



湖南商务职业技术学院
Hunan Vocational College of Commerce

三年制高职 专业人才培养方案

专业名称:	市场营销
专业代码:	630701
适用年级:	2020 级
制订时间:	2020 年 07 月

附件一： 2020 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	市场营销
专业代码	630701
专业建设委员会	<p>人才培养目标、定位准确，课程体系质量合理，符合现代企业的人才培养需求。</p> <p>签名： 李定玲 陈合忠 周志旺 陈志强 郑杰 刘明华 尹钟 2020年4月20日</p>
人才培养方案论证会	<p>人才培养方案符合现代企业人才需求。</p> <p>签名： 李定玲 陈合忠 周志旺 陈志强 谢彦军 郑杰 成莹洁 何明 刘明华 尹钟 2020年5月10日</p>



<p>学术委员会</p>	<p>人才培养目标清晰,课程体系和教学进程合理,实施保障较完善,同意实施。</p> <p>签名: 杨文涛 2020年7月21日</p>
<p>校级党组织 会议审定</p>	<p>人才培养方案符合上级相关文件精神及学校实际情况,同意实施。</p>  <p>签名 (盖章): 2020年7月27日</p>
<p>备注</p>	



编制说明

本方案根据中共中央 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 中央军委国防动员部《关于印发普通高等学校军事课教学大纲的通知》（教体艺〔2019〕1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）、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）等文件要求，对接专业教学标准、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培养需要和我院市场营销专业建设的实际进行编制。

方案在编制过程中，首先制定了《湖南商务职业技术学院市场营销专业人才培养方案制订工作方案》，成立了由市场营销行业企业专家、高职教育专家、专业教师、本专业毕业生和三年级在校学生组成的专业建设委员会，对整个方案制订进行指导和审议；其次，开展了市场营销行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，明确了市场营销专业面向的职业岗位所需要的知识、能力和素质，形成了专业人才培养调研报告；然后，结合调研结果、国家市场营销专业教学标准（2019年7月30日发布）和相关行业企业规范等，设定专业人才培养目标与培养规格，构建专业课程体系，拟定教学进程，明确教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求；最后，组织专业建设委员会全体成员进行了多次的研讨与论证，并经学校学术委员会审议后，提交学校党委审定通过。

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
五、培养目标与培养规格.....	2
(一) 培养目标.....	2
(二) 培养规格.....	3
六、课程设置及要求.....	7
(一) 课程结构.....	7
(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析.....	8
(三) 实践教学体系.....	9
(四) 课程描述.....	10
七、教学进程总体安排.....	82
八、实施保障.....	82
(一) 师资队伍.....	82
(二) 教学设施.....	85
(三) 专业教学资源.....	88
(四) 教学方法.....	89
(五) 学习评价.....	90
(六) 质量管理.....	91
九、毕业要求.....	92
十、其他.....	93
附件 1: 教学进程安排表 (附表一至表六)	94
附件 2: 专业人才培养方案调整审批表.....	103

湖南商务职业技术学院

2020 级三年制高职市场营销专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（专业代码：630701）

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具备同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

1.就业岗位

（1）产品销售类：例如销售主管、销售代表等；

（2）市场运营类：例如调研主管、策划主管、市场主管等。

2.发展岗位

（1）产品销售类：销售经理

（2）市场运营类：市场经理

表1 就业岗位面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要就业岗位(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 (63)	市场 营销类 (6307)	批发业 零售业 (51、 52)	营销员 (4-01-02-01) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)、商 品营业员 (4-01-02-03) 摊商(4-02-02-05)	产品销售 类	市场运营 类	产品销售 类	市场运营 类	(1)市场 营销经理 助理(劳 动和社会 保障部) (2)1+X 证书:网 店运营推 广
				销售主管、 销售代表 等。	调研主管、 策划主管、 市场主管 等。	销售经理	市场经理	

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，适应现代社会需要，紧跟新媒体技术、新渠道模式等营销行业发展、变革趋势，秉承“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化优良传统，面向各类工商企业的市场营销一线岗位，具有良好的人文素养与职业素养，掌握必需的市场调研、推销谈判、营销策划、品牌经营、广告推广、公共关系、客户服务、销售管理等专业知识与技术，具备市场调查与分析、产品销售、商务洽谈、营销活动策划、新媒体营销手段运用、品牌经营与推广、客

户关系维护等专业能力，具有较强的实践操作能力、社会能力、方法能力与一定的创新创业能力，能胜任企业的销售、市场运营等部门主管、经理岗位的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

(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、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) 具有正确的世界观、人生观和价值观，具有良好的营销职业道德与商务礼仪规范，具备强烈商业信誉与集体荣誉感；具有勤奋好学、诚实守信、吃苦耐劳、爱岗敬业、团队合作精神等优良品质；

(4) 具有较强的产品质量意识、品牌意识和营销成本控制意识；具有市场信息素养、客户至上的工匠精神、市场为导向的市场营销理念，以及真诚沟通、互利共赢的处事方式；有全局观与大局观，有敏锐的商业嗅觉，对市场信息的敏锐观察力、准确判断力和严密逻辑思维能力，有较强的时

间观念与自我管理意识，具有较强的企业文化理念与市场规则意识。

(5) 具有“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴；

(6) 具有较强的抗挫折与心理调适能力，理智、真诚、坦荡的性格和良好的人际关系，乐观、积极向上的优良品质，达到教育部《普通高校大学生心理健康工作实施纲要》（试行）所规定的要求，心理健康、人格完善；

(7) 具有一定的审美与人文素养；

(8) 掌握现代体育运动基本知识和基本技能，拥有文体特长或爱好；拥有健康体魄，身体状况符合《大学生体质健康标准》所规定的各项指标。

2.知识要求

(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；

(2) 掌握计算机基础知识、经济理论、商务法律法规政策等；

(3) 掌握市场营销环境分析、市场细分、目标市场选择、市场定位和营销策略制定的基本理论等；

(4) 掌握市场调查方式、方法和流程，数据整理与分析的基本理论，市场调查问卷、调研方案与调研报告的结构等；

(5) 掌握商品基础知识与商品推销的基本原理、模式等；

(6) 掌握商务谈判基本原理、流程与策略等；

(7) 掌握消费者心理与行为基本原理，分析的基本内容与方法；

(8) 掌握市场营销策划的概念、创意以及各类营销策划文案结构与内容；

(9) 掌握微博、微信、社群、短视频等新媒体的类型、传播规律、营销推广技术等营销新知识、新技术；

(10) 掌握客户服务与管理基本概念、原理与服务策略等；

(11) 掌握品牌的内涵、分类、品牌定位、品牌命名、品牌整合传播、品牌延伸、品牌危机处理等理论；

(12) 掌握公共关系构成要素、公共关系工作程序、专题活动设计、公共关系危机处理与公共关系礼仪等知识；

(13) 掌握广告活动的内在规律、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等。

3.能力要求

(1) 专业技能

①具备采集、整理、分析市场信息并撰写调研报告能力；能依据调研报告结论进行预测和决策；

②具备根据顾客需求与产品特点进行商品推销能力；

- ③具备与客户进行商务谈判、完成销售、签订合同能力；
- ④具备新媒体营销手段运用能力；
- ⑤具备合理运用广告媒体进行宣传推广能力；
- ⑥具备促销营销活动策划、文案的撰写以及活动实施能力；
- ⑦具备销售相关的成本控制、预算管理和团队管理能力；
- ⑧具备公共关系事务的处理能力；
- ⑨具备客户关系的维护与管理能力；

(2) 社会能力

- ①较强的社会交际能力；
- ②一定的组织能力和协调能力，社会、环境的适应与应变能力；
- ③良好的团队协作和人际沟通能力；
- ④良好的语言文字表达与写作能力；
- ⑤良好的个人礼仪修养、服务意识、开拓创新、严谨务实的工作作风；

(3) 方法能力

- ①较强的企业现代化办公能力；
- ②善于学习借鉴与可持续发展能力；
- ③一定的对知识的抽象、概括、判断、综合运用能力；
- ④良好的计算机与网络应用能力；
- ⑤良好的市场信息获取、分析、使用能力；

⑥一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程结构

课程体系共分为五个模块：公共基础课程模块（必修、限选、选修）、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展选修课程模块、专业集中实践模块。具体如图 1 所示。

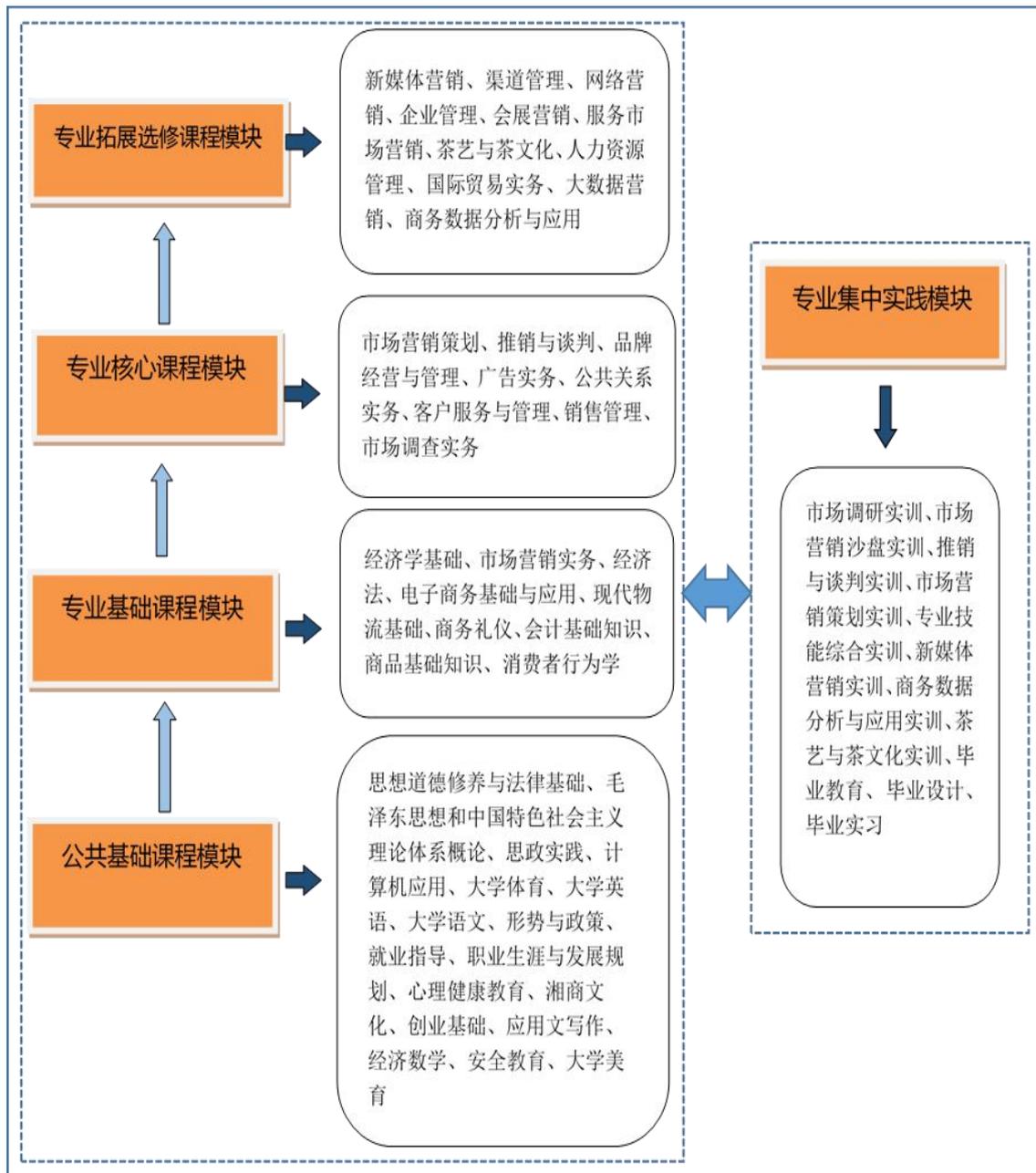


图 1 市场营销专业课程体系图

(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析

专业课程与职业岗位能力要求对应关系如下表 2。

表 2 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

就业岗位	典型工作（项目）	核心职业能力要求	专业课程
产品销售类 岗位	<ul style="list-style-type: none"> (1) 分析客户 (2) 寻找客户 (3) 拜访客户 (4) 业务洽谈 (5) 签订合同 (6) 履行合同 (7) 客户维护 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具备市场调查与分析，发现需求与寻找客户的能力； (2) 具备良好的语言表达和人际沟通的能力； (3) 具备根据顾客需求与产品特点实现商品推荐的能力； (4) 具备运用适当的销售技巧达成交易的能力； (5) 具备与客户进行商务谈判并签订合同的能力； (6) 具备客户关系维护的能力。 	<ul style="list-style-type: none"> 市场营销实务 消费者行为学 推销与谈判 推销与谈判实训 市场调查实务 公共关系实务 商务数据分析与应用 商务礼仪 销售管理 客户服务与管理
市场运营类 岗位	<ul style="list-style-type: none"> (1) 市场调查 (2) 市场分析 (3) 撰写调研报告 (4) 策划营销方案 (5) 组织方案实施 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具备根据主题撰写调研方案和设计问卷能力； (2) 具备市场信息收集与整理能力； (3) 具备市场数据分析并撰写调研报告能力； (4) 具备营销创意策划能力； (5) 具备促销活动、公关主题活动、新产品（品牌）推广等方案的撰写能力； (6) 具备营销策划方案的组织实施能力。 	<ul style="list-style-type: none"> 市场营销实务 市场调查实务 广告实务 公共关系实务 渠道管理 市场营销策划 市场营销策划实训 市场调研实训 商务数据分析与应用 新媒体营销 新媒体营销实训 品牌经营与管理

（三）实践教学体系

表 3 实践教学安排表

序号	实习实训任务或项目	学期	学时	实习实训地点	实训成果	考核方式
1	市场调研实训	2	28	市场调研实训室+校外	调研方案+调研报告	过程考核与作品考核相结合
2	市场营销沙盘实训	2	28	营销沙盘实训室	沙盘经营数据	过程考核与结果考核相结合
3	新媒体营销实训	4	28	新媒体营销实训室+校外	各类方案+过程资料	过程考核与作品考核相结合
4	推销与谈判实训	3	56	校外	企业评价+业绩	过程考核与作品考核相结合
5	市场营销策划实训	4	28	营销策划实训室+校外	策划方案+实施过程资料	过程考核与作品考核相结合
6	茶艺与茶文化实训	4	28	茶艺实训室	操作过程	过程考核
7	商务数据分析与应用实训	4	28	市场调研实训室	实施过程+数据	过程考核与结果考核相结合
8	专业技能综合实训	5	56	市场调研、营销策划、推销与谈判等实训室	方案+实施过程资料	过程考核与作品考核相结合
9	毕业实习	5-6	672	实习单位	实习成绩	过程与业绩结合
10	毕业设计	5-6	28	校内外	毕业设计作品	毕业设计作品考核

（四）课程描述

1. 公共基础课程模块

（1）思想道德修养与法律基础（48学时，3学分）

素质目标：具备思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

知识目标：理解并掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。

能力目标：能够领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社

会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的主力军；形成正确的道德认知，积极投身道德实践，做到明大德、守公德、严私德；能够全面把握社会主义法律的基本精神，理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，做到尊法学法守法用法。

主要内容：主要包括马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观教育。

教学要求：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核为实践成果汇报+笔试。主要教学场所为多媒体教室。选用马克思主义理论研究和建设工程重点教材和思想政治理论课最新版本统编教材。任课教师应具有扎实思政理论基础。

(2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(48学时，3学分)

素质目标：具备坚定的社会主义信念，具备民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导，增强执行党的基本理论、基本路线、基本纲领和践行新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设者和接班人。

知识目标：理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”

重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想的形成、发展、主要内容、历史地位和意义；明确新民主主义革命理论、社会主义改造理论的内容和意义；掌握坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”发展战略、国防和军队现代化、中国特色大国外交和新时期坚持和加强党的领导等相关内容。

能力目标：能够理论联系实际，具有一定的政治素养，能正确认识社会、分析社会现象；拥有积极进取、开拓创新、勤奋学习的能力；拥有较强的语言表达能力、逻辑分析能力、观察力等非专业能力。

主要内容：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在不同历史时期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；课程以马克思主义中国化最新理论成果为重点，从党的十九大报告中的“八个明确”和“十四个坚持”入手，引导学生全面把握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系。

教学要求：采用了系统讲授、专题讲授、课堂讨论和案例分析等多种教学方法，通过多媒体音频和视频等多种教学方式在教学过程中的结合运用，使理论具体化，观点问题化，过程互动化，结论自助化。本课程考核为平时成绩+期末闭

卷考试。主要教学场所为多媒体课室。选用马克思主义理论研究和建设工程重点教材和思想政治理论课最新版本统编教材。任课教师应具有扎实理论基础。

（3）思政实践（16学时，1学分）

素质目标：具备坚定的社会主义信念，增强民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导，增强执行党的基本理论、基本路线、基本纲领和践行新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设者和接班人。

知识目标：通过亲身实践，了解中国特色社会主义的发展历程，改革开放的伟大成就，进一步加深对习近平新时代中国特色社会主义思想基本内容的理解，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质。

能力目标：增强运用马克思主义立场和观点发现实际问题、分析实际问题以及解决实际问题的能力；增强认识能力、思辨能力和实践能力，在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。

主要内容：学生以实践小组的方式参与教学，围绕思想政治理论课的主要内容，结合专业特点开展研究性学习成果展示、读书报告会、行走的课堂或其他实践活动，并提交实践作品。

教学要求：以学生实践为主，根据《大学生思政实践手册》的具体要求开展，并进行优秀作品展示汇报。任课教师应做好学生的实践指导。

（4）形势与政策（40学时，1学分）

素质目标：具备感知国情民意的意识，具备树立“四个意识”、坚定“四个自信”的意识，做担当民族复兴大任的时代新人。

知识目标：准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略；正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。

能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力，能对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点和疑点问题进行思考、分析和判断。

主要内容：主要包括“全面从严治党、经济社会发展、涉港澳台事务、国际形势政策”等4个专题教育。

教学要求：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核为线上过程考核+线下平时成绩。主要教学场所为多媒体教室。选用中宣部时事报告杂志社主编的《时事报告大学生版》最新版本教材。任课教师应具有扎实思政理论基础。

（5）军事技能（112学时，2学分）

素质目标：增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，增强组织纪律性，提升综合素质。

知识目标：学习军事理论，加强国防教育，掌握军事技能；了解学院规章制度和专业学习要求。

能力目标：掌握军事基础知识，拥有基本军事技能，能够有分析判断和应急处置能力，拥有安全防护能力。

主要内容：按照教育部、中央军委国防动员部印发《普通高等学校军事课教学大纲》（教体艺〔2019〕1号）实施，具体内容有：①军事理论：主要讲述中国国防知识、军训理论知识、兵器知识和军事高技术等内容。②军事技能训练：包括解放军条令、条例教育与训练、轻武器装备知识与训练、综合训练等内容，其中以队列条令中的立正稍息、整齐报数（基本队形）、停止间转换、跨立与立正、蹲下与起立、坐下与起立、敬礼、敬礼与礼毕、三大步伐，分列式为主；并结合学院实际适时组织和开展有关评比活动和健康有益的文化活动，培养学生的集体荣誉感。③入学教育：在军事训练中穿插进行专业教育、网络安全、学籍管理、安全教育、法制讲座、国防教育等内容。

教学要求：以实践实操为主，以中国人民解放军军队条令条例为依据，严格要求，严格训练，培养学生良好的军事素质。课程成绩从纪律、行为规范、竞赛活动等方面进行考核

和评定；根据《普通高等学校军事课教学大纲》（教体艺〔2019〕1号）要求选定教材；任课教师应具备扎实的军事理论基础，掌握熟练的军事技能。

（6）军事理论（36学时，2学分）

素质目标：具备爱国主义精神和红色基因，具备基本国防素质。

知识目标：学习军事思想与理论，了解军事科技与发展，增强国防与国家安全意识。

能力目标：拥有军事理论知识，拥有国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。

主要内容：根据教育部、中央军委国防动员部印发《普通高等学校军事课教学大纲》（教体艺〔2019〕1号）要求，以中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备为主要内容。

教学要求：坚持课堂教学和教师面授在军事理论课教学中的主渠道作用，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，注重教学的时代性、针对性和有效性。课堂授课以多媒体教室为主；课程考核以过程考核和期末考核相结合；根据《普通高等学校军事课教学大纲》（教体艺〔2019〕1号）要求选定教材；任课教师应具备扎实的军事理论基础。

（7-10）大学体育（112学时，7学分）

素质目标：具备抗挫折能力和情绪调节能力，具备坚强的意志品质；在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉，树立群体意识和集体荣誉感，具备良好的体育道德和团结协作、遵纪守法以及自控自律的优良品质；养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式。

知识目标：掌握体育与健康的基本知识和运动技能，形成终身锻炼的意识和习惯；根据自己的兴趣爱好和不同需求，选择个人喜爱的方法参与体育活动，挖掘运动潜能，提高运动欣赏能力，形成积极的余暇生活方式；掌握与职业相关的职业性疾病的预防与康复知识，通过体育锻炼，提升与职业相关的关键身体素质和素养，为顺利从业与胜任工作岗位打下良好的基础。

能力目标：增强体质，增进健康，全面提高体能，能够对自然环境有较强地适应能力，身心得到全面发展（生理）；拥有终身锻炼身体的意识和习惯（监测方法）；能够拥有2项以上健身运动的方法，科学地进行体育锻炼（锻炼方法）；改善心理状态，建立良好的人际关系，养成积极乐观的生活态度，具有一定的体育文化欣赏能力（心理）。

主要内容：主要介绍体育理论、开展体育技能训练。一年级开展田径、篮球、排球、武术等基础教育；二年级开展体育选项课程教学。

教学要求：采用示范讲解、情境教学、教学比赛递加法、

分解法、游戏法等教学方法，帮助学生逐步掌握运动技术，并且结合专项素质训练巩固练习；利用网络教学平台、多媒体、视频等信息化教学方法与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。任课教师应具有系统的体育教学专业知识，较强的课堂组织能力，以及良好的职业道德和责任心。

（11）心理健康教育（32学时，2学分）

素质目标：具备良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，具备良好的心理素养，为终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。

知识目标：普及心理健康保健知识，了解心理健康有关理论和基本概念，掌握心理发展规律、心理问题产生的原理。

能力目标：具有自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。

主要内容：主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及关于自我认识、情绪控制、压力管理、人际关系、爱的能力培养等相关心理学知识和技巧。

教学要求：以课堂活动体验为主，教师讲授、自主学习、课后实践拓展为辅，通过讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学效果。课程考核为平时成绩+期末考试；主要教学场所为多媒体教室；选用湖南省教育厅统编教材和职业院校国家规划教材；任课教师应具有扎实理论基础。

（12）职业发展与就业指导（一）（16学时，1学分）

素质目标：具备职业生涯发展的自主意识，具备正确的人生观、价值观和就业观念；能够把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展积极、主动付出。

知识目标：基本了解职业发展的阶段性特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性、社会环境和职业分类。

能力目标：具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能，具有自我管理能力和人际交往能力等各种通用能力。

主要内容：主要包括高职与生涯发展、职业世界、职业自我探索、生涯理论与决策、高职成长计划等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，职业测评和生涯手册为辅，通过情景任务、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。课程考核为项目作业+笔试。主要教学场所为多媒体教室。选用国家规划教材和校本特色教材。任课教师应具有扎实理论基础和职业生涯指导经验。

（13）职业发展与就业指导（二）（16学时，1学分）

素质目标：具备生涯发展自主意识，正确的人生观、价值观和就业观念；能够把个人发展和国家需要、社会发展相结合。

知识目标：了解就业形势与政策法规，掌握基本的劳动力市场信息；了解求职全过程、求职安全和就业权益维护的

相关知识。

能力目标：能够有效地进行简历写作和投递，能够在求职面试时正确地应对与应答，能够进行有效沟通，有效地解决就业中面对的各种问题等。

主要内容：主要包括就业形势和政策指导、信息指导、求职准备指导、求职技巧指导和职场适应指导。

教学要求：以教师课堂讲授为主，专家辅导、模拟求职为辅，通过情景任务、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。课程考核为项目作业+笔试。主要教学场所为多媒体教室。选用国家规划教材和校本特色教材。任课教师应具有扎实理论基础和求职辅导经验。

（14）创业基础（32学时，2学分）

素质目标：具备善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识；具有自主学习的动力，不怕困难、勇于探索、挑战自我、坚持不懈的意志品质；具备创业精神，能用创业的思维和行为准则开展工作。

知识目标：了解创业的本质与社会意义，创业者的特质与培养方式；认识企业和商业创意，了解企业含义、企业类型以及商业画布。

能力目标：能够具有资源整合、团队建设等创业技能，并能将企业管理、财会、法律等相关课程基础专业知识灵活运用在创业活动各环节。

主要内容：主要介绍创业与创业精神，创业与生涯发展，创业者与创业思维，创业资源、创业风险、创业团队以及创业机会等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，专家指导、模拟创业为辅，通过情景任务、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。课程考核为项目作业+笔试。主要教学场所为多媒体教室。选用国家规划教材和校本特色教材。任课教师应具有扎实理论基础。

（15）劳动教育（16学时，1学分）

素质目标：具备正确劳动价值观，养成良好的劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感，弘扬工匠精神。

知识目标：全面掌握和理解中国特色社会主义劳动观，理解劳动的价值、意义和对人类社会发展的作用，主动认识并理解劳动世界。

能力目标：能够理论联系实际，尊重劳动、尊重人民，拥有积极进取、开拓创新、勤奋学习的能力。

主要内容：主要开展“劳动精神、劳模精神、工匠精神”等专题教育。

教学要求：主要通过多媒体音频、视频等教学方式和手段，提高教学的实效性，主要教学场所为多媒体课室，选用高职院校劳动教育最新版本统编教材。

（16）劳动实践（28学时，1学分）

素质目标：具备吃苦耐劳精神，增强团队协作意识和集体荣誉感，树立劳动最光荣的价值导向。

知识目标：掌握各相关劳动岗位工作职责和安全规程。

能力目标：熟练掌握各类劳动设备和劳动工具的使用方法，拥有劳动过程中的组织、协调、沟通能力。

主要内容：开展家庭劳动，为父母分担家务；开展学生宿舍、教学场所和公共区域的卫生打扫；组织学生到学校食堂、周边社区、实训基地等场所开展志愿服务劳动。

教学要求：通过二级学院组织召开的主题班会，培养学生劳动观念，教育学生在寒暑假开展家庭劳动；学工处以分散劳动的方式分配劳动任务，主要劳动场所为学生宿舍、教学场地和公共区域；校团委组织开展“劳动周”活动，根据各专业特色，定期组织学生到学校食堂、周边社区、实训基地等场所开展志愿劳动服务。

（17）马克思主义辩证唯物论（16学时，1学分）

素质目标：具备理论联系实际的马克思主义学风，端正认识，健全人格，提高自身素质；树立科学的理想信念，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦奉献青春、智慧和力量。

知识目标：掌握马克思主义世界观和方法论，从整体上把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，养成科学的思维方式。

能力目标：能够正确分析问题，拥有哲学思辨能力和服

务社会能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。

主要内容：紧紧围绕世界的多样性与物质统一性这一主题，从世界观与哲学基本问题、物质及其存在形态、物质与意识的辩证关系、世界的物质统一性等方面来阐述马克思主义唯物论的基本原理。

教学要求：通过系统讲授、课堂讨论、案例分析等教学方法，将抽象理论形象化，静态知识生动化。课程考核为笔试；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实理论基础。

（18）红色潇湘（16学时，1学分）

素质目标：具备社会主义信念，增强民族自豪感、自尊心和自信心；热爱湖南、热爱家乡，积极投身家乡建设，立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设者和接班人。

知识目标：全面掌握中国新民主主义革命时期和社会主义建设时期湖南共产党人所进行的艰苦革命斗争；熟知湖南红色革命历史上著名的革命人物和革命故事；理解湖湘红色精神的渊源、发展和实质；思考当代大学生所肩负的新时代使命和责任。

能力目标：能够理论联系实际，提高了政治素养，能够正确认识历史、认识社会；能够积极进取开拓创新、勤奋学习；拥有较强地语言表达能力、逻辑分析能力和观察力等通用能力。

主要内容：以湖南党史为主线，通过岁月如歌、璀璨星光、红色精神等教学模块，介绍湖南共产党人领导的艰苦卓绝的革命斗争、著名红色人物、典型红色故事等，把弘扬红色文化与大学生思想政治教育结合起来。

教学要求：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核为分小组实践成果汇报展示；主要教学场所为多媒体教室和思政实践教学中心；任课教师应具有扎实思政教学功底和党史理论基础。

（19）中国优秀传统文化（32学时，2学分）

素质目标：具备对中国传统文化的热爱之情，具备民族自豪感、自信心，具备爱国主义感情，形成积极的人生态度和正确的价值观；吸取中国传统文化精髓，学会处理人与人、人与社会之间的关系；提高文化素养与文化品位，丰富精神世界。

知识目标：熟知并传承中国传统文化基本精神，领会中国传统文化哲学、文学、艺术、科技、教育、民俗等文化精髓和成果；理解和认识中国传统文化优秀要素和思维模式。

能力目标：能诵读传统文化中的名篇佳句；能够感悟传统文化的精神内涵；能掌握学习传统文化的方法，养成学习传统文化的良好习惯；能从文化的视野分析，解读当代社会的种种文化现象。

主要内容：主要包括中国古代哲学、中国古代文学、中国古代艺术、中国古代科技、中国古代教育、中国古代民俗等知识。

教学要求：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、实践体验、任务教学、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高学生学习兴趣，拓展学生的视野。课程考核以过程考核与结果考核相结合；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有传统文化理论基础。

（20）湘商文化（16学时，1学分）

素质目标：具备湘商新人气质，树立厚德崇商思想，丰富人文素养，为今后从业奠定文化内涵和塑造意志品格。

知识目标：掌握湖湘文化和湘商文化内涵；了解湖湘文化浸润与湘商文化发展；熟悉湖南商业历史遗迹；探究湘商精神的构筑与表现；感知湘商成就与创业经验。

能力目标：能够理解并运用湘商精神分析、思考商业行为；能够吸取湘商精英成功经验和失败教训；具备优秀商人的思辨能力和沟通交流能力。

主要内容：主要包括湘源源流、湘商精神、湘商风物、湘商精英等内容。

教学要求：以教师课堂讲授为主，实践教学、线上教学为辅，注重教学的时效性和提升学生的主观能动性。课程考核以过程考核与结果考核相结合，实现评价内容多元化、评

价方式多元化；主要教学场所为多媒体教室；选用自编教材《湘商文化教程》开展教学；任课教师应具备扎实的理论基础和良好的师德师风。

（21）大学语文（48学时，3学分）

素质目标：具备独立精神与合作意识，培育和滋养其健全的人格与社会关怀意识以及社会责任感；关注人的尊严与使命、人的权利与责任、人类共同发展的需要与追求人类和自然的和谐与共同发展。

知识目标：掌握基本的文学常识，掌握不同文体的阅读欣赏理论、方法。了解中国文学史的基本线索，熟悉若干重点作家及其作品。

能力目标：能够用带规律性的知识和方法阅读、欣赏、评价（品味语言、领悟形象、体验情感）一般古今中外文学作品；能够写一般的赏析文章，提高阅读、表达能力；能够感受、领悟语言文字的巨大魅力，激发想象力与创造力。

主要内容：讲授内容包括：神话，人类童年的产物；语言，人类交流的平台；文字，人类文化的基石；文学，人类情感的载体；礼仪，人类交际的准则；表演，人类娱乐的舞台；典籍，人类精神的宝藏；中文，多元文化的奇葩。以上内容涵盖了中文世界的基本文化内涵，篇章与篇章之间也有一定的逻辑性，按照人类文明发展的线索进行编排，让学生从世界性的视野来看待中文世界。

教学要求：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、案例分析、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性和趣味性。课程考核为学习成果汇报+笔试；主要教学场所为多媒体教室；选用高等职业教育规划最新版本教材；任课教师应具有扎实的理论基础和人文素养。

（22）应用文写作（48学时，3学分）

素质目标：通过各类文体内容的学习和训练，具备良好的职业道德素质和社会适应力；具备严谨周到的工作作风。

知识目标：了解应用文的涵义及学习的必要性；理解应用文常用文种的主题、材料、结构、语言知识；掌握应用文主题的确立和材料的选择以及写作特点。

能力目标：能够根据各类活动确立其写作主题，写作常见公文，具有较好的文字表达能力、写作能力和人际沟通能力；能够正确使用应用文的专门用语；能够阅读、辨析一般行政类文书和事务类文书。

主要内容：主要讲授通知、请示、函等党政机关行政公文及计划、总结、竞聘词、启事等事务文书，以及毕业设计的写作格式规范。

教学要求：采用任务教学法，激发学生思维；采用多方评价机制，提高学生学习的积极性；采用学生主体、教师主导的教学方式，提高学生解决实际问题能力等。课程考核包

括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；选用高等职业教育规划最新版本教材；任课教师应具有扎实的理论基础和应用文写作能力。

(23-24) 大学英语 (64 学时, 4 学分)

素质目标：素质教育为本，具备良好的职业道德和爱岗敬业精神，树立正确的人生观和价值观，养成良好的英语学习习惯，培养跨文化交际意识，增强自主学习和终身学习意识，提升综合文化素养。

知识目标：掌握职业生存和发展所必需的英语语言基础知识，熟练掌握职业岗位场景中涉及的词汇、惯用表达和高频句式；了解各种英语应用文体的结构，掌握快速阅读技巧；掌握基本的翻译策略和方法，以及常见英语应用文的写作格式和技巧。

能力目标：具备在日常生活和商务情景中应用英语的能力，能用英语在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流；能借助词典阅读和翻译一般难度的英语业务资料；能套写常见的英语应用文；具备一定的跨文化交际能力。

主要内容：包括英语语言基础知识，必要的词汇量和语法规则，英语听、说、读、写、译的技能训练，一定的外语习得策略和跨文化交际知识等。

教学要求：采取线上、线下混合式的分层教学模式；采

用讲授法、情境教学法、角色扮演法和任务驱动教学法等教学方法，利用信息化手段组织教学。课程考核以形成性考核与结果性考核相结合；主要教学场所为多媒体教室；选用职业教育国家规划教材；教师应具备扎实的英语语言基本功，能熟练运用各种信息化手段，具有全球视野。

（25）经济数学（48 学时，3 学分）

素质目标：具备积极严谨的学习习惯，找到自己适合的有效的学习方法。形成实事求是的工作作风，具备细心、全面、逻辑性强、精益求精的数学基本素质。

知识目标：了解微积分的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。掌握常用的经济函数的建立、函数极限的定义，理解函数连续的定义；掌握相关知识的解题方法。

能力目标：具有一定的运算能力、逻辑推理能力、抽象概括能力、综合运用所学知识分析和解决实际问题的应用能力、运用数学工具的能力和自学能力。

主要内容：主要讲授函数、极限、导数、微分、不定积分、定积分及其应用。

教学要求：结合学生实际，遵循“以应用为目的，以必需、够用为度”的原则，通过课堂讲授、任务驱动等方式开展教学。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；选用高等职业教育规划最新版本教材；任课教师应具有扎实的数学理论基础。

(26) 高等数学 (48 学时, 3 学分)

素质目标: 具有高尚的科学观, 实事求是, 尊重客观规律。有较强的求知欲, 崇尚科学思维; 具有不怕困难、战胜困难的信心; 具有热爱生活、团结协作的精神; 有理想、有抱负, 热爱祖国, 具有振兴中华的使命感和责任感。

知识目标: 了解微积分的发展史, 认识微积分的重要性、抽象性、实用性, 进而认识科学发展的一般规律。理解极限的概念, 掌握极限的运算法则, 能够熟练计算一般函数的极限。理解微积分的概念, 掌握微积分的运算法则, 能够熟练计算一般函数的微积分。

能力目标: 具有一定的数学建模思想, 并具有将这种思想贯穿于整个提出问题、分析问题、解决问题全过程的能力; 有一定的自学能力和将数学思想扩展到其它领域的的能力。

主要内容: 主要讲授函数、极限、导数、微分、不定积分、定积分及其应用等内容。

教学要求: 注重对接专业需求, 教学过程融入数学建模思想, 以任务驱动为主线。课堂教学注重方法多样化、教学手段信息化、考核方式过程化。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分; 主要教学场所为多媒体教室; 选用高等职业教育规划最新版本教材; 任课教师应具有扎实的数学理论基础。

(27) 概率论与数理统计 (48 学时, 3 学分)

素质目标：具备积极的学习态度以及克服困难的勇气，具备较为严谨的逻辑思维习惯，用辩证的思想来看待生活中出现的问题。

知识目标：掌握概率、样本空间、随机变量及其分布、随机变量的数字特征等概率论的基本知识，掌握统计学中的参数估计、假设检验的思想与方法，学会收集、分析与处理数据的方法。

能力目标：具有能在一定程度上分析和解决实际问题的能力，能够较为熟练运用数据处理、数据分析和数据推断的各种方法。能以“概率的思想”去分析生活中的问题，会用“统计的方法”合理收集整理数据，为管理者提供有效的决策依据，具有解决一些专业中出现的实际问题的能力。

主要内容：主要讲授随机事件、概率、随机变量及其分布函数、统计量及其分布、参数估计、假设检验以及方差分析与回归分析。

教学要求：以任务驱动为主线，着重突出概率统计思想方法的教学，淡化运算技巧，并结合高职专业学生自身特点，增设与理论教学配套试验课，使学生掌握常用软件。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；选用高等职业教育规划最新版本教材；任课教师应具有扎实的数学理论基础。

(28) 计算机应用 (40 学时, 2.5 学分)

素质目标：具备不断进取、精益求精的工匠精神；具备团队合作意识、创新意识，养成缜密严谨的思考习惯。提升综合职业素质。

知识目标：了解计算机操作系统的功能，掌握 Windows 操作系统的基本操作方法；掌握使用文字编辑软件（Word）排版各类文档的方法；掌握使用电子表格处理软件（Excel）处理数据的方法；掌握使用演示文稿制作软件（PowerPoint）设计演示文稿的方法。

能力目标：具有利用 Office 办公软件熟练解决生活中、工作中遇到的与计算机应用相关实际问题的能力；具有举一反三、善于观察、善于思考和总结的能力。

主要内容：主要讲授 Windows 操作系统的安装以及操作系统的管理与维护知识，以及文字编辑软件（Word）、电子表格处理软件（Excel）、演示文稿制作软件（PowerPoint）的使用方法。

教学要求：采取案例式教学，讲练结合，以教师讲授为主，学生实践操作为辅；课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；所有教学活动都在计算机机房进行；任课教师应具有扎实的理论基础，同时对计算机软件的操作非常熟练。

（29）信息技术素养（40 学时，2.5 学分）

素质目标：具备诚实守信意识、信息安全意识，懂得尊

重他人隐私、保护知识产权等理念。养成认真学习，勇于思考和实践的学习习惯。

知识目标：了解信息意识、信息论理、信息安全等知识，掌握信息检索与获取的方法，并掌握信息应用的各种技术。

能力目标：具有通过各种搜索引擎进行信息的检索与获取的能力，具有对信息的真实性、时效性进行合理评价的能力，具有遇到问题多动脑动手、多思考、寻求多种方法解决问题的能力。

主要内容：信息意识、信息论理、信息检索与获取、信息评价、信息管理与处理、信息应用等。

教学要求：采取案例式教学，讲练结合，以教师讲授为主，学生实践操作为辅；课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；所有教学活动都在机房进行；任课教师应具有扎实的理论基础，同时对计算机应用软件的操作非常熟练。

（30）安全教育（16学时，1学分）

素质目标：树立“安全第一”的思想观念，形成正确的安全观，提升安全防范意识，牢固树立整体国家安全观，增强国家安全意识，将安全问题与个人发展和社会、国家需要紧密结合，为国家安全作出应有的贡献，并付出积极的努力。

知识目标：了解安全基本知识，熟悉校纪校规，掌握人身安全、财产安全、消防安全、食品安全等安全法律法规知

识。

能力目标：具有基本的安全防范、自我保护技能，具备防灾避险、突发应急事件处理能力和较强的安全管理能力。

主要内容：讲授大学生校园生活安全、消防安全、网络安全与计算机违法犯罪预防、人身与财产安全、交通与旅行安全、施救、自救与安全服务、社交与求职安全、卫生健康安全、国家与社会安全等相关知识。

教学要求：综合运用课堂授课、讲座、消防演习等方法，利用实景、实物或网络资源组织教学；课程考核以过程考核为主；优先采用国规教材；教师应具有安全或安保方面的知识和工作经验。

（31）大学美育（16学时，1学分）

素质目标：初步树立正确、进步的审美观，具备高尚、健康的审美理想和审美情趣，发展对美的事物的感受力、鉴赏力、创造力，提高在审美欣赏活动和审美创造活动中陶冶情操、完善人格、进行自我教育的自觉性。

知识目标：掌握美学基本理论，理解美的本质、美的表现形态、美的范畴、以及中西部分美学基本理论等。

能力目标：具备一定的理解美、追求美、鉴赏美、创造美和传递美的能力；能够以审美的心胸从事现实事业，使自己得到全面和谐的发展；在当今社会文化语境中，能够自觉经营情感发达、境界高远、富有意义的美丽人生。

主要内容：包括音乐艺术、影视艺术、舞蹈艺术、美术艺术、校园文化艺术、文学艺术等。

教学要求：采取灵活的教学方法，除课堂教学外，开展丰富多彩的第二课堂活动；课程考核以过程考核为主；优先采用国规教材；教师应具有较高的审美修养，具备基本的美学知识和过硬的专业技能。

2. 专业基础课程模块

(1) 市场营销实务（64 学时，4 学分）

素质目标：培养“以需求为中心”的市场观、营销意识、品牌价值理念和商业信誉观，建构正确的营销思维，确立诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、爱岗敬业的工作态度，树立正确的营销观念和创新意识，具备积极进取、勇于探索的职业精神和良好的团队协作意识。

知识目标：正确理解市场与营销涵义，理解顾客价值理论，掌握市场营销环境内容及分析方法，掌握消费者行为分析的内容，掌握市场细分、目标市场选择和市场定位的主要内容与策略，掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。

能力目标：能对某个特定企业进行市场营销环境的分析；能比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并采取相应的营销策略；能正确运用细分依据与细分方法对企业所面对的整体市场进行细分；能精准选择目标市场并对

市场进行定位；能运用营销 4P 理论对企业营销策略进行设计；具有一定的营销团队管理能力。

教学内容：主要包括营销基础概念、营销观念、市场分析、市场细分、目标市场确定、市场定位、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和营销团队建设等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，采取线上线下混合式教学模式，综合运用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等教学方法，借助超星等线上学习平台，以及多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段提高教学的有效性。课程考核方式为期末考试（闭卷）+平时考核。主要教学场所为多媒体课室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的市场营销理论功底和一定的实践经验。

（2）商务礼仪（32 学时，2 学分）

素质目标：培养“以礼待人”的意识，养成良好的待人接物习惯，规范商务场合言行举止；培养良好的情商、德商、逆商和健商；塑造学生尊重自己，尊重他人的思维方式；训练学生的学习力和创新力；养成学生严谨敬业的职业态度和工作精神。

知识目标：了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性，了解国际商务交往中不同国家的文化差异和风俗礼仪；掌握商务礼仪的基本知识；掌握日常交际、商务交往、公务

礼仪、商务沟通礼仪和涉外商务礼仪等各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法。

能力目标：具备规范商务场合行为、打造良好商务人员形象的能力，具备组织、策划简单商务活动以及灵活运用各种商务礼仪技巧的能力，能正确运用所学的礼仪知识分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法。

教学内容：主要包括商务礼仪个人形象设计、商务交往中的日常交际礼仪、商务交往中的常用公务礼仪、商务沟通礼仪和涉外商务礼仪等内容。

教学要求：教师课堂讲授、示范和学生操练相结合，通过课堂讲授、案例分析讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为期末考试+平时成绩。主要教学场所为多媒体课室和形体房。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的礼仪理论功底和一定的实践经验。

（3）消费者行为学（48学时，3学分）

素质目标：培养敏锐的消费者行为风向判断力，开拓引领消费者行为的创造力，规范理性的消费观念与消费行为，提升职业道德和商业伦理素养。

知识目标：了解消费者行为的基本理论，消费的需要、消费者购买动机与购买行为之间的关系；掌握消费者行为学研究的基本方法，消费行为特征及影响因素，消费者的购买

决策过程，以及消费者购买的基本心理规律。

能力目标：具备分析消费者需求与购买行为的能力，能运用购物环境的变化诱导消费者购买行为，能针对不同消费群体特征，制定实用的营销策略，并能灵活处理企业营销中存在的具体问题。

教学内容：主要从个人因素、环境因素以及营销因素三大方面分析影响消费者行为的主要方式。个人因素主要包含消费者的感知，消费者的需要与动机，消费者的学习，消费者的态度，消费者的个性等；环境因素主要包括社会环境（社会文化、社会阶层、参照群体、家庭等）和物理环境（指购物环境和情境）；营销因素主要包括商品名称、商标、商品包装、定价及网络营销等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，采用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法，使学生学会如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为，树立正确的职业道德观，并借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段提高教学的有效性。课程考核方式为期末考核（闭卷）+平时考核的方式，主要教学场所为多媒体课室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材；任课教师应具有扎实的理论基础。

（4）经济学基础（48学时，3学分）

素质目标：培养边际、均衡与博弈等理性的、辩证的经

济理念与思维方式，全面、客观地看待、分析与处理问题的处事方式，经济的生活方式，以及培养学生热爱经济科学、实事求是的工作作风和勤于思考的创新精神。

知识目标：掌握价格理论、弹性理论，理解消费者均衡的含义与条件，领会生产理论、成本理论、市场结构与厂商均衡理论，了解生产要素的分配及市场失灵相关知识；了解国民收入核算的两种基本方法、国民收入决定理论以及失业和通货膨胀相关知识，理解财政政策和货币政策。

能力目标：能够运用价格理论、弹性理论分析具体经济现象，理解市场机制的作用规律；能理性认知实际生活中各种消费现象，学会合理消费、理性消费；能初步分析企业的生产行为，并结合市场结构类型对面临的市场做出正确判断，制定适合的策略方案；能够分析和接受现实经济中存在的市场失灵现象，并提出基本的解决思路；能够对政府所采取的经济政策作出理论上的解释，并能分析政府所采取的经济政策对经济实践的影响。

教学内容：包含微观经济学和宏观经济学两部分，微观经济学是以价格理论、消费者行为理论、厂商理论、市场理论、收入分配理论、市场失灵理论等为教学内容；而宏观经济学则以国民收入核算理论、凯恩斯国民收入决定理论、经济周期与经济增长理论、失业和通货膨胀理论、宏观经济政策等为教学内容。

教学要求：还原经济学“生活化”本质，注重知识的实用性和与生活的贴近性，突出学生的经济理念、经济思维素质的培养，着重提高学生运用经济理论分析现实经济现象、解决经济问题的能力。课程考核方式为期末考试+平时考核的方式，主要教学场所为多媒体教室，优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的经济学理论功底和一定的经济领域相关实践经验。

（5）商品基础知识（32学时，2学分）

素质目标：培养商品销售、储存等岗位职业道德，提升鉴别商品质量、有效商品分类、科学养护商品的各种商品管理素质；培养学生独立思考以及敏锐的应变力与客户利益至上意识，树立质量意识与创新精神。

知识目标：了解商品分类、商品包装方法、技术、商品检验方法、商品质量监督等相关知识；掌握商品质量的基本概念和理论，掌握商品科学养护方法、技能的使用；正确理解商品质量要求、商品标准知识。

能力目标：具备商品分类的基本能力，为做好专业化和精细化服务做准备，能够根据商品质量要求的基本理论知识和技能对商品在仓库和配送中心的商品质量养护作出科学合理的判断；具备商品质量养护能力、商品科学养护方案制定能力，商品分类、商品质量分级等业务运作与管理能力。

教学内容：主要包括商品分类、商品质量、商品的标准、

商品检验、商品包装、各种商品性质、商品质量养护。

教学要求：本课程以“任务驱动，模块讲练”为教学模式，采用线上线下混合式教学模式，通过课堂讲授、案例分析讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为期末考试+平时成绩+阶段性考核。主要教学场所为多媒体课室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的商品学理论功底和一定的商品质量意识、商品检验技术和商品质量养护实践经验。

（6）会计基础知识（32学时，2学分）

素质目标：培养敏锐的财商，形成正确的“成本核算”与“成本效益”的意识，养成“收入-成本-利润”的财务经营思维，良好的思想品德、诚实守信、实事求是的职业道德以及“君子爱财、取之有道”的经济法律意识。

知识目标：了解会计的基本概念、记账法的基本内容、会计核算的基本方法以及会计账簿等基础知识，了解会计基本法规制度及国家有关财经方针政策等知识，明确会计的基本职能、特点和会计核算的内容，懂得企业会计核算的基本程序，理解会计要素、会计科目和账户的相关理论及具体应用，掌握资产负债表和利润表的作用和结构内容。

能力目标：能看懂主要会计科目的名称和分类以及企业基本经济业务的会计分录，能正确填制和审核原始凭证，能

根据会计凭证正确登记账簿，并进行对账和结账，能灵活运用各种付款方式，能读懂资产负债表和利润表，并从资产负债表和利润表中分析企业经营状况。

教学内容：主要包括营销会计概述、各种付款方式等营销相关会计财务基本知识，以及会计凭证、会计账簿和财务报表的认知与分析等。

课程要求：采用案例教学、互动教学的方式，加强理论与实践的结合。课程学习结束后，学生能够熟练掌握与营销相关的财务知识与手段，理解财务报表的相关内容，并能依据分析结果来服务营销决策。课程考核方式为考查，主要教学场所为多媒体教室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的会计和财务管理理论知识和实践经验。

（7）经济法（40学时，2.5学分）

素质目标：培养学生强烈的商业信誉观和良好的团队意识；增强法制观念，形成良好职业行为习惯；提高学法、守法、用法意识。

知识目标：了解法的概念和特征、法人制度的相关规定、我国企业的法律分类、消费争议解决的途径、《劳动法》的基本内容、经济活动中纠纷解决法的基本原理；熟悉仲裁和诉讼的基本程序、诉讼时效的法律规定企业工商注册的步骤、合同订立的基本步骤、有效合同认定的条件；明确合同变更、

解除、履行、担保以及违约责任等基础知识；理解劳动者的权利和义务；掌握经济法律关系的构成要素、代理制度的相关内容，掌握《个人独资企业法》《合伙企业法》《公司法》等对各类企业的设立条件和程序的规定，掌握《反不正当竞争法》对市场管理中各种不正当竞争行为的制裁；掌握《消费者权益保护法》对消费者的权益及经营者的义务的具体内容，掌握专利权的概念以及专利取得程序、保护期限和范围，掌握解除劳动合同的方式及其经济补偿和赔偿的相关法律规定，掌握仲裁的裁决与诉讼的判决、裁定的法律效力及执行力。

能力目标：具备特定法律关系的构成、区分权责的分析能力，独立分析并签订合同的能力，依法设立公司以及公司日常管理的能力，防范经营法律风险的能力，劳动保护和维权意识以及解决劳动纠纷问题的能力，通过仲裁与诉讼等多种方式解决经济纠纷的能力，以及基础法律、法规的应用能力。

教学内容：主要包括经济法律基础知识、合同法律制度、公司法律制度、市场秩序管理法律制度、劳动和社会保障法律制度、经济纠纷解决法律制度等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，课程采用线上线下混合式教学模式，通过课堂讲授、案例分析讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方

式为期末笔试（闭卷）+平时成绩，主要教学场所为多媒体课室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的法学理论功底和一定的法律实践经验。

（8）电子商务基础与应用（32学时，2学分）

素质目标：增强利用现代网络技术进行营销业务创新与资源整合意识，提升信息化素养，培养用心尊重他人、不断激励自我，以及吃苦耐劳的匠人精神、良好的服务精神，培养团队合作意识和敢于创新的工作态度。

知识目标：了解 B2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务等电子商务主要表现形式，了解网上创业的知识，了解电子商务风险的识别与防范基本方法，懂得电子商务的技术、金融、物流基础知识，掌握电子商务的知识、概念、定义、原理以及基本运作方法。

技能目标：能利用网络收集与分析信息，能够利用网络对企业网站进行推广，能够对给出的企业进行电子商务应用策划，懂得利用网络进行个人网店创业。

教学内容：主要讲授电子商务基本概念与基本理论，包括电子商务的概念、形成与发展，应用范围、种类、模式、基础设施、网络安全威胁和安全措施、电子结算等问题。

教学要求：本课程的教学方法以教师课堂讲授为主，并采用线上、线下混合式教学模式，通过课堂讲授、微课视频等教学方式和手段，提高教学效果。本课程以平时综合表现

和期末笔试为主要考核方式，对电子商务理论和电子商务平台认知进行考核，引导学生全面了解电子商务的基本框架、基本内容和实现方法。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的电子商务理论功底和一定电商平台实践经验。

（9）现代物流基础（48 学时，3 学分）

素质目标：培养现代物流战略思维方式，树立现代流通规则意识，以及吃苦耐劳的匠人精神、良好的服务精神；培养团队合作意识和敢于创新的工作态度。

知识目标：熟悉物流行业发展现状、物流企业类型、物流相关岗位特征及要求，熟悉企业物流、国际物流、第三方物流、物流信息、供应链等物流管理应用知识；理解物流的起源与概念，理解物流有关的理论、典型物流学说，理解供应链管理原理，理解流通加工、包装、装卸搬运等知识内容；掌握运输、仓储、配送的基础知识、业务流程及管理实务；

能力目标：能够用所学的内容解释生活中常见的物流问题；能够初步优化运输、仓储、配送作业方案；能够合理选择供货商；能够正确选择第三方物流服务提供商；能够初步选择国际货物运输方式；能够操作基础性的物流信息系统，简单应用物流信息技术；能够初步核算、分析物流成本。

教学内容：主要包括物流发展与职场知识、物流功能管理、企业物流管理、第三方物流管理、国际物流管理、物流

信息管理、供应链管理、物流成本管理、专题物流等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，并采用线上、线下混合式教学模式，通过课堂讲授、微课视频、话题讨论、案例分析等教学方式和手段，提高教学效果。课程考核方式为期末笔试（闭卷）+平时成绩。主要教学场所为多媒体教室，优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的理论功底和一定实践经验。

3. 专业核心课程模块

（1）市场调查实务（48学时，3学分）

素质目标：培养尊重调查、尊重事实、理性对待调查数据的客观严谨的工作作风和态度，诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，对市场信息的敏锐观察力、准确判断力和严密逻辑思维能力，以及敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的市场调查职业道德素养。

知识目标：了解市场调查的基本概念、原则和类型；理解各种市场调查方式与方法的特点与应用范围，理解市场调研资料整理与分析的基本方法；掌握市场调查的基本流程，掌握调研方案、调查问卷和调研报告的基本要素与结构，掌握市场调研方案与调查问卷的设计，以及市场调研报告撰写的方法。

能力目标：具备市场调研方案设计的能力、市场调研问卷制作能力、市场信息收集的能力、市场调研资料整理与分

析的能力、市场调研报告撰写的能力与市场预测的能力。

教学内容：主要包括进入市场调研、设计市场调研方案、组织实施市场调研与形成调查结果四个项目，以及组建调研团队、认知市场调研、界定调研主题与内容、设计调查表、选择调查方式与方法、撰写与宣讲市场调研方案、组织实施市场调研、整理分析调研信息与撰写与提交市场调研报告九个工作任务。

教学要求：采用“项目导向，任务驱动”的教学模式，采取案例式教学、讲练结合等教学方式，“教学做评”一体，引导学生在项目中去学、去总结，借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段达到课程教学目的，课程考核方式为期末考核+平时考核的方式，主要教学场所为多媒体课室，优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的市场调查理论功底和一定的实践经验并对调查数据处理软件操作非常熟悉。

（2）推销与谈判（64学时，4学分）

素质目标：培养“顾客至上”的服务理念，真诚沟通、互利共赢的处事方式，适当地进行自我推销的意识，较强的抗挫折能力和乐观自信生活态度，诚实守信、严谨认真、敬业爱岗的职业态度。

知识目标：正确认识推销内涵，掌握推销模式与推销方格理论；掌握谈判的特征、谈判方案的制定和团队管理方法

以及谈判的原则；掌握寻找、约见与接近顾客的方法；掌握谈判的过程中的各种策略的运用以及谈判中开局、报价、还价、让步与缓解僵局的技巧；掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用；掌握签订合同的技巧。

能力目标：能成功地推销自我，能运用推销理论与技巧娴熟推荐商品并成功地向顾客推销，能运用谈判策略有效达成谈判目标并顺利签约，具备一个“合格优秀的推销员”基本能力。

教学内容：主要包括推销谈判模式、谈判方案制定、推销约见与接近、商务洽谈过程、推销谈判障碍、推销谈判成交等为主要内容。

教学要求：本课程以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，借助企业实际推销项目、运用讲授法和项目驱动教学法等教学方法，着重考核学生的实际推销岗位能力与职业素养的养成过程与成果，达成培养学生具备从事销售工作的基本知识与技能目的。通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核为实践成果汇报+笔试的方式。主要教学场所为多媒体教室。优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的营销理论基础和一定销售实践经验。

（3）广告实务（48学时，3学分）

素质目标：培养解读广告、思辨广告、赏析广告进而利

用广告完善自我、重建社会广告文化品位的素养；培养良好的广告敏感度、广告鉴赏的职业习惯、良好的商业审美素养、良好的广告职业道德以及社会责任心。

知识目标：了解国内外广告活动的历史和发展现状，正确认识广告与广告策划活动的性质和功能，全面认识广告策划活动的全过程及各个环节，掌握广告活动的内在规律，掌握广告策划、广告调查、广告定位、广告创意、广告媒介、广告预算与效果测定的基本原理和方法。

能力目标：具备广告创作中的沟通、应变、创新、团队合作等能力；具备广告优劣评判能力；能够对广告实例进行准确的分析；能迅速领会新的广告创意模式和新的媒体形式；能够为企业策划广告方案，善于运用广告为企业解决实际营销问题；能与时俱进地结合营销环境，为企业广告策划进行广告内容的创新与广告媒介的创新。

教学内容：主要包括以广告概述、广告策划流程、广告调查、广告定位、广告创意、广告媒介、广告预算、广告效果评估等知识和方法等。

教学要求：本课程采用线上+线下结合的信息化教学方式，以项目为主线，运用案例分析法、头脑风暴法、情景模拟法、课堂讨论等教学方法，开展以项目成果为导向的教学模式。课程考核为项目成果考核+题库抽考方式，主要教学场所为多媒体教室。优先选用国家或省级规划等优质高职高

专教材。任课教师应具有扎实的广告基础知识和相关行业实践经验。

（4）公共关系实务（40 学时，2.5 学分）

素质目标：培养强烈的公关职业道德品质和法律意识，培养全员公关意识、企业信誉形象至上理念，以及实事求是、严谨、敬业的职业态度。

知识目标：正确认识公共关系现象，了解公共关系的基本概念，熟悉公共关系的产生与发展状况，掌握公共关系构成要素、公共关系工作程序、专题活动设计、公共关系危机处理、公共关系礼仪等知识。

能力目标：具备利用传播沟通媒介如宣传片、电视、网络等维护企业形象的能力；具备设计公关调查方案的能力；具备撰写公关活动策划方案的能力，并根据方案予以实施与活动效果的评估；能够准确把握企业生存与发展的内外部环境变化，进行舆情监测，处理公关危机；具备良好的沟通能力，进而建立良好的员工关系与顾客关系；具备规范商务场合行为的能力，以及打造良好的公关人员形象的能力。

教学要求：本课程以教师课堂讲授为主，采用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法，让学生体验到企业的公共关系工作的实际情景，促使学生从掌握理论知识向提高动手能力转变，为学生走向社会打下良好的基础；借助超星等线上学习平台，运用多媒

体音频、视频、动画等教学工具与手段提高教学的有效性。课程考核以过程考核和期末考核相结合方式进行，优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

(5) 市场营销策划（48学时，3学分）

素质目标：培养市场运营策划的全局观与创意思维，培养学生诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗工作态度以及严谨的文案撰写意识以及勇于创新与表达、敢于突破传统、“敢为人先”的精神，树立成本核算意识以及“凡是先预后立”的思维习惯。

知识目标：理解营销策划创意的基础；掌握竞争对手分析方法；掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的知识；掌握目标市场分析理论与方法；掌握促销活动方案设计以及新产品上市推广方案设计方法；掌握公关、广告活动设计的知识；掌握营销策划书结构与撰写方法。

能力目标：具备市场环境分析的能力，信息搜集并加以利用能力，在合理成本预算的范围内制定方案能力，运用营销与策划的知识进行策划设计能力以及营销文案写作能力。

教学内容：主要包括营销策划基本知识、营销创意、促销策划、公关策划、广告策划、企业形象策划、新产品上市策划等主要内容。

教学要求：本课程借助企业项目载体，通过多媒体音频

和视频等教学工具和手段，运用课堂理论学习、案例分析、项目实操训练、范例找茬和社会实习实践活动等教学方法提高教学的实效性，采取过程考核为主、实操（作品、笔试）为辅的考核方法，主要教学场所为多媒体教室，优先选用国家或省级职业教育规划教材。任课教师应具有扎实营销理论基础和企业实践经验。

（6）品牌经营与管理（40学时，2.5学分）

素质目标：培养注重形象、注重内涵、注重长远目标、用户需求至上的品牌意识与思维；培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神；培养团队合作精神。

知识目标：理解品牌的内涵、作用与功能；掌握品牌的种类；掌握品牌定位的内涵及步骤；掌握品牌定位的方法；掌握品牌命名的策略与方法；掌握品牌标志及口号设计的定义与作用；掌握品牌整合传播的概念、特点、要素及策略；掌握品牌延伸的内涵、作用及风险；掌握品牌危机的处理。

能力目标：具备品牌名称、品牌标志、品牌口号设计的能力；具备运用传统媒体和新媒体推广品牌的能力；具备自控和处理品牌危机的应变能力；具备运用品牌延伸的理论分析品牌延伸实践中的现象的能力。

教学内容：主要包括品牌概述、品牌定位、品牌设计、品牌传播与推广、品牌延伸、品牌危机管理、品牌资产管理等内容。

教学要求：本课程采用案例讲解，角色扮演，情景教学等方法，以就业为导向，通过线上线下混合式教学，引导学生在学习中树立品牌意识、精品意识与形象意识，培养学生打造品牌、维护管理品牌的能力。课程考核方式为过程考核+结课考试。优先选用高职高专规划教材。教学场所为多媒体教室。任课教师应具有扎实的品牌管理理论知识和实践经验。

(7) 客户服务与管理（40学时，2.5学分）

素质目标：培养努力以沟通交流来处理各类问题情商，以及“客户利益至上”的服务意识和责任意识，养成理性、冷静对待质疑、批评与投诉等不利情况的思维方式，以服务创造价值的观念，以及积极进取、永不言败的职业精神。

知识目标：掌握客户服务与管理的基本概念、基本原理；使学生掌握不同类型客户的服务技巧；掌握客户服务与管理的基本分析思路和分析方法，沟通礼仪技巧娴熟；

能力目标：具备获取和使用信息的能力，企业客户服务与管理流程诊断与优化的能力；能够熟练运用客户服务与管理理论处理顾客服务与处理客户投诉问题，具有制定工作计划并解决实际业务问题的能力、较好的学习新知识和新技能的能力。

教学内容：主要涉及客户满意度与忠诚度管理、客户异议与投诉的处理、客户分级管理以及客户关系维护等模块内

容。

教学要求：本课程主要采取案例教学，情景教学，角色扮演等方法，以培养客户服务专业人才为宗旨，通过课堂讨论，案例分析等方式，引导树立学生理解客户服务理念，了解客户分级管理、客户维护、客户投诉等方面的内容。课程考核采用过程考核+结课考试的方式；主要教学场所为多媒体教室；优先选用高职高专规划教材。任课教师应具有扎实的客户服务专业理论知识和丰富的企业客户服务经验。

（8）销售管理（48学时，3学分）

素质目标：培养系统性的销售思维和全过程管理意识。树立学生严谨细致、统筹全面的管理理念，端正学生销售管理态度，培育学生履行职权的管理魅力，塑造良好的管理人员职业形象。

知识目标：了解销售职业性质、销售过程；熟悉销售管理发展新趋势；理解销售、销售管理、销售伦理和关系销售内涵，理解销售组织建设内容，识别销售人员的行为和动机；掌握销售规划与设计的目标及流程，掌握相应薪酬制度、激励制度和绩效考评措施的制定，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理等销售货品管理内容，掌握新媒体销售管理策略。

能力目标：具备销售组织与管理的初步能力，能就具体实施项目进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、

销售配额和销售预算；能划分和设计销售区域并管理销售网络成员；能够进行销售组织建设，设计销售组织、领导团队高效运作；能够进行销售货品管理，提高服务质量。

教学内容：主要包括销售过程管理、销售规划与设计、销售区域管理、销售组织建设、销售人员的激励与绩效考评、销售货品管理、客户关系管理、销售服务管理、销售分析与评估、销售人员的甄选、销售人员的培训与薪酬、销售管理的新趋势等内容。

教学要求：以学生为主体，以项目为载体，负载销售经理岗位所需理论知识、能力和情感目标，承接多元化社会对销售管理人才的需求，重视学生销售管理技能的培养，为学生未来进入销售管理岗位或晋升区域经理、销售经理等高级职位方面进行知识和技能的储备。考核为阶段性应用考核+期末笔试的方式。优先选用高职高专规划教材。任课教师应具有扎实的销售管理理论知识和丰富的企业销售管理经验。

4. 专业拓展选修课程模块

(1) 新媒体营销（48 课时，3 学分）

素质目标：培养运用新媒体开展营销活动的职业意识和遵守新媒体行业运营准则的职业态度，客观、正确地看待和评价当前的新媒体营销方式，理性、创新地策划新媒体营销活动，促进新媒体与传统媒体的融合。

知识目标：了解新媒体的发展趋势，了解微博、微信、

社群、短视频的各项功能；熟悉新媒体的类型，熟悉新媒体整合营销的基本要求，熟悉新媒体网络语言；理解新媒体的概念和内涵，理解软文撰写技巧；掌握新媒体的传播规律，掌握软文、微博、微信、论坛、社区、群、图片和视频等其他新兴网络推广媒介；掌握微信、微博、短视频、社群、自媒体的操作和应用；掌握新媒体平台的营销推广技术，掌握回复、互动、吸粉方法和技巧；掌握软文撰写方法，能够独立撰写软文，掌握创新网络语言的方法；熟练掌握图片的基本处理和视频拍摄方式，掌握 H5 视频制作；掌握新媒体运营策略，掌握并熟练运用新媒体营销方式，包括事件营销、病毒式营销与数据库营销等；掌握新媒体的推广与运营，完成新媒体营销活动的策划与推广。

能力目标：能够根据不同新媒体传播的特点和规律，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动；能够利用微博开展运营，正确地使用微博的各项功能，顺利地引流、吸粉、互动，做好维护工作；能够利用微信和短视频开展运营，灵活地根据企业和产品信息编撰软文，制作和发表图文与视频，开展营销活动；能够利用论坛营销，独立地策划营销活动，制造热点话题，吸引目标消费群体的注意；能够利用其它新兴媒体开展营销活动；能够合理地融合新旧媒体，策划营销推广活动，保证活动的顺利执行；能够撰写科学而可行的新媒体营销策划方案书。

教学内容：主要包括新媒体现状及营销新理念，微信个人号营销与运营、微信公众号营销与运营、微信小程序营销与运营、社群营销、微博营销与运营等；短视频营销、直播营销、APP营销、游戏营销、搜索引擎营销、论坛营销等理念以及操作技巧。

教学要求：以理论和实践相结合的方式开展教学，边教边学，边学边做，通过多媒体视频、案例分析、课堂讨论、实践演练等方式和手段，提高教学效果。课程考核围绕新媒体平台运营和营销策划进行考核，方式为方案策划+成果汇报。主要教学场所为多媒体教室和实训室。优先选用最新的国家或省级职业教育规划教材。任课教师应具有扎实的营销理论功底、前沿的新媒体运营技巧。

（2）大数据营销（48 课时，3 学分）

素质目标：培养并增强学生的尊重客户隐私、合理运用商业数据等道德品质和法律意识；树立的正确的数据观、商业信誉观、营销观念；具备积极进取和勇于探索的职业精神。

知识目标：全面而准确地认识大数据，了解大数据在企业营销各个领域（如个性化营销、跨界营销等）中的应用；掌握大数据背景下产品层次分析、新产品开发、动态定价、促销组合、客户管理、精准营销、跨界营销等营销工作中的实施流程和关键点。

能力目标：能运用大数据思维解决企业营销问题；能够

具体实施大数据动态定价的基本步骤；能运用大数据进行动态定价；能够利用数据筛选来促进销售工作；能够收集客户管理中的数据信息，利用大数据做到精准营销；能够规划自己的大数据营销能力，在实践中用大数据支撑营销工作。

教学内容：主要包括大数据营销的体系、特点、认识误区以及发展的机遇与挑战；大数据的采集、存储、挖掘流程及其技术支撑；基于大数据消费者洞察的优势、方法与流程；运用大数据技术进行营销创新，具体包括产品、定价、渠道、广告、公关和促销等方面的创新策略与方法；大数据营销的伦理问题及其治理策略等内容。

教学要求：采用理论和实操结合的方法进行教学，学生在掌握好大数据营销理论体系的基础上，运用大数据营销各种工具和方法在课堂中进行实践操作，用边学边做的方式对大数据营销进行活学活用。本课程考核方式为理论考试+实操考核，主要教学场所为多媒体教室。优先选用最新的国家或省级职业教育规划教材。任课教师应具有扎实的大数据营销理论功底和一定的大数据营销经验。

（3）商务数据分析与应用（40 学时，2.5 学分）

素质目标：培养数据敏感性和数据保密意识，增强基于数据表达现实问题的意识，养成通过数据进行商务分析的习惯，培养学生数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神。

知识目标：掌握商务数据的来源；掌握运用 EXCEL 进行

数据处理的方法；掌握常用的商务数据分析方法；掌握数据分析报告撰写的基本知识。

能力目标：具有搜集、处理和使用数据的能力；能使用专业知识分析企业经营活动中存在的问题；能应用现代计算工具和软件分析商务数据资料；能撰写商务数据分析报告。

教学内容：主要包括商务数据分析工具及应用、数据可视化、客户数据分析、运营数据分析、销售分析、采购分析、库存分析、竞争对手分析及撰写数据分析报告等内容。

教学要求：采用线上+线下、理论+实操的方式开展教学，使学生一边学习一边实操。主要教学场所为计算机机房，考核方式为理论考试+实操考核。优先选用最新的国家或省级职业教育规划等优质教材。任课教师应熟练掌握 EXCEL 中函数的应用，具有扎实的商务数据分析理论功底和一定的实践经验。

（4）服务市场营销（40 学时，2.5 学分）

素质目标：培养以顾客为中心、对企业负责的态度，培养学生实事求是的工作作风和吃苦耐劳的精神，提高学生的学习能力、适应能力和心理抗压能力，使学生具备良好的职业道德和较强的责任心，具备良好的人际交往能力和团队协作精神，具备创新意识和创新精神。

知识目标：了解服务营销的概念和特征，理解服务消费与服务购买心理特点，掌握顾客满意、关系营销、超值服务

理念，掌握消费者服务购买过程，掌握服务产品策略、服务产品组合和服务创新，掌握有形展示的设计和管理，掌握服务业的生产率的含义，学会服务质量的测定和管理。

能力目标：能够利用顾客满意、关系营销、超值服务理念开展服务营销活动；能够利用服务产品定价方法和技巧进行定价，设计合理适当的服务促销活动；能够进行服务质量的测定和管理，创造和强化优质服务。

教学内容：主要包括服务营销的概述、服务营销理念、服务消费行为、服务营销环节分析、服务市场细分与定位、服务产品、服务质量、服务过程、服务有形展示、服务定价、服务分销及促销。

教学要求：课程采用理论讲授、课堂讨论、案例分析等多种教学方法，通过多媒体音频、视频等多种教学方式在教学过程中的结合运用，将静态知识生动化，使理论具体化。课程考核为平时成绩+期末考查。主要教学场所为多媒体教室。优先选用最新的国家或省级职业教育规划等优质教材。任课教师应具有扎实的理论基础和一定的企业实践经历。

（5）茶艺与茶文化（40 学时，2.5 学分）

素质目标：传承传统茶文化，修炼品性。培养爱岗敬业，遵纪守法、认真负责，严格执行操作规范的职业素养；培养学生的团结协作、互帮互爱的团队意识；培养学生勇于开拓、积极进取的创新意识。

知识目标：了解茶文化、茶艺的内涵，熟悉中华茶文化发展轨迹，掌握六大茶类的分类依据与加工工艺特点，熟悉茶叶的品质审评内容和品质鉴别、茶叶的营养保健特性、茶具茶水鉴赏选择，掌握鉴赏茶叶和科学饮茶的技巧。

能力目标：具备一定的茶叶鉴赏能力，能够区分六大茶类，能够科学、灵活调配泡茶三要素，泡好日常生活用茶，能运用茶艺与顾客进行沟通、进行茶叶的销售。

教学内容：主要包括茶文化发展史、制茶演变史、六大茶类的起源、分类、加工、品质风味、茶与健康、茶的品鉴、茶艺理论及实践操作等内容。

教学要求：通过实物展示、理论讲授、实践操作等多种手段的教学，使学生熟悉各类茶叶的文化历史，了解茶叶的分类以及湖南省茶叶的主要品种与特点，掌握茶叶销售的特殊技巧，学会茶文化讲解、泡茶流程与技术，茶道的基本内容，能运用茶艺与顾客进行沟通、进行茶叶的销售。课程考核方式为理论考试+实操+平时成绩。主要教学场所为茶艺室。选用符合国家要求的高职高专教材。任课教师应具有丰富的茶文化、茶学知识以及扎实的茶艺操作技能。

（6）企业管理（40学时，2.5学分）

素质目标：培养学生科学、成熟的管理思维，建立与时俱进的现代化经营管理思想和观念，培养团队协作意识、创新意识和高度的意志力与抗压力，增强学生的资源整合能力

和规范化能力。

知识目标：了解企业组织形式、管理者的分类和工作任务；理解企业的概念及其特征，管理的定义和性质，组织管理和企业文化的基本内涵；掌握管理的基本要素和职能，管理者应具备的技能，领导的实质和领导权力的构成，激励的基本原理和各种激励理论，沟通的基本模式和有效沟通的原则、理解管理控制的目标和内容，掌握企业组织运行的基本知识等。

能力目标：具备计划、组织、控制、协调的等基础管理能力；能针对企业的内外部环境进行 SWOT 分析；能清晰划分企业各部门的基本职能；能在企业经营活动中有效运用一定的管理理论和技巧。

教学内容：主要包括组织管理与企业文化、企业战略管理、企业经营决策与计划管理、人力资源管理、财务管理、生产与运营管理等内容

教学要求：以系统讲授为主，辅以案例分析、小组讨论等方法，通过多媒体幻灯片、音频和视频等教学手段，激发学生学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握，引导学生形成对企业建立和基本运作的初步认知，并建立系统化、科学化的管理思想逻辑，构建发现问题、分析问题、解决问题的思维框架，为将来步入企业工作做好铺垫。课程考核为平时成绩+期末考查。主要教学场所为多媒体教室；优先选用职

业院校国家规划教材；任课教师应具备扎实的理论基础和一定的企业实践经验。

（7）人力资源管理（40学时，2.5学分）

素质目标：养成尊重人才、培养开发人才、有效管理人才的现代人力资源管理理念，具备“资源”意识，形成不断完善、提升自我，建设、拓展自身资源的行为习惯，培养团队协作精神。

知识目标：了解人力资源管理的概念与内涵，员工招聘和录用的程序与方法，员工绩效与激励的基本理论与方法；掌握人力资源规划的内容与程序、编制与实施，人力资源工作分析的内容与程序、分析方法，员工培训与开发的内涵与方法，员工薪酬与福利管理的基本内容，员工劳动关系管理的相关内容。

能力目标：能够使用人力资源管理的方法设计企业的人才规划方案；能够根据企业的需求制定人才招聘的计划方案；能够根据企业发展的需要设计员工的绩效考核方案和薪酬体系；能够正确处理员工劳动关系。

教学内容：主要包括人力资源管理概述、人力资源规划、工作分析、员工招聘及录用、员工培训与开发、绩效与激励、薪酬与福利管理、劳动关系管理、职业生涯规划。

教学要求：注重理论联系实际，密切联系我国企业人力资源开发与管理改革的实际状况，在教学过程中尽可能多地

引用具有代表性的实例，通过启发式教学、讨论式教学、案例式教学等多种教学方法的交叉使用，加深学生对理论知识的理解以及创新精神的培养。课程考核以期末考核+平时考核的方式；主要教学场所为多媒体教室，运用多种教学手段，根据教学要求营造和布置工作情景，并组织学生进行课堂模拟；优先选用国家或省级规划等优质高职高专教材。任课教师应具有扎实的人力资源管理理论功底和一定的实践经验。

(8) 国际贸易实务（32 学时，2 学分）

素质目标：培养国际视野，形成国际思维；培养自主学习能力和分析能力，良好的职业道德修养，良好的团队合作精神和协作精神。

知识目标：了解合同条款非要件条款的基本内容，理解国际贸易各环节操作应用的实现过程，掌握国际贸易实务应用的基本理论和基本方法，掌握进出口合同的品质数量包装条款、进出口货物运输条款的基本内容，掌握贸易术语的组成及代表意义。

能力目标：具有国际贸易理论与实务一般认识能力，能够正确处理进出口业务的基本环节，能正确完成进出口合同的履行，能进行租船订舱的船务业务，并在教师的指导下完成业务流程模拟填单制单工作。

教学内容：主要包括合同中商品的品名、品质、数量与包装条款，国际贸易术语，进出口商品的价格，国际货物运

输，国际货物运输保险，国际货款结算、检验、索赔、不可抗力与仲裁，交易磋商，合同的签订与履行，国际贸易方式等。

教学要求：以教师课堂讲授为主，课程采用线上线下混合式教学模式，通过课堂讲授、案例分析讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为期末笔试（闭卷）+平时成绩。主要教学场所为多媒体课室。优先选用国家级职业教育规划最新教材。任课教师应具有扎实的国际贸易实务理论功底和一定的企业实践经验。

（9）渠道管理（32学时，2学分）

素质目标：提高渠道对企业市场营销的重要性的认识和社会冲突存在的普遍性的认识，培养辩证地看待、理性地处理各种冲突的思维，培养诚信、求实、合作共赢的职业理念；培养开拓进取的创新精神和敏捷清晰的思维能力。

知识目标：熟悉激励渠道成员具体方式，理解渠道成员的冲突类型，掌握营销渠道的基本理论知识，熟悉传统渠道模式，掌握新兴渠道模式的具体内容，掌握渠道结构设计，掌握渠道成员的选择具体方法，掌握渠道成员控制的内容并能实际运用掌握维护渠道的方式和策略以及评估渠道的正确方式。

能力目标：能够辨认不同类型的渠道模式；能够根据企业、市场和产品的具体情况设计渠道模式；能够熟练掌握渠

道冲突的原因及其解决方案；能够开展渠道激励、控制与绩效评估工作。

教学内容：主要包括渠道管理概述、渠道成员与渠道模式、渠道结构设计、渠道成员选择、渠道开发、渠道冲突、渠道激励、渠道评估与完善等。

教学要求：课程通过教师讲授、小组讨论、案例分析等教学方法，通过多媒体音频和视频等教学手段，引导学生从案例中学，从而达到渠道管理课程服务营销、服务企业的作用。课程考核为平时成绩+期末考核；主要教学场所为多媒体教室；优先选用职业院校国家规划教材；任课教师应具有扎实理论基础和相应的企业实践经验。

（10）网络营销（32 课时，2 学分）

素质目标：培养学生的互联网营销理念，对新手段新工具的学习力以及创新思维能力，培养学生严谨、敬业的职业态度。

知识目标：了解网络营销概念、特点以及与传统营销的关系，熟悉企业网络营销平台建设的流程与方法，理解企业网络营销的基本策略，掌握企业网络营销效果评价的基本方法，掌握企业网站推广的各种方法与流程，掌握企业网络营销策划书撰写的基本格式与内容。

能力目标：具备建设企业网络营销平台并成功、有效的进行网站推广，完成企业网络营销策划书的撰写，综合运用

营销策略进行网络营销的能力。

教学内容：主要包括环境分析和战略规划、网络平台建设、网络平台推广、网络平台运营、网络营销战略实施和效果评估等网络营销的五个步骤等内容。

教学要求：采用理论与实践相结合，边学习边操作、案例分析等教学方法，借助网络学习平台使学生掌握网络营销的基本理论与操作技能，加深学生对理论知识的理解以及创新精神的培养；并通过模拟实验教学，引导学生理论联系实际。课程考核方式为过程考核，主要教学场所为多媒体课室。选用符合国家要求的高职高专教材。任课教师应具有扎实的营销学理论功底并具备较强的网络平台软件操作能力。

（11）会展营销（32学时，2学分）

素质目标：培养学生诚信为本、务实创新的基本素养，“用户需求”至上的意识，勇于担当的社会责任心，以及合作共赢、真诚服务的商务精神。

知识目标：掌握会展营销的基本概念、会展的市场分析和预测、会展产品设计与推广、会展客户开发以及会展服务的有效运用等相关知识。

能力目标：具备一定会展的市场分析和预测能力，会展策划管理能力，会展产品设计与推广能力，会展客户开发与营销能力；具备为参展商和观展观众提供个性化服务的能力；具备与主办的政府、承办的会展企业、参展企业、观展顾客

以及举办地的旅游接待单位进行恰当沟通的能力。

教学内容：主要包括市场营销与会展营销创新、会展市场分析、顾客满意与会展服务策略、会展产品策略、会展服务定价与收费、会展市场销售渠道策略、会展服务的有形展示、会展市场推广与沟通、会展市场销售技巧、会展企业员工和内部营销和会展营销管理等内容。

教学要求：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，采用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法，提高教学的时效性。借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段提高教学的有效性。在教学过程中，不仅要让学生掌握基本的会展营销知识，还应突出实践教学环节。教师可通过为学生提供职场观摩和职业实习、实训等各种机会，让学生亲临各种交易会、博览会的现场感知和实践，增加学生对会展营销职业的感性认识，树立职业情感和理想，并为完善其知识结构、培养社会责任感和提高素质与能力提供动力和依据。课程考核方式以过程考核和期末考核相结合，主要教学场所为多媒体课室。选优先用高等职业教育国家规划教材，任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

5. 专业集中实训模块

(1) 市场营销沙盘实训（28学时，1学分）

素质目标：培养学生的“以顾客需求为中心”的市场经

营理念和“共赢”导向的现代企业管理素养，理性、自信、冷静、沉着的职业经理人素质，较强的企业运营与掌控能力，提高学生的竞争意识、风险意识、危机管理意识和抗压能力，培养学生的团队合作和创新意识。

知识目标：熟悉市场细分的概念和意义，掌握目标市场策略选择时要考虑的主要因素，即企业关注的资源、产品的性质和生命周期、竞争对手的市场策略等；掌握对价格构成要素及其影响的分析，理解定价的影响因素；掌握定价的目标和原则；掌握和运用定价的程序和方法；掌握和运用定价的策略；熟悉价格制定的原理和方法，灵活运用价格策略；熟悉直销、批发、零售三种渠道的概念及特征，掌握影响渠道模式选择的因素：产品因素、市场因素、企业自身因素和竞争对手因素；熟悉销售促销的概念，掌握销售促销的活动方式；熟悉广告的概念、分类；掌握广告的基本原则；掌握广告媒体选择应考虑的因素；熟悉产品市场生命周期的概念；掌握产品组合策略和差异化策略；读懂财务报表，管理应收账款，维持良好的资金流，估算成本和毛利率，进行盈亏分析。

能力目标：能够通过市场预测图进行市场分析，决定是否购买调研报告，通过购买市场调研报告，了解直销客户、批发商、零售商（六类消费人群）的需求信息确定目标市场，制定营销计划；能够根据定价目标，确定需求、估算成本、

选择定价方法，制定最终价格；能够根据调研报告提供四种产品、三种营销渠道的市场预测价格和数量，结合企业自身和竞争对手状况，采用多渠道组合营销手段扩大销售；能够采用满就送、多买折扣、买第几件折扣等促销活动，吸引不定型消费人群，增大销售额；能够选择百度竞价排名和央视的多个时段投放广告，吸引习惯型消费人群，增大销售额；能够根据目标市场选择，制定产品研发计划和产品生产计划；能够及时进行应收账款和应付账款的结算，根据企业经营状态进行融资。

教学内容：包括营销战略的制定、市场的细分、产品的销售组合、营销组合的选择、渠道策略的规划、财务管理等。

教学要求：运用中教畅享的营销沙盘实训软件开展仿真模拟，以学生实践操作模拟为主，教师讲授、分析和指导为辅。课程考核方式为过程考核+结果考核，主要教学场所为机房。自编实训指导书作为教材。任课教师应具有营销理论功底，熟悉营销沙盘软件操作。

（2）推销与谈判实训（56学时，2学分）

素质目标：培养学生自我推销意识，优秀的销售职业道德品质，提升销售团队合作意识以及确立诚实守信、严谨认真和敬业爱岗的职业态度，培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

知识目标：掌握推销自我的技巧；掌握推销模式与推销

方格理论；掌握寻找、约见与接近顾客的方法；掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用；掌握谈判方案的制定和团队管理，掌握谈判的原则；掌握谈判的过程中的各种策略的运用；掌握谈判中开局、报价、还价、让步与缓解僵局的技巧；掌握签订合同的技巧。

能力目标：能运用推销理论与技巧，成功地向顾客推销出商品；能运用谈判理论与技巧，成功地达成谈判目标；能成功地推销自我。

教学内容：本课程是《推销与谈判》课程的实际训练，运用推销与谈判的原理和技巧，以推销谈判模式、谈判方案制定，推销约见与接近、洽谈过程、推销谈判障碍、推销谈判成交等实际操作演练等为主要内容。

教学要求：以学生实践为主，老师讲授与指导为辅。借助企业实际推销项目和学校展会销售，利用模拟情景教学法和驱动教学法等教学方法，着重考核学生的实际推销业绩和谈判能力，与职业素养的养成过程与成果，达成培养学生具备从事推销员工作的基本知识与技能目的。自编实训指导书作为教材。课程考核为推销谈判过程+结果考核。主要实训场所为推销与谈判实训室和校外实训基地。任课教师应具有扎实理论与实践基础。

（3）市场调研实训（28学时，1学分）

素质目标：培养尊重调查、尊重事实、理性对待调查数

据的客观严谨的工作作风和工匠精神，诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，对市场信息的敏锐观察力、准确判断力和严密逻辑思维能力，以及敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的市场调查职业道德素养。

知识目标：通过本课程实训，进一步理解、巩固与掌握市场调查相关理论，熟知市场调查方案和调查表的设计方法，掌握收集市场调查资料收集、整理与分析方法与技巧，掌握市场调查报告撰写等知识。

能力目标：通过本课程实训，使学生具备市场调查方案设计的能力，具备进行收集市场调查资料能力，具有市场调查资料整理与分析的能力，具有撰写市场调查报告的能力，能对市场进行初步预测的能力。

教学内容：主要包括市场调查数据采集、问卷设计、调研方案设计、数据处理、数据分析、数据可视化和报告撰写等实践训练模块。

教学要求：本课程是通过组织学生设计和实施一个完整的市场调研项目的形式开展教学，学生参与到调研项目的每一个环节，使学生融入角色，建立职业意识，并且真正在实践训练中掌握和运用市场调研技能。自编市场调查实训指导书作为教材。课程考核为实践成果+汇报。教学场所为市场调查实训室（机房）+校外。任课教师应具有扎实的市场调查理论知识与实践操作经验。

（4）市场营销策划实训（28 学时，1 学分）

素质目标：培养逆向思维与创新思维、市场全局观与整体观、工作责任感与目标意识，培养诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度，迎难而上的抗压精神与团队协作精神。

知识目标：进一步巩固市场分析营销策划创意的基础知识；强化目标市场与竞争对手分析的基础知识；深刻理解产品卖点以及定位确定策略知识；融会贯通促销活动方案设计知识、新产品上市推广方案设计知识、公关活动设计知识以及广告活动设计知识；巩固营销策划书撰写知识。

能力目标：具备根据企业实际营销策划项目搜集市场信息并进行市场环境分析能力；具备运用营销与策划的知识进行策划设计能力；具备在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；具备营销方案写作、实施操作与控制能力。

教学内容：结合学生技能抽查的标准中有关策划部分的内容，以实际企业项目为载体，实施从项目调研方案设计、调研问卷制作、调研报告撰写、项目方案策划、策划方案实施到方案实施之后的评估总结等完整流程。

教学要求：本课程引进企业实际项目为载体，运用企业导师、学校实训教师共同指导，以学生为主的实践教学方法，使学生能够熟练掌握营销岗位技能、培养良好的职业道德和

职业理想，树立服务意识和团队协作精神。采取实训过程考核与作品、销售业绩考核相结合的方法。主要教学场所为营销策划实训室，实施过程校内外完成。自编实训指导书作为教材。任课教师应具有扎实理论基础和实践经验。

(5) 专业技能综合实训（56 学时，2 学分）

素质目标：培养综合运用各种知识解决实际问题的思维模式，养成学生诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；迎难而上、越挫越勇的抗压精神与团队协作精神以及开拓创新、服务顾客的市场意识。

知识目标：复习巩固营销专业基础知识；内化竞争对手以及消费者行为分析的基础知识；深刻领会掌握 SWOT 分析的知识；融会贯通促销活动方案设计以及公关方案设计的基础知识与新产品推广知识。

能力目标：具备市场环境变化的洞察能力与市场开拓能力；具备灵活运用营销专业知识进行营销方案设计与文案写作的能力。

教学内容：结合学生技能抽查的标准中各大考核模块的内容，以课程标准为依据，以市场调研方案设计、市场调研报告的撰写、产品推销、商务谈判、促销活动方案设计、公关主题活动设计、新品（牌）全渠道推广（线上、线下结合）方案设计等为主要内容。

教学要求：依据学生专业技能抽查标准的模块进行训练，

不同模块由相应的教师指导完成，实训指导教师团队共同参与教学过程，运用现场讲解示范、模拟操作训练、讲评练结合、模拟测试等方式，课程考核方式为考查，采取实训过程考核与作品、操作成绩考核相结合的方法，使学生能够熟练掌握专业岗位的各项技能、培养良好的职业道德和职业理想，为毕业实习奠定良好的专业基础。主要教学场所为机房以及推销与谈判实训室。自编实训指导书作为教材。任课教师应具有扎实的市场营销专业理论功底和一定的企业实践经验。

（6）毕业设计（28学时，6学分）

素养目标：培养学生“学以致用”的思维方式与行为习惯，善于发现、思考、研究企业问题的习惯；培养文献检索、资料查询、获取新知识的信息素养；养成良好的思想素质、职业道德和法律意识以及吃苦耐劳、爱岗敬业、刻苦钻研的精神；培养高度的责任心，精进的意识；养成“主人翁”意识以及科学严谨的工作态度；培养协作精神。

知识目标：巩固与掌握信息搜集与整理的原则、方法知识；掌握根据搜集信息数据进行市场分析；复习巩固根据市场分析的结论对营销问题进行总结，根据企业面临的营销问题创意解决方法等知识；掌握不同目标的营销方案的撰写格式与内容等知识。

能力目标：具备阅读本专业资料的基本能力，具有根据目标正确进行市场调研获取信息、自我继续教育的能力；具

备根据信息进行市场分析能力；具备运用所学专业知 识，培养分析问题、解决实际问题的能力；具有营销方案的设计与撰写能力；具备计算机方面的通用能力；具有一定的文化艺术修养，较严谨的逻辑思维能力和准确的语言、文字表达能力。

教学内容：本课程基本在实习单位工作过程中完成。本课程以企业实际工作岗位实习以及通过调查研究，综合运用所学专业知 识，为企业独立设计撰写营销类方案（毕业设计）为主要内容，使学生获得所选专业方向较为全面的实用知 识和操作技能，为进一步达到相关岗位技能要求奠定基础。

教学要求：本课程采取指导教师负责制，指导教师指导学生完成毕业设计。课程考核方式为作品考核+现场答辩，主要根据学生毕业设计成果和答辩表现评定成绩。指导教师应具有扎实的营销理论功底和一定的营销企业实践经验。

（7）毕业教育

素质目标：进一步树立正确的职业观、人生观、价值观、择业观与创业观，培养学生“老板心态”工作的企业主人翁意识以及忠诚、勤恳、踏实、努力等良好的职业道德意识，培养学生职业素养与正确行为规范，提升就业竞争力。

知识目标：了解当前就业形势和就业政策，了解创业相关政策；熟悉营销职业道德和职业素养的要求，掌握择业面试技巧。

能力目标：能对就业面临的问题进行处理，能做好初次就业的心理准备，能够修饰仪表仪容和制作、填写相关就业简历。

教学内容：包括就业形势与就业创业政策解读，正确的择业观、职业道德、职业素养要求、就业面临的主要问题、初次就业的心理准备、就业创业面试技巧等。

教学要求：采用本校教师讲授与校外专家讲座相结合的，多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。毕业教育质量的好坏对毕业生就业工作起着不可估量的作用，在一定程度上能辅助毕业生勇敢地走向社会，融入社会。课程与毕业设计实习一起参与考核，不单独考核。主要教学场所为多媒体教室。任课教师应具有扎实理论基础和毕业教育经验。

(8) 毕业实习（672学时，24学分）

素质目标：培养客户至上的工匠精神，以市场为导向的营销理念；培养学生爱岗敬业、精益求精、诚实守信、吃苦耐劳、开拓创新的职业精神，提升对企业文化融入的认识，强化遵纪守法、忠于职守、劳动纪律的意识以及时间观念，增强学生的就业竞争力。

知识目标：了解实习企业所在行业的发展情况；了解实习企业的基本情况；熟悉企业文化知识，知晓企业经营管理各项规章制度；了解市场行情；掌握市场营销管理过程，

熟悉行业与竞争对手分析；了解企业销售工作，熟悉销售渠道，掌握渠道开拓、建设与维护知识；熟悉企业常用的销售方式；了解公关部门基本职能，熟悉企业内外部关系协调知识，熟悉企业形象以及企业文化维护与宣传知识，掌握各种公关主题活动策划与实施知识；了解市场企划部门工作内容与方法，熟悉企业终端促销技巧、广告宣传方法以及媒体选择知识；熟悉客户资料收集、整理，客户回访维护以及客户投诉处理等知识。

能力目标：通过实习训练学生根据行情进行市场开发能力；提升学生市场调研、分析营销环境以及对市场需求进行预测、产品销售等能力；通过参与企业公关、企划、广告等营销活动训练营销方案策划与实施能力；通过参与企业客户管理工作提高客户投诉处理、客户关系维护等能力。

教学内容：本课程在实习单位工作过程中完成，学生在企业实际工作岗位实习以及通过调查研究，综合运用所学专业解决企业实际问题。

教学要求：采取企业导师与学校导师相结合的“双导师制”教学模式，使学生获得所选专业方向较为全面的生产实用知识和操作技能，为进一步达到相关岗位技能要求奠定基础。课程考核方式为考查，企业导师根据工作情况+学校教师根据作品的“双边”考核方式，以实习日志与实习报告为主，结合企业指导教师对实习记录、操作技能的掌握程度及

表现给出鉴定评价，评定实习成绩。学校指导教师应具有扎实的市场营销理论功底和一定的营销企业实践经验。

(9) 新媒体营销实训（28 学时，1 学分）

素质目标：培养新媒体营销的职业道德，遵守新媒体行业运营准则的职业态度，以及交互使用多平台开展营销活动的创新能力，培养学生的团队合作意识和较强的执行力。

知识目标：掌握新媒体的传播规律，掌握软文、微博、微信、论坛、社区、群、图片和视频等其他新兴网络推广媒介；掌握微博、微信和短视频的各项功能、操作和应用；掌握新媒体平台的营销推广技术，掌握回复、互动、吸粉方法和技巧；掌握软文撰写方法，能够独立撰写软文；熟练掌握视频拍摄方式和推广；熟悉新媒体整合营销的基本要求，掌握新媒体的推广与运营，完成新媒体营销活动的策划与推广。

能力目标：能够利用微博开展运营，正确地使用微博的各项功能，顺利地引流、吸粉、互动，做好维护工作；能够利用微信和短视频开展运营，灵活地根据企业和产品信息编撰软文，制作和发表图文与视频；能够合理地融合新旧媒体，策划营销推广活动；能够撰写科学而可行的新媒体营销策划方案书。

教学内容：主要包括团队组建、企业微信公众号注册与搭建、软文撰写、视频制作、吸粉与推广、运营评估等内容。

教学要求：以学生实践操作模拟为主，将全班同学分成

工作小组，实行组长负责制，通过微信公众平台运营、短视频制作和方案策划等实践任务操作，提高教学效果。课程考核为任务考核+成果展示。主要教学场所为机房和校外。自编实训指导书作为教材。任课教师应具有新媒体运营思维和新媒体运营技巧。

（10）商务数据分析与运用实训（28学时，1学分）

素质目标：培养学生尊重客观数据和事实的职业态度；形成勤于思考、多角度全方面看待和分析问题的职业意识；培养学生进行商务数据搜集和分析的职业习惯；具备严谨务实、勇于探索的职业精神。

知识目标：掌握用图表来展示定性数据及定量数据的方法；掌握统计分析的相关知识；掌握一定的统计分析方法；掌握数据分析报告撰写的基本要求。

能力目标：能够用合适的图表来展示数据；能够计算出关键的数据指标；能够运用数据工具对商务数据进行处理；能结合一定的数据模型，对数据进行分析和灵活应用；能基于数据分析结果撰写数据分析报告。

教学内容：结合实训的任务背景，运用商务数据分析工具，对客户数据、运营数据、销售数据、采购数据、库存数据、竞争对手数据等进行可视化分析，提出营销和运营建议，撰写数据分析报告。

教学要求：以实训教学为主要方式，设置适当的实训任

务背景，提供实训数据资料，组织学生对商务数据进行实践操作训练。主要教学场所为机房，课程考核方式为实操考核。自编实训指导书作为教材。任课教师应熟练掌握 EXCEL 中函数的应用，具有扎实的商务数据分析理论功底和一定的实践经验，最好具有行业相关的培训师证书。

（11）茶艺与茶文化实训（28 课时，1 学分）

素质目标：传承传统茶文化，修炼品性。培养爱岗敬业，遵纪守法、认真负责，严格执行操作规范的职业素养；培养学生的团结协作、互帮互爱的团队意识；培养学生勇于开拓、积极进取的创新意识。

知识目标：进一步巩固和掌握茶文化、茶艺的内涵，六大茶类的分类依据与加工工艺特点，茶叶的品质审评内容和品质鉴别、茶叶的营养保健特性、茶具茶水鉴赏选择等知识。

能力目标：具备一定的茶叶鉴赏能力，能够区分六大茶类，能够科学、灵活调配泡茶三要素，泡好日常生活用茶。

教学内容：本课程从茶的基本知识以及常用茶艺的基本技能、程序和方法等各个方面对学生进行训练，具体有行茶礼仪与茶事服务、茶室设计与茶具认识、泡茶的基本技法与操作规范、茶叶的识别及冲泡技艺等内容。

教学要求：本实训课程采取现场示范、学生观摩和自身实践三者结合的教学方法。以常用基本茶类的茶艺培训为主，重在对学生实践操作能力的培养，实现“以理论指导实践，

以实践来深化理论”的跨越。课程考核方式以过程考核为主，主要教学场所为茶艺实训室。自编实训指导书作为教材。任课教师应具有扎实茶艺理论基础和一定的实践经验。

七、教学进程总体安排

1. 教学进程周次安排及教学活动时间分配表（见附表 1）
2. 公共基础课程模块教学进程表（见附表 2）
3. 专业基础及专业核心课程模块教学进程表（见附表 3）
4. 专业拓展选修课程及专业集中实践模块教学进程表（见附表 4）
5. 周学时及学时统计表（见附表 5）
6. 课程教学进程安排表（见附表 6）

八、实施保障

（一）师资队伍

为保证本专业人才培养目标的实现，须配有一支职教理念先进、理论功底扎实、实践技能熟练、逻辑思维缜密、表达方式丰富的专业教学团队。团队由专业带头人、骨干教师、兼职教师共同组成，教师须满足下列任职条件。

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，学生数与本专业专任教师数比例不高于 25 : 1，专任教师队伍中双师素质教师不低于 60%，高级职称教师比例不低于 30%，职称、年龄形成合理的梯队结构。

(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) 专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师主要承担实践教学与实习指导任务。实习指导教师应具有与本专业对口的本科以上学历，并取得相关专业职业资格。

2. 对专任教师的要求

(1) 专任教师必须具有市场营销、工商管理等相关专业硕士及以上学历，并取得高校教师资格。

(2) 专任教师原则上要求具备讲师及以上的专业技术职称或相应的技术职业资格证书，具有较强的市场营销专业理论知识水平，能胜任所教授的课程；新进无职称教师必须在副教授以上教师的指导下授课。

(3) 专任教师要求有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有良好的师德，较强的敬业精神，具有扎实的理论功底和信息化教学能力，能够开展市场营销专业课程教学改革和科学研究。

(4) 具有一定的企业工作经验，熟悉企业营销岗位任职与职业技能要求；每年不少于 2 个月的企业实践经历。

3. 对兼职教师的要求

(1) 兼职教师应是营销领域的现场专家，具有3年以上相关岗位工作经历，具有扎实的专业知识和丰富的营销工作经验。

(2) 具有较强的教学组织能力、一定理论水平和丰富实践经验，能承担专业课程教学和实习实训指导等教学任务。

4. 对专业带头人的要求

专业带头人应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展趋势，能够广泛联系行业企业，了解行业企业对营销人才的需求；教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在湖南区域或营销领域具有一定的专业影响力。具体要求如下：

(1) 具备一定的国际视野：了解国外先进职教理念，具备市场营销专业核心课程开发、技术培训经验；

(2) 具有较强的专业发展把控能力：能把握专业发展动态，具有5年以上本专业工作经验，具有一定的企业和学校人脉资源，能带领团队完成调研、制订人才培养方案，按照市场需求和自身条件合理设置专业方向，打造专业品牌；

(3) 具有扎实的课程建设能力：具有相关专业学历，熟练掌握本专业课程的特点和课程任务，能承担2-3门核心课程教学，能够有效领导专业教学团队完成课程开发、课程标准制定等工作；

(4) 具有较强的科研服务能力：在科研开发、技术应用服务等方面起到表率作用，主持或参与省部级科研课题研究，能为企业解决技术难题。

5. 对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念提供保障。每位专业教师至少每两年参加一次市场营销专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

一般应配备黑（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，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、逃生通道畅通无阻。

2. 校内实习实训室

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 4。

表 4 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》、《营销专业综合实训》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	多媒体设备	2	套	120	①承担课程:《市场调研实训》、《商务数据分析与应用》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、调查报告撰写等内容。
		电脑	120	台		
		桌椅	120	套		
3	物流实训室	重型货架	2	组	60	①承担课程:《现代物流基础》课程的教学。 ②实训项目:物流认知、物流流程、仓储管理等内容。
		手动叉车	4	辆		
		电动堆高机	2	台		
		WMS 系统	1	套		
		托盘	10	个		
		电脑	4	台		
		条码打印机	2	台		
		打印机	2	台		
		流利式货架	1	组		
		电子标签拣货系统	1	套		
		模拟生产线	1	套		
		手持终端	2	台		
打包机	2	个				
4	新媒体营销实训室(网络推广)	多媒体设备	2	套	120	①承担课程:《新媒体营销》及《新媒体营销实训》课程教学; ②实训项目:学生分组模
		电脑	120	台		
		摄录设备	2	套		
		手机直播设	10	套		

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		
	实训室共用)	备				拟实践微信公众平台运营、短视频制作和方案策划等项目实操。
		货架	若干	个		
		桌椅	120	套		
5	市场营销沙盘实训室	多媒体设备	1	套	60	①承担课程：《市场营销沙盘实训》课程教学； ②实训内容：运用中教畅享的市场营销沙盘实训软件开展仿真模拟营销运营项目。
		沙盘软件	1	套		
		电脑	60	台		
		沙盘桌	15	张		
		椅子	60	张		
6	商务礼仪现场教室	镜子	若干	个	120	①承担课程：《商务礼仪》教学； ②实训项目：形体训练、商务礼仪等项目实操。
		即时录像	1	套		
		形体训练器材	若干			
		多媒体设备	3	套		
7	茶艺实训室	茶艺表演桌椅、桌布	60	套	60	①承担课程：《茶艺与茶文化实训》课程教学； ②实训项目：茶艺表演、茶叶冲泡、茶会组织等内容等实操。
		成套茶具	50	套		
		绿茶、乌龙茶、红茶等茶叶	若干	克		
		多媒体设备	1	套		
8	推销与谈判实训室	多媒体设备	1	套	60	①承担课程：《推销与谈判实训》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		

3. 校外实训实习基地

进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间的联系和合作，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 5。

表 5 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
3	推销与谈判	销售主管、销售代表	推销与谈判实训	60
4	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
5	顶岗实习基地	销售岗位、市场运营岗位	毕业实习	200

（三）专业教学资源

1.数字资源配备

不断满足学生对数字教学资源日益增长的需求，及时更新、进一步充实完善包括专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心课程的教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库、教学微视频等在内的专业教学资源库。

2.教材要求

(1) 优先选用国家或省级规划等优质教材，教材设计应充分体现项目任务引领、职业能力导向的职业教育理念。同时，教材一般应配套有线上课程资源，方便学生课后线上

学习。

(2) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性，能及时跟踪、反应行业技术最新发展成果。应将营销职业活动分解成若干典型的项目任务，按完成项目任务的需要和项目任务要求组织教材内容。通过实务操作机制，引入必要的理论知识，增加实践操作内容，强化基本理论在实际操作中的应用。

(3) 教材形式可多样，如活页式、手册式等。鼓励教师与企业技术人员、专家共同开发校本教材和实验实训指导书，使教学内容更好地与实践结合以满足未来实际工作需要，使教材更贴近营销专业的发展和实际需要。

(4) 若课程设置后找不到合适的公开出版教材，可以选用企业培训教材。教学过程中，教学内容应不仅仅限于教材内容，应根据企业实际需要来增加课外内容。

3. 图书文献配备要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研究等工作需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，以及经济、管理、营销类文献。

(四) 教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，

灵活采用班级授课、分组教学、现场教学、专题讲座等形式组织教学，综合运用讲授法、讨论法、直观演示法、练习法、读书指导法、任务驱动法、参观教学法、翻转课堂等教学方法，充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

（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《湖南商务职业技术学院学生成绩管理办法》（湘商职院发〔2019〕49号）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

1.建立、推进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，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，健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

3.改革传统的学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式；应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4.关注课程学习评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试等多种方式，注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

5.完善毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，适时对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行调查分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

1.原则要求

(1) 具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

(2) 掌握高等职业学校必须的思想政理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

(3) 具有良好的职业道德和职业素养，掌握一定的职业技能，能够从事、胜任本专业或专业方向就业面向岗位的工作；

(4) 身心健康，人格健全。

2.具体要求

(1) 修满 146 学分。其中：公共基础课程模块 45.5 学

分（含公共基础选修课程 4 学分），专业基础课程模块 23.5 学分，专业核心课程模块 23.5 学分，专业拓展选修课程模块 14.5 学分，专业集中实践课程模块 39 学分。

（2）顶岗实习、毕业设计评定合格，专业技能综合水平测试合格。

十、其他

引用的技术规范：教育部职业教育与成人教育司. 高等职业学校市场营销专业教学标准，2019 年 07 月 30 日.

附件 1：教学进程安排表（附表一至表六）

表一 教学进程周次安排及教学活动时间分配表								
学期	一	二	三	四	五	六	总计	
教学 进程 周次	1	#	☆	☆	☆	☆	◇	
	2	#	★	☆	☆	☆	◇	
	3	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	4	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	5	☆	☆	☆	☆	★	◇	
	6	☆	☆	★	☆	★	◇	
	7	☆	☆	★	☆	☆	◇	
	8	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	9	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	10	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	11	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	12	☆	☆	☆	☆	☆	◇	
	13	☆	☆	☆	★	☆	◇	
	14	☆	★	☆	☆	☆	◇	
	15	☆	☆	☆	★	⊙■※	◇	
	16	☆	☆	☆	☆	◇	⊙■	
	17	☆	☆	☆	★	◇		
	18	☆	☆	☆	☆	◇		
	19	☆	⊙	☆	☆	◇		
	20	☆	◆	⊙	⊙	◇		
	21	⊙	◆	◆	◆	◇		
	22	◆	◆	◆	◆	◇		
	23	◆	◆	◆	◆	◇		
	24	◆	◆	◆	◆	◇		
	25	◆	◆	◆	◆			
	26	◆	◆	◆	◆			
	27				◆			
理论教学 (理实一体)	18	16	17	16	12	0	79	
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	2	
	实训课程	0	2	2	3	2	9	
	实习	0	0	0	0	9	24	
考试	1	1	1	1	1	1	6	
教学周数合计	21	19	20	20	24	16	120	
寒暑假周数	5	7	6	7	0		25	
总计	26	26	26	27	24	16	145	
备注	1. 三年6学期总教学活动周共120周。 2. 认知实习原则上在专业课开始时安排，集中授课的实训课程、跟岗实习根据专业教学进度安排，顶岗实习一般为6个月。 3. 符号说明：# 军事技能 ☆ 理论教学（理实一体） ★ 实践教学 △ 认知实习 ▲ 跟岗实习 ■ 毕业设计 ※ 毕业教育 ◇ 顶岗实习 ⊙ 考试 ◆ 寒暑假							

表二 公共基础课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注		
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查			
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6					
									18	16	17	16	12	0					
公共基础课程(必修)	1	思想道德修养与法律基础	0601025	A	3.0	48	48		3							1		①	
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0601024	A	3.0	48	48			4*12						2			
	3	思政实践	0601046	C	1.0	16		16		4*4							2		
	4	形势与政策	0601028	A	1.0	40	40		2*4	2*4	2*4	2*4	2*4				5	②	
	5	军事技能	0801001	C	2.0	112		112	2周										③
	6	军事理论	0801215	A	2.0	36	36						4				5		
	7	大学体育(一)	0603001	B	2.0	32	4	28	2*16								1		
	8	大学体育(二)	0603002	B	2.0	32	4	28		2*16							2		
	9	大学体育(三)	0603003	B	2.0	32	4	28			2*16						3		
	10	大学体育(四)	0603004	B	1.0	16	4	12				1*16					4		
	11	心理健康教育	0601039	A	2.0	32	32		2								1		
	12	职业发展与就业指导(一)	0601070	A	1.0	16	16		2*8								1		
	13	职业发展与就业指导(二)	0601071	A	1.0	16	16					2*8					4		
	14	创业基础	0801080	A	2.0	32	32			2*8							2	④	
	15	劳动教育	0801216	A	1.0	16	16			2*8							2		
	16	劳动实践	0801217	C	1.0	28		28									5	⑤	
小计					27.0	552	300	252	9	8	2	4	4						
公共基础课程(限选)	17	马克思主义辩证唯物论	0601072	A	1.0	16	16			1						2		选1学分	
	18	红色潇湘	0601069	A	1.0	16	16			1						2			
	19	中国优秀传统文化	0201241	A	2.0	32	32		2								1		
	20	湘商文化	0201232	A	1.0	16	16		1								1		
	21	大学语文	0201039	A	3.0	48	48		3								1		
	22	应用文写作	0201039	A	3.0	48	48		3								1		
	23	大学英语(一)	0203001	B	2.0	32	24	8	2								1		
	24	大学英语(二)	0203002	B	2.0	32	24	8		2						2			
	25	经济数学	0602013	A	3.0	48	48		3								1		
	26	高等数学	0602001	A	3.0	48	48		3								1		
	27	概率论与数理统计	0602023	A	3.0	48	48		3								1		
	28	计算机应用	0401001	B	2.5	40	20	20		3							2	选2.5学分	
	29	信息技术素养	0401129	B	2.5	40	20	20		3							2		
	30	安全教育	0801080	B	1.0	16	8	8	2*4	2*4							2	选1学分⑥	
31	大学美育	0801217	A	1.0	36	16	64									2			
小计					14.5	232	188	44	8	6	0	0	0	0					
公共(选修)基础课	1	网络通识课程																	
	2	校内公共选修课程																	
	小计					4.0	64	64							0				
合计					45.5	848	552	296	17	14	2	4	4	0					

①课程类别: A: 纯理论课, B: (理论+实践)课, C: 纯实践课。

②2*4表示每周2学时, 开4周课。其它课程类同。

③军训连续进行15天。在军事训练中穿插进行专业教育、网络安全、学籍管理、法制、安全与国防教育等内容。入学教育在军训空余时间由各专业安排人员进行, 不单独计学分。

④采取线上线下相结合的方式授课, 安排线上网络课程16学时、线下课堂教学16学时。

⑤劳动教育以劳模精神、工匠精神专题教育为主; 劳动实践由学工处根据《劳动实践课管理办法》进行管理考核。

⑥“安全教育”第一、二学期各完成4学时理论授课, 第三、四学期开展讲座、讨论等形式安全宣传教育。

⑦每学期第1-2周由教务处公布公共选修课程。

表三 专业基础及核心课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注	
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查		
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6				
									18	16	17	16	12	0				
专业基础课程 (必修)	1	市场营销实务	0104283	B	4	64	40	24	4							1		
	2	商务礼仪	0104226	B	2	32	16	16	2								1	
	3	消费者行为学	0102067	B	3	48	32	16	4							1		
	4	经济学基础	0105145	B	3	48	34	14		4							2	
	5	商品基础知识	0102103	B	2	32	20	12		3							2	
	6	会计基础知识	0104224	B	2	32	22	10			2						3	
	7	经济法	0301027	B	2.5	40	28	12			3					3		
	8	电子商务基础与应用	0105251	B	2	32	20	12				3				4		
	9	现代物流基础	0105164	B	3	48	30	18				3				4		
		小计				23.5	376	242	134	10	7	5	6	0	0			
专业核心课程 (必修)	1	市场调查实务	0102002	B	3	48	30	18		4					2			
	2	推销与谈判	0102076	B	4	64	36	28			4				3			
	3	广告实务	0104227	B	3	48	28	20			4				3			
	4	公共关系实务	0205030	B	2.5	40	22	18			4					3		
	5	市场营销策划	0102028	B	3	48	20	28				4			4			
	6	品牌经营与管理	0102056	B	2.5	40	32	8				4				4		
	7	客户服务与管理	0104221	B	2.5	40	20	20					4		5			
	8	销售管理	0104306	B	3	48	24	24					4			5		
		小计				23.5	376	212	164	0	4	12	8	8	0			
合计					47	752	454	298	10	11	17	14	8	0				

表四 专业拓展选修课程及集中实践模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
						18	16	17	16	12	0						
专业拓展选修课程（选修）	1	新媒体营销	0104246	B	3	48	28	20			3				3	2选1	
	2	大数据营销	0104304	B	3	48	28	20			3				3		
	3	商务数据分析与应用	0103152	B	2.5	40	20	20				3			3	3选2	
	4	服务市场营销	0202055	B	2.5	40	28	12				3			4		
	5	茶艺与茶文化	0104223	B	2.5	40	24	16				3			4		
	6	企业管理	0103087	B	2.5	40	24	16					4		5	2选1	
	7	人力资源管理	0104180	B	2.5	40	28	12					4		5		
	8	国际贸易实务	0102007	B	2	32	24	8					3		4	4选2	
	9	渠道管理	0102080	B	2	32	20	12					3		5		
	10	网络营销	0104265	B	2	32	16	16					3		5		
	11	会展营销	0104001	B	2	32	16	16					3		5		
		合计			14.5	232	140	92	0	0	3	6	10	0			
专业集中实践课程（必修）	1	市场调研实训	0104260	C	1	28	0	28		1					1		
	2	市场营销沙盘实训	0201215	C	1	28	0	28		1					2		
	3	推销与谈判实训	0104261	C	2	56	0	56			2				3		
	4	市场营销策划实训	0102039	C	1	28	0	28				1			4		
	5	营销专业技能综合实训	0104307	C	2	56	0	56					2		5		
	6	毕业教育	0801002	C												①	
	7	毕业设计	0102073	C	6	28	0	28					0.5	0.5	6	②	
	8	毕业实习	0801003	C	24	672	0	672					9	15	6	③	
		小计			37	896	0	896									
专业集中实践课程（选修）	1	新媒体营销实训	0104232	C	1.0	28	0	28				1			3	3选2	
	2	商务数据分析与应用实训	0104305	C	1.0	28	0	28				1			3		
	3	茶艺与茶文化实训	0104165	C	1.0	28	0	28				1			4		
			小计			2.0	56	0	56	0	0	0	0	0	0		
		合计			53.5	1184	140	1044									

备注：①毕业教育于第五学期与下达毕业设计任务时同步进行，不单独计算学时与学分。
 ②毕业设计第五学期0.5周为下达毕业设计任务，每六学期0.5周为毕业设计答辩与成绩评定，均安排在考试周进行；毕业设计任务的完成与指导均与顶岗实习同步进行，不单独计算学时。
 ③毕业实习的类型为顶岗实习。

表五 周学时及学时统计表

年级 节(周)数 学期 模块	一年级		二年级				三年级				教学学时 (节)				
	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期		理论 学时	实训 实验 学时	合计
	周 课 时	实 训 周													
公共基础课程模块(必修)	9	2	8	0	2	0	4	0	4	0	0	0	300	252	552
公共基础课程模块(限选)	8	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	188	44	232
公共基础课程模块(选修拓展)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	0	64
专业基础及核心课程模块	10	0	11	0	17	0	14	0	8	0	0	0	454	298	752
专业拓展选修课程模块(选修)	0	0	0	0	3	0	6	0	10	0	0	0	140	92	232
专业集中实践模块(必修)	0	0	0	2	0	2	0	1	0	2	0	20	0	896	896
专业集中实践模块(选修)	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	56	56
合 计	27	2	25	0	22	2	24	3	22	2	0	20	1146	1638	2784

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

附各项重要指标统计数据：

公共基础课程(含必修、限选、拓展)学时数占总学时的比例：	30.5%
选修课程学时数占总学时的比例：	19.0%
实践学时数占总学时的比例：	58.8%
本专业应修学分总计：	146.0

表六 课程教学进程安排表

学期	序号	课程名称	总学时	周次																		备注				
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		19	20	21	
第一学期	1	思想道德修养与法律基础	48					4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	⊙			
	2	形势与政策（一）	8 hours																					⊙		
	3	军事技能	112	56	56																				⊙	
	4	大学体育（一）	32			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		⊙	
	5	心理健康教育	32			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		⊙	
	6	职业发展与就业指导（一）	16											2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		⊙	
	7	中国优秀传统文化/湘商文化 大学语文/应用文写作/经济数学	96			6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		⊙	选开6节
	8	大学英语（一）	32			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		⊙	
	9	安全教育	4 hours																						⊙	
	10	市场营销实务	64			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	⊙	
	11	商务礼仪	32			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		⊙	
	12	消费者行为学	48			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4							⊙	
	小 计	512	56	56	14	22	26	24	26	24	26	24	28	26	28	26	28	22	24	22	8	2				
第二学期	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（含思政实践）	64	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4		⊙		
	2	形势与政策（二）	8 hours																						⊙	
	3	大学体育（二）	32	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		⊙		
	4	劳动教育	16	2		2	2	2	2	2	2	2													⊙	
	5	创业基础	16										2	2	2	2	2		2	2	2	2		⊙		
	6	红色潇湘	16	2		2	2	2	2	2	2	2												⊙		
	7	大学英语（二）	32	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		⊙		
	8	计算机应用	40			4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2		4						⊙	
	9	安全教育	4 hours																						⊙	
	10	市场调查实务	48			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4								⊙	
	11	经济学基础	48			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4								⊙	
	12	商品基础知识	32							2	4	2	4	2	4	2	4		2	4	2	4		⊙		
	13	市场营销沙盘实训	28		28																				⊙	
	14	市场调研实训	28															28							⊙	
	小 计	400	12	28	24	22	24	22	26	26	26	24	24	24	24	24	28	16	14	12						

表六 课程教学进程安排表

学期	序号	课程名称	总学时	周次																					备注
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
第三学期	1	形势与政策（三）	8 hours																			⊙			
	2	大学体育（三）	32	2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	⊙			
	3	经济法	40			4	2	4			2	4	2	4	2	4	2	4	2	4		⊙			
	4	推销与谈判	64		4	4	4	4			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	⊙		
	5	公共关系实务	40		4	4	4	4			4	4	4	4	4	4							⊙		
	6	会计基础知识	32	2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	⊙		
	7	广告实务	48								4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	⊙		
	8	推销与谈判实训	56							28	28												⊙		
	9	新媒体营销/大数据营销	48	4	2	4	2	4			4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	⊙	2选1	
		小 计	360	8	14	20	16	20	28	28	22	22	22	22	22	22	18	18	18	18	14	8			
第四学期	1	形势与政策（四）	8 hours																			⊙			
	2	大学体育（四）	16		2		2		2		2		2		2		2		2			⊙			
	3	职业发展与就业指导(二)	16		2	2	2	2	2	2	2	2										⊙			
	4	市场营销策划	48		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4							⊙		
	5	电子商务基础与应用	32					4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2					⊙		
	6	现代物流基础	48		4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4		4		4		⊙		
	7	市场营销策划实训	28																	28			⊙		
	8	商务数据分析与应用/服务市场营销/茶艺与茶文化	80		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		2				⊙	3选2	
	9	新媒体营销实训/商务数据分析与应用实训/茶艺与茶文化实训	56	28														28					⊙	3选2	
	10	品牌经营与管理	40		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4									⊙		
	小 计	364	28	22	18	22	22	24	22	24	22	22	20	18	16	14	28	10	28	4	0				

表六 课程教学进程安排表

学期	序号	课程名称	总学时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	备注	
第五学期	1	形势与政策（五）	8 hours															⊙								
	2	军事理论	36		4	4	4				4	4	4	4	4	4			⊙							
	3	客户服务与管理	40		4	4	4				4	4	4	4	4	4	4			⊙						
	4	销售管理	48	4	4	4	4				4	4	4	4	4	4	4	4		⊙						
	5	企业管理/人力资源管理	40		4	4	4				4	4	4	4	4	4	4	⊙	⊙							2选1
	6	国际贸易实务/渠道管理/网络营销/会展营销	64	6	6	6	6				6	6	6	6	6	6	6	⊙	⊙							4选2
	7	专业技能综合实训	56						28	28										⊙						
	8	毕业教育																		⊙						
	9	毕业设计	14																	⊙14						
	10	毕业实习	252																	⊙	第16-24周					
小计			550	10	22	22	22	28	28	22	22	22	22	22	22	18	4		28	28	28	28	28	28		
第六学期	1	毕业实习	420	第1-15周														⊙								
	2	毕业设计	14																	⊙14						
	小计			434	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28							

备注：①各专业基本素养课程（含必修、限选）开课学期不同，请教研室根据《关于制订2020级专业人才培养方案实施计划的原则意见》（湘商职院发（2019）67号）参照本表调整、设置。

②各专业基本素养限选课程，请教研室根据专业需要及附表2的选修规定进行选择。

附件 2：专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属学院		使用年级	
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业带头人意见：			二级院（部）主任意见：		
签字：			签字：		
年 月 日			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					
校长意见：					
签字：					
年 月 日					

注：(1) 调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。

(2) 调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。

(3) 本表一式三份，专业教研室、二级院(部)、教务处各存一份。