



永州职业技术学院
YONGZHOU VOCATIONAL TECHNICAL COLLEGE

市场营销专业人才培养方案

(2023 级)

学校名称: 永州职业技术学院

学校代码: 12301

专业名称: 市场营销

专业代码: 530605

2023 年 7 月



目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向和职业发展	1
(一) 职业面向	1
(二) 职业发展路径	1
(三) 职业岗位及职业能力分析	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、课程设置	4
(一) 公共基础课程	4
(二) 专业课程	5
七、学时安排	8
(一) 教学活动周进程安排表	8
(二) 实践教学安排表	8
(三) 课程模块结构表	9
(四) 考证安排	9
八、教学进程总体安排	11
九、实施保障	17
(一) 师资队伍	17
(二) 教学设施	18
(三) 教学资源	20
(四) 教学方法	21
(五) 学习评价	22
(六) 质量管理	22
十、毕业要求	23
十一、附录	23
附录 1 公共任选课一览表	24
附录 2 课程描述	25
附录 3 人才培养方案制(修)订审批表	86
附录 4 教学进程(安排)变更审批表	87
附录 5 人才培养方案论证书	88



市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

三年

四、职业面向和职业发展

(一) 职业面向

通过对行业企业调研，毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，确定本专业的职业面向如下表：

表 1 职业面向一览表

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	主要岗位类或 技术领域举例	职业资格证书或 技能等级证书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业 (F-51) 零售业 (F-52)	营销员 (4-01-02-01) 品牌专业人员 (2-06-07-04) 客户服务管理员 (4-07-02-03) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	营销员、销售代 表、销售业务主 管、客户服务主 管、区域经理	经济专业技术资格 证书 数字营销技术应用 “1+X”技能证书 (初级/中级) 互联网营销师资格 证书(初级)

(二) 职业发展路径



图 1 职业发展路径图



初始就业岗位包括:营销员、销售专员、品牌市场专员、客户服务管理员等。

3-5年目标岗位包括:门店店长、销售主管、品牌市场主管、客户服务主管等。

升迁发展岗位包括:销售经理、市场业务经理、客户经理、区域经理等。

(三) 职业岗位及职业能力分析

表2 职业岗位及职业能力分析一览表

职业岗位	典型工作任务	岗位能力需求	主要支撑课程
营销员 销售代表	市场信息收集, 产品推销, 直播营销, 品牌推广	1. 收集相关产品信息及客户信息; 2. 熟悉相关产品的基本性能及特征; 3. 进行进行线上线下宣传与销售产品, 产品销售统计与分析; 4. 品牌的规划、维护、推广。	《消费者心理与行为分析》 《市场调查与预测》 《品牌策划与推广》 《市场营销基础》 《推销实务》 《商务谈判》
门店店长 销售业务主管 客户服务主管	门店管理, 市场销售与分析, 活动策划, 客户管理。	1. 市场调研与分析与客户画像; 2. 派发工作任务, 门店工作协调及经营管理, 线上线下客户服务和消费指导; 3. 线上线下门店活动策划, 直播带货, 门店销售情况分析; 4. 客户信息管理; 客户投诉及意见处理; 产品质量状况及销售信息反馈。	《消费者心理与行为分析》 《智能客户服务实务》 《连锁经营与管理》 《市场营销基础》 《网店运营推广》 《电子商务》 《直播营销》
区域经理	销售管理, 营销策划, 市场开发, 品牌运营。	1. 市场调研与分析, 销售统计分析; 2. 数字营销活动策划, 直播带货; 3. 渠道开发与管理, 品牌推广与运营; 4. 业务洽谈, 签订相关协议。	《消费者心理与行为分析》 《智能客户服务实务》 《连锁经营与管理》 《市场调查与预测》 《品牌策划与推广》 《市场营销基础》 《商务谈判》

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

坚持立德树人, 培养理想信念坚定, 德、智、体、美、劳全面发展, 具有一定的科学文化水平, 良好的人文素养、职业道德和创新意识, 精益求精的工匠精神, 较强的学习能力、就业能力和可持续发展的能力, 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、商务数据分析等基本技能, 面向批发和零售业职业群, 能够运用最新技术手段从事商品或服务策划和销售管理等职业, 毕业3-5年后, 能胜任门店店长、市场策划主管、销售业务主管、客户服务主管和区域经理等工作的高素质技术技能人才。



（二）培养规格

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国社会主义制度，在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）自觉遵守社会公德和法律法规，崇尚宪法、崇德向善、诚实守信、尊重生命，具有社会责任感和社会参与意识；

（3）具有维护市场经济安全和营销服务质量意识、有维护消费者权益意识；

（4）具有以社会发展为己任，利用新媒体营销新技术以满足消费者的需求为出发点，为企业实现战略目标积极努力的工匠精神；

（5）具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（6）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，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

（7）具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养；

（8）树立正确的劳动观，养成良好劳动习惯和热爱劳动、尊重劳动的思想情感；

（9）树立国家安全的底线思维，具有自觉维护国家安全的责任和担当意识。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论知识、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）掌握必备的军事理论知识、心理健康知识、创新创业知识、职业发展与就业指导知识、市场营销专业素养知识；

（3）掌握市场营销职业技能等级标准以及与本专业相关的法律法规、环境保护和消防安全等知识；

（4）掌握商品分类与管理的基本知识、理论与方法；

（5）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（6）掌握市场调查的方式、方法、流程，抽样调查和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

（7）掌握营销活动策划和组织的基本内容和方法；



- (8) 掌握消费者行为和心理分析的基本内容和分析方法；
- (9) 掌握新媒体营销相关的知识和技术要点；
- (10) 具有职业认知、道德修养、待人接物、社会实践、就业等方面的知识。

3. 能力

- (1) 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；
- (2) 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；
- (3) 具有数字营销策划、数字广告营销、数字营销技术应用的能力；
- (4) 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；
- (5) 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；
- (6) 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；
- (7) 具有广告策划、推销、促销的能力；
- (8) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力；
- (9) 能够组织实施商品的线上线下推广、客户画像分析、开展新媒体营销、与客户建立关系和销售进行日常管理能力。

六、课程设置

本专业课程开设践行专业课程、职业岗位、资格证书相融合的课程设置理念，积极推进“1+X”证书制度建设，实现“岗课赛证”融通。同时，将德育、美育、劳动教育、军事理论、军事技能、国家安全教育、创新创业、专业技能综合实训、毕业设计、岗位实习贯通到课程设置和实践教学过程之中。课程设置包括公共基础课程和专业课程两大类。

（一）公共基础课程

公共基础课程包括公共基础必修课程和公共基础选修课程，其中公共基础选修课程限选课程和任选课程。具体开设情况见表3，公共基础课程描述见附录2。

表3 公共基础课程一览表

课程类别		课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时 理论课时	实践比例
课程	公共基础 必修课	思想道德与法治	1	3	48	3	考试	8/40	16.6%
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	3	32	2	考查	4/28	12.5%



课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时 理论课时	实践比例
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1、2	2	48	3	第二学期考试	8/40	16.6%
	形势与政策	1-6	2	16	1	考查	0/16	0%
	大学英语(1)	1	4	64	4	考试	16/48	25%
	大学英语(2)	2	4	64	4	考试	16/48	25%
	大学体育(1)	1	1	18	1	考查	16/2	89%
	大学体育(2)	2	2	36	2	考查	32/4	89%
	大学体育(3)	3	2	36	2	考查	32/4	89%
	大学体育(4)	4	1	18	1	考查	16/2	89%
	创业基础	4	2	32	2	考查	12/20	38%
	大学生职业发展与就业指导 (生涯规划部分) (就业指导部分)	1	1	32	2	考查	6/10	38%
		5	1			考查	6/10	38%
	军事技能	1	2W	112	2	考查	112/0	100%
	军事理论	2	2	36	2	考查	0/36	0%
	大学生心理健康教育	2	2	32	2	考查	6/26	19%
	大学生劳动教育	1	2	32	1	考查	16/16	50%
	大学美育	2	2	32	2	考查	8/24	25%
	大学生入学教育	1	2W	16	1	考查	4/12	25%
	国家安全教育	1	1	16	1	考查	4/12	25%
	高职学生岗位实习指导	5	2	16	1	考查	0/16	0%
	限选课	信息技术	1	3	48	3	考查	16/32
党史国史		2	3	16	1	考查	4/12	25%
大学语文		2	1	16	1	考查	4/12	25%
中国茶文化		2	2	32	2	考查	8/24	25%
高等数学		2	1	16	1	考查	4/12	25%
马克思主义基本原理概论		3	2	16	1	考查	0/16	0%
应用写作		3	2	32	2	考查	16/16	50%
中华优秀传统文化		4	2	32	2	考查	6/26	19%
任选课	见附录 1							

(二) 专业课程

专业课程包括专业必修课程和专业选修课程，其中专业必修课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，综合实训课程。具体开设情况见表 4，专业



课程描述见附录 2。

表 4 专业课程一览表

课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/ 理论课时	实践比例	
专业必修课程	专业基础课程	管理学基础	1	4	48	3	考试	12/36	25%
		市场营销基础	1	6	66	4	考试	22/44	33%
		统计学基础	1	4	48	3	考试	12/36	25%
		商业经济基础	2	3	48	3	考查	24/24	50%
		经济学基础	3	3	48	3	考试	18/30	38%
		大数据与财务管理	3	3	48	3	考查	18/30	38%
		商品学基础	3	4	56	3	考查	16/40	29%
		中华商业文化	4	2	32	2	考查	16/16	50%
	专业核心课程	数字营销	2	3	48	3	考试	24/24	50%
		消费者心理与行为分析	2	3	48	3	考试	18/30	38%
		商务礼仪与沟通	3	3	48	3	考试	24/24	50%
		商务数据分析与应用	3	3	48	3	考试	18/30	38%
		智能客户服务实务	3	3	48	3	考试	18/30	38%
		服务营销	3	3	48	3	考查	18/30	38%
		品牌策划与推广	4	3	48	3	考试	18/30	38%
		销售与管理	4	3	48	3	考查	18/30	38%
	专业拓展课程	市场调研与预测	4	4	64	4	考试	32/32	50%
		商务谈判	4	2	32	2	考查	16/16	50%
		广告理论与实务	4	4	64	4	考试	24/40	38%
		推销实务	4	4	64	4	考试	24/40	38%
	综合实训课程	第二课堂社会实践活动				2			
		ITMC 沙盘实训	1	30	60	2	考查	60/0	100%
		市场营销专业专项职业技能训练	4	30	30	1	考查	30/0	100%
		市场营销专业综合模拟实训	5	30	60	2	考查	60/0	100%
		市场营销专业综合技能实训	5	30	60	2	考查	60/0	100%
		毕业设计	5	2w	60	2	考查	60/0	100%
岗位实习		5 6	24w	576	24	考查	576/0	100%	



课程类别	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/ 理论课时	实践比例
专业选修课程	公共关系	3	3	48	3	考查	16/32	33%
	经济法基础	3	3	48	3	考查	16/32	33%
	连锁经营与管理	4	3	48	3	考查	16/32	33%
	电子商务	4	3	48	3	考查	16/32	33%
	微商概论	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	分销渠道管理	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	网店运营推广	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	网络营销	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	直播营销	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	短视频运营推广	5	6	36	2	考查	16/20	44%
	图像处理与平面设计	5	6	36	2	考查	16/20	44%



七、学时安排

(一) 教学活动周进程安排表

表 5 教学活动周进程安排表

单位：周

分类 学期	理实一体 教学	实践实训	入学教育 与军训	岗位实习	考试	机动	合计
第一学期	14	2	2		1	1	20
第二学期	18				1	1	20
第三学期	18				1	1	20
第四学期	17	1			1	1	20
第五学期	7	6		5	1	1	20
第六学期				19		1	20
总计	74	9	2	24	5	6	120

(二) 实践教学安排表

表 6 实践教学安排表

单位：周

序号	名称	总周数	第一学年		第二学年		第三学年		备注
			1	2	3	4	5	6	
1	第二课堂社会实践活动		包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，不占用总课时，记 2 学分，由学校团委负责认证。						
2	军事技能	2	2						
3	ITMC 沙盘实训	2	2						
4	市场营销专业专项职业技能训练	1				1			
5	市场营销专业综合模拟实训	2					2		
6	市场营销专业综合技能实训	2					2		
7	毕业设计	2					2		
8	岗位实习	24					5	19	
总计		35	4	0	0	1	11	19	



(三) 课程模块结构表

表 7 课程模块结构表

课程类别		课程门数	学分结构		学时结构				
			学分	占总学分比例	学时数			占总学时比例	
					合计	理论	实践	理论	实践
必修课程	公共基础课程	16	40	24.8%	736	410	326	13.7%	10.9%
	专业课程	27	97	60.2%	1856	616	1240	20.6%	41.5%
	小计	43	137	85.1%	2592	1026	1566	34.3%	52.4%
选修课程	公共基础课程	10	12	7.5%	192	146	46	4.9%	1.5%
	专业课程	5	12	7.5%	204	124	80	4.1%	2.7%
	小计	15	24	14.9%	396	274	122	9.2%	4.1%
合计		58	161	100%	2988	1300	1688	43.5%	56.5%

备注：①总学时数 2988，其中实践学时数 1688，占总学时比例为 56.5%。②公共基础课程学时数 928，占总学时比例为 31%。③选修课程学时数 396，占总学时比例为 13.2%。

(四) 考证安排

1. 根据专业就业岗位分析，确定该专业必须取得和可以取得的职业资格证书的种类和级别；
2. 对相应职业资格证书要求的知识、技能、态度进行分析，融入课程体系及课程中作为课程的目标、任务；
3. 采用单独考核模式或课程考核与职业资格证书考核统一。

表 8 职业资格证书考证一览表

序号	职业资格证书	拟考学期	对应课程	开设学期
1	全国计算机等级考级（一级）	2	《信息技术》	1
2	全国高等学校英语应用能力考试	2	《大学英语》	1-2
3	普通话水平测试等级证	3	《普通话》	3



序号	职业资格证书	拟考学期	对应课程	开设学期
4	经济专业技术资格证书	4	商业经济基础	2
			经济学基础	3
5	数字营销技术应用“1+X”技能证书	5	《市场营销基础》	1
			《消费者心理与行为分析》	2
			《数字营销》	2
			《直播营销》	5
			《网络营销》	5
6	互联网营销师资格证书	5	《市场营销基础》	1
			《信息技术》	2
			《数字营销》	2
			《电子商务》	4
			《直播营销》	5
			《网店运营推广》	5

八、教学进程总体安排

表9 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课程	1	思想道德与法治	G1000001	3	48	40	8	必修	考试	B	3						
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	G1000002	2	32	28	4	必修	考查	B		3					
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	G1000003	3	48	40	8	必修	考试	B	2	2					第二学期考试
	4	形势与政策	G1000004	1	16	16	0	必修	考查	A	2*2	2*2	2*1	2*1	2*1	2*1	与《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》同课表授课,第二学期考试.
	5	大学英语(1)	G2000016	4	64	48	16	必修	考试	B	4						
		大学英语(2)	G2000017	4	64	48	16	必修	考试	B		4					
	6	大学体育(1)	G2000018	1	18	2	16	必修	考查	B	1						单双周排课
		大学体育(2)		2	36	4	32	必修	考查	B		2					
		大学体育(3)		2	36	4	32	必修	考查	B			2				
		大学体育(4)		1	18	2	16	必修	考查	B				1		单双周排课	
	7	创业基础	G3000002	2	32	20	12	必修	考查	B				2			

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	8	大学生职业发展与就业指导（生涯规划部分）	G3000001	1	16	10	6	必修	考查	B	1						生涯规划部分第1学期开设，16课时；就业指导部分第5学期开设，16课时。	
		大学生职业发展与就业指导（就业指导部分）		1	16	10	6	必修	考查	B					1			
公共基础必修课程	9	军事技能	G3000003	2	112	0	112	必修	考查	C	2W						第1.2周	
	10	军事理论	G3000004	2	36	36	0	必修	考查	A		2						
	11	大学生心理健康教育	G3000005	2	32	26	6	必修	考查	B		2						
	12	大学生劳动教育	G3000008	2	32	16	16	必修	考查	B	1						16学时线上学习，16学时线下学习（理论、实践各8学时）。	
	13	大学美育	G3000009	2	32	24	8	必修	考查	B		2						
	14	大学生入学教育	G3000010	1	16	12	4	必修	考查	B	2w							讲座
	15	国家安全教育	G3000011	1	16	12	4	必修	考查	B	1							讲座
	16	高职学生岗位实习指导	G2000050	1	16	16	0	必修	考查	A						2		
	公共基础必修课程小计				40	736	414	322				13	17	2	3	3		
	公共限	1	信息技术	G2000031	3	48	32	16	选修	考查	B	3						
2		党史国史	G1000005	1	16	12	4	选修	考查	B		3					与《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》同课表授课。	

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注		
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六			
											20周	20周	20周	20周	20周	20周			
公共基础课程	3	大学语文	G2000006	1	16	12	4	选修	考查	B		1					单双周排课		
	4	中国茶文化	GX000020	2	32	24	8	选修	考查	B		2							
	5	高等数学	G2000036	1	16	12	4	选修	考查	B		1					单双周排课		
	6	马克思主义基本原理概论	G1000006	1	16	16	0	选修	考查	A			1				单双周排课		
	7	应用写作	G2000008	2	32	16	16	选修	考查	B			2						
	8	中华优秀传统文化	G3000021	2	32	26	6	选修	考查	B				2					
	公共限选课程小计				10	160	114	46				3	2	3	2				
	第1-5学期，学生自主选修2门公共任选课											见附录1							
	公共任选课程小计				2	32	32	0											
	公共基础课程合计				52	928	560	368				16	19	5	5	3			
专业课程	专业必修课程	专业基础课程	1	管理学基础	Z2736001	3	48	36	12	必修	考试	B	4						
			2	市场营销基础	Z2736008	4	66	44	22	必修	考试	B	6						
			3	统计学基础	Z2736003	3	48	36	12	必修	考试	B	4						
			4	商业经济基础	Z2736017	3	56	28	28	必修	考查	B		4					
			5	经济学基础	Z2736002	3	48	30	18	必修	考试	B			3				
			6	大数据与财务管理	Z2736005	3	48	30	18	必修	考查	B			3				

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	7	商品学基础	Z2736004	3	56	40	16	必修	考查	B			4					
	8	中华商业文化	Z2736007	2	32	16	16	必修	考查	B				2				
	专业基础课程小计			24	402	260	142					14	4	10	2			
专业课程	专业必修课程	专业核心课程	1	数字营销	Z2736018	3	48	24	24	必修	考试	B		3				
			2	消费者心理与行为分析	Z2736009	3	48	30	18	必修	考试	B		3				
			3	商务礼仪与沟通	Z2736019	3	48	24	24	必修	考试	B			3			
			4	商务数据分析与应用	Z2736016	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			5	智能客户服务实务	Z2736015	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			6	服务营销	Z2736006	3	48	30	18	必修	考试	B			3			
			7	品牌策划与推广	Z2736020	3	48	30	18	必修	考试	B				3		
			8	销售与管理	Z2736014	3	48	30	18	必修	考试	B				3		
	专业核心课程小计			24	384	228	156						6	12	6			
	专业必修课程	专业拓展课程	1	市场调研与预测	Z2736010	4	64	32	32	必修	考试	B				4		
			2	商务谈判	Z2736011	2	32	16	16	必修	考查	B				2		
3			广告理论与实务	Z2736012	4	64	40	24	必修	考查	B				4			
4			推销实务	Z2736013	4	64	40	24	必修	考试	B				4			
专业拓展课程小计			14	224	128	96							14					

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
专业课程	综合实训课程	1	第二课堂社会实践活动		2	包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等，不占用总课时，记2学分，由学校团委负责认证。												
		2	ITMC 沙盘实训	ZS273601	2	60	0	60	必修	考查	C	2w						
		3	市场营销专业专项职业技能训练	ZS273602	1	30	0	30	必修	考查	C				1w			
		4	市场营销专业综合模拟实训	ZS273603	2	60	0	60	必修	考查	C						2w	
		5	市场营销专业综合技能实训	ZS273604	2	60	0	60	必修	考查	C						2w	
		6	毕业设计	ZS273605	2	60	0	60	必修	考查	C						2W	
		7	岗位实习	G3000100	24	576	0	576	必修	考查	C						5W	19W
	综合实训课程小计				35	846	0	846										
	专业必修课程小计				97	1856	616	1240				14	10	22	21			
	专业选修课程	专业选修课程	1	公共关系	ZX273601	3	48	32	16	选修	考查	B			3			
2			经济法基础	ZX273602	3	48	32	16	选修	考查	B			3				
3			连锁经营与管理	ZX273609	3	48	32	16	选修	考查	B				3			
4			电子商务	ZX273603	3	48	32	16	选修	考查	B				3			
5			微商概论	ZX273606	2	36	20	16	选修	考查	B					6		
6			分销渠道管理	ZX273605	2	36	20	16	选修	考查	B					6		

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	计划学时数			课程性质	考核方式	课程类型	各学期周学时分配						备注	
					总学时	理论学时	实践学时				一	二	三	四	五	六		
											20周	20周	20周	20周	20周	20周		
	7	网店运营推广	ZX273607	2	36	20	16	选修	考查	B					6			
专业课程	专业选修课程	8	网络营销	ZX273608	2	36	20	16	选修	考查	B					6		
		9	直播营销	ZX273604	2	36	20	16	选修	考查	B					6		
		10	短视频策划与制作	ZX273610	2	36	20	16	选修	考查	B					6		
		11	图像处理与平面设计	ZX273611	2	36	20	16	选修	考查	B					6		
		专业选修课程小计				12	204	124	80						3	3	18	
专业课程合计				109	2060	740	1320					14	10	25	25	18		
总计				161	2988	1300	1688					30	29	30	30	21		

注：

1. 每学期教学活动周为 20 周，其中机动 1 周，期末考试总结 1 周，新生 1-3 周为入学、军训及入学教育（安全教育）周。
2. 课程类型：A 代表纯理论课、B 代表（理论+实践）、C 代表纯实践课。
3. 大学入学教育内容包含安全教育、禁毒教育和艾滋病教育等。

九、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业师资队伍应涵盖专业课教师、实习指导教师和企业兼职教师，结构优良，师资力量雄厚。学生数与专任教师数比例达到 15:1，“双师型”教师占比 61%以上，具有高级专业技术职称（职务）或相关高级以上职业资格考试的教师占 54%以上，形成合理的梯队结构。已形成合理的梯队结构。

表 10 师资队伍结构一览表

师资队伍结构		比例
专兼比	专任教师	69%
	兼职教师	31%
学历结构	硕士研究生及以上	54%
	本科	46%
职称结构	副教授及以上	54%
	讲师及助教	46%
年龄结构	35 岁以下	38%
	35 岁-44 岁	30%
	45 岁以上	30%
双师型教师		61%
学生数与专任教师数		15: 1

2. 专业带头人

配备专业带头人 2 人，其中企业专业带头人 1 人。具有副高及以上职称（企业专业带头人具有中级及以上专业职称），能够较好地把握市场营销行业、专业发展，了解行业企业对市场营销专业人才的需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3. 专任教师

具有市场营销类相关专业本科及以上学历，有高校教师资格，有扎实的市场营销专业素养和实践能力，遵循高职教育规律组织实施教学，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。

4. 兼职教师

主要从相关企业聘任，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。具有中级及以上专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导、毕业设计、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，有互联网接入或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. 校内实训室基本条件及建议

现有市场营销综合技能实训室(商务谈判室) 1间、商务谈判室准备室2间、市场营销多媒体实训室1间、电子商务实训室1间、市场营销模拟实训室1间。配备ERP沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件等相关设备设施，目前基本能满足市场营销类专业课程的教学需求。校内实训基地建设见表11。

建议还需建设新媒体营销综合实训室1间、直播间2间，增加微格教室2间。

表11 校内实训、实验室配置一览表

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
1	市场营销专业综合技能实训室	工位数：40个；面积：50 m ² 。 设备配置： 1. 商务谈判桌一张。椅子15把 2. 商品陈列架六个，陈列专业技能抽考题库中所列商品。 3. 配备投影仪一套(含音响、电脑) 4. 计时器一台	1. 模拟产品推销 2. 模拟品牌策划与推广 3. 模拟谈判	《品牌策划与推广》 《销售与管理》 《推销实务》 《商务谈判》 《商品学》
2	商务综合实训室	工位数：40个；面积：30 m ² 。 设备配置： 1. 电脑4台 2. 桌子8张，椅子32张 3. 打印机2台 4. 挂钟2台。	1. 模拟商务谈判前准备 2. 模拟客户服务	《消费者心理与行为分析》 《智能客户服务实务》 《商务礼仪与沟通》 《商务谈判》
3	市场营销多媒体实训室	工位数：40个；面积：30 m ² 。 设备配置： 1. 电脑40台 2. 布线、机柜1套 3. 网络交换机3台 4. 电子教室系统1套 5. 市场营销专业技能抽考题库1套 6. 打印机1台	1. 公关策划实训 2. 广告策划实训 3. 营销策划实训 4. 市场调研实训	《广告理论与实务》 《市场营销基础》 《市场调查与预测》 《销售与管理》 《公共关系》

序号	实验实训室名称	工位数、面积、设备配置	主要功能	对应课程
4	新媒体营销实训室	工位数：40个；面积：30 m ² 。 设备配置： 1. 电脑 40 台 2. 布线、机柜 1 套 3. 网络交换机 3 台 4. 电子教室系统 1 套 5. 电子商务教学实验系统 1 套 6. 数字广告营销实训系统软件 1 套	1. 网页制作与营销网站建设 2. 网络营销工具应用 3. 网店运营及直播营销	《商务数据分析与应用》 《网店运营推广》 《市场营销学》 《电子商务》 《数字营销》 《网络营销》 《直播营销》
5	市场营销模拟实训室	工位数：40个；面积：30 m ² 。 设备配置： 装有 ERP 沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件的电脑 40 台。	在模拟环境下进行直销、批发、零售等市场营销活动。	《市场营销综合实训》

3. 校外实训、实习基地

(1) 具有稳定的校外实训基地，能够提供市场营销专业开展实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

(2) 具有稳定的校外实习基地且分布合理，能提供市场营销专业实习岗位，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 12 校外实训、实习基地一览表

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
1	永州高博士孕婴童连锁	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、客户服务实训、网络营销、直播推销、岗位实习、毕业实习	20
2	东风日产永州高翔店	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场调查与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
3	湖南中榜集团	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、网络营销、营销策划、电子商务、岗位实习、毕业实习	20

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
4	湖南永州申湘汽车有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场调查与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
5	永州零陵春天广场	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、营销策划、岗位实习、毕业实习	30
6	湖南禹小白创业服务有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销实训、网络营销、营销策划、岗位实习、毕业实习	25
7	永州中环地产公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，推销实训、营销策划、岗位实习、毕业实习	25
8	永州每天酒业直营店	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，直播推销、营销策划、岗位实习、毕业实习	10
9	永州市香年壹佰贸易有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担直播推销、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15
10	永州玖玖华安租车服务有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生学习、劳动保护、卫生等条件	承担商务谈判，推销实训、营销策划、客户服务实训、岗位实习、毕业实习	15

（三）教学资源

1. 教材的选用与开发

按照国家规定选用国家“十三五”/“十四五”规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，每年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材。鼓励使用与市场营销专业教学资源库配套的新形态一体化教材。保证教材内容更有利于培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。

2. 图书文献配备

(1) 图书文献配备与专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销、信息技术类文献等。

(2) 图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

按照市场营销专业人才培养要求，图书馆图书文献应该能满足人才培养、专业建设及教学科研需求，方便师生查询、借阅。

3. 数字教学资源配置

(1) 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。

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样，使用便捷。

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新以满足教学。

表 13 市场营销专业数字化资源选用建议表

序号	数字化资源平台	资源网址	数字化资源
1	智慧职教	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homepage/homepage.html	教学视频、微课、动画，200个；课件100个；文本资源、案例100个试题200个。
2	微知库	http://smzyk.36ve.com/home/project-homepage?projectId=889	
3	超星	http://passport2.chaoxing.com/login	

(四) 教学方法

(1) 适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色、教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的变革。

(2) 改变传统的教学模式，可采用线上线下混合式教学、理实一体化教学等，坚持学中做、做中学。改革教学方法、手段，通过智慧教育、教育信息化 2.0 行动计划，将现代信息技术运用到教学过程中，提升师生信息化素养。

(3) 注意传统的教学方法、手段与现代信息技术的结合，要明白使用目的，要根

据教学目的、内容、物质条件、学生实际等，合理选择，恰当运用，掌握其精髓，切忌生搬硬套。在教学中，教师不应仅传授知识和技能，更重要的是教会学生主动学习和掌握知识、能力和方法。因此，应注重所选用的教法是否充分调动学生的积极性和主动性，达到最佳教学效果，完成教学目的。教学方法可采用多种，如讲授法、讨论法、演示法、自学辅导法、情景模拟法，角色扮演法等。既可以采用单一的方法，也可以是几种方法的综合运用。

(4) 以学生为中心，普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序。培养学生终身学习习惯，充分利用智慧职教平台及其优质资源，学生自主学习资源库中学历课程、培训课程、MOOC，学习在线精品开放课程。

(五) 学习评价

1. 评价原则。采取多元评价方式，过程性评价与终结性评价相结合，考核内容与职业岗位要求相结合，知识能力与职业素质评价相结合。改革评价模式，把线上、线下评价结合起来，加强过程评价，使线上、线下评价促进混合式教学开展，促进学生学习。

2. 评价方式。包括过程性考核和终结性考核的考核评价方式，根据教学和学生实际制定考核办法，不同的学习内容，考核方式、计分方法可不同。

(1) 过程性考核：成绩占 30%~40%，考核内容包括课堂纪律、上课态度及作业完成情况、资源库自主学习等，不合格则不能参加下一考核。

(2) 终结性考核：成绩占 60%~70%，根据课程标准进行考核，采用口试、笔试（开、闭卷）等形式进行。

(六) 质量管理

建立健全覆盖校院（系）两级，全员、全过程、全方位育人的质量保障体系。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. 学校和二级学院应建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才

培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校、二级学院及专业应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 落实国家教育部“高等职业学校市场营销类专业岗位实习标准”。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

5. 市场营销专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

6. 岗位实习管理：实行校外单位与学校双重管理，以校外单位管理为主，必须遵守校外单位、学校的制度。校外单位根据专业实习大纲，安排学生实训、实习。对重大问题，学校及时与校外单位取得联系，必要时到校外单位现场解决问题。学校每年度对校外学习情况进行1~2次检查，了解学生的表现和校外单位带教情况，妥善解决一些实际性问题。

十、毕业要求

1. 思想政治：在籍期间学生政治思想行为表现合格、身心健康，无违法犯罪行为。
2. 学分标准：修完规定的所有课程全部内容，修满161学分、2988学时，成绩合格。
3. 毕业设计：按要求完成毕业设计且成绩合格。
4. 实习时间：按要求完成相应的实习任务，且成绩合格。
5. 原则上取得一个或以上与专业相关的职业资格证书或职业技能等级证书。
6. 无未取消的纪律处分。符合学院其他制度规定的毕业要求。

十一、附录

附录1：公共任选课

附录2：课程描述

附录3：人才培养方案审定意见

附录4：教学进程（安排）变更审批表

附录5：人才培养方案论证书



附录 1 公共任选课一览表

公共任选课一览表

序号	课程名称	课程代码	学时	学分	序号	课程名称	课程代码	学时	学分
1	《孙子兵法》精华思想及其应用	GX000001	16	1	26	美术欣赏	GX000026	16	1
2	三十六计及应用	GX000002	16	1	27	音乐欣赏	GX000027	16	1
3	地方文化	GX000003	16	1	28	文学欣赏	GX000028	16	1
4	走进《黄帝内经》	GX000004	16	1	29	影视鉴赏	GX000029	16	1
5	百年风流人物-曾国藩	GX000005	16	1	30	民歌鉴赏	GX000030	16	1
6	中国茶文化	GX000006	16	1	31	形体与舞蹈	GX000031	16	1
7	《论语》中的人生智慧	GX000007	16	1	32	健美操	GX000032	16	1
8	中华诗词之美	GX000008	16	1	33	书法	GX000033	16	1
9	文物精品与中华文明	GX000009	16	1	34	旅游诗词鉴赏	GX000034	16	1
10	唐诗经典	GX000010	16	1	35	食品安全与日常饮食	GX000035	16	1
11	公共关系与礼仪	GX000011	16	1	36	医疗急救常识	GX000036	16	1
12	演讲与口才	GX000012	16	1	37	生命安全与救援	GX000037	16	1
13	普通话	GX000013	16	1	38	健康与养生	GX000038	16	1
14	团队合作能力	GX000014	16	1	39	常用药物常识	GX000039	16	1
15	自我管理能力	GX000015	16	1	40	大学生生理健康	GX000040	16	1
16	信息处理能力	GX000016	16	1	41	突发事件及自救互救	GX000041	16	1
17	交往与求职	GX000017	16	1	42	大学生安全教育	GX000042	16	1
18	谈判技巧	GX000018	16	1	43	大学生恋爱与性健康	GX000043	16	1
19	有效沟通技巧	GX000019	16	1	44	篮球运动与裁判	GX000044	16	1
20	九型人格之职场心理	GX000020	16	1	45	生活中的法律指南	GX000045	16	1
21	摄影知识与欣赏	GX000021	16	1	46	民法典	GX000046	16	1
22	插花艺术	GX000022	16	1	47	创新思维训练	GX000047	16	1
23	摄影及摄影作品欣赏	GX000023	16	1	48	创业精神与实践	GX000048	16	1
24	三国演义鉴赏	GX000024	16	1	49	创业管理实战	GX000049	16	1
25	西游记鉴赏	GX000025	16	1	50	创业创新执行力	GX000050	16	1

附录 2 课程描述

(一) 公共课程描述

1. 公共必修课程描述

(1) 《思想道德与法治》

课程代码	G1000001	课程性质	必修
开设学期	第 1 学期(开 16 周)	总学时	48 学时
理论学时	40 学时	实践学时	8 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:</p> <p>(1) 提高思想政治素质、道德素质和法律素质;</p> <p>(2) 树立科学的人生价值观, 培养积极进取的人生态度;</p> <p>(3) 坚定马克思主义理想信念, 勇担民族复兴大任;</p> <p>(4) 培育爱国精神和家国情怀, 做新时代的爱国主义者;</p> <p>(5) 提升道德素养, 增强道德品格, 积极践行社会主义核心价值观;</p> <p>(6) 培育法治精神, 增强法治素养, 自觉尊法、学法、守法、用法。</p> <p>知识目标:</p> <p>(1) 理解中国特色社会主义进入新时代的基本内涵和时代呼唤;</p> <p>(2) 掌握世界观、人生观和价值观的基本知识;</p> <p>(3) 理解理想信念的基本内涵和要求;</p> <p>(4) 理解中国梦的内涵和实现途径, 认识实现中国梦必须弘扬中国精神, 凝聚中国力量;</p> <p>(5) 熟知社会主义核心价值观的内容和要求;</p> <p>(6) 认知和践行中华民族传统美德、中国革命道德, 弘扬民族传统美德和革命道德的时代价值;</p> <p>(7) 认知社会主义道德的核心和原则、践行社会主义基本道德规范;</p> <p>(8) 认识社会主义法律的本质和运行, 尊重和维护宪法、法律权威, 深刻领悟习近平新时代中国特色社会主义法治思想。</p> <p>能力目标:</p> <p>(1) 提升辨别是非、美丑、善恶的能力;</p> <p>(2) 提升正确把握人生方向、正确处理理想与现实的关系的能力;</p> <p>(3) 提升践行社会主义核心价值观和公民道德规范要求的能力;</p> <p>(4) 提升自觉尊法、学法、守法、用法的能力。</p>		
	<p>课程内容</p> <p>本课程教学内容为对大学生开展世界观、人生观教育, 理想信念教育, 中华优秀传统文化和爱国主义教育, 社会主义核心价值观教育, 思想道德教育和法治思想教育等。主要包括把握正确的人生方向、追求远大理想、坚定崇高信念, 传承优良传统、弘扬中国精神、培育和践行社会主义核心价值观, 遵守道德规范、锤炼道德品格, 提升法治素养、尊重和维护宪法权威等。帮助学生解决成长成才过程中遇到的实际问题, 教育引导自觉成长为中国特色社会主义事业合格建设者</p>		

	<p>和接班人。</p> <p>本课程的实践教学主要是组织学生开展参观学习、实践研修、社会调查等活动，同时结合学生专业实习、“三下乡”等项目开展社会实践活动。</p>
教学要求	<p>(1) 教师应具有坚定的政治立场，高尚的道德情操和较为丰厚的马克思主义理论功底，遵守高校教师职业道德规范；</p> <p>(2) 综合运用多种教学方法，如说理式教学、灌输式教学、启发式教学、问题和任务驱动式教学、小组讨论式教学、案例式教学等，引导学生自主性和研究性学习；</p> <p>(3) 充分利用各种技术平台，如职教云慕课学院的在线课程等，实现线上线下教学相结合，增强教学实效；</p> <p>(4) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%；</p> <p>(5) 本课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《思想道德与法治》(2023 版) 教材(高等教育出版社)。</p> <p>信息化资源</p> <p>1) 北京高校思想政治理论课程资源平台 http://www.bjcipt.com/</p> <p>2) 湖南省精品在线开放课程：陈红英主持《思想道德与法治》 https://hnyzzy.zjy2.icve.com.cn/course.html?courseOpenId=8zpoakoqyipkrqcp9jrotq</p>

(2) 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程代码	G1000002	课程性质	必修
开设学期	第 2 学期(开 11 周)	总学时	32 学时
理论学时	28 学时	实践学时	4 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标：</p> <p>(1) 增强马克思主义理论素养和思想政治素质，具有坚定正确的政治方向和政治立场；</p> <p>(2) 坚定理想信念，牢固树立中国特色社会主义理论自信、道路自信、制度自信和文化自信；</p> <p>(3) 把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设中国特色社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中，勇担民族复兴时代重任。</p> <p>知识目标：</p> <p>(1) 深刻认识中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程和取得的伟大历史成就；</p> <p>(2) 认识和理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成和发展、科学内涵和主要内容；</p> <p>(3) 科学把握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的理论意义、历史地位和指导作用。</p>		

	<p>能力目标:</p> <p>(1) 增强运用马克思主义基本立场、世界观和方法论分析问题、解决问题的能力;</p> <p>(2) 提高政治理论思维能力, 锤炼实际工作本领;</p> <p>(3) 自觉把学习科学理论与学习专业知识结合起来, 培养创新精神与社会实践能力, 为学生未来的可持续发展奠定基础。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程以马克思主义中国化为主线, 深入阐释毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位; 深入阐释中国共产党的初心和使命和奋斗历程; 阐释中国革命、建设、改革开放和新时代的历史进程和取得的辉煌成就。教育引导大学生坚定中国特色社会主义理想信念, 拥护中国共产党的领导, 牢固树立中国特色社会主义理论自信、道路自信、制度自信和文化自信。</p> <p>本课程的实践教学采取思政专项实践与专业实践相结合、学校实践与社会实践相结合等多种方式, 组织学生开展志愿者服务、参观学习、实践研修、社会调查、基层服务等实践活动, 同时结合学生专业实习、“三下乡”等项目开展社会实践教学。</p>
<p>教学要求</p>	<p>(1) 教师应具有坚定的理想信念和高尚的道德情操, 要有较高的马克思主义理论素养, 原则上应为中共党员;</p> <p>(2) 根据教学内容灵活采用课堂讲授、线上线下混合式等教学模式; 充分利用智慧云课堂、融媒体平台、各种社交平台等现代信息载体打造立体式、移动的思政课堂; 发挥教师主导性, 学生主体性作用, 用启发式、任务驱动式、研究式等教学方法引导学生自主性学习;</p> <p>(3) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 30%, 终结性考核成绩占 70%;</p> <p>(4) 本课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》(2023 版) 教材(高等教育出版社)。</p> <p>信息化资源</p> <p>(1) 北京高校思想政治理论课程资源平台 http://www.bjcipt.com/</p> <p>(2) 在线开放课程: 骆文俊主持《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》https://icve-mooc.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/mooc_index.action</p>

(3) 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》

<p>课程代码</p>	<p>G1000003</p>	<p>课程性质</p>	<p>必修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第 1、2 学期</p>	<p>总学时</p>	<p>48 学时</p>
<p>理论学时</p>	<p>40 学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>8 学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>3 学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考试(第二学期考试)</p>
<p>课 程 描 述</p>			
<p>课程安排</p>	<p>第一学期周学时 2 学时, 开 10 周 20 学时、第 2 学期周学时 2 学时, 开 14 周 28 学时。</p>		

<p>课程目标</p>	<p>素质目标：</p> <p>(1) 深刻领悟习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华，实现了马克思主义中国化时代化新的飞跃。深刻领悟党确立习近平同志党中央的核心、全党的核心地位，确立习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位，反映了全党全军全国各族人民共同心愿，对新时代党和国家事业发展、对推进中华民族伟大复兴历史进程具有决定性意义，增强新时代大学生的思想政治素质；</p> <p>(2) 增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，指导实践；</p> <p>(3) 厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中，勇担民族复兴的时代大任。</p> <p>知识目标：</p> <p>(1) 准确理解、深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求；</p> <p>(2) 深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义；</p> <p>(3) 全面了解习近平新时代中国特色社会主义思想的人民至上、崇高信仰、历史自觉、问题导向、斗争精神、天下情怀等理论品格和思想风范；</p> <p>(4) 深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想中贯穿的马克思主义立场、观点、方法。</p> <p>能力目标：</p> <p>(1) 坚持马克思主义基本立场、观点和方法论，增强运用新思想分析问题、解决问题的能力；</p> <p>(2) 提高理论思维能力，增强战胜各种风险困难的斗争本领和工作能力；</p> <p>(3) 把学习科学理论与学习专业知识结合起来，培养创新精神与实践能力，为未来的可持续发展奠定基础。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程以党的十八大、十九大和二十大精神为指导，全面系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的立论基础、时代背景、主题主线、理论贡献以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等，内容涵盖十九大和十九届六中全会以及二十大概括的“十个明确”、“十四个坚持”、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局等核心内容。教育引导大学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，牢固树立中国特色社会主义理想信念，自觉成长为堪当民族复兴重任的时代新人。</p> <p>本课程的实践教学采取思政专项实践与专业实践相结合、学校实践与社会实践相结合等多种方式，组织学生开展志愿者服务、参观学习、实践研修、社会调查、基层服务等实践活动。同时结合学生专业实习、“三下乡”等项目开展社会实践教学。</p>

教学要求	<p>(1) 教师应具有坚定的理想信念和高尚的道德情操，要有较高的马克思主义理论素养，原则上应为中共党员；</p> <p>(2) 根据教学内容灵活采用课堂讲授、案例式教学、线上线下混合式等教学模式；充分利用智慧云课堂、融媒体中心、各种社交平台等现代信息载体打造立体式、移动的思政课堂；发挥教师主导性，学生主体性作用，用启发式、任务驱动式、研究式等教学方法引导学生自主性学习；</p> <p>(3) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%；</p> <p>(4) 本课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》（本书编写组）教材（高等教育出版社人民出版社）。</p> <p>信息化资源</p> <p>(1) 北京高校思想政治理论课程资源平台 http://www.bjcipt.com/</p> <p>(2) 在线开放课程：骆文俊主持《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 https://icve-mooc.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/mooc_index.action</p>
-------------	---

(4) 《形势与政策》

课程代码	G1000004	课程性质	必修
开设学期	第 1-6 学期	总学时	16 学时
理论学时	16 学时	实践学时	0 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查（第二学期考试）

课 程 描 述

课程安排	<p>本课程第一、二学期分别开设理论教学 4 学时，第三、四、五、六学期每学期分别开设理论教学 2 学时。各学期根据需要开设 1-2 次形势政策讲座。</p>
课程目标	<p>素质目标：</p> <p>(1) 帮助大学生开阔视野，正确认识和准确理解国内外重大时事；</p> <p>(2) 全面提升大学生的思想政治素质；</p> <p>(3) 引导大学生牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”，在实现中华民族伟大复兴的生动实践中放飞青春梦想，成为担当民族复兴大任的时代新人。</p> <p>知识目标：</p> <p>(1) 掌握马克思主义立场、观点和方法，学会正确分析和理解形势与政策；</p> <p>(2) 全面正确认识党和国家事业的新变化、新发展，及时准确把握党和国家面临的新形势、新任务；</p> <p>(3) 全面准确把握和理解党的路线、方针、政策。</p> <p>能力目标：</p> <p>(1) 提高正确分析形势和理解党的方针、政策的能力；</p> <p>(2) 增强辨别能力和分析问题、解决问题的能力；</p> <p>(3) 培养学生敏锐的洞察力和深刻的理解力，提高学生的理性思维能</p>

	力和社会适应能力。
课程内容	宣传党的大政方针，教育引导大学生正确认识世情、国情、党情，正确认识和理解党的路线、方针、政策，增强大学生贯彻党的路线、方针、政策的自觉性。课堂教学重点围绕党的建设、经济社会发展、港台事务、国际形势和外交政策等开展教学。讲座部分主要结合国家重大会议精神、重大时事、重大方针政策等，邀请学校领导、专家学者作形势政策报告。每学期具体教学内容依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”制定。
教学要求	<p>(1) 本课程主讲教师应具有较高的马克思主义理论素养和政治素质；</p> <p>(2) 教学中要坚持正确的政治方向，把握正确的宣传导向，牢牢掌握意识形态领域的主导权和主动权；</p> <p>(3) 教学内容上要把握动态性、时效性，要及时反映党和国家面临的新形势、新任务；</p> <p>(4) 坚持马克思主义立场、观点和方法，把“四史教育”融入形势政策教学；</p> <p>(5) 要注重教学方法创新，灵活采用课堂讲授、专题讲座、研究式学习等多种教学形式开展教学；</p> <p>(6) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%；</p> <p>(7) 教材选用21世纪高校思想政治理论课“互联网+”新形态教材《大学生形势与政策》（中共中央党校出版社）。</p>

(5) 《大学英语》

课程代码	G2000016、G2000017	课程性质	必修
开设学期	第1、2学期	总学时	128学时
理论学时	96学时	实践学时	32学时
课程学分	8学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标：培养学生英语学科核心素养，坚定学生理想信念，厚植爱国主义情怀，具有良好的英文素质、广阔的国际视野和正确的人生观、世界观和价值观。</p> <p>知识目标：通过本课程学习，学生应该掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇、语用和多元文化交流等知识。</p> <p>能力目标：具有英语的听、说、读、看、写的基本能力和职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升、自主学习完善等四项英语学科的核心能力。</p>		
课程内容	<p>由主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略六要素组成。主题类别为高等职业教育专科英语课程提供的与职业相关的教学主题。语篇类型包括口头、书面、新媒体等多模态语篇，涵盖不同类型的体裁，为语言学习提供素材。语言知识是职场涉外沟通的重要基础，重点突出应用性。文化知识包括世界多元文化和中华文化，尤其是职场文化和企业文化，是学生形成跨文化交际</p>		

	<p>能力、坚定文化自信的知识源泉。职业英语技能对学生在职场中的口头和书面沟通能力提出具体要求，包含理解技能、表达技能和互动技能，具体包括听、说、读、看、写以及中英两种语言的初步互译技能。语言学习策略是实现自主学习和终身学习的手段，具体包括元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略等。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程教学要求坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能，落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程；突出职业特色，加强语言实践应用能力培养，提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变，尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。</p> <p>教学方法和手段：教师要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据、虚拟仿真等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。教师要指导和鼓励学生开展自主学习、合作学习和探究式学习，促进学生的全面发展和个性化发展。构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式，学生应主动开展自主学习、合作学习和探究式学习。引导学生积极参加丰富多彩的英语课外活动和各类英语技能竞赛，使之成为英语教学的有机组成部分</p> <p>教学资源 and 教材：本课程的教材编写和使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版（如高等教育出版社、上海外语教育出版社、外语教育与研究出版社）的高职规划教材、活页式及工作手册式教材，并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。</p> <p>教学考核和评价：本课程实施学业水平评价，实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程评价占总成绩 30%，终结评价占总成绩 70%。学生应能够具备通过高等学校英语应用能力考试 A 级水平。</p>

(6) 《大学体育》

<p>课程代码</p>	<p>G2000018</p>	<p>课程性质</p>	<p>必修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第 1、2、3、4 学期</p>	<p>总学时</p>	<p>108 学时</p>
<p>理论学时</p>	<p>12 学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>96 学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>6 学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考查</p>
<p>课 程 描 述</p>			
<p>课程目标</p>	<p>素质目标：养成积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯，基本形成终身体育的意识；具有健康的体魄，运用适宜的方法调节自己的情绪，养成积极乐观的生活态度；在运动中体验运动的乐趣和成功的感 觉，在具有挑战性的运动环境中表现出勇敢顽强的意志品质；正确处理竞争与合作的关系，表现出良好的体育道德和合作精神，形成良好的行为习惯。</p> <p>知识目标：熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能；掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识；熟悉常见运动创伤的处置知识。</p> <p>能力目标：能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力；能测试</p>		

	<p>和评价体质健康状况，掌握有效提高身体素质、全面发展体能的方法；能合理选择人体需要的健康营养食品，自觉通过体育活动改善心理状态、克服心理障碍，掌握常见运动创伤的处置方法；根据自己的能力设置体育学习目标，能够编制可行的个人锻炼计划，具有一定的体育文化欣赏能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程的主要内容包括体育概述、体育与健康、高校体育、运动损伤的防治与应急处理、田径运动概述、短跑、中长跑、跳高、跳远、篮球运动、排球运动、足球运动、乒乓球运动、羽毛球运动、武术运动概述、武术基本功、组合练习、太极拳、八段锦、体操与形体训练、健美操、健美运动、瑜伽等。</p>
<p>教学要求</p>	<p>1、教师</p> <p>体育教师是课程教学的具体执行者和组织者。按照体育课程教学计划授课、开展课外体育活动以及完成培养优秀体育人才训练的任务，配备相应数量合格的体育教师。体育教师要与时俱进，努力提高自身的政治、业务素养。有目的、有计划地安排体育教师定期接受教育培训，不断完善他们的知识结构、能力结构，逐步提高学历水平，从而提高体育师资队伍的整体水平，以适应现代教育的需要。体育教师在强化培养人才职能的基础上，逐步加强学校体育科学研究的职能和社会服务(含社区体育)的职能，开展经常性的科学研究和教育教学研究，不断推广优秀教学成果。</p> <p>2、教法及手段</p> <p>理论与实践相结合，以实践为主，实践教学中采用示范法、分解与完整教学法、模仿练习法、变换练习法、预防和纠正动作法、游戏法、比赛法、表演法等方法进行教学。</p> <p>在教学过程中，应采取小群体学习式、发现式、技能掌握式、快乐体育、成功体育、主动体育等多种教学模式，注重发挥群体的积极功能，提高个体的学习动力和能力，激发学生的主动性、创造性；更应融合学生今后从业的职业特点（职业能力标准、岗位能力标准），在强调全面发展学生身心素质的同时，加强了对学生今后从业、胜任工作岗位所应具有的身体素质与相关职业素养的培养，落实国家倡导的“每天锻炼一小时，健康工作 50 年，幸福生活一辈子”的理念。</p> <p>3、教学资源及教材</p> <p>教学资源：</p> <p>(1) 智慧职教网上体育各项目优秀的教学视频；</p> <p>(2) 国家体育总局发布的各种推广项目视频；</p> <p>(3) 各种级别比赛各项目所发布的比赛实况录相资料。</p> <p>主教材使用全爱清主编的新形态一体化教材《大学体育与健康教程》，高等教育出版社（2020 年 8 月第一版）。</p> <p>4、课程评价</p> <p>采取过程评价与终结评价相结合。过程评价（出勤、态度考评）占总成绩的 40%，终结评价（结课考核）占总成绩的 60%相结合。</p> <p>(1) 出勤、态度考核：包括课堂出勤、学习态度表现评价，各占权重为 20%、20%。</p> <p>(2) 结课考核：每学期根据教学计划进行 1 至 2 项运动技术能力</p>

及运动技能水平的考核，各占权重为 30%、30%。

(7) 《创业基础》

课程代码	G3000002	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	32 学时
理论学时	20 学时	实践学时	12 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>本课程是一门旨在以创新精神、创业意识和创新能力培养为导向，创新人才培养体制机制，推动专业教育与创新创业教育有机融合，积极探索产教协同、科教协同等育人模式，实现学生、教师和课程的全覆盖，促进学生素质全面发展的公共必修课程。</p> <p>素质目标:通过创新创业教育教学，培养学生善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识、创业精神，挑战自我、承受挫折、坚持不懈的意志品质，遵纪守法、诚实守信、善于合作的职业操守，以及创造价值、服务国家、服务人民的社会责任感。培养创业意识，正确认识企业在社会中的作用和自我雇用。</p> <p>知识目标:通过创新创业教育教学，使学生了解创新的基本原理、创新与创造性思维、创新工具与创造技法，掌握开展创业活动所需要的基本知识，包括创业的基本概念、基本原理、基本方法和相关理论，涉及创业者、创业团队、创业机会、创业资源、创业计划、政策法规、新企业开办与管理，以及社会创业的理论和方法。</p> <p>能力目标:通过创新创业教育教学，系统培养学生发现问题、解决问题、创新创造的能力，整合创业资源、创业计划撰写的方法以及熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力，重点培养学生识别创业机会、防范创业风险、适时采取行动的创业能力。提高就业能力，让学生能够在中小企业以及缺乏正规就业机会的环境下有产出的工作。</p>		
课程内容	<p>本课程内容包括创新与创新素质、颠覆式创新与创造性思维、创新工具与创造性技法、创新过程与创新能力、创业与人生发展、创业机会与创业风险、创业团队组建与管理、创业资源与创业融资、商业模式设计与论证、创业计划与路演展示、新企业创办与初创企业管理等十一个教学单元。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中，除传统的以讲授为主的教学法外，积极配合使用案例分析、小组活动、分组讨论、角色扮演、头脑风暴、商业游戏、仿真模拟等创新教学方法，重点营造和谐的学习环境，使学生发现自己的兴趣所在，在实践中学习，与他人产生互动，与他人分享经验与经历，确保学生积极参与整个学习过程，使学生能够根据自身需求选择学习策略，表达自己的感受，培养自信心并果断决策，培养学生的合作意识，帮助学生获得最大限度的收获。</p> <p>教学资源 and 教材： 推选教材 ① 《大学生创业基础》，主编：钟秋明，高等教育出版社出版；</p>		

	<p>②《大学生创业基础知能训练教程》，主编：徐俊祥，现代教育出版社出版；</p> <p>③《大学生创新创业基础》，主编：窦铁生，湖南科学技术出版社出版；</p> <p>教学资源</p> <p>①中国大学 MOOC https://www.icourse163.org/course/UCASS-1450327397</p> <p>②优米-创业基础课 http://v.youmi.cn/categoryrelation/list?id=2765</p> <p>③米有校园微信公众号</p> <p>④创业学院-创业基础课 http://cywgansu.jiuyeb.net/video/detail?vid=165</p> <p>教学考核和评价：本课程为考查课，考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（注重参与性）总成绩的 40%与终结评价（注重商务性）总成绩的 60%相结合。</p> <p>过程考核包含出勤率、参与讨论积极性、项目论证深度广度，各占权重为 20%、10%、10%。过程考核为 40%+理论考核 60%（考核内容主要为创业项目的商业价值、商业模式的可行性、商业计划的质量；考核方式主要为：作品展示、模拟演练等）。结课考核：平时 40%+作品 60%。</p>
--	--

(8)《大学生职业发展与就业指导》

课程代码	G3000001	课程性质	必修
开设学期	第 1、5 学期	总学时	32 学时
理论学时	20 学时	实践学时	12 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>本课程是一门旨在为大学生职业生涯规划与就业提供理论和实践指导的公共必修课程。通过本课程学习，引导大学生充分认知自我，合理调整职业预期，树立正确的择业观，增强就业竞争意识，掌握求职择业的基本常识和技巧，把握大学生就业市场的特点和功能，以此提高大学生主动适应就业制度改革及就业环境变化的能力，增强求职择业的实力，最终指导和帮助大学生实现成功就业。</p> <p>素质目标：使学生树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的就业观，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业、就业与创业的概念和意识，培养职业素质，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。</p> <p>知识目标：</p> <p>(1) 使学生充分了解职业、产业和行业，了解当前我国的职业、产业和产业的发展趋势，了解我国大学生的整体就业形势，了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质。</p>
-------------	--

	<p>(2) 使学生掌握三大理论——帕森斯的特质因素论、霍兰德的职业类型论、舒伯的职业发展理论。</p> <p>(3) 使学生清晰全面地认识自己的性格、兴趣、知识、技能、生理、心理特点对职业性格的影响，准确把握目标职业的特性；了解职业性格与职业的关系，掌握职业性格的测量，掌握职业生涯规划方法和职业发展路途设计步骤等。</p> <p>(4) 使学生了解职业素养的内涵及基本构成，掌握专业知识训练和职业技能训练的方法。</p> <p>(5) 使学生了解就业信息的收集途经、求职材料的组成，了解笔试和面试的类型和特点，掌握求职简历的制作和面试的技巧。</p> <p>(6) 使学生了解学生在就业过程中的权利和义务，了解劳动合同法的内容，了解维护自身合法权益的途经和方法。</p> <p>能力目标：</p> <p>(1) 培养学生自我探索能力，独立思考和勇于创新的能力。树立信心，掌握信息搜索与管理能力、生涯决策能力、和维护自身的合法权益的能力等。</p> <p>(2) 提高学生的各种通用技能，比如表达沟通能力、人际交往能力、分析判断能力、解决问题能力、学习和创新能力、团队协作能力、组织管理能力、应变能力等。</p> <p>(3) 培养学生职业生涯规划的能力、制作简历的能力、应对求职面试的能力等求职的能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程内容主要包括职业发展与就业趋势、职业生涯规划的著名理论、大学生职业生涯规划、职业测量的内容及方法、职业化和职业素质、求职材料的准备、求职之笔试、面试技巧、就业权益与保护等八个教学单元。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程的理论课除了以传统的讲授法为主，还积极结合案例分析、小组讨论、师生互动、角色扮演、社会调查、活动训练等方法，充分调动学生的积极性，强化整体教学训练效果，结合实际，帮助大学生解决现实问题，注重培养学生进行情商修炼和素质拓展。实践课主要通过正反两方面典型案例分析、人才市场考察、企业调研、聘请就业指导专家及企业人力资源部负责人专题讲座等形式进行，因地制宜，创造性地开展训练和指导，注重加强课堂训练和课外指导的结合，保证就业指导的训练时间，注重团体指导与个体指导有机结合，强调有针对性地进行个别指导。</p> <p>教学资源 and 教材：</p> <p>推选教材</p> <p>① 《大学生职业发展与就业指导》，主编：曹敏，高等教育出版社出版；</p> <p>② 《大学生职业发展与就业指导》，湖南省教育厅毕业生就业办公室，湖南省大中专学校学生信息咨询与就业指导中心 组编，新世界出版社出版；</p> <p>③ 《大学生职业生涯发展与就业指导》，主编：陈卫群、戴园园，中国商业出版社</p> <p>④ 《大学生职业发展与就业指导》，主编：胡岸炜，高等教育出版</p>

	<p>社出版；</p> <p>教学资源</p> <p>①职前教育网络学堂推荐课程：《职业发展规划导论》——李家华</p> <p>②职前教育网络学堂推荐课程：《大学规划之目标制定》——祁金利</p> <p>③职前教育网络学堂推荐课程：《生涯划之职业规划书》——王欣涛</p> <p>④职前教育网络学堂推荐工具：职业测评、大学生涯规划报告书，学院院相关教师指导完成职业规划书的设计，开展职业规划书设计比赛等。</p> <p>⑤职前教育网络学堂推荐课程：《职业世界探索与分析解读》-王欣涛</p> <p>⑥职前教育网络学堂推荐课程：《如何培养创新能力》—杜嘉</p> <p>⑦职前教育网络学堂推荐课程：《如何提升职业素质与技能》-陈宁</p> <p>⑧职前教育网络学堂推荐课程：《求职简历写作》——金蕾莅</p> <p>⑨职前教育网络学堂推荐课程：《求职基本礼仪》——韩威</p> <p>⑩职前教育网络学堂推荐课程：《求职决胜五步走(上)》——汪洱</p> <p>⑪职前教育网络学堂推荐课程：《求职决胜五步走(下)》——汪洱</p> <p>教学考核和评价：本课程为考查课，考核方式过程评价与终结评价相结合。过程评价（任务考评）总成绩的40%与终结评价（结课考核）总成绩的60%相结合。过程考核包含平时作业、课堂实践、课堂出勤及学习态度等项目，各占权重为10%、20%、10%。过程考核为40%+理论考核60%（考核内容主要为学业生涯规划书、自我认知分析报告、简历制作、面试技巧、职业生涯规划书；考核方式主要为：大型作业、模拟演练等）。结课考核：平时40%+作品60%。</p>
--	---

(8) 《军事技能》

课程代码	G3000003	课程性质	必修
开设学期	第1学期	总学时	112学时
理论学时	0学时	实践学时	112学时
课程学分	2学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>本课程是高职院校公共基础必修课程之一。该课程以《高等学校学生军事训练教学大纲》为教学依托，引导学生了解我国军事前沿信息，掌握正确的队列训练和阅兵分列式训练方法，规范学生整理内务的标准；通过理论学习，增强学生对人民军队的热爱，培养学生的爱国热情，增强民族自信心和自豪感；在理论与实践相结合中，进一步提高学生的集体行动规范性和组织纪律性，调动学生参与活动的积极性，培养学生的集体荣誉感和团队协作能力。</p> <p>素质目标：军事技能训练时间为2—3周，实际训练时间不得少于14天。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。</p> <p>知识目标：对国防概述、国防法制、国防建设、武装力量、国防动员、我国安全环境、国际战略格局、军事思想、新军事革命、信息化</p>
------	---

	<p>战争、信息化装备有较清醒地了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。</p> <p>能力目标：通过学习，达到和平时期积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。</p>
课程内容	<p>本课程内容主要包括军事前沿信息、队列和体能训练、内务整理、日常管理、素质拓展训练等，旨在增强学生的国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，培养吃苦耐劳精神，促进学生综合素质的全面提高。</p>
教学要求	<p>在训练过程中要坚持“理论够用即可，突出实际讲练”的原则，以培养学生吃苦耐劳，一切行动听指挥为训练根本目的，在训练中理解军事强国的重要性，以缅怀先烈，不忘初心为中心贯穿整个教学过程，上好爱国主义教育入学实践课。</p> <p>本课程以学生出勤情况、参加训练完成情况、军训态度、遵守纪律情况、参加各项活动及理论学习情况、内务考试作为考核成绩的依据。</p>

(9)《军事理论》

课程代码	G3000004	课程性质	必修
开设学期	第 2 学期	总学时	36 学时
理论学时	36 学时	实践学时	0 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>军事理论课程是公共基础课程，是构成学生基本素质的重要组成部分，通过教学做活动，达成以下课程培养目标。</p> <p>素质目标：增强国防观念和国防意识，强化爱国意识、集体主义观念，加强纪律性，努力拼搏，促进大学生综合素质的提高。</p> <p>知识目标：熟悉国防、国防法制、国防建设、武装力量、国防动员、我国安全环境、国际战略格局、军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化装备知识，掌握国防科技知识。</p> <p>能力目标：通过学习，达到和平时期积极投身到国家的现代化建设中的能力，战争年代捍卫国家主权和领土完整的后备人才能力。</p>
课程内容	<p>本课程内容主要包括中国当代国防法规、国防建设、我国武装力量、中国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平新时期军队建设思想、江泽民国防和军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想、习近平国防和军队建设重要论述、国际战略格局、我国周边安全环境，精确制导技术、隐身伪装技术、侦察监视技术、电子对抗、航天技术、自动化指挥技术、新概念武器技术、信息化战争的特点、信息化战争对国防建设的要求。</p>
教学要求	<p>本课程教学要求充分发挥师生在教学中的主动性和创造性。教师要尊重学生的主体性，充分调动学生参与的积极性，开展课堂互动活动，避免单向的理论灌输和知识传授。在课堂教学中，挖掘课程思政元素，融入本课程国防概述、军事思想、国家安全项目，利用现代信</p>

	<p>息技术，PPT 和视频录像与板书有机结合，避免板书的枯燥和完全多媒体教学出现的视觉疲劳，部分教学内容要结合历史事实进行讲述，必要时播放电影和电视片段进行教学。建议采取案例教学、情境教学、启发式教学法、发现式教学法、自学与讨论、读书指导法等多种教学方法，实现教学目标。</p> <p>通过军事理论课教学，让学生了解军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。</p> <p>教学资源：智慧职教 MOOC 学院大学军事理论课程 (https://www.icve.com.cn/)，国家教育资源公共服务平台 (http://www.eduyun.cn)。</p> <p>推荐教材：卢璐主编，《新时代新视野—大学生国防教育教程》。普通高等教育“十三五”规划教材.北京航空工业出版社.2019</p> <p>本课程教学考核采取过程考核（任务考评）与结课考核（课程评价）相结合。其中过程考核占总成绩的 40%；结课考核占总成绩 60%。</p>
--	---

(10)《大学生心理健康教育》

课程代码	G3000005	课程性质	必修
开设学期	第 2 学期	总学时	32 学时
理论学时	26 学时	实践学时	6 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标：探索自我。通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p> <p>知识目标：知己纳己。通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p>能力目标：调适自我。通过本课程的教学，使学生具备心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等，并以“自助助人”为目标，将各种心理调适技能运用到未来的生活和工作中。</p>
课程内容	<p>本课程学习按照新生乍到、察己知人、我爱交往、识别心魔、干预危机五个工作/学习模块、11 个典型工作任务/学习单元设计。</p> <p>模块一：新生乍到。心理健康的重要性、健康的含义、大学生心理健康的评价标准。心理问题的方式和求助途径。对自我心理健康状况进行正确评判。</p> <p>模块二：察己知人。自我意识的含义、大学生自我意识的特点和矛盾、积极自我意识的策略和方法。情绪、大学生常见的情绪困扰、自</p>

	<p>我情绪特点情绪调控的原则和方法。人格特征、人的气质、健全人格的方法。</p> <p>模块三：我爱交往。人际交往和人际关系的含义、人际吸引因素和人际交往中的心理效应、大学生人际交往中常见的心理问题、构建良好人际关系的策略和技巧。爱情的本质、爱情的心理结构、健康的爱情、正确的恋爱观、健康的恋爱行为。</p> <p>模块四：识别心魔。正常心理与异常心理的区别、常见心理障碍的分类和常见症状的识别。</p> <p>模块五：干预危机。生命的意义和珍贵、各种不同心理危机和表现、心理危机干预原则和步骤、面对危机时的自我调整方法。对心理咨询的误解、心理咨询、心理咨询流程、心理咨询的求助途径。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程教学注重理论与实际相结合。《大学生心理健康教育》的教学思路是以高职学生的心理需要为基础，以高职学生的心理发展特点为立足点，以提升高职学生心理素质为目标而开展的专题式教学。在教学实践中，避免单纯的知识讲授，坚持理论与实践相结合的教学原则，把心理的实践与体验融入课程教学，课程内容体系先进新颖，针对性和实效性强，坚持每一个单元都安排有一次心理活动、心理测验、问题讨论等互动环节；课内与课外相结合，学院“心理健康中心”作为本课程实践体验基地，让学生真正走进心理咨询室、宣泄室、沙盘室，亲身体验团体心理咨询，让学生们内心不再抵触和害怕“心理咨询”，提高心理保健意识和了解心理求助方式。为持续帮助学生心理成长，课程中还会根据各种案例分析，注意增强学生对专业的兴趣和理解，融入职业道德教育，端正职业态度，注重培养大学生形成正确的道德、理想、价值观念以及健康的人格，让学生逐步从知己→纳己爱己→关爱他人→爱工作→爱社会，培从而养学生自身可持续发展的社会学习探索能力。</p> <p>教材使用十三五职业教育国家规划教材《心理健康教育》，黄莉、邓如涛主编，北京出版社（2021年8月第二版）。</p> <p>教学资源：智慧职教云课堂（https://zjy2.icve.com.cn/teacher/mainCourse/courseHome.html?courseOpenId=ryjwabqgl5dta0dmn4csa）</p> <p>本课程教学评价采用过程性评价（任务考评）总成绩的40%与终结评价（课程评价）总成绩的60%相结合。</p>

(11)《大学生劳动教育》

课程代码	G3000008	课程性质	必修
开设学期	第1学期	总学时	32学时(其中16学时线上学习)
理论学时	8学时	实践学时	8学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；培养热爱劳动、尊重普通劳动者、珍惜劳动成果的情感；培养学生良好的劳动素养，增益创新精神。</p> <p>知识目标:掌握劳动、劳动精神、工匠精神、劳模精神，熟悉常见</p>		

	日常生活、公益劳动、生产劳动知识。 能力目标: 获得各种劳动体验, 增益常见日常生活、公益劳动、生产劳动技术。
课程内容	本课程内容主要包括劳动价值观、劳模精神、工匠精神等基础理论, 家务技能、校园美化、劳动救护、志愿服务、社会实践及勤工助学等实践技能。环境保洁、社会实践、农业生产、医卫公益、仪器设备维保等劳动实践活动。农业、工业生产观摩。
教学要求	本课程采用线上线下教学相结合教学模式, 线上使用劳动教育在线开放课程进行课前预习和课后拓展; 线下课堂使用案例教学法、项目教学法、角色扮演教学法、分组讨论教学法等多种教学方法进行理实一体化教学。实践课主要以实训、实习、社会实践为主要载体, 结合校园生活和社会服务组织开展。要求教师在课堂过程中通过运用丰富的教学方法, 将职业道德、奉献精神、工匠精神、创新精神等思政元素融入其中, 引导学生在劳动教育学习中继承与弘扬优良的社会主义精神, 乐于奉献、服务基层。 本课程充分利用 MOOC 教学资源, 优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材, 新形态一体化教材。课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。过程性评价占总成绩 70% (含在线课程学习 15%+课堂活动 15%+劳动实践 40%), 终结性评价占总成绩 30% (期末考试 30%), 注重过程性与学习性投入, 强调参与度评价权重。

(12) 《大学美育》

课程代码	G3000009	课程性质	必修
开设学期	第 2 学期	总学时	32 学时
理论学时	24 学时	实践学时	8 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	素质目标: (1) 树立正确的审美观念, 提升审美素养。 (2) 陶冶情操, 完善人格修养。 (3) 尊重艺术, 理解多元文化。 (4) 弘扬民族艺术, 培养爱国主义精神。 知识目标: (1) 掌握美的概念、本质与特征, 美的表现形式及分类。 (2) 了解自然美、文学美、艺术美、科技美、人生美的分类、特征及鉴赏方法。 能力目标: (1) 培养学生对美的观察能力、感受能力、认知能力、创造能力。 (2) 培养学生传承和发扬中国传统文化艺术的能力。 (3) 拓宽学生的美育知识维度, 提升美育知识的应用能力。		
课程内容	包括美的内涵、审美范畴、审美意识与心理、自然审美、艺术审		

	<p>美、科技审美、社会审美等。主要通过应用美学基本理论对大学生的审美活动予以指导。本课程以审美活动为载体，将教学内容分为9个模块。</p> <p>模块一：大学美育。初步了解什么是美，美的概念、美的本质、美的特征。学会分辨美丑，了解美和艺术的关系。</p> <p>模块二：审美活动。提升审美，明确审美表现形式。主要通过自然之美赏析美的事物，美的景观。了解审美类型：直觉反应、情感体验、精神感受。</p> <p>模块三：诗歌之美。学会诗经、唐诗、宋词的鉴赏，能够体会诗歌中蕴含的哲理、意境和格调，能够欣赏诗歌的艺术之美。</p> <p>模块四：音乐之美。赏析音乐之美，掌握音乐之美的表达形式。</p> <p>模块五：绘画之美。了解绘画艺术的美、绘画的分类及特点。学会绘画艺术的鉴赏，能够体会绘画艺术的情感与精神之美。</p> <p>模块六：书法之美。学会隶书、草书、楷书和行书的鉴赏，能够体会隶书、草书、楷书和行书的文字之美。</p> <p>模块七：建筑之美。了解建筑艺术的美、建筑美的表现和建筑的分类。学会建筑艺术的鉴赏，能够体会建筑艺术的内涵和魅力。</p> <p>模块八：科技之美。理解科学美的含义，能够体会我国古代和现代科技结晶中蕴含的智慧和美感，以及先辈锲而不舍的探索精神。</p> <p>模块九：人生之美。通过对人生不同时期的美的分析，从社会审美的角度，坚定学生的理想信念，促使学生树立远大的人生志向。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程通过音视频、作品赏析等审美体验着力提升大学生文化理解、审美感知、艺术表现、创意实践等核心素养。围绕立德树人的根本任务，充分发挥经典艺术作品中的精神内涵实施课程思政。重视将美育教学与中华优秀传统文化结合起来，注重创造性转化、创新性发展。采取线上线下相结合的混合式教学模式，以学生为主体，以师生互动的启发式教学为主要课堂教学形式，调动学生学习积极性和主动性，注意依据学情分层次布置美育实践任务。</p> <p>本课程优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材，新形态一体化教材。</p> <p>教学资源：智慧职教MOOC学院唐慧妮主持《大学美育》 https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=DXMYZ444053</p> <p>采取过程性考核与终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核占总成绩60%(含在线课程学习15%+课堂活动15%+作业30%)，终结性考核占总成绩40%(期末考试40%)。</p>

(13)《大学生入学教育》

课程代码	G3000010	课程性质	必修
开设学期	第1学期	总学时	16学时
理论学时	12学时	实践学时	4学时
课程学分	1学分	考核方式	考查
课 程 描 述			

课程目标	本课程是高职院校公共基础必修课程之一。大学生入学教育是指新生入学后，学校根据培养目标，针对学生的思想、学习、生活、心理、纪律安全等方面的变化开展的一系列工作，旨在引导大学生深刻认识变化了的环境并能迅速适应。新生入学教育的效果直接关系到学生能否顺利完成从中学到大学的转变，关系到学生在大学里能否顺利成长并成为社会需要的人才。新生入学教育是大学学习成功的基础。
课程内容	本课程主要内容包括大学认识、大学与高中的不同之处、高职教育、大学生消费、大学生与网络、大学生人际交往、大学生恋爱。大学生学习考试及大学生自我管理等内容。
教学要求	教学过程以讲座为主要形式，深入浅出的介绍大学及大学生活与学习，利用实际案例引入提高学生学习兴趣，促使大学生尽快适应大学生活和大学学习，促进大学生人际交往能力的提高和角色转变，促进大学生尽快熟悉大学管理制度，培养他们良好的组织纪律性和生活自理能力，激发他们爱国爱校的集体主义观念，要求教师将思想政治教育摆在入学教育的第一位，将入学教育贯彻落实社会主义核心价值观，培养学生的社会责任感，引导他们开展职业生涯规划，提升大学生就业竞争力和发展潜力，提高大学生的人文素养，开创高校新生入学教育工作新局面。

(14) 《国家安全教育》

课程代码	G3000011	课程性质	必修
开设学期	第1学期	总学时	16学时
理论学时	12学时	实践学时	4学时
课程学分	1学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	本课程是高职院校公共基础必修课程之一，将重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。要求学生系统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，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。		
课程内容	学习国家安全各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。国家安全重点领域包括政治安全、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。		
教学要求	课程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，以课堂教学为主渠道，以组织讲座、参观、调研、社会实践等方式为重要途径，要求学生理解总体国家安全观，掌握国家安全基础知识，并引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，着力强化学生国家安全意识，丰富国家安全知识；本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占50%，终结性考核成绩占50%。须客观记录学生参与国家安全专题教育、课程		

	学习和社会实践等活动中的态度、行为表现和学习成果，确保记录真实可靠，纳入学生综合素质档案。
--	---

(15) 《高职学生岗位实习指导》

课程代码	G2000050	课程性质	必修
开设学期	第 5 学期	总学时	16 学时
理论学时	16 学时	实践学时	0 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	引导学生正确认识岗位实习，了解岗位实习的整个过程，明确岗位实习的关键环节和努力方向，学会在岗位实习中保障自身的权益，帮助学生提前规划好实习期间的实习任务、实习目标，为岗位实习阶段的学习奠定良好的基础。		
课程内容	认知立意、学情分析、筹划准备、过程管理、目标管理、平台建设、权益保障、考核评价。		
教学要求	《高职学生岗位实习指导》采用模块式教学模式，课程团队成员应具有一定的实习管理教学经验。学习评价突出以课堂出勤、课堂表现、岗位实习规划等为主的过程考核，过程考核在总评成绩中占比达 60%。		

2. 公共限选课程描述

(1) 《信息技术》

课程代码	G2000031	课程性质	选修
开设学期	第 1 学期	总学时	48 学时
理论学时	32 学时	实践学时	16 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>高等职业教育专科信息技术课程是各专业学生必修或限定选修的公共基础课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。</p> <p>素质目标：</p> <p>(1) 培养学生尊重科学、应用科学的意识。</p> <p>(2) 培养学生的科学学习态度，激发学生的想象力和探索精神。</p> <p>(3) 培养学生分析问题和解决问题的能力。</p> <p>4. 培养学生的创新意识和相互协作精神。</p> <p>知识目标：</p> <p>(1) 了解信息技术的发展、特点和用途，掌握信息与数据、信息系统与信息社会的关系，掌握信息安全、搜索引擎、在线学习的定义。</p> <p>(2) 掌握云计算的概念、云计算的特性，了解云计算的部署模式、云</p>		

	<p>计算的服务类型、云计算的关键技术、熟悉云计算的应用领域、了解云计算的发展历程和典型的云计算平台。</p> <p>(3)掌握大数据的概念，熟悉常见的数据单位换算，了解大数据的特征、大数据的关键技术、大数据的应用领域、大数据的发展历程。</p> <p>(4)掌握人工智能的概念、了解人工智能关键技术、人工智能的发展阶段、了解人工智能的应用领域、了解典型 AI 平台。</p> <p>(5)掌握 Windows 的基本操作，文件管理功能，系统的设置，熟悉计算机网络的概念、构成和分类，掌握 IE 浏览器的使用和收发电子邮件。</p> <p>(6)熟悉 Word 的功能和窗口界面，掌握 Word 字处理软件的基本操作、排版、制表及表格处理、绘图及图文混排、邮件合并、打印 Word 文档。</p> <p>(7)熟悉 Excel 的功能和窗口界面，掌握 Excel 的基本操作、公式和函数、工作表的格式化、图表的建立以及数据管理的使用。</p> <p>(8)熟悉 PowerPoint 的功能和窗口界面，掌握 PowerPoint 的基本操作、演示文稿的格式化和可视化演示技术、打印演示文稿。</p> <p>能力目标：</p> <p>(1)掌握 Windows 的基本操作及系统的设置、IE 浏览器的使用和收发电子邮件。</p> <p>(2)掌握 Word 字处理软件的功能及使用技术。</p> <p>(3)掌握 Excel 电子表格处理软件的功能及使用技术。</p> <p>(4)掌握 PowerPoint 演示文稿的功能及使用技术。</p> <p>(5)具备较强的信息安全意识与防护能力，能有效维护信息活动中个人、他人的合法权益和公共信息安全的能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程的主要内容包括计算机基础知识、操作系统应用、文字处理、电子表格处理、演示文稿制作、计算机网络及应用、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任。</p>
<p>教学要求</p>	<p>教学方法与手段：落实立德树人根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在纷繁复杂的信息社会环境中能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。建议在实训室开展理实一体化教学，着重培养信息技术实际操作能力；采用项目驱动、案例（任务）驱动、讲练结合等教学方法，提升课堂教学效率；利用《信息技术》在线课程资源，采用线上线下混合式教学模式，拓宽教学时空。重点培养学生信息技术实际操作能力，理解数字化学习环境、数字化资源和工具、信息系统的特点，能熟练使用各种软件工具、信息系统对信息进行加工、处理和展示交流，促进学生信息技术技能与专业能力融合发展奠定基础；注重提升学生应用信息技术解决问题的综合能力，培养创新意识，使学生能将信息技术创新应用于日常生活、学习和工作中。</p> <p>教材：重点选用国家规划、国家级优秀、省级优秀等高质量教材，要能体现先进职业教育教学理念和现代信息技术发展趋势，注重以真实项目、典型案例等为载体组织教学单元，突出理论和实践相统一，编排科学合理、梯度明晰，图文表并茂，生动活泼形式新颖。</p> <p>教学考核与评价：本课程实行过程性考核和终结性考核相结合、理论与实践相结合的考核评价方式；过程性考核成绩占 30%，终结性考</p>

核成绩占 70%；终结性考核分为理论考核（30%）和实践考核（40%）。

(2) 《党史国史》

课程代码	G1000005	课程性质	选修
开设学期	第 2 学期	总学时	16 学时(周 3 学时, 开 6 周)
理论学时	12 学时	实践学时	4 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:</p> <p>(1) 深刻认识红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易, 深刻认识和理解马克思主义为什么行、中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好, 做到知史爱党、知史爱国, 坚定永远跟党走理想信念;</p> <p>(2) 牢记党的初心和使命, 深刻领悟和自觉践行中国共产党的伟大建党精神, 增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”, 增强思想政治觉悟, 提高思想政治素质;</p> <p>(3) 厚植爱国主义情怀, 把爱国情、强国志、报国行自觉融入到坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中, 勇担民族复兴的时代重任。</p> <p>知识目标:</p> <p>(1) 了解中国共产党党史、新中国史的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物;</p> <p>(2) 了解中国共产党领导人民进行艰苦卓绝的斗争历程和我们党的光荣传统、宝贵经验、历史成就;</p> <p>(3) 了解实现中华民族伟大复兴的历史进程和发展成就;</p> <p>(4) 全面了解和把握中国共产党的建党精神和精神谱系。</p> <p>能力目标:</p> <p>(1) 增强理论思维能力, 正确把握党的历史发展的主题和主线、主流和本质;</p> <p>(2) 提高运用马克思主义辩证唯物史观分析和解决问题的能力;</p> <p>(3) 增强建设社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴的学习本领和实践能力。</p>		
	<p>课程内容</p> <p>本课程主要包括党史和国史教育, 全面阐述中国共产党领导中国人民在新民主主义革命时期完成的救国大业、在社会主义革命和社会主义建设时期完成的兴国大业、在改革开放和社会主义现代化建设新时期推进的富国大业、在中国特色社会主义新时代推进并将在本世纪中叶实现的强国大业; 深刻阐释红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易; 引导学生知史爱党、知史爱国, 自觉肩负时代发展重任, 积极投身全面建成社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大实践。</p>		
教学要求	<p>(1) 教师应具有深厚的党史国史知识储备, 宽广的历史视野和较为丰厚的马克思主义理论功底, 遵守高校教师职业道德规范;</p>		

	<p>(2) 综合运用多种教学方法, 如理论灌输式教学、启发式教学、问题和任务驱动式教学、小组讨论式教学、案例式教学等, 引导学生自主性和研究性学习;</p> <p>(3) 本课程实行过程性和终结性相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 30%, 终结性考核成绩占 70%;</p> <p>(4) 本课程采用中共中央党校出版社出版的《中共党史简明教程(大学生版)》教材</p>
--	---

(3) 《大学语文》

课程代码	G2000006	课程性质	选修
开设学期	第 2 学期	总学时	16 学时
理论学时	12 学时	实践学时	4 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标: 汲取作品中的智慧, 培养仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀; 弘扬爱国主义为核心的民族精神和自主创新为核心的时代精神, 树立正确的世界观、人生观、价值观; 提升学生的人文素养和职业素养, 增强高职学生的文化底蕴, 促进高职学生未来的职业发展。</p> <p>知识目标: 熟悉古今中外的名家名作, 了解文化的多样性、丰富性; 了解诗歌、散文、小说、戏剧等文学体裁的特点及发展简况; 了解中外文学发展基本概况。</p> <p>能力目标: 开阔学生的文学视野, 提高学生的理性思辨、审美与思维能力; 提高语言表达水平和应用写作技能, 能够正确地理解和运用祖国语言文字进行表达、交流和写作。</p>
课程内容	<p>本课程的主要内容包括文学作品鉴赏、口语沟通和常用应用文体的书写三个大的模块, 分为诗歌、散文、小说、戏剧、口语表达、写作技能六个教学单元。</p>
教学要求	<p>本课程结合学生的特性, 在教学方法的选择上, 采用线上与线下教学相结合的教学模式, 教学中采用了情境教学法、朗读法、问题导向法、探究法、小组讨论等方法, 有效激发学生学习的主动性、参与性与创造性。融合学生今后从业的职业特点, 增强学生社会责任感, 强调提升学生思想政治修养、人文素养、人文情怀, 弘扬和继承优秀传统文化, 加强对学生今后职业道德、职业技能提升能力的培养。</p> <p>本课程充分利用 MOOC 教学资源, 优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材, 新形态一体化教材。</p> <p>课程考核采取线上与线下相结合、过程评价与终结评价相结合的考核评价方式, 过程评价占总成绩 40% (含云课堂学习 10%+课堂活动 15%+作业 10%+课堂表现 5%), 终结评价占总成绩 60% (期末考试 60%), 注重过程性与学习性投入, 强调参与度评价权重, 促进自主性与协作式学习。</p>

(4) 《中国茶文化》

课程代码	GX000020	课程性质	选修
开设学期	第 2 学期	总学时	32 学时
理论学时	24 学时	实践学时	8 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格以及具备较强的人文素养;具备一定的审美、表演素养;具备平和、谦卑的处事心态;具有良好的沟通交流能力。</p> <p>知识目标:了解茶叶基础知识和中国茶文化发展演变及其精神的内涵;熟悉中国不同地区的茶俗,通过对有代表性的茶诗词的鉴赏掌握中国茶文化的美学意韵,提升文化素养。</p> <p>能力目标:能够掌握各类茶的评审和简单鉴赏技能,能够选配茗茶茶具和简单的茶艺表演;能够演示多种茶品的冲泡、调制、品尝技艺。</p>		
课程内容	<p>(1) 理论部分:中国茶文化概述、中国茶艺的基础知识、生活茶艺、茶艺操作流程等。</p> <p>(2) 实践部分:绿茶茶艺操作,红茶、白茶和黄茶茶艺操作,乌龙茶茶艺操作,黑茶茶艺操作,花茶茶艺操作,茶艺与人生。</p>		
教学要求	<p>本课程是公共选修课程;担任本课程的教师应该具备扎实的专业知识,能够理论联系实际,深入浅出的教学;教师可根据不同的教学内容采用项目教学、任务驱动、实际操作、模拟教学等教学方法培养学生的学习兴趣和陶冶文化素养;本课程考核评定方法为考查。过程考核占 40%,期末考核占 60%。</p>		

(5) 《高等数学》

课程代码	G3000025	课程性质	选修
开设学期	第 2 学期	总学时	16 学时
理论学时	12 学时	实践学时	4 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>高等数学是高职工科类专业的一门公共基础课,是培养学生自主学习和可持续发展能力的基本保障。</p> <p>素质目标:培养树立科学的世界观、人生观、价值观,养成良好的思想品德、社会公德和职业道德;培养学生形成独立思考、理论联系实际、实事求是的科学态度和优良作风,并养成良好的心理素质、较强的抗挫折能力和健康人格。</p> <p>知识目标:</p> <p>(1) 通过学习一元微积分,了解生产实践中优化问题的重要性。</p> <p>(2) 通过对矩阵的学习,了解矩阵的概念,掌握矩阵的各类算法、矩阵的初等行变换。</p>		

	<p>(3)通过对线性规划的学习，了解线性规划模型及解的概念，掌握图解法解含两个变量的线性规划问题。</p> <p>(4)通过对数理统计基础的学习，了解随机变量的概念，了解分布列、分布密度、分布函数，了解统计中的基本概念，掌握参数估计的基本方法、假设检验的基本方法、回归模型的方法。</p> <p>能力目标：</p> <p>(1)用数学思想、概念和方法处理生产实践中各类变量的能力；</p> <p>(2)把实际问题转化为数学模型的能力；</p> <p>(3)求解数学模型的能力；</p> <p>(4)培养数学思维能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>课程分为四个部分，第一部分讲述一元函数微积分，主要包括常用的数学函数、极限与连续、导数与微分、导数的应用、积分及其应用、常微分方程及其运用。第二部分讲述向量代数与空间解析几何，主要包括空间直角坐标系和向量的运算、空间解析几何及其运用，第三部分讲述矩阵代数及线性规划，主要包括行列式及矩阵的运算方法、线性规划的应用。第四部分讲述概率统计初步，主要包括概率论及数理统计的有关概念及运算。</p>
<p>教学要求</p>	<p>培养以应用为目的，以必须够用为度；以掌握概念，强化应用，培养技能为教学重点。高等数学的课堂教学主要是通过理论讲授方式进行。在讲授中主要采用项目教学法，结合专业特点，使学生认识到高等数学在本专业中的地位和重要性，明确学习这门课程的目的，逐步结合专业知识用数学方法去进行思考、分析问题和解决问题。</p> <p>在教学过程中让学生不仅仅是单纯接受掌握知识，而要激发学生的学习兴趣，培养自学的方法与能力，通过个别的应用案例提出相关的数学问题，引导学生进行思考，自己独立去寻找答案或进行小组集体讨论，在教师的参与下共同分析答案，从而提高学生的学习能力。</p> <p>要求教师在教学过程中，以“润物细无声”的方式将课程思政元素浸润于课堂中，使得学生在学习高等数学知识的同时，潜移默化地塑造三观，自觉成为符合社会主义中国发展要求，推动中华民族伟大复兴的新时代青年。充分利用MOOC教学资源，优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材，新形态一体化教材。</p> <p>本课程考核实行平时考核和期末考核相结合的考核评价方式，平时考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

(6)《马克思主义基本原理概论》

<p>课程代码</p>	<p>G1000006</p>	<p>课程性质</p>	<p>选修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第3学期</p>	<p>总学时</p>	<p>16学时(周2学时,开8周)</p>
<p>理论学时</p>	<p>16学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>0学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>1学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考查</p>
<p>课 程 描 述</p>			
<p>课程目标</p>	<p>素质目标：</p> <p>(1) 树立科学的马克思主义立场、观点。</p>		

	<p>(2) 掌握科学的方法论。 (3) 培养“以人为本”的人文精神。 (4) 坚定社会主义、共产主义必胜的信念。</p> <p>知识目标:</p> <p>(1) 掌握世界的物质性及其发展规律。 (2) 掌握唯物辩证法。 (3) 把握和认识运动的基本规律。 (4) 正确理解实践与认识、真理和价值的辩证关系。 (5) 把握社会化大生产和商品经济运动的一般规律,理解当代资本主义新变化的特点及其实质。 (6) 准确把握科学社会主义的基本原理及共产主义的基本特征,明确社会主义发展道路的多样性、艰巨性、长期性以及实现共产主义的必然性。</p> <p>能力目标:</p> <p>(1) 增强运用唯物辩证法分析问题和解决问题的理论思维能力。 (2) 能够运用历史唯物主义正确认识历史和现实问题,增强正确认识社会发展规律的自觉性和能力。 (3) 能正确认识和评判当代资本主义存在和发展过程中出现的各种现象或问题。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程全面阐述马克思主义理论基本原理,深入阐释马克思主义的科学性、革命性和阶级性;深刻阐释马克思主义是无产阶级的科学世界观和方法论,是无产阶级认识世界、改造世界强大的思想武器,必须始终坚持和发展马克思主义;掌握马克思主义立场、观点、方法,增强对人类社会发​​展规律、特别是中国特色社会主义发展规律的认识和把握能力,树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想。</p>
<p>教学要求</p>	<p>(1) 教师应具有坚定的政治立场,较高的马克思主义理论功底,遵守高校教师职业道德规范; (2) 综合运用多种教学方法,如说理式教学、理论灌输式教学、启发式教学、问题和任务驱动式教学、小组讨论式教学、案例式教学等,引导学生自主性和研究性学习; (3) 充分利用各种技术平台,如职教云慕课学院的在线课程等,实现线上线下教学相结合,增强教学实效; (4) 实行过程性和终结性相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,终结性考核成绩占 70%; (5) 本课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《马克思主义基本原理概论》(2021 版)教材(高等教育出版社)。</p>

(7) 《应用写作》

课程代码	G2000008	课程性质	选修
开设学期	第 2 学期	总学时	32 学时
理论学时	16 学时	实践学时	16 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查

课程描述	
课程目标	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生良好的职业道德素质和社会适应力；通过学习小组的项目训练，培养学生的公平竞争、团队合作精神；通过师生、生生之间的主体间交往，培养学生的独立开拓思维和人文关怀素质。</p> <p>知识目标：了解不同种文书的基本概念、特点、类别和作用，领会写作要求；掌握不同种文书的体式和处理程序；了解同一模块中不同文种的区别。</p> <p>能力目标：通过阅读例文和瑕疵文案分析，掌握常用文种的写作方法和写作技巧；提高文字表达、应用写作能力，能书写作格式正确、语言规范的应用文书。</p>
课程内容	<p>教学内容包括求职信、请示、报告、计划、总结、起诉状、合同、学术论文等各种不同场景下的应用文书写作格式和技巧，分为日常应用文书、礼仪文书、行政公文、事务文书、新闻文书、法律文书、经济文书、科教文书八个教学单元。</p>
教学要求	<p>应用文写作课程是一门注重动手能力培养，注重应用的课程。一要注重写作思维训练。整个教学中注重贯穿一条对学生进行写作思维方式训练和强化的主线，而不是流于一般的枯燥、机械的写作知识和方法的传授。二是注重利用多媒体进行教学。提高授课的生动性，增大授课信息量，展示同学们的学习效果，激发学习热情。三要注重课堂内和课堂外的结合。注重课堂理论教学，又注重学生在课外的实际学习训练。四要注重延伸和扩展教与学空间。学生可以通过应用文写作课程网上教学平台，自主进行学习和训练，有效地延伸和拓展教与学的时间和空间。充分利用MOOC教学资源，优先选用国家规划教材或国家级优秀教材、省级优秀教材，新形态一体化教材。</p> <p>教学评价：本课程为考查课，平时成绩占40%，期末成绩占60%，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。</p>

(8) 《中华优秀传统文化》

课程代码	G3000021	课程性质	选修
开设学期	第4学期	总学时	32学时
理论学时	26学时	实践学时	6学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课程描述			
课程目标	<p>素质目标：培养学生对中国传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；开阔学生视野，提高文化素养，不断丰富学生的精神世界；培养学生吸取中国传统文化精髓，学会处理人与人、人与社会之间的关系；培养学生爱国主义感情、社会主义道德品质，逐步形成积极的人生态度和正确的价值观。</p> <p>知识目标：熟知并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面文化精髓；熟知中国传统道德规范和传统美德；熟知中国古代科学、技术、艺术等文化成果；熟知中</p>		

	<p>国传统服饰、饮食、民居、婚丧嫁娶、节庆等文化特点及习俗。</p> <p>能力目标:能诵读传统文化中的名篇佳句,吸收传统文化的智慧,能感悟传统文化的精神内涵,能掌握学习传统文化的科学方法,养成学习传统文化的良好习惯,能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。</p>
课程内容	<p>本课程内容包括中国传统文化的发展历程、中国传统教育、中国传统文学艺术、中国传统科学技术等。</p>
教学要求	<p>本课程通过专题的形式来进行教学,通过理解中国传统文化发展的历程来学习和发扬中国传统文化,增强民族自豪感,厚植爱国主义情怀。注意吸收最近学界研究成果,师生互相讨论,培养学生的文化判断能力和鉴别能力,帮助他们掌握分析问题的方法,从而为新时代的文化强国战略贡献力量。</p> <p>教学资源:智慧职教《中国传统文化》 https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=kjdlaf_so3afmq3dkft9vca</p> <p>本课程考核方式为考查,学生平时必须按时到课,积极参与教学活动,综合学生平时到课率、课堂参与情况作为过程性考核占 60%,期末成绩占 40%。</p>

(二) 专业课程描述

1. 专业基础课描述

(1) 《管理学基础》

课程代码	ZX273305	课程性质	必修
开设学期	2 学分	总学时	48 学时
理论学时	第 1 学期	实践学时	12 学时
课程学分	36 学时	考核方式	考试
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成具有积极向上的心理素质;具备端正、热情、耐心的态度;具有严谨、细致、高效的工作作风;具备认真、诚信、公义的责任感;具有热爱美、追求美、崇尚美的思想品格。</p> <p>知识目标:了解管理学的流程、内容;掌握管理学的内容、方法和技巧;掌握管理学的要点和技巧。</p> <p>能力目标:掌握管理学基本原理、工具和方法,树立现代管理的思想观念,培养具有管理者的能力,懂得运用管理学的基本原理、工具、方法和过程进行管理实践,为后续专业课程的学习和成为一名“运营基层管理人”打好基础。</p>		
课程内容	<p>本课程主要讲述管理学概论(概念、原理、决策、组织文化等)、管理学的发展史及主流的理论 and 代表性观点,管理的四大基本职能(计划、组织、领导和控制)等内容,理论性与实践性较强的专业基础课程。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持</p>		

	<p>“教学做”合一；要充分利用媒体、网络等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以调动学生的积极性为核心，由以教师为中心转为以学生为中心。以激励学生学习管理系统识别、管理思想、计划与决策、组织与人事、领导与沟通、控制与评价；计划书的编制、组织的设计、人员配备、激励计划制定、团队建设、控制计划的程序和基本方法等内容。从以教师教为主转变为以学生学为主；从以学生听为主转变为以学生以练为主，积极采用参与式、互动式、体验式等的现代教学方式方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>
--	---

(2) 《市场营销基础》

课程代码	Z2736008	课程性质	必修
开设学期	第 1 学期	总学时	66 学时
理论学时	44 学时	实践学时	22 学时
课程学分	4 学分	考核方式	考试

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质；拥有健康的心理和积极的生活态度，勇于奋斗，诚实守信，乐观向上，具有独立思考、自我学习和自我管理能力和职业生涯规划的意识等。</p> <p>知识目标:掌握营销基本概念、了解现代营销观念及创新营销理论；了解企业战略计划，掌握营销管理的内容；掌握营销环境分析的内容与方法；掌握市场营销调研的内容与方法；掌握消费者市场、组织市场行为分析的方法；掌握市场细分、目标市场选择、市场定位的内容和方法，熟悉竞争者识别与竞争策略选择的方法；掌握产品策略决策、品牌与包装策略决策、价格策略决策、渠道策略决策、促销策略决策的内容和方法；掌握企业营销计划、组织、执行及执行的内容和方法。</p> <p>能力目标:掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，提高学生情商和自我心理调适能力，提高自主学习的钻研精神，主动发现问题、分析问题、解决问题的商务素质，培养创新意识、开拓意识、竞争意识和团队协作精神，提升学生创新创业能力，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。</p>
课程内容	<p>本课程主要包括企业营销战略规划、市场营销环境分析、市场营销调研、市场购买行为分析、目标市场营销战略决策、竞争性营销策略决策、营销 4Ps 组合策略应用以及营销计划、组织、执行与控制等营</p>

	销过程的教学内容。通过课程的学习，让学生能够正确认知企业市场营销管理的基本原理和知识，掌握在以互联网为代表的现代信息技术环境下，企业营销过程中的实践活动应用的基本技能，打造符合新时代中国特色社会主义经济建设需要的高素质技术人才。
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学鮮活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

(3) 《统计学基础》

课程代码	Z2736003	课程性质	必修
开设学期	第 1 学期	总学时	48 学时
理论学时	36 学时	实践学时	12 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备良好的工作态度，有较强的责任心；具有良好的市场营销专业素养和开阔的国际视野；有较强的创新能力和知识更新能力。</p> <p>知识目标:掌握统计学的基本思想、基本原理和基本方法，能综合运用各种统计学方法以及计算机处理技术，收集、整理、分析、预测与市场营销有关的信息，为学习《市场调查与预测》课程奠定基础。</p> <p>能力目标:具有统计调查方案设计的能力，具有统计计算和数据分析能力，具有经济现象中变量之间的相关分析和回归分析能力、时间序列分析和预测能力、变量变动的指数及其因素分析能力。</p>		
课程内容	<p>本课程主要讲述统计的科学涵义和统计与统计科学发展的概况，统计学的学科性质、方法体系，统计学的基本概念。</p> <p>统计调查的种类，统计调查方案的内容。</p> <p>统计整理的基本概念、统计分组、次数分布、统计表与统计图。总量指标、相对指标、平均指标标志变异指标</p> <p>统计抽样的意义和作用、统计抽样误差、统计抽样的区间估计、假设检验、方差分析 Excel 的应用。统计相关的概念、简单线性相关、一元线性回归分析。</p> <p>时间数列的概念与种类、动态分析指标、时间数列的长期趋势分析</p>		

	指数的概念和种类、综合指数、平均数指数和总平均数指数。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。在加强课堂教学中基本理论和方法的学习同时，应加强教学的实践和实习环节，采用项目教学法，在工作任务引领下，灵活运用各种教学方法开展教学。加强与市场营销相关的实用性内容的实训，要求学生做学结合、边学边做，以培养学生分析和解决统计问题的实际操作能力，适应市场营销专业实际运用的需要。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

(4) 《商业经济基础》

课程代码	Z2736017	课程性质	必修
开设学期	第 2 学期	总学时	48 学时
理论学时	24 学时	实践学时	24 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养培养对商务问题的敏锐洞察力。培养勇于创新 and 展现自我的意识。培养透过现象看本质的意识。</p> <p>知识目标:掌握理解商业经济学的基本理论框架、产品相关的法律法规、营销活动过程法律法规、营销渠道法律法规等等基本法律知识。</p> <p>能力目标:具备分析商业经济现象的能力和将理论知识应用到社会实践中的能力。</p>		
课程内容	<p>本课程主要包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学研究家庭、厂商和市场合理配置经济资源的科学以单个经济单位的经济行为为对象，以资源的合理配置为解决的主要问题，以价格理论为中心理论：以价格分析为方法，其基本假定是市场出清、完全理性、充分信息。宏观经济研究国民经济的整体运行中充分利用经济资源的科学，以国民经济整体的运行为对象，以资源的充分利用为解决的主要问题，以收入理论为中心理论，以总量分析为方法，其基本假定为市场失灵、政府有效。西方经济学研究的内容是现代市场经济的运行规律与基本问题，具有理论性强、实用性强、学术观点多、内容变动快等特点。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。要充分利用教学平台和优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，采用“基本理论应用场</p>		

	<p>景析反思”的教学方法，以营销活动价值链为主线，构建4个学习情境，以便于学生在掌握市场营销相关法律法规的基本理论的基础上结合应用场景、剖析反思。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>
--	--

(5) 《经济学基础》

课程代码	ZX273603	课程性质	必修
开设学期	第3学期	总学时	48学时
理论学时	30学时	实践学时	18学时
课程学分	3学分	考核方式	考试

课程学分

课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质等。</p> <p>知识目标:了解经济学观念的演变；具备应职岗位所必要的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力，为相关的经济管理类课程的学习和将来卓有成效地开展经济调研工作打下良好的基础。</p> <p>能力目标:能进行企业的经济行为活动，并以价格理论为中心分析数据，与此同时，注意渗透政治思想教育，逐步培养学生的辩证思维和数理逻辑思维能力，经济问题与现象的实证分析能力，加强学生职业道德意识培养。</p>
课程内容	<p>本课程主要包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学研究家庭、厂商和市场合理配置经济资源的科学以单个经济单位的行为为对象，以资源的合理配置为解决的主要问题，以价格理论为中心理论；以价格分析为方法，其基本假定是市场出清、完全理性、充分信息。宏观经济研究国民经济的整体运行中充分利用经济资源的科学，以国民经济整体的运行为对象，以资源的充分利用为解决的主要问题，以收入理论为中心理论，以总量分析为方法，其基本假定为市场失灵、政府有效。西方经济学研究的内容是现代市场经济的运行规律与基本问题，具有理论性强、实用性强、学术观点多、内容变动快等特点。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，将抽象的问题具体化、形象化将理论分析与应用相结合，通过实际应用，培养学生的创新意识，提高学生的学习兴趣和乐趣，将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习，让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考和自主创新能力，教学中始终坚持启发式教学原则，通过各种不同的方式来激发学生主动思维，发现问题，提出</p>

	问题，并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	--

(6) 《大数据与财务管理》

课程代码	Z2736005	课程性质	必修
开设学期	第 3 学期	总学时	48 学时
理论学时	36 学时	实践学时	12 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备认真、诚信、公义的责任感；具备一定的财务管理意识和实践意识；具有较高的职业素养。</p> <p>知识目标:了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉财务管理意识的修养，养成学生遵从财务管理的行为；掌握财务管理的基础知识、相关理论知识。做好市场营销财务管理工作的必备知识，也是学生将来从事营销等方向工作的基础。</p> <p>能力目标:了解财务管理在整个企业管理中的重要地位，理解和掌握财务管理的基本理论、基本知识、基本技能能力，并能将其应用于企业管理的实践活动，以便在实际工作中能有效地处理和解决各种财务管理、分析、决策等问题；</p>
主要内容	<p>财务管理目标、资金时间价值和风险、筹资管理、投资管理、营运资金管理、项目管理、收益与分配管理。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教学要在掌握理论知识的基础上，重视职业技能训练，使学生在校内完成专业岗位的模拟训练。在教学方式上，注重营造职业氛围，教师根据教学要求营造和布置工作情景，然后组织学生进行课题模拟，争取真实的职业体验和职业道德教育，真正做到学中做、做中学，提高学生的岗位认识。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核分为知识、技能和素质考核三部分，实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

(7) 《商品学基础》

课程代码	Z2736004	课程性质	必修
开设学期	第3学期	总学时	54学时
理论学时	40学时	实践学时	14学时
课程学分	3学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队合作精神和合作交流意识,以及具有热爱祖国的情怀和强烈的民族自豪感;具有正确的审美观和良好的</p> <p>知识目标:具有热爱中国民族文化的品质;积极培养学生的创新精神、实践能力和社会责任感,促进学生全面发展。</p> <p>知识目标:了解它是研究商品使用价值的决定和使用价值实现规律的应用性技术科学。</p> <p>能力目标:通过本课程的学习,使学生能较系统获得商品使用价值的基本知识,学会如何评价商品的质量。同时从理论上掌握研究商品使用价值的方法和途径,为其毕业后根据工作需要进一步研究。</p>		
课程内容	<p>本课程的主要教学内容,都是围绕商品质量进行的。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术,依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段,利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。向学生介绍商品的基础知识,明确商品学研究的对象和内容,希望学生了解商品的成分、性质、分类和质量要求,熟悉商品的分类方法掌握主要商品的检验的基本知识、商品标准的内容和使用,懂得商品的安全运输储存,做好商品养护工作。学生通过学习和一定的实际操作,基本上能具有一个业务员的实际操作能力、经营管理能力和其它相关能力。</p>		
教学要求	<p>本课程具有较强的应用性,要求将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持“教学做”合一;在教学中要求理论联系实际,要求学生结合使用商品购物实践,提高对商品质量的鉴别能力。培养和提高学生分析问题和解决问题的能力,为学好专业课及今后从事贸易工作,进步研究和掌握商品使用价值奠定基础。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等(如高等教育出版社)的高职规划教材,并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占30%,终结性考核成绩占70%。</p>		

(8)《中华商业文化》

课程代码	Z2736007	课程性质	必修
开设学期	第4学期	总学时	32学时
理论学时	16学时	实践学时	16学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课 程 描 述			

<p>课程目标</p>	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及具有热爱祖国的情怀和强烈的民族自豪感;具有正确的审美观和良好的</p> <p>知识目标:具有热爱中国民族文化的品质;积极培养学生的创新精神、实践能力和社会责任感,促进学生全面发展。</p> <p>能力目标:通过本课程的学习,使学生能较系统了解商业文化的各项功能。能够发掘商品的文化内涵,弘扬优秀的商品文化。能够归纳与总结出商品市场发展的特点。能够深刻领会诚实守信对经商的重要性。能够深刻体会义利文化对经商的重要性。能够在日常的学习与生活中做到勤劳节俭。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程主要以职业能力培养为重点,与行业密切可联系进行基于工作过程的课程开发与设计,充分体现职业性,实践性和开放性的要求。设计围绕以提高学生的商务契约精神、提高学生对商业文化内涵的认识、培养学生的社会责任感为宗旨,将社会主义核心价值观、民族精神、时代精神等有机地融入教材中,将知识、技能的学习和思政教育完美融合在一起。通过重构课程教学,培养学生的专业能力、方法能力和社会能力,从而始终提高学生的就业竞争能力。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程遵循“立德树人,教师引导,学生为主”的原则,采用讲解、多媒体演示、场景模拟法、案例分析讨论、翻转课堂等多种方法,努力为学生创设更多知识应用的机会。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等(如高等教育出版社)的高职规划教材,并配套开发文本资源、数字资源、教学设备资源和特色资源等课程资源。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占30%,终结性考核成绩占70%。</p>

2. 专业核心课程描述

(1) 《数字营销》

<p>课程代码</p>	<p>Z2736018</p>	<p>课程性质</p>	<p>必修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第1学期</p>	<p>总学时</p>	<p>48学时</p>
<p>理论学时</p>	<p>24学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>24学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>4学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考试</p>
<p>课 程 描 述</p>			
<p>课程目标</p>	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及不断创新的精神和爱岗敬业的精神。</p> <p>知识目标:掌握使用App、小程序、第三方数据分析工具、短视频、直播、音频平台、通信软件、社交媒体、搜索引擎。合理使用数字营销平台进行营销,可以维系并壮大客户群体,为企业实现增值提供有利条件,有利于市场经济的不断完善。了解数字营销的基本知识,掌握App营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销的基本知识和相关的营销方法。</p>		

	<p>能力目标:掌握营销法则；熟练掌握数据分析方法；熟练使用各个常用的数字营销平台，根据平台的特征和功能来进行营销；掌握短视频脚本撰写、拍摄、剪辑、运营，直播策划等能力。</p>
课程内容	<p>本课程作为数字经济时代新营销的重要形式，数字营销已经成为“互联网+”变革的重要方向和企业竞争的热点，是当前企业追求高增长的必然选择。本课程紧跟时代发展的潮流，采用项目任务式的教学方式，深度诠释了数字营销的常见渠道和策略。本课程共分为7个项目，分别为数字营销概述、App营销、小程序营销、新媒体营销、社交营销、搜索引擎营销和推荐引擎营销，引领学生全面了解数字营销，并提升数字营销的能力。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据、虚拟仿真等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

(2)《消费者心理与行为分析》

课程代码	Z2736009	课程性质	必修
开设学期	第2学期	总学时	48学时
理论学时	30学时	实践学时	18学时
课程学分	3学分	考核方式	考试
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成具有“以客户为本、一切为了客户”的责任意识，较强的质量意识、环保意识、互联网意识、法律法规意识、危机意识、创新意识；培养理性消费、可持续性消费的正确理念；培养学生养成吃苦耐劳、耐心细致、严谨踏实的工作作风，较强的问题思辨能力、环境适应能力，换位思考意识，有较强的集体意识和团队沟通和合作意识，具备良好的职业道德。</p> <p>知识目标:掌握消费者在消费过程中的心理及行为的基本原理和知识，掌握互联网时代下消费者心理变迁、消费者心理活动过程、个性心理特征、购买决策过程，掌握消费群体、营销组合因素、环境因素等对消费者行为的影响。在互联网发展、消费升级大背景下，引导和培养学生正确的价值观、是非观和消费观，了解中华诚信为本的从商之道，提高学生情商和自我心理调适能力。</p> <p>能力目标:培养学生直面行业发展，进而努力完善自我的基本素质，提高自主学习的钻研精神，主动发现问题、分析问题、解决问题的商务素质，培养创新意识、开拓意识、竞争意识和团队协作精神，</p>		

	提升学生创新创业能力。
课程内容	本课程强调理论与实践的高度融合，要求学生掌握消费者行为分析的基本框架：消费者购买决策过程（包括消费者对问题的认识、信息搜集、评价与选择、购买和售后行为）；影响和决定消费者行为的个人与心理因素（包括消费者的知觉、注意、学习与记忆态度、需要与动机、个性、自我概念与生活方式）；影响消费者行为的外部因素（包括文化、社会阶层、社会群体、家庭和情境因素）。在此基础上对各种消费者行为表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价，使学生充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，并通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合、半工半读、市场调查等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用优秀出版社出版的高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

(3) 《商务礼仪与沟通》

课程代码	Z2736019	课程性质	必修
开设学期	第 3 学期	总学时	48 学时
理论学时	24 学时	实践学时	24 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；拥有健康的心理和积极的生活态度，勇于奋斗，诚实守信，乐观向上，具有独立思考、自我学习和自我管理、职业生涯规划的意识等。</p> <p>知识目标:熟悉商务人员个人形象礼仪要素；熟悉商务礼仪的基本原则和国际惯例；掌握电话、电子邮件等非会面礼仪规范；掌握称呼、问候、握手、名片等会面礼仪规范；熟悉商务宴请之中、西餐礼仪。掌握庆典、签约、新闻发布会等典型商务仪式各环节礼仪规范要求。</p> <p>能力目标:掌握能通过合理的着装、化妆、表情、站坐行蹲手势等</p>		

	体现良好的个人修养，塑造良好的个人职业形象；能正确使用电话、电子邮件等进行非会面人际交往；能正确使用称呼、问候、握手、名片等礼仪进行人际交往；能进行商务会议、商务仪式的策划与组织、实施；能合理安排、组织与实施商务宴请；能正确使用涉外商务礼仪进行商务交往。
课程内容	本课程主要包括学生了解商务沟通的含义，范围和意义、理解通信中例行，说服和负面讯息在商务沟通中的作用和掌握人际沟通中，书面，口头，行为沟通的技能；具备在商务沟通中，运用书面语言，口语陈述，规划报告，管理数据，就业沟通的能力；支撑人才培养规格中“运用英语专业知识发现、分析、解决问题的能力，以及创造性思维和科学研究的能力”要求的实现。
教学要求	本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

(4) 《商务数据分析与应用》

课程代码	Z2736001	课程性质	必修
开设学期	第 3 学期	总学时	48 学时
理论学时	30 学时	实践学时	18 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具备“精益求精、追求完美”的工匠品质。</p> <p>知识目标:掌握商务数据地应用与分析方法；从商务数据地知识入手，掌握商务数据地分析方法，同时，针对网店运营地各个环节，对用户画像，市场行情，店铺运营，营销推广等方面可以熟练分析，加强对知识地理解与运用针对网店运营地现状分析存在地问题，根据数据分析地结果提出改善性对策。</p> <p>能力目标:要求学生掌握商务数据分析的应用领域，驾驭数据数量解析分析的基本方法：要求学生驾驭时间序列分析、数据挖掘、线性优化、整数优化、MonteCrlo 模拟、决策分析基本原理，应能将其应用于解决实际问题；要求学生了解 Excel 软件进行商务数量解析的运</p>		

	用方法，了解 Excel 插件 Analytics SolverPlatform 和 XLMiner 的运用，来计算商务数量解析中的问题；要求学生多人合作能够对来自各个领域的数据进行综合分析，给出详实的分析报告。
课程内容	本课程系统地阐述了在电子商务领域如何进行商务数据地分析与应用，主要内容包含商务数据分析与应用概述，商务数据分析工具与应用，商务数据可视化，消费者行为分析——用户画像，市场行情数据分析，店铺运营数据分析与营销推广数据分析等。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过多媒体、网络、视频、动画、图片等教学资源组织学生学学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。

(5) 《智能客户服务实务》

课程代码	Z2736015	课程性质	必修
开设学期	第 3 期	总学时	48 学时
理论学时	30 学时	实践学时	18 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的客户服务意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行礼仪的品质；对学生的服务理念、客户服务执行技能的训练与养成起着关键作用。</p> <p>知识目标:掌握客户服务的基础知识，熟悉完整的客户服务工作流程、技巧与方法，提升客户服务理念与技巧；能熟练运用标准的客户服务语言与商务礼仪，与客户进行良好沟通；具备良好的电话沟通能力；能通过电话、网络等方式对售后服务过程进行监督，保证售后服务质量；能及时受理客户投诉，有效解决客户投诉问题；能做好客户回访、接待、提案等客户关系维护工作，确保客户满意度。</p> <p>能力目标:培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。更要获得内化的职业能力在今后变动的职业生涯中有能力不断</p>		

	获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。
课程内容	本课程从服务意识渗透入手，将客服专员等一线操作岗位的技能训练，以及客服主管等基层运营管理岗位的能力提升，与客户服务理论知识紧密关联在一起，设计了客户服务的基础知识、前台操作以及后台运营管理三部分内容，包括提升客户服务技能的学习、沟通技巧、呼入业务处理技能、呼出业务处理技能、组织管理、质量管理以及信息管理等，帮助学生掌握呼入、呼出业务的处理技巧，提升客服产品开发、客户信息管理等运营管理能力。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，采取项目导向、任务驱动的教学方法，创设学习情境，通过任务布置、计划过程、实施过程、控制过程、评价过程5个教学环节，激发学生的思维。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

(6) 《服务营销》

课程代码	Z2736006	课程性质	必修
开设学期	第3学期	总学时	48学时
理论学时	30学时	实践学时	18学时
课程学分	3学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的营销服务意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的营销服务的品质和团队协作精神。</p> <p>知识目标:了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉服务营销意识的修养，养成学生遵从服务营销的行为；掌握服务营销的基础知识和相关理论知识。</p> <p>能力目标:能够运用该学科的知识解决服务营销工作中实际问题；掌握服务营销的基本内、有关概念、研究对象和研究范畴；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；了解服务消费行为特点，树立正确的服务营销理念；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；在理论学习的基础上，能够联系实际，为从事服务业营销活动或参与企业营销服务活动奠定基础。</p>		
主要内容	本课程内容主要由12个部分组成，内容分别为服务与服务市		

	场、服务消费行为、顾客期望与服务承诺、服务调研、服务策、有形展示与服务环节、服务质量等。
教学要求	<p>本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。要求学生课前阅读相关资料，鼓励独立思考和课堂积极发言、师生之间、学生之间的建设性讨论。要求教师必须具备扎实的管理学基础理论，能够熟练使用信息化教学手段，具备一定的企业服务营销工作经历。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级、省级优秀教材等高职规划教材、活页式及工作手册式教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

(7) 《品牌策划与推广》

课程代码	Z2736020	课程性质	必修
开设学期	第4期	总学时	48学时
理论学时	30学时	实践学时	18学时
课程学分	3学分	考核方式	考试

课程描述

课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成具有积极向上的心理素质；具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备认真、诚信、公义的责任感；具备一定的品牌管理意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行品牌管理的品质和具有团队协作精神。</p> <p>知识目标:了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉品牌管理意识的修养，养成学生遵从品牌管理的行为；掌握品牌管理的基础知识、相关理论知识。做好市场营销工作的必备知识，也是学生将来从事品牌管理品牌传播方向、品牌策划、品牌设计等方向工作的基础。</p> <p>能力目标:能够了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。</p>
课程内容	<p>该课程主要以品牌管理的全过程为主线构建课程内容，在了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。</p>
教学要求	<p>本课程在教学过程中将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；教师要充分利用媒体、网络、大数据等技</p>

	术, 依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段, 利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。注重培养学生树立文化自信, 增强学生的爱国主义情怀和民族自豪感, 坚定爱国信念。引导学生从实际出发, 实事求是, 树立把消费者需求放在第一位的营销理念, 兼顾经济效益和社会效益, 实现知行合一。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行, 原则上选用国家规划教材、国家级、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 30%, 终结性考核成绩占 70%。
--	---

(8) 《销售与管理》

课程代码	Z2736014	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	48 学时
理论学时	30 学时	实践学时	18 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人, 注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格, 培养团队精神和合作交流意识, 以及具有开拓创新销售管理的能力; 具有沟通协调能力; 具有一定的安全意识和质量意识; 具备吃苦耐劳、爱岗敬业的良好职业道德; 具有善于总结、力求上进的品质。</p> <p>知识目标:了解销售管理基础理论知识; 熟悉销售管理主要应用领域, 掌握销售管理主要应用方法。</p> <p>能力目标:熟悉销售经理的岗位要求, 培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力在教师的指导下, 围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务的学习。</p>		
课程内容	<p>本课程内容主要分十二部分: (1)了解销售职业, 认识销售、销售管理和销售伦理。(2)掌握销售过程, 认识销售准备, 理解关系销售, 会处理顾客异议。(3)能够进行销售规划与设计, 制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算。(4)掌握销售区域管理技能, 进行销售区域划分和设计、业务管理和销售网络成员。(5)能够进行销售组织建设, 设计销售组织、带领团队高效运作。(6)能够甄选销售人员、对其培训、以及设计相应的薪酬制度。(7)掌握销售人员的行为和动机、对其采取有效的激励措施, 并进行绩效考评。(8)能够进行销售货品管理, 掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理。(9)能够分析客户商业价值, 对客户进行信用管理(10)能够掌握销售服务管理, 提高服务质量。(11)能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估(12)能够把握销售管理的新趋势, 学会利用网络进行销售管理。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中, 将“立德树人”融入教学各环节, 以学生为主体, 坚持“教学做”合一; 教师要充分利用媒体、网络、大数据等技</p>		

	术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，培养学生的创新意识，提高学生的学习兴趣和乐趣，将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习，让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考和自主创新能力，教学中始终坚持启发式教学原则，通过各种不同的方式来激发学生的学习欲望，使学生积极参与到教师主导的学习活动中来，主动思维，发现问题，提出问题，并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	--

3. 专业拓展课描述

(2) 《广告理论与实务》

课程代码	Z2736012	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	64 学时
理论学时	40 学时	实践学时	24 学时
课程学分	4 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备市场意识和责任意识；具有不断创新的精神和爱岗敬业的精神；具有不畏艰辛、吃苦耐劳的品质等。</p> <p>知识目标:了解市场营销观念的演变；熟悉企业营销宏观和微观环境的构成要素，培养学生相应的方法能力、社会能力、相互沟通和团队协作的能力。</p> <p>能力目标:能熟练掌握广告实务的基本方法，分析、解释企业中常见的广告问题，独立进行广告调研和广告策划，撰写完整的广告策划方案。</p>		
课程内容	本课程教学内容包括广告基本概念、广告基本原理、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。通过本门课程的学习，使学生对广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握，能够进行一些基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写等工作。		
教学要求	本课程在教学过程中树立“以实践教学提升教学质量”的教学思路，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以广告调研与策划为逻辑主线，按照够用为度的原则，根据市场营销专业职业技能课的需要选取教学内容，让学生在学、实践的过程中自我建构知识、技能、态度和经验，并为学生可持续发展奠定良好的基础。全程贯穿广告，使得学生		

	在广告的顿悟中理解广告，理解广告的相关理论并能够自觉地将理论应用于实践，分析现实问题。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	--

(3) 《商务谈判》

课程代码	Z2736011	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	32 学时
理论学时	16 学时	实践学时	16 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成具有较强的团队意识和协作能力；具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p>知识目标:让学生正确认识商务谈判，树立现代商务谈判的观念，掌握商务谈判的流程和规律，熟悉常用的商务谈判技巧。</p> <p>能力目标:能够主动去观察和记录商务谈判的工作流程、工作内容、工作技巧；能够通过商务谈判，加深对理论知识的理解，熟悉商务谈判规范；能够运用一系列的谈判技巧和策略以取得经营活动的主动权，在市场竞争中处于优势地位。</p>		
课程内容	本课程主要研究企业如何在对外经营活动中，内容主要有：商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略及商务活动的相关礼仪。通过对商务谈判各环节的练习，使学生能够运用商务谈判的基本理论分析和解决商务谈判过程中出现的问题，提高学生商务谈判实践能力。		
教学要求	本课程在教学过程中，将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；本课程在教学过程中要创新商务谈判课堂理论教学模式，加强实训教学，激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。培养学生适应今后工作的能力。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。		

(5) 《推销实务》

课程代码	Z2736013	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	64 学时
理论学时	40 学时	实践学时	24 学时

课程学分	4 学分	考核方式	考试
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及“用户需求”至上、平等诚信的意识;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;具有严谨、耐心细致的品质;具有应急应变的能力素质。</p> <p>知识目标:了解推销岗位的工作职责、要求以及基本的推销礼仪;熟悉推销岗位的工作流程、规范;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,掌握各种成交方法以及异议的处理。</p> <p>能力目标:按照“必需、够用”组织突出推销技能培养,使学生能熟练地进行推销员相关岗位操作与管理。学生能够进行寻找客户、接近客户、推销洽谈、客户异议处理、促成交易各环节实际操作。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>		
课程内容	<p>本课程主要以销售实际工作过程为主线构建课程内容,在了解推销基本礼仪,并对推销活动有初步体验认知的基础上,重点讲述推销活动的过程(寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、异议处理、推销成交)和推销管理等内容。</p>		
教学要求	<p>本课程在教学过程中,将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持“教学做”合一;教学内容选择与组织要紧贴推销员、推销管理等工作岗位要求,教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术,依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段,利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。重点培养学生的推销能力,人际沟通能力,语言表达能力,正确运用推销技巧解决实际营销问题的技能,以便能够适应现代企业对营销人才的需求。本课程在教学过程中要按照推销工作的过程,任务驱动、项目导向设计教学培养目标,确定教学模块,每一个模块主题都要求学生以企业的真实环境为实践背景,完成寻找顾客、推销接近、推销洽谈、异议处理、推销成交等实操训练。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上优先选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占30%,终结性考核成绩占70%。</p>		

(6)《市场调查与预测》

课程代码	Z2736010	课程性质	必修
开设学期	第3、4学期	总学时	64学时

理论学时	32 学时	实践学时	32 学时
课程学分	4 学分	考核方式	考试
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及具有较强的市场意识、营销意识和创新精神,具有较强的成本意识、风险意识;具有严谨、耐心细致的品质。</p> <p>知识目标:掌握市场调查与预测的基本理论和方法,能综合运用各种市场调查和预测方法以及计算机处理技术,收集、整理、分析、预测与市场营销有关的信息,为市场营销管理提供参考依据。</p> <p>能力目标:能够进行市场调研;能够分析和预测消费行为;可以将市场营销学、统计学、计算机应用等方面的知识系统化,提高知识整合与信息收集、加工、利用的能力。通过本课程的学习,可以提高学生发现问题、系统收集使用信息的能力,为今后从事市场营销相关活动奠定基础。</p>		
课程内容	本课程主要包括市场调研方案的设计、市场调研方法的选择、市场调研问卷的设计、抽样方案的设计、调查数据的处理与分析、市场预测的基本理论和市场调研报告的撰写。		
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持“教学做”合一;教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术,依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段,利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。以培养调研综合技能为主线,以“项目任务驱动式”建立教学内容体系,把调研业务知识与实践技能结合起来以设计教学内容体系。促进学生掌握市场调查与预测的专业技术培养学生较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力,以适应信息时代企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、工匠精神。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,终结性考核成绩占 70%。		

4. 综合实训课程描述

(1)《第二课堂社会实践活动》

课程代码		课程性质	必修
课程学分	2 学分		
课 程 描 述			
课程说明	本课程包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等,不占用总课时,记 2 学分,由学校团委负责认证。		

<p>课程目标</p>	<p>素质目标:通过社会实践活动,为学生树立起创新创业和服务社会的正确意识,把良好的职业习惯与个人学习发展、社会发展相结合,培养正确的价值观。</p> <p>知识目标:了解校园文化活动、各类竞赛活动,掌握创新创业、服务社会相关的法律法规和校纪校规,熟悉劳动精神与以及工匠精神的含义。</p> <p>能力目标:具备日常社会实践、劳动实践、创新创业实践和一定的校园文化活动、技能竞赛的能力,掌握服务社会的基本规范,具备从事志愿者服务的能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程包括寒暑假社会实践、劳动实践、创新创业实践、校园文化活动、各类竞赛活动、志愿者服务及其他社会公益等,通过实践活动,培养学生的劳动自立意识和主动服务他人、服务社会的情怀。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程为丰富大学生暑假生活,提高自身素质,积累社会经验而开设的一门综合实训课程;其教学场地可以是校园也可以是社会;教学方法是实践活动,考核评价以过程评价为主。</p>

(2)《ITMC 沙盘实训》

<p>课程代码</p>	<p>ZS273601</p>	<p>课程性质</p>	<p>必修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第 1 学期</p>	<p>总学时</p>	<p>60 学时</p>
<p>理论学时</p>	<p>0 学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>60 学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>2 学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考查</p>

课 程 描 述

<p>课程目标</p>	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生具有较强的团队意识和协作能力;具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神;具有成本意识、市场敏感性和营销意识和应变能力。</p> <p>知识目标:重在培养学生营销分析与决策能力,在动态环境中与竞争对手经营博弈。</p> <p>能力目标:培养学生分析市场信息、选择目标市场、制定广告策略、设计促销活动、采购与生产管理、控制现金流和资金预算等专业技能和实操能力通过学习和模拟企业运营,使学生具备分析和解决企业市场营销管理问题的能力,开拓创新思维、激发创业意识。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本课程根据企业经营流程及营销岗位能力分解,以认识营销沙盘、模拟训练准备、沙盘实战模拟、解密沙盘经营等为内容,选择模拟经营家有一定运营基础的制造型企业,完成三个会计年度的企业经营为完整的实训过程。</p>
<p>教学要求</p>	<p>运用角色扮演和岗位体验的教学方式,把学生分成多个小组,每组 4 人,每组模拟经营一家制造型企业,学生分别担当不同的角色,有总裁 CEO、营销总监 CSO、财务总监 CFO、运营总监 COO,完成 3 个会计年度的经营。由于各组学生决策不一样,每年的经营结果也就不一样,有的企业越做越好,有的企业可能面临破产,老师根据学生经营的结果,每年进行点评和分析。通过不同市场、不同时期的各种竞争策略的制定、调整、完善和实施,全面提升营销决策和管理能力。</p>

	本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
--	--

(3) 《市场营销专业专项职业技能训练》

课程代码	ZS273602	课程性质	必修
开设学期	第 4 学期	总学时	30 学时
理论学时	0 学时	实践学时	30 学时
课程学分	1 学分	考核方式	考查
课程学分			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神；具有成本意识、市场敏感性和营销意识；具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p>知识目标:强化营销技能销售岗位的工作要求；熟悉销售岗位的工作流程与工作规范；掌握销售岗位的工作方法与技巧。</p> <p>能力目标:让学生融会贯通所学市场营销基础知识，理论联系实际，采取阶段性课程实训形式，学生集中精力深入企业和市场进行调查，广泛查阅网络和文献资料，收集市场营销相关信息，对已经制定的产品营销计划进行全面梳理，修改完善，最终形成对企业有价值的产品营销计划书，强化营销技能培养。</p>		
	<p>本课程采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业将结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。本课程主要包括制定小组实训计划，市场营销宏观环境二手资料收集，市场营销微观环境中企业信息的实地调研、渠道信息、竞争信息、消费者信息实地调查，目标市场定位分析研究，4P 组合策略及新媒体促销活动设计，行动方案设计，财务预算和计划控制方法，产品营销计划书撰写要求，汇报 PPT 制作指导。</p>		
	<p>本课程采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业将结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。充分利用校企合作平台资源，采取任务驱动教学模式，实地调查任务包括企业调查，零售商、批发商调查，调查要收集产品营销计划中必须的信息、资料和数据。实训课的教学组织与管理方法，课堂安全教育、明确实习任务和要求，课外实践，采取组长负责制和任课教师现场督导方式，微信定位考勤，依据学生实地调查录音和现场照片为证要求学生实训中遵守学校纪律、具有求真务实精神，将培养学生专业技能与职业道德融为一体。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>		
课程内容			
教学要求			

(4) 《市场营销专业综合模拟实训》

课程代码	ZS273603	课程性质	必修
------	----------	------	----

开设学期	第 5 学期	总学时	60 学时
理论学时	0 学时	实践学时	60 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神;具有成本意识、市场敏感性和营销意识;具有较强的沟通能力和应变能力。</p> <p>知识目标:模拟销售岗位的工作要求;熟悉销售岗位的工作流程与工作规范;掌握销售岗位的工作方法与技巧。</p> <p>能力目标:能在老师的指导下进行分析市场、制定战略、产品开发、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中,对制造企业有一个全面的认知,培养诚信经营地品质,能够初步提升营销管理、财务管理、物流管理、团队协作等能力。</p>		
课程内容	<p>(1) 制造企业战略管理技能。从最初的战略制订到最后的战略目标达成分析,经过几年的模拟,经历迷茫、挫折、探索,学生将学会用战略的眼光看待企业的业务和经营,保证业务与战略的一致,(2) 企业营销技能。模拟企业几年中的市场竞争对抗,学生将学会如何分析市场、关注竞争对手、把握消费者需求、制订营销战略、定位目标市场,制订并有效实施销售计划,最终达成企业战略目标。(3) 制造企业采购、生产管理。在模拟中,把企业的采购管理、生产管理、质量管理统一纳入到生产管理领域,则新产品研发、物资采购、生产运作管理、品牌建设等一系列问题背后的一系列决策问题就自然地呈现在学生面前,它跨越了专业分隔、部门壁垒。(4) 财务管理知识及填写财务报表。在沙盘模拟过程中,团队成员将清晰掌握资产负债表、利润表的结构;掌握资本流转如何影响损益;解读企业经营的全局预估长短期资金需求,以最佳方式筹资,控制融资成本,提高资金使用效率;理解现金流对企业经营的影响。(5) 团队内部的组织协调。从岗位分工、职位定义、沟通协作、工作流程到绩效考评,沙盘模拟中每个团队经过初期组建、短暂磨合、逐渐形成团队默契,完全进入协作状态。(6) 数据挖掘、分析及综合运用技能。通过沙盘模拟,使学生真切地体会到构建企业信息系统的紧迫性,学会信息挖掘、分析及综合运用技能。</p>		
教学要求	<p>本课程是以制造企业经营运作流程为依据,分五阶段实施跟我学,跟我做,自己做,内部团队竞赛,总结分析。采取团队形式进行,一般分 6-8 个组,每个组 6 人左右,分别担任 CEO、CFO、CO、CLO、CMO 等角色,模拟经营六年,最后根据每个团队经营效益(权益)进行评价。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,终结性考核成绩占 70%。</p>		

(5) 《市场营销专业综合技能实训》

课程代码	ZS273604	课程性质	必修
开设学期	第 5 学期	总学时	60 学时

理论学时	0 学时	实践学时	60 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课程学分			
课程目标	素质目标: 积极融入课程育人,注重培养学生具有较强的服务意识和吃苦耐劳的职业精神;具有成本意识、市场敏感性和营销意识;具有较强的沟通能力和应变能力。		
	知识目标: 了解销售岗位的工作要求;熟悉销售岗位的工作流程与工作规范;掌握销售岗位的工作方法与技巧。		
	能力目标: 掌握新媒体营销的理论体系和分析框架,能结合企业产品特点,开展新媒体营销;掌握新媒体营销内容策划与制作、运营与推广的技能和技巧;培养学生互联网思维、流量思维、用户思维、社交思维、大数据思维,养成严谨、认真、坚持不懈的良好职业素养。		
课程内容	课程主要包括 4 个模块:新媒体平台目标人群分析与定位(账号、内容、用户定位)、内容策划与生产(内容策划、素材收集整理、短视频制作及优化)、内容发布及推广、引流与变现(短视频引流技巧、变现及商业模式类型)。		
教学要求	本课程为综合实训课,依托校企合作中真实的新媒体项目采用“项目驱动,任务导向”的教学模式。以短视频运营与推广核心实践活动为基线,按照工作岗位要求,进行目标市场分析及定位、内容策划与生产、短视频发布与推广、引流变现等一系列操作,使学生建立短视频营销的方法体系(分析框架),深化短视频营销的业务体验。学生在“做中学”、“学中做”,提高学生学习的积极性和主动性。同时在整个实训过程中,企业导师、班级导师“双管齐下”理论与实践能力同步提升,为学生的专业技能打下基础。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,终结性考核成绩占 70%。		

(6) 《毕业设计》

课程代码	ZS273605	课程性质	必修
开设学期	第 5 期	总学时	60 学时
理论学时	0 学时	实践学时	60 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	素质目标: 具有较强的团队意识和协作能力;具有较强的学习能力、吃苦耐劳精神;具备热爱市场营销行业的品格;具备吃苦耐劳的品质;具备爱岗敬业的品质;具备较强的创新意识;具有较强的服务意识;具有市场敏感性、成本意识和创新精神。		
	知识目标: 了解市场营销的含义、构成、分类、特征;熟悉市场营销设计与策划的基础理论;掌握各类型产品营销的设计方法,掌握营销产品推广的途径与方法。		
	能力目标: 具有较强的语言沟通与文字表达能力,能进行毕业设计选题,毕业设计工作任务的安排,毕业设计标准解读,毕业设计指		

	导与修改完善。能进行数据资料收集、整理与分析，能独立完成毕业设计方
课程内容	课程内容主要由 16 个部分组成，内容分别为成立毕业设计专项工作小组、制定毕业设计指导计划、制定毕业设计课程选题范围、确定选题和下达毕业设计任务书、学生完成毕业设计执行方案、学生收集相关资料、完成毕业设计方
教学要求	学生选题必须结合企业实践，且须通过指导老师批准。严禁抄袭毕业设计方

(7) 《岗位实习》

课程代码	G3000100	课程性质	必修
开设学期	第 5、6 学期	总学时	576 学时
理论学时	0 学时	实践学时	576 学时
课程学分	24 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生具备热爱市场营销行业的品格；具备吃苦耐劳的品质；具备爱岗敬业的品质；具备较强的创新意识；具有较强的服务意识；具有较强的职业道德意识。</p> <p>知识目标:了解市场营销行业发展的现状和趋势，了解市场营销岗位的主要业务和工作职责；熟悉市场营销岗位工作流程和规范；掌握市场营销岗位工作的方法和技巧。</p> <p>能力目标:具有较强的语言与文字表达能力，较强的观察学习能力，能出色完成岗位工作任务。能够尽快将所学专业知</p>		
主要内容	<p>学生将专业教学内容渗透到岗位实习中，以准员工的身份参与实习企业的生产、管理与服务等一线工作。鼓励学生结合岗位，针对在企业生产、管理和</p>		

教学要求	<p>(1) 在第五学期期末开始,学院推荐、企业和学生互选,学生可以自谋职业,在第六学期离校上岗工作、学习。</p> <p>(2) 学院在实习前将实习计划下发给学生,指导学生填写《学生岗位实习日志》组织实习纪律和安全教育知识测试,与学生签订《岗位实习安全承诺书》。</p> <p>(3) 实习指导教师应经常到实习单位与学生进行沟通、交流,掌握学生的思想和工作动态,指导学生撰写岗位实习周记、总结,做好学生实习总结的检查、敦促工作,做好学生实习考核工作,填写学生《学生岗位实习教学日志》等相关内容。</p> <p>(4) 实习指导教师具体负责学生岗位实习期间的考勤、业务考核、技能训练、实习鉴定等工作,落实岗位实习任务,做好学生的安全教育工作,协助处理企业与实习生之间的部分问题细节,并填写好《学生岗位实习教学日志》等相关内容。学生岗位实习结束后,实习指导教师要将学生岗位实习材料汇总到学院实习实训科存档。</p> <p>(5) 实习指导教师以考核为主,分为优、良、中、及格、不及格五档:了解实习情况为主,审阅岗位实习报告考核为辅:出现安全事故责任属于个人的、违法、违纪事件总评为不及格。计分等级与分数的转换标准:90-100, 80-89.70-79.60-69.0-59 分别按优、良、中、及格、不及格计。</p>
-------------	--

5. 专业选修课程描述

(1) 《公共关系与礼仪》

课程代码	ZX273601	课程性质	选修
开设学期	第3学期	总学时	48学时
理论学时	32学时	实践学时	16学时
课程学分	3学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队合作精神和交流意识,以及具有一定的公关理念,树立良好的组织形象、个人形象意识;培养了解、分析、观察、运用公众心理的素质;培养学生善于倾听、沟通及协调的素质;培养学生策划、组织和实施公共关系专题活动的素质;培养学生良好的礼仪素养。</p> <p>知识目标:了解公共关系的含义、原则和基本职能;懂得公关人员必须具备的素质和公关礼仪的基本规范;熟悉公众的种类以及与各种公众关系处理的方法;掌握公关工作的基本程序:公关调查和组织形象的分析方法,专题活动的流程以及策划方案的撰写。</p> <p>能力目标:培养学生的基本公关素质和公关能力,能运用公关理论去发现问题、分析问题和解决问题;培养学生合乎礼仪,规范礼仪程序的言谈举止;提高学生的社会交际能力。</p>		
课程内容	<p>本课程主要介绍了公共关系基本知识:公共关系的含义、原则、基本职能以及公关的发展过程;公共关系的三要素:社会组织、公众</p>		

	(公众的种类以及各种公众关系的处理)、公关传播(公关传播的技巧与方法); 公关调研: 公关调研的方法、流程和内容; 公关策划: 公关专题活动的种类及流程、公关策划方案的结构及撰写; 公关礼仪: 仪容、仪表、举止、见面、宴请、访送、电话等礼仪规范。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节, 以学生为主体, 坚持“教学做”合一; 教学应以提高学生公关与礼仪素质为主线, 强化能力本位教学为基本特色。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术, 依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段, 利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行, 原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 40%, 终结性考核成绩占 60%。

(2) 《经济法基础》

课程代码	ZX273602	课程性质	选修
开设学期	第 3 学期	总学时	48 学时
理论学时	32 学时	实践学时	16 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查

课程描述

课程目标	<p>素质目标: 积极融入课程育人, 注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格, 培养学生社会主义市场经济下的企业家精神, 提升学生透过法规条文进行经济现象的深层次解读的综合素质, 提高学生对于合法、合规、合情、合理等问题的理性思维和思辨性思维。</p> <p>知识目标: 使学生具备胜任工商企业管理各类岗位的基本法规知识的概念认知要求, 掌握个体工商户、企业等市场主体的法律组织形态, 掌握不同类型市场主体的市场准入门槛, 把握各类市场主体参与市场活动必须遵守的竞争、维护消费者权益、履行经营者义务、诚实公正地发行证券、依法纳税等基本规则。</p> <p>能力目标: 学生掌握并应用一些经济法的基础知识, 掌握一些常有的重要经济法律、法规的基础内容; 增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。</p>
主要内容	本课程的主要内容包括经济法总论和经济法分论这两部分。在经济法总论部分, 重点介绍了我国经济法的基本原理, 如经济法的概念、地位、体系、渊源, 经济法法律关系, 经济法的制定和实施等内容, 并介绍经济法学的最新发展动态。而经济法分论则着重讲授市场主体规制法律制度、市场秩序规制法律制度和宏观调控法律制度的基本内容, 主要涉及国有企业法、国有资产法、反垄断法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、产品质量法、财政法、税法、金融法、产业政策法和价格法。
教学要求	本课程在教学过程中, 将“立德树人”融入教学各环节, 以学生为

	<p>主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。使学生掌握经济法的基本概念和原理，了解经济法的学说和制度的基本体系、内容及其最新发展，并能初步掌握运用所学知识分析相应的法律实际问题。。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级、省级优秀教材等高职规划教材、活页式及工作手册式教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>
--	---

(3) 《连锁经营与管理》

课程代码	ZX273609	课程性质	选修
开设学期	第 4 学期	总学时	48 学时
理论学时	32 学时	实践学时	16 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具有良好的职业道德规范；具有较强的语言表达、协调能力；具有团队协作精神。</p> <p>知识目标:了解连锁企业经营的概念，发展历史、性质、特点及应用地位与作用；</p> <p>能力目标:能够使学生树立现代连锁经营的理念，掌握连锁企业经营管理的基本理论和主要技能，以培养学生的创业创新能力和连锁门店的营运管理能力。</p>
课程内容	<p>课程内容主要由 11 个项目组成:1. 连锁经营的起源与发展;项目 2. 区分连锁经营与传统商业模式;项目 3. 连锁企业组织结构与人员配置项目 4. 连锁企业的网点扩张与选址;项目 5. 连锁卖场的布局和管理;项目 6. 连锁卖场商品陈列管理;项目 7. 连锁企业采购、理货及收银作业管理;项目 8. 连锁卖场促销活动管理;项目 9. 连锁企业信息系统管理;项 10 连锁企业物流管理:项目 11. 连锁企业防损与安全管理。</p>
教学要求	<p>本课程在教学过程中，教师要将“立德树人”融入教学各环节，充分利用媒体网络、大数据等技术，依托微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等教学环境。充分利用连锁经营机构资源，进行产学合作，组织学生参与社会实践，开展参观、调查、考察等活动，培养学生学习兴趣和实践能力。。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

(4) 《电子商务》

课程代码	Z2736002	课程性质	选修
开设学期	第 4 学期	总学时	48 学时
理论学时	32 学时	实践学时	16 学时
课程学分	3 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及具有较高的信息技术素质,对网络环境能敏锐体察;能用心尊重他人,不断激励自己;及时适应环境变化,不断开拓创新。</p> <p>知识目标:通过课程的学习,要求学生掌握关于电子商务的基础知识、概念、定义和原理;知道电子商务的几种主要模式:B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务、以及其他表现形式;熟悉电子商务的技术基础、电子支付、物流基础知识以及移动电子商务的基本特点;明白网络营销的常用方法和工具;了解网上开店的基本知识等。</p> <p>能力目标:能熟练使用互联网及一些常用工具;会熟练使用网上银行、第三方支付工具等支付工具;能使用目前流行的各种平台进行网上开店,并进行网店管理运营;能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。</p>		
课程内容	<p>本课程主要包括电子商务导论(概念、产生发展、分类、功能等),电子商务的运作模式(B2B、B2C、C2C、O2O 等模式),电子商务的技术基础(EDI 技术、Internet 技术),网络营销(网络营销概述、网络营销常用方法和工具),电子支付(概念、支付工具及特点、支付流程),电子商务物流管理(物流概念、电子商务与物流的关系、物流配送中心),移动电子商务,网店的开设(网上开店的基本知识、网店的打理与推广)等内容。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持“教学做”合一;本课程是一门技术实践性很强的课程,教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术,依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段,利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。要求学生通过一定的上机实践来访问一些著名的电子商务网站以及最新的电子商务论坛,以此来掌握电子商务的最新发展动态以及网络营销的策略;通过上机可以对一些互联网的基础知识及基本操作有更深入的掌握;要求学生能够掌握电子商务的基本概念、基本理论和基本技术,了解电子商务在各行业中的应用,如零售业、旅游业、金融业、制造业等,了解网络营销的概念和策略。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占 30%,终结性考核成绩占 70%。</p>		

(5) 《微商概论》

课程代码	Z2736016	课程性质	选修
开设学期	第5期	总学时	36学时
理论学时	20学时	实践学时	16学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标:积极融入课程育人,注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格,培养团队精神和合作交流意识,以及具有开拓微商创业的能力;具有沟通协调能力;具有一定的安全意识和质量意识;具备吃苦耐劳、爱岗敬业的良好职业道德;具有善于总结、力求上进的品质。</p> <p>知识目标:了解微商管理基础理论知识;熟悉微商创业主要应用领域,掌握微商管理主要应用方法。</p> <p>能力目标:熟悉微商创业的岗位要求,培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力在教师的指导下,构建专门的大学生微商创业平台,将大学生微商创业与专业教育进行科学对接,为大学生们提供合理化的微商创业建议和指导。</p>		
课程内容	<p>本课程主要内容分十部分:(1)微商概述、(2)微商的商业模式、(3)微商经济学、(4)微信与微信朋友圈、(5)微商营销、(6)微商与新媒体营销、(7)移动电子商务技术基础、(8)移动营销、(9)微商文案的策划与撰写技巧、(10)微商负面效应与网络舆情管理。全面科学的分析了微商所涉及的重要内容。</p>		
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节,以学生为主体,坚持“教学做”合一;在教学过程中,教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术,依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段,利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境,培养学生的创新意识,提高学生的学习兴趣和乐趣,将学生由被动接收知识转为在老师指导下的主动学习,让学生学中做和做中学,容“教、学、做”为一体。为培养学生独立思考和自主创新能力,教学中始终坚持启发式教学原则,通过各种不同的方式来激发学生的学习欲望,使学生积极参与到教师主导的学习活动中来,主动思维,发现问题,提出问题,并逐步学会解决问题。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行,原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占30%,终结性考核成绩占70%。</p>		

(6)《分销渠道管理》

课程代码	ZX273605	课程性质	选修
开设学期	第5期	总学时	36学时
理论学时	20学时	实践学时	16学时
课程学分	2学分	考核方式	考查

课 程 描 述	
课程目标	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备认真、诚信、公义的责任感；具有热爱美、追求美、崇尚美的思想品格。具备一定的品牌管理意识和实践意识；具有较高的职业素养；具有一定的履行渠道管理的品质。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉渠道管理意识的修养，养成学生遵从渠道管理的行为；掌握渠道管理的基础知识、相关理论知识。做好市场渠道管理营销工作的必备知识，也是学生将来从事渠道管理营销等方向工作的基础。</p> <p>能力目标：了解销售渠道的基本概念，学会渠道的开发和管理，掌握渠道管理的系统方法和工具能力；2. 把握未来销售渠道结构及渠道成员的角色定位能力；3. 熟悉销售渠道的开发战略定位和策略实施及管理技巧能力；4. 掌握了解、甄别分销商的方法能力；5. 与分销商建立长期合作伙伴关系能力。</p>
课程内容	<p>分销渠道是指产品或服务转移所经过的路径，由参与产品或服务转移获得以使产品或服务便于使用或消费的所有组织构成。对于分销渠道的管理，是企业营销管理的一项重要内容，关系到企业能否成功地将产品打入市场、满足目标市场的需要、扩大产品销售、获取可持续的竞争优势。在当今的市场环境下，随着获取可持续的竞争优势越来越困难、中间商的权力日益强大和互联网的应用与普及，分销渠道管理在企业营销管理中的地位越来越重要。它越来越被看成是企业获取竞争优势的一个战略要素。</p>
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。要求学生课前阅读相关资料，鼓励独立思考和课堂积极发言、师生之间、学生之间的建设性讨论。要求教师必须具备扎实的管理学基础理论，能够熟练使用信息化教学手段，具备一定的企业服务营销工作经历。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

(7) 《网店运营推广》

课程代码	ZX273607	课程性质	选修
开设学期	第5期	总学时	36学时
理论学时	20学时	实践学时	16学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课 程 描 述			

<p>课程目标</p>	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备一定的网店运营营销意识和实践意识；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉网店运营意识的修养，养成学生遵从网店运营营销技能的行为；掌握网店运营营销的基础知识、相关理论知识。</p> <p>能力目标：掌握网上开店、网店运营基本理论，建立起网店平台并开展电子商务业务，具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力。</p>
<p>课程内容</p>	<p>本书共分为十个部分：分别是网店运营岗位认知，网店运营准备工作，网店视觉营销，网店运营活动策划及执行，网店运营推广，网店数据运营分析，网店客户服务，网店仓储与物流，微信营销，跨境电商店铺运营。</p>
<p>教学要求</p>	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；按照职业教育特点积极探行之有效的教学方法，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境。教学方法主要以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法等其他教学方法为辅，已完全做到针对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。</p>

(8)《网络营销》

<p>课程代码</p>	<p>ZX273608</p>	<p>课程性质</p>	<p>选修</p>
<p>开设学期</p>	<p>第5学期</p>	<p>总学时</p>	<p>36学时</p>
<p>理论学时</p>	<p>20学时</p>	<p>实践学时</p>	<p>16学时</p>
<p>课程学分</p>	<p>2学分</p>	<p>考核方式</p>	<p>考查</p>
<p>课 程 描 述</p>			
<p>课程目标</p>	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的网络营销意识和实践意识。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉网络营销意识的能力，养成学生遵从网络营销技能的行为；掌握网络营销的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p>能力目标：培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能的能</p>		

	力，帮助企业进行有效的网上经营活动能力。
主要内容	通过对网络营销各工作岗位群的工作流程分析，模块化工作任务，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能力另一方面对于理论方面的教学，坚持以案例导入、在案例分析中理解相关知识的学习，启迪学生的思维，培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在的问题的实际能力，掌握在网络条件下开展市场调研、网络营销的方法和技术手段，为今后学习其他管理课程和从事营销工作奠定基础。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；采用教师讲授、案例讨论和项目小组作业相结合的讲学方法。教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。要求学生课前阅读相关资料，鼓励独立思考和课堂积极发言、师生之间、学生之间的建设性讨论。要求教师必须具备扎实的管理学基础理论，能够熟练使用信息化教学手段，具备一定的企业服务营销工作经历。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占30%，终结性考核成绩占70%。

(9)《直播营销》

课程代码	ZX273604	课程性质	选修
开设学期	第5期	总学时	36学时
理论学时	20学时	实践学时	16学时
课程学分	2学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队合作精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有严谨、细致、高效的工作作风；具备一定的直播营销意识和实践意识；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求；熟悉直播营销技能意识的修养，养成学生遵从直播营销技能的行为；掌握直播营销的基础知识和相关理论知识。</p> <p>能力目标：鉴于当前短视频营销及直播带货行业发展趋势和蓬勃的市场要求，让学生了解学习本课程的现实意义、社会地位及发展前景。理解这门学科的内容创作、直播技能、IP孵化、传播营销以及商业变现等，掌握各种方法实现在互联网营销中的实际的运用。</p>		
主要内容	本书共分为七个部分：分别是直播营销基础知识、直播营销的整体思路、直播营销前期的策划与筹备、中期的实施与执行、后期的传播与发酵，以及活动的复盘与提升；最后对“直播电商”、“直播发布		

	会”、“直播互动营销”、“直播内容营销”、“直告植入”、“直播个人IP”等直播营销的案例进行深度剖析。
教学要求	<p>本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以案例分析为核心，以实战技巧为原则，教师要充分利用媒体、网络、大数据等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教學环境，通过企业完成真实产品直播项目为主线构建学习情境，进行任务分解，以便于学生在掌握直播营销理论和方法的基础上运用互联网和移动平台，运用短视频和直播等新媒体手段为企业进行产品的销售。同时创造条件让学生走进市场，通过校企合作引进企业真实项目，让学生以团队方式开展产品直播的策划、组织、实施的实战对抗，通过项目竞赛和团队合作，步入真实职业环境，理论联系实际，掌握直播技能，训练职业素质。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>

(10)《短视频运营推广》

课程代码	ZX273610	课程性质	选修
开设学期	第 5 学期	总学时	36 学时
理论学时	20 学时	实践学时	16 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查
课 程 描 述			
课程目标	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作交流意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉短视频运营与推广意识的能力，养成学生遵从技能的行为；掌握短视频运营与推广的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p>能力目标：聚焦抖音、快手等不同平台，进行短视频运营与推广。通过课程教学：培养学生掌握短视频营销知识体系和分析框架，能结合自身优势和行业特点，准确定位，内容策划与生产，短视频运营与推广；培养学生掌握短视频运营与推广、引流变现的技巧和方法；培养学生互联网思维、流量思维、用户思维、社交思维，养成严谨、认真、坚持不懈的良好职业素养。</p>		
主要内容	<p>课程主要包括 5 个模块：短视频概论（行业发展、平台特点、优势及类型）、定位（账号、内容、用户定位）、短视频内容策划与生产（内容策划、素材收集整理、短视频制作及优化）、短视频发布及推广、短视频引流。与变现（短视频引流技巧、短视频变现及商业模式类型）。</p>		

教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以短视频营销典型工作任务和职业能力分析为依据，以“项目驱动，任务导向”的教学模式，在教学内容的组织安排上融“教、学、做”为一体。在教学方法上，重视学生在校学习与实际工作的一致性。以短视频运营与推广为核心实践活动的课程教学体系，涵盖了内容策划与生产、发布与推广、引流变现等一系列操作。建立短视频营销的方法体系（分析框架），深化短视频营销的业务体验。整个教学过程以完成“短视频运营与推广”这个项目为月标，分解为若干个任务来带动教学进程。依托校内实训平台，开发真实项目，提高学生的营销实操能力，培养学生的职业兴趣，为学生的专业技能打下扎实的基础。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。
-------------	---

(11)《图像处理与平面设计》

课程代码	ZX273611	课程性质	选修
开设学期	第 5 期	总学时	36 学时
理论学时	20 学时	实践学时	16 学时
课程学分	2 学分	考核方式	考查

课 程 描 述

课程目标	<p>素质目标：积极融入课程育人，注重培养学生形成正确的道德、理想、价值观念及健康的人格，培养团队精神和合作意识，以及具备端正、热情、耐心的态度；具有较高的职业素养和团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解当前市场营销从业人员的职业能力和职业道德要求能力；熟悉图像处理与平面设计意识的行为，养成学生遵从技能的行为；掌握图像处理与平面设计的基础知识和相关理论知识能力。</p> <p>能力目标：通过《图像处理与平面设计》的课程教学，培养学生掌握 PhotoShop 软件所有功能模块的使用；培养学生能够独立完成个人名片设计、折页设计和海报设计，能对互联网文案进行完整配图；培养学生能熟练提取企业任务信息，准确判断企业平面宣传重点，有良好的视觉审美能力，能将其运用到实际的新媒体运营和策划中去。</p>
课程内容	课程主要内容包括 8 个模块：选区与抠图、工具及其商业运营、文本及其商业运营、图层、通道、滤镜与特效、调色、D 技术与设计实践。包括 4 个实训项目：个人名片设计、宣传折页设计、宣传海报设计、文案配图。
教学要求	本课程要求将“立德树人”融入教学各环节，以学生为主体，坚持“教学做”合一；以新媒体运营过程中典型工作任务为依据，采用“理论精讲+案例示范+实践训练”的教学方法，逐步形成综合运用市场营销基础、消费者行为等专业知识，以平面图片处理与设计为核心能力的课程教学体系。以平面图片处理的难易程度为依据，对教学任务进行分解，构建学习情景，引领教学环节，便于学生循序渐进掌握软件操作和使用技能。通过项目设计，增强学生动手实践能力，提升视觉



	<p>审美，最终能够运用所学知识判断企业平面宣传需求并进行有效的设计与推广。本课程的教材使用按照《职业院校教材管理办法》的规定执行，原则上选用国家规划教材、国家级优秀教材、省级优秀教材等高职规划教材。本课程考核实行过程性考核和终结性考核的考核评价方式，过程性考核成绩占 30%，终结性考核成绩占 70%。</p>
--	--

附录3 人才培养方案制（修）订审批表

永州职业技术学院专业人才培养方案制（修）订审批表

适用年级：2023级 专业名称：市场营销 专业代码：530605 所属二级学院：商学院				
	姓名	职称（职务）	二级学院或工作单位	备注
制（修） 订团队人 员签名	余建平	讲师	商学院	余建平
	杨海燕	副教授	商学院	杨海燕
	屠纯国	副教授	商学院	屠纯国
	张昭宇	讲师	商学院	张昭宇
	彭少华	讲师	商学院	彭少华
	刘敏	助教	商学院	刘敏
	郭文君	助教	商学院	郭文君
教研室 意见	该人才培养方案切合实际，符合国家相关文件 精神，同意2023级实施。 签字（章）余建平 2023年8月27日			
二级学 院意见	同意 签字（章）刘浩一 2023年8月31日			
教务 处意见	同意 签字（章） 2023年9月1日			
学术委 员会意 见	讨论通过 签字（章） 2023年9月1日			
学校党 委审 定意 见	同意 签字（章） 2023年9月1日			

附录4 教学进程（安排）变更审批表

教学进程（安排）变更审批表

申请部门		主讲教师		授课班级	
原教学进程（安排）情况：					
调整原因及调整情况：					
年 月 日					
教研室意见：					
年 月 日					
二级学院意见：					
年 月 日					
教务处意见：					
年 月 日					

说明：为了稳定教学秩序，严格教学进程（安排）管理，各专业如有特殊情况需调整教学进程（安排），必须填写此表一式三份交二级学院，经二级学院和教务处同时批准后方可执行。

附录5 人才培养方案论证书

永州职业技术学院 2023级市场营销专业人才培养方案论证书

论证专家				
序号	姓名	职称/职务	工作单位	签名
1	张伟	副教授	永州职业技术学院	张伟
2	胡巧华	副教授	永州职业技术学院	胡巧华
3	屠纯国	副教授	永州职业技术学院	屠纯国
4	唐启龙	总经理	每天酒业集团有限公司永州直营店	唐启龙
5	聂树彬	总经理	永州香年壹佰贸易有限公司	聂树彬
6	曹辉	营销总监	永州玖玖华安租车服务有限公司	曹辉
7	林宏宇	在校学生代表		林宏宇
8	林进	在校学生代表		林进发
9				
10				
论证意见				
<p>该人才培养方案定位清晰准确，科学合理。培养标准准确，岗位职业能力分析清楚，课程设置与人才培养目标一致，教学进度符合学生认知发展规律和职业成长规律。师资队伍结构合理，已形成合理的梯队结构，能满足教学需要。实训设施能满足市场营销专业课程的教学需求。</p> <p style="text-align: right;">专家论证组组长签字： 张伟</p> <p style="text-align: right;">2023年7月20日</p>				