



湘西民族职业技术学院

XIANGXI VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE FOR NATIONALITIES

人才培养方案

专业名称： 市场营销

专业代码： 630701

学 制： 三年

系 部： 经济贸易系

教 研 室： 市场营销教研室

湘西民族职业技术学院教务处编制

二〇二〇年九月

2020 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	市场营销
专业代码	630701
专业建设委员会	专业调研是基础, 培养目标定位准确, 课程建设科学合理, 符合行业企业人才培养要求。 jw. 刘翼 秦雯 签名: 钟伟
人才培养方案论证会	该方案符合行业企业人才培养要求 秦雯 jw. 魏书华 刘明海 刘翼 杨晓青 张明星 杨麒麟 田远 张依君 张吉香 刘紫璇 林静 钟伟 签名: 钟伟
学术(教学)委员会	 签名(盖章):
校级党组织会议审定	签名(盖章): 2020年8月20日 
备 注	

2020级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（630701）

二、入学要求

初级中学应届毕业生

三、修业年限

五年

四、职业面向

本专业职业面向如表1所示：

表 1 职业面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术领域 举例		职业技能等级证书或职业资格证书 书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销 (6307)	批发业 (F51) 零售业 (F52) 商务服务业 (L72) 互联网和相关服务 (I64)	推销员 (4010201) 商务策划专业人员 (2060703) 市场营销专业人员 (2060702) 营销部门经理或主管 (1050103)	初始岗位	销售业务专员 客户服务专员 新媒体运营专员	营销员 高级营销员 初级网络营销师
					中小微企业创业者	SYB 培训合格证
				升迁岗位	区域销售经理 客户服务主管 新媒体运营主管	助理营销师 营销师 中级网络营销师
					中小微企业经营者	
				发展岗位	营销总监 新媒体运营策划 总监	高级营销师 高级 网络营销师

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

职业岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
销售业务专员	1. 收集市场信息； 2. 寻找潜在客户资源； 3. 完成公司分配的销售任务； 4. 执行公司销售活动中的各项活动计划。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握销售及推销技术； 2. 有较好的人际交往和表达能力，与消费者进行有效沟通； 3. 有较好的分析问题和解决问题能力。	现代推销实务、消费者行为分析、物流基础实务。
客户服务专员	1. 分析客户的消费需求； 2. 准确地对客户进行分类； 3. 通过熟练的沟通方法和技巧对客户进行维护和管理。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握客户服务及管理技术； 2. 具备较强的集体意识和团队合作精神，增加客户满意度； 3. 有较好的沟通表达能力及服务意识。	商品知识、商务礼仪、消费者行为分析、客户服务与管理。
新媒体运营专员	1. 收集和分析行业信息； 2. 依据企业营销目标，运用新媒体传播工具； 3. 参与产品品牌和理念宣传和推广计划。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握新媒体运营宣传推广技术； 2. 有较好的创新创业意识，为企业开展线上线下同步运营； 3. 能熟练运用新媒体工具。	消费者行为分析、新媒体营销、社群营销。
中小微企业创业者	1. 掌握公司营销知识和专业营销技巧； 2. 创造新型公司和提供更多就业岗位。	1. 具备市场营销专业知识和技能； 2. 有较好的人际交往和沟通能力； 3. 能根据市场的需求来创新创业。	经济学基础、客户服务与管理、市场营销实务。
区域销售经理	1. 组织实施市场推广活动； 2. 维护营销渠道的正常运行； 3. 协调销售活动中各项资源的高效利用。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握维护销售渠道和协调活动的技术； 2. 有较好的人际交往和沟通能力，协调好区域市场运营； 3. 有较好的分析和解决问题能力。	营销渠道管理、市场营销基础、连锁经营与管理。
客户服务主管	1. 依据企业的营销目标，制定客户服务的计划与服务标准； 2. 对客户服务专员进行指导和考核，化解和处理客户工作中的难题。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握制定客户服务的营销计划和标准； 2. 具备精益求精的专业精神，提升客户满意度； 3. 有较好的沟通表达能力及服务意识。	商务数据分析与应用、客户服务管理、商务谈判。
营销总监	1. 制定公司销售计划和市场推广方案； 2. 组建营销渠道并监督其运行； 3. 制定营销团队绩效考核机制； 4. 筹划品牌建设活动。	1. 具备市场营销专业知识和技能，掌握市场营销总监的技能； 2. 有较好的人际交往和沟通能力，制定有效的计划和方案对企业营销进行指导； 3. 能有效分析和解决营销团队存在的困难，制定合理的策划方案。	市场营销策划、营销渠道管理、市场营销实务。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向现代商贸流通企业和少数民族地区农特产品生产加工企业，培养思想政治坚定，德技并修，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养，职业道德和创新意识，具备“崇德尚技”的诚信品质和“求真务实”的工匠精神，掌握市场营销的基本理论与方法；了解国内外市场格局及营销规制，具有市场调研、产品推销、商务谈判、营销策划、全渠道推广、营销团队建设与管理 and 创新创业等技能，能在企事业单位和政府部门从事市场营销相关工作的高素质技能型专业人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

培养规格	具体内容
素质要求	1. 政治素质 具有正确的人生观、价值观；遵纪守法、坚决拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观；具有深厚的国家认同感、民族自豪感和社会责任感。 2. 职业道德和职业素养 具有崇德尚技、求真务实、爱岗敬业、热爱劳动、精益求精的职业精神；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、创新创业意识；具有较强的集体意识和团队合作精神，能进行有效的人际交往和协作。 3. 身心素质和人文素养 具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有开朗、活泼、勇于沟通表达的性格特征；具有坚定的职业信念和良好的人文素养；具有一定抗压能力和批判性的思维能力。
知识要求	1. 专业通用知识 学习马列主义、毛泽东思想、习近平新时代中国特色社会主义思想理论、营销法律基础知识；了解湘西少数民族地区人文社科基本知识。 2. 专业基础知识 掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；掌握商品尤其是少数民族地区农特商品知识；掌握市场营销的定性、定量分析、文献检索、资料查询

	的基本方法；掌握互联网基础知识。 3. 专业核心知识 掌握市场调研与分析、商务谈判、连锁经营与管理、营销渠道管理、现代推销实务、营销策划和互联网技术应用等知识；掌握网络营销和新媒体营销知识；掌握消费者心理和行为分析、客户服务与管理、营销数据分析等知识。 4. 专业拓展知识 熟悉我国有关市场营销的方针、政策和法规及了解国际市场营销的惯例和规则、网店的开设与管理、农特产品营销、创新创业知识。
能力要求	1. 专业通用能力 会运用法律知识维护社会公共利益和个人合法利益；会使用Office办公软件和互联网工具；具备文案写作、语言表达、逻辑推理、人际交往沟通能力。 2. 专业核心能力 能进行市场调研与分析、商务谈判、产品推销、营销策划；能开展网络营销和新媒体运营；能进行消费者心理和行为分析、客户服务与管理、营销数据分析。 3. 专业拓展能力 具有运用市场营销政策和规则开拓国内外市场的能力；具有为企业推出新产品、开拓新市场区域的营销方案进行策划的能力；具有网店的开设与管理、农特产品营销、创新创业的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程设置

表3 课程体系框架表

课程模块名称	课程类型		主要课程
公共基础课程	必修课		军事理论、军事技能、劳动教育、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、大学生心理健康教育、计算机基础、创业基础、职业生涯规划、职业道德与法规、经济政治与社会、哲学与人生、大学英语、体育、语文（基础模块）、数学、大学生职业发展与就业创业指导、大学生安全教育。
	选修课		职业素质模块：职业素质拓展 通用技能模块：普通话、应用文写作、演讲与口才
专业课程	专业基础课程		经济学基础、物流基础实务、消费者行为分析、商务数据分析与应用、现代推销实务、连锁经营与管理、商品知识。
	专业核心课程		市场营销实务、客户服务与管理、网络营销、营销渠道管理、商务谈判、市场营销策划、新媒体营销。
	专业拓展课程	必修	营销认知实训、营销沙盘实训、创业实训、网络营销实训、推销场景模拟实训、市场营销综合实训、市场营销技能抽考实训、工学交替企业实训、顶岗实习、毕业教育、毕业设计。
		选修	社群营销、农产品营销、Office高级应用、企业管理基础、电子商务基础、商务礼仪、营销法规、互联网文案创作与策划、公共关系实务、广告创意与策划。

(二) 课程描述

1、公共基础课程

表4 公共基础课程介绍

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	军事理论与军事技能	1. 素质目标 增强爱国主义，民族主义，达到居安思危，忘战必危的思想意识；激发学生努力学习，报效祖国的志向。 2. 知识目标 通过军事理论课程的学习，掌握一定的军事知识；对国防概述、国防法制、国防建设、国防动员、军事思想概述、国际战略环境概述、国际战略格局、我国安全环境、高新技术在军事上的应用等进行了解学习，激发学生努力拼搏，掌握科技知识。 3. 能力目标 能够运用所学本课程的知识分析军事形势。	1. 军事科学概述； 2. 军事思想概述； 3. 习近平新时期军事思想； 4. 军事高科技技术； 5. 侦察监视技术； 6. 精确制导武器； 7. 电子对抗技术； 8. 军队指挥自动化系统。	1. 理论教学与实践教学相结合； 2. 采用讲授法、案例法等方式进行授课，让学生感受课程的魅力，调动学生的学习积极性。
2	劳动教育	1. 素质目标 在生活中体会劳动创造美好生活；体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者；在日常生活中培养自己的实干精神。树立正确的劳动价值观；将劳动内化为自己的行为习惯，自觉进行劳动实践；在校园生活中做好绿色环保的践行者，寝室美化的时尚者和公共区域环境的维护者。从我做起，从小事做起，养成劳动的习惯。 2. 知识目标 了解劳动教育的意义，明确劳动教育的目标；了解劳动教育的课程结构、实施手段何评价方法；了解劳动创造美好生活、空谈误国、实干兴邦的深刻道理；知道勤劳是中华民族的传统美德；体悟幸福人生需要奋斗的道理；知道正确的劳动价值观；熟悉文明寝室的建设和要求何特色寝室的建设和标准；明白校园环境维护的意义。	1. 劳动材料和工具的使用； 2. 劳动工具的维护； 3. 劳动过程的执行和管理。	积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等

		3. 能力目标 掌握日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动基本技能。具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。		危机主动作为的奉献精神。
3	思想道德修养与法律基础	1. 素质目标 培养高尚的思想道德情操，增强社会主义法治观念和法律意识，成为合格的社会主义事业的建设者和接班人。 2. 知识目标 理解新时代大学生的使命担当，掌握人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、道德的基本理论，理解和掌握法律基本理论知识。 3. 能力目标 能树立正确的人生观和崇高的理想信念，能践行中国精神和社会主义核心价值观，能以道德规范自身行为，能运用法治思维解决实际问题。	1. 人生的青春之问； 2. 坚定理想信念； 3. 弘扬中国精神； 4. 践行社会主义核心价值观； 5. 明大德守公德严私德； 6. 尊法学法守法用法。	采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等方式开展教学。
4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1. 素质目标 帮助大学生坚定马克思主义信念，坚定在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的信心，增强对党的基本理论、基本路线、基本纲领、基本经验执行的主动性和自觉性。 2. 知识目标 帮助大学生了解马克思主义中国化的历史进程、理论成果以及各大理理论成果产生的时代背景、实践基础、科学内涵、精神实质和历史地位。 3. 能力目标 帮助大学生系统地掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，提高学生运用理论的基本原理、观点和方法，全面、客观地认识和分析中国走社会主义道路的历史必然性；认识和分析当今中国的实际、时代特征和当前所遇到的各种问题的能力。	1. 毛泽东思想及其历史地位； 2. 新民主主义革命理论； 3. 社会主义改造理论； 4. 社会主义建设道路初步探索的理论成果； 5. 邓小平理论； 6. “三个代表”重要思想； 7. 科学发展观； 8. 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位； 9. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务； 10. “五位一体”总体布局； 11. “四个全面”战略布局； 12. 全面推进国防和军队现代化； 13. 中国特色大国外交； 14. 坚持和加强党的领导。	采用课堂讲授、项目教学法、任务驱动法等方式开展教学。
5	形势	1. 素质目标	1. 党的建设；	采用专题式教

	与政策	通过该门课程的学习，学生能够增强爱国主义精神，民族自豪感，承担起中华民族伟大复兴的重大责任。 2. 知识目标 通过该门课程的学习，学生在日常生活中能够了解国内外时事发展，正确领悟国家发展面临的形势变化，全面了解党和国家的路线方针政策。 3. 能力目标 通过该门课程的学习，学生在日常学习和职业生涯规划中，能结合党和国家的路线方针政策实时指导和调整自己的学习和生活规划。	2. 国内经济形势与政策； 3. 港澳台工作； 4. 国际形势与外交方略。	学，运用讲授法、研讨法、案例教学等，探索慕课教学及线上课程资源库在形势与政策课教学中的运用。
6	大学生心理健康教育	1. 素质目标 使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身心理特点和性格特征，能对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。 2. 知识目标 使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解高职阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。 3. 能力目标 使学生掌握自我探索技能、心理调适技能及心理发展技能，如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。	1. 高职生心理健康绪论； 2. 学会适应，做好规划； 3. 了解自我，发展自我； 4. 了解人格，优化个性； 5. 自主学习，学会创新； 6. 调节情绪，塑造积极心态； 7. 直面压力，增强抗挫能力； 8. 学会沟通，增强人际； 9. 认识爱，学会爱的艺术； 10. 追寻生命意义，正确面对危机。	通过线上线下教学平台，采用对分课堂教学模式，使用启发式讲授、案例分析法、小组研讨法、辩论法、测验法、脑力激荡法、心理剧角色扮演法、团体心理活动、工作坊等教学方法，不断提高课堂教学的质量效果。
7	计算机应用基础	1. 素质目标 (1) 培养学生热爱科学、实事求是，并具有创新意识、创新精神和良好的职业道德； (2) 培养学生分析问题和解决问题的能力； (3) 培养学生搜集、阅读和利用资料的能力，以及自学能力； (4) 能够将计算机作为工具为其它专业及课程的学习服务，能够获得	1. 计算机组成、常见故障及故障检测方法； 2. windows操作系统的基本设置与应用。如 控制面板中的系统设计, 文件及文件夹的基本操作、附件常见工具的使用及浏览器设置与使用等； 3. Word文档中图文混排、制作宣传海报；	1. 担任本课程的教师需要有扎实的计算机基础知识和信息化素养，具有熟练的办公软件应用技巧； 2. 在实际教学中需要与本专业相结合，针对不同

		学习新的软件、使用新的软件的能力。 2. 知识目标 (1) 了解计算机的基本知识； (2) 熟练掌握系统操作方法； (3) 掌握文字处理软件的使用； (4) 基本掌握电子表格软件和演示文稿软件的使用； (5) 了解计算机网络基础，熟练掌握internet的应用。 3. 能力目标 (1) 具有良好的学习方法和良好的学习习惯； (2) 具有较好的逻辑思维能力； (3) 具有良好的办公自动化应用能力。	4. Excel电子表格中公式和函数运用； 5. Excel电子表格中数据的排序、筛选和分类汇总并绘制数据图表； 6. PowerPoint软件中多媒体演示文稿的运用； 7. internet基本常识； 8. 利用网络查找学习资源。	专业的学生，教学内容的侧重点不同，教学案例的难易程度不同； 3. 教学过程中采用演示法、案例教学法、任务驱动法、项目教学法等多种教学方法； 4. 对多媒体教室与微机实训室有一定的要求。
8	创业基础	1. 素质目标 培养学生的创业精神，使学生具有强烈的创业意识。 2. 知识目标 理解新创业的定义与功能，创业的要素与类型，创业过程与阶段划分，了解创业广义和狭义的创业概念。 3. 能力目标 能树立正确的创业观，能运用所学知识解决实际问题。	1. 当代高校大学生创业现状； 2. 创业、创新与创业管理； 3. 创新与创业者的源头； 4. 创业团队管理； 5. 创业项目书； 6. 创业融资、创业风险与危机管理。	1. 开展专题讲座，提升创业能力； 2. 运用案例教学调动学生学习积极性； 3. 通过撰写创业策划书，学习创业过程。
9	职业生涯规划	1. 素质目标 树立学生对职业生涯发展的自觉意识、积极正确的职业态度和就业观念；能把个人发展和国家需求、社会发展相结合，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力。 2. 知识目标 了解职业发展的阶段特点，清晰认识自身角色、未来职业的特性级社会环境，并掌握相关的就业政策法规和劳动力市场的基本知识。 3. 能力目标 具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等；具备沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等各项通用技能。	1. 职业生涯规划与职业理想； 2. 职业生涯发展条件与机遇； 3. 职业生涯发展目标与措施； 4. 职业生涯规划管理与调整。	采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等方式展开教学。

10	职业道德与法规	1. 素质目标 培养学生良好的职业道德和高尚的人格；增强学生的法制意识，认同法律、自觉守法。 2. 知识目标 了解礼仪的基本要求和意义；理解实体法和程序法的作用；了解违法行为的危害和应承担的法律责任。 3. 能力目标 能自觉践行礼仪规范，维护社会主义法制尊严，法律律己，依法维护权益、履行义务和承担责任。	1. 习礼仪、讲文明； 2. 知荣辱，有道德； 3. 弘扬法治精神，当好国家公民； 4. 自觉依法律己，避免违法犯罪； 5. 依法从事民事经济活动，维护公平正义。	采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等方式开展教学。
11	经济政治与社会	1. 素质目标 培养学生正确的权利义务意识，树立正确的金钱观、荣辱观，具有实事求是，理论联系实际的工作作风。 2. 知识目标 了解我国社会主义市场经济的基本特征，我国经济建设的基本方针和政策，了解我国民族、宗教和外交的基本政策。 3. 能力目标 能初步分析和说明常见的社会经济现象，自觉规范自己的经济行为，提高参与政治活动的能力，坚持正确的政治方向并积极参与社会主义民主政治建设。	1. 透视经济现象； 2. 投身经济建设； 3. 拥护社会主义政治制度； 4. 参与政治生活； 5. 共建社会主义和谐社会。	采用专题式教学，运用讲授法、研讨法、案例教学等，探索慕课教学及线上课程资源库在政治经济与社会课教学中的运用。
12	哲学与人生	1. 素质目标 提高学生思想政治素质，引导和促进学生全面发展和综合职业能力形成；帮助学生形成团队合作精神，养成实事求是、积极探索的科学态度和自主学习和探索创新的能力。 2. 知识目标 了解马克思主义哲学中与人生发生密切相关的基础知识和观点。 3. 能力目标 能熟练使用马克思主义哲学的基本观点和方法分析和解决人生发展中重要的问题，具备正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度，为人生的健康发展奠定思想基础。	1. 坚持从客观实际出发，脚踏实地走好人生路； 2. 用辩证的观点看问题，树立积极的人生态度； 3. 坚持实践与认识的统一，提高人生发展的能力； 4. 顺应历史潮流，确立崇高的人生理想； 5. 社会中发展自我，创造人生价值。	采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等方式开展教学。
13	大学英语	1. 素质目标 (1) 树立正确的英语学习观，具有	1. 日常交际和业务交际，比	采用视听法、讲授法、情景交际

		明确的学习目标，使英语学习为学生的全面发展服务； (2) 提升以交际能力为核心的英语语言运用素质； (3) 增强跨文化意识，了解中西方文化差异，培养中国情怀，坚定文化自信。 2. 知识目标 (1) 扩大学生的词汇量（要求学生掌握单词的读音、用法及拼写），使之达到《基本要求》中规定的3500个单词，为英语学习打下坚实的基础； (2) 通过学习掌握一定的语法知识，能够分析复杂句子结构； (3) 学习掌握应用文的写作； (4) 学习掌握阅读技巧与方法； (5) 学习了解世界文化多样性。 3. 能力目标 (1) 具备一定的日常交际和业务交际能力； (2) 能够进行日常短文和应用文的阅读、翻译和写作； (3) 能综合运用英语的听、说、读、写、译五项技能，满足未来岗位需求； (4) 能用英语讲述中国故事，促进中华优秀传统文化传播。	如：介绍他人、问路、娱乐活动、疾病与问诊等；中西方国家的文化差异； 2. 英语个人信息表的填写； 3. 重要密事与体育名人的英语介绍； 4. 英文广告的制作； 5. 商务约谈邮件的写作； 6. 非正式信件的写作； 7. 英文通告的写作； 8. 动词、形容词、代词、介词等的使用。	法、任务教学法、行动导向教学法等进行教学。
14	体育	1. 素质目标 培养学生爱国主义思想和集体主义精神，树立良好的体育道德观念，培养勇敢、顽强和奋发向上的进取精神；使学生具有强健的体魄、健康的心理、良好的习惯、积极向上的生活态度、较强的社会适应能力，为终身体育奠定基础。 2. 知识目标 了解体育运动相关知识，初步掌握部分常见体育项目的练习方法及参与规则，以及科学锻炼身体的基本知识和方法，基本形成自觉锻炼的习惯，从而提高身体力量、速度、耐力、平衡、协调等身体素质。 3. 能力目标 熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能；能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力；掌握常见运动创伤的处理方法；具有一定	1. 体育理论：体育锻炼方法、体育卫生与保健、体育欣赏、大学生体质健康标准和田径、球类运动竞赛组织工作； 2. 体育技能：篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、健美操、武术和跆拳道等项目； 3. 学生健康达标测试：立定跳远、引体向上（男）、仰卧起坐（女）、1000米（男）、800米（女）、身高体重、肺活量、坐位体前屈、50米。	在“理论教学+实践教学+竞赛训练”的教学模式中，采用任务驱动法、示范法、讲授法、信息化教学法、翻转式教学法等进行教学实践。

		的体育文化欣赏能力。		
15	语文	1. 素质目标 树立正确世界观、人生观、价值观；培养学生的创新批判性思维和工匠精神；培养学生的职业道德、合作意识和敬业精神等职业素养；培养仁爱、孝悌等人文情怀，诚信、刚毅的品格和豁达、乐观、积极的人生态度；弘扬爱国主义为核心的民族精神和自主创新为核心的时代精神，树立文化自信。 2. 知识目标 掌握基本语文常识；掌握散文、诗词、小说、戏剧四大文学体裁特点；了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；了解中国文学发展基本脉络，尤其是课文所涉及的重要作家作品。 3. 能力目标 具备较强的阅读理解能力；具备较好的口头表达和书面表达能力；具备较强的信息处理和解决实际问题的能力；具备良好的文学作品鉴赏和审美能力；具备较强的自主学习能力和团队协作能力。	1. 国学经典品读：《大学之道》等； 2. 文学作品欣赏：《春江花月夜》等； 3. 口语交际训练：《交谈与辩论》等； 4. 应用文写作训练：公文文体与事务文体写作等。	1. 努力营造民主，和谐，愉快的学习氛围； 2. 采用模块式教学、专题和讲座的形式授课； 3. 充分利用多媒体教学设备、现代化教学方法和手段授课； 4. 精讲与自学相结合。
16	数学	1. 素质目标 立德树人，引导学生逐步养成良好的学习习惯、严谨细致的职业意识和实事求是的职业态度，提高学生就业能力和创新能力。 2. 知识目标 在高中或中职教育基础上，进一步学好职业岗位和生活中所必要的数学知识，并掌握职业生涯发展所需要的数学基础知识。 3. 能力目标 培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生的观察能力、空间想象、分析问题、解决问题的能力。	1. 函数定义域值域图像及性质，建模思想； 2. 极限的运算, 两个重要极限公式的应用； 3. 闭区间上连续函数的性质； 4. 基本初等函数的导数及左右导数概念； 5. 可导与连续，可微与可导的关系； 6. 微分的近似计算与极值的求解； 7. 洛必达法则； 8. 曲线的拐点及函数曲线的画作； 9. 不定积分与求导数的关系； 10. 不定积分的几种常用积分法； 11. 牛顿—莱布尼茨公式。	课堂教学为主，网络共享课程为辅，需要数学教学软件演示辅助教学。

17	大学生职业发展与就业指导	1. 素质目标 树立正确的“三观”、职业发展的自主意识和自主创业的精神。 2. 知识目标 了解职业发展的基本特征、就业形式和法律政策，掌握创业的基本知识。 3. 能力目标 掌握自我探索的技能、生涯决策技能、求职技能、沟通技能和时间管理技能等。	1. 职业介绍； 2. 希助选择与规划个人职业； 3. 指导就业准备，克服心理障碍； 4. 介绍求职与应聘的方法； 5. 介绍国家有关政策法规； 6. 分析就业、创业形势； 7. 创业案例解析。	1. 多运用案例教学，多实训； 2. 课堂教学中充分体现学生的主体作用，老师的主导作用，讲练结合。
18	大学生安全教育	1. 素质目标 通过理论教育，树立安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极地努力。 2. 知识目标 了解大学生安全的基本知识；掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题的社会、校园环境；了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。 3. 能力目标 能在安全教育演示、演练中，掌握基本的安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能，掌握以安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能。	1. 消防安全； 2. 交通安全； 3. 食品安全； 4. 公共安全； 5. 网络安全； 6. 心理安全； 7. 安全救护常识。	理论教育与实际操作演 示演练相结合。

2、专业课程

(1) 专业基础课程（7门）

表5 专业基础课程介绍

序号	课程名称	课程目标 (素质知识能力)	主要教学内容	教学要求
1	经济学基础	1. 素质目标 (1) 具有精益求精的工匠精神和良好的职业素养； (2) 具有国家认同感和社会责任感； (3) 具有热爱科学、实事求是的学风和创新意识, 创新精神。 2. 知识目标 (1) 清晰描述经济学的基本理论和主	1. 认识经济学； 2. 需求和供给的一般分析； 3. 生产理论和成本理论； 4. 市场结构理论； 5. 生产要素市场； 6. 市场失灵和政府的微观经济政策； 7. 宏观经济运行的衡量；	1. 本课程主讲教师通过日常生活中的案例来进行情景教学, 让学生能够更好的融入到每个知识点的情境当中, 从而加强对理论知识的理解；

		要研究内容； (2) 懂得运用经济学专业术语和基本原理； (3) 归纳专业知识理解社会现实生活中的具体经济现象。 3. 能力目标 (1) 会一定的经济论文、报告等的阅读和写作能力； (2) 熟练运用经济学知识解释经济现象和处理经济问题的能力； (3) 培养学生的辩证思维和数学逻辑思维能力，经济问题与现象的实证分析能力。	8. 简单国民收入决定； 9. 稳定经济的宏观经济政策实践； 10. 经济波动中的失业与通货膨胀。	2. 采用启发式、讨论式、任务驱动式的教学方法，培养学生学习的主动性和参与性。
2	商品知识	1. 素质目标 (1) 培养在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德； (2) 培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神； (3) 提升团队合作精神和责任感。 2. 知识目标 (1) 了解商品的概念及构成； (2) 知晓商品分类及分类标志； (3) 熟悉商品的分类概述及功能。 3. 能力目标 (1) 掌握网络商品信息检索和资料查询的能力； (2) 运用全面质量管理和标准化等管理方法和运用技术经济观点分析、解决经济、管理和物流等方面实际问题的能力。	1. 商品分类与编码； 2. 商品质量； 3. 商品标准； 4. 商品检验； 5. 商品包装； 6. 各类典型商品知识。	1. 教师采用项目化教学，把课堂为中心转变为以实际调研工作为中心，构建以学生为主体的学习环境； 2. 使用任务驱动法教学，创造性设计贴近学生实际的教学活动，吸引并组织学生积极参加。
3	消费者行为分析	1. 素质目标 (1) 能掌控自我，调整、保持良好的心理状态； (2) 具备以顾客为中心、对企业负责的职业态度； (3) 具有善于沟通与同行共事的团队意识，能进行良好的人际沟通和团队合作，能发展和谐人际关系； (4) 养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德。 2. 知识目标 (1) 了解消费者购买决策过程、步骤和内容； (2) 懂得消费者购买决策行为的方法； (3) 掌握影响消费者行为的内、外部	1. 认识消费者行为； 2. 消费者购买决策； 3. 影响消费者行为的内、外在因素； 4. 消费者体验和消费满意。	1. 授课教师有充足的理论基础和丰富的实战经验； 2. 以“应用”为主，通过自主创业和实践实训，培养学生自主学习和创新的能力； 3. 鼓励学生以小组的形式参与实训与实践，培养学生的团结协作精神。

		因素。 3. 能力目标 (1) 尝试通过研究消费者行为，分析和描述特定细分市场消费者特征； (2) 会根据消费者行为分析的结论，对具体行业和产品的营销策略进行评价和改进。		
4	现代推销实务	1. 素质目标 (1) 具有良好的职业道德和敬业精神； (2) 具有一定的抗压能力； (3) 具有细致严谨的职业态度； (4) 具有团队合作意识和社会责任感。 2. 知识目标 (1) 了解制定推销计划的方法； (2) 懂得寻找顾客步骤及方法； (3) 收集展示产品的方法和原则； (4) 归纳达成交易的各类方法。 3. 能力目标 (1) 练习根据客户基本信息，有约见和接近客户的能力； (2) 会处理客户异议，提升客户满意度的能力； (3) 熟练操作推销过程中与客户流畅沟通交流的能力。	1. 推销原理及注意事项； 2. 推销活动策划准备； 3. 推销活动类别及特点； 4. 激发客户成交欲望。	1. 担任本课主讲教师应突出专业技能培养目标，通过现场演示、情景模拟等方式激发学生兴趣，增强教学效果； 2. 在教学过程中，注重对学生实际操作能力的训练，强化案例和流程的教学效果。
5	商务数据分析与应用	1. 素质目标 (1) 养成爱岗敬业、求真务实的职业道； (2) 具有团队合作精神和责任感； (3) 形成良好的心理素质和寻找客户的意识。 2. 知识目标 (1) 熟悉商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法； (2) 懂得使用存储数据的查询、分析方法； (3) 掌握归纳数据分析的内容、方法、工具与流程。 3. 能力目标 (1) 尝试运用多种工具收集、存储和管理数据； (2) 能用数据进行销售、推广和绩效分析； (3) 熟练撰写数据分析报告，进行可视化展示。	1. 数据分析基本方法； 2. 数据分析常用工具； 3. 行业数据分析； 4. 客户数据分析； 5. 产品数据分析； 6. 运营数据分析； 7. 数据分析报告撰写。	1. 授课教师精通多种数据模型和数据分析工具，同时拥有丰富的实战经验； 2. 教学过程以实践为依托，通过软件操作、情境模拟、案例研讨等形式进行，丰富教学形式，增强课堂趣味性。
6	物流	1. 素质目标	1. 物流企业认知；	1. 具有相关企业实

	基础 实务	(1) 坚持践行社会主义核心价值观； (2) 树立为客户服务、尊重客户意愿的意识，具有合作精神； (3) 养成热爱劳动，追求卓越的进取精神。 2. 知识目标 (1) 了解物流基础实务相关概念； (2) 懂得物流系统基本职能； (3) 掌握物流系统平台的运用； (4) 熟悉物流运输工具和设施设备性能。 3. 能力目标 (1) 熟悉仓储物品的特性，能针对性地进行保管，防止货物损坏，提高仓储质量的能力； (2) 具备独立操作物流平台的能力； (3) 熟练操作物流流程，满足既定客户服务水平的能力； (4) 具有严格按物流安全技术操作规程进行物流服务的能力。	2. 物流运作的过程； 3. 物流系统的类别及职能； 4. 物流技术； 5. 物流管理。	践经验，具有职业教育教学理念，具有专业教学能力及实践能力； 2. 充分利用现代化、多样化教学设施、设备； 3. 充分利用物流管理企业资源，为学生提供实习实训条件。
7	连锁 经营 管理	1. 素养目标 (1) 感知严谨求实的科学态度和一丝不苟的工作作风； (2) 欣赏自我、培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意识； (3) 养成恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越的品质。 2. 知识目标 (1) 了解连锁门店运营的基本内涵、组织结构与人员配置、店长的作业化管理、卖场的规划与管理、营业现场的服务与管理、促销活动的组织与实施、商品管理、防损与安全管理、连锁促销和顾客服务等方面的基本概念和主要知识点； (2) 掌握连锁门店运营方法与技巧； (3) 归纳连锁门店运营管理的主要内容及相应的操作流程。 3. 能力目标 (1) 尝试进行理货、收银、盘点的标准化营运； (2) 会根据目标顾客群需求的变化进行门店经营定位、商品结构调整、卖场布局、商品采购、商品陈列、商品促销策划。	1. 连锁门店运营的基本内涵、组织结构与人员配置、店长的作业化管理、卖场的规划与管理、营业现场的服务与管理、促销活动的组织与实施、商品管理、防损与安全管理、连锁促销和顾客服务等方面的基本概念和主要知识点； 2. 连锁门店运营的方法与技巧； 3. 连锁门店运营管理的主要内容及相应的操作流程。	1. 任课教师具备高尚的教师职业道德与先进的职业教育理念，连锁门店运营管理专业教师要求主动对学生进行职业教育理念的灌输； 2. 在理论学习基础上进行大量实践训练，来培养学生分析问题和解决问题的实践能力，做到教学做合一。

(2) 专业核心课程(7门)

表6 专业核心课程介绍

序号	课程名称	课程目标 (素质知识能力)	主要教学内容	教学要求
1	市场营销实务	1. 素质目标 (1) 树立以顾客需求为中心的营销观念; (2) 培养爱岗敬业的职业精神; (3) 感受团队合作精神和责任心; (4) 培育坚强稳固的心理素质。 2. 知识目标 (1) 市场营销知识; (2) 市场调查知识; (3) 市场营销效果评估及优化。 3. 能力目标 (1) 运用营销学的概念与理论解释、分析实际营销问题的能力; (2) 具备市场细分及目标市场定位能力; (3) 使用4P组合策划, 运用现代营销工具的能力。	1. 市场营销准备; 2. 市场机会分析; 3. 目标市场选择; 4. 产品策略运用; 5. 价格策略运用; 6. 分销策略运用; 7. 促销策略运用。	1. 担任本课程的主讲教师需要熟练掌握市场营销的基础知识, 具有丰富的教学经验; 2. 立足本课应用性的特点, 把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究中, 切实提高分析问题、解决问题的能力。
2	客户服务与管理	1. 素质目标 (1) 树立正确的人生观和价值观; (2) 具有学习客户服务与管理知识的愿望和信心, 乐于参与有助于提高客户服务与管理的活动; (3) 能积极与他人合作, 有创新精神; (4) 具有良好的人际交往能力。 2. 知识目标 (1) 掌握收集、统计和分析客户信息的方法; (2) 掌握大客户的选择标准、资料完善和管理规则; (3) 掌握制定客户满意度和忠诚度的衡量指标; (4) 掌握正确维护客户关系的策略和处理客户抱怨的技巧。 3. 能力目标 (1) 能建立客户信息档案; (2) 能制定大客户计划, 运用接近大客户的方法挖掘大客户需求; (3) 能区分不同类型忠诚客户的特征; (4) 能处理客户不满与抱怨; (5) 掌握培养忠诚客户的方法。	1. 客户服务与管理的产生和概念; 2. 客户信息调研和管理; 3. 大客户分析及客户价值; 4. 客户满意度管理; 5. 客户忠诚度管理。	1. 授课教师有丰富的实战经验, 熟悉客户服务与管理的流程和技巧; 2. 加强学生实操技能, 在教学过程中采取搜集资料、分小组进行讨论、现场模拟、角色扮演、激励教学等多种教学方式, 调动学生学习的积极性和参与性。

3	商务谈判	1. 素养目标 (1)培养团队协作精神； (2)培养积极心态和顽强毅力； (3)培养正确应对谈判中的不道德行为的能力。 2. 知识目标 (1)掌握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式； (2)了解谈判的基本程序； (3)掌握商务谈判开局的方法和策略； (4)掌握商务谈判的策略和技巧； (5)掌握打破僵局的策略和技巧。 3. 能力目标 (1)能做好谈判的准备工作； (2)能进行谈判信息的收集、整理与分析； (3)能设计谈判开局，控制谈判进程； (4)能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力； (5)能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。	1. 商务谈判理论知识； 2. 商务谈判前期准备工作； 3. 商务谈判信息收集的内容与处理方法； 4. 商务谈判的策略和技巧； 5. 合同鉴定的程序和注意事项。	1. 教师进行知识的讲述，由学生进行充分讨论和思考，通过课堂练习，加深学生对相关知识的理解和掌握； 2. 运用多媒体教学，利用相关的教学软件进行实训练习。
4	市场营销策划	1. 素养目标 (1)感知团队协作精神； (2)培养坚强毅力和吃苦耐劳的精神； (3)形成依法营销的意识； (4)养成严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。 2. 知识目标 (1)熟悉和运用新的营销视角、新的营销理念、新的营销思维； (2)了解市场营销策划的基本概念； (3)懂得撰写营销策划方案的基本方法和基本流程； (4)整理不同主题策划内容的特点和要求； (5)掌握不同主题策划方案撰写的方法和要求。 3. 能力目标 (1)尝试较准确定义和描述营销目标； (2)能准确判断和把握营销策划中有关市场、产品等信息； (3)能制订调研方案、组织实施调研、撰写调研报告； (4)会熟练运用技巧撰写营销方案； (5)能独立操作营销策划方案的排版，以及用PPT汇报方案。	1. 市场营销策划的基本流程； 2. 营销策划工具； 3. 市场营销策划创意及撰写市场营销策划书； 4. 市场调研方法与市场调研方案的策划； 5. STP策划及企业形象策划； 6. 产品、价格、分销渠道及促销策划； 7. 网络营销工具策划及策略策划。	1. 担任本课主讲教师应突出专业技能培养目标，以任务驱动为主要的教学模式，实现知识传授的循序渐进，从而培养学生自主学习、独立分析问题、解决问题的能力以及创新精神； 2. 教学过程中将采取案例分析、分小组讨论及角色扮演的方式进行，并找出解决办法，达到吃透学习内容的目的，以帮助学生独立完成各自的项目。

5	网络营销	1. 素质目标 (1) 培养团队合作精神和责任心； (2) 培养良好的心理素质和客户意识； (3) 培养良好的职业道德和爱岗敬业的工作精神； (4) 培养自主学习的工作态度。 2. 知识目标 (1) 了解网络营销相关概念； (2) 熟悉网络推广与维护； (3) 掌握网络营销平台建设知识； (4) 掌握网络营销效果评估及优化方法。 3. 能力目标 (1) 具备制定网络营销战略目标的策划能力； (2) 具有熟练运用网络营销工具，进行网络营销方案实施的能力； (3) 具有精益求精的工匠精神，良好的创新思维能力。	1. 网络营销的基础知识及概述； 2. 基于网络营销的策略； 3. 网络营销工具类别及功能。	1. 担任本课程的主讲教师需要熟练掌握网络营销的基础知识，具有丰富的教学经验； 2. 采用现场教学、案例式教学法、多媒体教学配合理论讲授，发挥学生的思维和想象力，搭配实训练习提高学生实际操作能力。
6	营销渠道管理	1. 素养目标 (1) 培养学生严谨求实的科学态度和一丝不苟的工作作风； (2) 培养学生团队合作的职业素养，让学生对企业实际工作有初步的认识和接触； (3) 具有健康的体魄和心理、健全的人格； (4) 具有坚定的职业信念和良好的人文素养。 2. 知识目标 (1) 熟悉各种不同渠道类型的基本特征； (2) 掌握渠道管理与冲突的基本内容； (3) 掌握激励渠道成员的主要方法； (4) 掌握整合渠道、销售代理与经销、连锁经营与特许经营的相关内容； (5) 掌握渠道成员的业绩评估方法。 3. 能力目标 (1) 能根据企业、市场和产品的具体情况制定渠道策略； (2) 能根据渠道冲突原因设计解决方案； (3) 能开展渠道激励与控制工作； (4) 能开展渠道成员绩效评价工作； (5) 能开展渠道整合、销售代理与经销、连锁与特许经营工作； (6) 能开展网络分销工作。	1. 营销渠道管理的基础知识及概述； 2. 营销渠道管理的方法与技巧； 3. 整合渠道、销售代理与经销和连锁经营与特许经营的相关内容。	1. 任课教师具备高尚的教师职业道德与先进的职业教育理念，营销渠道管理专业教师要求主动对学生进行职业教育理念的灌输； 2. 掌握现代职业教育教学方法，熟练运用现代化教学手段并不断创新，将专业知识高度职业化、组织化、系统化。

7	新媒体营销	1. 素质目标 (1) 具有优秀的思想品德和正确的人生观、世界观和价值观； (2) 培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神； (3) 明确新媒体营销知识的学习目的，认识社群营销的重要性； (4) 能积极与他人合作，有创新精神。 2. 知识目标 (1) 具备新媒体领域基础理论知识； (2) 了解微博、微信、今日头条运营基础技能； (3) 懂得社群运营、推广、维护； (4) 掌握新媒体文案和直播运营技能。 3. 能力目标 (1) 具有收集、处理网络热点信息的能力； (2) 具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力； (3) 具有新媒体活动策划和推广能力； (4) 具有新媒体创意文案写作能力； (5) 具有发现、分析和解决问题的能力。	1. 新媒体营销概述； 2. 新媒体营销之微信营销； 3. 内容营销之四大核心与文案策划； 4. 新媒体营销之自媒体运营； 5. 短视频和音频自媒体运营； 6. 新媒体运营之用户管理。	1. 担任本课主讲教师通过分析新媒体营销实战项目，使学生了解企业新媒体营销专业知识，增强学生的感性认识，再进行理论知识讲解； 2. 在理论学习基础上进行大量实践训练，来培养学生分析问题和解决问题的实践能力。
---	-------	--	---	--

(3) 专业拓展课程

表7 专业拓展课程介绍

序号	课程名称	课程目标 (素质知识能力)	主要教学内容	教学要求
1	商务礼仪	1. 素质目标 (1) 感受商务礼仪的魅力和重要意义； (2) 强化职业素养和职业道德； (3) 形成良好的心理素质和客户意识； (4) 养成团队协作意识和创新意识。 2. 知识目标 (1) 了解商务人员职场礼仪； (2) 熟悉商务人员语言礼仪； (3) 掌握商务人员往来礼仪； (4) 掌握商务人员办公礼仪。 3. 能力目标 (1) 练习沟通协调能力及语言表达能力，应变与社交能力； (2) 独立解决商务礼仪中遇到的问题的能力； (3) 熟练组织和策划商务礼仪活动的的能力。	1. 商务礼仪概述； 2. 商务人员仪容礼仪； 3. 商务人员仪表礼仪； 4. 商务人员仪态礼仪。	1. 担任本课主讲教师应创设课程模拟情景，组织学生参与校内礼仪活动，让学生身体力行，在应用中不断提高礼仪修养； 2. 通过商务礼仪教学，让学生牢固地掌握商务礼仪的基本概念与商务礼仪的基本特点、原则和功能。
2	营销	1. 素质目标	1. 营销产品质	1. 本课程主讲教师教学

	法规	(1) 感受高尚的职业道德精神； (2) 了解营销行业相关法律法规； (3) 形成强烈的社会责任感和服务意识； (4) 养成良好的心理素质和积极的工作态度。 2. 知识目标 (1) 了解不合格产品的质量处理； (2) 熟悉合同谈判的技巧和程序； (3) 掌握不正当竞争的模式和处理制度； (4) 掌握特许经营的含义与特征。 3. 能力目标 (1) 具备应变能力和语言表达能力； (2) 会收集、分析和整理营销法规及法律信息的能力； (3) 熟练操作营销法规法律文书的能力。	量事务处理； 2. 营销活动过程事务处理； 3. 营销活动过程中不正当竞争法律事务处理； 3. 营销渠道法规； 5. 营销争议的解决。	中，运用多媒体视频动画等形式展示授课案例，便于学生对知识的理解和掌握； 2. 将营销工作流程和所涉及的法律法规用案例结合在一起讲解，采用分组讨论的形式，运用情景式教学提高学生的实践能力。
3	Office 高级应用	1. 素质目标 (1) 了解良性办公环境的基本要素和基本职责； (2) 具有基本职业素养，爱岗敬业、勤奋踏实、以及高效的办公效率； (3) 具有良好的团队合作能力。 2. 知识目标 (1) 掌握 Word 文本、图表、智能图形、长文档的编辑方法； (2) 掌握 Excel 数据、图表的编辑和打印技巧； (3) 掌握商务演示文稿的制作和美化方法。 3. 能力目标 (1) 能够熟练使用办公软件和办公硬件来完成日常工作； (2) 具备硬件和软件的安装和维护能力； (3) 具备良好的沟通协调能力、口头表达及文字表达能力。	1. Microsoft Office 的基本背景知识； 2. Word 文档中文本和段落的排版、图表及智能图形的使用、长文档和批量文档的制作； 3. Excel 表格文本和数据的输入、文本和数据的格式调整、计算公式和数据透视表的使用； 4. PowerPoint 商务演示文稿的制作及播放。	1. 授课教师精通 Office 组件的使用； 2. 基于案例进行教学，针对不同的工作情境和工作需求使用相应的办公工具； 3. 结合营销推广报告、营销数据、营销演示文稿、毕业设计等相关内容进行教学。
4	企业管理基础	1. 素质目标 (1) 培养崇高的敬业精神和良好的职业道德； (2) 培养高度的整合能力和良好的规范化能力； (3) 培养积极的开拓精神和良好的团队合作精神； (4) 培养良好的创新意识和高度的意志力与承受能力。 2. 知识目标 (1) 理解企业的概念及其特征； (2) 理解管理的定义和性质；	1. 企业管理概述； 2. 企业战略管理； 3. 企业市场营销管理； 4. 企业人力资源管理； 5. 企业财务管理； 6. 企业物流管理；	1. 传统教学手段与现代教学手段相结合； 2. 使用问题研究型教学、预习指导型教学、实际尝试型教学和启发设疑式教学等多种教学手段培养学生的自主学习能力。

		(3) 理解各种古典管理理论； (4) 理解组织结构的形式和设计原则； (5) 理解管理控制的目标和内容。 3. 能力目标 (1) 企业环境分析能力； (2) 目标管理与计划能力； (3) 决策与战略选择能力； (4) 组织设计与协调能力； (5) 领导与激励沟通能力； (6) 控制与信息处理能力。	7. 企业信息管理。	
5	广告创意与策划	1. 素质目标 (1) 感受团队协作和奉献精神； (2) 增强爱岗敬业的社会责任感； (3) 形成良好的职业素养及服务意识； (4) 养成顾全大局，诚实守信的工作态度。 2. 知识目标 (1) 熟悉广告文案、广告创意理论、广告创意思维、广告实施步骤的知识和技能； (2) 懂得广告创意运用于当地产品的技巧。 3. 能力目标 (1) 练习广告创意思维、广告策划、制作的技能； (2) 尝试审美、鉴赏和独立进行广告设计的能力； (3) 会将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中的能力； (4) 创作广告策划，能与客户流畅沟通交流的能力。	1. 广告创意理论； 2. 广告创意作品分析； 3. 广告策划的方法技巧； 4. 民族特色元素在广告创意策划中的运用。	1. 担任本课主讲教师应具备广告策划实战经验和较高的审美能力、民族文化知识储备； 2. 在教学过程中，注重对学生实际操作能力的训练，强化案例的教学效果。通过现场演示、情景模拟等方式激发学生兴趣，增强教学效果； 3. 将思政教育巧妙融入课程教学之中。
6	电子商务基础	1. 素质目标 (1) 良好的职业道德； (2) 培养综合管理技能； (3) 培养集体意识和社会责任感； (4) 培养认真、务实的态度。 2. 知识目标 (1) 维护与建设电子商务网站； (2) 掌握电子商务网站的策划与需求分析； (3) 熟悉网上开店的流程； (4) 学习网上客户的开发与维护； (5) 掌握电子商务方案的策划。 3. 能力目标 (1) 网络营销策划与实施的能力； (2) 网上产品的推广能力； (3) 网络广告策划与制作的能力； (4) 开展网上贸易的能力。	1. 电子商务的基本概念； 2. 电子商务模式； 3. 网络支付； 4. 物流信息； 5. 电子商务安全； 6. 网络推广； 7. 电子商务法规。	1. 实施教、学、做、练一体的项目化与模块化教学； 2. 以项目、案例为载体的教学方法； 3. 强调学生自主性，师生互动性与成果应用性紧密结合。
7	社群营销	1. 素养目标 (1) 体验民族自豪感和责任感； (2) 形成积极向上、勤奋踏实的工作作风和	1. 社群营销的基础知识及概述；	1. 担任本课主讲教师应开展社群营销实战项目，使学生了解企业社

		职业素养； (3) 养成良好的心理素质、团队合作精神和客户服务意识。 2. 知识目标 (1) 了解移动社群营销理念； (2) 熟悉社群营销策略的运用； (3) 整理社群营销的技巧； (4) 归纳新媒体营销工具。 3. 能力目标 (1) 练习运用社群营销文案的写作能力； (2) 具备运营社群营销传播的操作能力； (3) 熟悉因当地企业和农特产品的具体情况而建立营销社群的操作。	2. 社群营销的方法与技巧； 3. 新媒体营销工具在社群营销中的应用。	群营销专业知识，增强学生的感性认识，再进行理论知识讲解。 2. 在理论学习基础上进行大量实践训练，来培养学生分析问题和解决问题的实践能力，做到教学做合一。
8	互联网文案创作与策划	1. 素质目标 (1) 培养良好的职业道德； (2) 培养高度的整合能力和良好的规范化能力； (3) 培养积极的开拓精神和良好的团队合作精神。 2. 知识目标 (1) 掌握互联网文案的创意思维方法； (2) 掌握互联网文案的创意技巧和互动传播； (3) 产品核心卖点的提炼； (4) 产品详情页文案的写作。 3. 能力目标 (1) 有较强的文案写作能力； (2) 有一定的创意思维； (3) 有互联网活动策划文案写作的能力。	1. 互联网文案的内容与形式； 2. 互联网文案的创意思维； 3. 产品文案写作方法； 4. 品牌文案写作方法； 5. 社会化媒体文案写作方法。	1. 与学生一起学习优秀的微信公众号、微博、短视频等账号的文案，总结写作技巧； 2. 带领学生为线下企业的品牌撰写互联网文案，共同交流； 3. 针对网络营销的各个方面开展文案写作的尝试，进行体系化的互联网文案写作。
9	公共关系实务	1. 素质目标 (1) 感知公共关系的基本内容； (2) 形成强烈的公关意识； (3) 培养诚信、敬业的工作作风和严谨的工作态度； (4) 培养高尚的职业道德素养； (5) 具备良好的人际沟通和团队协作能力； (6) 具备勇于创新的精神。 2. 知识目标 (1) 了解公共关系在组织中的地位和作用； (2) 熟知公共关系的基本原则； (3) 掌握公共关系工作的基本方法和技巧。 3. 能力目标 (1) 熟知公共关系基本礼仪； (2) 熟悉新闻发布会的流程； (3) 掌握危机公关处理技巧； (4) 熟练掌握 CIS 策划； (5) 能独立完成公共关系策划方案。	1. 公共关系的意识、职能和程序； 2. 公共关系策划方案构成要素及格式； 3. 展览展销活动、新闻发布会、庆典活动、赞助活动等活动的组织和策划； 4. 企业的 CIS 策划。	1. 授课教师具有丰富的公共关系实战经验，熟知不同公关活动的流程和公关技巧； 2. 通过校企合作项目，以理论教学为依托，以小组为单位进行实践教学，培养学生的团队协作能力，调动学生的学习积极性。
10	农产	1. 素质目标	1. 农产品营销	1. 授课教师具有丰富的

	品营销	(1) 体会较强的职业素养和道德水平； (2) 关注爱岗敬业、踏实勤奋的工作态度； (3) 培养勇于创新，敢于尝试的精神和团队协作能力。 2. 知识目标 (1) 了解农产品营销研究的对象和方法； (2) 熟悉农产品环境分析的方法； (3) 懂得农产品市场定位的方法和目标市场心理分析； (4) 掌握农产品直接、间接营销手段。 3. 能力目标 (1) 练习对所选商品的营销环境进行分析； (2) 会定位目标市场并分析目标市场的心理、行为的特征和规律； (3) 创作设计并开展农产品营销方案。	的环境分析； 2. 农产品目标市场心理分析； 3. 农产品品牌、包装策略； 4. 农产品定价、促销策略； 5. 农产品物流配送策略。	农产品营销经验，熟知农产品营销策略和技巧； 2. 以小组为单位，引入当地真实企业农产品营销案例，让学生在学中做，培养学生的创新能力和团队协作能力。
11	顶岗实习	1. 素质目标 (1) 体会职业道德和敬业精神； (2) 具有工匠精神和创新精神； (3) 养成团队协作精神和社会责任心。 2. 知识目标 (1) 了解企业员工的职责和要求； (2) 懂得相关岗位的工作流程； (3) 掌握职业岗位的工作任务。 3. 能力目标 (1) 练习一个企业员工的基本能力； (2) 掌握符合企业的技能要求； (3) 熟练操作岗位工作任务，且有较强的工作能力和发展空间。	1. 企业的相关制度与相关要求； 2. 企业的岗位特点及岗位要求； 3. 企业的文化及发展。	1. 要求指导实习的教师有高度的责任心、有丰富的企业管理实习经验； 2. 要求学生严格按照顶岗实习的要求、要求学生有爱岗敬业和认真严谨的工作态度，完成顶岗实习任务。
12	毕业设计	1. 素质目标 (1) 感受职业道德准则； (2) 借鉴工匠精神，建立认真严谨的工作作风； (3) 养成刻苦努力的奋斗精神。 2. 知识目标 (1) 了解在校期间的学习成果； (2) 整理所学的全部专业知识和技能，解决较为复杂问题的能力； (3) 懂得科学研究的基本训练； (4) 掌握毕业设计的任务及要求。 3. 能力目标 (1) 具有独立完成毕业设计的能力； (2) 掌握资料收集和材料整理的能力； (3) 具备发现专业问题和解决问题的能力。	1. 毕业设计任务书； 2. 毕业设计主题的确定； 3. 毕业设计产品； 4. 毕业设计总结。	1. 要求毕业设计指导教师有高度的责任心、有丰富的实践教学经验； 2. 要求学生前期进行广泛的市场调研，熟悉目标市场； 3. 要求学生严格按照毕业设计要求、认真严谨地独立完成任务。

七、教学进程总体安排

本专业总学时数为4732学时，每16-18学时折算1学分，总学分为247学分。公共基础课学时为1434学时、79学分；专业课学时为3298学时、168学分；其中，公共基础课学时占总学时的30.3%，实践性教学学时占总学时的58.6%，各类选修课学时累计占总学时的16.2%；顶岗实习为6个月，即从第九学期寒假(提前两周离校,寒假6周)开始到第十学期第18周结束，共计24周。军事理论与军事技能、社会实践、毕业设计、毕业教育、顶岗实习等，以1周为1学分，共计50分。

表 8 学期总周数分配表（单位：周）

序号	教学环节类别	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		总计	所占比例
		第1学期	第2学期	第3学期	第4学期	第5学期	第6学期	第7学期	第8学期	第9学期	第10学期		
1	入学教育与军事训练	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	1.2%
2	课堂教学	15	18	17	17	17	16	—	16	11	—	127	50.4%
3	实践性教学（实习周）	—	—	1	1	1	2	20	2	3	—	30	11.9%
4	考试	1	1	1	1	1	1	—	1	1	—	8	3.2%
5	顶岗实习	—	—	—	—	—	—	—	—	2	18	20	7.9%
6	毕业设计	—	—	—	—	—	—	—	—	1	2	3	1.2%
7	毕业教育	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	1	0.4%
8	机动	1	1	1	1	1	1	—	1	1	—	8	3.2%
9	寒暑假	4	8	4	8	4	8	4	8	4（顶岗实习）	0	52	20.6%
教学周数（不含寒暑假）		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	198	78.6%
学期总周数（以上教学环节总周数）		24	28	24	28	24	28	24	28	24	20	252	100%

注：1. 课内教学指除专业实践、校外顶岗实习、社会实践、课外活动以外的教学；集中性实践教学包含认知实习、专项实践、综合实践、生产性实习等；顶岗实习原则上为6个月（国家要求），其中占用的第三学年寒假部分不计课时数，2. 学期总周数和教学周数确定：每学年安排40周教学活动，毕业生提前2周离校，三年学期总周数减去提前离校周数即为教学周数

表9 市场营销专业全学程教学日历

周 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	B	B	B	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	I	I
二	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	A	I
三	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	C	I	I
四	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	G	I	I
五	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	G	I	I
六	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	G	G	I	I
七	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
八	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	G	G	I	I
九	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	G	G	G	H	J	I	I	D	D
十	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	J	J
A、劳动实践；B、入学教育与军训；C、认知实习；D、跟岗实习；E、顶岗实习；F、课程设计； G、专业课程实习；H、课程教学；I、复习考试；J、毕业设计。 注：第一~六、八~九学期课程教学、第七学期工学交替企业实训、第十学期顶岗实习。																				

八、实施保障

（一）师资队伍

1、队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1,双师素质教师占专业教师比例是65.5%，高于60%,专任教师49人；专任教师队伍在职称、年龄上形成了合理的梯队结构。

表10 专业教学团队一览表

结构 \ 比例		人数	比例 (%)	备注
职称结构	教授	1	3.44%	
	副教授	7	24.13%	
	讲师	11	37.94%	
	初级	10	34.49%	
学位结构	博士	1	3.44%	
	硕士	13	44.83%	
	本科	15	51.73%	
年龄结构	35 岁以下	16	55.17%	
	36-45 岁	5	17.24%	
	46-60 岁	8	27.59%	
双师型教师		19	65.5%	
专任教师		29	100%	
专业带头人		1	3.44%	

2、专业带头人的基本要求

(1) 坚持四项基本原则，热爱社会主义祖国，坚持社会主义办学方向，具有良好的职业道德，遵纪守法。

(2) 教学水平高。具有较高的专业教学水平，是本专业公认的骨干教师，在指导青年教师提高教学水平方面取得较好成效，在学院组织的各种教学评价中达到中等以上水平。

(3) 具有较高学术水平和较强科研能力。主持过院级以上的科学研究课题或技术研发项目，发表过3篇以上本学科的科研

或教研论文，能指导青年教师开展科学研究工作，是本专业公认的科研骨干。

（4）能有效指导专业建设。熟悉本专业国内外发展动态，对专业建设有一定研究，能对专业建设提出有价值的意见和建议，具有一定的组织管理能力。

（5）专业带头人原则上应具有全日制本科以上学历、副高以上专业技术职称或硕士以上的学位。

3、专任教师的基本要求

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理、经济管理、民族经济等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。可从企业引进中级、高级职称人才，担任本专业教师，对接行业承担课程改革任务，提高人才培养质量。

4、兼职教师的基本要求

主要从相关校企合作企业及实训基地聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有本专业相关的中级及以上职称或高级工职业资格；能承担《市场营销实务》、《网络营销》、《产品推销实务》、《营销策划》、《商务谈判》等专业课程教学，及实习实训指导和学生职业发展规划指导教学任务。

（二）教学设施

1、专业教室基本条件

表11 市场营销专业教室配置

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	电子黑板	理论课教学
2	实训室	教学机柜、投影设备、电脑、软件设备、市场营销沙盘、交互式触摸查询一体机、自动录播系统、立体投影系统、电子黑板。	职业素质拓展、市场营销沙盘实训、市场营销综合实训、技能抽考、网络营销实训等。

2、校内实训室基本要求和配置

表12-1 校内专业实训室配置

序号	实训室类别	实训室名称	服务课程
	专业基础能力实训	企业经营沙盘实训室	营销渠道管理、市场营销实务、营销认知实训、ITMC营销沙盘，物流基础实务。
2	专业专项能力实训	营销策划实训室	营销策划、新媒体营销、商务谈判，现代推销与实务。
3		网店运营与推广实训室	网络营销、社群营销实战、消费者行为分析、农产品营销、社群营销。
4		营销数据分析实训室	商务数据分析与应用、市场调研、广告创意与策划。
5	专业综合能力实训	产教融合项目工作室1	所有专业课程
6		产教融合项目工作室2	所有专业课程
7	专业拓展能力实训	市场营销综合实训室	所有专业课程

表12-2 企业经营沙盘实训室

实训室名称	企业经营沙盘实训室	面积要求	45m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	服务器、企业运营电子对抗系统软件	1套	
2	电脑、工业沙盘桌子	7台	1台/6人
3	沙盘工具	25套	1套/2人
4	多媒体设备	1套	1套/间

表12-3 市场营销综合实训室

实训室名称	市场营销综合实训室	面积要求	80m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	服务器、亿学数据库管理工具、市场营销综合实训与竞赛系统，CRM客户管理系统，连锁门店运营实训系统。	1套	
2	电脑桌、椅	50套	1套/人
3	瘦客户机、显示器	50套	1套/人
4	多媒体设备	1套	1套/间

表12-4 网店运营与推广实训室

实训室名称	网店运营与推广实训室	面积要求	80m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	网络机柜、教师机电脑、UI设计资源系统、移动电商综合实训系统。	1套	
2	电脑桌椅	50套	1套/人
3	瘦客户机、显示器	50套	1套/人
4	多媒体设备	1套	

表12-5 商务数据分析实训室

实训室名称	商务数据分析实训室	面积要求	80m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	连锁门店运营实训系统、连锁企业王牌店长实务实训系统、亿学数据库管理工具、客户服务实训、市场营销综合实训与竞赛系统、服务器。	1套	
2	电脑桌椅	50套	1套/人
3	瘦客户机、显示器	50套	1套/人
4	多媒体设备	1套	

表12-6 产教融合项目工作室

实训室名称	产教融合项目工作室1	面积要求	50m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	项目产品		按要求配置
2	电脑	20	4台/项目
3	电脑桌、椅	20套	4套/项目
4	展示柜	5组	1组/项目

表12-7 产教融合项目工作室2

实训室名称	产教融合项目工作室2	面积要求	200m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	项目产品		按要求配置
2	电脑	20	4台/项目
3	电脑桌、椅	20套	4套/项目
4	展示柜	5组	1组/项目

表12-8 市场营销综合实训室

实训室名称	市场营销综合实训室	面积要求	80m2
序号	核心设备	数量要求	备注
1	服务器、亿学数据库管理工具、市场营销综合实训与竞赛系统，CRM客户管理系统，连锁门店运营实训系统。	1套	
2	电脑桌、椅	50套	1套/人
3	瘦客户机、显示器	50套	1套/人
4	多媒体设备	1套	1套/间

3、市场营销专业校外实习基地

表13 市场营销专业校外实习基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度要求
1	湘西职院-苏宁电器市场营销实习基地	苏宁电器股份有限公司	专业认知实习、营销岗位认知实习、网络营销实训、顶岗实习	深度
2	湘西职院-优品汇市场营销实习基地	湘西优品汇电子商务有限公司	营销策划实训、网络营销实训、顶岗实习	深度
3	湘西职院-中房科瑞市场营销实习基地	中房科瑞网络科技有限公司	毕业顶岗实习、项目运营孵化、客户服务与管理实训	深度
4	湘西职院-长沙星火丰城实习实训基地	湖南星火丰城科技发展有限公司	工学交替、技能培训、网络营销平台实训	深度
5	湘西职院-北京新迈尔实习实训基地	新迈尔（北京）科技有限公司	营销沙盘实训、客户服务与管理实训	深度
6	湘西职院-厦门融美众创市场营销孵化基地	厦门融美众创电子商务有限公司	社群营销实训、农产品营销实训、湘西农村电商营销推广	深度
7	湘西职院-湖南大卓网络市场营销实训基地	湖南大卓网络科技有限公司	市场营销综合实训	深度
8	湘西职院-江苏远洋市场营销实训基地	江苏远洋数据股份有限公司	客户服务与管理实训、营销策划实训	深度

注：“用途”指专业认知实习、生产性实训、顶岗实习等。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂，应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材，市场营销专业部分教材选用见下表。

表14 市场营销专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	经济学基础	十三五规划教材	上海交通大学出版社	邱春高	2018年06月
2	市场营销项目化教程	十三五规划教材	上海交通大学出版社	李娟	2019年02月
3	商务礼仪（项目化教程）第二版（精品教材）	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	湖南师范大学出版社	江卫华	2017年01月
4	演讲与口才	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	湖南师范大学出版社	梁艳	2019年01月
5	营销法规实务	十二五规划教材及高 职高专市场营销流程 化系列教材	科学出版社	王成芬	2020年07月
6	消费者行为分析	“十三五”高等职业 教育市场营销系列规 划教材、教学改革与 创新优秀成果教材	北京邮电大学出版社	李建忠	2019年05月
7	现代推销实务	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	湖南师大出版社	邹 莘	2018年6月
8	商品知识	十三五规划教材	电子工业出版社	张智清	2017年06月
9	物流基础实务	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	上海交通大学出版社	苏少虹	2019年11月

10	网络营销	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	上海交通大学 出版社	赖洁瑜	2020年06月
11	客户服务与管理	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	上海交通大学 出版社	袁航	2019年08月
12	营销渠道管理	十三五规划 教材	机械工业 出版社	郑锐洪	2018年04月
13	社群营销	新媒体精英人才系列	同济大学 出版社	宋艳苹 李红岩	2020年06月
14	连锁经营与管理	普通高等教育经管类 专业“十三五”规划 教材	清华大学 出版社	汤伟伟 吕添厦 董晓云	2020年06月
15	新媒体营销	新媒体精英人才系列	同济大学 出版社	张克夫 马国红 李丽娜	2020年04月
16	广告创意与策 划	十三五全国高等院校 设计学类专业创新课 程配套教材	安徽美术 出版社	张通 曹汝平 彭麦福	2019年04月
17	农产品营销	十二五规划教材第二 版	清华大学 出版社	陈国胜 郑庆照	2019年07月
18	商务谈判	“十三五”高等职业 教育市场营销系列规 划教材、“互联网+” 创新型教材	北京邮电大学 出版社	胡海	2018年12月
19	市场营销策划	21世纪应用型人才培 养十三五规划教材	湖南师范大学 出版社	郭献山 马继华	2020年01月
20	商务数据分析 与应用	校企合作电子商务专 业精品教材、“互联 网+教育”新形态教材	上海交通大学 出版社	王艳萍	2020年03月

2. 图书文献配备基本要求

图书文献满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，为师生查询、借阅提供方便。本专业类图书文献主要包括：市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

表15 市场营销专业主要参考图书文献配备表

序号	图书文献名称	内容简介
1	西方经济学典型 题题解 -高鸿业	该书主要讲述了西方国家有关的经济学理论，是与教育部高教司组编、高鸿业主编的国家级规划教材《西方经济学》相配套的学习资料。这本《题解》不仅给出了该教材每章后的习题解答，而且还从学习和教学的需要出发，增加了较多的有代表性的题目及其解答。
2	客户服务管理 -张利	包括客户服务认知、目标客户开发、客户投诉处理、客户满意度管理、客户忠诚度管理、大客户维护、客户关系管理等内容。既可作为职业院校财经商贸类专业教材，也可作为相关从业者的培训或参考用书
3	管理学基础 -刘云鹏	本教材在系统梳理和介绍国内外优秀管理学理论成果的基础上，在每章引入实践性较强的管理实务训练和短小精悍的管理寓言，力图和管理类专业学生和实践操作者提供一个学习和实训平台，激发学习兴趣和认知需求，加深对管理学基础理论的认识，提高分析和解决管理问题的基本能力，更好地理解管理职业的内涵，全面提升职业素养，以卓有成效地履行基层岗位的管理职责。
4	渠道管理 -马卫国	本书内容分为5篇，即渠道概念、渠道设计、渠道管理、渠道控制和网络渠道。其中，渠道概念篇介绍了渠道的基本概念以及渠道战略，渠道设计篇介绍了渠道的结构、设计、模式等三个方面的内容，分销渠道管理篇包括渠道成员管理、冲突管理和激励管理，渠道控制篇包括渠道控制和渠道绩效评估，网络渠道篇包括互联网渠道、移动互联网渠道和双渠道管理。 本书结构完整、案例丰富、内容前沿，适合普通高等院校经济管理类专业学生作为教材使用，也可供市场营销一线的精英以及对渠道管理感兴趣的其他人员参考阅读。
5	营销策划创意训 练教程 -黄尧	本书分为策划理论、创意理论和综合实训三部分，共11个项目，其中，项目1、2为基本概念和 workflows 介绍，项目3为创意思维训练，项目4~11为营销策划创意分类综合实训。主要内容包括：导论，策划创意工作过程，创意思维训练，广告策划创意实训，非投资性产品营销策划创意实训，投资性产品营销策划创意实训，促销策划创意实训，品牌策划创意实训，公关策划创意实训，整合营销策划创意实训，创业策划创意实训。 另外，各项目还设置了案例导入、做中学实训项目、丰富的阅读资料及案例思考、分析提示、课堂练习、知识练习等环节，方便教学和自学。 本书可供高职高专及成人高等院校市场营销专业、工商管理专业及相关专业教学使用，还可供市场营销机构和企业从业人员培训与自学使用。
6	市场调查分析 -曹秀娟	这本书主要讲了国内外市场调查与市场分析的基本理论、操作方法和各种分析技术，包括明确调查问题、设计调查方案、选择调

		查方法、处理调查数据、整理调查资料、进行市场分析、开展营销策划、应用SPSS软件等。
7	消费心理学 -余杰	该书将普通心理学和社会心理学应用于市场营销活动领域，详细阐述了消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个体特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者心理活动的外界因素、市场营销策略与心理关系，以及广告、公关、谈判、商品品牌、色彩、包装与消费者心理的关系等。
8	商品学 -严军花	包括商品学概述，商品分类，商品质量，商品标准，质量监督、质量认证和消费者保护，工业品商品特性，纺织品与服装商品特性，食品商品特性，商品检验，商品包装，商品科学养护，商品、自然资源和环境等内容。
9	营销策划 -彭石普	本书旨在提高一定的营销策划水平，系统讲授了营销策划的方法，实施步骤及注意事项，并详细介绍了营销定位策划，形象策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、营销策划管理、整合策划等方面的知识。经理人将从中了解营销策划的相关知识，切实提高自己在营销策划方面的技术，促进营销工作顺利开展。
10	商务演讲 -陆建华	本书中的各种技巧和工具教你如何成为一名高效的商务演讲人。本书主要内容包括组织演讲、做演讲、视听辅助设备、演示清单、电视访谈、记者招待会、给出和接受反馈、复制的精华。本书收入了每个团队受训经理必须掌握演讲的技巧。
11	ERP沙盘模拟教程 -何凡	本书全面、系统地介绍了金蝶软件公司的ERP沙盘模拟教学过程，形成了完整的教学体系。全书共分物理沙盘、电子沙盘、策略和技巧3篇：物理沙盘介绍了ERP模拟沙盘课程概况、模拟企业概况、模拟企业的运营规则和企业的运营流程等；电子沙盘介绍了沙盘经营规则、软件安装与启动、电子沙盘运营及ERP沙盘运营战略分析；策略和技巧介绍了企业模拟运营战略分析、企业模拟运营技巧。 通过模拟企业经营，使学习者在分析市场、制定战略、组织生产、财务管理等一系列活动中，领悟科学的管理规律，掌握管理技巧，全面提升管理能力。本书可以作为高等职业学校工商管理类专业ERP沙盘实训课程的教材，也可以作为各培训机构企业经营沙盘课程的培训教材。
12	网店客服 -张利	本书介绍的客户服务方法与技巧都是经过皇冠级网店实战运用并被证明行之有效的，对急需提升管理能力但又异常忙碌的店主及客服来说，每天只需花费很少的时间，就能轻松掌握销售秘诀，给店铺的业绩带来翻天覆地的变化。 《网店客服》对客服工作流程进行了分解，对客服工作的每个环节、客服应该具备的技能和知识进行了梳理，并添加了客服在接待客户时应用的一些技巧及后期客户的维护管理方法。通过《网店客服》的学习，网店客服可以快速、有效地提升个人工作技能，最终提升店铺销售额。

13	市场营销 -许春燕	是“以能力为本位”的新型市场营销教材,紧紧围绕学生“市场营销职业能力形成”这一主线,创新性地将市场营销职业能力细分为专业能力、社会能力、方法能力、营销思维能力、营销做人能力等几方面,采用营销寓言、故事、案例分析、思维训练、营销游戏、角色扮演、模拟训练、实战演练等多样化的训练方式,使学生市场营销能力的培养更为具体、全面、科学、有效。
14	网络营销 -谭鸿健	系统地介绍了网络营销的宏观环境、营销战略、网络道德规范、消费者行为及市场战略,还从市场实践的角度重点介绍营销学中的产品、价格、促销、渠道以及客户关系管理,即现代营销学中的“4+1”模式。将4P营销组合放在互联网环境中进行讨论,更加强调如何利用互联网环境提升客户价值和客户满意度。

3. 数字教学资源配备基本要求

按照市场营销专业及专业方向和高职学生的特点,开展基于工作过程的课程开发与实践,校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准,共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库(自动评分)、案例库、课程网站等,形成交互式网络课程,通过专业优质核心课程的建设,带动专业课程的改革,逐步建设成一整套专业教学资源库,全面提高人才培养质量。

市场营销专业网络教学资源库的配置与要求如下表所示。

表16-1 市场营销专业网络教学资源库的配置与要求

	资源条目	说明	备注
专业建设 方案 资源	专业简介	主要介绍专业的特点、面向的职业岗位群、主要学习的课程等。	
	人才培养方案	主要包括专业目标、专业面向的职业岗位分析、专业定位、课程体系、核心课程描述等。	
	课程标准	专业核心课程的课程标准	

	执行计划	专业教学计划	
	教学文件	教学管理有关文件	
课程 教学 资源	教学指南	主要包括课程的岗位定位与培养目标、该课程与其他课程的关系、课程的主要特点、课程结构与课程内容、课时分配、课程的重点与难点、实践教学体系、课程教学方法、课程教学资源、课程考核、课程授课方案设计、课程建设与工学结合效果评价等。	
	电子教案	主要包括学时、项目教学的教学目标、项目教学任务单、教学内容、教学重点与难点、教学方法建议、教学时间分配、教学设施和场地、课后总结。	
	多媒体课件	优质核心课程课件	
	教学视频库	主要包括课程设计录像、课堂教学录像等。	
	案例库	以一个完整的企业项目为案例单元，通过观看、阅读、学习、分析案例，实现知识内容的传授、知识技能的综合应用展示、知识迁移、技能掌握等，至少有4个以上的完整案例。	
	实训项目	主要包括实训目标、实训设备和场地、实训要求、实训内容与步骤、实训项目考核和评价标准、实训报告或总结、操作规程与安全注意事项。	
自主 学习 资源	学生作品	主要包括学生实训及比赛的优秀作品、生产性实训作品和顶岗实习的作品等。	
	学习指南	主要包括课程学习目标与要求，重点、难点提示及释疑，学习方法，典型任务解析，自我测试题及答案，参考资料和网站。	
	测试题库	主要包括课程对应的知识和技能的测试，测试题形式多样，兼有客观题和主观题。客观性试题实现自动评分，主观性试题提供参考要点。	

表16-2 市场营销专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	i博导	http://www.ibodao.com/
2	蓝墨云班课	https://www.mosoteach.cn/
3	智慧树	www.zhihuishu.com

4	超星	www.chaoxing.com
5	淘宝大学	https://daxue.taobao.com/
6	商家学习中心	https://xue.jd.com/
7	中国营销传播网	http://www.emkt.com.cn/
8	全国职业院校技能大赛教学能力比赛官网	http://www.nvic.com.cn/
9	市场部网	https://www.shichangbu.com/

（四）教学方法

本专业教师依据市场营销专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用仿真教学、案例教学、项目驱动教学、任务驱动教学、多媒体教学等方法，坚持“学中做、做中学”。

1. 仿真教学法

利用现代信息技术和教学软件建立虚拟情境、虚拟工作项目，并通过“虚拟岗位”操作来完成工作任务，营造仿真工作环境，优化教学过程，提高教学质量和教学效果。

2. 案例教学法

以教师、书本为中心，以课堂教学为主线的单一教学方法显然不能适应现代高职高专的教学需求。而要以学生为主体，教师主导，注重学生在“做中学、学中做，学练并重，教学统一”。在专业基础课程的教学过程中应更多地采用案例教学法、问答教

学法等，实行启发式、讨论式教学，鼓励学生独立思考，激发学习的主动性，充分尊重学生在教学过程中的主体地位，变单向灌输为师生互动，既改革教的方法，又指导学生改进学习方法和思考方法。

3. 项目教学法

按照工学结合人才培养模式要求，将实训贯穿于教学全过程，坚持教学内容和实际工作的一致，根据课程内容，设计若干个工作任务和职业能力项目，并参照企业相关信息和情景来设计教学内容，突出课程学习的真实性、职业性。

在专业课与专业实践课程中，教师采用项目教学法，以项目驱动，让学生在规定的时间内完成项目内容，教师只加以指导，完成后再由学生互评，教师点评。

4. 任务驱动教学法

教师要根据教学目标，结合学生心理发展特征和学习水平，根据实际问题提出探究性的学习任务，难易程度要适宜，前后要有连贯性，要恰好能够激发学生的好奇心，维持他们的学习动机。学生在“任务”的驱动下，培养了问题探索精神及合作精神，锻炼了分析和解决问题的能力。

5. 多媒体直观演示教学法

利用多媒体设备将那些抽象的理论知识用多媒体课件演示出来，编制一些动画，收集一些案例实物和网络视频，来丰富课程内容和表现形式，变黑板式教学为电子化教学和实体化教学，使

过去因没有看到物体而抽象难学的内容变得具体、形象，使深奥的理论知识变得生动、通俗易懂。

6. 启发式教学法

启发式教学是自觉地把学生看作认识活动的主体，坚持“少而精、启发式”，“学为主、教为导”的原则，重在锻炼学生的思维能力，增强学生的参与意识，充分调动学生的学习积极性、主动性和创造性。教学过程中，教师需要从学生的实际情况出发，让学生成为学习的主体，应用各种方式方法调动学生学习的主观能动性，引导学生积极主动地掌握知识、形成技能、发展能力和促进个性健康发展。

7. 请进来走出去教学法

请进来走出去教学法是通过聘请校外专家走进学校，传授经验，同时组织学生走出校门，实地考察和学习，进而提高学生实务操作能力和职业能力的一种教学方法。请进来，即在认知实习与专业实习期间，我们从校外实习基地聘请市场营销专家来校指导学生的操作实训和开设专题讲座；走出去，即在实习期间，组织学生到校外实习基地进行实地观摩，请企业市场营销人员进行现场教学；走进企业了解企业营销流程，增加实践认识，提高学生综合营销策划的能力和营销职业判断能力。

（五）学习评价

本专业课程考核包括过程性、结果反馈性两方面。过程性的考核主要是对学生知、情、意、行的培养的考核，在此过程考核

当中，学生的学习态度、学习的行为过程的表现、与合作伙伴的协调合作能力等都需要定期的动态考评，方能正确监测出学生的学习状况。结果反馈性考核主要是社会上用人单位对学生的知识水平、技能应用能力、团队合作能力、工作态度等社会评价，这将对学院合理开设专业、优化课程设置、完善课堂教学、进而促进学生学习效能的提升,增强其的社会竞争能力意义重大。本专业考核体系分为课程学习的基础、课程学习的过程、课程学习的结果三个模块,为了指标的可操作性，针对不同的模块建立了可观测的8个二级指标，17个三级指标，具体考核指标见下表。

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准
课程学习的基础	知识素养		初次接触该课程学生在相关领域的知识、技能储备情况，相对分数作为参考。
	能力素养		
课程学习的过程	课程学习的行为	作业	对教师布置作业的质与量完成情况。
		课程报告的综合评估	各种课程相关报告的评判。
		相关职业技能等级考试是否通过	以是否取得相关证书作为评判依据。
	课程学习的能力	获取掌握知识能力	按照课程教学计划的要求，对所学知识的掌握程度。
		提出自身见解能力	在课程学习时，能否自主提出相关见解性问题。
	学习的态度与方式	学习咨询	对于学习中出现的各种问题，是否采用了现行的各种手段进行查询。
		学习讨论	能否积极主动的参与课上课下的学习讨论。
		出勤率	在课程学习实践过程中的考勤情况。
课程学习的结果	测评考核	课堂测验	主要采用传统的百分制考查。

		中期和期末测验，综合测试 知识技能与能力技能	主要采用传统的百分制考查。
		专题测验	主要采用传统的百分制考查。
	第三方评价	课外实践的态度	对于所布置的任务，是否积极主动的去参与。
		协作能力	与共事者的协同沟通能力。
		知识水平	专业的理论知识功底。
	课程学习的情感 因素	对老师的情感	对课程任课教师是否认同
		对同学的情感	对共同学习该课程的同学的认同感。
		对课程的情感	对所学课程的认同感。

（六）质量管理

1. 内部教学质量保障

（1）教学督导制度：在学院教学督导团的指导下，建立由系主任担任组长，校内外资深教师、行业专家 and 教学一线骨干教师为组员的系教学督导组。本小组采取日常督导与专项督导相结合、督教与督学相结合、批评与表扬相结合、督导与评估相结合等灵活多样的方式，全面督促和提升本专业的教学质量。

（2）教学检查制度：本专业坚持在每学期期初、期中和期末组织教研室开展教学检查，掌握教学信息，及时发现教学中存在的问题，以便采取措施，加以解决。

（3）新教师开课试讲制度：学院和系部对新进教师统一组织试讲和岗前培训，岗前培训或试讲不合格者不允许上岗，试讲合格后由系部审查教师的教案、授课计划，并由教研室在上课一周内组织老教师听课、评课和指导。

（4）学生评教制度：本专业规定每学期期末进行学生对教师教学评价，在对教师的评教中占据较大（70%）权重。

（5）听课评教制度：本专业建立了系部领导、教学督导、教师队伍听课评教制度，对听课中发现的问题及时反馈给评教对象，听课评教结果作为考核教研室、教学管理人员和被评教师的一项重要指标。

（6）学生教学信息反馈制度：本专业在各年级、各班级选拔学生信息员，公布任课教师的电话和电子信箱，建立畅通的信息反馈渠道，保证学生能及时有效地反馈相关教学信息。

（7）考试抽查制度：本专业建立了完善的课程试题、监考、阅卷、评分和考试质量分析等制度。主要专业课程均建立了试题库，实现教考分离，以考核教学的真实质量。

（8）教学质量激励制度：教师教学质量与年度评先、晋升、岗位津贴挂钩；定期组织开展教师实践教学能力考核、精品课程评选、多媒体课件大赛等活动，将教师引向教学研究领域。通过教师参与专业建设、课程建设、实验实训基地建设等工作，不断提高教师的业务素质 and 育人水平。

（9）职业技能资质考评制度：合理设置职业资格证书考试必需的课程，强化证书考试课程的理论教学与实践教学，以职业资格证书考试科目的考试成绩作为该课程的考试成绩，并作为取得学分及领取毕业证的主要依据，促使学生毕业前取得职业资格证书，提高就业水平和就业能力。

2. 外部教学质量保障

(1) 毕业生追踪调查制度：本专业建立了毕业生追踪调查制度，及时收集用人单位对毕业生的评价信息，了解毕业生对专业设置、课程设置、教学管理等工作的感受和建议，及时发现人才培养工作的薄弱环节。

(2) 用人单位问卷调查：本专业每年定期开展用人单位问卷调查，掌握用人单位人才需求导向和对本专业毕业生的评价。

(3) 聘请行业专业和技术骨干担任兼职教师、实习指导教师、德育辅导员，共同参与专业建设、课程教学实习实训，要将企业用人标准与教学评价标准高度融合。

九、毕业要求

(一) 思想政治素质要求

具有正确的世界观、人生观、价值观，坚决拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观，崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，具有社会责任感 and 参与意识。

具有良好的职业道德和人文素养、较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

(二) 学分要求

学生必须修完教学进程表所规定的课程，且各科成绩合格；

取得相应的课程学分；完成工学交替、顶岗实习和毕业设计，技能抽考合格。

毕业总学分为247学分。公共课程79学分，其中公共必修课69学分，公共选修课10分；专业课程168学分，专业基础课30学分，专业核心课36学分，专业拓展课102学分；总计修完247学分。

（三）证书要求

学生毕业前由学校组织学生考取相关技能资格证书和职业资格证书，如表：

表17 职业资格证书要求

序号	职业岗位	职业资格证书	颁证机关	等级	要求
1	销售业务专员	营销员	国家劳动和社会保障部	初级	必考 (二选一)
2	新媒体运营专员	初级网络营销师	国家劳动和社会保障部	初级	必考 (二选一)
3	中小微企业创业者	SYB培训合格证	人社部		选考

十、附录

表18 教学进程总体安排表（单位：周）

课程类型		课程编号	课程名称	学时分配				考核			学年/学期分配/周课时数										备注
				总学时	学分	理论	实践	考核阶段	考试	考查	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
											一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	
											15	18	17	17	17	16	-	16	11	-	
公共课	必修课	00900001	军事理论与军事技能	148	2	34	114	1、5		√	3W				2						3周入学教育+军训
		00900003	劳动教育	18	1	0	18	2		√		1									

		02610001	思想道德修养与法律基础	66	4	56	10	5—6	√						2	2						
		02610002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	54	3	44	10	8—9	√									2	2			
		02620001	形式与政策	24	1	24	0	5—8	√						2*4	2*4	2*4	2*4				
		02640001	大学生心理健康教育	32	2	24	8	5—6	√						2*12	2*4						
		02023015	计算机应用基础	72	4	28	44	1或2	√	6*12												
		01113002	创业基础	34	2	30	4	3	√			2										
			职业生涯规划	30	2	24	6	1	√	2												
			职业道德与法规	36	2	30	6	2	√		2											
		02630003	经济政治与社会	34	2	30	4	3	√			2										
		02630004	哲学与人生	34	2	30	4	4	√				2									
		02530001	大学英语	120	7	112	8	1—2	√	4*14	4*16											
		02413001	体育	134	8	34	100	1—4	√	2	2	2	2									
		02415010	语文（基础模块）	132	8	124	8	1—2	√	4	4											
			数学	256	16	250	6	1—4	√	4*16	4*16	4*16	4*16									
			大学生职业发展与就业指导	32	2	22	10	8	√									2				
		00900002	大学生安全教育	10	1	10	0	5	√						2*5							设专题
		小 计		1266	69	906	360			22	17	6	4	10	6	0	6	2				
	选修课		职业素质拓展						√													班团素质训练
		02520001	普通话	66	4	30	36	1-2	√	2	2											
		02415012	应用文写作	34	2	16	18	3	√			2										
		02415011	演讲与口才	68	4	32	36	4	√				4									
		小 计		168	10	78	90			2	2	2	4	0	0		0	0				
专业课	专业基础课		经济学基础	60	4	48	12	1	√	4												
			商品知识	72	4	44	28	2	√		4											
			消费者行为分析	68	4	38	30	3	√			4										
			现代推销实务	102	6	50	52	4	√				6									
			商务数据分析与应用	68	4	38	30	5	√					4								
			物流管理实务	64	4	40	24	6	√						4							
			连锁经营与管理	64	4	40	24	8	√									4				
		小 计		498	30	298	200			4	4	4	6	4	4		4	0				
	专业核心课		市场营销实务	102	6	60	42	3	√			6										
			客户服务与管理	102	6	62	40	4	√				6									
			商务谈判	102	6	50	52	4	√				6									
			市场营销策划	102	6	42	60	5	√					6								
			网络营销	96	6	46	50	6	√						6							
			营销渠道管理	96	6	50	46	8	√									6				
			新媒体营销	66	4	30	36	9	√										6			
		小 计		600	36	310	290			0	0	6	12	6	6		6	6				
	专业拓展课程	必修课	营销认知实训	28	1	0	28	3	√			1W										实训1周
			推销场景模拟实训	28	1	0	28	4	√				1W									实训1周
			营销沙盘实训	28	1	0	28	5	√					1W								实训1周
			网络营销实训	56	2	0	56	6	√						2W							实训2周
			市场营销综合实训	220	8	0	220	9	√									20*11W				实训11周，每周20课时

			工学交替企业实训	560	20	0	560	7	√							20W				
			顶岗实习	432	24	0	432	9-10	√									2W	18+4W	4W为寒假， 不记课时 记学分
			创业实训	56	2	10	46	8	√								2W			实训2周
			技能抽考实训	84	3	30	54	9	√									3W		
			毕业教育	24	1	0	24	9	√									1W		
			毕业设计	84	3	20	64	9-10	√									1W	2W	
			小 计	1600	66	60	1540											20		
			选修课	商务礼仪	36	2	24	12	2	√		2								
		营销法规		36	2	26	10	2	√		2									
		Office高级应用		68	4	26	42	3	√			4								
		企业管理基础		68	4	40	28	3	√			4								
		广告创意与策划		68	4	30	38	5	√					4						
		电子商务基础		68	4	40	28	6	√					4						
		社群营销		64	4	30	34	6	√						4					
		互联网文案创作 与策划		64	4	32	32	6	√						4					
		公共关系实务		64	4	30	34	8	√								4			
		农产品营销		64	4	30	34	8	√								4			
		小 计	600	36	308	292				0	4	8	0	8	8	0	8			
		总计			4732	247	1960	2772												
		周课时									28	27	26	26	28	24		24	28	
开设门数									8	9	8	7	8	6		6	2			
考试门数									5	5	4	4	4	3		4	2			

表 19 理论教学与实践教学、课程类型与总学时比例表

序号	课程类型	课程性质	课程门数	教学课时				实践学时占总学时比例（%）	选修课与总学时比例（%）
				总学分	理论课	实践课	总学时		
1	公共基础课	必修课	18	69	906	360	1266	7.6%	
		选修课	4	10	78	90	168	1.9%	3.55%
2	专业拓展课	必修课	11	66	60	1540	1600	32.5%	
		选修课	10	36	308	292	600	6.2%	12.7%
3	专业基础课	必修课	7	30	298	200	498	4.2%	
4	专业核心课	必修课	7	36	310	290	600	6.1%	
总 计			57	247	1960	2772	4732	58.6%	16.2%

表20 专业实践安排表

序号	实践环节名称	周数	实践内容与能力要求	考核方式	地点	备注
1	营销认识实训	1	实训内容： 初步了解市场营销专业岗位工作环境及主要工作环节，培养专业意识。 能力要求： 1. 了解本专业岗位工作环境及工作环节； 2. 了解人际沟通的重要性和自身在人际交往方面的优缺点； 3. 初步培养相应岗位的职业道德。	考查	校内	第3学期
2	推销场景模拟实训	1	实训内容： 目标客户的寻找、约见与接近客户、推销洽谈、客户异议的处理、推销成交等环节的模拟训练。 能力要求： 1. 掌握寻找准顾客的方法； 2. 掌握并灵活运用接近顾客的方法； 3. 熟练掌握推销洽谈的方法； 4. 能正确处理顾客异议； 5. 掌握成交的策略与方法。	考查	校内	第4学期
3	营销沙盘实训	1	实训内容： 熟练掌握营销管理基本流程，并能使用沙盘进行营销管理实战演练。 能力要求： 1. 全面掌握企业营销管理基本理论和基本知识； 2. 掌握营销管理流程和企业运作要求； 3. 会在沙盘模拟中灵活运用营销管理知识开展企业营销管理演练。	考查	校内	第5学期
4	网络营销实训	2	实训内容： 通过制定不同实训任务目标，熟悉和运用各种网络营销工具开展营销宣传和推广。 能力要求： 1. 掌握不同种类网络营销广告的设计方法； 2. 能够掌握微信推广、微博推广、手机客户端推广、直播平台推广和垂直社区推广等网络营销工具的操作方法； 3. 能够进行网络营销战略策划； 4. 能够针对包括零售类、传统制造型企业、服务业、虚拟产品等不同企业，运用网络营销工具开展营销推广。	考查	校内	第6学期
5	工学交替企业实训	20	实训内容： 联合企业教育资源，将学生带入企业一线工作岗位进行营销实战；由企业和学校共同管理和监督，确保学生掌握专业实践技能。	考察	校外	第7学期

			能力要求： 1. 具有吃苦耐劳的精神和较强心理素质； 2. 具有扎实的理论知识，熟悉各项工作的主要内容； 3. 具有较强的学习能力，能将理论联系实际； 4. 具有较强的沟通技巧和团队协作能力。			
6	创业实训	1	实训内容： 培养创新意识和创业能力；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法；熟悉新企业的开办流程与管理；培养创办和管理企业应具备的综合素质和能力。 能力要求： 1. 具备创新创业的意识； 2. 具备撰写创业计划书的能力； 3. 具备创业项目的分析能力； 4. 具备新企业开办的知识。	考查	校内	第8学期
7	市场营销综合实训	2	实训内容： 通过与入校企业和周边企业进行深度合作，由学院教师带队，企业教师指导，在农产品营销、汽车营销、房地产营销等岗位，将学生分批次分组进行企业岗位实践，获得实际工作经验。 能力要求： 1. 根据企业营销目标，完成销售任务的执行能力； 2. 具备面对销售任务的心理抗压能力； 3. 掌握与客户沟通交流，挖掘客户潜在需求的能力。	考查	校内	第9学期
8	市场营销技能抽考实训	3	实训内容： 根据市场营销人才素质要求，实训内容包含市场调查、商务谈判、产品推销、促销策划、全渠道推广5个市场营销专业技能考核项目。 能力要求： 1. 信息采集和沟通协调能力； 2. 业务洽谈及产品推广能力； 3. 营销文案策划能力； 4. 全渠道推广综合能力； 5. 团队协作及心理情绪调节能力。	考查	校内	第9学期
9	顶岗实习	24	实训内容： 在商贸流通企业和农特产品企业，市场营销、客户服务管理、电商运营、跨境电商等岗位实践为顶岗实习任务和工作内容；熟悉本专业综合业务知识，熟练掌握专业技能，提高岗位适应能力和实践动手能力。 能力要求： 1. 熟悉所在岗位的工作流程和企业规章制度； 2. 掌握所在岗位的基本技能； 3. 熟练掌握各类人际沟通技巧。	考察	校外	第9-10学期
合计（周）		65				