



湖南科技职业学院

市场营销专业 人才培养方案

二级学院

商学院

专业负责人

李雄

制定日期

2020年7月

湖南科技职业学院教务处 编制

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称

专业名称：市场营销专业

专业代码：630701

专业大类：财经商贸大类

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

标准学制：三年

修业年限：学习年限不少于两年，在校累计学习年限不超过五年，最长学习年限不超过六年（含休学）

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）	职业资格证书或技能等级证书举例（“1+X”）
财经商贸大类 63	市场营销类 630701	商务服务业 72	商业服务业人员 42 批发业、零售业（51、52）	销售管理 营销策划专员 网络销售主管 网站推广专员 客服主管 网络客服	暂无

五、培养目标和规格

（一）培养目标

本专业主要面向湖南轻工商贸服务与流通企业，培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会主义市场经济、营销管理和企业管理等一线需要，具备良好的政治素质、职业道德、创新意识和团结协作精神，掌握市场营销的基本理论和知识，具有较高市场分析、营销管理、营销执行、营销策划和自主创业能力，能从事企业营销部门的市场调查与开发、产品销售、门店管理、营销策划、网络运营与推广等工作，担任销售管理、营销策划专员、网络销售主管、网站推广专员、客服主管、网络客服等岗位的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1、素质目标

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的市场洞察能力，能较敏锐的识别市场动向，掌握发现市场机会进行市场营销的技能；

具有身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2、知识目标

- (1) 掌握人文社科基础知识，能运用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论分析问题，解决问题；
- (2) 掌握法律基础知识，能运用法律维护社会公共利益和个人合法权益；
- (3) 具备较强语言与文字表达功底；
- (4) 系统掌握经济学、管理学和现代营销的基本理论、基本知识，通晓定性、定量分析方法和有关营销的政策法规，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、商务谈判、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；
- (7) 掌握网络营销知识和新媒体运营；掌握消费者心理、客户服务与管理、服务营销、商务数据分析等知识。

3、能力目标

- (1) 具备一定的人际交往和沟通能力；
- (2) 具备较好的文字组织能力、语言表达能力和团队合作能力；
- (3) 具备独立思考、逻辑推理和一定的创新革新能力；
- (4) 具备利用管理专业知识解决具体问题的能力；
- (5) 具备时间管理能力和终身学习能力；
- (6) 具备利用互联网工具、技术手段进行信息分析和处理的能力；
- (7) 能设计市场调研方案、能对调研数据进行统计和分析、能设计调查问卷、能撰写调研报告，能进行营销环境分析，消费者分析，竞争者分析；
- (8) 能把握商务谈判的开局；能进行商务谈判的磋商和签约；掌握商务谈判策略与技巧；
- (9) 具备访问顾客、商务沟通、处理客户异议、产品推销技术；
- (10) 选择渠道成员、激励渠道、评估渠道、修改渠道决策、退出渠道；
- (11) 确立策划目标、制订策划计划、策划方法选择和营销策划报告的撰写及其市场定位策划、产品策划、价格策划、渠道策划和促销策划。

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
销售管理	制订销售计划；确定销售政策；设计销售模式；从事产品销售	市场调研能力 市场分析能力 产品推销能力 商务洽谈能力	市场营销实务、市场调查分析、销售管理、商务谈判、现代推销技术等
营销策划专员	负责制定品牌推广方案、广告策划方案等，并指导具体实施工作	市场调研能力 市场分析能力 渠道管理能力 营销策划能力	市场营销实务、市场调查分析、广告创意与策划、营销策划实务等
网络销售主管	获取营销信息、调研网络市场环境、制定网络产品推销方案、实施网络销售	市场调研能力 市场分析能力 产品推销能力 商务洽谈能力	市场营销实务、市场调查分析、现代推销技术、销售管理、商务谈判、网络营销等

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
网站推广专员	获取营销信息、信息发布、SEO 优化、SEM 推广、QQ 营销、论坛营销、博客营销、微博营销、视频营销、病毒营销、网络广告、网络分销合作渠道构建等整合营销推广技能	网站运营与推广能力 市场调研能力 市场分析能力 产品推销能力	市场营销实务、市场调查分析、网络营销、新媒体运营与推广、现代推销技术等
客服主管	客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理；	客户关系管理能力 市场调研能力 市场分析能力 产品推销能力 商务洽谈能力	市场营销实务、市场调查分析、商务谈判、客户服务与管理、消费者心理学等
网络客服	制定售前、售中和售后策略、顾客关系的建立与维护、提供在线服务	客户关系管理能力 产品推销能力	市场营销实务、市场调查分析、商务谈判、网络营销、客户服务与管理、消费者心理学等

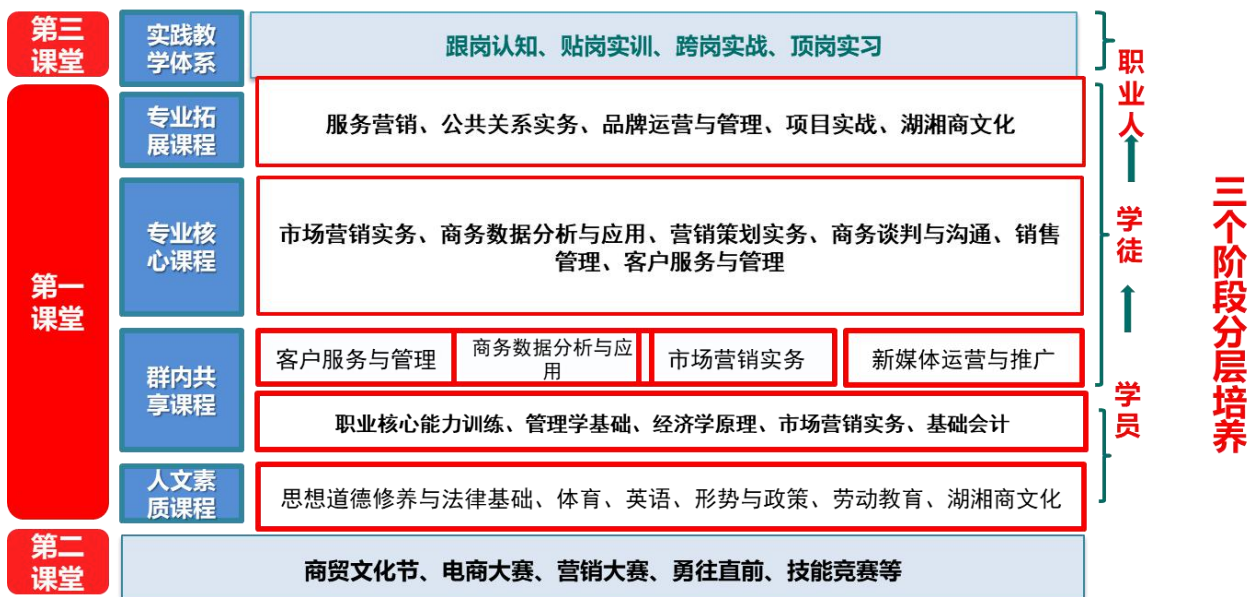
(二) 课程设置

1、课程体系设计思路

根据商贸类专业基础相通，技术领域相近的特点，对接最新职业标准、行业标准和岗位规范，紧贴岗位工作任务，提高和优化专业群的共享度和融合度，依据能力图表构建“拓宽基础、做厚核心、突出跨界”的课程体系。即分为四个阶段：

第一阶段建立起以人文素养能力培养为主的综合素质课平台，包括思想道德修养与法律基础、体育、形式政策、大学语文等公共基础课及其具有典型专业群特色的文化素质课程；第二阶段建起以职业核心能力实训、管理学、经济法、经济学、市场营销实务以及客户服务与管理、商务数据分析、营销策划实务、新媒体运营与推广的群通用基础课程+群共享核心课程为主的群共享课程平台；第三阶段建立专业核心课程平台，实现专项技能与专业特色知识的培养。这一阶段课程的核心课程一般为 4-6 门为宜；第四阶段建立专业拓展课程平台，对接职业标准和专业教学标准，引进真实企业项目，培养学生岗位提升和可持续发展能力。一、二阶段拓宽基础，三、四阶段做厚核心，同时在项目运行过程中，打破学校与企业边界，跨校企组建项目导师团队合作开发真实项目，突破专业、年级、班级的界限，跨专业、班级组建项目团队，以师傅带徒弟的方式在真实项目的演练、实战中实现跨界能力的培育、孵化和成长。

2、课程设置体系图



课程设置体系图

3、课程设置表

表 3 课程设置表

课程属性	课程性质	主要课程
公共课程	必修课	军事技能、军事理论、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、大学英语(1)、大学英语(2)、大学体育(1)、大学体育(2)、形势与政策、计算机信息素养、实用语文、职业规划与就业指导、数学(各专业根据专业确定名称)、创新创业教育、心理卫生与健康、中国传统文化、生命安全与救援、突发事件及自救互救、中国近现代史
	限选课	音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论(非艺术类专业限选至少 1 门课程),线上开展。 专项体育选修(3选1),线上开展
	任选课	从 18 门任意选修课中选修至少 2 门课程。
专业课程	专业群平台必修课	经济学原理、管理学实务、基础会计、职业核心能力训练
	专业基础必修课	*市场营销实务、市场调查分析、市场调查分析实训、消费者行为分析、现代推销技术、ITMC 市场营销综合实训
	专业技能必修程	*商务数据分析与应用、*销售管理、*商务谈判与沟通、双十一项目实训、*营销策划实务、*客户服务与管理、网络营销、广告创意与策划、客服岗位模拟实训、专业技能抽查实训、专业综合实训、顶岗实习、毕业设计
	专业群/专业拓展选修课	公共关系实务、品牌运营与管理、服务营销、项目实战、湖湘商文化

注：属于专业核心课的，请在课程名前用*标记。

(三) 课程描述

1、公共基础课

表 4 公共基础课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	军事技能 (909101)	课程目标	1.素质目标：在组织军事技能训练时，要以中国人民解放军的条令、条例为依据，严格训练，严格要求，培养学生良好的军事素质 2.知识目标：对国防概述、国防法制、国防建设、国防动员、军事思想概述、国际战略环境概述、国际战略格局、我国安全环境、高技术概述、高技术军事上的应用、高技术与新军事变革、信息化战争概述、信息化战争特点、信息化战争对国防建设的要求有较清醒地了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。 3.能力目标：通过学习，达到平时时期，积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。
		主要教学内容	1.中国国防 2.军事思想 3.国际战略环境 4.军事高技术 5.信息化战争 6.解放军条令条例教育与训练 7.轻武器射击 8.军事地形学、综合训练—行军 9.综合训练
		教学要求	本课程是公共基础课必修课。 教学方法：基于行动导向教学、四步法；案例教学法；情境教学法；启发式教学法；发现式教学法等。 3.教学模式：线上线下混合式教学模式；问题教学模式；实战演练。 4.教学保障：理论：学校多媒体教室；训练：学校操作和军事基地 5.考核评价：采用过程与结果相结合考核，过程 70%，结果 30%
2	思想道德修养与法律基础 (909102)	课程目标	1.素质目标 树立正确的人生观、价值观、道德观和法制观，具备作为现代公民的道德素养和法律素养，培养成德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人。 2.知识目标 了解科学的世界观、人生观、价值观、社会主义道德相关理论；领会社会主义法治精神。 3.能力目标 具备人生规划能力、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。
		主要教学内容	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，培育职业道德、家庭美德、社会公德。 4.法制教育。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。 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。 考核成绩评定办法如下：研究性学习模块(占 20%)，网络学习模块(占 30%)，课堂表现模块(占 20%)，期末考试模块(占 30%)。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (909103)	<p>课程目标</p> <p>1.素质目标 具备一定的政治理论水平素养和调查研究思维,具备创新变革能力思维。</p> <p>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,熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的深刻内涵,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。</p> <p>3.能力目标 能够用党的实事求是思想路线培养创新能力,能够用党的创新理论分析改革开放进程中出现的问題和矛盾,并提出对策和建议。</p>	
		<p>主要教学内容</p> <p>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 4.习近平新时代中国特色社会主义思想</p>	
		<p>教学要求</p> <p>本课程为思想政治理论课必修课程,在平台上建立了在线课程,采用线上线下混和式教学。讲授中做到理论阐述准确,内容详实得当,重、难点突出。教师应针对不同教学对象和教学内容,采用启发式、讨论式、探究式等多种教法,不断总结经验,力争提升自我。</p> <p>期末考核成绩评定办法如下:研究性学习模块(占 20%),网络学习模块(占 30%),课堂表现模块(占 20%),期末考试模块(占 30%)。</p>	
4	《形式与政策》 (909104)	<p>课程目标</p> <p>1.素质目标:增强关心国际国内大事的积极性和自主探究的主动性;形成辩证的马克思主义形势观、政策观;形成对职业、社会、民族和国家的责任感和荣誉感;提升学生爱国主义素养;牢固树立“四个意识”,坚定“四个自信”,树立民族复兴大任的担当。</p> <p>2.知识目标:了解 8 个专题所涉重大国际国内大事件的发展过程和基本逻辑;理解国家相关政策、党的最新战略方针;掌握党的相关最新理论创新成果等规范知识;熟悉与专题相关的习近平新时代中国特色社会主义思想。</p> <p>3.能力目标:能够正确理解国际国内形势与党和国家的方针政策;能够进行社会调研和实践;能够理论联系实际,辩证地分析 8 个专题涉及的重大国际国内大事件,正确判断大是大非。</p>	
		<p>主要教学内容</p> <p>依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”,结合当前国际国内形势以及我校教学实际情况和大学生成长的特点确定选题。主要包括:1.形势与政策的基本知识;2.国内改革开放与社会发展新的动态,以及党的重大方针政策,中国的对外政策及与一些相关国家的关系发展动态等</p>	
		<p>教学要求</p> <p>课程性质:形势与政策课是高校思想政治理论课必修课,属于公共基础课。</p> <p>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“提问法”;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。</p> <p>3.教学模式:线上线下混合式教学模式;问题教学模式。</p> <p>4.教学保障:学校多媒体教室;学校对学生调研实践活动的经费支持和制度保障。</p> <p>5.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。具体考核成绩评定办法如下: 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%</p>	
5	大学英语 1 (909105)	<p>课程目标</p> <p>1.素质目标:具备良好的学习习惯和逻辑思维; 具备较强的协助能力和团队意识; 具备在未来工作岗位和生活中用英语进行职场交际和日常交流的语言表达能力和综合素养。</p> <p>2.知识目标:了解中西文化背景差异; 熟悉跨文化交际知识与交际策略; 掌握英语语音、词汇、语法、句法、修辞、语篇等语言知识。</p> <p>3.能力目标: 听的能力:能基本听懂日常生活用语和与未来职业相关的简单对话。 说的能力:能就日常话题和与未来职业相关的话题进行比较有效的交谈。 读的能力:能基本读懂一般题材和与未来职业相关的英文材料,理解基本正确。 写的能力:能就一般性话题写命题作文,能填写表格和模拟套写与未来职业相关的简短英语应用文,如简历、通知、信函等。语句基本准确,表达清楚,格式恰当。 译的能力:能借助词典将一般性题材的文字材料和与未来职业相关的一般性业务材料译成汉语。理解基本正确,译文达意,格式恰当。</p>	
		<p>主要教学内容</p> <p>1.问候介绍 2.指路问路 3.时间计划 4.问题解决 5.办公交际 6.职场礼仪</p>	
		<p>教学要求</p> <p>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”,能满足行业发展要求的技能型人才。课堂教学以学生为中心,教师起引导和指导作用,采用“启发式”、“交际式”和“运用多媒体”相结合的教学方法。为了更全面考核学生学习情况课程考核包括学习过程考核、课程作品考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 平时考核成绩:30% 过程性考核成绩;40% 期末考试成绩:30%</p>	



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
6	大学英语 2 (909106)	课程目标	<p>1.素质目标:具备良好的学习习惯和逻辑思维;具备较强的协助能力和团队意识;具备在未来工作岗位和生活中用英语进行职场交际和日常交流的语言表达能力和综合素养。</p> <p>2.知识目标:了解中西文化背景差异;熟悉跨文化交际知识与交际策略;掌握英语语音、词汇、语法、句法、修辞、语篇等语言知识。</p> <p>3.能力目标:</p> <p>听的能力:能基本听懂日常生活用语和与未来职业相关的简单对话。</p> <p>说的能力:能就日常话题和与未来职业相关的话题进行比较有效的交谈。</p> <p>读的能力:能基本读懂一般题材和与未来职业相关的英文材料,理解基本正确。</p> <p>写的能力:能就一般性话题写命题作文,能填写表格和模拟套写与未来职业相关的简短英语应用文,如简历、通知、信函等。语句基本准确,表达清楚,格式恰当。</p> <p>译的能力:能借助词典将一般性题材的文字材料和与未来职业相关的一般性业务材料译成汉语。理解基本正确,译文达意,格式恰当。</p>
		主要教学内容	1.电话问候 2.网络生活 3.物品描述 4.观光旅游 5.求职申请 6.职业规划
		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、高素质、有国际化意识”,能满足行业发展要求的技能型人才。课堂教学以学生为中心,教师起引导和指导作用,采用“启发式”、“交际式”和“运用多媒体”相结合的教学方法。为了更全面考核学生学习情况,课程考核包括学习过程考核、课程作品考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下:平时考核成绩:30% 过程性考核成绩:40% 期末考试成绩:30%
7	大学体育 1 (909107)	课程目标	<p>1.素质目标:积极参与各种体育活动,基本形成锻炼习惯和意识,能编制个人锻炼计划,有一定体育欣赏能力,形成运动习惯。</p> <p>2.知识目标:能简单测试和评价健康状况,掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识和方法;能合理选择健康营养食品;养成良好的行为习惯,形成健康的生活方式;对接不同专业,具备必要的专业体能,预防相关职业病发生。</p> <p>3.能力目标:熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能;能科学地进行体育锻炼,提高运动能力;掌握常见运动创伤的处置方法。</p>
		主要教学内容	<p>1.体育理论:体育锻炼方法、体育卫生与保健、体育欣赏、大学生体质健康标准和田径、球类运动竞赛组织工作;</p> <p>2.体育技能:篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、健美操、武术和跆拳道等项目。</p> <p>3.学生健康达标测试:立定跳远、引体向上(男)、仰卧起坐(女)、1000米(男)、800米(女)、身高体重、肺活量、坐位体前屈、50米。</p>
		教学要求	采用任务驱动法、示范法、分组练习、分层学习、分组对抗等进行教学实践。为了更全面考核学生学习情况,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如下:学习过程考核成绩:40% 身体素质考核成绩:30% 期末考试成绩:30%
8	大学体育 2 (909108)	课程目标	<p>1.素质目标:具备自主锻炼意识;培养运动爱好以及习惯;具备利用互联网的思维;具备一定的大数据思维;</p> <p>2.知识目标:掌握科学运动概念;了解运动种类;对于常见的运动项目的起源与发展有一定认识;对于开设项目的比赛规则有一定程度了解;掌握基本运动损伤的处理;</p> <p>3.能力目标:能够掌握一到两个项目的基础技术动作;具备必要的身体素质并达到一定要求;利用所学知识可以较好地解读一场比赛;</p>
		主要教学内容	1.运动理论; 2.裁判法则; 3.身体素质练习; 4.运动技能技术学习;
		教学要求	本课程是公共基础必修课。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讲授、练习、分组练习、分层学习、分组对抗教学方法。为了更全面考核学生学习情况,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如下:学习过程考核成绩:40% 身体素质考核成绩:30% 期末考试成绩:30%
9	计算机信息素养 (909109)	课程目标	<p>1.素质目标:激发并加强学生自主探索学习的意识,培养相互协作精神;具备信息安全意识和网络道德素养;具备互联网思维。</p> <p>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。</p> <p>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,能够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。</p>

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
10	实用语文 (909110)	主要教学 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。 考核评价方式: 过程考核(40%)+作品考核(30%)+期末考试(30%)。 具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: MOOC 平台在线学习 20%, 课堂学习 20% 项目设计考核成绩; 30% 期末考试成绩: 30%
		课程目标	1.素质目标: 具备与人交流与合作的团队意识; 具备爱岗敬业、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; 具备勤于思考、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: 能够利用口语表达的基本知识与技巧进行有效交流与沟通; 能够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; 能够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。
11	大学生职业生涯规划与就业指导 (909111)	主要教学 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。 为了更全面地考核学生学习情况, 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。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: 20% 作业考核成绩: 30% 期末考试成绩: 50%
		课程目标	1.素质目标: 学生具备职业生涯发展的自主意识; 学生树立积极正确的职业态度和就业观念; 学生具备良好的职业素养; 学生具备科学的职业决策思维。 2.知识目标: 学生了解职业生涯规划对人生发展的重要作用; 学生了解就业政策与就业权益保护; 学生熟悉职业生涯规划的流程和步骤; 学生掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制订的方法; 学生掌握求职技巧。 3.能力目标: 学生能够进行自我觉察, 自我分析; 学生能够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、可迁移性能力和自我管理能力和自我管理能力, 具备求职就业竞争能力。
12	经济数学 (909112)	主要教学 内容	主要教学内容是“觉知与承诺”“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	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或第二学期, 就业指导安排在第五学期。 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。 考核评价: 为了更全面考核学生学习情况。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如下: 学习过程考核成绩: 20% 课程作业考核成绩; 30% 期末考查成绩: 50%
		课程目标	1.素质目标: 具备与人沟通合作的能力; 具备科学理论的理解能力; 具备量化解决相关专业问题的能力; 具备自主学习的能力; 具备进行专业学习和终生学习所必需的数理思维。 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、基本理论; 掌握求极限、求导、求积分、矩阵及线性方程组相关计算、求事件概率的基本方法和基本运算技能。 3.能力目标: 能利用所学知识理解或解决经济生活中的实际问题。
12	经济数学 (909112)	主要教学 内容	1.函数与极限 2.导数及其应用 3.微分及其应用 4.不定积分 5.定积分及其应用 6.常微分方程及其应用
		教学要求	本课程是公共基础必修课程。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。 可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 为了更全面考核学生学习情况。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。具体考核成绩评定办法如下: 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%



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
13	创新创业教育 (909113)	课程目标	1.素质目标: 培养学生的创新创业意识、创新创业思维、创新创业精神,提升创新创业素养;自觉运用创业思维指导个人的学习、生活及创业实践;帮助有创业意愿的学生学会在不确定的环境中理性创业,帮助没有创业意愿的学生学会以创业的心态去就业。 2.知识目标: 要求学生了解创业者通常应具备的能力和素质,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: 通过课程教学培养学生的团队合作能力、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。
		主要教学内容	主要教学内容为: 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	课程性质: 本课程是一门公共必修课。 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: 为了更全面考核学生学习情况.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如下: 学习过程考核成绩: 20% 课程作业考核成绩; 30% 期末考查成绩: 50%
14	心理卫生与健康 (909114)	课程目标	1.素质目标: 本课程根据大学生心理特点,有针对性的让学生掌握心理健康、心理学与变态心理学的相关知识,学会心理调适的基本方法; 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。
		主要教学内容	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	本课程是公共课程。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。 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。 为了更全面考核学生学习情况.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。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: 20% 课程作业考核成绩; 30% 期末考试成绩: 50%
15	中国传统文化 (909115)	课程目标	1.素质目标: 具备自主学习中国传统文化的意识;具备热爱祖国、孝敬父母、尊师爱友、礼貌待人等人文素养;具备勤于思考、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: 能够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。
		主要教学内容	中国传统文化绪论、中国古代哲学、中国传统宗教、中国古代文学、中国传统艺术、中国传统戏曲、中国传统教育与科举、中国传统科技、中国传统节日、中国传统民俗与礼仪、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。 为了更全面地考核学生学习情况,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。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: 30% 课程作业考核成绩: 20% 期末考试成绩: 50%
16	军事理论 (909116)	课程目标	1.素质目标: 具备国防观念和国家安全意识,强化爱国主义、集体主义观念; 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: 能够加强组织纪律性,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
		主要教学内容	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



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩;30% 期末考试成绩:30%
17	生命安全与救援 (909117)	课程目标	1.素质目标:具备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:能够掌握常见运动创伤的预防与处置方法。
		主要教学内容	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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩;30% 期末考试成绩:30%
18	突发事件及自救互救 (909118)	课程目标	1.素质目标:具备应急应对自然灾害、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:能够做到遇到突发事件冷静有效自救互救。
		主要教学内容	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.常见急危重症病的现场急救 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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩;30% 期末考试成绩:30%
19	党史、国史 (909119)	课程目标	1.素质目标:具备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:能够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。
		主要教学内容	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 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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩;30% 期末考试成绩:30%
20	劳动教育 (909120)	课程目标	1.素质目标:具备正确的劳动意识,具备尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识; 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:能够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。
		主要教学内容	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 3 次实际或实习实训劳动、1 次劳动新形态体验学习
		教学要求	本课程嵌入专业相关课程。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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程理论考核成绩:20% 课外实际或实习实训劳动;80%
21	艺术、美学类选修课 (909201 非艺术类 专业限选)	课程目标	1.素质目标:具备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:能够探索和发掘艺术与美学的人文精神。
		主要教学内容	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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩;30% 期末考试成绩:30%
22	专项体育 (909202)	课程目标	1.素质目标:具备体育素养; 2.知识目标:了解足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、网球等基本理论知识;熟悉足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、网球等运动项目的规则;掌握足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、网球等运动项目技术动作方法、要领。 3.能力目标:能够帮助学生提升对体育的概念、文化、心理健康等的认识,增长学生的科学知识。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	1.足球 2.篮球 3.排球 4.乒乓球 5.羽毛球 6.网球
		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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩:30% 期末考试成绩:30%
23	公共选修课(909301 909302)	课程目标	1.素质目标:具备个人认知与文化修养,具备工匠精神 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、国学经典与文化传承等方面知识 3.能力目标:能够吸收前人的智慧,用于拓展心胸,提升个人修养,将工匠精神切入我们当下的现实生活。
		主要教学内容	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.爱因斯坦的革命:被一人改变的 20 世纪 11.《诗经》导读 12.中国古代礼仪文明 13.《老子》《论语》今读 14.《论语》导读(同济版) 15.批判与创意思考 16.辩论修养
		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。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩:40% 课程测验考核成绩:30% 期末考试成绩:30%

2、专业课程

(1) 专业群平台课程

表 5 专业群平台课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	经济学原理 (420101)	课程目标	1、素质目标:具有诚实守信,重合同,守信用的作风;具有热爱科学、实事求是的学风;具备自信、开拓进取的精神;具备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。 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;能够运用消费者行为理论分析解决消费决策问题;能够进行生产者行为与决策分析;运用成本分析的基本原理解决收益与利润分析问题;掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析;学会运用分配理论分析社会收入分配问题;学会国民收入指标核算指标的运用与核算方法;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;学会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;掌握在开放经济的条件下宏观经济运行的一般原理; 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。
		主要教学内容	本课程分为微观经济学和宏观经济学。微观经济学主要内容是均衡价格理论、消费者行为理论、生产理论、厂商均衡理论、和分配理论。宏观经济学教学内容主要由国民收入核算理论、决定理论、波动理论和增长理论,以及宏观经济政策等构成。
		教学要求	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。 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 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是:学习过程考核成绩 30%,主要考察出勤、学习态度、案例分析中解决问题的能力;结果考核占 70%,主要考核对知识的掌握程度及灵活运用能力。
2	管理学实务 (410102)	课程目标	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“公开、公正、公平”的精神,以德立威;具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气;具有强烈的计划意识和灵活的应变能力;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。 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;掌握公司战略制定的流程,熟悉公司使命、愿景和价值观;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,了解绩效管理;熟悉组织职能、部门和层级的设计;熟悉直线制、直线职能制、矩阵制和事业部制;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。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
			3、能力目标：能够结合具体情境明确自己的管理者层次、角色和技能，能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够以史为鉴，在管理实践中融入中西方管理思想的精髓；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，实施绩效管理；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；能够区分职能职权和参谋职权，能够正确用权和授权；能够运用沟通原理，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，不断提升领导力；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励，提高工作效率；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差，从而建立控制程序；能够运用 TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。
		主要教学 内容	项目一：走进管理，包括：全课介绍和认知管理者层次、角色和技能。项目二：以史为鉴，包括认知中国管理思想史和认知西方管理思想史。项目三：制定战略，包括：设立模拟或目标公司，构建公司愿景和使命，制定公司中长期战略。项目四：科学决策，包括：认知决策，用定性决策方法做决策，用定量决策方法做决策。项目五：精准计划，包括：认知计划，制定计划，目标管理，海尔 OEC 管理法。项目六：高效组织，包括认知组织和组织设计，设计组织职能、部门和层级，分配组织职权，画出组织架构图。项目七：有效激励，包括：认知激励原理，领会激励理论，试验激励方法，提升领导能力，做实管理沟通。项目八：平衡控制，包括：认知控制的含义和类型，建立控制标准和流程，使用多种控制方法，抓好 TQC 和 5S 管理。
		教学要求	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。 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 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核成绩 20%，项目任务作业考核成绩 60%，期末考试成绩 20%。
3	职业核心 能力训练 (440102)	课程目标	1、素质目标：能够在职业核心能力训练过程中坚持科学的价值观和道德观；能够职业核心能力训练应该遵循的相关法律法规；能够在职业核心能力训练的中培养实践能力、就业能力、创造能力和创业能力；具备较强的系统化思维和文字表达能力；培养良好的团队合作意识和较强的团队合作能力。 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，具备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。
		主要教学 内容	1.项目导航 2.团队合作、团队组建、团队优化 3.职业沟通、交谈讨论、当众发言、说服别人 4.商业计划设计与实施 市场分析、4P 组合、盈利分析 5.信息数据处理 信息搜索、信息整理、信息展示 6.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%）。
4	基础会计 (400103)	课程目标	1、素质目标：具有职业道德与敬业精神；能遵守《会计基础工作规范》；具备沟通和团队协作精神；耐心、细致与准确；具备集体意识和社会责任心 2、知识目标：掌握会计的基本理论；掌握会计要素和借贷记账方法；掌握工业企业的主要经济业务的核算；掌握会计凭证和会计账簿的基本内容；掌握财务报表。 3、能力目标：具备处理工业企业的简单经济业务的能力；具备填制与审计原始凭证，登记账簿的能力；能读懂财务报表。
		主要教学 内容	(1) 会计基本理论 (2) 会计要素和借贷记账方法 (3) 工业企业的主要经济业务的核算 (4) 会计凭证和会计账簿 (5) 财务报表



序号	课程名称 (代码)	课程描述
		<p>(1) 教学的总体安排分为理论讲授与实践训练两个部分,其中理论讲授时间规划为 22 学时,实践训练时间规划 10 学时。</p> <p>(2) 授课综合采用讲授法、演示法、项目法、案例教学法等多种方法,仿真企业的经济业务,提高学生的学习兴趣和积极性。</p> <p>(3) 综合运用各种信息化手段,在常规课堂教学方式的基础上引入图形、声音、动画、视频等多媒体,对学生进行知识点讲授、实务操作演示等。在学习通建立课程的答疑区,及时回答学生学习中遇到的各种各样的问题,提供师生课后交流的渠道。配合课程设计实践训练的安排。</p> <p>(4) 应当基于培养学生良好的职业道德、诚信品质、敬业精神、严谨细致的作风、前瞻的眼光、团队精神和遵纪守法意识等要求组织与安排教学活动。</p>

(2) 专业基础课程

表 6 专业基础课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述
1	市场营销 实务 (420201)	<p>课程目标</p> <p>1、素质目标:具有质量意识、环保意识、信息素养、工匠精神、创新思维;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;理解他人的情感;乐于探究市场营销的知识与技术;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。</p> <p>2、知识目标:了解营销职业所必须具备的职业基本素质;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备予以实施的能力。</p> <p>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;具备数据意识和商务数据分析应用能力;具备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。</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>走进市场营销、项目团队组建、营销环境分析、消费者与竞争者分析、市场细分、目标市场确定、市场定位、4P 营销策略制定</p>
		<p>教学要求</p> <p>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。</p> <p>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、任务驱动的模式,以学生为主体展开实践性教学,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,考核方式方法模式以“线上学习及考勤(40%)+项目作业设计(40%)+项目团队答辩(20%)”相结合进行。</p>
2	市场调查 分析 (420202)	<p>课程目标</p> <p>1、素质目标:通过实践、实训为主导的教学与操作,使学生能培养诚实守信的品质,提高团队合作的能力,形成坚忍不拔的毅力,具有时时创新的意识的综合素质较高的高职院校毕业生</p> <p>2、知识目标:掌握市场调查的内容、范围及对象的确定的基本方法;掌握市场调查与分析的信息渠道及收集方法;掌握市场调查与分析的调查技术的使用和选择;掌握调查报告的编写规范和内容结构</p> <p>3、能力目标:系统地了解市场调查与预测的知识体系与研究方法;使学生树立以市场为导向的营销理念开展企业市场调查活动;使学生,能够根据具体任务和条件从事一般营销问题的市场调查能力;使学生在掌握市场调查基础知识的基础上,结合其他课程中的一些理论和方法,能初步完成有关案例的市场调查活动,进而解决企业市场调查工作中发生的实际问题;使学生具备自我推销的能力,有良好的语言表达能力及处理人际关系的能力</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>主要教学内容分三部分:市场调查前期准备工作、市场调查组织实施工作和市场调查分析总结工作。教学项目:制定市场调查方案,选择市场调查方法,培训调查人员队伍,组织实施市场调查,分析市场调查资料,编写市场调查报告。</p>
		<p>教学要求</p> <p>贯彻“教学做”一体化的教学方针,教师作为教练和领导者的角色,以学生为主体,通过案例引导、任务驱动、角色扮演、互动交流的方法,引导学生在真实和模拟的教学环境中,启发诱导学生的创造性,通过对学习资源的主动应用,在完成调查任务过程中进行自主探索和互动协作的教学做一体化的上班式学习。</p>



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
			考核主要采取客观评价、线上+线下考核的方式进行。对于线上自主学习及考试(40%)采取客观评价方式,由智慧职教云平台系统自动收集客观数据进行评价。对项目作业设计(40%)和项目团队答辩(20%)考核采取客观评价和主观评价相结合方式进行,对课堂活动中的考勤和课堂活动参与度由智慧职教云平台系统自动收集客观数据进行评价,课堂表现由老师结合学生对相关知识的掌握度和能力目标的达成度进行主观评价。团队项目设计任务由教师和团队对团队合作完成的各个子任务的进程与完成度及团队分工合作程度进行教师主观评价和团队互评。
3	消费者行为分析 (420205)	课程目标	<p>1、素质目标:坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感;崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识;具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维;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;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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
		主要教学内容	消费心理学概述、消费者的心理过程、购买行为与购买决策、社会群体与消费心理、社会文化与消费心理、商品与消费心理、商品价格与消费心理、营销渠道与消费心理、促销与消费心理
		教学要求	<p>依托商学院湖南轻工商贸电子服务平台以及OTO新零售生产性实习实训中心“一平台一中心”或者项目工作室,让学生查找、收集与项目相关的各种资料,指导学生进行营销各种知识的实践运用,分析解决有关问题。。</p> <p>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、试题库等课程资源导入智慧职教平台,让学生在线上获取相关知识,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。</p> <p>考核方式以“线上学习及考勤(25%)+项目作业设计(25%)+期末考试(50%)”相结合;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,占比5%)、学习质量(互动、抢答、提问、演讲等,占比10%)、协作能力(团队精神、合作能力,占比10%);项目作业设计(25%):整个学期完成至少6次项目作业,作业需在智慧职教进行展示,教师及时批阅评分;</p> <p>期末考试(50%):学生完成期末考试试题,分数占整个课程成绩的50%</p>
4	现代推销技术 (420206)	课程目标	<p>1、素质目标:使学生具备“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</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
		主要教学内容	(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,满分为100分,平时和期末各占50%。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。学好本门课程,要做到素质目标、知识目标与阅读教材相结合,学习理论与了解事实案例相结合,理论与实践相结合。

(3) 专业技能课程

表 7 专业技能课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述
1	商务数据分析与应用 (440303)	<p>课程目标</p> <p>1、素质目标：能够在电子商务数据分析过程中坚持正确的价值观和道德观；熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为；遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假；具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力；具备较强的系统化思维和文字表达能力；具有良好的团队合作意识和较强的团队合作能力。</p> <p>2、知识目标：了解商务数据的含义、作用和应用；了解商务数据分析的各类指标和工作流程；熟悉数据采集的原则、方法和步骤；掌握数据分类统计的常用方法；熟悉数据清洗的内容；明确市场数据分析的内容和价值；熟悉竞争对手的界定方法；了解运营数据分析的必要条件及内容；熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析等相关知识与指标；熟悉产品数据分析的概念和内容；掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法；掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法；熟悉数据图表的类型及不同类型图表的适用场景；掌握数据透视表的应用及分析；了解数据报表的制作流程；掌握商务数据分析报告的主要类型和结构设计。</p> <p>3、能力目标：能够制定数据分析目标；能够合理选择数据采集工具及确定数据渠道；能够根据获取的数据进行行业集中度分析；能够进行市场容量分析及预测；能够分析市场需求量变化趋势以及客户对品牌、价格、属性的偏好；掌握识别竞争对手的方法；能够进行竞店和竞品分析；能够进行客户数据分析，包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析；能够进行推广数据分析，包括推广渠道分析、关键词推广分析、活动推广效果分析、容运营分析；能够进行销售数据分析，包括交易数据分析、服务数据分析；能够进行供应链数据分析，包括采购数据分析、物流数据分析、仓储数据分析；能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析；能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析；能够进行常见图表的制作和美化；能够应用数据透视图进行数据分析；能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写。</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>(1) 熟悉 Excel 基本知识和操作方法，并掌握 Excel 统计、分析以及管理数据的应用。 (2) 根据各种类型不同的数据，进行统计和分析，制作出对应的统计表和统计图表。 (3) 掌握 Excel 在市场营销数据决策与分析上的各种应用。</p>
		<p>教学要求</p> <p>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如下： 学习过程考核成绩+项目作品考核考核成绩+总结性考评（含考试）成绩</p>
2	销售管理 (420302)	<p>课程目标</p> <p>1.素质目标：培养和提高学生的职业素养，启发其做好“人情练达”这篇“活文章”，抢先起跑，高点切入，善于“讨巧”，增强迅速适应社会的能力。 2.知识目标：完成 4 大项目 17 个子项目学习任务。培养学生适应“解剖麻雀”的技能，使其正确理解销售管理的概念和渊源，掌握其普遍规律、基本原理和一般方法，并能综合运用解决实际问题的分析，具有解决一般营销问题的能力。 3.能力目标：使学生引导学生努力将自己培养和训练成情商与专业化高手、自我管理高手、业务技能高手、销售管理高手。</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>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。</p>
		<p>教学要求</p> <p>1.课程性质及建议：本课程承担相关专业课程的归并收口工作任务，并为后期相关专业课程打下基础； 2.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。 3.考核评价建议：为了全面考核学生学习情况。课程考核包括学习过程考核、学习结果考核（期末考核）两部分。具体考核成绩评定方法如下：满分为 100 分。平时成绩占 70%，包括出勤、课堂讨论、案例分析、模拟操作和平时作业，以及学习通平台学习情况，其中课堂成绩占 50%，学习通平台成绩占 20%；期末考核占 30%，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。</p>



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
3	商务谈判 与沟通 (420303)	课程目标	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>
		主要教学 内容	商务谈判的理论知识；商务谈判的准备；开局、协调、结束、签约过程各阶段的技巧和策略。
		教学要求	<p>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。</p> <p>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，满分为 100 分。其中平时成绩占 50%，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。期末考试占 50%，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。学好本课程，要做到素质目标、知识目标与阅读教材相结合，学习理论与了解事实案例相结合，理论与实践相结合。</p>
4	营销策划 实务 (420306)	课程目标	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>
		主要教学 内容	①了解市场环境分析的内容与方法；②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；③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；④了解产品整体概念和产品组合；⑤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⑥了解分销渠道；⑦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。
		教学要求	<p>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。</p> <p>考核方式方法模式以“线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）”相结合；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，占比 50%）、学习质量（互动、抢答、提问、演讲等，占比 30%）、协作能力（团队精神、合作能力，占比 20%）；项目作业设计（40%）：承接一个企业真实项目，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；</p> <p>团队答辩包括答辩文案制作（20%）、答辩质量（40%）、团队表现（20%）、绩效考核（20%）。在实施要点上注重：</p> <p>1、及时向学生公开各项过程成绩。2、划分好本课程的平时成绩模块。3、确定课程作业设计评价标准；4、确定团队答辩实施细则</p>
5	客户服务 与管理 (460208)	课程目标	<p>1、素质目标：良好的职业道德和职业素养；良好的身心素质和人文素养；较强的集体意识和团队合作精神；较高的人际沟通和协作水平。</p> <p>2、知识目标：理解客户需求；评估客户价值；处理客户投诉；培育客户忠诚；管理客户关系。</p> <p>3、能力目标：客户关系管理能力；市场调研能力；市场分析能力；产品推销能力；商务洽谈能力。</p>
		主要教学 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

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		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: 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(含考试)成绩(50%)。
6	网络营销 (420308)	课程目标	1、素质目标:提高学生沟通能力;提高学生的危机应变能力;数据分析能力。 2、知识目标:网络营销的常见方法;网络营销策划;博客、EDM、SNS、双微等网络营销流程;网络营销的内容策略;网络整合营销策划实施;危机公关策略。 3、能力目标:网络信息收集与分析能力;网络推广能力;网络策划能力;危机公关能力。
		主要教学内容	1.搜集查找网络整合营销案例; 2.通过不同的渠道开展网络营销; 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如下: 学习过程考核成绩+项目作品考核考核成绩+总结性考评(含考试)成绩
7	广告创意 与策划 (420309)	课程目标	1、素质目标:提高学生对创造力、鉴赏力和对广告的整体认识,并可以将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中。 2、知识目标:掌握广告文案、广告创意理论、广告创意思维、广告实施步骤的知识和技能 3、能力目标:通过对广告创意与策划的学习和掌握,提高学生的广告创意思维,并可以将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中。
		主要教学内容	广告策划的原理、广告市场调查、广告策划实务、广告策划书的编写、广告创意概说及平面广告、广播广告、电视广告创意的原理和方式。
		教学要求	(1)在教学中要尽力开拓学生的知识面,不仅讲授与广告专业相关的知识,而且可涉及社会学、交际学、市场营销学、文学等方面的知识。广告策划是主意、点子的运用,因此,还可以从中国传统文化中的谋略得到启示。 (2)本课程应重视结合案例讲授。从世界广告策划中百年以来的著名案例到我国改革开放以来企业营销的案例,都应注意收集及分析,并提供给学生参考。 (3)本课程强调实践环节。在学习中要求学生自找一家企业,结合其实际情况进行广告策划,并撰写出符合实际的广告策划书。 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。其中平时成绩占40%,包括考勤、课堂讨论回答和平时作业。对课堂上能主动提出较有见解问题的学生可以加分。此部分考核针对分析与解决实际管理问题的能力,通过教师平时的、录评分。期末考试占60%,要求学生利用本学期所学课程内容设计撰写一份完整的广告策划书,教师根据其科学性、真实性和可执行性给予评分。

(4) 专业群选修课程/专业拓展课

表 8 专业群选修/专业拓展课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	湖湘商 文化 (410401)	课程目标	1、素质目标:职业道德和敬业精神;团队协作精神;集体意识和社会责任心;认真、严谨的态度;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。 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。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	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	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: 学习过程考核成绩+项目作品考核考核成绩+总结性考评(含考试)成绩
2	服务营销 (420402)	课程目标	1、素质目标:自主学习,独立思考;职业道德素养;人际沟通和团队协作能力;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企业营销服务活动进行服务市场分析、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。
		主要教学内容	(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)理解服务质量的概念及构成要素、服务质量的测定、服务质量管理。
		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。
3	公共关系 实务 (420403)	课程目标	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能力;开拓创新精神 2、知识目标:让学生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,为日后的经营管理工作奠定基础。 3、能力目标: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
		主要教学内容	通过教学,培养学生强烈的公关意识,让学生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,为日后的经营管理工作奠定基础。在教学中注重任务驱动教学、课堂研讨及策划能力的培养。
		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。
4	品牌管理 与运营 (420404)	课程目标	1、素质目标:自主学习,独立思考;市场营销相关岗位的职业道德素养;人际沟通和团队协作能力;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
		主要教学内容	(1)掌握品牌是内涵、特征、功能与作用(2)掌握品牌定位与设计的基本原理。(3)掌握品牌整合传播的基本原理与方法(4)会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。其中平时成绩占 50%,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。期末考试占 50%,采用方案制作的形式,主要考核学生综合分析问题及方案制作能力。
5	项目实战 (410103)	课程目标	1、素质目标:具备诚实守信的职业道德;具备用数据和事实说话的职业精神;具备爱岗敬业、认真负责的敬业精神;具备精打细算的成本控制意识;具备质量至上、精益求精的工匠精神;具备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;具备团队意识和团队协作精神。 2、知识目标:熟悉企业运营流程;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工作;能够迅速熟悉企业制度和规范;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。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学 内容	依托产教融合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,对接物流、线上线下运营、营销、客服及项目管理等岗位工作内容,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。具体考核成绩占比是:学习过程考核成绩:40%,项目任务作业考核成绩;60%。

(5) 实践性教学环节

表 9 实践性教学环节描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	市场调查 分析实训 (420203)	课程目标	1、素质目标:自主学习,独立思考;职业道德素养;人际沟通和团队协作能力;开拓创新精神 2、知识目标:各类实地市场的考察;网络资源调查;资料分析和报告撰写;市场需求预测 3、能力目标:设计市场调查问卷,通过回收的问卷进行数据进行分析,并能撰写合理的市场调查报告
		主要教学 内容	本课程作为专业基础课,重点培养学生调查方案设计能力、调查资料收集、整理与分析能力、调查报告撰写能力和创造性运用资料的能力
		教学要求	对各阶段实训作业以小组为单位进行评分,共四模块实训作业,满分为 100 分,其中调查方案设计 20 分,调查问卷设计 20 分,问卷分析及图表分析 20 分,调查报告撰写及 PPT 口头汇报 40 分。
2	ITMC 市营 综合实训 (420204)	课程目标	1、素质目标:自主学习,独立思考;注重团队协作、具备基本职业素养 2、知识目标:市场分析、营销策划、产品销售、财务分析 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
		主要教学 内容	ITMC 市营综合实训系统秉承“从企业实践中来,到教育实践中去”的理念,以企业营销与策划的实践为核心,结合高职院校市场营销类专业培养目标使得学生在一个虚拟的模拟现实的市场环境中,在一段集中的时间里,通过模拟竞争的方式演练他们所学习的营销与策划技能
		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,其中平时成绩占 60%,实训总结占 40%。
3	商务谈判 实训 (420304)	课程目标	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 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。
		主要教学 内容	商务谈判方案的撰写、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。
4	双十一项目 实训 (420305)	课程目标	1、素质目标:具备遵纪守法、诚实守信、吃苦耐劳、爱岗敬业的基本素质;具备顾客至上、理论扎实、技能娴熟、服务一流的专业素质 2、知识目标:让学生了解不同岗位在企业的运作模式;了解企业经营与管理流程;了解企业文化,熟悉企业环境;专业知识:基本了解 UI 设计、电商运营、搜索引擎优化、客户服务、网络推广、文案策划等知识。 3、能力目标:使学生初步了解美工、网页前端 UI、搜索引擎优化专员、百度竞价专员、网站/平台建设及运营、网站编辑、网络推广专员、客服、文案策划等相关岗位工作能力; 相关电商平台学习及平台规则知识;选品及运费的计算方法;大促注意事项及平台活动申报;whatsapp、facebook、YUTUBE 基础操作;如何选品、打造爆款;掌握上新产品(1-10 个)基础操作;如何店铺及产品定位;店内商品分类(导航、banner)及轮播设计;产品流量分析。
		主要教学 内容	(1)电商平台学习及平台规则(2)选品及运费的计算方法(3)平台活动申报(4)应用软件的基础操作(5)如何选品打造爆款(6)产品发布(7)店铺定位(8)店铺商品分类(9)页面设计
		教学要求	学生在实训期间接受学校和企业的双重指导,实行以企业为主、学校为辅的校企双重考核制度。“双十一”项目实训作为单独一门必修课程进行考核,成绩共分为七档。成绩考核直接与学生产生的订单数和销售额挂钩,以两项指标中取最高分数作为学生改课程最终成绩。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
5	客服岗位 模拟实训 (420310)	课程目标	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
		主要教学内容	(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：平时考勤和前七个实验计平时成绩，占 70%；第八个实验为实验考试，占 30%。
6	顶岗实习 (420311)	课程目标	1、素质目标：诚信、敬业的工作作风和科学、严谨的工作态度；安全、质量、效益及环保意识；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，明确岗位职责； 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；
		主要教学内容	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顶岗实习任务，让学生了解企业各种规范与管理制，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，并通过顶岗实习，对学生在校内所学知识和技能之不足加以补充，最终使学生基本具备市场营销的相关岗位的工作能力。
		教学要求	通过顶岗实习项目，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、树立爱岗敬业学习习惯，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。
7	毕业设计 (420312)	课程目标	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：培养学生具有初步的科研能力和方案设计的能力；锻炼学生查找和搜索资料的能力；培养学生的自我解决问题的能力；培养学生的创新思维能力、数字应用能力和信息处理能力
		主要教学内容	1、选题。指导教师命题或学生申报题目。指导教师填写“毕业设计任务书”，下达学生，学生填写“学生选题申请表”，选择课题。 2、开题。指导教师给学生下达“任务书”。学生接受任务后，对课题进行剖析，明确其要求及预期成果，通过查阅资料和社会调研，提出完成任务的设想与途径，提出总体方案，拟定进度计划，提交“开题报告”。 3、进行分析、研究或设计过程。 4、用所学知识对结论予以分析及整理，撰写毕业设计。 6、毕业设计答辩。 7、完成毕业设计资料提交工作。
		教学要求	学生根据所学知识，结合实际岗位工作需求和活动项目经营推广需要，进行毕业设计。最终提交 1 份科学、可行和完善的毕业设计，并完成相关文档提交工作

七、教学进程总体安排

表 10 教学总周数分配表

学年	学期	周数	周数分配							备注	
			军训、入学教育	课堂教学	课程设计	技能实训	顶岗实习	毕业设计	复习考试		教学总结
第一学年	一	20	4	14					1	1	
	二	20		16		2			1	1	
第二学年	三	20		16		2			1	1	
	四	20		16		2			1	1	
第三学年	五	20				16	4				
	六	20					20	4			其中毕业设计 4 周与顶岗实习并行
合计		120	4	62		21	24	4	4	4	

表 11 集中实践教学表

序号	教 学 内 容	各学期安排周数						安排周次
		一	二	三	四	五	六	
1	市场调查分析实训		1					第 6 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	ITM 市场营销综合实训		1					第 5 周
5	双 11 项目实训			2				第 10-11 周
6	项目实战					20		第 1~20 周
7	顶岗实习						24	第六学期 1-20 周, 第五学 期 17-20 周
8	毕业设计						4	第 13-16 周, 毕业 设计 4 周与顶岗 实习并行
合 计		0	2	3	1	20	28	

表 12 公共基础课程教学计划进程表

课程属 性性质	序号	课程代码	课程名称	课程 类型	考 核 方 式	学 分	课程 总学时	总学时分配		周学时	开 课 学 期
								讲 授	实 践		
公共 必修 课	1	909101	军事技能	C		2	112	24	88		1
	2	909102	思想道德修养与法律基础	A		3	48		0		1
	3	909103	毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系概论	A		4	64		0		2
	4	909104	形势与政策	A		1	32		0		1-4
	5	909105	大学英语 (1)	A	K	3.5	56		0		1
	6	909106	大学英语 (2)	A	K	3.5	56		0		2
	7	909107	大学体育 (1)	C		2	32		32		1
	8	909108	大学体育 (2)	C		2	32		32		2
	9	909109	计算机信息素养	B		2	40		24		1
	10	909110	实用语文	A		1	32		0		3
	11	909111	职业规划与就业指导	A		2	32		0		2, 5
	12	909112	数学	A	K	4	56		0		2
	13	909113	创新创业教育	B		2	32		16		4
	14	909114	心理卫生与健康	A		2	32		0		2
	15	909115	中国传统文化	A		1	16		0		1
	16	909116	军事理论			2	36				2
	17	909117	生命安全与救援			1	16				1
	18	909118	突发事件及自救互救			1	16				3
	19	909119	党史、国史			1	16				3
	20	909120	劳动教育			1	16	4	12		1-4
	小计					40	772				

课程属性性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
公共选修课	21	909201	艺术、美学类选修课（非艺术类专业限选）	A		2	16		0		4
	22	909202	专项体育	A		3	48		0		4
	23	909301 909302	18 选 2	A		4	32		0		5
	小计					9	96		0		
合计						50	868		204		

表 13 专业课教学计划进程表

课程类型	序号	课程代码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
专业群平台课程	1	410102	管理学基础	B	K	2	32	16	16	2x16	2
	2	440102	职业核心能力训练	B		2	38	20	18	4x9.5	2
	3	420101	经济学原理	A	K	2	32	32	0	2x16	2
	4	400103	基础会计	A		2	32	16	16	2x16	3
	小计					8	134	84	50		
专业基础课程	5	420201	*市场营销实务	A	K	4	60	32	28	4x15	1
	6	420202	市场调查分析	B		3	60	36	24	4x15	2
	7	420203	市场调查分析实训	C		1	24	0	24	1W	2
	8	420204	ITMC 市场营销综合实训	C		1	24	0	24	1W	2
	9	420205	消费者行为分析	B	K	4	64	32	32	4x16	4
	10	420206	现代推销技术	B		4	64	32	32	4x16	4
	小计					17	296	132	164		
专业技能课程	11	440303	*商务数据分析与应用	B	K	4	56	28	28	4x14	4
	12	420302	*销售管理	B	K	4	64	32	32	4x16	4
	13	420303	*商务谈判与沟通	B		4	64	32	32	4x16	4
	14	420304	商务谈判实训	C		2	24	0	24	1W	3
	15	420305	双十一项目实训	C		3	48	0	48	2x24	3
	16	420306	*营销策划实务	B		4	64	32	32	4x16	4
	17	460208	*客户服务与管理	B	K	3	60	30	30	4x15	4
	18	420308	网络营销	B		4	64	32	32	4x16	4
	19	420309	广告创意与策划	B		4	64	32	32	4x16	4
	20	420310	客服岗位模拟实训	C		1	24	0	24	1W	4
	21	420311	顶岗实习	C		24	336	0	336	14x24	6
	22	420312	毕业设计	C		4	80	0	80	20x4	6
	小计					61	948	218	730		
	23	410401	湖湘商文化	A		1	16h	16	0		2
	24	420402	服务营销	B		3	60	26	34	6x10	3 (2

课程类型	序号	课程代码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
专业群选修课程/专业拓展课程		420403	公共关系实务	B		3	60	26	34	6x10	选 1)
	25	420404	品牌运营与管理	B	K	3	60	30	30	4x15	4
	26	410103	项目实战	C		12	270	0	270	15x18	5
	小计					19	406	72	334		
合计						105	1784	506	1278		

注：1.课程性质:A 类为理论课程、B 类为理实一体课程、C 类为纯实践课程，注：属于专业核心课的，请在课程名前用*标记。

2.1+X 证书专业 需在专业课及专业选修课中将 1+X 证书的相关课程嵌入

3.各学期周课时安排的表示：按学期总周数实施全程教学的课程，用“周课时”表示；实施阶段性教学的课程，按如下三种方法表示：

①理论课、理实一体课以“周课时×周数”表示，例如“4×7”表示该课程为每周 4 课时，授课 7 周；

②纯实践课程以“周数”表示，例如“2W”表示该课程连续安排 2 周；

③讲座型课程以“总课时”表示，例如“6H”表示该课程安排 6 课时的讲座。

4.考核方式表示：K 表示考试课程，原则上每学期考试课程不超过 3 门。

表 14 学期课时数统计表

学期	公共课			专业课			课时数合计
	考试门数	考查门数	课时数	考试门数	考查门数	课时数	
第一学期	1	9	364	1	0	60	424
第二学期	2	4	288	2	5	226	514
第三学期		4	76	3	5	412	488
第四学期		2	108	1	6	400	508
第五学期		132****0302	2	0	1	270	302
第六学期				0	2	416	416
总计	3	20	868	7	19	1784	2652

表 15 各类课程学时/学分比例表

序号	课程类型	课程门数	课 时				学 分		备注
			合计	理论课时	实践课时	实践课时比例 (%)	课程学分	占总学分比例 (%)	
1	公共基础课程	23	868	664	204	0.24	50	32.2	
2	专业群平台课	4	134	84	50	0.373	8	5	
3	专业基础课	6	296	132	164	0.554	17	11	
3	专业技能课	12	948	218	730	0.77	61	39.3	
4	专业群选修课程	4	406	72	334	0.822	19	12.25	
	总计	49	2652	1170	1482	0.558	155		

表 16 各类课程学时/学分比例表

序号	课程类型	课程门数	课 时				学 分		备注
			合计	理论课时	实践课时	实践课时比例 (%)	课程学分	占总学分比例 (%)	
1	必修课	42	2150	1002	1148	53.39%	127	81.9	
3	选修课	7	502	168	334	66.5%	28	18.1	
4	总计	49	2652	1170	1482	55.8%	155		

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

师生比 24:1, 满足本专业教学工作的需要。采用人才引进、鼓励自我发展、进修等方式培养, 建立一支有 1~2 名专业带头人, 高学历或企业工作经验丰富的骨干教师队伍, 教师年龄、学历、职称、知识结构合理, 德优业精的师资队伍, 高素质的双师教师占比 80% 以上。

2. 专业教师

目前市场营销专业共有专任教师 6 人, 企业兼职教师 6 人。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; 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课时数、班级安排, 监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等), 特别是, 探索“资讯—计划—决策—实施—检查—评价”六个工作法的教学实效性。

(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

本专业兼职教师来自企业管理阶层, 具备良好的思想政治素质、职业道德、和工匠精神, 具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验, 具有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

1. 专业教室基本条件

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。

3. 校内实训室基本要求

表 18 校内专业实训室配置

序号	实训室类别	实训室名称	服务课程
1	专业基础能力实训	职业核心能力实训室	职业核心能力训练
2		企业经营沙盘实训室	ITMC 市场营销沙盘
3		视觉营销实训室	微信营销、移动商务推广、移动商务文案写作、视觉营销
4		网店运营与推广实训室	网络营销、消费者行为分析
5		营销策划实训室	营销策划实务、商务谈判与沟通、服务营销、品牌管理与运营
6		客户服务与管理实训室	客户服务与管理、公共关系实务、商务谈判与沟通、品牌管理与运营
7		商务数据分析实训室	商务数据分析、市场调查与预测
8	专业综合能力实训	产教融合项目工作室 1	所有课程
9		产教融合项目工作室 2	所有课程
10		产教融合项目工作室 3	所有课程
11		VBSE 跨专业综合实训室	VBSE 跨专业综合实训

表 19 专业实训室建设规划

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. 校外实训基地基本要求

配备多个校外实习基地，组织学生到实习基地见习或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生对企业实际业务流程进行了解或动手。毕业实习以学生在实习单位顶岗操作为主，直接担当所在单位的某一角色进行业务处理，直接检验其操作技能与动手能力。

表 20 校外实习基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度要求
1	百世物流产教融合实训基地	百世物流	物流运营、操作、跟岗实习、顶岗实习	深度
2	屈臣氏产教融合实训基地	屈臣氏集团湖南分公司	营销、门店运营跟岗实习、顶岗实习	深度
3	星火丰城产教融合实训基地	星火丰城	网店运营、客户管理、网店美工、跟岗实习、顶岗实习	深度
4	搜农坊产教融合实训基地	搜农坊	网店运营、客户管理、网店美工、销售岗位、跟岗实习、顶岗实习	深度
5	嘉德产教融合实训基地	湖南嘉德教育科技有限公司	网上销售、网络客服、运营推广、跟岗实习、顶岗实习	深度
6	步步高产教融合实训基地	湖南步步高商业连锁股份有限公司	商务项目管理、跟岗实习、顶岗实习	深度

注：“用途”指专业认识实习、生产性实训、顶岗实习等。

4. 学生实习基地基本要求

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系行业企业，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顶岗实习的需要,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。

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;满足学生半年以上顶岗实习的需要,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。

顶岗实习环节是教学课程体系的重要组成部分,一般安排在第 6 学期,是学生步入职业的开始,制定适合本地实际与顶岗实习有关的各项管理制度。在专、兼职教师的共同指导下,以实际工作项目为主要实习任务。学生通过在企业真实环境中的实践,积累工作经验,具备职业素质综合能力,达到“准职业人”的标准,从而完成从学校到企业的过渡。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

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

1. 教材选用基本要求

(1) 按照国家规定选用优质教材。

专业教材原则上必须选用国家“十三五”高职高专规划教材或者高教出版社出版的教材,以保证专业教材的质量;

(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机构,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. 数字教学资源配备基本要求

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 21 专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	电子商务专业标准库	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=ij3qamer45fjinnolapga
2	商务数据分析与应用	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=jczxamgr1zdoi3pvh5uq7a
3	市场营销实务	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=ds1habrb71grzmvhohw
4	客户服务与管理	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=aioxaburtbbgbd0pgp6vzw
5	新媒体运营与推广	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=e0sjaburnbbke98w01hroa
6	消费者行为分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=p5efabursj1gko62kiasa
7	品牌运营与管理	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/mainCourse/courseHome.html?courseOpenId=4o2apsrpqxfpcluyaan6q
8	市场调查与分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=hch8alurfynnqwiyyz8eaw

（四）教学方法

基于岗位工作内容，以项目引领进行系统化课程教学改革。对接直接面对企业商品经营的选品、物流、运营、策划、客服、数据分析、财务核算与决策等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；将产品开发、物流配送、运营推广、营销策划、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。

- （1）实行“项目引领、双轮驱动”教学模式改革；
- （2）关心学生个人成长的目标，对学生进行个性化的人才培养方案设计；
- （3）建立健全“项目+产品”的现代学徒制人才培养模式。

（五）学习评价

根据企业的运行管理机制，创新“双线”考核机制；在课程中引入企业绩效考核与项目管理办法，相关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、顶岗实习四段式课程评价。改变了重理论轻实践、重技能轻素质的评价模式，突破了传统单一考核评价机制的局限，实现了对学生职业素养和职业技能双向考核，创新了双向考核评机制

（六）质量管理

我院的教学质量和监控实行校院两级管理。学校先后制定了教学基本建设、教学运行管理、教学质量管理与评价、考核与奖励、教学经费使用与管理等方面的一系列规章制度，各级教学管理部门职责清晰，规范明确，制度完善。

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。

①建立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。

②完善教学管理机制。加强日常教学组织与管理，建立健全巡课听课制度，严明教学纪律与课堂纪律。



③建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

④充分利用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。

⑤建立对《专业人才培养方案》、《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：各专业(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

(一) 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，经申报审批允许可进行学分认定、互换。

(二) 毕业标准

- 1.学生必须修完教学计划规定的公共基础必修课程 41 学分，公共基础选修课程 9 学分，专业必修(方向、模块)课程 86 学分，专业选修课 19 学分，总计修完最低学分 155 学分。
- 2.获得全国高等学校英语应用能力考试 A 级证书(三级证书)。
- 3.获得普通话水平测试二级乙等证书以上。

十、附录

附件 1：核心专业课程标准(单独存)

人才培养方案审核表

审核	意见	签名	日期
二级学院负责人审核	审核通过	高迪之	2020.8.6
教学指导委员会审核	审核通过	陈南华	2020.9.1
学术委员会审核	审核通过	肖调生	2020.9.10
党委会审定	2020年第49次党委会通过	陈敏	2020.11.2

校长签发: 戚志

年 11 月 2 日