



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

所属专业群： 商贸

适用年级： 2025 级

专业带头人： 黄丽娟

二级学院： 现代商务学院

制（修）订时间： 2025 年 6 月

湖南安全技术职业学院

湖南安全技术职业学院 25 级专业人才培养方案审批表

专业名称及方向	市场营销
专业代码	530605
所在二级学院	现代商务学院
专业带头人	黄丽娟
二级学院审核意见	同意 二级学院负责人签字(公章):  刘译 2025 年 8 月 13 日
学术委员会审定意见	同意 学院学术委员会主任签字:  艾邓印德 2025 年 8 月 27 日
院长办公会审定意见	同意 院长签字(公章):  艾邓印德 2025 年 8 月 28 日
党委会审定意见	同意 党委书记签字(公章):  艾邓印德 2025 年 8 月 28 日

说明: 本审批表需签署意见并盖章后扫描与人才培养方案装订。

2025 级专业人才培养方案编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日高职专业，由湖南安全技术职业学院市场营销专业团队制定，并经专业建设指导委员会论证，学院学术委员会审定，学院党委会批准在市场营销专业实施。

编制团队成员：

姓名	单位/部门	职务/职称
黄丽娟	现代商务学院	专任教师/副教授
彭绮	现代商务学院	专任教师/副教授
张馨仪	现代商务学院	专任教师/副教授
庞果	现代商务学院	专任教师/副教授
聂向祯	现代商务学院	专任教师/助教
朱加宝	华南电商产业科技（深圳）有限公司	总经理
冉威雄	杭州遥望科技有限公司	毕业生

论证专家组成员：

姓名	工作单位	职务/职称
聂丽君	湖南水利水电职业技术学院	副教授
徐曦	湖南工程职业技术学院	副教授
何姣	湖南新佳宜商贸有限公司	人力资源经理
杨倩	北京网聘信息技术有限公司	猎头顾问

目录

一、专业名称及专业代码	- 4 -
二、入学要求	- 4 -
三、修业年限	- 4 -
四、职业面向和相关赛证分析	- 4 -
五、培养目标与培养规格	- 9 -
六、课程设置及要求	- 9 -
七、教学进程总体安排	63
八、实施保障	64
九、毕业要求	69
十、附录	69

2025 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码（职业教育专业目录（2021））

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限三年。

四、职业面向和相关赛证分析

（一）职业面向分析

1. 职业面向

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（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸（53）	工商管理类（5306）	批发业 零售业（51、52）	市场营销专业人员（2-06-07-02） 营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 摊商（4-02-02-05） 互联网营销师（4-01-02-07）	初始岗位：销售人员、客服专员、新媒体营销专员 发展岗位：销售经理、客服主管、运营主管 迁移岗位：小微企业创业者、带货主播	数字营销证书（初、中级） 直播运营证书（初、中级） 互联网营销师（初、中级）

2. 职业发展路径

专业毕业生职业发展路径如表 2 所示。

表 2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
目标岗位	销售人员	1. 具备对销售工作的热情； 2. 具备一定的销售技能； 3. 具备较好的沟通能力； 4. 具备较强的学习能力； 5. 具备良好的应变能力与抗压能力。
	客服专员	1. 具备高度的服务意识； 2. 具备良好的沟通能力； 3. 具备较好的耐心； 4. 具备较强的应变能力； 5. 具备一定的问题处理能力。
	新媒体营销专员	1. 具备对新媒体运营工作的热情； 2. 具备对新媒体运营渠道和形式的理解与熟悉； 3. 具备文案策划及编辑能力； 4. 具备创新思维和创新能力； 5. 具备团队协作能力。
发展岗位	销售经理	1. 具备丰富的销售经验； 2. 具备较强的团队管理与激励能力； 3. 具备较强的市场开拓和判断能力； 4. 具备较强的商务洽谈能力； 5. 具备较强的客户开发与维系能力； 6. 具备较强的解决问题及抗压能力。
	客服主管	1. 具备丰富的售前、售后客户服务经验； 2. 具备较强的团队组织与管理能力； 3. 具备很强的沟通、谈判能力； 4. 具备较强的商务洽谈能力； 5. 具备较强的全局意识及大局观； 6. 具备较强的问题处理能力及抗压能力。
	运营主管	1. 熟悉B2C电商平台规则和营销模式； 2. 善于读懂数据及分析数据，具有优秀的行业敏感度和需求整理能力； 3. 有很强的沟通、协调、团队领导能力，自我约束力强，抗压能力，能够适应高效率快节奏的工作环境。
迁移岗位	小微企业创业者	1. 具备敏锐的市场洞察能力； 2. 具备一定的市场调查能力； 3. 具备较强的沟通协调能力；

		4. 具备较强的计划、组织及协调能力； 5. 具备较强的执行力； 6. 具备较强的心理素质及抗压能力。
	带货主播	1. 丰富的产品知识和理解能力，能够准确把握产品特点和卖点； 2. 出色的演讲和表达能力，能够生动有趣地介绍产品并吸引观众； 3. 良好的沟通和互动能力，能够与观众建立良好的关系并达到销售目标； 4. 较强的时间管理和计划能力，能够合理安排直播内容和时间。 5. 具备团队合作精神，能够与其他团队成员协作配合，共同完成任务。

3.典型工作任务与职业能力分析

典型工作任务与职业能力分析如表 4 所示。

表 3 典型工作任务与职业能力分析

职业岗位名称	典型工作任务	职业能力要求
销售人员	1. 调查收集并分析市场信息及竞争对手信息； 2. 寻找与开发客户； 3. 沟通洽谈业务，签订合同； 4. 履行合同约定 5. 客户维护与管理。	1. 调查收集信息、分析数据能力； 2. 客户识别与客户开发能力； 3. 产品推销能力； 4. 商务洽谈能力； 5. 沟通的能力； 6. 客户关系管理维护能力。
客服专员	1. 帮助客户解决的问题； 2. 能很好地处理客户的投诉； 3. 客户的回访与调查； 4. 进行客户信息的维护与更新。	1. 语言表达能力； 2. 信息管理能力； 3. 客户接近能力； 4. 客户投诉处理能力； 5. 客户关系维护与管理能力。
新媒体营销专员	1. 互联网自媒体平台（微博、微信、短视频等）的日常运营及推广工作； 2. 策划并执行微信、微博、短视频在线日常活动及跟踪维护，根据项目发送各种微信内容； 3. 对媒体数据定期总结、调整、制定更合适的信息发布、互动策略； 4. 收集用户反馈，分析用户行为及需求。	1. 有一定的创新意识； 2. 利用微博、微信、短视频等新媒体开展运营的能力； 3. 引流、吸粉、互动，做好维护能力； 4. 团队合作能力。
	1. 全面掌握区域内产品、客户及竞争者等市场信息； 2. 区域销售计划的制定与执行；	1. 调查收集信息、分析数据能力； 2. 团队组建、管理与协调能力； 3. 商务洽谈能力；

销售经理	3. 组建、管理及激励销售团队，完成销售任务； 4. 开发市场，大客户客户关系管理与维系； 5. 催缴回款。	4. 渠道开发能力； 5. 大客户关系维护与管理能力 6. 公关能力。
客服主管	1. 客服团队的日常管理，确保各岗位工作有序、高效。 2. 客服培训计划的组织及实施，提升客服技能和客户服务质量。 3. 建立绩效考核体系及团队激励优化，提升人员主观能动性，提升团队效率。 4. 协调售后专员处理日常售后问题。 5. 能根据客户需求和企业利益，权衡各项因素，做出符合公司政策及客户期望的决策。	1. 团队管理能力； 2. 谈判能力； 3. 沟通能力； 4. 问题解决能力； 5. 决策能力。
运营主管	1. 负责电商平台的日常运营和电商运营团队的内部管理，完成业绩目标； 2. 分析每日、周、月监控的流量、营销、交易数据等，并提出优化方案； 3. 监控和分析竞对数据及营销活动，监控市场大盘数据，及时提出调整意见； 4. 协调运营、采购、客服各个环节工作顺畅，推动销售目标达成； 5. 精通流量运营、熟悉电商站内大促玩法、直播玩法等活动。	1. 熟悉 B2C 电商平台规则和营销模式； 2. 善于读懂数据及分析数据，具有优秀的行业敏感度和需求整理能力； 3. 有很强的沟通、协调、团队领导能力，自我约束力强，抗压能力，能够适应高效率快节奏的工作环境。
小微企业创业者	1. 根据自己的资源与兴趣发现创业机会； 2. 了解行业信息及市场信息； 3. 制定计划并坚定执行； 4. 选择合适的合作伙伴或员工； 5. 与创业相关的各方进行良好沟通洽谈，确保创业事项的顺利进行。	1. 调查收集信息、分析数据能力； 2. 市场洞察能力； 3. 沟通协调能力； 4. 商务洽谈能力； 5. 团队组建能力； 6. 执行力。
带货主播	1. 产品推广与销售：通过直播平台展示和推销产品，引导观众下单购买； 2. 直播策划与准备：制定直播内容、演讲稿或脚本，准备相关道具和背景，确保直播顺利进行； 3. 直播互动与引流：与观众互动交流，回答问题，吸引更多观众参与直播，提高产品销售转化率； 4. 客户服务与售后：处理观众的售后咨询和投诉，提供满意的服务，维护客户关系。	1. 丰富的产品知识和理解能力，能够准确把握产品特点和卖点； 2. 出色的演讲和表达能力，能够生动有趣地介绍产品并吸引观众； 3. 良好的沟通和互动能力，能够与观众建立良好的关系并达到销售目标； 4. 较强的时间管理和计划能力，能够合理安排直播内容和时间； 5. 具备团队合作精神，能够与其他团队成员协作配合，共同完成任务。

（二）相关竞赛分析

本专业的竞赛与课程融合如表 4 所示。

表 4 专业相关竞赛分析

赛项名称	组织机构	主要内容	拟融入课程
“楚怡杯”湖南省职业院校技能竞赛（市场营销技能）	湖南省教育厅	数字营销 情景营销	市场营销原理 市场调查原理与实务 消费者行为分析 数字营销基础 企业经营管理沙盘实训
湖南省黄炎培职业教育奖创业规划大赛	湖南省教育厅 湖南中华职业教育社	创业项目内容 市场营销（营销方式和渠道、促销计划、价格策略）、财务计划、风险与对策、发展预测	市场营销原理 营销策划 渠道管理 大学生创新创业教育 财务基础
“一带一路”暨金砖国家技能发展与技术创新大赛数字营销实战竞赛	教育部	数字营销策划 数字营销内容制作 数字营销技能	数字营销 新媒体营销 网店运营与推广 广告原理与实务

（三）相关证书分析

本专业相关的证书与课程融合如表 5 所示。

表 5 专业相关证书分析

序号	证书名称	颁证单位	要求等级	拟融入课程
1	数字营销	中教畅想	中级	数字营销、商务数据分析实训
2	直播运营	湖南省社会与劳动保障厅	中级	直播营销、数字营销 短视频策划与制作
3	高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	A 级	大学英语
4	全国计算机等级考试合格证书	教育部考试中心	一级	信息技术
5	职业技能等级证书	中联集团教育科技有限公司	初、中级	数字营销、短视频策划与制作 网店运营与推广、品牌策划与推广

（四）相关“新技术、新工艺、新方法、新装备”分析

本专业新技术、新工艺、新方法、新装备与课程融合如表 6 所示。

表 6 专业“新技术、新工艺、新方法、新装备”分析

对应项目	对应内容	拟融入课程
新技术	利用大数据、人工智能（AI）和机器学习技术来分析消费者行为、预测市场趋势和优化营销策略	消费者行为分析 统计基础 品牌策划与推广 商务数据分析与应用
新工艺	教授各种社交平台（如微信、微博、抖音、小红书等）的营销策略，包括内容营销、KOL（关键意见领袖）合作、社群运营和社交媒体广告投放的新举措，新方案和新流程。	渠道管理 电子商务平台操作 短视频策划与制作 商务数据分析与应用 视觉沟通技巧与应用
新方法	分析电商平台（如淘宝、京东、拼多多等）的运作机制，学习店铺管理、商品上架、促销策略、用户评价管理和供应链管理的新方法。	网店运营与推广 销售与管理 数字营销 客户关系管理 社群营销
新准备	讲解营销自动化工具（如 HubSpot、Salesforce 等）和客户关系管理系统（CRM）的使用，以及如何通过这些工具提高营销效率和顾客满意度。	直播平台操作 电子商务平台操作 数字营销平台操作 商务数据分析平台操作

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。毕业 3~5 年后可从事市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管等工作岗位。

（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 7 市场营销专业培养规格一览表

项目	分项	基本要求
素质目标	思政素质	S1 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。
		S2 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。
		S3 有“注重安全、关爱生命、关爱自然、尊重公平正义”的可持续发展价值观。
	职业素质	S4 了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神。
		S5 具有严谨、耐心、细致的工作态度。
		S6 具有利用互联网思维和一定的大数据思维。
		S7 具有良好的职业道德、诚信品质、敏锐的市场洞察力和客户至上的服务意识，具备实事求是、爱岗敬业、团队协作及抗挫折的职业精神。
	人文素质	S8 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。
		S9 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。
		S10 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。
		S11 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。
知识目标	通用知识	Z1 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识。
		Z2 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能。
		Z3 掌握军事理论、心理健康、职业规划、计算机应用、经济理论等知识。
	专业知识	Z4 了解企业管理、经济理论、财务管理、创新创业的基本知识，掌握数字营销策划、智能客服应用场景设计等新技术知识。
		Z5 熟悉消费心理分析、广告原理、商务礼仪、商品管理、大数据营销应用、客户关系管理、渠道管理、网店运营与推广的方法与技巧、直播营销流程设计、社群营销运营策略、短视频营销逻辑等专业知识。
		Z6 掌握市场营销 4P 策略、市场细分方法及相关应用等知识。
		Z7 掌握市场调查方式与方法、调研方案设计、问卷设计、数据分析与调查报告撰写等知识，熟悉大数据、AI技术在消费者行为分析中的应用。

		Z8掌握推销的基础知识与基本原理及推销过程各个阶段的模式、方法与技巧等知识。
		Z9掌握直播营销、社群营销、短视频策划与制作等新媒体营销类型的传播规律、内容创作及推广技巧。
		Z10掌握商务谈判的要素、类型、原则、基本方法、技巧和策略等知识。
		Z11掌握品牌定位、品牌传播策略及全案策划流程
能力目标	通用能力	N1具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。
		N2有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力。
		N3具有文献检索、资料查询的能力，对所获得信息具有加工、独立思考、逻辑推理、分析能力。
	专业能力	N4具有分析市场的能力；具有收集有效信息的能力；具有准确市场定位和市场细分的能力；
		N5具有设计市场调研方案、设计调研问卷及撰写调查报告的能力，能运用数字化工具（如 Heatmap、BI 工具）优化营销决策。能运用数据挖掘、可视化分析工具（如 Python、Tableau）完成消费者行为建模与营销效果评估
		N6具备推销的基本技巧及推销策略运用能力、观察判断能力、沟通协调能力及应变能力。
		N7具备一定的沟通及将谈判知识、策略和技巧在模拟谈判中实际应用以及团队协作与配合能力。
		N8具备为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施的能力，包括调研策划，提出创意，制定各类营销战略、策略及具体的行动方案，撰写战略性市场营销策划方案。
		N9具备独立策划并执行直播营销、社群运营、短视频内容创作与推广的能力；能运用视觉设计技术优化营销素材，制定整合新媒体营销方案。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建

本专业隶属现代商务专业群，按照“专业基础相通、技术领域相近、职业岗位相关、教学资源共享”原则，构建基于职业能力分析的模块化课程体系。具体构成如下：

1.专业基础课程模块

(1)底层共享课程：市场营销基础、管理学基础、大数据财务管理基础等专业群共享课程，强化数据分析和数字化工具应用能力。

(2)特色基础课程：渠道管理、客户关系管理（融入智能客服系统与 AI 客户行为分析技术）、社群营销、直播营销、商务谈判等。

2.专业核心课程模块

围绕职业岗位典型工作任务，开设 6 门分立课程：

- (1) 数字营销（含 AI 营销工具应用）
- (2) 消费者行为分析（结合大数据与用户画像技术）
- (3) 服务营销（增加绿色营销与可持续发展内容）
- (4) 销售与管理（（强化销售软件操作、客户维护技巧与销售实战流程））
- (5) 品牌策划与推广（融入 AIGC 内容生成技术）
- (6) 商务数据分析与应用（强化 BI 工具与 Heatmap 应用）

3.专业拓展课程模块

(1) 专业限选课（6 选 3）：商务礼仪与沟通、茶酒文化、短视频策划与制作、视觉沟通技术与应用、现代企业安全管理、应急管理概论。

(2) 专业群高层互选课（3 选 1）：专业与职业适应、网店运营与推广、跨境电子商务。

4.体系构建逻辑升级

(1) 深化“岗课赛证”融合：将“互联网营销师（直播销售员）”“数字营销技术应用（中级）”等职业技能证书考核内容、市场营销省级技能竞赛项目嵌入核心课程教学。

(2) 强化数字化转型与绿色化改造：在课程中增加 AI 工具应用（如 DeepSeek 营销文案生成）、全渠道数据营销分析、绿色品牌策划等新技术/新方法。

(3) 贯穿课程思政主线：在实训项目中融入工匠精神（如品牌精益策划）、职业伦理（如大数据隐私合规）、劳动教育（如直播基地实战运营）等内容。



图 1 专业课程体系构建图

(二) 课程介绍

1. 公共基础课程

公共基础课是本专业学生均需学习的有关基础理论、基本知识和基本素养的课程。公共基础课分为公共必修课(含公共实践)、公共选修课两种类型。

(1) 公共基础必修课程

公共基础课程设置及要求如表 8 所示。

表 8 公共基础课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养规格
----	------	------	------	------	----	--------

1	入学教育	1.素质目标: 助力学生快速适应大学新环境、新身份,建立积极自我认知;引导学生树立规则意识,养成遵规守纪的良好行为习惯;培育爱校荣校精神,强化集体主义观念,塑造健全人格与社会责任感。 2.知识目标: 了解大学期间的生活、学习、实践情况;了解如何处理大学期间的情感、交际和心理问题;了解本专业人才培养模式、专业课程体系、专业学习方法及对未来职业规划;熟悉学校的教学管理制度、学生管理制度;知道如何处理各类安全事故。 3.能力目标: 着重培养学生环境适应能力、规则执行能力、生涯规划能力、自主学习能力及突发事件应急处理能力;引导学生具备独立应对大学生活挑战、科学规划个人发展的核心素养与实践能力。	1. 入学篇; 2. 生活篇; 3. 学习篇; 4. 实践篇; 5. 情感篇; 6. 交际篇; 7. 心理篇; 8. 安全篇; 9. 未来就业篇。	1.师资要求: 本课程的主讲教师以教务处、学生工作与保卫部等职能处室领导,二级学院教学、学管领导、专业带头人,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.教学条件: 配备多媒体设备、无线网络的教室和各专业实训室、校史馆。 3.教学方法: 采取案例教学法、讨论式教学法、现场教学等教学方法。 4.课程思政: 引导学生在入学教育中坚定理想信念,将个人成长融入时代发展,快速适应大学新环境、新角色,在实践中自觉践行社会主义核心价值观;强化遵章守纪意识,培养科学规划意识;塑造乐观积极的人生态度,培育家国情怀与责任感。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式,进行考核评价。	24	
2	思想道德与法治	1.素质目标: 树立科学的世界观、人生观、价	1.担当复兴大任 成就时代新人	1.师资要求: 主讲教师必须是中共党员,具备本科	48	S1 S2

		价值观、道德观、法治观。 2.知识目标: 理解科学世界观、人生观、价值观的主要内容;掌握中国精神和社会主义核心价值观的内涵;掌握社会主义道德的核心与原则;了解法治思想,掌握法律基础理论知识。 3.能力目标: 能正确对待人生矛盾,自觉践行社会主义核心价值观;能按照基本道德规范,形成良好道德行为,具有正确判断是非、善恶、美丑的能力;能运用法治思维,具备自觉尊法学法守法用法的能力。	2.领悟人生真谛 把握人生方向 3.追求远大理想 坚定崇高信念 4.继承优良传统 弘扬中国精神 5.明确价值要求 践行价值准则 6.遵守道德规范 锤炼道德品格 7.学习法治思想 提升法治素养	及以上学历。 2.教学条件: 配备多媒体设备、无线网络的教室;同时借助网络教学平台、QQ 等辅助教学。 3.教学方法: 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。 4.考核评价: 本课程为考试课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式,进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现 30%,实践项目 30%		
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1.素质目标: 增强马克思主义信仰,坚定社会主义信念,拥护党的领导,执行党的基本理论、基本路线、基本纲领,努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 2.知识目标: 掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理,理解并掌握各大理理论成果产生的时代背景、实践基础、科学内涵和历史地位。 3.能力目标: 能运用马克思主义理论的立场、观点、方法,全面、客观地认识和分析社会现象,具有学会聚焦理	1. 毛泽东思想 2. 邓小平理论 3. “三个代表”重要思想 4. 科学发展观	1.师资要求: 本课程的主讲教师必须是中共党员,具备本科及以上学历。 2.教学条件: 配备多媒体设备、无线网络的教室,同时借助超星学习通等平台辅助教学。 3.教学方法: 采用问题教学法、案例分析法、互动式教学法、探究式教学法等多种教学方法。 4.考核评价: 本课程为考试课程,采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式,进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现 30%,实践项目 40%。	32	

		论与实践的问题，并进行准确分析和判断的能力。				
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1.素质目标: 增强对中国特色社会主义的信仰，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”，自觉投身中国特色社会主义伟大实践；提升社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质，牢牢站稳人民立场。 2.知识目标: 了解习近平新时代中国特色社会主义思想“十个明确”和“十四个坚持”；明确中国特色社会主义的总任务；科学把握“五位一体”总体布局和理解“四个全面”战略布局以及两者之间的关系；理解中国共产党在新时代的基本理论、基本路线和基本方略。 3.能力目标: 能用马克思主义的立场、观点和方法认识问题、分析问题；能运用马克思主义中国化理论成果指导具体实践，达成“求懂、求用、求信、求行”四求能力目标；能养成良好的学习能力、沟通能力及团队协作能力；具有一定的创新思维。	1.马克思主义中国化时代化新的飞跃 2.坚持和发展中国特色社会主义的总任务 3.坚持党的全面领导 4.坚持以人民为中心 5.全面深化改革 6.以新发展理念引领高质量发展 7.社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 8.发展全过程人民民主 9.全面依法治国 10.建设社会主义文化强国 11.加强以民生为重点的社会建设 12.建设社会主义生态文明 13.全面贯彻落实总体国家安全观 14.建设巩固国防和强大人民军队 15.坚持“一国两制”和推进祖国统一 16.推动构建人类命运共同体 17.全面从严治党	1.师资要求: 主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2.教学条件: 配备多媒体设备、无线网络的教室，同时借助超星学习通等平台辅助教学。 3.教学方法: 课堂教学与实践教学相结合，线下教学与网络教学相结合，灵活采用问题教学法、案例分析法、互动体验式教学法、探究式教学法等多种教学方法。 4.考核评价: 本课程为考试课程，采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现40%，实践项目30%	48	
5	形势与政策	1.素质目标: 提升关心国家大事的政治素养，	1.国内形势； 2.国际形势。	1.师资要求: 本课程的主讲教师必须具备本科及	32	

		维护国家安全与统一，树立马克思主义形势观，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。 2.知识目标：了解国内外重大时事，认识和正确理解党的路线、方针和政策，认清形势和任务，掌握时代脉搏。 3.能力目标：在错综复杂的国内外形势中，具有明辨是非的能力，有坚定的立场、较强的分析能力和适应能力，能正确分析和认清国内外形势中的热点难点，解决实际的思想困惑。	（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）	以上学历。 2.教学条件：配备多媒体设备、无线网络的教室，同时借助超星学习通等平台辅助教学。 3.教学方法：开展专题化教学，采用专题授课、线上线下相结合等方法实施。 4.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现。		
6	体育与健康	1.素质目标：培养学生坚韧意志品质，树立“终身体育”意识，发展体育文化自信，提高体育文化素养，成长为全面发展的创新型高素质专业技能人才。 2.知识目标：形成正确的身体姿势；懂得营养、环境和不良行为对身体健康的影响；掌握常见运动创伤的紧急处理方法、了解1-2项体育运动项目基本知识。熟练掌握职业体能训练基本方法和手段。 3.能力目标：培养科学健身、提高身体素质的能力，培养活动组织交往能力和规则纪律意	24 式简化太极拳、大众一级健身操、田径、篮球、足球、排球、羽毛球、啦啦操、乒乓球、瑜伽、交谊舞、拓展训练、职业体能。	1.师资要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，且为体育教育和运动训练相关专业教师。 2.教学条件：利用学校现有的运动场地、器材，采用线上、线下相结合的方式。 3.教学方法：教学上采取教师讲解、示范，纠错相结合。通过分析示范和练习等手段，找出教学中的优化和偏差的原因，引导学生自己去纠正错误动作，采用集体练习和分组练习相结合。科学锻炼身体。 4.课程思政：培养学生树立“健康第一”的指导思想，帮助学生在体育锻炼	108	

		识,获得 1-2 项终身体育运动项目技能。		中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志。 5. 考核评价: 本课程为考试课程。由平时成绩和期末考试两部分构成。其中平时成绩占 40% (含体质测试成绩占 10%), 期末考试成绩占 60%,		
7	大学语文	1. 素质目标: 提高学生的文化素养和审美素养; 培养优良品德, 培养乐观向上的生命态度, 激发学生对优秀传统文化的热爱, 树立正确的“三观”; 从中华优秀传统文化中激发传承中国传统文化的责任感, 增强文化自信。 2. 知识目标: 理解诗文中重点字词的读音、含义及典型意象、表现手法; 理解诗文的思想内涵及感情基调; 拓展了解与诗文有关的中华优秀传统文化。了解常用文书的基本格式、特点和写作要求。 3. 能力目标: 能够借助意象和表现手法感悟诗文的意境, 提高诗文的鉴赏能力; 能够学以致用, 知行合一, 提高提炼主题的能力; 能够将中华优秀传统文化与专业技术有机结合, 提高创新能力; 提高学生自主探究、合作学习的能力, 搜集整理资料的能力, 阅读、分析和	1. 文学阅读与鉴赏 2. 职场交流与写作	1. 师资要求: 本课程的主讲教师应具备本科及以上学历, 具备相关专业知识, 具有从业资质。 2. 教学条件: 教室, 多媒体, 学习通 APP 3. 教学方法: 通过任务驱动、问题引导、案例分析等教法和自主、合作、探究式学法, 提高学生的参与度, 实现知行合一。运用有效的信息化手段如学习通、为你读诗、鸿合教学软件等 APP 辅助教学, 激发学生学习兴趣。 4. 课程思政: 教学中以“一个目标”——责任与担当, 引领“八个思政点”——国家认同、社会责任、家国情怀、文化自信、理想信念、审美情趣、奋斗意识、坚强意志, 分别从“人文底蕴”(如何做人和“社会参与”(如何做事)两个层面融入课堂教学。 5. 考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 50%+ 终结性考核 50% 的形式, 进行考核评价。	32	

		口语表达的能力。掌握常用文书的写法。				
8	军事技能	1. 素质目标: 培养学生文明守纪、吃苦耐劳的精神品格, 锻造学生的心理抗压能力与坚韧意志; 强化国防观念与国家安全意识, 提升学生军事素养; 引导学生树立保家卫国的责任担当。 2. 知识目标: 了解军队的知识、军人的纪律、内务条令; 知道队列动作、学唱军营歌曲、拉练基本要领; 格斗和防护基础知识。 3. 能力目标: 掌握队列动作等基础军事技能, 规范完成队列操练; 通过军事技能训练, 提升身体协调性、反应能力与团队协作能力, 切实增强军事实践能力。	1. 共同条令教育与训练; 2. 射击与战术训练; 3. 防卫技能与战时防护训练; 4. 战备基础与应用训练; 5. 素质拓展训练。	1. 师资要求: 持证上岗, 教官凭“四会教练员”证上岗带训; 做到服从命令、听从指挥、科学施训, 严格按照训练计划组织训练。 2. 教学条件: 采用训练场地集中实践教学; 基本理论内容讲授, 借助超星学习通、微信等平台辅助教学。 3. 教学方法: 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。 4. 课程思政: 以军事技能训练为载体, 强化学生爱国主义、集体主义观念, 磨砺吃苦耐劳的意志品质, 培育有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的时代新人。 5. 考核评价: 本课程为考查课程, 每阶段考核由训练表现、内务整理、考勤三部分综合考核构成: 训练表现占 40%、内务整理 30%、考勤 30%。	112	
9	军事理论	1. 素质目标: 筑牢新时代大学生国防观念, 强化国家安全意识, 厚植爱国主义、集体主义精神根基; 通过红色基因传承教育, 激发学生的民族自豪感与历史使命感, 全面提升学生综合国防		1. 师资要求: 本课程的主讲教师必须具有强烈的政治觉悟, 良好的职业道德, 同时具备本科及以上学历。 2. 教学条件: 多媒体教室, 同时借助超星学习通、微信等平台辅助教学。		

		素质。 2.知识目标: 全面了解我国国防体制,国防战略,国防政策和国防历史。正确理解我国总体安全观,把握新形势下我国安全环境的新特点,形成正确的国防观。了解现代战争和信息化装备知识,树立打赢信息化战争的信心。 3.能力目标: 具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。通过学习,达到和平时期,积极投身到国家的现代化建设中;战争年代捍卫国家主权和领土完整的后备人才。	1. 中国国防; 2. 国家安全; 3. 军事思想; 4. 现代战争; 5. 信息化装备; 6. 线上课程总结。	3.教学方法: 根据教学内容灵活采用问题教学法、合作探究法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法。 4.课程思政: 引导学生树立正确的国防观念,提高军事理论素养。以史为鉴,立足当前复杂的国际局势,居安思危,增强学生的国防意识和忧患意识。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式,进行考核评价。	36	
10	大学生心理健康教育	1.素质目标: 增强心理保健意识和心理危机预防意识,心理健康素养普遍提升;培育和弘扬社会主义核心价值观,坚持育心与育德相统一,促进学生心理健康素养与思想道德素养、科学文化素养协调发展。 2.知识目标: 了解心理学有关理论和基本概念;明确大学生心理健康的标准及意义;掌握自我调适的基本心理健康知识;了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现,能预防、识别、干预常见精神	1.大学新生心理适应与发展; 2.心理健康与精神障碍; 3.自我意识; 4.人格塑造; 5.人际关系; 6.自我管理; 7.恋爱与性; 8.生命教育。	1.师资要求: 本课程的主讲教师必须具备相关专业领域本科及以上学历。 2.教学条件: 多媒体教室,同时借助超星学习通、职教云等平台辅助教学。 3.教学方法: 采用启发式、研讨式、案例分析、角色扮演等教学方法。 4.课程思政: 将育心与育德相结合,加强心理育人;将心理健康教育与思想道德修养有机结合起来,在心理教育的同时关注大学生健康向上的世界观、人生观、价值观形成,培育和弘扬社会主义核	32	

		障碍和心理和行为问题。 3.能力目标: 掌握自我探索技能,建立自尊自信态度;掌握心理调适技能,培养理性平和心理;掌握心理发展技能,塑造积极向上心态。		心价值。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 60 %+终结性考核 40%的形式,进行考核评价。		
11	大学生职业生涯规划	1.素质目标: 树立起职业生涯发展的自主意识,树立积极正确的人生观、职业观和价值观念,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,愿意为个人生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。 2.知识目标: 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。掌握职业生涯规划的基本方法与过程、职业选择与生涯路线的确定、职业生涯规划开发等基本知识。 3.能力目标: 掌握自我认知技能、信息搜索与管理技能、职业探索技能、生涯决策等技能、能撰写个人职业生涯规划书。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。	1. 生涯规划之导论; 2. 生涯与职业意识; 3. 自我认知与完善; 4. 职业探索与定位; 5. 生涯决策与制定; 6. 职规方法与步骤; 7. 职业生涯规划书撰写; 8. 素养与学涯管理。	1.师资要求: 本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历,有一定的心理学或人力资源专业背景,有过指导学生就业或从事过学生管理的工作经历或指导过学生参加过省级以上职业规划大赛(成长赛道)并获奖。 2.教学条件: 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,线下主要采用多媒体教室小班授课,通过模拟实训的方式提高学生实践能力。 3.教学方法: 采用理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与生涯规划实践相结合的教学方法。 4.课程思政: 能够结合社会主义核心价值观引导学生树立“守法”“敬业”“诚信”等良好品质。 5.考核评价: 本课程为考试课程,学习过程考核(线上自主学习 40%、线下模拟实训 40%、含课上项目活动表现、出勤等) 80%+项目终结性考核	16	

				20%的形式，进行考核评价。		
12	大学生 就业指导	1. 素质目标: 树立起基层就业的自我意识, 树立积极正确的人生观、价值观和择业观念, 把个人发展和国家需要、社会发展相结合, 确立工作的概念和积极择业意识, 愿意为个人职业发展和社会发展主动付出积极地努力。 2. 知识目标: 基本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、理解择业定位与就业准备、求职与择业技能、领会适应与发展、就业权益与法律保障; 掌握求职应聘的方法。 3. 能力目标: 使大学生掌握信息搜索与管理技能、简历制作的技巧、求职面试的技能等, 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。	1. 就业形势与政策; 2. 职场适应与发展; 3. 职业素质与道德; 4. 简历撰写与技巧; 5. 面试策略与技巧; 6. 就业手续的办理; 7. 就业权益与保护; 8. 就业渠道与技巧。	1. 师资要求: 本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历, 有一定的心理学或人力资源专业背景, 有过指导学生就业或从事过学生管理的工作经历。 2. 教学条件: 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, 线下主要采用多媒体教室小班授课, 通过模拟实训的方式提高学生实践能力。 3. 教学方法: 采用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的教学方法。 4. 课程思政: 能够结合社会主义核心价值观引导学生树立“爱岗”“敬业”“诚信”“守信”等良好品质。 5. 考核评价: 本课程为考试课程, 学习过程考核(线上自主学习占 40%、线下模拟实训占 40%、含课上项目活动表现、出勤等情况)80%+项目终结性考核 20%的形式, 进行考核评价。	16	
13	大学生 创新创业教育	1. 素质目标: 增强大学生创新创业意识与创新创业思维, 提高创新创业能力与综合素质, 培养具有创新精神、敢想敢干、有经济头脑、	01. 创新创业; 02. 创业人生; 03. 创业思维; 04. 自我认知; 05. 创业团队; 06. 设计思维;	1. 师资要求: 本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历, 有过创业经历或指导过学生创新创业项目或指导过学生参加过省级以上创新创业大	32	

		善于发挥自身优势、善于人际交往的创新型人才，鼓励大学生积极参与创新创业建设，勇于投身社会实践，推进科技成果向实际生产的转化，为建设创新型国家作出贡献。 2.知识目标：掌握开展创新创业活动所需要的基本知识、具备基本的创新创业能力、学生树立科学的就业创业观。 3.能力目标：培养大学生创新创业理念、提升创新创业能力，通过开展创新创业实践，引导大学生利用其自身特长结合高科技进行创业，继而实现人力资源的优化配置。	07. 问题探索； 08. 创意方案； 09. 用户测试； 10. 商业模式； 11. 商业呈现； 12. 创业机会； 13. 创业风险； 14. 创业资源； 15. 创业计划； 16. 创业启程。	赛并获奖。 2.教学条件：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，线下主要采用多媒体教室小班授课，通过模拟实训的方式提高学生实践能力。 3.教学方法：采用理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创新创业实践相结合的教学方法。 4.课程思政：能够结合社会主义核心价值观，引导学生树立团队协作、诚实守信、依法经营等良好品质。 5.考核评价：本课程为考试课程，学习过程考核（线上自主学习占 30%、线下模拟实训占 40%、含课上项目活动表现、出勤等情况）70%+项目终结性考核 30%的形式，进行考核评价。		
14	劳动与职业素养体验	1.素质目标：通过参与劳动与职业素养的学习和实践，获得直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动世界，逐步树立正确的劳动价值观。遵守劳动纪律；养成热爱劳动、珍惜劳动成果的良好习惯；培养学生正确的劳动价值观和良好的劳动品质，弘扬劳模精神，引导学生崇尚劳动、尊重劳动，增强对	1.劳动教育理论课程； 2.公益劳动体验教育； 3.职业劳动体验教育； 4.社会服务劳动教育。	1.师资要求：以基础课部、学生工作与保卫部工作人员、总务处、二级学院、物业公司等部门领导、工作人员负责实施。 2.教学条件：智慧教室，学校相关职能处室和二级学院提供相应的岗位、场地进行教学。 3.教学方法：内容讲授与案例分析讨论、故事解读、实践体验等有效结合，深刻理解劳模精神、劳动精神、工匠精神。	32	

		劳动人民的感情，报效国家，奉献社会。 2.知识目标：掌握相关劳动内容、劳动安全知识、绿色环保及垃圾分类常识；劳动工具、劳保用品的使用方法；掌握校园文明监督员、宣传员的工作任务和工作规范；了解职业道德基本内涵，理解爱岗敬业的职业素质要求。 3.能力目标：具备正确使用和维护劳动工具、劳保用品的能力；具备垃圾分类的能力；具备校园环境卫生、寝室环境卫生宣传、维护、监督的能力；提高学生的就业能力和职场的适应能力。		4.课程思政：教学过程中，弘扬劳模精神，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。 5.考核评价： 本课程为理实一体化课程，不同阶段、模块的学习的考核方式不同。劳动与职业素养体验1（劳动教育理论课程）采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。 劳动与职业素养体验2（公益劳动体验教育模块）、劳动与职业素养体验3（职业劳动体验教育模块）、劳动与职业素养体验4（社会服务劳动教育模块）过程性考核40%，终结性考核60%进行考核评价。		
15	国家安全教育	1.素质目标：增强学生对国家安全重要性的理解；培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感；增强社会责任感和使命感；提高学生对国家安全问题的敏感性和警觉性；提高学生的安全意识和自我保护能力。 2.知识目标：了解国家安全的基本概念、内涵和重要性；掌握总体国家安全观的核心要义；熟悉国家安全的法律法规和政策措施；了解不同领域国家安全的	1.完整准确领会总体国家安全观 2.在党的领导下走好中国特色国家安全道路 3.更好统筹发展和安全 4.坚持以人民安全为宗旨 5.坚持以政治安全为根本 6.坚持以经济安全为基础 7.坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 8.坚持以促进国际安全为依托 9.筑牢其他各领域国家安全屏障	1.师资要求：主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历，能够熟练运用现代教学技术和方法。 2.教学条件：配备多媒体设备和网络资源的教室，提供必要的教学资料和案例库，确保实践教学的场地和设施。 3.教学方法：采用讲授法、案例分析法、小组讨论法、多媒体教学法等多种教学方法，结合理论教学和实践教学，提高学生的参与度和学习效果。 4.考核评价：本课程为考试课程，采取过程性考核	16	

		具体内容和面临的主要威胁。 3.能力目标: 能够运用所学知识分析国家安全形势,识别和应对国家安全风险;能提出维护国家安全的具体建议和措施;具备在日常生活中践行国家安全意识的的能力。	10.争做总体国家安全观坚定践行者	50%+终结性考核 50%的形式,进行考核评价。过程性考核包括课堂表现、小组讨论、实践项目等,终结性考核为期末考试。		
16	大学生安全教育	1.素质目标: 通过安全教育,大学生应当树立安全第一的意识,把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合,具备较高的安全素质。 2.知识目标: 通过本课程的学习,使学生掌握日常学习、生活和实习等方面的基本安全知识,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。 3.能力目标: 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;培养学生维护自身安全的意识和能力、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。	1. 安全概述 2. 学习安全 3. 就业安全 4. 交际安全 and 心理安全 5. 消防安全与逃生安全 6. 财产安全 7. 网络安全	1.师资要求: 由基础课部负责实施,相关职能部门、二级学院部配合。 2.教学条件: 智慧教室、安全教育警示基地、应急演练场地支撑等。 3.教学方法: 由老师、宣讲民警、防诈骗专家、消防和应急知识教员,进行理论+案例讲述、安全知识培训、技能实操演练等,通过理论学习+培训演练的方法开展教学。 4.课程思政: 从生命财产安全到就业安全,帮助学生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,将立德树人贯穿安全教育课程全过程。 5.考核评价: 本课程为考试课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式,进行考核评价。	8	

17	应用文写作	1.素质目标: 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; 具备组织管理者的宏观眼光和策划意识, 具有沟通、协调、竞争、双赢能力和宏观视野; 数字化、表格化、规范化的工作习惯和严谨、规范的工作态度。 2.知识目标: 掌握本课程最常用的文种的适用范围、基本格式与写作要领, 掌握应用写作的一般方法和技巧。 3.能力目标: 培养学生运用文种知识对具体的任务和环境进行分析、判断, 明确所用文种的能力; 培养学生对应用文体的辨别、认知、阅读能力; 培养学生能够对给定材料进行分析、提炼、运用的能力, 能够写作主题正确集中、材料充实有针对性、结构符合文种体式、语言表达简洁明确、严谨得体的应用文书; 具有综合思考和分析、预见及理性思维的能力。	1. 应用文概述 2. 出入职场模块 项目一 求职信 项目二 竞聘辞 3.日常事务模块 项目一 计划 项目二 总结 项目三 申请书 项目四 条据 项目五 启事 4.行政公务模块 项目一 公文概述 项目二 通知 项目三 请示 项目四 报告 5.专业事务模块 项目一 问卷设计 项目二 调查报告 项目三 经济合同 6.结课考试	1.师资要求: 遵从“四有”好老师标准, 贯彻“两个规范”, 认真备课, 学习前沿职教理念, 开展教改教研工作。 2.教学条件: 有网络连接、音响的多媒体功能教室、“学习通”等移动教学平台。 3.教学方法: 采用情境设置、任务驱动、案例剖析等教学方法。 4.课程思政: 培养学生规范意识、诚信意识以及实事求是的作风; 充分发挥课程案例的育人作用, 选用与专业相关的案例, 培育学生的职业素养和职业道德。 5.考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式, 进行考核评价。	32	

（2）公共选修课程

公共选修课程设置及要求如表 9 所示。

表 9 公共选修课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养规格
1	信息技术	1.素质目标：增强学生的信息意识，提升计算思维，促进数字化创新与发展能力，树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、服务社会和终身学习奠定基础。 2.知识目标：熟悉信息技术的基本知识，掌握常用工具软件和信息化办公技术，了解人工智能、大数据等新一代信息技术。 3.能力目标：具备支撑专业学习的信息技术能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术和人工智能技术解决问题，以适应信息化社会对计算机能力的要求。	1.信息技术与信息素养 2.认识因特网与信息检索 3.新一代信息技术 4.文档处理 5.电子表格处理 6.演示文稿制作	1.师资要求：主讲教师必须具备本科及以上学历，计算机或其他相关专业，能够熟练操作计算机和使用 OFFICE 软件对文档进行编辑。 2.教学条件：满足教学需要的机房，配备数量合理、配置适当的信息技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。 3.教学方法：采用任务驱动法、案例教学法、启发式教学法等教学方法。 4.课程思政：了解我国的新技术、新发展，注重工匠精神的培养，提高信息安全意识。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，加强思想政治教育。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的形式，进行考核评价。其中平时成绩占 30%，实践成绩占 40%，期末考试成绩占 30%。	48	

	高等数学 (经济类)	素质目标: 培养热爱祖国、爱岗敬业的家国情怀和文化自信;培养严谨细致、精益求精、求真务实的科学精神;培养艰苦奋斗、团结协作、诚信友善的人文素养。 知识目标: 了解高等数学中相关的数学文化知识;理解高等数学中函数、极限、微分、积分的数学思想方法;掌握高等数学中导数、微分、积分等基本数学概念和原理等。 能力目标: 培养逻辑思辨的能力;数学计算能力;数学建模和迁移应用能力;分析问题和解决问题的能力。	1.基础模块: 一元函数微积分的概念和计算原理,及在财经类等相关专业领域的应用。 ①函数、极限与连续; ②导数与微分概念、性质与计算; ③导数的应用; ④不定积分与定积分的概念、计算与应用。 2.提升模块: ①一阶常微分方程; ②二元函数微分学; ③概率与统计初步; ④矩阵与矩阵运算。	1.师资要求: 具有数学专业本科以上学历;具有教师资格证;有较为丰富的数学教育教学经验,专业技术扎实;对高职教育以及学生的数学学情有基本了解;具有一定的信息技术教学的能力。 2.教学条件: 多媒体功能教室、“学习通”移动教学平台、几何教具、数学软件、AI 软件等工具。 3.教学方法: 问题驱动、讲练结合、数形结合、案例分析、项目法、小组合作法、游戏法、线上线下混合式等多种教学方式相结合。 4.课程思政: “智育”“德育”“创育”深度融合。数学文化增强文化自信;数学应用锤炼工匠之品;数学原理领悟人生之道。 5.考核方式: 过程性考核与终结性考核相结合。过程性考核 50 % (考勤、微课学习、作业、测试、课堂表现)+终结性考核 50% (期末考试成绩)的形式, 进行考核评价。	64	
3	大学英语	1.素质目标: 培养学生敬业勤业精神、良好的职业道德和文化意识,提升职业综合素质;具有创新、竞争与合作意识,较强的爱国主义精神和家国共担的责任感,提高文化自信。 2.知识目标:	1.涉及主题有: 交际、学习、娱乐、 节日、美食、职场、旅行、环境、网络、科技、健康、人生、梦想等方面; 2.涉及各个主题的听、说、 读、写、译等语言知识点学习; 3.涉及各个主题的听、	1.师资要求: 主讲教师必须爱岗敬业、品德高尚、关爱学生,且具备英语本科及以上学历,有相关教学工作经历。具有一定的信息技术教学的能力。 2.课程条件: ①需要“学习通”等移动教学平台进行线上教学;	128	

		掌握必需的、实用的英语语言知识和语言技能：如词汇、语法、句型、文化等，为全球化环境下的创新创业打好人文知识基础。 3.能力目标： 在日常生活中、职场中用英语进行必要交流的口语交际能力，并具备一定的阅读能力和写作能力，培养他们的跨文化交际能力，能以正确的立场鉴别、处理涉外事务的能力。	说、读、写、译等语言技能训练。	②需要多媒体功能教室进行线下教学； ③教学区域需要流畅的网络信号覆盖，教师应备有电脑； ④需要音响等设备进行辅助教学。 3.教学方法： 采用任务驱动法、问题引入法、情景教学法、角色扮演法、小组合作法、讲练结合法、案例教学法、游戏法等多种教学方法相结合。 4.课程思政： 教学中融入课程思政如爱国情怀、文化自信、传统礼仪、敬业勤业精神、良好的职业道德、较高的职业素养且能用英语表达中国部分文化。 5.考核评价： 本课程为考查课程，采用过程性考核 70%，终结性考核 30%的形式，进行考核评价。		
4	大学生传统文化修养	1.素质目标：培养学生对中国传统文化的热 爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；开 阔学生视野，提高文化素养，不断提高自己的文化品位，不断丰富自己的精神世界。 2.知识目标：熟知并传承中国传统文化的基本精神；掌握中国传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面的文化	1. 中国传统哲学和宗教； 2. 中国传统节日习俗； 3. 中国传统艺术； 4. 中国古代生活方式。	1.师资要求：相关专业本科学历，遵从“四有”好老师标准，贯彻“两个规范”，认真备课，学习前沿职教理念，开展教改教研工作。 2.教学条件：有网络连接、音响的多媒体功能教室、“学习通”等移动教学平台。 3.教学方法：采用任务驱动法、问题引入法、情境教学法、角色扮演法、小组合作法、讲练结合法、	8	

		精髓。 3.能力目标:能诵读传统文化中的名篇佳句;能吸收传统文化的智慧和感悟传统文化的精神内涵,从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。		案例教学法、游戏法等多种教学方法相结合。 4.课程思政:培养学生爱国情怀、文化自信、传统礼仪、敬业勤业精神、良好的职业道德、较高的职业素养、传播中国声音、讲好中国故事。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采用过程性考核 70%,终结性考核 30%的形式,进行考核评价。		
5	大学生礼仪素养	1.素质目标:通过自省、自律不断地提高当代大学生自身的综合修养,成为真正社会公德的倡导者和维护者。 2.知识目标:了解中华民族传统礼仪文化,增强文化自信。掌握礼仪的基础知识、基本规范及流程,养成好的礼仪习惯。 3.能力目标:能根据实际情况灵活、准确地运用规范的礼仪;能够展示出自己良好的基本仪态,规范地完成正式场合的迎接与拜访;能够以良好的个人风貌与人交往,成长为有较高人文素养的人。	1.仪容仪表与人际 2.沟通礼仪; 3.公共场所礼仪; 4.校园交往礼仪; 5.应酬拜访礼仪。	1.师资要求:任课教师应具有扎实理论基础和较高的人文素养。 2.教学条件:有网络连接、音响的多媒体功能教室、“学习通”等移动教学平台。 3.教学方法:采用任务驱动法、问题引入法、情境教学法、角色扮演法、小组合作法、讲练结合法、案例教学法、游戏法等多种教学方法相结合。 4.课程思政:培养学生爱国情怀、文化自信、传统礼仪、敬业勤业精神、良好的职业道德、较高的职业素养、传播中国声音、讲好中国故事。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采用过程性考核 70%,终结性考核 30%的形式,进行考核评价。	8	
6	大学生艺术修养	1.素质目标:树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观,提高审美和人文素养,培养创	1.绪论-音乐概述 2.声乐艺术 3.中西乐器介绍与名	1.师资要求:遵从“四有”好老师标准,具备扎实的音乐专业能力,学习前沿	8	

		新精神和实践能力,塑造健全人格。 2.知识目标: 了解声乐、器乐、传统音乐、流行音乐等领域的音乐风格特点,理解经典音乐作品中音乐语言的艺术情感表现,开拓学生音乐文化背景知识的了解。 3.能力目标: 具备一定的艺术感知能力,提升音乐的审美品位;具备一定的艺术鉴别能力,能运用音乐语言分析音乐作品。	曲欣赏 4.器乐作品体裁与名曲赏析 5.巴洛克音乐、古典主义音乐、浪漫主义音乐概述 6.中国传统音乐 7.流行音乐	职教理念,开展教改教研工作。 2.教学条件: 多媒体教室,超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法: 采用分组讨论、情境教学、角色扮演、小组竞争、任务驱动等教学方法。 4.课程思政: 教学中将音乐种类、形式、创作情境与文化历史紧密结合,在富有思想性、艺术性的经典作品中,体验、理解、感悟音乐 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核50 %+终结性考核50%的形式, 进行考核评价。		
7	大学生人文素养	1.素质目标: 增强大学生责任意识、协调能力和团队合作能力;培育大学生人文精神;强化大学生人文观念;提升大学生人文素养;树立正确的世界观、人生观、价值观。 2.知识目标: 了解中国国情;理解管理理论、领导科学相关知识;熟悉国史、党史;了解中国哲学、文学和艺术。 3.能力目标: 能简单阐述中国国情;能运用管理理论、领导科学相关知识管理自己的学习和生活;能运用中国哲学、文学和艺术思想解读经典作品和社会现象。	1. 中国历史 2. 中国哲学思想 3. 中国文学 4. 中国艺术	1.师资要求: 任课教师应具有扎实理论基础和较高的人文素养。 2.教学条件: 有网络连接、音响的多媒体功能教室、“学习通”等移动教学平台。 3.教学方法: 采用任务驱动法、问题引入法、情境教学法、角色扮演法、小组合作法、讲练结合法、案例教学法、游戏法等多种教学方法相结合。 4.课程思政: 培养学生爱国情怀、文化自信、人文精神、敬业勤业精神、良好的职业道德、较高的职业素养、传播中国声音、讲好中国故事。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采用	8	8

				过程性考核 70%，终结性考核 30%的形式，进行考核评价。		
8	大学生科技素养	1.素质目标：确立正确的人生观、价值观，培养正确的科学发展观、科学系统性思维及科学探索精神；树立崇高的理想信念，弘扬科技兴国的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和职业素养。 2.知识目标：走进科学技术，领略科学精神；掌握高新技术常识，感受科技的魅力；掌握科学本质，探索科学前沿。 3.能力目标：能从“科学发展的视角”对比古今科技的发展与变革；能用“科学系统性的思维”分析日常生活中科学技术应用；能用“科学探索的精神”，探索科学前沿。	1.科学技术与社会，现代技术革命，科技发展现状； 2.科学知识构成与基础科学理论； 3.信息技术、生物技术、新材料与新能源技术、生态环保技术以及其他高新技术。	1.师资要求：主讲教师应具备良好的思想品质，渊博的科技知识，良好的科学素养及科研能力。 2.教学条件：满足教学需要的机房，配备数量合理、配置适当的信息技术设备，提供相应的软件和互联网访问带宽。 3.教学方法：采用任务驱动法、案例教学法、启发式教学法等教学方法。 4.课程思政：通过教学案例使学生感悟科学家们攻坚克难的决心和为国奉献的精神，领略国家科研之路的独特魅力，厚植学生的爱国情怀。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 50%+终结性考核 50%的形式，进行考核评价。	8	
9	四史选修课	1.素质目标：增强学生的政治认同与历史使命感，厚植爱党爱国情怀；培养正确的历史观，坚定“四个自信”；强化社会责任意识，树立服务国家发展与基层实践的理想信念。 2.知识目标：掌握党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史的重大事件及其背景；熟悉中国特色社会主义道路的探索历程与	1. 中国共产党简史 2. 新中国史 3. 改革开放史 4. 社会主义发展史	1.师资要求：本课程的主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2.教学条件：配备多媒体设备、无线网络的教室，同时借助超星学习通等平台辅助教学。 3.教学方法：开展专题化教学，采用专题授课、线上线下相结合等方法实施。 4.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 60%+终结性考核 40%	8	

		发展规律。 3.能力目标: 能够运用历史思维分析现实问题, 辨别历史虚无主义等错误思潮; 提升团队协作能力, 通过研讨、实践等形式深化历史认知; 增强语言表达与逻辑思辨能力。		的形式, 进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现。		
10	应急处置技术	1.素质目标: 培养学生救死扶伤、团结协作意识, 具有沉着、冷静处理突发状况的能力。 2.知识目标: 使学生熟悉伤情判断、求助、止血、包扎、固定、搬运、心肺复苏知识。 3.能力目标: 具备在紧急情况下, 对伤员进行伤情评估并采取相应的急救技术措施抢救伤员, 挽救生命、降低危害的能力。	1. 伤情判断与评估; 2. 现场急救器材; 3. 心肺复苏; 4. 止血、包扎、固定、搬运; 5. 常见意外和急症的现场急救。	1.师资要求: 必须具备本科及以上学历, 具备相关专业专业知识 2.教学条件: 有网络连接、音响的多媒体功能教室, “学习通”等移动教学平台; 有担架、心肺复苏模拟人等实操设备。 3.教学方法: 采用案例教学法、现场演示法、任务驱动法等多种教学方法 4.课程思政: 教学中突出生命至上的理念, 培养学生救死扶伤、甘于奉献、大爱无疆的意识。 5.考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式, 进行考核评价。	8	
11	习近平关于应急管理的重要论述	1.素质目标: 提升学生在认识社会中逐步认识自我, 牢固树立马克思主义信仰、中国特色社会主义信念, 增强为应急安全事业勤奋学习的积极性和主动性。 2.知识目标: 掌握马克思主义的基本立场、观点、方法, 了解习近平关于应急管理与安全生产重要论述的基本	1. 导论 2. 习近平总书记关于应急管理的重要论述及其时代价值 3. 习近平应急管理重要论述的主要内容 4. 习近平总书记关于应急管理体制改革的重要论述 5. 习近平总书记关于应急救援队伍建设的重要论述	1.师资要求: 本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历。 2.教学条件: 配备多媒体设备、无线网络的教室, 同时借助超星学习通等平台辅助教学。 3.教学方法: 采用体验式、任务驱动式等教学方法。 4.考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核	8	

		原则、实践方向、时代价值、主要内容，以及当前我国应急管理体系改革、国家综合性消防救援队伍建设等方面内容。 3.能力目标：理论联系实际，了解我国应急管理与安全生产工作的实际情况，注重知和行的统一，能正确运用习近平关于应急管理与安全生产的重要论述等理论解决实际问题，提高认识能力、实践能力和社会适应能力。		50%+终结性考核 50%的形式，进行考核评价。		
--	--	---	--	--------------------------	--	--

2.专业（技能）课程

专业课程对接国家新媒体行业标准，融入财经商贸大类职业技能等级证书以及新媒体企业职业资格证书相关内容，持续深化“三全育人”综合改革，将思政元素融入专业课程之中，把价值观引导融入专业知识传授之中，将新技术、新工艺、新材料、新设备及绿色化改造融入课程之中。专业课程分为专业基础课程、专业核心课程、技能强化训练课程及专业拓展课程。

（1）专业基础课程

专业基础课程设置及要求如表 10 所示。

表 10 专业基础课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养规格
1	市场营销基础	1.素质目标：认识市场营销，发现市场机会、确定营销战略等技能，初步树立诚信营销观念，具有产品质量至上、顾客至上的职业态度，及吃苦耐劳、百折不挠的营销精神。	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. 师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备全面的市场营销理论基础，及一定的相关工作经历，应有三年以上教学经历。 2. 教学条件：教学设施		

		2. 知识目标：掌握市场分析的原理与方法；掌握 收集信息的途径及方法； 掌握市场定位和市场细分的流程与步骤；掌握4P 策划的基本理论及运用。 3. 能力目标：具有分析市场的能力；具有收集有效 信息的能力；具有准确市场定位和市场细分的能力；具有 4P 策划的基本 能力。		完备,有足够的网络资源和书本资源。 3. 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；线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政：开阔眼界, 培养大局意识；树立诚信经营、顾客至上、质量至上的商业精神；培养吃苦耐劳、百折不挠的营销精神。 5. 考核评价：本课程为考查课程,采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式,进行考核评价。	48	S6 S7 Z6 N1 N2
2	管理学基础	1. 素质目标：具有热爱所学专业,爱岗敬业的精神；具有胜任管理工作的良好的业务素质 and 身心素质；具备现代管理理念和竞争意识,具有开拓创新精神和可持续发展能力。 2. 知识目标：认识和理解管理的重要性和普遍性；了解古今中外管理思想的发展,理解古典管理理论和行为科学的内容；理解并掌握管理的基本原理与方法；掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及科学有效实现的方法；运用所学管理知识进行具体的管理案例分析,并能够在学完课程后对管理实践	1 管理、管理者与管理学； 2. 管理思想的演进； 3. 决策与计划； 4. 组织设计与运行； 5. 领导、激励与沟通； 6. 控制与创新；	1. 师资要求：教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,具备企业管理方面的理论基础及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经历。 2. 教学条件：多媒体教室,超星学习通等网络教学平台。 3. 教学方法：教学方法以讲授法、案例分析法为主要教学方法,配合以情景模拟法、角色扮演法,线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政：教学中重视 爱国情怀的融入,开阔眼界, 培养战略大局意识,树立团结协作、审时度势、灵活机动、诚实守信、爱岗敬业的职业素养。	48	S1 S2 S5 Z4 N1 N2

		进行考察。 3.能力目标: 具备基本管理能力;具备良好的企业管理实际应用及企业资源管理能力;企业控制管理能力;能够运用市场营销策略来分析企业现实问题;能团结协作,管理好团队。		5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核60 %+终结性考核40%的形式,进行考核评价		
3	大数据 财务基础	1.素质目标: 正确认知资金时间价值与风险收益,培养正确的收益观;培养观察、分析与解决问题的职业习惯与能力;培养学生懂得财经法律法规及遵法、守法,及自觉承担财经法律规律维护与践行任务的职业意识。 2.知识目标: 掌握资金时间价值、风险收益与衡量,掌握筹资方式、筹资成本与杠杆,了解项目投资的现金流量与注入指标,了解营运资金特点,及利润分配程序与政策,了解预算分类与方法、程序。 3.能力目标: 培养认知财务报表与简单分析的技能,利用资金时间价值进行理财决策、筹资决策、项目投资决策的技能,及营运资金管理技能,锻炼收集、整理信息并开展财务分析与决策的能力。	1.财务管理的价值观念认知; 2.筹资管理; 3.项目投资管理; 4.营运管理; 5.财务报表认知与分析。	1.师资要求: 教师应具备“双师”素质,为财会类相关专业背景,具备全面的会计或财务管理理论基础,及一定的相关工作经历;应有三年以上教学经历。 2.教学条件: 一般在多媒体教室开展教学活动,在实习实训基地开展调研等实践活动。 3.教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为主,配合以小组讨论法、实习法等教学方法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政: 树立正确的收益观,树立财务风险意识;培养综合分析、解决财务问题的职业习惯与能力;培养知法、懂法、守法的法律意识。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核50%+终结性考核50%的形式,进行考核评价。	32	S1 S2 S5 S6 Z5 N1
4	社群营销	1.素质目标: 培养敏锐的用户洞察能力与同理心;提升内容创作与活动策		1.师资要求: 教师应具备“双师”素质,为市场营销、电子商务或相关专业		

		划的创新能力;增强社群运营中的服务意识与沟通技巧;树立合规运营、诚信营销的职业理念;培养耐心细致、持续优化的运营态度。 2.知识目标: 理解社群营销的核心价值、发展历程及主流平台特性;掌握社群定位、搭建、运营及变现的全流程方法论;熟悉社群内容策划、活动设计及用户运营的关键技巧;了解社群数据分析工具及核心指标含义;掌握社群运营的风险防控及危机处理方法。 3.能力目标: 能独立完成社群定位分析及搭建方案设计;能制定有效的社群运营策略及内容规划;能熟练运用各类社群管理工具(如微信群管理工具、知识星球等);能策划并执行社群裂变增长活动;能进行社群数据监测与分析,优化运营策略;能处理社群中的常见危机事件(如负面舆情、违规内容等)。	1. 社群营销基础 2. 社群搭建与定位 3. 社群运营实战 4. 社群数据分析 5. 社群变现与风险防控	背景,具备全面的数字营销理论基础,拥有社群运营相关工作经验或成功案例,应有三年以上教学经验。 2.教学条件: 配备多媒体设备的智慧教室;接入互联网,支持使用超星学习通等网络教学平台;提供主流社群管理工具的使用权限(如小鹅通、知识星球等)。 3.教学方法: 采用案例教学法,分析成功社群运营案例;运用项目驱动法,分组运营真实社群项目;结合角色扮演法,模拟社群管理场景;线上线下混合式教学,延伸学习时空。 4.课程思政: 认识社群经济在新业态中的重要作用;培养诚信经营、用户至上的服务理念;强化网络空间责任意识与法律意识;培育创新思维与团队协作精神。 5.考核评价: 本课程为考查课程。采取"过程性考核(60%)+终结性考核(40%)"形式。过程性考核包括:课堂表现、作业完成、社群运营实践。终结性考核为:社群运营方案设计与答辩。	32	S2 S7 Z5 N2 N4
	商品学基础	1.素质目标: 善于动脑,勤于思考,及时发现问题,养成良好的学习习惯和严谨求实的科学态度和一丝不苟的工作作风,树立科学严谨	1. 认识商品 2. 商品的分类 3. 商品质量 4. 商品标准 5. 商品检验	1.师资要求: 教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,具备全面的商品学理论基础,及一定的相关工作经历;应		

5		谨、实事求是、全面思考、沉着细致、诚实守信的职业素养。 2.知识目标: 了解商品学知识的重要性,理解商品的本质及其属性,质量与商品质量的含义;掌握商品对商品质量的要求;掌握决定和影响商品质量的主要因素;掌握商品分类的方法、商品的化学成分与结构、商品的物理、机械及化学性质;掌握商品分类的概念;熟练掌握商品的分类标志及常见的分类方法;掌握商品包装、养护的方法与技巧。 3.能力目标: 能对商品进行分类、能恰当评价商品质量、能运用基本的感官检验法对常见商品进行初步质量检测、能合理选用各种商品的运输包装、销售包装、防护包装、能对不同的商品采取正确的措施进行养护。	6. 商品包装 7. 商品养护	有三年以上教学经历。 2.教学条件: 多媒体教室,超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为主,配合以小组讨论法、实习法等教学方法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政: 教学中突出生命至上、顾客至上、质量至上的职业精神;培养学生遵章守纪,科学严谨、实事求是、全面思考、沉着细致、诚实守信的职业素养。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核50%+终结性考核50%的形式,进行考核评价。	56	S2 S3 S7 Z5 N1 N2
6	商务谈判	1.素质目标: 初步树立正确的职业道德意识和谈判观念,具有辩证思维与沟通能力,良好的心理素质和现场应变能力,具备实事求是、爱岗敬业的素养。 2.知识目标: 掌握商务谈判的基本原理和实务;掌握商务谈判的要素、流程、类型、原则;掌握商务谈判的三个阶段和四个流程;掌握商务谈判的基本方法、	1. 认识商务谈判 2. 商务谈判准备 3. 商务谈判结程 4. 商务谈判结束 5. 商务谈判礼仪 6. 商务谈判实训	1.师资要求: 教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,具备商务谈判理论基础和谈判技巧,及一定的相关工作经历;应有三年以上教学经历。 2.教学条件: 教学设施完备,有足够的网络资源、电脑和书本资源。 3.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;线上、线下结合,充分利	48	S7 S8 Z10 N2 N7

		技巧和策略；掌握商务谈判的礼仪等。 3. 能力目标： 具有辩证思维的能力；具有团队协作能力；具有善于沟通能力；具有临场应变能力。		用资源与延伸课堂。 4. 课程思政： 树立社会主义核心价值观；有爱国主义精神；增强法律意识、诚信意识和道德意识、培养强烈的责任心、事业心和责任感。 5. 考核评价： 本课程为考查课程，采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式，进行考核评价。		
7	统计基础	1.素质目标： 能将所学知识应用到具体的生活中解决实际问题，能团结协作、相互沟通能力；培养学生不怕挫折，勇于进取的良好心理素质。 2.知识目标： 理解统计学中的基本概念、基本理论和基本方法；熟悉数据处理、数据分析、数据推断的各种基本方法。 3.能力目标： 能够运用所学知识分析和解决实际问题的能力；能够根据现象分析问题本质的观察能力、判断能力。	1.统计职业认知； 2.统计调查与整理； 3.相关与回归分析； 4.时间序列分析。	1.师资要求： 教师应具备“双师”素质，具备财务审计专业背景，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经验。 2.教学条件： 多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法： 教学安排上采用项目教学法、任务驱动法为主要教学方法，配合以角色扮演法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，借此来完成统计实务操作能力的学习。 4.课程思政： 树立统计意识；培养综合分析、解决实际问题的职业习惯与能力。 5.考核评价： 本课程为考查课程，采取过程性考核50%+终结性考核50%的形式，进行考核评价。	32	S5 S6 Z4 N3
		1.素质目标： 具备团结协作、审时度势、灵活机动、诚实守信、爱岗敬业的职业素养。 2.知识目标： 了解渠道和终端在企业营销中的重	1. 营销渠道认知	1.师资要求： 教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备全面的渠道管理理论基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经验。		

8	渠道管理	要性;熟悉各种不同渠道类型的基本特征;熟悉渠道设计的基本影响因素;掌握渠道管理与冲突的基本内容;掌握选择渠道成员的步骤和途径;掌握激励渠道成员的主要方法;掌握渠道成员的业绩评估方法;掌握整合渠道的相关内容;掌握销售代理与经销的相关内容;掌握连锁经营与特许经营的相关内容。 3.能力目标: 能辨认各种不同类型的渠道模式。能根据企业、市场和产品的具体情况设计销售渠道。能根据实际情况合理、科学地选择渠道成员。能熟练开展渠道激励与控制工作。能选择合适的方法管理渠道。能熟练掌握渠道冲突的原因及其解决方案。能熟练地开展渠道维护工作。	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	2.教学条件: 多媒体教室,超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为主,配合以角色扮演法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政: 具备开拓创新、团结协作、审时度势、灵活机动、诚实守信、爱岗敬业的职业素养。不挠的营销精神。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 50%+终结性考核 50%的形式, 进行考核评价。	32	S2 S7 Z5 N2 N4
9	直播营销	1.素质目标: 树立遵守法律法规,遵守直播电商平台规则的意识;提升学习意识,加强主播专业能力训练,不断学习、精益求精;维护良好的直播消费环境,促进直播带货业态的健康发展,能全面、真实、准确地披露商品信息;培养社会责任感,传播正能量;锻炼自学能力和可持续发展能力。 2.知识目标: 了解直播电商及直播电商平台,认识	1.认识直播和直播营销; 2.直播营销的平台选择; 3.直播账号定位设计; 4.直播营销的团队构建; 5.直播营销的主播打造; 6.直播营销的策划与筹备; 7.直播营销的商品规划; 8.直播前的引流预	1.师资要求: 具有扎实的新媒体营销、直播营销基础理论水平和直播营销实战经历。 2.教学条件: 教学设施完备,有足够的网络资源和书本资源。 3.教学方法: 采用“理论+实践”的教学模式采取任务驱动、案例教学;使用在线开放课程辅助教学。 4.课程思政: 融入良好品德、规范行为、遵纪守法、爱岗敬业、敢于创新的工	32	S6 S7 Z5 N3 N4

		直播销售员的等级划分、岗位职责和任职要求；掌握打造直播人设、规划主播形象、专业能力训练的方法；掌握直播选品的原则、依据、来源和工具，了解分析商品卖点的相关工作，了解直播话术的运用方法；掌握搭建直播场景的方法，了解直播脚本的设计要点，掌握直播宣传与预热的方法；掌握农产品直播、生活用品直播、服装直播的操作流程；掌握处理直播订单、维护直播粉丝的方法，掌握直播数据的获取和分析方法，了解直播优化的相关工作。 3.能力目标：能够搭建直播场景、撰写直播脚本、撰写直播标题和直播宣传文案、拍摄与剪辑直播预告短视频，以及发布直播预告；能够策划并实施直播营销活动，能够分析直播数据并总结经验；能够在淘宝平台进行直播活动，能够利用短视频宣传直播活动；能够结合自身条件和资源选择直播电商平台,以及根据直播销售岗位的要求明确自我提升的方向。	告； 9.直播间的营销管理； 10.直播复盘； 11.直播营销的经典案例分析。	工匠精神。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。		
	客户关系管理	1.素质目标：具备在客户关系管理过程中分析问题、解决问题的实际能力，初步树立从事客服岗位中所需的与客户沟通、自我学习、抗挫折、爱岗	1. 认识客户关系管理	1.师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备全面的客户关系管理理论基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学		

10		敬业的职业素养。 2.知识目标: 了解客户关系管理的产生、发展历程及其重要性,理解客户价值、客户满意与忠诚、客户投诉处理原则等的基本理论,掌握潜在客户寻找方法、客户档案设计与细分方法、提升客户满意度措施、客户投诉处理步骤与技巧。 3.能力目标: 能准确找到所需的潜在客户;能设计客户档案信息表,并对客户进行细分;能采用合理的措施让客户满意;能和客户进行良好的沟通;能有效地处理客户投诉。	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	经历。 2.教学条件: 教学设施完备,有足够的网络资源和书本资源。 3.教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为主,配合以小组讨论法、实习法等教学方法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政: 具备爱岗敬业,实事求是、客户至上的职业理念,培养学生从事客服岗位中所需的与客户沟通、灵活机动、抗挫折的职业素养。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式, 进行考核评价。	48	S7 Z5 N2
----	--	--	---	---	----	----------------

(2) 专业核心课程

专业核心课程设置及要求如表 11 所示。

表 11 专业核心课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养规格
1	数字营销	1.素质目标: 培养学生与时俱进的营销理念,提高学生的数字化应用理念和素养;培养学生的创新意识和开拓精神;强化学生在营销活动中的法律意识和职业道德。 2.知识目标: 了解数字营销的产生背景、发展	1. 数字营销概述 2. 数字营销原理与技术认知	1.师资要求: 教师应具备市场营销相关专业背景,具备全面的数字营销理论基础及一定的数字营销实践经验。 2.教学条件: 教学设施完备,有足够的网络资源、电脑和书本资源。 3.教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为		

		历程：掌握数字营销的整体架构和技术基础：熟悉社会化营销、原生营销、程序化营销、KOL营销、事件营销等适用的数据营销方式。 3. 能力目标：能够快速了解数字营销的发展与变化，熟悉社会化营销、原生营销、程序化营销、KOL营销、事件营销等常用的数据营销方式，掌握社交营销、App营销、小程序营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销等主流的数字营销技术，构建数字营销思维。	3. 数字营销策划 4. 数字广告营销 5. 数字互动营销 6. 数字营销效果分析与优化	主，配合以情景模拟法；线上、线下结合，充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政：树立网络零售新思维，具备网络安全意识与知法、懂法、守法的法律意识 5. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。	64	S6 S7 Z5 N2 N3 N4
2	消费者行为分析	1. 素质目标：树立以消费者为中心的服务理念和市场调查意识，树立科学严谨、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。强化对消费者权益保护的重视，在未来商业活动中秉持诚信、公正的职业操守，尊重消费者的个性化需求与选择，维护良好的市场秩序。 2. 知识目标：掌握消费者和消费者行为的基本概念，掌握研究消费者行为的主要方法，了解消费者需要和动机的基本概念，掌握影响消费者行为的因素，以及影响消费者行为的营销组	1. 消费者行为学与市场调查的基本知识； 2. 消费者个性心理与消费者行为； 3. 消费者行为的个体、群体特征； 4. 市场调查方法与抽样调查； 5. 设计市场调查方案与问卷 4. 确定抽样调查方式 5. 撰写调查报告	1. 师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备全面的市场营销调查理论基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经历。 2. 教学条件：教学设施完备，有足够的网络资源、电脑和书本资源。 3. 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、小组讨论法、实习法等教学方法；线上、线下结合，充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政：有爱国情怀与工匠精神，具备科学严谨、实事求是、吃苦耐劳、团队协作的职业态度与素养。 5. 考核评价：有爱国情怀	64	S2 S7 Z7 N4 N5

		合策略。了解市场调查的重要性，理解市场调查的基本理论，调查方分析调查数据法的概念与特点、抽样调查的基本概念，掌握市场调查方法及适用情况、抽样调查的方式、调研方案的内容与结构、调研问卷的结构与设计技巧、市场调查数据处理与分析技巧与调查报告的类型、结构等方面的知识。 3.能力目标：能运用消费者行为学理论与方法，分析用户行为轨迹和特征，准确解读用户画像。能对竞争者、行业、消费者、产品等市场进行调研、分析与预测的能力，能够设计科学合理的市场调研方案，调查问卷，运用市场调查方法技术收集消费者行为数据，并通过数据分析工具进行数据处理与解读，撰写有价值的市场调研报告		与工匠精神，具备科学严谨、实事求是、吃苦耐劳、团队协作的职业态度与素养。		
3		1.素质目标：服务人员应具备良好的职业道德和职业素养，包括诚信、责任心、服务意识、团队合作精神等。他们能够以客户为中心，积极解决客户问题，提供优质的服务体验。 2.知识目标：服务人员需要掌握扎实的市场营销知识，了解服务市场的特点和规律。同	1. 了解服务营销的概念。 2. 理解顾客服务期望。 3. 掌握顾客关系建立策略。 4. 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 5. 了解服务标准定义。 6. 掌握服务补救	1.师资要求：专任教师双师素质占比应在 85%以上，专任教师需具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力。此外，专任教师需具有一定的企业工作经验，熟悉企业营销岗位任职要求与职业技能要求。 2.教学条件：教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需		

	服务营销	时, 他们还应具备丰富的产品知识, 能够准确地向客户介绍产品特点和优势。此外, 对于相关法律法规、行业标准等也应有所了解, 以确保营销活动的合法性和规范性。 3. 能力目标: 服务营销人员应具备出色的沟通能力和人际交往能力, 能够与客户建立良好的关系, 理解客户需求并提供个性化的解决方案。他们还应具备市场分析、预测和策划能力, 能够制定有效的营销策略和推广计划。在实施营销活动过程中, 服务营销人员还须具备组织协调能力和应变能力, 以确保营销活动的顺利进行。	等方法和技术技能。	的专业教室。专业教室应配备投影设备、音响设备、教学一体机等数字设备的多媒体教室, 配备支撑培养专业基础能力必需的专用教室。 3. 教学方法: 以启发式教学法为主, 配合疫情模拟法、小组讨论法、实习法等教学方法; 线上线下结合, 充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政: 服务营销课程思政旨在培养学生的职业道德, 强化服务意识, 引导学生理解服务行业的社会责任, 培育创新精神和团队协作能力, 以实现个人价值与社会需求的和谐统一。 5. 考核评价: 本课程为考核课程, 采取过程性考核 40%+ 终结性考核 60% 的形式进行考核评价。	64	S1 S7 Z8 N2 N6
4	销售与管理	1. 素质目标: 树立风险意识、竞争意识、担当意识和社会责任感, 具备良好的职业素养和职业精神。 2. 知识目标: 基本了解销售计划制订的方法和技术技能, 客户开发拜访的方法和技术技能, 产品方案设计与演示的方法以及商务洽谈的方法和技术技能。 3. 能力目标: 掌握销售管理的理论知识和操作技能, 在企业销售领域中具有分析、解决管理	1. 客户拜访。 2. 产品方案设计与演示。 3. 商务洽谈。 4. 项目招投标。 5. 销售管理。	1. 师资要求: 本课程的主讲教师应具备本科及以上学历, 具备相关专业知识, 有相关工作经历, 有三年以上教学经历。 2. 教学条件: 教学设施完备, 有足够的网络资源、电脑和书本资源。 3. 教学方法: 采用课内+线上的混合式学习模式。课堂以教师授课为主, 学生操练为辅; 线上以微课学习为主, 在线习题为辅。教学方法以项目学习, 情景模拟, 小组探讨, 角色扮演为主, 配以实训	64	S6 S7 Z9 N2 N9

		实务问题的能力。		作品演示。 4. 课程思政： 教学过程中树立风险意识、竞争意识、担当意识和社会责任感，具备良好的职业素养和职业精神。 5. 考核评价： 教学过程中树立风险意识、竞争意识、担当意识和社会责任感，具备良好的职业素养和职业精神。		
5	品牌策划与推广	1. 素养目标：培养敏锐的市场洞察力、消费者同理心与战略思维能力。提升创意构思、方案策划与逻辑表达能力。增强团队协作精神与项目管理能力。树立品牌伦理意识与社会责任感。 2. 知识目标：理解品牌的本质、价值、核心要素（如品牌定位、品牌识别、品牌资产等）及其在商业竞争中的关键作用。掌握品牌策划的完整流程与核心环节（市场分析、目标设定、定位策略、识别系统设计、传播策略制定、效果评估）。熟悉主流品牌推广渠道（传统媒体、数字媒体、公关、活动、体验营销等）的特点、适用场景及综合运用方法。了解品牌管理的关键任务（品牌延伸、品牌组合、品牌危机管理）及最新发展趋势（如数字时代的品	1. 品牌基础 2. 核心策略 3. 识别框架 4. 推广执行 5. 渠道策略 6. 内容创意与媒介计划 7. 效果评估 8. 品牌管理	1. 师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备全面的广告学理论基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教师。 2. 教学条件：多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3. 教学方法：以启发式教学法和案例教学法为主，配合角色扮演法；线上、线下结合，充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政：开阔眼界，培养大局意识；树立诚信经营、顾客至上、质量至上的商业精神；有吃苦耐劳、百折不挠的营销精神。 5. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式，进行考核评价。	64	S7 S8 Z10 N2 N7

		牌挑战、可持续发展与品牌）。 3. 能力目标：能够运用科学工具进行市场调研、竞争分析与目标消费者洞察，为品牌策略提供数据支持。能够基于分析结果，精准提炼品牌核心价值，制定清晰的品牌定位与差异化策略。能够策划并设计具有竞争力的品牌识别系统（名称、标志、视觉体系、口号等）基础框架。能够根据品牌定位与目标受众，制定整合营销传播（IMC）方案，选择合适的推广渠道与工具组合。 能够设计品牌传播活动的具体内容与创意，并制定执行计划与预算。能够运用关键绩效指标（KPI）评估品牌推广效果，并提出优化建议。				
6	商务数据分	1. 素质目标：提升对数据分析行业的认可度，树立爱岗敬业的观念。养成尊重数据、务实严谨的科学态度。在收集、分析数据资料，讨论疑难问题的过程中，培养团队协作的意识。强调数据的真实性、可靠性，不编造数据，提高诚信意识。学会正确的数据思维方法，养成勤学善思的习惯。学以致用，培养利用数	1. 掌握商务数据收集放入方法和技术技能。 2. 掌握商务数据处理的方法和技术技能。 3. 掌握商务数据分析的思路、方法和技术技能。 4. 掌握商务数据可视化的方法和技术技能。	1. 师资要求：教师需熟练掌握统计学与概率论、数据挖掘、数据库与数据处理技术并熟悉主流商务智能工具，具备扎实的数据分析与建模能力。此外，要求教师有行业实践经验，能够将理论知识与实际业务相结合，提升学生的实战能力，并具备良好的沟通表达能力和团队协作精神，责任心强，热爱教育事业。 2. 教学条件：教室配备先		S1

	析	据缘事析理、明辨是非的意识。 2. 知识目标: 掌握商务数据分析的核心概念和方法,能够熟练运用统计学原理和数据分析工具(如 Excel, SQL, R, Python 等)进行数据收集、清洗、处理和可视化。理解并应用数据挖掘技术,进行预测分析和决策支持。具备解读数据报告的能力,能够将数据分析结果转化为商业洞察和策略建议,支持企业决策过程。 3. 能力目标: 能够制作、填写符合要求的表格。能够对不符合要求的数据进行初步处理。能够运用数据透视表等分析工具对复杂数据进行统计分析。		进的计算机实验室和数据分析软件,以及丰富的教学资源 and 案例库。同时,学校应与企业建立合作关系,提供实习基地,选派专门的实习指导教师和人员,组织开展专业对口实习,加强对学生的指导、管理和考核。 3. 教学方法: 商务数据分析与应用专业的教学方法应采用讲授法、基于问题的教学法、演示法等多种教学方法相结合,注重理论与实践相结合。通过案例分析、项目实践等方式,培养学生运用数据驱动思维进行商业决策和运营管理能力。同时,利用在线教学平台,开展线上线下混合式教学,提高教学效果。 4. 课程思政: 商务数据课程思政强调数据驱动决策的重要性,培养学生的职业道德和社会责任感,引导学生在数据分析中注重隐私保护和伦理规范。 5. 考核评价: 本课程为考核课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式进行考核评价。	64	S2 Z11 N2 N8
--	---	--	--	---	----	--

(3) 技能强化训练课程

技能强化训练课程设置及要求如表 12 所示。

表 12 技能强化训练课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养
----	------	------	------	------	----	------

						规格
1	专业认知实训	1. 素质目标: 养成遵规守纪的行为习惯, 树立学习目标, 有爱国、爱校、爱岗敬业意识。 2. 知识目标: 了解本专业人才培养模式、专业课程体系、专业学习方法及对未来职业规划。 3. 能力目标: 具备服从能力、规划能力、自主学习能力。具备爱岗敬业的意识, 增强对企业、行业、专业的兴趣。	1. 专业课程认知 2. 专业岗位认知 3. 专业企业认知	1. 师资要求: 教师应具备“双师”素质, 为市场营销类相关专业背景, 具备全面的市场营销知识基础, 及一定的相关实践经历; 应有三年以上的市场营销教学经历。 2. 教学条件: 实训设施完备, 有足够的网络资源、电脑。 3. 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; 线上、线下结合, 充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政: 具有大局意识; 树立诚信经营、顾客至上、质量至上的商业精神; 具备遵章守纪和规划意识, 乐观、积极的心态, 向上向善的品质。 5. 考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式, 进行考核评价。	24	S1 S2 S10 N1 N2
2	数字营销实训	1. 素质目标: 具有法律法规意识、创新意识、服务意识、美学素养, 诚实守信, 团队协作、吃苦耐劳。 2. 知识目标: 了解消费者购买行为特点以及客户画像分析的类型, 了解搜索引擎的类型及使用方法, 关键词选择要求。 3. 能力目标: 能够进行平台操作、具有市场分	1. 人群画像与分析; 2. 数字化信息触达; 3. 客户关系连接、营销关系交易与回报; 4. 搜索排名优化; 5. 搜索竞价营销; 5. 推荐引擎营销。	1. 师资要求: 教师应具备“双师”素质, 并已获中级及以上“数字营销师”, 具备全面的市场分析和数字营销知识及一定的相关实践经历。 2. 教学条件: 实训设施完备, 配备数字营销实训软件, 有足够的网络资源、电脑。 3. 教学方法: 以案例教学、操作演示法和任务驱动法为主, 配合数字营销	24	S6 S7 Z5 N2

		析能力，能够进行客户画像，能够合理运用搜索引擎进行产品推广并进行分析		软件线上、线下结合，充分利用资源与延伸课堂 4. 课程思政： 树立数字营销法律意识；具有数字营销职业素养和数字信息安全素养；具有营销公平诚信价值观、广告营销职业道德感和网络安全使命感；具有浓厚的家国情怀和正确的世界观。 5. 考核评价： 本课程为考查课程，采取过程性考核30%+终结性考核70%的形式，进行考核评价。		N3 N4
3	需求洞察 实训	1. 素质目标：具备科学严谨、实事求是、全面思考、计划组织、沟通协调、团队协作、归纳分析、吃苦耐劳的职业素养。 2. 知识目标：掌握市场调查基本理论的理解，包括市场调查的概念、各种调查方法的概念与特点、抽样调查的基本概念，掌握市场调查方法及适用情况、抽样调查的方式、调研方案的内容与结构、调研问卷的结构与设计技巧、市场调查数据处理与分析技巧与调查报告的类型、结构等方面的知识。 3. 能力目标：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；能根据调研内容与目的，设计调研问卷；能根据给出	1. 设计调研方案 2. 设计调研问卷 3. 撰写调研报告	1. 师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销相关专业背景，具备市场调查原理与实务的知识和技巧，应有三年以上教学经历。 2. 教学条件：实训设施完备，配备 TIMC 企业经营沙盘平台软件，有足够的网络资源、电脑。 3. 教学方法：以任务驱动教学、现场指导法为主，辅以案例教学和探究教学法，充分利用网络学习资源和现代教育技术，符合“教、学、做”合一原则。 4. 课程思政：指导中重视爱国情怀与工匠精神的培养，具备科学严谨、实事求是、吃苦耐劳、团队协作的职业态度。 5. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核30%+终结性考核70%的形式，进行考核评价。	24	S2 S7 Z7 N4 N5

		的数据进行分析与整理；能撰写出结构完整、结论客观的、建议可行的调研报告。				
4	商务礼仪与沟通实训	1.素质目标：培养尊重他人、真诚友善、自信从容的职业态度；增强职业认同感与责任感，提升个人品牌形象；树立跨文化意识，培养开放包容的国际化视野。 2.知识目标：理解商务礼仪的核心内涵、基本原则及其在职业发展中的重要性；掌握商务场合中仪表仪容、言谈举止、位次安排、沟通交流、餐饮宴请、接待拜访、国际交往等方面的基本规范；了解不同文化背景下商务礼仪的差异与注意事项。 3.能力目标：能够根据场合要求，塑造整洁、大方、专业的职业形象（着装、妆容、仪态）；能够运用规范的见面礼节（称呼、介绍、握手、名片交换）、沟通礼仪（电话、邮件、面谈）进行有效商务交流；能够在会议、谈判、宴请、接待、拜访等具体商务场景中得体行事，展现尊重与专业；能够识别并恰当处理商务活动中的礼仪禁忌和跨文化冲突；提升在压力或复杂情境下的礼仪应变能力。	1.职业形象塑造 2.仪态举止 3.日常交往礼仪 4.商务场合礼仪 5.商务宴请礼仪 6.跨文化商务礼仪(基础) 7.求职面试礼仪	1.师资要求：具备扎实的商务礼仪理论知识和丰富的实践经验。 2.教学条件：利用形体训练房、活动教室带领学生进行站、走、坐、蹲的仪态训练；利用领带、丝巾等完成仪表礼仪的学习；利用教学楼地形特点、活动桌椅、托盘、茶壶、茶杯等教学道具掌握会面、接待、会务、宴请礼仪的相关细节。 3.教学方法：精心设计多样化的实训环节(情景模拟、角色扮演、案例分析、小组讨论等)，确保学生充分参与和体验。 4.课程思政：通过对礼仪的学习，传承中华优秀传统文化，坚定文化自信；强调道德品质与职业操守，助力学生职场可持续发展；树立社会主义核心价值观。 5.考核评价：由平时成绩和综合模拟两部分构成。其中平时成绩占40%，期末考试成绩占总成绩60%，其中平时成绩包括：学习态度、课堂表现与参与度等。	24	S1 S7 Z8 N2 N6

5	新媒体营销实训	1. 素质目标:树立积极向上、正确的人生观、价值观和价值观,具有良好职业道德和较强的工作责任心,树立爱岗敬业的工作作风和良好的团队协作精神,具有严谨认真、实事求是、精益求精的职业道德。 2. 知识目标:了解新媒体营销的基础知识,掌握新媒体运营的操作流程和方法,了解文案策划的具体实施步骤,了解自媒体平台的操作流程及方法,掌握短视频运营和直播要点。 3. 能力目标:具备数据收集、分析能力;具备软文写作及文案策划能力;具备语言表达及沟通能力;具备活动策划及推广能力,具备观察和随机应变能力;具备持续学习和创新能力。	1. 文案策划; 2. 短视频运营; 3. 直播带货。	1. 师资要求:教师应具备“双师”素质,为市场营销和电子商务类相关专业背景,具备全面的新媒体营销知识,及一定的相关实践经历;应有三年以上的新媒体营销或电子商务教学经历。 2. 教学条件:实训设施完备,有短视频拍摄、直播实训室,有足够的网络资源、软件配置用友营销云、微信公众服务号等。 3. 教学方法:以启发式教学法和案例教学法为主,配合以场景应用法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政:具有专业的职业道德和精益求精的工作精神,具有数据保密意识和严谨的法律意识,具有民族自信和高端的审美素养,具有正确的价值观,积极传播正能量。 5. 考核评价:本课程为考查课程,采取过程性考核30%+终结性考核70%的形式,进行考核评价。	24	S6 S7 Z9 N2 N9
6	企业经营沙盘模拟实训	1. 素质目标:养成遵规守纪的行为习惯,有团队合作意识,大局观,能灵活机动地适应不同的市场环境。 2. 知识目标:掌握产品目标市场选择与定位、产品的竞争策略分析与执行、渠道策略、价格策略、促销策略等营销策略等专业知识。	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. 开发客户参与投标; 5. 投放招商广告与选择订单;	1. 师资要求:教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,具备全面的市场营销沙盘模拟操作经验,及一定的相关工作经历;应有三年以上教学经历。 2. 教学条件:实训设施完备,配备 TIMC 企业经营沙盘平台软件,有足够的网络资源、电脑。		S7

		3. 能力目标: 能进行商务数据采集与分析; 能根据实际情况进行企业产品的竞争策略分析与执行; 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; 能进行成本核算与财务管理; 能对竞争市场进行综合判断分析, 并制定合理的策略。	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。	3. 教学方法: 本课程以任务驱动法、小组讨论为主, 以教师指导等方法为辅, 利用 TIMC 企业经营沙盘平台, 以小组比赛的方式完成。 4. 课程思政: 具备爱岗敬业的意识, 有诚信经营、审时度势、灵活经营、团队协作、吃苦耐劳、百折不挠的职业精神。 5. 考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 20%+终结性考核 80%的形式, 进行考核评价。	24	Z6 N1 N3 N4
7	品牌策划实训	1. 素质目标: 培养创新思维与审美能力, 能突破传统框架提出品牌解决方案; 强化团队协作与跨职能沟通能力, 模拟企业品牌部门协同工作场景; 树立品牌伦理意识, 遵守知识产权法规, 尊重文化多样性; 具备市场敏感度与抗压能力, 能灵活应对竞争环境变化。 2. 知识目标: 掌握品牌核心理论: 定位模型 (STP)、品牌资产 (Keller 模型)、品牌价值链; 理解品牌系统构建要素: 命名逻辑、VI 设计规范、品牌声音 (Tone of Voice); 熟悉品牌传播工具: 整合营销 (IMC) 策略、新媒体矩阵运营模式、公关活动类型; 掌握品牌评估方法论: 健康度指	1. 品牌基础 2. 核心策略 3. 识别框架 4. 推广执行 5. 渠道策略 6. 内容创意与媒介计划 7. 效果评估 8. 品牌管理	1. 师资要求: 教师应具备“双师”素质, 为市场营销相关专业背景, 具备全面的广告学理论基础, 及一定的相关工作经历; 应有三年以上教师。 2. 教学条件: 多媒体教室, 超星学习通等网络教学平台。 3. 教学方法: 以启发式教学法和案例教学法为主, 配合角色扮演法; 线上、线下结合, 充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政: 开阔眼界, 培养大局意识; 树立诚信经营、顾客至上、质量至上的商业精神; 有吃苦耐劳、百折不挠的营销精神。 5. 考核评价: 本课程为考查课程, 采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式, 进行考核评价。	24	S7 S8 Z10 N2 N7

		标（知名度/美誉度/忠诚度）、危机管理原则。 3. 能力目标：调研分析能力：能独立完成市场调研，构建用户画像与竞争格局图谱；能运用SWOT/波特五力工具；诊断品牌现状；策略制定能力：能设计差异化品牌定位与竞争路径；创意落地能力：能产出品牌命名、Slogan 及基础VI系统（Logo/色彩/字体）；能设计符合品牌调性的宣传物料（包装/海报/短视频脚本）。传播执行能力：能策划跨渠道整合营销方案（线下活动+社交媒体+KOL 联动）；能模拟危机公关响应流程并撰写声明文案。				
8	综合模拟实训	1.素质目标：树立职业自主意识，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，愿意为个人的职业生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。 2.知识目标：掌握市场营销岗位中商务谈判、产品推销、营销策划、信息采集等各项技能，初步树立正确的职业道德意识和观念，具有辩证思维与沟通能力、良好的心理素质和现	1.商务谈判训练 2.产品推销训练 3.营销策划训练 4.信息采集训练	1.师资要求：教师应具备“双师”素质，为市场营销类相关专业背景，具备全面的市场营销相关知识基础，及一定的实践经历；应有三年以上的市场营销教学经历。 2.教学条件：实训设施完备，有足够的网络资源、电脑。 3.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。 4.课程思政：具备大局意识；树立诚信经营、顾客	96	S1 S5 S6 S7 S8 Z7 Z8 Z9 Z10 Z11 N2 N4 N5

		场应变能力,养成实事求是、爱岗敬业的素养。 3.能力目标: 能掌握市场营销各岗位的实际应用技巧,提升营销实操能力,适应未来的营销工作。		至上、质量至上的商业精神;有遵章守纪和规划意识,乐观、积极的心态,向上向善的品质。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核20%+终结性考核80%的形式,进行考核评价。		N6 N7 N8 N9
9	毕业设计	1.素质目标: 具备针对性开展调研、分析、设计(优化设计)等技能,树立正确的设计思想和掌握现代设计方法,具备管理、创新的思维。 2.知识目标: 掌握调查研究的原理与方法;掌握收集资料的途径及方法;掌握市场分析的方法;掌握产品促销、广告策划等相关营销策划的知识。 3.能力目标: 具有综合运用所学专业知识分析、解决实际问题的能力;具有文献检索、资料查询的基本方法以及获取新知识的能力;具有调研、分析市场、营销策划等能力;具有书面和口头表达能力;具有协作配合的能力。	1.指导老师下达设计任务书 2.调研与分析 3.实施设计与修订 4.答辩与成绩评定	1.师资要求: 教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,具备全面的市场营销理论基础及一定的相关工作经历;应有三年以上教学经验。 2.教学条件: 实训设施完备,有足够的网络资源、电脑。 3.教学方法: 以案例分析法为主,配合文献查阅法和专家咨询法;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政: 具备严肃认真的科学态度和严谨的工作作风;树立诚信意识;具有勇于实践、勇于探索和开拓创新的精神。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核20%+终结性考核80%的形式,进行考核评价。	120	S1 S5 S6 S7 S8 Z7 Z8 Z9 Z10 Z11 N2 N4 N5 N6 N7 N8 N9
10	岗位实习	1.素质目标: 有端正、积极的工作态度及综合职业素养;进一步提升职业规划意识。 2.知识目标: 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	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.师资要求: 给每一位学生安排校内、企业指导老师各一人。校内教师应具备“双师”素质,为市场营销相关专业背景,一定的营销专业相关工作经验,有三年以上教学经历。		S1 S5 S6 S7 S8 Z7

		错误；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。 3.能力目标： 具备团队协作能力，提升岗位工作适应性与竞争力；能顺利走上工作岗位。		2.教学条件： 课程在实训基地等实习单位实施，有足够相关岗位供学生选择。 3.教学方法： 以现场教学法、任务驱动教学为主，辅以案例教学和探究教学法。 4.课程思政： 具备诚实守信的品质，具备吃苦耐劳的精神，爱岗敬业，提升社会责任意识，进一步增强团队协作意识。 5.考核评价： 本课程为考查课程，采取过程性考核20%+终结性考核80%的形式，进行考核评价。	480	Z8 Z9 Z10 Z11 N2 N4 N5 N6 N7 N8 N9
--	--	---	--	--	-----	--

（4）专业拓展课程

专业拓展课程设置及要求如表 13 所示。

表 13 专业拓展课设置及要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	学时	支撑培养规格
1	茶酒文化	1.素质目标： 具有爱国情怀、工匠精神、团队协作、雅致气质，提高职业素养及创新能力，提高幸福指数。 2.知识目标： 了解酿造酒、蒸馏酒、配制酒生产工艺；熟悉中国白酒、六大基酒的常见品牌、特性及服务要求；了解经典鸡尾酒的调制；了解中	1. 识茶 2. 鉴茶（干看） 3. 泡茶（湿看） 4. 茶艺 5. 识酒	1.师资要求： 教师应具备“双师”素质，为旅游类相关专业背景，具备全面的酒店运营管理理论及实务基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经历。 2.教学条件： 多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法： 进行启发式、讨论式，小组合作式、信息化教学、情境教学、项目教学、案例法等多种教学方式，整合各类资源，全程全员全方位强化专业技艺的练习和实践。	32	S1 S4 N1 N2 N3

		国茶文化发展历程及精神核心；掌握我国六大茶类的内容、特点及十大代表品牌；掌握通用茶艺；掌握品鉴茶的审评指标。 3. 能力目标：能正确品鉴六大茶类代表茶品；能在不同职业情境下设计简单的茶席；能合理践行酒桌礼仪；能有礼有节与客人进行有效沟通，自信地适应职场变换；能常怀文雅之心，以茶酒为载体体验有品质有情调的雅致生活。		4.课程思政：从“世界上所有跟茶有关的事和活动都来自我国”激发学生爱国热情开始，到课中小组集体探索不同茶品鉴别方法、冲泡技艺、品鉴技巧，再到典型酒品的辨别品鉴，最后到课程结束学生运用所学优雅待客、科学布席、创新营销等，全员、全程、全方位“浸润”在爱国情怀、工匠精神、团队协作、雅致氛围中，思政元素多样，思政内涵丰富。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 50%+终结性考核 50%的形式，进行考核评价。		
2	跨境电子商务	1.素质目标：树立诚信、共赢、学习、创新的“新商科”理念；培养学生实践动手操作能力，树立科学的设计创新意识；培养学生的沟通能力和协作精神。 2.知识目标：了解企业的消费者目标群体、价值主张、分销渠道、客户关系、收入来源、核心资源、关键业务、成本结构、重要合作等九大要素。电商企业各种资源的交易关系和连结方式。	1. 商业模式的概念 2. 商业模式的九大要素 3 企业的商业模式分析	1.师资要求：教师应为“双师型”教师，为市场营销类、电子商务类相关专业背景，具备全面的市营、电商理论基础，及一定的相关工作经历；应有三年以上教学经验。 2.教学条件：多媒体教室 3.教学方法：以启发式教学法和案例教学法为主；线上、线下结合，充分利用资源与延伸课堂。 4.课程思政：开阔眼界，培养大局意识；树立诚信经营、顾客至上、质量至上的商业精神；培养吃苦耐劳、百折不挠的营销精神。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 50 %+终结性考核 50 %的形式，进行考核评价。	32	S6 N8 N9

		3. 能力目标： 能理解企业的商业模式，能为小型创业项目设计商业模式。				
3	短视频策划与制作	1. 素质目标：形成观察生活、发现创意的习惯；建立团队协作完成小任务的意识；养成合法使用素材的版权意识。 2. 知识目标：理解短视频平台基础运行逻辑（推荐机制/热门内容特征）；识别短视频在营销中的典型应用场景（品牌曝光/用户互动/产品种草）；知晓拍摄剪辑基础术语（运镜/BGM/卡点）；了解版权与网络信息安全的底线要求。 3. 能力目标：能用手机完成基础拍摄与剪辑（场景切换+字幕添加）；能设计简单剧情或产品展示脚本（30秒内）；会使用基础互动工具（贴纸/投票/话题标签）；能解读短视频基础数据（播放量/点赞率）。	1.走进短视频星球 2.手机拍剪实验室 3.营销初体验	1.师资要求：教师应具备“双师”素质，为视频制作或专业剪辑师为背景，具备一定品牌知识和传播学知识及相关工作经历；应有三年以上教学经历。 2.教学条件：多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法：混合教学制，整合各类资源，全程全员全方位强化专业技艺的练习和实践。 4.课程思政：创作科普、党建、爱国等题材海报，学习制作英雄图像，以实践融入思政元素。素多样，思政内涵丰富。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核50%+终结性考核50%的形式，进行考核评价。	32	S1 S2 Z3 N1 N2 N3
4	专业与职业适应	1.素质目标： 使学生树立起职业生涯发展的自觉意识，树立积极正确职业	1.职业发展与规划导	1.师资要求： 教师应具备“双师”素质，为管理类相关专业背景，具备全面的人力资源管理理论基础，具备指导职业生涯规划	32	S2 S10 N1 N2

		态度和就业观念，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，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力的积极态度。 2.知识目标：使学生了解职业发展的特点，清晰地了解自身的特性、未来职业的特性及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场相关信息、相关的职业分类知识及就业创业的基本知识。 3.能力目标：使学生具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能，提高学生的沟通能力，解决问题的能力，人际交往的能力和自我管理的能力。	论； 2.影响职业规划的因 素； 3.性格测试； 4.能力测试； 5.兴趣测试； 6.职业生涯规划； 7. 能力训练。	的能力，能进行就业指导，具备一定的相关工作经历；应有三年以上教学经历；关注并熟悉大学生就业指导形势政策。 2.教学条件：多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法：应以学生为中心，教师为主导，以任务驱动、情景创设、讲授引导等方法为主要教学方法，学生通过角色扮演、团队协作、模拟演练为主要学习方式。 4.课程思政：教学中树立终身学习理念，培养爱国、有责任心、有担当的社会责任感；培养客观公正、精益求精、百折不挠的工作作风；培养团队协作、热情服务、敬业乐业的职业精神；树立积极向上、乐观勤奋的人生态度。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 70%+终结性考核 30%的形式， 进行考核评价。		
5	商务 礼仪与 沟通	1.素质目标：培养基本的礼仪文化素养；提高人际交往、沟通协调、职场公关能力；树立自尊自信、积极向上的人生态度。 2.知识目标：了解礼仪的内涵、原则，	1. 礼仪概述（礼仪的定义和内涵、起源和发展、实质和原则、特征和作用） 2. 个人形象礼仪（仪态、仪容和仪表塑造的基本要求和原则） 3. 职场与社交礼仪（会面、拜访与接待	1. 师资要求：本课程的主讲教师需要有良好的形象与气质，对现代礼仪知识非常了解、全面掌握，并具备双师素质。 2. 教学条件：利用形体训练房、活动教室带领学生进行站、走、坐、蹲的仪态训练；利用领带、丝巾等完成仪表礼仪的学习；利用教学楼地形特点、活动桌	32	S9 S10 Z2 N2

		以及礼仪在职场和个人社会交往中的重要性；理解个人仪容、仪表、仪态的基本要求；掌握职场礼仪规范、技巧以及操作方法。 3.能力目标：能正确自我定位，秉承“敬人”的理念进行商务交往与沟通；能运用仪容、仪表、仪态相关知识打造得体、良好的个人形象，提升职场形象；能运用职场礼仪相关原则和要求策划职场活动、完成职场接待等任务。	礼仪的基本要求以及注意事项；宴请以及会务礼仪的筹备、组织、安排等）	椅、托盘、茶壶、茶杯等教学道具掌握会面、接待、会务、宴请礼仪的相关细节。 3. 教学方法：教学安排上采用情境设置、任务驱动、案例剖析、模拟场景实训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情境中，以此提升礼仪的应用能力。 4. 课程思政：通过对礼仪的学习，传承中华优秀传统文化，坚定文化自信；强调道德品质与职业操守，助力学生职场可持续发展；树立社会主义核心价值观。 5. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 60 %+终结性考核 40 %的形式，进行考核评价。		
6	视觉沟通技术与应用	1.素质目标：增强学生的审美意识和审美能力，树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、服务社会和终身学习奠定基础。 2.知识目标：了解PS软件的使用方法。掌握一定的图像创作方法和创作技巧。知悉品牌与营销内容之间的内在联系。 3.能力目标：能使用PS软件完成一般的营销物料制作和广告物料制作。	1. PS 入门到精通 2. 排版的艺术 3. 海报设计 4. 插画设计 5. 人物图像处理 6. 商品图像处理	1.师资要求：教师应具备“双师”素质，为广告设计或专业美工为背景，具备一定品牌知识和传播学知识及相关工作经历；应有三年以上教学经历。 2.教学条件：多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法：混合教学制，整合各类资源，全程全员全方位强化专业技艺的练习和实践。 4.课程思政：创作科普、党建、爱国等题材海报，学习制作英雄图像，以实践融入思政元素。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 50%+终结性考核 50%的形式，进行考核评价。	32	S1 S5 Z3 N1 N2

7	网络运营与推广	1.素质目标: 认识网络零售平台,正确使用网络运用的推广方式和具备网络创新意识和创新精神。初步树立诚信网络运用观念,对客户提供的信息有绝对保密性,以及顾客至上运营管理。掌握网络运营与推广在企业精准营销的方法,掌握利用网络运营进行精准营销的步骤,进行精准营销。具备重调研、一切从实际出发的工作作风和吃苦耐劳的精神。 2.知识目标: 掌握网店运营与推广的原理与方法,树立网络零售新的思维,并正确的掌握相关的数据以及数据使用途径。熟悉网络零售主流平台开设与经营网店的步骤和技巧;并正确使用网店运营与推广的相关原理。 3.能力目标: 具备一定的网店运营能力、具备正确分析市场和网店选品能力;能够根据网店的情况进行网店的推广策略制定;具备网店融资和基础	1. 初识网络零售 2. 识别网络零售主体 3.做好开店创业准备 4.创造营销导向的个人网店 5.采购网货 6.发布商品并优化商品详情 7.营销店铺和商品 8.管理网店团队 9.学会分析网店经营数据	1. 师资要求: 教师应具备市场营销相关专业背景,具备全面的网络运营与推广的理论基础,及一定的相关工作经历。 2. 教学条件: 教学设施完备,有足够的网络资源、电脑和书本资源。 3.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;线上、线下结合,充分利用资源与延伸课堂。 4. 课程思政: 树立网络零售新思维,具备网络安全意识与知法、懂法、守法的法律意识 5. 考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式, 进行考核评价。	32	S2 S7 Z5 N1 N2 N3
---	---------	---	--	--	----	----------------------------------

		的财务管理能力。				
8	现代企业安全管理	1.素质目标: 具有质量意识、职责意识,严于律己,精益求精,发扬工匠精神;培养学生具有规则意识、敬畏意识,敬畏生命,敬畏规章,敬畏职责;培养学生具有“居安思危,预防为主”的职业意识、环保意识。 2.知识目标: 了解事故致因理论;掌握常用的事故预防理论与方法、熟悉安全生产管理工作内容;了解双重预防机制;了解安全评价、应急预案编制与应急演练、生产安全事故调查程序等知识。 3.能力目标: 具备安全管理理念;具有相应岗位内风险辨识与隐患排查能力;具有一定的事故预防能力、应急管理和事故调查的能力。	1. 安全生产管理基本理论 2. 安全生产法律法规 3. 安全生产管理内容 4. 安全评价 5. 安全风险分级管控和隐患排查治理 5. 应急预案编制与应急演练 6. 生产安全事故调查与分析 7. 安全生产统计与分析	1.教师要求: 必须具备本科及以上学历,具备相关专业知识; 2.教学条件: 有网络连接、音响的多媒体功能教室,“学习通”等移动教学平台; 3.教学方法: 采用案例教学法、现场演示法、任务驱动法等多种教学方法。 4.课程思政: 教学中突出预防为主的理念,培养学生风险防范意识。 5.考核评价: 本课程为考查课程,采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式,进行考核评价。	32	S2 S7 Z5 N1 N2 N3
9	应急管理概论	1.素质目标: 牢固树立“安全第一、预防为主”的思想意识;热爱安全工作,具有吃苦耐劳、甘于奉献、爱岗敬业的优良品质;具	1. 应急管理认知;	1.教师要求: 本课程的主讲教师必须具备安全工程本科及以上学历,有过相关应急管理工作经历。 2.教学条件: 有网络连接、音响的多媒体功能教室,“学习通”等移动教学平台;		

	有团队合作精神和一定的沟通能力。 2. 知识目标：了解应急管理基本理论；掌握应急管理体系、突发事件风险管理、应急预案管理、应急能力建设、突发事件监测与预警等知识。 3. 能力目标：能够进行风险分析与处置，具有一定的应急风险管控能力，具备一定的应急管理能力。	2. 应急管理体系； 3. 突发事件风险管理； 4. 应急预案管理； 5. 应急能力建设； 6. 突发事件监测与预警 7. 突发事件危机沟通； 8. 突发事件事后管理。	3.教学方法：采用案例教学法、现场演示法、任务驱动法等多种教学方法。 4.课程思政：教学中突出生命至上的理念，培养学生大应急大安全的意识。 5.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核 60%+终结性考核 40%的形式，进行考核评价。	32	S2 S7 Z5 N1 N2 N3
--	---	---	--	----	---

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间分配

表 14 教学活动时间分配表（单位：周）

环节 学期	入学（毕业）教育	军事技能	理实一体教学周	实践教学周	考试考核	素质教育活动周	教学总周数
一	1	2	15	1	1		20
二			16	2	1	1	20
三		1	16	2	1		20
四			16	2	1	1	20
五		1	8	10	1		20
六	1			19			20
合计	2	4	71	36	5	2	120

（二）学时学分比例统计

表 15 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		17	37	308	372	680	25.99%	≥25%
专业（技能）课		26	85	392	1254	1656	63.30%	
选修课	公共选修课	4	11.5	68	84	152	10.70%	≥10%

	专业选修课	4	10	80	48	128		
金钥匙工程		51	2	848	1758	2616	100%	2500-2660
合计			145.5					
占总学时比例				33.60%	66.40%	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

师资配置及要求如表 16 所示。

表 16 师资配置及要求

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	应建立一个与教学团队人数相当的教师库
3	专兼职教师比	应按 8:2 配备专、兼职教师，兼职教师应主要来自行业企业
4	年龄结构	应老中青教师比为 2:4: 4
5	学历与职称结构	任课教师应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 应达到 60%以上，专任教师职称应要求中、高级达到 80%，其中高级职称教师 应不少于 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	骨干教师应占教师总数的 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 I 名青年教师。

8	师德师风	应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	应具有较强的语言表达能力；具有较丰富的教育教学知识，具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教学全过程。
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应达到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；专任教师应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

1. 校内专业教室

一般设置黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施。采光照明、采暖、通风条件良好，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

校内实训室条件要求见表17。

表 17 校内实训室配置要求一览表

1	需求洞察实训室	多媒体设备、电脑、桌椅	用户分析、产品分析等实训	60	1. 使用配套的教学操作软件； 2. 互联网接入或WIFI环境
2	品牌策划实训室	多媒体设备、电脑、桌椅、推销台、谈判桌	品牌调研、品牌推广等实训	60	1. 人均实训场地面积大于5平方米； 2. 互联网接入或WIFI环境

3	数字营销实训室	多媒体设备、电脑、桌椅、摄录设备、	数字营销实训	60	1. 使用配套的教学操作软件； 2. 互联网接入或 WIFI 环境
4	直播营销实训室	多媒体设备、电脑、桌椅、摄录设备、货架、打光灯	直播营销实训	60	互联网接入或 WIFI 环境
5	商务谈判（兼商务礼仪）实训室	多媒体设备、电脑、桌椅（可调节办公椅、会议椅）、谈判桌（多种规格）、茶水台、展示柜（存放道具）、全身镜、高清摄录设备、移动式隔断/屏风	商务谈判模拟、商务礼仪训练、沟通技巧实训、接待流程演练、签约仪式模拟等	60	1. 配备专业商务谈判模拟软件及礼仪教学视频系统； 2. 互联网接入或WIFI环境，确保流畅音视频传输； 3. 配备基础商务道具（如不同国家旗帜、签约本、名片夹、模拟合同、餐具样品等）； 4. 具备良好的灯光调节与隔音效果； 5. 建议配备空调系统保证环境舒适度。

3.校外实训基地

校外实训基地配置与要求见表 18。

表 18 校外实训基地配置要求一览表

1	步步高商业零售有限公司	销售代表、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 岗位实习	60	
2	湖南佳宜企业管理有限公司	销售代表调研员、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 岗位实习	60	
3	长沙新环境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 岗位实习	60	

4	湖南辣妹子集团股份有限公司	促销员 电商直播专员	认知实训 新媒体营销实训 岗位实习	60	
5	华南电商产业科技（深圳）有限公司	电商运营 电商美工 主播 剪辑师	认知实训 直播实训 运营实训 岗位实习	60	

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，优先选用国家规划教材、新型活页式教材及工作手册式教材。完善教材选用机制，由专业教师、行业专家、教研人员组成教材选用机构，强化教材内容与数字营销、智能客服等新技术同步更新

2. 图书文献配备基本要求

（1）纸质图书藏量应达到 40 册以上；年购置纸质图书应达到生均 3 册以上；报刊种类 40 种以上；增设“智能制造营销”“ESG 可持续发展”专题文献区；

（2）应保障有种类齐全、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；应有种类齐全、内容丰富、使用便捷、更新及时的数字化图书。数字资源需包含权威数据库（如 Wind、QuestMobile）、营销大数据分析平台、行业标准动态库。

3. 数字教学资源配置基本要求

- （1）应配置所有专业课程的多媒体课件。
- （2）应配置所有专业课程的试题库。
- （3）应配置所有专业课程的教学标准。
- （4）应配置市场营销模拟沙盘教学软件。
- （5）应配置数字营销教学软件。
- （6）应配置省、校级精品课程的微课、视频。
- （7）配置 AI 营销内容生成工具（如 DeepSeek 辅助文案系统）、用户行为 Heatmap 分析平台
- （8）建设省级/国家级精品在线开放课程资源库，覆盖 70%专业核心课。

（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。项目设计需融入真实企业数据（如直播营销 GMV 分析）或省级技能竞赛任务（如市场营销技能竞赛），增加绿色营销策划、数据合规评估等新任务类型

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。《品牌策划与推广》等核心课程、《商务谈判》等专业基础课程教学中较多采用此教学方法。案例库需补充数字化营销实战案例（如 AIGC 在品牌传播中的应用）、跨境 ESG 争议事件分析；教师角色扩展为技术引导者。

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，使学生处于积极地学习状态，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。《消费者行为分析》《数字营销》《销售与管理》等核心课程专业课程多采用此种教学方法。通过校企共建“数字营销战训中心”，承接企业真实项目，学生学习使用 BI 工具提交数据驱动型方案。

（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（20%）数字技能实操评价（20%）和期末考核（30%）四部分组成。

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%）和成果考核暨“岗课赛证”融合指标（50%）两部分组成。

3. 岗位实习考核办法

校外岗位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。数字化教学资源覆盖率 $\geq 90\%$ 。

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。教学督导引入企业专家远程评课(重点评估新技术应用)、运用学习行为分析系统监控实训效果。

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。专业改进需参考《中国数字营销人才白皮书》等第三方报告。

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) 思想品德与综合素质测评合格,劳动教育实践 ≥ 32 学时且通过考核(文档2“强化劳动教育”)。

(二) 总学分 ≥ 146.5 学分(必修123+选修21.5+“数字素养认证”2学分)。

(三) 必须取得以下证书之一:

- 1、互联网营销师(直播销售员/四级)
- 2、数字营销技术应用(中级)
- 3、智能客服应用(初级)

十、附录

附录1: 教学进程安排表

附录2: 专业人才培养方案专家论证意见表

附录 3：专业人才培养方案审批表

附录 4：湖南安全技术职业学院人才培养方案变更审批表

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		承担二级学院 (部、部门)	备注			
							总课时	其中		一年级		二年级		三年级								
								理论课	实践课	1	2	3	4	5	6							
										20周	20周	20周	20周	20周	20周	考试	考察					
必修课	公共基础课	1	000001	入学教育	C	1	24	0	24	1W							√	学生工作与保卫部				
		2	000002	思想道德与法治	B	3	48	32	16	2*12	2*12						√		马克思主义学院			
		3	000003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	32	24	8	3*11							√		马克思主义学院			
		4	000015	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	48	32	16		4*12						√		马克思主义学院			
		5	000004	形势与政策	A	1	32	32	0	8H	8H	8H	8H					√	马克思主义学院			
		6	000005	体育与健康	B	6	108	16	92	2*14	2*16		2*16						√	通识学院	16课时为分年级的大型体育集体授课活动或晨练	
		7	000006	应用文写作	B	2	32	24	8		2*14+4H								√	通识学院		
		8	000007	军事技能	C	4	112	0	112	2W		1W		1W					√	学生工作与保卫部		
		9	000008	军事理论	A	2	36	36	0		2*9+18H									√	学生工作与保卫部	
		10	000009	大学生心理健康教育	B	2	32	22	10	2*14+4H										√	学生工作与保卫部	
		11	000010	大学生职业生涯规划	B	1	16	8	8	2*4+8H										√	通识学院	
		12	000011	大学生就业指导	B	1	16	8	8				2*4+8H							√	通识学院	

专业（技能）课	13	000012	大学生创新创业教育	B	2	32	16	16		2*8+16 H						√	通识学院	
	14	000013	劳动与职业素养体验	B	2	32	16	16	2*8	6H	6H		4H			√	通识学院	
	15	000014	国家安全教育	A	1	16	16	0	2*8							√	马克思主义学院	16 学时线上学习
	16	030001	信息技术	B	3	48	10	38		2*16 +16 H						√	安全信息学院	16 学时线上学习
	小计				37	680	308	372	15	16	2	4						
	1	040201	●市场营销基础	B	3	48	24	24	4*12							√	现代商务学院	
	2	040202	●管理学基础	B	3	48	24	24	4*12							√	现代商务学院	
	3	040203	●大数据财务管理基础	B	2	32	20	12					4*8			√	现代商务学院	
	4	040204	●社群营销	B	2	32	16	16		2*16						√	现代商务学院	
	5	040205	●商品学基础	B	3	56	28	28			4*14					√	现代商务学院	
	6	040206	●商务谈判	B	3	48	24	24				4*12				√	现代商务学院	
	7	040207	●统计基础	B	2	32	20	12			2*16					√	现代商务学院	
	8	040208	●渠道管理	B	2	32	20	12				2*16				√	现代商务学院	
	9	040209	●直播营销	B	2	32	16	16			4*12					√	现代商务学院	
	10	040210	●客户关系管理	B	3	48	24	24					6*8			√	现代商务学院	
	11	040211	★数字营销	B	4	64	16	38	4*16						√		现代商务学院	
	12	040212	★消费者行为分析	B	4	64	32	32		4*16					√		现代商务学院	
	13	040213	★销售与管理	B	4	64	32	32			4*16				√		现代商务学院	
	14	040214	★服务营销	B	4	64	32	32			4*16				√		现代商务学院	

		15	040215	★商务数据分析	B	4	64	32	32				4*16			√		现代商务学院	
		16	040216	★品牌策划与推广	B	4	64	32	32				4*16			√		现代商务学院	
		17	040217	专业认知实训	C	1	24	0	24	1W							√	现代商务学院	
		18	040218	数字营销实训	C	1	24	0	24		1W						√	现代商务学院	
		19	040219	需求洞察实训	C	1	24	0	24		1W						√	现代商务学院	
		20	040220	商务礼仪与沟通实训	C	1	24	0	24			1W					√	现代商务学院	
		21	040221	新媒体营销实训	C	1	24	0	24			1W					√	现代商务学院	
		22	040222	企业经营沙盘模拟实训	C	1	24	0	24				1W				√	现代商务学院	
		23	040223	品牌策划与推广实训	C	1	24	0	24				1W				√	现代商务学院	
		24	040224	综合模拟实训	C	4	96	0	96					4W			√	现代商务学院	
		25	040225	毕业设计	C	5	120	0	120					4W	1W		√	现代商务学院	
		26	040226	岗位实习	C	20	480	0	480					2W	18W		√	寒假4周	
		小计					85	1656	392	1254	12	9	18	14	6				
选修课	公共限选课	1	000016	高等数学	B	4	64	56	8	4*14							√	通识学院	根据专业培养需求确定是否开设
		2	000017	大学英语	B	8	128	56	72	2*14	2*16		2*17	2*17			√	通识学院	根据专业实际,选择该课程是公共必修课还是公共限选课
		3	000018	大学生传统文化修养	B	0.5	8	4	4	8H							√	通识学院	
		4	000019	大学生礼仪修养	B	0.5	8	4	4		8H						√	通识学院	

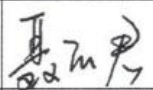
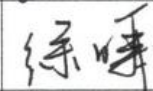
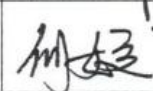
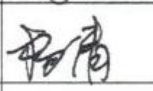
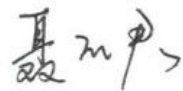
		5	000020	大学生艺术修养	B	0.5	8	4	4			8H				√	通识学院		
		6	000021	大学生人文素养	B	0.5	8	4	4				8H			√	通识学院		
		7	000022	大学生科技素养	B	0.5	8	4	4					8H		√	通识学院		
		8	000023	四史选修课	B	0.5	8	4	4				8H		√	马克思主义学院			
		9	000024	大学生安全教育	B	0.5	8	4	4		8H						通识学院		
	小计				11	144	64	80	2	2		2	2						
	公共 任选课	1	000024	应急处置技术	B	0.5	8	4	4		8H							应急救援学院	
		2	000025	习近平关于应急管理的重要论述	B	0.5	8	4	4		8H							通识学院	
		小计				0.5	8	4	4										
	专业 拓展课	1	040227	茶酒文化	B	2	32	20	12		2*16					√	现代商务学院		
2		040227	跨境电子商务	B	2	32	20	12			2*16				√	现代商务学院			
3		040229	短视频策划与制作	B	2	32	20	12			2*16				√	现代商务学院			
4		040230	专业与职业适应	B	2	32	16	16				2*16			√	现代商务学院			
5		040231	商务礼仪与沟通	B	2	32	20	12		2*16					√	现代商务学院			
6		040232	视觉传达设计基础	B	2	32	20	12			2*16				√	现代商务学院			
7		040233	网店运营与推广	B	2	32	20	12				2*16			√	现代商务学院			
8		040233	现代企业安全管理	A	2	32	32	0					2*16			安全工程学院			
9		YH00088	应急管理概论	A	2	32	32	0					2*16			应急救援学院			
小计				10	128	80	48		2	4	2	4							
合计					144.5	2656	892	1764	31	27	22	24	14						

金钥匙工程		2													
总计		146.5	2656	892	1764	31	27	22	24	14					

- 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.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）。
- 3.考核方式：考试、考查。
- 4.第 2、4 学期教学进程中的第 1 周为“素质教育活动周”，按实训周对待。
- 5.学分计算：A 类和 B 类课程按 1 学分/16 课时计算，取 0.5 为最小学分单位，C 类课程按 1 学分/1 周计算

湖南安全技术职业学院

人才培养方案专家论证意见表

专业名称及方向	市场营销			
专业代码	530605			
所在二级学院	现代商务学院			
论证专家（专业建设指导委员会委员）				
姓名	专家类型	工作单位	职务/职称	签名
聂丽君	职教	湖南水利水电职业技术学院	副教授	
徐曦	职教	湖南工程职业技术学院	专业带头人 副教授	
何姣	企业	湖南新佳宜商贸有限公司	人力资源经理	
杨倩	毕业生	北京网聘信息技术有限公司	猎头顾问	
论证意见				
该方案紧跟市场人才需求，结合新技术、新手段及新商业模式，目标清晰，定位精确，课程体系较为完善、科学，案例优秀。 专家组组长签字： 2025年6月24日				

附录 3

湖南安全技术职业学院 2025 级专业人才培养方案审批表

专业名称及方向	市场营销
专业代码	530605
所在二级学院	现代商务学院
专业带头人	黄丽娟
二级学院审核意见	二级学院负责人签字（公章）： 年 月 日
学术委员会审定意见	学院学术委员会主任签字： 年 月 日
校长办公会审定意见	校长签字（公章）： 年 月 日
党委会审定意见	党委书记签字（公章）： 年 月 日

说明：本审批表需签署意见并盖章后扫描与人才培养方案装订。

附录 4

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	☐ 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）							
专业教研室意见	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						