



湖南安全技术职业学院
Hunan Vocational Institute of Safety Technology

人才培养方案

专业名称：____ 市场营销 ____
专业代码：____ 530605 ____
专业带头人：____ 张馨仪 ____
二级学院：____ 现代商务学院 ____

二〇二一年七月修订



目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限及学历.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、课程设置及要求.....	3
七、教学进程总体安排.....	31
八、实施保障.....	32
九、毕业要求.....	36
十、附录.....	36

2021 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（530605）。

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

如表 1 所示。

表 1 市场营销专业职业面向

所属专业大类及代码	所属专业类及代码	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（53）	市场营销类（5306）	批发业零售业（51、52）	营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 摊商（4-02-02-05） 市场营销专业人员（2-06-07-02）	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	1+X 数字营销

表 2 市场营销专业可获取的职业技能等级（职业资格）证书

序号	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	数字营销技术应用职业技能等级证书	中教畅想（北京）科技有限公司	初级	

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等素质，掌握新媒体营销、商务谈判、产品推销、营销策划方案撰写、创新创业等知识和技能，面向批发和零售业行业的营销员、商品营业员、摊商、市场营销专业人员，能从事销售经理、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。

表 3 市场营销专业培养规格一览表

项目	分项	基本要求
素质	思政素质	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。
		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。
		具有勇于创新、吃苦耐劳、团队合作的工匠精神。
	职业素质	具有良好的职业道德，对企业忠诚，对顾客负责的职业素质。
		具有产品质量至上、顾客至上的职业素质。
		具有健全的人格及较高的“情商”的职业素养。
		具有实事求是、爱岗敬业、团队协作及抗挫折的职业素养。
	人文素质	具有做人的基本品德：知耻、守信和气节。
		具有涵养功夫和仪表风度，为人谦逊，虚心地待人接物。
		具有一定的审美和艺术素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。
知识	基础知识	了解必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
		熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等基础知识
		熟悉军事理论、心理健康及职业规划的基本知识。
		熟悉英语及计算机的基本知识。
	专业知识	理解并掌握企业管理及现代市场营销的基本知识。
		理解并掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法等专业知识。
		理解并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等专业知识。
		理解并掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧等专业知识。
		理解并掌握商品分类与管理的基本知识和方法。
		理解并掌握客户关系管理的基本知识。
		理解并掌握广告及新媒体营销的基本知识。
		理解并掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。
能力	基础技能	具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

		具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
		具备商务礼仪规范应用能力。
		具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
	专业技能	具备与客户进行有效沟通、对客群和竞争者进行分析的能力。
		具备设计市场调查方案、问卷、数据分析及撰写调查报告的能力。
		具备组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动的的能力。
		具备能够组织实施推销和商业谈判的能力。
		具备一定的产品推销的能力。
		具备一定的沟通及商务谈判的能力。
		具备为小微企业进行营销活动策划并组织实施的能力。
		具备应用新媒体进行市场营销的能力。

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。

表 4 课程设置一览表

课程类别		数量 (门)	课程名称	备注
公共基础必修课程(14 门)		14	入学教育、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、大学体育、大学语文(传统文化教育)、计算机应用技术、军事技能、军事理论、大学生心理健康教育、职业发展与就业指导、大学生创新创业教育、公益劳动与职业素养体验课、安全教育及安全防范技术。	
专业 (技能) 课程 (24 门)	专业基础课程	18	市场营销原理与实务、企业管理实务、商务礼仪、公共关系学、广告原理与实务、消费者行为分析、商品学基础、渠道管理、客户关系管理、大数据在营销中的运用、认知实训、市场调查实训、产品推销实训、互联网+企业经营管理实训、商务谈判实训、综合模拟实训、毕业设计、顶岗实习。	
	专业核心课程	6	市场调查原理与实务、推销原理与实务、新媒体营销、商务谈判、营销策划、市场营销沙盘模拟实训	
选修课 (17 门)	公共选修课	12	马克思主义哲学、中国近现代史纲要、大学英语、高等数学、音乐欣赏、职业道德、健康教育、礼仪风范与人际沟通、演讲与口才、瑜伽、营销概论、应用文写作。学生根据自身发展需要，可以选修其他专业的专业课程	限定公共选修课选修 4 门，任意公共选修课选修 2 门
	专业选修课	5	经济法、财务基础、茶酒文化、国际贸易、网点运营与推广	选修 3 门

(一) 课程与能力分析表

表 5 市场营销专业职业能力与课程体系对应表

职业岗位	基础能力		核心能力		拓展能力	
	能力描述	所对应课程	能力描述	所对应课程	能力描述	所对应课程
市场调查 岗位	办公自动化能力； 文案编制能力； 语言表达能力；	《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》 《计算机应用技术》 《大学体育》 《商务礼仪》 《大学语文》 《应用文写作》	设计问卷能力； 收集与分析信息能力； 撰写报告能力；	《市场营销原理与实务》 《市场调查原理与实务》 《消费者行为分析》	新媒体技术的应用能力； 抗挫能力；	《企业管理实务》 《新媒体营销》 《大学生心理健康教育》
销售岗位	办公自动化能力； 信息管理能力 语言表达能力	《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》 《大学体育》 《市场营销原理与实务》 《推销原理与实务》 《计算机应用基础》 《商务礼仪》	市场调查及数据分析能力； 产品推荐及推销能力； 客户识别与客户接近能力； 沟通、推销与谈判能力； 客户关系维护与管理能力 广告推广能力； 消费者行为分析能力	《市场调查原理与实务》 《推销原理与实务》 《商品学基础》； 《商务谈判》 《客户关系管理》 《广告原理与实务》 《消费者行为分析》 《新媒体营销》	渠道管理与拓展能力； 客户维系与开发能力； 大数据应用能力； 消费者行为分析能力 抗挫能力；	《企业管理实务》 《新媒体营销》 《大学生心理健康教育》 《大数据分析在营销中的运用》 《消费者行为分析》《客户关系管理》 《渠道管理》
客服岗位	办公自动化能力； 信息管理能力 语言表达能力	《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》 《大学英语》 《大学体育》 《商务礼仪》	客户接近能力； 客户投诉处理能力； 客户关系维护与管理能力； 大数据应用能力；	《客户关系管理》 《市场营销原理与实务》 《大数据分析在营销中的运用》	新媒体技术的应用能力； 抗挫能力； 自我学习能力；	《企业管理实务》 《新媒体营销》 《大学生心理健康教育》
拓展创业 岗位群	语言与文字表达能力； 具备人际交往能力； 具备团队营销能力和团队组织能力	《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》 《大学英语》 《商务礼仪》 《大学生创新创业教育》《职业发展与就业指导》	市场调研和分析技能； 产品设计技能； 具备较强的人际沟通能力； 渠道开发和管理技能； 在工作中妥善处理各种人际关系的能力；	《市场调查原理与实务》 《推销原理与实务》 《商品学基础》； 《商务谈判》 《客户关系管理》 《新媒体营销》	客户维系与开发能力； 大数据应用能力； 公共关系处理能力； 抗挫能力；	《企业管理实务》 《新媒体营销》 《公共关系学》 《大学生心理健康教育》

（二）公共基础课程

1. 公共基础必修课程

（1）入学教育 第1学期（24学时）

学习目标：	
通过学习本课程，达到以下要求： 1.能够熟悉学校的学生管理制度，养成遵规守纪的习惯。 2.能够熟悉学校的教学管理制度，养成自觉学习的习惯。 3.了解本专业的培养目标、面向的职业领域，以及本专业开设的核心课程，培养学生热爱本专业。 4.了解学校的校情校史，自觉热爱学校，爱护学校。。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 学生管理制度 2. 教学管理制度 3. 专业人才培养方案 4. 校史校情	1.教师基本要求：本课程的主讲教师以教务处、学生工作与保卫处等职能处室领导，二级学院教学、学管领导，以及优秀毕业生为主，能够熟悉掌握自己业务范围内的规章制度或专业领域的常识等。 2.教学组织形式与设计：观看学校宣传片、专业介绍视频等；开展系列专题讲座；观看校史馆。 3.教学内容的组织与安排：以专业为单位组织开展教学、注重理论与实践相结合，按照先校情校史教育、学生管理制度学习、教学管理制度学习，最后开展专业教育。 4.教学方法与手段:教学方法上采用视频教学法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在使用传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升教学效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩、结业考核成绩二部分构成。其中平时成绩占30%，结业考核成绩占总成绩30%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。	

（2）思想道德修养与法律基础 第1学期（48学时）

学习目标：	
过学习本课程，达到以下要求： 1.树立科学的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观。 2.能尽快适应大学生活，实现从中学生到大学生的角色转变，并且具备根据个人性格和特点独立自主地进行人生规划的能力。 3.能够通过理论联系实际，加强辩证地看中国与世界大势，科学看待问题，明辨是非的能力。 4.能够将道德的相关理论内化为自觉意识、自主要求的能力，以及外化为自身行为和习惯的能力。 5.能够理论联系实际，逐步具备分析和解决职业、家庭、社会公共生活等领域现实一般法律问题的能力。	
学习内容：	教学实施要求：
思想教育 道德教育 法制教育	1.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，要按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2.教学组织形式与设计：采用多媒体教室中班授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3.教学内容的组织与安排:力求体现科学性与职业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4.教学方法与手段:教学方法上要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课,建议根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在使用传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升教学效果。

课程考核与评价：
由平时成绩、实践成绩和期末成绩三部分构成。其中平时成绩占 30%，实践成绩占 40%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。

(3) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 第 2 学期 (64 学时)

学习目标：	
通过学习本课程，达到以下要求：	
1.能用党的实事求是思想路线培养规则意识和创新能力。 2.能正确解释为何要选择和怎样走中国特色的革命道路、改造道路和现代化道路。 3.能用党的创新理论分析改革开放进程中出现的矛盾，并提出相应的对策和建议。 4.能以爱国主义热情思索祖国统一问题和以世界眼光理性面对中国和平崛起的国际环境。	
学习内容：	教学实施要求：
毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想	1.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，要按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2.教学组织形式与设计：采用多媒体教室中班授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3.教学内容的组织与安排：力求体现科学性与职业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4.教学方法与手段：教学方法上要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课，建议根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升教学效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩、实践成绩和期末成绩三部分构成。其中平时成绩占 30%，实践成绩占 40%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。	

(4) 形势与政策 第 1、2、3、4 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程旨在通过适时对学生进行形势政策、世界政治经济与国际关系基本知识的教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使大学生在新的条件下有坚定的立场、较强的分析能力和适应能力，提高学生的全面正确认识党和国家面临的形势和任务，拥护党的路线、方针和政策，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。通过学习本课程，达到以下要求：	
1. 知识目标：学生在日常生活中能够了解国内外时事发展，正确领悟国家发展面临的形势变化，全面了解党和国家的路线方针政策。 2. 能力目标：，学生在日常学习和职业生涯规划中，能结合党和国家的路线方针政策实时指导和调整自己的学习和生活规划。 3. 素质目标：学生能够增强爱国主义精神，民族自豪感，承担起中华民族伟大复兴的重大责任。	
学习内容：	教学实施要求：
根据教育部、省教育厅下发的每学期“形势与政策教育教学要点”以及结合我院教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定。每学期从国内、国际两大	1.教学组织：思政课部每学期组织任课教师以教育部社科司每半年下达的《形势与政策教育教学要点》精神为指导，采用集体备课形式撰写四个专题教学讲义。 2.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，要按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。

板块中确定四个专题作为理论教学内容。	3.教学方法与手段：采用讲解重点、难点问题，分析重点理论，讲评热点问题等方式，运用多媒体手段进行课堂专题讲授，并开展课堂讨论，培养学生学习、思考和分析问题的能力。 4.教材选用：本课程的学习建议选用时事报告杂志社主编的教材《时事报告大学生版》
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中平时成绩占 60%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。	

(5) 大学体育 第 1、2、3 学期 （108 学时）

学习目标：	
本课程旨在培养学生终身参与体育锻炼的意识和习惯。树立“健康第一”的指导思想。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 增强学生体质健康水平 2. 培养学生坚强的意志品质 3. 集体主义精神。达到身体素质、体育文化素质和体育能力的全面发展	
学习内容：	教学实施要求：
24 式简化太极拳、健美操、. 田径、篮球、足球、. 排球、羽毛球、乒乓球、瑜伽、交谊舞、. 拓展训练	1. 教学安排上采用教师讲解、示范，纠错相结合。 2. 教师指导学生练习：采用集体练习和分组练习相结合。 3. 教师注重培养学生树立“健康第一”的指导思想。 4. 本门课程在教学安排上注重学生练习。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末考试、体质测试三部分构成。其中平时成绩占 30%，期末考试成绩占 60%，体质测试占总成绩 10%。	

(6) 大学语文 第 1 学期 （32 学时）

学习目标：	
本课程旨在提高学生的文学作品鉴赏能力和应用写作能力。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 准确领会语言文句内涵、把握文学作品深意的分析鉴赏能力。 2. 准确领会文本实质，形成正确判断和严密思路的思维能力。 3. 准确表达思想感情的语言文字运用能力。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 课程概述 2. 文学鉴赏模块 (1) 诗歌模块 (2) 散文模块 3. 诗文朗诵会	1. 教学安排上采用情境设置、任务驱动、问题引导、案例分析等形式来营造教学情境，借此来完成语言应用能力的学习。 2. 教学环节上每一个模块的内容都由四大部分组成，诗歌模块和散文模块是：作者介绍、背景溯源、文本探究、拓展思考；应用写作模块是：任务盲写、文书解析、病文纠错、课堂实训。 3. 本门课程在教学安排上非常注重实训，文学鉴赏模块安排课前说话训练。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中平时成绩占总成绩 60%，期末考试成绩占总成绩 40%。平时成绩包括：课前资源学习、出勤、课堂答问、小组汇报、课后作业、诗文朗诵等。	

(7) 计算机应用技术 第 2 学期 （48 学时）

学习目标：

本课程旨在培养学生的计算机基本操作能力与实际应用能力，通过学习本课程，达到以下要求： 1. 掌握计算机的基本知识和技能； 2. 熟练运用 Windows 操作和 Office 等应用软件； 3. 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。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 计算机基础知识； 2. Windows 操作系统的基本使用方法； 3. Word 文档处理、Excel 数据处理、PowerPoint 幻灯片制作； 4. 计算机网络基础知识； 5. 应用 IE 浏览和收集网络信息。	1. 教学安排上采用案例教学法、讨论教学法、发现式教学法等多种教学方法； 2. 设置教学情境，适时选用提问、讨论等生动多样的形式，构建师生互动的良好学习氛围； 3. 将时事新闻的文字、图片及数据形成素材，进行文档编辑和处理，加强学生的思想政治教育； 4. 课程重视学生实践动手能力的培养，建议在理论实践一体化实训室完成，以实现“教、学、做”三位合一。
课程考核与评价：	
由实践成绩、平时成绩和期末考试成绩三部分构成。其中实训成绩占 40%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现等。实践成绩要综合考虑实训独立完成的进度、完成的质量和最终完成项目的效果。	

(8) 军事技能 第 1、3、5 学期 (96 学时)

学习目标：	
通过学习本课程，达到以下要求： 1 通过军事训练，增强学生国防观念。 2. 培养学生文明、守纪、勇敢、坚毅的意志品质和良好的心理素质。 3. 理解捍卫国家主权和领土完整对国家安全的重要意义。 4. 掌握队列操练的基本技能，锻炼部分军事素质。 5. 了解军队的知识、军人的纪律，知道维护国家安全是军人应尽的义务。	
学习内容：	教学实施要求：
队列操练：列队、立正、稍息、转向、停止间转、三大步伐； 军事素质：体验性战术训练、战地救护、定向越野、射击、宿舍内务等。 团队协作：学生自主管理、个性活动等。	1. 教官基本要求：本课程的教官必须按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2. 训练组织形式与设计：采用训练场地集中授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3. 训练内容的组织与安排：力求体现科学性与专业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4. 训练方法与手段要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课，根据训练内容灵活采用问题教学法、示范演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在传统使用传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升训练效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩和军训会操 2 部分构成。其中平时成绩占 30%，军训会操成绩占总成绩 70%，平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩等。	

(9) 军事理论 第 2 学期 (32 学时)

学习目标：

通过学习本课程，达到以下要求： 1. 通过军事训练，增强学生国防观念。 2. 培养学生文明、守纪、勇敢、坚毅的意志品质和良好的心理素质。 3. 理解捍卫国家主权和领土完整对国家安全的重要意义。 4. 掌握队列操练的基本技能，锻炼部分军事素质。 5. 了解军队的知识、军人的纪律，知道维护国家安全是军人应尽的义务。	
学习内容：	教学实施要求：
队列操练：列队、立正、稍息、转向、停止间转、三大步伐； 军事素质：体验性战术训练、战地救护、定向越野、射击、宿舍内务等。 团队协作：学生自主管理、个性活动等。	1. 教官基本要求：本课程的教官必须按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2. 训练组织形式与设计：采用训练场地集中授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3. 训练内容的组织与安排：力求体现科学性与专业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4. 训练方法与手段要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课，根据训练内容灵活采用问题教学法、示范演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在使用传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升训练效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩和军训会操 2 部分构成。其中平时成绩占 30%，军训会操成绩占总成绩 70%，平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩等。	

(10) 大学生心理健康教育 第 2 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程旨在提高学生的心理素质，充分开发学生的潜能，培养学生乐观向上的心理品质，促进学生人格的健全发展。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 引导学生客观认识自我，增强调控自我、承受压力、适应环境的能力。 2. 培养学生健全的人格和良好的个性心理品质。 3. 树立心理健康意识，预防和缓解心理问题，提高心理调试能力和危机应对能力。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 心理健康的含义与标准 2. 大学生生涯发展 3. 大学生自我意识 4. 大学生人格培养 5. 大学生学习与创造 6. 大学生情绪管理 7. 大学生压力与挫折应对 8. 大学生恋爱与性心理 9. 大学生常见精神障碍的求助于防治 10. 大学生生命教育与心理危机应对	1. 教学安排上采用案例分析、体验活动、角色扮演、心理情景剧等形式将心理健康知识灵活地运用在学生的实际生活场景中，并且强调课堂教学内容和课后行为训练相结合，达到知行合一，借此来完成心理健康知识的学习。 2. 教学环节上每一个模块的内容都由五大部分组成，次序如下：问题描述、问题解析、心理工具箱、心理体验、行为训练。 3. 本门课程在教学安排上非常注重问题解决和行为训练。
课程考核与评价：	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

(11) 职业发展与就业指导 第 1、4 学期 (32 学时)

学习目标：

本课程通过培养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。通过学习本课程，达到以下要求： 1.态度层面：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。 2.知识层面：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。 3.技能层面：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。	
学习内容：	教学要求：
1.建立生涯与职业意识（职业发展与规划导论、影响职业规划的要素） 2.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） 3.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） 4.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）	1.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，有过指导学生就业或从事过学生管理的工作经历。 2.教学组织形式与设计：采用线上线下相结合的方式，线上主要是基本理论内容的学习，线下主要通过多媒体教室小班授课。 3.教学内容的组织与安排：教学内容力求政策性、实践性、科学性和系统性，突出强调理论联系实际，切实增强针对性，注重实效。在遵循课程体系和课堂教学规律的前提下，引入多种教学方法，有效激发学生学习的主动性和参与性，提高教学效果，各二级学院分别在第1、4学期开设16课时，共32课时。 4.教学方法与手段：要遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与求职就业实践相结合，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。
课程考核与评价：	
由平时成绩、实践成绩和期末成绩三部分构成。 1.平时成绩占总成绩的40%（其中，线上自主学习情况占总成绩的32%，线下出勤情况占总成绩的8%）。 2.实践成绩占总成绩的40%（由课堂讨论、课堂表现、小组汇报、课后作业等内容组成）。 3.期末考核占总成绩的20%（其中，第1学期为个人职业生涯规划书，第4学期为个人求职简历）。	

（12）大学生创新创业教育 第4学期 （32学时）

学习目标：	
本课程旨在提高学生的心理素质，充分开发学生的潜能，培养学生乐观向上的心理品质，促进学生人格的健全发展。通过学习本课程，达到以下要求： 1.引导学生客观认识自我，增强调控自我、承受压力、适应环境的能力。 2.培养学生健全的人格和良好的个性心理品质。 3.树立心理健康意识，预防和缓解心理问题，提高心理调试能力和危机应对能力。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 心理健康的含义与标准 2. 大学生生涯发展 3. 大学生自我意识 4. 大学生人格培养 5. 大学生学习与创造 6. 大学生情绪管理 7. 大学生压力与挫折应对 8. 大学生恋爱与性心理 9. 大学生常见精神障碍的求助与防治	1. 教学安排上采用案例分析、体验活动、角色扮演、心理情景剧等形式将心理健康知识灵活地运用在学生的实际生活场景中，并且强调课堂教学内容和课后行为训练相结合，达到知行合一，借此来完成心理健康知识的学习。 2. 教学环节上每一个模块的内容都由五大部分组成，次序如下： 问题描述、问题解析、心理工具箱、心理体验、行为训练。 3. 本门课程在教学安排上非常注重问题解决和行为训练。

10. 大学生生命教育与心理危机应对	
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

(13) 公益劳动与职业体验课 第 1、2、4 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程旨在提高学生的就业能力和职场的适应能力。通过学习本课程，达到以下要求： 本课程培养学生正确的劳动价值观和良好的劳动品质，引导学生崇尚劳动、尊重劳动，增强对劳动人民的感情，报效国家，奉献社会。	
学习内容:	教学实施要求:
教学主要包括：公益劳动体验教育、职业劳动体验教育、社会服务劳动教育等。	1.教师基本要求：以学生工作与保卫处工作人员、总务处、二级学院、物业公司等部门领工作人员负责实施。 2.教学安排上分为三个阶段：第一阶段是校内公益劳动、寝室内务整理、教室保洁，第二阶段是职业劳动体验，第三阶段是社会服务劳动。 3. 教学内容的组织与实施：组织学生参加校内环境保洁、校园防护等；到相关二级学院、职能处室挂职锻炼等；参与顶岗实习或校外志愿者服务。
课程考核与评价:	
考核由校内公益劳动、职业体验和社会服务三部分内容组成，其中校内公益劳动占 40%，职业体验 30%，社会服务 30%。	

(14) 安全教育及安全防范技术 第 3 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程培养学生维护国家安全的意识和能力、认知自身所处安全形势的意识和能力、自我调节的意识和能力、面对突发事件应变的意识和能力，以及自我防范的意识和能力。	
学习内容:	教学实施要求:
人身安全、财产安全、心理安全、网络安全、就业安全、交通安全、消防安全、自然灾害安全等。	1.教师基本要求：以学生工作与保卫处工作人员、二级学院等部门领工作人员负责实施。 2.教学安排线上和线下教学，线下主要讲解安全防范技巧，线上主要进行安全事故案例教学。 3. 教学内容的组织与实施：组织学生参加安全教育警示基地、组织参与应急演练、开展专题讲座等。
课程考核与评价:	
由平时成绩和期末考试、二部分构成。其中平时成绩 30%，期末考试成绩占总成绩 70%。	

2. 公共基础选修课程

(1) 马克思主义哲学 第 1 或 2 或 3 或 4 学期 (32 学时)

学习目标:
通过学习本课程，达到以下要求： 1.掌握马克思主义哲学的基本观点、立场和方法，接受和认可马克思主义的世界观和方法论，帮助学生树立正确的人生观和价值观。 2.提高学生的政治理论素养和思维水平，为学生正确理解马克思主义，确立社会主义信念，自觉坚持党的路线、

方针和政策打下坚实的基础。 3.培养学生运用马克思主义哲学的观点和方法去分析问题，解决问题的能力。	
学习内容：	教学实施要求：
唯物辩证法、对立统一规律、质量互变规律、否定之否定规律、马克思主义社会历史观、社会基本矛盾等。	1.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，要按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2.教学组织形式与设计：采用多媒体教室中班授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3.教学内容的组织与安排：力求体现科学性与职业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4.教学方法与手段：教学方法上要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课，建议根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升教学效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末成绩两部分构成。其中平时成绩占 60%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。	

(2) 中国近现代史纲要 第 1 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程旨在帮助学生了解国史、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，怎样选择了改革开放。提高学生运用历史唯物主义、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，从而使大学生树立走中国特色社会主义道路的坚定信心。通过学习本课程，达到以下要求： 1.知识目标：了解外国资本—帝国主义入侵中国及其与中国封建势力相结合给中华民族和中国人民带来的深重苦难，了解近代以来中国所面临的争取民族独立、人民解放和实现国家富强、人民富裕这两项历史任务；了解近代以来中国的先进分子和人民群众为救亡图存而进行的艰苦探索、顽强奋斗的历程及其经验教训；联系新中国成立以后的国内外环境，了解中国人民走上以共产党为领导力量的社会主义道路的历史必然性；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，怎样选择了改革开放。 2.能力目标：紧密结合中国近现代的历史实际，通过对有关历史进程、事件和人物的分析，提高运用科学的历史观和方法论分析历史问题、辨别历史是非的能力。 3.素质目标：通过学习历史、借鉴历史，思考和探求中华民族赖以走向现代化的历史文化的内涵，培植既不骄傲自大又不妄自菲薄，既自信又虚心的新民族文化心理特质，使我们减少前进道路上的曲折，顺利走向富强、民主、文明、和谐、美丽的明天。	
学习内容：	教学实施要求：
1.反对外国侵略的斗争 2.对国家出路的早期探索 3.辛亥革命与君主专制制度的终结 4.开天辟地的大事变 5.中国革命的新道路 6.中华民族的抗日战争 7.为新中国而奋斗 8.社会主义基本制度在中国的确立	1.教师基本要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，要按照习近平总书记提出的“六个要”“八个统一”要求，努力将课堂打造为铸魂育人的主阵地，进一步强化主体责任意识。 2.教学组织形式与设计：采用多媒体教室中班授课；基本理论内容讲授，同时借助网络平台、微信等网络工具，加强与学生交流与引导。 3.教学内容的组织与安排：力求体现科学性与职业性相结合、理性思辨与感性体悟相结合，实现理论与实践教学的一体化。 4.教学方法与手段：教学方法上要避免纯理论的灌输，避免说教式讲课，建议根

9.社会主义建设在探索中曲折发展 10.改革开放和现代化建设新时期 11.中国特色社会主义进入新时代	据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法；教学手段上要在使用传统教学手段的同时，适度运用多媒体手段进行教学，调动学生学习的积极性，提升教学效果。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中平时成绩占 60%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：考勤、课堂讨论成绩及表现、作业等。	

(3) 大学英语 第 1、2 学期（64 学时）

学习目标：	
本课程培养学生的英文日常口语交际能力，去国外出差、旅行的日常英语表达和具备一定的书面阅读能力和写作能力。培养学生良好的职业道德和跨文化交际能力，提升学生的职业综合素质。通过课程教学，达到以下基本要求： 1.能进行英文自我介绍和简单的问候，学会制作英文名片。 2.能了解美国护照申请的和签证面试的流程，能看懂签证和护照的内容。 3.能掌握机场托运和海关申报的英语口语交际，认识机场英文标识语。 4.能掌握问路、打的的日常英语表达，认识英文路标。 5.能掌握酒店入住、酒店结账的日常英语表达，能看懂英文酒店广告。 6.能掌握餐馆预定和餐馆点菜的日常英语表达，能看懂英文看单。 7.能掌握景点的推荐、行程、介绍，能看懂旅游景点的介绍。 8.能掌握租房的日常英语表达，能看懂租房广告。 9.能掌握超市购物、商场购物的日常英语表达，能看懂商场的英文标识语。 10.能掌握面试的自我介绍和面试的英语口语表达，学会制作英文简历。 11.能掌握工作会议、商务谈判的英语表达，学会工作日程表的制作。 12.能掌握邀请参加晚宴、聊度假的日常英语表达，学会书写邀请信的。 13.能掌握预约、看病的日常英语表达，能看懂英文药品说明书。 14.能了解感恩节、圣诞节的文化和传统，能制作英文贺卡。	
学习内容：	教学实施要求：
问候与介绍、申请护照、飞机安检、 交通与问路、酒店入住、餐馆点餐、 游览景点、租房、购物、求职、工作、交友、 看病、庆祝节日	教学上实行在线网络教学和线下课堂教学相结合的混合式教学模式。教学方法以任务驱动法、情景教学法为主要教学方法，配合以角色扮演法。课程以作业、小组活动完成的任务为主。
课程考核与评价：	
本课程属于校内“形成性考核”标准与题库开发试点课程。课程采用“形成性”考核方式，其中，口语考核占 30%，学习过程考核占 50%，期末考核占 20%。	

(4) 高等数学 第 1、2 学期（64 学时）

学习目标：
1.本课程为学生职业和人生发展提供所必需的数学思维方法，核心科学素养 2.促进初等及高等的数学理论知识体系的形成，提高学生的函数的知识和思想；极限和积分等的思想和方法； 3.培养学生准确、快速的计算应用能力和运算技能； 4.培养学生能用数学的角度看待问题，数学思维分析问题，应用数学方法解决问题的能力 5.培养学生具有社会主义核心价值观，及自信自强，乐观向上的心理品质；有团队精神，有互帮互助与人和谐共处的

良好个性。对工作学习踏实严谨，一丝不苟的工匠精神。	
学习内容：	教学实施要求：
微积分：一元微积分；概率统计：古典概率，离散型和连续型随机变量及分布；线性代数：矩阵和行列式及 N 元线性方程组的解	1.本课程分 2 个学期完成，分为基础模块+拓展模块 2.教学方法上采用启发式、从具体到抽象、数形结合，多种方法有机结合； 3.教学组织采用小组合作形式，充分采用信息化教学手段； 4.教学环节上每一个模块的内容都由 5 大部分组成，次序如下： 5.课前任务导入预习、课堂精讲知识内容，课堂模拟练习，反馈矫正，小结课堂内容和作业布置。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩以及数学应用模型三部分构成。其中平时占 30%，应用建模占 20%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

(5) 音乐欣赏 第 1 或 2 或 3 或 4 学期（16 学时）

学习目标：	
本课程旨在拓展音乐视野，培养高尚的审美情趣。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 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 2. 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 3. 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 4. 提高人文素养，形成正确的人生观、世界观	
学习内容：	教学实施要求：
1. 音乐欣赏概述 2. 声乐艺术 3. 中西乐器鉴赏 4. 器乐作品体裁与名曲鉴赏 5. 中国传统音乐鉴赏 6. 流行音乐鉴赏	1.学生通过课程学习，掌握必备艺术知识和表现技能，积极参与艺术实践活动。 2、突出学科特点，寓思想品德教育于音乐之中。陶冶学生情操，提高修养，促进学生身心全面发展。 3、结合艺术情境，依据艺术原理和其他知识，对有代表性的音乐作品进行艺术与现实中的审美对象进行描述、分析、解释和判断，丰富审美经验增强审美理解，提高审美判断力。 4、运用观赏、体验、联系、比较等方法，引导学生感受艺术作品的形象与情感。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中平时成绩占 50%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现等。	

(6) 职业道德 第 5 学期（16 学时）

学习目标：	
通过学习本课程，达到以下要求： ① 培养学生干一行、爱一行，成为社会的有用之才； ② 树立以质取胜、以信立本、遵纪守法、公平竞争的作风和行为； ③ 树立团结协作、顾全大局的合作意识； ④ 树立正确的学习观、价值观。	
学习内容：	教学实施要求：

①爱岗敬业、忠于职守的敬业意识； ②讲究质量、注重信誉的诚信意识； ③遵纪守法、公平竞争的规则意识； ④团结协作、顾全大局的合作意识； ⑤刻苦学习、不断进取的钻研精神； ⑥艰苦奋斗、勤俭节约的创业精神	①多采用案例教学，分析现实社会中的真实案例，通过教师引导、学生讨论等多种教学组织形式，潜移默化，让职业道德观念深入学生内心； ②教学组织采用小组合作形式，充分采用信息化教学手段； ③课前任务导入预习、课堂精讲知识内容，课堂模拟练习，反馈矫正，小结课堂内容和作业布置。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中平时成绩占 50%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现等。	

(7) 健康教育 第 5 学期（16 学时）

学习目标：	
通过学习本课程，达到以下要求： ① 树立现代健康意识，养成文明健康的生活方式，提高自觉规避、有效应对健康风险的能力； ②增强防病意识，掌握常见疾病的预防原则和常规措施，提高防控传染病和慢性非传染性疾病的能力； ③树立自觉维护心理健康的意识，掌握正确应对学业、人际关系等方面的不良情绪和心理压力必需的相关技能，提高心理适应能力； ④树立自我保健意识，掌握维护性与生殖健康的知识和技能，提高维护性与生殖健康的能力； ⑤树立安全避险意识，掌握常见突发事件和伤害的应急处置方法，提高自救与互救能力。	
学习内容：	教学实施要求：
①健康生活方式； ②疾病预防； ③心理健康； ④性与生殖健康； ⑤安全应急与避险。	①教学安排上采用情境设置、任务驱动、案例剖析等形式将健康知识灵活地运用在学生的实际生活场景中，并且强调课堂教学内容和课后行为训练相结合，达到知行合一，借此来完成健康知识的学习； ③本门课程在教学安排上非常注重实际问题解决和行为训练。
课程考核与评价：	
由平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中平时成绩占 50%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现等。	

(8) 礼仪风范与人际沟通 第 1 或 2 或 3 或 4 或 5 学期（32 学时）

学习目标：	
本课程旨在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，达到以下要求： 1. 准确获取和解读社交语言信息的能力 2. 准确塑造人际交往过程中的个人形象 3. 提高心理素质增强逻辑思维能力 4. 拓展礼仪认知，增强礼仪自律能力	
学习内容：	教学实施要求：
1. 礼仪概述 2. 个人举止礼仪 3. 公共礼仪 4. 交际礼仪	1. 教学安排上采用情境设置、任务驱动、案例剖析等形式来营造人际交往环境，把教学内容放到相应的工作环境中去，借此来完成语言应用能力的学习。 2. 教学环节上每一个模块的内容都由六大部分组成，次序如下：

5. 职业礼仪	3. 任务导入、任务解析、典型文案、工具箱、哈哈镜、任务训练 4. 本门课程在教学安排上非常注重实训。
课程考核与评价:	
由平时成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中平时成绩占 50%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践成果等。	

(9) 演讲与口才 第 3 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程旨在提高学生的口语表达能力，提升综合素养。通过学习本课程，达到以下要求： 1、学生能够用比较标准和标准的普通话进行一般口语交际、开展工作。 2、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； 3、初步掌握演讲与辩论的基本技能。 4、能够根据不同的情境需要，正确交流与沟通，掌握语气、语调、情感、节奏等口语修辞技巧。 5、口语表达清晰、流畅、得体，有一定应变能力，语态自然大方。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 演讲与口才课程概述 2. 日常口语交际技巧 3. 演讲表达技巧及实践训练 4. 辩论表达技巧及实践训练	1. 教学安排上采用情境设置、任务驱动、案例分析、演讲比赛、辩论赛等形式来营造口语表达的真实环境,把教学内容和实践训练融合一起,借此完成对学生口语表达技巧的理论和实践学习。 2. 教学环节上每一个模块的内容都由六大部分组成,次序如下: 课前口语训练、任务导入、任务解析、典型案例、视频赏析、任务训练。 3. 本门课程在教学安排上非常注重实训。
课程考核与评价:	
由实训成绩、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中实训成绩占 20%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：课前口语训练、考勤、作业、课堂讨论及表现等。	

(10) 瑜伽 第 1 或 2 或 3 或 4 或 5 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程旨在提本课程培养学生终身参与体育锻炼的意识和习惯。树立“健康第一”的指导思想和逐步形成“终身体育”的服务意识。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 增强学生体质健康水平 2. 培养学生坚强的意志品质 3. 集体主义精神。达到身体素质、体育文化素质和体育能力的全面发展	
学习内容:	教学实施要求:
1. 瑜伽冥想 2. 呼吸 3. 体位 4. 放松	1. 教学安排上采用教师讲解、示范，纠错相结合。 2. 教师指导学生练习：采用集体练习和分组练习相结合。 3. 教师注重培养学生树立“健康第一”的指导思想。 4. 本门课程在教学安排上注重学生练习。

课程考核与评价:
由平时成绩和期末考试、二部分构成。其中平时成绩 30%，期末考试成绩占总成绩 70%。

(11) 营销概论 第 1 或 2 或 3 或 4 或 5 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程培养学生认识市场营销,发现市场机会、确定营销战略等技能,初步树立正确的营销观念,培养产品质量之上、顾客至上的职业态度,及实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程,达到以下基本要求: 1.能有效认识和分析市场; 2.能认识到有效收集信息对企业的重要性; 3.能准确进行市场定位和市场细分; 4.能进行初步的 4P 策划。	
学习内容:	教学要求:
1.认识市场营销 2.市场营销环境 3.市场细分与定位 4.4P 策略的运用	1.本课程教学应注重启发式教学,情景式教学,体验式教学,应引入“案例教学法”,强化课堂讨论、实战模拟等内容,同时要求学生在学市场营销理论的同时,要掌握营销实践的方法与程序,要能够运用所学原理进行案例分析。 2.教学方法以启发式教学法和案例教学法为主,配合以情景模拟法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%,平时成绩占 40%,期末考试成绩占总成绩 40%,其中平时成绩包括:作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

(12) 应用文写作 第 4 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程培养学生认识市场营销,发现市场机会、确定营销战略等技能,初步树立正确的营销观念,培养产品质量之上、顾客至上的职业态度,及实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程,达到以下基本要求: 1.能有效认识和分析市场; 2.能认识到有效收集信息对企业的重要性; 3.能准确进行市场定位和市场细分; 4.能进行初步的 4P 策划。	
学习内容:	教学要求:
1.认识市场营销 2.市场营销环境 3.市场细分与定位 4.4P 策略的运用	1.本课程教学应注重启发式教学,情景式教学,体验式教学,应引入“案例教学法”,强化课堂讨论、实战模拟等内容,同时要求学生在学市场营销理论的同时,要掌握营销实践的方法与程序,要能够运用所学原理进行案例分析。 2.教学方法以启发式教学法和案例教学法为主,配合以情景模拟法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%,平时成绩占 40%,期末考试成绩占总成绩 40%,其中平时成绩包括:作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

（三）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

（1）市场营销原理与实务 第1学期（48学时）

学习目标： 本课程培养市场营销的五大基本方法和技能，初步树立正确的营销观念，培养产品质量之上、顾客至上的职业态度，及实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程，达到以下基本要求： 1. 能有效获取和分析市场、测算市场容量； 2. 能有效收集信息、识别市场机会、做出分析和判断； 3. 能准确进行市场定位和营业推广； 4. 能撰写营销方案、策划营销活动； 5. 能团结协作，管理好团队。	
学习内容： 1. 认识市场营销 2. 发现市场机会 3. 确定营销战略 4. 制定营销策略 5. 编制营销计划	教学实施要求： 1. 本课程教学应注重启发式教学，情景式教学，体验式教学，应引入“案例教学法”，强化课堂讨论、实战模拟等内容，同时要求学生在学市场营销理论的同时，要掌握营销实践的方法与程序，要能够运用所学原理进行案例分析。 2. 教学方法以启发式教学法和案例教学法为主，配合以情景模拟法。
课程考核与评价： 由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 40%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践写作成果等。	

（2）企业管理实务 第1学期（48学时）

学习目标： 本课程培养学生企业管理实际应用能力。通过课程教学，达到以下基本要求： 1. 掌握企业管理的基本知识、基本原理。 2. 熟悉基本的企业战略分析、制定、实施等方法和工具 3. 具备良好的企业管理实际应用能力。4. 能撰写营销方案、策划营销活动； 5. 能团结协作，管理好团队。	
学习内容： 1. 现代企业管理的基本理论。 2. 企业运作的基本流程。 3. 企业管理的基本知识、基本原理。 4. 企业战略分析、制定、实施等方法和工具。	教学实施要求： 1. 本课程依据学生的特点和教学内容组织教学，通过主题式教学模式，以学生为主体，以教师为主导，充分利用课前及课后时间，让学生参与到教学过程中。 2. 教学方法以讲授法、案例分析法为主要教学方法，配合以情境模拟法、角色扮演法。
课程考核与评价： 由学习态度、平时成绩和期末考试成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末卷面成绩占总成绩的 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论及分组训练汇报等。	

（3）广告原理与实务 第2学期（64学时）

学习目标：

本课程培养广告策划、创意设计、文稿写作、媒介策略等技能，初步树立遵纪守法、公平竞争意识，培养严谨细致、勇于创新的职业态度，及诚实守信、爱岗敬业的素养。通过学习本课程，达到以下基本要求： 1. 能灵活设计广告创意； 2. 能熟练开展广告调研、策划并创作广告文案； 3. 能正确制订广告策略，选择广告媒体； 4. 能编制广告经费预算，设置效果评估指标； 5. 能有效开展广告媒体运营和推广。	
学习内容：	教学实施要求：
1.认识广告 2.广告调查与分析 3.广告策略 4.广告媒体 5.新媒体广告 6.广告预算 7.广告效果测定	1.本课程教学需以数字技术和网络技术为支撑，借助移动互联网及 APP 实践体验，并通过 QQ、微信、微博等媒体在线交流。 2.教学方法以项目教学法和案例教学法为主，配合以小组讨论法。
课程考核与评价：	
由平时形成性考核成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中形成性考核占 70%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中形成性考核包括实训考核和日常表现考核两种，分值比例分别为：40%、30%。日常表现包括到课率和课堂表现。	

（4）商务礼仪 第 3 学期（64 学时）

学习目标：	
本课程依据商务活动模块确定内容，培养学生在商务活动各环节应遵循的各类礼仪规范和技能，提升学生的商务礼仪职业素养。通过学习本课程，达到以下要求： 1.能规范商务活动中的个人礼仪。 2.能熟练运用社交活动中接待礼仪。 3.能熟练运用职场中仪式礼仪。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 个人礼仪 2. 接待礼仪 3. 仪式礼仪	1.教学上采用情境设置、案例导入、任务驱动等形式来模拟工作场景，把教学内容放到相应的工作任务中去，借此来完成商务礼仪的应用能力。 2.每个项目教学内容均由五部分组成：情景设置、任务驱动、演示讲授、任务训练、课外链接。 3.本门课程在教学安排上坚持“理实一体”，帮助学生知行合一、学以致用。
课程考核与评价：	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 10%，过程考核占 40%，期末考试成绩占 50%，其中过程考核包括：作业、课堂讨论成绩及表现、礼仪实训考核等。	

（5）商品学基础 第 3 学期（64 学时）

学习目标：	
本课程旨在培养学生鉴别商品、检验商品、保养维护商品的基本技能，初步树立学生实事求是、科学严谨、沉着细致、诚实守信的职业素养。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 能对商品进行分类。 2. 能运用基本的感官检验法对常见商品进行初步质量检。 3. 能合理选用各种商品的运输包装、销售包装、防护包装。 4. 能对不同的商品采取正确的措施进行养护。	

学习内容:	教学实施要求:
1. 商品的含义、商品的构成与属性 2. 商品的分类 3. 商品质量 4. 商品标准 5. 商品检验 6. 商品包装与商品养护	1.上课场地需安排在多媒体教室。 2.教学方法以项目教学法、任务驱动法、案例剖析为主，以演示模拟与课堂讨论等方法为辅。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 40%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：课堂讨论成绩及表现、作业及作业成果汇报等。	

(6) 公共关系学 第 3 学期 (48 学时)

学习目标:	
本课程培养学生运用公共关系学进行较好的人际沟通、解决商务公关实际问题的技能，提升学生通过各种传播媒介传递信息、在商品营销过程中恰当运用公共关系学的能力。通过课程教学，达到以下基本要求： 1.了解公共关系的主要构成要素。 2.掌握公共关系的基本概念和原理。 3.能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，解决一些实际公关问题。	
学习内容:	教学实施要求:
1.公共关系的含义和构成 2.公共关系的主体 3.公共关系的客体 4.公共关系的工作程序 5.公共关系危机处理 6.公关礼仪 7.公共关系专题活动	1.本课程依据学生的特点和教学内容组织教学，通过主题式教学模式，以学生为主体，以教师为主导，充分利用课前及课后时间，让学生参与到教学过程中。 2.教学方法以讲授法、案例分析法为主要教学方法，配合以情境模拟法、角色扮演法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末考试成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末卷面成绩占总成绩的 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论及分组训练汇报等。	

(7) 渠道管理 第 3 学期 (32 学时)

学习目标:
本课程旨在培养学生营销渠道建设、渠道成员选择及激励、渠道管理、渠道控制及维护的能力，初步树立学生团结协作、审时度势、灵活机动、诚实守信的职业素养。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 能辨认各种不同类型的渠道模式。 2. 能根据企业、市场和产品的具体情况设计销售渠道。 3. 能根据实际情况合理、科学的选择渠道成员。 4. 能熟练开展渠道激励与控制工作。 5. 能选择合适的方法管理渠道。

6. 能熟练掌握渠道冲突的原因及其解决方案。 7. 能熟练地开展渠道维护工作。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 营销渠道认知 2. 营销渠道战略模式 3. 营销渠道结构设计 4. 营销渠道成员选择与激励 5. 营销渠道权利与控制 6. 营销渠道冲突与解决 7. 营销渠道维护	1. 上课场地需安排在多媒体教室。 2. 教学方法以情境设置、任务驱动、案例剖析为主，以角色模拟与课堂讨论等方法为辅。
课程考核与评价:	
由基本理论考核（期末卷面考核）、书面案例考核、基本素质考核（课堂表现）三部分构成。其中学习态度占 30%，书面案例考核 20%，基本素质考核 50%，其中基本素质考核包括：课堂表现（25%）+汇报表现（25%）+团队合作（25%）+创新性（25%）。	

（8）消费者行为分析 第 4 学期（32 学时）

学习目标:	
本课程培养学生合理分析客户需求、发现购买者行为规律的技能，培养学生在掌握消费者心理及行为分析后，制定一些实用营销策略及灵活处理企业营销中的具体问题的能力。通过课程教学，达到以下基本要求：	
1. 了解消费者行为的基本理论，掌握影响消费者行为的各种因素，及消费者购买的基本心理规律。 2. 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，改变消费者的购买行为。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 消费者行为概念 2. 消费者行为研究的主要内容 3. 消费者行为研究理论基础和研究方法 4. 影响消费者行为的内部因素 5. 影响消费者行为的外部因素 6. 消费者购买决策的过程	本课程依据学生的特点和教学内容组织教学，在教学过程中，立足于加强学生实际操作能力的培养，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。 教学方法以项目教学法、案例教学法为主要教学方法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末考查成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末考查成绩占总成绩的 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论及分组训练汇报等。	

（9）客户关系管理 第 4 学期（56 学时）

学习目标:	
本课程旨在培养学生客户识别与分析、客户信息管理与细分、客户满意与忠诚管理、客户投诉处理等基本技能，初步树立学生从事客服岗位中所需的与客户沟通、自我学习、抗挫折、敬业的职业素养。通过学习本课程，达到以下要求：	
1. 能对准确找到所需的潜在客户。 2. 能设计客户档案信息表，并对客户进行细分。 3. 能采用合理的措施让客户满意。 4. 能对和客户进行良好的沟通。	

5. 能有效的处理客户投诉。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 认识客户关系管理 2. 寻找潜在客户 3. 客户信息管理与客户细分 4. 客户满意与客户忠诚 5. 客户投诉处理	1.上课场地需安排在多媒体教室。 2.教学方法以项目教学法、任务驱动法、案例剖析为主，以演示模拟与课堂讨论等方法为辅。
课程考核与评价：	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 40%，期末考试成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：课堂讨论成绩及表现、作业及作业成果汇报等。	

(10) 大数据在营销中的运用 第 4 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程旨学生精准营销的职业能力。通过学习本课程，达到以下要求： 1.能在企业营销工作中运用大数据。 2.能在企业管理运营领域的应用大数据。	
学习内容：	教学实施要求：
1.分析用户行为与特征。 2.引导产品及营销活动投用户所好。 3.竞争对手监测与品牌传播。 4.品牌危机监测及管理支持。 5.SCRM 中的客户分级管理支持。 6.市场预测与决策分析。	1.上课场地需安排在实训室。 2.教学方法以项目教学法、任务驱动法、案例剖析为主，配合以小组讨论法。为辅。
课程考核与评价：	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、成果等。	

(11) 专业认知实训 第 1 学期 (24 学时)

学习目标：	
本课程旨在培养学生爱岗敬业的意识，增强学生对企业、行业、专业的兴趣。通过学习本课程，达到以下要求： 1.了解企业供应、生产、销售各经营环节。 2.领悟企业经营技巧。 3.树立共赢理念、团队合作精神和保持诚信意识。	
学习内容：	教学实施要求：
1.战略管理 2.营销生产管理 3.财务管理 4.信息管理	1.上课场地需安排在机房，并安装中教畅享市场营销技能竞赛软件，需要每位学生用电脑进行操作。 2.实训教学方法以任务驱动法、教师指导为主，以小组讨论等方法为辅。
课程考核与评价：	
由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中过程考核占 30%，实训成果占总成绩 70%，其中过程考核包括：出勤情况、实训态度与实训表现等。	

(12) 市场调查实训 第2学期 (24 学时)

学习目标:	
本实训旨在培养学生设计调研方案、设计调研问卷、数据收集分析和撰写调研报告的基本技能，初步树立具备调研岗位中所需要的科学严谨、实事求是、全面思考、计划组织、分析归纳、协作敬业的职业素养。通过学习本实训，达到以下要求： 1. 能根据给出的背景材料，根据调研目的，设计合理、可行的调研方案。 2. 能根据调研内容与目的，设计调研问卷。 3. 能根据给出的数据进行分析与整理。 4. 能撰写出结构完整、结论客观的、建议可行的调研报告。	
实训内容:	教学实施要求:
1. 设计调研方案。 2. 设计调研问卷 3. 撰写调研报告	1. 上课场地需安排在机房，机房需配备 50~60 台电脑，用于实训操作。 2. 机房需配备有投影仪和音响设备，用做现场讲解； 3. 实训教学方法以任务驱动法、小组讨论为主，以教师指导等方法为辅。
课程考核与评价:	
由实训过程考核+实训成果考核两部分组成。其中过程考核 30%，实训成果考核 70%，其中过程考核包括：出勤情况、实训态度与实训表现等。	

(13) 产品推销实训 第2学期 (24 学时)

学习目标:	
本课程培养学生进一步掌握推销岗位的实际应用技巧，提升学生的营销实操能力，使学生更加适应未来的营销工作。通过本课程教学，达到以下基本目标： 1. 能够掌握推销的内涵与实质； 2. 能够掌握推销岗位的操作技能 3. 能够了解推销岗位的基本要求，完善自身推销能力，为未来就业奠定基础。	
实训内容:	教学实施要求:
1. 寻找识别顾客 2. 接近顾客 3. 推销洽谈 4. 处理顾客异议 5. 推销成交	1. 在课程教学中，重点培养学生的实际操作能力，教学手段现代化、多样化，理论与实操并重。 2. 教学方法采用实例、分组讨论、角色扮演、任务驱动等多种教学方法，以学生为主体，以具体实践活动为载体，提高学生积极性与创造性。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩、期末卷面成绩三部分构成，其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末成绩占 50%，其中平时成绩包括：作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践成果等	

(14) 互联网+企业经营管理实训 第4学期 (24 学时)

学习目标:	
本课程旨在培养创新型复合型应用人才。通过学习本课程，达到以下要求： 1.掌握决策、管理和优化管理方案的方法。 2.能设计和模拟企业管理信息化经营的形式。 3.掌握先进的管理信息化工具及动手能力。	
学习内容:	教学实施要求:

1.目标市场分析与选择 2.制订价格策略 3.渠道策略 4.促销策略 5.产品策略 6.财务分析	1.上课场地需安排在装有“约创云平台”软件的机房，需要每位学生用电脑进行操作。 2.实训教学方法以任务驱动法、教师指导为主，以小组讨论等方法为辅。
课程考核与评价：	
由实训过程考核+实训成果考核两部分组成。其中过程考核 30%，实训成果考核 70%，其中过程考核包括：出勤情况、实训态度与实训表现等。	

(15) 商务谈判实训 第4学期 (24 学时)

学习目标：	
本实训课程综合训练学生商务谈判的各项技能，初步树立正确的职业道德意识和谈判观念，培养辩证思维与沟通能力、良好的心理素质和现场应变能力，培养实事求是、爱岗敬业的素养。通过课程实训，达到以下基本要求： 1.能根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方； 2.能站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备； 3.能自然流畅地进行背对背演讲，展示己方风采； 4.能根据谈判的要求和实施流程进行不卑不亢、有礼有节的谈判； 5.能充分驾驭谈判节奏、团队协作较好。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 商务谈判礼仪规范 2. 商务谈判计划书 3. 商务谈判实施流程	1.实训场地需安排在谈判模拟实训室，应配备投影仪、音响、电脑、办公桌椅等设备及名字签、工作牌等办公用品。 2.实训方法情景模拟法和角色扮演为主，配合以小组讨论法。
课程考核与评价：	
本实训由职业素养考核、方案考核和实施流程考核三部分构成。其中职业素养占 20%，谈判方案占 40%，实施流程成绩占总成绩 40%。	

(16) 综合模拟实训 第5学期 (96 学时)

学习目标：	
本实训课程综合训练学生商务谈判的各项技能，初步树立正确的职业道德意识和谈判观念，培养辩证思维与沟通能力、良好的心理素质和现场应变能力，培养实事求是、爱岗敬业的素养。通过课程实训，达到以下基本要求： 1.能根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方； 2.能站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备； 3.能自然流畅地进行背对背演讲，展示己方风采； 4.能根据谈判的要求和实施流程进行不卑不亢、有礼有节的谈判； 5.能充分驾驭谈判节奏、团队协作较好。	
学习内容：	教学实施要求：
1. 商务谈判礼仪规范 2. 商务谈判计划书 3. 商务谈判实施流程	1.实训场地需安排在谈判模拟实训室，应配备投影仪、音响、电脑、办公桌椅等设备及名字签、工作牌等办公用品。 2.实训方法情景模拟法和角色扮演为主，配合以小组讨论法。
课程考核与评价：	

本实训由职业素养考核、方案考核和实施流程考核三部分构成。其中职业素养占 20%，谈判方案占 40%，实施流程成绩占总成绩 40%。

(17) 毕业设计 第 5 学期 (96 学时)

学习目标:	
本实训课程训练学生针对性开展调研、分析、设计(优化设计)的技能,培养其综合运用所学为企业分析、解决问题的能力,及管理、创新的思维。通过课程实训,达到以下基本要求: 1.能制订调研计划与方案,并开展调研。 2.能统计分析调研结果,得出调研结论,提出对策建议。 3.能根据调研结果和对策建议,针对性设计管理制度或优化方案。 4.能按标准规范文本格式,并按要求打印、装订。	
学习内容:	教学要求:
1.指导老师下达设计任务。 2.调研与分析。 3.实施设计与修订 4.答辩与成绩评定。	1.选拔符合一定条件的专业老师作为指导老师,对每一位学生各安排校内、企业指导老师各一人。每位指导老师指导学生不得超过 15 人。 2.设计选题由学生在设计选题库中自行选择,但选取同一选题的学生不得多于 3 人
课程考核与评价:	
本课程属于实践课程,考核分为过程性考核和结果考核。其中工作态度占 20%,成果科学性占 20%,成果规范性占 20%,成果完整性占 20%,成果质量占 20%。由学生所在二级学院组织评阅小组评阅后给出成绩。	

(18) 顶岗实习 第 5、6 学期 (480 学时)

学习目标:	
本实训课程综合训练学生各项营销技能,培养学生端正、积极的工作态度及综合职业素养,并进一步提升学生职业规划意识,提升学生岗位工作适应性与竞争力。通过课程实训,达到以下基本要求: 1.能按要求完成校内实习动员与安全教育,接受实习单位岗前培训并考核通过。 2.能按岗位工作标准完成岗位工作,接受企业导师指导,及时纠正工作中的错误。 3.能按要求及时开展阶段总结与自省自查,撰写实习周记,及实习总结。 4.能按企业要求结束实习工作或与企业签订劳动合同。	
实训内容:	教学要求:
1.动员、安全教育与任务下达。 2.岗前培训。 3.上岗实习。 4.总结与成绩评定。	1.对每一位学生各安排校内、企业指导老师各一人。每位指导老师指导学生不得超过 10 人。实习开展前需进行安全教育,考核合格方可实习。 2.顶岗单位需经过招就处、教务处和二级学院审批;实习开始前需签订校、企、生三方实习协议;实习单位需给实习学生购买实习保险;上岗前实习单位应安排学生开展安全演练。
课程考核与评价:	
本课程属于实践课程,考核分为校内考核和企业考核两部分,其中校内考核成绩占 40%,企业考核成绩占 60%。校内导师主要考核学生实习前参与动员、安全教育情况及实习文件质量;企业导师主要考核学生实习期的工作态度、工作质量,最终由校内指导老师汇总计算学生顶岗实习成绩。	

2. 专业必修课程

(1) 市场调查原理与实务 第2学期 (64 学时)

学习目标:	
本课程旨在培养学生市场调研方案和调研问卷的设计、市场信息的收集与整理分析和调研报告的撰写的基本技能,初步树立学生科学严谨、实事求是、全面思考、计划组织、协调沟通、团队协作、归纳分析、吃苦耐劳的职业素养。通过学习本课程,达到以下要求: 1. 能根据具体情况选择适合的调查方式与方法。 2. 能根据具体情况设计市场调研方案。 3. 能根据具体情况设计市场调研问卷。 4. 能客观、科学地处理与分析调研数据。 5. 能根据调研数据撰写调研报告。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 市场调研的基本知识 2. 市场调研的方式与方法 3. 市场调研方案的设计 4. 市场调研问卷的设计 5. 市场调研数据的分析 6. 市场调研报告的撰写	1. 上课场地需安排在机房,机房需配备 50~60 台电脑,用于课堂所需的实训操作。 2. 机房需配备有投影仪和音响设备,用做现场讲解、作业及成果汇报与分享; 3. 教学方法以项目教学法、任务驱动法、案例剖析为主,以角色模拟与课堂讨论等方法为辅。
课程考核与评价:	
由过程性考核、成果考核和期末卷面考核三部分构成。其中过程性考核占 30%,成果考核占 50%,期末考试成绩占总成绩 20%,其中过程性考核包括:考勤、课堂表现、作业及作业汇报等;成果考核包括:设计调研方案、设计调研问卷与撰写调研报告三个成果。	

(2) 推销原理与实务 第2学期 (64 学时)

学习目标:	
本课程培养学生未来商务交易活动中推销的基本理论知识与应用技能,提升学生的推销职业素养能力。通过课程教学,达到以下基本目标: 1.能够掌握市场推销的内涵及实质并运用所学知识有效的寻找、发现客户; 2.能够运用各种推销洽谈技巧应对不同风格的客户; 3.能够娴熟的运用多种方法有效处理顾客异议; 4.能够掌握推销过程各个阶段的基本方法与技巧,充分利用各种成交机会促成交易。	
学习内容:	教学实施要求:
1.认识推销 2.储备推销素养 3.寻找识别顾客 4.接近顾客 5.推销洽谈 6.处理顾客异议 7.推销成交	1.在课程教学中,重视理论教学与实践操作相结合,突出技巧培养目标,注重学生口头表达能力的训练,运用大量案例分析来教学,激发学生学习兴趣,增强教学效果。 2.教学方法以教授法、讨论法、任务教学法为主,同时配以角色扮演法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩、期末卷面成绩三部分构成,其中学习态度占 20%,平时成绩占 30%,期末成绩占 50%,其中平时成绩包括:作业、课堂讨论成绩及表现、社会实践成果等。	

(3) 新媒体营销 第3学期 (64 学时)

学习目标:	
本课程培养从事新媒体营销的六大基本方法和技能，初步树立正确的职业道德和较强的责任意识，培养产品质量之上、顾客至上的职业态度，及实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程，达到以下基本要求： 1. 能够根据不同新媒体传播的特点和规律，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动； 2. 能够利用微博开展运营，正确地使用微博的各项功能，顺利地引流、吸粉、互动，做好维护工作； 3. 能够利用微信和短视频开展运营，灵活地根据企业产品信息编撰软文，制作和发表图文与视频，开展营销活动； 4. 能够利用论坛营销，独立地策划营销活动，制造热点话题，吸引目标消费群体的注意； 5. 能够合理地融合新旧媒体，策划营销推广活动，保证活动的顺利执行。 6. 能够撰写科学而可行的新媒体营销策划方案书。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 新媒体营销概述 2. 微信营销 3. 微博营销 4. 短视频营销 5. 论坛营销 6. 社群营销 7. 新媒体全案运营与策划	1. 本课程教学需以数字技术和网络技术为支撑，借助移动互联网及APP 实践体验，并通过 QQ、微信、微博、论坛、短视频等媒体在线交流。 2. 教学方法以多媒体教学法和案例教学法为主，配合以小组讨论法。
课程考核与评价:	
由平时形成性考核成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中形成性考核占 70%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中形成性考核包括实训考核和日常表现考核两种，分值比例分别为：40%、30%。日常表现包括到课率和课堂表现。	

(4) 商务谈判 第4学期 (64 学时)

学习目标:	
本课程培养商务谈判的基本方法和技能，初步树立正确的职业道德意识和谈判观念，培养辩证思维与沟通能力，良好的心理素质和现场应变能力，培养实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程，达到以下基本要求： 1. 能从事一般商务谈判的前期准备、策划； 2. 能从事商务谈判计划书的制定； 3. 能完成商务谈判各个阶段的任务； 4. 能在商务谈判中运用谈判的策略与技巧。	
学习内容:	教学实施要求:
1. 认识商务谈判 2. 商务谈判准备 3. 商务谈判过程 4. 商务谈判结束 5. 商务谈判礼仪	1. 上课场地需安排在谈判模拟实训室，应配备投影仪、电脑、办公桌椅等设备及名字签、工作牌等办公用品。 2. 教学方法以问题导入教学法和案例教学法为主，配合以角色扮演法。
课程考核与评价:	
由平时形成性考核成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中形成性考核占 70%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中形成性考核包括实训考核和日常表现考核两种，分值比例分别为：40%、30%。日常表现包括到课率和课堂表现。	

(5) 营销策划 第4学期 (64 学时)

学习目标：	
本课程旨在培养学生营销策划四种核心能力。通过学习本课程，达到以下要求： 1.能为企业进行公关策划。 2.能为企业进行广告策划。 3.能为企业进行促销策划。 4.能为企业进行品牌策划。	
学习内容：	教学实施要求：
1.营销策划书的撰写 2.企业广告宣传方案撰写 3.企业公关活动方案撰写 4.企业促销活动方案撰写 5.企业品牌策划	1.教学上采用案例导入、任务驱动等形式来模拟工作项目，把教学内容放到相应的工作任务中去，借此来完成营销策划能力的学习。 2.每个项目教学内容都由五大部分组成，次序如下：案例导入、任务驱动、文案欣赏、课外链接、任务训练 3.本门课程在教学安排上以实训为主。
课程考核与评价：	
由学习态度、过程考核和期末考核成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，过程考核成绩占 40%，期末考核成绩占总成绩 40%，其中平时成绩包括：到课率、作业完成、课堂讨论及表现等。	

(6) 企业经营沙盘模拟实训 第 3 学期 (48 学时)

学习目标：	
本实训旨在培养学生商务数据采集与分析、竞争策略分析、营销活动策划、组织与执行、成本核算与财务管理等综合技能，以促进营销理论学习、营销技能训练与岗位实践的有机结合，初步树立学生科学严谨、观大局、统筹协调、灵活机动、团队协作的职业素养。通过学习本课程，达到以下要求： 1. 能进行商务数据采集与分析； 2. 能根据实际情况进行产品目标市场选择与定位； 3. 能根据实际情况进行企业产品的竞争策略分析与执行； 4. 能根据实际情况制定合理的渠道策略、价格策略、促销策略等营销策略； 5. 能进行成本核算与财务管理； 6. 能对竞争市场进行综合判断分析。	
实训内容：	教学实施要求：
1. 熟悉市场营销模拟平台的规则及操作； 2. 组成企业并进行企业角色分工； 3. 分析市场营销环境与开拓市场； 4. 开发客户与参与投标； 5. 投放招商广告与选择订单； 6. 研发产品、原料采购、生产运营； 7. 渠道、价格、促销策略的选择与制定； 8. 成本核算与财务管理； 9. 汇报总结。	1.需配备市场营销沙盘模拟实训室 2~3 间，每间配备 50~60 个工位，用作沙盘模拟实训场地。 2.每个市场营销沙盘模拟实训室需安装中教畅享公司开发的市场营销综合实训与竞赛系统软件，并配一台打印机，用作展开模拟实训。 3.每个市场营销沙盘模拟实训室需配备有投影仪和音响设备，用做现场汇报与分享； 4.实训教学方法以任务驱动法、小组讨论为主，以教师指导等方法为辅。
课程考核与评价：	
由实训态度考核+过程战绩考核+班级 pk 赛考核三部分组成。其中实训态度考核 20%，过程战绩考核 40%，班级 pk 赛考核 40%，其中过程考核包括：出勤情况、实训态度与实训表现等。	

3. 专业选修课程

(1) 经济法 第 5 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程培养学生运用运用公司法律制度、合同法律制度保证企业正常运营的能力。通过课程教学,达到以下基本要求: 1.了解经济法的基本理论、基本原理。 2.掌握经济法的具体制度。 3.能运用经济法解决企业一些实际问题。	
学习内容:	教学实施要求:
1.经济法基本理论、基本原理 2.经济法学的研究对象 3.公司法合同法、反不正当竞争法、劳动法。	1.本课程依据学生的特点和教学内容组织教学,通过主题式教学模式,以学生为主体,以教师为主导,充分利用课前及课后时间,让学生参与到教学过程中。 2.教学方法以讲授法、案例分析法为主要教学方法,配合以情境模拟法、角色扮演法。
课程考核与评价:	
由学习态度、平时成绩和期末考试成绩三部分构成。其中学习态度占 20%,平时成绩占 30%,期末卷面成绩占总成绩的 50%,其中平时成绩包括:作业、课堂讨论及分组训练汇报等。	

(2) 财务基础 第 5 学期 (32 学时)

学习目标:	
本课程培养学生财务报表认知与简单分析、利用资金时间价值理财决策、筹资决策、项目投资决策、营运资金管理技能,树立资金时间价值和风险意识,提升财务信息收集、整理、分析与决策能力。通过课程教学,达到以下基本要求: 掌握资金时间价值与运用、风险与风险价值衡量,了解筹资渠道、经营杠杆、财务杠杆和复合杠杆。 能简单分析财务报表。 能预测企业筹资需求、计算资金成本,能进行资本结构决策。 能运用项目投资评价方法进行简单的项目投资决策。 能确定最佳现金持有量、确定存货经济批量。	
学习内容:	教学实施要求:
1.财务管理的价值观念认知 2.财务报表认知与分析 3.筹资管理 4.项目投资管理 5.营运资金管理	1.本课程教学场地安排在教室即可,需配备多媒体投影设备。 2.教学方法以案例教学法为主,配合以任务驱动教学法以。 3.课堂或课后作业由个人或小组完成。
课程考核与评价:	
本课程考核由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%,平时成绩占 30%,期末考试成绩占总成绩 50%。平时成绩评定内容包括作业、课堂讨论成绩及小组表现等。	

(3) 茶酒文化 第 5 学期 (32 学时)

学习目标:
本课程培养学生品鉴六大茶类、各类酒水的技能,提升学生文化职业素养和创新能力。通过课程教学,达到以下基本要求: 1、能正确制作、品鉴各类茶、酒、饮料。

2、能创新酒水产品。 3、能与宾客进行有效的沟通，自信地适应社会职业化角色变换。	
学习内容：	教学实施要求：
1、茶酒理论知识 2、茶水冲泡品鉴 3、酒水饮料品鉴	1.上课场地需安排在茶水实训室，实训室应配备有茶叶、茶具、茶器、酒水等耗材，课时安排四节连排。 2.教学方法以实训指导法、任务驱动法为主要教学方法，配合以情境教学法。
课程考核与评价：	
最终成绩由个人平时成绩和小组实训成绩两部分组成，各占 50%。其中个人平时成绩包括：理论知识考核、考勤、互动、个人训练项目等。教师给出各小组实训成绩，小组内由组长确定出各成员的得分，单人成绩与小组分配成绩相加，得出该生的最终考核成绩。	

(4) 国际贸易 第 4 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程旨在提高学生的国际商务谈判能力、合同签订能力、信用证申请与审核能力、国际货运与保险办理等外贸职业能力。通过学习本课程，达到以下要求：	
1.掌握进出口合同订立的能力和进出口贸易业务履行过程中各种业务程序如：报检、运输、保险、仲裁、索赔以及履行合同的基本能力； 2.运用谈判技巧和选择谈判策略的能力以及良好的沟通与协调能力； 3.审核信用证、填制各种业务单据能力； 4.掌握在不同业务环节，学生学会处理贸易问题或贸易纠纷能力； 5.学会运用网络等相关手段，具备把握外贸业务和相关法律法规信息不断变化的能力。	
学习内容：	教学实施要求：
1.贸易前的准备； 2.贸易合同的磋商与订立； 3.国际贸易合同条款的拟定； 4.进出口合同的履行。	1.教学安排上采用任务驱动、角色扮演、案例剖析等形式来营造职场的工作环境，把教学内容放到相应的工作环境中去，借此来培养学生的外贸职业能力素养； 2.教学环节上每一个模块的内容都由七大部分组成，次序如下： 引任务、思问题、学知识、练技能、完任务、测效果、课后拓展； 3.本门课程在教学安排上非常注重实训。
课程考核与评价：	
最终成绩由学习态度、平时成绩和期末卷面成绩三部分构成。其中学习态度占 20%，平时成绩占 30%，期末考试成绩占总成绩 50%，其中平时成绩包括：出勤、课堂表现、小组任务等。	

(5) 网店运营与推广 第 3 学期 (32 学时)

学习目标：	
本课程培养网店运营与推广的基本方法和技能，初步树立正确的营销观念，培养产品质量之上、顾客至上的职业态度，及实事求是、爱岗敬业的素养。通过学习本课程，达到以下基本要求：	
1.会网络购物； 2.会网店的装修和美化，能开设个性化网店； 3.能进行宝贝促销并做好客服咨询； 4.能做好数据分析和储存、运营管理； 5.能运用所学知识解决网店经营管理中遇到的各种实际问题。	
学习内容：	教学实施要求：

1.网店团队建设 2.网店宝贝管理 3.网店销售促进 4.网店客服咨询 5.网店售后服务 6.网店运营分析	1.本课程教学需以数字技术和网络技术为支撑，借助移动互联网及APP 实践体验，并通过淘宝、QQ、微信等媒体在线交流。 2.教学方法以项目教学法和情境教学法为主，配合以小组讨论法。
课程考核与评价：	
由平时形成性考核成绩和期末卷面成绩两部分构成。其中形成性考核占 70%，期末考试成绩占总成绩 30%，其中形成性考核包括实训考核和日常表现考核两种，分值比例分别为：40%、30%。日常表现包括到课率和课堂表现。	

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间分配

表 6 教学活动时间分配表（单位：周）

环节 学期	理 实 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	1	2	20
二	16	2					1	1			20
三	16	2						1		1	20
四	16	2					1	1			20
五	8	4			2	4		1		1	20
六					18			1	1		20
合计	70	10	1		20	4	3	6	2	4	120

注：顶岗实习安排 24 周，其中，第五学期 2 周，第六学期 18 周，寒假 4 周。

（二）学时学分比例统计

表 7 学时比例统计表

课程类别		课程 门数	学 分	学时分配			占总学时比例	
				理论课	实践课	合计	实际占比	国家/学校 标准
公共基础课		14	38	340	300	640	25%	≥25%
专业（技能）课		24	87	392	1240	1632	63.8%	
选修课	公共选修课	6	12	156	36	192	11.2%	≥10%
	专业选修课	3	6	60	36	96		
合计		47	143	948	1612	2560	100%	2500-2640
占总学时比例				37%	63%	100%		

（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

序号	内容	基本要求
1	教师总数	专任教师的生师比不高于 25:1（不含公共课教师）
2	教师储备	建立一个与教学团队人数相当的教师库
3	专兼职教师比	按 8:2 配备专、兼职教师，兼职教师应主要来自于行业企业
4	年龄结构	老中青教师比为 2:4:4
5	学历与职称结构	任课教师具备本科及以上学历，其中专任教师中具有硕士学位的教师比例达到 60%以上，专任教师职称要求中、高级达到 80%，其中高级职称教师不少于 55%
6	专业带头人	原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，能够带领教学团队完成专业建设、课程建设与教学改革等工作。
7	骨干教师	骨干教师占教师总数的 25%以上，骨干教师要求能主讲 2 门及以上专业课程，其中至少 1 门为专业核心课程；至少带 1 名青年教师。
8	师德师风	具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。具备法纪观念和团队精神；具备良好的职业道德和爱岗敬业精神；具备正确的政治立场、观点、方法和坚定的理想信念；具备以学生为中心的教育理念。
9	教学能力	具有较强的语言表达能力；具有较丰富的教育教学知识，有扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力；具备专业课程的教学能力和实践教学指导能力，具有开拓创新的精神；能从事、承担本专业核心课程及相关专业教学任务；能够将学生的思想道德教育融入到教学全程。
10	科研能力	能够开展课程教学改革和科学研究，教学团队中的教师至少有一项校级以上的科研课题。
11	双师素质	教学团队双师素质要求达到 90%，获得职业技能证书的比例达到 80%以上，中青年专任教师近 3 年必须到企业任职 4 个月以上；专任教师具有半年以上企业挂职；对行业企业的工作岗位都有较充分的了解；熟悉行业企业工作岗位流程和典型工作任务。

（二）教学设施

主要包括校内专业教室、校内实验实训室和校外实训基地

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

1. 校内专业教室

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

表 5 校内实训资源列表

序号	实训室名称	主要设施设备	实训项目	工位数	要求
1	“互联网+企业经营管理模拟”实训室	计算机	互联网+企业经营管理	60	多媒体设备及互联网接入，“互联网+企业经营管理软件”的配备
		互联网+企业经营管理教学软件			
2	“企业经营沙盘模拟”实训室	计算机	企业经营沙盘模拟实训	60	多媒体设备及互联网接入，“企业经营沙盘模拟”
		企业经营拟沙盘教学软件			
3	商战实训室	计算机	认知实训	60	互联网接入，多媒体设备，物理沙盘台面
		物理沙盘台面			
4	市场营销综合实训室	计算机	市场调查原理与实务 商务谈判 推销原理与实务 商务礼仪 公共关系学 新媒体营销 营销策划 广告原理与实务	60	互联网接入，多媒体设备
		商务谈判桌椅			互联网接入，多媒体设备
5	1+X 证书数字营销实训室（待建）	计算机	数字营销实训	60	互联网接入，多媒体设备，数字营销实训平台
		数字营销实训平台			

3. 校外实训基地

根据本专业特点，认知实训、顶岗实习等均采用学院统一安排的原则。校外实训基地类型应包括销售型、零售连锁型、房产销售型培训型等大、中、小、微企业；逐步实现校外实训基地与就业基地的融合，实现顶岗实习和就业的连通。

现有校外实训基地 3 个，能同时吸收容纳 300 人左右顶岗实习，现有顶岗实习岗位主要集中于营业员、导购员、经纪人和其他销售岗。后期将加大校外实训基地开发力度，完善校外实训基地合作与管理机制，保障合作的稳定性；通过专业引导、就业课引导本专业学生树立正确的就业观，从一线干起，认真务实的工作，为从业奠定良好的职业基础。

表 6 校外实训资源列表

序号	实训基地名称	工作（实训）岗位	主要实训项目	要求	备注
1	沃尔玛商业零售有限公司	推销员、调研员、访问员、统计员、理货	认知实训 市场调查实训	1. 能按要求完成实训并考核通过。 2. 能按岗位工作标准完成岗位工作。	

		员、收银员、实习生、 经理助理工作	推销实训 顶岗实训	3. 能按要求及时开展阶段总结与自省 自查, 撰写实训报告、实习总结。	
2	步步高超市	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	认知实训 市场调查实训 推销实训 顶岗实训	1. 能按要求完成实训并考核通过。 2. 能按岗位工作标准完成岗位工作。 3. 能按要求及时开展阶段总结与自省 自查, 撰写实训报告、实习总结。	
3	长沙贝壳房地产 经纪有限公司	置业顾问(经纪人)、 渠道专员、客户经理、 区域经理助理	认知实训 市场调查实训 推销实训 顶岗实训	1. 能按要求完成实训并考核通过。 2. 能按岗位工作标准完成岗位工作。 3. 能按要求及时开展阶段总结与自省 自查, 撰写实训报告、实习总结。	

(三) 教学资源

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

1. 教材选用基本要求

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

2. 图书文献配备基本要求

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

(2) 保障有种类齐全、数量充足、内容广泛的专业技术资料和国家、行业颁布的最新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. 数字教学资源配置基本要求

(1) 所有专业课程的多媒体课件。

(2) 所有专业课程的试题库。

(3) 所有专业课程的教学标准。

(4) 市场营销模拟沙盘教学软件。

(5) 互联网+企业经营管理教学软件。

(6) 省、校级精品课程的微课、视频。

(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》、《公共关系学》、《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”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。

《新媒体营销》、《推销原理与实务》、《商务谈判》、《市场调查原理与实务》、《网店运营推广》等核心课程、专业课程多采用此种教学方法。

(五) 学习评价

1、理实一体化课程考核办法

理实一体化课程最终成绩由个人平时表现(30%)、过程考核(40%)和期末考核(30%)三部分组成。

2、实训课程考核办法

实训课程最终考核成绩由过程考核(50%)和成果考核(50%)两部分组成。

3、顶岗实习考核办法

校外顶岗实习考核由实习报告评价、实习过程评价两部分组成。分别占总成绩的50%、50%,其中实习过程评价由企业评价。

(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、社会科学等方面的基础知识；系统掌握市场营销原理与实务、市场调查、商务谈判、新媒体营销、推销原理与实务、营销策划等方面的专业知识；具有运用所学知识和技能解决营销推广、商务谈判、营销策划、运营管理等问题的初步能力。

（三）至少获得总学分 143 学分，其中必修课 125 学分，限定选修课 8 学分，任意选修课 4 学分，专业选修 6 学分。

（四）鼓励学生在校期间取得英语等级证书和与专业相关的职业资格证书或技能证书。

十、附录

附录 1：教学进程安排表

附录 2：人才培养方案修订审批表

附录 3：2021 级专业人才培养方案制（修）订说明

附录 1

教学进程安排表

课程性质	课程类别	课程序号	课程编码	课程名称	课程类型	学分	课时数			年级/学期/课内周数/周学时						考核方式		开课周次或方式
							总课时	其中		一年级		二年级		三年级		考试	考查	
								理论课	实践课	1	2	3	4	5	6			
										20周	20周	20周	20周	20周	20周			
必修课	公共基础课	1	000001	入学教育	B	1	24	24		(24)						C	1周	
		2	000002	思想道德修养与法律基础	B	3	48	36	12	4*12						E		
		3	000003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	48	16		4*16					E		
		4	000004	形势与政策	B	1	32	24	8							C	每学期4-6学时	
		5	000005	大学体育	B	6	108	16	92	2	2	2				C	理论课采用线上教学	
		6	000006	大学语文(传统文化教育)	A	2	28	28	0	3*14						C		
		7	000014	计算机应用技术	B	3	48	12	36		3*16					C		
		8	000007	军事技能	C	6	96	0	96	(48)		(24)		(24)		C		
		9	000008	军事理论	A	2	32	32	0		2*16					C	线下16学时,线上16-20学时	
		10	000009	大学生心理健康教育	A	2	32	32	0		2*16					C		
		11	000010	职业发展与就业指导	A	2	32	32	0	2*8			2*8			C		
		12	000011	大学生创新创业教育	A	2	32	32	0				2			C		
		13	000012	公益劳动与职业素养体验课	C	2	32	0	32	(48)	(24)		(24)			C	劳动周完成	
		14	000018	安全教育及安全防范技术	C	2	32	24	8			2*16				C		
		小计					38	640	340	300	9	11	4	4				
	专业(技能)课	1	040201	●市场营销原理与实务	B	4	48	20	28	4*12						C		
		2	040202	●企业管理实务	B	3	48	20	28	4*12						C		
		3	040203	●广告原理与实务	B	4	48	20	28		3*16					C		
		4	040204	●商务礼仪	B	4	64	32	32			4*16				C		
		5	040205	●商品学基础	B	4	64	32	32			4*16				C		
		6	040206	●公共关系学	B	3	48	20	28			3*16				C		
		7	040207	●渠道管理	B	2	32	20	12			2*12				C		
		8	040208	●消费者行为分析	B	2	32	20	12				2*16			C		
		9	040209	●客户关系管理	B	4	56	28	28				4*14			C		
		10	040210	●大数据在营销中的运用	B	2	32	20	12				2*16			C		
		11	040211	★市场调查原理与实务	B	4	64	32	32		4*16					E		
		12	040212	★推销原理与实务	B	4	64	32	32		4*16					E		
		13	040213	★新媒体营销	B	4	64	32	32			4*16				E		
		14	040214	★商务谈判	B	4	64	32	32				4*16			E		

		15	040215	★营销策划	B	4	64	32	32				4*16			E		
		16	040216	★企业经营沙盘模拟实训	C	2	48	0	48			2周				E		
		17	040217	●市场调查实训	C	1	24	0	24		1周						C	
		18	040218	●产品推销实训	C	1	24	0	24		1周						C	
		19	040219	●互联网+企业经营管理实训	C	1	24	0	24				1周				C	
		20	040220	●商务谈判实训	C	1	24	0	24				1周				C	
		21	040221	●综合模拟实训	C	4	96	0	96					4周			C	
		22	040222	●专业认知实习	C	1	24	0	24	1周							C	
		23	040223	●毕业设计	C	4	96	0	96					4周			C	
		24	040224	●顶岗实习	C	20	480	0	480					2周	18周		C	不少于6个月
小计					87	1632	392	1240	8	11	17	16						
选修课	限定公共选修课	1	000014	马克思主义哲学	A	2	32	28	4							C	最少应修8学分	
		2	000015	中国近现代史纲要	A	2	32	28	4	2*16						C		
		3	000020	大学英语	A	4	64	56	8	2*16	2*16					C		
		4	000021	高等数学	A	4	64	56	8							C		
		5	000023	音乐欣赏	C	1	16	16	0							C		
		6	000025	职业道德	A	1	16	12	4					4*4		C		
		7	000026	健康教育	A	1	16	12	4					4*4		C		
		小计					8	128	108	20	4	2			8			
	任意公共选修课	1	000022	礼仪风范与人际沟通	B	2	32	24	8							C	最少应修4学分	
		2	000016	演讲与口才	B	2	32	24	8			2*16				C		
		3	000017	瑜伽	C	2	32	0	32							C		
		4	000019	营销概论	B	2	32	24	8							C		
		5	000024	应用文写作	B	2	32	24	8				2*16			C		
		小计					4	64	48	16			2	2				
	专业选修课	1	040225	经济法	B	2	32	20	12					4*8		C	最少应修6学分	
		2	040226	财务基础（会计共享）	B	2	32	20	12					4*8		C		
		3	040227	茶酒文化（酒店共享）	B	2	32	20	12					4*8		C		
		4	040228	国际贸易（商英共享）	B	2	32	20	12				2*16			C		
		5	040229	网店运营与推广	B	2	32	20	12			2*16				C		
		小计					6	96	60	36					12			
总计					143	2560	948	1612	21	24	23	22	20					

课程设置说明

1. 标★号的课程为专业核心课，标●号的为专业基础课，所有标号均标在课程名称前。
2. 考核方式：考试（E）、考查（C）。

3. 课程类型：纯理论课程（A）、理论实践一体化课程（B）、纯实践课程（C）。

4. 课程编码：用 6 位数字描述，其中第 1、第 2 位为课程所在部门代号（基础课部、思政课部及其它部门开设的公共基础课程用“00”表示，其它二级学院开发的公共基础课程代号分别为安全工程学院用“01”，防灾与救援学院用“02”，信息工程学院用“03”，现代商务学院用“04”；第 3、第 4 位为专业序号，各二级学院依照专业排序“01”、“02”并以此类推（公共基础课程用“00”表示；第 5、第 6 位为课程序号，按照本专业专业核心课程、专业必修课程顺序从“01”开始编制顺序号（基础课部及其它部门开设的公共基础课程从“01”开始编制顺序号）。如“000007”为基础课部、思政课部及其它部门开设的第 7 门公共基础课程，如“030405”为信息工程学院第 4 个专业开设的第 5 门专业（技能）课程。

5. 公共基础必修课程由基础课部、思政课部拟定，二级学院根据专业特点可以增加 1-2 门，总学分不超过 32 分。其中《大学语文》安全工程学院、现代商务学院在第 1 学期开设，防灾与救援学院、信息工程学院 2 学期开设；《军事理论》和《大学生心理健康教育》两门课程安全工程学院、现代商务学院在第 2 学期开设，防灾与救援学院、信息工程学院 1 学期开设；《大学生创新创业教育》安全工程学院、现代商务学院在第 4 学期开设，防灾与救援学院、信息工程学院 3 学期开设。各专业如将《计算机应用技术》列为公共必修课，则安全工程学院、现代商务学院在第 2 学期开设，防灾与救援学院、信息工程学院 1 学期开设。公共基础限定选修课程原则上均设置为 4 个学分或 2 个学分，每个学生选修 3-4 门。如附录 1 所示。

6. 《职业发展与就业指导》分阶段上，第一学期上开职业发展方面的内容，采用线上 8 学时+线下 8 学时的模式；第四学期上就业指导方面的内容，也采用采用线上 8 学时+线下 8 学时的模式。

7. 形势与政策课第 1-4 学期，每学期开 6 学时；第 5-6 学期，每学期开 4 学时，共计 32 学时。

8. 专业核心课程原则上 6-8 门，应该包含 1 门以周为单元的单独实践课程；专业必修课程按专业设置，在毕业设计、顶岗实习以外应该包含至少 3 门以周为单元的单独实践课程；专业拓展课程属于限定选修课，一般设置 8 门左右课时学分相同的课程，要求学生选择 5 门左右，原则上拓展课限定选修 10-12 学分左右。

9. 第一学期理实教学周数为 14 周，毕业设计原则上安排在第五学期，顶岗实习安排在第五学期 2 周、第六学期 18 周、寒假 4 周，共计 24 周（六个月）。

10. 任意选修课 4 个学分，按照 64 学时计入总学时。任意选修课是指学生根据自身发展需要，可以选修其他专业的专业课程。

11. 以周为单元设置的课程按 24 学时计算，在学期排课周及学时栏目中标注“（24）”；考试周不计入总学时。

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：现代商务学院 专业：市场营销专业 年级：2021

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
040204	商务礼仪	48/3	1	040204	商务礼仪	64/4	3
040207	商品学基础	48/3	4	040207	商品学基础	64/4	3
040204	公共关系学	48/3	2	040204	公共关系学	48/3	3
040208	渠道管理	48/3	4	040208	渠道管理	32/2	3
040206	消费者行为分析	48/3	3	040206	消费者行为分析	32/2	4
040209	客户关系管理	48/3	5	040209	客户关系管理	56/4	4
040205	广告原理与实务	48/3	3	040205	广告原理与实务	48/3	2
040222	大数据分析在营销中的运用	32/2	5	040222	大数据在营销中的运用	32/2	4
040210	网店运营推广	48/3	5	040210	网店运营推广	32/2	3
040229	毕业设计	120/5	5、6	040229	毕业设计	96/4	5、6
调整类别	☐ 增设课程 ☐ 取消课程 ☒ 规范课程名称 ☒ 增加课时（学分） ☒ 减少课时（学分） ☒ 开课时间提前 ☒ 开课时间延后 ☐ 其他_____						
调整原因 （可附表说明）	1、课程增加或减少课时和学分，是因为通过企业、毕业生等调研，认为该课程所学知识在工作中比重较大，在实际工作岗位运用较多； 2、课程前后调整，是根据调研得出培养与社会需求对接的复合型营销人才，需要优化专业课程整体结构及前后逻辑关系。						
专业教研室意见	教研室主任（专业带头人）签字： 年 月 日			课程承担单位意见 （跨学院开课填写）	二级学院院长签字： 年 月 日		
二级学院意见	二级学院院长签字： 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						

附录 3

湖南安全技术职业学院

2021 级专业人才培养方案制（修）订说明

本专业人才培养方案适用于三年制全日制高职专业，由湖南安全技术职业学院现代商务学院市场营销专业团队制定，并经专业建设指导委员会、学院批准在市场营销专业实施。

一、主要编制人：

姓名	职称	二级学院或部门名称
张馨仪	副教授	现代商务学院
彭绮	副教授	现代商务学院
黄丽娟	副教授	现代商务学院
周金玉		步步高集团

二、审 定：

姓名	职称	二级学院或部门名称
严品	副教授	现代商务学院
谢力雄	副教授	现代商务学院
刘海妹	副教授	教务处

注：如企业方人员参与编制或审定请在各二级学院名称或部门名称栏填写企业名称。

湖南安全技术职业学院
市场营销专业人才培养方案论证意见表

姓名	单位	职务/职称	论证身份	签名
江波	湖南网络工程职业技术学院	教授	职教专家	江波
肖频	湖南外贸职业技术学院	副教授	职教专家	肖频
张序君	湖南贝尔安亲教育有限公司	副总经理	企业专家	张序君
龚卫峰	深圳金铭电子有限公司	财务经理	企业专家	龚卫峰
林小娟	长沙卓航财务咨询有限公司	总经理	学生代表	林小娟
龙吉兵	长沙索的味食品贸易有限公司	店长	学生代表	龙吉兵

人才培养方案论证专家组

论证意见：

方案文本规范，坚持立德树人根本任务，按照教育部有关要求，开足开齐了各类思想政治理论课程。符合《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施的指导意见》要求，目标定位准确，课程结构合理，课程说明规范，实习安排合理，师资、教学条件等能够满足人才培养的需要。同意该方案在 2021 级本专业人才培养过程中使用。

专家组组长签名：江波

2021 年 8 月 20 日

审核：

中共湖南安全技术职业学院委员会（签章）