，制定广泛主体参与教学评价、实行教学管理的多元化机制的制度。

（4）要通过督导检查、随机检查、听评课、教学竞赛、教学考试、师生问卷、师生座谈、家长邮箱、网上调查、回访企业等多渠道进行全方位教学评价。

（5）难于量化的可以采用定性评价，能够科学量化的要采用定量评价方法，定性与定量评价相结合。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控，质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校、二级院系应完善教学管理机制，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. 学校应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. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

学生必须通过规定年限的学习，完成规定的教学活动，达到规定的素质、知识和能力要求，方可获取毕业证书：

（一）理想信念坚定，德智体美劳全面发展，思想品德与综合素质测评合格。

（二）熟练掌握人文、社会科学、自然科学、创新创业等方面的基础知识；系统掌握市场营

销原理与实务、推销原理与实务、市场调查原理与实务、客户关系管理与实务、财务基础、企业管理和商务礼仪等方面的专业知识；具有运用所学知识和技能解决企业营销管理实际问题、产品推销设计、新产品推广设计、公关营销活动设计、广告设计、调研报告撰写等问题的初步能力。

（三）至少获得总学分 140.5 学分，其中必修课 32 学分，限定选修课 4 学分，任意选修课 0 学分。

（四）至少取得一种与专业相关的职业资格证书或技能证书。

十、附录

附录 1：市场营销专业教学进程安排表

附录 2：人才培养方案变更审批表

附录 1 市场营销专业教学进程安排表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配						考核方式	考核学期	
									1	2	3	4	5	6			
									20周	20周	20周	20周	20周	20周			
公共课	公共基础必修课	B	1	思想道德修养与法律基础		4	48	36	12	3*16						C	1
		B	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		6	64	48	16		4*16					K	2
		B	3	形势与政策		1	32	16	16		专题讲座				C		
		B	4	军事理论		2	96	36	60		军训+专题讲座				C		
		B	5	大学生职业发展与就业指导		2	32	16	16		理论课+专题讲座				C		
		B	6	大学生创新创业		2	16	16	0		慕课+专题讲座				C		
		B	6	公益劳动与职业素养体验课		1	16	0	16		劳动周完成				C		
		B	7	大学生心理健康教育		2	32	16	16		理论+专题讲座				C		
		B	8	大学体育		6	96	10	86	2*16	2*16	2*16				C	1、2、3
		B	9	大学英语		4	64	60	4	2*16						K	1
											2*16					C	2
		B	10	公共艺术课		1	16	6	10	2*8						C	1
		B	11	计算机应用基础		4	48	18	30		3*16					K	2
		B	12	营销应用文写作		2	32	32	0				2*16			C	4
		B	13	大学生安全教育		2	32	24	8		慕课+专题讲座						
		小计 13 门					39.5	636	334	302							
以下为公共基础选修课课，每学期任选 1 门，需完成 5 学分课程学习																	
公共	人文素养选修	G	1	中国近现代史纲要		2	32	28	4		2*16					C	2
		G	2	大学语文		2	32	20	12		2*16					C	2

基础选修课	课(3选1)	G	3	演讲与口才		2	32	16	16		2*16					C	2	
	技能素养选修课(3选1)	G	4	国学讲堂		2	32	32	0			2*16					C	3
		G	5	瑜伽		1	16	0	16			2*8					C	3
	职业素养选修课(3选1)	G	6	古诗词与文人轶事		1	16	16	0			2*8					C	3
	职业素养选修课(3选1)	G	7	形体训练		1	16	0	16				2*8				C	4
		G	8	礼仪风范与人际沟通		1	16	6	10				2*8				C	4
	G	9	应急管理概论		1	16	10	6					2*8				C	4
	小计：共开设 9 门，限选 5 门。						4	64	32	32		2	2	2			-	
	专业基础课	B	1	企业管理实务		3	48	30	18	4*12							C	1
B		2	商务礼仪		3	48	18	30	4*12							C	1	
B		3	市场营销原理与实务		3	48	18	30	4*12							C	1	
B		4	公共关系学		3	48	18	30		4*12						C	2	
B		5	经济法		2	32	12	20		4*8						C	2	
B		6	ITMC 企业经营管理沙盘		3	48	10	38			6*8					C	3	
B		7	广告原理与实务		3	48	18	30			4*12					C	3	
B		8	商品学原理与实务		3	48	20	28				4*12				C	4	
B		9	渠道管理		3	48	18	30				4*12				C	4	
B		10	大数据分析在营销中的运用		3	48	18	30					6*8			C	5	
B		11	客户关系管理		3	48	18	30					6*8			C	5	
小计：共开设 11 门。						32	512	198	314									
专业	B	1	市场调查原理与实务		3	48	18	30		4*12						K	2	
	B	2	新媒体营销		3	48	18	30			4*12					K	3	

核心课	B	3	推销原理与实务		3	48	18	30			4*12				K	3
	B	4	商务谈判		3	48	18	30				4*12			K	4
	B	5	营销策划		3	48	18	30				4*12			K	4
小计：共开设 5 门。					15	240	90	150								
以下为专业拓展课，每学期任选 1 门，共 5 学分课程学习																
专业素质拓展课	X	1	专业导论		2	32	16	16	专题讲座+慕课						C	1
	X	2	财务基础		2	32	12	20		4*8					C	2
	X	3	国际贸易理论与实务		2	32	12	20		2*16					C	2
	X	4	互联网+企业经营管理		3	48	10	38			6*8				C	3
	X	5	消费者行为分析		2	32	12	20				4*8				4
	X	6	专业与职业适应		2	32	12	20							C	
	X	7	茶酒文化		2	32	12	20							C	
	X	8	管理沟通技巧		2	32	12	20							C	
小计：共开设 8 门，限选 5 门。					11	176	62	114								
其它	B	1	认知实训		1	28	0	28	1W						C	1
	B	2	市场营销调查实训		1	28	0	28		1W					C	2
	B	3	ITMC 企业经营沙盘模拟实训		1	28	0	28			1W				C	3
	B	4	产品推销实训		1	28	0	28			1W				C	3
	B	5	互联网+企业经营管理实训		1	28	0	28				1W			C	4
	B	6	商务谈判实训		1	28	0	28				1W			C	4
	B	7	市场营销技能抽查实训		4	112	0	112						4W	C	5
	B	8	技能过关		1	28	0	28		1W	1W	1W	1W		C	5
	B	9	营销专题讲座		4	112	112	0	专题讲座					C	5	
	B	10	顶岗实习		16	448	0	448					4W	12W	C	6

	B	11	毕业设计		6	168	0	168						6W	C	6
	小计：共开设 11 门				37	1036	112	924								
	总计（所有课程）				140.5	2720	828	1892								
开设课程总数	50			考查课程数	42			考试课程数	8							

备注：

- 1.课程代码具有唯一性，为方便排版，采用简称。
 - 2.第五、六学期含实习周、毕业设计和毕业教育。
 - 3.军事理论、公益劳动与职业素养体验课由学生工作与保卫处负责实施，学生在校期间至少安排一周用于公益劳动与职业素养体验课的实践。
 - 4.课程性质：必修课用 B 表示，限选课用 X 表示，公选课用 G 表示。
 - 5.考核方式：考试课用 K 表示，考查课用 C 表示。
 - 6.英语课 4 学分，共 62 课时，在第一、二学期完成。学生通过英语应用能力考试三级以上，可凭证书免修或替换该课程成绩。
 - 7.计算机应用基础课程 3 学分，48 学时，在第二学期完成。学生考取全国计算机等级考试一级或以上证书可免修或替换该课程成绩。
 - 8.公共基础选修课分人文、技能、职业能力素养三类课程，学生于第 2-4 学期分别选修一门课程，必须达到 5 学分；专业拓展课于第 1-4 学期至少选修 5 门课程，必须达到 5 学分；学生参加自学考试，每通过一门可以免修一门公共基础选修课程。
 - 9.毕业实习于第 5、6 学期进行，20 学分，1080 学时；毕业设计于第 6 学期第 16 周至第 19 周进行共 4 周，6 学分。
 - 10.按周进行的课程，周学时数“X*Y”中的 X 为周学时，Y 为教学周数。
 - 11.体测共安排 3 次，第一次安排在军训后进行，第二次和第三次分别安排在第二学期和第四学期进行。
 - 12.理科专业原则上要开高等数学课程，上课时间由基础教育学院数理教研室与相关专业带头人协商定夺。
 - 13.大学体育第一、第二学期由基础教育学院体育教研室按计划实施，第三学期由学生工作与保卫处与基础教育学院体育教研室共同按“三年一贯制军训方案”实施，主要以军事训练为主。
 - 14.学生参加教育主管或人社厅举办的技能竞赛，只能替换相关专业课程的成绩，不能置换公共课成绩。
 - 15.学生公共选修课程的学分奖励，按照学院《学分制实施办法》执行。
 - 16.公共基础课原则上由教务处根据师资和课程开设情况统筹安排上课时间。
- 每学期第 19 周为技能实训周，20 周为考试周。

附录 2:

湖南安全技术职业学院人才培养方案变更审批表

二级学院:

专业:

年级:

原人才培养方案教学安排				变更后培养方案教学安排			
课程代码	课程/教学环节名称	学时学分	开课学期	课程代码	课程/教学环节名称	学时学分	开课学期
调整类别	<input type="checkbox"/> 增设课程 <input type="checkbox"/> 取消课程 <input type="checkbox"/> 规范课程名称 <input type="checkbox"/> 增加课时（学分） <input type="checkbox"/> 减少课时（学分） <input type="checkbox"/> 开课时间提前 <input type="checkbox"/> 开课时间延后 <input type="checkbox"/> 其他_____ （请在相应的类别打“√”）						
调整原因 (可附表说明)							
专业教研室意见	教研室主任签字: _____ 年 月 日			课程承担单位意见 (跨学院开课填写)	主管教学副院长签字: _____ 年 月 日		
二级学院意见	主管教学副院长签字: _____ 年 月 日						
教务处意见	负责人签字: _____ (公章) 年 月 日						
学校意见	主管校领导签字: _____ 年 月 日						