

市场营销专业 人才培养方案

二级学院	商学院
所属专业群	移动商务专业群
专业负责人	李建平
适用年级	2023 级
制（修）订时间	2023 年 6 月

湖南科技职业学院教务处 编制
2023 年 2 月

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

市场营销（530605）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

标准学制：3 年。

最长修业年限：6 年。

四、职业面向

表 1 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)	职业类证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业(51)； 零售业(52)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)； 客户服务管理员(4-07-02-03)； 互联网营销师(4-01-06-02)； 品牌专业人员(2-06-07-04)	市场调查专员； 销售专员； 营销策划专员； 市场推广专员； 客服专员	新媒体营销职业技能等级证书； 网店运营推广职业资格证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，面向批发业、零售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（群），能够从事市场调查专员、销售专员、营销策划专员、市场推广专员、客服专员等岗位的工作，毕业 3~5 年能够胜任市场策划主管、推广主管、销售业务主管、客户服务主管等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

(1) 坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维。

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理意识、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队

合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身、卫生及行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

(7) 具有正确的劳动观念、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识及通用劳动知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规及环境保护、安全消防、文明生产等知识。

(3) 了解经济学、管理学和现代营销的基本理论、基本知识，通晓定性、定量分析方法。

(4) 掌握营销的政策法规，熟悉商品尤其是轻工商品相关知识。

(5) 了解营销学科的理论前沿及发展动态，掌握文献检索、资料查询的基本方法。

(6) 掌握市场调研与分析的方法与技巧。

(7) 掌握商务谈判开局、磋商与签约相关知识。

(8) 掌握营销活动管理、产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理和电子商务基础知识。

(9) 掌握数字营销知识和新媒体运营；

(10) 掌握消费者心理、智能客户服务实务、服务营销、商务数据分析等知识。

3. 能力

(1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(2) 具有必备的劳动能力。

(3) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和信息技术能力。

(4) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

(5) 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力。

(6) 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标的能力。

(7) 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力。

(8) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力。

(9) 具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发的能力。

(10) 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力。

六、课程设置及要求

(一) 职业能力分析

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
市场调查专员	问卷设计、访谈提纲制作	(1) 能够根据调查需求，明确调查目的，确定合适的受访人群； (2) 能够根据调查内容，确定合理的调查方式； (3) 能够根据调查任务及具体调查对象，制定简单的调查方案，包括调查时间、方法、工具、人员配备、费用等	市场营销实务 消费者行为分析 市场调查实务 专业综合实训

	市场调查实施	(1) 能够根据调查方案, 按规范执行现场调查; (2) 能够协助被访者完成问卷填写并回收有效调查问卷	
	市场调查数据整理、统计和分析	(1) 能够对调查问卷进行审核、分类与汇总; (2) 能够按照标准格式编制调查问卷汇总表进行一定的数据分析, 撰写简单的调查报告	
销售专员	制定销售计划、确定销售政策	(1) 能够观察、判断顾客的进店意图, 使用沟通技巧, 拉近与顾客之间的距离; (2) 能够掌握顾客心理, 了解顾客需求; (3) 能够演示商品的性能、特征、用途、功效及使用方法	市场营销实务 门店运营管理 市场调查实务 销售与管理 商务谈判与沟通 推销技术 专业综合实训
	设计销售模式、从事产品销售	(1) 能够针对不同顾客进行有针对性的介绍商品; (2) 能够向顾客提供合理化建议, 有效解答顾客疑问并引导顾客选择商品, 促成交易达成; (3) 能够周到、及时、热情的进行商品售后回访, 掌握顾客对商品销售全过程的满意度和意见	
营销策划专员	营销活动的策划、包装、宣传	(1) 能够协同相关团队共同完成品牌及其产品策划指标; (2) 能够整合团队的意见和建议, 提出策划意见; (3) 能够根据团队实际情况, 策划合适的营销推广活动	市场营销实务 市场调查实务 营销策划实务 数字营销 广告创意与策划 专业综合实训
	撰写营销策划报告	(1) 能够撰写条理清楚、逻辑清晰的营销策划活动报告; (2) 能够根据营销策划报告, 按规范执行营销活动	
	动态掌控策划活动执行情况	(1) 能够科学合理的对营销策划方案执行进度进行动态掌控; (2) 能够预测风险, 及时调整营销策划活动实施策略	
市场推广专员	新客户开发	(1) 能够利用线上平台和线下门店载体, 开发特定客户; (2) 能够运用基本的促销方法实施促销计划	市场营销实务 市场调查实务 营销策划实务 商务谈判与沟通 数字营销 广告创意与策划 品牌策划与推广 专业综合实训
	产品推广	(1) 能够针对不同的产品进行促销策划; (2) 能够反馈分析促销活动的效果并提供相关建议	
	品牌维护	(1) 能够深入理解企业文化及品牌内涵; (2) 能够利用多种渠道(传统媒介、新媒体)进行品牌推广; (3) 具有维护品牌日常管理与运营的能力	
客服专员	接受顾客咨询, 记录顾客反馈内容	(1) 能够利用科学的手段和技术对客户档案进行收集和整理; (2) 能够掌握客户心理, 了解客户需求; (3) 能够全面了解客户的基本信息及本企业有关的数据资料	市场营销实务 公共关系实务 智能客户服务实务 服务营销 商务谈判与沟通 消费者行为分析 专业综合实训
	回复与处理顾客意见或问题	(1) 能够逻辑清晰条理清楚的整理客户投诉、意见及建议; (2) 能够向客户提供合理化建议, 有效解答顾客疑问; (3) 能够提出制定公关计划和方案的有效意见	
	协助主管进行回访工作	(1) 具有服务跟进能力; (2) 能够制定切实有效具有可执行性的客户回访方案	

(二) 课程设置

1. 课程设置体系图

通过岗位职业能力需求分析, 根据课程体系设计思路, 确定本专业的课程体系。本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。其中, 公共基础课程包括公共基础必修课程、公共基础限选课程、公共基础任选课程, 专业课程包括专业必修课程、专业限选课程、专业任选课程。



图 1 岗课赛证对应图

2. 课程设置表

表 3 课程设置表

序号	课程类别	课程性质	主要课程
1	公共基础必修课程	必修	军事技能、大学体育、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、经济数学、信息技术、中国传统文化、实用语文、心理卫生与健康、劳动教育、职业规划与就业指导、创新创业教育
2	公共基础限选课程	限选	生命安全与救援、突发事件及自救互救、军事理论、党史国史、国家安全教育
3	公共基础任选课程	任选	公共艺术（3 选 1：音乐、美术、书法），美育任选课程（6 选 1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论），人文素养任选课程（19 选 1：文物精品与中华文明、古典诗词鉴赏、中国当代小说选读、中华诗词之美、生命科学与人类文明、先秦君子风范、文化地理、中国的社会与文化、先秦诸子、如何高效学习、《诗经》导读、中国古代礼仪文明、中国现代文学名家名作、《论语》导读、批判与创意思考、辩论修养、人工智能、有效沟通技巧、大学生防艾健康教育）
4	专业必修课程	必修	市场营销实务、消费者行为分析、ITMC 市场营销综合实训、商务礼仪与沟通、数字营销、推销技术、品牌策划与推广、服务营销、销售与管理、商务谈判与沟通、商务谈判实训、双 11 实训、营销策划实务、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、客服岗位模拟实训、专业综合实训、岗位实习、毕业设计
5	专业限选课程	限选	（7 选 5）管理学基础、经济学原理、会计基础、Python 基础、职业核心能力训练、数据分析、市场调查实务
6	专业任选课程	任选	（5 选 2）湖湘商文化、公共关系实务、门店运营管理、广告创意与策划、新媒体营销

(三) 课程描述

1. 公共基础课程

(1) 公共基础必修课程

表 4 公共基础必修课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	军事技能	教学目标	1. 素质目标：具有国防意识；具有组织观念和纪律意识；具有吃苦耐劳精神；具有团队合作精神。 2. 知识目标：了解中国人民解放军三大条令的主要内容；掌握军事队列训练动作要领；掌握寝室内务整理规范。 3. 能力目标：拥有基本的军事技能；能够规范完成单兵队列动作；能够规范整理寝室内务。
		教学内容	1. 《中国人民解放军内务条令》主要内容；2. 《中国人民解放军纪律条令》主要内容；3. 《中国人民解放军队列条令》主要内容；4. 军事队列训练动作要领；5. 寝室内务整理规范。
		教学要求	立德树人贯穿始终，要求严格训练、科学训练、按纲施训、依法治训。 考核评价：采用过程与结果相结合考核，过程占 70%，结果占 30%。
2	大学体育	教学目标	1. 素质目标：具有“健康第一”和“终生体育”的意识；具有良好的运动习惯和积极乐观的生活态度；具有奋发向上、顽强拼搏的精神；具有健康的心理素质。 2. 知识目标：了解常见运动项目的种类、起源与发展；了解开设项目的比赛规则；熟悉测试和评价健康状况的方法；掌握健康营养食品的选择原则；掌握良好的生活行为习惯及健康的生活方式；了解科学运动的理念；掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识和方法；掌握必要的体育技能；熟悉相关职业病的预防知识。 3. 能力目标：结合自身特点，熟练掌握两项以上运动的健身基本方法和技能；能够科学地指导自己的日常体育锻炼并提高运动能力；具有预防和处理常见运动损伤的能力；具有一定的体育欣赏能力，能够运用所学知识较好地解读一场比赛。
		教学内容	1. 体育理论：体育锻炼方法、体育卫生与保健、体育鉴赏、裁判法和田径、球类以及趣味运动等竞赛组织工作。 2. 体育技能：篮球、排球、足球、田径、体操、健美健身操、乒乓球、羽毛球、武术和跆拳道等项目。 3. 体育锻炼：阳光跑、学生体质健康达标测试（立定跳远、引体向上（男）、仰卧起坐（女）、1000 米（男）、800 米（女）、50 米等）。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用任务驱动法、示范法、分组练习、分层学习、分组对抗等教学方法进行教学实践。 课程考核包括学习过程考核、身体素质考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核占 40%，身体素质考核占 20%，期末考试占 40%。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	教学目标	1. 素质目标：理解中国特色社会主义进入新时代的科学内涵和基本特征，增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主和谐美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 2. 知识目标：熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的深刻内涵，自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者，高举旗帜，忠于职守，踔厉奋发，担当作为。 3. 能力目标：指导学生系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。
		教学内容	1. “十个明确”；2. “十四个坚持”。
		教学要求	本课程直面当代大学生投身伟大时代的成长需求、认识和把握现实问题与发展规律的问题需求、不断追求政治进步的理论需求，力求提供对党和国家长期坚持的指导思想的系统解读。在内容上，不断提升课程教学的系统性，逐渐使课程内容更加成熟更加完善；在师资上，建立一支相对稳定的教学队伍，不断吸纳中青年骨干教师参与教学；在方法上，通过“坚持集中研讨提问题、集中培训提素质、集体备课提质量”，不断提高备课水平与授课质量，增强教学内容的针对性与有效性。成绩考核评定办法：研究性学习模块（占 10%）、线上学习模块（占 10%）、课堂表现模块（占 30%）、期末考查模块（占 50%）。

序号	课程名称	课程描述	
4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	教学目标 1. 素质目标：培养对中国特色社会主义的道路、理论、制度、文化自信，增强家国情怀和担当精神。 2. 知识目标：了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本要义，掌握中国共产党作为领导核心对中国特色社会主义事业的引领作用。 3. 能力目标：能够运用马克思主义中国化理论成果认识问题、分析问题和解决问题。	教学内容 1. 马克思主义中国化及其理论成果；2. 毛泽东思想；3. 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。
		教学要求 利用超星学习通平台上的在线课程，采用线上线下混合式教学，并努力打造校内、校外实践教学基地，开展有针对性地实践教学。讲授中做到理论阐述准确，内容详实得当。教师应针对不同专业学生和授课内容及时调整教学方法，不断总结经验，力争提升自我。考查考核综合成绩评定办法如下：研究性学习模块（占 10%）、线上学习模块（占 10%）、课堂表现模块（占 30%）、期末考查模块（占 50%）。	
5	思想道德与法治	教学目标 1. 素质目标：树立正确的人生观、价值观、道德观和法治观，具有优秀的思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 2. 知识目标：开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养。 3. 能力目标：具有人生规划能力、团队合作能力、辩证思考能力和运用道德、法律理论指导实践的能力。	教学内容 1. 适应教育：了解我国所处的新时代特点、积极开始大学生活，以复兴民族为己任。 2. 思想教育：树立理想信念，培育爱国主义情操，领会人生真谛与价值，弘扬社会主义核心价值观。 3. 道德教育：掌握并传承中华优秀传统文化美德和革命道德，培育职业道德、家庭美德、社会公德、个人品德。 4. 法治教育：把握法律的精神内核、了解我国法律的基础知识，具有较强的法治意识和法治观念。
		教学要求 本课程是各专业的公共基础课，是对大学生进行系统的思想政治教育的核心课程，是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。 充分利用在线开放课程；教师可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法和项目教学法等教学方法。 考核成绩评定办法：实践活动模块（占 30%），线上考核模块（占 40%），期末考试模块（占 30%）。	
6	形势与政策	教学目标 1. 素质目标：感知国情民意，具有认识时政热点的理性思维、政治素养以及责任担当意识，树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，增强为实现中华民族伟大复兴而努力的使命感。 2. 知识目标：了解我国经济社会发展、党建工作、港澳台工作、国际形势与政策等时事热点问题的背景、原因、本质；掌握认识形势与政策问题的基本理论、基础知识、分析方法，深化认识不断发展的党情国情世情和动态前沿。 3. 能力目标：能够运用马克思主义的立场、观点和方法把握时代脉搏，分析判断形势，具有正确分析形势和理解政策的能力；能够理论联系实际，具有科学解决新问题的综合能力；能够自觉抵制各种不良思潮和言论的影响，与党和政府保持高度一致。	教学内容 1. 加强党的建设和全面从严治党形势与政策；2. 我国经济社会发展形势与政策；3. 港澳台工作形势与政策；4. 国际形势与政策。
		教学要求 课程应根据教育部社政司和湖南省教育厅下发的每学期《高校“形势与政策”教育教学要点》，主要围绕党和国家推出的重大战略决策和当前国际、国内形势的热点、焦点问题，并结合我校实际教学情况和学生的实际来组织实施。 教学模式：线上线下混合式教学模式。 教学方法：传授重大国际国内事件和国家相关政策规范知识的“讲授法”；培养国际国内形势与政策理解和分析能力的“自主探究法”；培养形势与政策调研和社会实践能力的“项目教学法”；培养辩证分析能力的“分组讨论法”和“案例教学法。” 课程考核评价：采用过程性多维度考核评价。课程考核包括课堂学习考核、实践项目考核和期末考试三部分，课堂学习过程考核成绩（30%）+实践项目考核成绩（40%）+期末考试成绩（30%）。	
7	大学英语	教学目标 1. 素质目标：具有跨文化交际和职业岗位意识；具有良好的多元文化交流素养和可持续学习素养；具有良好的学习习惯和逻辑思维。	

序号	课程名称	课程描述	
			2. 知识目标：了解世界多元文化的差异性，拓宽国际视野；熟悉跨文化交际知识与交际策略；掌握日常生活和职场交际中的英文核心词汇、句型和语法结构。 3. 能力目标：具有英文日常交流和简单业务交流沟通会话的能力；具有阅读并理解社会、经济、文化等英文资料的能力；具有一定的英文资料翻译和职场应用文写作能力；具有职场环境下用英语处理业务的能力。
		教学内容	根据《高等职业教育专科英语课程标准》，教学主题围绕职业与个人、职业与社会和职业与环境等 3 个方面。课程贯彻“职场驱动，听说领先”的理念，涵盖英语听说、阅读、语法和写作等 4 大板块。内容包括工作、学习、生活、求职等方面，分别为问候介绍、校园生活、网络生活、职场文化、组织活动、参观接待、办公交际、客户管理、求职面试、职业选择等。
		教学要求	大学英语课程属于公共课程，培养面向生产、建设、服务和管理一线需要的懂英语、高素养、有国际化意识，能够满足行业发展要求的技能型人才。 教学中设计形式多样的教学活动，激发学生的学习兴趣，充分利用网络学习平台进行线上+线下混合式教学，采用任务驱动法、项目导向法、情景教学法和翻转课堂教学法相结合的教学方法，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。融入课程思政，将立德树人的理念贯穿于教学中，培育和践行社会主义核心价值观。 为了更全面考核学生的学习情况，课程考核包括平时考核、过程性考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法：平时考核成绩占 30%，过程性考核成绩占 40%，期末考试成绩占 30%。
8	经济数学	教学目标	1. 素质目标：具有善于思考、勇于创新的思维；具有谦虚严谨、诚实守信、坚持不懈的职业道德与素养；具有数理思维。 2. 知识目标：了解函数、微积分、行列式、矩阵、线性方程组、概率论等方面的基本概念及基本理论；掌握求极限、求导、求积分、求解线性方程组、求事件概率的基本方法和基本运算技能。 3. 能力目标：具有与人沟通合作的能力；具有科学理论的理解能力；具有数字应用和信息处理的能力；具有利用所学知识量化解决相关专业问题的能力。
		教学内容	1. 函数与极限；2. 导数及其应用；3. 不定积分与定积分；4. 定积分的应用；5. 线性代数；6. 概率论。
		教学要求	教学方法：教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学案例、教学情境。根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法和案例教学法等教学方法。 课程考核评价：学习过程考核成绩(30%)+课程作品考核成绩(20%)+期末考试成绩(50%)。
9	信息技术	教学目标	1. 素质目标：具有自主探索学习意识；具有团队合作精神；具有信息安全意识和网络道德素养；具有互联网思维。 2. 知识目标：了解信息时代特征及信息安全与网络道德知识；了解互联网与互联网思维；熟悉常用计算机操作与维护 and 常用软件的安装与卸载；掌握文档的编排、数据统计与分析、演示文稿展示等基本信息处理方法，掌握常用信息检索方法。 3. 能力目标：能够对计算机进行日常维护，熟悉计算机基本操作和常用软件的安装与卸载，能安全有效地利用互联网进行信息检索和信息获取，并利用计算机进行文档编辑、数据统计与分析、信息展示等信息基本处理。
		教学内容	1. 信息时代的特征；2. 时代的助力者计算机；3. 计算机网络；4. 信息检索；5. 文档编辑；6. 数据统计与分析；7. 信息展示。
		教学要求	本课程是公共基础课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 采用项目教学、案例教学、情境教学等教学方式；运用启发式、参与式、讨论式等教学法；结合课程慕课资料，进行线下+线上混合式教学。 考核成绩评定办法：过程考核占 40%（MOOC 平台在线学习 20%，课堂学习 20%），作品考核占 30%，期末考试占 30%。
10	中国传统文化	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习中国传统文化的意识；具有热爱祖国、孝敬父母、尊师爱友、礼貌待人等素养；具有勤于思考、学以致用、勇于创新的思维。 2. 知识目标：了解中国传统哲学、文学、宗教文化精髓；熟悉中国古代科学、技术、艺术等文化成果和中国传统服饰、饮食、民居、婚丧嫁娶、节庆等文化特点及习俗；掌握中国传统道德规范和传统美德。 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，感悟传统文化的精神内涵；能学习传统文化的科学方法，从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。

序号	课程名称	课程描述	
		教学内容	1. 中国传统文化绪论；2. 中国古代哲学；3. 中国传统宗教；4. 中国古代文学；5. 中国传统艺术；6. 中国传统戏曲；7. 中国传统教育与科举；8. 中国传统科技；9. 中国传统节日；10. 中国传统民俗与礼仪；11. 中国传统饮食文化。
		教学要求	本课程是公共基础课程，在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用案例分析、分组讨论、视频观摩、情景模拟、启发引导等灵活多样的教学方法。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 30%，作业考核 20%，期末考试占 50%。
11	实用语文	教学目标	1. 素质目标：具有团队合作意识；具有爱岗敬业、诚实守信、踏实肯干、谦虚好学、坚持不懈、精益求精的职业道德与素养；具有勤于思考、勇于创新的思维。 2. 知识目标：了解口语表达的基本知识与技巧；熟悉常用应用文的基本写法与要求；掌握诗歌、散文、小说和戏剧的鉴赏方法。 3. 能力目标：能利用口语表达的基本知识与技巧进行有效交流与沟通；能运用应用文写作的基本写法与要求进行常用应用文的写作；能运用文学鉴赏的基本方法进行诗歌、散文、小说、戏剧等作品的赏析。
		教学内容	1. 口语表达模块：口语表达基本知识与技巧；演讲的技巧以及演讲训练。 2. 应用文写作模块：公文概述，通知、报告、请示、函、求职信、个人简历、计划、总结、经济合同等常用应用文书的写作。 3. 文学鉴赏模块：鉴赏部分经典诗歌、散文、小说或戏剧作品。
		教学要求	本课程是公共基础课程，在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法、讲授法、讨论法、自主探究法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
12	心理卫生与健康	教学目标	1. 素质目标：具有健康的心理素质；具有良好的生活习惯；具有正确的人生观、价值观和世界观。 2. 知识目标：认识心理科学，消除对心理学的误解，培养科学的心理观，消除唯心主义、封建迷信和伪科学的干扰；通过心理健康知识的传授，让大学生重视心理健康对成人成才的重要意义。 3. 能力目标：掌握心理调适方法，通过消除心理困惑，学会调节负性情绪，学会面对人生的各种挫折与困难，增强心理承受能力。
		教学内容	1. 大学生心理健康教育绪论；2. 大学生自我意识培养；3. 大学生人格塑造；4. 大学生学习心理；5. 大学生情绪管理；6. 大学生人际健康；7. 大学生恋爱与性心理；8. 大学生精神障碍与求助。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。在“理论教学+课堂互动+探究拓展”的教学模式中，采用课堂讲授、实践教学、同时结合情景设置、心理测试、心理游戏等师生互动活动。 课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
13	劳动教育	教学目标	1. 素质目标：具有正确的劳动观；具有尊重劳动、尊重劳动者、尊重劳动成果的意识；大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神。 2. 知识目标：了解劳动科学理论、基本知识，熟悉劳动科学的基本概念、基本知识、基本原理，掌握劳动的基本理论。 3. 能力目标：深刻认识人类劳动实践的创造本质，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，深切感悟劳动实践对于人的自由全面发展所具有的重要推动作用，形成科学的劳动观。
		教学内容	1. 劳动的思想；2. 劳动与人生；3. 劳动与经济；4. 劳动与法律；5. 劳动与安全；6. 劳动的未来，以及三次实际或实习实训劳动、一次劳动新形态体验学习。
		教学要求	本课程理论教学以课堂讲授为主，课外学生参与实际或实习实训劳动。 考核成绩评定办法：课程理论考核占 20%，课外实际或实习实训劳动占 80%。
14	职业规划与就业指	教学目标	1. 素质目标：具有职业生涯发展的自主意识；具有正确的职业态度和就业观念；具有良好的职业素养；具有科学的职业决策思维。

序号	课程名称	课程描述	
	导		2. 知识目标：了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；了解就业政策与就业权益保护；熟悉职业生涯规划的流程和步骤；掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制订的方法；掌握求职技巧。 3. 能力目标：能进行自我觉察，自我分析；能进行职业信息的收集和管理；进行科学的生涯决策；提升学生专业知识能力、可迁移能力和自我管理能力和自我管理能力，具有求职就业竞争能力。
		教学内容	包括“感知与承诺”、“自我认知”、“职业世界认知”、“生涯决策”、“计划与行动”、“求职准备”、“求职与面试技巧”、“就业政策就业权益保护”、“职场适应与发展”等模块。
		教学要求	1. 课程性质：本课程是面向全校大学生开设公共必修课。本课程既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展，分两个阶段教学：职业生涯规划安排在第一学期，就业指导安排在第五学期。 2. 教学方法：本课程可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、练习法、讨论法、头脑风暴法、人物访谈法、游戏法等教学方法。 3. 考核评价：课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。具体考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考试占 50%。
15	创新创业教育	教学目标	1. 素质目标：具有创新创业意识；具有创业风险防范意识；具有团队合作精神。 2. 知识目标：了解创业者通常应具有的能力和素质，了解精益创业的基本理论；熟悉商业模式的基本知识；掌握创业团队的内涵、模式及创业团队的组建与管理。 3. 能力目标：具有团队合作能力、语言表达能力、收集信息和整理资料的能力、动手操作能力、分析问题解决问题的能力。
		教学内容	包括认识创业、创业思维与人生发展、创业资源、创业团队、创业机会、创意设计、创业风险、商业模式、创业计划书（选修）、企业创办与初创企业管理（选修）等模块。
		教学要求	教学方法：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、经验传授与创业实践相结合，在“课程思政”教学理念的指导下，综合运用讲授法、案例分析法、讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法、榜样示范法、网络教学法和实地考察法等多种教学方法，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，提高教学效果，充分发挥“课程思政”的育人功能。 考核评价：课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。考核成绩评定办法：学习过程考核占 20%，作业考核占 30%，期末考查占 50%。

(2) 公共基础限选课程

表 5 公共基础限选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	生命安全与救援	教学目标	1. 素质目标：具有应对危机突发事件意识。 2. 知识目标：掌握基本生存、自救和救助技能。 3. 能力目标：掌握常见运动创伤的预防与处置方法。
		教学内容	1. 现场急救技能；2. 户外活动危险的预测与预防；3. 运动损伤的预防与处理；4. 生活中常见的意外事件。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
2	突发事件及自救互救	教学目标	1. 素质目标：具有应急应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件意识。 2. 知识目标：了解突发事件，熟悉急救原则，掌握呼救现场急救知识。 3. 能力目标：能做到遇到突发事件冷静有效自救互救。
		教学内容	1. 突发事件应急和处理原则；2. 急性中毒的应急处理；3. 心肺复苏初级救生术；4. 呼吸道异物的现场急救；5. 常见急危重症的现场急救；6. 常见意外事故的现场急救；7. 各类创伤的现场急救；8. 止血与包扎术；9. 固定与搬运术。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
3	军事理论	教学	1. 素质目标：具有国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。

序号	课程名称	课程描述	
		目标	2. 知识目标：了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。 3. 能力目标：加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。
		教学内容	1. 国防、国家安全、军事思想概述；2. 国际战略形势；3. 外国军事思想、中国古代、当代军事思想；4. 新军事革命；5. 机械化战争、信息化战争。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
4	党史国史	教学目标	1. 素质目标：具有史学素养和政治思维。 2. 知识目标：了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 3. 能力目标：帮助学生提升史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。
		教学内容	1. 西方列强对中国的侵略；2. 马克思主义在中国传播与中国共产党成立；3. 中华民族抗日战争的伟大胜利；4. 历史和人民选择了中国共产党；5. 中国特色社会主义进入新时代。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
5	国家安全教育	教学目标	1. 素质目标：树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。 2. 知识目标：掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，掌握国家安全知识。 3. 能力目标：能够深入理解和准确把握总体国家安全观，具有维护国家安全的能力。
		教学内容	1. 国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 2. 国家安全重点领域：国家政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。
		教学要求	围绕总体国家安全观和国家安全各领域，确定综合性或特定领域的主题。通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等方式，进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思，积极引导学生自主参与、体验感悟。充分利用学校各类社团、报刊媒体、广播站、宣传栏等平台，实现国家安全知识传播常态化。 具体考核成绩评定办法：平时成绩占 60%，课程考试占 40%。

(3) 公共基础任选课程

表 6 公共基础任选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	公共艺术	教学目标	1. 素质目标：具有正确的审美观念、高尚的道德情操、深厚的民族情感；具有文化传承意识，坚定文化自信；具有正确的价值观、文化观。 2. 知识目标：掌握声乐、器乐基础知识及基本技能；掌握美术基础知识及基本技能；掌握书法基础知识及基本技能。 3. 能力目标：具有一定的音乐、美术、书法鉴赏能力。
		教学内容	(3 选 1) 1. 音乐；2. 美术；3. 书法。
		教学要求	本课程坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，培养艺术课程核心素养，提高学生审美能力和人文素养，促进学生的全面发展和健康成长。 教师可以充分利用现代信息技术手段、依托超星在线教学平台，实施线上线下混合式教学模式，以活动为载体，采用案例教学、情境模拟、自主探究、合作学习、展示交流等形式，创设艺术学习氛围，尊重学生艺术见解和创意表达，鼓励学生结合艺术学习主动参与校内外丰富多彩的艺术实践活动，创新实践体验，提高艺术核心素养。 本课程实施教师评价、学生评价相结合，采用“过程考核+终结考核”方式，其中过程考

序号	课程名称	课程描述	
			核占 60%，终结考核占 40%。
2	美育 任选课程	教学目标	1. 素质目标：具有审美意识及个人艺术修养。 2. 知识目标：了解艺术的本质与特征、艺术的起源、艺术的功能、文化系统中的艺术、艺术的种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏、音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏等方面知识；掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。 3. 能力目标：能探索和发掘艺术与美学的人文精神。
		教学内容	(6 选 1) 1. 音乐鉴赏；2. 书法鉴赏；3. 影视鉴赏；4. 戏剧鉴赏；5. 戏曲鉴赏；6. 艺术导论。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。
3	人文素养 任选课程	教学目标	1. 素质目标：具有个人认知与文化修养。 2. 知识目标：了解文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、科学发现与技术革新、文学修养、国学经典与文化遗产等方面知识。 3. 能力目标：能吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养。
		教学内容	(19 选 1) 1. 文物精品与中华文明；2. 古典诗词鉴赏；3. 中国当代小说选读；4. 中华诗词之美；5. 生命科学与人类文明；6. 先秦君子风范；7. 文化地理；8. 中国的社会与文化；9. 先秦诸子；10. 如何高效学习；11. 《诗经》导读；12. 中国古代礼仪文明；13. 中国现代文学名家名作；14. 《论语》导读；15. 批判与创意思考；16. 辩论修养；17. 人工智能；18. 有效沟通技巧；19. 大学生防艾健康教育。
		教学要求	本课程是纯在线网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法：视频学习占 40%，章节测试占 30%，课程考试占 30%。

2. 专业课程

(1) 专业必修课程

表 7 专业必修课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	市场营销 实务	教学目标	1. 素质目标：具有创新思维；具有学习市场营销知识的愿望和兴趣，乐于参与有助于提高市场营销应用能力的活动；具有学好市场营销的信心，能够将市场营销知识与技术与其他学科相互结合、渗透；具有团队合作精神；理解他人的情感；乐于探究市场营销的知识与技术；具有风险意识。 2. 知识目标：了解营销职业所必须具有的职业基本素质；了解团队成员构成及团队优化；了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者和竞争者分析的主要方法和技能；熟悉 STP；了解产品整体概念和产品组合，理解产品生命周期各阶段的特点；熟悉新产品开发的思路，掌握品牌和包装策略；了解影响产品定价的因素，掌握产品定价的方法，熟悉企业的基本定价策略和调价策略；熟悉分销渠道设计方法和流程；掌握分销渠道管理的方法和过程；掌握新型和传统营销组合方式，熟悉促销方案的制订并具有予以实施的能力。 3. 能力目标：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；具有数据意识和商务数据分析应用能力；具有商务礼仪规范应用能力；能组建良好的项目团队，制定规则并进行有效沟通和合作；能树立正确营销观念，判断产品处于何种需求状态；能运用 SWOT 方法对营销环境、消费者、竞争者进行分析；能实施 STP 分析；能依据 4P 理论知识进行营销组合促销策略的制定；能撰写要素完整，主题明确，内容详实、条理清楚、操作性强的整体营销组合方案。质目标：具有系统思维能力；具有一定的诚信意识、质量意识、安全责任和防范意识；具有善于了解顾客心理、善于沟通的素质；具有在营销活动中的决策创新思维。
		教学内容	1. 走进市场营销；2. 项目团队组建；3. 营销环境分析；4. 消费者与竞争者分析；5. 市场细分、目标市场确定、市场定位；6. 4P 营销策略制定。
		教学要求	本课程是专业群共享课程，也是市场营销专业必修的专业基础课，其研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性。 本课程需组建团队进行学习，采取线上线下混合式教学方式，通过项目引导、任务驱动

序号	课程名称	课程描述	
			模式，以学生为主展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业营销活动的策划与实施，总评成绩=线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）。
2	消费者行为分析	教学目标	1. 素质目标：具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；具有团队协作精神；能在学习过程中注意并理解他人的情感；在生活中接触到市场营销的知识与技术时，乐于探究其实现手段、实现过程；能战胜自我，克服营销心理障碍，有风险意识，在科学分析的基础上，能适时地做出果断的抉择；能站在消费者和管理者立场思考各种问题，周到、全面为别人服务。 2. 知识目标：掌握感知、记忆和注意、学习和联想、思维和想象等消费者心理与行为的基本理论知识；掌握消费者个性心理知识；掌握消费者的决策过程，了解消费者的特征和购买类型；掌握社会因素对消费者行为的影响；掌握消费者群体对个体消费者行为的影响；掌握文化、亚文化对消费者行为的影响；掌握价格、包装等市场营销因素对消费者行为的影响；掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为。 3. 能力目标：具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和分析的能力；能换位思考，善于察言观色，准确把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力和判断能力；能分析影响消费者行为的心理因素，并能运用这些因素引导消费者的行为；能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系、消费者需求来进行产品开发；能利用市场营销因素来影响消费者的购买行为；具有较强的口头表达能力和组织协调能力，善于沟通。
		教学内容	1. 消费心理学概述；2. 消费者的心理过程、购买行为与购买决策；3. 社会群体与消费心理；4. 社会文化与消费心理；5. 商品与消费心理；6. 商品价格与消费心理；7. 营销渠道与消费心理；8. 促销与消费心理。
		教学要求	利用智慧职教云平台，将开发好的教学 PPT、电子教案、教学素材、作业库、题库等课程资源导入智慧职教平台，让学生在上线获取相关知识，并和教师同学交流互动，通过交流中的思想碰撞，为项目带来新的创意或思考。同时在智慧职教学上采取签到、投票、抢答、课堂互动等形式，考核团队合作能力，同时各小组将项目作业上传到智慧职教平台进行展示，老师加以点评并提出整改建议。 考核方式以线上学习及考勤、项目作业设计、期末考试 3 部分相结合的形式，其中线上学习及考勤指学习过程考核，包括学习态度（个人线上签到、团队签到情况）、学习质量（互动、抢答、提问、演讲等）、协作能力（团队精神、合作能力）。总评成绩=线上学习及考勤（25%）+项目作业设计（25%）+期末考试（50%）。
3	ITMC 市场营销综合实训	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习，独立思考的素质；注重团队协作、具有基本职业素养。 2. 知识目标：掌握市场分析的方法、了解营销策划基本步骤、掌握产品销售基本技能、了解财务分析流程。 3. 能力目标：能进行市场预测分析并做出相关判断，选择对应渠道售卖产品。能对企业进行基本财务分析。
		教学内容	1. ITMC 市场营销沙盘模拟训练；2. 实训总结。
		教学要求	对各阶段实训小组的比赛情况进行评分，网赛分数越高，则实训成绩越高。最终成绩由平时成绩+实训总结构成，总评成绩=平时成绩（60%）+实训总结占（40%）。
4	市场调查实务	教学目标	1. 素质目标：具有探究真相、用数据和事实说话的意识；具有不怕困难、深入一线现场获得一手资料的工作作风；具有持之以恒、积极进取的心理素质；具有创新精神和创新思维；具有科学、严谨、扎实的工作态度。 2. 知识目标：了解市场调查的概念、内容、范围，掌握调查对象的确定的基本方法；熟悉市场调查的信息渠道，掌握信息收集的方法；熟悉市场调查的四种基本方式，掌握四种调查方式的选择和运用；了解抽样调查法的使用方法和流程，掌握抽样调查法的组织与实施；熟悉市场调查问卷的结构和作用，掌握市场调查问卷的设计方法；掌握市场调查的组织 and 实施了解调查报告的编写规范和内容结构，掌握调查报告的编写方法。 3. 能力目标：能够确定调查的范围和调查对象；能够根据调查目的、内容和对象确定信息收集的渠道；能够根据调查目的、内容和对象灵活选择和运用四种调查方式；能够使用抽样调查法对调查对象组织和实施调查；能够根据调查目的设计市场调查问卷；能够协助、组织和实施市场调查的工作；能够撰写市场调查分析报告。
		教学内容	1. 认知市场调查；2. 设计市场调查方案；3. 选择市场调查方法；4. 设计抽样调查；5. 设计市场调查问卷；6. 组织实施市场调查；7. 整理与分析市场调查资料；8. 撰写市场调查

序号	课程名称	课程描述	
			报告。
		教学要求	本课程是专业基础课程，教师应根据学生的学习程度、背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 总评成绩=线上线下学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）。
5	推销技术	教学目标	1. 素质目标：使学生具有“用户需求”至上的意识，训练学生和客户交流的职业素养；培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识；遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守。 2. 知识目标：掌握制订推销计划的方法；掌握寻找顾客的步骤及方法；掌握约见及接近顾客的方法及注意的问题；掌握介绍与展示产品的原则、方法及需要注意的问题；掌握各种成交方法。 3. 能力目标：能分析指定产品的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；能寻找顾客并对潜在顾客进行有效评估；能根据顾客的基本情况成功约见和接近顾客；能运用推销谈判的基本理论进行推销洽谈的设计；能根据顾客的实际问题解决顾客异议；能识别成交信号并适时成交。
		教学内容	1. 推销准备；2. 寻找顾客；3. 推销接近；4. 推销洽谈；5. 电话推销；6. 推销管理。
		教学要求	以“工作过程”为导向，提炼典型工作任务，引入企业真实项目，设计实用的学习情境，通过课堂教学与相关项目实操，使学生学习理论知识的同时增长实操技能。本课程的考核采用平时成绩 + 期末笔试两部分相结合的形式。平时成绩包括课堂讨论回答，案例分析、模拟操作以及课后作业，此部分主要考核平时所付出的努力及实际动手能力，通过小组评分和教师的记录评分。总评成绩=平时成绩（50%）+期末笔试（50%）。
6	门店运营管理	教学目标	1. 素质目标：具有自我学习意识；具有勤于动手和动脑的意识；具有较强的团队合作意识； 2. 知识目标：了解连锁企业的基本构成、连锁企业门店的特征、类型和运营管理的基本内容，店长素质与能力要求；了解收银管理、理货管理、防损管理、客服管理、绩效控制的内涵和构成；熟悉连锁企业门店的组织结构、店长岗位职责，收银、理货、防损的工作规范和标准化作业流程；掌握店长工作流程，排班原则，收银、理货、防损、客服、绩效控制管理的方法和要点； 3. 能力目标：能够根据门店经营性质和经营特点规划组织结构，制定店长、收银、理货、防损、客服等岗位的职责、制定排班表和标准化作业流程；能够在门店运营过程中指导工作人员做好退换货、顾客投诉、防火防盗等应急事务的处理；能够根据门店经营性质和经营特点制定相应的经营目标并运用 ERP 系统进行有效管理；能够为企业和门店进行经营绩效诊断，并制定相应的方案提高门店绩效。
		教学内容	1. 连锁门店认知；2. 收银管理；3. 理货管理；4. 防损管理；5. 客服管理；6. 绩效控制。
		教学要求	1. 教学方法建议： 本课程是专业核心课程，授课教师根据课程需要将授课班级进行分组，建立学习团队，建议每个班 8-10 组，每组 5-6 人；通过建立项目团队协作学习，增强学生的动手能力和实战能力，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。 教学方法建议：在教学方法上突破课堂教学限制，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后有机组合，科学安排。可以采用讲授、提问、小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、探究学习、课后测验、项目任务等方法组织教学，达到教学目标。 2. 考核评价建议： 课程考核包括考勤、线上自主学习、课堂活动和团队项目任务 4 部分，总评成绩=考勤(10%)+线上自主学习（10%）+课堂活动（10%）+团队项目任务（70%）。
7	湖湘商文化	教学目标	1. 素质目标：具有职业道德和敬业精神；具有团队协作精神；具有集体意识和社会责任心；具有认真、严谨的态度；具有灵活、克制、诚信的职业意识。 2. 知识目标：了解职业、伦理基本概念；了解职业伦理的基本内涵；掌握电商职业伦理的基本内容及培养方法；了解湘商的起源及发展；熟悉湘商的名人名事；熟悉湘商发展的基本前景；了解中国传统文化的内涵；掌握中国传统文化的内容；了解商学院鼎文化内涵；熟悉商学院鼎文化构建的模式。

序号	课程名称	课程描述
		3. 能力目标：能够形成正确的职业伦理意识，树立诚信为本的职业素养。
	教学内容	1. 职业伦理；2. 湖湘文化；3. 中国传统文化；4. 商学院鼎文化构建。
	教学要求	本课程采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩（50%）。
8	销售与管理	1、素质目标：具有一定的执行能力和组织能力；具有热爱市场营销和销售行为的精神；具有自主学习的能力，在教学实践中养成积极思考问题和主动学习的习惯。 2、知识目标：掌握销售与管理概念的基本知识；了解销售与管理的表现形式；了解销售与管理的缘起与发展；了解销售与管理理念的内涵；了解企业销售与管理发展的核心思想。 3、能力目标：能够执行基本的销售行为和销售流程；能理解销售与管理与市场营销体系的联系；能够识别销售与管理的基本元素。
		1. 情商训练；2. 专业化训练；3. 角色扮演训练；4. 时间管理训练 5. 自我激励训练；6. 商业伦理训练；7. 沟通技能训练；8. 寻找潜在顾客技能训练；9. 约见顾客技能训练；10. 识别购买影响力技能训练；11. 销售谈判技能训练；12. 促成交易技能训练；13. 顾客与区域管理技能训练；14. 市场调研与分析技能训练；15. 市场企划训练；16. 销售目标与考核技能训练；17. 渠道管理技能训练。
		1. 教学方法建议： 在教学组织形式上，结合训练项目，实施以案例分析与讨论，角色扮演为主，基本理论和原理讲授为辅的组织形式；在教学方法选择上坚持以学生为主体，以教师为主导，实施“教师讲授、学生讨论、案例分析、角色扮演、项目训练相组合。知识介绍、技能训练、思维拓展齐头并进”的格局；在课程教学情境设计上，为学生创造一个身临其境的学习环境，使学生识其物，明其理。指导和训练学生逐步增强解决销售与管理中遇到的单项和综合问题的能力。同时将开发好的教学 PPT、电子教案、教学素材、作业库、试题库等课程资源导入学习通平台，让学生在上线上获取相关知识，并实施师生交流互动。 2. 考核评价建议： 课程考核包括学习过程考核、学习结果考核（期末考试）两部分，总评成绩=学习过程考核（30%）+学习结果考核（70%）。
9	商务谈判与沟通	1. 素质目标：建立广义的谈判概念，生活中充满着谈判，要把生活中的矛盾、纠纷、调解、合作等都看作是谈判；要善于将谈判课程中所学到的原理、方法、技巧主动地应用到生活中的各个方面；努力使自己达到善解人意，善于表达自己，善于与人合作的境界。 2. 知识目标：了解商务谈判的内涵、基本特征、分类、原则、理论和技巧；熟悉谈判班子的分工与配合，合格谈判人员的标准及谈判地点的选择、现场布置等问题；学习商务谈判方案的撰写；了解商务谈判的一般过程及各阶段所用的策略；熟悉商务谈判中所需的沟通技巧。 3. 能力目标：掌握商务谈判的有关理论；能够全面收集商务谈判所需信息材料并有效甄别筛选；能够独立撰写商务谈判策划方案；掌握商务谈判各阶段的特点并采取相应的策略；掌握商务谈判中的语言技巧。
		1. 商务谈判的理论知识；2. 商务谈判的准备；3. 开局、协调、结束、签约过程各阶段的技巧和策略。
		综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程选用讲授法、实验教学法、案例教学法、模拟教学法、现场教学法、角色扮演法等。 本课程的考核采用平时成绩和期末考试两部分相结合的形式，其中平时成绩包括课堂讨论回答，案例分析、模拟操作和平时作业。此部分主要考核平时所付出的努力及实际动手能力，通过小组评分和教师的记录评分。期末考试采用开卷考试的形式，此部分主要考核该课程的基本知识点，及学生的综合分析能力、解决问题的能力。总评成绩=平时成绩（50%）+期末考试（50%）。
10	商务谈判实训	1. 素质目标：团队合作精神；良好的谈判思维与沟通能力，具有良好的心理素质和现场应变能力；符合商务礼仪的谈吐和风范。 2. 知识目标：商务谈判方案的内容及撰写方法、谈判各阶段的策略和技巧。

序号	课程名称	课程描述	
			3. 能力目标: 收集、整理资料, 拟定商务谈判计划; 建立谈判小组, 并对小组人员进行合理分工; 将设计的谈判策略运用到实际谈判过程中。
		教学内容	1. 商务谈判方案的撰写; 2. 背对背演讲、开局、磋商、结束。
		教学要求	在以行动为导向的教学设计中, 学生以组为单位进行学习活动。就某一谈判案例, 要求学生在课后查找、收集相关资料、文献信息等, 指导学生在实践课上利用多媒体手段, 以模拟操作的形式进行实地演练, 分析解决有关问题。学生在模拟操作中需担当重任, 因而自主学习意识强烈。同时为确保教学内容的先进性和独立性, 充分利用各种先进的教学设施, 优化实践教学资源。
11	双 11 实训	教学目标	1. 素质目标: 具有团队协作意识; 具有吃苦耐劳、乐于奉献的精神; 具有诚信守纪的品质和责任感与敬业精神; 具有创新创业的意识。 2. 知识目标: 了解相关企业运营与管理流程, 熟悉企业经营规章制度、熟悉商业运营环境; 了解店铺线上线下营销推广知识, 在实践中得到深入的理解和巩固; 了解实践岗位工作内容、工作规范, 明确岗位职责; 了解社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法; 了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法; 了解微信个人号营销的策略与方法。 3. 能力目标: 能够初步使用电子商务平台运营; 能够进行营销方案初步策划能够具有初步推广方案制定及实施能力; 能够预防突发事件; 能够初步具有客服自助购物流程, 催款方案, 自动回复, 话术, 危机处理的能力; 能够初步具有新媒体营销的能力; 能够利用企业真实产品和电子商务平台, 对接运营推广真实岗位, 通过社群营销、新媒体营销、OTO 线上线下营销等形式, 了解电子商务平台运营与管理流程。
		教学内容	组建成立项目部, 项目部下设多个职能部门(商品部、策划部、推广部、客服部、运营部), 明确项目团队架构组建和工作职责的划分。通过企业项目实战, 学生参与企业真实项目运营, 全程贯穿企业职场场景, 对应企业组织架构及项目管理方式, 均按照零售门店的典型管理方式进行。学生分角色轮岗 1-2 个部门进行能力要点强化训练, 通过项目综合训练课程帮助学生消化原有的课程知识, 将理论知识转化为实战能力, 最终通过真实项目的实际运营帮助学生积累工作经验, 实现与企业人才标准零距离接轨。
		教学要求	引入企业绩效考核与项目管理办法, 建立“双线考核、以绩代考”机制; 课程考核学分与学生项目实践业绩直接挂钩; 将项目对接四段式实践教学体系, 按 50% 的比例融入 11. 11 实训考核中。实施学习成果以绩代考制, 将技能大赛、创业实践等学习成果进行学分互换与成绩认定; 在项目运营中实行学习过程积分制, 兼顾学生生产(学习)过程产出效益, 结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。
12	营销策划 实务	教学目标	1. 素质目标: 有学习市场营销知识的愿望和兴趣, 乐于参与有助于提高市场营销应用能力的活动; 有学好市场营销的信心, 能够将市场营销知识与技术与其他学科相互结合、渗透; 能在学习过程中积极与他人合作, 相互帮助, 共同完成学习任务; 能在学习过程中注意并理解他人的情感; 在生活中接触到市场营销的知识与技术时, 乐于探究其实现手段、实现过程。 2. 知识目标: 了解市场环境分析的内容与方法; 掌握消费者分析的主要方法和技能; 掌握竞争者分析基础工作; 熟悉市场细分的方法及步骤, 掌握市场定位的基本技能及市场定位方案撰写的步骤和内容; 了解产品整体概念和产品组合; 了解影响产品定价的因素, 掌握产品定价的方法, 熟悉企业的基本定价策略和调价策略; 了解分销渠道; 熟悉撰写营销策划方案, 能够运用所学的市场营销知识为企业做完整的营销策划。 3. 能力目标: 岗位专业能力: 市场营销调研能力、营销活动策划能力、企业营销计划能力等; 行业通用能力: 自我发展、沟通、团队合作、创新、信息技术应用、刻苦耐挫、应急应变能力; 核心能力: 有效沟通技能、团队合作技能、营销调研、市场环境分析能力、目标市场选择能力、市场定位能力、制定产品、价格、渠道、促销方案能力、营销实战能力。
		教学内容	1. 市场环境分析的内容与方法; 2. 消费者分析的主要方法和技能、竞争者分析基础工作; 3. 市场细分的方法及步骤、市场定位的基本技能及市场定位方案撰写的步骤和内容; 4. 产品整体概念和产品组合; 5. 影响产品定价的因素、产品定价的方法、企业的基本定价策略和调价策略; 6. 分销渠道; 7. 撰写营销策划方案。
		教学要求	以“工作过程”为导向, 提炼典型工作任务, 引入企业真实项目, 设计实用的学习情境, 通过课堂教学与相关项目实操, 使学生学习理论知识的同时增长实操技能。 考核方式由线上学习及考勤、项目作业设计、项目团队答辩 3 部分组成, 其中线上学习及考勤指学习过程考核, 包括学习态度、学习质量、协作能力; 项目作业设计即承接一个企

序号	课程名称	课程描述	
			业真实项目，从企业新产品上市策划、企业 CIS 策划、品牌推广策划、渠道策划、促销组合策划、新媒体营销策划等方面考查团队作品，作业需在学习通进行展示，并进行阶段性答辩；团队答辩包括答辩文案制作、答辩质量、团队表现、绩效考核。总评成绩=线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）。
13	智能客户服务实务	教学目标	1. 素质目标：具有良好的职业道德和职业素养；具有良好的身心素质和人文素养；具有较强的集体意识和团队合作精神；具有较高的人际沟通和协作水平。 2. 知识目标：了解客户需求；掌握如何评估客户价值；掌握客户关系管理方法。处理客户投诉。 3. 能力目标：具有市场调研能力、市场分析能力；能够处理客户投诉；能够培育客户忠诚度；具有产品推销能力以及商务洽谈能力。
		教学内容	1. 客户沟通；2. 信息管理；3. 客户关系管理；4. 客服团队管理。
		教学要求	利用或创设项目+产品的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括线上自主学习、课堂活动、团队实训任务、考试 4 个部分。具体考核成绩评定办法：总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（20%）
14	商务数据分析与应用	教学目标	1. 素质目标：具有在商务数据分析过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具有数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具有较强的数据化运营思维和文字表达能力；具有良好的团队合作意识和能力。 2. 知识目标：熟悉商务数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和可视化展示的知识、方法和工具；掌握市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析等典型任务的分析内容、分析方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告结构与写作方法。 3. 能力目标：能够认识商务数据化运营理念，掌握数据采集和数据处理的知识和工具，能够熟练开展商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；应用数据图表实现数据可视化展示和分析，能够根据市场、运营、产品等不同商务情境下数据分析目标，完成数据分析报告撰写。
		教学内容	1. 商务数据分析认知；2. 商务数据采集与处理；3. 市场数据分析；4. 运营数据分析；5. 产品数据分析；6. 商务数据可视化；7. 商务数据分析报告撰写与展示。
		教学要求	本课程采用的教学方法：（1）组建团队学习：教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，营造团队学习合作氛围，培养团队荣誉感；（2）实行线上线下混合式课程教学。本课程采用的考核评价方式：本课程采用多元评价考核法多角度评估学习者的学习效果和自主学习能力，课程考核内容主要包括学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等，采取系统、教师、团队等多主体评价，注重过程性考核与结果性考核相结合，强调学习者过程学习与团队协作。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（20%）。
15	客服岗位模拟实训	教学目标	1. 素质目标：具有良好的行为规范和职业道德；具有客户第一的服务理念，养成主动服务客户的良好习惯；养成自觉学习和良好的工作态度。 2. 知识目标：掌握受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等相关知识。 3. 能力目标：具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。
		教学内容	1. 客户沟通；2. 信息管理；3. 客户关系管理；4. 客服团队管理。
		教学要求	实训成绩=平时成绩（70%）+期末实验考试（30%）。
16	专业综合实训	教学目标	1. 素质目标：具有诚实守信的职业道德；具有用数据和事实说话的职业精神；具有爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具有精打细算的成本控制意识；具有质量至上、精益求精的工匠精神；具有站得高看得远的商业战略思维和灵活多变的商业战术策略；具有团队意识和团队协作精神。 2. 知识目标：熟悉零售企业运营流程；了解企业管理制度和规范；了解企业文化特色；了解企业产品开发流程；了解企业市场拓展战略及策略；了解企业独特的营销策略；熟悉企业的营销业务流程；熟悉挖掘客户、拜访客户、与客户签约的工作要点及难点；熟悉业务

序号	课程名称	课程描述	
			结算的基本流程；了解线上线下促销方法的运用及实际效果对比；了解企业的岗位设置和薪酬政策。 3. 能力目标：能够迅速适应企业的快节奏；能够迅速熟悉企业管理的制度和规范；能够迅速掌握企业的业务特点和难点所在；能够迅速调整自己的状态，向企业师傅学习，掌握工作岗位的必备技能；能够挖掘客户、联系客户、拜访客户、签约客户、服务客户；能够撰写商业文案；能够组织商业活动；能够指挥或者参与一个小组，胜任较复杂的项目工作任务。
		教学内容	依托产教融合校外实训基地和项目工作室，跨专业、跨年级、跨班级组建项目团队，承接企业真实项目，对接市场营销专业销售、策划、客服、数字营销等岗位工作内容，完成学校和企业双方共同制定的绩效考核任务。
		教学要求	本课程是校企融合的项目实战课程，课程教学的组织难度较大，校企双方都要精心组织，加强工作的计划性、预见性和实际落地，切实保障学生的实战质量。学校教师和企业师傅要紧密配合，强化案例教学，强化实战指导，使学生尽快提高实际操作能力。 课程考核包括学习过程考核、项目任务考核两部分。总评成绩=学习过程考核成绩（40%）+项目任务作业考核成绩（60%）。
17	毕业设计	教学目标	1. 素质目标：激发学生的自学潜力，使学生具有在开发中学习，在学习中开发的良好习惯；树立正确的设计思想，培养严肃认真的科学态度和严谨的工作作风，以及一丝不苟的敬业精神；培养学生团队合作精神。 2. 知识目标：学生在毕业设计工作中了解本专业相关知识；熟悉市场营销基本理论知识，能掌握销售、谈判、客服等技能知识；能综合运用各门课程的理论知识和技能，去分析和解决实际问题，并撰写出具有创新性、可实施和可操作的方案。 3. 能力目标：具有初步的科研能力和方案设计能力；具有查找和搜索资料的能力；具有自我解决问题的能力；具有创新思维能力、数字应用能力和信息处理能力及自我学习能力等。
		教学内容	1. 确定选题；2. 设计毕业设计方案的提纲；3. 对方案背景的目标市场进行调查分析；4. 设计和撰写方案；5. 对设计的方案进行推演和修改；6. 答辩；7. 在毕业设计平台上传和提交资料。
		教学要求	毕业设计成绩的评定必须坚持标准，从严要求，实事求是。应公开、公平、公正，坚持以学生完成毕业设计的质量和水平、独立工作的能力和创新精神、工作态度和工作作风以及答辩情况为依据。课程的考核包括指导教师评阅、答辩组审阅、现场答辩三个部分，总评成绩=平时成绩（20%）+评阅成绩（60%）+答辩成绩（20%）。
18	岗位实习	教学目标	1. 素质目标：具有诚信、敬业的工作作风和科学、具有严谨的工作态度；具有安全、质量、效益及环保意识；具有沟通及团队协作能力。 2. 知识目标：学习企业文化、了解企业规章制度、熟悉企业环境；了解企业的经营与管理流程；强化专业知识，使专业知识在实践中得到深入的理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任。 3. 能力目标：遵守企业规章制度的能力；销售等岗位的实际工作能力；专业知识与技能综合运用能力。
		教学内容	以轻工商贸流通企业采购管理、物理管理、客户服务、营销、电商运营、跨境电商等岗位实践为岗位实习任务，让学生了解企业各种规范与管理制度，了解企业经营与管理流程，了解企业文化，熟悉企业环境，使学生掌握企业相关规程、规范等，并通过岗位实习，对学生在校内所学知识和技能不足加以补充，最终使学生基本具有市场营销的相关岗位的工作能力。
		教学要求	通过岗位实习项目，让学生实际承担企业的具体岗位工作，培养学生深刻理会职业理念、树立爱岗敬业习惯，并能迅速将所学知识融入到岗位需求。 课程成绩认定方式：校企评价，注重学习过程和工作成果。

(2) 专业限选课程

表 8 专业限选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	管理学基础	教学目标	1. 素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈

序号	课程名称	课程描述	
		<p>的计划意识；具有科学理性决策思维；具有在竞争环境中的“激励”意识；具有强烈的创新意识、质量意识、成本意识和工匠精神。</p> <p>2. 知识目标：熟悉管理者的角色、层次和技能；掌握管理工作的性质、职能和基本原理；熟悉中国和西方管理发展史；掌握科学决策的程序、定性和定量决策方法；了解计划的种类、编制流程和编制方法；熟悉目标制定和目标分解的方法；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉不同的组织结构类型；熟悉职能职权和参谋职权，了解集权、分权和授权；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理、短期和长期激励方法；掌握控制的程序和种类，熟悉 TQC 和 5S 现场管理控制方法。</p> <p>3. 能力目标：能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够制定公司基本战略，描述使命、愿景和价值观；能够遵循科学决策流程，运用定性和定量决策方法，科学决策；能够结合具体情境编制一份计划要素完整的工作计划；能够合理制定公司和部门目标，进行目标任务分解；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，能够画出组织架构图；能够结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用领导理论，结合具体情境实施有效领导；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差；能够运用 TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。</p>	
	教学内容	1. 走进管理；2. 以史为鉴；3. 制定战略；4. 科学决策；5. 精准计划；6. 高效组织；7. 有效激励；8. 平衡控制。	
	教学要求	<p>教师可根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、教学案例，设计教学情境，并根据不同的教学内容采用讲授法、团队学习法、案例教学法、任务驱动法、线上线下混合式等教学方法。</p> <p>课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（60%）+期末线上考试（20%）。</p>	
2	经济学原理	<p>1. 素质目标：具有诚实守信的意识；具有热爱科学、实事求是的学风；具有自信、开拓进取的精神；具有创新意识和创新精神；具有团队协作精神；能形成正确的人生观、价值观。</p> <p>2. 知识目标：了解经济学基本概念，了解经济学理论的发展与演进过程；掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；掌握分析解决消费决策问题的方法；掌握进行生产者行为与决策分析的方法；了解成本分析的基本原理；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；了解分配理论；掌握国民收入指标核算的运用与核算方法；掌握失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经济理论；掌握在开放经济的条件下宏观经济运行的一般原理。</p> <p>3. 能力目标：具有熟练应用各种经济学分析方法的能力；具有熟练进行消费者行为分析、生产者行为分析、市场分析的能力；具有熟练进行总供求均衡分析的能力；具有熟练进行国民收入决定分析的能力；具有熟练进行失业与通货膨胀分析的能力；具有熟练进行宏观经济政策分析的能力；能够运用财政政策和货币政策对经济运行调控时的应用及其配合使用。</p>	
		教学内容	1. 均衡价格理论；2. 消费者行为理论；3. 生产理论；4. 厂商均衡理论及分配理论；5. 国民收入核算理论；6. 决定理论；7. 波动理论和增长理论；8. 宏观经济政策等构成。
		教学要求	<p>本课程是专业群平台课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。</p> <p>教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和项目教学法等教学方法。</p> <p>课程考核包括学习过程考核（主要考察出勤、学习态度）、项目任务作业考核（主要考察案例分析中解决问题的能力）和期末考试（主要考核对知识的掌握程度及灵活运用能力）三部分。总评成绩=学习过程考核（20%）+项目作业任务（20%）+期末考试（60%）。</p>
3	会计基础	<p>1. 素质目标：具有自主学习意识；具有遵守职业道德的意识；具有严谨细致的素养；具有利用互联网的思维；具有一定的大数据思维。</p> <p>2. 知识目标：了解会计的产生与发展；掌握会计的基本理论；掌握会计的对象；掌握会计要素和记账方法；掌握工业企业的主要经济业务的核算；掌握凭证填制方法和审核要求、账簿的设置与登记、对账与结账；掌握会计报表编制方法；掌握不同账务处理程序；掌握财产清查的方法与结果处理；掌握会计档案的归档与整理。</p> <p>3. 能力目标：具有独立处理工业企业经济业务账务的能力；能够根据经济业务填制原始凭证；能够根据原始凭证可以正确填制记账凭证并登相应账簿；能够根据账簿编制会计报表；能够熟练操作不同账务处理程序下的登账工作。</p>	

序号	课程名称	课程描述	
		教学内容	1. 会计基础理论；2. 会计对象与会计要素；3. 会计科目与会计账户；4. 复式记账法与借贷记账法；5. 工业企业日常经济业务核算；6. 会计凭证；7. 会计账簿；8. 财产清查；9. 账务处理程序；10. 会计报表。
		教学要求	本课程是专业基础课程，是高职学生进入会计专业的第一门专业基础课。 本课程采取多媒体教学，理论讲授与实操相结合，手工实训与实训平台操作相结合，强化学生的专业素质。开展合作教学法，以小组为单位进行课堂教学，分设不同岗位，进行互评打分，纳入考核体系。实物引导法即通过让学生观察真实的凭证、账簿、报表，培养学生的感性认识，消除书本与现实之间的“断层”。拟采用“总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（20%）+团队实操任务（40%）+课后作业及测验（20%）”的考核方式。
4	Python 基础	教学目标	1. 素质目标：具有自主学习意识；具有规范编程的素养；具有逻辑和创新的思维。 2. 知识目标：了解 Python 的发展历程和特点；熟悉 Python 程序的基本结构及 Python 程序设计的基础语法知识、方法与技巧。 3. 能力目标：具有编写简单的应用程序的能力。
		教学内容	1. Python 语法基础；2. Python 常用语句；3. 字符串；4. 列表；5. 元组和字典；6. 函数；7. 高级函数；8. Python 文件操作；9. 异常处理；10. Python 模块。
		教学要求	本课程采用“线上+线下”混合教学模式，综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法；具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=平时考核（20%）+过程技能考核（50%）+期末综合考核（30%）。
5	职业核心能力训练	教学目标	1. 素质目标：具有在职业核心能力实训过程中坚持科学的价值观和道德观；具有较强的系统化思维；具有培养良好的团队合作意识。 2. 知识目标：理解并掌握创业者素质及技能要求；理解团队合作精神的重要性及内涵；了解团队规范管理行为规范的重要性以及方法；掌握当众沟通的基本理论、方法技巧以及在职场交往中的重要作用；掌握信息检索方法与途径；掌握自我学习策略及创新学习理念；掌握时间计划制定和时间管理方法；掌握商务计划书的主要类型、结构设计及撰写方法。 3. 能力目标：能够培养实践能力、就业能力、创造能力和创业能力；能够将一般工作岗位的职业要求内化为自身价值取向并不断自我提升；能够在复杂的社会交际和职场情境下较为熟练而得体地完成交际沟通任务，取得较好的沟通效果；能胜任一般团队成员角色，具有一定的团队合作所需的冲突管理、团队激励、绩效评估等基本能力；能够运用自我学习及信息处理方法、策略进行创业项目相关知识的自主学习；能够运用时间管理所学知识自主安排创业项目实施流程以及过程管理，合理安排项目进展。在掌握基础 PPT 制作方法的基础上，能进行商务计划书的撰写与展示。
		教学内容	1. 项目导航；2. 团队合作；3. 团队组建、团队优化；4. 职业沟通；5. 交谈讨论、当众发言、说服别人；6. 商业计划设计与实施；7. 市场分析、4P 组合、盈利分析；8. 信息数据处理、信息搜索、信息整理、信息展示；9. 项目成果展示。
		教学要求	课程以“学生”到“职业人”、“社会人”的角色转变为主线，以学生的终身可持续发展为目标，以实际创业项目为载体，通过实施开展具体创业项目，培养学生创新创业能力，采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等教学方法。 课程总评成绩=线上自主学习（10%）+出勤情况评分（10%）+课堂活动（10%）+分项成果展示评分（50%）+商业策划书评分（20%）。
6	网络营销	教学目标	1. 素质目标：具有危机应变能力；具有良性竞争的意识；遵守互联网相关规章制度。 2. 知识目标：了解数字营销的常见方法；数字营销策划；博客、EDM、SNS、双微等数字营销流程；掌握数字营销的内容策略；了解网络整合营销策划实施；掌握危机公关策略。 3. 能力目标：能够对网络信息进行采集与分析；具有网络推广能力；具有网络策划能力；能够进行网络危机公关。
		教学内容	1. 搜集查找网络整合营销案例；2. 通过不同的渠道开展数字营销；3. 通过内容策略提升网站流量、排名；4. 策划一个社会化媒体传播策略的方案；5. 策划一个病毒营销方案；6. 制定一个事件营销策划方案；7. 制定一个网络公关策划方案；8. 策划一个整合营销策划方案。
		教学要求	利用或创设“项目+产品+学徒”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法：总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核考核成绩（30%）+总结性考评（50%）成绩。

序号	课程名称	课程描述	
7	数据分析	教学目标	1. 素质目标: 具有团队合作与交流意识; 具有良好的职业道德和职业情感; 具有可持续发展和终身学习精神。 2. 知识目标: 熟悉数据分析流程、掌握数据分析工具的基本使用、数据信息处理和的基本方法、数据可视化等内容。 3. 能力目标: 具有数据分析的能力, 能够利用数据分析技术解决特定业务领域的问题。
		教学内容	1. 数据分析概述; 2. 数据分析工具基本使用; 3. 数据预处理; 4. 数据统计分析; 5. 数据可视化。
		教学要求	本课程以典型场景数据的分析为主线, 注重培养数据分析能力, 实践动手能力, 主要采用“线上+线下”混合教学模式, 综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法; 具体考核成绩评定办法如下: 总评成绩=学习过程考核(70%)+期末考核(30%)。

(3) 专业任选课程

表 9 专业任选课程描述

序号	课程名称	课程描述	
1	服务营销	教学目标	1. 素质目标: 具有自主学习, 独立思考的意识; 具有职业道德素养; 具有人际沟通和团队协作意识; 具有开拓创新精神。 2. 知识目标: 了解服务、服务的概念与特征、要素和服务营销组合; 熟悉影响消费者购买行为的因素; 掌握服务期望的内容和服务承诺的技巧; 了解服务质量标准及服务质量标准的概念; 理解服务营销理念的内涵和实质; 掌握服务营销策略及运用。 3. 能力目标: 能运用所学知识为企业或服务企业进行服务市场分析、服务市场定位; 掌握服务承诺的表现形式以及实现服务承诺的技巧和策略; 熟练掌握服务营销策略、技巧使用的要领和应该注意事项; 会运用服务营销知识进行服务活动策划; 能够把服务企业的有形展示与企业形象设计紧密结合, 传达企业服务特色; 熟练掌握服务沟通的技巧。
		教学内容	1. 掌握服务营销的基本内涵、有关概念、研究对象和研究范畴; 2. 区分服务营销与市场营销在内容和营销组合要素上的不同、掌握服务营销组合的基本要素; 3. 了解服务消费行为特点, 树立正确的服务营销理念; 4. 理解服务质量的构成要素、服务质量的测定、服务质量的测定、服务质量的测定。
		教学要求	以“工作过程”为导向, 提炼典型工作任务, 引入企业真实项目, 设计实用的学习情境, 通过课堂教学与相关项目实操, 使学生学习理论知识的同时增长实操技能。
2	公共关系实务	教学目标	1. 素质目标: 诚信、敬业的工作作风和科学、严谨的工作态度; 职业道德素养; 人际沟通和团队协作意识; 开拓创新精神。 2. 知识目标: 了解公共关系在组织中的地位和作用; 掌握公共关系的基本原理; 了解公共关系实务工作的基本方法和技巧; 熟悉公共关系策划方案写作; 熟悉新闻发布会流程; 掌握危机公关处理技巧; 熟悉 CIS 策划; 掌握公共关系基本礼仪。 3. 能力目标: 能够初步拟定公共关系部门职责和相应的岗位职责; 能够对不同的产品及公关主题设计不同的传播方法; 能够运用 CIS 的相关理论, 初步设计小型企业的企业形象设计; 能够能进行公关调研, 包括问卷的设计、调研方法的选择、问卷的回收、统计; 能够并把调研得到的资料以文字和图表形式撰写调研报告; 能够进行个人形象的正确设计; 能够能筹划常用的公关专题活动; 能够初步运用公关技巧进行简单的营销公关; 能运用公关技巧解决一些简单的公关危机; 能够初步设计企事业单位常用活动的公关详细方案。
		教学内容	1. 认识公共关系; 2. 公共从业人员能力培养; 3. 公关专题活动策划; 整体公关活动策划。
		教学要求	1. 教学方法建议: 教师应根据学生的学习程度、背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队, 进行协作学习。 2. 总评成绩=线上线下学习及考勤(25%)+项目作业设计(25%)+期末考试(50%)。
3	品牌策划与推广	教学目标	1. 素质目标: 具有自主学习, 独立思考的意识; 具有市场营销相关岗位的职业道德素养; 具有人际沟通和团队协作能力; 具有开拓创新精神。 2. 知识目标: 掌握品牌概述、品牌定位、品牌命名与视觉设计、品牌推广、品牌形象、品

序号	课程名称	课程描述
		牌文化、品牌整合营销与公关等知识。 3. 能力目标: 学生能灵活运用品牌的功能与作用进行市场营销与企业公共关系活动的开展。
	教学内容	1. 品牌是内涵、特征、功能与作用; 2. 品牌定位与设计的基本原理; 3. 品牌整合传播的基本原理与方法; 4. 利用品牌进行营销与公关。
	教学要求	以工作过程为导向, 提炼典型工作任务, 引入企业真实项目, 设计实用的学习情境, 通过课堂教学与相关项目实操, 使学生学习理论知识的同时增长实操技能。 本课程考试成绩由平时成绩和期末考试两部分组成, 满分为 100 分。平时成绩包括课堂讨论、平时作业及考勤。对课堂上能主动提出较有见解问题的学生以及能为教学提供素材的学生予以加分。此部分考核针对分析与解决实际问题的能力, 通过教师平时记录评分。 总评成绩=平时成绩(40%)+期末考试(60%)。
4	广告创意与策划	教学目标
		教学内容
		教学要求
5	新媒体营销	教学目标
		教学内容
		教学要求

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

1. 公共基础课程教学进程安排

表 10 公共基础课程教学进程安排表

课程性质	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期									
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六				
必修	公共基础必修课程	1	99101	军事技能	C		2	112		112	2W									
		2	99102	大学体育（1）	C		2	32		32	2*16									
		3	99103	大学体育（2）	C		2	32		32		2*16								
		4	99125	大学体育（3）	C		1	22		22			2*11							
		5	99126	大学体育（4）	C		1	22		22				2*11						
		6	99104	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A		3	48	48			4*12								
		7	99105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A		2	32	32		2*16									
		8	99106	思想道德与法治	A		3	48	48		4*12									
		9	99107	形势与政策	A		1	32	32		8H	8H	8H	8H						
		10	99108	大学英语（1）	A	K	4	64	64		4*16									
		11	99109	大学英语（2）	A	K	4	64	64			4*16								
		12	99112	经济数学	A	K	3	56	56		4*14									
		13	99113	信息技术	B		3	48	24	24		4*12								
		14	99114	中国传统文化	A		1	16	16		2*8									
		15	99115	实用语文	A		2	32	32				2*16							
		16	99116	心理卫生与健康	A		2	32	32			2*16								
		17	99117	劳动教育	B		1	16	8	8	8H	8H								
		18	99118	职业规划与就业指导	B		2	32	16	16	2*8							2*8		
		19	99119	创新创业教育	B		2	32	16	16			2*16							
合计							41	772	488	284										
限选	公共基础限选课程	1	99120	生命安全与救援	A		1	16	16		#									
		2	99121	突发事件及自救互救	A		1	16	16			#								
		3	99122	军事理论	A		2	36	36				#							
		4	99123	党史国史	A		1	16	16				#							
		5	99124	国家安全教育	A		1	16	16		#									
		合计							6	100	100									
任选	公共基础任选课程	1		公共艺术	A		1	16	16		2*8									
		2		美育任选课程	A		1	16	16					#						
		3		人文素养任选课程	A		1	16	16						#					
		合计							3	48	48									
总计							50	920	636	284										

注：（1）课程类型：“A”表示理论课程，“B”表示理实一体课程，“C”表示实践课程。

（2）考核方式：“K”表示考试课程，其余为考查课程。

（3）开设学期：“周学时”如“4*12”表示4学时/周、共12周，“周数”如“2W”表示集中教学2周，“学时”如“8H”表示该学期8学时，“#”表示公共基础网络课程。

2. 专业课程教学进程安排

表 11 专业课程教学进程安排表

课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期						
							小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
专业必修课程	1	45201	市场营销实务	B	K	4	64	24	40	4*16						
	2	45202	*消费者行为分析	B	K	4	64	32	32	4*16						
	3	45203	ITMC 市场营销综合实训	C		1	20		20		1W					
	4	45204	*商务礼仪与沟通	B		3	48	24	24		4*12					
	5	45205	*数字营销	B	K	3	48	24	24				4*12			
	6	45206	推销技术	B		4	64	32	32				4*16			
	7	45207	*品牌策划与推广	B		3	48	24	24				4*12			
	8	45208	*服务营销	B		3	48	24	24				4*12			
	9	45209	*销售与管理	B	K	4	64	32	32			4*16				
	10	45210	商务谈判与沟通	B		4	64	32	32			4*16				
	11	45211	商务谈判实训	C		1	20		20			1W				
	12	45212	双 11 实训	C		2	40		40			2W				
	13	45213	营销策划实务	B		4	64	32	32				4*16			
	14	45214	*智能客户服务实务	B	K	4	64	24	40				4*16			
	15	45215	*商务数据分析与应用	B		3	56	24	32				4*14			
	16	45216	客服岗位模拟实训	C		1	20		20				1W			
	17	45217	专业综合实训	C		10	200		200					10W		
	18	45218	毕业设计	C		4	80		80					4W		
	19	45219	岗位实习	C		24	336		336					4W	20W	
合 计						86	1412	308	1104							
专业限选课程	1	YS001	管理学基础	B	K	3	48	30	18		4*12					
	2	YS002	经济学原理	B	K	3	48	32	16		4*12					
	3	YS003	会计基础	B		3	48	24	24			4*12				
	4	YS004	Python 基础	B	K	3	48	24	24			4*12				
	5	YS005	职业核心能力训练													
	6	YS007	数据分析	B	K	3	48	24	24				4*12			
	7	45301	市场调查实务													
合 计						15	240	134	106							
专业任选课程	1	45401	湖湘商文化	B		3	48	24	24		4*12					
	2	45402	公共关系实务	B		3	48	24	24				4*12			
	3	45403	门店运营管理	B		3	48	24	24			4*12				
	4	45404	广告创意与策划	B		3	48	24	24				4*12			
	5	45405	新媒体营销	B		3	48	24	24			4*12				
合 计						6	96	48	48							
总 计						107	1748	490	1258							

注：（1）带“*”的为专业核心课程，课程代码以“YS”开头的为专业群平台课程，其余同表 10。

（2）专业限选课程 7 选 5，专业任选课程 5 选 3。

3. 集中实践教学进程

表 12 集中实践教学进程表

序号	课程名称	开设学期（周数）						备注
		一	二	三	四	五	六	
1	军事技能	2						第 1、2 周
2	商务谈判实训			1				第 9 周
3	客服岗位模拟实训				1			第 8 周
4	ITMC 市场营销综合实训		1					第 5 周
5	双 11 实训			2				11 月中上旬合理安排
6	专业综合实训					10		第 2~11 周
7	毕业设计					4		第 12~15 周
8	岗位实习					4	20	第 5 学期第 16~19 周，第 6 学期第 1~20 周
合计		2	1	3	1	18	20	

（二）教学时数分类统计

1. 分学期教学时数统计

表 13 分学期教学时数统计表

序号	学期	课程门数	学时	周数分配					备注
				合计	课堂教学	集中实践教学	教学准备	复习考试	
1	一	12	552	20	16	2	1	1	(1) 《形势与政策》开设在第 1~4 学期，课程门数计入第 4 学期； (2) 《劳动教育》开设在第 1、2 学期，课程门数计入第 2 学期； (3) 《职业规划与就业指导》开设在第 1、5 学期，课程门数计入第 5 学期； (4) 《岗位实习》开设在第 5、6 学期，课程门数计入第 6 学期
2	二	14	548	20	16	2	1	1	
3	三	11	446	20	16	2	1	1	
4	四	12	474	20	16	2	1	1	
5	五	3	352	20		18	1	1	
6	六	1	280	20		20			
总计		53	2668	120	64	46	5	5	

2. 各类课程学时学分统计

表 14 各类课程学时学分统计表

序号	课程性质	学时				学分	备注
		合计	理论	实践	实践学时比例 (%)		
1	公共基础必修课程	772	488	284	36.7	41	(1) 公共基础课程（含公共基础必修、限选、任选课程）共 920 学时，占总学时比例为 33.8%； (2) 选修课程（含公共基础限选、任选课程，专业限选、任选课程）共 483 学时，占总学时比例为 17.8%
2	公共基础限选课程	100	100	0	0	6	
3	公共基础任限课程	48	48	0	0	3	
4	专业必修课程	1412	308	1104	78.1	86	
5	专业限选课程	240	134	106	44.1	15	
6	专业任限课程	96	48	48	50	6	
总计		2668	1126	1542	57.8	159	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业生师比不超过 18:1，满足本专业教学工作的需要。实施“对接一个企业、结拜一个行业专家、掌握一套岗位业务流程、学会一种商业模式、完成一个项目运行、提出一个实践教学改进方案”的“六个一”工程建设，建立一支拥有 2 名专业带头人（校内校外各 1 名），5~6 名高学历或教学经验丰富、德优业精、有下厂实践经历或项目实战管理能力的骨干专任教师，6~7 名拥有丰富市场营销类工作经验的管理专家或一线技术能手的兼职教师共同组成的“专兼结合、双岗双薪”教师队伍，高素质的双师教师占比 80%以上。

2. 专任教师

- （1）具有高校教师资格证书、普通话二级证书。
- （2）有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。
- （3）具有工商管理、企业管理、行政管理等相关专业硕士及以上学历或具有 3 年及以上企业工作经验，以及本专业二级及以上职业资格证书或相应技术职称。
- （4）专任教师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；具有市场营销、企业管理、工商管理、经济管理、电子商务等相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销环境辨识、市场营销策划、客户关系管理、消费者行为分析、企业运营管理、商务谈判、产品推销、渠道管理、价格管理、促销管理、销售综合管理、网站运营与推广管理、新媒体运营与策划、市场调查与预测、竞争策略与定位、广告创意与策划等相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。
- （5）具有较强的信息化教学能力和驾驭课堂的能力，能够熟练运用基于行动导向、任务驱动的教学方法进行教学设计。
- （6）掌握先进的职业教育教学理论，具有课程开发、教学设计及数字化教学资源建设能力，能够开展专业领域的课程教学改革和科学研究。
- （7）具有指导市场营销专业的技能竞赛、创新创业等竞赛的能力。
- （8）热爱教育事业，具有项目化课程的改革决心与毅力，能够对自己主持的专业核心课程进行项目化改造和教学设计、信息化课程资源建设。
- （9）每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外市场营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销技术专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具体要求如下：

- （1）熟悉本专业的培养方案。
- （2）精通本专业部分核心课程，具有较高的教学能力；具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力，能主持专业课程开发，带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设、校内外基地建设、技术应用开发和技术服务等。

(3) 专业知识扎实，专业视野宽广，实践技能较强，富有改革和创新精神。具有一定的工程实践经验和研发能力。带动课程教学团队进行教育教学改革等工作之外，要全面负责每学期本课程的教学任务的具体实施（如：任务书，课程教学团队各人员的授学时数、班级安排，监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等）。

(4) 主持、参与过本专业工学结合人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制（修）订、课程开发与建设、实训基地建设、特色或品牌专业建设。

4. 兼职教师

本专业本专业兼职教师来自企业管理阶层，具有良好的思想政治素质、职业道德、和工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有本专业相关的中级及以上职称或高级工职业资格，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室

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 15 校内专业实训室配置表

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
1	专业基础能力实训	职业核心能力实训室	学生椅	50 张	营销策划实务 市场调查实务
			学生桌	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			白板	1 套	
2	专业专项能力实训	产品开发实训室	台式计算机	50 套	新媒体营销 产品开发 专业综合实训
			电脑桌椅	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			流利输送链、2/0.6 货架、轻型平板货架	1 套	
			台式计算机	5 套	
			多媒体设备	1 套	
3	专业专项能力实训	视觉营销实训室	网络机柜、教师机电脑、UI 设计资源系统、移动电商综合实训系统、连锁门店运营实训系统	1 套	门店运营管理 销售与管理 数字营销
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
4	专业专项能力实训	商务项目管理实训室	标准办公工作台、展示柜	50 套	门店运营管理
			台式计算机	50 台	

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
5		客户服务实务实训室	电脑桌椅	50 套	智能客户服务实务 商务谈判与沟通 品牌管理与运营
			多媒体设备	1 套	
			标准办公工作台、展示柜	50 套	
			台式计算机	50 台	
6		商务数据分析实训室	电脑桌椅	50 套	门店运营管理 商务数据分析与应用 市场调查实务 Python 基础
			客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
			连锁门店运营实训系统、连锁企业王牌店长实务实训系统、亿学数据库管理工具、ITMC 网店开设与装修实训软件、ITMC 网店客户服务实训、ITMC 电子商务综合实训与竞赛系统、服务器	1 套	
7		产教融合项目工作室 1	项目产品	若干	双 11 实训 专业综合实训
			电脑	20 台	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
8		产教融合项目工作室 2	项目产品	若干	双 11 实训 专业综合实训
			电脑	20 台	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
9	专业综合能力实训	产教融合项目工作室 3	项目产品	若干	双 11 实训 专业综合实训
			电脑	20 台	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
10		VBSE 跨专业综合实训室	连锁门店运营实训系统、VBSE 跨专业综合实训软件	1 套	专业综合实训
			台式计算机	50 台	
			电脑桌椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
			会计手工训练资料	50 套	
			办公椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
			展示挂图	3 套	

表 16 专业实训室建设规划表

序号	项目	功能组成	说明
1	市场营销项目工作室 1	对接理论课程，为学生设立真实工作岗位，给学生提供岗前技能培训和职业素养塑造的机会。	提供 20~30 工位、面积 30 m ²
2	市场营销项目工作室 2	为学生提供对相关项目进行研究、探讨和学习的空间	4~6 个工位构成一组，容纳 30~40 名学生进行项目探讨

3. 校外实训基地

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系连锁零售行业企业，多渠道筹措资金，多形式开展合作。在校外实训基地的建设中，积极寻求与国内外、区域内大型知名零售企业开展深层次、紧密型合作，建立与自己的规模相适应的、稳定的校外实训基地，充分满足本专业所有学生综合实践能力及半年以上岗位实习的需要，发挥企业在人才培养中的作用，由企业提供场地、办公设备、项目和技术指导人员，企业技术人员与教师共同组织和带领学生完成真实项目设计、施工、调试与维护，使学生真正进入企业项目实战，形成校企共建、共管的格局。

建设深度合作的连锁零售企业校外产教融合实训基地，能够容纳 150 名左右的学生进行跟岗实训或贴岗实习。由企业业务骨干和经验丰富的管理人员承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生掌握策划、销售、客服、推广等岗位的工作职责和实际业务流程。在毕业实习阶段，学生在实习单位进行顶岗操作，直接承担企业的某一岗位并开展工作，培养和提高其专业操作技能与实践能力。

校外实训基地的主要功能如下：有利于学生掌握岗位技能，提高实践能力；满足学生综合实训以及半年以上岗位实习的需要，从而实现学生在基地的顶岗后就业；有利于学校及时了解社会对人才培养的要求，及时发现问题，有针对性地开展教育教学改革。

校外实训基地有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间养成遵纪守法的习惯，使其能真正领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

表 17 校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	用途	工位数	合作深度要求
1	百世物流产教融合实训基地	物流运营、操作、岗位实习	60~70	通过签订校企合作协议进行深度合作，共建课程教学资源、互派师资，共同进行项目管理与考核，学生到企业实习实训和就业。
2	屈臣氏产教融合实训基地	营销、门店运营跟岗实习、岗位实习	20~25	通过签订校企合作协议进行深度合作，共建课程教学资源、互派师资，共同进行项目管理与考核，学生到企业实习实训和就业。
3	星火丰城产教融合实训基地	网店运营、客户管理、网店美工、岗位实习	10	通过签订校企合作协议进行深度合作，共建课程教学资源、互派师资，共同进行项目管理与考核，学生到企业实习实训和就业。
4	搜农坊产教融合实训基地	网店运营、客户管理、网店美工、销售岗位、岗位实习	10	共建课程、互派师资，学生到企业实习实训和就业。
5	嘉德产教融合实训基地	网上销售、网络客服、运营推广、岗位实习	10~20	学生到企业实习实训和就业
6	步步高产教融合实训基地	商务项目管理、岗位实习	10~20	学生到企业实习实训和就业。

4. 信息化教学

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

（三）教学资源

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

1. 教材选用基本要求

(1) 按照国家规定选用优质教材。

必须使用国家统编的思想政治理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材。专业核心课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。

(2) 建立教材甄选机制，杜绝不合格教材进入教室。

建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用工作组，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

(3) 建立健全校本教材开发制度。

对于专任教师自主开发的校本教材，必须通过学校专家指导委员会审定，方可开发并使用，提高校本教材开发质量。

2. 图书文献配备基本要求

所选图书文献满足市场营销专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，为师生查询、借阅提供方便。

3. 数字教学资源配置基本要求

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

通过与企业合作，按照专业及专业方向和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。

表 18 专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址	具体要求
1	市场营销实务	https://zjy2.icve.com.cn/expert/process/edit.html?courseOpenId=kzwjagarxkpkmdka5s0mia	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。
2	管理学基础	https://zjy2.icve.com.cn/expert/process/edit.html?courseOpenId=ybvpawqrjb5hbdp2vysh3q	增加视频类素材、动画类素材。
3	新媒体营销	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=e0sjaburnbbke98w01hroa	充实新媒体类教学资源，文字、声音、画面配合要得当，视频时长建议控制在 15 分钟内。
4	消费者行为分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=p5efabursjl1gko62kiasa	依据教学需求设计演示动画、可操作动画，充实相关视频类、虚拟仿真类素材。
3	品牌策划与推广	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/mainCourse/courseHome.html?courseOpenId=4o2apsrqxfcluyaan6q	增加视频动画类素材，提高针对性，有效解决教学重点、难点问题。
4	市场调查实务	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=hch8alurfyynnqwiyz8eaw	以学生自主操作训练为主，增加实践性强的各类教学案例。
5	商务数据分析与应用	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=jczxamgrlzd0i3pvh5uq7a	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源。

（四）教学方法

1. “项目引领 跨界协同 双线考核”育人模式

研发真实项目实施生产性教学。对接市场营销专业核心岗位要求和任务特点重构教学形态，对双 11 实训、专业综合实训等课程进行项目化改造，实施分工协作模块化教学；结合任务典型性、工作时长、劳动强度等特点，遴选生产性项目，基于岗位工作内容，对接企业销售、策划、客服、市场推广等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；将新媒体营销、市场营销实务、商务数据分析等专业群核心共享课程进行教学任务项目化重构，从而实现教学任务项目化和项目任务教学化。

打破学校与企业边界，跨校企组建由专任教师、企业技术人员、行业领军人物、技能大师等组成的高水平项目导师团队；实施专任教师“六个一”工程建设和协作模块化教学，打造“专兼结合、双岗双薪”教师队伍，共同承担课程教学实施过程。在项目团队导师老师的指导下，以师傅带徒弟的形式指导学生完成任务。

校企共同制定实践教学考核标准与项目绩效考核办法，践行职业技能和职业素养并重的双线考核评价，将团队合作、诚实守信、精益求精等多维度职业素养纳入学习效果评估。

2. 任务驱动法

针对所有专业核心课程，分项目创设不同的任务情境，选择与学习主题密切相关的真实性事件或问题（任务）作为学习的中心内容，让学生带着真实的任务去学习，学生拥有学习的主动权，教师不断地激励学生前进，从而使学生真正掌握所学内容，并通过此任务来举一反三，收到更好的学习效果。培养学生的创新能力和独立分析问题、解决问题的能力。

3. 团队学习法

针对所有专业核心课程建立项目团队进行协作学习，增强学生的动手能力和实战能力。课前授课教师将授课班级进行分组，建立学习团队，建议每个班 8-10 组，每组 5-6 人；教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，整个教学过程中的团队任务必须团队成员一起分工合作完成并纳入考核。积极营造团队学习氛围，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。

4. 线上线下混合式教学法

针对所有专业群平台课程、专业基础课程、专业核心课程都实行线上线下混合式教学。在教学方法上突破课堂教学限制，充分扩展学生学习时间与空间，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后无缝链接。通过在职教云平台建设在线开发课程，提供教学 PPT 课件、电子教案、视频、微课、案例库、作业库、试题库、团队实训任务库等类型丰富的数字化教学资源。

课前通过课程平台发布任务实现教师导学、学生自学；通过微课学习等课前导学方式，实现由被动学习到主动学习的转变。课中师生通过抢答、提问、讨论、头脑风暴、团队实训等丰富多彩教学法实施线上线下教学、课后学生线上提交作业、完成单元测试进行复习巩固拓展能力，实现课上课下、线上线下课堂翻转。课中运用交互式课件、视频等丰富教学手段实现课堂枯燥、抽象向有趣、具体的转变。课后通过答疑、探究学习，实现任务由课后检验向课后提升的转变。

（五）学习评价

在《市场营销实务》、《商务数据分析与应用》、《双 11 实训》、《专业综合实训》等课程中引入企业绩效考核与项目管理办法，建立“双线考核、以绩代考”机制；课程考核学分与学生项目实践业绩直接挂钩；将项目对接四段式实践教学体系，将项目按 30%、50%、70%、100%比例融入跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、岗位实习四段式课程评价。实施学习成果以绩代考制，将技能大赛、创业实践等学习成果进行学分互换与成绩认定；在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。

所有专业课程采用多元评价考核法，多角度评估学生的学习效果和学习能力。在评价主体方面，采取系统、教师、团队等多元化评价；在评价考核项目方面，考核包含学习态度、认知水平、行动能力、任务完成度、团队协作能力等项目，注重过程性考核与结果性考核相结合，使课程考核真正能够反映学生知识、能力、素质的综合评价。

（六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

建立商学院专业建设和教学进程质量监控机制。对教学中各主要环节（教学准备、课堂教学、实验实训、实习、考试、毕业设计等）提出明确的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

加强日常教学组织与管理。按照《湖南科技职业学院教学督导听评课工作实施管理办法》建立健全专业的巡课和听评课制度，每学期学院行政领导听课不少于 10 次，教研室主任不得少于 8 次，专任教师听课不得少于 4 次，听课后必须进行集体评议，积极思考和反馈教学效果；建立和实施学生评教机制，每学期每门课程进行一次；严格执行学院“八不准”条例，严明教学纪律与课堂纪律，学生平均到课率达到 98%以上。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每学年定期对在校生和毕业生进行问卷调查，并走访用人单位和合作单位进行调研，针对企业行业未来发展、人才需求、毕业生就业发展质量、人才培养模式、学生实践实习等方面进行探讨和交流，广泛收集各方对专业教学工作的意见和建议，评价人才培养质量和培养目标达成情况，为专业建设调整以及课程体系设置和调整、开展相关改革提供决策支持。

充分利用项目化教学改革的成效评价分析结果有效地改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

建立对《专业人才培养方案》、所有专业核心课程和专业群平台课程的《课程标准》实施情况的诊改机制。三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：专业（课程）自我诊改→汇总至专业群形成各业群人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各《专业人才培养方案》与《课程标准》质量改进螺旋。

九、毕业要求

在规定的修业年限修满规定的课程（学分）、成绩合格，思想品德鉴定合格，达到本专业人才培养目标和培养规格要求，准予毕业。

十、附录

- （一）学分认定、积累与转换
- （二）专业人才培养调研报告（单独存档）
- （三）课程标准（单独存档）
- （四）专业技能考核标准（单独存档）
- （五）专业技能考核题库（单独存档）
- （六）专业人才培养方案制（修）订审批表

2023 级市场营销专业 学分认定、积累与转换

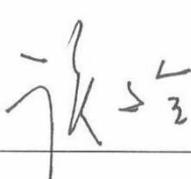
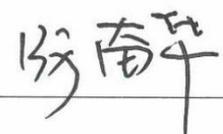
允许学生在校期间通过以下方式进行学分认定互换：

- (1) 英语三级等级证书对应大学英语（1）、大学英语（2）课程。
- (2) 计算机一级等级证书对应计算机应用基础课程。
- (3) 省级技能竞赛一等奖及以上可申请进行学分认定、互换。
- (4) 其他参与的项目、获奖及取得的学习成果，经申报批准许可进行学分认定、互换。
- (5) 获得电子商务数据分析（中级）、互联网营销师（中级）职业资格证书，经申报批准许可进行学分认定、互换。

表 19 职业资格证书要求

序号	等级证书	对应置换课程		
1	英语三级	大学英语（1）	大学英语（2）	
2	计算机一级	计算机信息素养		
3	省级技能竞赛 市场营销技能一等奖	ITMC 市场营销综合 实训	市场调查实务	销售与管理
4	电子商务数据分析职业资格证（中级）	商务数据分析与应用	市场调查实务	
5	互联网营销师（中级）	数字营销	销售与管理	

专业人才培养方案制（修）订审批表

审批机构	审批意见
二级学院	<p>同意修改并审批</p> <p>负责人（签名）  2023 年 1 月 28 日</p>
教学指导委员会	<p>审核通过。</p> <p>负责人（签名）  2023 年) 月 / 日</p>
学术委员会	<p>拟同意。</p> <p>负责人（签名）  2023 年 8 月 26 日</p>
党委会	<p>2023 年第一次常委会审定</p> <p></p> <p>2023 年 9 月 11 日</p>

校长（签名） 

2023 年 9 月 11 日