



烟台汽车工程职业学院

YANTAI AUTOMOBILE ENGINEERING PROFESSIONAL COLLEGE

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：2025 级

专业负责人：迟金萍

制订时间：2025 年 6 月

编 制 说 明

本方案根据教育部《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）、教育部职成司《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）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》等有关文件精神，对接教育部《高等职业教育市场营销专业教学标准》（2025修订版），按照《烟台汽车工程职业学院2025级专业人才培养方案修订指导意见》要求编制。本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由烟台汽车工程职业学院经济管理系与烟台中北软件技术服务有限公司等企业共同制订，并经专业建设委员会审定、学院批准实施。

主要编制人员

迟金萍	烟台汽车工程职业学院市场营销教研室主任/讲师
车丽丽	烟台汽车工程职业学院经济管理系主任/教授
王丽红	烟台汽车工程职业学院经济管理系教学科长/教授
韩 鑫	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/副教授
迟修邦	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/讲师
贾丹丹	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/讲师
王琳琳	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/助教
沈 璐	烟台汽车工程职业学院经济管理系教师/讲师
张天云	家家悦集团股份有限公司高级人力资源经理
张 岩	家家悦集团股份有限公司人力资源经理
李学栋	鲁南制药集团人事部招聘经理

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) 人才培养面向岗位	1
(二) 岗位能力分析	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置及要求	4
(一) 课程体系构建思路	4
(二) 课程设置与要求	5
七、教学进程总体安排	43
(一) 教学进度计划	43
(二) 各类课程学时学分比例	44
(三) 实践环节教学进程表	44
(四) 市场营销专业教学进程安排表	46
八、实施保障	50
(一) 师资队伍	50
(二) 教学设施	50
(三) 教学资源	52
(四) 教学方法	53
(五) 学习评价	53
(六) 质量管理	54
九、毕业要求	55
十、附录	56

2025 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销 (530605)

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

(一) 人才培养面向岗位

表 1 人才培养面向岗位表

所属专业大类(代码)	财经商贸大类(53)
所属专业类(代码)	工商管理类(5307)
对应行业(代码)	批发业(51)、零售业(52)
主要职业类别(代码)	营销员(4-01-02-01)商品营业员(4-01-02-03)摊商(4-02-02-05)市场营销专业人员(2-06-07-0)
主要岗位(群)或技术领域	1. 销售代表; 2. 销售经理; 3. 区域销售经理; 4. 卖场经理; 5. 小微商业企业创业者; 6. 市场主管;
职业类证书	数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商B2B、数据运营、呼叫中心客户服务与管理
职业技能大赛	世界职业院校技能大赛商贸赛项

(二) 岗位能力分析

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位细化	岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务
1	销售经理	客户关系深化 业绩监控与分析	销售策略与计划制定 团队管理与领导	领导能力 销售技能 团队管理能力	制定销售计划 市场调研分析 销售数据分析
2	销售代表	客户开发销售代表 产品销售代表	渠道销售	沟通能力 人际关系机巧 市场分析能力 应变能力	客户开发 客户拜访 产品展示与讲解
3	区域销售经	1. 农村区域	1. 制定并执行区域	1. 领导力	1. 制定并执行区域

	理	销售经理 2. 城市核心区销售经理 3. 跨区域协调销售经理	销售策略 2. 负责区域内销售团队的组建、培训、管理和激励。 3. 合理分配区域内销售资源，优化销售渠道布局。	2. 战略规划能力 3. 市场分析能力 4. 销售管理能力	销售策略和计划。 2. 组建、培训和管理区域销售团队。 3. 分解销售目标到团队成员并进行跟踪和考核。 4. 定期进行市场调研和分析，制定应对策略。
4	市场主管	品牌推广市场主管 市场调研市场主管 数字营销市场主管 活动策划市场主管 渠道拓展市场主管	1. 寻找并开拓新的市场渠道。 2. 维护和优化现有渠道合作关系。 3. 制定渠道合作策略和激励机制。 4. 推动渠道销售业绩的提升。	1. 销售领导力 2. 目标管理 3. 销售策略制定能力 4. 客户关系管理能力 5. 沟通技巧	1. 制定并组织实施销售团队的工作计划和目标。 2. 监督和指导销售团队成员的工作，提供必要的培训和支持。 3. 分析销售数据和市场动态，调整销售策略和行动方案。

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的

专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；
4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；
5. 掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；
6. 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；
7. 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；
8. 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；
9. 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技

术技能，具有品牌策划与推广能力；

10. 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

11. 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

12. 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

13. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

14. 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

16. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建思路

市场营销专业构建了“平台+模块”的课程体系。其中，平台课程包括“通识课程平台和专业课程平台”，模块课程包括“素质拓展模块、专业拓展模块和创新创业模块”。平台课程以必修为主，模块课程以选修为主；通识课程平台适用于所有专业群，专业课程平台分

为“专业基础课程、专业核心课程和专业实践课程”，专业基础课程适用于专业群内所有专业，专业方向课程为群内各专业核心课程；形成了基于通识课程平台共通、专业基础平台共享、专业方向模块分立、专业拓展模块互选、素质拓展和创新创业模块通选的模块化课程体系，满足了学生个性化成长需求。

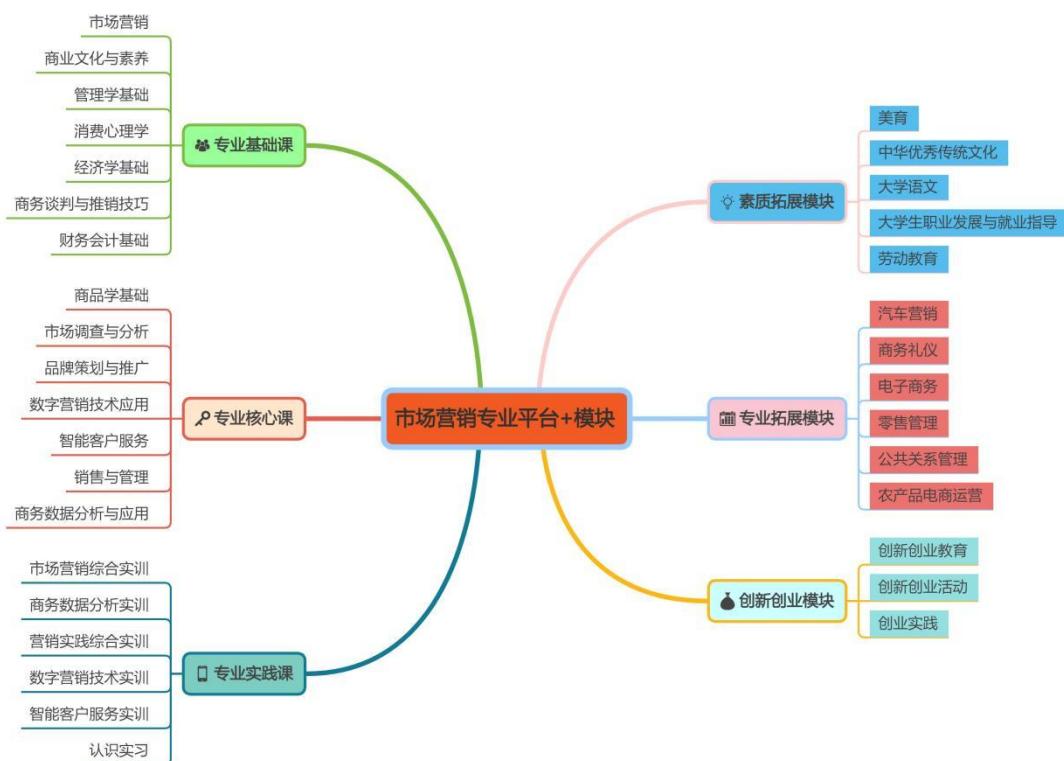


图1 课程体系构建思路图

（二）课程设置与要求

本专业课程主要有必修课程和选修课程，其中，必修课程包括通识课程、专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程；选修课程包括素质拓展课程、专业拓展课程和创新创业课程等。

1. 通识课程设置与要求

通过通识课程的开设，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养学生掌握扎实的工科基础知识和人文素养知识，为学生可持续发展提供良好的知识储备。

通识课程根据国家要求由学校统一开设，主要包含军事理论、思想政治理论课、高等数学、大学英语、信息技术、大学语文、体育与健康、心理健康教育、大学生就业指导、劳动教育、人工智能等规定课程，由全校进行统筹安排。

表 3 通识课程设置与描述

序号	课程名称	项目	相关要求
1	大学语文	课程目标	<p>素质目标：培育人文精神与价值判断力；强化文化自信与家国情怀；陶冶审美情操与健全人格；以文学审美涵养情感，提升艺术鉴赏力与生活品味，实现人格全面发展；培育职业道德与社会责任。</p> <p>知识目标：掌握语言文学核心知识体系；理解多元文化经典的思想内涵；认知汉语特质及修辞艺术；了解中外文明互鉴脉络。</p> <p>能力目标：提升文本鉴赏与批判思维能力；强化语言表达与沟通协作能力；应用语文工具解决实际问题；融合跨学科视野创新实践。</p>
		主要教学内容	<p>经典作品选读，涵盖诗歌、散文、小说、戏剧，古今中外经典等篇章；语言能力训练，涵盖现代文读写、应用文写作、口语交际等；国学经典研读；跨文化主题拓展。</p>
		教学要求	<p>课程思政：通过名篇阅读模块弘扬三种文化（中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化），渗透劳动精神、工匠精神，引导学生树立文化自信与家国情怀。</p> <p>教学环境：拓展课堂边界，整合生活化资源创设真实语言实践场景，强化文本与现实关联。</p> <p>教学方法和手段：以任务驱动为核心，结合跨学科知识及辩论、生态实践等活动，培养应用能力与批判思维。</p> <p>教学团队：教师需融合思政素养与专业能力，通过身教实现价值引领。</p> <p>教学评价：采用过程性评价（如读书笔记、辩论表现），结合自评/互评反思学习成效，关注能力提升与素养内化。</p>
		支撑培养规格	1、3、4
2	高等数学	课程目标	<p>素质目标：培养学生的辩证主义思想，帮助学生建立正确的世界观、人生观、价值观；培养学生勇于探索、严格精确分析的科学精神；增强学生的民族自豪感，培养学生的家国情怀。</p> <p>知识目标：理解函数、极限、连续、导数、微分、不定积分、定积分等一元函数微积分相关概念；理解并掌握求函数极限、导数、积分的典型方法；掌握函数单调性、极值、最值、凹凸性的判定方法、定积分求面积和体积的方法；掌握 MATLAB 软件求微积分相关运算的命令；了解数学建模的一般流程。</p>

		<p>能力目标: 能够利用函数及微积分的观点分析实际问题，并能建立一定的模型；能够利用常见的方法求出函数的极限、导数、微分、积分；能够利用导数及积分的观点判定函数的各种性质、求不规则图形的面积及体积；能够利用 MATLAB 软件计算微积分的相关运算；并能建立一些简单问题的模型。</p>
	主要教学内容	<p>函数的极限与连续； 一元函数微分学； 一元函数积分学； 数学软件 MATLAB 及数学建模简介。</p>
	教学要求	<p>课程思政: 哲学思想、科学精神、美学思想、价值理念、文化自信、道德修养、家国情怀。 教学环境: 多媒体教室。 教学方法和手段: 构建“小组教学+案例驱动+信息化融合”的教学模式，利用学习通平台和 MATLAB 等数学工具开展线上线下混合教学，聚焦数专融合与数形结合，强化实践应用，着力培养学生的数学思维与解决问题的能力。 教学团队: 团队教师需熟练掌握常用数学软件操作，具备利用教学平台开展混合式教学的能力，同时需具备借助人工智能工具开展教学设计与实践的数字化素养和能力。 教学评价: 构建“三维多元”的评价体系，知识目标通过课堂测试、软件操作、作业检验函数、导数、积分等知识的掌握度；能力目标依托小组项目和学习通互动数据评估问题分析与工具应用能力；素养目标融入课程思政，通过案例讨论、软件实践考察辩证思维与科学精神，教学评价覆盖课前、课中、课后全过程，注重过程性反馈与终结性考核结合。</p>
	支撑培养规格	3、13
3	大学英语	<p>课程目标</p> <p>素质目标: 厚植学生的爱国情怀，增强学生的文化自信；培养学生的批判性思维能力；帮助学生掌握正确的语言学习方法，培养良好的学习习惯；培养学生语言表达及人际沟通能力，提升学生理智分析中西方文化的素养。</p> <p>知识目标: 掌握十二个话题的实用单词的简单用法、讨论的表达句型 60 句（每单元 5 句）；理解代词、形容词、副词、基本句子成分、时态等基本的语法内容；掌握常用应用文的格式、词汇和句子。</p> <p>能力目标: 能够利用课本词汇理解单元文章话题；能够利用句型进行单元话题的讨论，并能够进行简单的交流输出；能够利用段落的中心主旨句及关键词进行课文的脉络复述；能够利用语法知识解决问题；能够利用应用文的固定格式及句子仿写应用文；能够利用词汇和句型改编与现实场景相关的小对话并进行输出。</p> <p>主要教学内容</p> <p>Freshman, English, Sports, Health, Internet, Love and Friendship, Holidays, Part-time Jobs, Travel, Delicacy, Environment, Gratitude, Idol, Dream, Job, Business Trip.</p> <p>教学要求</p> <p>课程思政: 道德修养、人文素养、工匠精神、国际视野、文化自信、政治认同、民族情怀。</p>

		<p>教学环境: 多媒体教室。</p> <p>教学方法和手段: 采用“任务驱动+分层教学+信息化融合”的模式。以职业场景为导向设计任务，结合学生基础分层布置听说读写任务。依托超星学习通发布微课、开展线上测试，利用情景模拟、小组协作强化语言应用。融入课程思政，通过中西文化对比培养思辨能力，实现“做中学、学中用”的教学目标。</p> <p>教学团队: 教学团队需具备扎实语言功底与跨文化教学能力，熟练运用学习通等信息化工具开展混合教学。团队结构应老中青结合，定期开展教研活动，强化课程思政意识，融入专业需求，提升“课程思政+语言应用”双能力，确保教学与学生发展对接。</p> <p>教学评价: 教学评价实施形成性评价与终结性评价双轨并行机制。形成性评价全程记录考勤、作业、课堂表现及学习活动等过程性数据；终结性评价通过笔试聚焦综合应用能力考核，实现过程反馈与终结考核的有机统一。</p>
4	体育与健康	<p>支撑培养规格</p> <p>3、13</p>
		<p>课程目标</p> <p>素质目标: 提高学生参加体育锻炼的社会责任感，养成终身参加体育运动的习惯；培养学生竞争意识、合作能力，顽强拼搏及开拓进取的精神；激发学生的民族自豪感，增强文化自信，厚植爱国情怀。</p> <p>知识目标: 了解体育的含义，健康的重要性，理解体育锻炼的社会价值；了解个人生活方面有关健康和安全的知识；熟悉常见运动性病症的预防与处理；了解篮球、足球、排球运动的发展概况及锻炼价值，掌握基本的技巧。</p> <p>能力目标: 能积极参与课外体育活动，学会制定自我锻炼运动的处方；能通过多种练习手段提高自身心肺功能、有氧耐力、位移速度、发展肌肉力量及柔韧性；能在三大球类运动中完成投、传、垫等技术动作；能根据专业特点制订健身计划，掌握发展身体素质的体育锻炼方法；</p>
		<p>主要教学内容</p> <p>基础体育课（基本队列队形，田径奔跑、跳跃，篮球基本站立姿势、移动技术、传球技术、原地投篮，足球移动技术、原地踢球技术，排球基本站立姿势、移动技术、发球技术，游戏，体育理论“体质健康标准简介”“体育锻炼卫生常识”）</p> <p>体育选项课（田径，篮、排、足、羽毛球）</p>
		<p>教学要求</p> <p>课程思政: “科学锻炼、吃苦耐劳、顽强拼搏、团结协作、崇礼尚武、使命担当。</p> <p>教学环境: 标准化体育场</p> <p>教学方法和手段: 教学方法采用“任务驱动+分层教学+线上线下融合”模式。以职业体能需求设计任务，结合学生体质分层开展田径、球类等项目教学。利用学习通发布动作视频、开展线上打卡，课堂中通过小组协作、情景模拟强化技能，融入课程思政，实现“做中学、学中练、练中悟”。</p> <p>教学团队: 教学团队需具备扎实体育技能与课程思政能力，熟练运用学习通等信息化工具。结构上老中青结合，含思政教师与多专业背景成员，定期开展教研与资源开发，强化“健康第一”理念，落实“立德树人”</p>

			<p>根本任务，保障教学与育人双目标达成。</p> <p>教学评价：教学评价实行过程性考核与终结性考核结合。过程性考核记录出勤、团队协作、运动参与等学习表现，依托学习通跟踪课堂数据；终结性考核包含《国家学生体质健康标准》测试与技能考核，融入规则意识、拼搏精神等思政要素，实现“知识、技能、素养”多维度综合评价。</p>
		支撑培养规格	14
5 中华优秀传统文化	课程目标	素质目标：	树立文化自信与民族认同感；涵养家国情怀与集体主义精神；内化“仁爱中和、自强不息”的价值观；培育审美情趣与人文关怀意识；践行诚信守礼、勤俭孝亲的传统美德。
		知识目标：	掌握中华文化核心思想理念；理解传统美德内涵；识记重要文化符号；了解文化演进脉络与历史贡献；认知文化多样性及当代价值。
		能力目标：	辩证分析传统文化精髓与局限；运用经典智慧解决现实问题；传承创新传统技艺或文化形式；跨文化比较与文明对话能力；
	主要教学内容	传统文学：辉煌灿烂的经典诗文、小说戏曲等文学作品。传统哲学：儒家、道家等思想流派的核心理念。传统技艺：陶瓷、刺绣、雕刻等工艺技术。传统建筑：园林、民居等“天人合一”的建筑哲学与空间美学。传统演艺：戏曲、音乐、舞蹈等舞台艺术的百花齐放。传统书画：书法、绘画的技法与审美体系。传统饮食：饮食文化中的礼仪、节气养生与地域特色。传统医药：中医理论、诊疗技法与“妙手回春”的实践智慧。传统风俗：节庆、婚丧、礼仪等民俗的源流与社会功能。传统道德：“修齐治平”的伦理体系。	
	教学要求	课程思政：	以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。
		教学环境：	多媒体教室
		教学方法和手段：	体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。
		教学团队：	具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教研水平，鼓励“读书教书、著书立说”的成长路径，打造“双师型”团队。
		教学评价：	采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。
	支撑培养规格	1、16	
6 思想道	课程目标	知识目标： 掌握马克思主义世界观、人生观、价值观的基本内容；社会主义核心价值观的主要内容；社会公德、家庭美德、职业道德、个人品德的内容及要求；了解相关实体法及程序法知识。	

德与法治		<p>能力目标: 具备道德实践能力，提升道德判断与行动力，能够分辨是非善恶，抵制不良风气，主动参与志愿服务、公益事业等社会活动，在专业领域践行职业道德。提升尊法、学法、守法、用法的自觉性，在职业和生活中遵守法律法规及社会规范。传承中华传统美德，在全球化背景下坚守中国立场，讲好中国故事，主动服务和融入国家发展战略。</p> <p>素质目标: 塑造正确的政治方向和价值追求，提升国家认同感与文化自信。拥护党的领导，认同中国特色社会主义道路，形成服务社会、奉献国家的使命感，培养诚信、友善、公正等基本道德品质。</p>
	主要教学内容	<p>依据教材内容逻辑、课程标准、专业人才培养方案，从学生学习实际与未来职业生涯、成长成才需求出发，以提升新时代大学生思想道德素养为主线，进行了模块化处理，包含绪论和三个模块共二十个专题，即模块一：树立远大理想，成就出彩人生（第一章、第二章），模块二：弘扬中国精神，践行价值准则（第三章、第四章），模块三：遵守道德规范，提升法治素养（第五章、第六章）。</p>
	教学要求	<p>教学环境: 多媒体教室、智慧教室授课，中班、小班授课</p> <p>教学团队: 由马克思主义理论、思想政治教育等相关专业背景的教师组成。团队成员职称、年龄结构多样，老中青结合，以发挥不同年龄段教师的优势。</p> <p>教学评价: 课程考核包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考察运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括平日项目训练、课堂表现、考勤等。坚持过程性评价和终结性评价相结合，注重学生的发展性评价，实现评价方式多元化。</p>
	支撑培养规格	<p>1、2</p>
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系 7	课程目标	<p>知识目标: 理解和掌握马克思主义中国化的理论成果及其理论精髓；了解其产生的社会历史条件、形成发展的过程；掌握其主要内容和历史地位。</p> <p>能力目标: 能够运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决职业生活和社会生活中实际问题。</p> <p>素质目标: 增强贯彻落实党的理论、路线方针政策的自觉性和坚定性，关注社会现实，坚定理想信念，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。</p>
	主要教学内容	<p>包含绪论和八个章节。绪论总体介绍马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果；毛泽东思想主要包括1-4章，主要介绍革命（新民主主义革命、社会主义革命）和建设（社会主义建设道路初步探索）理论；第5章承上启下，介绍中国特色社会主义理论体系的形成发展；6-8章分别介绍邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的核心观点、主要内容、历史地位。</p>
	教学要求	<p>教学环境: 课堂学生容量不得超过100人，多媒体授课。</p> <p>教学方法和手段: 采用线上线下混合式教学模式；在课堂教学中多样化教学方法，主要采用案例教学、小组合作学习、任务驱动法等。</p> <p>教学评价: 课程考核评价包括终结性考核（50%）和过程性考核（50%），</p>

	概论		终结性考核就是在学期末设置期末考试，对课程的重要知识和能力进行综合性的考核，重在考察运用知识解决实际问题的能力。过程性考核就是平日学习表现，包括作业、测试、课堂表现、考勤等。
		支撑培养规格	1、13
8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标	<p>素质目标：坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，增进政治认同、思想认同、情感认同，树立中华民族伟大复兴的信心，增强建设社会主义现代化强国的使命感。</p> <p>知识目标：理解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景、主要内容和历史地位，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义。</p> <p>能力目标：系统把握习近平新时代中国特色社会主义思想所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，能够理论联系实际，提高思想理论水平，提高分析问题、解决问题的能力。</p>
		主要教学内容	《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》由导论、结语和17章内容组成。围绕党的二十大报告明确指出的“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”等内容体系，科学揭示了习近平新时代中国特色社会主义思想的主要思想和基本精神，科学揭示了新时代我们党治国理政重大原则方针，科学揭示了新时代党的创新指引下党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革，体现了理论逻辑、历史逻辑、实践逻辑的有机统一。
		教学要求	<p>教学环境：开足开好本门课程，学生人数不得超过100人。</p> <p>教学方法和手段：可采用讲授法、案例分析法、专题教学法、线上线下结合法、讨论式教学、学生分组式教学等。</p> <p>教学团队：选优配强教师队伍，教师熟悉掌握马克思主义的相关理论；能够熟悉时事政治做好理论与时政相结合；年龄结构要合理搭配，老中青三结合。还需要在理论体系向教材体系转化的基础上，实现教材体系向教学体系转化、知识体系向价值体系的转化，实现学思用贯通、知信行统一，以提升本门课教学的实效性。</p> <p>教学评价：教师主导地位发挥得当、以学生为中心激发学生兴趣、教学思路清晰、教学内容丰富。</p>
	支撑培养规格		1、13、16
9	形势与政策	课程目标	<p>知识目标：掌握党和国家在经济、文化、社会、生态等领域的发展现状、成就和趋势；了解全球政治经济格局、大国关系、区域热点问题；理解中国外交政策和全球治理角色。</p> <p>能力目标：运用马克思主义的立场、观点和方法，分析和判断形势及国内外重大事件、热点问题的能力。</p> <p>素质目标：增强“四个意识”，坚定“四个自信”；培养家国情怀，强化责任担当。</p>
		主要教学	教学内容包括抗战胜利的伟大意义，中国经济的热点问题，农业强国建设，更高水平平安中国建设途径，多边主义外交新理念、全球治理新格局

		内容	局、周边外交工作新局面等。
		教学要求	<p>教学环境: 多媒体教室，以实现线上线下教学。</p> <p>教学方法: 多采用专题教学法，讲授法和案例教学</p> <p>教学评价: 过程性考核和终结性考核相结合。终结性考核是指理论专题教学完成后，各教学班级需要提交1份专题学习心得体会，手写，800字左右。过程性考核：以考核学生学习形势与政策课程的全过程，包括签到、平时表现和网课情况等。</p> <p>教学团队: 以专业思政教师为主，兼课教师为辅，协同学生辅导员，充实教学队伍，以实现教学内容的全覆盖。</p>
		支撑培养规格	1、2、13
10	中华民族共同体概论	课程目标	<p>知识目标: 了解和掌握中华民族共同体的基础理论；了解中华民族历史的发展脉络；掌握中华民族多元一体格局；准确把握我国统一的多民族国家的基本国情；理解掌握中华民族取得的灿烂成就和对人类文明的重大贡献。</p> <p>能力目标: 能够运用中华民族共同体理论，对现实中的民族现象、民族问题进行深入剖析，提出合理的见解与应对策略；能够从中华民族整体视角出发，正确解读民族政策法规，为促进民族地区发展和民族团结贡献智慧。</p> <p>素质目标: 树立正确的国家观、历史观、民族观、文化观、宗教观，增强对中华民族认同感和自豪感，增强做中国人的志气、骨气和底气，增强对中国特色解决民族问题的正确道路的自觉自信。</p>
		主要教学内容	课程系统阐述中华民族从多元起源到交融汇聚的历史进程，讲授中华民族多元一体格局的形成，讲解中华民族共同体在政治、经济、文化、社会等方面特征与联系，涵盖民族政策法规等内容，帮助学生构建完整知识体系，引导学生理解中华民族共同体建设的深刻意义。
		教学要求	<p>教学环境: 需配备多媒体教室，利用网络资源展示丰富教学素材；可依托爱国主义教育基地、民族文化场馆开展实践教学。</p> <p>教学方法和手段: 运用案例教学法，结合热点民族事件展开讨论；采用情景模拟教学，让学生体验不同民族文化场景；借助线上学习平台布置作业、组织交流。</p> <p>教学团队: 教师需具备深厚的民族学、历史学专业知识，熟悉民族政策；团队应涵盖不同研究方向教师，形成老中青梯队，定期开展教学研讨与学术交流活动。</p> <p>教学评价: 过程性评价占比50%，包含课堂表现、小组讨论、考勤等；终结性评价占比50%，通过课程论文的形式考查学生对知识的掌握和运用能力。</p>
		支撑培养规格	1、13
11	信息技	课程目标	素质目标: 具有较强集体和团队合作意识、有效沟通交流、书面与口头表达能力；具有良好的自主学习和信息检索能力；具有创新意识、审美意识、辩证思维能力；具有良好的职业道德和职业素养；具有较强的文

	术	<p>化自信、爱国情怀。</p> <p>知识目标: 理解信息素养和社会责任；掌握计算机的基础知识和操作系统基本操作；熟练掌握常用办公软件的使用技术；掌握数字媒体软件的基本使用技术，信息检索与信息安全知识，新一代信息技术基本知识。</p> <p>能力目标: 能综合运用信息素养、数字思维解决问题；能够使用办公软件、信息检索、数字媒体等信息技术支撑专业学习，利用计算机基础、安全、新技术等相关知识辅助独立思考和探究新知，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p>
	主要教学内容	信息素养与社会责任；初识计算机；文档处理与应用；电子表格数据处理与分析；演示文稿设计与制作；数字媒体技术应用；信息检索与信息安全；新一代信息技术。
	教学要求	<p>课程思政: 以教学任务、教学活动、教学案例、教学素材为载体融入信息素养、科学精神、家国情怀、审美意识等思政元素，增强育人效果。</p> <p>教学环境: 需配备多媒体教室，利用网络资源展示丰富教学素材；可依托爱国主义教育基地、民族文化场馆开展实践教学。</p> <p>教学方法和手段: 以工作任务为导向，采取线上线下混合教学，使用教学平台、新技术新理念，灵活运用头脑风暴、探究学习等教学方法，增加学生自主式学习的兴趣，提高学生学习的热情，培养学生动手能力和自学能力。</p> <p>教学团队: 信息技术教学团队有扎实的专业知识和丰富的教学经验，以立德树人为根本任务，积极参与教学研究和改革。</p> <p>教学评价: 采取全过程评价、全员评价、增值评价相结合的多元化评价体系。</p>
	支撑培养规格	3、12
12	人工智能	<p>课程目标</p> <p>素质目标: 素质目标以“符合 AI 行业一线岗位要求”为核心，培养学生的专业素养、伦理意识和协作能力，确保其快速融入职场。职业伦理与合规素养：树立“技术合规、数据安全”的职业意识，工匠精神与实操素养：秉持“严谨细致、精益求精”的工匠精神，持续学习与适应素养：</p> <p>知识目标: 掌握 AI 的基本定义、发展历程（如从传统机器学习到深度学习的核心变化），明确“弱 AI”在行业中的实际应用边界；熟悉 AI 产业链一线岗位的职责、技能要求及工作流程。掌握数据安全基础、AI 设备操作安全、项目文档规范。</p> <p>能力目标: 能使用 Python 完成简单数据处理，能使用 Matplotlib 绘制折线图、柱状图等，直观展示数据结果。能熟练使用 LabelImg、VGG Image Annotator 等工具完成图像标注，能根据标注规范检查标注质量，处理标注错误；</p> <p>主要教学内容</p> <p>课程体系包括人工智能通识素养、专业技能、行业应用能力等模块，具体内容涵盖人工智能的基本概念、算法逻辑、专业领域数据分析方法、机器学习方法、智能设备操作方法以及行业应用的知识与技能等。</p> <p>教学要求</p> <p>课程思政: 以爱国主义、“团结统一、勤劳勇敢、自强不息”的民族精神、文化自信、家国情怀。</p> <p>教学环境: 多媒体教室</p> <p>教学方法和手段: 体验式活动：设计“代言历史人物”“史料研读”等</p>

		<p>任务，通过角色扮演、情境还原深化理解。大单元整合：以“核心思想理念”“传统美德”等主题统整内容，跨单元设计“改革推动发展”等大概念，贯通古今。技术融合：利用“互联网+”资源，支持自主探究与合作学习。</p> <p>教学环境：需配备安装多媒体的机房，利用网络资源展示学习教学内容。</p> <p>教学团队：具有一定的文化专业素养与跨界融合能力，通过协作提升教学水平，打造“双师型”团队。</p> <p>教学评价：采用多元实践导向评价：过程性，关注课堂活动参与度、文化项目实践表现；成果性：以文化传承创新成果为衡量标准；融合性：结合自评、互评及社会反馈，强化“明理-力行”的转化实效。</p>
	支撑 培养 规格	2、13

2. 专业课程设置与描述

(1) 专业基础课程

通过开设专业基础课，目的是培养学生具有专业营销理论基础和营销实践应用能力，实现以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，使学生具备能把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使社会生产适应市场需求变化的能力。专业基础课程有商业文化与素养、管理学基础、市场营销、消费者心理与行为分析、商务谈判与推销技巧、经济学基础、财务会计基础 7 门课程。

表 4 专业基础课程设置与描述

序号	课程名称	项目	相关要求
1	经济学基础	<p>素质目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生经济思维习惯； 2. 培养学生树立正确的价值观与社会责任感； 3. 培养学生理性、批判性与辩证思维能力； 4. 培育科学精神与数理逻辑素养； 5. 激发学生探索兴趣与终身学习意识。 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解经济学基本问题与方法论； 2. 掌握微观经济学基础知识； 3. 掌握宏观经济学基础知识。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 问题识别与分析能力； 	

			<p>2. 理论模型应用能力； 3. 政策评估与建议能力； 4. 数据获取与初步处理能力。</p>
	课程涉及的主要领域		<p>1. 微观经济学：供需理论、消费者行为、生产者理论、市场结构； 2. 宏观经济学：国民收入核算、经济周期、财政与货币政策； 3. 国际经济学基础：国际贸易理论与汇率机制。</p>
	典型工作任务描述		<p>1. 企业定价策略的弹性分析报告； 2. 小型创业项目的成本收益评估； 3. 国家最新经济政策解读简报； 4. 市场垄断案例的竞争效率分析。</p>
	主要教学内容与要求		<p>教学内容： 1. 经济学导论； 2. 微观经济分析； 3. 宏观经济分析。 课程思政： 1. 制度自信 2. 辩证思维 3. 公平、公正意识 4. 诚信观念 5. 国家意识和爱国情怀 教学环境： 多媒体教学 教学方法和手段： 1. 行动导向法 2. 脑风暴法 3. 案例分析法 教学团队： 具有双师素质的专业教学团队 教学评价： 1. 教学内容方面，涵盖了微观经济学的核心领域和重要知识点，体系完整且具有深度。 2. 教师能够清晰地讲解微观经济学 3. 充分调动了学生的学习积极性和主动性，培养了学生的团队合作能力和实际应用能力。</p>
2	支撑培养规格		1、5、13
2	市	课	素质目标：

场 营 销	<p>程 目 标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养良好的职业道德和责任感（诚信、规范、客户至上）； 2. 树立正确的市场观、服务观和创新意识； 3. 具备团队协作精神和有效沟通能力； 4. 具备较强的客户服务意识和同理心； 5. 建立数据驱动和效益导向的思维习惯。 <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析； 2. 能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和市场定位； 3. 能使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题； 4. 能正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略去实现企业经营目标； 5. 能根据产品生命周期各阶段的特点采取相应的营销策略。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用市场调研方法收集、整理、分析市场信息，识别市场机会与挑战； 2. 能够应用 STP 理论进行有效的市场细分、目标市场确定； 3. 能够针对具体产品/服务，设计有效的市场营销组合（4P）策略方案； 4. 能够策划和执行具体的促销活动。
课 程 涉 及 的 主 要 领 域	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场营销基本理论； 2. 市场环境分析（宏观、微观）； 3. 消费者行为分析； 4. 市场调研方法与应用； 5. 目标市场营销； 6. 市场营销组合策略（4P）。
典 型 工 作 任 务 描 述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 收集行业、竞品信息，设计调查问卷、访谈提纲； 2. 运用分析模型（如 SWOT、波特五力）进行市场分析，撰写市场调研报告； 3. 参与产品概念测试，协助制定上市计划； 4. 参与制定价格方案，协助进行渠道评估与选择； 5. 策划具体促销活动，撰写营销活动方案。
主 要 教 学 内 容 与 要	<p>教学内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 市场认知与理论基础；2. 市场环境与消费者分析；3. 市场调研；4. 目标市场营销；5. 营销组合策略（4P）。 <p>课程思政：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 诚信经营理念 2. 社会责任意识 3. 消费者权益保护 4. 创新精神 5. 职业道德教育 <p>教学环境： 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段：</p>

		<p>求</p> <p>1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价:</p> <p>1. 教学内容上，系统且全面地涵盖了市场营销的各个关键领域，包括市场调研、营销策略制定、品牌推广等，并且能够与时俱进，引入当下最新的营销案例和趋势，使教学内容富有现实意义和吸引力。</p> <p>2. 考查学生对理论知识的掌握，注重对学生实践应用能力的评估。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>5、7、16</p>
3	<p>商业文化与素养</p> <p>课程目标</p>	<p>素质目标:</p> <p>1. 具备全球化视野和跨文化包容意识； 2. 树立商业伦理与社会责任观念； 3. 培养职业形象管理能力与职场礼仪素养； 4. 形成合规守法、诚信经营的职业操守。</p> <p>知识目标:</p> <p>1. 掌握企业文化的核心要素与构建逻辑； 2. 理解不同国家/地区的商业文化差异特征； 3. 熟悉商务沟通规范与谈判礼仪原则； 4. 认知商业活动中法律风险与道德边界。</p> <p>能力目标:</p> <p>1. 能加强对商业文化和商业道德规范的整体认识； 2. 能积极探索改善我国商业现状的对策，为企业制定较高道德水准的决策信息； 3. 能提高学生的社会责任感，为以后的职业生涯打下良好的职业道德基础；</p>
	<p>课程涉及的主要领域</p>	<p>1. 企业文化构建； 2. 国际商务礼仪； 3. 商业伦理决策； 4. 跨文化沟通； 5. 法规遵从体系。</p>
	<p>典型工作</p>	<p>1. 商务接待方案设计； 2. 商业伦理困境解决； 3. 企业文化建设提案。</p>

		<p>任 务 描 述</p> <p>教学内容: 1. 认知商业文化感受商文化; 2. 传承商道遵循商业规范; 3. 提升职业素养; 4. 商业及商业文化的基本知识和思想方法。</p> <p>课程思政: 1. 诚信价值观 2. 公平竞争意识 3. 社会责任担当 4. 创新与进取精神 5. 尊重与包容文化差异</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 教学内容要丰富且具有深度，要涵盖商业文化的历史演变、不同地域商业文化特点、商业伦理道德等重要内容。 2. 注重实践应用，通过模拟商业场景等方式，让学生将所学知识运用到实际中，增强学生的实践能力和解决问题的能力。</p>
	<p>支 撑 培 养 规 格</p> <p>1、2、13</p>	
4	<p>消 费 者 心 理 与 行 为 分 析</p> <p>课 程 目 标</p> <p>素质目标: 1. 培养敏锐的消费者洞察力和社会责任感，理解消费者权益保护的重要性； 2. 树立诚信、专业的职业素养，遵循营销伦理规范，避免利用心理学知识操纵或损害消费者利益； 3. 培养跨文化沟通意识，理解不同文化背景下消费者心理与行为的差异。</p> <p>知识目标: 1. 培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律； 2. 掌握不同消费群体的消费心理，掌握影响消费者消费心理的因素； 3. 掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为等。</p> <p>能力目标: 1. 能够运用消费心理学理论分析不同消费群体的心理特征与行为规律； 2. 能够设计并实施简单的消费者心理与行为调研（如问卷、访谈、观察），具备初步的数据收集与分析能力； 3. 能够根据消费者心理分析，为产品或服务的市场定位、营销策略提供合理化建议； 4. 能够解读常见的消费心理现象（如从众、攀比、求异、炫耀、冲动购买）</p>	

			等），并能初步评估营销活动对消费者心理可能产生的影响。
	课程涉及的主要领域		<p>1. 消费者行为基础理论； 2. 消费者个体特征； 3. 消费者决策过程； 4. 特定领域消费心理。</p>
	典型工作任务描述		<p>1. 消费者需求识别与分析； 2. 目标消费者画像构建； 3. 营销策略建议与评估； 4. 消费行为调研分析。</p>
	主要教学内容与要求		<p>教学内容： 1. 消费者的心理活动基础； 2. 消费者个性心理特征与行为； 3. 消费者环境影响因素； 4. 消费者购买决策过程； 5. 专项消费心理分析。 课程思政： 1. 理性消费观念 2. 消费道德与责任 3. 文化自信与本土消费 4. 社会公平意识 5. 消费者权益保护 教学环境： 多媒体教学 教学方法和手段： 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法 教学团队： 具有双师素质的专业教学团队 教学评价： 1. 教学内容上，全面且系统地涵盖了消费心理学的核心理论和知识点，包括消费者的认知、情感、决策过程等，同时结合大量生动的实际案例，使抽象的理论变得具体可感。 2. 在实践教学方面表现突出，通过实际的消费行为观察、市场调研等活动，让学生亲身体验消费心理学的实际应用。</p>
5	支撑培养规格		5、7、13
5	财课	素质目标：	

务 会 计 基 础	<p>程 目 标</p> <p>1. 培养学生爱岗敬业、诚实守信、客观公正、坚持准则等基本会计职业道德规范及执业谨慎、遵纪守法，一身正气的职业情操； 2. 通过凭证审核、账簿核对等项目的学习，培养学生严谨的工作态度，对经济业务的处理认真仔细，一丝不苟，不作假账； 3. 通过组内成员分担不同角色完成实训任务，使学生明确会计工作必须遵循内部牵制原则，促使学生相互监督相互评比，共同进步。</p> <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 掌握原始凭证的基本要素与类别；理解填制原始凭证的基本要求； 理解原始凭证审核的内容及标准；掌握原始凭证审核后的处理办法； 理解并掌握会计要素的分类及会计基本等式；理解并掌握会计科目和账户的含义及分类； 了解会计科目和账户、借贷记账法的记账规则、理解并掌握会计分录的含义和要素； 理解并掌握借贷记账法、记账凭证的内容、填制要求；了解审核记账凭证的内容。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 能运用原始凭证的要素与填制要求的相关知识，规范准确填写各类原始凭证； 能对原始凭证进行严格认真的审核，并且对发现的错误正确处理； 能运用借贷记账法的记账规则，根据会计分录的编制步骤，编制资金运动过程经济业务的会计分录，并能编制试算平衡表验证编制的会计分录是否基本准确。
课 程 涉 及 的 主 要 领 域	<ol style="list-style-type: none"> 会计基本原理； 经济业务核算； 凭证与账簿； 财产清查； 财务报表编制。
典 型 工 作 任 务 描 述	<ol style="list-style-type: none"> 根据原始单据（发票、银行回单等）填制记账凭证； 登记日记账和明细分类账，完成月末结账与对账； 编制试算平衡表，并据此生成资产负债表和利润表； 分析企业短期偿债能力与盈利能力（流动比率、销售利润率）。
主 要 教 学 内 容	<p>教学内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 会计基础理论；2. 借贷记账法应用；3. 会计凭证与账簿；4. 财产清查与期末处理。 <p>课程思政：</p> <ol style="list-style-type: none"> 诚信与职业道德；2. 法治意识；3. 责任与担当精神；4. 家国情怀与社会

	<p>容与要求</p> <p>贡献； 5. 数据安全与保密意识。</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队。</p> <p>教学评价:</p> <p>1. 教学内容方面，系统地涵盖了财务会计的基本概念、原则、方法和流程，条理清晰，重点突出，为学生打下了扎实的专业基础。</p> <p>2. 教学方法上，教师善于运用多种手段，如讲解、实例演示、课堂练习等，增强了学生的理解和掌握程度。同时，鼓励学生积极提问和参与讨论，活跃了课堂氛围。</p>
	<p>支撑培养规格</p> <p>2、5</p>
6	<p>商务谈判与推销技巧</p> <p>课程目标</p> <p>素质目标: 1. 培养诚信守约、合作共赢的职业价值观； 2. 锻炼抗压能力与冲突化解意识。</p> <p>知识目标: 1. 掌握谈判策略与推销流程； 2. 理解价格磋商、合同条款设计等核心要素； 3. 熟悉客户心理分析模型。</p> <p>能力目标: 1. 能独立制定谈判计划与推销方案； 2. 能运用说服技巧处理客户异议； 3. 能通过非语言信号判断对方意图； 4. 能灵活运用让步策略促成交易闭环。</p>
	<p>课程涉及的主要领域</p> <p>1. 商务谈判领域； 2. 推销流程管理； 3. 跨文化商务沟通。</p>
	<p>典型工</p> <p>1. 客户推销方案设计：基于某产品制定从接触到达成的完整推销策略； 2. 客户异议处理：应对“价格过高”“竞品更优”等典型客户拒绝话术； 3. 谈判方案撰写。</p>

	<p>作任务描述</p> <p>教学内容: 1. 商务谈判概述； 2. 商务谈判准备； 3. 商务谈判策略； 4. 商务谈判技巧； 5. 国际商务谈判； 6. 推销心理与推销模式； 7. 推销成交。</p> <p>课程思政: 1. 法治素养 2. 合作共赢 3. 文化自信 4. 职业价值认同</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队。</p> <p>教学评价: 1. 教学内容系统全面，涵盖了从谈判准备到谈判策略运用、推销原理与方法等各个环节，让学生对商务谈判与推销有了深入且完整的认识。 2. 考核评价体系科学合理，既考查学生对理论的掌握程度，又着重评估学生在实际谈判和推销中的表现。</p>
	<p>支撑培养规格</p> <p>5、8、13</p>
7	<p>课程目标</p> <p>素质目标: 1. 培养责任意识与团队协作精神； 2. 树立现代管理理念与职业道德； 3. 强化创新思维与可持续发展意识。</p> <p>知识目标: 1. 掌握计划、组织、领导、控制四大职能核心理论； 2. 理解组织架构与决策流程； 3. 熟悉激励理论与沟通机制。</p> <p>能力目标: 1. 能运用管理工具（如 SWOT、甘特图）制定简单计划； 2. 能设计小型团队分工方案； 3. 能分析解决基层管理问题。</p> <p>课程涉及</p> <p>1. 管理职能理论； 2. 组织设计与人力资源； 3. 决策方法与领导艺术； 4. 控制机制与绩效管理。</p>

基础	的主要领域	
典型工作任务描述		<p>1. 分析目标偏差原因； 2. 设计人员分工与激励措施； 3. 监控执行过程并优化调整。</p>
主要教学内容与要求		<p>教学内容： 1. 管理基础； 2. 计划与决策； 3. 组织与人事； 4. 领导与激励； 5. 控制与改进。 课程思政： 1. 社会责任意识 2. 道德与伦理观念 3. 团队合作精神 4. 创新与进取精神 5. 领导品质与榜样力量 教学环境： 多媒体教学 教学方法和手段： 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法 教学团队： 具有双师素质的专业教学团队 教学评价： 1. 教学内容方面，系统且全面地涵盖了管理学的核心概念、理论和方法。 2. 从管理职能到组织行为等各个层面都有深入的讲解，为学生构建了扎实的管理学知识体系。</p>
支撑培养规格		2、4、5

(2) 专业核心课程

通过专业核心课程的开设和学习，使学生能对市场营销专业所涵盖的营销类岗位进行工作任务与职业能力分析，能以工作任务为引领，掌握市场营销基本理念和基本原理，通过合作学习、小组讨论、案例分析、方案制作等活动来加以深化，使学生在各项目活动中学习营销

的基本知识及营销技巧，使学生具备基本的营销知识和营销理念，在达到高级营销员技能要求的基础成为助理营销师，为以后各个营销岗位的实际操作和学习提升打下坚实的基础。专业核心课程有《商品学基础》《市场调查与分析》《品牌策划与推广》《数字营销技术应用》、《智能客户服务》《销售与管理》《商务数据分析与应用》7门课程。

表 5 专业核心课程设置与描述

序号	课程名称	项目	描述
1	商品学基础	课程目标	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 树立正确的商品观与质量意识； 培养消费者权益保护意识与社会责任感； 提升市场洞察力与商业敏感度； 增强可持续发展与环保理念； 强化实践能力与问题解决导向。 <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 理解商品学的基本概念与范畴，掌握商品的分类与编码体系； 深入理解商品的属性与特征，包括自然属性和社会属性，认识商品与消费者及市场的关系； 掌握商品质量的核心内涵与评价，理解商品标准与法规； 掌握商品包装与标识，了解商品养护与储运管理。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 能够运用商品分类原则和方法，对各类商品进行科学、准确的分类； 能够利用商品信息进行初步的消费决策分析或采购评估； 能够针对不同大类商品的特点，提出基本的、合理的储存、养护和运输建议或简易方案； 能够运用商品学知识，在模拟或实际场景中做出更环保、可持续的消费或采购建议。
		课程涉及的主要领域	<ol style="list-style-type: none"> 商品质量与评价； 商品分类与编码； 商品组成、成分与性质； 商品标准与法规； 商品养护与储运。
		典	1. 商品信息识别与处理：接收或采集商品原始信息，进行登记和初步整理；

	<p>型工作任务描述</p> <p>2. 商品分类与编码：根据企业或平台规则，对新引进商品进行准确分类，并生成或录入商品编码，维护商品分类库； 3. 商品储存条件维护：根据商品特性检查仓库或货架的环境条件，确保满足商品的存放要求；进行商品堆码、隔距等基本操作。</p>
	<p>主要教学内容与要求</p> <p>教学内容： 1. 商品学导论； 2. 商品养护实务； 3. 商品的选品； 4. 商品实务。 课程思政： 1. 质量强国意识 2. 法治与诚信精神 3. 文化自信 4. 工匠精神 5. 绿色发展理念 教学环境： 多媒体教学 教学方法和手段： 1. 任务驱动法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法 教学团队： 具有双师素质的专业教学团队 教学评价： 1. 教学内容上，紧密围绕商品学的核心知识与技能，涵盖商品学导论、商品分类与编码、商品质量与标准等关键环节，内容丰富且具有实用性。 2. 教学方法灵活多样，通过案例分析、项目实践、头脑风暴等方式，充分调动了学生的学习积极性和主动性，让学生在实际教学中实现素质目标、知识目标和能力目标。</p>
	<p>支撑培养规格</p> <p>2、5、13</p>
2	<p>课程目标</p> <p>素质目标： 1. 通过实践、实训为主导的教学与操作，使学生能培养诚实守信的品质； 2. 提高团队合作的能力，形成坚韧不拔的毅力，具有时时创新的意识的综合素质较高职业毕业生。</p> <p>知识目标： 1. 掌握市场调查分析基本概念、基本知识、基本调研与分析方法； 2. 掌握市场调查的工作流程； 3. 了解市场调查方案与问卷设计、样本抽取、资料搜集等基本知识与方法； 4. 熟悉调研报告的撰写要领及技巧。</p> <p>能力目标： 1. 能熟练拟定企业市场调查方案和设计问卷； 2. 能根据市场调研目的及调研对象特点正确选择调查方法； 3. 能正确编制抽样框及抽取样本。</p> <p>课</p> <p>1. 市场信息管理；</p>

	查与分析	程涉及的主要领域 2. 消费者行为分析; 3. 数据统计与建模; 4. 商业决策支持系统; 5. 行业趋势预测技术。
	典型工作任务描述	1. 需求诊断: 接受业务部门的调研需求, 明确核心问题; 2. 方案设计: 确定调研方法、抽样范围与执行计划; 3. 现场管控: 督导调研团队执行数据采集, 确保流程合规; 4. 数据处理: 使用 Excel/SPSS 完成数据编码、清洗、交叉分析; 5. 洞察生成: 通过相关性分析/聚类建模提炼商业洞见; 6. 报告交付: 制作可视化 PPT 报告并向决策层汇报结果。
	主要教学内容与要求	教学内容: 1. 认识市场与市场调查; 2. 设计市场调查方案; 3. 搜集市场调查资料; 4. 设计市场调查问卷; 5. 设计抽样方案; 6. 整理与分析市场调查资料; 7. 预测市场发展趋势; 8. 撰写与汇报市场调查报告。 课程思政: 1. 科学精神与严谨态度 2. 职业道德与诚信意识 3. 社会责任感 4. 数据安全与隐私保护 教学环境: 多媒体教学 教学方法和手段: 1. 行动导向法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法 教学团队: 具有双师素质的专业教学团队 教学评价: 1. 教学内容系统全面, 涵盖了市场调查的各个关键环节, 从调查方案设计到数据收集、分析与报告撰写, 知识体系完整且具有较强的逻辑性。 2. 教学方法多样且有效, 案例教学让学生能直观地理解实际应用场景, 实践操作环节使学生亲身体验市场调查的过程, 提升了学生的动手能力和实践技能。
	支撑培养规格	2、7、13
3	品牌课 程 目	素质目标: 1. 塑造品牌战略思维; 2. 强化市场与消费者洞察意识;

<p>划与推广</p>	<p>标</p> <p>3. 树立创新与创意精神; 4. 提升职业道德与责任感。</p> <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 掌握品牌核心概念与理论，熟悉品牌战略规划流程与工具； 掌握品牌整合营销传播策略与工具，了解品牌命名、品牌口号、品牌标志设计的原则与流程； 掌握品牌资产测量与评估的常用模型和方法，了解品牌危机管理的基本原则与流程。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 能够提炼品牌核心价值与个性，撰写清晰的品牌定位陈述，制定初步的品牌发展战略规划，具备品牌战略规划能力； 能够运用主流数字营销工具(如社交媒体平台后台、基础数据分析工具)进行简单的推广操作或效果跟踪，具备品牌传播策划与执行能力； 能够收集、整理和分析基础的品牌传播数据，具备基础数据分析与效果评估能力。
<p>课程涉及的主要领域</p>	<ol style="list-style-type: none"> 品牌战略规划； 整合营销传播； 消费者心理学； 新媒体运营（社交媒体/KOL合作）； 市场调研与数据分析。
<p>典型工作任务描述</p>	<ol style="list-style-type: none"> 市场分析：调研行业竞争格局、目标用户画像； 品牌定位：明确差异化核心价值，制定 Slogan 及 VI 系统； 推广策划：设计跨渠道（线上+线下）传播方案，预算分配； 执行监控：管理内容创作、媒介投放，实时优化策略； 效果评估：通过销售数据、曝光量、用户互动量等复盘成效。
<p>主要教学内容与要求</p>	<p>教学内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 市场洞察，寻找品牌机会； 定位分析，凸显品牌价值； 战略规划，描绘品牌蓝图； 形象策划，打造品牌识别； 活动策划，发挥品牌创意； 活动实施，实现品牌增长； 数字营销，助推品牌传播。 <p>课程思政:</p> <ol style="list-style-type: none"> 国家意识与民族自豪感 文化自信与传承创新 商业伦理与社会责任 创新精神与工匠精神 法治观念与合规意识 <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段:</p> <ol style="list-style-type: none"> 任务驱动法 头脑风暴法 案例分析法 <p>教学团队:</p>

		<p>具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学内容与时俱进，紧密结合当前品牌策划与推广的发展趋势和实际应用，涵盖了品牌定位、品牌策划、品牌传播等核心领域，具有很强的实用性和前瞻性。 2. 教学方法灵活多样，通过案例分析、任务驱动、小组讨论等形式，充分调动了学生的学习积极性和主动性，使学生能够深入理解和掌握品牌策划与推广的知识与技能。
	支撑培养规格	1、2、9
4	课程目标	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养数据驱动思维，树立用户中心理念； 2. 强化职业道德与合规意识，激发创新与实验精神； 3. 提升持续学习意愿，培养批判性思维； 4. 增强协作与沟通能力。 <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握核心数字营销渠道与技术，理解关键营销技术概念与工具； 2. 掌握数据基础与分析框架，了解整合营销策略； 3. 理解用户体验与转化率优化。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具备工具实操能力； 2. 具备数据分析与洞察能力； 3. 具备策略规划与执行能力； 4. 具备问题解决与优化能力。
	课程涉及的主要领域	<ol style="list-style-type: none"> 1. 搜索引擎营销； 2. 社交媒体营销； 3. 内容营销； 4. 数据分析与用户洞察
	典型工作任务描述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场分析：竞品数字渠道调研、目标用户画像构建； 2. 策略制定：分配预算； 3. 内容创作：制作适配各平台的广告素材与落地页； 4. 投放执行：设置广告参数（定向人群、出价策略）； 5. 数据监控：实时追踪 CTR（点击率）、CVR（转化率）、ROI（投资回报率）； 6. 优化迭代：根据数据调整关键词、受众或创意。

		<p>述</p> <p>教学内容: 1. 数字互动营销准备； 2. 数字互动营销策划； 3. 开发数字化客户； 4. 数字化留存营销； 5. 数字化营销转化； 6. 数字化裂变营销； 7. 数字互动营销效果分析。</p> <p>课程思政: 1. 国家战略与时代担当 2. 法治观念 3. 诚实守信 4. 文化自信与创新精神 5. 社会责任与可持续发展</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 任务驱动法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 教学内容紧扣数字营销的核心技术与应用，涵盖了搜索引擎优化、社交媒体营销、内容营销、数据分析等关键领域，内容全面且具有较强的针对性。 2. 课程注重培养学生的创新思维和解决问题的能力，鼓励学生在数字营销实践中尝试新的思路和方法。</p>
	<p>支撑培养规格</p> <p>2、6、13</p>	
5	<p>智能客户服务</p> <p>课程目标</p> <p>素质目标: 1. 培养强烈的社会责任感、良好的职业道德； 2. 培养正确的从业心态； 3. 培养刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、爱岗敬业和良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标: 1. 了解企业的组织结构及客户关系部门在组织中的地位； 2. 掌握客户关系管理的基本理论和CRM系统的应用； 3. 掌握识别和开发客户的方法； 4. 理解核心客户管理的方法与策略。</p> <p>能力目标: 1. 设计客户关系管理工作流程，并就流程的关键节点进行合理的说明； 2. 能对客户开发业务进行有效的管理； 3. 能够初步运用客户开发的工具，完成潜在客户的开发。</p>	<p>课程</p> <p>1. 客户关系管理（CRM）基础； 2. 智能对话系统原理与应用；</p>

		<p>涉及的主要领域</p> <p>3. 服务流程与质量管控; 4. 客户数据分析基础; 5. 行业服务规范与合规性（如金融、电信、电商）。</p>
	<p>典型工作任务描述</p> <p>1. 处理客户在线咨询; 2. 解决客户投诉与问题; 3. 客户信息管理分析。</p>	
	<p>主要教学内容与要求</p> <p>教学内容: 1. 认识客户关系管理; 2. 识别与开发客户资源; 3. 建设与管理客户信息库; 4. 客户满意度和忠诚度管理; 5. 客户关系管理的应用。</p> <p>课程思政: 1. 诚信与责任意识 2. 尊重与关爱客户 3. 服务社会意识 4. 沟通与合作精神 5. 家国情怀</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 任务驱动法 2. 头脑风暴法 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 教学方法灵活多样，通过案例分析、小组讨论、模拟演练等形式，充分调动了学生的学习积极性和主动性，增强了学生对知识的理解和应用能力。 2. 考核评价体系较为科学合理，既注重对学生理论知识掌握程度的考查，又重视对学生实践能力和创新思维的评估。</p>	
	<p>支撑培养规格</p> <p>8、10、13</p>	
6	<p>销售与</p> <p>课程目</p>	<p>素质目标:</p> <p>1. 树立诚信、合规、职业道德与责任感; 2. 培养积极乐观、抗压能力和韧性，面对挑战与拒绝; 3. 培养学生强化团队协作与领导意识; 4. 培养持续学习与创新精神。</p>

管 理	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 掌握核心销售知识与流程; 理解管理基础与销售管理核心; 了解市场与客户洞察，熟悉关键工具与法规。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 培养学生具备卓越的销售执行能力; 培养学生具备高效的团队管理能力; 培养学生具备分析与决策能力。
课 程 涉 及 的 主 要 领 域	<ol style="list-style-type: none"> 市场营销基础; 客户开发与维护; 销售流程设计; 谈判与沟通技巧; 销售数据分析。
典 型 工 作 任 务 描 述	<ol style="list-style-type: none"> 市场分析与计划制定：调研区域市场数据，制定季度销售策略方案; 大客户开发与管理：识别目标客户，完成商务谈判及合同签订; 销售团队运作：分配销售任务，监控KPI达成，组织复盘会议; 销售系统操作：通过CRM系统管理客户生命周期数据。
主 要 教 学 内 容 与 要 求	<p>教学内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 售前准备； 2. 接近顾客； 3. 推介商品； 4. 交易促成； 5. 售后服务。 <p>课程思政:</p> <ol style="list-style-type: none"> 诚信经营与职业道德； 2. 家国情怀与责任担当； 3. 团队协作与集体主义精神； 4. 创新精神与工匠精神； 5. 以人民为中心的服务理念 <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段:</p> <ol style="list-style-type: none"> 任务驱动法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法 <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价:</p> <ol style="list-style-type: none"> 教学内容上，涵盖了销售与管理的基础知识、技巧等多方面，且与时俱进，结合当下的市场营销趋势和热点，让学生能接触到最前沿的知识。 课程注重培养学生的创新思维和创意思维，鼓励学生大胆尝试不同风格和销售形式。
支 撑 培	2、8、13

		养 规 格	
		课程目标 素质目标: 1. 培养学生批判性思维与质疑精神; 2. 培养学生数据驱动思维; 3. 培养学生数据伦理与合规意识; 4. 培养学生持续学习与创新意识。 知识目标: 1. 掌握数据分析基础知识; 2. 掌握数据分析工具的基本操作。 能力目标: 1. 商务数据分析能力; 2. 实践中发现数据规律的能力。	
		商务数据 分析与应 用 课程涉及的 主要领域	1. 数据管理基础; 2. 数据可视化; 3. 数据分析工具实践。
7		典型工 作任 务描 述	1. 数据识别与获取：根据分析目标，确定所需数据源（如销售系统、CRM、网站日志、问卷等），运用工具或编写简单脚本抽取、导入数据； 2. 数据清洗与准备：检查和处理原始数据中的错误、缺失、冗余和不一致问题，将数据整理成适合分析的格式。
		主要教 学内 容与 要求	教学内容: 1. 走进数据分析； 2. 数据资料的收集； 3. 数据资料的处理； 4. 数据资料的分析； 5. 撰写数据分析报告。 课程思政: 1. 家国情怀与责任担当； 2. 数据安全与隐私保护； 3. 文化自信与数字中国； 4. 科学精神与求真务实； 5. 法治意识与职业伦理 教学环境: 多媒体教学 教学方法和手段: 1. 任务驱动法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法 教学团队: 具有双师素质的专业教学团队 教学评价:

		<p>1. 教学内容具有较强的实用性和针对性，涵盖了数据收集、整理、分析以及可视化等关键环节，紧密结合商务领域的实际需求。</p> <p>2. 教学方法灵活多样，课程注重培养学生的创新思维和解决问题的能力，鼓励学生在商务数据分析与应用中尝试新的思路和方法。</p>
	支撑培养规格	7、11、12

(3) 专业实践课程

专业实践课程是大学生走向社会的一个很重要的锻炼环节，也是教育与实践相结合的具体体现。大学生参加实践活动，是德智体全面发展的必然要求。当今社会的竞争是人才的竞争，随着人才被推向市场，大学生的自我优越感将逐渐消失，而大学生专业实践活动拥有特殊的教育功能，可以使大学生在校期间就能学到踏入工作岗位后应该具备的能力，是对大学生进行素质教育的重要途径，对提高学生的独立能力、竞争能力、创新能力起着重要作用。专业实践课程包含专业单项实训、专业综合实训、认识实习、岗位实习、毕业设计等内容。认识实习主要以现场考察认知为主，不单独设课；专业单项和综合实训要围绕单项技术技能、综合技术技能的训练进行精心设计，单独开设实训课程，单独计算学时和学分；岗位实习 24 学分，时间不超过六个月。

表 6 专业实践课程设置与描述

序号	课程名称	项目	描述
1	市场营销综合实训	课程目标	<p>素质目标：</p> <p>1. 具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力；</p> <p>2. 具有团队精神和协作精神；</p> <p>3. 具有良好的心理素质和克服困难的能力；</p>

		<p>4. 具有抗压力、抗挫折的意识； 5. 具有工作责任感，能进行自我批评的检查。</p> <p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析； 能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和市场定位； 能使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题； 能正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略去实现企业经营目标。 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 能够自主学习市场营销方面新知识； 能通过各种媒体资源查找市场营销活动中所需信息； 能初步制定营销策划方案并实施； 具有创新能力，综合分析能力，全面处理营销活动中遇到的各种问题。
	课程涉及的主要领域	<p>1. 市场分析与调研； 2. 营销战略规划； 3. 营销效果评估。</p>
	典型工作任务描述	<p>1. 区域新产品上市策划：针对指定产品完成区域市场进入方案，包括竞品价格分析、渠道选择、促销活动设计及预算分配； 2. 社交媒体危机公关：应对品牌负面舆情事件，制定小红书、抖音等平台的公关回应策略。</p>
	主要教学内容与要求	<p>教学内容： 1. 市场调研实操； 2. 营销策划设计； 3. 数字工具应用。</p> <p>课程思政： 1. 公平公正理念； 2. 社会责任感； 3. 尊重与包容； 4. 团队协作精神； 5. 创新与进取精神</p> <p>教学环境： 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段： 1. 行动导向法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法</p> <p>教学团队： 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价：</p>

			<p>1. 教学内容系统全面，涵盖了市场营销综合实训，让学生对商务谈判与推销有了深入且完整的认识。</p> <p>2. 考核评价体系科学合理，既考查学生对理论的掌握程度，又着重评估学生在实际谈判和推销中的表现。</p>
		支撑培养规格	<p>2、4、7、8、9、10</p>
2	商圈调研专项实训	课程目标	<p>素质目标：</p> <p>1. 具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力； 2. 具有团队精神和协作精神； 3. 具有良好的心理素质和克服困难的能力； 4. 具有抗压力、抗挫折的意识； 5. 具有工作责任感，能进行自我批评的检查。</p> <p>知识目标：</p> <p>1. 能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析； 2. 能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和市场定位； 3. 能使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题； 4. 能正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略去实现企业经营目标。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 能够自主学习市场营销方面新知识； 2. 能通过各种媒体资源查找市场营销活动中所需信息； 3. 能初步制定营销策划方案并实施； 4. 具有创新能力，综合分析能力，全面处理营销活动中遇到的各种问题。</p>
		课程涉及的主要领域	<p>1. 市场营销基础； 2. 市场调查与预测； 3. 消费者行为学； 4. 营销策划； 5. 销售管理。</p>
		典型工作任务	<p>1. 市场调研分析：识别项目需求，设计调研方案、问卷，组织数据收集，进行数据清洗与整理，运用基本统计方法分析数据，形成调研报告并提出初步建议； 2. 营销方案策划：基于市场分析和客户需求，为特定产品或服务策划整体营销方案或单项推广活动方案，包括目标设定、策略选择（4P 组</p>

		<p>务 描 述</p> <p>合)、行动计划、预算编制、效果预测等。</p>
	<p>主要 教 学 内 容 与 要 求</p> <p>教学内容: 1. 营销环境与基础分析； 2. 市场调研实施； 3. 营销活动策划与执行。</p> <p>课程思政: 1. 培养诚信营销理念； 2. 强化社会责任意识； 3. 弘扬创新精神； 4. 培养团队协作与沟通能力</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 通过实际的营销项目操作，学生们学会了运用市场调研方法收集数据、分析市场需求、制定营销策略，并能够将其付诸实践。大部分学生能够熟练使用各种营销工具和手段，如社交媒体营销、促销活动策划等。 2. 在实训过程中，学生以小组形式完成任务，需要共同商讨、分工协作。通过团队合作，学生们学会了倾听他人意见、发挥各自优势，有效地提高了团队的工作效率和质量。</p>	
	<p>支 撑 培 养 规 格</p> <p>7、9、13</p>	
3	<p>数 字 营 销 技 术 实 训</p> <p>课 程 目 标</p> <p>素质目标: 1. 培养数据伦理与法规意识； 2. 培养技术向善与社会责任感； 3. 培养创新思维与抗压能力； 4. 培养跨文化沟通与团队协作。</p> <p>知识目标: 1. 理解用户行为分析模型与转化漏斗； 2. 熟悉主流数字营销工具； 3. 掌握数据分析基本方法。</p> <p>能力目标: 1. 培养学生具备 AI 工具深度应用能力； 2. 培养学生具备全渠道策略实施能力； 3. 培养学生具备技术融合创新能力。</p> <p>课 程</p> <p>1. 搜索引擎优化（SEO）与搜索引擎营销（SEM）； 2. 社交媒体营销（微信、微博、抖音等）；</p>	

		<p>涉及的主要领域</p> <p>3. 内容营销与短视频创作; 4. 电商平台营销; 5. 程序化广告与精准投放。</p>
	<p>典型工作任务描述</p> <p>1. 市场分析：调研行业趋势，识别目标用户画像； 2. 策略制定：根据预算与目标设计多渠道营销组合； 3. 内容创作：撰写广告文案、设计视觉素材； 4. 投放执行：配置后台参数，管理广告账户； 5. 数据监控：实时跟踪曝光、点击、转化数据。</p>	
	<p>教学内容： 数字营销实训是基于明确的数据库对象，通过数字化多媒体渠道，比如电话、短信、邮件、电子传真、网络平台等数字化媒体通道，实现营销精准化，营销效果可量化，数据化的一种高层次营销实训活动。</p> <p>课程思政： 1. 培养诚信意识与职业操守；2. 强化社会责任与法律意识；3. 激发创新精神与进取意识；4. 培养团队合作与沟通能力</p> <p>教学环境： 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段： 1. 行动导向法；2. 头脑风暴法；3. 案例分析法</p> <p>教学团队： 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价： 1. 教学内容紧扣数字营销领域的最新发展和行业需求，涵盖了丰富的理论知识和实践案例。课程内容的系统性和实用性较强，能够满足学生对于数字营销技术的学习需求。 2. 教学方法采用了多样化的教学方法，如项目驱动教学、案例教学、小组讨论、模拟实训等。这些方法有助于激发学生的学习兴趣，提高学生的主动参与度和团队协作能力。</p>	
4	<p>支撑培养规格</p> <p>2、6、12、13</p>	
4	<p>智能客户服务</p> <p>课程目</p> <p>素质目标： 1. 培养对人工智能技术应用的合规意识，遵守数据隐私与安全规范； 2. 树立“人工+智能”的双轨服务思维，明确智能客服的辅助定位；</p>	

	实训 标	<p>3. 培养服务流程优化意识。</p> <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 能运用客户服务的相关知识和现代市场营销观念对客户服务活动做出比较专业的分析; 能根据企业实际正确进行客户识别、客户开发和客户维护。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 熟练配置智能客服应答话术，具备系统操作能力; 能运用客户交互数据生成服务洞察报告; 能通过漏斗模型分析客户转化率瓶颈; 具有创新能力，综合分析能力，全面处理客户服务中遇到的各种问题。
	课 程 涉 及 的 主 要 领 域	<ol style="list-style-type: none"> 客户关系管理（CRM）基础; 智能对话系统原理与应用; 服务流程与质量管控; 客户数据分析基础; 行业服务规范与合规性（如金融、电信、电商）。
	典 型 工 作 任 务 描 述	<ol style="list-style-type: none"> 处理客户在线咨询; 解决客户投诉与问题; 客户信息管理分析。
	主 要 教 学 内 容 与 要 求	<p>教学内容: 从学生今后从事的工作所需的能力培养出发，将综合技能训练和相关理论知识有机地结合起来，定位准确，内容新颖，有效地做到了“教、学、做”相统一，培养学生的基础操作能力、职业能力和可持续学习能力。</p> <p>课程思政: 1. 培养诚信意识； 2. 强化法律意识； 3. 激发创新精神； 4. 增强社会责任感； 5. 培养团队协作精神</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 学生通过实际操作各类客户关系管理系统，熟练掌握了客户信息管</p>

			理、客户关系维护等核心业务流程，实践操作能力得到显著提升。 2. 在实训过程中，学生能够将客户服务的理论知识，如客户开发、客户异议处理、客户关系营销等，与实际操作相结合，灵活运用所学知识解决实际问题。
		支撑培养规格	8、10、12、13
5	认识实习	课程目标	<p>素质目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 树立安全生产与规范操作的职业意识； 2. 培养团队协作与沟通表达能力； 3. 形成对行业文化的初步认同感； 4. 养成爱岗敬业、严谨认真的职业态度。 <p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解行业基本结构、典型企业和主流技术； 2. 识别专业相关岗位类型及核心工作职责； 3. 掌握安全操作规程和行业通用规范。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能描述典型生产、服务流程； 2. 能识别主要设备、工具和工作场景； 3. 能完成基础岗位的见习操作任务。
		课程涉及的主要领域	市场营销领域
		典型工作任务描述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业生产环境安全认知； 2. 典型岗位工作流程观摩； 3. 基础工具/软件操作体验； 4. 行业专家技术讲座； 5. 实习日志撰写与汇报。
		主要教学	<p>教学内容:</p> <p>通过案例和企业宣讲使学生对岗位和正式工作有充分的认识，能够更好的适应岗位和企业需求。</p>

		<p>学 内 容 与 要 求</p> <p>课程思政: 1. 培养职业道德； 2. 增强社会责任感； 3. 激发创新意识； 4. 塑造团队合作精神</p> <p>教学环境: 多媒体教学</p> <p>教学方法和手段: 1. 行动导向法； 2. 头脑风暴法； 3. 案例分析法</p> <p>教学团队: 具有双师素质的专业教学团队</p> <p>教学评价: 1. 学生通过参观企业、听取讲座和实际观察，对本专业的应用领域、职业发展方向有了更清晰的认识，达到了拓宽视野、增强专业兴趣的目标。 2. 在实习过程中，学生有机会接触到实际工作场景，部分学生能够参与简单的操作和任务，初步培养了动手能力和解决实际问题的能力。</p>
		<p>支 撑 培 养 规 格</p> <p>2、4、16</p>
6	岗位 实习	<p>课 程 目 标</p> <p>素质目标: 接触实际、了解社会,增强劳动意识和事业心、责任感; 知识目标: 学生在专业人员指导下,辅助或相对独立参与实际工作活动; 能力目标: 具备一定实践岗位工作能力,培养初步的实际工作能力和专业技能。</p>
		<p>课 程 涉 及 的 主 要 领 域</p> <p>市场营销相关领域</p>
		<p>典 型 工 作 任 务 描 述</p> <p>1. 企业生产环境安全认知； 2. 典型岗位工作流程观摩； 3. 基础工具/软件操作体验； 4. 行业专家技术讲座； 5. 实习日志撰写与汇报。</p>
		<p>主 要</p> <p>教学内容: 通过该课程的学习，培养学生的岗位职业能力，基于校企合作、工学结合的教学实践平台，使学生完成市场营销专业基础知识</p>

		<p>教学内容与要求</p> <p>和技能训练的前提下，在真实的营销工作环境和企业指导教师的帮助下，完成市场营销专业人员应该具备的各项综合能力与素质的训练，同时针对性的收集与毕业设计有关的资料，达到人才培养的总体目标。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：实践式教学、网络教学，实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括日常表现与实习报告。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>2、13、16</p>
	<p>7</p> <p>毕业教育</p>	<p>课程目标</p> <p>素质目标：树立正确的价值观、道德观、社会主义荣辱观，正确认识目前的就业形势和党和国家的政策。</p> <p>知识目标：学习就业形势与政策、创业教育、诚信教育、心理健康教育、安全法纪教育、感恩教育、廉洁教育、入职适应教育、职业道德教育等。</p> <p>能力目标：引导学生树立“先就业，后择业，再创业”的现代择业观，使毕业生增强“诚信为本、诚信立业、诚信立命”意识。</p> <p>课程涉及的主要领域</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 毕业政策与流程解读； 2. 就业规划与职业发展指导； 3. 求职技能培训与实操； 4. 毕业手续办理与档案管理； 5. 离校事务统筹与安排； 6. 职业素养与职场适应教育。
		<p>典型工作任务描述</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 梳理毕业相关政策与流程，通过多种形式向毕业生解读关键信息，解答政策疑问，确保毕业生清晰掌握毕业核心要求与步骤； 2. 结合毕业生专业与职业倾向开展职业分析，指导制定就业规划，解读行业与岗位需求，帮助明确职业发展路径，规避规划误区； 3. 开展求职技能培训（简历制作、面试技巧、网申操作等），通过实操形式提升毕业生求职能力，增强求职竞争力； 4. 讲解毕业手续办理清单与档案管理要求，指导毕业生填写表格、提交材料，跟踪办理进度，协助解决手续办理中的问题； 5. 统筹离校事务（毕业典礼、宿舍退宿、纪念活动等），协调校内资源，推进离校环节有序进行，保障毕业生顺利离校； 6. 开展职业素养教育（职场沟通、协作、礼仪等），分析职场适应问题，通过案例与情景模拟帮助毕业生提前适应职场。 <p>主要</p> <p>教学内容：本课旨在使学生通过理想信念、就业形势与政策、创业教育、诚信教育、心理健康教育、安全法纪教育、感恩教育、廉洁教育、</p>

		<p>教学内容与要求</p> <p>入职适应教育、职业道德教育等活动，树立正确的价值观、道德观、社会主义荣辱观，正确认识目前的就业形势和党和国家的政策，引导学生树立“先就业，后择业，再创业”的现代择业观，使毕业生增强“诚信为本、诚信立业、诚信立命”意识。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学，小组合作、实践基地教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括课日常表现、项目展示。</p>
		<p>支撑培养规格</p> <p>2、13、15、16</p>
8	毕业设计	<p>课程目标</p> <p>素质目标：培养学生综合运用已有知识独立解决问题的能力，逻辑思维能力和综合职业素养。</p> <p>知识目标：学生综合应用所学的各种理论知识和技能，进行全面、系统、严格的技术及基本能力的练习。</p> <p>能力目标：学生能够综合运用已有知识独立解决问题，提高学生专业综合实践能力。</p> <p>课程涉及的主要领域</p> <p>市场营销相关领域</p>
		<p>主要教学内容与要求</p> <p>教学内容：本课程的学习是对本专业所有知识的综合理解和运用，是学生从理论培养到实践提高的一个过程，通过对某一课题的深入系统研究，巩固扩大加深现有知识，培养学生综合运用已有知识独立解决问题的能力，同时培养学生的逻辑思维能力和综合职业素养。</p> <p>课程思政：社会责任、爱岗敬业、创新精神与服务意识，责任感与团队合作精神。</p> <p>教学方法和手段：互动式教学、实践式教学、网络教学。</p> <p>教学团队：教师具备学科专业知识、实践经验、人际沟通能力、团队合作能力、教学能力与创新能力。</p> <p>教学评价：考核包括毕业设计。</p> <p>支撑培</p> <p>2、4、5、6、7、8、9、10、11、13、15</p>

		养 规 格	
--	--	-------------	--

3. 专业拓展模块

为拓展市场营销专业学生所学专业知识，扩大就业面，提高学生的职业道德与职业素养，本专业还开设专业选修课，主要包括：汽车营销、商务礼仪等课程。专业选修课程需要达到 12 学分。

4. 素质拓展模块

素质拓展模块由课程+实践+活动构成。其中，课程包括素质养成课程，实践包括实践拓展，活动主要是第二课堂活动。

素质养成课程。包括限选课程、人文艺术素养类课程和职业核心素养类课程。人文艺术素养类课程以开设美育类、传统文化类、人文素养类等选修课形式开展，其中美育类课程不低于 1 学分，传统文化类课程不低于 1 学分。职业核心素养类课程以开设安全教育、普通话、演讲与口才、现代礼仪等选修课形式开展。

第二课堂。第二课堂活动从文艺活动、体育活动、社团活动、公益活动、科技活动、劳动教育、安全教育及社会实践活动等八个方面全面提升学生综合素质，有效学分 4 学分。

5. 创新创业模块

创新创业模块由创新创业教育课程和创新创业活动和创业实践构成，有效学分 6 学分。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进度计划

表 7 教学进度计划表

环节 学期	课堂 教学	考核 与测	实践教学	学期 总周数
----------	----------	----------	------	-----------

			军事技能训练	劳动实践	集中实训	认识实习	岗位实习	毕业教育	毕业设计	
一	16周	1周	3周							20周
二	16周	1周			3周					20周
三	16周	1周		1周		2周				20周
四	16周	1周		1周	2周					20周
五					4周		16周(含劳动实践1周)			20周
六							8周(含劳动实践1周)	4周	8周	20周
合计	64周	4周	3周	40学时	9周	2周	24周(含劳动实践2周)	4周	8周	120周

(二) 各类课程学时学分比例

表 8 各类课程学时学分比例

课程类别	学时分配			学分	备注	
	小计学时	理论学时	实践学时			
公共必修课程	656	412	244	36	选修课课时，占总学时 13.54 %	
专业基础课程	288	174	114	18		
专业核心课程	400	168	232	25		
专业实践课程	1075	0	1075	43		
专业拓展课程	192	80	112	12		
素质养成课程	192	192	0	12		
实践拓展				4		
第二课堂活动				4		
创新创业课程	32	32		2		
创新创业活动				4		
创业实践						
总计	2835	1058	1777	160		

总学时数为 2835。其中公共基础课包括公共必修课和素质养成限选课共计 848 学时，占总学时 29.91%；实践性教学总学时为 1777，占总学时 62.68%。

(三) 实践环节教学进程表

表 9 实践环节教学进程表

实践环节名称		学时	学分	开设学期	实践时间	实践场所	考核方式	课程性质
单项	军事技能训练	0	2	一	3周	校内	考查	限选

	劳动实践	0	2	前四学	40 学时	校内外	考查	限选
	市场营销综合实训	25	1	二	1 周	校内	考查	必修
	商圈调研专项实训	50	2	二	2 周	校内外	考查	必修
	智能客户服务实训	25	1	四	1 周	校内	考查	必修
	数字营销技术实训	25	1	四	1 周	校内	考查	必修
综合实训	认识实习	50	2	三	2 周	校内外	考查	必修
	毕业教育	100	4	六	4 周	校外	考查	必修
	毕业设计	200	8	六	8 周	校外	考查	必修
岗位实习	岗位实习	600	24	五、六	24 周	校外	考查	必修
合计		1075	47		48 周			

(四) 市场营销专业教学进程安排表

表 10 市场营销专业教学进程安排表

平台/ 模块课 程	课程 性质	序 号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						考核 类型	
						总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六		
通识课 程平台	公共 必修 课程	1	军事理论	020140204	2	32	32		16	16						考查
		2	思想道德与法治	001103002	3	48	32	16	32							考试
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0011002003	2	32	32			32						考试
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	0011002006	3	48	48				48					考试
		5	形势与政策 1	001102017	1	32	32		8							考查
			形势与政策 2	001102018						8						考查
			形势与政策 3	001102019							8					考查
			形势与政策 4	001102016								8				考查
		6	高等数学	001102008	4	64	64		32	32						考试
		7	大学英语	001102006	4	128	64	64	32	32						考试
		8	信息技术	002101032	4	64	32	32	32	32						考试
		9	体育与健康	001102012	8	128	12	116	32	32	32	32				考试
		10	心理健康教育	001102025	2	32	16	16	32							考查
		11	国家安全教育	001102402	1	16	16			16						考查
		12	人工智能	202502001	2	32	32	0	32							考查
		小计(占总课时比例 23.14%)				36	656	412	244							
	限	1	安全教育	0002101027	2	32	32		16	16						考查

素质拓展模块	素质养成课程	2	美育	001102046	1	16	16			16							考查
		3	中华优秀传统文化	001101022	1	16	16			16							考查
		4	大学语文	0011002025	1	16	16				16						考查
		5	大学生职业发展与就业指导	0021010171	2	32	32			16	16						考查
		6	劳动教育	0201402052	1	16	16		16								考查
		7	中华民族共同体概论	001102401	1	16	16					16					考查
		8	普通话	070100001	1	16	16		16								考查
	任选课程	1	职业核心素养类课程		1	16	16										考查
		2	人文艺术素养类课程		1	16	16										考查
	实践拓展	1	军事技能训练	0011020011	2				3周								考查
		2	劳动实践	102101017	2							2周		2周			考查
	第二课堂活动	1	第二课堂活动	1002102021	4												考查
		小计			20	192	192										
	小计(占总课时比例 6.77%)																
创新创业模块	创新创业课程	1	创新创业教育	1602021	2	32	32					32					考查
		2	创新创业活动	2601002	4												考查
	创新创业活动	3	创业实践	2602003	4												考查

	创新创业活动、创业实践有效学分 4 学分												
	小计				6	32	32		注：创新创业模块有效学分 6 分。				
	小计（占总课时比例 1.13%）												
专业课程平台	专业基础课程	1	市场营销	391204038	4	64	32	32	64				考试
		2	商业文化与素养	391202002	2	32	32		32				考查
		3	管理学基础	391202037	2	32	32				32		考试
		4	消费者心理与行为分析	391204003	4	64	32	32		64			考试
		5	经济学基础	391202020	2	32	32			32			考试
		6	商务谈判与推销技巧	391202032	2	32	16	16		32			考试
		7	财务会计基础	391204006	2	32	16	16		32			考试
	专业核心课程	1	商品学基础	391304008	3	48	24	24		48			考试
		2	市场调查与分析	391304039	3	48	24	24		48			考试
		3	品牌策划与推广	391304005	4	64	32	32		64			考试
		4	数字营销技术应用	391304040	4	64	32	32		64			考试
		5	智能客户服务	391304007	4	64	32	32			64		考试
		6	销售与管理	391304041	3	48	24	24			48		考试
		7	商务数据分析与应用	391304012	4	64	32	32			64		考试
	专业拓展课程	1	汽车营销	392202021	2	32	16	16			32		考查
		2	商务礼仪	392202022	2	32	16	16		32			考查
		3	服务营销	392202023	2								考查
		4	商业经济基础	392202024	2								考查
		5	短视频策划与制作	392202025	2	32	16	16		32			考查
		6	网店运营与推广	392202026	2								考查
		7	商务文案策划与撰写	392202027	2								考查
		8	零售基础	392202028	2	32	16	16	32				考查
		9	直播营销	392202029	2	32	16	16			32		考查
		10	农产品电商运营	392202030	2	32	16	16			32		考查
	实践	1	市场营销综合实训	391401015	1	25		25		1 周			考查

性教 学	2	商圈调研专项实训	391402042	2	50		50		2周					考查
	3	数字营销技术实训	391401043	1	25		25				1周			考查
	4	智能客户服务实训	391401048	1	25		25				1周			考查
	5	认识实习	14160242	2	50		50			2周				考查
	6	岗位实习	1416024	24	600	0	600					16周	8周	考查
	7	毕业教育	1420025	4	100	0	100						4周	考查
	8	毕业设计	1403023	8	200	0	200						8周	
	小计(占总课时比例 68.96%)				98	1955	422	1533						
总计					160	2835	1058	1777	27	27	26	25		

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业教学团队共有 17 余名教师，其中专任教师 7 人，兼职教师 10 人，均为双师型教师。以双师结构的教学团队是人才培养方案得以顺利实施的关键，以工作过程为主线建立的课程体系的实施需建立由专业带头人、骨干教师、一般教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队。

2. 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经验。

3. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装

置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

市场营销专业校内实训室需配备理实一体化教学所需的一般设施（包括白板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境）和该课程或项目所需的实训设备。

表 11 市场营销专业校内实训基地一览表

序号	实训室 名称	主要功能		设备及台套数		面积与工位数
		实训项目	覆盖课程	主要设备	数量	
1	市场营销专业模拟仿真实训室	配备数字营销实训软件等设备设施，用于人群画像分析、数字化信息触达策划、客户关系连接规划、营销交易与回报策划、搜索引擎品牌传播、推荐引擎品牌传播、客户开发计划与实施、客户关系分层与分析、客户互动营销计划与实施等实训教学。		配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。 计算机 41 台 桌子 41 个 椅子 41 把		面积：100 平方米 工位数：42 个
2	连锁经营管理实训室	配备品牌策划实训软件等设备设施，用于品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等实训教学。用于行业分析、用户分析、竞争者分析、产品分析等实训教学。		配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。 计算机 41 台 桌子 41 个 椅子 41 把		面积：78 平方米 工位数：42 个

3. 校外实训基地基本要求

校外实习基地的建立，是市场营销专业保证实践教学质量的重要保证，有助于缓解独立学院“双师型”师资不足的矛盾，增加学生的就业机会。校外实践基地是课外实践教学的载体和平台，其建设程度直接关系到校外实践教学的实施效果和质量。学生在校外实训基地岗位实践，既熟悉了每个岗位的职业技能，又提高了动手实践能力。

表 12 市场营销专业校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	实习岗位	对应的学习领域
1	贝壳找房（烟台站）	房产经济人	房地产营销、二手房经纪、营销实践
2	烟台鹏龙伟东汽车销售有限公司	汽车销售员	汽车营销
3	鲁南制药	医药代表	商务谈判与沟通技巧
4	烟台家家悦集团烟台分公司	产品销售员	促销、组织、执行

4. 学生实习基地基本要求

实习基地建设，是进行市场营销专业实践教学的根本保障，是学校事业发展和实现办学目标的需要，也是学校与社会、企业互动的需要。实践教学是高校教学工作的重要组成部分，是培养学生实践能力和创新能力的重要环节，也是提高学生社会职业素养和就业竞争力的重要途径。

实习基地建设要本着“互惠互利、共同发展”的原则，充分利用我校的科技、人才、文化、信息等资源优势，在完成我校实践教学任务的同时，帮助基地单位培养人才和进行科技咨询与开发、文化建设等，特别是教育实习基地的建设，要与实习学校的新课程改革相结合，促进我校和实习基地单位共同发展。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

信息化教学课程群是指在现代教学理念指导下，通过利用教育技术手段，应用现代教学方法，调动多种教学媒体、信息资源，以专业主干课程为主线，通过几门密切相关的专业课课程模块的建设，提高教师团队整体的信息化素养，来丰富与完善课程群教学资源，构建良好的教学与学习环境，从而达到良好教学效果的一种现代教学表现形态。开展信息化教学课程群数字资源建设试点工作，是为了加强教师教学业务能力，强化数字教学资源建设，推进信息技术与高校教学的深度融合。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

(1) 严格落实国家规定，按照《烟台汽车工程职业学院教材管理办法（修订）》（烟汽职院字〔2021〕27号）要求规范教材选用程序。

(2) 优先选用国家级和省级规划教材、精品教材及获得省部级以上奖励的优秀教材；优先选用近三年出版新编（修订）高水平教材或优秀数字教材、活页式教材等新形态教材。

(3) 所选用专业课教材应符合市场营销专业人才培养目标和有关课程标准的要求，体现营销行业新技术、新规范、新标准、新形态。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书主要包括：市场营销行业及经济法律法规、行业标准、技术规范以及相关专业技术手册、操作规范等；市场营销专业类图书和实务案例类图书；两种以上商贸经济类专业学术期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

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

（四）教学方法

教师充分开发并利用信息化教学资源、教学平台，灵活运用头脑风暴教学法、案例教学法、项目教学法、角色扮演教学法、任务驱动法、现场教学法、讲授法等教学方法。

（五）学习评价

1. 通识课程考核评价建议

通识课程成绩按百分制计分，包括平时成绩和期末考试成绩两部

分。平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、课堂表现情况、小组学习活动情况、实训课表现情况等进行评定，占总成绩的 50%；期末考试可根据课程特点采用闭卷考试、开卷考试和撰写论文等多元考试方式，考试内容要注重考查学生知识运用能力和解决实际问题能力，闭卷考试要从考查学生的知识掌握情况和知识应用能力入手进行拟题，题量和难度要适中，避免偏、难题型，全面考察学生对本门课程的掌握情况，期末考试成绩占总成绩的 50%。

2. 专业课程考核评价建议

本专业的专业课程教学考核采用多方位、多元化的过程考核评价机制，根据课程内容适时的邀请院、系级领导、同行教师、同专业毕业学生、用人单位对学生分别从理论知识、职业技能、职业素养，综合职业能力等方面进行评价，授课教师及受邀请人员根据学生所做的项目（任务）的计划方案及实施方案，并依据学生在完成项目（任务）时的综合表现（参与能力，动手能力，工作态度，团队精神等）做出正确的评判。过程考评占 50 分，期末考评占 50 分。

3. 第二课堂与创新创业课程考核评价建议

第二课堂与创新创业实践采用学分替换，学生发表论文、获得专利、竞赛成绩和自主创业等折算为学分，在第二课堂文艺活动、体育活动、公益活动、科技活动、社团活动以及劳动教育项目中，获得校级或校级以上荣誉可以获得 1 学分。

（六）质量管理

1. 学院建设专业管理质量平台，健全专业教学质量监控管理制度，完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质

量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 依据学院相关教学管理制度，加强日常教学组织运行与管理，开展督导评价、学生评教等工作。

3. 出台《专业负责人选拔及管理办法（试行）》，各专业实行专业负责人制度。作为本专业建设和发展的主要责任人，专业负责人带领专业团队做好本专业教育教学工作，做好专业建设规划。定期组织专业团队开展集体备课，召开教学研讨会，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

4. 继续加强与企业合作，引入企业评价，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。

5. 依据学院建立的毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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，充分利用评价分析结果反馈改进专业建设。

九、毕业要求

1. 毕业学分要求

学生毕业时必须符合国家德育的培养要求，具备良好的思想品德和职业道德，德育考核合格。体育达到大学生合格标准要求。本专业学生必须学完规定课程，毕业最低学分要求达到 160 学分，其中必修课 124 学分，选修课最低 36 学分。

表 13 市场营销专业毕业学分要求一览表

课程体系	学分要求				备注
	必修	限选	任选	小计	
公共必修课程	36			36	
专业基础课程	18			18	
专业核心课程	25			25	
专业实践课程	43			43	
专业选修课		6	6	12	
素质拓展课程		10	2	12	
实践拓展		4		4	
第二课堂活动			4	4	
创新创业课程	2			2	有效学分 6 个学分，其中创新创业课程必修 2 个学分，创新创业活动和实践 4 个学分。
创新创业活动				4	
创业实践				4	
合计	124	20	16	160	

十、附录

1. 烟台建筑工程职业学院专业人才培养方案变更审批表
2. 烟台建筑工程职业学院教学计划变更审批
3. 烟台建筑工程职业学院市场营销专业学分认定和转换标准

附件 1

烟台建筑工程职业学院专业人才培养方案变更审批表

专业代码		专业名称	
适用年级		专业所在系	
变更内容			
变更理由			
教学系 意见	签名： 年 月 日		
教务处 意见	签名： 年 月 日		
学院党委 审核意见	签名（盖章）： 年 月 日		
备注			

附件 2

烟台建筑工程职业学院教学计划变更审批表

填表日期		填表人		开课系部		开课年级	
开课专业				课程类别			
课程编号			课程名称				
变 更 内 容	课程类别	原类别: → 现类别:					
	课程名称	原名称: → 现名称:					
	学 分	原学分: → 现学分:					
	学 时	原学时: → 现学时:					
	学时分配	原学时分配: → 现学时分配:					
	学 期	原学期: → 现学期:					
	考核方式	原考核方式: → 现考核方式:					
	该专业以后各级是否照此执行:						
变 更 理 由							
课程所在 部 门 审核意见	课程负责人签名: 年 月 日			部门领导签名: 年 月 日			
专业所在 教 学 系 审 核 意 见	专业负责人签名: 年 月 日			系部领导签名: 年 月 日			
分管领导 审 批 意 见	教务处处长签名: 年 月 日			分管院长签名: 年 月 日			

附件 3

烟台建筑工程职业学院市场营销专业 学分认定和转换标

为拓宽高技能人才成长通道，推动学习成果的认定、积累与转换，根据《烟台建筑工程职业学院学分认定和转换管理办法》的具体要求，结合市场营销专业人才培养方案和教学实际，制定本标准。

一、适用范围与原则

1. 本标准适用于烟台建筑工程职业学院市场营销专业（专业代码530605）的所有在籍学生。
2. 遵循学院办法。严格执行学院办法中关于不予转换课程、学分上限、成绩记载、就高不重复等所有通用规定。
3. 突出专业特色。本标准重点细化与本专业密切相关的证书、竞赛、实践等成果的认定规则。

二、学分认定与转换的具体标准

本专业认可的学习成果主要包括证书类、竞赛类。

(一) 证书类学习成果认定标准

表1 证书类学习成果认定标准

序号	证书	相关要求	学分	可替代课程	备注
1	全国大学英语(CET)四级证书	四级	4	《大学英语》	选考
2	CCT 全国高等学校计算机证书	二级	4	《计算机应用基础》	选考
3	互联网营销师(中级)	中级	4	市场营销	选考

(二) 竞赛类学习成果认定标准

表2 竞赛类学习成果认定标准

序号	竞赛名称	级别或获奖要求	可认定学分	可转换课程
1	世界职业院校技能大赛山东省赛	三等奖及以上	8	《市场营销》《数字营销技术应用》

三、组织实施与程序

1. 本专业成立学分认定与转换工作小组，由专业负责人、教研室主任、骨干教师等组成，负责本专业范围内的初审与评议工作。

2. 申请流程。学生每学期开学后两周内提交《学分认定与转换申请表》及相关证明材料原件、复印件。专业工作小组在5个工作日内完成初审，重点审核成果与申请转换课程的等效性，并提出初步认定意见。初审通过后，按成果类别报送至学校相应的认定单位复核。最终由教务处核定、公示并录入系统。

3. 争议处理。学生对专业工作小组的初审意见有异议，可向教学系提出书面复议申请。

四、附则

本标准未尽事宜，严格按照《烟台汽车工程职业学院学分认定和转换管理办法》执行。