



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：	530605
适用年级：	2026 级
制订时间：	2026 年 5 月

2026 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	530605
专业建设委员会	人才培养目标定位明确, 课程目标设置合理, 符合现代企业人才培养需求。 易芳平 侯杰 潘海燕 陈会忠 黄慧化 马海慧 刘嘉亮 赖世涛 唐红涛 刘欢 签名: 2026 年 6 月 12 日
人才培养方案论证会	人才培养方案符合现代企业人才需求。 易芳平 侯杰 潘海燕 刘嘉亮 赖世涛 毛彬彬 唐红涛 刘继永 钱利军 钟立 郭以 周西 陈会忠 肖超 曾总 任成友 何平 刘小通 马海慧 刘欢 签名: 2026 年 6 月 14 日
学术委员会	已上会通过 签名(盖章): 2026 年 7 月 14 日 
校级党组织会议审定	同意 签名(盖章): 2026 年 7 月 19 日 
备注	



编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，以落实立德树人根本任务，坚持面向市场、对接产业、服务发展、促进就业的办学方向，遵循国家专业教学标准、专业实训教学条件建设标准等国家标准，结合学校服务湖南区域经济发展需求和市场营销专业特色，由湖南商务职业技术学院市场营销专业教学团队与长沙蔚澜汽车销售有限公司、湖南零食很忙商业连锁有限公司、老百姓大药房连锁股份有限公司等企业共同构建的德智体美劳全面发展的人才培养体系，体现了专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，规范了人才培养全过程，突出了职业教育的类型特点，落实了专业、课程、教材、教师、实习实训等教育教学关键要素改革，实现了高技能人才的有效培养。

本专业人才培养方案在制订过程中，历经专业建设指导委员会论证、人才培养方案论证、校学术委员会评审、提交学校校长办公会、党委会审定，将在 2026 级市场营销专业实施。

市场营销专业人才培养方案制订成员名单

序号	姓名	单位	职务	职称/职级
1	侯 杰	湖南商务职业技术学院	经济贸易学院院长	教授
2	潘海燕	湖南商务职业技术学院	经济贸易学院副院长	副教授
3	任修霞	湖南商务职业技术学院	专业带头人	副教授
4	肖 颖	湖南商务职业技术学院	教研室主任	讲师
5	陈学忠	湖南商务职业技术学院	专任教师	教授
6	黄慧化	湖南商务职业技术学院	专任教师	教授
7	禹海慧	湖南商务职业技术学院	专任教师	教授
8	徐喜波	湖南商务职业技术学院	专任教师	教授
9	刘 欢	湖南商务职业技术学院	专任教师	教授
10	周叶林	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
11	刘 彦	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
12	李黎丹	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
13	李 贞	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
14	樊晓英	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
15	周冯西子	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
16	熊彬雁	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
17	陈凤	湖南商务职业技术学院	专任教师	教师

18	谭经伦	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
19	苏 艺	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
20	王晓春	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
21	杨 娟	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
22	雷苗苗	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
23	李一舟	长沙蔚澜汽车销售有限公司	营销总监	/
24	张西洋	湖南零食很忙商业连锁有限公司	人事总监	/
26	党文彬	老百姓大药房连锁股份有限公司	人力资源部总经理	/

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
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要求对应关系分析	8
(三) 专业集中实训课程教学体系	12
(四) 课程描述	14
七、教学进程总体安排	110
(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表	110
(二) 教学进程表	111
(三) 周学时及学时统计表	114
八、实施保障	115
(一) 师资队伍	115
(二) 教学设施	116
(三) 专业教学资源	121
(四) 教学方法	123
(五) 学习评价	124
(六) 质量管理	126
九、毕业要求	126
十、其他	128
(一) 引用的技术规范	128
(二) 学分银行转换的说明	128
附录 1 专业人才培养方案调整审批表	129
附录 2 专业人才培养方案论证意见表	131
附录 3 公共基础课开设统筹安排表	132

湖南商务职业技术学院

2026 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：530605）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准年限三年，实行弹性学制 2-6 年。

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	职业技能等级证书、 社会认可度高的行业企 业标准和证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业、 零售业、商务服 务业 (F51、 F52、L72)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 客户服务管理员 (4- 07-02-03)、 互联网营销师 S (4- 01-06-02)、 电子商务师 S (4-01-06-01) 品牌专业人员 (2- 06-07-04)	入职岗位： 销售 代表、市场策划专 员、新媒体运营专 员、电商运营助理 发展岗位： 销售 经理/大客户经 理、市场经理/品 牌经理、数字营销 经理、用户/社群 运营经理 迁移岗位： 运营 总监/市场总监、 新创业者/个体经 营者、营销培训师 /咨询顾问、海外 市场经理	互联网营销师（初级） 1+X 数字营销技术应用 职业技能证书（初级） 数字营销技术应用职业 技能等级证书（中级）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文

明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向销售与客户关系管理、市场策划与品牌管理、数字运营与内容创作等岗位群，能够从事产品销售、新媒体运营、市场策划、电商运营、用户运营等工作的高技能人才。

（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

S1:坚决拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，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，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

S2:具有爱岗敬业的职业精神，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；

S3:具有质量意识、环保意识、安全意识、科学素养、创新能力、工程思维、数据思维、湘商精神；

S4:具有数字化意识，具有数字化意识,积极拥抱人工智能技术,具备利用 AI 工具解决营销实践中遇到的问题和困难的信心与能力；具有人机协同的工作理念，能够理性看待 AI

在营销中的辅助角色与局限性，保持批判性思维；

S5:勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划能力，具有较强的集体意识和团队合作精神；

S6: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；

S7:具有良好的人文素养和审美能力，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

S8：弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；

S9：具有数据合规意识，理解数字营销中的隐私保护、算法公平性等伦理问题，能够制定符合《中华人民共和国个人信息保护法》等法规的营销策略，同时关注 AI 生成内容的真实性、透明性与可追溯性，避免算法偏见与信息误导；

S10：具备服务意识和奉献精神，在坚持原则的基础上开拓创新，寻求最佳解决方案。

2. 知识要求

Z1:掌握必备的政治理论、军事理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

Z2: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；

Z3:了解心理学的有关理念和基本概念，树立心理健康意

识；

Z4:掌握多元文化知识，理解不同文化内涵，掌握必要的跨文化知识；

Z5:掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征；

Z6:掌握 Windows 操作系统的基本操作方法和办公软件的基本功能；

Z7:掌握经济学、管理学等基础理论，以及计算机应用、数字营销、现代物流、基础会计等基础知识，掌握主流 AI 营销工具的基本原理与应用场景；

Z8:掌握市场营销环境分析内容与方法以及市场细分、目标市场选择、市场定位和营销组合策略制定等知识；

Z9:掌握消费者行为与消费心理分析的基本内容与分析方法；

Z10:掌握销售计划与控制等销售组织管理的基本方法；

Z11:掌握推销和商务谈判的原则、方法与技巧、流程和策略；

Z12:掌握市场调查的方式、流程，抽样方法与数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

Z13:掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法、策划创意、策划方案的撰写内容；

Z14:掌握客户服务与管理的基本概念、原理、客户服务

技巧与策略等知识；

Z15:掌握品牌定位、品牌命名、品牌推广与传播、品牌延伸、品牌危机处理等品牌策划与管理知识；

Z16: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；

Z17: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知识；

Z18:熟悉、掌握微博、微信、社群、短视频、搜索引擎、直播等新媒体的类型、传播规律、营销推广技术等数字营销新知识、新技术。

Z19: 掌握 AI 营销工具的分类与功能，包括但不限于 AI 文案生成、智能短视频创作、AI 客服对话设计、智能推荐系统、AI 数据分析与预测建模等，具备人机协同开展营销工作的知识储备；了解提示词工程（Prompt Engineering）的基本原理与设计方法，掌握不同营销场景下 AI 工具的选型逻辑与调用策略。

3. 能力要求

N1:具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

N2:具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

N3:具有良好的团队合作能力、学习能力和创新能力；

N4:具有熟练运用信息技术、收集处理信息的能力，能够

利用数智化工具进行自动化数据采集、清洗与初步分析;;

N5:具有自我探索技能、心理调适技能、心理发展技能;

N6:具有对行业、竞争、用户、产品的市场调查与分析能力,能够采集、整理、分析商务信息,形成调研报告,进行市场预测、决策,能够运用数智化辅助工具提升调研效率与洞察深度;;

N7:具有客户拜访、交流与沟通的能力,能够进行产品方案演示、商务洽谈、实施推销或项目招投标,完成产品销售、签订合同;

N8:具有数字营销技术应用能力,能够进行社交营销、小程序营销、APP 营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销,实现网站推广,能利用所掌握的数字营销技术考取数字营销职业技能证书、参加职业技能竞赛等;

N9:能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

N10:具备合理运用广告媒体进行产品、品牌宣传推广的能力;

N11:具备营销活动策划、方案撰写、组织活动实施的能力,能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施;

N12:具备品牌策划、处理公共关系事务能力;

N13:具备微博、微信、短视频、直播等新媒体与工具应用能力,能够利用 AI 工具进行短视频脚本生成、智能剪辑、

直播话术优化与实时互动管理；能够设计并优化 AI 提示词，生成符合营销目标的文案、海报、视频脚本等内容素材；

N14:具有商务数据收集、处理、分析和常用计算机办公软件、网络信息技术应用的能力；

N15:具备销售规划、预测、配额、预算、组织、控制、团队协作的能力；

N16:能够对客户服务和销售过程环节进行日常管理，具有服务管理能力；

N17:能够适应社会与市场环境的变化变化的应变能力，具备一定的创新创业能力，能够运用 AI 工具进行市场趋势预测、用户画像构建与营销效果归因分析，形成数据驱动的营销决策能力。

六、课程设置及要求

（一）课程结构

本专业根据“一轴、三群、五模块、七课程区”来构建专业课程体系。一轴指市场营销职业能力延展轴线，在轴线两端市场营销职业岗位群在职业能力的需求端与市场营销专业人才培养的能力供给端相匹配；三群是指根据专业人才的入职岗位、发展岗位、迁移岗位，构建职业素养课程群、专业素能课程群、职业拓展课程群；七课程区指公共基础必修课程区、公共限选课程区、专业基础课程区、专业核心课程区、数字营销拓展课程区、运营管理拓展课程区、集中实

训课程区。五模块指在七课程区的基础上组建公共基础课程模块（包含公共基础必修课程区、公共限选课程区）、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（包含数字营销拓展课程区、运营管理拓展课程区）、专业集中实训模块等五个模块。具体如图 1 所示。

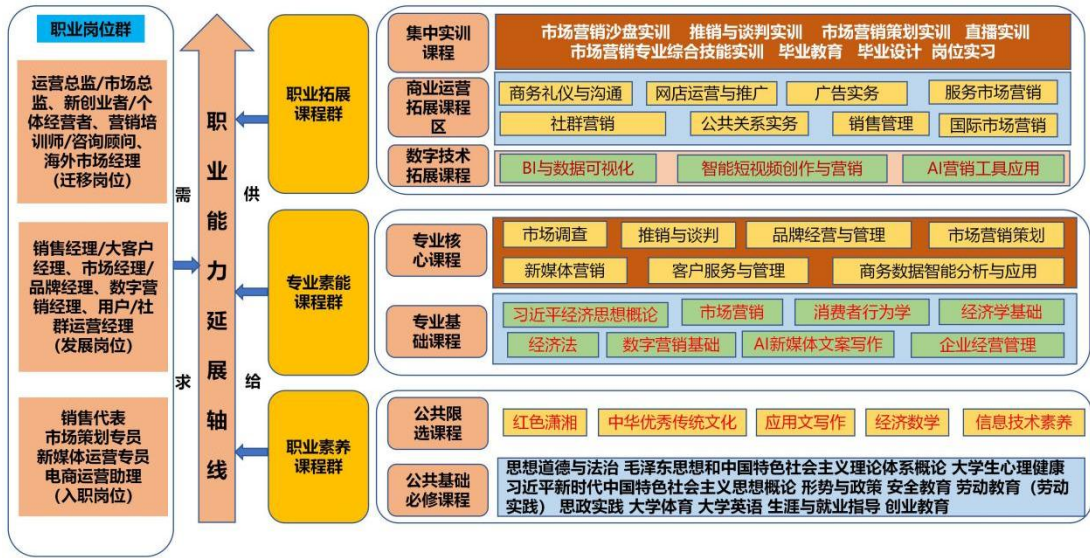


图 1 市场营销专业课程体系图

（二）专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析

表 2 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

岗位层级	岗位名称	典型工作（项目）	核心职业能力要求（素质、知识、能力）	专业课程
入职岗位	1. 销售代表/客户顾问	1.1 客户开发与拜访 1.2 产品推介与商务谈判 1.3 客户关系维护与售后服务 1.4 销售数据记录与报表填写	素质： 服务意识、抗压能力、诚信敬业、团队协作精神 知识： 客户开发流程、产品知识、商务谈判技巧、客户关系管理基础 能力： 客户沟通与需求挖掘能力、商务谈判与成交能力、客户档案管理与维护能力	推销与谈判 客户服务与管理 商务礼仪与沟通 市场营销 经济学基础

	2. 新媒体运营专员	2.1 新媒体内容创作与发布（图文/短视频） 2.2 社交媒体账号日常运营与维护 2.3 粉丝互动与用户增长 2.4 内容数据监测与效果分析	素质： 用户思维、创新意识、数据敏感度、学习能力 知识： 新媒体平台规则、内容创作技巧、社群运营方法、数据分析基础 能力： 内容策划与创作能力、平台运营与推广能力、社群管理与用户互动能力、数据分析与优化能力	新媒体营销 AI 新媒体文案创作 智能短视频创作与营销 社群营销 数字营销基础
	3. 电商运营助理	3.1 电商平台商品上下架与详情页优化 3.2 店铺日常活动报名与执行 3.3 客服咨询回复与售后处理 3.4 店铺数据整理与日报制作	素质： 细心耐心、责任意识、学习能力、抗压能力 知识： 电商平台规则、商品管理、客服技巧、基础数据分析 能力： 店铺运营与维护能力、活动执行与跟进能力、客户沟通与问题处理能力、数据整理与报告能力	网店运营推广 客户服务与管理 数字营销基础 商务数据智能分析与应用 市场营销
	4. 市场策划专员	4.1 市场调研与竞品分析 4.2 营销活动方案策划与执行 4.3 品牌宣传物料策划与制作 4.4 活动效果数据收集与复盘	素质： 创新意识、逻辑思维、细节把控、责任心 知识： 市场调研方法、营销策划流程、品牌管理基础、数据分析基础 能力： 市场信息收集与分析能力、营销方案撰写与执行能力、活动效果评估与优化能力	市场调查 市场营销策划 品牌经营与管理 公共关系实务 广告实务 市场营销
发展岗位	5. 销售经理/大客户经理	5.1 销售团队组建与目标分解 5.2 大客户开发与深度维护 5.3 销售渠道拓展与管理 5.4 销售业绩分析与策略调整	素质： 领导力、决策力、抗压能力、资源整合意识 知识： 销售团队管理、大客户管理、渠道管理、销售数据分析方法 能力： 团队管理与激励能力、大客户关系深度经营能力、渠道拓展与维护能力、销售数据分析与决策能力	销售管理 推销与谈判 客户服务与管理 商务数据智能分析与应用 企业经营与管理

	6. 市场经理 /品牌经理	6.1 年度品牌传播策略制定 6.2 整合营销传播全案策划 6.3 品牌资产监测与舆情管理 6.4 跨部门资源协调与项目推进	素质: 战略思维、全局意识、创新精神、沟通协调能力 知识: 品牌管理理论、整合营销传播、舆情管理、项目管理知识 能力: 品牌策略规划与执行能力、全案策划与提案能力、舆情监测与危机处理能力、跨部门协作与资源整合能力	品牌经营与管理 市场营销策划 公共关系实务 市场调查 商务数据智能分析与应用
	7. 数字营销经理	7.1 数字营销策略制定与预算分配 7.2 多渠道广告投放与优化 7.3 营销自动化流程设计与执行 7.4 营销数据深度分析与 ROI 评估	素质: 数据驱动思维、技术敏感度、创新意识、结果导向 知识: 数字营销渠道、程序化广告、营销自动化、数据建模基础 能力: 数字营销策略规划能力、广告投放与优化能力、营销自动化流程设计能力、数据分析与 ROI 评估能力	AI 营销工具应用 数字营销基础 商务数据智能分析与应用 BI 与数据可视化 新媒体营销
	8. 用户/社群运营经理	8.1 用户增长策略制定与执行 8.2 私域流量池搭建与运营 8.3 会员体系设计与精细化运营 8.4 运营数据深度分析与策略优化	素质: 用户洞察力、数据思维、创新意识、结果导向 知识: 用户增长方法论、私域运营体系、会员管理模式、数据分析工具 能力: 用户增长策略设计与执行能力、私域流量运营能力、会员体系搭建与运营能力、数据驱动决策与优化能力	数字营销 新媒体营销 客户服务与管理 商务数据智能分析与应用 BI 与数据可视化
迁移岗位	9. 运营总监 /市场总监	9.1 企业营销战略制定与实施 9.2 营销组织架构设计与团队建设 9.3 年度营销预算编制与成本控制	素质: 战略思维、领导力、经营意识、风险意识、创新能力 知识: 企业战略管理、组织行为学、财务管理基础、品牌战略管理 能力: 战略规划与执行能	企业经营与管理 市场营销策划 品牌经营与管理 销售管理 商务数据智能分析与应用

		9.4 品牌战略规划与市场布局	力、团队领导与组织建设能力、预算编制与成本控制能力、品牌战略规划与市场布局能力	
	10. 新创业者/个体经营者	10.1 商业模式设计与验证 10.2 产品/服务市场定位与推广 10.3 初创团队组建与管理 10.4 财务规划与融资对接	素质: 创业精神、风险承受力、资源整合能力、学习能力 知识: 商业模式设计、市场营销、财务管理、人力资源管理基础 能力: 商业机会识别与评估能力、市场推广与品牌打造能力、团队组建与管理能力、财务规划与资金管理能力	企业经营与管理 市场营销 市场营销策划 创业教育 经济学基础 商务礼仪与沟通
	11. 营销培训师/咨询顾问	11.1 营销培训课程设计与讲授 11.2 企业营销诊断与解决方案输出 11.3 行业研究与趋势分析报告撰写 11.4 客户沟通与项目交付	素质: 表达能力、逻辑思维、专业权威、服务意识 知识: 营销理论与方法、培训教学设计、咨询方法论、行业知识 能力: 课程开发与授课能力、问题诊断与方案设计能力、行业研究分析能力、客户沟通与项目管理能力	市场营销 市场调查 市场营销策划 消费者行为学 商务礼仪与沟通 公共关系实务
	12. 海外市场经理	12.1 目标市场调研与进入策略制定 12.2 跨境平台运营与推广 12.3 跨文化营销活动策划与执行 12.4 国际客户开发与商务谈判	素质: 国际视野、跨文化沟通意识、风险意识、开拓精神 知识: 国际市场分析、跨境电商运营、跨文化营销、国际贸易法规 能力: 国际市场调研与策略制定能力、跨境平台运营与推广能力、跨文化沟通与谈判能力、国际客户开发与维护能力	国际市场营销 网店运营推广 服务市场营销 商务礼仪与沟通 经济学基础 市场营销

(三) 专业集中实训课程教学体系

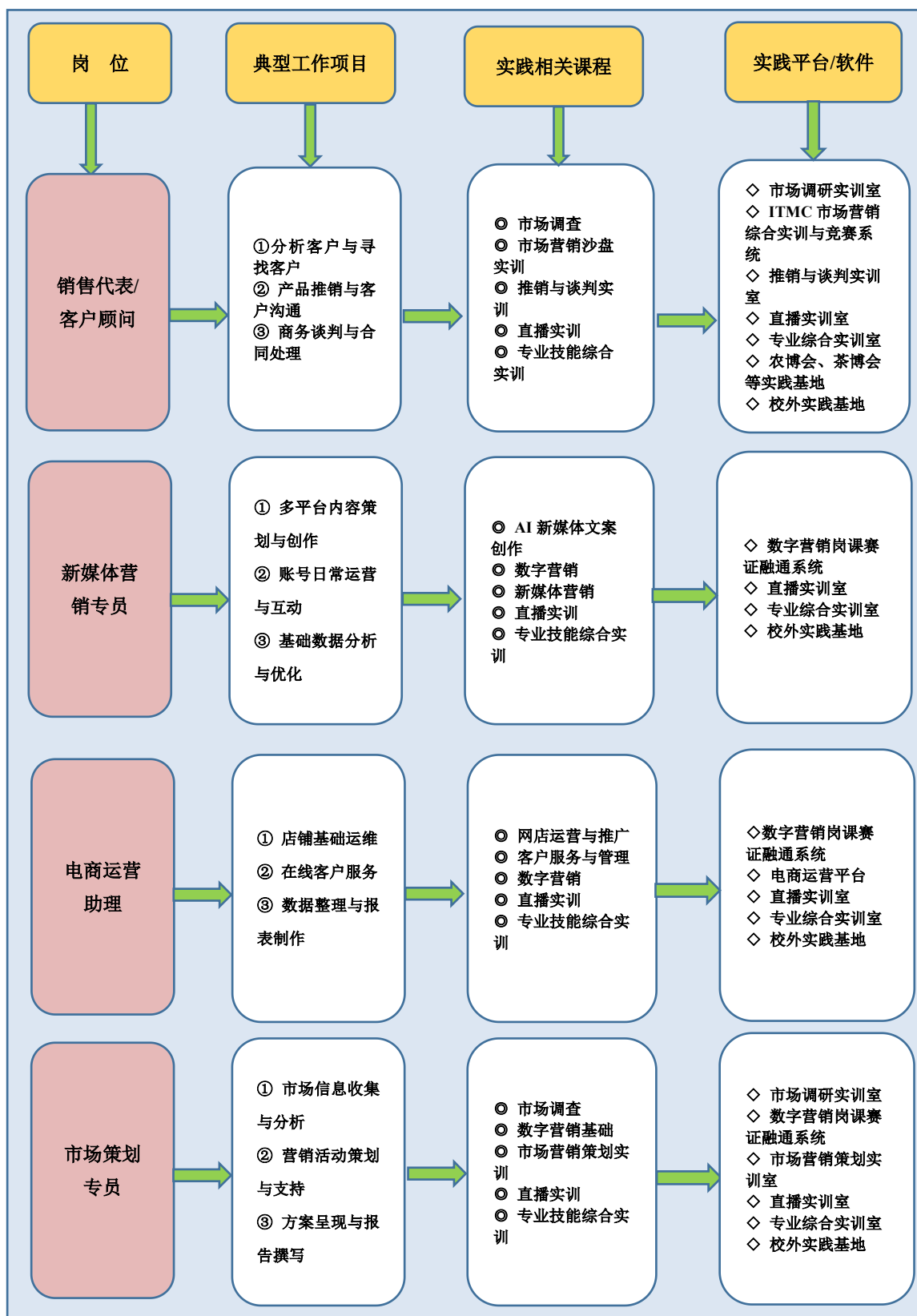


图 2 专业集中实训课程体系图

（四）课程描述

1. 课程描述总体要求

对接岗位需求，引入新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，融通职业院校技能竞赛市场营销赛项竞赛标准和互联网营销师、数字营销技术应用职业等级证书（中级）等职业资格证书能力要点，基于工作过程或能力模块或典型工作任务，系统设计每一门课程的课程目标、主要内容和教学要求，可操作性强。

（1）专业思政融入课程分析

在整个课程体系中，爱国主义教育、法治教育、职业道德教育等思政元素全程贯穿，将思政教育与专业教学深度融合。

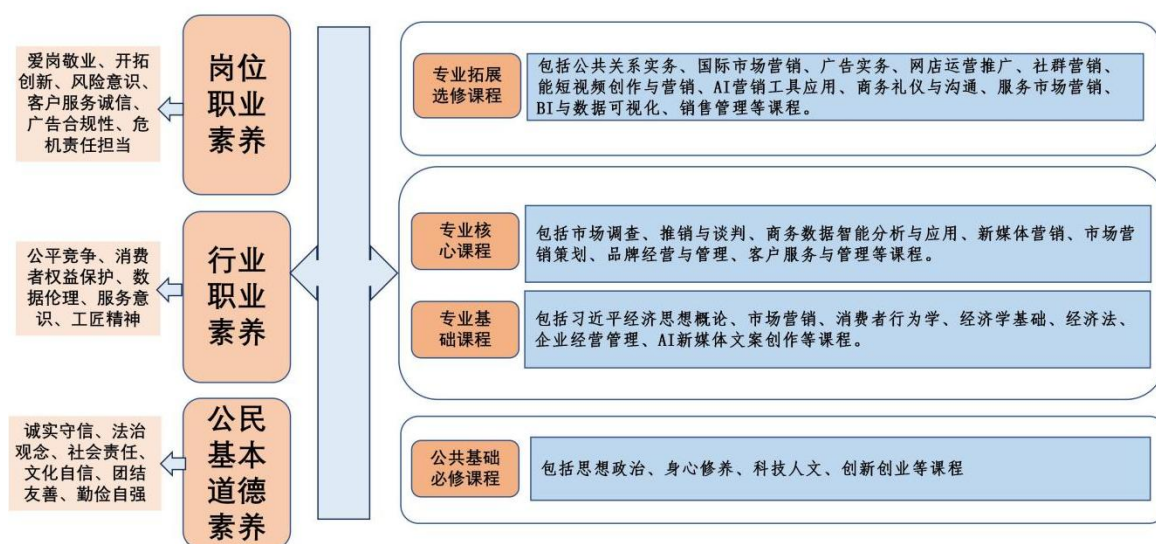


图3 “课程+思政” 体系结构图

专业思政与课程的融入如下表所示：

表 3 专业思政融入课程分析

课程模块	主要内容	思政融入	
公共基础课程	包括思想政治、身心修养、科技人文、创新创业等课程。	S4: 通过信息技术课程,培养数字素养和终身学习能力。 S7: 结合人文社科课程,提升人文素养和审美素养,鼓励艺术特长发展。	在所有课程中融入爱国主义教育、法治教育、职业道德教育,确保学生在掌握专业技能的同时,成为有理想、有本领、有担当的新时代青年。
专业基础课程	包括习近平经济思想概论、市场营销、消费者行为学、经济学基础、经济法、数字营销、企业经营管理、AI 新媒体文案创作等课程。	结合 S1-S3,强调在学习专业知识的同时,树立正确的世界观、人生观、价值观,践行社会主义核心价值观	
专业核心课程	包括市场调查、推销与谈判、品牌经营与管理、市场营销策划、新媒体营销、客户服务与管理、商务数据智能分析与应用等课程。	S4: 具有数字化意识,具备战胜教育数字化实践中遇到的困难和挑战的信心; S5: 勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力、职业生涯规划能力,具有较强的集体意识和团队合作精神; S8: 弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚;	
专业拓展选修课程	包括公共关系实务、国际市场营销、广告实务、网店运营推广、社群营销、智能短视频创作与营销、AI 营销工具应用、商务礼仪与沟通、服务市场营销、BI 与数据可视化、销售管理等课程。	S4: 具有数字化意识,具备战胜教育数字化实践中遇到的困难和挑战的信心;构建数字中国,维护网络安全。 S9: 具有数据合规意识,理解数字营销中的隐私保护、算法公平性等伦理问题,能够制定符合《中华人民共和国个人信息保护法》等法规的营销策略。 S10: 具备服务意识和奉献精神,在坚持原则的基础上开拓创新,寻求最佳解决方案。	

(2) 相关技能竞赛融入课程分析

本专业相关的技能竞赛有省级职业技能大赛、世界职业院校技能大赛赛项,竞赛内容与课程的融合如下表所示。

表 4 技能竞赛融入课程分析

竞赛名称	组织机构	能力考点	对应融通课程
湖南省职业院校技能大赛市场营销赛项	湖南省教育厅	市场分析（数据收集与分析、报告撰写）、营销活动策划（目标市场定位、策略制定、活动方案设计）、情境营销（角色扮演、模拟运营、决策制定）及办公软件运用、团队协作与沟通、创新思维等技能考察。	根据比赛成绩可融通对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践课、专业选修课
世界职业院校技能大赛市场营销赛项	世界职业院校技能大赛执行委员会	市场分析（数据收集与分析、报告撰写）、营销活动策划（目标市场定位、策略制定、活动方案设计）、情境营销（角色扮演、模拟运营、决策制定）及办公软件和数智技术运用、团队协作与沟通、创新思维等技能考察。	根据比赛成绩可融通对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践课、专业选修课

（3）相关证书融入课程分析

本专业相关的证书是数字营销技术应用职业技能等级证书（初级）、数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）、互联网营销师（初级）等级证书，证书内容与课程的融合如下表所示。

表 5 相关证书融入课程分析

国家职业资格证书/职业技能等级证书名称	颁证单位	工作领域	工作任务	对应融通课程
数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	中教畅想科技股份有限公司	主要面向利用数字营销技术（如搜索引擎、推荐引擎等）进行品牌推广、广告策划执行及数据分析优化的实战型岗位，涵盖市场调研、渠道运营、用户增长及效果评估等核心领域。	涵盖目标受众分析与定位、数字营销策划与执行、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及数据分析与效果评估等多个方面。	数字营销、新媒体运营、搜索引擎营销
互联网营销师（初级）	中国轻工业联合会	协助选品、直播脚本执行、视频素材整理、平台数据监测	数字化营销基础操作、产品审核与选品支持、营销推广与用户运营、数据采集与售后协调、合规与质量把控	数字营销、新媒体营销

（4）专业技能考核标准融入课程分析

本专业技能考核对接产品销售类和市场运营类岗位群的典型岗位要求，具体分为三个模块：专业基本技能模块、岗位核心技能模块和岗位拓展技能模块。模块内容与专业课程对应关系如下表所示。

表 6 技能考核模块内容与专业课程对应关系

序号	技能考核模块	考核内容	对应专业课程
1	市场调研模块	① 调研方案设计 ② 问卷设计与抽样方案制定 ③ 实地或线上数据收集与整理 ④ 数据分析 ⑤ 调研报告撰写	市场调查 商务数据智能分析与应用 BI 与数据可视化
2	产品推销模块	① 客户分析与产品卖点提炼 ② 推销开场白与产品演示话术设计 ③ 客户异议处理与促成技巧 ④ 模拟推销情景演练	推销与谈判 商务礼仪与沟通 销售管理
3	商务谈判模块	① 谈判准备 ② 谈判策略运用 ③ 合同条款拟定与风险识别 ④ 模拟谈判实战对抗	推销与谈判 经济法
4	营销策划模块	① 市场环境 with 竞品分析 ② 营销目标设定与目标人群定位 ③ 营销组合策略设计 ④ 活动方案撰写	市场营销 数字营销 市场营销策划 品牌经营与管理 广告实务 公关实务 新媒体营销
5	新品（牌）全渠道推广模块	① 新品/品牌定位与核心卖点提炼 ② 线上线下渠道选择与组合策略 ③ 推广内容创作 ④ 推广预算分配与 ROI 预估 ⑤ 全渠道推广方案完整撰写与路演展示	新媒体营销 市场营销策划 品牌经营与管理 网店运营推广 智能短视频创作与营销

2.公共基础课程描述（必修、限选、任选）

（1）习近平新时代中国特色社会主义思想概论

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主和谐文明美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 知识目标： 理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、理论特质与历史地位，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。 能力目标： 能够理论联系实际，运用所学专业理论知识，正确看待社会问题，分析社会现象；能够运用马克思主义的立场、观点和方法发现问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论 马克思主义中国化时代化新的飞跃	1. 习近平新时代中国特色社会主义思想是如何创立的？ 2. 习近平新时代中国特色社会主义思想回答了什么重大时代课题？ 3. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要包含哪些内容？ 4. 如何理解习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位？ 5. 如何学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想？			
2	第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义	1. 中国特色社会主义如何一路走来？ 2. 如何理解中国特色社会主义是社会主义而不是其他什么主义？ 3. 为什么说中国特色社会主义进入了新时代？ 4. 新时代坚持和发展中国特色社会主义如何一以贯之？			
3	第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴	1. 为什么说实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程？ 2. 如何擘画全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图？ 3. 中国式现代化是一种什么样的现代化			
4	第三章 坚持党的全面领导	1. 为什么要坚持党的领导？ 2. 怎样理解党的领导是全面的、系统的、整体的？ 3. 怎样实现党的全面领导？			
5	第四章 坚持以人民为中心	1. 为什么必须坚持以人民为中心？ 2. 如何理解不断实现人民对美好生活的向往？ 3. 怎样实现人的全面发展、全体人民共同富裕？			
6	第五章 全面深化改革	1. 为什么要全面深化改革开放？ 2. 怎样推进全面深化改革开放？ 3. 如何将改革开放进行到底？			
7	第六章 推动高质量发展	1. 如何完整、准确、全面贯彻新发展理念？ 2. 如何坚持和完善社会主义基本经济制度？ 3. 如何加快构建新发展格局？			

8	第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略	1. 为什么要坚持教育、科技、人才一体推进？ 2. 怎样加快建设教育强国？ 3. 怎样加快建设科技强国？ 4. 如何深入实施新时代人才强国战略？
9	第八章 发展全过程人民民主	1. 什么是全过程人民民主？ 2. 全过程人民民主好在哪里？ 3. 如何践行全过程人民民主？
10	第九章 全面依法治国	1. 为什么要全面推进依法治国？ 2. 为什么要走中国特色社会主义法治道路？ 3. 如何理解全面依法治国的总目标？ 4. 如何建设法治中国？
11	第十章 建设社会主义文化强国	1. 为什么建设中国特色社会主义文化？ 2. 为什么要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度？ 3. 为什么要用社会主义核心价值观凝心聚力？ 4. 如何铸就社会主义文化新辉煌？
12	第十一章 加强以民生为重点的社会建设	1. 为什么说“悠悠万事，民生为大”？ 2. 提高人民生活品质着重从哪些方面入手？ 3. 怎样推进社会治理现代化？
13	第十二章 建设社会主义生态文明	1. 新时代为什么突出强调生态文明建设？ 2. 建设什么样的生态文明？ 3. 怎样建设美丽中国？ 4. 怎样共谋全球生态文明建设之路？
14	第十三章 维护和塑造国家安全	1. 为什么要坚持总体国家安全观？ 2. 如何构建统筹各领域安全的新安全格局？ 3. 怎样推进国家安全体系和能力现代化？
15	第十四章 建设巩固国防和强大人民军队	1. 为什么要建设巩固国防和强大人民军队？ 2. 怎样建设巩固国防和强大人民军队？ 3. 人民军队怎样捍卫国家主权、安全、发展利益？
16	第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一	1. 如何全面准确理解和贯彻“一国两制”方针？ 2. 为什么说“一国两制”是保持港澳长期繁荣稳定的最佳制度？ 3. 为什么说祖国完全统一的时和势始终在我们这一边？
17	第十六章 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体	1. 世界怎么了？ 2. 人类向何处去？ 3. 中国怎么办？
18	第十七章 全面从严治党	1. 为什么要全面从严治党？ 2. 为什么十八大以来管党治党宽松软状况得到根本扭转？ 3. 如何理解全面从严治党这场伟大自我革命？

教学要求：

1. 方法手段：主要采用理论教学与实践教学相结合的模式，由以“教”为主向重“学”为主的教学模式发展。在理论教学中采取因材施教、互动式与启发式教学方法，具体运用问题讨论法、合作辩论法、视频观摩互动法、分组讨论法、启发式教学法等，结合学生中的思想热点或时政热点问题，进行教学，注重实效。在实践教学注重现场模拟、亲身体验、社会调查等多种互动式教学形式，调动学生学习的积极性和主动性，锻炼和提高学生的综合素质与实践能力。

2. 考核评价：

考核内容	理论（40%）	实践（60%）		
考核方式	期末在线考试	能力考核	素质拓展	
具体指标	闭卷考试	实践活动等	平时表现（课堂出题、课堂纪律、回答问题等）	线上学习（包括十章及特色音频系列学习任务等）
考核目标	检验和巩固对本课程基本理论知识的理解与运用	培养学生分析问题解决问题的能力	锻炼学生的自主学习能力，提高学生的综合素质	培养学生自主学习与独立思考的能力，提高学生的学习力
分值比例	40%	15%	25%	20%

(2) 思想道德与法治

开设学期	1 和 2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生具备较高的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： 掌握新时代的内涵与意义，理解人生观的重要作用，掌握中国精神的内涵和意义，理解社会主义核心价值观的内涵，理解道德准则和中国特色社会主义法治体系。 能力目标： 能够坚定理想信念，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知；理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，积极投身道德与法治实践。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容： 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。引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，运用所学的理论知识，分析问题并提出解决问题的方法。					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中国特色社会主义新时代的内涵与意义，培养学生成长为担当民族复兴大任的新时代青年。			
2	思想篇	世界观、人生观、价值观的教育，帮助学生树立正确的理想信念，理解人生的意义和方向。弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。			
3	道德篇	道德观教育，传承中华传统美德，弘扬中国革命道德，引导学生养成良好的道德品质。			
4	法治篇	法治观教育，帮助学生理解法律的基本知识，树立法治观念，增强法律意识，学会运用法律知识解决实际问题。			
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过主题研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%，从知识、能力、素养三个方面综合考核。					

(3) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。 知识目标： 理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、发展、主要内容、历史地位和意义。 能力目标： 能够联系实际，树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识；能够运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论：马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果	1. 什么是马克思主义 2. 中国为什么选择了马克思主义 3. 为什么要实现马克思主义中国化时代化 4. 什么是马克思主义中国化时代化 5. 马克思主义中国化时代化有哪些理论成果 6. 本教材的主线和重点			
2	毛泽东思想	1. 毛泽东思想及其历史地位 2. 新民主主义革命理论形成的依据 3. 新民主主义革命道路的总路线和基本纲领 4. 新民主主义革命的道路和基本经验 5. 从新民主主义到社会主义的转变 6. 社会主义改造道路和历史经验 7. 社会主义制度在中国的确立 8. 社会主义建设道路的初步探索			
3	中国特色社会主义理论体系的形成发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观	1. 邓小平理论的形成、主要内容及历史地位 2. “三个代表重要思想”的形成、核心观点、主要内容及历史地位 3. 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容及历史地位			
教学要求： 1. 方法手段： 主要采用理论与实践相结合，线上与线下相结合，课内与课外相结合的教学方式，运用问题导向、任务驱动、小组辩论等教学方法，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。 2. 考核评价： 课程考核为平时成绩+期末线上考试。					

(4) 形势与政策

开设学期	1、2、3、4、5	参考学时	40	学分	1
课程目标： 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。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	理论教学	根据中宣部，教育部每学期下发的《形势与政策教育教学要点》，紧密围绕党和国家重大理论政策，中国式现代化建设的情况，国际形势等方面的情况与时俱进设定教学内容，由形势与政策教研室召开教育教学专题会议，共同商议确定每学期的具体授课内容。			
2	实践教学	根据每学期具体的授课内容，安排实践主题，在课堂进行展示。			
教学要求： 1.方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，以激发学生自主学习为目标，采用参与式，互动式，启发式，讨论式等教学方式，依托学习通教学平台为学生提供大量的资源，并完成主题讨论和作业的提交，以提升教学的实效性。 2.考核评价： 突出考查学生分析问题和解决问题的能力，本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。					

(5) 思政实践

开设学期	1-2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 坚定学生的中国特色社会主义信念，激发学生的民族自豪感、自尊心和自信心；促进学生热爱中国共产党的感情，拥护党的领导；帮助学生认识社会、关心社会，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： 让学生通过亲身实践，了解中国特色社会主义的发展历程，党的十八大后中国发展取得的伟大成就，进一步加深大学生对习近平新时代中国特色社会主义思想概论与思想道德与法治两门课程基本内容的理解，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： 培养学生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；提高学生认识能力、思辨能力和实践能力，让他们在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
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教学内容，结合专业特点开展实践活动（具体实施由各门思政课负责人根据课程内容的需要，结合时事热点，在各门思政课教学过程中安排，不单独计课时）。					
教学要求： 1. 方法手段： 以思政实践教学平台为载体，通过案例示范、任务驱动、主题活动等方式，让学生在学习理论知识的同时，有组织的参与思政实践。 2. 考核评价： 突出考查学生分析问题和解决问题的能力，考核学生的实践能力，本课程考核与各门思政课考核融合进行。					

(6) 军事技能

开设学期	1	参考学时	112	学分	2
课程目标： 素质目标： 养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。 知识目标： 掌握内务制度与生活制度；掌握列队动作基本要领。 能力目标： 能较好地完成内务整理和队列动作训练。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	共同条令		《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育。		
2	分队的队列动作		集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等。		
3	内务整理		被子折叠与摆放，床铺整理，生活用品规范摆放、室内清洁卫生等。		
教学要求： 1.方法手段： 本课程实践性强，基于行动导向教学四步法、案例教学法、情景教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，按纲施训。 2.考核评价： 课程评价采用“过程性+终结性”考核的方式，由辅导员和承训教官共同组织实施，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、掌握程度等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步理解技能要领；过程性考核 70%，终结性考查占 30%，形成最后的鉴定表。					

(7) 军事理论

开设学期	4/5	参考学时	36	学分	2
课程目标： 素质目标： 增强学生依法建设国防的观念，强化国家安全意识和忧患意识；培养学生爱国情怀，传承红色基因，激发学习热情；树立学生为国防建设服务的思想，增强集体观念和组织纪律性。 知识目标： 了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设；掌握国防动员与武装力量体制、国防教育的相关内容；学习军事思想的形成与发展，掌握军事理论的核心内容；了解世界战略格局概况、战略基本理论；熟悉高技术战争的特点、演变历史及军事高新技术的种类。 能力目标： 能主动参与和支持国防建设，自觉保卫国家安全；具备从军事角度观察、分析和处理问题的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国国防		中国国防基本内容、历史和现状；我国当代国防法规体系、武装力量体制，国防动员主要内容。		
2	国家安全		国家安全内涵、原则与总体安全观；我国国家安形势；国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向。		
3	军事思想		军事思想的形成与发展过程；我国古代和当代军事思想。		
4	现代战争		战争内涵、特点及发展历程；新军事革命的发展演变与主要内容。		
5	信息化战争		信息技术和信息化战争的特点；各国信息、武器装备的发展趋势与战列应用；科学技术与战争的关系。		
教学要求： 1.方法手段： 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。 2.考核评价： 按百分制计分，采用过程性考试方式，主要从出勤率、平时作业、学习表现等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步增强国家安全意识、爱国意识，提高军事素养；过程考核 70%，期末考查占 30%。					

(8-11) 大学体育 (1-4)

开设学期	1 2 3 4	参考学时	112	学分	7
课程目标：					
素质目标：培养学生吃苦耐劳的精神，坚韧不拔的品质，积极向上的态度，团结协作的意识；培养学生集体荣誉感，形成正确运动思维和观念，养成良好的锻炼习惯，提高学生身体素质。					
知识目标：掌握体育与健康的基础理论知识和专项运动技能，注重培养学生体育文化欣赏能力以及终身参加活动的意识；					
能力目标：提升学生身体素质、心理素质、社会适应能力，培养学生运动兴趣、运动技能、健康意识、心理素质和团队协作能力，为未来生活和工作奠定良好基础。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S6 S7 Z1 Z3 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	协调性和平衡能力训练	公体课：太极拳、健美操			
2	球类项目	选项课：篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、匹克球、高尔夫球			
3	综合项目	选项课：武术、跆拳道、排舞、传统功法、健身操、拓展训练、休闲体育、健身健体、有氧舞蹈、爵士舞、形体训练			
教学要求：					
1.课程思政：挖掘体育教学中的思政元素、创新教学方法和形式、注重学生全面发展及发挥教师示范作用等措施，实现体育与思政的有机融合，培养学生优良道德品质、团队合作精神和爱国情怀。					
2.方法手段：理论与实践相结合。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能，并结合专项素质训练巩固练习，培养团队精神、竞争意识、自我管理能力等综合素质；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。					
3.考核评价：采用过程性评价与终结性评价相结合。大学体育（一、三）：（课堂表现+课后锻炼）40%+（体质测试）20%+（期末测试）40%；大学体育（二、四）：（课堂表现）20%+（课后锻炼）20%+（期末测试）60%。					

(12) 大学生心理健康

开设学期	1/2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养健康心理、健全人格，养成勇气、仁爱、智慧、卓越的美德。 知识目标： 了解心理学有关理论和基本概念，明确心理健康的标准和意义，理解心理发展规律、心理问题产生的原理。 能力目标： 掌握自我探索、心理调适及心理发展的技能。					
主要支撑培养规格： S6 Z3 N5					
主要内容： 主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及自我认识、情绪控制、压力管理、人际经营、爱的表达等相关心理学知识和技巧。					
序号	教学单元		教学内容		
1	求助意识		心理初探，评估健康水平； 自我识别，增强保健意识。		
2	助人情怀		个性探索，促进人格发展； 自我认识，完善人格品质。		
3	自愈能力		情绪调节，塑造阳光心态； 压力管理，应对人生风波。		
4	生活激情		人际解码，感受快乐生活； 经营爱情，成就幸福人生。		
教学要求： 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政： 按照“勇气→仁爱→智慧→卓越”四段递进式思政主线讲授“求助意识→助人情怀→自愈能力→生活激情”递进式 13 个“一课次一目标”的学习专题。 2. 方法手段： 采取“线上+线下”混合式教学模式。以课堂活动体验为主，学生在线自主学习、教师课堂讲授、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。 3. 考核评价： 课程考核由线上成绩和线下成绩组成。其中过程性评价占 60%，包括学习态度、学习习惯和知识技能的掌握，结果评价 20%，指期末考试成绩，增值评价 20%，考察思政素养的养成情况。					

(13) 劳动教育（劳动实践）

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 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的思想情感，逐步树立工匠精神。 知识目标： 认知劳动的价值，马克思主义劳动观;掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神;了解新时代劳动特质。 能力目标： 能运用知识技能发现、分析、解决问题，为社会生活打基础；坚持五育理念，以劳动促进德智体美发展，养成劳动习惯。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	劳动与劳动教育	课程导论；劳动、劳动价值、劳动价值观			
2	劳动精神	新时代劳动精神内涵；劳动精神对大学生成长的意义			
3	工匠精神	工匠精神的内涵；如何锤炼工匠精神			
4	劳模精神	劳模精神的内涵；汲取劳模经验，聆听榜样故事			
5	劳动关系	认识劳动关系；用法律构建和谐劳动关系			
6	劳动实践	走近大学生劳动实践;大学生生产劳动与职业发展。			
教学要求： 1. 课程思政： 课程 2 和 3 通过融入劳模和工匠故事进行文化教育，模块 5 结合法治思想进行思政教学。通过故事激发学生对劳模精神、工匠精神的追求，培养法律意识和社会责任感，实现知识与价值的统一。 2. 方法手段： 通过知识导入、案例示范、任务驱动、主题活动、劳动实践等，使学生坚持在课堂教学、活动实践、自我学习等教育环节上付出辛勤劳动，有利于树立正确的劳动价值观。 3. 考核评价： 本课程采用过程性考核与结果考核相结合的方式，全面评估学生表现，综合评定成绩。过程性考核涵盖课堂考勤、课堂互动及课堂实践活动等方面，占总评的 60%，重点考察学生的认知能力、自主探索精神、团队合作意识及精益求精的职业素养。结果考核则占 40%。课程考核评价贯穿学生参与劳动的全过程，采用个性化、多元化、动态化的评价手段，旨在激发学生学习积极性，提升劳动教育课程的整体质量。					

(15) 国家安全教育

开设学期	2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念；增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。 知识目标： 基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义；熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战。 能力目标： 掌握维护国家安全的途径与方法；在日常的学习生活中，能够自觉养成维护国家安全的良好习惯。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	总体国家安全观概述	总体国家安全观的创立 总体国家安全观的科学内涵 总体国家安全观的重点领域和基本特征			
2	中国特色国家安全道路	统筹发展和安全 坚持中国共产党的领导 坚持以人民安全为宗旨 坚持以政治安全为根本 坚持以经济安全为基础 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 坚持以促进国际安全为依托 筑牢其他各领域国家安全屏障			
3	大学生要争做总体国家安全观坚定践行者	增强国家安全意识，坚持国家利益至上 增强忧患意识，发扬斗争精神 增强社会责任，形成维护国家安全合力			
教学要求： 1.方法手段： 通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论。课前，要求学生查阅相关资料，了解学习目标；课中，积极参与课堂讨论，掌握学习内容；课后，完成老师布置的相关作业。 2.考核评价： 课程考核为平时成绩+期末线上考试。线上，要求学生平时观看视频课程，完成章节测验；线下，参与课堂学习、讨论、完成小组任务。					

(16-17) 大学英语

开设学期	1-2	参考学时	128	学分	8
课程目标： 素质目标： 培养职业责任感、社会服务意识及跨文化包容态度，树立终身学习理念，增强职场适应力与创新自信。 知识目标： 掌握职场场景核心词汇（旅行、购物、急救等）、跨文化交际常识及职业发展相关术语（求职、智能技术、网络安全等），理解行业趋势与职场规范。 能力目标： 提升英语听说读写综合应用能力，能在真实场景中沟通协作（如面试、志愿服务）、解决问题（如急救、网络威胁），并运用逻辑思维规划职业目标。					
主要支撑培养规格： S1、S2、Z4、N1、N2、N3					
主要内容					
序号	教学单元		教学内容		
1	(上) Unit 1 Traveling		旅行场景词汇、跨文化沟通技巧、行程规划与应急处理模拟练习。		
2	Unit 2 Shopping		商品描述与议价表达、退换货流程对话、消费纠纷解决案例分析。		
3	Unit 3 First Aid		急救术语、常见伤病处理步骤演示、急救设备使用英语指令实践。		
4	Unit 4 Volunteering		志愿服务类型与流程、公益项目策划术语、团队协作任务模拟。		
5	Unit 5 Intelligent Vehicles		智能汽车技术原理、交通趋势讨论、科技伦理与安全驾驶议题辩论。		
6	Unit 6 Cybersecurity		网络安全基础概念、风险识别与防护策略、网络威胁应对情景演练。		
7	(下) Unit 1 Looking for Jobs		求职渠道与岗位分析、简历与求职信撰写模板、招聘信息筛选实践。		
8	Unit 2 Job Interviews		面试问答技巧、职场礼仪模拟、压力面试与逻辑应答训练。		
9	Unit 3 In the Workplace		职场沟通术语、会议与任务分配对话、跨文化团队协作角色扮演。		
10	Unit 4 Career Paths		职业发展阶段理论、行业趋势调研、个人职业规划书撰写指导。		
11	Unit 5 Social Media and Career Success		社交媒体人脉管理、个人品牌塑造案例、职业信息传播伦理讨论。		
12	Unit 6 Setting Smart Goals		SMART 原则应用、目标分解与进度跟踪工具、职业目标陈述与反馈优化。		
教学要求： 1. 课程思政： 以急救伦理、志愿服务精神、网络安全责任等主题为切入点，通过案例分析、角色扮演深化职业使命感与社会责任感，融入工匠精神与社会主义核心价值观。 2. 方法手段： 采用任务驱动法（如智能汽车技术调研、求职面试模拟）、线上线下混合式教学（BOPPPS 模型），结合智能技术、职业场景设计项目式学习，强化语言应用与专业实践融合。 3. 考核评价： 构建“语言能力（40%）+职业素养（30%）+思政表现（30%）”多维体系，过程评价（课堂参与、项目报告）与终结评价（情景测试、目标陈述）结合，突出伦理意识与创新协作能力。 4. 关联实施保障： 依托实训平台、企业案例库及思政资源库，确保教学内容与行业需求、价值引领同步，师资培训与动态评价机制支撑目标落地。					

(18) 生涯与就业指导

开设学期	1、4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 确立职业发展的概念和意识，具备职业生涯发展自主意识，正确的人生观、价值观和就业观念，将个人发展和国家需要、社会发展相结合。 知识目标： 基本了解生涯规划的概念、特点，掌握生涯规划相关理论，职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境和职业分类。了解就业形势与政策法规，掌握基本的劳动力市场信息；了解求职全过程以及求职安全和就业权益维护的相关知识。 能力目标： 具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、职业生涯决策技能，人工智能工具使用技能；具有各种通用能力，如自我管理能力和人际交往能力等。能够具有简历写作和投递技巧，求职面试礼仪和应答技巧，能够具有各种通用能力，如数智素养、沟通能力和问题解决能力等。					
主要支撑培养规格： S1-S7， N1-N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	职业目标	1. 成长赛道评审规则全景解读，树立贴合国家战略、产业需求的正确择业观 2. 自我认知系统梳理：兴趣、能力、特长、成长路径复盘与核心优势挖掘 3. 行业趋势、就业市场需求、目标岗位胜任力模型深度调研 4. 基于人岗差距分析，用 SMART 原则设定长中短期职业目标 5. 高职 3 年分阶段成长计划制定，实现岗课赛证融合			
2	学习实践行动	目标岗位核心能力提升路径设计，匹配专业硬技能、通用软技能要求			
3	优化改进	成长收获、不足与根因分析，制定针对性改进方案			
4	赛事实战与期末考核	成长赛道生涯发展报告终稿打磨			
5	职业目标	1. 就业赛道评审规则全景解读，明确求职与赛事的核心得分逻辑 2. 就业市场需求深度分析，锁定 1-2 个核心目标岗位 3. 目标岗位任职要求、工作流程、发展路径、用人偏好精准拆解 4. 人岗匹配度分析，明确核心优势与求职竞争力定位			
6	岗位胜任力	1. 目标岗位专业胜任力打造：专业技能成果化呈现，解决实际问题的能力证明 2. 职业综合素质提升：沟通协作、执行力、问题解决能力、敬业奉献职业精神培养 3. 求职材料全流程制作：高匹配度简历打磨、求职作品集系统化呈现 4. 全场景面试实战：半结构化面试、无领导小组讨论、职			

		场情景模拟全流程技巧与演练 5. 面试礼仪、心态调整与突发问题应对
7	发展潜力	1. 职场持续学习能力与创新精神培养, 匹配行业长期发展需求 2. 入职后 1-3 年职业发展路径规划, 明确晋升成长方向 3. 职场适应与角色转换方法, 应对职场不确定性挑战 4. 就业权益全流程保护: 劳动合同、薪资福利、求职陷阱防范
8	赛事实战与期末考核	就业赛道全套求职材料终稿打磨

教学要求:

1. 课程思政: 以价值引领为核心, 将职业选择与家国情怀深度融合, 通过“大国工匠”“基层奋斗者”等案例, 阐释敬业奉献、服务社会的职业精神。结合专业特点, 对接“制造强国”“乡村振兴”等国家战略, 引导学生将职业目标融入区域产业升级需求; 在规划中凸显诚信为本、服务社会的价值导向, 助力学生树立“德技并修、产教融合”的职业观。在简历制作、面试辅导中融入诚信教育, 强调求职伦理; 设置“国家重点领域就业”专题, 解读乡村振兴、科技创新等战略需求, 引导学生树立“把个人理想融入国家发展”的择业观, 在职业规划中厚植担当意识。

2. 方法手段: 采用行动导向和实践活动教学法, 依托在线开放课程和校本教材等资源实施线上线下融合为教学。将学生作为课程学习的主体, 教师是组织者、引导者、促进者、检查者, 通过引导学生主动参与、亲身实践、独立思考、合作探究, 使学生能顺利掌握课程内容。

3. 考核评价: 本课程为考查科目, 考核内容分为课堂教学考核和行动实践考核两大部分。课堂教学考核成绩为总成绩的 70%, 包括课堂出勤、课堂实训、作业完成等; 行动实践考核成绩为总成绩的 30%, 包括各就业行动的完成情况和效果。

(19) 创业教育（上、下）

开设学期	1、2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标: 强化创新意识：突破思维定式，运用创新方法解决实际问题；提升心理素质：在资源受限时保持韧性，以乐观心态应对挫折；树立社会责任感：恪守诚信公平的商业伦理，在创造价值中实现社会担当。 知识目标: 理解创业内涵：创业是价值创造过程，涵盖生存型、机会型、创新型等多元类型；熟悉基本流程：掌握创意萌发、机会评估、资源获取至企业开办的创业完整周期；知晓法律红线：明晰知识产权、合同法、劳动法及税务合规等基本规范；了解政策环境：熟知湖南省及高校“七个一”行动等扶持政策，为创业实践奠定基础。 能力目标: 信息获取与工具应用能力:能够借助互联网及 AI 工具开展信息收集与分析；机会识别与表达能力:能从日常专业痛点提炼创意并清晰陈述；商业策划能力:能运用商业模式方法梳理项目逻辑，撰写规范计划书；团队协作与执行能力:能在团队中担当角色，实现有效沟通与任务协作。					
主要支撑培养规格： S1-S7 N1-N4					
主要内容: 普适版含创业认知、环境分析等 5 模块，普及创业常识、培养岗位创新与风险规避能力；引领版设洞察共情等 4 模块，聚焦数智二元能力，培育人机共生的数智化创业领军人才，AI 工具贯穿教学全程。					
创业教育普适版					
序号	教学单元	教学内容			
1	创业认知与生涯发展	创业内涵、湖南省“三高四新”战略和创新创业政策、创业风险规避指南			
2	环境分析与机会发现	内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别			
3	产品设计与商业模式	创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计			
4	团队协作与资源整合	创业团队组建、人力资源管理、创业资源获取、整合营销推广			
5	项目呈现与路演实战	创业大赛解析（国创赛/金种子）、商业计划书撰写、创业路演实战			
创业教育引领版					
1	洞察与共情——发现非共识机会	洞察层面借生成式 AI 扫描全网数据、生成分析报告并探寻异常点；共情层面跳出算法，结合深度访谈与 AI 分析构建用户画像；同时辨析真伪需求，深挖用户深层需要。			
2	数字合伙人与极速行动——构建最小可行性产品	构建数字合伙人，明确 AI 团队角色、搭建人机协作流程；借 AI 生成产品原型与演示，通过“烟雾弹测试”结合 AI 完成 MVP 测试，获取真实反馈数据。			
3	价值叙事与资源磁场——设计创业愿景	人文之韵借 AI 升维项目愿景，叙事重构以“英雄之旅”设计商业计划书、AI 润色路演稿塑个人演讲风格，资源链接用数字化工具对接资源、搭建项目人脉网络。			

4	认知进化与伦理觉知	认知进化：掌握复盘策略，运用人工智能深度分析用户反馈，制定精准转型或迭代策略。伦理觉知：深度研讨科技向善案例；开展关于算法伦理的人机辩论。路演答辩：策划新产品发布会。
教学要求： 1. 课程思政：紧扣湖湘特色与数智化要求，厚植“敢为人先”的湖湘创新精神，铸牢科技向善伦理底线，培育求真务实的实干素养，涵养服务“三高四新”的家国情怀，塑造诚信合规的商业品格，实现价值引领与创新能力培养相融合。 2. 方法手段：融合案例、项目式、翻转课堂等方法，运用全景沉浸式、AI 辅助教学法，普适版重基础 AI 工具实操，引领版采用苏格拉底式 AI 探究、红蓝对抗法，结合线上线下混合式、校企协同教学组织形式。 3. 考核评价：本课程为考查科目，采用过程与结果结合的多元评价，普适版 60%过程评价+ 40%结果评价，对接赛事标准；引领版侧重人机协作与实战，设去数字化答辩。均引入自评互评、校外评价，设增值评价鼓励真实创业实践。		

(20) 第二课堂

开设学期	1-6	参考学时	\	学分	6
课程目标: 素质目标: 强化理想信念教育, 践行社会主义核心价值观, 树立健康成长的正确观念; 开阔视野, 丰富知识, 实现个性发展和思想道德素质提升; 产生浓厚学习兴趣和竞争意识、具备创新精神, 树立“理论联系实际”的观念, 热爱劳动, 养成良好的劳动习惯。 知识目标: 说出第二课堂活动名称, 能解析第二课堂活动参与要求; 将专业知识付诸于各类社会实践。 能力目标: 能根据各类活动要求参加第二课堂活动; 能通过参与活动树立理想信念、提高活动策划、问题解决、创业能力, 获得各类技能证书。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S5 S6 S7 S8;Z1 Z2 Z3 Z4;N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	思想成长类	主要记载学生参加思政理论研究类社团, 参加党校、团校学习, 参加校、院团学干部培训班等专题培训, 参加思想政治类专题讲座等活动的经历。			
2	实践实习类	主要包括假期社会实践活动、专项社会实践活动及其它实践实习活动。			
3	志愿公益类	主要包括支救助残、社区服务、公益环保、赛会服务、献血、义务劳动等各类志愿公益活动。			
4	创新创业类	主要包括国家级、省级、校级、院级及行业协会组织的各级各类学术科技、创新创业竞赛活动等			
5	文体活动类	主要包括国家级、省级、校级、院级组织的各级各类文化、艺术、体育、人文素养等活动。			
6	工作履历类	主要包括参加校级、院级团委和学生组织(学生会、青年志愿者协会、登记注册的社团、广播站)担任学生干部以及开展勤工助学活动等。			
7	技能特长类	主要包括在校期间通过统一组织专业技能考试或自己学习深造而获得的各类专业证书。			
教学要求: 1. 课程思政: 通过教学, 实施分层思政渗透。深化理想信念教育与新时代三农情怀, 筑牢投身乡村振兴战略的价值认同; 在项目式学习中培育科学家精神与企业家精神, 践行“把论文写在大地上”的实践观; 通过一系列特色活动, 塑造“勤学善思”的学习品格、“合作共赢”的协作素养、“精益求精”的职业态度。最终形成服务区域发展的有社会责任感、直面产业变革的使命担当力的新时代青年。 2. 方法手段: 本课程实践性强, 学生参加“第二课堂”期间的教育成果将汇集在“第二课堂成绩单”, 客观记录、认证学生参与素质教育活动的经历和成果, 并作为学校人才培养评估、学生综合素质评价、社会单位选人用人的重要依据, 服务于学生的成长成人成才。 3. 考核评价: 学生“第二课堂成绩单”成绩采用积分换算学分方式计量, 10 个积分换 1 个学分, 在校期间必须完成 60 个积分及以上。其中, 思想成长 30 积分、实践实习 10 积分、志愿公益 15 积分、创新创业 15 积分、文体活动 20 积分、技能特长积分 5 积					

分、工作履历 5 积分，合计 100 个积分。学生成绩由校团委在“第二课堂成绩单系统”分学期导出，对未修满规定学分的学生及时采取学业预警、指导帮扶，毕业学期统一汇总。

(21) 红色潇湘

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义信念，增强民族自尊心、自信心和自豪感；热爱湖南、热爱家乡，传承红色基因，弘扬湖湘精神。 知识目标： 了解以毛泽东、刘少奇、彭德怀等为代表的湘籍无产阶级革命家群体对中国革命和建设的伟大贡献，深刻领悟湖湘红色精神，学习榜样精神，传承榜样力量。 能力目标： 掌握科学的历史观和方法论，从湖湘红色记忆中汲取力量，提高运用马克思主义立场、观点和方法面对现实问题，做出正确的价值判断和行为选择的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程序言	红色文化的内涵及其价值，课程开设背景、性质，课程学习内容与要求。			
2	湘籍无产阶级革命家群体	湘籍无产阶级革命家群体的形成过程、标志及其原因。			
3	湘籍无产阶级革命家典型人物	领袖毛泽东的魅力、妇女运动先驱向警予、开国元帅彭德怀、“听风英雄”李白、“国歌之父”田汉等。			
教学要求： 1.方法手段： 以教师线下课堂讲授为主，结合实践教学和线上自主学习，通过讨论研究、实践展示、多媒体音频和视频等教学方式，提高教学的时效性。 2.考核评价： 课程考核结合线上与线下，包括理论考核和实践成果汇报展示考核，采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式，其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%。					

(22) 中国共产党历史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：系统的教育青年学生“学史明理”；把奋斗历程和伟大成就贯穿思政课的教学过程，以丰富的“营养剂”滋养青年学生“学史增信”；用光荣传统和优良作风彰显思政课的价值导向，以榜样的力量引导青年学生“学史崇德”；将立德树人和铸魂育人作为思政课的评价标准，以时代的召唤带动青年学生“学史力行”。 知识目标：深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重要会议、重要人物、重大事件，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设中的重要作用。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国共产党的建立和第一次国共合作		开天辟地撑起救国大业 北伐战争掀起革命高潮		
2	土地革命战争的烽火		井冈星火开辟革命新路 长征是永恒的英雄史诗		
3	领导全民抗战和解放战争		全民抗战中的中流砥柱 打倒蒋介石解放全中国		
4	讨论实践		中国共产党为什么能？		
教学要求： 1.方法手段：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。 2.考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的党史知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(23) 新中国史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和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： 全面掌握新中国的政治、经济、文化、社会和民族等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗的结果。了解我国历史上的重要会议、重要人物、重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	社会主义革命和建设时期	中华人民共和国的诞生 建立社会主义制度 探索中国自己的社会主义道路			
2	改革开放和社会主义现代化建设新时期	开辟人民共和国历史新时期 开创社会主义现代化建设新局面 确立社会主义初级阶段基本路线 改革开放和社会主义现代化建设新阶段 把改革开放和社会主义现代化建设全面推向新世纪 全面建设小康社会新阶段			
教学要求： 1. 方法手段： 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。 2. 考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实理论基础。					

(24) 改革开放史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代全面深化改革政策的自觉性；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改革事业的建设者和接班人。 知识目标： 全面掌握改革开放以来政治、经济、文化和社会等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗和创新发展的结果。了解我国改革开放的重要会议、重要人物和重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。建构系统的知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国改革开放各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	改革开放大幕全面开启	解放思想成为改革开放先导 十一届三中全会与党的工作中心转移 调整经济政策与农村改革取得突破 推动对外开放和创办经济特区 建设有中国特色的社会主义与小康目标 加强社会主义民主法制与精神文明建设			
2	改革开放在科学发展中深化	确定经济体制改革目标与基本框架 形成对外开放新态势 推进党的建设新的伟大工程 推进全面建设小康社会 实现经济又好又快发展 建设社会主义和谐社会			
3	改革开放进入新时代	擘画新时代“两个一百年”奋斗目标 乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程 以供给侧结构性改革为主线推进经济高质量发展 推动中国特色社会主义政治建设深入发展 创造性繁荣社会主义文化 开创生态文明建设新局面 以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程			

教学要求:

1. 方法手段: 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。

2. 考核评价: 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。

(25) 社会主义发展史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：培养学生对社会主义制度的自信心；认识社会主义发展历史和中国特色社会主义制度的自觉性；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改革事业的建设者和接班人。 知识目标：全面掌握改社会主义思想、运动和制度的产生、演变和发展的历史进程及其规律；深刻理解苏联社会主义的兴衰启示和中国特色社会主义制度的创新和发展。了解社会主义每个发展时期的特点、事件和成就，深刻理解为什么中国引领世界社会主义在 21 世纪焕发了新气象。建构系统的知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析世界社会主义发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	空想社会主义的产生和发展	人类自古就有对理想社会的向往 资本主义生产方式形成与空想社会主义产生 空想社会主义的基本主张和历史地位			
2	科学社会主义的创立及其实践	马克思恩格斯早期理论和实践活动 科学社会主义的创立和完善 科学社会主义成为工人运动的主导思想			
3	社会主义从一国到多国发展与苏联模式	俄国十月革命与第一个社会主义国家建立 苏联的社会主义建设与工业化 苏联模式的形成及其特征 苏联社会主义建设成就、经验与教训			
4	中国特色社会主义开辟社会主义新纪元	开创中国特色社会主义新道路 把中国特色社会主义全面推向 21 世纪 在新形势下坚持和发展中国特色社会主义 奋力谱写社会主义现代化新征程的壮丽篇章			
教学要求： 1.方法手段：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。 2.考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(26) 马克思主义基本原理

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 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的能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	马克思主义观		马克思主义的创立与发展 努力学好用好马克思主义		
2	辩证唯物主义世界观和认识论		马克思主义唯物论和唯物辩证法 实践是认识的基础 认识世界是为了改造世界		
3	资本主义论		马克思劳动价值论及其当代价值 垄断资本主义的形成及发展 资本主义与经济全球化		
4	社会主义论		社会主义五百年的历史进程 认识和把握科学社会主义基本原则 在实践中探索社会主义的发展规律		
5	共产主义论		共产主义社会的基本特征 实现共产主义的历史必然性与长期性 坚定共产主义理想信念		
教学要求： 1. 方法手段： 课程通过系统讲授、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。 2. 考核评价： 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。					

(27) 中华优秀传统文化

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 知识目标： 了解中华优秀传统文化的基本内涵、发展脉络与主要内容；掌握儒家、道家等主流思想文化的基本观点与价值精髓，理解其对中国社会与民族精神的深远影响；熟悉经典诗文、传统艺术、节日习俗等代表性文化成果，形成较为系统的文化知识结构；认识中华优秀传统文化与当代社会的联系，理解其在现代生活中的传承价值与时代意义。 能力目标： 具备阅读、理解与阐释中华优秀传统文化经典内容的基本能力，能准确把握文本内涵与文化精神；能够辨析、梳理传统文化现象与,形成理性看待传统文化的思维能力；提升文化表达与交流能力，能用恰当语言介绍、分享中华优秀传统文化，开展简单文化传播；初步形成文化传承与创新应用能力，能将传统文化理念与现实生活、专业学习相结合，进行简单实践与创作。 素养目标： 增强文化自信与民族认同感，自觉认同、尊重、热爱中华优秀传统文化；涵养家国情怀与人文素养，树立正确的历史观、民族观、文化观；内化仁爱、诚信、自强等传统美德，提升道德修养与人格品质；培养开放包容、守正创新的文化态度，能够在传承中发展，在借鉴中创新；形成文明素养与社会责任感，以优秀传统文化涵养行为习惯，践行新时代文明风尚。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中华优秀传统文化概述			
2	中国传统哲学	道家、儒家			
3	中国传统文学	诗词、散文、戏剧、小说			
4	中国传统艺术	书法、绘画、乐舞			
5	中国传统生活	服饰文化、食文化、茶文化、节日文化			
教学要求： 1.课程思政： 根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2.方法手段： 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。 3.考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。					

(28) 湘商文化

开设学期	1 或 2	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标： 在对湘商文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和文化自信，培育家国情怀和职业操守。自觉带动湘商文化的传承与发展。					
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；感知湘商成就与创业经验；了解商帮、商会的历史与现状。					
能力目标： 理解并运用湘商精神分析、指导商业行为的能力；吸取湘商精英成功经验，指导学习、生活和工作的能力；语言表达能力；思辨能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	湘商源流	第一讲：湘商源流（上） 第二讲：湘商源流（下）			
2	湘商精神	第三讲：湘商精神（上） 第四讲：湘商精神（下）			
3	湘商风物与湘商精英	第五讲：湘商风物（上） 第六讲：湘商风物（下） 第七讲：湘商精英 第八讲：商帮与商会			
教学要求：					
1. 课程思政：从璀璨的湖湘文化中汲取养分，从漫长的湘商历史中找寻渊源，引导学生坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。					
2. 方法手段：通过线上线下混合式教学。课上通过信息化教学资源优化教学过程，课后通过学习通平台推送视频及相关资源，引领学生感受湘商校园文化，拓展迁移环节拓展学习时空，达成有效教学，加深学生对湘商文化内涵的理解，以文化人，提升商科学生的综合素质。					
3. 考核评价：本课程考核采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核占学期总成绩的 60%，包括平时作业、课堂活动、听课笔记、到课情况、学生互评等；结果性考核占学期总成绩的 40%，采用试卷考查方式，其中理论知识占 80%，拓展知识占 20%，由任课教师使用学习通题库组卷。					

(29) 大学语文

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力，激发学生的想象力与创造力，倡导学生的独立精神与合作意识，培育和滋养其健全的人格与社会社会责任感。 知识目标： 掌握语言文字，了解文史知识，将语言能力、文史知识、文化文明常识等内容贯穿于名篇名著的理解和赏析之中。 能力目标： 正确理解与运用祖国语言文字的能力。进一步获得直觉思维、形象思维、逻辑思维和创新思维等能力。培养审美发现与鉴赏能力。提升文化传承和创新能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	大学语文的性质与内容 学习大学语文的意义			
2	诗词	(1) 唤醒诗心，重拾妙音——《诗经》选读；（2）悬崖上的独吟曲——《楚辞》选读；（3）田园诗派的鼻祖——陶渊明；(4)大唐盛世的铮铮傲骨——李白；（5）时代的弃儿，历史的宠儿——杜甫；（6）不合时宜的文坛全才——苏轼；(7)深闺才女的悲喜人生——李清照；(8)天上痴情种，人间富贵花——纳兰性德；			
3	散文	(1) 史家之绝唱，无韵之离骚——《史记》选读；（2）山水的知己——柳宗元			
4	小说	(1) 魏晋轶事小说的集大成之作——世说新语；（2）封建末世的贫穷贵公子——曹雪芹；（3）苍凉的手势——张爱玲			
教学要求： 1.课程思政： 根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生热爱祖国、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2.方法手段： 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。 3.考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括课堂出勤、课堂纪律、课堂发言、原典背诵、读书笔记、课后作业、小论文或学习汇报 PPT 等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。					

(30) 应用文写作

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：提升高职学生服务区域经济发展的责任意识，强化诚信守法、公平公正的职业理念和务实作风，弘扬爱岗敬业的劳动价值观，培养家国情怀与行业使命感。					
知识目标：通过学习掌握“必需”的应用文写作的基本理论和基础知识，使学生具备能熟练主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的各类常用应用文书。					
能力目标：通过常见应用文的案例分析和写作训练，培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识应用文写作及事务文书		应用文写作概述及条据、计划、总结、演讲词、求职信、倡议书、感谢信慰问信介绍信证明信、消息、合同的写作		
2	公务文书写作		党政机关公文概述、请示、函、会议通知、通报的写作		
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。					
1. 课程思政：有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值，提高对语言文字的敏感度；通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度，培养学生的家国情怀和正确的社会责任感，把握好应用文写作的主题。					
2. 方法手段：采过任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，激发学生的自主学习能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
3. 考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式，全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%；结果性考核占学期总成绩的 50%。					

(31) 经济数学

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 具有乐观积极的态度、具有社会责任感、具有学习品格、合作意识、数学表达、创新思维等核心素养，形成实事求是的工作作风。 知识目标： 掌握函数极限的定义和极限的运算法则，理解函数连续的定义；掌握一元函数微积分的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。 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问题的能力、运用工具的能力和自学能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N3)					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	函数、极限与连续	代数基础知识、函数的概念与性质、经济函数模型的建立、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、导数的运算、函数的微分及微分在近似计算中的应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、利用导数求最值、曲线的凹凸性与拐点、导数在经济分析中的应用			
3	一元函数积分学	定积分的概念及性质、不定积分的概念及性质、微积分基本公式、换元积分法、定积分的应用			
教学要求： 1. 课程思政： 树立坚定的理想信念、培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；培养爱岗敬业的职业精神和团队合作精神；培养数字化意识与认真严谨的数学思维。 2. 方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价： 采用过程性评价与理论性考核评价相结合（各占 50%）的方式。过程性评价考核学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。理论性考核评价应基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。					

(32) 高等数学

开设学期	1 或 2	参考学时	64	学分	4
课程目标: 素质目标: 强化数学在信息技术领域的应用意识, 树立严谨、实事求是的科学态度及精益求精的职业精神。让学生的数学表达、协作沟通、创新思维等核心素养有一定发展。 知识目标: 理解极限、导数、积分等概念。掌握求极限、导数、积分的基本方法。熟悉导数与积分的应用, 了解其在计算机图形学中的曲线拟合、算法复杂度分析等应用。 能力目标: 具有一定的计算与建模、抽象概括、综合运用所学知识分析和解决问题的能力, 提升自学能力和知识迁移能力。					

主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 N1 N3		
主要内容		
序号	教学单元	教学内容
1	微积分的研究对象及工具 (函数、极限与连续)	函数的概念与性质、初等函数、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性
2	一元函数微分学	导数的概念、求导法则、微分及其应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、函数的最值及应用、函数图形的描绘
3	一元函数积分学	不定积分的概念及性质、不定积分的换元积分法、不定积分的分部积分法、定积分的概念及性质、微积分基本公式、定积分的积分法、定积分的应用
教学要求： 1. 课程思政： 通过数学史案例（如刘徽割圆术）与专业场景（如算法伦理）融入，强化工匠精神与职业责任感。结合动态课件展示辩证思维，挖掘微积分发展中的文化自信，引导学生将数学能力与社会责任结合，培养家国情怀与创新意识。 2. 方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价： 采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。		

(32) 美育

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 通过感悟艺术美育的价值，寓思想品德教育于美育之中使学生树立较高文化审美意识，建立完整的文化思想体系和自觉传承优秀传统文化等核心素养。 知识目标： 掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。较为全面的掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。 能力目标： 能够运用美的观念和基本方法，感知生活美学、鉴赏艺术经典，探寻职业之美。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 S5 S7 Z5 N1					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	美育基础概论（导论模块）		美育内涵解析、审美能力培养路径、艺术评价标准体系、数字时代的审美变迁		
2	音乐艺术解码		音乐语言密码、中西音乐史精要、乐器家族图谱、跨界音乐鉴赏		
3	身体叙事与舞蹈美学		舞蹈语言学、世界舞蹈地图、舞蹈影像分析		
4	曲艺文化基因库		曲艺形态学、方言艺术密码、非遗传承创新、脱口秀文化对比		
5	设计思维工坊		设计进化论、材料叙事实验、国潮设计解码、智能设计前沿		
6	视觉艺术密码		绘画语法系统、艺术流派盲盒、城市视觉考古、影像叙事实验		
7	书法时空剧场		书体基因工程、笔墨元宇宙、现代书写革命、书法治疗学		
8	综合审美实践（跨学科模块）		艺术策展模拟、文创产品开发、数字艺术创作、审美批判训练		
教学要求： 1.课程思政： 将立德树人贯穿课程始终，坚持以美育人。普及和传播艺术美育丰富的内涵、探究艺术的渊源与发展、讲述各个艺术门类的典型美学特征，总结提炼中华美学精神，全方位多角度揭示中国传统艺术与世界经典艺术，以纲要的形式展示美育的底蕴。 2.方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3.考核评价： 采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用美学素养解决问题的能力。					

(34) 口才与沟通

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 知识目标： 理解言语交际的心理素质、思维素质、倾听素养；掌握有声语言、态势语言的技巧；掌握演讲、求职、人际、职场等常见场景的沟通方法；掌握所学专业对应职业岗位典型工作情境的口头沟通要求，掌握岗位口头沟通基本技巧。 能力目标： 能用标准普通话进行交流表达与诵读作品，表达清晰、流畅、规范；能够合理运用有声语言、态势语言技巧，做到表达得体、条理清晰、富有感染力；能根据不同沟通场合、沟通对象，选择并运用恰当的沟通方式与表达技巧；能够在所学专业典型职业岗位情境中，运用口头沟通技巧解决实际沟通问题。 素养目标： 品味汉语言表达魅力，传承优秀语言文化，增强文化自信与语言认同感； 在小组交流、合作训练中，学会尊重包容、互助协作，树立团队合作意识；通过职场情境模拟与沟通实践，养成严谨细致、理性得体、规范负责的职业素养；借助经典作品诵读与表达训练，厚植家国情怀，增强服务地方、奉献社会的责任与担当。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	绪论		口才与沟通概述		
2	语言基础模块		普通话基础及训练、口才常用方法训练、诵读训练		
3	演讲口才模块		命题演讲、即席演讲、辩论演讲		
4	职业沟通模块		人际沟通、求职面试沟通、职场沟通（所学专业典型职业岗位场景沟通）		
教学要求： 1.课程思政： 结合口才与沟通课程的实践属性，合理设计教学活动，引导学生拓宽职业视野、坚定文化自信，树立正确的世界观、人生观与价值观，厚植爱国主义情怀与民族自豪感，涵养诚信友善、爱岗敬业、客观公正的职业素养，实现语言能力提升与价值引领的同向同行。 2.方法手段： 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项核心素养贯穿教学全过程，通过职场沟通模拟、主题演讲、经典诵读、文化交流等实践活动，强化学生语言应用能力，让学生在表达实践中感受语言文化魅力，践行“学做一体、知行合一”。 3.考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的评价方式：过程性考核（占比 60%）：涵盖听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评及小组协作任务完成情况，重点评价学生语言实践能力、诚信沟通意识与团队协作素养。结果性考核（占比 40%）：以岗位沟通模拟、主题演讲、综合表达展示等形式开展，全面考核学生在典型职业场景下的综合沟通能力与职业素养。					

(35) 商务礼仪

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养认真负责的工作态度和良好的敬业精神；增强团队合作意识与沟通能力；塑造优雅气质，提升对美的感受和欣赏力。 知识目标： 了解礼仪的起源与发展，掌握商务礼仪的含义、特点、作用和基本原则；掌握商务人员仪容、仪表、仪态礼仪的基本规范和要求；掌握商务交往中的会面、接待、拜访、通信等日常交际礼仪。 能力目标： 具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力；能够根据不同商务场合正确设计个人形象的能力；能够正确运用商务人员日常交际礼仪；能够进行商务接待、拜访活动的策划与实施。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务礼仪概说	了解礼仪的概念、起源及原则等			
2	商务人员形象礼仪	掌握商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求			
3	商务人员日常交际礼仪	掌握见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪和馈赠礼仪的规范要求			
教学要求： 1. 课程思政： 通过商务礼仪实训，引导学生传承中华礼敬美德，将“尊重、谦和、诚信”内化为个人修养。在形象塑造、商务接待等任务中，培育精益求精的工匠精神与职业规范意识。使学生成为中华优秀传统文化的自觉传承者，在日常商务活动中展现新时代中国青年的良好形象。 2. 方法手段： 本课程实践性强，基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学，通过启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析等教学方法，使学生掌握综合运用的技巧，迅速缩短与实际岗位的距离，从而使学生的职业能力在训练中得到不断强化与巩固提高。 3. 考核评价： 考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 70%，终结性考核成绩占 30%。借助超星学习通，有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察，小组作品展示采用教师现场点评、学生线上匿名互评的方式，既能提高学生的课堂活动参与度，又便于学生了解现在的不足并看到明显的进步，从而提高了学习的积极主动性。					

(36) 人工智能应用基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 具备人工智能视野和批判性思维；具备科技自信、社会责任的人文素养；具备创新探索、求真务实的科学素养；具备精益求精、团队合作的职业素养。 知识目标： 了解人工智能概念及人工智能伦理观念，了解人工智能核心技术及场景应用，掌握 AI 写作、绘画、音视频创作等技能，掌握 AI 办公工具矩阵并运用 WPS 进行优化。 能力目标： 具有组合运用 AI 技能分析和解决问题的能力；具备一定的创新与设计能力；具备洞察 AI 产业动态与未来发展方向，支持个人职业规划的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 Z2 Z6 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	基础知识	人工智能的发展、主要技术、应用场景；提示工程与技巧；人工智能伦理。			
2	AI 在视觉领域的应用	AI 与图像生成；AI 与语音生成；AI 与视频生成；数字人创作；			
3	AI 在办公场景的应用	AI 辅助生成文档并编辑；AI 辅助表格计算及数据可视化；AI 辅助生成演示文稿并优化。			
4	综合实践	AI 辅助制作创意视频（文案、图片、音乐等） AI 辅助制作调研报告（文档、数据表、演示文稿）			
5	考查	知识与应用相结合			
教学要求： 1. 课程思政： 注重润物无声的方式培养学生智能素养，厚植爱国主义情怀，增强科技自信与责任感，培养创新探索精神，提升学生综合素质。 2. 方法手段： 依托超星学银在线教学平台，采用线上+线下混合式教学；理论与实践相结合，强调课程内容与专业实践，职场需求的对接；综合运用项目式教学、翻转课堂、开放式讨论等多种教学方法进行课程教学。 3. 考核评价： 本课程为考查课程，采用过程性考核（45%）与终结性考核（50%）、增值性评价（5%）相结合的方式，突出考察应用能力与创新思维。					

(37) 信息技术素养

开设学期	1 或 2	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 引导学生自主探索，动手实操，能够举一反三，灵活运用所学知识寻找并解决学习和生活中遇到的各种问题，具备诚实守信、信息安全意识。 知识目标: 了解计算机基础知识，掌握信息检索方法、WPS Office 办公软件的应用，了解新一代信息技术、信息素养与社会责任等知识。 能力目标: 具有信息检索与获取能力、对信息的真实性、时效性等进行合理评价的能力、熟练使用 WPS 办公软件的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S3 S4 Z6 N1 N3 N4					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	探索信息时代——计算机基础	走进信息时代、认识信息系统、熟悉操作系统、了解操作系统的文件管理系统。			
2	快速获取信息——信息检索	了解信息检索、检索学的二十大精神学习资料、使用搜索引擎精确检索数据。			
3	打造精品文档——WPS 文字	制作“中国脊梁”、“中国人·飞天梦”学生信息档案表及二十大精神学习资料等文档。			
4	高效处理数据——WPS 表格	制作特色农产品销售情况表，处理表格数据，对表格数据进行整理及可视化操作。			
5	提高说服力——WPS 演示文稿	制作反诈宣传演示文稿，对演示文稿进行美化与设计。			
6	提高生产力——新一代信息技术	了解新一代信息技术相关概念，了解新一代信息技术的特点及应用。			
7	提升素养——信息素养与社会责任	了解信息素养、了解信息技术的发展史及伦理要求。			
教学要求: 1. 课程思政: 培养学生的家国情怀、社会责任与伦理教育、网络安全与法治教育、创新思维与实践能力和职业道德与工匠精神等。 2. 方法手段: 依托超星学银在线教学平台采取“线上+线下”混合教学模式，利用机房的极域广播软件进行屏幕分享及操作演示，利用项目式学习、任务驱动和翻转课堂等教学方法，充分利用人工智能等信息技术与课程教学进行深度融合。 3. 考核评价: 本课程采用过程性评价和期末考试相结合的方式，强化实践性教学环节的全过程管理，期末考试包括理论知识和动手实操两方面的内容。过程性考核(平时成绩)和期末考试成绩各占 50%。					

3.专业基础课程描述

(1) 习近平经济思想概论

开设学期	根据各专业开设情况而定	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 深刻体悟习近平经济思想对我国经济发展的重大指导意义与现实伟力，进一步增强“四个自信”；塑造正确的经济观、国情观、发展观；自觉将个人发展融入国家现代化建设，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴贡献智慧与力量。； 知识目标： 系统掌握习近平经济思想的基本概念、核心理论与实践应用；深刻领会习近平经济思想的精神实质、丰富内涵与实践要求。 能力目标： 能运用习近平经济思想的立场、观点与方法，科学认识和分析经济发展进程中的现实问题与理论课题，提升对社会主义经济建设规律的理解能力和实践研判能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	1. 习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分 2. 习近平经济思想是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶 3. 习近平经济思想为丰富发展马克思主义政治经济学作出重要原创性贡献 4. 习近平经济思想是推动我国经济高质量发展的科学指南 5. 习近平经济思想的鲜明特征 6. 学好用好习近平经济思想的重大意义			
2	第一章 以经济建设为中心 扎实推进中国式现代化	1. 中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路 2. 我国进入新发展阶段 3. 为中国式现代化提供更加坚实的经济基础			
3	第二章 加强党对经济工作的 全面领导	1. 我国经济发展的根本保证 2. 把制度优势转化为治理效能 3. 提高党领导工作的能力和水平			
4	第三章 坚持以人民为中心 的发展思想	1. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 2. 在发展中保障和改善民生 3. 扎实推动全体人民共同富裕			
5	第四章 坚持和完善社会主义 基本经济制度	1. 坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展 2. 坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存 3. 坚持和完善社会主义市场经济体制			
6	第五章 全面深化改革开放	1. 改革开放是大踏步赶上时代的重要法宝 2. 经济体制改革是全面深化改革的重点 3. 坚定不移扩大高水平对外开放			
7	第六章 完整准确全面贯彻	1. 新发展理念是我国经济发展的指导原则 2. 崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享			

	新发展理念	3. 把新发展理念贯彻到经济社会发展全过程各领域
8	第七章 构建新发展格局	1. 把握未来发展主动权的战略部署 2. 深刻把握构建新发展格局的重要着力点 3. 准确把握国内大循环和国内国际双循环的关系
9	第八章 推动高质量发展	1. 高质量发展是新时代的硬道理 2. 坚持以推动高质量发展为主题 3. 统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革
10	第九章 加快发展新质生产力	1. 高质量发展需要新的生产力理论来指导 2. 新质生产力本质是先进生产力 3. 健全因地制宜发展新质生产力体制机制
11	第十章 加快建设现代化产业体系	1. 实体经济是一国经济立身之本、财富之源 2. 推进新型工业化 3. 不断做强做优做大数字经济 4. 构建现代化基础设施体系 5. 坚定不移走中国特色金融发展之路
12	第十一章 推动城乡融合发展	1. 走中国特色新型城镇化道路 2. 推进乡村全面振兴 3. 走城乡融合发展之路
13	第十二章 促进区域协调发展	1. 构建优势互补高质量发展的区域经济布局 2. 深入实施区域协调发展战略、区域重大战略和主体功能区战略 3. 发展海洋经济
14	第十三章 倡导普惠包容的经济全球化	1. 经济全球化是人类社会发展的必经之路 2. 引导经济全球化朝着正确方向发展 3. 高质量共建“一带一路”
15	第十四章 统筹发展和安全	1. 强化底线思维、防范化解重大风险 2. 坚持高质量发展和高水平安全良性互动 3. 维护重点领域经济安全
16	第十五章 做好经济工作的方法论	1. 坚持稳中求进工作总基调 2. 坚持系统观念 3. 坚持目标导向和问题导向相结合
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，采用主题研讨、原著导读、时事研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等多元化教学方式和手段，增强教学的实效性。 2. 考核评价：课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。过程性评价贯穿教学全过程，平时成绩占 40%，期末成绩占 60%。过程性评价内容包括课后作业含习题、文献阅读报告）、阶段性测验、课堂表现（含讨论参与、问题回答、案例分析、实践分享）及考勤等，注重考查学生对习近平经济思想核心要义的基本把握，运用其立场观点方法初步分析中国经济现实问题的能力及学术诚信表现。		

考试形式	考查内容	考查方式	分值
期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60
平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30
课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5
出勤	到课情况	考勤记录	5

(2) 市场营销

开设学期	1	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标： 具有以需求为导向、创造客户价值的市场观；具有诚实、守信、遵法的营销职业道德；具有市场竞争、营销创新意识；具有爱国、敬业、进取、负责的工作态度。 知识目标： 熟悉营销观念；掌握营销环境、消费者分析、竞争对手分析的方法、工具；理解目标市场营销战略；掌握产品、价格、渠道、促销等组合营销策略。 能力目标： 具有市场环境分析能力；具有目标市场分析与选择能力；采取合适的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略能力。					
主要支撑培养规格： S1、S2、S3、S8、Z8、Z9、N1、N3、N6、N11、N17					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识市场营销	市场营销概述与顾客价值，营销观念，营销组合，战略规划与营销管理			
2	营销环境分析	宏观环境分析，行业环境分析，竞争分析，消费者分析，内部条件分析，SWOT 分析			
3	寻找目标市场	市场细分，选择目标市场，市场定位			
4	制定产品策略	产品概述与新产品开发，产品组合策略，产品品牌与包装策略，产品生命周期策略			
5	制定价格策略	影响定价的因素，定价目标，定价方法，价格策略			
6	制定渠道策略	分销渠道概述，渠道系统与成员，渠道选择与管理			
7	制定促销策略	促销组合，人员推销，广告，公共关系，营业推广策略			
8	营销组织的建设与管理	营销组织设计，营销组织职能，管理营销团队			
教学要求 1. 课程思政： 在教学过程中，融入诚信、以仁待人，良性竞争、合作共赢相结合，质量为本与工匠精神，敬业、守法与创新等人格的塑造。 2. 方法手段： 采取理论讲授、案例分析、比较分析、团队学习、任务导向、成果演示、线上线下融合等相结合的教学模式。 3. 考核评价： 采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、研讨与演示，线上资源学习，作业等，占 50%；结果考核为期末考试，占 50%。					

(3) 消费者行为学

开设学期	1	学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神；培养一丝不苟的严谨工作作风；增强学生与人相处、与人沟通的综合素质。					
知识目标：了解市场营销策略与消费者心理的相互关系；熟悉影响消费心理活动的各种因素；掌握消费者个体心理特征对购买行为的影响与制约作用，整合市场营销策略与消费心理的互动机制，系统掌握影响消费决策的认知、情感及环境因素。					
能力目标：能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的实际销售数据，能够进行消费者购买心理活动分析；能够在现实销售场地，准确判断出消费者的心理活动。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	消费者行为学概论	消费行为学的含义与研究对象；消费行为学的研究原则和研究方法；消费行为学的目的和意义			
2	消费者购买行为分析	了解购买行为分析的理论框架；熟悉信息处理过程；掌握购买决策过程。			
3	消费者感知	了解消费者心理活动的认识过程；熟悉情感、意志过程；掌握一般心理过程的综合考察。			
4	消费者需要与动机	了解消费者需要与营销活动的关系；熟悉动机在营销活动中的应用；掌握如何利用诱导购买动机进行推销。			
5	消费者学习与态度	消费者学习的基本方法；消费者学习的几种理论；关于消费者学习与态度一些基本特征及营销应用			
6	消费者的个性心理特征	了解消费者的消费观；熟悉气质，性格特征；能够进行自我分析及对他人判断。			
7	社会文化与消费者行为	文化的概念；文化六大价值取向；认知过程的文化差异与营销运用			
8	社会群体与消费行为	消费群体的概念与分类；消费群体对消费行为的影响；不同群体的消费心理特征和相应的营销策略			
9	购买情境与消费者行为	情境及其构成；消费者的情境类型与营销策略			
10	营销因素与消费者行为	商品名称、商标、商品包装、价格、促销组合、服务市场与消费者行为以及对应的营销策略			
教学要求：					
1. 课程思政：通过理论教学和案例融入家国情怀，民族自信、品牌意识；科学精神、社会责任；文化敏感性、国际视野；共同富裕、创新驱动；批判性思维、媒介素养；文化传承等课堂思政。					
2. 方法手段：本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。					
3. 考核评价：突出考查学生的学习态度、操作能力、课堂讨论分析能力。过程考核占 70%、期末考试占 30%					

(4) 经济学基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养理性经济思维、职业道德与社会责任感，树立诚信意识、成本效益观念及可持续发展理念。 知识目标： 掌握微观经济学（价格理论、弹性理论、市场结构）与宏观经济学（国民收入核算、经济政策）核心理论，理解市场失灵与政府干预机制。 能力目标： 能运用经济学原理分析现实经济现象（如价格波动、消费行为），制定企业经营策略，评估宏观经济政策效果。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识经济学	经济学发展简史；经济学产生前提；经济学解决的基本问题；微观经济学与宏观经济学的含义；经济思维方式。			
2	把握价格内在规律	需求理论；供给理论；均衡理论；弹性理论。			
3	学会理性消费	效用理论概述；边际效用分析法；无差异曲线分析法。			
4	探知企业经营策略	生产要素与生产函数；短期生产函数；边际收益递减规律；短期生产决策；成本与成本函数；短期成本的分类；短期成本曲线（短期成本分析）；短期成本决策；利润最大化原则市场结构类型；完全竞争市场的条件与厂商的需求曲线与收益曲线；完全竞争厂商的短期均衡的条件和特征。			
5	认知市场失灵与政府干预	市场失灵与政府干预经济职能；垄断；公共物品；外部性；不完全信息与市场失灵。			
6	了解国民经济核算与收入决定	GDP 的含义及核算方法；两部门、三部门、四部门国民收入的决定；总需求的构成；乘数理论。			
7	感知宏观经济发展	经济周期的概念与类型；经济周期的成因分析；经济发展的内涵；经济增长的源泉；经济增长与经济发展的区别和联系；失业定义及其分类；失业的治理；通货膨胀定义及其成因；通货膨胀对财富分配的影响。			
8	理解宏观经济政策	财政政策的定义；国家财政的构成；财政政策的运用；货币政策的定义；货币的分类及银行体系；货币政策工具；货币政策的运用；宏观经济政策的协调运用。			
教学要求： 1. 课程思政： 结合“双十一价格战”“垄断案例”等思政素材，强化诚信经营、公平竞争与社会责任意识。 2. 方法手段： 采用案例教学（如“滴滴收购 Uber”分析）、任务驱动（企业策略制定）、小组竞赛（市场结构模拟）提升实践能力。 3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、作业）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重理论应用与批判性思维。					

(5) 经济法

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 具备一定的沟通能力和组织协调能力，具备一定的分析和运用经济法律进行解决实际问题的能力。 知识目标： 了解经济法的概念与特征；经济法的原则、地位和作用；理解经济法律关系的概念；经济法律关系的构成、确立和保护；掌握公司法律制度；合同法律制度、反不正当竞争法律制度、劳动合同法律等。 能力目标： 能执行经济法律的各项规定，能识别、确认各种经济组织的有关经济法律业务的基本情况，能对基本的经济法律案例进行分析。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	公司制度	1、公司法概念及公司分类 2、公司各种人员的资格和责任 3、公司财务和会计以及公司债券			
2	合同制度	1、合同法概念 2、合同的成立、合同的效力、合同的履行、合同的变更、转让及终止 3、违约责任			
3	反不正当竞争制度	1、竞争和不正当竞争的概念及特征 2、不正当竞争行为的类型			
4	产品质量法制度	1、产品质量法的概念、立法原则、适用范围 2、产品质量认证制度、生产者的产品质量义务、销售者的产品质量义务			
5	劳动合同制度	1、劳动合同的概念、类型 2、劳动合同的订立、履行、解除、违约责任。			
教学要求： 1.课程思政： 职业素养、“实事求是”、“诚信”、新时代中国特色、社会主义劳动关系、诚信等 2.方法手段： 重视现代信息技术的应用，尽可能运用多媒体课件的形式呈现资料，进行讲授、演示，并按照设计活动的内容展开教学。 3.考核评价： 平时成绩（课堂参与、作业）占 40%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 60%，侧重理论应用与批判性思维。					

（6）数字营销

开设学期	3	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 践行诚信经营理念，坚持技术向善与价值并重，助力实体经济数字化转型，贯彻绿色发展理念，营造清朗网络空间，塑造新时代数字营销人才。 知识目标： 掌握数字营销内核与 4C/4D 模型，解析消费心理决策，构建用户画像；精研 APP/小程序推广、社群运营与社媒安全策略；人格化 IP 孵化、粉丝互动及品牌口碑塑造。 能力目标： 具备用户画像构建与消费行为分析能力； 具有移动端（APP/小程序）推广策略能力；具有优化社群运营及社媒内容能力；具有与粉丝互动，塑造品牌口碑能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 Z9 Z18 N1 N8 N13 N17					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	数字营销概述	数字营销内涵与发展理念			
2	消费心理与行为	消费心理与行为影响因素和过程			
3	用户画像分析	用户画像构建内容与方法			
4	APP 营销	APP 营销推广策略			
5	小程序营销	小程序营销推广策略			
6	社交营销	社交营销内容与实践			
教学要求： 1.课程思政： 对接乡村电商、国货品牌，通过“显性知识传递+隐性价值引导”双轻并进，培育具有专业能力与家国情怀的数字营销人才。 2.方法手段： 以学习通和课程软件为基础，以场景教学为链条，以学生价值转换为核心，通过可操作可量化手段，将课程目标转化为学生的行动准则。 3.考核评价： 平时考核（50%）+期末考试（50%）					

(7) AI 新媒体文案创作

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 具有用户思维、创新意识、内容责任意识和职业规范意识;具有诚实守信、尊重原创、依法合规使用 AIGC 工具的职业伦理;具有良好的团队协作意识、沟通表达能力和持续学习能力;能够在新媒体文案创作中体现品牌意识、审美意识和数据意识。 知识目标: 理解 AIGC 的基本概念、应用场景和使用规范;掌握新媒体文案的特点、类型和发展趋势;熟悉 AIGC 辅助文案写作的基本流程,掌握 AI 文案生成与优化方法;掌握不同类型及平台文案写作要求。 能力目标: 具有运用 AIGC 工具开展信息检索、用户分析、卖点提炼、创意生成和文案写作的能力;具有设计提示词并生成、筛选、改写、润色和优化文案的能力;具有完成多类型文案创作与综合传播实践的能力。					
主要支撑培养规格: S1、S2、S3、S4、S9、Z13、Z18、N2、N4、N10、N13、N14、N17					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识 AIGC 时代下的新媒体文案		AIGC 的含义、发展历程、应用场景和使用规范;新媒体文案的概念、特点、类型及岗位能力要求。		
2	AIGC 辅助新媒体文案写作的基本思路		AIGC 工具选择、提示词设计、文案生成方法,以及文案润色、改写、仿写、续写和扩写。		
3	AIGC 辅助写作文案前的准备工作		写作目的确定、用户需求分析、文案主题与风格确定、文案创意激发。		
4	AIGC 辅助撰写文案的不同部件		文案标题、大纲、正文开头、正文结尾、内容细节、情感元素和语言风格写作。		
5	AIGC 辅助撰写不同类型的文案		产品文案、品牌故事、活动文案、海报文案、营销软文等内容的写作与优化。		
6	AIGC 辅助撰写不同平台的文案		微信、微博、小红书、短视频、直播等平台文案的写作要求、表达方式和内容优化。		
7	提升 AIGC 新媒体文案写作素养		前沿技术应用、数据思维、跨媒介表达能力、用户洞察能力和内容创新能力提升。		
8	品牌新品上市宣传文案综合实训		围绕新品上市任务,完成用户调研、卖点提炼、软文写作、社媒文案、短视频脚本、直播话术和多平台推广。		
教学要求: 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求,与“实施保障”前后呼应,关联度强。 1. 课程思政: 在教学过程中,融入诚信创作、依法合规、尊重原创、隐私保护和算法伦理等内容,引导学生正确认识 AIGC 的辅助价值与使用边界,避免虚假宣传、侵权使用					

和过度依赖 AI。

2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、工具演示、任务驱动、项目实训和成果展示等教学方式，突出“需求分析—提示词设计—内容生成—人工优化—效果验证”的完整流程训练。

3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的方式。过程考核包括课堂参与、工具操作、项目任务、线上资源学习等，占 50%；结果考核以期末综合项目考查为主，占 50%。考核重点包括需求分析、提示词设计、文案质量、平台适配性、营销价值和职业规范。

(8) 企业经营管理

开设学期	3	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养创新意识与批判思维，树立中国优秀管理思想和本土企业文化自信，养成团结合作的职业品质。 知识目标： 了解管理系统的基础知识，熟悉管理思想，掌握管理职能。 能力目标： 能进行计划与控制，组织与协调沟通，领导与激励，学习创新等工作。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S10 Z1 Z2 Z3 N11 N12 N13 N15 N16					
主要内容： 管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理体系构成、管理职能、古典理论、管理理论发展等；管理思想，包括管理思想的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等；计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等知识。					
序号	教学单元	教学内容			
1	管理初步认知	认知管理概念，识别管理与管理者。			
2	管理思想的发展	认知管理思想，识别中西方管理思想的发展历程。			
3	管理原理与方法	认知管理原理，运用管理方法。			
4	计划控制职能	认知计划与控制职能的原理，撰写工作计划、商业计划书、控制方案。			
5	组织与协调职能	认知组织与协调的原理，设计人事组织方案，设计协调方案。			
6	领导与激励职能	认知领导与激励的基本原理，设计企业员工激励方案。			
7	学习与创新职能	认知学习与创新的基本原理，设计企业员工学习培训方案，设计营销或管理创新方案。			
教学要求： 1. 课程思政： 本课程思政包括管理与法律常识、责任意识和爱国情怀、文化自信、唯物辩证思想与批判精神、正确认识自我和外部环境，积极向上的人生规划、服务意识、树立正确的价值观、创新精神与工匠精神。 2. 方法与手段： 理论与实践性结合，基于《企业经营管理》在线开放课程平台丰富的项目任务、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式。 3. 考核评价： 借助超星学习通，有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察，过程考核 70%，期末考试占 30%。					

4. 专业核心课程描述

(1) 市场调查

开设学期	2	参考学时	56	学分	3.5
课程目标： 素质目标： 通过本课程培养学生岗位职业道德，提升计划组织、协调沟通、团队合作、科学决策、自我管理、逻辑思维等意识与信息素养。同时，培养学生对 AI 工具的正确认知与伦理意识，能批判性地看待 AI 生成的信息，坚持数据真实性与调研客观性。 知识目标： 通过本课程使学生认识市场调研概念，掌握调研方案构成、设计，熟悉调研方式方法和特点，理解资料整理分析，掌握报告撰写与市场预测方法；了解主流 AI 工具在市场调研各环节的应用原理与场景。 能力目标： 通过本课程让学生具备调研方案设计、问卷制作、信息收集、资料整理分析、报告撰写及市场预测等能力；能够熟练运用 AI 辅助工具进行问卷设计优化、海量文本数据的自动摘要与情感分析、基础数据可视化与预测建模，并能有效甄别 AI 输出结果的可靠性。					
主要支撑培养规格： S3、S4、S5、S9、Z7、Z8、Z12、N4、N6、N14。					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认知市场调研	阐述市场调研含义、必要性、原则、类型及步骤，引入 AI 驱动的市场调研新模式，展示 AI 如何通过大数据抓取、社交媒体监听快速洞察市场动态；讨论 AI 时代调研人员的角色转变。			
2	组建调研团队	介绍市场调研行业、机构及内部组成、组建方法，探讨“人机协同”的新型调研团队架构，即人类专家+AI 助手的分工模式；解读 AI 在数据采集、初步分析中的辅助角色，并讨论 AI 应用中的数据安全与隐私合规新挑战。			
3	界定调研主题与内容	明确调研内容、主题相关概念及确定方法，利用 AI 文本生成工具（如 ChatGPT）进行头脑风暴，快速生成多个调研假设与方向；使用关键词分析 AI 工具验证调研主题的热度与可行性。			
4	确定调查方式与方法	讲解信息收集步骤、基本调查方式及多种调查方法的运用，介绍基于 AI 的网络爬虫技术进行公开数据收集；演示如何使用 AI 进行在线访谈录音的实时转写与关键信息提取；对比传统问卷调查与 AI 聊天机器人问卷的优劣。			
5	设计调查表	使学生理解调查表概念，掌握问卷结构、问题设计等相关技巧与评估标准。利用 AI 问卷平台（如问卷星 AI 版）的智能推荐功能优化题目选项；使用 AI 检测问卷中的诱导性、模糊性表述；利用自然语言处理（NLP）工具预判开放题答案的情感倾向。			
6	撰写与汇报市场调研方案	教授方案撰写格式、技巧及评价标准。使用 AI 写作助手辅助撰写调研方案的背景、目的部分；利用 AI 演示工具（如 Gamma）快速将方案大纲转化为 PPT 初稿；强调 AI 生成内容的二次审核与个性化调整。			
7	组织实施市场调研	明确调查人员素质要求、培训及控制内容，传授实地调查技巧。演示如何利用 AI 进行样本配额智能分配与回收进度预警；使用			

		AI 语音质检工具监控电话访问员的合规性与话术质量；分享利用 AI 模拟器进行访前演练的案例。
8	整理分析调研信息	介绍资料整理含义、注意事项，教授分析与预测方法。让学生掌握市场预测的知识和方法，提高对市场趋势的预测能力。
9	撰写与提交市场调研报告	让学生掌握报告作用、撰写方法、提交方式及宣讲要领与检查技巧。使用 AI 数据可视化工具一键生成交互式图表；利用 AI 生成报告的摘要与结论建议初稿；强调对 AI 生成的数据解读进行人工校验，防止“虚假相关性”误导决策。
教学要求： 1. 课程思政：通过分享资料、案例分析等方式，培养学生正确三观，使其具备爱国情怀、社会责任感和职业道德，树立严谨、诚信的职业态度，将思政教育贯穿课程始终。 2. 方法手段：采用项目、任务驱动教学法，借助线上平台与多媒体工具开展教学，以调研项目为载体，让学生分组协作，提升解决实际问题与团队合作的能力。 3. 考核评价：课程成绩由平时（40%）和期末（60%）构成。平时考核涵盖出勤、讨论、作业和项目实践；期末采用开卷笔试综合考查学生对知识的掌握，评估学习成果。		

(2) 推销与谈判

开设学期	3	参考学时	56	学分	3.5
课程目标： 素质目标： 培养学生优良的销售职业道德品质、乐观自信和较强的抗挫折能力；培养和顾客真诚有效沟通的职业素养和“顾客至上”的服务理念；培养诚实守信、严谨认真、敬业爱岗的职业态度。培养学生在 AI 辅助销售场景下的人机协作意识，坚持客户信息保密与数据伦理底线。 知识目标： 了解现代推销的概念、构成要素及其变化；熟悉推销基本环节，了解推销方式与基本模式；掌握推销准备工作、推销洽谈基本内容和程序。了解商务谈判理念和方式等基本内容；熟悉商务谈判前期准备工作、进行模拟谈判；掌握商务谈判原则和过程。了解 AI 客户关系管理（CRM）系统、智能话术分析工具、AI 谈判模拟器等在推销与谈判中的应用场景。 能力目标： 掌握推销洽谈的策略，具有处理客户异议、促成交易及售后客户维护等各推销环节专业活动的的能力；掌握网络推销的基本策略，具有灵活运用各种推销技巧的能力。掌握谈判的准备工作；掌握谈判的进程和灵活运用谈判的策略。能够借助 AI 工具进行客户画像分析、销售话术优化、谈判对手行为预判及模拟对抗训练。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 Z11 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	推销知识与准备	现代推销的基本概念、构成要素及变化；推销基本环节、推销方式与基本模式；推销人员的职业素质准备、职业能力准备；制定推销计划。介绍 AI 如何辅助销售人员构建客户画像，以及如何利用 AI 日程管理工具优化每日拜访路线与任务优先级			
2	寻找约见接近客户、推销洽谈及异议处理	准客户的基本知识，客户建档并分析；寻找客户、约见客户和接近客户；推销洽谈的基本知识、内容与程序；处理客户异议。演示 AI 智能外呼系统进行客户筛选与意向预判；利用自然语言处理（NLP）工具分析优秀销售录音的话术结构，提炼高频成交话术；使用 AI 情绪识别工具辅助判断客户异议的真实诉求，提供应对建议。			
3	促成交易、售后维护	促成交易的信号与时机、促成交易的方法及合同拟定；售后跟进，建立客户关系与处理投诉。			
4	互联网+环境下的网络推销	网络市场；网络推销的基本策略。			
5	商务谈判理论知识	商务谈判的概念、特征、原则和评价标准；商务谈判的类型、模式。补充 AI 时代谈判的新变量，讨论 AI 辅助决策可能带来的谈判权力变化。			
6	商务谈判前期准备工作	信息搜集整理；拟定谈判计划；模拟谈判。使用 AI 情报分析工具快速整合对手公司财报、舆情、过往谈判风格等信息			
7	商务谈判的过程	商务谈判开局类型、内容和策略；商务谈判报价、还价、让步和僵局处理。			
8	商务谈判的签约	促成签约；谈判收尾。			

教学要求：

1. 课程思政：推销人员必备的职业道德，坚持顾客信息保密原则，在推销与谈判过程中的创新和探索精神，商务谈判的求真务实原则，签订合同的法律意识。

2. 方法手段：在教学方法的选择上融合课程思政从学生现有的能力和水平出发，采用案例教学法、模拟教学法、现场教学法、角色扮演法等多种教学方法，在教学手段的选用上采用多媒体演示教学，将推销人员的工作过程和情景案例引入课堂。

3. 考核评价：考核强调能力标准及考核的整体性，以教师现场点评、学生线上匿名互评的方式进行现场模拟实操评价，过程考核 40%，期末考核占 60%。

(3) 商务数据智能分析与应用

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：具备数据敏感性和数据保密意识；具备基本的数据分析职业道德和法律意识；形成谦虚、谨慎和务实的数据分析工作精神；培养人机协作与 AI 辅助决策的创新思维。 知识目标：理解商务数据分析的流程；掌握常用分析模型与方法；了解数据可视化工具应用；掌握基于机器学习的预测模型与智能分析算法；掌握店铺、客户、运营、商品销售、采购成本、库存、竞品与市场预测等核心业务场景的数据智能分析流程与方法。 能力目标：能够执行商务数据分析，支撑数据化运营；有效采集与管理多源数据；运用 AI 工具开展客户画像、精准营销及运营绩效分析；编制可视化智能分析报告；具备行业数据挖掘与市场预测能力，支撑战略决策；兼具沟通协作、抗压及问题解决能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S8 S10 S11 Z2 Z3 Z4 N2 N4 N7 N8 N12 N13 N14 N15 N16					
主要内容： 说明：本课程以剖析企业数据分析员、数据运营专员、市场分析专员、客户数据分析专员、智能商业分析师等典型工作岗位为切入点，以商务数据分析工具及应用、数据可视化、智能客户数据分析、智能运营数据分析、智能销售数据分析、商品采购与库存数据分析、竞争对手与行业状况分析、销售市场智能预测分析、AI 辅助决策报告撰写等为主要内容。					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务数据分析基础	初识商务数据；商务数据流程；商务数据分析指标；商务数据分析的可视化；AI 驱动的数据预处理与特征工程。			
2	客户数据分析	客户情况分析；客户总体消费情况分析；客户购买行为分析；客户需求分析；客户体验分析。			
3	运营数据分析	店铺运营情况分析；月度销售分析；推广数据分析；员工绩效分析。			
4	商品销售数据分析	商品销售数据统计与分析；商品退货、退款情况统计与分析。			
5	商品采购和库存数据分析	商品采购成本分析；根据商品生命周期控制采购商品；商品库存数据分析；库存周转率分析；商品定价分析；流量与成交量占比分析；基于机器学习的智能补货与库存优化。			
6	竞争对手与行业状况分析	竞争对手分析；行业状况分析。			

7	市场预测分析	利用图表趋势预测法分析；利用时间序列预测法分析；利用德尔菲法预测新产品销售额；利用 GROWTH 函数预测店铺销量。
8	分析报告撰写	报告的概念；报告的类型；AI 辅助数据解读与智能报告生成。
教学要求： 1. 课程思政：包括数据敏感性和数据保密意识的培养；谦虚、谨慎和务实的数据分析工作精神；数据分析职业道德和法律意识的培养；AI 伦理与负责任数据使用的教育。 2. 方法手段：主要教学场所为计算机机房，采用项目化教学手段，线上+线下，理论+实操的方式开展教学，学生边学边做；引入合作企业实际案例及 AI 分析工具，学练结合提升技能。 3. 考核评价：平时考核与闭卷考核按照 3:7 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、数据分析作品为主；考核以期末闭卷考试为成绩依据。		

(4) 新媒体营销

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：培养学生岗位职业道德，遵守新媒体运营行业规范与条例准则，培养学生理解、沟通、协调、组织和创新等职业意识，培养学生人际交往和团队协作精神。培养学生在 AI 辅助内容创作与运营场景下的版权意识和信息甄别能力，坚持真实、正向的传播伦理。 知识目标：了解新媒体的类型、特点和发展趋势，掌握微信、微博、短视频、社群的操作和应用，掌握新媒体营销的策划、推广与运营，熟练运用新媒体营销方式。了解 AI 工具在新媒体内容生成、用户画像分析、智能投放与效果监测等方面的基本原理与应用场景。 能力目标：能根据不同新媒体传播的特点，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动，具备策划营销推广活动的的能力，具备撰写科学可行的全媒体营销策划方案书的能力。能够借助 AI 辅助工具高效完成文案初稿撰写、短视频脚本生成、海报创意设计 & 营销数据的基础分析。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 S8 Z14 N13 N14 N17					
主要内容： 说明：对接新媒体运营岗位能力、“互联网营销师”等新职业和数字营销（1+X）等级证书、市场营销技能大赛，深化岗课赛证融通，基于国货新媒体营销推广项目，按照新媒体营销工作过程，从易到难、由单一到综合，循序渐进，重构课程教学内容，包括微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社群营销全媒体营销 6 个项目，逐级提高学生技能。					
序号	教学单元	教学内容			
1	新媒体营销认知	①新媒体的概念、类型、发展趋势；②新媒体营销的概念和优势。③新媒体营销模式；④新媒体营销常用思维方法；⑤AI 技术在新媒体领域的典型应用案例。			
2	微信营销	①公众号命名；②公众号菜单设置；③公众号图文编辑；④AI 文案写作与优化；⑤公众号吸粉推广；⑥公众号运营成果展示。			
3	微博营销	①微博内容策划；②微博营销技巧；③微博营销成果展示；			
4	短视频营销	①短视频内容策划；②短视频创作；③短视频推广；④成果展示。			
5	直播营销	①直播营销策划；②直播脚本撰写；③引流推广；④成果展示。			
6	社群营销	①社群组建与管理；②社群营销方法；③社群营销成果展示。			
7	全媒体营销策划	①全媒体方案策划；②全媒体策划方案优化；③全媒体营销活动成果展示。			
教学要求： 1. 课程思政：培养爱岗敬业、百折不挠、甘于奉献、敢想敢做的创新精神和精益求精的工匠精神，培养脚踏实地、吃苦耐劳的劳动精神和诚实守信的职业道德，树立文化自信，提升民族自信心和自豪感。 2. 方法手段：采取案例教学、课堂讨论、分析比较、小组作业、实践演练、汇报展示、项目运营等多种形式进行教学。利用多媒体课件、视频资源、在线开放课程资源、数字营销操作平台、直播实训室等教学手段和实训设备开展教学，鼓励学生将 AI 工具作为“创					

意加速器”而非“替代品”，增加课堂信息量，增加学生操练实践机会，提高课堂教学效率和教学效果。

3. 考核评价：由理论知识（35%）、实践技能（45%）、职业素养（10%）、道德表现（10%）四部分构成。

(5) 市场营销策划

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养以数据驱动决策、以客户需求为导向的职业思维与科学精神；培养人机协同创新意识，在策划中平衡商业目标、用户体验与社会责任；树立科技向善职业道德；培养团队协作与资源整合能力。培养对 AI 生成内容的批判性审视能力，避免盲目依赖算法结论。 知识目标： 熟悉大数据市场调研、客户画像与营销环境分析方法和工具；掌握数据驱动的营销策划流程与迭代模型；掌握数智化营销策略及应用场景；掌握智能营销方案设计与策划书撰写规范；了解主流 AIGC 工具（如文案生成、图像生成、数据分析 AI）在不同策划场景中的适用边界与局限性。 能力目标： 能运用数据分析工具完成营销全流程；结合市场与消费者数据提出创新策划思路；具备评估与应用新工具辅助策划创意的能力；能够对 AI 输出的策划建议进行合理性判断与人工修正，形成“人机互补”的工作习惯。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S7 Z2 Z6 Z7 Z8 Z9 Z13 N1 N2 N3 N4 N9 N10 N11 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	营销策划基础	讲解数智时代策划的数据驱动原则与流程，介绍 AIGC 工具辅助创意发想与数据仪表盘在决策中的应用。			
2	营业推广策划	学习基于用户数据的精准推广流程，掌握营销自动化与智能推广工具的使用，并进行效果监控与优化。			
3	产品广告策划	掌握程序化广告投放流程与智能出价，学习利用 AI 生成广告素材，并进行广告效果的归因分析。			
4	公关主题活动策划	学习运用舆情系统进行公关环境扫描，策划线上线下融合的数字化公关活动，并评估其社会影响力。			
5	新品上市推广策划	学习基于市场测试数据制定上市策略，设计全渠道数字化推广流程，并通过数据监控实现推广迭代。			
6	企业形象策划	学习企业数字品牌资产的构建与评估，策划数字化形象识别系统，并了解相关的数据安全与法律规范。			
教学要求： 1. 课程思政： 融入科技伦理、算法向善价值观，强调利用数据与 AI 时的社会责任；培养数智工匠精神；强化数据安全、个人信息保护及广告合规性教育；探索传统文化数字化创新表达与民族品牌数智化崛起；鼓励以科技创新驱动营销模式变革，追求商业与社会价值统一。 2. 方法手段： 采用案例教学（引入典型案例）、项目驱动（基于数据平台策划）、以赛促学（参与竞赛）及工作坊（AIGC 工具实战）。教学中全面使用商业智能软件等数字化工具，开展虚实结合教学。 3. 考核评价： 采用过程性数据与终结性方案相结合的多元评估。过程性考核包括课堂数据任务完成度、AIGC 工具应用能力、团队数字化协作表现；终结性考核为《市场营销策划全案》，方案需体现数据洞察等内容并进行数字化答辩。					

（6）品牌经营与管理

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生“用户需求”至上的意识、品牌意识与工匠精神。培养遵纪守法，忠于国家与组织，热爱国货品牌精神。培养学生的顽强的心理承受能力、锐意创新、坚韧不拔的素养。培养学生在 AI 辅助品牌决策场景下的数据伦理意识，警惕算法偏见对品牌定位的影响，坚持品牌价值的真实性与长期性。 知识目标： 掌握品牌内涵、种类、定位（内涵、步骤、方法），品牌命名、个性与 IP 化策略，设计技巧，整合传播，延伸（内涵、作用、分类、风险）及危机管理。了解 AI 工具在品牌舆情监测、消费者情感分析、品牌资产量化评估等方面的应用原理与场景。 能力目标： 能精准定位产品品牌，设计企业品牌广告语、故事及广告片脚本；具备品牌命名、标识与 IP 形象初步设计能力；可策划品牌推广方案，选择传播载体、媒体与策略；能及时处理品牌危机并维护品牌形象；以及运用品牌延伸理论分析实践现象。能够借助 AI 辅助工具进行品牌竞品分析、消费者洞察数据挖掘、品牌传播内容的多版本生成与效果预判。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z4 Z15 N1 N9 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	品牌概述	品牌的由来、概念；品牌的内涵、作用、功能、构建；品牌的种类、效应和品牌管理；介绍 AI 时代的品牌新特征。			
2	品牌定位	品牌现状分析、品牌定位方法；品牌人格化、品牌定位过程、品牌命名；品牌广告语创作、品牌故事写作。演示利用 AI 文本生成工具辅助创作品牌广告语与品牌故事初稿；使用 AI 消费者洞察平台分析目标人群的兴趣偏好与消费动机，辅助定位决策。			
3	品牌设计	品牌标志设计；品牌 IP 形象设计；品牌个性、品牌广告片设计；品牌终端形象、感官设计。介绍 AI 图像生成工具辅助品牌 LOGO 草图构思与 IP 形象概念设计；演示 AI 视频生成工具快速产出品牌广告片的粗剪版本供团队讨论迭代。			
4	品牌传播与推广	品牌传播概述、载体选择；品牌传播媒体选择；品牌传播方法与策略。演示 AI 智能投放工具根据受众画像自动匹配传播渠道与时段；介绍 AI 内容生成工具批量制作适配不同平台（抖音、小红书、公众号）的品牌传播素材。			
5	品牌延伸	品牌延伸的内涵、方式；品牌延伸的风险管理、品牌进化、扩张。引入 AI 市场预测模型辅助评估品牌延伸的可行性。			
6	品牌危机管理	品牌危机的内涵、成因、品牌维护；品牌危机处理；品牌保护			
7	品牌资产管理	品牌资产的内涵、特点、组成；品牌资产管理方法、提升价值策略；品牌资产价值评估。介绍 AI 驱动的品牌资产			

		评估模型，利用大数据抓取与分析替代部分传统问卷调查，实现品牌健康度的持续量化监测。
教学要求： 1. 课程思政： 在课程中融入诚信经营、质量至上等社会主义核心价值观；通过讲述国货品牌故事案例强化家国情怀与文化自信；通过课程实践活动培养创新思维与创业精神。 2. 方法手段： 课程采用多元化教学方法：以案例教学剖析品牌经验教训，培养批判思维；模拟经营实战与项目式学习，邀请专家讲座与工作坊拓宽视野。 3. 考核评价： 课程考核包括平时过程考核（40%）、期末理论考核（60%）两部分。		

(7) 客户服务与管理

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标: 素质目标: 培养职业道德、诚信品质、服务意识与社会责任感,强化尊重客户、遵纪守法的职业态度。培养学生在 AI 辅助客服场景下的人机协作意识,坚持客户数据隐私保护与服务温度的职业态度。 知识目标: 掌握客户服务理论、礼仪规范、沟通技巧、投诉处理流程及网络客服技能,熟悉服务创新与安全管理知识。了解 AI 智能客服机器人、AI 语音质检、AI 情绪识别等工具在客户服务中的应用原理与适用场景。 能力目标: 能优化服务流程、解决客户投诉、设计创新服务方案,具备形象管理、应急处理及数据分析能力。能够借助 AI 工具辅助分析客户反馈数据、优化服务话术、预判客户情绪变化并给出应对建议。					
主要支撑培养规格: S11 S12 Z7 Z11 N11 N21 N22					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识客服	识别客户;识别优质客户;识别客服职业;经典客服案例分析。介绍 AI 如何辅助识别高价值客户,以及 AI 在客服行业的发展趋势——人机协同成为主流服务模式。			
2	客户服务礼仪	仪容;仪表;仪态;客户电话服务礼仪;名片使用礼仪。演示 AI 语音质检工具如何自动分析客服人员的语气、语速、礼貌用语使用情况,帮助改进电话服务礼仪。			
3	客户服务中的沟通技巧	沟通基础知识;身体语言的运用;微表情;察言观色;倾听技巧;提问技巧;有效沟通的语言;说的技巧,服务话术;沟通技巧的课堂实训。介绍 AI 情绪识别工具辅助判断客户情绪状态;演示 AI 话术分析工具从优秀客服录音中提炼高频成交话术与安抚话术模板。			
4	客户服务技巧	服务意识和态度;服务心理与品格;客户服务与管理中的基本接待技巧;客户的需求分析:理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧;微笑服务;赞美技巧;如何拒绝客户;课堂实训:不同行业和业态服务技巧案例分析。演示 AI 客户画像工具基于历史交互数据自动生成客户需求标签,辅助客服人员在服务前快速了解客户偏好,做到“未开口先知”。			
5	不同类型的顾客服务技巧	不同异议类型的客户服务技巧;棘手客户的服务技巧;不同个性特征的客户的服务技巧;不同行为模式的客户服务技巧;不同做事风格、不同社交行为的客户分类及服务技巧;不同销售氛围、不同气质类型、不同行业客户分类及服务技巧。介绍 AI 智能路由系统如何根据客户情绪标签和历史记录自动匹配最合适的客服人员;演示 AI 实时建议系统在客服对话中弹出应对不同客户类型的推荐话术。			
6	服务创新	客服满意度;超值服务的内容:顾问式服务,服务个性化;服务人性化,服务体验化、服务科技化;服务理念创新。讨论 AI 如何助力服务个性化。			

7	客户投诉的处理技巧及综合训练	客户投诉的原因；识别投诉；有效处理客户投诉的意义；投诉处理的原则；投诉处理的步骤；投诉带来的危机处理；熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准，撰写投诉处理方案。
8	网络时代的客服	网络客服的概念、特征、优点、缺点；几大有代表性的电商网站服务特色；电商新秀：如直播带货、毒等创新网络服务特色。演示 AI 智能客服机器人在电商平台中的应用场景；介绍 AI 直播助手的实时弹幕回复与商品推荐功能。
9	客服中的安全知识	各种急救知识；各种安全防范知识。强调 AI 客服系统中的数据安全防护措施
教学要求： 1. 课程思政： 通过课程思政活动，强化社会主义核心价值观与职业道德教育。在 AI 工具应用教学中，强调客户隐私保护的重要性，警惕算法对客户情绪的误判可能引发的服务风险，坚持“科技向善”的服务伦理。 2. 方法手段： 采用情景模拟（如投诉处理角色扮演）、案例分析（如海底捞服务案例）、小组项目（服务创新设计）提升实践能力。 3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末笔试（理论+案例分析）占 50%，侧重技能应用与创新思维。		

5. 专业拓展选修课程描述

(1) 智能短视频创作与营销

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 具备智能时代短视频创作的审美能力与职业素养，自觉践行版权保护与行业道德规范。 知识目标： 了解 AIGC 发展趋势，掌握主流智能工具（DeepSeek、剪映智能版等）的原理与应用，理解短视频平台运营机制与商业模式。 能力目标： 能运用智能工具完成短视频策划、脚本生成、素材创作、智能剪辑、数字人制作、发布优化及数据运营，具备全流程营销实践能力。					
主要支撑培养规格： S1-S8 Z9-Z13 N7-N12					
主要内容说明： 本课程系统讲授智能技术在短视频策划、创作与营销全流程的应用。涵盖智能市场分析、账号定位、创意策划与脚本生成、智能素材生成、拍摄辅助、智能剪辑与特效、智能字幕与音频、数字人创作、发布优化、数据运营、营销变现及综合实训。采用项目驱动、实战导向模式，对接新媒体运营与数字营销岗位。					
序号	教学单元	教学内容			
1	智能短视频认知	行业趋势与 AIGC 变革；主流智能工具；平台生态与算法；岗位能力模型。			
2	智能市场分析与账号定位	智能竞品分析；用户画像挖掘；账号差异化定位；内容规划与运营日历。			
3	智能创意策划与脚本生成	选题策略；智能辅助策划；脚本撰写；DeepSeek 生成脚本与分镜；多版本优化。			
4	智能素材生成	文生图/视频工具应用；生成分镜与动画；智能音频与配音；多模态素材管理。			
5	拍摄基础与智能辅助	设备参数；构图、光线与运镜；智能拍摄规划；直播与短视频一体化拍摄。			
6	智能剪辑与特效制作	剪映/Premiere 智能剪辑；关键帧与配乐；调色与 LUTs；转场滤镜；智能抠像合成。			
7	智能字幕与音频处理	智能生成字幕；语音识别字幕；字幕美化；智能降噪；背景音乐智能推荐。			
8	智能数字人创作	数字人技术；形象设计；产品视频制作；口播脚本与声音克隆；数字人直播与 IP 建设。			
9	发布优化与智能变现	多平台发布与智能分发；智能标题/标签/封面；运营数据分析；效果评估；广告投放与 ROI 优化；粉丝运营。			
10	综合创作实训	全流程综合实践（策划→素材→剪辑→发布→数据分析）；营销方案制定；项目展示与职业规划。			

教学要求：

1. **课程思政：**强化版权保护与数据安全，拒绝虚假低俗信息，培养智能伦理与社会责任感。
2. **方法手段：**采用项目驱动、案例教学，结合分组实操，融入真实企业项目，以赛促学。
3. **考核评价：**过程性考核占 50%（出勤、参与、实训、阶段项目），终结性考核占 50%（短视频策划方案+成品+运营分析报告）。

（2）AI 营销工具应用

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 树立数据驱动、人机协同的智能化营销理念；培养在营销活动中应用 AI 技术的伦理意识、版权意识与隐私保护意识；养成主动探索、测试和优化 AI 工具以解决营销问题的创新精神与工匠精神；形成在数智化团队中高效沟通、共享与迭代 AI 工作流的协作习惯。 知识目标： 了解 AI（特别是 AIGC）在营销领域的主要应用场景、发展趋势与核心工具平台生态；掌握利用 AI 进行市场与用户分析、内容生成、广告优化、智能客服、数据分析的基本原理与典型工作流程；熟悉主流 AI 营销工具的功能特点、操作界面与应用边界。 能力目标： 能够熟练操作至少 2-3 类主流 AI 营销工具（如文生文、文生图、智能剪辑、对话机器人、数据分析工具等）；具备将营销任务（如市场调研、文案撰写、视频脚本生成、广告语优化、用户洞察）转化为 AI 提示词（Prompt）并进行迭代优化的能力；能够初步评估 AI 生成内容的可用性，并对其进行人工校准与创意提升；能设计并执行一个包含 AI 工具应用的简易营销任务流程。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 Z1 Z2 Z16 N1 N2 N3 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	AI 营销认知与工具生态	AI 与 AIGC 概述；AI 在营销各环节（洞察、内容、广告、客服、数据分析）的典型应用场景与价值；国内外主流 AI 营销工具平台（如 ChatGPT、文心一言、Midjourney、Runway、Jasper 等）简介与选型逻辑；AI 营销的伦理、合规与版权基础。			
2	AI 赋能市场与用户分析	利用 AI 工具进行行业信息抓取、舆情监控、竞品分析；基于公开数据与 AI 对话，构建初步的用户画像与需求洞察；将分析结果转化为可视化报告或策略简报。			
3	AI 辅助内容创意与生成	营销文案 AI 生成：学习提示词工程，生成广告语、社交媒体文案、邮件、产品详情页等。 视觉素材 AI 生成：利用文生图、图生图工具创作营销海报、配图、产品概念图等。 视频内容 AI 生成：利用 AI 工具进行智能剪辑、自动生成短视频脚本与口播稿。			
4	AI 优化广告与推广策略	利用 AI 工具进行广告语 A/B 测试模拟、目标受众扩展分析；基于 AI 进行基础性的关键词挖掘与 SEO 内容建议；探索程序化广告中的 AI 智能出价与创意优化逻辑。			
5	AI 增强客户互动与服务	搭建与训练智能客服机器人处理常见问答；利用 AI 分析客户对话记录，识别情感与潜在需求；设计 AI 辅助的个性化客户沟通模板。			

6	AI 驱动数据分析与洞察	利用 AI 工具辅助进行销售数据解读、市场趋势预测；将复杂数据转化为自动化数据看板或可视化叙事；撰写基于 AI 初步分析的营销效果报告。
教学要求： 1. 课程思政：融入科技向善、以人为本的价值观，强调 AI 是辅助工具而非替代人性；培养对 AI 生成内容的批判性思维与责任意识，杜绝虚假宣传；强化知识产权保护与数据安全教育；鼓励利用 AI 工具进行中国品牌、中国文化的创新表达，弘扬文化自信；倡导在 AI 应用中坚守诚信、透明的商业道德。 2. 方法手段：采用 “理论精讲+案例演示+任务驱动” 的模式。理论课精讲原理与场景；实训课以具体的营销任务（如“为一款新品生成一套社交媒体推广素材”）为项目，学生分组选择并操作 AI 工具完成。充分利用线上 AI 工具平台进行实操，鼓励学生建立自己的“AI 营销工具库”和“最佳提示词手册”。引入企业真实或仿真的 AI 营销应用案例进行分析。 3. 考核评价：采用过程性考核与终结性项目相结合的方式。 过程考核（60%）：包括课堂实操任务完成度与质量、AI 工具熟练度测试、提示词优化作业、小组案例研讨表现。 结果考核（40%）：期末提交一个《AI 营销工具应用综合方案》，需为一个具体的营销目标，综合运用至少两种 AI 工具完成任务，并附上操作流程、生成成果及效果自评，并进行方案答辩。		

(3) 广告实务

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 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，正确认识广告和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：具备广告创造中的沟通、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创新与广告媒介的创新。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z10 Z13 N9 N10					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认知广告	广告概念、要素、广告法律知识；广告策划的流程。			
2	实施广告调查	广告调查性质、内容；设计广告调查的程序。			
3	制定广告定位和诉求策略	广告目标设计的原则和方法；广告定位策略；广告对象和地区的选择；广告诉求策略。			
4	制定广告媒体策略	媒介概念与类型、媒介分析；广告媒体选择的原则和方法；传统广告媒体应用的方法和技巧；新媒体应用的方法和技巧。			
5	设计广告创意	①广告创意在广告活动中的地位；广告创意设计的原则 ③广告创意设计的方法			
6	设计广告文案	广告文案的概述；传统广告媒体文案的设计；新媒体广告文案的设计			
7	制定广告预算	广告预算的方法；广告费用的组成部分；各常见媒体广告费用。			
8	评估广告效果	广告效果评估的概念；广告心理效果评估的方法；广告社会效果评估的方法；广告经济效果评估的方法。			
教学要求： 1. 课程思政：服务乡村振兴，为建设新农村做贡献，热爱家乡，用自己所学知识回报家乡，拒绝不正当广告竞争，遵守广告法律法规。 2. 方法手段：积极实行启发式、讨论式教学、鼓励学生独立思考。运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。平时过程成绩占50%，期末考试成绩占50%。					

(4) 网店运营推广

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 融入课程思政，培育爱国情怀、湖湘文化底蕴及厚德崇商理念，强化爱岗敬业、诚信务实、严谨客观的职业道德与团队协作意识，培养具有社会责任感和创新精神的电商人才。 知识目标： 系统掌握网店全链路运营知识体系，涵盖筹备、开设、装修、管理、推广及数据分析等核心环节，构建完整的网店运营理论框架。 能力目标： 具备网店全周期实战能力，包括精准选品定位、多平台运营、视觉呈现设计、数字化工具应用、流量转化优化及数据驱动决策等岗位核心技能。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S8 Z18 N1 N17					
主要内容： 本课程聚焦网店运营新业态，涵盖选品定位、多平台运营、视觉设计、智能推广及数据分析全流程，融入思政德育活动，培养工匠精神、创新思维与职业态度，对接行业新标准。					
序号	教学单元	教学内容			
1	网店前期筹备	网店售卖商品的确定、网店消费人群的定位、网店合适平台的选择、网店货源渠道的寻找。			
2	网店开设和网店装修	网店的创建、设置、装修。			
3	网店运营和网店管理	商品发布 、网店运营、发货管理、网店服务的管理。			
4	网店引流和网店推广	网店引流推广的基本认知、各种引流工具运用。			
5	网店运营数据分析	网店运营数据分析的流程、工具。			
教学要求： 1.课程思政： 紧密围绕网店运营推广全流程，将社会主义核心价值观融入教学。通过“小网店创业价值观”等思政活动，引导学生树立诚信经营、服务社会的职业理念，培育湖湘人“经世致用”的担当精神。 2.方法手段： 采用任务驱动法、情境教学法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题的能力。借助超星等线上学习平台，运用多媒体视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3.考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。各占 50%。					

(5) 销售管理

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业、公平公正的职业操守与奉献社会的责任感。 知识目标： 掌握销售管理全流程核心内容 能力目标： 解决实际业务问题并提升销售效能。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z14 N4 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	走进销售职业	认识销售并了解销售工作的类型和销售管理的内涵。			
2	销售过程管理	客户购买七个步骤。			
3	销售规划与设计	认识销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的含义。			
4	销售区域管理	销售区域含义、销售区域目标、销售区域设计、销售区域开发等基本知识。			
5	销售组织建设	不同销售组织的类型及其优缺点。			
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	销售人员的胜任力模型和销售人才招聘各环节的主要知识。			
7	销售人员的激励与绩效考评	销售人员的行为模型，激励的主要理论，销售人员绩效考评的含义、原则和体系内容。			
8	销售货品管理	了解订单的种类和订单报价的主要因素，理解发货、退货的主要环节。			
9	客户关系管理	客户关系管理的相关知识。			
10	销售服务管理	认识客户咨询服务内容和服务要求。			
11	销售分析与评估	销售额分析的主要内容。			
教学要求： 1.课程思政： 本课程以“立德树人”为根本任务，将社会主义核心价值观、职业精神与专业能力培养深度融合，通过教学内容、活动设计与思政元素的有机联动，引导学生树立正确的职业价值观、社会责任感和文化自信。 2.方法手段： 采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。 3.考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。平时学习过程成绩占 40%；期末考试成绩占 60%。					

(6) 公共关系实务

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 通过本课程的学习培养学生强烈的公关职业道德品质和法律意识，培养学生的全员公关意识以及实事求是、严谨、敬业的职业态度。 知识目标： 了解公共关系的基本概念，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，公共关系礼仪等主要内容。 能力目标： 能运用传播媒介维护企业形象，设计调查方案并撰写公关策划案；具备舆情监测与危机应对能力，协调内外部关系，掌握商务礼仪与规范的综合实践能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S8 Z1 Z2 Z16 N1 N2 N3 N12					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	公共关系基本理论知识		公共关系的含义、特征、职能、原则以及产生与发展。		
2	公共关系的构成要素		公共关系的主体、公共关系人员，公共关系的客体，公共关系的传播。		
3	公共关系工作程序		公共关系的调查的方法、公关策划的原则与策划的内容、程序与方法、大型公共关系活动实施的步骤，公共关系评估标准与方法。		
4	公关专题活动		公共关系专题活动的特征与目的；公关赞助带给组织的利益与风险、庆典活动的流程以及新闻发布会的程序。		
5	公共关系危机管理		公共关系危机的含义、特点、成因、处理的原则与对策，提升危机预防意识。		
6	公共关系礼仪		形象礼仪、日常礼仪、接待礼仪，并能在具体公关活动中的熟练运用。		
教学要求： 1.课程思政： 培育诚信担当意识；传播正能量价值观，服务国家战略需求；强化社会责任担当，塑造家国情怀；培养德才兼备、知行合一的新时代公关人。 2.方法手段： 案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟。 3.考核评价： 考核形式：考查（平时 50% 期末 50%）。					

(7) 国际市场营销

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 培养创新创业意识和学以致用能力；具备团队协作和自主钻研的精神；养成遵纪守法、诚信敬业的职业道德品质。 知识目标： 掌握国际市场营销环境分析、国际市场的市场细分与目标市场及其定位的内容与方法、国际市场 4PS 组合，制定相应的国际市场营销策略。 能力目标： 能根据具体情况为跨国企业设计营销策划方案，并能从事相对应的营销活动组织、实施、执行等工作；能适应国际工作环境，胜任跨国公司国际营销管理工作。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 Z1 N1 N2 N3 N17					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	国际市场营销概述		国际市场营销基本概念与理论。		
2	国际营销环境分析		国际市场经济、政法、文化环境。		
3	国际目标市场营销战略		国际目标市场营销战略规划。		
4	国际营销调研的计划与实施		国际营销调研的计划与实施。		
5	国际市场营销组合的策划		国际市场 4Ps 决策及实施。		
教学要求： 1.课程思政： 融家国情怀于国际营销实践，培育跨文化沟通与创新实践能力；强化诚信守法意识，担当社会责任；通过团队协作与策略制定，培养具有全球视野和本土智慧的新时代国际营销人才。 2.方法手段： 角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法。 3.考核评价： 课程期评成绩=平时成绩×40%+实践技能成绩×60%。					

(8) 商务礼仪与沟通

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 本课程注重培养情商、德商、逆商和健商；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，养成良好的待人接物习惯，尤其是规范商务场合言行举止。 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；掌握商务礼仪的基本知识；掌握各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法；了解国际商务交往中不同国家的文化差异和风俗礼仪。 能力目标： 通过课程学习使学生具备规范商务场合行为的能力、打造良好的商务人员形象的能力，组织、策划简单商务活动的的能力以及灵活运用各种商务礼仪技巧的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S11 Z1 Z2 Z3 N2 N8 N10 N13 N14 N16					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务礼仪个人形象设计	①基本概念；②仪表礼仪；③服饰礼仪。			
2	商务交往中的日常交际礼仪	①见面礼仪；②介绍礼仪；③餐饮礼仪；④公共场合礼仪。			
3	商务交往中的常用公务礼仪	①接访礼仪；②社交语言艺术；③商务谈判礼仪。			
4	商务沟通礼仪	①商务沟通的方式；②商务沟通的技巧与礼仪。			
5	涉外商务礼仪	①东西方礼仪文化简介；②涉外礼仪。			
教学要求： 1.课程思政： 树立大家自强自立自信的素养，发扬中华传统礼仪文化。展示自己良好的道德和素养。 2.方法手段： 多样的教学方法使用；结合案例组织实施教学，坚持学练结合提升技能。团队化教学，分组教学。 3.考核评价： 课程的考核采取理论考查与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考查制度，实践部分实行“情景模拟”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：					

(9) 服务市场营销

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 具有爱岗、敬业、负责的工作态度, 具有为顾客创造价值的服务意识, 具有竞争与合作结合精神, 具有诚信、守法, 精益求精、热爱民族品牌的品格。 知识目标: 熟悉服务营销理念、顾客价值、创新观念; 掌握服务营销战略, 设计服务产品、塑造服务品牌, 服务定价、分销、沟通; 掌握服务人员、过程、展示、过程管理。 能力目标: 具有服务理念与观念运用能力; 设计服务战略, 服务产品与品牌、服务价格, 服务分销与沟通能力; 服务人员、过程、展示、过程管理能力; 服务创新能力。					
主要支撑培养规格: S1、S2、S8、Z8、Z11、Z14、Z15、Z16、N1、N2、N3、N7、N16					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	服务市场营销概述	服务营销理念、概述、观念、理论; 顾客价值			
2	服务营销战略	服务市场细分、目标市场选择、市场定位策略			
3	服务产品与品牌	服务产品及组合、服务新产品开发、服务品牌			
4	服务定价	服务定价的特点、策略、方法			
5	服务分销	服务分销主要模式			
6	服务促销与沟通	服务促销概述与沟通工具			
7	服务人员	服务人员的价值、激励、培育			
8	服务过程	服务过程、接触点管理、服务蓝图			
9	服务有形展示	服务有形展示、服务场景设计			
10	服务过程管理	服务承诺、服务实务、顾客抱怨、服务补救			
教学要求: 1. 课程思政: 在教学过程中, 融入诚信、以仁待人, 良性竞争、合作共赢相结合, 为客户创造服务价值, 敬业、守法与创新, 热爱民族品牌等人格的塑造。 2. 方法手段: 采取理论讲授、案例分析、团队学习、任务导向、成果演示相结合的教学模式。 3. 考核评价: 采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、团队研讨与演示, 线上资源学习, 作业等, 占 50%; 结果考核为期末考查, 占 50%。					

(10) BI 与数据可视化

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养严谨的数据处理习惯；树立数据使用的合法合规意识；树立不断创新与终身学习的理念；培养团队协作作业能力。 知识目标： 理解数据可视化的作用和应用场景；掌握 Power BI 的核心功能模块（数据导入、建模、可视化、报表部署）。 能力目标： 能够运用可视化工具创建可视化报表；能够根据可视化报表进行数据分析。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S5 S9 Z1 Z2 Z4 Z6 Z7 N1 N2 N3 N4 N6 N144 N15					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	初识数据分析与可视化		数据分析的概念与通用流程；认识可视化工具		
2	获取销售数据		认识数据来源；获取订单数据与商品数据		
3	销售数据预处理		集成数据；清洗数据；转换数据；规约数据		
4	销售数据建模		认识 Power Pivot 和 DAX 语言；新建数据表中的元素		
5	实现销售数据可视化		认识可视化图表；分析销售情况；绘制可视化图表		
6	创建与部署销售数据分析报表		创建销售数据分析报表；部署销售数据分析报表		
教学要求： 1.课程思政： 培养学生以数据为驱动、以诚信为本的职业操守；强调数据伦理与合规性，树立合法合规的数据使用；培养工匠精神，在数据建模、可视化设计中追求严谨性、科学性与创新性。 2.方法手段： 教学方法上，采用翻转教学法、案例教学法和任务驱动法，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能；教学手段上，课程教学充分使用现代化教育技术，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3.考核评价： 采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，形成性考核包括平时课堂表现和各项目实践操作成绩；终结性考核采用数据可视化项目实操考核，对本课程所学内容进行综合考核。					

(11) Python 程序设计

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：培养学生逻辑思维能力与计算思维，养成严谨细致的工作习惯；激发学生 对数据驱动决策的兴趣，树立用数据说话的理性意识；培养自主学习和解决实际问题的能 力，增强面对技术工具的耐心与韧性。					
知识目标：了解 Python 语言的基本语法规则与编程环境；掌握 Python 的数据类型、 流程控制、函数定义等基础知识；掌握 NumPy、Pandas 等数据处理库的基本用法；了解 Python 在数据采集、清洗、分析和可视化中的典型应用场景。					
能力目标：能独立搭建 Python 开发环境并运行简单程序；能编写基础脚本完成数据 读取、筛选、统计等操作；能利用 Matplotlib 等库绘制基础的商务数据图表（如折线图、 柱状图、饼图）；能够将 Python 工具应用于市场调查数据整理、客户消费行为分析、门 店销售数据汇总等实际业务场景。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S8 S10 S11 Z2 Z3 Z4 N2 N4 N7 N8 N12 N13 N14 N15 N16					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	Python 环境搭建与 基础入门	Python 语言简介与发展趋势；Anaconda 集成开发环境的 安装与配置；Jupyter Notebook 的基本使用；Python 基 本语法：变量、数据类型（整数、浮点数、字符串、布尔 值）、输入输出函数。			
2	流程控制与数据结构	条件判断语句（if-elif-else）；循环语句（for、while）； 列表、元组、字典、集合的定义与基本操作；列表推导式 的简单应用。			
3	函数与模块	函数的定义与调用；参数传递与返回值；内置函数的使用； 第三方库的导入与管理（pip install）。			
4	数据处理基础—— NumPy	NumPy 库的安装与导入；数组对象的创建与基本运算；数 组索引、切片与形状变换；常用的统计函数（求和、均值、 最大值、最小值）。			
5	数据处理进阶—— Pandas	Series 与 DataFrame 的创建与基本操作；数据文件的读 取与写入（CSV、Excel）；数据筛选、排序、分组聚合； 缺失值与重复值的简单处理。			
6	数据可视化—— Matplotlib	折线图的绘制与样式设置；柱状图与条形图的绘制；饼图 与散点图的绘制；图表标题、标签、图例的添加与美化。			
7	综合实战	通过三个案例实战，完成市场调查问卷数据清洗与统计汇 总（Pandas 应用）、门店月度销售额趋势分析与可视化 （Matplotlib 应用）、客户消费行为分组与基础画像（分 组聚合与图表结合）。			

教学要求：

1. 课程思政：在教学中融入数据伦理教育，强调数据真实性、隐私保护和合法合规使用数据；引导学生认识到技术工具是为商业决策服务的，不能唯数据论，要结合业务场景理性分析；通过国产开源软件与自主可控技术的介绍，增强学生的科技自信

2. 方法手段：采用“讲练结合、案例驱动”的教学模式，每节课安排不少于 50% 的上机实操时间。教师通过 Jupyter Notebook 现场演示代码运行过程，学生同步跟练。每个教学单元配套一个小型练习任务，巩固所学知识点。鼓励学生自带笔记本电脑上课，课堂提供示例数据集供练习使用。

3. 考核评价：考查，平时 50%，期末 50%（上机实操考试，给定商务场景数据集，要求学生完成数据读取、清洗、统计分析并输出可视化图表，提交可运行的代码文件与结果截图。）

6. 专业集中实训课程描述

(1) 市场营销沙盘实训

开设学期	2	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生现代市场经营理念与管理素养，培养学生企业运营思维与能力，增强竞争意识、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： 使学生全面了解市场营销的全过程，把握市场营销运作过程的关键要素掌握市场营销 4P 过程实施及控制的关键技能。 能力目标： 能够通过市场预测图进行市场分析并制定营销计划，能够根据目标市场制定产品研发和生产计划，能够及时对账务结算并根据企业经营状态进行融资。					
主要支撑培养规格： S1 S5 Z6 Z8 Z9 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	市场营销沙盘概述	①了解市场营销沙盘角色分配； ②了解市场营销沙盘操作规则与计分点；			
2	熟悉企业经营流程	①市场分析； ②营销策划； ③产品销售； ④财务分析； ⑤评价与分析；			
3	对抗训练	①营销理论知识的综合运用； ②团队实操；			
4	模拟竞赛	模拟竞赛实战。			
教学要求： 1. 课程思政： 在市场营销沙盘模拟教学中融入“课程思政”，可以通过虚拟商业场景引导学生将国家战略、社会责任、商业伦理等价值观与营销决策结合，实现“知识-能力-价值观”三位一体的教学目标。 2. 方法手段： 本课程以学生实践操作模拟为主，教师讲授为辅。实践过程中，教师设置不同情境对学生进行理论指导，可综合运用小组探讨、情景模拟等方法进行教学。 3. 考核评价： 本课程以模拟竞赛中的企业经营得分作为课程成绩的评定依据。					

(2) 推销与谈判实训

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生的团队协作精神；培养学生的工作、学习的主动性；培养学生的诚信意识；树立良好的推销意识。 知识目标： 了解现代推销的概念，熟悉推销基本环节，了解推销方式与基本模式；掌握推销准备工作、推销洽谈基本内容与程序。了解商务谈判理念和方式等基本内容；熟悉商务谈判前期准备工作、进行模拟谈判；掌握商务谈判原则和过程。 能力目标： 掌握推销洽谈的策略，具有处理客户异议、促成交易及售后客户维护等各推销环节专业活动的的能力；掌握网络推销的基本策略，具有灵活运用各种推销技巧的能力。掌握谈判的准备工作；掌握谈判的进程和灵活运用谈判的策略。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 Z11 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	推销准备	(1) 推销人员的基本素质 (2) 制定推销计划。			
2	寻找约见接近客户、推销洽谈、 异议处理	寻找客户、约见客户和接近客户 (2) 推销洽谈 (3) 处理客户异议。			
3	促成交易及售后服务	(1) 把握促成交易的时机、促成交易 (2) 售后跟进，建立客户关系与处理投诉。			
4	商务谈判准备工作	(1) 信息搜集整理 (2) 拟定谈判计划。			
5	商务谈判开局和磋商过程	(1) 商务谈判开局 (2) 商务谈判报价、还价、让步和僵局处理。			
6	商务谈判的签约	(1) 促成签约 (2) 谈判收尾。			
教学要求： 1. 课程思政： 推销人员必备的职业道德，坚持顾客信息保密原则，推销与谈判过程中的创新和探索精神，商务谈判的求真务实原则，签订合同的法律意识。 2. 方法手段： 采取任务驱动的教学模式，学生在教师的指导下，通过体验、实践、参与、合作等方式，努力锻炼学习技能，实现任务目标，感受成功。 3. 考核评价： 考核强调能力标准及考核的整体性, 通过对学生知识、技能、态度、职业素养的考核，检验学生的职业能力。以教师现场点评、学生线上匿名互评的方式进行现场模拟实操评价，过程考核 60%，期末考核占 40%。					

(3) 市场营销策划实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 树立“数据驱动决策”意识，培养方案落地的责任意识；能够在策划中平衡商业目标与社会责任；培养团队合作与资源整合能力。 知识目标： 熟悉营销策划流程与方案，掌握市场调研与分析方法，掌握策划创意与策划方案撰写，了解数字化工具在策划中的应用。 能力目标： 能够独立完成从目标确立到方案交付的完整策划流程，并提交符合标准的策划书；能运用数据分析工具支持决策；能够借助 AIGC 工具提升策划效率。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S7 Z2 Z6 Z7 Z8 Z9 Z13 N1 N2 N3 N4 N9 N10 N11 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	策划调研	调研内容；调研方法；调研结果分析			
2	制订营销目标	根据企业整体目标，确立营销目标与市场目标			
3	制定营销战略	确定细分市场，选择目标市场，市场定位策划			
4	制定营销方案	确定促销、广告、公关和渠道等策略和具体行动方案			
5	预测营销效益	效益定位、效益风险			
6	设计营销控制	进度管理控制、意外防范			
7	撰写营销策划文案	出文案的一般格式			
教学要求： 1. 课程思政： 课程融入社会主义核心价值观、企业社会责任、工匠精神、法治意识、文化自信、创新精神、家国情怀等思政元素，旨在把学生培养成为兼具专业能力与社会责任感的新时代营销人才。 2. 方法手段： 教学方法上，采用任务驱动法，提供具体的企业背景和任务要求，学生最终需提交符合要求的策划方案；教学手段上，充分使用多媒体教室、在线课程资源等，结合使用 AIGC 技术，提升策划效率。 3. 考核评价： 过程考核与终结性考核相结合，过程考核包括实训期间表现；终结性考核以最终提交的策划方案为准进行评分。					

(4) 直播实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业、乐于奉献的工作精神；培养学生吃苦耐劳、一丝不苟的职业精神。培养学生勇于创新、坚持不懈、团结协作、善于沟通的个人素养。 知识目标： 了解直播的基本知识，熟练掌握直播几个要素，掌握直播推广（带货）的基本操作流程以及技巧。 能力目标： 通过实训，能够运用直播知识与技术对某产品写出直播方案，并能借助直播室工具在抖音等平台上进行直播实践。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z14 Z16 N1 N2 N3					
主要内容： 说明：本课程系统地介绍了直播销售的相关知识，包括认识直播销售、提升主播素养、选择直播商品、做好直播准备、开展直播、直播复盘等。					
序号	教学单元	教学内容			
1	实训动员、分组、视频号规则讲解	①专业老师根据课程教学目标，布置实训期间的主题和任务。②学生 3-5 人一组，每个小组选出小组长，分工合作总结收集资料。③成立活动组委会，选出负责人，汇总整理各小组的直播运营推广数据，了解每个小组的进展情况。			
2	直播选品与橱窗管理	①进行选择直播商品，独立完成直播商品的选择；②根据商品信息提炼商品核心卖点；③编写商品销售话术，促进商品的销售。			
3	直播脚本撰写、直播推广海报制作	①根据直播需求搭建直播场景；②结合商品撰写完整的直播脚本；③撰写直播标题和直播宣传文案。			
4	直播间策划、直播筹备	制作有趣、吸引力强的直播预告短视频。			
5	直播前预热、直播实施	开展直播，能够开展农产品直播，提升农产品知名度，能够开展生活用品直播，促使用户下单，能够开展服装直播，激发用户的购买欲望。			
6	直播二次传播，直播复盘	①查询并处理商品订单；②在直播电商平台上创建粉丝群；③通过直播后台和第三方工具查看并分析直播数据。			
教学要求： 1.课程思政： 培养学生吃苦耐劳、遵纪守法、服务乡村振兴、能适应社会各种环境及善于抵抗风险和挫折的职业素养。 2.方法手段： 本课程采取现场示范、学生观摩和自身实践三者结合的教学方法。以某产品（品牌）直播为例，讲学做一体，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。 3.考核评价： 课程考核方式以过程考核为主结合直播实践效果。 (1) 小组实训总结报告书 (2) 小组实训作业：包括撰写直播脚本，制作直播海报					

(3) 个人实训报告

(5) 市场营销专业技能综合实训

开设学期	5	参考学时	48	学分	2
课程目标： 素质目标： 具备良好的思想品德素质与法律意识；具备吃苦耐劳、乐观进取、敬业爱岗的工作态度；具有良好的营销意识与观念。 知识目标： 掌握营销专业、竞争对手分析、SWOT 分析、消费者行为分析等基础知识；掌握营销人员必备的推销、谈判的技能，促销活动方案撰写、公关活动方案设计、调研方案设计、调研报告撰写、新产品线上、线下推广的基础知识。 能力目标： 具有市场环境变化的洞察能力、市场开拓的能力和运用营销专业知识进行营销方案设计的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z11 Z12 Z13 Z15 Z16 N3 N6 N7 N9 N11 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	市场调研	调研背景与目的，调研方法，资料收集方法，问卷设计，调研方案设计；分析数据；调研报告内容、要素；调研的目的与方法；调研报告的对策建议，撰写调研方案。			
2	产品推销	产品推销模式；顾客心理把握；推销技巧；说服技巧；客户维护。			
3	商务谈判	谈判的方式；谈判的过程；谈判中的报价、讨价还价、让步；成交；合同签订。			
4	营销策划	公关目标，活动流程，活动内容与主题，活动环节，活动媒介，活动预算，设计公关活动方案；根据促销方案的撰写格式与主要内容设计促销方案			
5	新品（牌）全渠道（线上线下结合）推广	根据行业背景分析，推广对象分析，竞品分析，SWOT 分析，推广目标设计，推广内容设计新品（牌）全渠道（线上线下结合）推广方案			
教学要求： 1. 课程思政： 通过不同的活动策划方案将家国情怀、诚信经营、社会责任、法律意识、创新奋斗精神及全球视野等思政元素贯穿始终，实现专业技能提升与价值观塑造的协同。 2. 方法手段： 采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性与主动性，提高学生解决实际问题的能力；利用多媒体、视频等教学手段，提高课堂教学效率。 3. 考核评价： 考核由实训报告及自我评价（20%）和策划方案及情景模拟（80%）两部分组成。					

(6) 毕业设计

开设学期	5	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生树立实事求是的科学态度；勤奋严谨、团结协作的工作作风。 知识目标： 掌握毕业设计撰写的基本方法；了解毕业设计成果制作的基本流程。 能力目标： 能在老师的指导下独立完成体现专业特色的毕业设计；能及时总结毕业设计对专业课程学习的收获与不足。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S5 S8 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	方案制作	选题，制作任务书、撰写成果初稿			
2	过程管理与检查	指导教师初查、教研室中期检查			
3	方案审核	三级审核并上传全套资料			
4	答辩	由专业教师组成答辩委员会进行毕业设计答辩			
5	成绩评定	根据方案成果质量和答辩成绩评定综合成绩			
教学要求： 1. 课程思政： 融科学精神于毕业设计实践，培育实事求是、严谨求真的学术态度；强化团队协作与创新能力，总结专业成长中的家国情怀与社会责任担当。 2. 方法手段： 采取校内校外相结合的形式、线下指导、线上沟通。 3. 考核评价： 成果成绩占 40%，答辩成绩占 60%，采用五级制进行评定。					

(7) 岗位实习

开设学期	6	参考学时	576	学分	24
课程目标： 素质目标： 培养本专业基本的岗位操守和职业素养；培养严谨、诚信的从业意识。 知识目标： 了解实习企业的企业文化；掌握基本的业务流程。 能力目标： 具备基本的分析问题、解决问题的能力 and 一定的实习岗位业务操作能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 Z2 Z3 Z4 Z6 N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	实习动员	实习动员及安全知识讲座			
2	企业文化	了解企业文化及发展历程、行业动态，熟悉企业主营业务、主要服务范围、主要产品及营销手段、方法			
3	岗位实习	深入相关工作岗位，学习岗位操作要领和要求			
4	职业道德	树立严谨、诚信的从业意识和团队精神			
5	实习报告	成绩评定，撰写实习报告			
教学要求： 1. 课程思政： 融职业道德于岗位实践，培育诚信担当与家国情怀；通过企业文化认知与业务流程操作，强化社会责任感与职业胜任力，培养知行合一的技术技能人才。 2. 方法手段： 坚持理论联系实际，学习业务流程和行业新技能；参加业务跟岗实践，完成规定的各项实习任务。线上线下同时进行，实施过程管理和指导。 3. 考核评价： 按实习期间表现分为优、良、中、及格、不及格五等。					

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表

表 7 教学进程周次安排及教学活动时间分配总表

学期		一	二	三	四	五	六	总计
理论教学 (理实一体)		17	17	18	18	12	0	82
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	0	2
	实训课程	0	0	0	0	0	0	0
	岗位实习	0	0	0	0	10	14	24
毕业设计		0	0	0	0	0.5	0.5	1
考试/毕业教育		2	2	2	2	1	2	11
教学周数合计		21	19	20	20	23.5	16.5	120
寒暑假周数		4	7	5	8	0	0	24
总计		25	26	25	28	23.5	16.5	144
备注		1. 三年 6 学期总教学活动周共 120 周。 2. 新生第 1 学期 1-2 周为军事技能训练、入学教育等教学活动。 3. 每学期停课实训不超过两周；在第二学期的暑假安排一周的“劳动实践”，不单独计学分和学时。 4. 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、岗位实习根据专业教学进度安排，岗位实习一般为 6 个月。						

(二) 教学进程表

1.公共基础课程模块教学进程表

表 8 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			
						17	17	18	18	12	0						
公共基础课程（必修）	1	思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48			4*12					1		①
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2622010001023002	A	2.0	32	32	2*16							1		
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2622010001033003	A	3.0	48	48			4*12					2		
	4	形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4				1-5	②
	5	思政实践	2622010001053005	C	1.0												③
	6	军事技能	2612810001013001	C	2.0	112		112	2周								④
	7	军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36					4*9			5		
	8	大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16							1	
	9	大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28	2*16							2	
	10	大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20			2*12					3	
	11	大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20				2*12				4	
	12	大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32			2*16						2	⑤
	13	劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2	2*8							1	⑥
	15	安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4							1	⑦
	16	大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16							1	⑧
	17	大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16	2*16							2	
	18	生涯与就业指导	2621810001013001	B	2.0	32	20	12	2*8				2*8			1、4	⑨
	19	创业教育（上、下）	2621810001023002 (上) (下) 2621810001033003	B	2.0	32	20	12	2*10	2*6						1、2	⑩
	20	第二课堂	2641010001013001	C	6.0												⑪
	小计					43.0	692	410	282	10	14	3	4	4	0		
公共基础课程（限选）	21	红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8	2*12							1	限选2学分 ⑫
	22	中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16									4	
	23	新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16									4	
	24	改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16									4	
	25	社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16									4	
	26	马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16									4	限选6学分 ⑬
	27	中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12		2*16						2	
	28	湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4		2*8						2	
	29	大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12	2*16							1	
	30	应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16	2*16							1	
	31	经济数学	2622410002053005	B	2.0	32	20	12	2*16							1	
	32	高等数学	2622410002063006	B	4.0	64	48	16	4*16						1		
	33	美育	2641010002013001	A	1.0	16	16			2*8						1	
	34	口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16							1	
	35	商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16							1	
	36	人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24		3*16						2	限选3学分
	37	信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24		3*16						2	
小计					11	176	104	72	6.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0			
公共基础课程（任选）	38	校内公共任选课程			4.0	64	64		0	0	0	0	0		1-6	⑭	
	小计					4.0	64	64		0	0	0	0	0			
合计					58.0	932.0	578.0										

2.专业基础及核心课程模块教学进程表

表9 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						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				
								17	17	18	18	12	0					
专业基础课程 (必修)	1	习近平经济思想概论	2620805306053001	B	2.0	32	20	12	2							1		
	2	市场营销	2620805306053002	B	4.0	64	40	24	4							1		
	3	消费者行为学	2620805306053003	B	3.0	48	32	16		3						2		
	4	经济学基础	2620805306053004	B	3.0	48	34	14		3							2	
	5	经济法	2620805306053005	B	2.5	40	28	12			3					3		
	6	数字营销	2620805306053006	B	2.0	32	20	12			2						3	
	7	AI新媒体文案创作	2620805306053007	B	3.0	48	16	32			3						3	
	8	企业经营管理	2620805306053008	B	2.0	32	20	12				2				3		
小计					21.5	344	210	134	6	6	8	2	0	0				
专业核心课程 (必修)	1	市场调查	2620805306053009	B	3.5	56	26	30		4						2		
	2	推销与谈判	2620805306053010	B	3.5	56	28	28			4					3		
	3	商务数据智能分析与应用	2620805306053011	B	2.5	40	16	24			3						3	
	4	新媒体营销	2620805306053012	B	3.0	48	20	28				3					4	
	5	市场营销策划	2620805306053013	B	3.0	48	20	28				3				4		
	6	品牌经营与管理	2620805306053014	B	3.0	48	20	28				3				4		
	7	客户服务与管理	2620805306053015	B	2.5	40	20	20				3					4	
小计					21	336	150	186	0	4	7	12	0	0				
合计					42.5	680	360	320	6	10	15	14	0	0				

3.专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

表 10 专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

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			
									17	17	18	18	12	0			
专业拓展课程（选修）	1	智能短视频创作与营销	2620805306053016		2.5	40	16	24			3					3	2选1
	2	AI营销工具应用	2620805306053017		2.5	40	16	24			3					3	
	3	广告实务	2620805306053018	B	2.5	40	16	24				3				4	3选2
	4	网店运营推广	2620805306053019	B	2.5	40	16	24				3				4	
	5	销售管理	2620805306053020	B	2.5	40	16	24				3				4	
	6	公共关系实务	2620805306053021	B	2	32	16	16					4			5	2选1
	7	国际市场营销	2620805306053022	B	2	32	16	16					4			5	
	8	商务礼仪与沟通	2620805306053023	B	2	32	16	16					4			5	2选1
	9	服务市场营销	2620805306053024	B	2	32	16	16					4			5	
	10	BI与数据可视化	2620805306053025	B	2	32	16	16					4			5	2选1
	11	Python程序设计	2620805306053026	B	2	32	20	12					4			5	
小计					13.5	216	96	120	0	0	3	6	12	0			
专业集中实训课程（必修）	1	市场营销沙盘实训	2620805306053027	C	1	24	0	24		1.0						2	
	2	推销与谈判实训	2620805306053028	C	2	48	0	48			2.0					3	
	3	市场营销策划实训	2620805306053029	C	1	24	0	24				1.0				4	
	4	直播实训	2620805306053030	C	1	24	0	24				1.0				4	
	5	市场营销专业技能综合实训	2620805306053031	C	2	48	0	48					2.0			5	
	6	毕业教育	2620805306053032	C													①
	7	毕业设计	2620805306053033	C	6	24	0	24					0.5	0.5		6	
	8	岗位实习	2620805306053034	C	24	576	0	576					10	14		6	
小计					37	768	0	768	0	1	2	2	12.5	14.5			
合计					50.5	984	96	888	0	1	5	8	24.5	14.5			

(三) 周学时及学时统计表

表 11 周学时及学时统计表

模块	年级 学期 节(周)数	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	周 课 时	实 训 周	周 课 时	实 训 周	周 课 时	实 训 周	周 课 时	实 训 周	周 课 时	实 训 周			
公共基础课程模块 (必修)		10	0	14	0	3	0	4	0	4	0	0	0	410	282	692
公共基础课程模块 (限选)		6	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	104	72	176
公共基础课程模块 (任选)		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		6	0	10	0	15	0	14	0	0	0	0	0	360	320	680
专业拓展课程模块 (选修)		0	0	0	0	3	0	6	0	12	0	0	0	96	120	216
专业集中实训课程模 块		0	0	0	1	0	2	0	2	0	12.5	0	14.5	0	768	768
合 计		22	0	29	1	21	2	24	2	16	12.5	0	14.5	1034	1562	2596

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

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 18 : 1。“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%。选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队。

2.专任教师

有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；公共课教师应具有与本专业对口的本科及以上学历；专业课教师原则上具有市场营销、工商管理、企业管理、传媒管理或经济学等等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业理论功底和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；具有较强的数字化教学能力，能够开展课程教学改革和科研研究；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业课教师每年至少累计 1 个月或 5 年累计 6 个月在企业实践或实训基地实训。

3.兼职教师

专业教学团队中有一定比例的企业兼职教师，企业兼职教师应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应

具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才。企业兼职教师以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务不低于专业课学时总数的15%。

4.专业带头人

专业带头人原则上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，能够广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设，开展教育教学改革，教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。定期到企业工作、挂职锻炼，或每年与企业开展项目合作2个以上。

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创造良好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本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 Wi-Fi 环境，并具有网络安全防护措施。配置超星“一平三端”智慧课堂系统；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.校内实习实训基地

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保生均校内实训基地工位数不低于 0.5，设施设备利用率高。

校内实训实习必须具备营销策划、推销与谈判、市场营销沙盘、数字营销等实训室，主要设施设备及数量见下表。

表 12 校内实训室功能与配备要求一览表

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备				支撑的课程/实训项目
		名称	数量	工位	功能	
1	市场调研实训室	多媒体设备	1 套	60	数据收集、处理、分析，教师演示	①承担《市场调查》、《专业技能综合实训》等课程的教学； 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	60 台			
		桌椅	60 套			
2	市场营销沙盘实训室	多媒体设备	1 套	60	运用 ITMC 沙盘系统进行仿真模拟企业经营	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			

3	推销与谈判实训室	多媒体设备	1 套	60	模拟开展推销与谈判活动	①承担《推销与谈判实训》、《专业技能综合实训》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			
		谈判桌旗	若干			
4	营销策划项目实训室	多媒体设备	2 套	120	模拟实战场景、数据驱动决策、全渠道策划设计、团队协作执行。	①承担《市场营销策划实训》、《专业技能综合实训》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、专业技能模块化项目实训。
		电脑	120 台			
		桌椅	120 套			
5	直播实训室	多媒体设备	1 套	60	直播实操演练	①承担《新媒体营销》及《直播实训》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、短视频制作和方案策划、新媒体平台营销推广、软文撰写、视频推广、线上品牌推广、APP 与小程序互动营销等项目实操。
		电脑	60 台			
		摄录设备	1 套			
		手机直播设备	10 套			
		货架	若干			
		桌椅	60 套			
6	商务礼仪现场教室	镜子	若干	120	模拟商务场景、仪态规范训练、跨文化交际实践、职业形象塑造。	①承担《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	1 套			
		形体训练器材	若干			
		多媒体设备	3 套			
7	物流实训室	重型货架	2 组	60	全链实训物流，贯通业务实操脉络	①承担《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			
		生产线（模拟）	1 套			
		手持终端（RFID）	2 台			
		打包机	2 个			
		各种耗材	若干			
8	数字营销实训室	多媒体设备	1	60		①承担《搜索引擎营销》课程教学及相关项目实训； ②学习内容：关键词挖掘、网页信息优化、网页优化分析、网页竞价推广、品牌营销推广、搜索竞价营销分析，推荐引擎推广、推荐引擎推广数据分析、推荐引擎推广优化等内容及实操。
		电脑	60			
		桌椅	60			
		数字营销岗课赛证融通系统软件	1			

3.校外实习实训基地

与 3 家以上企业建立紧密的校企合作关系，并建立校外实习实训基地。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供理等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关行业发展的主流技术，可接纳不低于 30% 的本专业毕业生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价；做好学生实习服务和管理的工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表：

表 13 校外实训室功能与配备要求一览表

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
1	湖南零食很忙商业连锁有限公司、步步高商业连锁股份有限公司、湖南顺君商业管理有限公司、湖南兴元科技股份有限公司	市场调研岗位 营销策划类岗位 品牌推广相关岗位	市场调研实践 市场营销策划实训 品牌经营与管理实践	300
2	中广天择传媒股份有限公司	短视频相关岗位	短视频创作与营销实践	300
3	农博会（湖南国际会展中心）、茶博会（长沙国际会展中心）、步步高商业连锁股份有限公司	销售岗位	推销与谈判实训 销售管理实践	300
4	湖南拾朋电子商务有限公司	客服类岗位 策划类岗位 直播类岗位 网店运营类岗位	客户服务与管理实践 市场营销策划实训 直播实训 网店运营与推广实践	200

（三）专业教学资源

1.教材基本要求

（1）优先选用国家和省级职业教育优秀教材、规划教材，专业课程主要选用校企合作编写正式出版的教材。

（2）学校、企业、行业“三元”联合创作编写教学材料，创新开发的活页式教材、工作手册式教材、数字教材和配套技术规范卡片、口袋书。

（3）教辅材料内容应体现本行业的新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，应以真实生产项目、典型工作任务、工程实践案例等为载体，适用于模块化、项目化课程教学，符合国家专业教学标准和职业标准（规范）要求，体现课程思政和产业变化。

(4) 若课程设置后没有合适的国家规划教材，以企业培训教材为首选。并根据需要与企业专家共同开发教材和实训指导书，使教学内容更好地与实践结合以满足未来实际工作需要，使教材更贴近市场营销专业的发展和实际需要。

表 14 市场营销专业教材选用（部分）

序号	教材名称	教材类型	作者	出版社	出版日期	对应课程
1	现代市场营销	“十四五”职业教育国家规划教材	肖润松	高等教育	202605	市场营销
2	市场调查实务-项目教程	“十四五”职业教育国家规划教材	黄慧化、陈学忠	电子工业	202206	市场调查
3	市场营销策划	“十四五”职业教育国家规划教材	马春和、刘晓钢、马秀文	高等教育	202509	市场营销策划
4	商务谈判与推销实务	“十四五”职业教育国家规划教材	王军华	中国人民大学	202406	推销与谈判

2.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。及时将本专业人才培养方案、课程标准、授课计划等教学文件以及主干核心课程的教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、课程思政元素资源库、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

3.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和经济、管理、营销类图书和文献。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；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。运用人工智能、虚拟现实等数字技术教学和采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方法的课程占比不低于80%；采用“学中做、做中学”的专业课程占比不低于50%。

深化产教融合，推行“真题真做”的项目化教学。紧密对接企业真实营销业务，将企业实际项目（如新品上市策划、品牌推广方案、直播带货活动等）引入课堂，让学生在完成真实商业任务的过程中掌握岗位技能。鼓励课程与校企合作企业共建“双导师制”，由校内教师和企业导师共同指导学生完成从方案设计到落地执行的完整闭环。

强化“以赛促学、以赛促教”的赛教融合机制。将全国职业院校技能大赛（市场营销赛项）、互联网+创新创业大赛、全国大学生广告艺术大赛等赛事内容融入日常教学。通过备赛、参赛过程，激发学生的竞争意识和创新能力，实现课程内容与竞赛标准、岗位能力的无缝对接。

构建虚实结合的沉浸式实训场景。依托ITMC市场营销沙盘、虚拟仿真实训平台、AI营销工具等数字技术，创设高度仿真的市场环境和商业情境。学生在模拟经营、数据分析和智能决策中反复演练，提升应对复杂市场变化的实战能力。

推动“岗课赛证”融通的模块化教学。围绕市场营销岗位群（销售、市场、新媒体、电商、客服等）的核心能力要

求，将课程内容拆解为若干能力模块。每个模块对应一个典型工作任务，并嵌入相应的职业技能等级证书考核要点，实现课程学习与职业认证的有机衔接。

实施“线上线下混合式”教学模式。充分利用智慧教学平台（如超星学习通、雨课堂等）和在线开放课程资源，开展课前预习、课中互动、课后拓展的全流程教学。鼓励学生利用碎片化时间进行移动学习，并通过线上讨论区、直播答疑等方式延伸课堂时空，提升学习效率。

注重“过程性评价与增值评价”相结合的多元考核。改变传统单一笔试方式，加大项目成果展示、路演答辩、团队协作表现、实训操作等过程性考核比重。引入企业专家评分、同伴互评、自我反思等多元评价主体，关注学生在知识、能力、素养等方面的纵向进步，体现增值导向。

加强“课程思政”与职业素养的浸润式培养。在教学过程中自然融入家国情怀、诚信经营、数据伦理、社会责任等思政元素。通过案例分析、角色扮演、企业走访等方式，培养学生爱岗敬业、精益求精的工匠精神和遵纪守法、诚实守信的职业道德。

（五）学习评价

1. 评价理念

坚持理论与实践相结合的理念，突出专业课程与实践岗位对接，注重综合素质评价，依托超星学习通等智慧教学平台、数字营销岗课赛证融通系统等专业实训软件，以及 AI 辅助评价工具，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，促进学生全面成长。

2.评价要求

(1) 评价方式

各课程的考核评价方式选择符合学校学生成绩管理办法的相关规定。具体如下：

考核分为考试和考查。每学期考试和考查的课程门数按专业人才培养方案规定执行。各专业要根据课程的特点和学生的负担，每学期一般安排 3 门左右考试课程。

(2) 评价内容

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。

(3) 评价主体

本专业积极构建“多元协同、过程贯通”的教学评价体系，改变以教师为单一评价主体的传统模式，推动评价主体从“一元”向“多元”转变，引入行业、企业、学生等多方力量共同参与人才培养质量的评价与反馈，确保评价结果全面、客观、贴近岗位实际需求。

3.学习成果学分认定

学生获得政府部门批准的职业技能等级证书或职业资格证书，参加职业院校技能市场营销赛项获省级三等奖或以上奖项，依据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27 号）置换学分，鼓励学生多维度发展。具体如表所示。

表 15 职业资格证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项	主办单位	等级			

		名称					
1	职业资格证书	互联网营销师	人力资源和社会保障部	三级	《网络营销》 《新媒体营销》	5	
2	职业资格证书	数据分析师	工业和信息化部教育与考试中心	准入级	《商务数据智能分析与应用》 《市场调查》	6.5	
3	专业技能竞赛（I类赛）	湖南省职业院校技能大赛相关赛项	湖南省教育厅	省一等奖	可任意置换对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践、专业选修课	16	
				省二等奖		12	
				省三等奖		12	
4	技能大赛	国家级技能大赛	世界职业院校技能大赛执行委员会	一等奖	可任意置换对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践、专业选修课	16	
				二等奖		16	
				三等奖		16	

（六）质量管理

1.建立常态化专业建设和教学质量诊断与改进机制，，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，达成人才培养规格。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、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.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

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治理论、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，能够从事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 151 学分。其中：公共基础课程模块 58 学分

（含公共基础任选课程 4 学分），专业基础课程模块 21.5 学分，专业核心课程模块 21 学分，专业拓展选修课程模块 13.5 学分，专业集中实训课程模块 37 学分。

（2）市场营销专业岗位实习合格、毕业设计合格、技能抽查合格、素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格。

十、其他

（一）引用的技术规范

教育部职业教育与成人教育司，职业教育专业教学标准，2025 年修订；

（二）学分银行转换的说明

1.职业资格证书及“1+X”证书学分置换

实行书证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干本专业及相关专业职业技能等级证书。根据学校学分管理制度相关规定，各类职业技能等级证书可置换相关课程、计算学分，具体见下表：

表 16 职业技能证书转换学分、课程表

序号	证书名称	可转换的学分	可置换的专业课程	备注
1	数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	4.5	商务数据智能分析与应用、数字营销	具体名称待教育部颁发

2.对于应征入伍服兵役退役、自学考试、社会实践、创新创业等情况，依据学校学分管理制度相关规定进行学分置换。

附录 1

专业人才培养方案调整审批表

专业名称	市场营销	所属二级院（部）	经济贸易学院	使用年级	2025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					
专业教研室主任意见： 签字： 年 月 日			二级院（部）负责人意见： 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
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。

附录 2

专业人才培养方案论证意见表

论证专业名称				论证时间 (年月日)	
论 证 专 家	姓名	工作单位	职称/职务	论证身份	签名（手 写）
论 证 意 见	专家论证组组长签字： 年 月 日				
备 注	论证身份包括同行专家、校内专家、思政专家、企业专家、毕业生代表、在校生代表等				

附录 3

公共基础课开设统筹安排表

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			
公共基础课程（必修）	1	思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48		4*12					1		①	
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2622010001023002	A	2.0	32	32	2*16						1			
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2622010001033003	A	3.0	48	48		4*12					2			
	4	形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4			1-5	②	
	5	思政实践	2622010001053005	C	1.0											③	
	6	军事技能	2612810001013001	C	2.0	112		112	2周							④	
	7	军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36					4*9		5			
	8	大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16					1			
	9	大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28	2*16					2			
	10	大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20			2*12			3			
	11	大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20			2*12			4			
	12	大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32		2*16					2		⑤	
	13	劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2	2*8					1		⑥	
	15	安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4					1		⑦	
	16	大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16					1		⑧	
	17	大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16	2*16					2			
	18	生涯与就业指导	2621810001013001	B	2.0	32	20	12	2*8			2*8			1、4	⑨	
	19	创业教育（上、下）	2621810001023002 （上） 2621810001033003 （下）	B	2.0	32	20	12	2*10	2*6					1、2	⑩	
	20	第二课堂	2641010001013001	C	6.0											⑪	
	小计						43.0	692	410	282	10	14	3	4	4	0	
公共基础课程（限选）	21	红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8	2*12						1	限选2 学分 ⑫	
	22	中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16								4		
	23	新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16								4		
	24	改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16								4		
	25	社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16								4		
	26	马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16								4	限选6 学分 ⑬	
	27	中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12	2*16					2			
	28	湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4	2*8					2			
	29	大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12	2*16					1			
	30	应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16	2*16					1			
	31	经济数学	2622410002053005	B	2.0	32	20	12	2*16					1			
	32	高等数学	2622410002063006	B	4.0	64	48	16	4*16					1			
	33	美育	2641010002013001	A	1.0	16	16		2*8					1			
	34	口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16					1			
	35	商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16					1			
	36	人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24	3*16					2	限选3 学分		
	37	信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24	3*16					2			
小计						11	176	104	72	6.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
公共基础课程（任选）	38	校内公共任选课程			4.0	64	64		0	0	0	0	0		1-6	⑭	
	小计						4.0	64	64		0	0	0	0	0		
合计						58.0	932.0	578.0									