

# 市场营销专业人才培养方案

专业代码：530605

适用年级：2021级

专业负责人：叶小虎

制定时间：2021年11月1日

学院审批人：张澧生

学院审批时间：2021年11月7日

学校审批人：任丕顺

学校审批时间：2021年11月10日

教务处制

## 编制说明

本方案根据国家教育部《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）、教育部《关于印发〈新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求〉的通知》（教社科〔2018〕2号）、中共中央国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》（2020年3月20日）、教育部关于印发《职业教育专业目录（2021年）的通知（教职成〔2021〕2号）》等文件要求，对接国家专业教学标准、教学仪器设备标准等国家标准，结合当前经济社会发展对市场营销专业人才需要和我院市场营销专业建设的实际进行编制。

本方案在编制过程中，开展了市场营销行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校同学学情调研，通过分析，明确了市场营销专业面向的职业岗位所需要的素质、知识、能力，并在此基础上形成专业人才培养调研报告，再进一步结合调研报告制定市场营销专业教学标准，以立德树人为根本任务，确定本专业人才培养目标与培养规格，最后根据人才培养目标明确课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求等内容。人才培养方案起草后，组织校企专家进行讨论与修改后，提交学校党委会议审定通过，将在2021级市场营销专业实施。

## 目 录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	4
(一) 培养目标	4
(二) 培养规格	4
六、课程设置及要求	5
(一) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析	5
(二) 专业课程体系结构图	7
(三) 课程设置	8
(四) 课程描述	8
七、专业课程方案（教学进程总体安排）	34
(一) 全学程教学时间安排表	34
(二) 教学进度表	35
(三) 课时学分统计表	36
八、实施保障	37
(一) 师资队伍	37
(二) 教学设施	38
(三) 教学资源	40
(四) 教学方法	41
(五) 学习评价	41
(六) 质量管理	42
九、毕业要求	43
十、附录	44
附件 1: 湖南电子科技职业学院专业人才培养方案制（修）订审核意见表	45
附件 2: 湖南电子科技职业学院专业人才培养方案变更审批表	46

# 2021 级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、中等职业学校毕业或具备同等学力者。

## 三、修业年限

实施弹性学制管理，一般修业年限为3年，弹性修业年限为3~5年；高职专科。

## 四、职业面向

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		职业技 能等级 证书 举例
				就业岗位	发展岗位	
财经商贸 大类（53）	工商管理 类（5306）	批发业、零 售业 （51、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）	销售顾问、 网络销售 专员、市场 调查员、营 销策划员、 客服专员	销售经理、 网络运营 主管、市场 经理、策划 经理、客户 经理	市场 营销经理 助理（劳 动和社会 保障部）

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养信念坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神；拥护党的基本路线，思想政治坚定；掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。学生毕业3~5年后，能够胜任销售经理、市场主管、市场经理、营销总监等高素质技术技能型岗位。

### （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；

（7）具有良好的职业道德和工匠精神，能够适应互联网和相关服务行业、软件和信息服务业的相关岗位要求。

#### 2、知识

（1）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；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

- (4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；
- (5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；
- (6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；
- (7) 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；
- (8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- (9) 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、文字表达能力和沟通能力；
- (3) 具有与客户进行有效沟通的能力；
- (4) 具有对客群和竞争者进行分析的能力；
- (5) 具有组织实施营销产品的市场调查与分析的能力；
- (6) 具有组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动的的能力；
- (7) 具有组织实施推销和商业谈判的能力；
- (8) 具有对客户关系和销售进行日常管理的能力；
- (9) 具有为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施的能力；
- (10) 具有一定的商业信息技术与工具应用能力；
- (11) 具有数据意识和商务数据分析应用能力；
- (12) 具有商务礼仪规范应用能力；
- (13) 具有一定的创新创业能力。

## 六、课程设置及要求

课程体系分为两大类：公共基础课程（包括公共必修课和公共选修课）、专业课程（包括专业基础课程、专业核心课程、实践实训课程和专业选修课程）。

### （一）专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析

本专业职业面向：长株潭区域。

主要就业单位：专业营销公司以及大中小企业的市场部、销售部、客服部和策划部等。

主要就业部门：市场部门、销售部门、客服部门和策划部门等。

主要工作岗位：销售顾问，销售经理；网络销售专员，网络销售主管；客服专员，客户经理；市场调研专员，市场经理；策划专员，策划经理等。

综合上述职业岗位能力要求，与专业课程对应关系分析具体可见表2。

表2 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

序号	工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应的专业课程
1	销售顾问 (销售经理)	制订销售计划；确定销售政策；设计销售模式；从事产品销售。	营销应用能力； 管理与决策能力。	《销售管理》《推销技术》《消费者行为学》《商务谈判》《门店销售》等。
2	网络销售专员 (网络运营主管)	利用网络平台销售商品和进行客户管理等；制定与实施网络整合战略。	网络策划能力； 商务沟通管理能力； 管理与决策能力。	《电子商务》《新媒体营销》《消费者行为学》《市场营销基础》等。
3	市场调查员 (市场经理)	负责市场开拓的调查研究、对产品市场销售潜力的分析、对产品广告宣传效果的调研分析等工作。	市场调查与预测分析能力；管理与决策能力。	《市场调查与分析》《统计学原理》《消费者行为学》《市场营销基础》等。
4	营销策划员 (策划经理)	营销数据挖掘及过程策划；营销活动建立及过程策划；营销活动执行及过程策划；营销活动测量及过程策划。	能表达会推销； 能做事会调研； 能创新会策划； 能学习会管理； 能守信会合作。	《市场调查与分析》《市场营销基础》《营销策划》《品牌推广》《消费者行为学》《广告实务》《管理学原理》等。
5	客服专员 (客户经理)	负责客户服务咨询和处理客户异议、抱怨、投诉等工作。	商务沟通管理能力； 处理客户异议用能力； 管理与决策能力。	《客户管理》《推销技术》《消费者行为学》《商务谈判》《商务礼仪》等。

## (二) 专业课程体系结构图

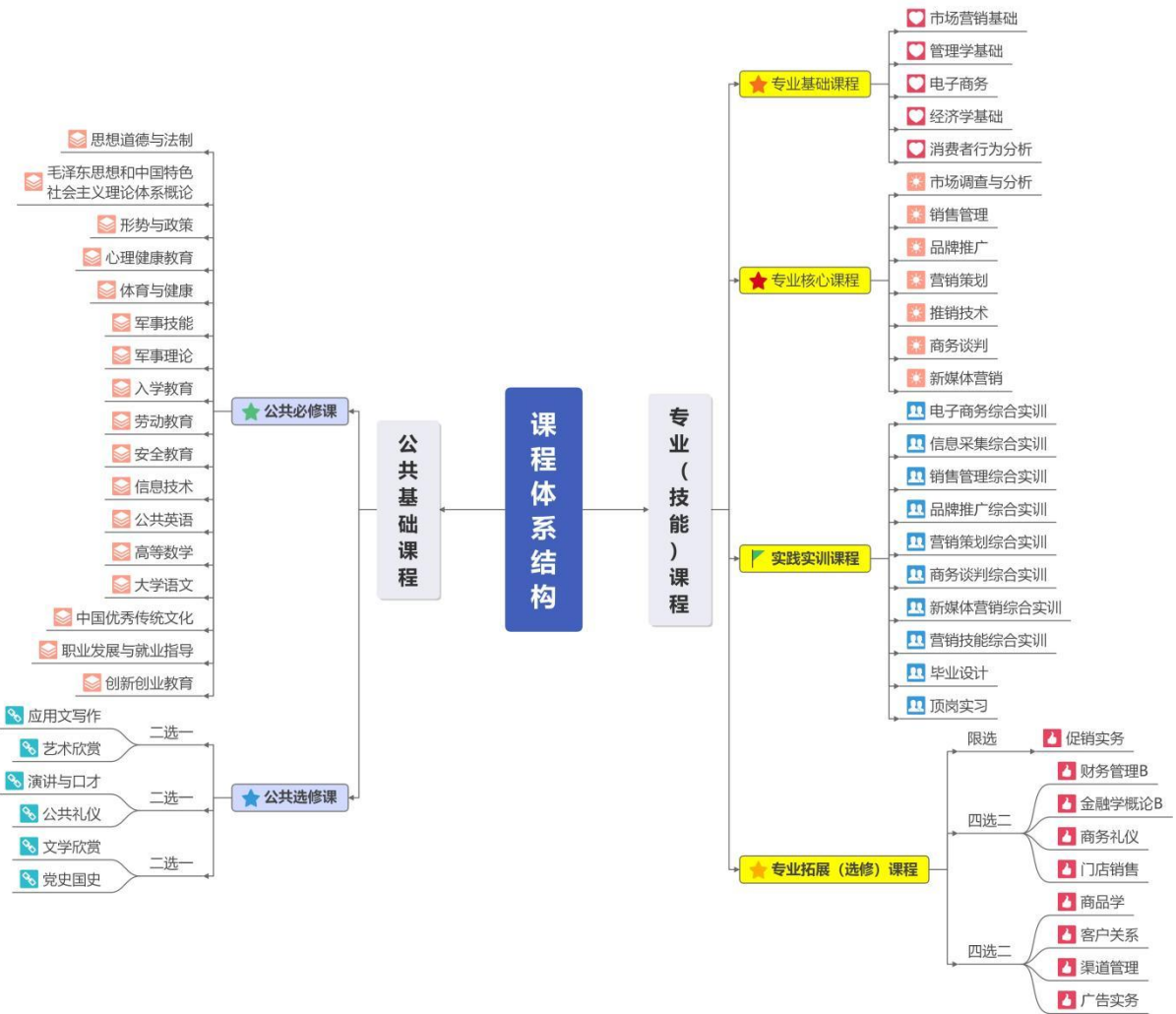


图1 课程体系结构图



### （三）课程设置

表3 课程设置表

课程类别		课程类型	主要课程
公共基础课程	公共必修课	必修	思想道德与法制、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、心理健康教育、体育与健康、军事技能、军事理论、入学教育、劳动教育、安全教育、专题教育（劳动教育）、信息技术、公共英语、高等数学、大学语文、中国优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教育
	公共选修课	选修	应用文写作、艺术欣赏（含美育）、演讲与口才、公共礼仪、文学欣赏、党史国史
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	市场营销基础、管理学基础、电子商务、经济学基础、统计学原理、消费者行为分析
	专业核心课程	必修	市场调查与分析、销售管理、品牌推广、营销策划、推销技术、商务谈判、新媒体营销
	实践实训课程	必修	电子商务综合实训、信息采集综合实训、销售管理综合实训、品牌推广综合实训、营销策划综合实训、商务谈判综合实训、新媒体营销综合实训、营销技能综合实训、毕业设计、顶岗实习
	专业拓展（选修）课程	选修	广告实务、促销实务、财务管理B、金融学概论B、商务礼仪、门店销售、商品学、客户关系、渠道管理、公共关系学

### （四）课程描述

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程的描述。公共基础课程包括公共必修课和公共选修课；专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、实践实训课程和专业拓展（选修）课程。具体课程描述如下：

#### 1、公共必修课

表4 公共必修课描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	思想道德与法制	素质目标：1、具备积极进取的人生态度，坚定科学的理想信念；2、培育爱国主义情怀，提升思想道德素质和法治素养，做有理想有本领有担当的民族复兴大任的时代新人。 知识目标：1、了解新时代的内涵和要求，树立科学的世界	任务1、新阶段、新使命 任务2、人生的青春之问 任务3、坚定理想信念 任务4、弘扬中国精神 任务5、践行社会主义核心价值观 任务6、明大德、守公德、严私德	必修	<b>教学模式：</b> 采用“理论+实践”、“线上+线下”的教学模式。 <b>教学方法：</b> 任务驱动法、案例教学法、混

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p>观、人生观、价值观；2、熟悉马克思主义的道德观、法治观；3、掌握社会主义核心价值观与社会主义法治建设和个人成长成才的关系。</p> <p>能力目标：1、具有践行社会主义核心价值观的能动性；2、具有传承中华传统美德，弘扬中国精神，维护宪法法律权威的综合能力。</p>	任务7、遵法、学法、守法、用法		<p>合式教学法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学、信息化教学手段辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核相结合（占60%）。</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p><b>素质目标：</b>具备一定的政治理论水平素养和调查研究思维；具备创新变革能力思维。</p> <p><b>知识目标：</b>了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本要义；熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的深刻内涵；掌握中国共产党作为领导核心对中国特色社会主义事业的引领作用。</p> <p><b>能力目标：</b>能够用党的实事求是思想路线培养创新能力；能够用党的创新理论分析改革开放进程中出现的问题和矛盾，并提出对策和建议。</p>	<p><b>任务1：</b>毛泽东思想概论；</p> <p><b>任务2：</b>邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观；</p> <p><b>任务3：</b>习近平新时代中国特色社会主义思想；</p> <p><b>任务4：</b>实践教学。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“理论+实践”、“线上+线下”的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动法、案例教学法、混合式教学法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学、信息化教学手段辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核相结合（占60%）。</p>
3	形势与政策	<p><b>素质目标：</b>增强关心国际国内大事的积极性和自主探究的主动性；形成辩证的马克思主义形势观、政策观；形成对职业、社会、民族和国家的责任感和荣誉感；提升学生爱国主义素养。</p> <p><b>知识目标：</b>了解8个专题所涉重大国际国内大事件的发展过程和基本逻辑；理解国家相关政策、党的最新战略方针；熟悉与专题相关的习近平新时代中国特色社会主义思想。</p>	<p><b>任务1：</b>我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就；</p> <p><b>任务2：</b>讲述党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验；</p> <p><b>任务3：</b>党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施，国际形势与外交方略；</p> <p><b>任务4：</b>以教育部社科司</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用线上、线下混合教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动法、案例分析法、问题研讨法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学、信息化手段辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<b>能力目标：</b> 能够正确理解国际国内形势与党和国家的方针政策；能够进行社会调研和实践；能够理论联系实际，辩证分析8个专题涉及的国际国内大事件，正确判断大是大非。	印发的关于高校“形势与政策”教育教学要点为依据，结合大学生时事报告，讲解学生关注的国内外热点。		40%)与终结性考核(占60%)相结合。
4	心理健康教育	<b>素质目标：</b> 通过教学，帮助高职学生树立心理健康意识和面临心理困惑、心理危机时的自助和求助意识；能正确认识自我，悦纳自我，善待他人；培养积极向上的心态、健全的人格和良好的个性品质；预防和缓解心理问题，优化心理品质。 <b>知识目标：</b> 帮助学生了解心理健康教育课程涉及的心理知识，理解大学生心理健康的标准及容易出现的心理健康问题；提高学生的自我认知，培养学生的自我调节能力，包括适应大学生生活和社会生活的能力、自立自控能力、健全人格、学习与创造力、情绪管理能力、应对压力和挫折的能力、正确处理人际和恋爱的能力、应对和防治精神障碍和危机的能力。 <b>能力目标：</b> 在心理健康教育的教学活动中，教师根据教学内容和特点，采取多种教学方法，发挥学生的主体作用，让学生通过自主探究、合作学习的方式，达到心理健康教育的目的。	<b>任务1：</b> 心理健康基础知识； <b>任务2：</b> 大学生自我意识； <b>任务3：</b> 大学生人格发展； <b>任务4：</b> 大学生情绪管理； <b>任务5：</b> 大学生压力管理与挫折应对； <b>任务6：</b> 大学生人际关系； <b>任务7：</b> 大学生学习心理； <b>任务8：</b> 大学生网络心理调适； <b>任务9：</b> 大学生恋爱与性心理； <b>任务10：</b> 生命教育与心理危机。	必修	<b>教学模式：</b> 采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的模式。 <b>教学方法：</b> 采用课堂讲授、案例分析、小组讨论、心理测试、团体训练、情境表演、角色扮演等教学方法。 <b>教学手段：</b> 采用多媒体、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式：</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
5	体育与健康	<b>素质目标：</b> 增强体质，增进健康，全面提高学生的体能和适应环境的适应能力，促进学生身心健康全面发展。 <b>知识目标：</b> 体验运动乐趣，掌握一项自己喜爱的运动项目，培养终身锻炼身体的习惯；发展学生个性，培养竞争意识和顽强的意志品质。 <b>能力目标：</b> 掌握锻炼身体的方法，提高自我锻炼的能力；树立群体意识和集体荣誉感，培养团结协作、遵纪守法以及自律的优良品质。	<b>任务1：</b> 理论知识，具体包括正确进行身体锻炼的基本手段与方法、学生体质健康测试的内容及方法、在运动中如何预防运动损伤以及处理的方法、各类体育项目的基本竞赛知识以及奥林匹克的发展史。 <b>任务2：</b> 篮球运动的基本脚步动作；篮球运动的传接球、运球、投篮等技术；篮球运动中简单的进攻、防守战术；教学比赛各项技术的综合运用。 <b>任务3：</b> 健美操，身体	必修	<b>教学模式：</b> 采用“理论+实践”的教学模式。 <b>教学方法：</b> 任务驱动法、合作探究法、演示法、练习法。 <b>教学手段：</b> 使用在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式：</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
			<p>各部位基本动作及基本步伐，头颈部动作、肩部动作、上肢动作、胸部动作、腰部动作、髋部动作、下肢动作、基本步伐等，掌握第三套全国大众健美操一级规定动作。</p> <p><b>任务4：</b>足球，掌握好传球、停球、运球、头顶球、抢断球等基本技术动作；学会运用局部二过一进攻、边路进攻战术和中路进攻、个人防守战术和全队防守等基本战术。</p> <p><b>任务5：</b>武术，掌握段位拳、二十四式简化太极拳、初级长拳的基本动作技术。</p>		
6	军事技能	<p><b>素质目标：</b>具备国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。</p> <p><b>知识目标：</b>了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。</p> <p><b>能力目标：</b>能够加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。</p>	<p><b>任务1：</b>教官指导下的完成基本军事技能训练，开展国情、军情、形势讲座教育；</p> <p><b>任务2：</b>普法教育、校纪校规教育报告会；</p> <p><b>任务3：</b>其它形式入学教育、专业讲座等。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用理实一体教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>讲授法、演示法、练习法。</p> <p><b>教学手段：</b>使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
7	军事理论	<p><b>素质目标：</b>具备国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。</p> <p><b>知识目标：</b>了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。</p> <p><b>能力目标：</b>能够加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。</p>	<p><b>任务1：</b>中国国防；</p> <p><b>任务2：</b>国家安全；</p> <p><b>任务3：</b>军事思想；</p> <p><b>任务4：</b>现代战争；</p> <p><b>任务5：</b>信息化装备；</p> <p><b>任务6：</b>共同条令教育和训练；</p> <p><b>任务7：</b>射击与战术训练；</p> <p><b>任务8：</b>防卫技能与站时防护训练；</p> <p><b>任务9：</b>战备基础与应用。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用线上教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>讲授法、演示法。</p> <p><b>教学手段：</b>使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
					相结合。
8	入学教育	<p><b>素质目标:</b> 具备正确的大学生世界观、人生观、价值观。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解专科学校的系统结构、办学形式和动作机制; 掌握自己所学专业的学习目标、就业方向。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够了解自己所学专业整个课程的逻辑框架, 尽快了解和适应新环境、融入大学生活、明确学习目的、增强学习动力做好准备。</p>	<p><b>任务1:</b> 大学生活适应教育;</p> <p><b>任务2:</b> 学校规章制度教育;</p> <p><b>任务3:</b> 专业发展与规划教育;</p> <p><b>任务4:</b> 文明修身教育;</p> <p><b>任务5:</b> 思想政治教育;</p> <p><b>任务6:</b> 心理与卫生健康教育;</p> <p><b>任务7:</b> 资助政策教育;</p> <p><b>任务8:</b> 安全教育。</p>	必修	<p><b>教学模式:</b> 采用多媒体、讲座等教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 讲授法。</p> <p><b>教学手段:</b> 使用多媒体辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核。</p>
9	劳动教育	<p><b>素质目标:</b> 具备正确的劳动意识, 具备尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解劳动科学理论、基本知识, 熟悉劳动科学的基本概念、基本知识。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够深刻认识人类劳动实践的创造本质, 深入理解劳动实践对于立德树人的重要性。</p>	<p><b>任务1:</b> 劳动精神;</p> <p><b>任务2:</b> 劳模精神;</p> <p><b>任务3:</b> 工匠精神;</p> <p><b>任务4:</b> 劳动组织;</p> <p><b>任务5:</b> 劳动安全;</p> <p><b>任务6:</b> 劳动法规。</p>	必修	<p><b>教学模式:</b> 采用理实一体教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 讲授法、练习法。</p> <p><b>教学手段:</b> 课堂教学、岗位实践。</p> <p><b>考核方式:</b> 根据岗位工作质量测评评定成绩。</p>
10	安全教育	<p><b>素质目标:</b> 具备应对危机突发事件意识。</p> <p><b>知识目标:</b> 掌握基本生存、自救和救助技能。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够掌握常见运动创伤的预防与处置方法。</p>	<p><b>任务1:</b> 人身安全篇;</p> <p><b>任务2:</b> 财物安全篇;</p> <p><b>任务3:</b> 实践安全篇;</p> <p><b>任务4:</b> 心理与社交安全篇;</p> <p><b>任务5:</b> 政治安全与自然灾害防范篇。</p>	必修	<p><b>教学模式:</b> 采用理实一体教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 案例教学法。</p> <p><b>教学手段:</b> 使</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
					用在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式：</b> 形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。
11	信息技术	<p><b>素质目标：</b>提高计算机专业及网络安全素质，培养学生协作解决问题的能力。</p> <p><b>知识目标：</b>使学生对计算机学科有一个整体的认识，熟悉操作环境以及基本操作。</p> <p><b>能力目标：</b>具备使用常用办公软件处理日常事务的能力，为后续课程和专业学习奠定计算机技能基础。</p>	<p><b>任务1：</b>计算机系统基本知识；</p> <p><b>任务2：</b>Windows 7基本知识及文件管理操作；</p> <p><b>任务3：</b>Word中表格的创建和设计；</p> <p><b>任务4：</b>文档的版面设计与编排；</p> <p><b>任务5：</b>Excel工作簿操作；</p> <p><b>任务6：</b>Excel数据处理；</p> <p><b>任务7：</b>设计制作PPT文档。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用理实一体教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学法。</p> <p><b>教学手段：</b>使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
12	公共英语	<p><b>素质目标：</b>具有中国情怀，尊重世界多元文化，拓宽国际视野，坚定文化自信，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，有效进行跨文化交际，用英语传播中国文化。</p> <p><b>知识目标：</b>在日常生活和职场情境中用英语进行有效沟通，运用英语语言知识和语言技能比较准确地理解和表达信息、观点、情感，进行有效沟通。</p> <p><b>能力目标：</b>良好的自我管理，自主学习习惯，形成终生学习的意识和能力。能够识别和理解英语使用者或者英语本族语者的思维方式和特点，提升自身思维的逻辑性、思辨性和创新性。</p>	<p><b>任务 1：主题类别。</b>与职业相关的教学主题，职业与个人、职业与社会、职业与环境，反映中外优秀文化。在不同主题、话题情境中运用英语完成职场情景活动。</p> <p><b>任务 2：语篇类型。</b>职场典型语篇、多媒体等多模态语篇；专业职场相关的应用文、说明文、记叙文、议论文、融媒体材料等多体裁语篇。</p> <p><b>任务 3：语言知识。</b>职场涉外发展所应具备的英语语言应用词汇、语法、语篇和语用知识。夯实语法基础，培养语篇意识，提升语用能力，提高跨文化表达能力。</p> <p><b>任务 4：文化知识。</b>在职场案例中创设情景，了解和感悟中外优秀文化的内涵，培养学生用英语讲述中国故事的意识和能力。</p> <p><b>任务 5：职业英语技能。</b>在职场中运用英语进行有效沟通，选择贴近岗</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>情景教学法、任务教学法、分层次教学法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
			位需求的话题，培养理解技能、表达技能和互动技能。 <b>任务 6: 语言学习策略。</b> 将策略教学有机融入语言教学，包括元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略等。		
13	高等数学	<b>素质目标:</b> 引导学生感悟数学文化, 启迪心智, 增进素质, 提升手脑并用的能力, 厚植家国共担的情怀。 <b>知识目标:</b> 掌握函数与极限、导数与微分、不定积分与定积分、概率统计知识和运用 MATLAB 解决数学中复杂的计算问题。 <b>能力目标:</b> 培养逻辑思维能力, 培养数学计算、实验能力。	<b>任务 1:</b> 函数、极限与连续; <b>任务 2:</b> 一元函数微分及其应用 (包含曲率); <b>任务 3:</b> 一元函数积分及其应用 (包含几何应用) <b>任务 4:</b> 概率统计基础。	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 问题解决学习、任务驱动法、讲授法。 <b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核 (占 40%) 与终结性考核 (占 60%) 相结合。
14	大学语文	<b>素质目标:</b> 培养学生具有仁爱、孝悌、向善的人文情怀, 具备精益求精、持之以恒、勇于开拓的工匠精神, 养成勤学、谦让、诚信、刚毅的品格, 树立正确的人生观、价值观和世界观。 <b>知识目标:</b> 了解基本的文学常识; 熟悉文学鉴赏的基本原理; 掌握阅读、分析文学作品的基本方法。 <b>能力目标:</b> 具备良好的阅读习惯和母语驾驭能力; 能够运用文学术语阅读、欣赏文学作品, 正确描述、评价文学现象, 自由抒发对自然、社会、人生的感受。	<b>任务 1:</b> 明德修身篇; <b>任务 2:</b> 家国情怀篇; <b>任务 3:</b> 自然生命篇; <b>任务 4:</b> 工匠精神篇; <b>任务 5:</b> 爱情如歌篇; <b>任务 6:</b> 诗意花园篇。	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 讲授法、演示法、问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。 <b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核 (占 40%) 与终结性考核 (占 60%) 相结合。
15	中国优秀传统文化	<b>素质目标:</b> 增进对中华优秀传统文化的认同感和归属感, 树立文化自信, 涵养社会主义核心价值观, 提升精神境界和职业素养。 <b>知识目标:</b> 了解中国优秀传统	<b>任务 1:</b> 中国传统文化概述; <b>任务 2:</b> 中国的传统宗教思想; <b>任务 3:</b> 中国的传统治家智慧;	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 讲

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		文化的丰富内涵,深入体验中华文化当中深厚的精神底蕴。 <b>能力目标:</b> 能从中华优秀传统文化中汲取做人做事的智慧和力量,培养健康的情趣追求、优雅的审美意识和厚实的人文精神。	<b>任务 4:</b> 湖湘精神文化; <b>任务 5:</b> 中国的传统艺术; <b>任务 6:</b> 中国的传统礼仪; <b>任务 7:</b> 中国的传统中医养生; <b>任务 8:</b> 中国的传统饮食; <b>任务 9:</b> 中国的传统科学技术; <b>任务 10:</b> 中国的传统服饰; <b>任务 11:</b> 中国的传统茶文化; <b>任务 12:</b> 中国的传统商贸; <b>任务 13:</b> 中国的古代教育; <b>任务 14:</b> 中国的传统节日; <b>任务 15:</b> 中国的传统节气; <b>任务 16:</b> 中国优秀传统文化实践活动课。		授法、演示法、问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。 <b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
16	职业发展与就业指导	<b>素质目标:</b> 能够树立职业发展的自觉意识,树立积极正确的职业态度和就业观念,把个人发展与国家需要、社会发展相结合,自愿为个人的生涯发展和社会发展主动付出、积极努力。 <b>知识目标:</b> 了解职业发展的阶段特点;了解自身角色、未来职业的特性;熟悉就业形势与政策法规;掌握相关的职业分类知识以及就业创业的基本知识。 <b>能力目标:</b> 掌握自我认知与分析技能,信息搜索与管理技能,职业生涯规划技能,求职技能等;能够灵活运用各种通用技能,妥当地解决在就业时、职业发展中遇到的实际问题。	<b>任务 1:</b> 认识职业生涯规划; <b>任务 2:</b> 认识自我; <b>任务 3:</b> 认识环境; <b>任务 4:</b> 职业决策; <b>任务 5:</b> 大学生涯规划; <b>任务 6:</b> 就业的准备工作; <b>任务 7:</b> 就业心理适应; <b>任务 8:</b> 就业权益保护; <b>任务 9:</b> 创业教育; <b>任务 10:</b> 就业形势与政策	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 讲授法、演示法、问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。 <b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
17	创新创业教育	<b>素质目标:</b> 具备一定的创新意识,树立科学的创新创业观,提高社会责任感和创业精神,促进个人的全面发展。 <b>知识目标:</b> 了解创业的基本概念、基本原理和基本方法;熟悉创业的产生与演变的过程;	<b>任务 1:</b> 创新思维; <b>任务 2:</b> 创新方法; <b>任务 3:</b> 创业机会; <b>任务 4:</b> 创业资源; <b>任务 5:</b> 创业计划。	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 讲授法、演示法、



序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p>掌握创新思维提升的基本方法。</p> <p><b>能力目标:</b>能够对互联网经济趋势有较为全面的认识,具备主动适应互联网经济大趋势的能力;能够逐步形成创新创业者的科学思维,掌握项目运营过程中的管理办法。</p>			<p>问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。</p> <p><b>教学手段:</b>板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b>形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。</p>

## 2、公共选修课

表5 公共选修课描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	应用文写作	<p><b>素质目标:</b> 培养细致、严谨、务实的学习习惯, 增强职业意识, 提高职业素养。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解应用文写作的基础理论知识, 掌握各种书写的基本格式与要求。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够顺畅阅读应用文各种文体, 准确提炼所需信息, 并具备规范书写日常应用文书的能力。</p>	<p><b>任务 1:</b> 应用文写作的概论;</p> <p><b>任务 2:</b> 行政公文的写作;</p> <p><b>任务 3:</b> 事务文书的写作;</p> <p><b>任务 4:</b> 专用文书的写作;</p> <p><b>任务 5:</b> 会务文书的写作。</p>	选修	<p><b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 讲授法、演示法、问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。</p> <p><b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核 (占 40%) 与终结性考核 (占 60%) 相结合。</p>
2	艺术欣赏 (含美育)	<p><b>素质目标:</b> 具备审美意识及个人艺术修养。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解艺术的本质与特征、艺术的起源、艺术的功能、文化系统中的艺术、艺术的种类; 熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏、音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏等方面知识; 掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够探索和发掘艺术与美学的人文精神。</p>	<p><b>任务 1:</b> 美术概论, 美术基础知识讲解和介绍;</p> <p><b>任务 2:</b> 原始美术, 史前文化的美术表现;</p> <p><b>任务 3:</b> 西方艺术欣赏, 多元艺术的发展和不同画派的形成;</p> <p><b>任务 4:</b> 雕塑艺术欣赏, 不同国家的雕塑艺术魅力;</p> <p><b>任务 5:</b> 建筑艺术欣赏, 建筑园林的造型和工艺鉴赏;</p> <p><b>任务 6:</b> 中国画欣赏、水墨意境的体现;</p> <p><b>任务 7:</b> 平面设计欣赏, 设计的形成方式和表现手法。</p>	选修	<p><b>教学模式:</b> 采用线上、线下混合教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 任务驱动、案例教学方法。</p> <p><b>教学手段:</b> 使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核 (占 40%) 与终结性考核 (占 60%) 相结合。</p>
3	演讲与口才	<p><b>素质目标:</b> 培养学生具备乐观、自信的自我认知能力; 养成良好的思辨习惯, 形成较好的团队合作精神。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解言语交际的重要作用、基本原则、习得方法; 掌</p>	<p><b>任务一:</b> 普通话;</p> <p><b>任务二:</b> 态势语言;</p> <p><b>任务三:</b> 即兴演讲;</p> <p><b>任务四:</b> 拟稿演讲;</p> <p><b>任务五:</b> 社交口才;</p> <p><b>任务六:</b> 求职口才;</p>	选修	<p><b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 讲授法、演示法、问</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p>握有声语言、态势语言、演讲口才、社交口才、求职口才，营销口才和医护口才的基本定义、使用技巧与要求。</p> <p><b>能力目标:</b>能够使用正确的方法与技巧进行日常生活、工作的沟通交流；能够在不同的场合顺利完成个人演讲。</p>	<p><b>任务七:</b> 营销口才；</p> <p><b>任务八:</b> 医护口才。</p>		<p>答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。</p> <p><b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
4	公共礼仪	<p><b>素质目标:</b>具备良好的礼仪素养和职业形象。</p> <p><b>知识目标:</b>了解各类礼仪行为规范的基本技巧及操作方法；掌握通过礼仪提升自己良好社会形象的方法。</p> <p><b>能力目标:</b>能够展示自己良好的礼仪规范；能够更好地胜任工作岗位，从而增强就业竞争力。</p>	<p><b>任务1:</b> 形象美的塑造；</p> <p><b>任务2:</b> 基础礼仪；</p> <p><b>任务3:</b> 交际礼仪；</p> <p><b>任务4:</b> 习俗礼仪；</p> <p><b>任务5:</b> 涉外礼仪；</p> <p><b>任务6:</b> 礼仪的性质与功用。</p>	选修	<p><b>教学模式:</b>采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b>任务驱动教学方法。</p> <p><b>教学手段:</b>采用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
5	文学欣赏	<p><b>素质目标:</b>全面提高学生文学素养，培养学生深厚的文化底蕴。</p> <p><b>知识目标:</b>了解并熟悉文学发展的基本情况；掌握主要作家的生平、代表作品的思想艺术特点。</p> <p><b>能力目标:</b>提高学生阅读、表达能力，能够独立完成文学文本的欣赏；能够书写品评文本的感受，激发创作的灵感与热情，培养其创新能力。</p>	<p><b>任务1:</b> 文学欣赏概述和中国经典诗词、小说欣赏；</p> <p><b>任务2:</b> 中国经典散文、戏曲欣赏；</p> <p><b>任务3:</b> 中国港澳台、欧美、亚洲文学欣赏；</p> <p><b>任务4:</b> 影视、网络文学欣赏。</p>	选修	<p><b>教学模式:</b>采用“线上、线下”翻转课堂、混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b>讲授法、演示法、问答法、讨论法、练习法、案例教学法、合作学习法、探究学习法。</p> <p><b>教学手段:</b> 板书、多媒体、在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
6	党史国史	<p><b>素质目标:</b>具备对马克思主义的坚定信仰。传承红色基因，具备高尚的道德品质。</p> <p><b>知识目标:</b>掌握我们党和国家事</p>	<p><b>任务1:</b> 中国共产党的成立；</p> <p><b>任务2:</b> 中国革命的新道路；</p>	选修	<p><b>教学模式:</b>采用线上、线下混合教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b>案例</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		业走过的历史脉络。熟悉和了解党和国家的辉煌成就、艰辛历程、历史经验和优良传统。 <b>能力目标:</b> 能够深刻领悟中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好。能够运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题和解决问题。	<b>任务3:</b> 抗日战争的中流砥柱; <b>任务4:</b> 新中国的建立; <b>任务5:</b> 建设有中国特色的社会主义; <b>任务6:</b> 中国特色社会主义的接续发展; <b>任务7:</b> 中国特色社会主义进入新时代。		教学、情境教学。 <b>教学手段:</b> 多媒体教学、在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核与终结性考核相结合。

### 3、专业基础课程

表6 专业基础课程描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	市场营销基础	<b>素质目标:</b> 具备使用各种信息媒体, 独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质; 良好的社会责任感、团队协作精神, 能主动与人交流、合作; 具有良好的职业道德。 <b>知识目标:</b> 掌握营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识。 <b>能力目标:</b> 能在市场调研的基础上进行市场营销环境分析能力, 目标市场选择及定位, 制定营销组合方案的方法, 制定市场营销计划、营销组织系统与控制、营销服务管理等技能, 拥有营销理念与职业意识。	营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等。	必修	<b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”的混合式教学模式。 <b>教学方法:</b> 任务驱动、案例教学。 <b>教学手段:</b> 多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。 <b>考核方式:</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
2	管理学基础	<b>素质目标:</b> 具备使用各种信息媒体, 独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质; 良好的社会责任感、团队协作精神, 能主动与人交流、合作; 具有良好的职业道德。 <b>知识目标:</b> 掌握管理主体与客体、管理思想、计划与目标管	管理主体与客体、管理思想、计划与目标管理、管理决策、组织及其变革与发展、人力资源管理、领导与激励、控制工作、管理变革与创新。	必修	<b>教学模式:</b> 采用“理论+实践”的教学模式。 <b>教学方法:</b> 项目导向、任务驱动等教学方法。

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p>理、管理决策、组织及其变革与发展、人力资源管理、领导与激励、控制工作、管理变革与创新等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>掌握计划的编制与管理、决策的方法与技巧、环境分析与战略选择、组织的设计与管理、员工的选拔与管理、领导的技能与沟通、控制的方法与技巧、文化的营造与建设等方面的管理能力，能够从管理科学的视角发现问题、分析问题、解决问题。</p>			<p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
3	电子商务	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握电子商务的基础知识、基本原理。</p> <p><b>能力目标：</b>能使用电子手段从事商务活动，提高经济信息搜集、加工、处理的能力。</p>	完成网上市场调查、书写网上市场调查报告、淘宝网上开店、店面装修、产品上架、同时开展网络营销，进行产品销售。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
4	经济学基础	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握经济学的基本理论、原理和方法。</p> <p><b>能力目标：</b>具备经济思维方式，能分析日常经济现象、解决实际经济问题能力，为专业课学习打下基础。</p>	社会资源的配置和利用问题，市场供求的基本规律，消费者和生产者的理性行为，生产中产量和成本的客观规律，不同市场类型种产品的产量与价格确定，经济的外部性与市场失灵，国民收入决定的相关理论，经济周期、失业和经济增长的相关理论，宏观经济政策的基本知识。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>项目导向、任务驱动等教学方法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
					考核（占60%）相结合。
5	消费者行为分析	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握消费行为产生、发展的心理过程及其规律。</p> <p><b>能力目标：</b>通过学习了解消费者心理及行为活动的规律，能够制定出正确的营销理念与营销战略。</p>	消费者行为导论、影响消费者行为的自身因素、影响消费者行为的环境因素、影响消费者行为的营销因素与情境因素、影响消费者购后行为的因素等。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

## 4、专业核心课程

表7 专业核心课程描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	市场调查与分析	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握设计市场调研方案、实施市场调研、整理与分析市场调研资料和撰写市场调研报告等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>让学生明确调研的重要性、知晓搜集信息以及处理信息的知识，拥有对市场进行调研分析的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>调查方案设计；</p> <p><b>任务2：</b>调查方法选择；</p> <p><b>任务3：</b>调查问卷或调查提纲设计；</p> <p><b>任务4：</b>调查数据整理与分析；</p> <p><b>任务5：</b>调查报告撰写等知识与实务操作。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。</p>
2	销售管理	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>树立学生“以销售市场为导向性，以客户为中心”的经营管理理念，提升学生销售市场管理观念和营销工作管理能力。</p>	<p><b>任务1：</b>销售目标设定与分解；</p> <p><b>任务2：</b>销售团队建设与管理；</p> <p><b>任务3：</b>渠道中间商的选择；</p> <p><b>任务4：</b>激励与管理；</p> <p><b>任务5：</b>客户关系管理；</p> <p><b>任务6：</b>销售数据分析；</p> <p><b>任务7：</b>诊断与改进等知识与实务操作。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。</p>
3	品牌推广	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握在新经济时代企业应如何进行品牌策划与推</p>	<p><b>任务1：</b>品牌认知；</p> <p><b>任务2：</b>品牌定位；</p> <p><b>任务3：</b>品牌形象；</p> <p><b>任务4：</b>产品规划；</p> <p><b>任务5：</b>品牌推广。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p>广等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>培养学生品牌定位、品牌个性、品牌形象识别专业意识，提升上线下品牌推广实操能力。</p>			<p>体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
4	营销策划	<p><b>素质目标：</b>培养学生“学思用贯通，知信行统一”；培育学生“精准服务意识，家国使命情怀”；引导学生“深耕产业沃土，赋能产业兴旺”。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握营销数据挖掘及过程策划的相关知识；掌握营销活动建立及过程策划的相关知识；掌握营销活动执行及过程策划的相关知识；掌握营销活动测量及过程策划的相关知识。</p> <p><b>能力目标：</b>能进行营销内容策划；能进行营销活动策划；能进行交互行为策划；能进行文字策划、图片美化、声像优化。</p>	<p><b>任务1：</b>基础数据调研与分析策划；</p> <p><b>任务2：</b>营销组合策略策划；</p> <p><b>任务3：</b>具体行动方案策划；</p> <p><b>任务4：</b>预算与效果策划；</p> <p><b>任务5：</b>新媒数据搜集与整合策划；</p> <p><b>任务6：</b>新媒体营销策略策划；</p> <p><b>任务7：</b>新媒体交互行为策划；</p> <p><b>任务8：</b>新媒体交互效果策划；</p> <p><b>任务9：</b>数字化客户开发策划；</p> <p><b>任务10：</b>数字化留存营销策划；</p> <p><b>任务11：</b>数字化营销转化策划；</p> <p><b>任务12：</b>数字化裂变营销策划。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
5	推销技术	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握推销的基本理论与方法，掌握推销观念、推销要素、推销方式、推销接近、推销障碍、推销成交及推销管理等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备一定的推销实</p>	<p><b>任务1：</b>潜在客户寻找与识别；</p> <p><b>任务2：</b>产品介绍；</p> <p><b>任务3：</b>线上线下推销流程及阶段划分；</p> <p><b>任务4：</b>线上线下推销方法和技巧；</p> <p><b>任务5：</b>电话推销技巧；</p> <p><b>任务6：</b>销售合同签订与实施；</p> <p><b>任务7：</b>售前售中售后服务。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成</p>



序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		践技能。			性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
6	商务谈判	<p><b>素质目标:</b> 培养学生团队协作精神, 树立诚信意识, 锻炼学生沟通交流的能力; 提高学生书面表达能力, 锻炼学生自主学习的能力。</p> <p><b>知识目标:</b> 熟悉和理解商务沟通以及谈判的基本理论、基本程序、基本策略, 同时使其树立正确的沟通理念和掌握基本的沟通方法、技巧及其沟通艺术, 了解商务活动的相关礼仪等知识。</p> <p><b>能力目标:</b> 能依据自身的性格心理特征, 初步形成自己的沟通与谈判风格, 并将所学知识与实践结合, 能够分析案例, 解决现实问题, 平衡处理沟通过程中遇到的错综复杂的风险、策略、利益关系等。</p>	<p><b>任务1:</b> 谈判开局;</p> <p><b>任务2:</b> 谈判报价;</p> <p><b>任务3:</b> 谈判磋商;</p> <p><b>任务4:</b> 谈判成交。</p>	必修	<p><b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段:</b> 多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。</p>
7	新媒体营销	<p><b>素质目标:</b> 有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神, 遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标:</b> 认知新媒体的类型, 了解新媒体的内涵、传播特点和新媒体营销的平台, 掌握新媒体营销的基本理论与方法。</p> <p><b>能力目标:</b> 具备从事新媒体营销的基本知识和基本技能, 以及新媒体全案运营与策划的能力。</p>	<p><b>任务1:</b> 新媒体营销概述;</p> <p><b>任务2:</b> 微信营销;</p> <p><b>任务3:</b> 微博营销;</p> <p><b>任务4:</b> 短视频营销;</p> <p><b>任务5:</b> 论坛营销;</p> <p><b>任务6:</b> 社群营销;</p> <p><b>任务7:</b> 新媒体全案运营与策划。</p>	必修	<p><b>教学模式:</b> 采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法:</b> 任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段:</b> 多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式:</b> 形成性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。</p>

## 5、实践实训课程

表8 实践实训课程描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	电子商务综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握网络项目策划、网站设计与推广等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>初步具备网络项目策划、网站设计、网站优化、网络推广等能力。</p>	策划一个网络项目，完成项目策划书，并进行网站设计，优化，推广。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。</p> <p><b>考核方式：</b>采用过程性考核+结果性考核相结合，辅以配置案例、报告等形式。</p>
2	市场调查与分析综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握调研方案、调研报告、设计调研问卷等知识</p> <p><b>能力目标：</b>具备撰写调研方案、撰写调研报告、设计调研问卷，发放，回收并整理的的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>撰写调研方案；</p> <p><b>任务2：</b>撰写调研报告；</p> <p><b>任务3：</b>设计调研问卷，发放，回收并整理。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。</p> <p><b>考核方式：</b>采用过程性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
3	销售管理综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握销售管理相关知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备销售管理实际运营能力。</p>	根据给定项目，完成销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。</p> <p><b>考核方式：</b>采用过程性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
4	品牌推广综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握CIS相关知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备CIS策划能力，并能进行VIS创意设计。</p>	<p><b>任务1：</b> MIS策划与推广；</p> <p><b>任务2：</b> BIS策划与推广；</p> <p><b>任务3：</b> VIS策划与推广。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。</p> <p><b>考核方式：</b>采用过程性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
5	营销策划综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握营销活动策划、营销战术策划和营销综合策划等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备营销综合策划</p>	根据给定项目进行营销策划，具体包括：调研方案策划、调研报告撰写、调研问卷设计、促销方案策划、推销方案策划、商务谈判方案策划、公关策划、新产品上市策划、新媒体营销策划和广告策划等。	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		方案撰写与推进能力。			答疑相结合等多种手段教学。 <b>考核方式:</b> 采用过程性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
6	商务谈判综合实训	<b>素质目标:</b> 具备使用各种信息媒体,独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质;良好的社会责任感、团队协作精神,能主动与人交流、合作;具有良好的职业道德。 <b>知识目标:</b> 掌握商务谈判相关知识。 <b>能力目标:</b> 具备团队谈判技能,并最终能促成交易。	根据案例进行商务谈判方案撰写,并进行模拟谈判演练。	必修	<b>教学模式:</b> 采用实训为主的教学模式。 <b>教学方法:</b> 以学生主体,采用项目导向、任务驱动、案例教学。 <b>教学手段:</b> 利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。 <b>考核方式:</b> 采用过程性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。
7	新媒体营销综合实训	<b>素质目标:</b> 具备使用各种信息媒体,独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质;良好的社会责任感、团队协作精神,能主动与人交流、合作;具有良好的职业道德。 <b>知识目标:</b> 掌握新媒体营销相关知识。 <b>能力目标:</b> 具备新媒体营销方案策划能力。	根据案例进行新媒体营销方案撰写	必修	<b>教学模式:</b> 采用实训为主的教学模式。 <b>教学方法:</b> 以学生主体,采用项目导向、任务驱动、案例教学。 <b>教学手段:</b> 利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。 <b>考核方式:</b> 采用过程性考核(占40%)与终结性考核(占60%)相结合。

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
8	营销技能综合实训	<p><b>素质目标：</b>具备使用各种信息媒体，独立收集资料的素质、自主学习新知识、新技术的素质；良好的社会责任感、团队协作精神，能主动与人交流、合作；具有良好的职业道德。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握市场营销综合技能相关知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备营销基础专业技能、核心专业技能和跨岗位综合技能。</p>	<p><b>任务1：</b>调研综合实训；</p> <p><b>任务2：</b>促销综合实训；</p> <p><b>任务3：</b>商务谈判综合实训；</p> <p><b>任务4：</b>推销及营销策划综合实训；</p> <p><b>任务5：</b>新媒体营销策划及广告策划综合实训。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>采用实训为主的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>以学生主体，采用项目导向、任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>利用面授与指导、自主学习与辅导答疑相结合等多种手段教学。</p> <p><b>考核方式：</b>采用过程性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
9	毕业设计	<p><b>素质目标：</b>培养学生团队协作精神，树立诚信意识，锻炼学生沟通交流的能力；提高学生书面表达能力，锻炼学生自主学习的能力。</p> <p><b>知识目标：</b>通过设置信息采集、商务谈判、促销、产品推销、营销策划、新媒体营销手段应用、广告文案策划、战术4P策划、综合营销策划等技能模块，测试学生的信息采集、沟通协调、业务洽谈、产品推广、营销文案策划、新媒体手段应用等能力以及从事营销工作的团队协作、情绪调节、时间管理、自我管理、职业道德、工作自律等职业素养。</p> <p><b>能力目标：</b>综合运用所学的专业知识和专业技能解决市场营销工作领域中信息采集、商务谈判、促销、产品推销、营销策划、新媒体营销手段应用、广告文案策划、战术4P策划、综合营销策划等实际问题的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>毕业设计考核目标；</p> <p><b>任务2：</b>毕业设计选题；</p> <p><b>任务3：</b>毕业设计格式要求；</p> <p><b>任务4：</b>毕业设计内容要求；</p> <p><b>任务5：</b>毕业设计成果质量评价。</p>	必修	<p><b>教学模式：</b>教学过程融入课程思政，将立德树人贯穿课程始终，实习过程采用企业师傅+学校指导教师相结合的方式对学生进行实习指导。</p> <p><b>教学方法：</b>通过任务驱动法，综合运用三年来所学的理论与实践知识，进行完整、规范的毕业设计创作，全面测试学生理论知识与实践技能，达到对学生综合检验的目的。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教室、实训室、室外实训场地等。</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
					<b>考核方式:</b> 最终成绩由设计成果评价(70%), 答辩成绩(30%)组成。
10	顶岗实习	<p><b>素质目标:</b> 形成诚信、爱岗敬业、科学、严谨的工作态度和较强的安全、质量、效率及环保意识, 培养良好的职业素养, 为就业奠定良好的基础。</p> <p><b>知识目标:</b> 通过顶岗实习, 使学生了解顶岗实习企业的生产技术概况、企业组织管理的基本情况, 专业工作岗位的主要工作内容和职责。</p> <p><b>能力目标:</b> 掌握实习岗位的基本工作能力; 掌握企业产品加工、技术管理、质量管理、生产调度管理和市场营销管理等方面的经验和方法, 达到利用所学的知识与技能解决实际工作中遇到的问题问题的能力。</p>	通过顶岗实习, 使学生了解顶岗实习企业的生产技术概况、企业组织管理的基本情况, 专业工作岗位的主要工作内容和职责。掌握实习岗位的基本工作能力; 掌握企业产品加工、技术管理、质量管理、生产调度管理和市场营销管理等方面的经验和方法, 达到利用所学的知识与技能解决实际工作中遇到的问题问题的能力。	必修	<p><b>教学模式:</b> 实习过程采用企业师傅+学校指导教师相结合的方式对学生进行实习指导。</p> <p><b>教学方法:</b> 要求学生综合运用三年来所学的各方面理论与实践知识, 进行顶岗实习实习任务, 结合职业方向选择适宜的岗位完成实习。</p> <p><b>教学手段:</b> 主要采用任务驱动式教学法, 参观学习法、小组讨论等教学方法。</p> <p><b>考核方式:</b> 建议采用企业指导人员评价(30%)、顶岗实习态度(20%)、实习月度总结评价(30%)、实习总结评价(20%)相结合的方式。</p>

## 6、专业拓展（选修）课程

表9 专业拓展（选修）课程描述表

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
1	促销实务	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神、良好的心理素质和敬业精神，遵守职业道德、管理能力和全局观念、创新、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握促销四要素基础知识。</p> <p><b>能力目标：</b>具备初步促销实践能力。</p>	<p><b>任务1：</b>广告实务；</p> <p><b>任务2：</b>推销实务；</p> <p><b>任务3：</b>公共关系实务；</p> <p><b>任务4：</b>营业推广实务。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
2	财务管理B	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、谦虚好学和勤于思考的精神、团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念、创新、创业、开拓精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握财务管理的意义、各类资产、权益的管理以及资金的筹集、分配和运用等基本理论和基本知识。</p> <p><b>能力目标：</b>熟悉日常财务管理的方法，初步具备改善企业财务状况、提高企业经济效益的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>财务管理总论；</p> <p><b>任务2：</b>资金时间价值；</p> <p><b>任务3：</b>风险分析；</p> <p><b>任务4：</b>财务报表分析；</p> <p><b>任务5：</b>短期筹资方式；</p> <p><b>任务6：</b>长期筹资方式；</p> <p><b>任务7：</b>筹资决策；</p> <p><b>任务8：</b>项目投资决策；</p> <p><b>任务9：</b>证券投资管理；</p> <p><b>任务10：</b>营运资本管理和利润分配。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学法、理论联系实际法等教学方法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
3	金融学概论B	<p><b>素质目标：</b>树立正确的金融意识和全新的金融理念，努力提高广大学生在金融科学方面的理论和知识素养。</p> <p><b>知识目标：</b>了解金融知识的基本框架和金融在国民经济发展中的核心作用，对货币金融方面的基础理论和基础知识有一个系统、全面、准确的认识和把握。</p> <p><b>能力目标：</b>对金融活动及其宏观金融调控的理论、运行机制和方法、手段等有较全面的认识和理解。</p>	<p><b>任务1：</b>货币和货币制度；</p> <p><b>任务2：</b>信用与利率；</p> <p><b>任务3：</b>金融机构；</p> <p><b>任务4：</b>商业银行；</p> <p><b>任务5：</b>中央银行；</p> <p><b>任务6：</b>金融市场与金融工具；</p> <p><b>任务7：</b>外汇与国际收支；</p> <p><b>任务8：</b>货币需求；</p> <p><b>任务9：</b>货币供给；</p> <p><b>任务10：</b>货币均衡；</p> <p><b>任务11：</b>货币政策；</p> <p><b>任务12：</b>金融风险与金融监管；</p> <p><b>任务13：</b>金融与经济发展。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学法、理论联系实际法等教学方法。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
4	商务礼仪	<p><b>素质目标：</b>掌握运用礼仪规范来提升自己修养的能力。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握商务礼仪的一些基本规范与要求。</p> <p><b>能力目标：</b>具备仪表礼仪、社交一般礼仪、社交公务场合礼仪、商务礼仪、涉外礼仪活学活用能力。</p>	<p><b>任务1：</b>商务礼仪概述；</p> <p><b>任务2：</b>商务人员仪表礼仪；</p> <p><b>任务3：</b>商务人员日常办公礼仪；</p> <p><b>任务4：</b>商务人员交际礼仪；</p> <p><b>任务5：</b>商务旅行礼仪；</p> <p><b>任务6：</b>商务宴请礼仪与舞会礼仪；</p> <p><b>任务7：</b>商务谈判礼仪；</p> <p><b>任务8：</b>会展礼仪；</p> <p><b>任务9：</b>商务仪式礼仪；</p> <p><b>任务10：</b>涉外商务礼仪。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
5	门店销售	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、谦虚好学和勤于思考的精神、团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念、创新、创业、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握门店销售准备、门店销售接近、门店销售沟通、门店销售设计、门店服务设计、顾客关系维护等知识。</p>	<p><b>任务1：</b>门店销售准备；</p> <p><b>任务2：</b>门店销售接近；</p> <p><b>任务3：</b>门店销售沟通；</p> <p><b>任务4：</b>门店销售设计；</p> <p><b>任务5：</b>门店服务设计；</p> <p><b>任务6：</b>顾客关系维护。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使</p>



序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
		<p><b>能力目标：</b>通过门店销售和服务技巧的系统学习，让学生有所知、有所悟和有所获，从而达到新的境界，成为一流的门店销售人员。</p>			<p>用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
6	商品学	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、谦虚好学和勤于思考的精神、团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念、创新、创业、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握商品分类、商品质量与质量管理、商品检验、商品包装、商品储运与养护、食品商品、纺织品商品、日用工业品商品、家电商品、环境与商品设计等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>培养学生介绍商品、鉴别商品、正确使用商品、保养维护商品的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>商品分类；</p> <p><b>任务2：</b>商品质量与质量管理；</p> <p><b>任务3：</b>商品检验；</p> <p><b>任务4：</b>商品包装；</p> <p><b>任务5：</b>商品储运与养护；</p> <p><b>任务6：</b>食品商品；</p> <p><b>任务7：</b>纺织品商品；</p> <p><b>任务8：</b>日用工业品商品；</p> <p><b>任务9：</b>家电商品；</p> <p><b>任务10：</b>环境与商品设计。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
7	客户关系	<p><b>素质目标：</b>理解、尊重客户，具备良好的职业道德素养，正确认知客户管理管理的实践价值。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握客户关系管理战略、客户关系管理的营销策略、客户关系管理系统设计与实施、CRM中的数据分析与应用、客户服务中心、CRM与管理信息系统等知识。</p> <p><b>能力目标：</b>掌握操作和运用客户关系管理系统的能力。</p>	<p><b>任务1：</b>客户关系管理的起源和发展；</p> <p><b>任务2：</b>客户关系管理战略；</p> <p><b>任务3：</b>客户关系管理的营销策略；</p> <p><b>任务4：</b>客户关系管理系统设计与实施；</p> <p><b>任务5：</b>CRM中的数据分析与应用、客户服务中心；</p> <p><b>任务6：</b>CRM与管理信息系统；</p> <p><b>任务7：</b>客户关系管理与企业变革。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

序号	课程名称	课程目标	课程内容	课程类型	教学要求
8	渠道管理	<p><b>素质目标：</b>理解渠道价值以及各成员对于产品价值向终端用户高效传递过程中所发挥的作用。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握分销渠道、设计和开发分销渠道、管理分销渠道、评估与创新分销渠道、网络分销渠道策略、不同行业分销渠道模式选择、国际市场分销策略。</p> <p><b>能力目标：</b>初步具备市场分销渠道的战略与策略制定和实施能力。</p>	<p><b>任务1：</b>认识分销渠道；</p> <p><b>任务2：</b>设计和开发分销渠道；</p> <p><b>任务3：</b>管理分销渠道；</p> <p><b>任务4：</b>评估与创新分销渠道；</p> <p><b>任务5：</b>网络分销渠道策略；</p> <p><b>任务6：</b>不同行业分销渠道模式选择；</p> <p><b>任务7：</b>国际市场分销策略。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>
9	广告实务	<p><b>素质目标：</b>有爱岗敬业、谦虚好学和勤于思考的精神、团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念、创新、创业、开拓发展的精神。</p> <p><b>知识目标：</b>掌握广告策划项目讲授广告学的基本原理，广告的创意及策划技巧。</p> <p><b>能力目标：</b>具备广告创意、文案撰写、广告媒体策划、广告预算、广告设计等能力。</p>	<p><b>任务1：</b>广告导论；</p> <p><b>任务2：</b>广告的起源与发展；</p> <p><b>任务3：</b>广告计划；</p> <p><b>任务4：</b>广告目标与广告预算；</p> <p><b>任务5：</b>广告信息的认知反应与处理过程；</p> <p><b>任务6：</b>广告信息的情感反应；</p> <p><b>任务7：</b>广告调查；</p> <p><b>任务8：</b>广告创意策略；</p> <p><b>任务9：</b>广告文案创作；</p> <p><b>任务10：</b>广告制作；</p> <p><b>任务11：</b>广告媒体及媒体策略；</p> <p><b>任务12：</b>广告模特和广告音乐</p> <p><b>任务13：</b>网络广告；</p> <p><b>任务14：</b>广告管制；</p> <p><b>任务15：</b>广告与社会及国际广告等。</p>	选修	<p><b>教学模式：</b>采用“线上、线下”的混合式教学模式。</p> <p><b>教学方法：</b>任务驱动、案例教学。</p> <p><b>教学手段：</b>多媒体教学+使用在线开放课程辅助教学。</p> <p><b>考核方式：</b>形成性考核（占40%）与终结性考核（占60%）相结合。</p>

## 七、专业课程方案（教学进程总体安排）

### （一）全学程教学时间安排表

表10 全学程教学时间安排表

学期	军事技能	入学教育	理论 (教学+机动)	其他实践教学	毕业设计	顶岗实习	考试	总周数
1	2	1	16 (15+1)	0	0	0	1	20
2	0	0	17 (16+1)	2	0	0	1	20
3	0	0	17 (16+1)	2	0	0	1	20
4	0	0	16 (15+1)	3	0	0	1	20
5	0	0	0	8	5	6	1	20
6	0	0	0	0	0	20	0	20
合计	2	1	66 (62+4)	15	5	26	5	120

注：顶岗实习安排在第五学期和第六学期，不少于6个月；毕业教育融入顶岗实习中。

## (二) 教学进度表

表11 课程教学计划进程表

课程类别	课程名称	课程代码	学分	总学时	理论课时	实践课时	课程性质	考核方式	年级 / 学期 / 课时数						备注		
									一年级		二年级		三年级				
									一	二	三	四	五	六			
									16+4	17+3	17+3	16+4	0+20	0+20			
公共基础课程	思想道德与法制	0611101	3	50	42	8	B	C	2*12	2*13							
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0611103	4	64	56	8	B	C			2*16	2*16					
	形势与政策	0611105	1	40	40	0	A	C	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4				
	心理健康教育	0561101	2	32	32	0	A	C	2*8	2*8							
	体育与健康	0541101	4	132	0	132	B	C	2*16	2*17	2*17	2*16					
	军事技能	0571101	2	112	0	112	C	C	2W								
	军事理论	0571102	2	36	36	0	A	C	4*9							网课	
	入学教育	0571103	1	24	24	0			1W								
	劳动教育	0571104	1	20	0	20	C	C	4H	4H	4H	4H	4H				
	安全教育	0571105	1	16	8	8	A	C	2*4	2*4							
	信息技术	0151101	3	48	24	24	B	S	4*12								
	公共英语	0531101	4	66	66	0	A	S	2*16	2*17							
	高等数学	0521101	4	66	66	0	A	S	2*16	2*17							
	大学语文	0511101	2	32	32	0	A	S	2*16								
	中国优秀传统文化	0511102	2	34	34	0	A	C		2*17							
	职业发展与就业指导	0551101	2	32	26	6	B	C	2*8			2*8					
	创新创业教育	0551103	2	32	16	16	B	C				4*8					
小 计			41	852	518	334			16	12	5	7					
公共选修课	应用文写作	0511201	1	20	18	2	B	C		4*5							
	艺术欣赏(含美育)	0341101	1	20	18	2	B	C		4*5							
	演讲与口才	0511202	1	16	12	4	B	C			2*8						
	公共礼仪	0511203	1	16	12	4	B	C			2*8						
	文学欣赏	0511204	1	16	12	4	B	C				4*4					
	党史国史	0551201	1	16	12	4	B	C				4*4					
小 计			3	52	42	10				2	1	1					
专业(技能)课程	市场营销基础	0222101	4	64	40	24	B	S	4*16								
	管理学基础	0222102	4	64	56	8	B	S	4*16								
	电子商务	0222103	4	68	40	28	B	C		4*17							
	经济学基础	0222104	4	68	60	8	B	S		4*17							
	消费者行为分析	0222105	4	68	40	28	B	C			4*17						
	小 计			20	332	236	96			8	8	4					
	市场调查与分析	0223101	4	68	40	28	B	S		4*17							
	销售管理	0223102	4	68	40	28	B	S			4*17						
	品牌推广	0223103	4	68	40	28	B	S			4*17						
	营销策划	0223104	4	64	40	24	B	C				4*16					
推销技术	0223105	4	64	40	24	B	S				4*16						
商务谈判	0223106	4	64	40	24	B	C				4*16						
新媒体营销	0223107	4	64	40	24	B	S				4*16						
小 计			28	460	280	180				4	8	16					
实践	电子商务综合实训	0224101	1	20	0	20	C	C		20*1							
	信息采集综合实训	0224102	1	20	0	20	C	C		20*1							

课程类别	课程名称	课程代码	学分	总学时	理论课时	实践课时	课程性质	考核方式	年级 / 学期 / 课时数						备注
									一年级		二年级		三年级		
									一	二	三	四	五	六	
									16+4	17+3	17+3	16+4	0+20	0+20	
实训课程	销售管理综合实训	0224103	1	20	0	20	C	C			20*1				
	品牌推广综合实训	0224104	1	20	0	20	C	C			20*1				
	营销策划综合实训	0224105	1	20	0	20	C	C				20*1			
	商务谈判综合实训	0224106	1	20	0	20	C	C				20*1			
	新媒体营销综合实训	0224107	1	20	0	20	C	C				20*1			
	营销技能综合实训	0224108	8	160	0	160	C	C					20*8		
	毕业设计	0224109	5	100	0	100	C						20*5		
	顶岗实习	0224110	20	480	0	480	C						6W	20W	不少于6个月
小计			40	880	0	880									
专业拓展(选修)课程	促销实务	限选	0225201	4	64	40	24	B	C				4*16		
	财务管理B	四选二	0225202	2	32	20	12	B	C	2*16					
	金融学概论B		0225203	2	32	20	12	B	C	2*16					
	商务礼仪		0225204	2	32	20	12	B	C	2*16					
	门店销售	四选二	0225205	2	32	20	12	B	C	2*16					
	商品学		0225206	4	68	40	28	B	C			4*17			
	客户关系		0225207	4	68	40	28	B	C			4*17			
	渠道管理		0225208	4	68	40	28	B	C			4*17			
	广告实务	0225209	4	68	40	28	B	C			4*17				
小计			16	264	160	104			4		8	4			
合计									28	26	26	28			

注：

- 1、课程性质：A表示理论课，B表示理论+实践课，C表示实践课。
- 2、考核方式分为：考试、考查，C为考查、S为考试。
- 3、起始教学周与结束教学周根据实际教学运行情况进行微调。
- 4、“H”表示小时，“W”表示周。
- 5、“公共必修课”与“公共选修课”中课程周课时小计计算方法：该学期该类课程的总课时数除以该学期理论教学周数，近似得出。

### (三) 课时学分统计表

本专业总学时为2840学时，学分为148学分。其中，公共必修课852学时，占总学时的30.00%；实践性教学环节1604学时，占总学时56.48%；专业拓展（选修）课程和公共选修课合计316学时，约占总学时的11.13%。

表12 课时学分统计表

课程类型		课程门数	学分小计	学时分配				实践教学比例(%)
				理论学时	实践学时	学时小计	学时比例(%)	
公共基础课程	公共必修课	18	41	518	334	852	30.00%	39.20%
	公共选修课	3	3	42	10	52	1.83%	19.23%
专业(技能)课程	专业拓展(选修)课程	5	16	160	104	264	9.30%	11.13%
	专业基础课程	5	20	236	96	332	11.69%	28.92%
	专业核心课程	7	28	280	180	460	16.20%	39.13%
	实践实训课程	10	40	0	880	880	30.98%	100%
总计		48	148	1236	1604	2840	100%	56.48%

## 八、实施保障

### (一) 师资队伍

#### 1、总体要求

(1) 按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，生师比不高于24:1，其中高级职称教师不低于20%，双师型教师比例达到70%以上，平均年龄不高于45岁；

(2) 公共课教师应具有与任教课程对口的全日制本科及以上学历，并取得高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；有较强的教学能力；

(3) 专业课专任教师应具有与本专业对口的本科及以上学历，取得高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；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；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历；

(4) 专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师应是本区域或本行业的现场专家，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学和实习实训指导等教学任务；

(5) 实习指导教师应具有与本专业对口的专科及以上学历，并取得专业职业资格。

## 2、专任教师要求

(1) 具备基本的道德情操和扎实的专业知识，具有高校教师资格证书和本专业领域相关专业证书，市场营销，工商企业管理，连锁经营管理，电子商务等专业大学本科以上学历，具有扎实的本专业相关理论功底与实践能力和较强的教学能力，能够积极参与企业实践，通过学校的专业教学能力测试；

(2) 具备较强的信息化教学能力与自学能力、教学组织与教学实施能力；

(3) 能指导学生进行毕业设计、创新设计，能指导学生参加湖南省职业院校技能竞赛。

## 3、专业带头人

(1) 具有副高及以上职称；

(2) 能够较好地把握国内外网络行业、专业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的实际需求，在本区域或本领域具有一定的专业影响力；

(3) 带领课程团队完成课程体系开发，主持制订职业能力标准、课程标准；

(4) 主讲本专业3门以上的核心课程，学生满意度在90%以上；

(5) 有较强的教科研工作能力，具备指导青年骨干教师的能力。

## 4、兼职教师要求

(1) 本专业相关企业的营销精英或销售经理，从事专业工作2年以上；

(2) 责任心强，善于讲解和沟通，具有一定的教学组织及教学实施能力；

(3) 具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验；

(4) 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

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、校内实训室和校外实训基地等。

### 1、专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（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、校内实训室基本要求

校内须建有能够满足包括专业核心课在内的课程实践教学所需、工位足够、设备先进的实训室，如市场调研、营销策划、推销与谈判等实训室。主要设施设备及数量见表 13。

表13 校内专业实训室一览表

序号	实训室名称	主要设施设备			工位(个)	主要功能
		名称	数量	单位		
1	营销策划实训室（专业综合实训室共用）	多媒体设备	2	套	120	①承担课程：《营销策划实训》《营销综合技能实训》《市场营销基础综合实训》课程教学； ②实训项目：头脑风暴法创意、营销方案策划与文案撰写等内容实操。
		电脑	120	台		
		桌椅	120	套		
2	市场调研实训室（销售管理实训室公用）	多媒体设备	2	套	120	①承担课程：《市场调研实训》、《销售管理综合实训》课程的教学； ②实训项目：调研方案制定、调研问卷设计、数据整理分析、调查报告撰写、销售数据分析、诊断与改进等内容。
		电脑	120	台		
		桌椅	120	套		
3	新媒体营销实训室（品牌推广、电子商务实训室公用）	多媒体设备	2	套	120	①承担课程：《新媒体营销》《新媒体营销实训》《品牌推广综合实训》《电子商务综合实训》课程教学； ②实训项目：学生分组模拟实践微信公众平台运营、短视频制作、方案策划、品牌推广和电商项目运营策划等项目实操。
		电脑	120	台		
		摄录设备	2	套		
		手机直播设备	120	套		
		货架	若干	个		
4	商务礼仪现场教室	镜子	若干	个	120	①承担课程：《商务礼仪》课程教学； ②实训项目：形体训练、商务礼仪等项目实操。
		即时录像设备	1	套		
		形体训练器材	若干	套		
		多媒体设备	3	套		



5	推销与谈判实训室	多媒体设备	1	套	60	①承担课程：《推销实训》《商务谈判实训》课程教学； ②实训项目：产品推销、模拟商务谈判等内容等实操。
		录播设备	2	套		
		谈判桌	1	张		
		椅子	12	张		
		盆花	若干	盆		
		谈判桌旗	若干	面		
		计时器	2	台		

### 3、校外实训基地

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，建立紧密的校企合作关系，共同建设功能齐全、岗位足够的校外实训实习基地，为学生相关专业技能的实践训练提供保障。本专业应具备的校外实训基地情况见表14。

表14 校外实训实习基地情况一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数（人）
1	认知实训基地	参观和认知企业营销岗位	企业认知实训	60
2	市场调查实训基地	调研主管	市场调查实训	60
3	营销策划	策划主管等	营销策划实训	60
4	推销与谈判	销售主管、销售代表	推销与谈判实训	60
5	轮岗实训基地	销售岗位、市场运营岗位	企业营销基层岗位的轮岗实训	60
6	顶岗实习基地	销售岗位、市场运营岗位	毕业实习	200

### （三）教学资源

主要包括学生学习、教师专业教学研究、教学参考教材以及教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

#### 1、教材选用基本要求

优先从国家和省规划教材中选用，鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课本教材。禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研室带头

人等参与的教材选用机构，完美教材选用制度，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：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

## 3、数字资源配备基本要求

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、在线开放课程、专业教学资源库、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，满足教学需求。

### （四）教学方法

#### 1、专业课主要教学方法

专业课程的教学应贯彻“以就业为导向，以能力为本位”的教学指导思想，根据市场营销专业培养目标，结合企业实际，在课程内容编排上合理规划，基于符合能力形成规律，集综合项目、任务实践、理论知识于一体，强化技能训练，在实践中寻找理论和知识点。课程组织注重灵活性、实用性和实践性。采用工学一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

#### 2、顶岗实习与社会实践指导方法

顶岗实习与社会实践由学校、企业（单位）、学生三方共同参与完成。学校负责学生顶岗实习与社会实践的组织、实施和管理。

#### 3、信息化教学手段运用

充分利用网络、多媒体、学习空间等信息化手段，改革教学方法，提高教学质量和效果。

### （五）学习评价

#### 1、评价理念

坚持理论与实践相结合，注重对综合素质的评价，突出专业课程与实践岗位对接，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系。

## 2、评价要求

(1) 各课程的考核评价方式选择要符合《××职业学院学生成绩管理办法》的相关规定。

(2) 对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。在课程学习评价考核时采用在线测试、线下笔试、实践作品、书面报告、口试、作业、企业评价、学分认定等多样化的考核形式，综合学生评价、组长评价、教师评价和社会评价等四个方面，从考勤、课堂表现、任务完成情况、知识测试、学生自评、学生互评、组长评价、企业评价和教师评价等多个维度，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价，评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队管理，让学生在活动中增加团队合作意识和开拓创新能力。（各课程评价方式与标准略有差异，详见个课程标准）。

(3) 加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

## （六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

**1、建立专业建设和教学进程质量监控机制。**对教学中各主要环节（教学准备、课堂教学、实验实训、实习、考试、毕业设计等）提出明确的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

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

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

**4、充分利用评价分析结果有效地改进专业教学，**加强专业建设，持续提高人才培养质量。

**5、建立对《专业人才培养方案》、《课程标准》实施情况的诊改机制。**三年

为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：各专业（课程）自我诊改→汇总至专业形成各专业人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各《专业人才培养方案》与《课程标准》质量改进螺旋。如下图所示。

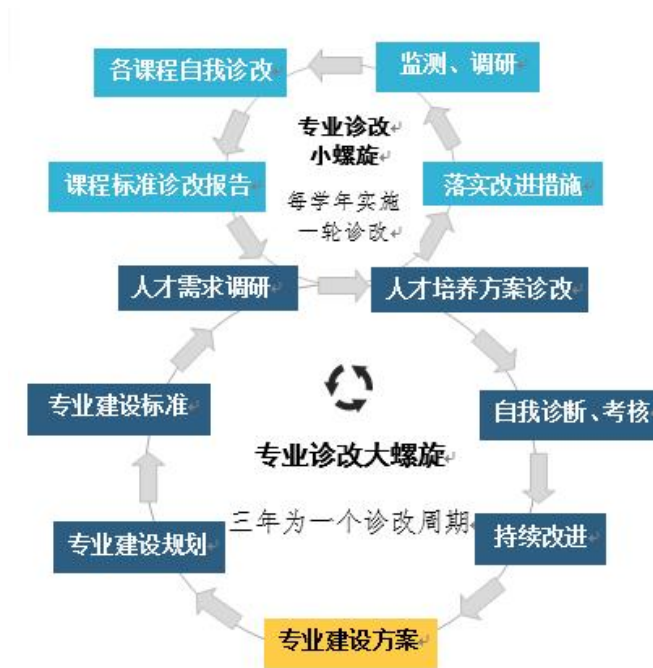


图2 质量改进螺旋图

## 九、毕业要求

学生必须同时具备以下条件，方可毕业：

- 1、学分要求：必须修满 148 学分；
- 2、学生综合素质评价：合格；
- 3、毕业设计要求：合格；
- 4、顶岗实习要求：合格；
- 5、符合我院学籍管理办法中规定的相关要求；
- 6、取得营销专业相关职业资格证书一个；
- 7、英语校内三级：及格。

## 十、附录

附件：

- 1、湖南电子科技职业学院专业人才培养方案制（修）订审核意见表
- 2、湖南电子科技职业学院专业人才培养方案变更审批表

附件 1：湖南电子科技职业学院专业人才培养方案制（修）订审核意见表

人才培养方案专家论证意见

专业名称	市场营销	专业代码	530605	使用年级	2021
论证意见	<p>经过本专业建设指导委员会审核论证本人才培养方案符合《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作指导意见》和《湖南电子科技职业学院关于专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》的有关规定和要求。人才培养目标清晰，课程体系和教学过程合理，实施保障较完善，具有一定的专业办学特色，符合学校目前办学实际，同意该人才培养方案用于市场营销专业的教学实施。</p> <p style="text-align: right;">组长签字：李志长 2021年4月16日</p>				
论证专家（含学生代表）	姓名	单位	职务/职称	签名	备注
	李志长	湖南信息职业学院	学科带头人/副教授	李志长	
	徐建文	湖南工商大学	教授	徐建文	
	陈东升	湖南信息职业学院	学科带头人/副教授	陈东升	
	唐中田	湖南航天信息科技有限公司	财税部部长	唐中田	
	刘桂梅	湖南电子科技职业学院	专业骨干教师/副教授	刘桂梅	
	陈鸿婷	湖南电子科技职业学院	营销 G32001	陈鸿婷	学生代表

二级学院意见:

同意. 请审批.



分院院长 (签字, 盖章)

2021年6月7日

教务处意见:

同意执行



教务处 (签字, 盖章)

2021年6月10日

谭军良

主管教学工作副校长意见:

同意执行

教学副校长 (签字):

2021年6月10日

谭军良

校级党组织意见:

同意实施

校长 (签字): 李国建

书记 (签字): 李国建

2021年6月30日

## 附件 2：湖南电子科技职业学院专业人才培养方案变更审批表

二级学院名称：×××

专业名称		变更年级	
更改内容			
调整原因			
专业带头人意见：   签字： 年 月 日		分院（部）意见：   签字： 年 月 日	
教务处审核意见：        签字： 年 月 日			
主管教学工作副校长意见：        签字： 年 月 日			