



湖南石油化工职业技术学院
Hunan Petrochemical Vocational Technology College

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： 2021 级
制订时间： 2021 年 6 月

湖南石油化工职业技术学院

目 录

一、专业名称及代码.....	4
二、入学要求.....	4
三、修业年限.....	4
四、职业面向.....	4
(一) 职业岗位.....	4
(二) 职业资格证书.....	4
1. 通用证书.....	4
2. 职业资格证书及职业技能等级证书.....	5
(三) 岗位工作任务与职业能力分析.....	5
五、培养目标与培养规格.....	6
(一) 培养目标.....	6
(二) 培养规格.....	7
1. 素质.....	7
2. 知识.....	7
3. 能力.....	8
六、课程设置及要求.....	8
(一) 公共基础课程.....	8
(二) 专业基础课程.....	15
(三) 专业核心课程.....	19
(四) 专业拓展课程.....	23
(五) 选修课程.....	25
(六) 实践性教学环节.....	29
1. 市场营销模拟与竞赛系统软件操作实训.....	29
2. 市场营销专业综合实训.....	30
3. 认识实习.....	30
4. 跟岗实习.....	31
5. 顶岗实习.....	31
6. 毕业设计.....	32
7. 劳动实践.....	32

8. 社会实践.....	33
(七) 课程思政要求.....	33
1. 课程教学与爱国主义教育相结合.....	33
2. 课程教学与团队合作精神相结合.....	33
3. 课程教学与职业素养培养相结合.....	34
4. 课程教学与社交能力培养相结合.....	34
5. 课程教学与工作标准相融合.....	34
七、教学进程总体安排.....	35
表 11 教学总学时分配表.....	38
八、实施保障.....	38
1. 队伍结构.....	38
2. 专任教师.....	38
3. 专业带头人.....	39
4. 兼职教师.....	39
(二) 教学设施.....	39
1. 专业教室基本条件.....	39
2. 校内实训基本要求.....	40
3. 校外实训基地基本要求.....	40
5. 支持信息化教学方面的基本要求.....	41
(三) 教学资源.....	42
1. 教材选用基本要求.....	42
2. 图书文献配备基本要求.....	42
3. 数字资源配备基本要求.....	42
(四) 教学方法.....	42
(五) 学习评价.....	43
(六) 质量管理.....	43
九、毕业要求.....	44
十、附录.....	45

湖南石油化工职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

修业年限以3年为主，可根据学生灵活学习需求，合理、弹性安排学习时间，最长不超过5年。

四、职业面向

（一）职业岗位

本专业职业面向如表1所示。

表1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业 类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术领 域举例
财经商贸大类 (53)	市场营销 类 (5306)	批发业 (51), 零售业 (52)	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 (2-06-07-02)	销售岗位 销售管理岗位 客服岗位 市场调研分析岗位 小微商业企业创业者

（二）职业证书

1.通用证书

表2 通用证书举例

证书名称	颁证单位	建议等级	融通课程
高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	A级及以上	大学英语
湖南省高等职业院校计算机应用能力考试证书	湖南省职业院校职业能力考试委员会	合格以上	信息技术
普通话水平测试等级证书	湖南省语言文字工作委员会	三甲以上	应用文写作 普通话

2.职业资格证书及职业技能等级证书

表3 本专业职业资格证书、职业技能等级证书举例

证书名称	颁布单位	建议等级	融通课程
网络营销师	工业和信息化部	初级	网络营销 营销策划 现代推销技术 消费心理学 市场营销 市场调研与预测 客户关系管理 电子商务实务

(三) 岗位工作任务与职业能力分析

依据对销售、客服、市场分析、销售管理等岗位需求的深入调研，组织企业专家和课程专家对产品销售、客服、市场分析、销售管理等岗位的典型工作任务和职业能力进行系统分析，确定典型工作任务、职业能力和相关培养课程等信息如下。

表4 职业岗位与关键职业能力对应表

工作岗位		典型工作任务	关键职业能力	主要关联课程
初始岗位	产品销售	1. 熟悉产品、掌握商品特性。 2. 了解新产品相关市场信息。 3. 接触顾客并进行有效沟通。 4. 现场进行产品推销。 5. 根据公司产品、价格及市场策略，独立处置询盘、报价。 6. 处理销售过程的争议，达成交易。	1. 具备良好的沟通能力。 2. 具备良好的服务意识，耐心和责任心，工作积极主动。 3. 具备分析顾客消费心理和消费行为的能力。 4. 掌握推销技巧，具备处理顾客争议，达成交易的能力。	市场营销 消费心理学 现代推销技术
	客服	1. 分析产品针对的顾客群体特点。 2. 与客户保持良好沟通，实时把握客户需求。 3. 为客户提供主动、热情、满意、周到的服务。 4. 收集一线营销信息和用户意见，对公司营销策略、售后服务等提出参考意见。	1. 具备良好的沟通能力。 2. 具备识别目标客户的能力。 3. 具备客户资料搜集的能力。 4. 具备信息化办公能力。 5. 具备良好的服务意识，耐心和责任心，工作积极主动。	市场营销 消费心理学 客户关系管理

	市场调研与分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 调查市场、分析区域市场情况。 2. 调查同类产品的销售情况。 3. 新市场新产品调研、销售情况以及其他费用情况进行调查。 4. 处理提炼市场信息。 5. 对市场发展进行预测 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备设计市场调查方案的能力。 2. 具备设计市场调查问卷并开展实地调查的能力。 3. 具备收集数据并进行市场分析的能力。 4. 具备撰写市场调研报告的能力 	<p>市场调研与预测 市场营销 应用文写作</p>
发展岗位	销售主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 明确市场、制定线上线市场销售计划。 2. 组建并管理销售团队 3. 建立客户档案并进行客户管理。 4. 商务洽谈、销售签约。 5. 优化营销组合。 6. 销售业绩考核。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备线上线下整合营销的能力。 2. 具备团队管理能力。 3. 掌握商务谈判策略和技巧，进行商务洽谈的能力。 4. 具备一定的客户管理能力。 5. 具备针对市场需要，制定营销策划方案的能力 	<p>市场营销 市场调研与预测 品牌推广 销售管理 商务谈判 营销策划 电子商务实务</p>
	客户管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 进行客户信息分析。 2. 建立客户档案。 3. 维护和开拓新的销售渠道和新客户，自主开发及拓展上下游用户，尤其是终端用户。 4. 区别不同客户类型并进行客户管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备识别目标客户与新客户开发能力。 2. 具备客户资料搜集及客户需求挖掘能力。。 3. 具备异议处理及投诉处理能力。 4. 具备一定的管理能力。 	<p>客户关系管理 市场营销 消费心理学 销售管理</p>

五、培养目标与培养规格

培养目标和培养规格应贯彻党的教育方针，落实党和国家对人才培养方案的总体要求，以立德树人为根本，对接行业需求，体现职业教育特色，结合高职实际和专业实际研究确定，具体如下：

（一）培养目标

本专业主要面向批发和零售行业的生产、服务、建设与管理等岗位，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德、创业意识、诚信意识、创新精神、工匠精神、劳模精神，掌握市场营销理论、消费心理和购买行为分析等知识，具备市场调研与预测、营销策划与执行、产品销售与品牌推广、客户管理与商务谈判等核心能力及较强的就业能力和可持续发展的能力，能够从事商品销售、销售管理、客户服务与管理、市场调查与分析等职业岗位工作的复合型技术技能人才。学生毕业

3~5年后，能胜任销售主管、客户管理等工作岗位。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1.素质

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

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

(3)具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4)勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

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

(6)具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

2.知识

(1)掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2)熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识。

(3)了解中国传统商业文化和经济发展趋势，熟悉市场经济规则。

(4)掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(5)掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(6)掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(7)掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(8) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(9) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(10) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3.能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合实践课程、选修课程等六大部分。以立德树人为目标，以职业能力培养为导向，遵循认知规律和职业能力形成规律，建构科学、实用的课程体系，将科学文化，人文素养、职业道德、创业意识、创新精神、劳模精神融入人才培养全过程。

（一）公共基础课程

主要有毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、思想道德

修养与法治、形势与政策、大学体育、军事理论及军事技能、心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、创新创业、应用数学、大学英语、信息技术、大学语文、劳动专题教育等 13 门课程，共 41 学分。

表 5. 公共基础课程教学目标、内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>1. 素质目标: 具有对党的科学理论的信仰、坚定走中国特色社会主义道路实现“中国梦”的信念、对党和政府的信任、对以习近平同志为总书记的党中央的信赖; 具有对中国特色社会主义现代化事业现实认同感, 具有投身于社会主义事业实践的使命感。</p> <p>2. 知识目标: 了解毛泽东思想、中国特色社会主义的基本理论、主要内容、历史地位和意义; 熟悉中国社会革命和建设两大历史任务。</p> <p>3. 能力目标: 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、政策来分析 and 解决社会现实问题。</p>	<p>1、毛泽东思想, 邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观, 习近平新时代中国特色社会主义思想 3 大模块 24 个专题教学内容。</p> <p>2、以马克思主义中国化为主线, 集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义, 充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验</p> <p>3、以马克思主义中国化最新成果为重点, 全面把握中国特色社会主义进入新时代, 系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位, 充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署</p>	<p>1. 教学模式: 理论教学环节采用线上线下混合教学模式。线上主要进行知识点学习、知识拓展学习、测试、课后互动与释疑, 线下主要进行答疑互动、课堂活动开展等。实践教学环节通过整合课堂内外教育、校园网上网下引导、校内校外实践等多个层面、多种形式开展。</p> <p>2. 教学方法: 依据教学内容适宜采用理论教学、案例教学、专题教学、情景教学等教学方法。</p> <p>3. 考核评价: 采用多元评价方式, 以过程评价和目标评价相结合。课程最终成绩评定=教学过程考核 (40%) + 期末理论考试 (50%) + 实践考核 (10%); 其中教学过程考核采用线上与线下相结合的方式。</p>

<p>思想道德修养与法治</p>	<p>1. 素质目标: 具有走向社会发展所需要的思想、道德、法治、职业等方面的综合素质; 具有热爱经济管理行业、热爱工作事业的职业道德和良好品德; 具有价值意识、法律意识、规则意识、效率意识、创新意识与责任意识; 以及拥有一定的处理经济纠纷的职业素质。</p> <p>2. 知识目标: 掌握当前大学生所处的时代状况和新时代对大学生提出的要求, 以及新时代中国公民道德准则和道德践行的基本途径; 了解中国特色社会主义进程中不断完善和发展的经济政策体系; 了解社会主义道德基本理论、中华民族优良传统以及职业、家庭、社会生活中的道德与法律规范。</p> <p>3. 能力目标: 能够正确认清自身承担的社会责任和家庭责任; 能够用唯物辩证看待理想和现实的矛盾; 能够运用经济法律制度的基本理论和具体法律规定, 解决有关经济争议等问题的能力。</p>	<p>1、人生观教育、道德观教育、法治观教育三个主体部分</p> <p>2、做担当民族复兴大任的时代新人</p> <p>3、确立高尚的人生追求、科学应对人生的各种挑战</p> <p>4、确立崇高科学的理想信念、弘扬新时代的爱国主义、坚定社会主义核心价值观自信</p> <p>5、践行社会主义核心价值观的基本要求、在实践中养成优良道德品质</p> <p>6、坚持全面依法治国等</p>	<p>1. 教学模式: 理论教学环节采用线上线下混合教学模式。线上主要进行知识点学习、知识拓展学习、测试、课后互动与释疑, 线下主要进行答疑互动、课堂活动开展等。实践教学环节通过整合课堂内外教育、校园网上网下引导、校内校外实践等多个层面、多种形式开展。</p> <p>2. 教学方法: 依据教学内容适宜采用理论教学、案例教学、专题教学、情景教学等教学方法。</p> <p>3. 考核评价: 注重过程考核与系统考核, 考核实行百分制。具体措施是: 考核内容分为课堂教学和实践教学两部分。其中, 课堂考核的内容分为平时和期末两部分。平时考核包括考勤、听课、纪律、发言、作业、提问等日常学习活动, 占 40%, 期末考试(命题制卷考试、撰写研究性论文)占 50%, 实践教学的成绩占 10%。</p>
<p>形势与政策</p>	<p>1. 素质目标: 具有家国情怀, 在纷繁复杂的国内外形势中能够坚定对国家对党的信念; 具有热爱经济管理行业、热爱工作事业的职业道德和良好品德; 具有信息管理等方面的知识与能力。</p> <p>2. 知识目标: 熟悉党和国家面临的形势和任务, 以及我国改革开放以来形成的一系列经济政策; 了解中国特色社会主义进程中不断完善和发展的经济政策体系; 熟悉我国经济发展出现的矛盾问题。</p> <p>3. 能力目标: 能够正确认识国情, 理解党的路线、方针和政策; 能够准确分析对国内外重大事件、敏感问题、社会热点难点的判断能力; 能够拥有较强的团结协作精神和组织领导能力; 能够掌握系统思想和信息系统分析与设计方法。</p>	<p>1. 解读党和国家重要会议精神。解读本年度我国的形势与政策文件, 传达党和国家最新的会议、文件精神。了解当前我国国情变化、人民需求变化、新时代我国的主要社会矛盾等。</p> <p>2. 国内外重大事件、纪念活动和国际关系。解读本年度世界发生的重大事件、纪念活动, 了解全球性、地区性国际关系和重要的双边关系。</p> <p>3. 我国经济社会发展前景。了解我国经济社会发展概况、特点, 结合国内外发展趋势, 解读当年经济发展面临的问题与挑战及新形势下我国经济增长和行业需求发生的重要变化。</p> <p>4. 对接社会展望未来。以经济社会发展为需求, 不断深化经管类专业融合创</p>	<p>1. 教学模式: 采用线上线下混合教学模式。线上教育采用收看时政新闻、时政报告、与企业连接对话等方式; 线下教学采用教师授课、小组讨论、行业专家现场解读方式进行。</p> <p>2. 教学方法: 依据教学内容适宜采用理论教学、案例教学、专题教学、情景教学等方法。</p> <p>3. 考核评价: 实行学期考核制, 考核方法灵活多样。依据教学内容可适宜采用命题制卷考试(开卷)、写小论文、撰写调查报告等形式。平时考核包括考勤、听课、纪律、发言、作业、提问等日常学习活动, 占 40%, 期末考试(命题制卷考试、撰写研究性论文)占 50%, 实践教学的成绩占 10%。</p>

<p>大学体育</p>	<p>1.素质目标：具有积极参与体育锻炼的意识和行为，具有高度的责任感以及团队协作意识行为。 2.知识目标：掌握科学体育锻炼的基本知识、基本技术和基本方法，有效提高身体素质、心理素质、社会适应等综合素质。 3.能力目标：具备良好的行为习惯，形成健康的生活方式；通过健美操、形体等项目的学习使经管类专业学生具备良好的形体姿态、气质以及沟通能力。</p>	<p>1.体育理论：体育欣赏；各体育项目规则、赛事组织、裁判法；运动损伤及处理、体育保健。 2.第九套广播体操、太极 3.田径：跑（快速跑、变速跑、耐力跑）、跳（立定跳远、挺身式跳远）、投（铅球）。 4.选项课教学 篮球、乒乓球、羽毛球、气排球、健美操及形体。</p>	<p>1.教学模式：贯彻“立德树人、健康第一”的指导思想，以学生为主体，坚持体育基础教学与项目教学相结合，利用蓝墨云平台开展线上线下混合式教学。 2.教学方法：采用示范讲解法、任务驱动法、游戏练习法、分解练习、比赛练习法、预防和纠正错误动作法等教学方法。 3.教学评价：利用蓝墨云平台考勤打卡占比 30%，学生运动打卡占比 30%，技能考核评价占比 40%。</p>
<p>军事理论及军事技能</p>	<p>1.素质目标：培养学生具有较强的军事素养和组织性、纪律性；具有爱国主义精神，传承红色基因，增强国防观念、增强国家安全意识和忧患危机意识；提高学生综合国防素质，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。 2.知识目标：掌握军事基础理论知识，熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容，深刻认识当前我国面临的安全形势，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容；掌握队列动作的基本要领，了解格斗、防护的基本知识，学会单兵战术基础动作；掌握战场自救互救的技能。 3.能力目标：具备对军事理论知识和军事技能进行正确认识、理解、领悟、宣传和运用的能力；具备较强的安全防护与应急处理能力；具有较强的令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风与能力。</p>	<p>1.军事理论： (1)国防概述、国防法规体系、国防建设体制、武装力量、国防动员 (2)国家安全形势、国际战略形势 (3)中国古代军事思想、当代中国军事思想 (4)新军事革命、信息化战争 (5)信息化作战平台 2.军事技能： (1)共同条令教育与分队队列动作 (2)射击与战术训练 (3)防卫技能与战时防护训练 (4)战备基础与应用训练</p>	<p>1.教学模式：军事理论教研室依据教学大纲制定教学计划，选用国防大学出版社军事理论教材。教学实施为“线上+线下”结合的模式，线上课程以云班课平台为远程教学载体，采用“线上学习、章节测试、学习互动”相结合的模式进行学习，通过设置助教辅助、教师答疑等方式满足学生答疑交流和个性化学习需求，线下课程充分运用多媒体技术等手段保证教学质量。 2.教学方法：由军事理论课教师负责军事理论的课程教学：综合运用翻转课堂教学法、案例教学法、探究式、讨论式、参与式等方法，让学生感受到浸入式的教育。 3.教学评价：理论考试根据卷面成绩、考勤情况和课堂表现综合评定。（线上评价借助云班课平台签到、资源观看、头脑风暴、轻直播等多种活动形式所获经验值评定学生平时成绩），线下评价及技能训练考核由学院保卫处武装部和承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级。总体评价按照形成性评价+终结性评价各占 50%的权重比进行。</p>

<p>大学生心理健康教育</p>	<p>1.素质目标：通过本课程的学习，大学生具有应对大学学习、生活及走入社会、进入经管行业将遇到的各种心理问题的能力；具有良好的心理保健意识；自觉加强自身心理素质的训练和优化，形成健全的人格，促进自身的完善与发展，实现与环境、社会、经管行业的积极适应，为自身的终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。</p> <p>2.知识目标：通过本课程的教学，大学生基本了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p>3.能力目标：通过本课程的教学，大学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、压力管理技能、人际沟通技能、自我管理技能、人际交往技能等。</p>	<p>1、大学生心理健康导论 2、心理咨询、异常心理及心理困惑 3、自我意识与培养、人格发展、4、学习心理、人际交往、性心理及恋爱心理 5、情绪管理、挫折应对及压力管理 6、生涯规划与能力发展 7、生命教育与心理危等 12个专题教学内容。</p>	<p>1.教学模式：理论教学环节采用线上线下混合教学模式。线上主要进行知识点学习和拓展、心理测试等，线下教学采用教师授课、小组讨论等方式进行。实践教学环节通过专题讲座、主体教育活动、团体辅导等多种形式进行。</p> <p>2.教学方法：依据教学内容采用理论教学、案例教学、角色扮演、情境教学等教学方法。</p> <p>3.考核评价：实行学期考核制，考核方法灵活多样。依据教学内容采用开卷考试、撰写自我分析报告或论文、心理剧展示等形式进行。平时考核包括考勤、发言、作业、提问等日常学习活动，占50%，期末考试占50%。</p>
<p>大学生职业发展与就业指导</p>	<p>1.素质目标：树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，具有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努力的素质。</p> <p>2.知识目标：掌握职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、现代经营管理职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识。</p> <p>3.能力目标：具备自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等。</p>	<p>1.职业生涯规划理论模块 2.职业生涯规划实践模块 3.就业指导理论模块 4.就业指导实践模块</p>	<p>1.教学模式：采用项目教学模式，围绕项目组织和开展教学，促使学生积极主动探索。</p> <p>2.教学方法：教学过程中综合运用多种教学方法，如角色扮演、案例教学、现场观摩、自测、场景模拟等，以充分调动学生感官，帮助学生深刻理解教学内容。</p> <p>3.考核评价：(1)平时考核：占50%(课堂考勤及表现、课外作业、比赛成绩等)；(2)期末测试：占50%(随堂试卷考试/职业生涯规划书)。</p>

<p>创新创业</p>	<p>1.素质目标: 具有科学的创新开发意识、创新开发精神和正确的创业观,具有正确理解创新创业与职业生涯发展的关系,具有自信心和系统的经营管理能力。 2.知识目标: 掌握创新思维提升的方法,掌握现代服务领域创新的基本概念、基本原理和基本方法,掌握现代服务领域创业活动所需要的基本知识和方法。 3.能力目标: 具备解决问题的能力、创新理念、项目策划能力和现代化管理方法的创业技能。</p>	<p>1.认知创新与创业 2.创业团队组建与管理 3.创业机会与创业风险 4.创业商业模式的设计 5.创业资源 6.创业计划 7.新企业的开办 8.创业初期的营销管理</p>	<p>1.教学模式: 运用蓝墨云班课的线上线下相结合教学模式,引导学生产生创新创业的精神体验,构建协作的创新创业团队,完成教学目标。 2.教学方法: 综合运用小组协作、讨论研究、案例分析、测试训练、模拟演练、角色扮演、头脑风暴等多种互动参与式教学方法。 3.考核评价: 包括线上成绩考核为50%, 线下成绩考核为50%。线上成绩由视频观看时长、在线课程任务完成、线上测试、互动数量等方面成绩构成,这些成绩可通过云班课进行实时统计。线下成绩包括线下课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>
<p>大学语文</p>	<p>1.素质目标: 弘扬爱国主义为核心的民族精神和自主创新为核心的时代精神,树立正确的人生观、价值观; 形成豁达、乐观、积极的人生态度; 具有敬业爱岗、团结协作、热情服务、克服难题的工作精神。 2.知识目标: 阅读古今中外名家名篇,学会赏析、鉴赏; 巩固文学常识,加深文化底蕴; 能够正确的使用语言文字, 与人积极、有效地沟通交流; 掌握与专业、职业岗位相关的应用文书的写作方法、写作技巧。 3.能力目标: 能够运用文学知识阅读、欣赏文章与作品; 能够准确抒发对自然、社会、人生的感受; 能够认真倾听, 在各种交际语境中根据需要谈话或讲话, 表达得体, 语态自然大方; 能够写好与自己所学专业 and 从事的职业密切相关的专业应用文。</p>	<p>1. 诸子名篇:《论语》三则、老子(节选)、逍遥游(节选)等。 2. 思想杂谈: 燕昭王士、谏逐客书、赠与今年的大学毕业生等。 3. 深情春意: 采薇、春江花月夜、听听那冷雨等; 4. 人世百味: 管晏列传、蜀道难、围城(节选)等。 5. 应用文写作: 计划、总结、请示、活动策划方案、个人简历等。 6. 口语交际: 朗诵、即席发言等,</p>	<p>1. 教学模式: 理论教学环节采用线上线下教学模式。线上主要利用蓝墨云班课, 进行知识拓展、头脑风暴、小测验等, 线下为课堂授课、个人展示、小组活动等。实践活动通过参加院系各类活动(如演讲、朗诵等比赛)来开展。 2. 教学方法: 任务驱动法、诵读法、情景教学法、讲授法、讨论法; 3. 考核评价: 采用形成性评价(50%)+终结性评价(50%)。形成性评价包括考勤10%、个人展示20%、小组活动20%; 终结性评价采用理论或实践的任意方式进行。</p>

应用数学	<p>1.素质目标:具有进行会计核算能力;具有严谨的思维习惯;具有不惧困难、契而不舍的科学精神。</p> <p>2.知识目标:领会极限思想;了解微积分的基本概念;掌握微积分的运算方法。</p> <p>3.能力目标:能用数学思维完成简单数学建模,能运用数学模型收集和分析数据。</p>	<p>1.初等函数及其性质;极限的概念和运算;函数的连续性;</p> <p>2.导数与微分的概念、运算和应用;</p> <p>3.不定积分和定积分的概念、运算和应用等内容。</p>	<p>1.教学模式:利用云班课、学习通、mathstudio 等软件实现线上线下相结合的混合式教学;</p> <p>2.教学方法:讲授法、问题驱动法、小组合作法、练习法等;</p> <p>3.考核评价:采取形成性考核占 50%+终结性考核占 50%权重比的形式进行课程考核与评价,形成性考核中线下占 70%,线下占 30%。</p>
大学英语	<p>1.素质目标:具有良好的沟通协调能力,跨文化交际能力,团队合作能力;具有国际化视野、竞争意识和良好的开拓创新精神;</p> <p>2.知识目标:通过对典型英语交际场景中常用的词汇句型、表达方法、语法体系等内容的学习,从听、说、读、写、译等方面打下一定的语言基础;</p> <p>3.能力目标:具备用英语从事经管行业工作所需的语言交际、商务函电、商务谈判等方面的口头和书面英语表达能力。</p>	<p>1.学习 2500-3500 个左右基本词汇,并结合专业英语学习,学习一定数量的经管专业英语常用词汇和专业术语;</p> <p>2.基本英语语法规则的学习;</p> <p>3.实用交际听说训练;</p> <p>4.职场应用读写交际训练</p>	<p>1.教学模式:围绕经管专业发展的实际需要,基础英语与行业英语相结合,构建以能力为本位的教学模式;</p> <p>2.教学方法:采用任务型教学法、互动交际活动法、情境教学法等教学方法,开展“线上+线下”外语混合式教学,满足学生个性化学习和自主学习;</p> <p>3.考核评价:采取 50%(过程性评价)+50%(终结性测试)的课程学习评价方式。平时考核占 50%,包括考勤、课堂表现、小组合作讨论,平时作业,实践考核(对话演练、诵读、主题演讲、故事表演)等。</p>
信息技术	<p>1.素质目标:具备信息技术素养和网络安全意识;一定的用电安全意识;团结协助精神;独立分析问题、思考问题的习惯;认真仔细、做事严谨的精神。</p> <p>2.知识目标:掌握 Windows 系统文件管理和办公软件处理日常事务的相关知识。</p> <p>3.能力目标:具有 Office 办公软件常用的操作技能。</p>	<p>1.计算机基础知识;</p> <p>2.Windows7 操作系统的基本操作;</p> <p>3.Word2010 输入专业领域常见的符号和编辑专业相关公式,目录的生成,图文混排,表格制作等;</p> <p>4.Excel2010 电子表格处理和统计经管类岗位工作中常见的数据;</p> <p>5.PowerPoint2010 基本操作;</p> <p>6.常用工具软件的使用;</p> <p>7.信息检索;</p> <p>8.新一代信息技术;</p> <p>9.信息素养。</p>	<p>1.教学模式:根据企业真实的工作任务流程,设计教学情境和教学任务,由教师指导学生在机房进行理实一体化学习,真正做到“学中做、做中学”,实现本课程的培养目标。</p> <p>2.教学方法:通过讲授法、讨论法、任务驱动法等,充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3.考核评价:采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤,回答问题,作业等;终结性考核包括操作考核。</p>

<p>劳动专题教育</p>	<p>1.素质目标：尊重劳动和劳动者，珍惜劳动成果，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念。形成诚实守信、吃苦耐劳的品质。继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统，弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神。</p> <p>2.知识目标：掌握基本的劳动知识,正确理解劳动是人类发展和社会进步的根本力量,认识劳动创造人、劳动创造价值、创造财富、创造美好生活的道理,领会“幸福是奋斗出来的”内涵与意义.了解劳模精神、“铁人”精神、石化精神、工匠精神本质内涵；掌握劳动相关安全知识。</p> <p>3.能力目标：掌握基本的劳动技能，正确使用常见劳动工具，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。能够自觉自愿、认真负责、安全规范、坚持不懈地参与劳动，具备日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的技能。</p>	<p>三大专题内容</p> <p>1.劳动概念： (1)新时代劳动价值观 (2)劳模精神 (3)工匠精神</p> <p>2.劳动技能： (1)家务劳动技能 (2)校园劳动技能</p> <p>3.劳动实践： (1)志愿服务 (2)“三下乡”社会实践 (3)勤工助学 (4)创新创业 (5)红色教育</p>	<p>1.教学模式：采用线上线下混合教学模式，线上教育采用案例分享、技巧学习等方式，线下教学采用教师授课、小组讨论、劳模专家现场指导等方式进行。</p> <p>2.教学方法：理论内容采取案例教学、情景教学、专题教学等方法；实践内容采取演示法、参观法、实习作业法等。</p> <p>3.考核评价： (1) 学生操行与平时上课表现占50%。 (2) 实践课程考核占50%，依据学生参加各项校外实践活动进行考核。</p>
---------------	--	---	---

(二) 专业基础课程

主要有会计基础、石化商品学、商务沟通与礼仪、客户服务与管理、经济学基础、电子商务实务和企业管理等7门课程，共24学分。

表 6. 专业基础课程教学目标、内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
会计基础	<p>1. 素质目标: 具有正确的学习态度、良好的学习方法和良好的自学能力; 具有诚实、谨慎、坚持原则、廉洁自律的优良品质; 培养学生热爱所学专业, 具有良好的遵章守纪的法律意识。</p> <p>2. 知识目标: 掌握会计的概念、职能和核算的前提条件; 掌握权责发生制和收付实现制; 掌握复式记账法和借贷记账法的运用; 掌握会计凭证的概念、填制和审核; 掌握会计账簿的概念、分类和登账; 掌握财产清查的内容、方法和账务处理; 掌握财务会计报告的组成和编制。</p> <p>3. 能力目标: 掌握会计凭证的填制和审核, 学会填制原始凭证和记账凭证, 学会会计凭证的整理、装订、归档和保管; 掌握会计账簿的登记规则、方法; 掌握账簿的结账和更改错账的方法; 掌握会计报表的编制方法。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 会计核算的前提条件和会计基础; 2. 会计六要素和会计等式; 3. 会计科目和账户; 4. 复式记账法原理; 5. 借贷记账法; 6. 借贷记账法在企业会计核算中的应用; 7. 制和审核会计凭证; 8. 登记账簿; 9. 财产清查; 10. 编制财务会计报告; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教学模式: 对教学内容的选择上体现“项目导向, 任务驱动”的设计思想, 参考初级会计师考试标准确定本课程的教学内容。在内容的组织和教学上, 将理论知识学习与实践技能训练相结合。采用讲、练相结合的方式, 要求精讲多练, 以练为主, 突出重点。 2. 教学方法: 采用讲授法、案例法、任务驱动法、实训演练等多种教学方法。 3. 考核评价: 采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤、回答问题、作业和笔记等; 终结性考核包括理论测验和实训操作考核。

石化商品学	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2、知识目标：理解石化商品的本质及其属性，掌握石化商品学的研究内容及其方法；掌握质量和商品质量的含义、石化商品分类的方法、化学成分与结构、物流、机械和化学性质、包装、养护和条形码等内容。</p> <p>3、能力目标：能熟练检验石化商品的质量；具备科学地商品分类的能力；能够灵活设计、选用各种石化商品的运输包装、销售包装和防护包装，能熟练计算石化商品条形码中的校验码。</p>	<p>1、商品与石化商品性质</p> <p>2、石化商品质量与标准</p> <p>3、石化商品检验与评价</p> <p>4、石化商品分类与商品包装</p> <p>5、石化商品的储存与养护</p> <p>6、石化商品的质量要求、检验评价、储存管理等。</p>	<p>1. 教学模式：采用项目导向教学模式，通过设定教学项目和教学目标，让师生双方全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学，提高教学质量。</p> <p>2. 教学方法：采用多媒体演示教学法、案例教学，分组讨论式教学，引导学生多动脑思考。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占50%和终结性考核占50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤、回答问题、作业和笔记等；终结性考核包括理论测验和实训操作考核</p>
商务沟通与礼仪	<p>1. 素质目标：具有良好的沟通能力，团队协作能力，组织能力和应变能力。具有良好的职业道德，诚实守信，</p> <p>2. 知识目标：了解企业商务活动的主要类型；了解商务礼仪的基本原则和国际惯例；了解各类商务活动的工作流程；掌握商务活动各环节礼仪规范要求。掌握商务沟通技巧</p> <p>3. 能力目标：能够策划各类商务会议活动；能够进行客户接待与拜访；具备良好的商务沟通能力。</p>	<p>1、礼仪基本知识</p> <p>2、商务人员装扮</p> <p>2、商务接待</p> <p>3、商务宴请</p> <p>4、商务会议承办</p> <p>5、商务仪式组织</p> <p>6、商务沟通</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、小组讨论法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占50%和终结性考核占50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>

<p>客户关系管理</p>	<p>1、素质目标：具有强烈的事业心、高度的责任感和正直的品质；讲诚信，遵守职业道德和法规；具有团队合作的精神；具备沟通表达能力、协调能力、创新能力、独立解决问题的能力。</p> <p>2、知识目标：掌握分析客户的消费需求，对客户进行分类的方法；掌握与顾客沟通的方法和技巧；掌握客户投诉的处理技巧。</p> <p>3、能力目标：具备分析客户的消费需求，准确地对客户进行分类的能力；具备与顾客沟通的方法和技巧；具备应用网络等工具有效开展客户服务的能力。</p>	<p>1、客户需求分析</p> <p>2、客户分类</p> <p>3、与顾客沟通的方法和技巧</p> <p>4、客户投诉的处理技巧</p> <p>5、客户信息管理，建立客户档案</p> <p>6、客户服务礼仪</p> <p>7、客户关系管理。</p>	<p>1. 教学模式：课程采用职业需求的工作过程为导向进行设计，以能力为目标，设置真实教学情境，以项目或任务为课程训练载体，灵活组织课堂教育教学活动；</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、讨论法、情景模拟等，并利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3、考核评价：采取形成性考核占50%和终结性考核占50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业等；终结性考核主要是理论考试。</p>
<p>经济学基础</p>	<p>1. 素质目标：具有自我学习的能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有创新思维和职业道德，具有团队合作意识；</p> <p>2、知识目标：掌握经济学基本原理，熟悉商品的供求规律及均衡价格理论；掌握运用消费者行为理论分析解决消费决策问题的方法；熟悉财政政策和货币政策对经济运行调控时手段等；</p> <p>3、能力目标：具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证方法分析解决社会经济现象和具体问题；具有一定的运用经济学知识解释经济现象和处理经济问题的能力。</p>	<p>1、经济学基本原理和基本概念</p> <p>2、价格理论</p> <p>3、消费者行为理论</p> <p>4、四种市场类型</p> <p>5、国民收入核算理论</p> <p>6、通货膨胀理论</p> <p>7、市场失灵</p> <p>8、宏观经济政策。</p>	<p>1. 教学模式：采用项目导向教学模式，通过设定教学项目和教学目标，让师生双方全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学，提高教学质量。</p> <p>2. 教学方法：采用多媒体演示教学法、案例教学，分组讨论式教学，引导学生多动脑思考。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占50%和终结性考核占50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤、回答问题、作业和笔记等；终结性考核包括理论测验和实训操作考核。</p>

电子商务实务	<p>1、素质目标：具有良好的沟通能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2、知识目标：掌握电子商务业务流程和基本模式；搜索引擎、网上支付、电商物流与电子商务安全的相关知识。</p> <p>3、能力目标：具备搜索和利用网络信息的技能；电子商务物流处理技能；网上开店的基本技能。</p>	<p>1、电子商务基础知识；</p> <p>2、电子商务交易模式和基本框架结构；</p> <p>3、电子商务的基本应用；</p> <p>4、网络信息搜索；</p> <p>5、网上支付；</p> <p>6、电子商务物流；</p> <p>7、电子商务安全；</p> <p>8、网上开店操作流程。</p>	<p>1、教学模式：课程尽量贴近企业工作需要，以学生为主体，通过操作练习和案例解剖，创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。</p> <p>2、教学方法：通过讲授法、案例分析法、讨论法、任务驱动法等，充分利用计算机、多媒体等教学手段开展理论及实践教学。</p> <p>3、考核评价：采用形成性考核和终结性考核相结合的形式。形成性考核占 50%，主要包括考勤、课堂表现、作业等；终结性考核占 50%，主要考核理论知识的掌握情况和操作任务的完成程度。</p>
企业管理	<p>1. 素质目标：具有认真负责、诚实、严谨、细心的工作态度；具有参与公司管理的观念。</p> <p>2. 知识目标：了解企业管理的基本构架、基本概念，掌握企业管理的基本职能、基本原理和主要内容。</p> <p>3. 能力目标：具有一定的管理思维及管理能力，具有较好的沟通协调能力和激励能力。</p>	<p>1. 管理、管理者和管理学的基本原理；</p> <p>2. 管理职能包括计划、决策、组织、领导、激励、沟通与协调、控制和创新。</p> <p>3. 企业管理的几项主要内容，如经营战略管理、生产管理和财务管理等。</p>	<p>1. 教学模式：理实一体化教学模式，通过设定教学目标和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学和实践教学环节，提高教学质量。</p> <p>2. 教学方法：采用多媒体演示教学法、案例教学，分组讨论式教学，引导学生多动脑思考。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤、回答问题、作业和笔记等；终结性考核包括理论测验和实训操作考核</p>

（三）专业核心课程

主要有市场营销、市场调研与预测、品牌推广、消费心理学、商务谈判、现代推销技术、营销策划和销售管理等 8 门课程，共 26 学分。

表 7. 专业核心课程教学目标、内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
市场营销	<p>1. 素质目标：具有团队合作精神，市场营销方面的竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力及科学决策能力；具有正确的市场营销职业道德，爱岗敬业的精神和法律意识。</p> <p>2. 知识目标：掌握市场营销学的基本理论，市场营销环境的分析方法，市场细分方法，根据顾客需求的不同将市场进行细分，进而选择目标市场，制定市场定位策略；能够针对具体的企业设计产品制定价格，并设计出切实可行的营销活动方案。</p> <p>3. 能力目标：具备解决现实问题的能力，具备基本的市场实战实践能力，具备调查方案的设计、调研报告的撰写、营销策略的制定、营销计划的编写等方面的能力。</p>	<p>1. 认识市场营销；</p> <p>2. 市场调研；</p> <p>3. 分析市场营销环境；</p> <p>4. 分析消费者的购买行为；</p> <p>5. 目标市场营销战略；</p> <p>6. 设计产品和服务；</p> <p>7. 品牌决策；</p> <p>8. 制定产品的价格；</p> <p>9. 制定分销策略；</p> <p>10. 制定促销策略。</p>	<p>1. 教学模式：基于蓝墨云班课合式教学模式，利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，采用任务教学法作为教学策略，完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法：通过采用各种以学生为主体、边教边练的教学方法。主要有：案例互动法、角色扮演法、仿真模拟训练法、任务驱动教学法等。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由线上成绩和线下成绩两大部分构成。其线上成绩考核为 50%，线下成绩考核为 50%。线上成绩由视频观看时长、在线课程任务完成、线上测试、互动数量等方面成绩构成，这些成绩可通过云班课进行实时统计。线下成绩包括线下课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>
市场调研与预测	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2、知识目标：掌握市场调研基本方式方法、问卷设计的基本结构与内容、资料收集步骤、调研方案及调研报告的撰写、市场预测方法；</p> <p>3、能力目标：具备市场调研方案的设计能力；具备市场调研问卷设计、市场信息收集、整理以及信息的分析、市场调研报告撰写的能力。</p>	<p>1、市场调研基本概念</p> <p>2、确定市场调研主题与内容</p> <p>3、市场调研方案的设计</p> <p>4、市场调研问卷设计</p> <p>5、市场信息收集、整理以及信息的分析</p> <p>6、市场调研报告的撰写</p> <p>7、市场预测的基本方法等。</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、任务驱动法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>

品牌管理	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2. 知识目标：了解品牌认知和品牌定位基本概念；掌握品牌设计、品牌传播、品牌管理和品牌策划等知识；</p> <p>3. 能力目标：能够根据品牌实际规划以品牌核心价值为中心的品牌识别系统；能根据实际进行理性的品牌延伸推广策划。</p>	<p>1、品牌管理要素</p> <p>2、品牌定位、</p> <p>3、品牌设计</p> <p>4、品牌传播</p> <p>5、品牌管理</p> <p>6、品牌策划</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、任务驱动法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>
消费心理学	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2、知识目标：了解消费者心理活动过程；掌握消费者个性消费心理和群体消费心理；分析消费者购买动机和购买行为；了解产品、价格等营销要素与消费心理的关系。</p> <p>3、能力目标：具备分析消费者购买动机和购买行为的能力；具备分析群体消费心理如何影响消费行为的能力；具备分析商品包装、品牌名称、商品价格和服务如何影响消费行为的能力。</p>	<p>1、消费者心理活动过程</p> <p>2、消费者个性消费心理和群体消费心理的特点</p> <p>3、分析消费者购买需求、动机和购买行为</p> <p>4、了解产品、价格、促销、销售渠道和服务场所等营销要素与消费心理的关系等内容</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、小组讨论法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>

<p>商务谈判</p>	<p>1. 素质目标：具有强烈的事业心、高度的责任感和正直的品质；讲诚信，遵守职业道德和法规；具有团队合作的精神；具备沟通表达能力、协调能力、创新能力、独立解决问题的能力。</p> <p>2. 知识目标：了解商务谈判原则、商务谈判类型；掌握商务谈判的方案撰写、商务谈判前期的准备、商务谈判的开局、磋商、打破僵局的技巧；</p> <p>3. 能力目标：具备谈判能力、表达能力、推销能力、协调能力、创新能力、独立解决问题的能力。能够分析背景资料并撰写谈判方案。</p>	<p>1、谈判概论、</p> <p>2 商务谈判原则</p> <p>3、商务谈判类型</p> <p>4、商务谈判的方案撰写</p> <p>5、商务谈判前期的准备、商务谈判的开局、磋商、僵局</p> <p>6、商务合同</p> <p>7、商务谈判的风格</p> <p>8、商务谈判的礼仪等内容。</p>	<p>1. 教学模式：根据商业企业真实的谈判工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、讨论法、情景模拟等，并利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业等；终结性考核包括操作考核。</p>
<p>现代推销技术</p>	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2. 知识目标：掌握的基本职业能力、正确掌握推销礼仪并做好推销前期的准备工作、善于查找顾客、掌握推销接近、正确约访客户；熟练掌握推销洽谈的相关流程、正确处理顾客成交的异议、善于识别顾客成交的信号、知晓正确的电话营销流程；掌握推销人员管理的相关内容。</p> <p>3. 能力目标：具备寻找、接近准客户的实践能力。</p>	<p>1. 推销员必须具备的要素；</p> <p>2. 推销准备工作；</p> <p>3. 寻找顾客的技术分析；</p> <p>4. 建立顾客档案；</p> <p>5. 约见顾客；</p> <p>6. 接近顾客的技巧；</p> <p>7. 达成交易；</p> <p>8. 推销管理。</p>	<p>1. 教学模式：基于蓝墨云班课合式教学模式，利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在做中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实地观摩法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由线上成绩和线下成绩两大部分构成。其线上成绩考核为 50%，线下成绩考核为 50%。线上成绩由视频观看时长、在线课程任务完成、线上测试、互动数量等方面成绩构成，这些成绩可通过云班课进行实时统计。线下成绩包括线下课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>

<p>营销 策划</p>	<p>1、素质目标：具有良好的沟通表达能力；具有分析问题、解决问题的能力；具有洞察力和创新思维能力，具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2. 知识目标：了解营销策划方案的几大要素；掌握产品促销策划方案、新产品上市推广策划方案、广告策划方案、新媒体宣传策划方案等方案撰写的方法。</p> <p>3、能力目标：具备撰写产品促销策划方案、新产品上市推广策划方案、广告策划方案、新媒体宣传策划方案等方案的能力。</p>	<p>1、营销策划方案的几大要素</p> <p>2、产品促销策划方案</p> <p>3、新产品上市推广策划方案、4、广告策划方案</p> <p>5、新媒体宣传策划方案</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、任务驱动法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>
<p>销售 管理</p>	<p>1. 素质目标：具备诚信经营、遵纪守法的意识；具备创新创业意识；具备良好的心态和调节心理压力的能力；具备团队合作意识。</p> <p>2. 知识目标：掌握制定销售计划的方法，熟悉组建并管理销售团队的方法；掌握销售货品和区域管理的方法。</p> <p>3. 能力目标：具备制定并执行销售计划的能力；具备甄选、培训和考核销售人员的能力；具备销售任务和销售团队的管理能力。</p>	<p>1、制定销售规划</p> <p>2、销售人员的甄选、培训、激励和考核</p> <p>3、销售服务管理</p> <p>4、维系客户关系</p> <p>5、销售区域管理</p> <p>6、销售货品管理</p> <p>7、销售分析与评估</p>	<p>1. 教学模式：以项目为载体，根据工作任务流程，设计教学情境和教学任务，由教师指导学生进行理实一体化学习，真正做到“学中做、做中学”，实现本课程的培养目标。</p> <p>2. 教学方法：通过讲授法、案例分析法、情景模拟法、任务驱动法等，充分利用信息化教学手段开展本课程的教学。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤，回答问题，作业，实训报告等；终结性考核包括理论考试与操作考核。</p>

（四）专业拓展课程

主要有网络营销、广告实务等 2 门课程，共 4 学分。

表 8. 专业拓展课程教学目标、内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
广告实务	<p>1. 素质目标: 具备诚信经营、遵纪守法的意识; 具备创新创业意识; 具备良好的心态和调节心理压力的能力; 具备团队合作意识。</p> <p>2. 知识目标: 准确理解广告学科的重要概念: 掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法,</p> <p>3. 能力目标: 具有一定的美学鉴赏能力; 具有一定的广告设计能力。</p>	<p>1、广告与广告活动的性质与功能;</p> <p>2、广告学科的重要概念, 如广告、广告策划、广告创意、广告媒体、广告效果等: 广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法,</p> <p>3、现代广告设计表现的基本技法</p>	<p>1. 教学模式: 运用项目导向式教学, 充分使用现代化教学手段, 运用多种媒体进行授课。组织学生到线上进行广告情景体验, 然后进行分组讨论;</p> <p>2、教学方法: 在教学过程中, 运用情境教学法、案例分析法、小组讨论法、实践教学法, 引导学生积极思考, 激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价: 课程考核评价由过程考核和结果考核两部分组成, 过程考核占 50%, 主要包括考勤、课堂表现、作业等; 结果考核主要是理论和实训操作。</p>
网络营销	<p>1、素质目标: 具有良好的沟通表达能力; 具有分析问题、解决问题的能力; 具有洞察力和创新思维能力, 具有团队合作意识; 具有吃苦耐劳、诚实守信的职业素养。</p> <p>2、知识目标: 掌握网络营销概念、熟悉社会化媒体营销等多种类型的营销; 熟悉网络营销策划, 了解主流搜索引擎、SEM、企业微博营销运营、主流自媒体及营销方法、社群营销及运营的方法、视频营销、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划等营销技巧。</p> <p>3、能力目标: 具备整合营销的能力, 具备有效开展网络营销策划、运营等工作的能力。</p>	<p>1、认知网络营销</p> <p>2、网络营销战略;</p> <p>3、搜索引擎营销; 社会化媒体营销; 网络视频营销;</p> <p>4、网络广告</p> <p>5、软文营销</p> <p>6、事件营销</p> <p>7、病毒营销</p> <p>8、视觉营销</p> <p>9、网络营销策划</p>	<p>1、教学模式: 按照网络运营的操作流程和企业实际工作需要设计安排, 让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论和实践知识, 理论一体化的教学模式, 实现课程的培养目标。</p> <p>2、教学方法: 通过讲授法、案例法、讨论法、演示法、任务驱动法等, 充分利用计算机、多媒体等教学手段开展理论及实践教学, 同时将课堂教学延伸到课外, 利用知名行业网站资源进行课外学习。</p> <p>3. 考核评价: 采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤, 回答问题, 作业等; 终结性考核包括电商网络营销策划书项目。</p>

(五) 选修课程

主要有职业素养、大学生安全教育、党史、中国传统文化、公共艺术、普通话、视觉营销、经济法等选修课程，共 17 学分。

表 9. 选修课程教学目标、内容与要求

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
职业素养	<p>1. 素质目标：通过专题讲座和主题班会等形式，让大学生能树立正确的职业目标，培养学生纪律性、吃苦耐劳和团结合作精神，拥有市场营销专业从业人员应具备的基本职业素养。</p> <p>2. 知识目标：通过本课程，让大学生了解职业素养的基本内容，理解职业素养的内涵，掌握提高职业素养的方法和途径。</p> <p>3. 能力目标：通过本课程的教学，大学生能具有良好的职业习惯、具有应对职场所需要的自我管理能力和团队协作能力和情绪调节能力等基本能力。</p>	认知职业、树立职业意识、塑造职业心态、规范职业行为四大专题内容	<p>1. 教学模式：通过专题讲座、主题班会等形式进行。</p> <p>2. 教学方法：以讲座形式授课，采取参与式、互动式、启发式、讨论式等方法组织教学。</p> <p>3. 考核评价：形成性评价（50%）+终结性评价（50%）。形成性评价包括考勤、发言、作业等日常学习活动；终结性评价采用主题论文等形式进行。</p>

<p>大学生安全教育</p>	<p>1. 素质目标：具有良好的职业道德和一定的理论素养；具有自主学习、终身学习的良好习惯；具有良好的合作意识和较强的团队精神；具有创新意识。</p> <p>2. 知识目标：了解安全教育知识对今后职业生涯发展的重要性，掌握有关安全教育方面的各种知识，增强自我保护、自我救助的意识。</p> <p>3. 能力目标：能够在生活和工作中养成和运用自主学习、沟通协调、自我防范与施救等能力，以及处置突发事件和复杂事务的能力。</p>	<p>1. 国家安全 2. 人身财产安全 3. 消防安全 4. 交通出行安全 5. 电信网络安全 6. 学业安全</p>	<p>1. 教学模式：采用课堂讲授、专题讲座、社会实践、主题活动、视频学习等方式进行教学，同时应坚持课堂教学与课外讨论、交流相结合，正面教育与学生自我教育相结合。</p> <p>2. 教学方法：翻转课堂教学法、案例教学法、探究式、讨论式、参与式等教学法，同时注重利用网络平台资源，充分运用多媒体技术等手段保证教学质量。</p> <p>3. 教学评价：过程性考核（50%）+终结性考核（50%）</p>
<p>党史</p>	<p>1. 素质目标：具有爱国、爱党的政治品德，坚定在党的领导下为中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗的理想信念，增强为中国特色社会主义实践而砥砺前行自觉性与行动力；</p> <p>2. 知识目标：掌握中国共产党波澜壮阔的奋斗历史，了解中华人民共和国不懈奋斗的历史，认识新中国所取得的辉煌成就、所经历的困难挑战都是在中国共产党领导下完成的；</p> <p>3. 能力目标：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、政策和社会发展规律来分析和解决社会现实问题，增强理论思维能力与创新能力。</p>	<p>1. 中国共产党的发展历史； 2. 新中国的奋斗历史； 3. 改革开放的历史 4. 社会主义发展历史。</p>	<p>1. 教学模式：虚实结合、线上线下混合；</p> <p>2. 教学方法：讲授法、讨论法、案例分析法、专题教学法；</p> <p>3. 考核评价：过程性考核（50%）+终结性考核（50%）</p>

<p>中华 优秀 传统 文化</p>	<p>1. 素质目标: 具有传承中华民族传统美德的意识, 修身立德; 具有热爱祖国、自强不息、严于律己、敢于担当、传承创新等精神; 具有强烈的民族自尊心和民族自豪感, 立志献身国家, 为建设社会主义现代化国家而奋斗。</p> <p>2. 知识目标: 掌握中华优秀传统文化核心价值观念中, 讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同等理念; 深入学习中华传统文化中仁义礼智信、孝悌忠信礼义廉耻等传统美德; 掌握更多中华优秀传统文化知识, 深化文学底蕴。</p> <p>3. 能力目标: 能够从传统文化的视野分析、解读当代社会的一些现象; 能够关注社会热点、新闻时事, 客观的分析判断, 发表观点; 能够自觉传承、传播优秀文</p>	<p>1. 诸子学说: 儒家学说、道家学说、法家学说、墨家学说、兵家学说;</p> <p>2. 经书典籍: 周易、论语、孟子》、大学等;</p> <p>3. 史学钩沉: 左传、战国策、史记等;</p> <p>4. 美的巡礼: 先民歌唱、泽畔悲歌、汉代华章等;</p> <p>5. 国学精粹: 科技发明、书法艺术、戏曲艺术等。</p>	<p>1. 教学模式: 理论教学环节采用线上线下教学模式。线上主要利用蓝墨云班课, 进行知识拓展、头脑风暴、小测验等, 线下为课堂授课、个人展示、小组活动等。实践活动通过参加院系各类活动(如演讲、朗诵等比赛)来开展。</p> <p>2. 教学方法: 诵读法、情景教学法、讲授法、讨论法;</p> <p>3. 考核评价: 采用形成性评价(50%)+终结性评价(50%)。形成性评价包括考勤10%、个人展示20%、小组活动20%; 终结性评价采用理论或实践的任意方式进行。</p>
<p>公共 艺术</p>	<p>1. 素质目标: 具有能够主动探究艺术的审美特质, 启发欣赏者的智慧和想像, 丰富审美体验内化、审美情感以及民族自豪感。</p> <p>2. 知识目标: 了解各种艺术的基本特点、鉴赏视角和赏析艺术作品的方式。</p> <p>3. 能力目标: 具备良好的鉴赏能力、大脑与形体的灵敏性、以及健康向美的心理。</p>	<p>1、音乐鉴赏: 音乐的概念、音乐的分类、音乐的特性、音乐作品欣赏。</p> <p>2、舞蹈鉴赏: 舞蹈的概念、舞蹈的种类、舞蹈的特征、舞蹈作品欣赏。</p> <p>3、影视鉴赏: 影视的概念、影视作品赏析。</p> <p>4、艺术鉴赏: 绘画、建筑、书法、工艺类艺术的概念及各类艺术的作品欣赏。</p>	<p>1、教学模式: 理论教学环节采用线上线下教学模式。线上主要进行知识拓展、测验、头脑风暴与教师答疑, 线下为课堂知识点梳理及小组活动等。实践环节通过参加艺术类活动(表演、各类比赛等)来开展。</p> <p>2、教学方法: 艺术课程教学内容适合采用讲授法、讨论法、案例教学法为主, 情景教学法、任务驱动法为辅的教学方法。</p> <p>3. 考核评价: 课程最终成绩评定=过程性考核(60%)+期末考核(40%), 过程性考核包括: 考勤20%、作业10%、线上互动所得经验值20%、参加艺术实践活动10%。期末考核可以采用理论或实践的任意方式进行。</p>

普通话	<p>1. 素质目标：具有积极贯彻国家语言文字工作方针政策，增强语言规范意识；具有对祖国语言学习的热情，热爱汉语言文字；具有推广汉语言文字的意识，积极推广普通话。</p> <p>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。</p> <p>3. 能力目标：能够说标准、流利的普通话；能够进行声情并茂的朗诵；能够根据交际语境自由调控话语的响度，有较好的清晰度与流畅度，使口语表达准确、鲜明、生动、流畅；能够在各种交际语境中根据需要谈话或讲话，表达得体，语态自然大方。</p>	<p>1. 语音概说：“普通话”以及“普通话水平测试”的意义和背景等；</p> <p>2. 普通话声母发音训练：普通话声母的发音部位和发音方法</p> <p>3. 普通话声调发音训练：普通话声调发音方法</p> <p>4. 普通话的语流音变</p> <p>5. 朗读短文训练</p> <p>6. 命题说话训练</p>	<p>1. 教学模式：理论教学环节采用线上线下教学模式。线上主要利用蓝墨云班课，进行知识拓展、头脑风暴等，线下为课堂授课、个人展示、小组活动等。实践环节通过参加朗诵比赛、主持人比赛、演讲比赛、辩论比赛等活动来开展。</p> <p>2. 教学方法：讲授法、诵读法、案例教学法、讨论法、任务驱动法；</p> <p>3. 考核评价：形成性评价（50%）+终结性评价（50%）。形成性评价包括考勤10%、个人朗诵20%、小组活动20%；终结性评价采用实践的方式进行。</p>
中华文化	<p>1. 素质目标：具有传承中华民族传统美德的意识，修身立德；具有热爱祖国、自强不息、传承创新等精神；具有强烈的民族自尊心和民族自豪感，为建设社会主义现代化国家而奋斗。</p> <p>2. 知识目标：掌握中华优秀传统文化核心价值观念中，讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同等理念；深入学习中华传统商业文化中守礼诚信等传统美德；掌握更多中华优秀传统文化知识，</p> <p>3. 能力目标：能够从传统文化的视野分析、解读当代社会的一些现象；能够关注社会热点、新闻时事，客观的分析判断，发表观点；能够自觉传承、传播优秀商业文化和精神。</p>	<p>1、中华商业制度</p> <p>2、中华商业精神</p> <p>3、中华商业建筑</p> <p>4、中华商业设施</p> <p>5、中华商业传承和商品等方面</p>	<p>1. 教学模式：理论教学环节采用线上线下教学模式。线上主要利用蓝墨云班课，进行知识拓展、头脑风暴、小测验等，线下为课堂授课、个人展示、小组活动等。实践活动通过参加院系各类活动来开展。</p> <p>2. 教学方法：情景教学法、讲授法、讨论法；</p> <p>3. 考核评价：采用形成性评价（50%）+终结性评价（50%）。形成性评价包括考勤10%、个人展示20%、小组活动20%；终结性评价采用理论或实践的任意方式进行。</p>

经济法	<p>1. 素质目标：通过本课程的学习，使学生具有懂法守法、遵守财经法规和遵守单位的会计制度的意识。具有法律思维进行分析经济问题和解决经济纠纷的能力。</p> <p>2. 知识目标：掌握法律的基础理论知识；掌握我国现阶段的基本税种及其征收管理制度；掌握劳动合同。</p> <p>3. 能力目标：具备对增值税、消费税、人所得税、企业所得税及其他税种的计算能力。</p>	<p>1. 法和法律；</p> <p>2. 经济纠纷的解决途径和法律责任；</p> <p>3. 劳动合同法律制度和社会保险法律制度；</p> <p>4. 支付结算法律制度；</p> <p>5. 增值税法律制度；</p> <p>6. 消费税法律制度；</p> <p>7. 企业所得税和个人所得税法律制度；</p> <p>8. 关税、房产税、城建税等其他税收法律制度；</p> <p>9. 税收征收管理法律制度。</p>	<p>1. 教学模式：以案例分析、讨论为主，将枯燥的法律条文生动化、实践化；结合最新的相关法律动态确定本课程内容。</p> <p>2. 教学方法：采用讲授法、案例法、任务驱动法、多媒体教学、实训演练等多种教学方法。</p> <p>3. 考核评价：采取形成性考核占 50%和终结性考核占 50%的形式进行课程考核与评价。形成性考核包括考勤、回答问题、作业和笔记等；终结性考核包括理论测验和实训操作考核。</p>
视觉营销	<p>1. 素质目标：具有遵纪守法，勇于奋斗的优秀品质；具备优秀的人文素养和严谨认真的工匠精神；具有严谨求实、创新的工作作风；具有服务社会、服务他人的思想；具有创新思维和市场洞察力。</p> <p>2. 知识目标：掌握视觉营销与策划的基本概念；掌握电商视觉与策划的理论和实践的最新发展状况；掌握电商视觉营销与策划的步骤和方法；掌握电商视觉营销与策划的范围及原理。</p> <p>3. 能力目标：能够根据电商市场环境对网店及产品设计出满足市场需求的视觉策划；能够运用视觉设计思维制作具有观赏性的页面；能够分析电商视觉营销与策划优秀案例与项目的能力。</p>	<p>1. 消费者喜欢的电商策划样式；</p> <p>2. 拟出有营销力的电商策划方法；</p> <p>3. 写出视觉冲击力强的电商策划；</p> <p>4. 电商视觉营销的概念；</p> <p>5. 电商视觉营销常见的文案类型；</p> <p>6. 电商视觉营销的配色及构图；</p> <p>7. 促销广告文案策划及电商视觉营销；</p> <p>8. 电商视觉营销与策划完美融合的方法。</p>	<p>1. 教学模式：以企业真实案例为载体，任务驱动的教学模式，开展教学；</p> <p>2. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、头脑风暴法、思维导图法、网络化多媒体辅助教学法等行之有效的教学方法完成课程教学任务；</p> <p>3. 考核评价：该课程考核总分 100 分，平时设计练习、课堂表现、考勤占总成绩 50%。期末进行相关理论知识考试或电商文案与视觉营销的策划书撰写，期末考试占总成绩的 50%。</p>

（六）实践性教学环节

1. 市场营销模拟与竞赛系统软件操作实训

（1）目标与内容：市场营销模拟与竞赛系统具有对企业运做的全

流程进行模拟实践的功能，包容营销、管理、财务、生产等各个方面的实验需求，并且侧重 4P、4C、4S、4V、4R 等营销理论的实践，将知识和企业两者整合在一起，学生亲自感受到企业运作的全部流程，对企业营销策划进行更深入、全面而具体的了解。

(2) 要求与管理：在指导老师带领下，要求学生能够市场分析，通过市场预测,进行产品的需求分析,并对不同的销售模式（大客户、渠道商、零售商）进行深入的分析；目标市场的定位，各小组根据各自的市场分析，进行目标市场的定位、产品功能的定位、销售区域的定位、销售模式的定位以及营销策略的组合。市场营销组合策略设计，在企业运营过程中，小组成员将根据自身即时的运营状态，综合考虑市场波动和竞争对手的策略变化，随时对市场营销策略进行优化重组、设计和实施。

(3) 考核评价：根据学生完成实训的过程表现，综合实训考核成绩，进行综合评价。

2. 市场营销专业综合实训

(1) 目标与内容：使学生全面掌握市场调研技术、市场信息的收集与整理、调研报告的撰写、商务谈判策略、现场推销技巧，营销策划方案撰写等技能，做到较熟练地进行市场营销专业相关岗位操作与管理。

(2) 要求与管理：在指导老师带领下，要求学生能够熟练掌握市场调研技术、市场信息的收集与整理、调研报告的撰写、商务谈判策略、现场推销技巧，营销策划方案撰写等技能。能够独立完成市场营销专业相关岗位的素养、知识和技能的考核。

(3) 考核评价：根据学生完成综合实训的过程表现，综合实训考核成绩，进行综合评价。

3. 认识实习

(1) 目标与内容：通过了解企业文化、规章制度、企业各部门组成及其工作职责，促使学生养成守规章、懂礼貌的行为习惯；形成爱岗敬业，忠于职守的良好意识；听从指导教师（企业师傅）指挥，顺利完成参观实习任务。

(2) 要求与管理：学生必须听从指导教师（企业师傅）的统一安排，严格遵守企业的规章制度；参观过程中必须作好实习笔记。

(3) 考核评价：实习结束提交实习报告，由指导教师和企业师傅共同给予评定。

4. 跟岗实习

(1) 目标与内容：能够在企业师傅的专业指导下，通过参与实际营销专业相关工作，了解整个工作流程，掌握专业相关技能，树立团队协作意识，逐步达到独立完成工作岗位任务的能力。

(2) 要求与管理：学生必须在企业师傅的指导下完成一个完整工作任务；平时必须遵守组织纪律和各项规章制度，注意安全，按时上下班；尊敬教师（师傅），团结同学，积极学习，主动向教师（师傅）请教。

(3) 考核评价：按时完成实习日志，实习结束提交跟岗实习报告，由指导教师和企业师傅共同给予评价。

5. 顶岗实习

(1) 目标与内容：通过顶岗实习的实操训练，使学生了解社会、接触实际、巩固专业理论知识、提高实际操作技能，达到教育与实践相结合的目的；培养学生交流、沟通能力和团队协作精神。

(2) 要求与管理：学生能够完成一个工作任务，包括商品销售、客户服务、市场调查等；平时必须遵守组织纪律和各项规章制。

(3) 考核评价：实习前制订实习计划；实习过程中按时完成实习周记，加强和指导教师的联系；实习结束提交顶岗实习总结。由指导

教师和企业师傅共同给予评价。

6. 毕业设计

(1) 目标与内容：了解学生对专业知识的掌握程度；检验学生运用理论结合实际去处理问题的能力；培养学生综合运用所学知识和技能，结合实际独立完成营销策划的能力以及规范文档的写作能力。

(2) 要求与管理：要求学生综合运用所学专业技能，在教师指导下，完成毕业设计任务书、方案、成果，最后进行毕业设计答辩。

(3) 考核评价：根据完成毕业设计的过程表现，毕业设计成果质量和答辩结果进行综合评价。

7. 劳动实践

(1) 目标与内容：学生通过亲身参与劳动实践活动获得直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动世界，逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感。注重生活中的技能学习，学会生活自理。逐步形成自立、自强的主体意识和各级的生活态度。结合专业相关知识，逐步培养学生的职业意识、职业兴趣、社会责任感以及创业精神。内容主要包括日常生活劳动实践、生产劳动实践和服务性劳动实践三个方面，日常生活劳动实践要让学生立足个人生活事务处理，培养良好生活习惯和卫生习惯，强化自立自强意识；生产劳动实践要让学生体验石化企业等行业生产创造物质财富的过程，增强产品质量意识，体会平凡劳动中的伟大；服务性劳动实践要注重让学生利用所学知识和技能，服务他人和社会，强化社会责任感。

(2) 要求与管理：劳动实践分校内与校外，实践期间，学生应积极参加，实践上岗期间不得迟到、早退、串岗和脱岗，严禁私自换岗。请假需经指导教师批准，否则以旷课论处；自觉服从指导教师管理，严格遵守岗位要求，注意劳动安全；实践结束后写好当次实践小结。

(3) 考核评价：重点结合专业特点，提高职业劳动技能水平，组

织学生开展日常生活劳动，定期开展校内外公益服务性劳动，参与真实的企业生产劳动和服务性劳动等方式开展劳动实践活动，将劳动实践纳入学生综合素质评价体系，将过程性评价和结果性评价结合起来。考核采取过程性考核。

8. 社会实践

(1) 目标与内容：了解社会实践形式和内容；掌握社会调查方法和手段；能按社会调查标准及考核办法，熟练完成社会调查工作任务；能制定社会调查方案，撰写社会调查报告；通过社会实践不断积累经验，积累知识，熟悉人文环境。

(2) 要求与管理：能在保证自身安全的前提下按时按质完成社会实践任务；社会实践结束后能较好的撰写社会实践报告；接受指导教师的考核，并虚心接受意见和建议。

(3) 考核评价：根据完成社会实践的过程表现和社会影响，社会实践报告的质量，进行综合评价。

(七) 课程思政要求

全面推进课程思政建设，发挥好专业课程的育人作用。专业课程教学过程以专业知识和技能为载体，加强思想政治教育，充分发挥课堂主渠道功能，努力发掘课程中立德树人的要素，与思想政治理论课同向同行，形成协同效应。本专业课程思政具体要求如下。

1. 课程教学与爱国主义教育相结合

通过选择优秀典型的行业企业案例、视频题材等重要思政教育内容，激发爱国热情，培养家国情怀。在专业教师引导之下，通过我国信息技术产业发展成就和实力的展示，开展爱国主义教育、中国梦教育，增强学生的国家认同感与民族自豪感。

2. 课程教学与团队合作精神相结合

专业核心课程实训教学过程中，以企业真实项目为载体，以工作情境为教学单元，以工作任务为学习任务，引导学生将企业本职工作经历融入学习过程，调动学习积极性，重点强调项目成员团队合作的原动力和凝聚力，树立了正确的集体观，培养团队合作精神。

3. 课程教学与职业素养培养相结合

通过实践教学环节和企业经历，结合企业生产实际和行业人才培养需求，引入企业对优秀员工必备素质和基本规范的要求，引导学生自觉实践相关行业的职业精神和职业规范，增强职业责任感，培养学生良好的职业品德、职业纪律及职业责任心，教育学生爱岗敬业、讲究诚信、精益求精，在潜移默化中提高了学生未来岗位的适应能力。

4. 课程教学与社交能力培养相结合

在课程教学过程中，培养学生良好的语言表达能力，提升学生与他人交往的能力和水平，提升服务意识和责任意识。

5. 课程教学与工作标准相融合

在专业课教学过程中，要求学生严格按照行业标准和工作流程操作，注重养成良好的职业素养和职业行为，培养学生良好的服务意识和严谨的工作作风。

七、教学进程总体安排

表 10 本专业教学进程总体安排表

专业名称及代码：市场营销（530605）

入学要求：高中毕业生或具有同等学力者

修业年限：三年

版本号：2021-3.2-1

课程性质	课程序号	课程编码	课程名称	课程类别	学时分配			课程学分	考核		按学期开设学时分配						备注
					总学时数	理论学时	实践学时		考试	考查	一学年		二学年		三学年		
											一	二	三	四	五	六	
											20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共基础课程	1	51000100	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	A	72	66	6	4		√			36	36			
	2	51000200	思想道德修养与法治	A	54	50	4	3		√	24	30					
	3	51000300	形势与政策	A	40	36	4	1		√	8	8	8	8	8		
	4	51000400	大学体育	C	108	12	96	6		√	36	36	36				
	5	51000500	军事理论与军事技能	C	148	36	112	4		√	148						
	6	51000600	心理健康教育	A	32	32		2		√	10	16	6				
	7	51000700	大学生职业发展与就业指导	B	32	20	12	2		√	16			16			
	8	51000800	创新创业	B	32	20	12	2		√		32					
	9	51000900	大学语文	A	36	36		2		√		36					
	10	51001000	应用数学	A	48	48		3	√			48					
	11	51001100	大学英语	A	136	70	66	8	√		64	72					
	12	51001200	信息技术	B	48	24	24	3		√	48						
	13	51001300	劳动专题教育	A	16	16		1		√	8	8					
公共基础课程合计					802	466	336	41									
专业基础课程	14	31020110	会计基础	B	48	22	26	3	√		48						
	15	31020210	石化商品学	B	48	36	12	3	√		48						
	16	31020310	商务沟通与礼仪	B	64	32	32	4	√			64					
	17	31020410	经济学基础	B	64	50	14	4	√			64					
	18	31020510	客户关系管理	B	64	32	32	4	√				64				

	19	31020610	电子商务实务	B	64	32	32	4	√			64			
	20	31020710	企业管理	B	32	20	12	2	√				32		
	专业基础课程合计					384	224	160	24						
专业 核 心 课 程	21	31020820	市场营销	B	64	32	32	4	√			64			
	22	31020920	市场调研与预测	B	64	32	32	4	√			64			
	23	31021020	品牌管理	B	32	20	12	2	√			32			
	24	31021120	消费心理学	B	64	40	24	4	√				64		
	25	31021220	商务谈判	B	64	32	32	4	√				64		
	26	31021320	现代推销技术	B	64	32	32	4	√				64		
	27	31021420	营销策划	B	32	16	16	2	√				32		
	28	31021520	销售管理	B	32	20	12	2	√				32		
	专业核心课程合计					416	224	192	26						
专业 拓 展 课 程	29	31021630	广告实务	B	32	20	12	2	√			32			
	30	31021730	网络营销	B	32	16	16	2	√				32		
	专业拓展课程合计					64	36	28	4						
	专业拓展课程合计					64	36	28	4						
综 合 实 践 课 程	31	31021840	市场营销模拟竞赛系统软件实训	C	48		48	2	√				48		
	32	31021940	市场营销专业综合实训	C	48		48	2	√				48		
	33	51009440	劳动实践	C	72		72	3	√	24		24	24		在第一,三,五学期各1周
	34	51009540	社会实践	C	48		48	2	√		24		24		
	35	51009640	认识实习	C	24		24	1	√	24					
	36	51009740	跟岗实习	C	48		48	2	√				48		
	37	51009840	毕业设计	C	72		72	3	√				72		
	38	51009940	顶岗实习	C	576		576	24	√					576	(含假期一个月,共计6个月)
综合实践课程合计					936		936	39							

选修课程	39	51001550	职业素养（限选）	A	20	20		1	√	10	10						
	40	51001650	大学生安全教育（限选）	A	10	10		1	√	10							
	41	51001750	党史（限选）	A	10	10		1	√	10							
	42	51001850	中华优秀传统文化（限选）	A	20	20		2	√	20							
	43	51001950	公共艺术1（限选）	A	32	32		2	√		32						
	44	51002160	普通话（任选）	A	40	30	10	2	√	20	20						四选二，每门20学时
	46	51002560	金融知识（任选）	A					√								
	47	51002660	社会责任（任选）	A					√								
	48	51002860	管理（任选）	A					√								
	49	31022060	中华商业文化（任选）	B	80	40	40	4	√	40		40					三选二，每门40学时
	50	31022160	环境保护（任选）	B					√								
	51	31022260	视觉营销（任选）	B					√								
	52	31022360	经济法（任选）	B	80	40	40	4	√	40	40						每门40学时
53	31022460	演讲与口才（任选）	B	√													
选修课程合计					292	202	90	17									
总体安排	总学时数				289 4	115 2	174 2			556	500	470	432	360	576		
	课程门数				54												
	考试门数				19												
	考查门数				35												
	专业总学分							151									

注：课程类型：A类:理论课、B类:理实一体课、C类:实践课。

执笔人：孙赛云

校对：胥胜利

审核人：刘顺清

编制时间：2021年6月

表 11 教学总学时分配表

序号	课程类型	课程门数	学时			备注
			理论学时	实践学时	学时合计	
1	公共基础课程	13	466	336	802	
2	专业基础课程	7	224	160	384	
3	专业核心课程	8	224	192	416	
4	专业拓展课程	2	36	28	64	
5	实践环节课程	8	0	936	936	
6	选修课程	11	202	90	292	
总计		49	1152	1742	2894	
公共基础课程学时占总学时比例%			27.71%			
选修课教学时数占总学时的比例%			10.09%			
实践教学学时占总学时比例%			60.19%			

八、实施保障

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例要求 20:1，双师素质教师占专业教师比例要求 75%，专任教师队伍考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

表 12 专业教学团队结构

本专业学生数与专任教师数比例			20:1	
双师素质教师占专业教师比			75%	
专业兼职教师占专业专任教师比			50%	
年龄比例	<30 岁 (%)	30-40 岁 (%)	40-50 岁 (%)	50-60 岁 (%)
	30%	40%	20%	10%
学历学位比例	专科 (%)	本科 (%)	硕士 (%)	博士及以上 (%)
	10%	20%	60%	10%
职称比例	助教 (初级) 及以下 (%)	讲师 (中级) (%)	副教授 (副高) (%)	教授 (正高) (%)
	20%	50%	20%	10%

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；具有市场营销、市场调研与预测、商务谈判、推销技术、消费心理学等专任专业核心课教师 5 名以上；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本

专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3.专业带头人

本专业实施“双带头人”制。校内本专业带头人具有副高职称，爱岗敬业、师德高尚，能够较好地把握国内外营销服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，紧密跟踪行业新技术、新设备、新标准等，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域本领域具有一定的专业影响。

校外专业带头人应具有副高及以上专业技术职务，具有8年以上市场营销类企业工作经历，在行业有一定影响力的专业技术骨干或管理人员；具有较强的技术创新、技术服务能力和过硬的实践技能；热心职业教育事业，具有一定的教育教学及教科研能力。

4.兼职教师

主要从相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备扎实的专业知识和丰富的营销服务类企业三年以上的实际工作经验，具有一定职业教育教学能力，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1.专业教室基本条件

一般配备交互智能教育平板、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。

表 13 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	投影室	投影仪、相关软件等	公共课程教学
2	多媒体机房	电脑、投影仪、相关软件等	专业课理实一体化教学

2. 校内实训基本要求

营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件、讨论工位，支持本专业核心课程单项技能实训、综合实训。主要设施设备及数量见下表。

表 14 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训 基地（室）名称	功能 (实训实习项目)	面积、设备及台套数要求
1	市场营销模拟与竞赛系统软件操作实训室	通过市场预测,进行产品的需求分析,并对不同的销售模式进行深入的分析;目标市场的定位,营销组合策略设计,	配备服务器、投影仪、营销相关软件系统、电脑及桌椅等。
2	市场营销专业综合实训室	商务谈判、模拟推销和市场调研等实训项目	电脑 2 台,投影仪,打印机 1 台,谈判桌,货架、桌椅等
3	学院大学生创业孵化基地	校园快递、电商平台销售等	电脑 1 台,投影仪,货架、桌椅等

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地；能够开展商品销售、客户服务、销售

管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 15 校外实训基地配置与要求

序号	实训基地名称	功能(实训项目)	一次性接纳实训学生人数
1	中石化催化剂长岭分公司销售部	1. 营销活动策划与活动安排等实训项目; 2. 市场调研与分析等实训项目	20 人
2	湖南十三村食品有限公司	1. 产品的销售与管理等实训项目; 2. 顾客关系协调、问题处理等实训项目;	50 人
3	湖南湘阳中天电子商务有限公司	1. 电子商务呼叫业务 2. 电子商务客服、平台运营等	60 人

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地；能够提供销售助理、销售代表市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

本专业运用智慧职教和蓝墨云等平台，国家职业教育教学资源库、信息技术类文献资料等信息化教学资源开展教学。引导和鼓励教师开发并利用国家职业教育资源库和云教材等信息化教学资源和蓝墨云等教学平台，创新信息化教学方法和教学手段、提升教学效果。本专业一部分课程采用线上线下混合式教学，有利于学生自主学习能力的提升，有利于师生互动和学生之间的交流，有利于全面地对学生进行评估。

价。

（三）教学资源

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

1.教材选用基本要求

全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进课程，按规定统一使用马克思主义理论研究和建设工程思政课、专业课教材。其他教材优先选用国家规划教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机制，制定与完善《教材管理办法》等制度，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。专业类图书文献主要包括：有关零售与批发行业相关标准、商业操作规范、中华商业文化历史，市场营销专业理论、技术、方法以及实务操作类图书和文献。

3.数字资源配备基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。专业课程配套课程标准、教学课件、教学案例库、实训指导书、学习指南等相关教学资源。营销模拟软件相关课程有配套软件和软件使用教程；综合实践课程有综合项目资源库和项目评价标准。

（四）教学方法

提出实施教学应该采取的方法要求与建议，专任教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生学情调研与教学资源建设情况，主要采

用项目教学法、任务驱动法和案例教学法等教学方法，进行理实一体化教学，以达成本专业课程的教学目标。倡导因材施教，鼓励创新应用信息化教学方法，坚持学中做、做中学。

（五）学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求与建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如口试、笔试、操作、作品、成果等以及可认定、可转换的评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

1.课程评价

包括过程性考核和终结性考核。

过程性考核由出勤、作业（实验报告）、课堂参与、平时考核（含技能）等组成，占总成绩的 50%。终结性考核由理论考试、技能考核、项目演示答辩等组成，占总成绩的 50%，无技能考核的课程则计算理论考试成绩。

2.综合项目实训评价

包括过程性考核和综合项目成果考核。

过程性考核由出勤、作业（实验报告）、课堂参与、平时技能考核等组成，占总成绩的 50%。综合项目成果考核由技能考核、项目成果演示答辩组成，占总成绩的 50%。

3.实习评价

包括过程性考核和终结性考核。

过程性考核由出勤、实习日志、校内指导教师评价、企业师傅指导评价组成，占总成绩的 80%。终结性考核由实习项目设计作品、实习总结报告、答辩等组成，占总成绩的 20%。

（六）质量管理

1.建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，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，确保实现人才培养目标，达成人才培养规格，提高人才培养质量。

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。针对本专业所有教师，包括企业兼职教师：院校二级督导每学期开展评课1次；二级学院领导每周开展巡课2次以上；教研室主任和专业负责人每学期听课16节；教师相互听课12节。每学期，教研室主任组织开展教研活动8次以上；所有教师开展评学1次。

3.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。通过综合素质测评、身体素质测评、校级专业技能考核、校级毕业设计成果检查、毕业生就业创业跟踪调查等工作，全面评价人才培养质量。

4.专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业主要毕业要求：

- (1)在规定修业年限内，所修课程考核合格，同时修满151学分；
- (2)学生综合素质测评合格；
- (3)学生身体素质测评合格；
- (4)学生专业综合技能考核合格；
- (5)学生劳动教育考核合格；

- (6)参加社会实践活动考核合格；
- (7)参加半年以上顶岗实习并考核合格；
- (8)完成毕业设计并答辩合格；
- (9)鼓励学生获得网络营销师、数字营销操作中级证等职业资格证书。

十、附录

附件：教学进程安排表、人才培养方案审核表、教学进程安排变更审批表等