



张家界航空工业职业技术学院
ZHANGJIAJIE INSTITUTE OF AERONAUTICAL ENGINEERING

市场营销专业 人才培养方案

专业名称： _____ 市场营销 _____
专业代码： _____ 530605 _____
适用年级： _____ 2024 级 _____
所属学院： _____ 航空管理学院 _____
专业负责人： _____ 罗利华 _____
制(修)订时间： _____ 2024 年 7 月 _____

编制说明

本专业人才培养方案根据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）和《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）有关要求，由张家界航空工业职业技术学院市场营销专业教研室制订，经专业建设指导委员会论证、学校批准实施，适用于我校三年全日制市场营销专业。

主要编制人：

姓名	职称	单位
罗利华	副教授	张家界航空工业职业技术学院
黄勇	讲师	张家界航空工业职业技术学院
殷世佳	讲师	张家界航空工业职业技术学院

主要论证专家：

姓名	职称	单位
欧阳志珊	高级经济师	九江聚思味电子商务有限公司
宁小平	高级经济师	湖南南方宇航工业有限公司
胡国民	高级经济师	长江动力有限公司
胡盛辉	高级经济师	南方航空发动机
姬海华	教授	张家界航空工业职业技术学院
夏湘东	校友	上海翊箴商务咨询有限公司
康锦意	毕业生	湖南八喜建筑工程有限公司
罗鹏	毕业生	长沙万家置业有限公司

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	1
(一)职业面向	1
(二)典型工作任务及职业能力分析	2
五、培养目标与培养规格	5
(一)培养目标	5
(二)培养规格	5
六、课程设置	8
(一)课程体系	8
(二)课程设置	10
七、教学进程总体安排	60
(一)教学进程总体安排表	60
(二)学时学分比例	64
八、实施保障	64
(一)师资队伍	64
(二)教学设施	66
(三)教学资源	69
(四)教学方法	69
(五)教学评价	70
(六)质量管理	70
九、毕业要求	71
十、附件	72

市场营销专业

2024 级人才培养方案

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

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者

三、修业年限

基本修业年限为全日制三年，弹性学制为三至六年

四、职业面向

(一) 职业面向

职业面向如表 1 所示。

表 1 职业面向表

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 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域) 举例			职业资格证书 或技能等 级证书举例
				目标 岗位	发展 岗位	迁移 岗位	
财经商贸大 类 (63)	经济贸易类 (6307)	批发业 (51) 零售业 (52) 互联网和 相关服务 (64)	1. 营销员 (4-01-02-01) 2. 商品营业员 (4-01-02-03) 3. 摊商 (4-02-02-05) 4. 市场营销专业 人员 (2-06-07-02)	1. 销售与客 户开发专员 2. 市场调 研专员 3. 营销策 划专员	1. 销售主 管或店 店长 2. 渠道开 发与管理 主管 3. 市场策 划主管	1. 小微企 业创业 者 2. 客户服 务专员	1. 电子商务师 (职业技能等 级证, 三级) 2. 商务数据分 析师 (1+X职 业技能等级证 , 中级) 3. 数字营销技 术应用 (职业 技能等级证, 中级)

(二) 典型工作任务及职业能力分析

典型工作任务及职业能力分析见表 2。

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求
销售与客户开发专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场细分以发现市场机会，确定目标市场； 2. 寻找客户确定客户名单； 3. 产品推销与商务谈判； 4. 售后服务与管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备语言沟通、灵活应变的能力； 2. 具备企业信息和商品知识收集、整理、分析、总结与利用的能力； 3. 具备对产品进行定位与特点、优势、利益分析的能力； 4. 具备市场细分明确目标市场能力； 5. 具备顾客确定准顾客名单的能力； 6. 具备商务礼仪的应用能力； 7. 具备洞察消费者心理的能力； 8. 具备推销方案制订及现场推销的能力； 9. 具备谈判方案制订及商务谈判的能力； 10. 具备售后服务与管理的能力； 11. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 12. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 13. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
市场调研专员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调研方案设计； 2. 调研问卷设计； 3. 实施调研； 4. 撰写调研报告。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备熟练分析经济因素、经济现象间的关系的能力； 2. 具有市场调研方案设计的能力； 3. 具备调研问卷设计的能力； 4. 具备人际交往沟通的能力； 5. 具备调研方案实施的能力； 6. 具备资料汇总、整理、分析的能力； 7. 具备撰写调研报告的能力； 8. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 9. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 10. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

<p>营销策划专员</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销策划方案写作； 2. 新产品上市推广策划； 3. 价格策划； 4. 渠道策划； 5. 促销方案策划； 6. 公关活动策划； 7. 广告策划方案。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备根据企业或经营者目标，策划促销活动方案的能力； 2. 具备进行营销策划方案写作能力； 3. 具备完成新产品上市推广策划的能力； 4. 具备对产品进行价格策划的能力； 5. 具备对产品进行渠道策划的能力； 6. 具备设计公关活动策划方案的能力； 7. 具备做广告策划方案的能力； 8. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 9. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 10. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
<p>销售主管或门店店长</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全面负责门店管理及运作，制定月度、季度、年度销售计划、毛利计划，定量分解下发各部门并督导落实，完成总公司下达的门店经营指标； 2. 阅读各类销售报表，必须熟知每个小分类中销售在前二十位的主力商品和销售最差的后十位商品； 3. 严格控制商品的损耗率，保持员工工作的高效率，合理控制人事成本、营运成本，坚决贯彻“低成本”的经营策略； 4. 进行库存管理，保证充足的货品，准确的库存及订单的及时准确下发，维护系统库存的正确性，维持商品的续订量，保证卖场不缺货； 5. 商品品项（商品结构）、商品比重的建议和调整，厂商合作方式、账期的建议和调整； 6. 负责同业市场的调查与分析，制定门店竞争策略，审批竞争商品品项，指导商品促销、广告促销等活动的有效进行。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解市场调查的原则及常用方式，正确分析相关数据，能制定实施应对措施； 2. 熟悉分管区域各商品类别的销售占比、各品类关联性和季节性销售特点，能及时对布局做出调整建议，满足顾客需求； 3. 了解分管区域商品的陈列设施和陈列方式，掌握价签使用规范，能根据不同的商品特点选择适合的货架和陈列方式； 4. 熟悉营运标准、流程和作业规范的一般原则，熟练应用关键表单和系统报表； 5. 熟悉库存管理流程，能熟练运用相关MIS报表分析库存问题； 6. 了解营销组合的基本原则及常用的促销方式、促销时机及管理流程，能提出合理化促销建议； 7. 熟悉分管区域商品的验收、存储、理货、加工等过程中的原则和控制点，熟悉各类商品的质量要求，能够对不合格商品及时采取措施并向上级汇报； 8. 掌握各种促销标识、道具的使用规范，并能结合商品特点合理使用各种道具； 9. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 10. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 11. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

渠道开发与 管理主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据公司整体运营策略，提炼出适合区域市场的运作模式； 2. 根据市场发展制定销售目标，并监督执行； 3. 开发和维护品牌方和渠道方客户； 4. 根据分客户指标跟进业绩完成进度，品牌方销售策略及市场促销策略的及时跟进和反馈； 5. 负责产品的区域拓展、客户发展、区域运营的策划制定及执行； 6. 与客户建立良好关系，及时反馈客户信息，满足客户需求，提高客户满意度； 7. 完成月度、季度和年底区域销售预测，定期汇报工作情况。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备教育行业销售工作经验； 2. 具备独立开发渠道、洽谈客户的能力； 3. 具备良好的沟通能力； 4. 具备良好的商户维护能力； 5. 具备数据分析能力； 6. 具备良好的沟通表达能力以及较强的目标导向和团队意识； 7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 9. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
市场策划主 管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 带领策划团队，协同相关团队共同完成品牌及其产品策划指标； 2. 负责对策划部人员的素质和业务指导和培训； 3. 带领策划团队深入研究客户需求，负责项目开发各阶段的策划与市场调研工作，协同客户部完成各类策划方案和推广方案； 4. 定期主持召开公司策划工作会议，参与营销会议，协同相关部门推进公司的营销运营。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备良好的团队激励能力、良好的组织协调能力和综合管理能力； 2. 具有良好的客户沟通协调、计划、谈判技巧，能够把握项目进程与流程控制； 3. 拥有较强的策划能力，有成功的企业营销策划案例，熟悉产品、市场、品牌、广告、营销等策划及文案； 4. 有良好的媒体资源，具有良好的职业道德，具备成熟的团队管理； 5. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 6. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 7. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
小微企业创 业者	<ol style="list-style-type: none"> 1. 管理经营小微企业； 2. 制定企业营销推广方案； 3. 引流，运营，维护客户； 4. 进行财务管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备组织协调能力； 2. 具有运用新媒体进行推广，宣传和运营的能力； 3. 编写策划方案，营销分析的能力； 4. 管理公司账务，分析财务情况的能力； 5. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 6. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 7. 诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

<p>客户服务专员</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 识别目标客户； 2. 处理售前业务咨询； 3. 进行售后服务管理； 4. 处理客户纠纷与投诉； 5. 整理与分析客户资源，建立顾客档案； 6. 有效维护客户关系。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备熟练建立顾客档案能力； 2. 具备通过客户沟通，分析目标客户需求能力； 3. 具备进行客户价值分析、客户分级、客户资源管理能力； 4. 具备根据客户资源进行目标用户需求的精准分析能力； 5. 具备运用相关法律处理客户异议与投诉能力。 6. 具备有效维护客户关系能力； 7. 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识； 8. 具有质量意识、信息素养、工匠精神、创新精神； 9. 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
---------------	---	---

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

市场营销专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应新时代发展需要，具有一定的科学文化知识，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，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握市场营销专业知识和技术技能，面向零售业、批发业、工业品及消费品生产企业、互联网和相关服务企业领域，能够从事销售、客户开发、客户服务、市场调查、营销策划、新媒体运营与推广的高素质技术技能人才。毕业生经过3-5年的发展，能够成为销售主管、门店店长、销售经理、营销策划主管、新媒体运营与推广主管、营销大区经理或自主创业人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

Q1: 具有正确的世界观、人生观、价值观；

Q2: 坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

Q3: 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识；

Q4: 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

Q5: 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；

Q6: 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新精神；

Q7: 勇于奋斗、乐观向上，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划的意识，具有较强的集体意识和团队合作精神；

Q8: 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

Q9: 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一两项艺术特长或爱好；

2. 知识要求

K1: 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

K2: 熟悉与本专业相关法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识;

K3: 掌握一定的与专业相关的计算机知识及外语知识;

K4: 掌握专业技术工作所必需的市场营销、经济学、统计学、经济数学等基础知识;

K5: 掌握常用商务礼仪;

K6: 掌握客户关系管理的基本知识;

K7: 掌握零售管理的基本知识;

K8: 掌握市场调研专业知识;

K9: 掌握现代推销技术、商务谈判专业知识;

K10: 掌握营销策划专业知识;

K11: 掌握商品学专业知识;

K12: 掌握新媒体营销专业知识; 了解微视频制作与传播知识;

K13: 熟悉市场营销相关法律, 培养法制意识;

K14: 熟悉管理学、消费者行为分析等专业相关知识;

K15: 掌握国际贸易理论与实务专业相关知识;

K16: 了解沟通技巧、会计学等相关知识;

K17: 了解汽车、旅游等行业营销的特点、要求和技能。

3.能力要求

A1: 具备对市场进行调查与分析、完成调查方案制定、实施、数据分析和调查报告撰写的能力;

A2: 具备寻找顾客、制定推销方案、进行现场推销与谈判、与客户保持有效沟通的能力;

A3: 具备促销方案策划、广告策划、新产品上市推广策划和公共关系活动策划的策划能力;

A4: 具备开设与装修网店、新媒体推广策划的能力;

A5: 具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;

A6: 具备良好的语言、文字表达、沟通和社交活动的的能力;

A7: 具备一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维的能力;

A8: 具备使用 Office 办公软件、应用计算机工具、技术和方法, 通过互联网搜集和分析信息, 解决专业领域问题的能力;

A9: 具备客户关系管理、销售管理的能力;

A10: 具有良好团队协作能力;

A11: 具有市场营销专业所需要的信息技术应用能力和外语表达与交流的能力。

六、课程设置

(一)课程体系

根据市场营销专业面向的职业岗位、岗位工作任务、职业能力要求和人才培养规格(素质、知识、能力)要求, 以培养学生职业行动能力和职业生涯可持续发展能力为目标, 按照人才成长规律, 并结合学院市场营销专业的实际, 构建基于工作过程的模块化课程体系。

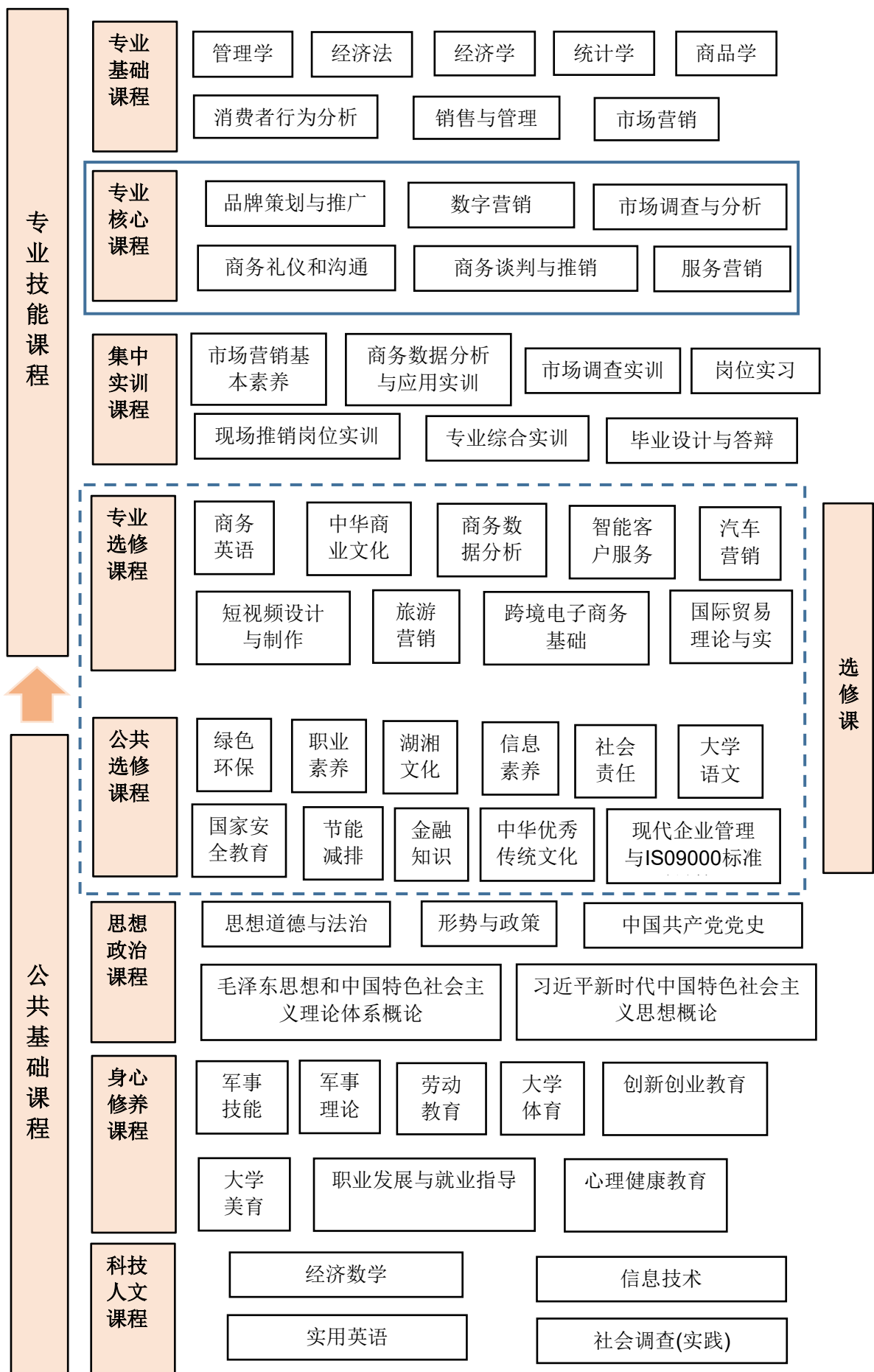


图1 市场营销专业课程体系

(二) 课程设置

1. 公共基础课程

(1) 思想政治课程

思想政治课程包含5门课程，各课程的内容与要求见表3。

表 3 思想政治课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
思想道德与法治	<p>1. 素质目标：培养科学的“六观”，即世界观、人生观、价值观、道德观、职业观、法治观。</p> <p>2. 知识目标：理解马克思主义世界观、人生观和价值观；掌握社会主义核心价值观；明确社会主义道德规范和法律规范的基本内容；增强对社会主义国家制度、政治制度和法律制度的认同，形成较强的道德意识和法治观念。</p> <p>3. 能力目标：认知能力，认识自我、认识大学、认识国家和社会；适应能力，适应大学生涯、职业生涯和人生生涯；方法能力，善分析、爱思考、会表达，能创新。</p>	<p>1. 以理想信念教育为核心的“三观”教育；</p> <p>2. 以爱国主义教育为重点的中国精神教育；</p> <p>3. 以基本道德规范为基础的公民道德教育；</p> <p>4. 以培养大学生法治思维为目标的法治教育。</p>	<p>1. 以学习通在线课程为基础，引导学生构建课程整体知识架构。</p> <p>2. 以教科书为核心，将书本知识与党的理论创新成果有效融合，突出理论性和实效性的统一。</p> <p>3. 以学生为主体，减少知识单向灌输，采用启发式、探究式、讨论式、参与式、案例式、分组学习等多种教学方法，突出学生主体参与，增强学生学习兴趣。</p> <p>4. 以“两结合”考核模式为标准，注重平时评价与集中评价相结合、理论评价与实践评价相结合。</p>	48	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 K2 A1
毛泽东思想与中国特色社会主义	<p>1. 素质目标：（1）通过理论学习，学生能坚定马克思主义立场和方向，提高拥护“两个确立”、做到“两个维护”、增强“四个自信”的自觉性；（2）通过理论学习与实践，坚定马克思主义信仰，树立中国特色社会主义远大理想，增强实现中华民族伟大复兴中国梦的使命感责任感和认同感。</p> <p>2. 知识目标：（1）通过</p>	<p>1. 毛泽东思想及其历史地位：毛泽东思想的形成和发展、毛泽东思想的主要内容和活的灵魂及其历史地位。</p> <p>2. 新民主主义革命理论：新民主主义革命理论形成的依据、革命理论总路线和基本纲领、新民主主义革命道路和基本经验</p>	<p>1. 条件要求：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。</p> <p>2. 教学方法：讲授法、问题探究法、头脑风暴法、翻转课堂法。</p> <p>3. 师资要求：具有相关专业研究生以上学历或讲师以上职称。</p> <p>4. 考核要求：本课程为考试课程，采取形成性考核+终结性考核相结合，</p>		

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
理论体系	<p>理论学习与实践，准确把握。</p> <p>马克思主义中国化进程中形成的理论成果及其相互关系；（2）通过学习马克思主义中国化的历史进程，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、历史变革、历史成就；（3）通过了解中国特色社会主义理论和党的方针政策，知道我国经济、政治和社会发展现状和社会现实问题，透彻理解中国共产党为什么能，中国特色社会主义为什么好，马克思主义为什么行。</p> <p>3. 能力目标：（1）通过师生的“教与学”，熟练掌握本课程的基本概念，正确表达思想观点的能力；（2）通过课堂教学与实践锻炼，提高运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题、解决问题能力；（3）通过参与学习活动，培养较强的思辨能力、沟通能力、调查研究的能力和较好的社会适应能力。</p>	<p>3. 社会主义改造理论：从新民主主义到社会主义的转变、社会主义改造道路和历史经验、社会主义制度在中国的确立。</p> <p>4. 社会主义建设道路初步探索的理论成果：社会主义建设道路初步探索意义和教训。</p> <p>5. 邓小平理论：邓小平理论的形成、基本问题和主要内容及历史地位。</p> <p>6. “三个代表”重要思想：“三个代表”核心观点和主要内容、历史地位。</p> <p>7. 科学发展观：科学发展观的形成、科学内涵和主要内容、历史地位。</p>	<p>形成性考核60%，终结性考核40%。</p>	32	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>K1</p> <p>K2</p> <p>A1</p>
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>1. 素质目标：（1）牢固树立习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑的自觉性和坚定性；（2）树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，捍卫“两个确立”。</p> <p>2. 知识目标：（1）了解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求；（2）理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵；（3）掌握</p>	<p>1. 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位：中国特色社会主义进入新时代、习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容及历史地位。</p> <p>2. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务：实现中华民族伟大复兴的中国梦、建设社会主义现代化强国、全面建设社会主义现代化国家的战略安排。</p> <p>3. “五位一体”总体布局：建设现代化</p>	<p>1. 条件要求：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。</p> <p>2. 教学方法：讲授法、问题探究法、头脑风暴法、翻转课堂法。</p> <p>3. 师资要求：具有相关专业研究生以上学历或讲师以上职称。</p> <p>4. 考核要求：本课程为考试课程，采取形成性考核+终结性考核相结合，形成性考核60%，终结性考核40%。</p>	48	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>K1</p> <p>A1</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、历史地位。</p> <p>3. 能力目标：（1）能运用习近平新时代中国特色社会主义思想分析问题解决问题的能力；（2）能对我国经济、政治和社会发展现状、社会现实问题进行初步的分析、判断，增强奋力实现中华民族伟大复兴的信心和能力；（3）能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法及党的路线方针、政策分析和解决实际问题。</p>	<p>经济体系、发展社会主义民主政治、推动社会主义文化繁荣兴盛、坚持在发展中保障和改善民生、建设美丽新中国。</p> <p>4. “四个全面”战略布局：全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党。</p> <p>5. 全面推进现代化国防和军队现代化：坚持走中国特色强军之路、推动军民融合深度发展。</p> <p>6. 中国特色大国外交：坚持和平发展道路、推动构建人类命运共同体。</p> <p>7. 坚持和加强党的领导：实现中华民族伟大复兴关键在党、坚持党对一切工作的领导。</p>			

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
形式与政策	<p>1. 素质目标：了解体会党的路线方针政策，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现中国梦而发奋学习。</p> <p>2. 知识目标：掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识。</p> <p>3. 能力目标：养成关注国内外时事的习惯；掌握正确分析形势和理解政策的能力。</p>	<p>1. 中宣部2021年秋“形势与政策”教学要点；</p> <p>2. 湖南省高校2021年秋“形势与政策”培训。</p>	<p>1. 坚持以学生为主体，教师为主导，重视课堂互动，做好学情分析，认真组织教学。</p> <p>2. 教师在课堂上对时事热点进行分析讲解，使学生理解掌握政策，学会分析当前形势。</p> <p>3. 重视课后拓展总结，加强师生互动，挖掘学习资源，拓宽学生视野，增强学习主动性。</p> <p>4. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1
中国共产党史	<p>1. 知识目标：引导和帮助学生了解党的历史、党的基本理论，掌握党的路线方针政策，了解百年来中国共产党所取得的巨大成就及其基本经验。</p> <p>2. 能力目标：通过党史专题的学习，培养学生自觉学习党史的能力；提升不断从党的光辉历史中汲取砥砺奋进的智慧和力量的能力。</p> <p>3. 素质目标：激发学生从党史中汲取力量，坚定信仰，树立正确的世界观、人生观和价值观，激励学生为实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。</p>	<p>专题一：为什么选择中国共产党？</p> <p>专题二：中国共产党为什么能？</p> <p>专题三：中国共产党百年璀璨成果与经验启示</p> <p>专题四：“我有话儿对党说”的演讲（实践课）</p>	<p>1. 重视发挥教师主导作用，学生主体作用，重视课堂互动，做好学情分析，认真组织教学。</p> <p>2. 重视课后拓展与总结。利用信息化手段，加强师生联系与互动，挖掘学习资源，拓宽学生视野，增强学习积极性和主动性。</p> <p>4. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1

(2) 身心修养课程

身心修养课程包含 9 门课程，各课程的内容与要求见表 4。

表 4 身心修养课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
军事理论	<p>1. 素质目标：增强爱国主义，达到居安思危，忘战必危的思想意识。激发学生努力学习，报效祖国。</p> <p>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。</p> <p>3. 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>	<p>1. 国防概述：国防基本要素；国防历史；主要启示。</p> <p>2. 国防法制：国防法规体系；公民国防权利和义务。</p> <p>3. 国防建设：国防体制；国防建设成就；国防建设目标和政策；武装力量。</p> <p>4. 国防动员：武装力量动员；国民经济动员；人民防空动员；交通战备动员；国防教育。</p> <p>5. 军事思想概述：形成与发展；体系与内容；毛泽东、邓小平、江泽民、胡锦涛、习近平军事思想。</p> <p>6. 国际战略环境概述。</p> <p>7. 国际战略格局：历史、现状和特点；发展趋势。</p> <p>8. 我国安全环境：演变与现状；发展趋势；总体国家安全观。</p> <p>9. 高技术概述：概念与分类；发展趋势；对现代作战的影响；高技术在军事上的应用。高技术与新军事变。</p> <p>10. 信息化战争概述：信息技术及在战争中的应用；信息化战争演变与发展。</p> <p>11. 信息化战争特点：主要特征和发展趋势。</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生的国防意识、军事知识以及战略思维能力。</p> <p>2. 要求案例导入，理论讲授。</p> <p>3. 充分利用信息化教学手段开展理论教学。</p> <p>4. 教师应具备丰富的军事理论知识。</p> <p>5. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	36	Q1 Q2 Q4 Q5

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
军事技能	<p>1. 素质目标：提高思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质。</p> <p>2. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。</p> <p>3. 能力目标：具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。</p>	<p>1. 解放军条令条例教育与训练；</p> <p>2. 《队列条令》教育与训练；</p> <p>3. 《纪律条令》教育与训练；</p> <p>4. 《内务条令》教育与训练；</p> <p>5. 轻武器射击训练；</p> <p>6. 实弹射击。</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生在军事领域的基本技能和战术素养，增强国防意识和集体荣誉感。</p> <p>2. 由武装部指导高年级士官生开展本课程军事训练部分的教学及实践。</p> <p>3. 通过理论讲授、案例导入、实操训练等方法。</p> <p>4. 充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练。</p> <p>5. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	112	Q1 Q2 Q4 Q5
职业发展与就业指导	<p>1. 素质目标：德育首位素质、自我认知素质、良好职业素质、高效执行素质。通过本课程的教学，大学生应当树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，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>2. 知识目标：了解自我分析的基本内容与要求、职业分析与职业定位的基本方法。掌握职业生涯规划的模式、基本内容、流程与技巧。清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境。了解大学生就业的形势、本专业就业情况、现行就业政策及体系。了解大学生求职过程中的心理调适相关知识。掌握大学生求职择业的知识，包括求职中自我合法权益的维护。掌握大学生求职</p>	<p>1. 职业规划理论模块。包括职业规划与就业的意义、自我分析、职业分析与职业定位、职业素养；</p> <p>2. 职业规划训练模块。包括撰写个人职业生涯规划设计与规划、个性化职业规划咨询与指导、教学总结与学习考核。</p> <p>3. 大学生就业形势和就业质量报告解读及求职的目标定位；</p> <p>4. 大学生就业的基本政策和求职的基本流程；</p> <p>5. 大学生求职信息的搜集渠道；</p> <p>6. 大学生求职的简历制作和材料准备；</p> <p>7. 大学生求职面试的技巧和基本礼仪；</p> <p>8. 大学生求职的基本权益保障；</p>	<p>1. 融入课程思政，提高大学生职业规划与就业竞争力。</p> <p>2. 采用在线教学与实践教学相结合的方法。</p> <p>3. 利用互联网现代信息技术，搭建起多维、动态、活跃、自主的课程训练平台。充分准备并利用模拟企业招聘面试场景，多给学生模拟锻炼。</p> <p>4. 充分利用学校已有的在线教学课程，督促检查学生在线学习情况。把握面试技巧和求职简历制作这两个中心环节，提高学生的择业就业能力。</p> <p>5. 加强学生学习过程管理，突出过程与模块评价，并注重过程记录。结合毕业生课堂表现、求职简历的撰写情况</p>	12+28	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>的流程、离校手续和就业派遣的基本程序。</p> <p>3. 能力目标：掌握职业生涯规划书的撰写格式，能够撰写个人职业生涯规划书。运用职业测评系统，进行自我认知，了解自己的优势和不足，合理定位。学会了解、筛选就业信息，做好就业前的简历制作、求职书等物质准备和心理准备。掌握一般的求职应聘、面试技巧。</p>	<p>9. 大学生求职的心理调适；</p> <p>10. 职场适应与职场发展。</p>	<p>和模拟面试招聘场景的表现，对学生的综合评价。职业规划理论考核以在线学习测验成绩为依据，实践训练考核以学生的职业生涯规划为依据；课程考核成绩=在线理论学习成绩40%+实践训练成绩60%。</p>		
创新创业教育	<p>1. 素质目标：使学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，积极开展创业活动，具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备自主学习能力和创新能力；自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。</p> <p>2. 知识目标：使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。</p> <p>3. 能力目标：使学生具备必要的创业能力。掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，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。</p>	<p>1. 大学生创业现状、注意事项；</p> <p>2. 创业原理包括创业的核心要素、创业项目的核心竞争力；</p> <p>3. 创业项目产生：项目来源，项目产生方法；</p> <p>4. 创业团队：团队建设、员工管理和激励；</p> <p>5. 创业计划书编制、撰写、评估；</p> <p>6. 创业融资及风险；</p> <p>7. 创业过程管理；</p> <p>8. 大学生创业模拟体验。</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生创新思维和创造力、创业能力以及坚持不懈的精神。</p> <p>2. 本课程采用理论教学和实践教学相结合的方式，理论教学模块实施大学生在线学习的方式，实践教学模块实施行政班教学的方式。</p> <p>3. 课程教学以案例教学和项目路演为主，突出创新创业学生主体和实践导向。利用多媒体技术辅助教学，使教学形象化，增加学生兴趣，改善教学效果和质量。</p> <p>4. 模拟创业沙盘和项目路演教学应作为该门课程的特色教学方式。</p> <p>5. 创业实践教育考核占60%；创新创业理论考核占30%；学习态度和精精神面貌占10%。</p>	32	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
心理健康教育	<p>1. 素质目标：树立心理健康发展的自主意识，树立助人自助求助的意识，促进自我探索，优化心理品质。</p> <p>2. 知识目标：了解心理学的有关理论和基本概念；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>3. 能力目标：掌握一定的自我探索、心理调适、心理发展技能。</p>	<p>1. 心理健康绪论；</p> <p>2. 大学生自我意识；</p> <p>3. 大学生学习心理；</p> <p>4. 大学生情绪管理；</p> <p>5. 大学生人际交往；</p> <p>6. 大学生恋爱与性心理；</p> <p>7. 大学生生命教育；</p> <p>8. 大学生常见精神障碍防治。</p>	<p>1. 融入课程思政，关注学生的心理健康，培养积极健康的心态。</p> <p>2. 结合学院大一新生特点和普遍存在的问题设计菜单式的心理健康课程内容，倡导活动型的教学模式，以活动为载体，通过参与、合作、感知、体验、分享等方式，在同伴之间相互反馈和分享的过程中获得成长。</p> <p>3. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	32	Q1 Q2 Q4 Q5 K1 A1
大学体育	<p>1. 素质目标：具有积极参与体育活动的态度和行为；学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质；建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2. 知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养、环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法。能够提高一、二项运动项目的技、战术水平。</p> <p>3. 能力目标：能够通过各种途径了解重大体育赛事，并对国家以及国际的重大体育赛事有所了解；学会获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>1. 体育健康理论；</p> <p>2. 第九套广播体操；</p> <p>3. 垫上技巧；</p> <p>4. 二十四式简化太极拳；</p> <p>5. 三大球类运动；</p> <p>6. 大学生体质健康测试；</p> <p>7. 篮球选修课、排球选修课、足球选修课、羽毛球选修课、乒乓球选修课、体育舞蹈选修课、散打选修课、武术选修课。</p>	<p>1. 融入课程思政，增进学生安康体质、增强学生体育卫生保健教育促进学生德智体全面发展。</p> <p>2. 贯彻“健康第一”的指导思想。</p> <p>3. 教师在教学设计及授课过程中要充分体现五个学习领域目标，既要培养学生的竞争意识和开拓创新精神，又要培养学生的情感、态度、合作精神和人际交往能力；</p> <p>4. 对于学生的成绩评价教师可以采用多种方式，充分发挥自身的教学与评价特色，只要有利于教学效果的形成，有利于学生兴趣的培养和习惯的养成都可。</p> <p>5. 考核评价：考核方</p>	108	Q4 Q5 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			式采用平时考核60%+期末考试40%。		
劳动教育（一）	<p>1. 素质目标：提高社会实践能力，促进身心发展。</p> <p>2. 知识目标：掌握劳动观念、劳动态度教育，劳动习惯的养成教育。</p> <p>3. 能力目标：尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；通过劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育，及一周劳动实践，学生能主动清扫寝室、宿舍、责任区的卫生，同时养成主动爱护环境卫生的习惯。</p>	<p>1. 劳动观念与劳动习惯、劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。</p> <p>2. 校园卫生清扫。</p> <p>3. 学院各单位义务劳动及社会义务劳动。</p>	<p>1. 融入课程思政，通过实践活动，培养学生的劳动观念和劳动技能。</p> <p>2. 学生在校期间，必须参加公益劳动，由教务处统筹安排，学工处负责组织。</p> <p>3. 对学生参加公益劳动要认真进行考核，考核分为出勤与劳动情况两部分，其成绩作为各项评优评先的依据之一。</p> <p>4. 劳动时间为每周一至周五，每天上午8:00、下午2:30前完成校园卫生清扫任务，并做好保洁工作。</p>	16	Q1 Q2 Q5 Q7 K1
劳动教育（二）	<p>1. 素质目标：树立正确的劳动观念；培育积极的劳动精神；养成良好的劳动习惯和品质。</p> <p>2. 知识目标：了解正确的劳动价值观是什么；掌握劳模的本质，理解劳模精神的内涵；理解体认劳动不分贵贱，尊重普通劳动者；掌握工匠精神的基本内涵，了解工匠精神的当代价值；</p> <p>3. 能力目标：具备必备的劳动能力；具备正确的劳动价值观，热爱劳动；能够在日常生活中自觉弘扬劳模精神与工匠精神，自觉争当“劳模”，自觉传承工匠精神；</p>	<p>1. 理论课：理论课涉及劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动技能等专题教育。组织开展国家相关法律、劳动知识、劳动安全、劳动纪律等方面的教育，学习劳动模范人物的先进事迹，讲解学期劳动计划与安排等内容。</p> <p>2. 实践课主要以实训、社会实践为主要载体开展，由专、兼职教师、辅导员指导学生结合校园生活和社会服务组织开展劳动实践，校内涉及如校园环境卫生清洁</p>	<p>1. 采用课堂讲授，结合小组讨论、校内校外劳动实践的教学方法。</p> <p>2. 将学生劳动素养监测纳入学校教学质量评估，以第二课堂成绩单建设为抓手，客观记录、审核学生参加劳动实践的活动情况，实现劳动教育管理、科学评价的信息化。学生在校期间通过参与劳动教育活动及实践累计第二课堂学时在每个学期末按照学校的学时学分对应关系，统一认定第二课堂学分。</p> <p>3. 评价方式灵活多样</p>	24	Q1 Q2 Q5 Q7 K1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
		、学雷锋活动、校内外公益劳动、服务校级或学院（部）级大型活动（校内植树绿化、公共设施维护、志愿服务、社区服务、社会实践等）；校外利用学期或节假日开展家庭劳动、社会有偿劳动和公益服务劳动等实践课内容。	，可以采用产品展示、拟定心得体会考核、专题活动相互交流、自我评价、作品评定、社会团体评价等形式。考核分为过程性评价、终结性评价和整体性评价，平时考核60%+期末考试40%。		
大学美育	<p>1. 素质目标： Q1树立正确审美观，懂美、爱美，塑造完美人格。</p> <p>2. 知识目标： K1了解美育和美学基本知识。</p> <p>3. 能力目标： A1具备审美意识、审美能力和创造美的能力。</p>	<p>1. 审美范畴、审美意识和审美心理。</p> <p>2. 自然审美、社会审美、科学审美与技术审美。</p> <p>3. 艺术审美。</p> <p>4. 大学生与美育。</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生的美学和美育知识，较高的艺术素养和审美能力。</p> <p>2. 采用“理论+实践”的教学模式，建议讲授法、案例教学。</p> <p>3. 使用在线开放课程教学。</p> <p>4. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	16	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>A1</p>

(3) 科技人文课程

科技人文课程包含4门课程，各课程的内容与要求见表5。

表 5 科技人文课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>1. 素质目标：通过对经济数学的学习，培养良好的学习习惯和有效的学习方法；培养一定的逻辑思维习惯、计算素养，培养团队合作意识和探索精神；通过对微积分的学习，能用变化的观点去看待事物，去解决问题。</p> <p>2. 知识目标：了解微积分</p>	<p>1. 函数的性质，极</p> <p>限的概念和运算法则</p>	<p>1. 融入课程思政，提高学生数学建模和逻辑推理思维能力、巩固学术研究基础、满足专业发展需求。</p> <p>2. 明确教学活动中学生的主体地位，坚持以“学”为主，注重“教”与“学”的双边互动</p>		

<p>经济数学</p>	<p>的基本概念；掌握微积分的基本计算方法；常见数学软件的应用功能。</p> <p>3. 能力目标：通过对极限概念的学习，使学生建立无限的思想观，并使学生理解“分割求和取极限”的思想方法；通过对微分的学习，使学生了解数学建模的思想，理解最值应用问题；通过对积分的学习，使学生能够运用定积分知识求简单应用问题；通过数学软件的学习，使学生更有效地解决计算问题和利用数学知识解决实际问题。</p>	<p>，数学建模基本知识，几个常用的经济函数及其应用；</p> <p>2. 导数与微分的概念和运算法则；</p> <p>3. 导数与微分在数学中的简单应用，导数在经济分析中的应用，边际分析、弹性分析、最优化分析三种常用的经济分析方法；</p> <p>4. 不定积分和定积分的概念、计算，微元法，利用微元法求平面图形的面积，用微元法解决一些经济中的问题；</p> <p>5. 简单数学软件的运用。</p>	<p>；</p> <p>3. 以服务专业为本，充分挖掘与专业学习、社会实践密切相关的案例，精选教学内容，传授必需的数学知识，渗透数学建模思想和方法，培养学生的创新能力和应用数学知识解决实际问题的能力；</p> <p>4. 重视数学实验课，介绍合适数学软件的使用，为学生学习专业知识和解决专业实际问题提供可靠的计算工具，培养学生使用数学软件解决数学计算及应用问题的能力；</p> <p>5. 通过案例导入、理论讲授、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论教学；</p> <p>6. 采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）= 学习过程评价（60%）+ 知识能力考核评价（40%）。</p>	<p>44</p>	<p>Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1</p>
<p>实用英语</p>	<p>1. 素质目标：践行社会主义核心价值观，培育具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能型人才。提升学习兴趣、培养爱岗敬业、团队合作、劳动精神和树立文化自信等综合素质。</p> <p>2. 知识目标：词汇：累计掌握3000~5500个单词；语法：遵循“实用为主、够用为度”的原则，查漏补缺，夯实语法基础；语篇：写作目的、体裁特征、标题特征</p>	<p>由基础模块和拓展模块两个模块组成。基础模块为职场通用英语，是各专业学生必修的基础内容。结合职场环境、反映职业特色，进一步提高学生的英语应用能力。拓展模块包括职业提升英语、学业提升英语。主题类别包括：职业与个人、职业与社会和职业与环境三方面。</p>	<p>1. 结合书本教材和网络慕课，通过讲授、小组讨论、讲练、视听、角色扮演、情景模拟、案例分析和项目学习等教学方式教学。</p> <p>2. 坚持以“应用为目的，实用为主，够用为度”的人才培养大方向，利用“线上+线下”混合式外语教学新生态。</p> <p>3. 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；</p>	<p>96</p>	<p>Q1 Q2 Q4 K1 A1 A2</p>

	、篇章结构、修辞手段、衔接与连贯手段、语言特点、语篇成分（句子、句群、段落）之间的逻辑语义关系等；语用：在不同情境中恰当运用语言的知识。 3. 能力目标：包含理解技能、表达技能和互动技能。理解技能包括：听、读、看三种技能；表达技能指说、写、译三种技能；互动技能指对话、讨论、辩论等技能。能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动中进行简单的口头和书面交流。	总体归纳为： 1. 3000-5000个基本词汇、400个左右与职业相关词汇以及1700常用词组的学习； 2. 简单实用的语法规则的学习与重温； 3. 口语、听力、阅读、翻译和写作等各项能力的训练。	突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。 4. 采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价60%+知识能力考核评价40%。		
信息技术	1. 素质目标：提高计算机专业素质及网络安全素质，具备信息意识和团结协作意识。 2. 知识目标：了解计算机及网络基础知识；熟练运用办公软件处理日常事务。 3. 能力目标：具备解决计算机基本问题和运用办公软件的实践操作能力。	1. 计算机基础知识及Windows 7操作系统； 2. Officer 2010等办公软件的应用； 3. 计算机网络基本知识及网络信息安全。	1. 利用信息技术，优化课程思政方法模式，使用网络教学平台、推进在线资源建设，以及课内课外的同心共育。 2. 通过理论讲授、案例展示、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论及实践教学。 3. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。	56	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1 A3
社会调查	1. 素质目标：提高社会实践能力，促进学生身心发展。 2. 知识目标：培养、训练学生观察社会、认识社会以及提高学员分析和解决问题能力的重要教学环节。 3. 能力目标：要求学生运用本专业所学知识和技能，而且使学生通过对学科重点或焦点问题进行社会实践，圆满完成学习计划，实现教学目标。	1. 社会调查的内容主要包括以下几个方面：①农村、城市某一地区经济、政治、思想、文化等领域的现状和发展趋势；②农村、城市社会主义改革某一方面的成果、经验及存在问题和解决方法；③农村、城市社会主义精神文明建设的成果、经验及存在问题和解决方法；④先进人物、先进事迹；⑤社会热点问题； 2. 社会调查必须进行实地考察，实事采	1. 组织学生参与社会实践和志愿服务活动，将课程思政教育与社会服务相结合。 2. 教学方法：探究教学、分组教学。 3. 课程的考核： (1) 学生交一份实习报告（不少于3000字，必须手写），由指导教师给学生评定成绩； (2) 实习成绩为：通过和不过； (3) 对于特别优秀的社会实践，由学生提出申请并且经过指导教师推荐，参加答辩，答辩委员会将从中选择若干同	24	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1 A2

		集, 经过实事求是地分析研究, 撰写出有实际内容、理论水平和参考价值的调查报告。	学予以表彰, 并颁发《社会调查》课程优秀证书。学生申请和指导教师推荐须在第一周内完成; (4)实习报告必须在开学第一周周三之前上交指导教师, 否则以不通过记分。指导教师必须在第二周周三之前将评定后的学生报告交教务办公室。		
--	--	--	---	--	--

共选修课程包含 12 门课程, 各课程的内容与要求见表 6。

表 6 公共选修课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
大学语文	<p>1. 素质目标: 对学生进行职业观念、职业理想、职业道德、职业法规等多方面职业素养的渗透教学, 为学生迅速成为高素质的专业技术人员奠定思想基础; 培养学生高尚的思想品质和道德情操, 帮助学生提升人文素养; 培养学生独立思考和创新意识。</p> <p>2. 知识目标: 了解文学鉴赏的基本原理, 掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法; 掌握一定的文学基本知识, 特别是诗歌、散文、戏剧、小说四种主要文体特点以及发展简况; 了解文学鉴赏的基本原理; 掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本途径方法。</p> <p>3. 能力目标: 提高学生正确阅读、理解和运用语言文字的能力; 能够熟练运用语文基础知识进行日常公文写作能力; 能够流畅地用语言进行日常交流</p>	<p>1. 文学作品鉴赏: 共九个单元, 分别是“自然·景观”、“社会·世情”、“家国·民生”、“生命·人性”、“爱情·婚姻”、“友谊·亲情”、“胸怀·品格”、“怀古·史鉴”、“文艺·品藻”。</p> <p>2. 口语表达能力训练: 根据学生的实际情况和需要分为五个训练项目, 分别是朗读训练、演讲训练、交谈训练、求职口才训练、销售口才训练。</p> <p>3. 应用文写作训练: 根据学生日常生活、工作及职业需求分为五个训练项目, 分别为行政公文、办公事务文书、常用书信、日常应用文和专业应用文。</p> <p>4. 课程以中国文学所体现的人文精神及</p>	<p>1. 融入课程思政, 提高学生语言表达与沟通的能力和创造性思维以及解决问题的能力。</p> <p>2. 实行专题化、信息化的教学模式, 范文讲解与专题讲座相结合, 组织课堂讨论、辩论会或习作交流会。</p> <p>3. 结合校园的文化建设, 指导学生积极参与第二课堂活动。</p> <p>4. 考核评价: 考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	24	Q1 Q2 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	和工作的能力；能够将语文知识与本专业课程相结合进行创造性的学习。	优秀传统熏陶学生，把传授知识与陶冶情操结合起来，发掘优秀文学作品所蕴涵的内在思想教育、情感熏陶因素。			
中华传统优秀文化	<p>1. 素质目标：增强学生的民族自信心和民族自豪感；激发出学生对中华优秀传统文化的热爱和崇敬之情；打开学生的文化视野，提高文化素养，提升文化品位；在学习的过程中丰富自己的精神世界。培养学生的爱国热情；在吸收中国文化精髓的同时，促进其将来职业生涯的发展。</p> <p>2. 知识目标：了解中国传统文化中的基本精神；了解中国传统文化中反映出的道德规范和美德；理解“实现中国伟大复兴”的深刻内涵；了解中国传统哲学、文学、科技等方面的文化精髓。</p> <p>3. 能力目标：能在平时的言行举止中体现出内在的文化素养；能从文化的视野辩证地去分析当今社会中的种种文化现象。</p>	<p>1. 中国传统文化概述</p> <p>2. 中国古代哲学和文学。</p> <p>3. 中国传统宗教和传统节日。</p> <p>4. 中国传统艺术、传统戏曲和传统科技。</p> <p>5. 中国传统民俗、礼仪和饮食文化。</p>	<p>1. 融入课程思政，在传承文化的同时，鼓励学生对中国优秀传统文化进行创新性思考和表达；</p> <p>2. 在课堂教学上，注重启发式教学，开展案例教学、仿真教学、情景教学、讨论教学等。</p> <p>3. 与学院社团活动相结合，利用辅导文学社成员的机会，开展传统文化知识讲座，进行传统文化知识竞赛。</p> <p>4. 与社会课堂相结合，利用寒暑假社会实践要求学生发掘家乡的传统文 化，并写出相应的论文。</p> <p>5. 与校园文化建设相结合。</p> <p>6. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。</p>	16	Q1 Q2 K1 A1
职业素养	<p>1. 素质目标：1) 培养学生正确的职业意识；2) 培养学生团队合作、遵规明礼、精益求精阳光心态、遵规明礼、重视安全的工作态度；3) 培养学生爱岗敬业、精益求精、持续专注、守正创新的工匠品质。</p> <p>2. 知识目标：掌握团队冲突处理、职场礼仪规则、职场沟通、安全生产、解决问题等知识要点。</p>	<p>1. 融入团队，实现合作共赢。</p> <p>2. 遵规明礼，修养彰显内涵。</p> <p>3. 善于沟通，沟通营造和谐。</p> <p>4. 诚实守信，诚信胜过能力。</p> <p>5. 敬业担责，用心深耕职场。</p> <p>6. 关注细节，追求精益求精。</p> <p>7. 解决问题，实现</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生的职业综合素质、为学生未来的职业发展提供更广泛的知识 和技能基础。</p> <p>2. 教学手段三维螺旋递进：在线MOCC 学习帮助学生掌握素养知识；课堂互动讨论重构学生素养认知；课外实践帮助学生养成素养品质。</p> <p>3. 教学内容三融入：</p>	16	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K1 K2 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	3. 能力目标：能正确处理工作中遇到的团队冲突、上下级沟通等问题；能够做一个诚实守信、精益求精、解决问题的准职业人。	组织目标。	融入传统文化知识为中国未来高技能人才注入同频共振的文化基因；融入国际知名企业案例为学生打开国际化格局视野；融入行业企业案例帮助学生感知未来工作环境。 4. 考核评价：考核方式采用平时考核60%+期末考试40%。		
普通话（一）	1. 素质目标：树立使用标准语言的信念，勇于表达，善于表达。了解口语表达的审美性和社会实践性，使学习与训练成为内心的需求和自觉的行为。 2. 知识目标：掌握普通话语音基本知识。掌握声母、韵母、声调、音变、朗读技巧、说话技巧。掌握读单音节字词、读多音节词语、短文朗读、话题说话的方法。 3. 能力目标：结合方言进行声母、韵母、声调和音变的辩证练习。了解普通话水平测试的有关要求，熟悉应试技巧，针对声母、韵母、声调和音变的读音错误和缺陷进行训练，并了解朗读和说话时应注意的问题，做到正确发音，能使用标准而流利的普通话进行语言交际，朗读或演讲。	1. 普通话概说和普通话水平测试； 2. 普通话基础知识； 3. 普通话的声母、韵母、声调及难点训练； 4. 普通话的音变； 5. 单音节字词、多音节字词、短文朗读辅导； 6. 命题说话训练及模拟测试。	1. 融入课程思政，使学生掌握国家通用语言的规范用法、增强沟通能力、提高思维逻辑性、促进学生进行学术表达和交流。 2. 采用课堂讲授、训练、示范、模拟训练的形式，精讲多练，突出活动实践占4/5，体现任务引领、实践导向的课程设计思想。 3. 课堂教学可采用多媒体、录音机物质工具，最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。 4. 考核方式：课程考试考核采用普通话国测。	28	Q4 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
国家安全教育	<p>1. 素质目标：理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维；建立正确国家安全观念，培育宏观国际视野；培养学生“国家兴亡，匹夫有责”的责任感和理性爱国的行为素养。</p> <p>2. 知识目标：掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；理解中国特色国家安全体系；构筑国家整体安全思维架构。</p> <p>3. 能力目标：具有国家安全意识、维护国家安全的基本能力；能将国家安全意识转化为自觉行动；能做到责任担当、筑牢国家安全防线。</p>	<p>1. 国家安全基本概念</p> <p>2. 系统理论与地缘战略</p> <p>3. 国家安全主流理论</p> <p>4. 传统与非传统国家安全观</p> <p>5. 总体国家安全观</p> <p>6. 恐怖主义与国家安全</p> <p>7. 民族问题与国家安全</p> <p>8. 新型领域安全</p> <p>9. 国家安全委员会</p> <p>10. 国家安全环境</p> <p>11. 国家安全战略</p> <p>12. 要求全程把思政元素融入教学各环节。</p>	<p>1. 教学方式：案例教学，情景教学。</p> <p>2. 教学方法：启发式教学，讨论式教学，探究式教学。</p> <p>3. 教学模式：培训讲座。</p> <p>4. 考核方式：以学习心得体会或小论文考核为主。</p>	16	Q1 Q2 Q3 K1 A1
信息素养	<p>1. 素质目标：树立信息意识。规范学术行为，遵循信息伦理道德。掌握批判性思维方法。培养工匠精神，增强文化自信。</p> <p>2. 知识目标：了解信息素养、信息源、信息检索的基本概念和理论。掌握信息检索的方法与途径。</p> <p>3. 能力目标：掌握常用信息检索工具及使用技巧，学会用科学方法进行文献信息的收集、整理加工和利用。</p>	<p>1. 信息理论： 1) 信息本体； 2) 信息资源； 3) 信息化社；</p> <p>2. 信息素养： 1) 信息素养的内涵； 2) 信息素养系统； 3) 信息素养标准；</p> <p>3. 信息素养教育： 1) 信息检索技术； 2) 搜索引擎和数据库； 3) 信息检索与综合利用； 4) 大数据与信息安全。</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生在信息时代所需的关键技能和能力，使他们能够有效地获取、评估、分析、使用和管理信息。</p> <p>2. 将信息知识与专业知识学习有机结合，以问题为导向设置课程内容；</p> <p>3. 采取探究式的教学模式，通过参与、合作、感知、体验、分享等方式，在生生之间、师生之间相互反馈和分享的过程中促进学生全面性成长；</p> <p>4. 以形成性评价方式为主。过程性考核(60%)+终结性考核(40%)。</p>	16	Q1 Q2 Q3 K1 A1 A2 A3

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
节能 减排	<p>1. 素质目标：树立学生节能低碳理念；提升学生国家资源忧患意识；培养参与公益活动的自觉意识；促进学生养成节能低碳良好习惯。</p> <p>2. 知识目标：熟悉节能低碳生态文明建设有关知识；熟悉全国节能宣传周与全国低碳日的基本知识。</p> <p>3. 能力目标：培养基本节能低碳宣传普及能力；培养节能低碳自我践行能力。</p>	<p>1. 全国节能宣传周与全国低碳日主题讲座；</p> <p>2. 节能低碳专题讲座；</p> <p>3. “节能低碳，从我做起”活动实践。</p>	<p>1. 教学方式：项目教学，案例教学，情景教学。</p> <p>2. 教学模式：培训讲座，实践教学。</p> <p>3. 教学方法：案例教学，讨论式教学，实践教学。</p> <p>4. 考核方式：以学习心得体会或小论文考核为主，兼顾节能低碳活动实践情况。</p>	4	Q3 K2 A1
绿色 环保	<p>1. 素质目标：树立“绿水青山就是金山银山重要理念”；培养生态文明价值观；增强自觉践行绿色环保的意识；养成积极参与公益活动的自觉习惯。</p> <p>2. 知识目标：熟悉习近平生态文明思想；知道绿色环保的基本知识；了解国家绿色环保的主要措施和法律法规等。</p> <p>3. 能力目标：培养绿色环保宣传普及能力；培养绿色环保践行能力。</p>	<p>1. 绿色环保主题讲座（一）；</p> <p>2. 绿色环保主题讲座（二）</p> <p>3. “绿色环保，从我做起”活动实践。</p>	<p>1. 教学方式：项目教学，案例教学，情景教学。</p> <p>2. 教学模式：培训讲座，实践教学。</p> <p>3. 教学方法：案例教学，讨论式教学，实践教学。</p> <p>4. 考核方式：以学习心得体会或小论文考核为主，兼顾节能低碳活动实践情况。</p>	4	Q3 K2 A1
	<p>1. 素质目标：培养学生树立金融安全意识；培养学生树立正确的消费观；</p> <p>2. 知识目标：了解我国目前金融机构体系概况；了解简单的财务管理知识；掌握主要支付手段及工具，及如何预防电信诈骗；了解个人信息保护；了解个人信息的概念，及了解如何保护个人信息；了解个人征信的概念，</p>	<p>1. 我国目前金融机构体系介绍。</p> <p>2. 财务管理基础知识。</p> <p>3. 支付工具及电信诈骗。</p> <p>4. 个人信息保护。</p> <p>5. 青年信用体系。</p> <p>6. 个人贷款及不良校园贷。</p>	<p>1. 教学方法：案例教学；情景教学；参与式教学；讨论式教学。</p> <p>2. 教学模式：混合式教学。</p> <p>3. 考核方式：过程评价与结果评价相结合。</p>		Q3 K2 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
金融知识	<p>并了解如何建立青年信用体系；了解个人贷款的概念，掌握如何识别不良校园贷。</p> <p>3. 能力目标：能够做好自身财务管理；能够准确地识别电信诈骗，具备一定的反诈骗能力；能够建立良好的信用体系；能够准确识别不良校园贷，且有效避免。</p>			4	
湖湘文化	<p>1. 素质目标：培养学生对湖南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；树立良好的人生观，端正社交和工作态度；养成良好的行为习惯；开阔学生视野，提高文化素养。</p> <p>2. 知识目标：对湖湘文化的基本面貌、基本特征和主体品格有初步了解；熟知并传承湖湘文化的基本精神；领会湖湘传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面文化精髓；基本掌握起关键作用的人物、流派和他们的贡献。</p> <p>3. 能力目标：能诵读湖湘文化中的名篇佳句；能吸收湖湘文化的智慧，能感悟传统文化的精神内涵；能掌握学习湖湘文化的科学方法；能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。</p>	<p>1. 湖南的地理位置，地理特点；</p> <p>2. 湖南的发展历程：古代湖南、近代湖南、现代湖南；</p> <p>3. 湖南秀美自然风景；</p> <p>4. 湖南的历史遗迹；</p> <p>5. 红色湖南；</p> <p>6. 湖南传统民族文化；</p> <p>7. 湖南民俗风韵；</p> <p>8. 艺术湖南：地方曲艺、民族舞蹈；</p> <p>9. 特色湖南：潇湘特产；</p> <p>10. 名人湖南：屈原、王夫之、魏源、左宗棠、毛泽东等。</p> <p>11. 课程把立德树人、文化自信贯穿全课程，培养学生心忧天下的家国情怀。</p>	<p>1. 教学方式：项目教学、案例教学、情景教学、模块化教学等。</p> <p>2. 教学方法：启发式、探究式、讨论式、参与式等。</p> <p>3. 教学模式：翻转课堂、线上线下混合式教学等</p> <p>4. 考核方式：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价=学习过程评价+知识能力综合评价。</p>	4	Q1 Q2 Q4 K1 A1
	<p>1. 素质目标：培养学生诚实、守信、合作、敬业的良好品质。</p> <p>2. 知识目标：掌握管理的职能；了解企业的类型、企业管理的性质和职能；了解人力资源管理内容及人才选拔方式、绩效管理；</p>	<p>1. 管理基础知识；</p> <p>2. 现代企业制度；</p> <p>3. 人力资源管理；</p> <p>4. 市场营销管理；</p> <p>5. 现代企业生产管理；</p> <p>6. 现代企业质量管理；</p>	<p>1. 融入课程思政，培养学生在企业管理和质量管理体系方面的专业知识和实践能力、提升分析和解决问题以及持续改进的能力。</p> <p>2. 教学方法：本课程主要采用案例分析法、</p>		Q1 Q2 Q3 Q4 K1 K2 A18

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
现代企业管理与ISO9000质量管理	<p>理；了解消费者市场及消费者行为模式、目标市场营销策略；熟悉生产组织及作业计划；掌握全面质量管理的内容以及质量管理标准；熟悉经济采购批量的计算、物料需求计划的制定。</p> <p>3. 能力目标：1)通过管理基础知识的学习，会用管理的知识分析、解释企业的管理活动；2)通过现代企业的学习，会辨别企业类型和解释企业管理的功能；3)通过人力资源管理的学习，会分析和解释企业人力资源管理的工作；4)通过市场营销的学习，会进行初步的消费者购买行为分析和根据企业情况匹配市场销售策略；5)通过生产管理和质量管理的学习，熟悉企业生产流程和熟悉质量管理的相关标准；6)通过物流管理的学习，会计算经济采购批量和了解物流需求计划。</p>	7. 现代企业物流管理。	<p>情景模拟法、课外实际法、主题讨论法等多种教学方法；</p> <p>案例分析法：通过案例分析引入所学知识，并能够让学生更深刻地理解所学知识；</p> <p>情景模拟法：教师创造合适的教学环境，学生分组扮演不同的情景角色来模拟企业管理内容；</p> <p>课外实践法：主要利用互联网的信息优势，以及一手资料的可获取性，让学生收集资料，通过亲身实践来学习企业管理知识；</p> <p>主题讨论法：不定期地选择有现实意义的主题内容组织学生参与讨论，激发学生学习欲望与热情，增强学生对知识的记忆与理解；</p> <p>3. 教学手段：多媒体教学和学习通相结合。课堂教学以多媒体电子课件为主，配合使用黑板板书，将案例以多媒体形式展现，更加直观生动。另外，利用学习通这一平台上传与课程相关的微课，讨论和小测验，巩固所学知识点，可以取得较好的教学效果；</p> <p>4. 考核评价：对学生的评价与考核分三个部分：1)职业素养考核，包括平时的出勤率、听课态度、完成作业任务的情况等，占总评成绩的40%。部分重点内容考核学生的学习过程，</p>	4	

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			包括其学习态度、努力程度和表现出来的效果。2) 期末考核, 考核学生对理论知识的实际掌握情况, 占60%。		
社会责任	<p>1. 素质目标: 培养学生的爱国情怀、民族精神; 培养学生的集体观念、团队精神; 培养学生爱岗敬业、诚实守信的职业精神。</p> <p>2. 知识目标: 了解社会责任感的含义; 认识社会责任感的重要性; 了解大学生社会责任感缺失的现状和原因; 掌握增强大学生社会责任感的途径。</p> <p>3. 能力目标: 能够明确个人理想和社会理想的关系, 增强自我责任感; 能够对父母、家庭尽责, 增强自身家庭责任感; 能够正确处理个人利益与集体利益的关系, 增强集体责任感; 能够热爱祖国、民族, 增强国家(民族)责任感; 能够爱岗敬业, 增强职业责任感。</p>	<p>1. 社会责任感的含义。</p> <p>2. 社会责任感的重要性。</p> <p>3. 当代大学生社会责任感缺失的现状。</p> <p>4. 当代大学生社会责任感缺失的原因。</p> <p>5. 增强大学生社会责任感的途径。</p>	<p>1. 教学方法: 案例教学; 情景教学; 参与式教学; 讨论式教学。</p> <p>2. 教学模式: 混合式教学。</p> <p>3. 考核方式: 过程评价与结果评价相结合。</p>	4	Q1 Q2 Q4 K1 A1

2. 专业(技能)课程

(1) 专业基础课程

专业基础课程包含 8 门课程, 各课程的内容与要求见表 7。

表 7 专业基础课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	1. 素质目标: (1) 具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感; (2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生		教学方法: 1. 可采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法。2. 通过教师引导, 激发学	56	Q2 Q6 Q7 K14

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
管理学	<p>命、热爱劳动；（3）养成良好的职业道德和规范；（4）具有科学管理的意识。</p> <p>2. 知识目标：（1）掌握管理的基本特点、职能、管理者层次与角色；（2）了解管理理论的发展；（3）掌握企业的特点、现代企业制度的主要内容与基本组织形式，了解企业管理的发展；（4）掌握企业经营战略及企业经营战略管理流程；掌握人力资源及人力资源管理的主要内容；（5）掌握目标市场营销和竞争性的市场营销战略类型；（6）掌握质量、全面质量管理的概念及质量管理常用的统计方法；（7）掌握财务管理主要内容；（8）掌握企业文化的功能与企业文化建设。</p> <p>3. 能力目标：（1）能用管理知识分析、解释企业的管理活动。（2）能区分企业，会辨别企业类型，会分析和解释企业管理的功能。（3）会分析、解释企业经营战略管理的流程及各环节的重点。（4）会区分企业人力资源管理的主要模块和基础工作，会分析和解释企业的人力资源管理工作。（5）会进行初步的消费者购买行为分析，会根据企业的环境信息匹配市场营销战略。（6）会区分企业管理中质量管理的效能。（7）会初步分析企业财务</p>	<p>1. 管理认知</p> <p>2. 现代企业制度</p> <p>3. 企业战略与经营</p> <p>4. 人力资源管理</p> <p>5. 质量管理</p> <p>6. 市场营销管理</p> <p>7. 财务管理</p> <p>8. 现代企业文化</p>	<p>生的学习欲望和热情，引导学生独立思考问题，学会搜集相关信息资料，在小组内讨论，并总结讨论结果在课堂上大胆发言。通过主题讨论法，可以增强学生对知识的记忆与理解，从而达到教学目的。3. 融入课程思政，不定期地选择具有现实意义的主题内容组织学生进行讨论，在课堂教学过程中全程践行社会主义核心价值观的引领及中国传统文化和管理思想的传播。</p> <p>教学手段：1. 多媒体教学：课堂教学以多媒体电子课件（PPT电子教案）为主，配合使用黑板板书。2. 网络教学：利用多媒体一体化教室、校园网等资源优势，构建本课程的教学网站，通过网络提供丰富的教学资源。包括教学大纲、教学实施计划、电子教案、PPT课件、习题及答案、试卷、实习计划、案例、论文等。学生可以利用课余时间自主学习，开阔视野。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）= 学习过程评价（60%）+ 知识能力考核评价</p>		<p>A5</p> <p>A6</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	营运优劣。（8）运用企业文化三个层面进行企业文化分析，初步设计企业文化建设的流程。		（40%）。		
市场营销学	<p>1. 素质目标：培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备法制、安全、环保意识。</p> <p>2. 知识目标：正确理解市场营销的基本概念和基本理论；全面掌握现代市场营销观念的内容；理解市场营销的基本理论及其新发展；了解市场购买行为的过程及其特点；理解市场营销计划内容，了解市场营销活动管理过程内容，掌握不同市场的竞争策略；理解产品整体概念，掌握产品组合的概念与产品组合策略，能辨别产品所处生命周期的阶段并找到对应的策略，掌握定价的策略与技巧；掌握影响分销渠道选择的因素和分销策略，理解销售代理方式，掌握选择代理商应考虑的因素；了解促销组合策略，掌握广告、公共关系、销售促进和人员推广的基本策略和技巧。</p> <p>3. 能力目标：具有能正确地理解市场营销的基本专业术语并能进行专业的交流的能力；具有能正确运用现代市场营销观念分析市场营销活动问题并解决问题的能力；具有对市场购买行为的类型进行分</p>	<p>1. 认知市场营销</p> <p>2. 市场营销环境分析</p> <p>3. 消费者市场与购买行为分析</p> <p>4. 组织者市场与购买行为分析</p> <p>5. 市场营销战略与计划</p> <p>6. 目标市场与市场细分</p> <p>7. 产品策略</p> <p>8. 定价策略</p> <p>9. 分销策略</p> <p>10. 促销策略</p>	<p>1. 要采用启发式教学、任务驱动式教学法、讨论式教学法和案例教学法。在教学中启发培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；培养学生法制、安全、环保意识。</p> <p>2. 通过广泛运用案例教学和案例讨论法，通过分析真实的国际营销案例来理解国际市场营销理论；通过启发和互动教学，加深学生对理论的理解和掌握；通过组织学生去会展参观进行认知实习。</p> <p>3. 利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。4. 充分利用移动互联网通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>	64	Q2 Q4 K4 K8 K13 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	析，能根据消费者购买过程采取相应的对策；具有能制定和组织实施市场营销计划并组织管理整个市场营销活动过程的能力；具有组织实施产品组合策略、能辨别产品所处生命周期的阶段并找寻对应的策略和灵活运用定价策略与技巧的能力；具有搜集、阅读资料和运用资料的能力；具有正确选择分销渠道并能根据实际情况正确设计和管理分销渠道的能力；能利用销售代理启动市场；具有制定促销方案、组织实施人员推销策划的能力。				
经济学	<p>素质目标：1. 具备良好的心理素质和克服困难的毅力；2. 具有良好的团队协作精神和敬业精神；3. 具备良好的信息收集、分析和处理能力；4. 具有良好的沟通能力和组织能力；5. 具有善于总结、力求上进的工作精神。</p> <p>知识目标：1. 熟练掌握供求理论、需求弹性与供给弹性，了解价格政策；2. 能够熟练使用边际效用分析法和无差异曲线分析法，熟悉消费者剩余的概念；3. 能够熟练掌握两种生产要素的最优组合，生产要素最优投入与规模经济理论；4. 熟悉垄断市场上的歧视价格，垄断竞争市场上的产品差别竞争；5. 熟练使用宏观经济指标，掌握国内生产总值及核算方法；6. 熟悉总需求决定理论和乘数理论；能够掌握通货膨胀的形成原因</p>	<p>1. 走进经济学</p> <p>2. 需求与供给</p> <p>3. 消费者行为分析</p> <p>4. 生产者理论与成本理论</p> <p>5. 市场理论</p> <p>6. 生产要素和分配理论</p> <p>7. 市场失灵与微观经济政策</p> <p>8. 宏观经济政策</p> <p>9. 国民收入核算</p> <p>10. 经济周期与经济</p>	<p>1. 主要采用启发式教学、任务驱动式教学法、讨论式教学法和案例教学法。2. 通过现实经济现象的分析，融入思政元素“唯物辩证思维方式，正确认识事物和现象的产生与发展；培养遵循经济发展规律并创新发展观念”。3. 利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。4. 多用身边或者实际生活中的案例，让学生亲身体会经济生活的含义。例如家中买房时贷款方式的选择等。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>	68	<p>Q6</p> <p>Q2</p> <p>K4</p> <p>A1</p> <p>A5</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>，能用总需求—总供给模型分析失业与通货膨胀的原因及其相互关系，绘制并解释菲利普斯曲线；7. 掌握经济周期的含义、分类与各阶段的特征；经济增长的含义与特征，知晓经济增长的源泉，了解各种经济增长模型，并能对经济增长的因素进行分析；8. 掌握宏观经济政策目标，了解财政政策与货币政策在宏观经济管理中的运用。</p> <p>能力目标：1. 具有自学能力、理解能力与表达能力以及综合运用知识分析问题的能力；2. 能够举一反三，关注社会现实经济问题，理论与实践相结合；3. 具备自主学习新技术、新知识的能力；具有获取并使用信息和新技术的能力。</p>				
统计学	<p>素质目标：1. 敏锐的观察力，善于观察环境中细微的变化，善于把握机会；培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、勤于思考，及时发现问题的学习习惯；2. 具备较强的自我学习能力和可持续发展能力；3. 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；4. 具有强烈的工作责任心和风险意识；5. 在数据库的使用过程中培养效率和安全意识，养成良好的职业道德；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力</p>	<p>1. 统计的基本问题 2. 统计调查 3. 统计整理 4. 统计分析 5. 统计预测</p>	<p>教学方法：1. 坚持“教学做”一体化方针，采取任务驱动、情景教学与问题教学法，注重培养学生的专业操作技能，引导学生在真实的企业环境中完成企业市场调查任务。同时融入思政元素“强烈的工作责任心和风险意识、善于观察环境中细微的变化，善于把握机会；培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、勤于思考，及时发现问题的学习习惯”；2. 采取启发式和讨论式教学，启发学生掌握统计分析的核心技能，掌握实训项目任务，提高统计分析的技能</p>	68	<p>Q2 Q4 Q6 K4 A5 A8 A12</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>知识目标：1. 具有较强的统计思维能力，能完全读懂统计年鉴、统计公报等；2. 理解统计指标与指数的关系和意义；3. 熟练掌握抽样推断的原理和方法；4. 掌握相关分析与回归分析的原理；5. 掌握统计预测的一般方法；6. 熟练应用Excel进行数据统计及分析。</p> <p>能力目标：1. 培养学生搜集资料、调查市场、阅读资料和利用资料的能力；2. 能够绘制常用的统计图，具备编制、阅读统计报表的能力；3. 能够进行综合指标的计算及分析；4. 具备国民经济指标的阅读和分析能力；5. 具备应用Excel进行数据统计及分析的能力。</p>		<p>与水平。3. 以案例教学法、情境教学法、目标教学法为主；4. 将学生分组，每组4—5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习。</p> <p>教学手段：1. 可采用的教学手段主要有多媒体教学、实操演练、案例分析、网络等立体化教学手段，清晰、生动地向学生传授课程知识；2. 充分利用信息化教学资源，开发学生自主学习课程教学资源库。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
消费者行为分析	<p>素质目标：1. 具备自主学习和总结的能力；2. 具备较强的自我约束、管理、展示和心理调适能力，具有团队精神和合作意识；3. 具备良好的表达和有效的沟通能力；4. 具备自我展示能力和一定的创新能力；5. 具备高度的责任感和吃苦耐劳的工作作风。</p> <p>知识目标：1. 了解消费心理学在市场营销中的作用；2. 了解并熟悉消费者心理活动过程及表征；3. 掌握不同消费者个性心理特征；4. 掌握各类型消费者个性心理倾向；5. 了解社会因素和商品因素对消费心理的影响。</p> <p>能力目标：1. 能运用心</p>	<p>1. 消费心理学概述 2. 消费者心理活动过程 3. 消费者个性心理特征 4. 消费者个性心理倾向 5. 影响消费心理的社会因素 6. 影响消费心理的商品因素</p>	<p>教学方法：1. 课程以项目为导向，通过基础知识结合项目案例学习法，达到讲解实操一体化，提升学生动手能力；教学形式为边讲边练，讲练结合形式；2. 将学生分组，每组4—6人，鼓励学生采用小组合作方式开展学习任务，每组设置小组长，由小组长督促学生学习，提升班级学习氛围；3. 思政重点融入“具备较强的自我约束、管理、展示和心理调适能力”，提升学生运用心理学知识分析各类消费者的消费特点。</p> <p>教学手段：1. 教学手段主要有线上线下教学</p>	68	<p>Q1 Q3 Q5 K14 A1 A6 A10</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	理学知识分析各类消费者的消费特点；2.能识别消费者的心理变化；3.能识别购买信号；4.能根据消费者行为分析知识做好店铺的布局设计；5.能识别顾客的喜爱和禁忌。		、优质教学资源网站推荐、书籍推荐、名人讲师推荐等多元化教学手段，丰富、生动地向学生传授课程知识；2.由于本门课主要涉及实操演练，目的在于提升学生应用能力，因此每节课结束都需要通过作业或课堂任务的方式获取学生学习情况的反馈，再根据反馈情况调节课程进度和讲解方式，争取达到课上消化，课后提升的效果。 考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。		
销 管 与 理	<p>素质目标：1.具备遵纪守法、热心服务、礼貌待客、公平交易、诚实守信的工作作风；具备与人沟通交流合作、乐于奉献的精神；具备良好的职业道德、公平正直；2.锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致；3.学会持续从互联网领域学习的能力；4.培养团队合作意识与能力；5.良好沟通和语言表达能力。</p> <p>知识目标：1.能制定销售计划，进行销售预测、定额和预算；2.学会划分销售区域，对销售区域进行设计；3.学会构建销售渠道，对渠道模式进行选择和对销售系统进行设计；4.学会制定促销方案；5.掌握销售人员的招聘、</p>	<p>1.制定销售计划</p> <p>2.划分销售区域</p> <p>3.建立销售渠道</p> <p>4.渠道整合</p> <p>5.销售团队规划</p> <p>6.销售人员的选拔与培训</p> <p>7.销售人员的激励</p> <p>8.销售人员的考评和薪酬</p>	<p>教学方法：1.课程以项目为导向，通过基础知识结合项目案例学习法，达到讲解实操一体化，提升学生动手能力；教学形式为边讲边练，讲练结合形式；2.将学生分组，构建团队，团队完成作业，来培养学生销售团队合作的意识；3.思政重点融入爱岗敬业精神，培养学生具备团队精神和合作意识。</p> <p>教学手段：1.教学手段主要有线上线下教学、优质教学资源网站推荐、书籍推荐、名人讲师推荐等多元化教学手段，丰富、生动地向学生传授课程知识；2.由于本门课主要涉及实操</p>	40	Q4 Q5 K7 A2 A9 A12

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>甄选、培训等环节组建销售团队。</p> <p>能力目标：1.能够运用所学制定销售计划，测算销售额以及规划预算；2.能够划分销售区域，对销售区域进行合理设计与开发；3.具备制定营销策划方案的能力；4.具备组建销售团队的领导力。</p>		<p>演练，目的在于提升学生应用能力，因此每节课结束都需要通过作业或课堂任务的方式获取学生学习情况的反馈，再根据反馈情况调节课程进度和讲解方式，争取达到课上消化，课后提升的效果。</p> <p>考核评价：1.本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核。2.课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力。</p>		
经济法	<p>1.素质目标：具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具有良好的职业综合素养与职业道德；具有遵纪守法、质量、安全和环保意识。</p> <p>2.知识目标：掌握法律基础、经济纠纷的解决途径和法律责任；掌握会计法律制度；掌握支付结算法律制度；掌握税收法律制度；掌握劳动合同与社会保险法律制度。</p> <p>3.能力目标：具备法律基础、法律责任的基本能力；具有支付结算能力；</p>	<p>1.法律基础</p> <p>2.会计法律制度</p> <p>3.支付结算法律制度</p> <p>4.增值税、消费税法律制度</p> <p>5.企业所得税、个人所得税法律制度</p> <p>6.其他税收法律制度</p> <p>7.税收征收管理制度</p> <p>8.劳动合同与社会保险法律制度</p>	<p>教学方法：1.要求教学中融入遵纪守法、依法纳税课程思政的内容，培养学生具有遵纪守法、质量、安全和环保意识，提升运用法律解决实际问题的能力。2.运用现场教学、案例教学、讨论式教学、探究式教学等多种教学方法。3.采用“理论讲解+案例分析”的一体化教学模式。4.充分利用信息化教学资源，开发学生自主学习课程教学资源库。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学</p>	56	<p>Q1</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>K2</p> <p>K4</p> <p>A1</p> <p>A4</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	具有税额计算和税务筹划的能力；具有劳动合同与社会保险法律的运用能力。		习成绩)=学习过程评价(60%)+知识能力考核评价(40%)。		
商品学	<p>素质目标：1. 培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、细心、耐心、科学严谨的工作作风；2. 具备诚信待人、与人合作的团队协作精神及强烈的责任心和风险意识；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；4. 具备课程、安全、环保意识；5. 培养学生创新意识。</p> <p>知识目标：1. 掌握商品的概念、商品的构成、商品的分类、代码编制方法；2. 熟悉商品特性及特点描述、商品标准、商品检验等业务常识；3. 掌握商品包装材料、包装技法；4. 掌握商品在储运期间的课程变化和影响因素，库存商品的基本养护方法，常见商品的储藏保管技术。</p> <p>能力目标：1. 具有识别商品内包装、外包装标识的能力；2. 具有描述商品的种类、营销特点的能力；3. 能用不同的鉴别方法对常用商品进行种类鉴别和成分优劣鉴别；4. 能对常用商品进行正确的使用、调试及简易维护；5. 能进行商品库存期间的基本养护；6. 能根据所处理问题的需要，寻找、阅读有关手册、规范、参考资料并理解其内容。</p>	<p>1. 绪论</p> <p>2. 商品分类与编码</p> <p>3. 商品成分与质量管理</p> <p>4. 商品标准与标准化</p> <p>5. 商品检验与质量监督</p> <p>6. 商品包装</p> <p>7. 商品储运管理</p> <p>8. 商品与资源和环境</p>	<p>教学方法：1. 本课程采用以“学生为主体，教学做一体化”的教学模式，采用多种教学方法相结合，具体教学方法如下：任务驱动教学法；角色扮演法；情境教学法；案例教学法；2. 要求课程教学中适时融入课程思政，重点融入“市场规律；责任心和风险意识；保守秘密、养成细心、耐心、谨慎务实的工作作风”。</p> <p>教学手段：1. 多媒体教学；2. 建立课程网站，将课程标准、教学指南、学习指南、相关教辅材料、网络资源、仿真软件、图片动画、教学视频等资源上网，实现资源共享，便于学生自主学习。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价(学生课程学习成绩)=学习过程评价(60%)+知识能力考核评价(40%)。</p>	56	Q6 Q9 K11 A10

(2) 专业核心课程

专业核心课程包含 6 门课程，各课程的内容与要求见表 8。

表 8 专业核心课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
市场调查与分析	<p>素质目标：1. 培养学生团队协作、合作共赢的意识；2. 培养人际交往能力、沟通能力、影响力、计划与执行能力；3. 培养具有问题解决能力和创新能力；4. 培养良好的敬业精神，善于换位思考。</p> <p>知识目标：1. 熟练掌握市场调查与预测的基础概念、抽样调查方法、问卷设计技术、市场资料的收集方法、市场预测技术及市场调查与预测报告的撰写方法等；2. 系统地掌握消费者心理和行为的基本知识，了解影响消费者心理的因素，并掌握通过改变营销策略来影响消费者行为的方法；3. 掌握使用办公软件、专业分析软件或大数据相关软件进行调查数据清洗、整理、分析、可视化，并提取有价值信息的能力。</p> <p>能力目标：1. 主要培养学生能够根据企业需要确定市场调查项目，制定市场调查方案，设计并实施市场调查问卷，收集和整理并能对这些数据进行分析和处理；2. 具备能够使用多种统计表、统计图进行统</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查的准备 2. 选择市场调查方法 3. 策划市场调查 4. 组织实施市场调查 5. 整理市场调查资料 6. 分析市场调查资料 7. 形成市场调查报告 8. 市场调查后续工作 	<p>教学方法：1. 采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时将学生潜在问题和能力充分展现，以利于课程后续不断优化。2. 课赛融合、课证融合，激发探索性学习，不断提升店铺运营与推广的能力。3. 思政重点融入元素“诚信待人、与人合作的团队协作精神；培养学生工作的主动性、自主学习和创新能力”。</p> <p>教学手段：1. 利用学习通、中国大学mooc、i博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。2. 及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习的指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。</p> <p>考核评价：1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核。2. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占</p>	68	Q5 Q7 K8 A1 A8

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	计整理和分析，能够独立完成有关案例的市场调查活动，并解决企业在市场调查工作中遇到的实际问题；3. 具备良好的语言文字表达能力和沟通交流能力，能够与客户进行有效沟通，并撰写数据分析报告。		20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力程度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力。		
商务谈判与推销技巧	<p>素质目标：1. 培育并践行社会主义核心价值观；2. 培养学生极强的沟通能力、应变能力；良好的职业道德；正确的从业心态；精诚的团队合作精神；优雅的商务礼仪；3. 传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；4. 培养学生的心理素质，使其在受到客户拒绝或刁难时能够自我调节，在遇到挫折或突发事件时能妥善处理；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备质量、安全、环保意识。</p> <p>知识目标：1. 掌握商务谈判与推销的基本概念、原理和方法；2. 了解并掌握各种商务谈判的方法和技巧，包括语言表达技巧、应对具体商务谈判的能力；3. 掌握推销的含义、特点和原则，熟悉推销各阶段的基本原则、一般流程、常用策略及处理技巧；4. 了解顾客开发、顾客异议处理以及成交的方法和技巧。</p>	<p>1. 商务谈判工作认知</p> <p>2. 商务谈判准备</p> <p>3. 商务谈判开局</p> <p>4. 商务谈判磋商</p> <p>5. 商务谈判磋商策略</p> <p>6. 商务谈判成交策略</p> <p>7. 推销工作认知</p> <p>8. 推销准备</p> <p>9. 寻找客户</p> <p>10. 约见与接近客户</p> <p>11. 客户异议处理</p> <p>12. 推销成交及善后事宜</p> <p>13. 沟通、洽谈语言技巧</p>	<p>教学方法：1. 要求课程教学中适时融入课程思政，重点融入“推销人员的法治意识与职业道德；传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；爱岗敬业、吃苦耐劳、诚信待人。”等思政元素；2. 采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时采用“项目实施、理实一体”的教学模式。步骤：学生以小组合作（3人一个小组）在专业教室或机房开展教学，实施过程主要包括“项目介绍、理论知识、项目实施、项目评价”四步。同时针对不同的教学内容采取不同的学习方法；3. 以任务驱动法、项目驱动法通过“教、学、做”三合一法同学们在做中学，在学中做。</p> <p>教学手段：1. 采用现代化教学手段，包括多媒体课件、仿真教学、现场教学、网络教学、课余活动等；2. 利用学习通、中国大学mooc、</p>	40	Q3 Q7 Q8 K9 A6 A9 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	<p>能力目标：1. 能够熟练运用各项技能实施产品推销，具备熟记产品功能、价值、优势等信息的能力，并撰写产品推销方案能力；2. 具有制定推销洽谈计划的能力；3. 具有与顾客进行商务谈判的能力；4. 具有排除各种推销障碍积极促成交易的能力；5. 具有做好推销人员的组织与管理的能力。</p>		<p>i博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；为学生提供了丰富的学习参考资料；网络教学平台（学习通）为学生提供了丰富的学习资源，如案例、常用的开场白方式、推销人员的素质要求、专业网站和专业书目、课件、课程教学视频、教学录像、跟岗实习录像等。学生能利用网络讨论学习中存在问题，老师能在线答疑。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		
	<p>素质目标：1. 培养学生的服务意识，使其能够时刻以客户需求为导向，提供高质量的服务；2. 具备良好的团队合作精神和沟通能力，能够在实际工作中灵活应对各种情况；3. 培养学生的良好职业道德和高度的责任感，确保在服务过程中遵守相关法律法规。</p> <p>知识目标：1. 掌握服务营销的基本理论、方法工具以及服务全流程管理的知识内容；2. 了解并掌握服务质量的概念、属性、构成要素以</p>		<p>教学方法：1. 采用“项目实施、理实一体”的教学模式；2. 步骤：学生以小组合作（3人一个小组）学习形式在专业教室或机房开展教学，实施过程主要包括“项目介绍、理论知识、项目实施、项目评价”四步。同时针对不同的教学内容采取不同的学习方法；3. 本课程主要采用项目驱动、情景教学、案例教学、小组讨论法进行理论知识的学习，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，以任务驱动法、</p>	68	<p>Q5 Q6 K10 A3 A8 A11</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
服务营销	<p>及提高服务质量的方法与策略；3. 理解服务促销和营业推广的概念、目标和构成，并掌握相关的决策内容与方法；4. 熟悉市场营销的基本理论和方法，包括市场细分、定位、7P组合等。</p> <p>能力目标：1. 能够运用所学知识分析环境、进行服务策划，并解决实际问题；2. 能够进行简单的服务设计与服务标准的制定，管理服务需求和承诺，并评估服务在保留顾客中的作用；3. 能够制定符合企业实际的服务促销策略组合，并有效实施这些策略；4. 具有动力和能力进行自我学习和提高，不断获取新知识和技能。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服务与服务营销 2. 服务购买行为 3. 服务营销过程与战略 4. 服务目标营销战略 5. 服务产品与服务品牌 6. 分销渠道策划 7. 服务定价、分销、促销 	<p>项目驱动法通过“教、学、做”三合一法让同学们在做中学，在学中做；4. 在教学中融入思政元素重点为“消费者相关法律知识，培养法律意识；创新意识；科学严谨的工作作风；与人合作的团队协作精神”。</p> <p>教学手段：1. 采用现代化教学手段，包括多媒体课件、仿真教学、现场教学、网络教学、课余活动等；2. 利用学习通、中国大学mooc、i博导，鸿科经纬等在线平台，结合电子商务竞赛软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；为学生提供丰富的学习参考资源；网络教学平台（学习通）为学生提供了丰富的学习资源，如案例、常用的开场白方式、推销人员的素质要求、专业网站和专业书目、课件、课程教学视频、教学录像、跟岗实习录像等。学生能利用网络讨论学习中存在问题，老师能在线答疑。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>		

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
商务礼仪和沟通	<p>素质目标：1. 培养良好的职业素养, 通过学习, 学生应具备尊重他人、善解人意、体贴周到、真诚正派等基本素养；2. 提升个人形象与礼仪气质, 培养学生在商务场合中的仪容仪表, 使其能够塑造专业的个人形象, 并养成良好的礼仪习惯；3. 增强团队合作精神, 通过课程的学习, 学生能够学会与他人合作, 相互帮助, 共同完成学习任务, 并在实际工作中表现出良好的团队合作能力。</p> <p>知识目标：1. 掌握商务礼仪的基本理论和知识, 包括着装、接待、称呼、拜访、会议策划等各类商务活动中的具体礼仪规范；2. 了解不同场合的礼仪要求, 熟悉商务活动中应该注意的基本礼仪要求和注意事项, 如办公室礼仪、通用商务礼仪、会务礼仪等；3. 理解并应用跨文化交流的知识, 掌握国际商务礼仪, 能够在跨文化背景下进行有效的沟通和交流。</p> <p>能力目标：学生能够根据商务沟通规范, 在职业场合正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬, 并将礼仪规范与日常行为养成相结合, 得体地进行商务交流与沟通；2. 具备策划和组织各类商务活动的的能力, 能够根据实际</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 礼仪与沟通概述 2. 个人礼仪修养 3. 礼仪 4. 商务礼仪 5. 职场礼仪 6. 国际礼仪 7. 沟通与合作 	<p>教学方法：1. 课程教学应强调时代性和应用性的特点, 结合实例, 展示商务礼仪的理念和方法；2. 通过互动环节如角色扮演、模拟实训等方式, 让学生在实践中学习和巩固知识；3. 任务驱动和项目导向教学法, 将课程内容设计成具体的“学习项目”, 按工作过程组织教学, 使学生在完成具体任务的过程中掌握相关技能和职业能力。</p> <p>教学手段：结合社会主义精神文明的特点, 通过视频播放、图片音乐、游戏互动、场景模拟、故事案例讲解、头脑风暴等多种方式全方位互动, 使学生在轻松愉快的氛围中学习并掌握涉外商务礼仪知识与技能技巧。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系, 即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>	40	Q3 Q7 Q8 K9 A6 A9 A11

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	情况选择合适的谈判方式，全面、准确分析谈判环境，实施正确的谈判策略；3.能够在各种商务活动中灵活运用所学的礼仪知识，及时正确应对突发事件，确保商务活动的顺利进行。				
数字营销	<p>素质目标：1.培养学生树立企业数据安全意识，全局意识和大局观；知识目标：理解关键词作用特征、掌握网页优化要点；2.养成良好的沟通、交流及处理人际关系的能力；3.增强学生的创新意识和开拓精神，强化在营销活动中的法律意识；4.具备适应环境变化的基本素养，能够自我学习并不断更新知识。</p> <p>知识目标：1.理解关键词作用特征、掌握网页优化要点、理解搜索竞价关键；2.系统了解和认知数字营销发展的简要历程，掌握其基本定义和价值；3.熟悉新媒体工具在数字化营销过程中的使用，并掌握相关的法律知识。</p> <p>能力目标：1.能够灵活梳理推广的产品或服务，并提炼出关键价值点；2.了解兴趣人群定向逻辑和DMP数据管理平台的投放方法，能够进行销售经营数据、商品品类数据等的采集、管理和分析；3.具备进行网页优化分析、搜索竞价营销分析，推荐引</p>	<p>1. 搜索排名优化</p> <p>2. 搜索竞价营销</p> <p>3. 推荐引擎营销</p>	<p>教学方法：1.项目任务式教学强调将理论知识应用于实际项目中，通过完成具体的数字营销项目来培养学生的综合能力；2.数字化工具和技术的应用是数字营销教学的重要组成部分。教师应注重培养学生运用各种数字化营销工具的能力。此外，还应引入思政元素，建立学生数据安全意识 and 全局意识。教授学生如何运用这些工具进行营销数据的分析和挖掘，以便更好地评估数字化营销的效果。</p> <p>教学手段：利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练,做到理论和实践相结合,将知识传授、职业能力培养有机结合。</p> <p>考核评价：采用学习过程与学习结果相结合的评价体系，即：学习效果评价（学生课程学习成绩）=学习过程评价（60%）+知识能力考核评价（40%）。</p>	56	<p>Q5</p> <p>Q6</p> <p>K10</p> <p>A3</p> <p>A8</p> <p>A11</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	擎推广优化的能力。				

(3) 集中实训课程

集中实训课程包含 7 门课程，各课程的内容与要求见表 9。

表 9 集中实训课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
市场营销基本素养	<p>素质目标：1. 培养良好的人际沟通能力与团队协作意识；2. 培养敏锐观察力；3. 培养严密逻辑推理能力；4. 培养严谨、科学的工作态度；5. 培养良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：1. 了解企业架构及各部门的职责；2. 了解营销的性质及在企业中的作用和地位；3. 了解营销人员的素质要求及招聘选拔；4. 熟悉营销人员的职业道德。</p> <p>能力目标：1. 具备运用所学知识促成良好的职业素养、职业道德并形成职业思想（意识）、职业行为习惯的能力；2. 能参与企业实际工作任务，胜任真实的职业岗位；3. 能理论联系实际，将学习技能转化成职业技能；4. 融会工作经验，为正式上岗就业打好基础。</p>	<p>1. 企业组织架构及岗位职责</p> <p>2. 什么是营销及营销与推销的关系</p> <p>3. 营销的性质及在企业中的作用和地位</p> <p>4. 营销人员的素质要求</p> <p>5. 营销人员的职业道德标准</p> <p>6. 营销人员的招聘选拔</p>	<p>教学方法：1. 可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法、案例学习法、理实一体化教授法、实练法；2. 将课程内容分成5个项目，教学中以学生为主体，老师在现场指导；3. 将学生分组，每组4-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习；4. 融入课程思政相关内容：团队协作意识；严谨、科学的工作态度；良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>教学手段：1. 可采用的教学手段主要有上机实训、多媒体教学、思维导图等立体化教学手段，清晰、生动的向学生传授课程知识；2. 考虑数据分析的复杂性，可在课程中安排时间通过案例剖析的方式，获取数据分析的感性认识；3. 通过撰写数据分析报告，从而掌握课程所涉及知识和技能。</p> <p>考核评价：课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知</p>	24	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q9 K1 A1 A2

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%。		
商务数据分析实训	<p>1. 素质目标：具有严密逻辑推理能力；具有严谨、科学的工作态度；具有良好的工作责任心和职业道德；具有分析数据的能力，从数据中发现趋势，辅助销售。</p> <p>2. 知识目标：掌握如何实操采集和处理电子商务数据；学会运用多种不同的方法与手段采集电子商务数据；掌握电子商务数据处理方法，学会预处理、整合和聚合。掌握电子商务数据分析报告的撰写内容。</p> <p>3. 能力目标：具备电子商务市场数据分析能力；具备电子商务运营数据分析能力；具备电子商务产品数据分析能力；具备识别不同电子商务情景下的数据分析目标的能力；具备开展电子商务数据监控、分析并及时发现数据异常的能力；具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。</p>	<p>1. 基础数据采集、描述分析</p> <p>2. 数据监控与报表制作、图表制作</p> <p>3. 数据采集与处理方案制定</p> <p>4. 市场数据分析</p> <p>5. 运营数据分析</p> <p>6. 产品数据分析</p> <p>7. 数据监控与报告撰写</p>	<p>1. 教学方法：及时反映相关领域产业升级的新技术、新规范，重视加强劳动教育。积极引导树立学生树立正确的理想信念、学会正确的思维方法、增强正确的劳动观念，培养学生的团队协作能力和工匠精神，树立严谨、有责任心的工作作风，并且体现团结协作解决问题的能力。讨论疑难问题的过程中，培养团结协作的意识。</p> <p>2. 教学手段：可采用的教学手段主要有上机实训、多媒体教学、思维导图等立体化教学手段，清晰、生动地向学生传授课程知识；考虑数据分析的复杂性，可在课程中安排时间通过案例剖析的方式，获取数据分析的感性认识；通过撰写数据分析报告，从而掌握课程所涉及的知识技能。</p> <p>3. 考核评价：课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力。</p>	24	Q5 Q6 Q7 K4 A1 A5 A7 A10

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
市场调查实训	<p>素质目标：1. 培养良好的语言能力和交流能力；2. 锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致的素质；3. 培养持续从互联网领域学习的综合素质；4. 培养较强团队合作意识与能力的素质；5. 培养较强的学习能力和创新能力的素质。</p> <p>知识目标：1. 掌握市场调研专业理论知识在实际调研过程中的应用；2. 掌握市场调研方案的主要内容和调研方案的设计规范与要求；3. 掌握访问调查法、观察法和实验法的主要内容和应用方法；4. 掌握市场调研问卷设计步骤和市场调研问卷的主要内容、要求；5. 掌握市场调研报告的特点；6. 市场调研报告的机构和写作技巧。</p> <p>能力目标：1. 能设计调研方案；2. 能进行调查问卷设计；3. 能组织并实施问卷调查工作；能运用EXCEI进行资料汇总整理和分析；5. 能撰写市场调研报告；6. 具有一定的商务交际能力和处理问题的能力。</p>	<p>1. 市场调研前期相关准备</p> <p>2. 设计市场调研方案与市场调研问卷</p> <p>3. 设计市场调研抽样方案</p> <p>4. 进行数据资料的整理与分析预测</p> <p>5. 撰写市场调研报告，进行总结与汇报</p>	<p>教学方法：1. 坚持“教学做”一体化方针，采取任务驱动、情景教学与问题教学法，注重培养学生的专业操作技能，引导学生在真实的企业环境中完成企业市场调查任务。采取启发式和讨论式教学，启发学生掌握市场调查的核心技能，掌握实训项目任务，提高市场调研的技能与水平；2. 在实训中融入思政元素主要有“吃苦耐劳、有责任心、诚实守信、法治观念”。</p> <p>教学手段：利用学习通、i博导、国家精品课程网站、市场营销教育网等在线教学网络平台在线教学资源，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。</p> <p>考核评价：课程考核分为素养、知识和技能三部分对学生侧重于进行技能性考核。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占20%，重点考察学生对市场调研知识的理解与掌握；技能评价占60%，重</p>	48	Q3 Q5 Q6 Q7 K8 A1 A1

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			点考察学生的实际市场调研能力。		
市场营销专业综合实训	<p>素质目标：培养严谨的学习态度，良好的学习习惯；培养诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；培养安全、质量、效率和环保意识；培养人际沟通能力与团队协作意识；培养良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：掌握市场营销基础知识；掌握信息收集、整理与分析知识与方法及应用；掌握市场调研报告的撰写；掌握公共关系及公关策划案的创意与写作；掌握促销基本知识及促销策划案的创意与写作；掌握广告基本知识及广告策划案的创意与写作；掌握新产品上市推广基本知识及策划案的创意与写作；掌握新媒体推广基本知识及策划案的创意与写作；掌握推销技术知识及推销方案的撰写；掌握商务谈判知识及谈判方案的撰写；</p> <p>能力目标：具有信息收集、整理与分析的能力；具有设计市场调研方案的能力；3. 具有市场调研报告的撰写的能力；4. 具有公关策划案的创意与写作的能力；5. 具有促销策划案的创意与写作的能力；6. 具有广告策划案的创意与写作的能力；7. 具有新产品上市推广策划案的创意与写作的能力；8. 具有</p>	<p>1. 信息收集、整理与分析</p> <p>2. 市场调研方案设计</p> <p>3. 市场调研报告</p> <p>4. 公关策划</p> <p>5. 促销策划</p> <p>6. 广告策划</p> <p>7. 新产品上市推广策划</p> <p>8. 新媒体推广策划</p> <p>9. 现场推销方案设计及模拟现场推销</p> <p>10. 商务谈判方案设计及模拟谈判</p>	<p>教学方法：1. 通过讲授、布置任务，小组讨论、情景模拟、案例分析和项目学习等教学方式；2. 将学生分组，每组3-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习；3. 采用任务驱动式教学，每个模块通过1~3个工作任务完成教学；4. 融入思政元素“严谨的学习态度，良好的学习习惯；诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；培养安全、质量、效率和环保意识；团队协作意识；工作责任心和职业道德”。</p> <p>教学手段：利用学习通、i博导、国家精品课程网站、市场营销教育网等在线教学网络平台在线教学资源，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。</p> <p>考核评价：课程考核分为素养、知识和技能三部分对学生侧重于进行技能性考核。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占20%，重</p>	120	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K3-K16 A1-A12

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	新媒体推广策划案的创意与写作的能力；9. 具有推销方案的撰写的能力；10. 具有商务谈判方案的撰写的能力。		点考察学生对市场调研知识的理解与掌握；技能评价占60%，重点考察学生的实际市场调研能力。		
现场推销岗位实训	<p>素质目标：培养敏锐的设计直觉与善于观察与感悟的能力；培养善于发现美、感知美、创造美的综合素质；培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备质量、安全、环保意识；具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；具有良好的工作责任心和职业道德；</p> <p>知识目标：掌握市场营销基本知识；掌握商务礼仪基本知识；熟悉市场营销语言规范；熟悉企业的组织架构情况；了解企业各部门的职责及市场营销部门的职责、业务内容及业务岗位职业能力和素质要求；了解企业各部门之间相互依存和相互制约的关系；了解企业各部门的主要人员配备情况，获得市场营销相关岗位的职业素质和习惯，熟悉工作岗位的操作流程，完成工作任务；了解市场营销相关岗位的发展现状及趋势。</p> <p>能力目标：具有营销基本功和灵活应变能力；具有营销环境分析与应对的能力；具有制订市场营销计划和组织实施的能力；具有搜集、阅读资料和运用资料的能力；培养学生</p>	<p>1. 在真实的环境中与真实的顾客进行沟通交流并推销产品：锻炼学生的语言表达能力、灵活应变能力、沟通协调能力、胆量、资料收集整理和应用能力、成本核算与效益分析能力、市场预测与分析能力、消费者心理分析与把握能力；</p> <p>2. 遵守实习公司的制度；</p> <p>3. 锻炼心理承受能力；</p> <p>4. 企业组织架构的认知及了解顶岗实习单位现状；</p> <p>5. 市场营销部门的职责、业务内容及业务岗位职业能力和素质要求；</p> <p>6. 熟悉工作岗位操作流程；</p> <p>7. 完成市场营销专业相关岗位工作任务。</p>	<p>教学方法：1. 根据公司情况分派到各办事处，公司有指导老师负责，学校由系主任、书记、班主任和教研室主任、任课老师共同管理指导；2. 在跟岗实习过程中融入思政元素主要有“吃苦耐劳、有责任心、诚实守信、法制观念”，同时感受到劳动之美；3. 学生在企业真实环境中从事与市场营销相关的工作，通过接受企业的任务实践学习。</p> <p>教学手段：学生要接受岗位实习企业指导教师的工作指导，完成相关任务，还必须定期与学院指导教师联系，接受专业指导，通常以电话、邮件、QQ、微信等方式交流，接受工作任务，汇报工作进程。</p> <p>考核评价：推销跟岗实习的考核内容包括实习态度、实习过程和实习效果。跟岗实习成绩以企业指导教师填写的“跟岗实习考核鉴定表”、学生提交的岗位实习记录、岗位实习报告为主要依据，参考学生提交的其他岗位实习成果，由校企双方共同确定。岗位实习成绩根据考核得分按优秀、良好、中等、及格、不及格五级评定。其中90分以上为优秀，80~90分为良好</p>	80	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 K3-K16

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
	建立客户第一的思想，学会面对客户的方法。具备团队协作能力。具备良好职业道德；具备理论与实践相结合的能力和职业技能；具备市场营销专业人才的综合职业能力。		，70~79分为中等，60~69分为及格，60分以下为不及格。		
毕业设计答辩	<p>素质目标：具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；具有安全、质量、效率和环保意识；具有人际沟通能力与团队协作意识；具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：认识毕业设计工作的重要意义；明确毕业设计工作的基本要求；了解毕业设计的主要环节：指导选题、下达任务、组织实施、答辩与成绩评定等；明确市场营销专业毕业设计选题类别及要求，规范成果表现形式与评价指标等；掌握毕业设计任务，明确设计任务及要求、进程安排、成果表现形式等；理解毕业设计考核。</p> <p>能力目标：具备市场营销专业能力；具备市场营销职业能力；具备综合运用所学专业知知识，独立完成所选课题的毕业设计任务，以此检验学生专业理论知识和实践技能的综合运用能力，进一步培养学生独立分析问题和解决问题的能力，在学生走上工作岗位之前进行一次较全面地与本专业未来职业紧密结合的实际工作能力的锻炼和检验。</p>	<p>毕业设计选题；</p> <p>2. 毕业设计；</p> <p>3. 文档撰写；</p> <p>4. 毕业答辩。</p>	<p>教学方法：1. 可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法；2. 教学中以学生为主体，老师在现场和网上指导；3. 融入思政元素：职业道德、法制观念、科学。</p> <p>教学手段：可采用的教学手段主要有多媒体教学、实习、影像资料、网络等立体化教学手段，清晰、生动地向学生传授课程知识。</p> <p>考核评价：毕业设计考核应涵盖学生完成任务的过程、成果和答辩表现等。过程评价主要考核学生是否完整地执行毕业设计实施计划，成果评价主要考核其科学性、规范性、完整性和实用性，答辩评价主要考核学生对设计任务的整体把握能力和回答问题准确性。</p>	96	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>Q8</p> <p>K3-</p> <p>K16</p> <p>A1-</p> <p>A12</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
岗位实习	<p>素质目标：1. 具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；2. 具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；3. 具有安全、质量、效率和环保意识；4. 具有人际沟通能力与团队协作意识；5. 具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：1. 熟悉企业的组织架构情况；2. 了解企业各部门的职责及市场营销部门的职责、业务内容及业务岗位职业能力和素质要求；3. 了解企业各部门之间相互依存和相互制约的关系；4. 了解企业各部门的主要人员配备情况，获得市场营销相关岗位的职业素质和习惯，熟悉工作岗位的操作流程，正确完成工作任务；5. 了解市场营销相关岗位的发展现状及趋势。</p> <p>能力目标：1. 具备良好职业道德；2. 具备理论与实践相结合的能力和职业技能；3. 具备市场营销专业人才的综合职业能力。</p>	<p>1. 企业组织架构的认知及了解顶岗实习单位现状；</p> <p>2. 市场营销职责、业务内容及业务岗位职业能力和素质要求；</p> <p>3. 熟悉工作岗位操作流程；</p> <p>4. 完成市场营销专业相关岗位工作任务</p>	<p>教学方法：1. 学生在企业真实环境中从事与市场营销相关的工作，通过接受企业的任务实训练学习；2. 教学中以学生为主体，老师在现场和网上指导。3. 主要融入的思政元素：爱岗敬业、职业道德、遵纪守法。</p> <p>教学手段：1. 可采用的教学手段主要有现场实际操作、多媒体教学、影像资料、网络等立体化教学手段，清晰、生动地向学生传授课程知识。2. 学生要接受顶岗实习企业指导教师的工作指导，完成相关任务，还必须定期与学院指导教师联系，接受专业指导，通常以电话、邮件、QQ、微信等方式交流，接受工作任务，汇报工作进程。</p> <p>考核评价：岗位实习的考核内容包括实习态度、实习过程和实习效果。岗位实习成绩以企业指导教师填写的“岗位实习考核鉴定表”、学生提交的岗位实习记录、岗位实习报告为主要依据，参考学生提交的其他岗位实习成果，由校企双方共同确定。岗位实习成绩根据考核得分按优秀、良好、中等、及格、不及格五级评定。其中90分以上为优秀，80~90分为良好，70~79分为中等，60~69</p>	240	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q5</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>Q8</p> <p>K3-K16</p> <p>A1-A12</p>

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
			分为及格，60分以下为不及格。		

(4) 专业选修课程

专业选修课程包含 9 门课程，各课程的内容与要求见表 10。

表 10 专业选修课程内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	计划学时	支撑的培养规格
商务英语	<p>素质目标：1. 培养勤奋学习的态度，严谨求实、踏实创新的工作作风；2. 培养口头与书面表达能力、人际沟通能力；3. 培养良好的心理素质和职业道德素养；4. 培养高度责任心和良好的团队合作精神；5. 培养学生自主学习新知识、新技术，不断地积累设计经验，从个案中总结共性，解决商务活动中所遇到的实际问题的能力 & 基本工作素质。</p> <p>知识目标：1. 了解商务运作流程并模拟参与运作过程；2. 掌握商务情境下常用英语词汇及表达方式；3. 掌握常见商务活动的操作规范；4. 掌握书写备忘录的格式及要求；5. 掌握常见商务函电，单证、商务情境下常用英语词汇及表达方式；6. 掌握英文简历的书写规范。</p> <p>能力目标：1. 能自如应对常用商务情景中专业英语的使用；2. 能顺利</p>	<p>1. Introduction</p> <p>2. Job descriptions & Working conditions</p> <p>3. Company history & Company activities</p> <p>4. Vocabulary</p> <p>5. Telephoning</p> <p>6. Writing</p> <p>7. Business hotel & Commuting</p>	<p>教学方法：1. 将学生演示和讲解一个知识点或完成任务过程，作为课堂考核内容，以检验学生对所学知识的掌握情况。2. 在练习前和练习中进行知识点讲解，培养学生自学能力和独立思考能力。3. 主要的教学方法是讲授法、启发式教学法、案例教学法以及小组讨论等教学法，组织课堂活动，进行知识传授。教学主要是利用多媒体教学的优势，采取单词测验、商务写作、对话练习、听力考试模拟、快速阅读等手段强化课堂效果。优化学生学习方法。尽量让学生多思考、多积累、达到自我提高的目的。</p> <p>教学手段：1. 建设丰富的网络教学资源库，提供本课程的电子教案、教学课件、项目案例及相关的参考</p>	30	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>A1</p> <p>A2</p>

	<p>完成公司日常交际活动；3. 能通过任务训练培养学生的创新能力，最终具备自我发力。</p>		<p>资料，便于学生查阅和自主学习；同时，建立题库练习和自测系统，便于学生练习和自我测试，以检验对所学知识和技能掌握情况，也有利于激发学生的学习兴趣。</p> <p>2. 建议为普通教室配备多媒体设备，创设实训室以便与教学要求相适应。</p> <p>考核评价：1. 本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核。2. 课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，考察学生的实际数据分析能力。</p>		
<p>中华商业文化</p>	<p>素质目标：增强文化自信，熟悉中华商业文化伴随着物质文明进步，呈现出诚信、进取、求变、奉献的文化特征，培养职业素养，加强商业文化内涵。</p> <p>知识目标：了解原始农业的起源与发展；熟悉各朝代经济发展的历程；了解农业科技的发展，技艺文化的演变；熟悉财政税制的改革；了解货币的演变，加深对金融的理解；了解商业贸易文化的演变。</p> <p>能力目标：具备理解商业贸易文化，货币金</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 农植耕种文化 2. 农业科技文化 3. 百工技艺文化 4. 经济思想文化 5. 财政税制文化 6. 货币金融文化 7. 农学典籍文化 8. 商业贸易文化 	<p>教学方法：课程教学应强调文化熏陶，培养营销人员的文化内涵的特点，结合实例，引导学生去理解和挖掘文化演变过程之中，商业行为起到的作用，深刻理解商业行为的来源和意义。</p> <p>教学手段：通过视频播放、场景模拟、故事案例讲解、头脑风暴等多种方式全方位互动，使学生在发挥主观能动性之中理解商业和贸易的价值。</p> <p>考核评价：考核方</p>	<p>30</p>	<p>Q1 Q2 Q9 K1 A7</p>

	融文化，财政税制文化的基本素养。		式有项目考核、实训考核、理论考核、教学参与程度考核。		
商务数据分析	<p>素质目标：具有良好人际沟通能力与团队协作意识；具有敏锐观察力；具有严密逻辑推理能力；具有严谨、科学的工作态度；具有良好的工作责任心和职业道德。</p> <p>知识目标：掌握电子商务数据采集与处理方案制定方法；掌握电子商务数据采集的方法；掌握电子商务数据分析目标；了解电子商务数据指标类型；了解电子商务数据获取渠道；掌握电子商务数据处理方法；掌握电子商务数据分析报告的撰写内容。</p> <p>能力目标：具备电子商务市场数据分析能力；具备电子商务运营数据分析能力；具备电子商务产品数据分析能力；具备识别不同电子商务情景下的数据分析目标的能力；具备开展电子商务数据监控、分析并及时发现数据异常的能力；具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 基础数据采集、描述分析； 2. 数据监控与报表制作、图表制作； 3. 数据采集与处理方案制定； 4. 市场数据分析； 5. 运营数据分析； 6. 产品数据分析； 7. 数据监控与报告撰写。 	<p>教学方法：及时反映相关领域产业升级的新技术、新规范，重视加强劳动教育，弘扬劳动精神、劳模精神，在案例、情境中融入课程思政，全程贯穿立德树人。积极引导树立正确理想信念、学会正确的思维方法、增强正确的劳动观念，培养学生的团队协作能力和工匠精神，树立严谨、有责任心工作作风，并且体现团结协作解决问题的能力。讨论疑难问题的过程中，培养团结协作的意识。教师在传授数据分析新的分析工具时，多方面展示该领域的热门应用，培养学生紧跟时代发展、不断创新意识；以生活中常用的经济数据为主要分析内容，培养学生主人翁意识和责任意识；并且要给学生灌输数据分析人才的稀缺性，培养学生学以致用、报效祖国的使命感和责任感；课程目标主要内容教学要求数据监控、分析并及时发现数据异常的能力；具备提出优化建议并完成数据分析报告撰写的能力。可采用的教学方法主要有：任务单法、讨论法、案例学习法、理实一体化</p>	64	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q5</p> <p>Q6</p> <p>Q7</p> <p>K3</p> <p>K8</p> <p>A5</p>

			<p>教授法、实练法；将课程内容分成5个项目，教学中以学生为主体，老师在现场指导。将学生分组，每组4-5人，鼓励学生采用团队方式开展合作学习。</p> <p>教学手段：可采用的教学手段主要有上机实训、多媒体教学、思维导图等立体化教学手段，清晰、生动的向学生传授课程知识；考虑数据分析的复杂性，可在课程中安排时间通过案例剖析的方式，获取数据分析的感性认识；通过撰写数据分析报告，从而掌握课程所涉及的知识和技能。</p> <p>考核评价：课程考核分为素养、知识和技能三部分。其中素养评价占20%，重点考察学生的学习自律性、主观努力度以及主动参与度；知识评价占40%，重点考察学生对数据分析的知识点、流程、方法的正确理解；技能评价占40%，重点考察学生的实际数据分析能力。</p>		
短视频设计与制作	<p>素质目标：具备传播视频处理和视频剪辑技术和艺术创意意识；锻炼吃苦耐劳、有责任心、做事细致；学会持续从互联网领域学习的能力；培养团队合作意识与能力；具备自学能力、岗位迁移能力和可持续发展能力。</p> <p>知识目标：熟悉短视频的特点、视频脚本编辑，</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 短视频基础认识 2. 短视频创意与策划； 3. 短视频拍摄； 4. 短视频剪辑； 5. 产品视频制作； 6. 广告视频制作； 7. 短视频平台发布与传播； 8. 团队作品赏析。 	<p>教学方法：灵活运用项目教学法、任务驱动法、讲授法、引导教学法、实训作业等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践、提高教与学的效果，教学组织形式多样化，尽量利用信息化手段；</p> <p>教学手段：通过项</p>	64	<p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q5</p> <p>Q7</p> <p>Q10</p> <p>K4</p> <p>K10</p> <p>K1</p>

	<p>视频拍摄的人员配置；掌握产品视频拍摄的要点，广告视频拍摄策略；熟悉Premiere软件的操作与应用；掌握短视频平台发布与传播技巧。</p> <p>能力目标：具备捕获、合成、录制视频、剪辑各类短片的能力；具备短视频剪辑软件操作、后期制作能力；具备短视频后期创作能力；具备分析和解决工作问题的能力。</p>		<p>目化教学，把所需掌握的知识点融入实战项目，使学生能更真实地体验和参与到项目的实际操作流程中，通过案例观摩、教师演示、学生演练，使学生更快掌握短视频拍摄与剪辑技能；</p> <p>通过启发引导授课方式，培养学生的创新思维，掌握实训操作的原理，促使学生对知识点的掌握、作品的把握、任务的考核评价：课程考核评价分为平时考核、作品考核、期末考核三部分。平时考核成绩根据学生平时练习完成情况、出勤情况、工作态度进行打分；作品考核根据学生制作的短视频的质量度、创意性、艺术性、完整性、可用性等等进行打分，期末成绩则根据最终提高的短视频作品的制作情况进行打分。</p>		<p>5 A1 A2 A1 0</p>
智能	<p>素质目标：具有严谨的学习态度，良好的学习习惯；具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度；善于与团队成员进行有效沟通与协作，具备团队合作精神在面对客户拒绝或刁难时能够自我调节，在遇到挫折或突发事件时能妥善处理；具备快速分析问题并解决问题的能力，能够在紧急情况下保持冷静和专业。</p> <p>知识目标：熟悉客户满意度测量的方法、内容和程序，掌握如何提升客户</p>	<p>1. 资金时间价值、风险与报酬； 2. 筹资决策；</p>	<p>教学方法：要求教学中融入参与管理、强化服务课程思政的内容；采用项目教学法，以具体的项目任务为载体开展教学活动，按资讯、计划、实施、检查评价等步骤实施项目，在完成项目任务过程中引导学生自主学习、相互协作，共同完成项目任务，提交合格产品，从而达到掌握知识、训练技能，提高素质的目的；项目具体</p>		

<p>客户服务实务</p>	<p>忠诚度；学习如何对客户进行细分,并理解相关理论；掌握SWOT分析模型，能够有效探询客户需求；理解电商平台的运营规则和客户服务维护工作。</p> <p>能力目标：能够根据客户需求编制调查表，设计有效的客户关系营销方案；使用客户关系管理系统软件进行基本客户信息管理，具备市场调查与分析能力，能够识别和评估风险，制定相应的管理策略；具备较强的表达能力和沟通能力，能够与客户进行有效沟通，解决客户的问题。</p>	<p>3. 投资决策；</p> <p>4. 营运资金管理；</p> <p>5. 收益分配管理。</p>	<p>实施过程中可采用案例教学法、引导法、现场演示、分组训练等多种方法。</p> <p>教学手段：适时安排学生实践，使学生在增长知识的同时，技能也相应得到增长；重视过程考核，在过程考核中肯定学生能力，激发学生主动性，促使学生反思改进。评价方式包含学生自评、小组互评、教师评价三个方面，并贯穿整个教学过程；加强教学资源库建设，采用多媒体教学、网络等立体化教学手段，清晰、生动地向学生传授课程知识、培养技能。</p> <p>考核评价：课程考核评价分为平时考核、作品考核、期末考试三部分。</p>	<p>64</p>	<p>Q3 Q4 K1 6 A8 A1 0</p>
<p>国际贸易理论与实务</p>	<p>素质目标：培养学生科学严谨的工作作风，与人合作的团队协作精神；养成良好的职业操守。</p> <p>知识目标：掌握国际贸易基本知识，进出口贸易的基本流程；掌握国际贸易合同的基本形式和内容要求；掌握海运提单的缮制技巧；熟悉保险合同内容；熟练掌握各种支付方法，能够审核信用证，改证。</p> <p>能力目标：能用英语表达国际贸易合同的所有条款的能力；能正确规范制作贸易合同；能正确缮制托运单、装箱单、制作汇票、发票和</p>	<p>1. 国际贸易基础理论；</p> <p>2. 商品品名、品质、数量和包装；</p> <p>3. 贸易术语；</p> <p>4. 进出口商品的价格；</p> <p>5. 进出口货物运输；</p> <p>6. 进出口货物保险；</p> <p>7. 进出口货款结算；</p> <p>8. 商品检验、索赔、不可抗力与仲裁；</p> <p>9. 进出口货物报关。</p>	<p>教学方法：采用任务驱动法。在完成既定任务的同时,引导学生的实践活动。</p> <p>教学手段：利用学习通、蓝墨云、中国慕课网、中国海关总署官网、pocib软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂。</p> <p>考核评价：课程通过课堂理论教学和“学习通”在线训练、课后章节测试、期末综合笔试的方式组织教学和考核，引导学生熟悉有关进出口法规和惯例，掌握</p>	<p>40</p>	<p>Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7 K1 K2 K1 5 A1 A2 A6</p>

	其他单据；能正确审核信用证；在权益受到侵犯时具备诉讼索赔的维权能力。		合同价格条款、结算条款、争议预防与解决、合同订立、合同履行过程等相关知识和草拟各项合同条款等业务技能。		
I 跨境 电子 商务 基础	<p>素质目标：培育并践行社会主义核心价值观；培养具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律法规；养成细心耐心的习惯，具有良好的服务意识；加强团队精神，能够与周围的同事和谐相处，有合理化建议及时提供给领导；对各个国家的客户有一定认识，并能包容、理解并知道如何应对各种买方行为。</p> <p>知识目标：熟悉跨境电子商务技术基础；熟悉跨境电子商务结算基本要求熟悉跨境电子商务安全和法律环境；了解并掌握面向个人的跨境电子商务模式；了解并掌握面向企业内部的跨境电子商务模式；了解并掌握面向企业的跨境电子商务模式和网络营销模式等。</p> <p>能力目标：能注册速卖通网店并激活国际支付宝；能进行包邮和不包邮设置和跨境电子零售的出货流程；熟悉平台规则（以速卖通、kilimall为例）具备开设店铺及日常运营管理能力；能利用平台的营销模块进行营销设置；能对业务进行中的客户做好网络服务。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户开发的前期准备； 2. 注册网店，熟知平台规则； 3. 选定产品并进行价格核算； 4. 选择产品类目 5. 拟定产品英文标题，填写产品属性信息； 6. 产品发布与优化； 7. 国际物流与货物运输； 8. 营销手段； 9. 纠纷处理。 	<p>教学方法：采取任务驱动、情景教学、案例教学，注重启发学生思维，提升学生的学习积极性，同时将学生潜在问题和能力充分展现，以利课程后续不断优化；课赛融合，激发探索性学习，不断提升学生互联网营销实践能力。</p> <p>教学手段：利用学习通、中国大学mooc、i博导，智慧职教等在线平台，结合网络营销软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。</p> <p>考核评价：本课程为实践性较强的课程，故课程考核侧重于技能性考核；课程考核分为素养20%、知识40%和技能40%三部分，结合课堂提问、平时作业态度及项目完成情况，综合评价学生成绩。注重学生应对能力和分析、处理实际问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别</p>	40	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>Q5</p> <p>K11</p> <p>A1</p> <p>A2</p> <p>A8</p>

			鼓励，全面综合评价学生能力并培养创新意识。		
旅游营销	<p>素质目标：学会识别游客的需要，理解游客的抱怨并正确合理处理游客的要求。具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人的团队协作精神；具备工作的主动性。</p> <p>知识目标：了解旅游市场营销的性质、特点及发展趋势；掌握与营销服务相关的基础理论知识。</p> <p>能力目标：具备营销策划、执行能力、较强的口语表达能力；具备市场调查的能力。</p>	<p>1. 旅游市场营销的基本概念与理论；</p> <p>2. 旅游市场细分与营销策略选择；</p> <p>3. 旅游市场营销战略与实施、营销环境分析、市场调查研究与预测；</p> <p>4. 旅游产品策略；</p> <p>5. 旅游产品销售渠道策略；</p> <p>6. 旅游促销策略；</p> <p>7. 旅游市场营销管理以及旅游景区、饭店和旅行社的有关营销问题。</p>	<p>教学方法：注重夯实学生的基础理论知识，为学生走上营销管理的实际岗位打牢扎实的基础。强调理论联系实际，注重提高学生的实践能力和解决问题能力。在教学中坚持以学生为主体，主要采用讨论式教学、案例式教学、社会调查、参加社会实践等。</p> <p>教学手段：利用学习通、中国大学mooc、i博导，智慧职教等在线平台，结合网络营销软件等信息化工具，打造线上线下结合的开放式智慧课堂；及时将本课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新，引导学生利用在线平台自主学习。结合本地旅游企业实际，请企业专家和同学们一起分析企业营销策略。</p> <p>考核评价：主要采用分模块过程考核、作品评价、学生自评、学生互评、教师评价、笔试、答辩等考核方式。</p>	56	Q1 Q2 Q5 K17 A9 A11 A12
	<p>素质目标：培养学生具有爱岗敬业、吃苦耐劳、科学严谨的工作作风；具备诚信待人、与人合作的团队协作精神；具备工作的主动性、自主学习能力和创新能力；具备课程、安全、环保意识,养成良</p>	<p>1. 基本概念；</p> <p>2. 我国汽车工业及汽</p>	<p>教学方法：情景模拟、角色扮演、小组讨论法。</p> <p>教学手段：在学院超星泛雅平台上不断更新课程网页,进一步充实教学资源库。及时将本</p>		

汽车营销	<p>好的职业操守。</p> <p>知识目标：了解我国汽车工业及汽车市场形成与发展、汽车企业的战略规划、汽车营销管理与环境、汽车用户购买行为、汽车服务、促销、分销、定价、产品策略、汽车营销实务。</p> <p>能力目标：能熟练识别顾客的需求并有针对性地给顾客推荐汽车。</p>	<p>车市场形成与发展；</p> <p>3. 汽车企业的战略规划；</p> <p>4. 汽车营销管理；</p> <p>5. 汽车营销环境；</p> <p>6. 汽车用户购买行为；</p> <p>7. 车服务、促销、分销、定价、产品策略。</p>	<p>课程教学计划、教学大纲等教学文件以及课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。</p> <p>考核评价：通过课堂提问、学生作业、平时测验、实训及考试情况综合评价学生成绩。</p>	56	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q5</p> <p>K1</p> <p>7</p> <p>A9</p> <p>A1</p> <p>1</p> <p>A1</p> <p>2</p>
------	--	--	---	----	--

(5) 技能等级认定

本专业鼓励学生取得的行业企业认可度高的有关职业技能等级证书、1+X技能等级证书，取得的证书可按下表折算为学历教育相应学分。

表 11 职业资格证书转换学分课程表

序号	职业资格证书名称	职业资格证书等级及可转换的学分		职业资格证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	电子商务师	三级	7.5	数字营销、商务数据分析	

表 12 1+X 技能等级证书转换学分课程表

序号	1+X 技能等级证书	1+X 技能等级证书等级及可转换的学分		1+X 技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	商务数据分析职业技能等级证书	中级	5	商务数据分析与应用实训、商务数据分析	
2	数字营销技术应用职业技能等级证书	中级	7.5	数字营销、商务数据分析	

七、教学进程总体安排

(一)教学进程总体安排表

教学进程总体安排见表 13。

表 13 教学进程总体安排表

课程类别	课程模块	课程类型	课程编码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	学时分配			周课时数或周数						备注		
								总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六			
											20	20	20	20	20	20			
公共基础课程	思想政治课程	B	100004	思想道德与法治	必修	考试	3	48	40	8	4×12								
		B	100012	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考试	2	32	28	4		4×8							
		B	100002	习近平新时代中国特色社会主义思想概论①	必修	考试	1.5	24	22	2			2×12						
		B	100003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论②	必修	考试	1.5	24	22	2				4×6					
		A	100008	形势与政策①	必修	考查	0.5	4	4	0	2×2								
		A	100009	形势与政策②	必修	考查	0.5	4	4	0		2×2							
		A	100010	形势与政策③	必修	考查	0.5	4	4	0			2×2						
		A	100011	形势与政策④	必修	考查	0.5	4	4	0				2×2					
		A	100017	中国共产党党史①	必修	考查	0.5	8	8	0	2×4								
		A	100018	中国共产党党史②	必修	考查	0.5	8	8	0		2×4							
	小计							11	160	144	16								
	身心修养课程	A	180005	军事理论	必修	考查	2	36	36	0	36×1								
		C	180004	军事技能	必修	考查	2	112	0	112	3w								
		A	150002	职业发展与就业指导①	必修	考查	1	12	12	0	2×6								
B		150003	职业发展与就业指导②	必修	考查	2	28	20	8				4×7						

	B	150001	创新创业教育	必修	考查	2	32	16	16			4×8					
	B	140001	心理健康教育	必修	考查	2	32	24	8		4×8						
	C	130001	大学体育①	必修	考查	2	28	0	28	2×14							
	C	130002	大学体育②	必修	考查	2	28	0	28		2×14						
	C	130003	大学体育③	必修	考查	2	32	0	26			2×16					
	C	130004	大学体育④	必修	考查	1	20	0	26				2×10				
	A	110402	劳动教育（一）	必修	考查	1	16	16	0			2×8					
	C	140002	劳动教育（二）	必修	考查	1	24	0	24				1w				
	A	110401	大学美育	必修	考查	1	16	16	0		2×8						
	小计						21	416	140	276							
科技人文课程	A	110205	经济数学	必修	考试	3	44	44	0	4×11							
	A	110301	实用英语①	必修	考试	3	48	48	0	4×12							
	A	110302	实用英语②	必修	考试	3	48	48	0		4×12						
	B	050002	信息技术①	必修	考查	2	32	16	16	4×8							
	B	050003	信息技术②	必修	考查	1.5	24	12	12		4×6						
	C	200013	社会调查	必修	考查	1	24	0	24				1w			暑期进行	
小计						13.5	220	168	52								
公共选修课程	A	110101	大学语文	限选	考查	1.5	24	24	0	4×6							
	A	110102	中华优秀传统文化	限选	考查	1	16	16	0		2×8						
	A	044182	职业素养（四）	限选	考查	1	16	16	0				2×8				
	A	110105	普通话（一）	限选	考查	2	28	28	0	2×14							
	A	170001	国家安全教育	限选	考查	1	16	16	0	2×8							
	A	160001	信息素养	限选	考查	1	16	16	0				2×8				
	A	110404	节能低碳	任选	考查	0.5	4	4	0		2×2						二选一
	A	110405	绿色环保														
	A	044134	金融知识	任选	考查	0.5	4	4	0			2×2					二选一
	A	110601	湖湘文化														
A	040001	现代企业管理与ISO9000标准质量管理	任选	考查	0.5	4	4	0				2×2				二选一	

	A	110406	社会责任																
	小计					9	128	128	0										
公共基础课合计						54.5	924	580	344										
专业(技能)课程	专业基础课程	B	044010	管理学	必修	考试	3.5	56	30	26							4×14		
		B	044017	市场营销学	必修	考试	4	64	44	20	4×16								
		B	044018	经济学	必修	考试	4	68	56	12		4×17							
		B	044019	统计学	必修	考试	4	68	52	16		4×17							
		B	044020	消费者行为分析	必修	考试	4	68	50	18			4×17						
		B	044021	销售与管理	必修	考查	2.5	40	22	18				4×10					
		B	044022	经济法	必修	考试	3.5	56	30	26					4×14				
		B	044023	商品学	必修	考试	3.5	56	30	26						4×14			
		小计						29	476	314	162								
	专业核心课程	B	044091	市场调查与分析	必修	考试	4	68	50	18			4×17						
		B	044040	商务谈判与推销技巧	必修	考试	2.5	40	22	18				4×10					
		B	044186	服务营销	必修	考试	4	68	52	16			4×17						
		B	044094	品牌策划与推广	必修	考试	2.5	40	24	16				4×10					
		B	044054	商务礼仪和沟通	必修	考试	2.5	40	14	26				4×10					
		B	044191	数字营销	必修	考试	3.5	56	30	26					4×14				
	小计						19	312	192	120									
	集中实训课程	C	044190	市场营销基本素养	必修	考查	1	24		24		1w							
		C	044114	商务数据分析与应用实训	必修	考查	1	24		24		1w							
		C	044115	市场调查实训	必修	考查	2	48		48			2w						
		C	044127	市场营销专业综合实训	必修	考查	5	120		120					5w				
		C	044192	现场推销岗位实训	必修	考查	8	80		80				8w					
		C	200001	毕业设计答辩	必修	考查	4	96		96					(4w)				
		C	200003	岗位实习①	必修	考查	4	40		40					(4w)			假期进行	
C		200004	岗位实习②	必修	考查	20	200		200								20w		
小计						45	632	0	632										
选修	B	044004	商务英语	限选	考查	2	30	20	10			3×10							

B	044055	中华商业文化	限选	考查	2	30	20	10						3×10		
B	044056	商务数据分析	限选	考查	4	64	34	30		4×16						
B	044185	短视频设计与制作	任选	考查	4	64	24	40		4×16						二选一
B	044196	智能客户服务实务	任选	考查	4	64	24	40		4×16						
B	044029	跨境电子商务基础	任选	考查	2.5	40	22	18					4×10			二选一
B	044027	国际贸易理论与实务	任选	考查	2.5	40	22	18					4×10			
B	044015	旅游营销	任选	考查	3.5	56	40	16					4×14			二选一
B	044059	汽车营销	任选	考查	3.5	56	40	16					4×14			
小计					18	284	136	148								
专业（技能）课程合计					111	1704	642	1062								
总计					165.5	2628	1222	1406								
实习实训周数									3	2	2	9	5	20		
考试周数									1	1	1	1	1	0		
考试门数									4	4	4	4	4	0		
公共基础课时占总课时比例									35.16%							
选修课时占总课时比例									15.68%							
实践课时占总课时比例									53.50%							

(二)学时学分比例

本专业总学时数为2628学时，其中理论学时数为1222学时，实践学时数为1406学时。总学分为165.5学分。

学时学分分配及比例见表14。

表 14 学时学分分配及比例

课程类别		课程门数 (门)	学时				学分	
			小计	理论学时	实践学时	占总学时比	小计	占总学分比
公共基础 课程	思想政治 课程	5	160	144	16	6.09%	11	6.65%
	身心修养 课程	9	416	140	276	15.83%	21	12.69%
	科技人 文课程	4	220	168	52	8.37%	13.5	8.16%
	公共选修 课程	12	128	128	0	4.87%	9	5.44%
专业(技 能)课程	专业基 础课程	8	476	314	162	18.11%	29	17.52%
	专业核 心课程	6	312	192	120	11.87%	19	11.48%
	集中实 训课程	7	632	0	632	24.05%	45	27.19%
	专业选 修课程	9	284	136	148	10.81%	18	10.88%
总学时数为 2628学时，其中： (1) 理论教学为 1222 学时， 占总学时的 46.50%； (2) 实践教学为 1406 学时， 占总学时的 53.50%； (3) 公共基础课为 924 学时， 占总学时的 35.16%； (4) 选修课程为 412 学时， 占总学时的 15.68%。								

八、实施保障

(一)师资队伍

1. 师资队伍结构

依据《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，要建设一支专兼结合、结构合理的双师型专业教学团队。学生数与本专业专任教师

数之比低于 18:1(不含公共课)，双师素质教师占专业教师比一般不低于 80%，专任教师队伍的职称、年龄、学历等呈合理的梯队分布。具体的师资队伍结构和比例见表 15。

表 15 专业教师队伍结构

队伍结构		比例 (%)
职称结构	副教授及以上	30
	讲师	60
	助理讲师	10
年龄结构	35 岁以下	40
	36-45 岁	40
	46-60 岁	20
学历结构	硕士及以上	80
	本科	20

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业职业资格或技能等级证书。有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销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。每五年累计不少于6个月企业实践经历。

3. 专业带头人

市场营销专业要求配备至少1名专业带头人。

原则上应取得本专业或相关专业硕士研究生学位，具有副高级或以上职称及中级以上职业资格的双师型教师，具备良好的理想信念、道德情操、创新意识和团队精神，具有与本专业相关的坚实而系统的基础理论和专业

知识，独立、熟练、系统地主讲过两门及以上主干课程，能够较好地把握国内外市场营销专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销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。

4. 兼职教师

主要从企业的从事市场营销及营销管理人员中聘任，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，具有中级及以上行业相关专业技术资格，能承担课程与实训教学、实习实训指导和学生职业生涯规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教室需配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有互联网接入和Wi-Fi环境，实施网络安全防护措施；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. 校内实训条件

针对专业课程实习实训要求，根据理实一体教学的要求，以设备台套数量配置满足一个教学班（40人）为标准设定。具体校内实验实训室基本条件见表16。

表 16 内实训室一览表

序号	实验实训室名称	基本配置要求	功能说明	所支撑课程
1	营销综合实训室	1.工位数：40 2.设备配置：服务器（1台），电脑、网络（40套），白板，教学系统，投影设备，教学软件，实训软件（2套）：	1.市场预测与分析； 2.产品开发、定位与目标市场选择； 3.产品定价与市场开拓； 4.营销与推广； 5.成本与效益分析 6.团队协作	市场营销学 管理学 消费者行为分析 市场调查与分析 品牌策划与推广 市场调查实训 市场营销专业综合实训
2	推销与商务谈判实训室	1.工位数：40 2.设备配置：电脑、网络（16套），打印机2台，白板1套，投影设备，谈判会议桌2张（多对多，一对一各1张）、椅子40、陈列柜1组	1.拜访与接待礼仪情景模拟； 2.推销方案的撰写； 3.模拟现场推销； 4.商务谈判案例分析； 5.模拟谈判信息收集及商务谈判计划书撰写。 6.模拟商务谈判	商务谈判与推销技巧 基本素养 旅游营销
3	新媒体营销实训室	1.工位数：40 2.服务器（1台），电脑、网络（40套），白板，市场营销专业实训软件（1套）	1. 移动营销方法和渠道； 2. 基于主流新媒体营销平台（APP 应用、微博、微信、抖音、快手、知乎、今日头条）进行营销策划实施。 3. 新媒体营销策划设计 4. 各类详情页及文案设计5. 网店运营	数字营销 品牌策划与推广
4	形体训练及化妆室	1.工位数：40 2. 80平左右面积，配备扶手架、形象镜等，达到形体训练室的标准配备；化妆台及相关用品。	1. 商务人士职业形象塑造； 2. 形体训练； 3. 国标培训与练习； 4. 工作妆的流程、要求及方法。	商务礼仪和沟通
5	直播实训室	1.工位数：6 2. 专业直播设备（3套），摄影设备（1套），背景布4张，信息采集电脑2套，直播支架（可移动），干燥柜。	1. 短视频拍摄与制作； 2. 直播带货。	短视频设计与制作
2	推销与商务谈判实训室	1.工位数：40 2.设备配置：电脑、网络（16套），打印机2台，白板1套，投影设备，谈判会议桌2张（多对多，一对一各1张）、椅子40、陈列柜1组	1.拜访与接待礼仪情景模拟； 2.推销方案的撰写； 3.模拟现场推销； 4.商务谈判案例分析； 5.模拟谈判信息收集及商务谈判计划书撰写。 6.模拟商务谈判	商务谈判与推销技巧 基本素养 旅游营销

3. 校外实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地，进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间的联系和合作。能够反映目前市场营销的较高水平，能接受学生1至2周专业认识实习、8周的推销跟岗实习、半年左右顶岗实习等实训活动的企业认定为校外实训基地；校外实训基地要求实训设施齐备，实训岗位、实训指导老师明确，实训管理及实施的规章制度齐全。

本专业校外实习基地配置与要求见表 34。

表 17 校外实训基地一览表

序号	实习实训基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	江西九江聚思味电子商务有限公司	线下现场推销员、线上网店店主、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	400 人/年
2	素禾连锁超市	商务运营、客服、物流配送、市场开拓	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
3	长沙非拓信息技术有限公司	电子商务运营、网络推广、客户服务	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	100 人/年
4	深圳康途航空票务有限公司	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
5	海南康途商旅服务有限公司	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
6	招商国旅	民航客票销售、民航呼叫中心、客服	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
7	黄龙洞股份有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年
8	张家界森林公园	景区营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	50 人/年
9	张家界大峡谷有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年
10	天门山股份有限公司	景点营销	专业认识、跟岗实习、顶岗实习	30 人/年

(三) 教学资源

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

1. 教材选用基本要求

优先选用高职教育国家规划教材、省级规划教材，教材内容应充分体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合市场营销专业各岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。同时，学校应建立有专业教师、行业专家和教研人员等参加的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书、文献配备基本要求

图书、文献配备应能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：批发、零售行业政策法规、有关职业标准，市场营销、批发业、零售业、互联网和相关服务、商务服务业等从业人员必备手册资料，以及市场营销专业学术期刊和有关市场营销的实务案例类相关的图书、中外文期刊。

3. 数字化资源配备基本要求

在学院教学资源库平台（超星泛雅平台）不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。

(四) 教学方法

市场营销专业基础课程内容理论性较强，同时也具有一定的实践性。在教学设计上要注重将专业基础理论与实际操作有机结合起来，利用典型的教学载体，采用项目驱动教学法、案例教学法，实行教学做一体化。如消费者行为分析专业基础课程采用某一产品为载体进行消费者心

理分析教学；现代推销技术课程具体某一产品来串联整个推销流程各环节技术处理与要求。

核心专业课程注重职业能力的培养，以培养实际工作岗位职业能力为主线，设计教学内容。选取企业典型产品经改造后作为教学载体，采用项目引领、任务驱动方式实施教、学、练的理实一体化教学。在教学组织上，注重教学情境的创设，以学习小组团队、企业服务团队的形式进行学习和实践，充分利用多媒体、录像、网络等教学工具，利用案例分析、角色扮演等多种教学方法，结合职业技能考证和竞赛要求进行教学，有效提高学生的职业素养与实际工作能力。

同时，积极利用数字化教学资源进行教学，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识和能力的拓展成为可能。

搭建产学合作平台，充分利用企业资源，满足学生参观、实训、跟岗实习和顶岗实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

(五) 教学评价

突出能力的考核评价，体现对综合素质的评价。吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

评价按任务进行，采取中间过程和最终结果评价相结合的方式，重视对中间过程的评价，同时也应重视对实践操作能力的考核，以及对工作态度、团队协作、沟通能力、职业素养的考核。

评价的方式可以采取同学监督评价与教师评价相结合的方式。对以团队方式完成工作过程时，对队员的评价由队长负责，对团队总的评价由教师负责，两者结合形成队员的评价结果。

(六) 质量管理

1. 学校和二级学院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，达到人才培养规格。

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

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

4. 专业教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，进行诊断与改进，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业学生应达到以下要求方可毕业：

1. 修完规定的所有课程（含实践教学环节），成绩合格，学分达到165.5分。

2. 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

3. 原则上获得一个或以上与本专业相关的电子商务师、商务数据分析职业技能、数字营销技术应用职业技能等级证书。

十、附件

张家界航空职院人才培养方案调整审批表

二级学院		专业	
<p>调整理由（含详细分析报告）：</p> <p>调整方案：</p> <p style="text-align: right;">经办人： 年 月 日</p>			
二级学院 审查意见	<p style="text-align: right;">二级学院负责人签字： 年 月 日</p>		
教务处 意见	<p style="text-align: right;">教务处负责人签字： 年 月 日</p>		
主管 院领导 意见	<p style="text-align: right;">主管院领导签字： 年 月 日</p>		

- 注：1、本表一式二份，一份二级学院存档、一份交教务处；
2、调整教学计划必须提前一个月交报告；
3、对教学计划进行较大调整必须经过详细论证，经主管院领导审批。

张家界航空工业职业技术学院

市场营销 专业人才培养方案论证书

论证专家（专业建设指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	欧阳志珊	九江聚思味电子商务有限公司	高级经济师	欧阳志珊
2	宁小平	湖南南方宇航工业有限公司	高级经济师	宁小平
3	胡国民	长江动力有限公司	高级经济师	胡国民
4	胡盛辉	南方航空发动机	高级经济师	胡盛辉
5	姬海华	张家界航空工业职业技术学院	教授	姬海华
6	夏湘东	上海翊箴商务咨询有限公司	校友	夏湘东
7	康锦意	湖南八喜建筑工程有限公司	毕业生	康锦意
8	罗鹏	长沙万家置业有限公司	毕业生	罗鹏
论证意见				
<p>经专家组审议，本方案培养目标明确，课程设置科学合理，实施保障有力，格式规范。专家组一致通过该方案，并建议从以下几方面进行修改：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 结合学校办学特色，整合资源，突出专业优势； 2. 进一步加强校企合作； 3. 课程设置进一步对接企业人才需求，岗位工作技能要求； 4. 进一步完善课程教材、教法以及教学资源库的建设。 <p style="text-align: right;">专家论证组组长签名：姬海华</p> <p style="text-align: right;">2024年7月9日</p>				

注：本表的扫描件需插入人才培养方案电子档。

张家界航空工业职业技术学院
2024 级专业人才培养方案审核表

专业名称	市场营销
专业代码	530605
二级学院 意见	<p>该专业调研充分,定位准确,课程设置 结合了行业专家建议,同意实施。</p> <p>签字: 郝海平 (公章) 2024年7月10日</p>
教务处 意见	<p>同意实施。</p> <p>签字: 李俊 (公章) 2024年7月17日</p>
学术委员会 意见	<p>同意</p> <p>签字: 杨登德 (公章) 2024年7月18日</p>
院长意见	<p>同意</p> <p>签字: 曾自立 2024年7月26日</p>
学校党委 意见	<p>同意</p> <p>签字: (公章) 2024年7月28日</p>
备注	