

湘西民族职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

专业名称：市场营销

专业代码：530605

学历层次：高职大专

适用年级：2025 级

制定时间：2025 年 7 月

目 录

一、专业名称及专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
(一) 职业面向	1
(二) 职业能力分析	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、课程设置及要求	5
(一) 课程设置情况	5
(二) 专业课程体系架构	7
(三) 课程教学要求	8
七、教学进程总体安排	51
(一) 教学进程表 (表12)	51
(二) 学时与学分分配	56
八、实施保障	56
(一) 师资队伍	56
(二) 教学设施	58
(三) 教学资源	60
(四) 教学方法	65
(五) 学习评价	66
(六) 质量管理	67
九、毕业要求	69
(一) 思想政治素质要求	69
(二) 学分要求	69
(三) 证书要求	69
十、附录	71

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：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者。

三、修业年限

标准修业年限为 3 年，实施弹性学制修业年限不超过 6 年

四、职业面向

（一）职业面向

职业面向如表 1 所示

表1专业职业面向一览表

所属专业 大类 (代码) A	所属专业 类 (代码) B	对应 行业 (代码) C	主要职业类别 (代码) D	主要岗位(群)或 技术领域 E	职业类 证书 F
财经商贸大 类(53)	工商管理 类 (5306)	批发业(F 51)、零 售业(F52)、商务 服务业(L 72)、制 造业(C)	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)、 品牌专业人员 (2-06-07-04)	市场策划主管、 市场推广主管、 销售业务主管、 客户服务主管	1+X数字营销技 术应用职业技 能等级证书(中 级)

（二）职业能力分析

本专业典型工作任务与职业能力分析表如表 2 所示。

表2职业能力分析表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力与素养
1	销售代表	1. 客户开发与维护：通过电话、网络、实地拜访等方式寻找潜在客户，建立客户关系，定期回访客户，了解客户需求变化。 2. 产品销售：向客户介绍产品特点、优势，解答客户疑问，促成交易，处理销售过程中的各种问题。 3. 销售数据分析：记录销售数据，分析销售趋势，为销售策略调整提供依据。	1. 具备沟通能力：能够清晰、准确地表达产品信息，与客户进行有效沟通，理解客户需求并给予恰当回应。 2. 具备销售技巧能力：掌握FABE销售法等销售技巧，能够灵活运用，提高销售成功率。 3. 具备抗压能力：面对销售任务压力和客户拒绝时，能够保持积极心态，调整策略继续努力。 4. 具备团队协作精神：与团队成员密切配合，共享客户资源，共同完成销售目标。
2	市场策划专员	1. 市场调研：设计调研方案，收集市场信息，包括竞争对手动态、消费者需求等进行数据整理与分析。 2. 营销方案策划：根据市场调研结果，制定产品推广、品牌宣传等营销方案，明确目标受众、传播渠道和活动内容。 3. 活动执行与监控：组织并实施营销活动，如促销活动、新品发布会等，监控活动效果，及时调整方案。	1. 具备市场分析能力：能够敏锐捕捉市场变化，分析市场趋势，为策划提供有力支持。 2. 具备创意策划能力：有创新思维，能够设计出吸引人的营销活动和方案。 3. 具备项目管理能力：合理安排活动流程，协调各方资源，确保活动顺利进行。 4. 具备责任心精神：对策划方案的执行效果负责，认真对待每一个细节，确保活动达到预期目标。
3	客户关系管理专员	1. 客户信息管理：建立客户信息数据库，收集、整理客户基本信息、购买记录等，确保信息的准确性和完整性。 2. 客户关怀与服务：通过电话、短信、邮件等方式与客户保持联系，提供售后服务，处理客户投诉，提高客户满意度。 3. 客户价值分析：运用数据分析方法，评估客户价值，制定差异化的客户管理策略，提高客户忠诚度。	1. 具备客户服务意识：始终以客户为中心，关注客户需求，提供优质的服务体验。 2. 具备数据分析与运用能力：能够利用数据分析工具对客户信息进行分析，为决策提供支持。 3. 具备问题解决能力：遇到客户问题时，能够迅速响应，提出有效的解决方案。 4. 具备耐心细致精神：在处理客户信息和问题时，保持耐心，注重细节，避免出现差错。
4	直播销售员	产品销售（讲解答疑、产品演示、引导消费） 话题互动； 直播控场、舆情管理	1. 具有一定的文案策划能力； 2. 具备专业的直播表述技巧； 3. 熟悉直播平台规则和直播平台工具； 4. 具备直播互动技巧； 5. 具备良好的沟通和协作能力、自我学习能力，抗压能力强。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，传承技能文明，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，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能

，本专业坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，适应经济社会转型升级及数字商务蓬勃发展需要，紧密对接湖南省“三高四新”战略目标，面向湖南商务行业，对接湖南现代化产业体系，服务湘西地区经贸发展。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，掌握市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、营销活动策划与执行、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业群，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作，具有大数据思维的高素质复合型技术技能人才。毕业3-5年后，能在企业从事销售岗位、客户服务岗位、新媒体运营岗位、营销策划和创新创业等岗位或成为企业管理骨干。

（二）培养规格

本专业培养规格如表3所示。

表3专业培养规格详表

培养要求	具体内容
素质要求	1、思想政治素质： ► 遵纪守法、坚决拥护中国共产党领导，爱国和爱党、爱社会主义高度统一，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求； ► 具有深厚的国家认同感、民族自豪感和责任感，树立远大理想、担当时代责任、勇于砥砺奋斗、锤炼品德修为，建立正确的世界观、人生观、价值观。 ► 崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神； 2、职业道德素质： ► 具有良好的职业道德，遵守互联网行业法律法规和企业规章制度，采用正规渠道实施网络交易，诚信守法； ► 具备维护网络安全和净化网络空间的意识，防范信息泄露；具备主动担当积极作为的意识，注重产品质量，防范假冒伪劣，积极承担社会责任。具有耐心细致的工作态度及严谨专注、精益求精的“工匠精神”，少急功近

	利、多专注持久； ▶ 具有创新能力和创业意识，助力创新驱动发展、新旧动能转换；具备谦虚谨慎的工作素养，秉承实事求是的工作作风，专注行业发展的核心驱动力； ▶ 具有较强的市场意识、成本意识、质量意识和全球意识，塑造系统解决问题的意识与能力；具有求真、开放、平等、协作、分享的互联网精神，坚持经济效益与社会效益的统一 3、人文科学素质 ▶ 秉持诚信等正确价值观，营销中保障消费者权益； ▶ 保持敬业与乐观，积极应对工作挑战；理解多元文化，适应不同群体消费需求； ▶ 掌握历史知识，借鉴商业经验；把握消费者心理，用于营销策略制定；学会自我调适，保持良好工作心态； ▶ 具备有效沟通技巧，准确传达信息； ▶ 拥有团队协作精神，配合完成工作；有审美能力，提升产品吸引力；具备创新思维，开展创意营销；增强法律意识，确保营销合法；遵守职业道德，树立良好形象。 4、身体心理素质： ▶ 达到《国家学生体质健康标准》，养成良好的健身与卫生习惯； ▶ 具有健康的体魄、积极的心态、良好的人际关系和健全的人格；具有开朗、活泼、勇于沟通表达的性格特征； ▶ 具有环境适应能力；具有较强的抗压能力，能够进行情绪管理。
知识要求	通用知识： ▶ 掌握思想政治理论、科学文化、与本专业相关的法律法规熟悉，如《如营销法律法规》、《消费者权益保护法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国反垄断法》等与市场营销活动相关的法律法规，理解消费者权益保护、产品责任和广告法的重要性。 ▶ 掌握高等职业教育必备的基础知识，如学习马列主义、毛泽东思想、习近平新时代中国特色社会主义思想等理论体系基础知识、心理健康知识、德育、英语、体育、计算机应用、职业发展等人文基础知识； 2、专业知识： ▶ 掌握市场营销环境分析、营销战略规划、营销策略制定的内容和方法等知识； ▶ 掌握消费者行为基本规律，影响消费行为的各种因素、改变用户行为的方法等知识； ▶ 掌握市场调查的工具、方法、流程，以及市场调查报告撰写方法等知识； ▶ 掌握客户识别、客户信息管理、潜在客户开发、客户分级管理、客户服务和异议处理的方法、技巧与策略，以及常见智能客服应用场景等知识； ▶ 掌握商务谈判和项目招投标流程和策略、商务谈判计划书和招投标文件制定内容和方法、合同签订及相关法律法规等知识； ▶ 掌握项目销售步骤、方式、策略与技巧，以及销售管理等知识； ▶ 掌握品牌、营销活动策划与推广的流程、方法与技巧，以及策划方案撰写方法等知识； ▶ 掌握微博、微信、社群、短视频、搜索引擎、推荐引擎、直播等数字营

	销和人工智能营销新知识、新技术； ►掌握服务营销基本流程和策略制定、实施的方法等知识；
能力要求	1、通用能力 ►具有较强的口头与书面表达能力； ►具有较强的心理问题识别、人际沟通、情绪与压力管理、挫折应对、爱自己爱人、热爱生活的能力； ►具有终身学习、熟练运用信息技术、收集处理信息的能力； ►具有较强的组织协调与执行能力，创新创业能力； ►具有独立思考、逻辑推理、制定工作计划等能力； ►具有发现问题、分析问题和解决问题的能力。 2、专业能力 ►具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化的数字营销能力； ►具有运用商业信息技术与工具，开展竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的消费者行为分析能力； ►具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理的项目销售能力； ►具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的品牌策划与推广能力； ►具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发智能客户服务能力 ►具有商务数据收集、处理、分析、可视化的商务数据分析能力； ►具有适应营销领域数字化和智能化发展需求的数字技能； ►具有商务礼仪规范应用能力； ►具有一定的创新创业能力

六、课程设置及要求

（一）课程设置情况

本专业共设置公共基础课、专业课和实践性教学三部分，其中公共基础课分必修课、公共基础限选课和公共基础任选课，主要培养学生通用素质、知识和能力。专业课分专业基础课、专业核心课和专业拓展课，主要培养学生专业素质、知识和能力。实践性教主要培养学生面向岗位的素质、知识和能力，包含实验、实习实训、毕业设计、社会实践等。本专业课程设置情况具体如表 4 所示。

表4课程设置情况一览表

序号	课程类别	课程门数	学分小计	主要课程
----	------	------	------	------

1	公共基础课	公共基础必修课	14	32	军事理论与军事技能、劳动教育、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、国家安全教育、大学生心理健康教育、信息技术、创业基础、大学生职业发展与就业指导、大学体育、中华民族共同体概论
2		公共基础限选课	8	16	应用文写作、大学语文、大学数学（理工类）、美育、物理（理工）、化学（农林牧渔）、党史国史、大学英语
3		公共基础任选课	5	3	普通话、演讲与口才、土家织锦、蜡染、中华优秀传统文化
4	专业课	专业基础课	6	18	经济学基础、管理学基础、市场营销基础、商品学基础、大数据财务管理、市场调查与预测
5		专业核心课	8	26	消费者行为分析、商务数据分析、智能客户服务实务、数字营销、商务礼仪与沟通、销售与管理、品牌策划与推广、服务营销
6		专业拓展课	8	22	商务文案策划与撰写、OA技术与应用、短视频策划与制作、商务谈判、Python程序设计、直播营销、渠道管理、视觉沟通技术与应用
7	集中实践课		7	43	营销沙盘实训、营销基础技能实训、营销岗位技能实训、综合实训、技能抽考实训、毕业设计、岗位实习

本专业在充分的市场调研和专家论证基础上，深入研究职业技能等级证书标准，全面推进“1+X”证书制度，结合本专业高素质技术技能人才的培养目标，在既注重专业知识、技能、方法，更突出课程思政及综合素养的提升前提下，构建了面向职业能力、岗课赛证融通的市场营销专业课程体系，如下图所示；

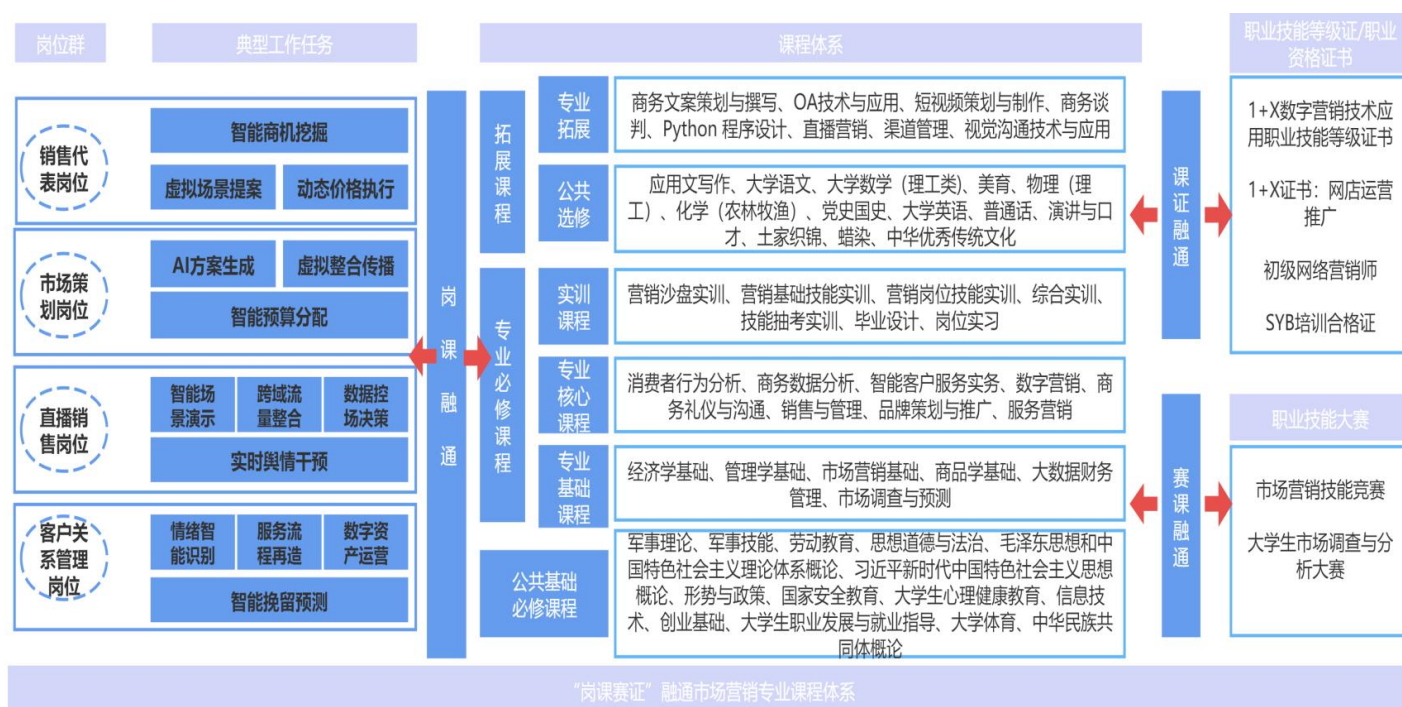


图1市场营销专业课程体系一览表

(二) 专业课程体系架构

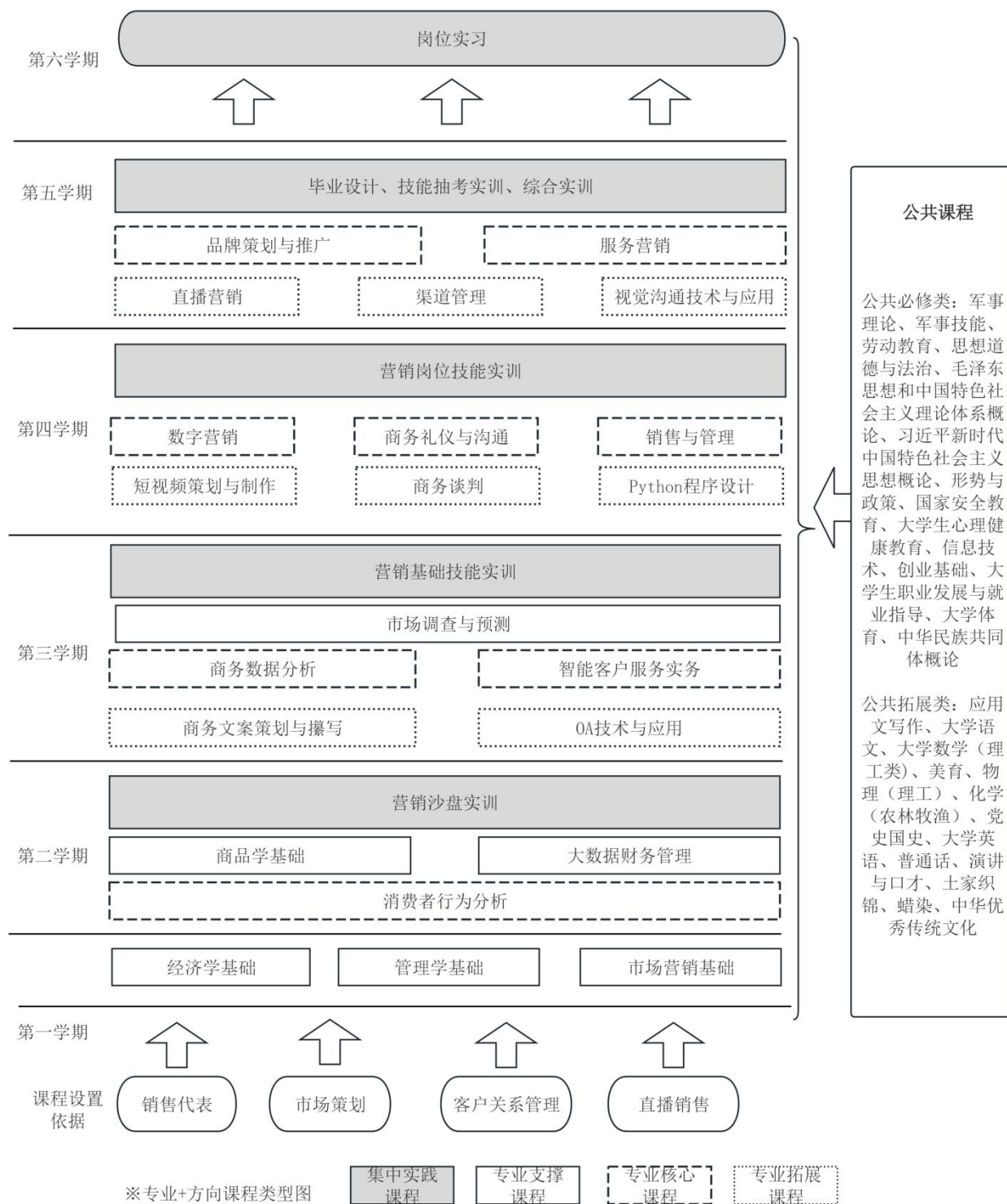


图2市场营销专业课程体系架构图

（三）课程教学要求

1. 公共基础课程设置及要求

公共基础课程分为公共基础必修课、公共基础限选课和公共基础任选课三部分，共 26 门课程。

（1）公共基础必修课程

包括《军事理论》《军事技能》《劳动教育》《思想道德与法治》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》《形势与政策》《国家安全教育》《大学生心理健康教育》《信息技术》《创业基础》《大学生职业发展与就业指导》《大学体育》《中华民族共同体概论》共 14 门课程，620 学时，32 学分。公共基础必修课程设置及要求如下表 5 所示。

表5公共基础必修课设置及要求

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
1	军事理论	素质目标 1. 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。 2. 激发学生努力学习，报效祖国的志向。 知识目标 通过军事理论课程的学习，掌握一定的军事知识。 能力目标 能够运用所学本课程的知识分析军事形势。	1. 国防概述2. 国防法制3. 国防建设4. 国防动员 5. 军事思想概述 6. 毛泽东军事思想7. 邓小平新时期军队建设思想 8. 国际战略环境概述 9. 国际战略格局10. 我国安全环境11. 高技术概述 12. 高技术军事上的应用 13. 高技术与新军事变革 14. 信息化战争概述 15. 信息化战争特点	课程思政： 旨在将爱国主义、集体主义和国防观念等核心价值观融入教学内容，让学生在在学习军事知识的同时，树立正确的国家安全观和使命感。 教学条件： 训练场地、军械器材设备。 教学方法 教官现场示范教学，学生自我训练。 师资要求 军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验及良好的师德师风。 考核要求

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
				考查。形成性考核60%+终结性考核40%。
2	军事技能	素质目标 1. 提高学生的政治觉悟，激发爱国热情。 2. 发扬革命精神，培养集体主义精神。 3. 增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学风和生活作风。 知识目标 1. 掌握军姿、军纪及必备军事技术训练要素。 2. 熟悉并掌握军人徒手队列动作的要领、标准。 能力目标 1. 培养学生思想上的自立和独立，养成严格自律的良好习惯，提高生活自理能力。 2. 培养学生坚强的毅力和面对困难的能力。 3. 具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。	1. 内务整理 2. 军姿、军人徒手队列动作 3. 喊口号、拉歌、拉练、分列式会操演练等	课程思政： 通过军事技能训练，培养坚韧意志、团队协作和爱国奉献精神，将个人成长融入国家国防建设。 教学条件：寝室、训练场地、军械器材设备。 教学方法：讲解与示范相结合，逐个动作教练，还可以采取竞赛、会操、阅兵的方法，注重教养与学用一致，强调在日常生活、训练中养成优良的作风。 师资要求：军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验及良好的师德师风。 考核要求：考查。形成性考核60%+终结性考核40%。
3	劳动教育	素质目标 1. 牢固树立劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的正确劳动观。2. 形成尊重劳模工匠、争当劳模工匠的良好风尚。 知识目标 1. 能够掌握通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观。 2. 了解劳动相关法律法规与劳动安全知识。 能力目标 1. 养成乐于劳动、善于劳动、注重安全、遵纪守法的良好劳动习惯。	主要内容： 1. 劳动精神 2. 劳模精神 3. 工匠精神 4. 劳动组织 5. 劳动安全 6. 劳动法规（含专题教育）	课程思政： 引导学生崇尚劳动、尊重劳动者，树立勤俭、奋斗、奉献的价值观，培养知行合一的实践能力。 教学条件理论授课使用多媒体教学，利用试听媒体，将抽象的教学内容，采用图

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		2. 具备满足生存发展需要的基本劳动能力。		文并茂的方式形象的演示出来，教学示范清晰可见。实践教学以集体劳动实践为主。 教学方法：理论教学灵活运用集中讲授、分组讨论、专题讲座、心得分享等授课方法，点燃学生对工匠精神的向往，增强学生劳动知识与能力的培养。 师资要求：担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风、较为深厚的劳动素养理论知识，同时应具备较丰富的教学经验。 【考核要求】考查。形成性考核40%+终结性考核60%。
4	思想道德与法治	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。 知识目标 1. 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。 能力目标 1. 能树立正确的人生观和崇高的理想信念。 2. 能践行中国精神和社会主义核心价值观。 3. 能以道德规范自身行为。 4. 能运用法治思维解决实际问题。	主要内容： 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	课程思政：帮助学生明辨是非，树立正确的世界观、人生观、价值观，增强法治观念和道德修养。 教学条件 授课使用多媒体教学，利用视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂的方式形象的演示出来，教学示范清晰可见。 教学方法 采用课堂讲授、实践教学、网络

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
				教学、自主学习等方式开展教学。 师资要求 担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风、研究生以上学历或讲师以上职称，政治素质过硬、业务能力精湛。 考核要求 考试。形成性考核50%+终结性考核50%。
5	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	素质目标 1. 能够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。 2. 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。 知识目标 了解马克思主义中国化的历史进程、理论成果以及各重大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。 能力目标 1. 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。 2. 能够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	课程思政： 引导学生深刻理解中国共产党思想理论的演变和发展，坚定对中国特色社会主义的信念。 教学条件除使用传统教具（黑板、粉笔、PPT）外，还充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。 教学方法 （1）讲授法 （2）问题探究法 （3）头脑风暴法 （4）翻转课堂法 师资要求担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风、研究生以上学历或讲师以上职称，政治素质过硬、业务能力精湛。 考核要求考试。形成性考核50%+终结性考核50%。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标 明确新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义，建设什么样的社会主义现代化强国、怎样建设社会主义现代化强国，建设什么样的长期执政的马克思主义政党、怎样建设长期执政的马克思主义政党等重大时代课题，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，捍卫“两个确立”，做到“两个维护”，成为社会主义建设合格的接班人。 知识目标 系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求。 能力目标 透彻理解中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略，提升思想政治觉悟；培养运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力，增强大学生的使命担当，争做社会主义合格建设者和可靠接班人。	主要内容： 1. 本课程系统讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求。 2. 具体章节根据教育部编写《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》教材主要内容为准。	课程思政： 引导学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，增强“四个意识”，坚定“四个自信” 教学条件 智慧教室、智慧职教课程平台、以及各种信息化手段。 教学方法 理论教学（38学时）和实践教学（10学时）。其中，理论教学形式主要有讲授、视频资料、演讲、辩论、主题研讨等。实践教学主要形式有参观学习、研究性学习、实践调研等。 师资要求 担任本课程的主讲教师具有良好的师德师风，具有研究生以上学历或讲师以上职称，政治素质过硬、业务能力精湛。 考核要求 过程性考核与终结性考核相结合：过程考核包括学习态度考核（平时出勤情况、课堂表现），占比20%；学习技能考核（平时作业、调查报告、小测验等），占比30%；期末考试占比50%。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
7	形势与政策	素质目标 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。 知识目标 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。 能力目标 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。	主要内容： 1. 党的建设 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	课程思政： 帮助学生认清国内外形势，理解国家政策，将个人发展融入时代潮流，增强责任感和使命感。 教学条件 授课使用多媒体教学，利用视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂的方式形象的演示出来，教学示范清晰可见。 教学方法 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形势与政策课教学中的运用。 师资要求 担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风、研究生以上学历或讲师以上职称，政治素质过硬、业务能力精湛。 考核要求 考查。形成性考核50%+终结性考核50%。
8	国家安全教育	素质目标 培养学生宏观国际视野，增强学生国家安全意识和忧患危机意识，具有“国家兴亡，匹夫有责”的责任感和理性爱国的行为素养。以全面贯彻落实总体国家安全观为目标，从总论到13个重点安全领域知识学习。 知识目标 了解国家安全的基本内涵，认识传统	为牢固树立和全面践行总体国家安全观，落实2020年10月教育部印发的《大中小学国家安全教育指导纲要》(以下简称《纲要》)，根据《纲要》中对高校开展国家安全教育的要求，以及《纲要	课程思政： 通过完成当代大学生国家安全教育课程，学生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，国家安全各重点领域的基本内涵、重

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		与非传统安全，熟悉国家安全战略及应变机制。 能力目标 帮助学生系统掌握中国特色国家安全体系，养成主动关注国内外时事的习惯，具备正确分析国家安全形势的能力；树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。	《明确规定的详尽的国家安全教育知识要点，课程重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观，从总论与政治安全、经济安全、军事安全等13个重点领域，完整涵盖最新教学要点，并配备丰富的专题教育、教学辅助资源	要性；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；掌握维护国家安全的途径与方法；通过当代大学生国家安全教育课程，使学生在日常的学习生活中，自觉养成维护国家安全的良好习惯。 考核采取过程考核70%+期末考核30%权重比的形式进行课程考核与评价。
9	大学生心理健康教育	素质目标 1. 使学生树立心理健康发展的自主意识。 2. 了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、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。 知识目标 1. 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。 2. 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。 能力目标 使学生能自我探索、心理调适及心理发展，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。	主要内容： 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	课程思政： 引导学生正视并管理情绪，培养积极心态和抗压能力，建立和谐人际关系，促进全面发展。 教学条件 多媒体教学。 教学方法 (1) 课堂讲授法。 (2) 心理测评法。 (3) 小组讨论法。 (4) 任务驱动法。 (5) 角色扮演法。 师资要求 具有良好的师德师风，心理学专业或教育学专业，有较强的教学能力，掌握一定的信息技术。 考核要求考查。形成性考核60%+

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
				终结性考核40%。
10	信息技术	素质目标： 1. 遵守信息法律法规，培养数据安全防护意识。 2. 坚守职业伦理，抵制虚假信息，保护知识产权 3. 培养团队协作精神。 知识目标： 1. 精通WPS文字、表格、演示功能。 2. 掌握信息检索技术。 3. 理解新一代信息技术的核心概念与典型应用。 4. 掌握文档标准化处理流程。 能力目标： 1. 能完成复杂办公任务，利用公式、函数处理数据。 2. 能设计制作设计动态演示文稿。 3. 能使用AI工具生成创意内容。 4. 通过信息检索解决专业问题。	模块一：WPS文字高级处理 1. 撰写活动招募通知 2. 制作学校宣传简介 3. 定制个性化课程表 4. 编辑毕业设计文档 模块二：WPS表格数据处理 1. 制作社区健康管理表 2. 分析企业运营数据表 3. 制作非遗文化数据图 4. 制作电商销售数据表 模块三：WPS演示文稿制作 1. 制作湘西文旅演示文稿 2. 制作非遗文化科普手册 3. 制作创新创业路演文稿 模块四：WPS云协作与管理 1. 小组论文协作撰写 2. 非遗现状调研问卷 模块五：智能信息检索 1. 检索“6G技术”信息 2. 检索最新招聘信息 3. 检索“神州十九	课程思政： 课程融入爱国情怀、社会责任，诚信原则、安全责任感，文化自信与传承，创新精神与终身学习贯穿课程始终。 教学条件： 配备WPSOffice高级版及AI工具，配备投影或纳米黑板演示设备。 教学方法： 采用讲授法、案例分析法、小组讨论法、实践教学法等多种教学方法，以期将学习领域的知识和行动领域的技能很好的结合。 师资要求： 主讲教师应具有本科以上学历，有良好的沟通表达能力，具备办公软件应用、熟悉AI工具操作经验。 考核要求： 采取过程性评价，终结性评价，思政与职业素养相结合的方式，其中过程考核为50%，终结性考核为40%、思政

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
			号”信息 4. 检索文献与专利信息 模块六：AI工具与行业应用 1. 周年庆活动策划生成 2. 传统节日海报生成 3. 城市文旅宣传文案 模块七：信息社会责任与法规 1. 信息安全法律法规与责任 2. 个人与组织防护	与素养评价为10%。
11	创新创业教育	素质目标： 树立科学的创业观；培养敢拼会闯的企业家精神；积极投身创业实践。 知识目标： 描述并说明创新创业的基础知识、基本理论和基本流程；能结合本专业识别、选择与评估创新创业机会；辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；阐述并解释创新创业政策要点。 能力目标： 应用创新创业知识，组建创业团队、开展项目研究、整合创业资源、撰写创业计划等；熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力。	主要内容： 1. 初识创新与创业 2. 培养创新素养 3. 保护创新发明与创新成果 4. 识别创业机会与创业风险 5. 组建创业团队 6. 管理创业资源，学会创业融资 7. 制订创业计划 8. 管理创新企业	课程思政： 【教学条件】多媒体教室。 【教学方法】采用专题式讲座，运用创业案例教学调动学生学习积极性。通过撰写创业计划书，了解创业过程，提升创业能力。 【师资条件】担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风，扎实的理论和实践基础。 【考核要求】考查。形成性考核40%+终结性考核60%。
12	大学生职业发展与就业指导	素质目标： 培养学生的职业道德、职业意识和职业态度，使学生具备良好的团队合作精神、责任心和敬业精神； 增强学生的心理承受能力和抗压能力，帮助学生树立正确的人生观、价值观和就业观，以积极乐观的心态面对职业发展和就业过程中的挑战。 知识目标： 了解职业发展的基本概念、理论和	主要内容： 1. 自我认知 2. 职业认知 3. 生涯决策与目标设立 4. 职业生涯规划的评价、反馈与实施 5. 就业形势与政策 6. 就业信息的搜集与分析	课程思政： 教学条件： 多媒体教室，利用视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂及视频展示的方式演示出来，教学示范清晰可见。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		模型，如职业锚理论、职业生涯发展阶段理论等；掌握当前的就业形势、就业市场动态以及国家和地方的就业政策、法规；了解求职签约的具体流程和方法，掌握就业相关的法律法规知识、权益维护和社会保险相关知识。 能力目标： 职业规划能力：能根据自身兴趣、能力、价值观等因素进行职业规划，制定合理的职业发展目标和行动计划； 就业信息收集与处理能力：能够从各种渠道获取有效的就业信息，并根据信息进行合理的职业选择。 求职实践能力：通过模拟面试、简历制作练习等方式，提升学生的求职实践能力。 职业适应与调整能力：在新环境中快速适应职业要求的能力，以及在职业发展过程中根据实际情况调整职业规划的能力。	7. 就业选择与求职准备 8. 求职材料的准备 9. 求职面试技巧 10. 就业签约与权益保护	教学要求： 教学方法：主要采用讲授法、任务驱动法、案例教学法和小组合作讨论法等。 师资条件：担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风，扎实的理论和实践基础。 考核要求：考查。形成性考核40%+终结性考核60%。
13	大学体育	素质目标 1. 具备团结协作的精神。2. 具备敢于拼搏的精神。3. 具备终身体育的意识。4. 具备安全健身的意识。 知识目标 1. 运动项目起源、发展、特点价值等相关理论知识 2. 了解篮球项目理论知识。 3. 掌握篮球运球、投篮、传球等基本技术动作。 4. 熟悉田径项目中中长跑的技术要领及锻炼方法。 5. 了解排球项目理论知识。 6. 掌握排球传球、垫球、发球等基本技术动作。 7. 掌握二十四式太极拳。 8. 了解足球、羽毛球、乒乓球等项目的运动特点。 9. 掌握足球传球、停球、等技术动作或者掌握羽毛球发球、后场高远球等技术动作或者掌握乒乓球握拍方法、发球、推挡等技术动作。 10. 掌握制定锻炼计划的方法。 能力目标 1. 能够根据自身情况制定简单可行的	主要内容： 1. 田径2. 篮球 3. 民族传统体育4. 排球 5. 武术 6. 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。 7. 羽毛球8. 乒乓球	课程思政：帮助学生强健体魄，磨练意志，培养团队协作和拼搏精神，为终身健康打下基础。 教学条件：田径场、篮球场，篮球若干；多媒体教室。 教学方法：讲解示范教学法、指导纠错教学法、探究教学法和小组合作学习法等。 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，有一定的教学基本功和专业水平，同时应具备较丰富的教学经验。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		自我锻炼计划。 2.能够组织篮球、排球、羽毛球、乒乓球比赛。 3.能够欣赏、解读篮球、田径比赛、太极拳、排球、羽毛球、乒乓球比赛。 4.掌握篮球、足球、羽毛球体育项目中1-2项，并能制定简单可行的自我锻炼计划。		考核要求 考查。考核采用多元评估体系，形成性考核40%+终结性考核60%。
14	中华民族共同体概论	素质目标： 1.深刻理解“中华民族共同体是国家统一之基、民族团结之本、精神力量之魂”，坚定对伟大祖国的认同，树立“国家利益高于一切”的政治立场 2.理解各民族共同开拓疆域、共同书写历史、共同创造文化、共同培育精神的历史事实，树立“中华民族历史是各民族共同缔造”的历史观； 3.理解各民族共同开拓疆域、共同书写历史、共同创造文化、共同培育精神的历史事实，树立“中华民族历史是各民族共同缔造”的历史观。 知识目标： 1.掌握“中华民族共同体”的定义、本质、特征； 2.理解中华民族共同体的历史渊源； 3.熟悉党的民族政策体系； 4.分析当前中华民族共同体建设的现实挑战。 能力目标： 1.能够运用马克思主义立场观点方法分析民族问题，辨析“民族自决”“文化孤立”等错误言论的本质与危害； 2.能够运用新媒体传播中华民族共同体理念，讲好“中华民族共同体”故事； 能够识别网络空间中的民族歧视言论，并运用法律与理论知识进行有理有据的反驳	主要内容： 1.中华民族共同体基本概念 2.中华民族共同体基本理念 3.中华民族共同体理论渊源 4.全面推进中华民族共同体建设 5.树立正确中华民族历史观 6.文明初现与中华民族渊源 7.天下秩序与华夏共同体演进 8.大一统与中华民族初步形成 9.华夷一体与中华民族空前繁盛 10.供奉中国与中华民族内聚发展 11.混一南北与中华民族大统合 12.中外汇通与中华民族接续巩固 13.中华一家与中华民族格局底定 14.民族危亡与中华民族意识觉醒 15.先锋队与中华民族独立解放 16.新中国与中华民族新纪元 17.新时代与中华民族共同体建设	课程思政： 以铸牢中华民族共同体意识为主线，贯穿历史观、国家观、文化观教育，强化政治认同与文化自信，引导学生自觉维护国家统一与民族团结。 教学条件： 智慧教室、智慧职教课程平台、以及各种信息化手段。 教学方法： 以学生为中心，在教学过程中融入文化自信，发扬光大中国传统文化等课程思政内容，等采用模块化、项目化教学，利用信息化手段和教学资源，开展线上线下混合式教学，多采用讲练法、案例分析法、问题法、讨论法等教学方法。 师资要求： 应具有研究生以上学历或讲师以上职称，汉语、文学、历史专业毕业，有较丰富的教学经验。 考核要求：

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
				考查。 过程评价考核占50%+终结性考核占50%权重比的考核方式。

(2) 公共基础限选课程

包括《应用文写作》《大学语文》《高等数学》《美育》《大学英语》《职业素养》共6门课程，278学时，16学分。公共基础限选课程设置及要求如表6所示。

表6公共基础限选课设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	应用文写作	素质目标： 1. 通过了解应用文的历史发展及悠久文化，增强文化自信，培养爱国情怀； 2. 明确自己在中华民族伟大复兴中担当的历史重任和使命，使命呼唤担当，激发学生自主学习能力； 3. 根据课程内容穿插国内外实事案例，帮助树立正确的世界观、人生观与价值观； 4. 培养良好的人际交往能力、沟通协调能力和团队合作精神。 知识目标： 1. 了解应用文的基本知识、结构、语言表达方式特点； 2. 能理解实际工作中应用文写作语言与表达方式特点、及在工作沟通中的应用性； 3. 熟悉实际工作中常用文书的作用，能正确选择文种； 4. 掌握日常工作常用文书的结构及写作方法。 能力目标： 1. 能独立撰写实际工作中常用的文书写作； 2. 能通过自己整理收集材料，独立撰写毕业设计。	主要内容： 1. 应用文写作的主题、材料、结构、语言与表达方式； 2. 行政公文的概念、特点、种类； 3. 决定、通知、通报、报告等的概念、特点、写作要求； 4. 日常文书，条据、申请书； 5. 启事概念、种类、特点、写作要求； 6. 事务类文书的概念、种类、特点、写作要求； 7. 经济文书，经济合同、活动方案的概念、特点、写作要求； 8. 大学生实用文书，毕业设计、演讲稿、求职简历、倡议书的概念、特点、写作要求； 9. 调研文书，调查报告的概念、特点、写作要求。	课程思政： 帮助学生掌握规范的公文写作技巧，培养严谨的逻辑思维和诚信的职业素养 教学条件： 授课使用多媒体教学，利用视听媒体，将抽象的教学内容采用图文并茂的方式形象的演示出来，教学示范清晰可见。 教学方法： 主要采用讲授教学法、翻转教学法、任务驱动法、案例教学法和小组合作学习法等教学方法。 师资要求： 担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风，具有较为深厚的文字写作能力，同时应具备较丰富的教学经验。 考核要求： 考查，形成性考核50%+终结性考核50%

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
2	大学语文	素质目标: 1. 树立正确世界观、人生观、价值观; 2. 培育学生的创新批判性思维和工匠精神; 3. 培养学生的职业道德、合作意识和敬业精神等职业素养; 4. 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; 5. 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。 知识目标: 1. 掌握基本语文常识; 2. 掌握散文、诗词、小说、戏剧四大文学体裁特点; 3. 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; 3. 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。 能力目标: 1. 具备较强的阅读理解能力; 2. 具备较好的口头表达和书面表达能力; 3. 具备较强的信息处理和解决实际问题的能力; 4. 具备良好的文学作品鉴赏和审美能力; 5. 具备较强的自主学习能力和团队协作能力。	主要内容: 1. 经典文学作品阅读与欣赏; 2. 延伸阅读; 3. 知识广角; 4. 语文综合实践。	课程思政: 引导学生传承和弘扬中华优秀传统文化, 提升语言文字表达能力和人文素养, 增强文化自信。 教学条件: 多媒体教室 教学方法: 以学生为中心, 采用模块化教学, 利用信息化手段和教学资源, 开展线上线下混合式教学, 多采用问题法、讨论法、自主学习法、影视欣赏等教学方法。 师资要求: 具有良好的师德师风、研究生以上学历或讲师以上职称, 汉语言文学、文字学等相关中文类专业毕业, 有一定教学经验的教师。 考核要求: 过程性考核40%+终结性考核60%。
3	高等数学	素质目标: 1. 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; 2. 提高学生就业能力和创新能力。 知识目标: 1. 掌握职业岗位和生活中所必要的数学知识; 2. 掌握职业生涯发展所需要的数学基础知识。 能力目标: 1. 培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技	主要内容: 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;	课程思政: 帮助学生理解数学之美和逻辑之严谨, 培养科学精神和严谨求实的治学态度。 教学条件 多媒体设备、智能手机等。 教学方法 线上线下混合式教学法、案例教学法、讲授法、小组合作讨论法、比较法、数形结

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		能; 2. 培养学生的观察能力、空间想象、分析问题、解决问题的能力。	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;	合观察法、练习法、自主学习法。 师资要求 具有良好的师德师风, 数学教育专业或应用数学专业教师。 考核要求: 形成性考核30%+终结性考核70%
4	美育	素质目标 1. 促进学生的人文素质全面发展。 2. 提高学生的艺术审美鉴赏能力。 3. 弘扬民族艺术, 培养爱国主义精神。 4. 尊重艺术, 理解多元文化。 知识目标 1. 理解美的基本概念。 2. 学会辨别美与丑, 了解美丑的区别。 能力目标 1. 提高学生对美的观察能力、感受能力、认知能力、创造能力。 2. 学会用自然美、生活美、艺术美、科技美来感受事物。	主要内容: 模块一: 诗意的栖居: 大学美育, 什么是美 模块二: 曼妙的世界: 自然美, 了解自然美——培养学生审美能力 模块三: 极致的追求: 生活美 服饰之美、器皿之美、饮食之美 模块四: 心灵的旋律: 艺术美 音乐之美、舞蹈之美、绘画之美、雕塑之美、建筑之美、戏剧之美、影视之美、诗词之美 模块五: 智慧火花: 科技美, 科学之美、技术之美	课程思政: 引导学生提升审美能力和人文素养, 塑造健康人格, 培养积极向上的生活态度和创新精神。 教学条件 使用智慧教室, 运用多媒体课件教学; 教学方法: 通过“线上+线下”混合式教学模式, 线下课堂运用启发式讲授、任务教学法、情景交际法等教学方法相融合; 师资要求: 应具有研究生以上学历或讲师以上职称, 有较丰富的教学经验 考核要求: 本课程为考试课程, 形成性考核占60%与终结性考核占40%权重比的考核方式。
5	大学英语	素质目标 1. 树立正确的英语学习观, 具有明确的学习目标, 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。 知识目标 1. 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	主要内容: 1. 日常交际和业务交际, 比如: 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	课程思政: 帮助学生掌握跨文化沟通能力, 拓宽国际视野, 理解不同文化, 为参与全球化交流做好准备。 教学条件 授课使用多媒体教学或英语文化体验室, 教师尽量用英语组织教学, 形成良好的听、说、读、写、译环境。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		3500个单词，为英语学习打下坚实的基础。 2. 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。学习掌握阅读技巧与方法。 4. 学习了解世界文化的多样性。 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。 2. 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。	7. 英文通告的写作8. 动词、形容词、代词、介词等的使用	教学方法 采用视听法、讲授法、情景交际法、任务教学 法、行动导向教学法等进行教学。 师资要求 担任本课程的教师有良好的师德师风、研究生以上学历或讲师以上职称。 考核要求考试。 形成性考核40%+终结性考核60%。
6	职业素养	素质目标 通过职业素养习得与养成，培养学生成为有理想、守规矩、讲诚信、爱劳动、善团结、具匠心、思进取的新时代高素质劳动和技术技能人才。 知识目标 系统掌握职业目标、职业行为、职业品格、职业情怀、职业潜能、职业精神、职业梦想等7个方面28个有代表性的素养点的核心内容，深刻理解职业素养习得与养成对于实现自我完善和发展、成就职业生涯的重要意义。 能力目标 能够在学习、生活和实践中自觉培育和践行职业素养。	主要内容： 本课程遵循职业教育规律、技术技能人才成长规律和学生身心发展规律。按照新时代职业教育学生职业素养培养总体要求内容，兼承立德树人、文化育人理念，结合“箴言警句、素养感知、知识学习、现实考量、引申讨论、认知强化、实践活动”等环节，引导学生学习理想信念、规矩意识、诚信品质、劳动品德、团队精神、工匠精神、进取意识等内容，帮助学生坚定职业理想、规范职业行为和养成良好品德。	课程思政： 帮助学生树立正确的职业观，培养敬业、诚信、责任、合作等职业精神，为未来职业生涯打下坚实基础。 教学条件 使用多媒体教学。 教学方法 讲授法，练习法，分析法。教学注重以学生为本，内容设计强调教学内容的针对性、学生活动的主体性和教学案例的时效性。通过案例教学、分组研讨、线上学习平台等，不断更新教学方法、创新教学手段，强化学生职业素养的习得与养成。 师资要求 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 考核要求 采取过程考核50%+期末考核50%权重比的形式进行课程考核与评价。

(3) 公共基础任选课程

公共基础任选课程设置及要求如表 7 所示。

表7公共基础限选课设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	普通话	素质目标： 1. 树立使用标准语言的信念，勇于表达，善于表达。 2. 了解口语表达的审美性和社会实践性，使学习与训练成为内心的需求和自觉的行为。 【知识目标： 1. 普通话语音基本知识。 2. 掌握声母、韵母、声调、音变、朗读技巧、说话技巧。 3. 掌握读单音节、多音节词语、短文朗读、话题说话的方法。 能力目标： 1. 进行声母、韵母，声调和音变的辨正练习。 2. 了解普通话水平测试的有关要求，熟悉应试技巧，针对声母、韵母、声调和音变的读音错误和缺陷进行训练。 3. 了解朗读和说话应注意的问题。正确发音，能使用标准普通话进行语言交际，朗读或演讲。	主要内容： 1. 普通话基础知识 2. 普通话声母、韵母及声调训练 3. 单音节、多音节字词训练 4. 短文朗读、命题说话训练 5. 模拟测试	教学条件： 多媒体教室、普通话测试实训室。 教学方法： 采用课堂讲授、训练、示范、模拟训练的形式，精讲多练，理论讲授时间占1/5，活动实践占4/5。 师资要求： 教师应有良好的师德师风，高校教师资格证、省级普通话测试师相关证书 考核要求： 考查。 形成性考核40%+终结性考核60%。
2	演讲与口才	素质目标： 1. 具备自我形象设计与塑造意识。 2. 具备良好的思辨素质与习惯，良好的言语交际意识。 3. 具备乐观积极自信的自我认知习惯，养成良好的为人	主要内容： 1. 表达基本技巧 2. 演讲口才技巧 3. 职场沟通口才技巧	教学条件： 多媒体教学。 教学方法： 讲授法、案例教学、项目任务驱动法、小组合作法等。 师资要求：

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		处事习惯。 4. 具备正确的价值观和良好的团队合作精神。 知识目标： 1. 了解言语交际的重要作用、基本原则、习得方法。 2. 理解必备的心理、思维素质，应变能力及倾听素养。 3. 掌握有声、态势语言技巧，掌握即兴、命题演讲及职场沟通口才的基本技巧与方法。 能力目标： 1. 能准确贴切、清晰流畅、自信地交流表达。善于倾听他人。 2. 能正确应用各类演讲的基本技巧与方法，突破敢说，步入会说、巧说，做到言之有物、有序、有理、有情，追求有文、有趣。 3. 能在实践中运用正确的交际沟通策略，具备较强的社交场合及职场言语沟通能力。		具有良好的师德师风汉语言、文学类专业背景，本科以上学历。 考核要求： 考查。形成性考核60%+终结性考核40% 课程思政： 提升学生语言表达、沟通能力与公共影响力的核心课程，其思政教育需紧扣“以文化人、以言育人”的主线，将家国情怀、价值引领、社会责任感、文化自信等思政元素融入语言训练与实践场景中，实现“技能培养”与“思想塑造”的深度融合。
3		素质目标： 1. 培养学生良好的服务意识和团队协作精神，培养学生热爱祖国、热爱家乡的情怀； 2. 培养学生具有良好的奉献精神和职业道德； 3. 培养学生的民族自豪感和自信心。 知识目标： 1. 了解中华优秀传统文化相关知识，掌握我国中华优秀传统文化；	主要内容： 1. 中华优秀传统文化的意义； 2. 中华优秀传统文化的保护； 3. 中华优秀传统文化的发展	教学条件： 智慧教室、智慧职教课程平台、以及各种信息化手段。 教学方法： 以学生为中心，在教学过程中融入文化自信，发扬光大中国传统文化等课程思政内容，等采用模块化、项目化教学，利用信

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
	中华优秀传统文化	2. 理解中华优秀传统文化的基本特征，明确中华优秀传统文化的意义。 能力目标： 1. 熟练掌握中华优秀传统文化知识体系； 2. 使学生学会正确观察分析中华优秀传统文化，确立自己的政治方向，坚定自己的政治立场，用实际行动维护中华优秀传统文化的发展道路。		息化手段和教学资源，开展线上线下混合式教学，多采用讲练法、案例分析法、问题法、讨论法等教学方法。 师资要求： 应具有研究生以上学历或讲师以上职称，汉语、文学专业毕业，有较丰富的教学经验。 考核要求：考查。过程评价考核占50%+终结性考核占50%权重比的考核方式。
4	土家织锦	素质目标： 1. 职业道德和敬业精神； 2. 团队协作精神； 3. 集体意识和社会责任心； 4. 认真、严谨的态度。 知识目标： 1. 熟练掌握土家织锦的历史发展、分布、工艺特点等知识； 2. 掌握好土家织锦的工艺流程； 3. 掌握好土家织锦的传统纹样及色彩知识； 4. 掌握好土家织锦传统纹样与现代图案在现代设计中的艺术表现力。 能力目标： 1. 具有吃苦耐劳的工匠精神，具备精益求精的能力； 2. 具有土家织锦的图案设计	主要内容： 模块一土家织锦概述土家织锦的历史渊源、文化背景、认知； 模块二土家织锦色彩与图案土家织锦的色彩、传统纹样； 模块三土家织锦工具与材料土家织锦机与工具、材料与染料、染色工艺； 模块四土家织锦工艺流程整经、经线上机（排线）、土家织锦织造工艺； 模块五土家织锦传承与创新土家织锦传承、创	教学条件： 多媒体教室、土家织锦工作室； 教学方法： 采用现场教学、分组演练、教学做一体等教学方法； 师资要求： 担任本课程的主讲老师需拥有土家织锦技艺技能，具有双师型素质； 考核要求： 考查，通过过程评价（30%）和作品评价（70%）

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		和产品研发能力； 3. 具有熟练掌握土家织锦的操作能力； 4. 有较强语言表达能力和娴熟的操作技巧，描述和展示产品设计、制作过程及产品的推广； 5. 能够对土家织锦进行产品研发和制作，具有团队合作精神的实际运作能力。	新、产品设计； 模块六土家织锦传统纹样与现代设计作品赏析 土家织锦传统纹样图案作品赏析、土家织锦现代设计作品赏析。	
5	蜡染	素质目标： 1. 树立文化自信与民族自豪感，立志肩负起蜡染技艺民族文化活态传承的时代重任； 2. 养成自主学习的习惯和勤于思考、勇于探究的科学素养； 3. 遵守行业的职业道德和行为规范，树立知识产权保护意识和诚信意识，筑牢生产安全意识、纪律意识，形成严谨细致、踏实务实的岗位责任； 4. 建立尊重宽容、团队团结协作和平等互助的合作意识，逐步形成创新创业意识。 知识目标： 1. 了解苗族蜡染的制作原理及工艺流程； 2. 识别适合染色的织物种类、绘蜡工具，并熟知各类绘蜡工具的绘蜡效果； 3. 归纳常用绘蜡技法的知识要点及染色规范流程； 4. 归纳企业设计开发产品的流程及岗位分工职责 能力目标： 1. 演示常用绘蜡工具及熔蜡	主要内容： 模块一苗族蜡染基础认知 任务一蜡染初探 传承文化 任务二设备操作 注重安全 模块二苗族蜡染手工艺传习 任务一蜡刀绘蜡 注重安全 任务二毛笔写字 形意结合 任务三竹签刻蜡 细致精准 任务四冰纹表现 别具匠心 任务五单件染色 流程规范 任务六二次封蜡 耐心笃行 任务七退蜡清理 一丝不苟 模块三苗族蜡染产品开发 任务一蜡染围巾 设计开发不断挑战 任务二蜡染电脑包	教学条件： 多媒体教室、实训室； 教学方法：采用直观演示法、项目驱动法、案例教学法、情景教学法等教学方法； 师资要求： 担任本课程的主讲老师需拥有美术及服装设计知识，能独立完成蜡染制作，具有1年以上蜡染企业定岗经验的双师型素质； 考核要求： 考试。 通过过程评（50%）和作品评价（50%），对学生进行课程学习综合评价。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		设备使用方法； 2. 调节不同材质织物适合绘蜡的蜡液温度； 3. 综合运用常见绘蜡技法结合新工艺表现蜡染图案效果； 4. 合理制定染色方案实现单件与多件染色； 5. 根据企业订单需求完成市场调研并设计蜡染产品； 6. 规范实施蜡染制作流程，有效应对突发安全问题。	设计开发迎难而上	

2. 专业课程设置及要求

(1) 专业基础课程设置及要求

专业基础课程设置及要求如表 8 所示。

表8专业基础课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	经济学基础	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。 知识目标： 1. 清晰描述经济学的基本理论和主要研究内容； 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。 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；	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； 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。	课程思政： 融入马克思主义政治经济学原理，引导学生辩证分析经济现象，培养家国情怀与社会责任感。 教学条件： 市场营销专业教室，多媒体设备，优质教学资源等。 教学方法： 运用云班课、超星等教学APP进行教学，采用案例教学、教师指导、小组讨论，实现教学做一体化。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		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。		师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。 采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价要重点评价学生对实践训练的参与度，占50%，终结性评价主要包括笔试、技能考核等，占50%。
2	管理学基础	素质目标： 具备学习、沟通主动性、团队合作精神和开拓创新精神。 知识目标： 掌握管理的基本理论知识、方法和技巧，理解管理活动的性质、职能和流程。 能力目标： 1. 具备理论联系实际、运用管理学工具，解决企业管理问题的能力； 2. 具备基本的管理沟通、计划制定、协同合作和组织实施的能力	1. 管理学概述； 2. 管理的计划职能； 3. 管理的组织职能； 4. 管理的领导职能； 5. 管理的控制职能； 6. 管理学的综合应用。	课程思政： 融入中国传统文化中的管理智慧，增强文化自信与领导力道德素养。 教学条件： 市场营销专业教室，匹配多媒体设备，合理选用优质网络资源。 教学方法： 1. 采用知识点讲解、项目式教学、案例教学等多种教学方法进行课程的教学。 2. 使用课件、图片、动画、视频等富媒体，使重点难点知识更容易理解掌握。 3. 帮助学生了解相关专业领域的相关政策。职业素养。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				实践经验。 考核要求：考查。采取形成性考核方式进行课程考核与评价：学习过程考核占20%、项目考核占30%、期终综合素质测评占50%。
3	市场营销基础	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。 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。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。	课程思政： 强调诚信经营与商业伦理，结合反垄断、反欺诈案例培育法治意识与职业道德。 教学条件： 市场营销专业教室，匹配多媒体设备，合理选用优质网络资源。 教学方法： 运用超星、智慧树等教学APP，利用淘宝大学、中国营销传播网等平台进行案例教学，采用分组讨论法、启发式教学法、体验式教学法，实现教学做合一。。 师资要求： 具有良好的师德师风，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能切实提高分析问题、解决问题能力。 考核要求：考试。 平时测试：40%，主要通过课堂小组互动、课外作业、阶段考查成绩、平时出勤率等形式去完成。笔试：60%

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
4	商品学基础	素质目标： 1. 具备“爱国、求知、创业、兴工”的楚怡精神； 2. 具备“精益求精、质量至上”的工匠精神，强化商品质量安全意识与社会责任。 知识目标： 1. 掌握商品介绍的方法；掌握商品检验、商品分类、商品编码、商品包装、商品运输、养护管理； 2. 掌握商品商标设计及申请，商品质量管理、掌握商店布局、商品陈列等销售管理方面的知识。 能力目标： 具备从事市场营销所必需的商品销售、商品管理的专业知识、专业技能及相关的职业能力，及实际岗位的适应能力。	1. 商品介绍、商标与品牌； 2. 掌握商品检验、商品分类； 3. 商品编码、商品包装； 4. 商品质量管理、运输养护管理； 5. 商店布局、商品陈列。	课程思政： 结合“质量强国”战略，强化商品安全责任，抵制假冒伪劣。结合信息时代背景和智能制造专业特色，将“楚怡”精神传承与发展、工匠精神、职业精神等融入课程教学全过程。 教学条件：利用超星、云班课等教学平台开展信息化教学，利用校内仿真模拟的实训室和校外实习实训基地作为主要教学场所增强教学的实效性与针对性。 教学方法：综合运用讲授法、问题探究式、案例导入法、小组合作等方法，充分运用信息化手段开展教学。通过引用实际案例、利用网络视频和动画来丰富教学内容。建设本课程网络课程资源，运用信息化技术，开展线上线下混合式教学。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价要重点评价学生

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				考勤、作业、回答问题积极性等，占50%，终结性评价主要包括笔试、回答问题的正确率等，占50%。
5	大数据财务管理	素质目标： 1. 培养数据安全与保密意识； 2. 养成严谨细致的财务职业素养； 3. 树立诚信守法的职业道德观。 知识目标： 1. 掌握财务报表分析、成本管控、资金预算方法； 2. 理解大数据在财务决策中的应用逻辑。 能力目标： 1. 能运用BI工具可视化财务数据； 2. 具备风险预警及财务优化方案设计能力。	1. 财务大数据采集与清洗技术； 2. 智能财务报表分析； 3. 动态成本控制模型构建； 4. 现金流预测与风控决策实战。	课程思政： 融入“不做假账”职业底线教育，结合虚报财务数据案例强化法治意识。 教学条件： 配备财务数据分析实训室、BI软件（如Tableau）、企业真实财务数据集。 教学方法： 采用“真实企业财务数据+沙盘模拟”项目驱动教学，分组对抗式预算编制演练。 师资要求： 双师型教师，需具备中级会计师资格及3年以上企业财务分析经验。 考核要求： 考试。课程考核方式由过程考核（占40%）+结果考核（占60%）得出。
6	市场调查与预测	素质目标： 1. 培养求真务实的调研态度； 2. 强化数据伦理与社会责任意识； 3. 形成跨部门协作的职业习惯。 知识目标： 1. 掌握问卷星高级功能应用 2. 理解统计分析方法论 3. 熟悉预测模型原理 能力目标： 1. 能设计湘西特色产品需求调研方案 2. 能运用技术采集市场数据	1. 调研方案设计与问卷优化 2. Python爬虫数据采集实战 3. SPSS消费者行为定量分析 4. ARIMA模型市场趋势预测	课程思政： 1. 通过“虚假数据导致决策失误”案例强调诚信 2. 结合乡村振兴战略培养社会责任感 教学条件： 市场调研实训室（问卷星高级账号+SPSS）、多媒体教室 教学方法：

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		3. 能撰写行业趋势预测报告		师资要求：熟悉主流智能客服系统操作。 考核要求：考查。 课程考核方式由过程考核（占40%）+结果考核（占60%）得出。

（2）专业核心课程设置及要求

专业核心课程设置及要求如表 9 所示。

表9专业核心课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	消费者行为分析	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. 具有善于沟通和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。 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、外部因素。 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。	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。	课程思政： 融入社会主义核心价值观，引导学生树立理性消费观，抵制奢靡之风。 教学条件： 市场营销专业教室，营销数据分析实训室。 教学方法： 利用中国营销传播网，采用案例教学法、问题法、讨论法。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。 采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价要重点评价学生考勤、作业、回答

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				问题积极性等，占50%，终结性评价主要包括笔试、回答问题的正确率等，占50%。
2	商务数据分析	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。 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。 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。	课程思政：强调数据安全与隐私保护，培育诚信意识和科技伦理。 教学条件：市场营销专业教室，营销数据分析实训室。 教学方法：利用中国营销传播网，商务数据分析软件教学法、问题法、讨论法。 师资要求：具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。课程的考核,要综合技能考核、过程考核和理论考核三方面来进行,建议配比为3:2:5. 即,技能考核30%，学习过程考核占20%，理论考核占50%。
3	智能客户服务实务	素质目标： 1. 塑造“客户至上”的服务理念和同理心； 2. 培养危机处理中的心理抗压能力； 3. 形成团队协作与创新服务意识。 知识目标： 1. 掌握智能客服系统架构与NLP技术原理； 2. 理解客户分群策略及情感交互设计方法； 3. 熟悉舆情应急预案制定流程。	1. 智能语音机器人配置（阿里云小蜜）； 2. 情感化交互设计原理； 3. 投诉分级处理流程； 4. 智能质检规则设置； 5. 人机协同服务优化。	课程思政：融入“枫桥经验”矛盾调解智慧，通过12345热线案例培养为民服务情怀。 教学条件：多媒体教室（配备AI对话模拟软件）、基础客服实训坐席。 教学方法：采用服务故障沙盘推演+真实工单处理实战，

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		能力目标： 1. 能配置智能语音应答基础流程； 2. 具备多场景服务方案设计能力； 3. 能制定客户投诉升级处理机制。		运用角色扮演法实施情景教学。 师资要求：教师需具有客服系统操作经验。 考核要求：考查。采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价重点评价学生考勤（10%）、服务场景设计作业（25%）、危机模拟演练参与度（15%），占50%；终结性评价主要包括系统搭建路演（30%）和客户应答流程正确率（20%），占50%。
4	数字营销	素质目标： 1. 培养与时俱进的营销理念和创新开拓精神； 2. 提高数字化应用素养； 3. 强化营销活动中的法律意识和职业道德。 知识目标： 1. 掌握数字经济商业模式类型及特色； 2. 掌握数字营销原理； 3. 掌握数字营销策划的方法； 4. 掌握数字广告营销的模式与方法； 5. 掌握数字互动营销的模式与方法； 6. 掌握数字营销效果分析与优化的方法。 能力目标： 1. 能策划并执行数字营销活动能力； 2. 能提升网站在搜索引擎中的排名与流量； 3. 能制定有效的SEM推广策略； 4. 能检测和优化SEM广告投放效果； 5. 能运用数字营销技术和平台进行	1. 数字经济商业模式； 2. 数字营销技术基础； 3. 数字营销策划； 4. 搜索引擎优化； 5. 搜索引擎营销； 6. 数字互动营销； 7. 数字营销效果分析及优化。	课程思政： 融入国家数字经济发展战略，引导学生服务实体经济，助力产业升级。 教学条件： 市场营销专业教室，产教融合项目工作室。 教学方法： 通过小组合作探究、任务驱动法、头脑风暴法等教学方法，结合数字营销技术职业技能等级证书（中级）考核标准，组织教学，完成工作任务，实现课程培养目标。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考查。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		内容策划、发布与管理； 6. 能运用主流互动形式与用户进行有效互动； 7. 能检测数字营销数据并优化策略。		把学生的职业道德、职业情感、职业责任纳入考核范围。采取形成性考核方式进行课程考核与评价：学习过程考核占20%、项目考核占30%、期末考核占50%。
5	商务礼仪与沟通	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。 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。 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。	课程思政： 融入中国传统礼仪文化，强调职业形象与国家形象维护，培养文化自觉。 教学条件： 市场营销专业教室，礼仪姿势练习区； 教学方法： 运用演示法、体验法、案例教学、项目任务驱动法、小组合作法等。 师资要求： 具有良好的师德师风，任课教师应具有扎实的理论和实践基础，通晓各种商务场合的礼仪； 考核要求：考查。形成性考核40%+终结性考核60%。
6	销售与管理	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。 知识目标： 1. 了解制定推销计划的方法； 2. 懂得寻找顾客的步骤及方法； 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。 能力目标： 1. 练习根据客户基本信息，有约见	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。	课程思政： 融入“以诚待客、以信立业”的职业价值观，反对虚假宣传与过度营销。 教学条件： 市场营销专业教室，市场营销综合实训室。 教学方法： 利用中国营销传播网，采用项目教学法、问题法、讨论

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		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。		法进行教学。师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。 本课程期终成绩由期末闭卷考试、实习成绩和平时成绩（建议配比为5:3:2）三部分组成
7	品牌策划与推广	素质目标： 1. 激发文化自信与知识产权保护意识； 2. 培养创新思维和市场全局观； 3. 强化精益求精的工匠精神。 知识目标： 1. 掌握品牌资产模型与VI系统设计规范； 2. 理解短视频算法机制与KOC裂变策略； 3. 熟悉舆情监控工具使用方法。 能力目标： 1. 能提取品牌元素进行符号设计； 2. 具备抖音短视频传播方案制定能力； 3. 能实施品牌健康度诊断并提出优化建议。	1. 品牌文化元素提取与转化； 2. 品牌视觉系统（VI）设计； 3. 短视频内容裂变策略； 4. 全渠道传播矩阵搭建； 5. 品牌舆情监测与优化。	课程思政： 立足乡村振兴战略，通过湘西文旅品牌案例增强文化认同，抵制文化抄袭行为。 教学条件： 多媒体教室（配备基础设计软件）、虚拟直播模拟设备。 教学方法： 开展企业真实命题比稿，组织抖音挑战赛实战，采用案例教学+小组讨论模式。 师资要求：具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有品牌专业背景和丰富出彩的策划推广技巧；有为线下企业的品牌策划推广的实战经验。 考核要求：考试。 采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价重点评价学生考勤（10%）、品牌元

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
				素提取作业（20%）、课堂比稿发言积极性（20%），占50%；终结性评价主要包括笔试（30%）和全案策划书正确率（20%），占50%。
8	服务营销	素质目标： 1. 培养学生精益求精的服务意识和客户至上的职业理念； 2. 增强危机处理中的心理抗压能力； 3. 形成团队协作与创新思维习惯。 知识目标： 掌握服务场景设计原理、客户旅程管理方法及服务质量评估工具，理解峰值体验设计原则与服务补救机制。 能力目标： 1. 能设计高接触度服务流程方案； 2. 能制定客户忠诚度提升策略 3. 能实施基础服务质量检测与优化	1. 服务触点设计与场景优化； 2. 客户旅程地图绘制与NPS提升路径； 3. 服务补救机制构建与危机公关策略； 4. SERVQUAL量表应用与神秘顾客检测。	课程思政： 结合“以人民为中心”发展思想，剖析三甲医院服务标杆案例，培养人文关怀精神。 教学条件： 多媒体教室、服务场景模拟实训区。 教学方法： 采用任务驱动教学法，通过服务缺陷改进工作坊实施理实一体化教学。 师资要求： 教师需具备高接触行业服务管理经验。 考核要求：考查。 过程性评价（40%）：服务蓝图绘制（20%）+情景模拟表现（20%）；终结性评价（60%）：质量改进方案（40%）+案例分析报告（20%）。

（3）专业拓展课程设置及要求

专业拓展课程设置及要求如表 10 所示。

表10专业拓展课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	商务文案策划与撰写	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。 知识目标： 1. 掌握商务互联网文案的创意思维方法； 2. 掌握商务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。 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. 有商务活动策划文案写作的能力。	1. 商务文案的内容与形式； 2. 商务文案的创意思维； 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。	课程思政： 抵制“标题党”等不良风气，倡导正能量传播与社会主义核心价值观。 教学条件： 市场营销专业教室，营销策划实训室。 教学方法： 讲授法、案例教学、项目任务驱动法等针对网络营销的各个方面开展文案写作的尝试，进行体系化的商务文案写作。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有文学专业背景和丰富出彩的写作技巧；有为线下企业的品牌撰写商务文案的实战经验。 考核要求：考查。 形成性考核40%+终结性考核60%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
2	OA技术与应用	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。 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。 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。	课程思政： 强调文档安全与信息保密，结合办公场景培养严谨细致、高效务实的职业作风。 教学条件： 多媒体教室、电脑机房、Office软件。 教学方法： 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；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。 师资要求： 具有良好的师德师风，授课教师应精通Office组件的使用和办公软件的操作。 考核要求：考查。 形成性考核40%+终结性考核60%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
3	短视频策划与制作	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。 知识目标： 1. 了解短视频剪辑与运营的概念及主要内容； 2. 知晓短视频剪辑的基本技能和运营技巧； 3. 熟悉短视频剪辑与运营在市场营销场景中的基本应用。 能力目标： 1. 掌握短视频剪辑手法及短视频营销技巧的能力； 2. 熟悉短视频策划方法，能够合理分工，具备脚本编辑能力； 3. 运用短视频制作及营销创造力，创新思维和创新意识，分析和解决工作中的问题。	1. 短视频与直播； 2. 短视频内容策划； 3. 短视频制作； 4. 短视频营销； 5. 市场数据分析短视频商业变现； 6. 短视频运营实战； 7. 直播内容策划； 8. 直播技能； 9. 直播运营实战。	课程思政： 融入主旋律题材创作，培育青年责任与时代使命感。 教学条件： 市场营销专业教室，校内直播间，配置多媒体设备等。 教学方法： 运用云班课、超星等教学APP进行教学，采用案例教学、教师指导、小组讨论，实现教学做一体化。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。 采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价要重点评价学生考勤、作业、回答问题积极性等，占50%，终结性评价主要包括笔试、回答问题的正确率等，占50%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
4	商务谈判	素质目标： 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。 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。 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。	课程思政： 强调谈判中的国家利益维护，增强民族自信与底线思维。 教学条件： 市场营销专业教室，市场营销综合实训室。 教学方法： 现场模拟教学、PPT教学、教师指导、小组讨论，教学做一体教学方法。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考试。 采用过程性评价和终结性评价相结合的办法，过程性评价要重点评价学生考勤、作业、回答问题积极性等，占50%，终结性评价主要包括笔试、实训成绩等，占50%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
5	Python程序设计	素质目标： 1. 培养计算思维与逻辑分析能力； 2. 强化代码伦理与数据安全风险意识； 3. 形成技术创新与持续学习习惯。 知识目标： 1. 掌握Python基础语法与数据结构； 2. 理解Requests爬虫框架及反爬策略； 3. 熟悉pandas数据处理与Matplotlib可视化。 能力目标： 1. 能开发竞品价格监控爬虫脚本； 2. 具备用户画像聚类分析能力； 3. 能搭建基础销售数据看板系统。	1. Python语法基础与函数封装； 2. 电商数据爬虫开发； 3. pandas数据清洗与分析； 4. 用户画像聚类实战； 5. Flask销售看板系统开发。	课程思政： 强调《数据安全法》合规要求，通过“爬取隐私数据”案例警示技术向善理念。 教学条件： 多媒体教室。 教学方法： 采用任务驱动教学，实施代码审查擂台赛。 师资要求： 教师需具备计算机二级（Python）认证，拥有数据分析项目经验。 考核要求： 考查。过程性评价（40%）：代码作业（25%）+项目开发日志（15%）；终结性评价（60%）。
6	直播营销	素质目标： 1. 培养良好的职业道德和爱岗敬业的工作精神； 2. 感受团队合作精神和责任心； 3. 养成严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。 知识目标： 1. 熟悉直播营销基本流程、主流直播平台的特征； 2. 了解直播营销的产业链与收益分配模式； 3. 懂得组建直播团队，打造直播人设策略； 4. 掌握直播间直播设备的使用知识。 能力目标： 1. 掌握直播营销活动流程规划能力； 2. 能独立设计直播话术，布置直播间、分析直播数据的能力； 3. 运用主流直播营销平台进行直播	1. 开启直播营销新时代； 2. 直播营销方案策划； 3. 组建高效能直播团队； 4. 提升直播话术的关键； 5. 直播间视觉效果设计； 6. 直播商品的选择与规划； 7. 引流互动引爆直播间； 8. 数据复盘和直播优化； 9. 主流直播平台特征和操作解析。	课程思政： 规范直播言行，倡导正能量传播，结合助农直播案例培育乡土情怀。 教学条件： 市场营销专业教室，产教融合项目工作室。 教学方法： 运用校内直播间设备进行实践教学，实训室直播营销软件仿真练习；采用体验式教学、现场教学、小组合作法，实现理实一体化教学效果。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		实操的能力。		主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考查。形成性考核30%+终结性考核70%。
7	渠道管理	素质目标： 1. 培养渠道风险预判意识与合作共赢价值观； 2. 增强供应链社会责任担当； 3. 形成数字化渠道管理思维。 知识目标： 1. 掌握全渠道融合策略设计方法； 2. 理解区块链防窜货技术原理； 3. 熟悉ESG评估模型应用场景。 能力目标： 能设计新零售渠道结构方案，制定经销商分级激励政策，实施渠道健康度诊断与优化。	1. OMO渠道整合与冲突解决机制 2. 区块链溯源系统在农产品渠道的应用 3. 经销商返利政策设计与联合生意计划 4. ESG责任指标评估与渠道效能优化	课程思政： 融入共同富裕理念，通过“惠农渠道建设”案例强化社会责任感。 教学条件： 多媒体教室 教学方法： 采用仿真模拟教学法，结合永辉超市渠道优化案例开展理实一体化教学。 师资要求： 教师需具备快消品行业渠道管理经验，熟悉数字化供应链工具。 考核要求： 考查。过程性评价（40%）：渠道冲突分析报告（20%）+沙盘推演表现（20%）；终结性评价（60%）：ESG评估方案（40%）+渠道优化提案（20%）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
8	视觉沟通技术与应用	素质目标： 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。 知识目标： 1. 了解视觉营销、视觉设计、视觉色彩、视觉构图概念； 2. 懂得品牌、店铺和产品视觉设计和文案完美视觉化的技巧； 3. 掌握流量引导和利用视觉技巧促进销售的运用； 4. 熟悉运用移动端视觉营销及视觉营销数据化。 能力目标： 1. 熟悉操作活动促销、店铺装修、首页图片修改和更新的能力； 2. 具备产品图片处理、修复、合成和美化处理的能力； 3. 掌握分析问题、组织策划视觉营销方案的能力。	1. 视觉营销，引人入胜的视觉体验； 2. 品牌视觉，占领消费者心智的符号； 3. 店铺视觉，轻松打造皇冠级店铺； 4. 产品视觉，决定成交的关键所在； 5. 文案视觉，设计完美的视觉化文案； 6. 流量引导，将流量转化为销量； 7. 增加转化，视觉力也是销售力； 8. 促进销售，在线视觉营销这么玩； 9. 移动视觉，手机端店铺的视觉设计。	课程思政： 强化知识产权保护意识，倡导原创设计，抵制低俗营销。 教学条件： 市场营销专业教室，市场营销综合实训室。 教学方法： 运用云班课、超星等教学APP进行教学；同时采用项目任务驱动、情景模拟、分组合作式的教学方法，实现教学做一体化。 师资要求： 具有良好的师德师风，担任本课程的主讲教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求：考查。 形成性考核30%+终结性考核70%。

3. 集中实践课程设置及要求

集中实践课程设置及要求如表 11 所示。

表11集中实践课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
----	------	------	------	------

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	营销沙盘实训	素质目标： 1. 培养学生现代企业管理素养； 2. 培养学生竞争意识、风险意识、危机管理意识和抗压能力； 3. 培养学生的团队合作和创新意识。 知识目标： 1. 熟悉市场细分的概念和意义，掌握目标市场策略选择时要考虑的主要因素； 2. 掌握市场营销组合策略、市场生命周期的概念和差异化策略； 3. 读懂财务报表，管理应收账款，维持良好的资金流，估算成本和毛利率，进行盈亏分析。 能力目标： 1. 具有通过市场预测图进行市场分析，确定目标市场，制定营销计划的能力； 2. 具有根据定价目标 and 需求、估算成本、选择定价方法，制定最终价格的能力； 3. 具有制定产品研发计划和产品生产计划；及时进行应收账款和应付账款的结算，根据企业经营状态进行融资的能力。	1. 营销战略的制定； 2. 市场细分； 3. 产品的销售组合、营销组合的选择； 4. 渠道策略的规划； 5. 财务管理。	课程思政： 强调合规竞争与商业伦理，反对恶性竞争与数据造假。 教学条件： 多媒体教室、市场营销沙盘实训室、机房等 教学方法： 任务驱动教学法、仿真模拟教学法、理实一体化教学。 师资要求： 具有良好的师德师风，任课教师应具有营销理论功底，熟悉营销沙盘软件操作，熟悉营销沙盘规范。 考核要求：考查。 课程考核方式由过程考核（占40%）+结果考核（占60%）得出。
2	营销基础技能实训	素质目标： 1. 具备分析问题和解决问题的能力 2. 具备沟通、自我管理和自我约束的素质 3. 具备团队协作精神以及良好的市场调查职业道德和职业情感。 知识目标： 1. 掌握市场调查方案和市场调查问卷的撰写及资料整理和分析方法； 2. 掌握市场数据可视化的方法； 3. 掌握市场调查报告的撰写方法 4. 掌握 Photoshop 软件基础操作方法； 能力目标： 1. 具备设计市场调查方案、搜集和分析市场调查资料、市场数据可视化、撰写市场调查报告的能力； 2. 具备商品卖点解析、用户评价等模块布局合理规划设计的能力促销方案并应对突发情景。	1. 设计市场调查方案； 2. 设计市场调查问卷； 3. 市场数据收集、整理和分析； 4. 市场数据可视化； 5. 撰写市场调查报告	课程思政： 融入“工匠精神”培育职业素养，通过“客户信息泄露”案例强化数据安全意识 教学条件：营销实训区、超市收银模拟、实训平台。 教学方法：采用任务驱动教学法，分模块实施岗位通关训练。 师资要求：教师需持有营销师职业资格证书，具备零售企业督导经验 考核要求：考察。 职业形象（20%）+系统操作（30%）+情景演练（50%）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
3	营销岗位技能实训	素质目标： 1. 培养岗位责任意识与数据驱动思维，形成跨岗位协作与持续优化习惯 2. 具备从事营销工作的团队协作、情绪调节、时间管理、自我管理、职业道德、工作自律等职业素养；有较强的创新创业能力 3. 具备分析问题、解决实际问题的能力； 4. 具有较好的方案制订、汇报、执行、总结能力； 5. 具有信息处理能力； 6. 具有数字应用能力 知识目标： 1. 掌握Python软件基础操作方法； 2. 掌握运用python进行营销信息处理的方法； 3. 掌握产品推销及演示的方式、策略； 4. 掌握活动策划及实施的方法、策略。 5. 掌握商务谈判的流程； 6. 掌握促销活动、新产品上市活动、数字营销活动策划的基本内容、步骤、执行要点。 能力目标： 1. 能运用信息技术进行营销信息处理； 2. 能有效进行产品推销及演示； 3. 能策划并实施公关活动； 4. 能撰写商务谈判计划书，并进行商务谈判； 5. 能运用信息技术策划并实施促销活动、新产品上市活动、数字营销活动。	1. 营销信息处理； 2. 产品推销及演示； 3. 数字广告管理； 4. 公关活动策划及实施 5. 模拟商务谈判； 6. 活动策划； 7. 数字营销策划。	课程思政： 强调诚信经营，通过“虚假直播带货”案例警示职业操守。 教学条件： 企业真实账号授权（抖音+企微）、智能客服实训平台。 教学方法： 采用轮岗实战教学法，按企业KPI标准分岗考核。 师资要求： 教师需具备3年以上电商平台运营经验，熟悉直播与社群运营工具。 考核要求： 考查。采取实训过程考核与作品、操作成绩考核相结合的方法，其中实训过程（占30%）+作品成绩（占30%）+操作成绩考核（40%）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
4	综合实训	素质目标： 1. 具备从事营销工作的团队协作、情绪调节、时间管理、自我管理、职业道德、工作自律等职业素养； 2. 有较强的创新创业能力。 知识目标： 1. 掌握市场数据分析的方法；掌握商务谈判、产品推销的流程和方法； 2. 掌握企业促销活动、广告活动、公关活动方案的基本内容和撰写步骤； 3. 掌握直播平台操作流程和运营策略； 4. 掌握客户开发策略；掌握客户分级方法；掌握客户沟通与投诉处理的方法；掌握客户挽回的方法。 能力目标： 1. 能在规定时间内独立完成调研方案和调研问卷的设计； 2. 能在规定时间内独立完成调研报告、商务谈判、产品推销、设计促销活动方案、公关活动方案、新产品推广活动方案、广告活动方案设计； 3. 能在新媒体平台进行产品、品牌推广；能够有效开发客户，并进行分级管理；能够有效维护客户关系、处理好客户投诉、抱怨； 4. 能进行客户关怀，能及时挽回客户。	1. 市场数据分析； 2. 商务谈判； 3. 产品推销； 4. 活动方案策划； 5. 直播营销； 6. 客户关系管理。	课程思政： 立足乡村振兴战略，通过“湘西农产品品牌升级”项目培养乡土情怀。 教学条件： 市场营销综合实训室、机房、产教融合项目工作室、校外实训基地。 教学方法： 产教融合项目工作室、企业真实销售数据平台。运用现场讲解示范、模拟操作训、讲评结合、模拟测试等。 师资要求： 具有良好的师德师风，任课教师应具有扎实的市场营销专业理论功底和一定的企业实践经验，教师需有成功品牌孵化案例，熟悉湘西特色产业，依据学生专业技能抽查标准的模块进行对应指导。 考核要求： 考查。采取实训过程考核与作品、操作成绩考核相结合的方法，其中实训过程（占30%）+作品成绩（占30%）+操作成绩考核（40%）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
5	技能抽考实训	素质目标： 1. 培养学生综合运用各种知识解决实际问题的思维模式； 2. 培养学生诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度； 3. 培养团结协作、开拓创新和服务顾客的市场意识。 知识目标： 1. 巩固市场营销专业基础知识； 2. 熟知消费者行为分析和swot分析； 3. 融会贯通市场营销方案策划知识。 能力目标： 1. 掌握市场环境变化的洞察能力； 2. 具备市场开拓能力； 3. 具备灵活运用营销专业知识进行营销方案设计与文案写作的能力。	1. 市场调研； 2. 商务谈判； 3. 产品推销； 4. 营销策划； 5. 新品全渠道推广。	课程思政： 考核环节融入职业道德评价，突出职业素养与家国情怀的统一。 教学条件： 市场营销综合实训室、机房、产教融合项目工作室、校外实训基地。 教学方法： 运用现场讲解示范、模拟操作训练、讲评练结合、模拟测试等。 师资要求： 具有良好的师德师风，任课教师应具有扎实的市场营销专业理论功底和一定的企业实践经验，依据学生专业技能抽查标准的模块进行对应指导。 考核要求： 考查。采取实训过程考核与作品、操作成绩考核相结合的方法，其中实训过程（占30%）+作品成绩（占30%）+操作成绩考核（40%）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
6	毕业设计	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。 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。 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. 毕业设计主题的确立； 3. 毕业设计产品； 4. 毕业设计总结。	课程思政： 选题需服务国家战略（如乡村振兴、绿色发展），体现青年担当与创新报国志向。 教学条件： 市场营销专业教室，市场营销综合实训室。 教学方法： 教师指导、学生查询讨论且与顶岗实习相结合。 师资要求： 具有良好的师德师风，任课教师应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 考核要求： 考试。采取毕业答辩及资料上交的方式进行课程考核与评价，以学生毕业设计考核评价的过程性材料为主要考察对象，重点评价毕业设计答辩实施和考核结论形成2个方面。设计初评成绩由指导老师打分，答辩成绩由答辩小组打分，毕业设计总评成绩=初评成绩30%+答辩成绩*70%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
7	岗位实习	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。 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。 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。	课程思政： 结合劳动教育，弘扬工匠精神与职业操守，培育艰苦奋斗品质。 教学条件： 企事业单位一线岗位。 教学方法： 采用企业实际工作和学生职业能力提升及毕业设计相结合的方式，企业人员及顶岗实习带班老师相结合。 师资要求： 具有良好的师德师风，带班老师要求有企业顶岗经验且有高度的责任心，有丰富的企业管理学生实习经验。 考核要求：考查。 由企业按照岗位考核要求实施，按岗位考勤、组织纪律占70%，实习报告占30%进行分数考核。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程表 (表 12)

表12教学进程安排表

课程类别	课程编码	课程名称	课程类别	考核方式	学分	学时分配			学期/教学周/课时数					
						总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6
									20周	20周	20周	20周	20周	20周
公共基础课程	公共基础必修课程	900001	军事理论	A	考查	2	36	36	0	2*18				
		900005	军事技能	C	考查	2	112	0	112	2W				
		900003	劳动教育	B	考查	1	16	6	10	1W				
		2610001 (1-2)	思想道德与法治	B	考试	3	48	42	6	2*10 (5-14)	2*14 (2-15)			
		2610002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	考试	2	32	24	8			2*16		
		2610006	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	考试	3	48	42	6				3*16	
		0262000 1 (1-5)	形势与政策	A	考试	1	40	40	0	2*4 (15-18)	2*4 (16-19)	2*4 (16-19)	2*4 (16-19)	2*4 (16-19)
		2610008	国家安全教育	A	考查	1	16	16	0		学习平台			

		2640001 (1-2)	大学生心理健康教育	B	考查	2	32	16	16	4*4 (5-8)	2*8 (2-9)				
		2023015	信息技术	B	考查	3	48	24	24	4*12					
		1113002	创业基础	B	考查	2	32	28	4		2*16				
		1113001	大学生职业发展与就业指导	B	考查	2	32	28	4	2*8 (10-17)				2*8	
		2413001 (1-4)	大学体育	B	考查	7	112	16	96	2*12	2*16	2*16	2*12		
		2610007	中华民族共同体概论	B	考查	1	16	10	6			2*8			
		公共基础必修课小计				32	620	328	292	8	8	6	5	2	
	公共基础 限选 课程	2415012	应用文写作	B	考查	2	28	20	8	2*14					
		2413009	大学语文	B	考试	2	32	28	4		2*16 (2-17)				
		2413007	高等数学	B	考试	2	56	50	6		4*14				
		2415105	美育	B	考查	1	18	10	8		2*9 (10-18)				
		2530001 (1-2)	大学英语	B	考试	8	128	64	64	4*14	4*18 (2-18)				
		2413017	职业素养	B	考查	1	16	8	8	学习 平台					
		公共基础限选课小计				16	278	180	98	6	12				

公共基础 任选课程	2415013	普通话	B	考查	1	16	6	10		2	2	2			
	2410001	演讲与口才	B	考查	1	16	6	10							
	2325007	土家织锦	B	考查	1	16	6	10							
	2323011	蜡染	B	考试	1	16	6	10							
		中华优秀传统文化	B	考查	1	16	6	10							
	公共基础任选课小计				3	48	18	30		2	2	2			
	合计				51	946	526	420	14	22	8	7	2		
专业课程	专业基础 课程 (6 门)	1943001	经济学基础	B	考试	2	28	18	10	2*14					
			管理学	B	考查	3	56	34	22	4*14					
		1943042	市场营销基础	B	考试	3	56	34	22	4*14					
			商品学基础	B	考试	2	32	20	12		2*16				
			大数据财务管理	B	考试	4	64	30	34		4*16				
			市场调查与预测	B	考查	4	68	30	38			4*17			
		小计				18	304	166	138	10	6	4			
	专业 核心 课程 (8 门)	1943003	消费者行为分析	B	考试	4	64	24	40		4*16				
		1943004	商务数据分析	B	考试	4	68	26	42			4*17			
			智能客户服务实务	B	考查	4	68	26	42			4*17			
			数字营销	B	考查	4	64	24	40				4*16		

		1943021	商务礼仪与沟通	B	考查	2	32	12	20				2*16		
		1943032	销售与管理	B	考试	4	64	24	40				4*16		
		1943014	品牌策划与推广	B	考试	2	52	20	32					4*13	
			服务营销	B	考查	2	52	20	32					4*13	
		小计				26	464	176	288		4	8	10	8	
	专业拓展课程 (8门)	1943030	商务文案策划与撰写	B	考查	2	34	22	12			2*17			
			OA技术与应用	B	考查	4	68	34	34			4*17			
			短视频策划与制作	B	考试	4	64	30	34				4*16		
		1943013	商务谈判	B	考试	2	32	20	12				2*16		
			Python程序设计	B	考查	4	64	30	34				4*16		
		1943036	直播营销	B	考查	2	52	26	26					4*13	
			渠道管理	B	考查	2	52	20	32					4*13	
		1943034	视觉沟通技术与应用	B	考查	2	52	20	32					4*13	
		小计				22	418	202	216			6	10	12	
	集中实践课程/环节	1943042	专业劳动实践	C	考查	3	60	0	60		20*1W		20*1W	20*1W	
			专业岗位认知	C	考查	1	20	0	20	20*1W					
		1943023	营销沙盘实训	C	考查	1	20	0	20		20*2W				

	营销基础技能实训	C	考查	2	40	0	40			20*2W			
	营销岗位技能实训	C	考查	2	40	0	40				20*2W		
	综合实训	C	考查	2	20	0	20					20*1W	
1943015	技能抽考综合实训	C	考查	3	52	0	52					4*13	
2313023	毕业设计	C	考查	5	80	0	80					20*4W	
2300001	岗位实习	C	考查	24	480	0	480						24*20W
小计				43	812	0	812						
总计				160	2944	1070	1874	24	32	26	27	26	

注：①每学期教学活动周为20周，第1周为教学预备周（补考，教学设备运行调试，教学资料领取，教材发放），第20周为教学总结周（教学资料上交，教学质量考核）。新生第1-4周为入学教育，专业介绍，军事训练，安全教育，劳动教育，第5周开始安排其他课程。

②课程类型：A代表纯理论课，B代表（理论+实践），C代表纯实践课。

③以实践周排课的课程用“W”表示，如“4W”表示该课程4周；其它课程用“周课时*周数W”表示，如“4*5W”为该课程周课时4节，排5周。

④周课时原则上每周不超过28学时。

⑤岗位实习主要集中安排在第6学期，总时长一般为6个月，24学分，计480学时。

（二）学时与学分分配

学时与学分分配如表 13 所示。

表13学时与学分分配表

课程类别	课程性质	学分小计	学时分配		总学时	占总学时比例（%）
			理论课时	实践课时		
公共基础课程	必修课	32	328	292	620	21.06%
	限选课	16	180	98	278	9.44%
	任选课	3	18	30	48	1.63%
专业基础课	必修课	18	166	138	304	10.33%
专业核心课	必修课	26	176	288	464	15.76%
专业拓展课	选修课	22	202	216	418	14.20%
集中实践课	必修课	43	0	812	812	27.58%
总计	——	160	1090	1898	2944	100%
公共基础课	——				946	32.13%
实践课	——				1874	63.65%
选修课	——				326	11.07%

【说明】：总学时数=公共基础课程学时数+专业（技能）课程学时数=理论教学学时数+实践性教学学时数=线上教学学时数+线下教学学时数

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

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不低于 60%, 专任教师队伍职称和年龄形成了合理的梯队结构。具有本专业领域副高以上专业技术职务的校内专业带头人 1 名, 3 名以上专任专业核心课教师, “双师型”教师达到 50%以上。

1.队伍结构

根据市场营销专业人才培养目标和学生规模, 在师资结构上应按照专业带头人、骨干教师、双师素质教师、兼职教师进行合理配备学生数。本专业学生数与专任教师数比例不高于 18:1, 双师素质教师占专

业教师比达不低于 60%，专任教师队伍职称、年龄，具有合理的梯队结构，具体要求见表 14。

表14师资队伍结构

队伍结构		比例（%）
职称结构	高级职称	27.57%
	中级职称	37.94%
	初级职称	34.49%
学历结构	硕士以上学历	48.27%
	本科	51.73%
年龄结构	35岁以下	55.17%
	36-45岁	17.24%
	46-60岁	27.59%
双师型教师		65.5%
生师比		6.875%

2. 专业带头人

（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

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；每学年累计不少于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

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

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WiFi环境，并具有网络安全防护措施，直播及摄影等课程教学必须提供专业的摄像器材及直播设备。市场营销实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

表15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. 校内实践教学条件

校内实践教学条件按照完成专业学习领域核心课程的学习情境教学要求配置，每个场地满足一次性容纳 50 名学生进行基于行动导向的理论实践一体化教学的需要。专业课程的实践条件配置与要求见表 16（以 200 学生数为基准）。

表16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
1	专业基础能力实训	市场营销综合实训室	1. 智能客户服务实训；2. 视觉营销实训；3. 视频处理与特效制作实训；4. 营销策划实训。
2	专业专项能力实训	商务礼仪实训室	1. 商务礼仪；2. 商务谈判；3. 智能推销实务。
3		数字营销实训室	1. 市场调查与预测；2. 商务数据分析；3. 数字营销。
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

3. 校外实践教学条件

表17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、岗位实习	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、岗位实习	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	岗位实习、项目运营化、智能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、智能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	湘西农村农产品营销推广	深度
7	湘西职院-湖南大卓网络营销实训基地	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
9	安徽正德互联信息技术有限公司	电子商务客服实训	电商客服与管理实习	客户服务与管理
10	湖南民意网络有限公司	电子商务直播实训	直播营销	持续性、共建
11	湘西神秘谷茶业有限公司	电子商务直播实训	直播营销	持续性、共建
12	湘西职院-优品汇电商实训基地	湘西优品汇电子商务有限公司	农产品营销与推广、线下产品营销实训	持续性、共建
13	湘西职院-湘西好食货电商实训基地	湘西自治州好食货电子商务有限公司	农产品营销与推广、湘西农村市场服务	持续性、共建

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，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，严格按照教育部发布的《职业院校教材选用管理办法》执行。学校建立由专业教师、企业专家和教研人员参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序选用教材。专业课、专业选修课教材选用高职高专教材，优先选用近五年职业教育国家规划教材、全国百强出版社教材，严禁选用本科教材。课证融通的课程选用“1+X”证书指定教材。鼓励专业教师根据教学实际需求，与企业合作开发新型活页式教材、校本教材。

表18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	十四五规划教材	电子科技大学出版社	陈颖	2022年06月
2	市场营销第二版	十三五规划教材	中国农业出版社	白海鹰	2022年10月
3	商务礼仪与职业素养	“十三五”高等职业院校财经专业智能型教材	北京航空航天大学出版社	李德建	2023年06月
4	演讲与口才（微课版第2版）	十四五规划教材	人民邮电出版社	孙小杰	2023年07月
5	营销法规实务	十二五规划教材	科学出版社	王成芬	2020年07月
6	消费者行为分析与实务（第五版）	“十三五”职业教育国家规划教材	中国人民大学出版社	王生辉	2023年01月

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
7	现代推销实务	十四五规划教材	同济大学出版社	邹心之	2023年01月
8	中国茶文化与茶艺（第二版）	十三五规划教材	中国旅游出版社	邹勇文	2021年06月
9	直播电商：理论、运营与实操	电子商务市场营销网络营销与直播电商教材	电子工业出版社	马骁骁	2023年07月
10	网络营销（第2版）	高等学校经济管理类主干课程教材·市场营销系列	中国人民大学出版社	王玮	2022年07月
11	客户服务与管理	新编21世纪高等职业教育精品教材	中国人民大学出版社	王国玲王辉许艳华	2022年04月
12	营销渠道管理	高等院校市场营销教材系列	机械工业出版社	李克芳范新河	2023年02月
13	社群营销与运营（微课版）	网络直播与营销新常态教材系列	人民邮电出版社	李兰青周怡	2023年06月
14	连锁经营管理理论与实务（第五版）	新编21世纪高等职业教育精品教材	中国人民大学出版社	窦志铭杨叶飞	2023年01月
15	新媒体营销	市场营销精品教程系列	机械工业出版社	陈钦兰周飞陈小燕	2023年06月
16	广告创意与策划	21世纪新闻传播学系列教材	中国人民大学出版社	蒋旭峰杜骏飞	2023年07月
17	农产品营销理论与实务	高等教育精品教材立项项目	中国农业大学出版社	李季圣	2023年07月
18	商务谈判项目化教程	新编21世纪高等职业教育精品教材	中国人民大学出版社	潘瑞艳	2023年07月
19	市场营销策划实务	市场营销精品教程系列	电子工业出版社	杨毅玲	2023年07月
20	商务数据分析与应用（第2版 微课版）	十三五规划教材	人民邮电出版社	沈凤池	2023年06月

2. 图书文献配备基本要求

表19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，力图为管理类

序号	图书文献名称	内容简介
		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、复制的纲要。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

序号	图书文献名称	内容简介
		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20-1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。	
	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。	
自主学习资源	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20-2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	智慧树	www.zhihuishu.com
3	超星	www.chaoxing.com
4	淘宝大学	https://daxue.taobao.com/
5	商家学习中心	https://xue.jd.com/
6	中国营销传播网	http://www.emkt.com.cn/
7	全国职业院校技能大赛教学能力比赛官网	http://www.nvic.com.cn/
8	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。

表21学生专业课程学习考核标准

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,建立由系主任但任组长,校内外资深教师、行业专家和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和育人水平。

（9）职业技能资质考评制度：合理设置1+X证书和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、实习指导老师、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，具有社会责任感和参与意识。

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；完成顶岗实习和毕业设计，技能抽考合格。

毕业总学分为160学分。公共课程51学分，其中公共必修课32学分，公共限选课16分，公共选修课3分；专业课程109学分，专业基础课18学分，专业核心课26学分，专业拓展课22学分，集中实践课43学分；总计修完160学分。

(三) 证书要求

学生毕业前由学校组织学生考取1+X证书、相关技能资格证书和职业资格证书，如表：

表22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 (四选一)
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	
3	新媒体运营专员	1+X证书：网店运营推广	北京鸿科经纬科技有限公司	初级	
4	新媒体运营专员	1+X证书：数字营销技术应用	中教畅享(北京)科技有限公司	初级	
5	中小微企业创业者	SYB培训合格证	人社部		选考

十、附录

表23教学进程总体安排表

学年	学期	教学进程周次																				课堂教学周数	实践教学周数					考试周数	学期教学总周数	寒暑假周数		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		军训	入学教育	专业岗位认知	专业劳动实践	毕业设计				岗位实习	
第一学年	一		↑ #	#	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	○	*	⊙	14	2	1	1		1		1	20	4
	二	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	*	※	※	※	※	※	※	※	☆	*	⊙	16				1	2		1	20	6
第二学年	三	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	☆	☆	*	⊙	17				2		1	20	4	
	四	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	☆	☆	*	⊙	16				1	2		1	20	6
第三学年	五	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	★	★	★	★	⊙	13				1	1	4	1	20	4
	六	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	-						20		20	
总计																						76	2	1	1	3	8	4	20	5		
说明	备注：○为专业岗位认知，#为军训，↑为入学教育，※为课堂教学周，⊙为考试周，☆为专业实训，★为毕业设计，*为劳动实践，◇为岗位实习，⊕为毕业教育 注：第一至第五学期课程教学、第六学期顶岗实习。																															