

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 三年制高职

适用年级 2026 级

制定时间 2026 年 8 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	2
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	3
六、课程设置及要求	5
(一) 课程教学要求	6
七、教学进程总体安排	48
(一) 教学进程表	48
(二) 学时与学分分配	52
八、实施保障	52
(一) 师资队伍	52
(二) 教学设施	54
(三) 教学资源	56
(四) 教学方法	61
(五) 学习评价	62
(六) 质量管理	63
九、毕业要求	65
(一) 素质要求	65
(二) 学分要求	66
(三) 学业要求	66
(四) 证书要求	67
(五) 其他要求	68

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

三、修业年限

三年

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)	A01 农业、C 制 造业、F51 批发 业、F52 零售 业、L72 商务服 务业、I64 互联 网和相关服 务、R86 旅游业	2-06-07-02 市 场营销专业人 员 2-06-07-04 品牌专业人员 4 -01-02 销售人 员 4-07-02-03 客户服务管理 员 4-08-02-01 旅游咨询员 4-0 8-03 电子商务 师 4-08-04 全 媒体运营师 5-0 5-01-01 农产品 经纪人	1. 线下营销岗： 门店销售、渠道 招商、市场推广、 客户经理；2. 数 字营销岗：新媒 体运营、短视频 营销、直播电商、 社群运营；3. 商 务策划岗：市场 调研、活动策划、 品牌推广、商务 洽谈；4. 电商运 营岗：店铺运营、 商品美工、流量 投放、用户运营	1. 国家职业技能等 级证书：市场营销 师、电子商务师、全 媒体运营师、互联网 营销师；2. 职业类证 书：数字营销技术应 用、新媒体营销、网 店运营推广、呼叫中 心客户服务与管理； 3. 省州产业适配证 书：初级经济师（农 业经济/工商管理方 向）、乡村文旅运营 认证、武陵山区茶叶 品牌营销证书

（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	目标岗位：渠道管理专员	1. 本地农产品、文旅、商贸企业渠道开发与招商拓展 2. 经销商、零售终端合作关系维护与客户诉求处理 3. 渠道订单、物流、对账、售后全流程运营管理 4. 区域渠道布局优化与铺货策略调整 5. 竞品渠道信息、终端市场需求收集反馈	1. 具备渠道招商拓展、商务谈判与合作政策制定能力 2. 具备经销商、终端客户关系维护与客户管理能力 3. 具备渠道订单、结算、售后全流程运营管控能力 4. 具备市场信息调研、渠道数据分析与优化调整能力 5. 具备跨部门沟通协调与方案落地执行能力 6. 具备诚信务实、客户至上的营销服务职业精神
2	目标岗位：新媒体运营专员	1. 本地特产、文旅账号内容策划与图文/短视频创作 2. 农产品、文旅场景直播全流程运营与转化提升 3. 本地用户社群搭建、分层运营与私域转化 4. 线上营销活动策划与数字流量投放执行 5. 账号运营数据统计、复盘与策略迭代优化	1. 具备新媒体图文、短视频内容策划与创作能力 2. 具备直播场控、产品讲解与直播间转化运营能力 3. 具备私域社群搭建、用户精细化运营与复购提升能力 4. 具备线上营销活动策划、数字流量投放执行能力 5. 具备运营数据采集、分析与策略优化迭代能力 6. 具备创新进取、持续学习的数字营销职业精神
3	目标岗位：企划专员	1. 本地文旅、农产品、消费品市场调研与竞品分析 2. 区域公用品牌、企业产品品牌推广方案策划 3. 农博会、文旅节庆、乡村展销会等活动落地执行 4. 政企、产业园区品牌资源对接与商务洽谈 5. 品牌宣传效果跟踪与传播内容优化调整	1. 具备区域产业市场调研、消费需求分析与报告撰写能力 2. 具备本土特色品牌整合策划与卖点提炼能力 3. 具备线下大型营销活动全流程组织与落地执行能力 4. 具备政企商务洽谈与品牌资源整合对接能力 5. 具备民族文化挖掘与品牌故事塑造传播能力 6. 具备严谨细致、追求品质的策划职业精神
4	发展岗位：电商运营主管	1. 多平台特产电商店铺整体运营与年度规划 2. 美工、直播运营团队管理与工作任务分配 3. 销售目标拆解、业绩跟踪与团队绩效管控 4. 电商运营标准化流程搭建与管理制度完善 5. 县域电商项目、校企产教实训基地对接落地	1. 具备多平台电商店铺全链路统筹运营能力 2. 具备团队分工管理、目标拆解与绩效管控能力 3. 具备电商流量转化数据分析与策略调整能力 4. 具备运营流程梳理与标准化制度搭建能力 5. 具备县域助农项目、产教融合项目对接落地能力 6. 具备责任担当、服务地方经济发展的职业精神

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业立足学校“质量立校、人才强校、特色兴校、开放活校”办学理念和“服务地方、产教融合、特色发展”办学要求，聚焦国家战略和区域发展，紧扣国家高等职业教育专业教学标准、职业学校专业实训教学条件建设标准，主动对接湖南省“十五五”职业教育发展要求，围绕湖南省“4×4”现代化产业体系及湘西州“1+5+X”现代化产业体系发展需求，落实立德树人根本任务，通过“价值塑造、品行养成、知识传授、能力培养、工匠传承”多维协同育人体系，培养兼具“家国情怀、全面素质、精湛技艺、工匠精神”的德、智、体、美、劳全面发展的社会主义现代化事业的建设者和接班人。通过掌握市场营销、数字营销、商务数据分析、新媒体运营、品牌推广等知识和技能，面向商贸服务业、本土特色产业等行业的市场运营主管、品牌策划主管、直播营销主管、客户关系主管、销售管理主管等岗位（群），能够从事市场调研分析、品牌策划推广、新媒体直播运营、社群营销、客户关系管理、销售管理、商务谈判等工作的高素质复合型技术技能人才。

工作3-5年后，学生具备市场运营策划、全渠道营销推广、客户关系管理及销售团队管理等技能，胜任市场营销、品牌运营、销售管理等管理工作，成长为企业营销管理骨干或创新创业带头人。

（二）培养规格

本专业培养的学生应在运用大数据、数字化新媒体等先进技术的基础上，熟练开展市场调研分析、数字营销推广、新媒体品牌运营、直播营销获客、客户关系管理与销售运营等工作，具备市场研判、营销实操、数据分析应用、团队沟通协作以及创新创

业等综合能力。本专业培养的学生应具备的素质、知识、能力如下表 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： (1) 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感； (2) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。 2. 职业道德素质： (1) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定； (2) 掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等知识与技能； (3) 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。 3. 人文科学素质： (1) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好； (2) 具备良好人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力。 4. 身体心理素质： (1) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯； (2) 具备一定的心理调适能力。
知识要求	1. 通用知识： (1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识； (2) 学习 1 门外语并结合本专业加以运用；掌握信息技术基础知识，适应本领域数字化和智能化发展需求； (3) 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： (1) 掌握经济管理、市场营销、管理学等方面的专业基础理论知识； (2) 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化； (3) 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析 (4) 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理； (5) 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广； (6) 掌握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； (7) 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等专业理论与技术知识

培养要求	具体内容
能力要求	1. 通用能力: (1) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力; (2) 具有较强集体意识和团队合作意识; (3) 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力; (4) 具有整合知识和综合运用分析问题和解决问题的能力。 2. 专业能力: (1) 具备数字营销能力; 具备消费者行为分析能力; (2) 具备项目销售能力; 具备品牌策划与推广能力; 具备智能客户服务能力; (3) 具备商务数据分析能力; (4) 具备适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技术能力

六、课程设置及要求

本专业一共设置 7 个模块 50 门课程，共计 2886 学时，171 学分。具体如下表 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、人工智能与信息技术、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	5	17	大学语文、高等数学（理工类专业）、美育、大学英语、湖湘文化
3		公共基础任选课	3	3	演讲与口才（普通话）、中华优秀传统文化、苗绣、土家织锦、湘西民俗、短视频制作
4	专业基础课	专业基础课	8	19	市场营销基础、经济学基础、市场调研与商品选品、习近平经济思想概论、商务礼仪与沟通、消费者行为分析、推销与谈判、管理学基础
5		专业核心课	8	30	销售与管理、数字营销、服务营销、智能客户服务、品牌策划与推广、商务数据分析、营销策划实务、社群营销与运营
6		专业拓展课	7	26	直播营销、新媒体营销策划与视觉呈现、全域零售运营、智能客户服务与用户运营、渠道管理、商务谈判、营销法律法规
7	集中实践课		5	44	AI 客服实训和岗位认知、营销沙盘实训、营销技能综合实训、技能抽考/毕业设计、岗位实习
合计			50	171	

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,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1所示:

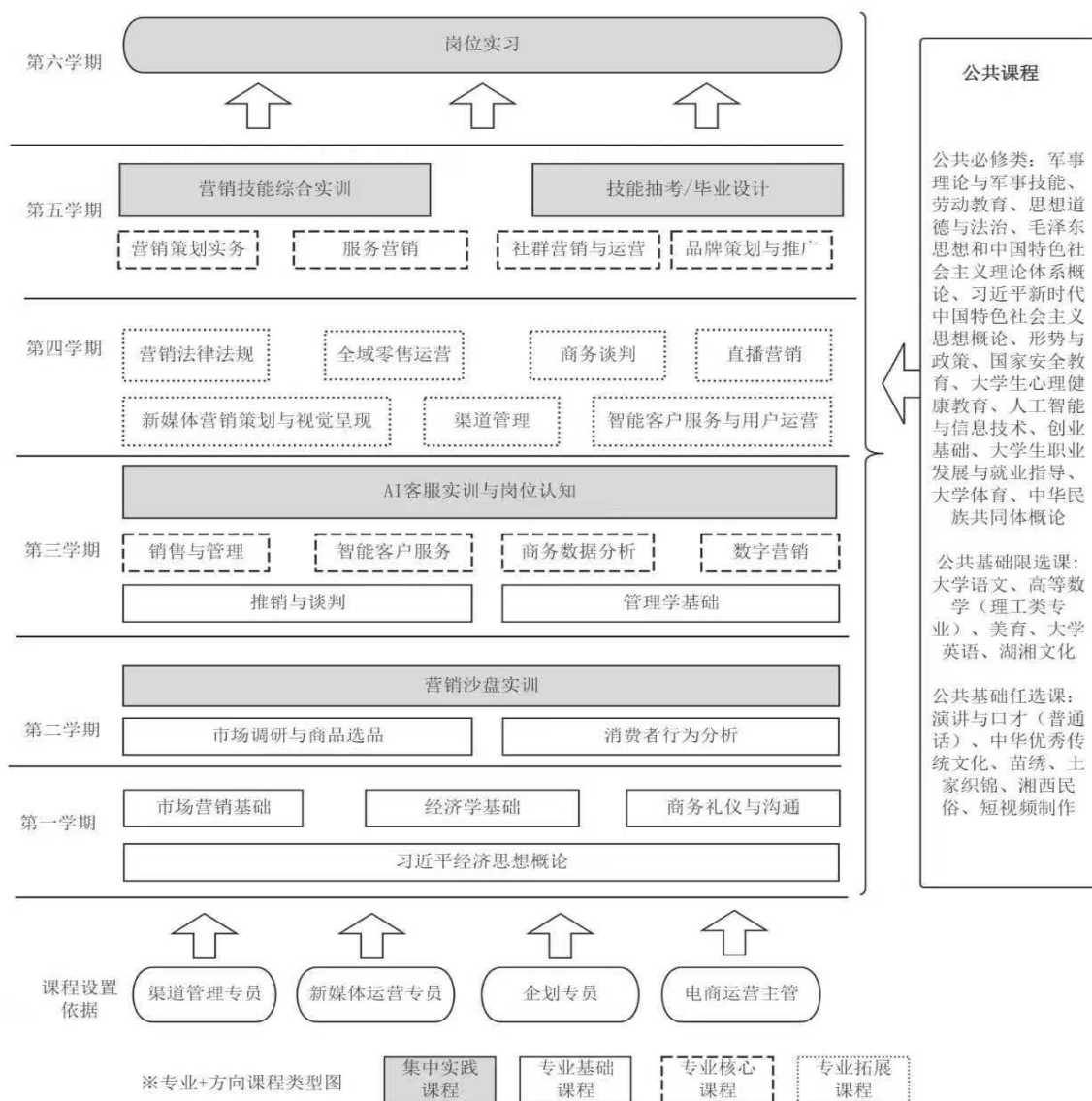


图1 专业课程体系架构图

(一) 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25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》《人工智能与信息技术》《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，做到居安思危，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。 3. 不断增强为中华民族振兴而努力的责任感和使命感 知识目标: 1. 通过军事理论课程的学习，掌握一定的军事知识； 2. 掌握信息化战争特点； 3. 掌握基本国防建设知识。 能力目标: 1. 能够运用所学本课程的知识分析军事形势； 2. 掌握高技术军事上的应用； 3. 具有识读国家安全资料的能力。	主要内容: 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. 国家安全； 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； 14. 信息化战争概述； 15. 信息化战争特点。	教学条件: 训练场地、军械器材设备。 教学方法: 在教学过程中融入保家卫国和家国情怀等课程思政内容，教官现场示范教学，学生自我训练，动作规范性纠正。 师资要求: 具有良好的师德师风，军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验。 考核要求: 考查。过程评价考核 70%+终结性考核 30%。
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； 4. 培养学生关心关注国防的意	主要内容: 1. 内务整理； 2. 立正、跨立、停止间转法三大步伐的行进与立定、步法变换、坐下、蹲下、起立； 3. 脱帽、戴帽、敬礼、整理着装； 4. 整齐报数、分列式	教学条件: 寝室、训练场地、军械器材设备。 教学方法: 在教学过程中融入保家卫国和家国情怀等课程思政内容，通过军训、主题班会、讲座等方式相结合组织教学，主要采用讲解与示范相结合，逐个动作

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
2	军事技能	识，增强报国强国本领。 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； 3. 掌握射击模拟训练基础知识。 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吃苦耐劳的品质； 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； 4. 具备熟练整理内务卫生的能力，养成良好的卫生习惯。	训练、拉练、分列式会操演练、唱军歌等； 5. 模拟射击训练； 6. 纪律条令学习。	教练，还采取竞赛、会操、阅兵的方法，要求学生在日常生活、训练中养成优良的作风。 师资要求：具有良好的师德师风和过硬的军事技能，必须是现役军人或者转业退伍军人，有较丰富的教学经验。 考核要求：考查。 采用过程性考核+终结性考核，过程性考核以学生出勤情况、参加训练完成情况、军训态度、遵守纪律情况、内务考察作为考核成绩的依据，终结性考核以军事技能考核为准。过程评价考核 50%+终结性考核 50%。
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； 3. 具有社会义务感和责任感 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； 3. 培养学生热爱社会公益活动，提升服务社会的意识。 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； 2. 具备满足生存发展需要的基本劳动能力； 3. 培养社会责任意识，参与意识，锻炼并提高社会活动能力。	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）； 7. 社会公益活动（服务社区、三下乡活动、寒暑假社会实践）。	教学条件：多媒体教室，社区，公共卫生区域室等。 教学方法：在教学过程中融入劳动创造美好未来等课程思政内容，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，点燃学生对劳模精神、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，具有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。 过程评价考核 30%+终结性考核 70%。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
4	思想道德与法治	素质目标: 1. 树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心。 2. 培养学生的科学人文素养、批判思维和创新精神，对形形色色的价值观具有独立的思考能力和判断能力；增强社会责任感和历史使命感，立志成为担当民族复兴大任的时代新人。 3. 锤炼道德品格，遵守道德规范，塑造善良、诚信、责任等良好道德人格。 4. 树立社会主义法治观念，养成自觉守法、遇事找法、解决问题靠法的思维习惯和行为方式。 知识目标: 1. 引导学生深入了解和感悟新时代的内涵，对自身作为时代新人的角色形成清醒的认识，确立新目标、开启新征程。 2. 引导学生树立正确的人生观，成就出彩人生；树立崇高的理想信念，尤其是理解和树立中国特色社会主义共同理想和共产主义远大理想。 3. 领会和弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；加深对社会主义核心价值观的理解和认同。 4. 引导学生理解道德的功能、作用，形成一定的善恶判断力，领会各种公民道德准则的深刻内涵；全面领会习近平新时代中国特色社会主义思想，掌握必备法律知识。 能力目标: 1. 掌握评价人生价值、处理人生矛盾的方法；能自觉将个人理想融入社会理想，规划自身学习和职业生涯。 2. 能用正确爱国观辨析自身与他人言行，做忠诚爱国者、改	主要内容: 1. 担当复兴大任成就时代新人。 2. 领悟人生真谛把握人生方向。 3. 追求远大理想坚定崇高信念。 4. 继承优良传统弘扬中国精神。 5. 明确价值要求践行价值准则。 6. 遵守道德规范锤炼道德品格。 7. 学习法治思想提升法治素养。	立德树人: 针对学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观道德观、法治观教育，帮助学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 教学条件: 智慧教室、学习通智慧教学平台、教学资源库等各种信息化手段以及湘西州博物馆、民族非遗文化体验馆、校内非遗大师工坊等实践教学基地。 教学方法: 讲授法、案例教学法、情境模拟法、小组讨论法等教学方法。 师资要求: 具有良好的师德师风，具有较高的思想政治理论水平，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(过程评价考核 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
		革创新生力军。 3. 能够理性分析现实生活中的道德与法律问题，明辨是非善恶，自觉践行社会主义核心价值观。		
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. 帮助学生树立对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。 2. 坚持和发扬实事求是的良好作风，培养家国情怀和国际视野，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。 3. 了解党情、国情、民情、世情，明确自己的历史使命和社会责任，树立牢固的马克思主义和中国特色社会主义信念，自觉承担起实现中华民族伟大复兴中国梦的历史使命。 知识目标: 1. 掌握马克思主义的基本立场、观点和方法。 2. 了解中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际、与中华优秀传统文化相结合的历史进程。 3. 熟悉马克思主义中国化时代化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. 能运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性，积极投身中国特色社会主义建设的伟大实践中。 2. 具备宏大的历史视野，具有强烈的问题意识，具有科学认识马克思主义中国化时代化的历史进程的能力。 3. 能够使用正确思想政治术语表达思想政治观点。	主要内容: 1. 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果。 2. 毛泽东思想及其历史地位。 3. 新民主主义革命理论。 4. 社会主义改造理论。 5. 社会主义建设道路初步探索的理论成果。 6. 中国特色社会主义理论体系的形成发展。 7. 邓小平理论。 8. “三个代表”重要思想。 9. 科学发展观。	立德树人: 帮助学生对中国共产党的领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解，对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更加深刻的理解，对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力有显著提升。 教学条件: 智慧教室、学习通智慧教学平台、学习强国 APP 等各种信息化手段以及湘西州博物馆等实践教学基地。 教学方法: 讲授法、模拟教学法、案例教学法、情境教学法等教学方法。 师资要求: 具有良好的师德师风，具有较高的思想政治理论水平，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(过程评价考核 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: 1. 增强对党和国家的自信心和自豪感, 增进对中国特色社会主义的认同感。 2. 厚植爱国主义情怀, 能自觉将爱国情、强国志、报国行融入实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 3. 增强“四个意识”、坚定“四个自信”, 捍卫“两个确立”, 自觉坚决做到“两个维护”, 成为社会主义建设合格的接班人。 知识目标: 1. 了解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景。 2. 全面系统深入把握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求。 3. 系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法。 能力目标: 1. 具备运用习近平新时代中国特色社会主义思想认识问题、分析问题和解决问题的能力。 2. 切实将学习成效转化为实际工作, 为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗。 3. 增强学生的调查研究能力、团队协作能力和沟通表达能力, 通过实践教学和小组讨论等活动, 培养学生的综合素质和能力。	主要内容: 1. 马克思主义中国化时代化新的飞跃。 2. 新时代坚持和发展中国特色社会主义。 3. 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。 4. 坚持党的全面领导。 5. 坚持以人民为中心。 6. 全面深化改革开放。 7. 推动高质量发展。 8. 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略。 9. 发展全过程人民民主。 10. 全面依法治国。 11. 建设社会主义文化强国。 12. 以保障和改善民生为重点加强社会建设。 13. 建设社会主义生态文明。 14. 维护和塑造国家安全。 15. 建设巩固国防和强大人民军队。 16. 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一。 17. 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体。 18. 全面从严治党。	立德树人: 帮助学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系, 把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法, 增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同, 切实做到学思用贯通、知信行统一。 教学条件: 智慧教室、学习通智慧教学平台、学习强国 APP 等各种信息化手段以及花垣县十八洞村等思政实践教学基地。 教学方法: 讲授法、案例教学法、问题驱动法、小组研讨法等教学方法。 师资要求: 具有良好的师德师风, 有较高的思想政治理论水平, 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(过程评价考核 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
7	形势与政策	素质目标: 1. 能全面正确地认识党和国家面临的新形势,拥护党的路线、方针和政策。 2. 能够明确时代责任,增强社会责任感和使命担当意识。 3. 能自觉用马克思主义理论武装头脑,指导实践。 知识目标: 1. 掌握新时代党的创新理论,了解新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践。 2. 掌握中国坚持和平发展道路、推动构建人类命运共同体的新理念新贡献。 3. 认清形势发展变化规律,明晰政策产生、发展、运行的本质和特征。 能力目标: 1. 能够具备客观分析时事热点的能力,对国内外重大事件、敏感问题和社会热点难点问题有正确的思考。 2. 能够把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上,把握正确的世界观、人生观、价值观。 3. 具备一定的国际视野,自觉抵制各种不良思潮和言论影响,与党和国家保持高度一致的能力。	主要内容: 1. 党的建设。 2. 党和国家路线方针政策。 3. 国内经济形势与政策。 4. 港澳台工作。 5. 国际形势与外交方略。 参考教育部社科司编发的《形势与政策》教育教学要点,结合国际国内热点问题,确定讲授专题,根据热点问题的情况和形势与政策教研室对教学专题进行调整。	立德树人: 学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,引导学生正确认识世界和中国发展大势,正确认识中国特色和国际比较,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地。 教学条件: 智慧教室、学习通智慧教学平台、学习强国 APP 等各种信息化手段。 教学方法: 讲授法、案例教学法、问题驱动法、小组研讨法等教学方法。 师资要求: 具有良好的师德师风,有较高的思想政治理论水平,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(过程评价考核 50%+终结性考核 50%)
8	国家安全教育	素质目标: 1. 培养学生对国家安全的高度责任感和使命感,自觉增强国家安全意识。 2. 树立正确的国家安全观念,能用实际行动自觉维护国家安全利益。 3. 增强学生爱国主义精神,积极参与国家安全教育和社会实践活动。 知识目标: 1. 掌握总体国家安全观的基本内涵,了解国家安全的多维度、全方位特点,理解新时代我国	主要内容: 1. 导论。 2. 完整准确领会总体国家安全观。 3. 在党的领导下走好中国特色国家安全道路。 4. 更好统筹发展和安全。 5. 坚持以人民安全为宗旨。 6. 坚持以政治安全为宗旨。 7. 坚持以经济安全为基础。	教学条件: 智慧教室、学习通智慧教学平台、学习强国 APP 等各种信息化手段。 教学方法: 讲授法、案例教学法、启发式教学法、讨论式教学法等。 师资要求: 具有良好的师德师风,有较高的思想政治理论水平,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。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		国家安全面临的复杂形势。 2. 理解统筹发展和安全的关系，认识到统筹发展和安全对于建设社会主义现代化强国的重要意义。 3. 理解促进国际安全对于维护我国国家安全的重要意义，掌握国际合作与安全之间的内在逻辑关系。 能力目标： 1. 能够分析新时代国家安全复杂的形势，识别各种安全领域所潜在的风险与挑战。 2. 能够自觉运用总体国家安全观指导实际学习、工作与生活，处理国家安全问题。 3. 能够自觉参与到维护政治安全活动之中，勇于防范和打击各种危害政治安全的行为。	8. 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障。 9. 坚持以促进国际安全为依托。 10. 筑牢其他各领域国家安全屏障。 11. 争做总体国家安全观坚定践行者。	考核要求： 考查（过程评价考核 50%+终结性考核 50%）
9	大学生心理健康教育	素质目标： 1. 树立心理健康发展的自主意识，积极维护自身心理健康水平，促进身心和谐持续发展； 2. 正确客观评价自我，悦纳自我，培养积极乐观、健康向上的心理品质； 3. 增强心理危机预防意识与生命安全意识，在面对挫折和困难时具备自助与求助意识——“求助是强者的表现”； 4. 培养与专业发展相适应的职业心理素质，树立正确的职业价值观和人生态度； 5. 通过实践体验增强团队协作精神和社会责任感，养成关爱他人、助人为乐的良好品格。 知识目标： 1. 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. 了解大学阶段人的心理发展特征及常见心理问题的表现； 3. 掌握自我意识、人格塑造、情绪管理、人际交往、学习心理、恋爱与性心理等领域的基本知识； 4. 掌握压力与挫折应对、职业	主要内容： 1. 大学生心理健康概论：心理本质、健康标准、心理问题识别、大学生心理咨询； 2. 环境适应与心理健康：入学适应、环境变化应对； 3. 自我意识的发展：自我认知、自我接纳与完善； 4. 气质应用及性格优化：气质类型、性格优化与职业发展； 5. 情绪管理：情绪特点、负面情绪调节； 6 人际交往：人际沟通技巧、寝室人际关系； 7. 学习状态提升：学习动机、方法、学习心理障碍调适； 8. 恋爱和性心理健康：恋爱心理、性心理与健康观念； 9. 求职择业与心理健康：择业心理、职业规划；	教学条件：配备多媒体教室；团体心理辅导室、心理测评室、素质拓展场地；心理健康教育在线平台及数字化教学资源；教材配套微课视频。 教学方法：采用理论课+实践课教学模式。理论课使用讲授法、案例教学法、启发式提问、多媒体教学、小组讨论等，实践课采用团体辅导、情景模拟与角色扮演、心理测评与反馈、体验式训练、实践作业。理论课为实践课提供知识基础，实践课为理论课提供体验载体，形成“认知—体验—反思”学习闭环。 师资要求：具有心理学或相关专业背景，持有高校教师资格证；具备心理咨询实务经验及团体辅导组织能力；了解高职学生心理特点；定期参加专业培训与教研活动。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
9	大学生心理健康教育	规划与择业心理调适的基本知识； 5. 了解常见心理障碍的类型及求助途径，掌握精神障碍早期识别的基本知识。 能力目标： 1. 掌握自我探索技能，能够客观认识自我、接纳自我，合理规划自我发展与生涯发展； 2. 掌握情绪管理与压力调适技能，能够有效调节负面情绪、应对压力与挫折； 3. 掌握人际沟通与交往技能，能够建立和谐的人际关系，妥善处理人际冲突； 4. 掌握环境适应与学习发展技能，能够适应大学生生活并提升学习效能； 5. 具备初步的心理危机识别与应对能力，遇到心理问题时能够主动求助或帮助他人； 6. 通过实践训练，掌握心理素质拓展基本方法，能够在日常生活中自觉运用。	10. 挫折心理调控：挫折应对、心理韧性培养； 11. 网络心理健康：网络使用与心理平衡； 12. 生命教育：生命意识、危机预防与干预； 13. 社团活动与自我成长：社团育人功能与实践锻炼。	考核要求：采用过程性与终结性评价相结合，理论考核（50%）包括课堂参与 10%、平时作业 15%、期末考试 25%。实践考核（50%）包括实践课参与表现 20%、实践作业 15%、期末综合实践成果 15%。考试侧重知识应用能力，实践考核关注真实参与度与自我成长，学生须完成至少 10 学时实践课方可获得实践成绩。
10	人工智能与信息技术	素质目标：落实立德树人，树立科技自强与文化自信，恪守信息法规与网络伦理；强化数字素养与信息安全意识，辨别不实信息、保护隐私与知识产权；培育协作创新能力，推动信息技术、AI 与专业融合，树立服务新质生产力的职业观。 知识目标：掌握 WPS 办公软件操作、信息检索、信息安全基础；学会人工智能、大数据等新一代信息技术应用；理解 WP S AI、AIGC 人机协同模式；明晰 AI 伦理、隐私合规要求；掌握信息意识、计算思维、数字化创新、信息社会责任等学科核心素养内涵。 能力目标：精准检索甄别信息；熟练运用 WPS 完成文档、表格、PPT 综合办公；借助 AI 工具生成各类文案素材，实现人机协同；依托计算思维拆解、解决专业场景问题；识别网络与 AI	主要内容： 模块一、基础信息技术：认识信息技术与简易智能体搭建；使用 WPS 完成通知、宣传册、毕业设计等文档排版、协同编辑与 PDF 导出；运用电子表格完成数据录入、图表制作、数据透视与统计分析；设计含动画、超链接、视频的完整演示文稿；运用布尔检索、专业数据库检索招聘、热点、文献专利信息。 模块二、人工智能拓展应用：借助 AIGC 工具生成宣传海报、文旅短视频；实操国产 WPS Office 与 WPS AI，掌握人机协同智能办公流程。	教学条件：配备标准机房，学生一人一机、教师高配主机，配备教学显示设备，支持硬盘保护；安装国产系统、WPS、安全软件及主流 AIGC 工具，按需增设多媒体实训设备。 教学方法：以任务驱动开展理实一体化教学；结合产业案例融入课程思政；依托智能平台开展混合式教学，实现师生与 AI 学伴协同教学。 师资要求：教师师德端正，具备信息技术、AI 实操与企业数字化经验；优先“双师型”教师，定期企业实践；组建教研团队，紧跟技术更新教学内容。 考核要求：采用过程性评价+总结性评价相结

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		隐私风险，规范安全使用数字化工具。	模块三、人工智能素养与信息社会责任： 识别各类 AI 软件隐私与数据安全隐患；学习网络法规、伦理与知识产权，完成 AI GC 合规使用指南制作，树立信息安全与合规意识。	合的多元考核模式。过程评价占 60%、期末项目综合考核占 40%。过程考核实操、协作、线上学习及数字素养表现；期末完成专业综合数字化 AI 实操项目；全程考核科技自强、网络自律等思政素养。
11	创新创业教育	素质目标： 开拓精神与创新意识：敢于突破思维定势，运用创新方法解决学习、工作及生活中的实际问题； 积极心态与心理韧性：以积极心态面对遇到的困难和挑战，理性应对失败与挫折，能够在压力环境下保持乐观； 商业伦理与社会责任：具有较高的职业道德，遵守商业伦理，主动承担社会责任。 知识目标： 理解创业内涵：理解创业是创立新组织，创造新价值、创设新文化的过程，掌握创业的核心概念和主要理论； 熟悉核心流程：掌握从创意产生、机会评估到资源获取、企业开办的一般性逻辑，熟悉商业模式设计的核心逻辑； 了解政策法规：熟悉湖南省及所在高校支持大学生创新创业的政策与制度，知晓创业相关法律法规，树立合规意识。 能力目标： 信息获取与工具应用：能够应用市场调研工具分析环境、收集行业信息，撰写分析报告； 机会识别与产品设计：能够从日常生活和专业学习中发现创业机会，形成创意，应用专业知识设计产品； 商业策划与表达陈述：能够运用商业模式设计方法和工具，理清项目逻辑，撰写规范的商	主要内容：模块一创业认知与生涯发展 模块二环境分析与机会发现 模块三创新思维与产品设计 模块四团队协作与资源整合 模块五商业模式与路演实战 模块六商业伦理与创业风险	教学条件：多媒体教室 教学方法：案例教学法、项目式学习法、翻转课堂教学法、AI 辅助教学法 师资要求：具有良好的思想政治素质和职业道德，熟悉国家和湖南省创业政策；具备扎实的创业理论知识，具有创业实践经验或相关研究背景者优先；掌握现代教育技术和教学方法，具备较强的实践教学组织能力；定期参加创业教育师资培训，不断更新知识结构和教学能力。 考核要求：考查，采用 60%过程评价+40%结果评价的综合考核体系。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
		业计划书，对外流利表达陈述 核心观点 团队协作与执行能力：能够在 项目中承担特定角色，与团队 成员和谐沟通，共同实现目标。		
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、理论和模型，如职业锚理论、职业生涯规划阶段理论等；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。	主要内容： 1. 自我认知与职业认识 2. 生涯决策与目标设立 3. 职业生涯规划的评价、反馈与实施 4. 就业形势与政策 5. 就业信息的搜集与分析 6. 就业选择与求职准备 7. 求职材料的准备 8. 求职面试技巧 9. 就业签约与权益保护	教学条件：多媒体教室 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。 师资要求：具有良好的思想政治素质和职业道德，熟悉国家和湖南省就业创业政策；具备扎实的就业创业理论知识，具有就业创业实践经验或相关研究背景者优先；掌握现代教育技术和教学方法，具备较强的实践教学组织能力；定期参加创业教育师资培训，不断更新知识结构和教学能力。 考核要求：考查，形成性考核 40%+终结性考核 60%。
		素质目标：树立终身体育意识，锤炼意志品质，养成乐观心态与良好体育道德。 知识目标：掌握体育健康、运	主要内容： 基础健康知识：涵盖现代健康观、运动生理、运动营养、运动	教学条件：场地设施：配备标准田径场、球类场馆、武术室等专项运动场地，满足不同项目

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
13	大学体育	动损伤防护、职业体能相关的基础理论常识。 能力目标：熟练掌握 2 项以上运动技能，能自主制定锻炼计划、测评自身体质。	损伤预防与急救等内容。职业特色内容：包含岗位职业病预防、职业体能需求分析、针对性职业健身方案制定等内容。运动技能实践内容：基础体能训练：开展耐力、力量、速度、柔韧性等基础身体素质的系统性训练。常规运动项目：覆盖田径、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球等常见球类及田径类项目。特色拓展内容：根据部分院部学生实际情况，开设体操类、民族传统体育类运动项目进行教学。	教学需求。配套器材：配齐各类运动项目训练器材、体质测试设备、运动防护急救物资。信息化资源：搭建线上体育教学平台，配套运动教学视频、体质监测系统数字化资源。 教学方法：模式创新：采用以学生为中心的参与式教学模式，设置导入、前测、互动练习等环节。多元形式：结合分组练习、小型竞赛、游戏化教学，兼顾不同体能基础学生的个性化需求。融合手段：运用线上线下混合式教学，将思政元素自然融入体育课堂教学全过程。 师资要求：资质门槛：体育相关专业背景，一般需硕士及以上学位，本科需持有中级及以上相关技能证书。 能力要求：具备过硬的专项运动技能，能胜任课程教学、学生赛事辅导、课后答疑等工作。 素养要求：恪守师德规范，熟悉高职学生身心特点，可参与课程建设与教学改革相关工作。 考核要求：多元维度：综合考勤、课堂表现、运动技能测试、体质健康测评多维度评定成绩。过程导向：强化日常教学过程考核，不单一以最终运动成绩作为唯一评判标准。 刚性标准：教学考核不合格者按规定扣发对应授课报酬，学生需完成全部规定学时方可参与最终考核。

序号	课程名称	课程目标	教学内容	教学要求
14	中华民族共同体概论	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; 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。	主要教学内容: 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	教学要求: 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,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。

(2) 公共基础限选课程

包括《大学语文》《高等数学》《美育》《大学英语》共 5 门课程, 272 学时, 17 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	大学语文	素质目标: 1. 具备正确的世界观、人生观和价值观,培育创新批判性思维和精益求精的工匠精神; 2. 具备良好的职业道德、合作意识和敬业精神等职业素养; 3. 具备仁爱、孝悌等人文情怀,诚信、刚毅的品格及豁达、乐观、积极的人生态度; 4. 具备以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,坚定文化自信,增强民族自豪感; 5. 具备科学严谨的工作态度、踏实认真的工作作风,树立依法办事和规范行文的职业意识。 知识目标: 1. 掌握基本语文常识,熟悉散文、诗词、小说、戏剧四大文学体裁的特点; 2. 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. 了解中国文学发展的基本脉络,掌握课文所涉及的重要作家作品知识; 4. 理解应用文写作的基本概念,掌握常用应用文文种的种类、格式、写作要求和方法技巧; 5. 了解应用文写作的材料搜集方法和写作规律。 能力目标: 1. 具备较好的口头表达和书面表达能力,能进行日常沟通与写作; 2. 具备良好的文学作品鉴赏和审美能力,能对文学作品进行初步分析和评价; 3. 能根据日常生活和工作需要,撰写主题明确、材料翔实、结构完整、表达通顺的实用文书; 4. 能规范撰写通知、通报、请示、报告、函等常用党政机关公文,以及个人简历、自荐信、求职信、应聘书等职业文书; 5. 能设计调查问卷并撰写市场调	主要内容: 文学素养模块: 1. 基本语文常识; 2. 散文、诗词、小说、戏剧四大文学体裁特点及作品赏析; 3. 文学鉴赏的基本原理与基本方法; 4. 中国文学发展基本脉络(重点涉及重要作家作品); 5. 经典文学作品阅读与欣赏; 6. 延伸阅读与知识广角; 7. 语文综合实践。 应用写作模块: 1. 应用文写作概论(含材料搜集与写作规律); 2. 日常文书(含个人简历、自荐信、求职信、应聘书等); 3. 事务文书; 4. 公务文书(通知、通报、请示、报告、函等); 5. 经济文书(含市场调查报告、产品策划书、广告词等); 6. 大学生实用文书; 7. 调研文书(含调查问卷设计与撰写); 8. 洽谈文书; 9. 传播文书; 10. 党政机关公文规范。	教学条件: 配备多媒体教室(含投影仪、电脑、音响等设备),满足课件展示、音视频播放、在线资源查阅等信息化教学需求;配备白板或黑板辅助板书讲解;具备稳定的校园网络环境,便于开展线上线下混合式教学及学生课内外资料检索与作业提交。 教学方法: 采用引导式教学法、情境教学法、项目驱动法、案例教学法、翻转教学法、任务驱动法及小组合作学习法等多种教学方法,注重理论与实践融合,文学素养与应用写作并重,强化学生在真实或模拟工作场景中的语言文字应用能力。 师资要求: 担任本课程的主讲教师应具有良好的师德师风,扎实的文学理论基础和应用文写作实践经验,具备较强的语言文字表达能力和课堂组织能力。 考核要求: 采取过程性评价、终结性评价和增值评价相结合的方式。其中,过程性考核占40%(含课堂表现、文学鉴赏活动、写作实训作业、小组项目等),终结性考核占50%(综合闭卷或作品考核,涵盖文学知识与应用文写作),增值评价占10%(关注学生在语文综合素养、写作能力

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		查报告,能设计产品策划书及广告词等经济传播类文书; 6. 具备较强的自主学习能力和团队协作能力,能综合运用语文知识解决实际问题。		及学习态度等方面的进步与提升)。
2	高等数学	素质目标: 1. 养成严谨求实、规范缜密的科学态度与工匠精神,养成规范运算、认真求证的学习习惯; 2. 培养攻坚克难、独立思考的意志品质,树立团队协作、互助探究的合作意识; 3. 体会数学在大国工程、产业技术中的应用价值,增强求真务实、守正创新的职业素养,树立终身学习理念。 知识目标: 1. 掌握函数、极限与连续的基本概念、运算法则; 2. 掌握一元函数导数、微分的计算方法,理解导数在最值、优化问题中的应用; 3. 掌握不定积分、定积分计算,理解定积分几何与工程应用; 4. 掌握一阶常微分方程基础求解方法,了解数学模型在专业岗位中的应用原理。 能力目标: 1. 能够熟练完成极限、导数、积分、微分方程的基础运算,做到步骤规范、计算准确; 2. 能够运用导数、积分知识求解工程、专业场景下简单最值、累积问题; 3. 具备识别实际问题、建立简单数学模型的能力; 4. 具备自主分析问题、查阅资料、知识迁移用于后续专业课程学习的能力。	主要内容: 1. 函数、极限与连续: 函数性质、复合函数、极限运算、函数连续性与间断点; 2. 一元函数微分学及应用: 导数与微分计算、单调性极值最值、曲线凹凸拐点; 3. 一元函数积分学及应用: 不定积分、定积分计算,定积分几何与实际应用; 4. 常微分方程: 可分离变量方程、一阶线性微分方程求解; 5. 综合案例实训: 结合专业岗位开展数理建模、综合运算训练。	教学条件: 1. 多媒体智慧教室,配备计算机、投影、网络; 2. 线上智慧职教/超星课程平台,配套微课、课件、习题库数字化资源; 3. 数学作图、计算辅助工具; 课程思政拓展案例资源。 教学方法: 采用项目化教学、案例教学、情境教学、探究讨论式教学,推行线上+线下混合式教学; 结合理实一体化,对接岗位工作任务开展任务驱动教学。 师资要求: 具备数学相关学科本科及以上学历或中级及以上职称; 系统掌握高等数学知识体系,熟悉职业教育三教改革,能够运用信息化教学手段,可结合专业岗位开发数学应用案例。 考核要求: 实行过程性考核(50%)+终结性闭卷笔试(50%)=百分制综合评价。过程考核包含线上学习、课堂表现、作业任务、小组协作; 终结考核重点考核基础运算、公式应用、简单实际问题求解。
		素质目标: 1. 树立正确的审美观,陶冶高尚的道德情操,塑造美好心; 2. 了解中华美学精神,传承与弘扬	主要内容: 课程内容涵盖艺术教育、审美教育、文化教育三大板块。	教学条件: 配备多媒体教学设备(投影仪、音响系统、计算机等)的标准教室,满足音视频

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
3	美育	中华优秀传统文化； 3. 了解中外优秀艺术作品，树立正确的多元文化价值观； 4. 激发学生对美的热爱和追求，培养良好的道德品质、人文素养和创新精神； 5. 在审美欣赏与审美创造活动中陶冶情操、完善人格，提高自我教育的自觉性。 知识目标： 1. 了解美的本质、特点和表现形式； 2. 熟悉美育的概念、任务和作用； 3. 了解美育与德育、智育、体育的关系； 4. 了解各艺术门类（音乐、舞蹈、戏曲、绘画、书法、诗词、影视等）的发展简史、艺术特征和表现手段； 5. 掌握各艺术门类的审美特征和欣赏方法； 6. 了解生活美与科技美的核心与审美特征。 能力目标： 1. 提高美育素养，能运用所学知识赏析身边的美； 2. 能够运用所学知识赏析音乐之美、舞蹈之美、戏曲之美、绘画之美、书法之美、文学之美和影视之美； 3. 通过赏析艺术作品，培养审美能力及艺术鉴赏、分析和评价能力； 4. 通过美育实践活动，发展形象思维，提高感受美、表现美、创造美的能力； 5. 能够在创作和实际设计中发展形象思维，培养创新精神和实践能力； 6. 迁移审美感知、审美鉴赏和审美创造的思维，应用艺术美育思维解决复杂的审美问题。	1. 美与美育：美的本质、美学与美育特征、美育内涵和任务、中外美育思想； 2. 音乐之美：音乐的表现手段、声乐演唱方法与形式、器乐演奏形式与体裁、经典音乐作品赏析； 3. 舞蹈之美：舞蹈发展简史、舞蹈的艺术特征和表现手段、古典舞与民间舞赏析； 4. 戏曲之美：戏曲发展简史、常见戏曲剧种、戏曲艺术的审美特征和欣赏方法； 5. 绘画之美：中国画发展简史、工具材料与分类、中国画技法； 6. 书法之美：书法发展简史、书法艺术的审美特征和欣赏方法； 7. 文学之美：文学发展简史、文学体裁与类型、文学作品的审美特征与赏析方法、经典文学作品研读 8. 影视之美：电影和电视剧发展简史、影视作品的画面、声音与表现手法； 9. 生活美学与设计创意：生活美与科技美的核心与审美特征。	播放和课件展示需求；建立丰富的音视频教学资源库，涵盖中外优秀艺术作品、经典音乐作品、戏曲剧目、影视片段等多元化的教学素材；建立丰富的音视频教学资源库，涵盖中外优秀艺术作品、经典音乐作品、戏曲剧目、影视片段等多元化的教学素材；建设课程网络教学平台，提供在线学习资源和互动交流渠道，支持学生自主学习与课后拓展。 教学方法：课程采用“讲授—欣赏—感悟”三位一体的教学模式，激发学生对美的探索欲望，培养学生感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。 师资要求：授课教师应具备艺术学、美学或相关专业背景，具有扎实的美育理论基础和艺术素养；具备较强的课堂教学能力和课程设计能力，能够综合运用多种教学方法开展教学活动；具有较高的审美品位和艺术鉴赏能力，能够引导学生进行高质量的审美体验与艺术赏析；具备课程思政教学能力，能够将社会主义核心价值观、中华优秀传统文化有机融入美育课堂教学；具备指导学生开展艺术实践、艺术创作和成果展示的能力。 考核要求：课程考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
3	美育			过程性评价以课堂参与、作品分析、实践体验、艺术展演 40%（包括课堂出勤与参与、艺术作品分析与评价、美育实践活动参与、艺术展演与成果展示等。）； 终结性评价以课程论文或艺术作品形式呈现，考查学生对美育课程知识的综合运用能力和审美素养的全面提升。
4	大学英语	素质目标： 落实立德树人根本任务，依托教学材料自然融入思政教育。引导学生通过英语媒介对比中外文化差异，坚定文化自信，能用英文简要讲述中华优秀传统文化及当代发展故事；在跨文化实训与合作学习中养成尊重差异、平等包容的沟通品质，树立终身学习理念。 知识目标： 系统巩固标准所要求的语音、基础语法、语篇结构及交际语用知识。两学期累计掌握 2800—3200 个生活与职场场景核心词汇，掌握不同场景下的交际礼仪与表达规范，了解海外日常与职场礼仪常识，构建基础跨文化认知框架。 能力目标： 贴合高职学生就业实际，分层培养以下核心能力：①能完成日常听辨、简短对话、简易文书读写与互译；②能独立完成简历撰写、面试问答、邮件读写等典型职场任务；③能规避基础跨文化沟通误区，完成礼貌、有效的涉外交流；④能运用线上平台及数字资源自主查漏补缺，掌握科学的英语学习方法与持续提升的规划能力。	主要内容： 依据《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》，课程设基础与应用两大模块。 1. 基础模块（第一学期）：围绕生活化主题场景（如出行、消费、应急、社区服务、智能交通），强化语音、基础句型与段落读写训练，夯实通用语言基础。 2. 应用模块（第二学期）：聚焦职场主题（求职、面试、入职适应、职业规划），强化综合语言输出能力；同步融入高等学校英语应用能力考试题型专项训练，重点训练职场邮件、岗位说明、自我介绍、工作汇报等实用文体。	教学条件： 多媒体教室配合线上线下混合式教学环境，依托中国大学 MOOC 等优质资源及教材配套数字工具（线上习题、听力库、口语测评系统），支撑课前预习、课中实训与课后巩固。 教学方法： 综合运用任务驱动、情境教学、小组讨论、角色扮演等多元方法，设计贴近生活与职场的实操任务；融合信息化工具开展口语跟读、在线测评与分层作业，实现“学练结合、以用促学”。 师资要求： 任课教师应具备高校教师资格及英语专业本科以上学历，能熟练操作数字化教学平台，恪守职业道德，具备将课程思政自然融入教学的设计能力，能胜任英语考试辅导与职场英语教学设计。 考核要求： 采用过程性考核（50%）与终结性考核（50%）相结合的评价模式。过程性考核涵盖线上学习进

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
4	大学英语			度、单元作业、课堂展示、小组实训、阶段测验及出勤参与；终结性考核为期末综合测试，全面检测听、说、读、写、译综合应用能力。
5	湖湘文化	素质目标： 1. 增强对湖湘文化的热爱，对家乡的认同感； 2. 掌握湖湘精神实质，自觉将个人发展融入湖南现代化建设和中华民族伟大复兴的进程。 3. 坚定“四个自信”、从湖湘红色文化的历史厚度与精神高度中汲取前行力量，自觉赓续红色血脉、争做时代新人。 知识目标： 1. 理解湖湘文化的内涵及其在中国文化体系中的地位； 2. 树立文化自信，掌握湖湘文化形成与发展的原因、历史进程； 3. 理解湖湘文化在新时代创造性转化、创新性发展的路径。 能力目标： 1. 能吸收湖湘文化的智慧，感悟湖湘文化的精神内涵； 2. 传承与发展新时代湖湘精神，增强服务湖南、奉献社会的责任感与使命感； 3. 讲好湖湘故事，推动湖湘文化在更广范围内传播与交流，成为湖湘文化的传承者与传播者。	主要内容： 1. 湖湘历史沿革与文化脉络 2. 湖湘代表人物与思想精粹 3. 湖湘红色文化与革命传统 4. 湖湘民俗与非物质文化遗产 5. 湖湘文学艺术成就与精神品格 6. 新时代湖湘精神传承与发展	教学条件： 使用智慧教室，学习通智慧教学平台，场馆实践教学等。 教学方法： 讲授法、讨论法、案例教学法、任务驱动、情境教学法等教学方法。 师资要求： 具有良好的师德师风，有较好的湖湘文化知识底蕴，应具有本科以上学历或讲师以上职称，有较丰富的教学经验。 考核要求： 考查（过程评价考核 50%+终结性考核 50%）

（3）公共基础任选课程

包括演讲与口才（普通话）、中华优秀传统文化、苗绣、土家织锦、湘西民俗、短视频制作共 6 门课程，可任选 3 门，总学时 48，总学分 3 分。公共基础任选课程设置及要求如表 7 所示。

表7 公共基础任选课设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	演讲与口才	素质目标: 1. 增强国家通用语言的认同感, 树立使用国家通用语言的信念, 提升语言规范意识, 养成勇于表达、善于表达的习惯, 使标准普通话成为日常交流与公众表达的基本用语; 2. 具备良好的职业道德和敬业精神, 增强团队协作意识与责任感, 乐于讲好中国故事, 用语言传递正能量; 3. 具备良好的心理承受能力和情绪调控能力, 克服当众讲话的紧张恐惧心理, 培养自信、从容、稳定的临场心态。 知识目标: 1. 了解普通话语音基本知识, 掌握声母、韵母、声调、音变的发音要领与技巧; 2. 掌握读单音节、多音节词语、短文朗读和命题说话的方法; 3. 了解言语交际的重要作用、基本原则与训练方法, 掌握演讲与口才对心理素养、思维素养、应变能力及倾听能力的要求。 4. 掌握有声语言与态势语言的表达技巧, 掌握即兴演讲、命题演讲及职场沟通口才的基本技巧与方法。 能力目标: 1. 能进行声母、韵母、声调和音变的辨正练习, 讲标准动听、字正腔圆的普通话, 达到国家规定的普通话水平等级; 2. 能准确贴切、清晰流畅、自信地表达交流, 能正确应用各类演讲的基本技巧与方法, 从敢说走向会说、巧说, 做到言之有物、言之有理、言之有情; 3. 能运用职场沟通的基本技巧, 在求职面试、工作汇报、团队讨论等场景中做到自信表达、有效沟通, 展现良好的职业素养; 4. 具备良好的逻辑思辨能力与语言交际能力, 能够根据不同场合与对象灵活调整表达策略。	主要内容: 语言基础模块: 1. 普通话语音基础知识; 2. 普通话声母、韵母、声调、音变的发音要领与技巧; 3. 短文朗读、命题说话的技巧与训练; 4. 普通话模拟测试; 5. 态势语言。 演讲口才模块: 1. 演讲基础知识; 2. 口才基础知识; 3. 演讲技巧与训练; 4. 职场口才技巧与训练。	教学条件: 1. 配备多媒体教室, 满足信息化教学需求; 2. 配备 AI 朗读亭, 通过智能评测系统对发音、语调等进行实时反馈, 提升口语训练效果; 3. 普通话测试室提供模拟测试环境; 帮助学生熟悉流程、适应考试氛围, 提升应试能力与普通话水平; 4. 畅言普通话 APP 等线上资源, 支持模拟测试、跟读训练、发音评分等功能, 方便学生课后自主练习, 实现课内外结合。 教学方法: 采用讲授法系统讲解理论知识、运用示范模仿法帮助学生掌握发音与演讲技巧、通过情境模拟法设置真实场景锻炼表达能力、借助互动训练法增强课堂练习效果、结合案例分析法提升鉴赏与运用能力, 并利用线上线下混合教学法实现课内外联动。 师资要求: 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: 1. 过程与终结考核相结合。过程性考核占 60%, 终结性考核占 40%, 全面检验学生学习效果。 2. 多元评价主体相结合。将学生自评、互评与教师评价相结合, 多角度反映学生表现。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
2	中华优秀传统文化	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; 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。	主要内容: 课程内容涵盖中华优秀传统文化的意义、中华优秀传统文化的保护、中华优秀传统文化的发展三大板块, 根据课程需要分为八大内容: 1. 辉煌灿烂的传统文学; 2. 博大精深的传统哲学; 3. 民以为天的传统饮食; 4. 天人合一的传统建筑 5. 异彩纷呈的传统艺术 6. 巧夺天工的传统技艺 7. 修齐治平的传统道德 8. 源远流长的传统风俗	教学条件: 配备多媒体教室(含投影仪、电脑、音响等设备), 满足课件展示、音视频播放、在线资源查阅等信息化教学需求; 配备白板或黑板辅助板书讲解; 具备稳定的校园网络环境, 便于开展线上线下混合式教学及学生课内外资料检索与作业提交。 教学方法: 1. 积极运用信息技术开展案例教学; 2. 采用线上线下相结合的教学模式, 选择部分典型内容组织学生、学生家长、班主任开展线上学习并进行交流讨论; 3. 建议利用多媒体教室、学习通平台、学习强国平台开展教学。 师资要求: 授课教师应具备古代文学、文艺学或相关专业背景, 具有扎实的文学理论基础和艺术素养; 具备较强的课堂教学能力和课程设计能力, 能够综合运用多种教学方法开展教学活动; 具有坚定的马克思主义立场、深厚的家国情怀、坚定的文化自信, 遵守党的路线方针政策, 立场坚定, 思想端正; 具备课程思政教学能力, 能够将社会主义核心价值观、中华优秀传统文化有机融入课堂教学; 具备指导学生开展传统文化实践、艺术创作和成果展示的能力。 考核要求: 1. 为体现“三全育人”要求, 建议提高过程性考核在课程考核评价占比, 过程性考核评

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
				价占课程考核评价的 50%，终结性考核评价占比 50%； 2. 将学生评价、班主任评价、任课教师评价等纳入过程性考核评价范围。
3	苗绣	素质目标 1. 铸牢中华民族共同体意识，深度认同苗族非遗文化，树立苗绣活态传承的责任感，厚植本土民族文化自信； 2. 感受苗绣一针一线慢工细作的匠人精神，培养耐心专注、精益求精的做事习惯，崇尚传统手工劳动之美； 3. 立足本土，主动参与校园非遗科普、乡村研学志愿活动，具备运用苗绣非遗服务地方文旅、乡村振兴的服务意识。 知识目标 1. 掌握苗绣的历史渊源与文化内涵，系统了解苗绣作为国家级非遗的发展历程、经典图案的民俗寓意与民族精神内涵，理解苗绣作为苗族民族文化载体的核心价值； 2. 熟悉苗绣的分类与组合规律，通晓苗绣技艺核心针法及运用技巧，能区分苗绣与其他刺绣品类； 3. 认识苗绣刺绣工具与使用方法，掌握苗绣在产品中的艺术表现手法，知晓苗绣文创产品的市场应用场景。 能力目标 1. 能够识别苗绣经典图案，准确解读图案承载的苗族生产、婚嫁、祭祀等民俗故事，具备面向游客、校园师生简单讲解苗绣非遗文化的能力； 2. 具有苗绣图案设计运用能力及产品设计中的重构能力，能够运用不同针法表现设计意图，完成苗绣文创小产品的设计与制作； 3. 能够挖掘苗绣文化内涵，制作科普图文、短视频，具备非遗文化校园推广、乡村文旅科普基础实践能力。	主要内容： 项目一苗绣的前世与今生 项目二苗绣的文化内涵 项目三苗绣的分类与组合 项目四苗绣的刺绣工具与使用方法 项目五苗绣技艺针法与运用 项目六苗绣的文创小产品设计与制作。	教学条件： 多媒体教室、苗绣工作室； 教学方法： 采用“线上+线下”的混合教学方法，分组演练、实操训练等教学方法； 师资要求： 担任本课程的主讲老师须拥有苗绣技艺技能，具有双师型素质； 课程考核： 考查，通过过程评价（40%）和作品评价（60%），对学生进行课程学习综合评价。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
4	土家织锦	素质目标: 1. 铸牢中华民族共同体意识, 深度认同湘西土家族非遗文化, 树立土家织锦活态传承的责任, 厚植本土民族文化自信; 2. 感受传统手工织造慢工细作的匠人精神, 培养耐心专注、精益求精的做事习惯, 崇尚传统手工劳动之美; 3. 立足湘西本土, 主动参与校园非遗科普、乡村研学志愿活动, 具备运用土家织锦非遗服务地方文旅、乡村振兴的服务意识。 知识目标: 1. 掌握湘西土家族历史文化脉络, 系统了解土家织锦国家级非遗发展历程、经典纹样的民俗寓意、图腾文化与民族精神内涵, 理解织锦作为土家族民族文化载体的核心价值; 2. 熟悉土家织锦传统完整工艺流程, 通晓土家织锦技艺核心织造技法, 能区分其他织锦; 3. 认识土家织锦原材料、织造工具基础知识, 掌握非遗保护、活态传承相关政策, 知晓土家织锦文创、旅游产品市场应用场景。 能力目标: 1. 能够识别土家织锦经典纹样, 准确解读纹样承载的土家族生产、婚嫁、祭祀民俗故事, 具备面向游客、校园师生简单讲解土家织锦非遗文化的能力; 2. 能够挖掘土家织锦文化, 制作科普图文、短视频, 具备非遗文化校园推广、乡村文旅科普基础实践能力。	主要内容: 模块一: 土家织锦概述 1. 土家织锦的历史渊源 2. 文化背景 模块二: 土家织锦色彩与图案 1. 土家织锦的色彩 2. 传统纹样 模块三: 土家织锦工具与材料 1. 土家织锦机与工具 2. 材料与染料、染色工艺 模块四: 土家织锦工艺流程 1. 整经 2. 经线上机 3. 织造工艺 模块五: 土家织锦作品赏析 1. 传统纹样作品赏析 2. 现代图案作品赏析	教学条件: 多媒体教室、湘西州非遗馆、土家织锦工作室; 教学方法: 采用讲授示范、小组协作探究法、案例观摩与实地研学法线上线下混合式等教学方法; 师资要求: 担任本课程的主讲老师需掌握土家织锦非遗相关知识与技艺, 具有双师型素质 考核要求: 考查, 通过过程评价 (40%) 和综合成果评价 (60%) 对学生进行课程学习综合考核。
5	湘西民俗	素质目标: 1. 具备良好的服务意识和团队协作精神; 2. 具备学生具有良好的奉献精神和职业道德; 3. 具备家国情怀。 知识目标: 1. 了解湖南旅游文化的自然与人	主要内容: 1. 湖湘山水、人文、物产与胜境; 2. 湖湘文化与艺术成就; 3. 湖湘杰出人物与精神; 4. 湖湘民俗风情与	教学条件: 多媒体教室、湘西州博物馆、校外实践基地、校企合作企业。 教学方法: 学生自主、教师辅助、任务驱动的在线课程模式。 师资要求: 具有良好的师德师风, 扎实的理论和实

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		文旅游资源； 2. 了解湘西州基本概况； 3. 熟悉湘西州自然与人文旅游资源； 4. 熟悉湘西各民族服饰、饮食、居住、人生仪礼、节日、游艺、宗教信仰、禁忌等民俗； 5. 熟悉湘西州旅游乡村旅游与全域旅游发展情况。 能力目标：能够熟知和理解各类湖湘文化与民俗事象的表现，并作出准确判断与分析； 1. 能灵活运用与分析民俗的文化背景与文化内涵，撰写个性化导游词； 2. 能利用相关知识进行传统旅游文化产品开发，具有旅游市场拓展能力； 3. 能够进行具有民族特色的才艺表演。	传承创新； 5. 湘西的自然与人文地理环境； 6. 湘西历史的开端； 7. 藏在井里的秦朝； 8. 八百年土司文化； 9. 湘西行政制度的演进； 10. 烽火苗疆古边墙； 11. 近现代湘西； 12. 红色旅游正当时； 13. 闻名遐迩湘西人； 14. 凤凰古城山水文化； 15. 探秘酉水山水文化； 16. 溯源沅水山水文化； 17. 湘西民族风情； 18. 湘西非遗传承。	践基础。 考核要求：考试。过程评价（考勤 5%+任务完成态度 10%+任务成果 25%，占 40%）与终结评价（期末理论考试，占 50%）相结合，增值评价 10%。
6	短视频制作	素质目标： 1. 培养学生 AI 工具合规应用素养，树立科技赋能专业的创新意识，敢于运用新技术优化创作。 2. 培养学生精益求精的作品打磨素养和内容原创素养，杜绝低俗、抄袭等违规创作行为。 3. 培养学生专业服务意识，传播本专业文化、技能与特色，树立职业认同感。 知识目标： 1. 理解短视频全流程制作核心知识，精通 AI 文案、AI 配音、AI 画面生成等短视频辅助工具知识。 2. 熟悉与专业对应的短视频内容创作逻辑与行业传播特点。 3. 掌握 AI 赋能短视频的优化技巧、版权规范、人机协同创作的核心规则。 能力目标： 1. 能运用各类 AI 工具完成短视频脚本生成、文案优化、配音制作、	主要内容： 模块一：AI+短视频基础融合认知； 模块二：AI 赋能短视频前期创作； 模块三：专业场景短视频拍摄实操； 模块四：AI+后期剪辑精修； 模块五：AI 短视频运营与综合实训。	教学条件：配备标准化多媒体计算机实训室、高速网络；预装剪辑专业版、AI 文案、AI 配音、AI 视频生成等正版工具；搭建五大专业短视频案例库、AI 创作实训资源包；具备实景拍摄场地。 教学方法：采用项目式教学、AI 实操演练法、专业定制化教学、互评迭代法。以各专业真实宣传项目为驱动，讲解 AI 工具实操技巧，结合专业场景开展沉浸式实训，实现“学、练、用、创”一体化教学。 师资要求：授课教师熟练掌握短视频全流程制作技能，精通主流 AI 创作工具实操；了解教授专业核心特色与行业需求；具

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
6	短视频制作	素材补全，提升创作效率。 2. 能结合自身专业特色，独立完成专业科普、技能展示、文化宣传类短视频的定制化制作。 3. 能对短视频作品进行质量优化、数据复盘、简单运营，可独立完成专业短视频输出与落地应用。		备新媒体项目实战或教学经验，能够针对性开展专业定制化指导。 考核要求： 过程评价考核 50%+终结性考核 50%。过程性考核包含 AI 工具实操作业、阶段性专业短视频作品、课堂实训表现、小组协作成果；终结性考核为期末完成一条 AI 赋能的本专业高质量原创短视频（含创意思路说明）

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	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。	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、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
2	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. 清晰地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; 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。	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。	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。 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%。
3	市场调研与选品	素质目标 1. 掌握调研伦理规范、数据真实性要求和商业秘密保护意识; 2. 培养以用户需求为导向的商业洞察力与团队协作精神; 3. 培育扎根地方特色产业、担当优质乡村特色商品孵化责任。 知识目标 1. 掌握市场调研方案设计、污染物方法、份额编制与深度访谈技巧; 2. 掌握一手与二手数据采集、清理、统计分析及用户画像构建方法; 3. 具备特色农产品、非遗文创等特定品类的选品评估模型知识。 能力目标 1. 具备独立设计市场调研方案并采集、整理与分析调研数据的能力; 2. 具备用户制作画像与竞品分析矩阵、构建量化选品指标体系的能力; 3. 达到能够针对湘西保靖黄金茶、莓茶、非遗文创等真实品类	1. 市场调研目标概览、问题梳理与假设确定; 2. 二手数据检索、方案设计与效益实施; 3. 调研数据质量检查、统计分析与结论提炼; 4. 用户画像不同、消费构建场景与竞品矩阵分析; 5. 电商选品指标体系构建、权重评分与风险清单; 6. 供应链初评、成本核算与利润预测; 7. 湘西特色农产品与非遗文创选品项目实操; 8. 综合选品报告撰写、答辩与决策复盘。	教学条件: 配备计算机实训室、表格与表格处理工具、电商平台行业大盘数据接口、脱敏供应链数据库。 教学方法: 采用问题驱动法、实地与线上调研结合法、工作坊研讨法、同学互评与证据答辩法。 师资要求: 主讲教师应具备良好的师德师风,具备电子商务、市场营销或统计学背景,掌握调研设计与选品实操技能,具备审核调研伦理的能力。 考核要求: 实行过程性考核(70%,含方案设计 15%、工具设计 15%、数据采集与质量 20%、选品模型汇报 20%)与最终性考核(30%,含选品报告与答辩)相结合。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		完成“调研—评分—验证—决策”的实务操作水平。		
4	习近平经济思想概论	素质目标: 1. 坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,形成以人民为中心、实事求是、守正创新、开放合作、绿色发展、共同富裕和统筹发展安全的价值取向; 2. 增强服务民族地区高质量发展、乡村全面振兴和数字经济建设的责任感; 3. 养成尊重事实、严谨引用、依法合规、独立判断和持续学习的职业习惯,正确认识AIGC的辅助边界。 知识目标: 1. 理解习近平经济思想的形成发展、重大意义、历史地位、鲜明特征、科学体系、基本内涵和实践要求; 2. 掌握中国式现代化、党对经济工作的全面领导、以人民为中心、社会主义基本经济制度、全面深化改革开放、新发展理念、新发展格局和高质量发展等基本观点; 3. 理解新质生产力、现代化产业体系、城乡融合、区域协调、普惠包容的经济全球化、发展和安全及做好经济工作的方法论,并把握其与电子商务、数字经济和地方产业发展的联系。 能力目标: 1. 能够运用历史逻辑、理论逻辑和实践逻辑阐释习近平经济思想的核心观点,辨析概念之间的内在联系; 2. 能够从权威文本和官方统计中检索、核验、引用证据,结合保靖黄金茶、莓茶、苗绣、土家织锦等课堂案例解释数字化转型、乡村振兴、区域协调、开放发展与供应链安全问题; 3. 能够阅读经济材料、提炼观点、分析逻辑并作出规范表达;能够	以2025年版马克思主义理论研究和建设工程重点教材的导论和正文15章为基本框架,实行“专题整合、学习范围全覆盖、课堂重点精讲”,共8个理论专题: 专题一导论——形成发展、重大意义、历史地位、鲜明特征与科学体系; 专题二中国式现代化与党对经济工作的全面领导; 专题三以人民为中心、社会主义基本经济制度与全面深化改革开放; 专题四新发展理念、新发展格局与高质量发展; 专题五新质生产力与现代化产业体系,联系数字经济、平台经济和产业数字化; 专题六城乡融合与区域协调发展; 专题七普惠包容的经济全球化与统筹发展和安全; 专题八做好经济工作的方法论与课程体系总结。保靖黄金茶、莓茶、苗绣、土家织锦等仅作为课堂讲授案例,不设置企业项目或实践任务。AIGC只用于教师示范或学生理论学习辅助,不得替代教材原文、权威文献和独立思考,不得生成、改写或拼接领导人原话,不得虚构政策、数据或案例。	教学条件: 以《习近平经济思想概论》(2025年版)为主教材,配套习近平总书记相关重要著作和权威原文,以及国家发展改革委、国家统计局、商务部等发布的政策与数据;建设教材章节资源、权威文本、数据图表、湘西产业课堂案例和理论学习任务库,配置智慧教室、图书数据库及必要的数字教学工具。案例以公开、权威、可核验材料为主,涉及企业材料须授权、数据须脱敏。AIGC输出不得作为一级理论依据,重要论述、政策和统计数据必须回到权威来源逐项人工核验并记录出处和日期。 教学方法: 坚持教材为本、问题导向、案例导入和历史逻辑、理论逻辑、实践逻辑贯通。主要运用专题讲授、原著导读、概念辨析、权威数据解读、材料分析、课堂问答和小组讨论;湘西特色产业只作为理论联系实际的案例素材。AIGC可辅助检索线索和概念梳理,但所有观点、引文与数据必须人工核验。 师资要求:主讲教师须政治素质过硬、师德师风良好,系统掌握习近平经济思想、马克思主义政治经济学和新时代中国经济实践,参加相应教材培训、专题研修和常态化集体备课。建立“马克思主义理论/政治经济学教师+电子商务/数字经济专业教师”协同团队:前者负责

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
4	习近平经济思想概论	识别 AIGC 幻觉、错误归因和虚假引文，完成权威来源人工复核		理论框架和核心观点审核，后者负责专业案例转化；行业企业导师仅提供真实案例、数据与实践反馈，不替代理论主讲。课程资源、案例和 AIGC 生成材料须经课程组政治性、科学性、规范性审核。 考核要求： 采用过程性 40% + 终结性 60%。过程性：研读笔记 10%、单元测验 20%、课堂问答与材料讨论 10%；终结性：理论考试 60%（形式按学校要求），覆盖基本概念、核心观点、理论联系与材料分析。重点考查教材体系理解、概念辨析、逻辑分析和规范表达。AIGC 不得代写考试、测验或笔记；AI 线索须回到教材、权威原文或官方数据核验。抄袭、伪造引文或 AI 代写者计零。
5	商务礼仪与沟通	素质目标： 1. 强化职业素养和职业道德； 2. 形成良好的心理素质和客户意识。 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和办公礼仪。 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。	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。	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%。
		素质目标： 1. 强化销售职业素养，恪守商业道德，坚持公平守信经营理念； 2. 培养团队磋商协作意识，形成互利共赢、长期合作的思维。 知识目标： 1. 了解现代推销基本流程、推销模式与职业行为规范；	1. 现代推销概述、推销职业规范与推销模式； 2. 客户开发、需求挖掘与推销沟通技巧； 3. 客户异议处理、促成交易与客户关系维护； 4. 商务谈判基础、谈判前期准备工作；	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。通过引用企业真实商务案例、利用网络视频、情景素材丰富教学内容。建设本课程网络课程资

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
6	推销与谈判	2. 熟悉客户开发、需求挖掘、异议处理、成交跟进相关理论； 3. 掌握商务谈判筹备、谈判开局、中局博弈、僵局突破策略，掌握价格谈判、合同磋商、售后关系维护相关知识与商务准则。 能力目标： 1. 锻炼商务沟通、语言表达、临场应变与客户交往社交能力； 2. 具备独立开发客户、开展产品推介、妥善处理客户异议的能力； 3. 能够制定谈判方案，灵活运用谈判技巧，化解谈判僵局。	5. 谈判流程策略、价格磋商与僵局应对； 6. 谈判收尾、合约洽谈以及综合情景实训。	源，运用信息化技术，开展线上线下混合式教学。 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。 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销售、商务谈判实践经验。 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、作业、课堂互动表现等，占 40%；终结性评价主要依托笔试、综合实操考核等，占 60%。
7	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。	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、回答问题积极性等，占 40%，终结性评价主要包括笔试、回答问题的正确率等，占 60%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
8	管理学基础	素质目标: 1. 能树立全局观念, 培养系统思考问题的思维习惯; 2. 具备以人为本的管理理念, 尊重他人善于激励与沟通。 知识目标: 1. 了解管理的基本概念、职能及演变历史; 2. 掌握组织结构设计的基本原则及人员配备的方法; 3. 掌握激励理论及沟通障碍的克服方法。 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; 3. 会运用基本的激励手段调动团队成员积极性, 解决团队冲突。	1. 管理与管理者认知; 2. 管理环境分析与决策; 3. 计划职能与目标管理; 4. 组织架构设计与人员配备; 5. 领导艺术与激励理论; 6. 沟通技巧与冲突管理; 7. 控制职能与绩效评估。	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: 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。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。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%、期末综合素质测评占 50%。

(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	销售与管理	素质目标: 1. 培养良好职业道德与敬业精神, 掌握合规从业的职业操守; 2. 培养较强抗压能力, 养成细致严谨的职业行为习惯; 3. 培养团队协作意识, 掌握社会责任感与职业价值理念。 知识目标: 1. 了解推销计划制定方法, 具备识别目标客户的理论认知; 2. 掌握寻找顾客的流程方法, 具备产品展示的专业知识; 3. 掌握促成交易的各类方法, 具备	1. 销售与管理概述; 2. 销售职业道德与合规经营; 3. 销售沟通与商务谈判; 4. 客户开发与客户关系管理; 5. 销售计划与目标管控; 6. 销售渠道开发与维护; 7. 销售团队组建配置; 8. 销售团队激励与绩效; 9. 终端销售运营管理; 10. 数字化销售概述; 11. 新媒体销售场景应用;	教学条件: 营销模拟实训室、商务实训场地、直播销售设备、营销沙盘教具、企业真实销售案例资料。 教学方法: 在教学过程中融入诚信经营、合规营销、社会责任与家国情怀等课程思政内容, 教师案例示范教学, 组织学生情景模拟、项目实战训练, 针对销售话术、商务谈判、团队管理实操开展动作

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		销售全流程基础理论储备。 能力目标: 1. 具备约见、接近客户的实操能力,达到客户初步对接业务要求; 2. 具备处理客户异议的能力,达到提升客户满意度工作标准; 3. 具备销售场景沟通交流能力,达成销售业务沟通实操工作需要。	12. 数字工具与销售变革; 13. 整合销售策略概述; 14. 新环境销售发展趋势。	规范性纠正。 师资要求: 具有良好的师德师风,市场营销专业背景,具备企业销售管理一线从业经历,“双师型”教师,拥有较丰富的实战化教学经验。 考核要求: 考查。过程评价考核 40%+终结性考核 60%
2	数字营销	素质目标: 1. 培养与时俱进的营销创新精神,掌握数字化时代职业发展理念; 2. 培养数字化应用综合素养,恪守营销行业职业行为准则; 3. 培养法治观念,掌握营销活动法律风险防范意识。 知识目标: 1. 了解数字经济各类商业模式,具备数字营销基础原理认知; 2. 掌握数字营销策划方法,具备数字广告、互动营销相关理论; 3. 掌握营销效果分析方法,具备投放优化的专业知识储备 能力目标: 1. 具备数字营销活动策划执行能力,达到营销项目落地实施要求; 2. 具备搜索引擎优化与 SEM 推广实操能力,达到广告投放运营标准; 3. 具备数据检测与策略优化能力,完成平台内容运营与用户互动工作。	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。	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。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%、期终考核占 50%。
		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. 培养突发事件心理抗压能力,掌握服务危机下心态调节素养; 3. 培养创新思维,掌握团队协作开展	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	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

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
3	服务营销	服务项目的协作素养。 知识目标: 1. 了解服务场景设计原理,具备客户旅程管理的理论认知; 2. 掌握服务质量评估工具,具备峰值体验设计相关专业知知识; 3. 掌握服务补救机制,具备服务危机公关基础理论储备。 能力目标: 1. 具备高接触度服务流程方案设计能力,达到服务场景搭建要求; 2. 具备客户忠诚度提升策略制定能力,达到客户维护业务标准; 3. 具备服务质量检测优化能力,完成服务质量改进相关工作。	机公关策略; 4. SERVQUAL 量表应用于神秘顾客检测。	进工作坊实施理实一体化教学。 师资要求: 教师须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%)。
4	智能客户服务	素质目标: 1. 培养客户至上服务理念,掌握共情同理心职业素养; 2. 培养投诉危机处理抗压能力,掌握情绪自我调节素养; 3. 培养创新服务思维,掌握团队协作处理客户业务协作素养。 知识目标: 1. 了解智能客服系统架构,具备 NLP 技术基础原理认知; 2. 掌握客户分群策略,具备情感交互设计相关专业知知识; 3. 掌握舆情处置逻辑,具备客户投诉应急预案制定理论储备。 能力目标: 1. 具备智能语音应答流程配置能力,达到智能客服基础搭建要求; 2. 具备多场景服务方案设计能力,达到客户服务业务实施标准; 3. 具备投诉升级处理机制制定能力,完成客户矛盾处置工作。	1. 智能客户服务概述; 2. 客服职业道德与服务规范; 3. 客户心理与沟通技巧; 4. 客户投诉与冲突处理; 5. 智能客服系统认知; 6. 智能机器人运营实务; 7. 全渠道客户服务操作; 8. 客户数据与用户画像; 9. 客户忠诚度维护管理; 10. AI 工具客服场景应用; 11. 智能工单流程管理; 12. 智能客服行业发展趋势	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,运用角色扮演法实施情景教学。 师资要求: 教师须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%。
		素质目标: 1. 培养文化自信,掌握知识产权保护的职业技能; 2. 培养市场全局创新思维,掌握品牌行业前瞻思考素养;	1. 品牌策划与推广概述; 2. 品牌伦理与合规经营; 3. 品牌定位与识别系统; 4. 品牌形象视觉塑造;	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:

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
5	品牌策划与推广	3. 培养工匠精神,掌握精益求精的品牌从业职业态度。 知识目标: 1. 了解品牌资产模型,具备VI系统设计规范理论认知; 2. 掌握短视频算法逻辑,具备KOC裂变传播相关专业知识; 3. 掌握舆情监控工具用法,具备品牌危机处理理论储备。 能力目标: 1. 具备品牌符号提取设计能力,达到品牌视觉搭建工作要求; 2. 具备短视频传播方案编制能力,达到新媒体品牌推广标准; 3. 具备品牌健康度诊断优化能力,完成品牌综合策划落地工作。	5. 品牌资产与价值管理; 6. 目标消费群体分析; 7. 品牌传播策略制定; 8. 新媒体品牌推广实务; 9. 短视频直播品牌运营; 10. 整合推广方案策划; 11. 品牌活动策划执行; 12. 品牌危机公关处理; 13. 数字化品牌发展变革; 14. 本土品牌培育路径; 15. 品牌推广效果评估	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类专业背景和丰富多彩的策划与推广技巧;有为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%)、品牌元素提取作业(20%)、课堂比稿发言积极性(10%),占40%;终结性评价主要包括笔试(30%)和全案策划书正确率(30%),占60%
6	商务数据分析	素质目标: 1. 培养求真务实的工作作风,掌握爱岗敬业的职业道德; 2. 培养严谨工作心态,掌握数据行业社会责任感职业素养; 3. 培养协同工作意识,掌握团队合作开展数据分析项目素养。 知识目标: 1. 了解商务数据分析流程,具备常用分析模型方法认知; 2. 掌握数据存储查询技术,具备数据采集整理专业知识; 3. 掌握数据分析工具,具备数据驱动商业决策理论储备。 能力目标: 1. 具备数据收集存储管理能力,达到商务数据处理基础要求; 2. 具备销售、推广、绩效数据分析能力,达到业务研判工作标准; 3. 具备数据分析报告撰写可视化能力,完成数据分析成果输出工作。	1. 商务数据分析概述; 2. 数据伦理与合规规范; 3. 商务数据采集与整理; 4. 基础数据统计分析方法; 5. 消费者行为数据分析; 6. 销售数据监测与解读; 7. 客户数据与用户画像分析; 8. 市场竞争数据研判; 9. 新媒体流量数据分析; 10. 数据可视化图表制作; 11. 商务分析报告撰写; 12. 数据分析工具实操应用; 13. 数字化驱动经营决策; 14. 商业数据预测方法; 15. 商务数据分析发展趋势。	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,即技能考核及学习过程考核70%,理论考核占30%。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
7	营销策划实务	素质目标: 1. 培养依法合规开展营销策划的法治观念,掌握恪守商业伦理、诚信策划的职业操守; 2. 培养市场洞察与创新思维,掌握团队分工协作完成策划项目的合作精神; 3. 培养求真务实、精益求精的工作作风,掌握服务地方产业发展的社会责任感。 知识目标: 1. 了解营销策划基本流程、原则与策划书规范体例,具备营销策划基础理论认知; 2. 掌握市场分析、STP 战略、4P/4C 营销策略设计方法,具备营销方案编制相关专业知识; 3. 熟悉营销策划方案实施、管控与效果评估方法,具备策划项目风险研判的知识储备。 能力目标: 1. 具备市场调研分析、营销机会识别能力,达到营销策划项目前期研判岗位工作要求; 2. 具备完整营销策划方案构思与文案撰写能力,达到营销项目方案编制业务标准; 3. 具备策划方案落地推演、效果评估与优化调整能力,能够结合企业实际输出可执行营销策划报告。	1. 营销策划认知: 营销策划内涵、原则、职业素养与策划岗位要求; 2. 营销策划前期调研: 市场环境分析、消费者分析、竞争者分析; 3. S- T- P 营销战略策划: 市场细分、目标市场选择、市场定位策划; 4. 产品与品牌策划: 产品组合、新产品开发、品牌定位与形象策划; 5. 价格策划: 定价方法、价格调整策略、价格风险防控; 6. 渠道策划: 线上线下渠道布局、渠道成员管理与渠道冲突处理; 7. 促销整合策划: 广告、公关、营业推广、人员推销整合设计; 8. 新媒体环境下整合营销传播策划; 9. 营销策划书撰写规范: 框架结构、图文排版、方案汇报设计; 10. 营销策划方案执行管控、风险识别与效果评估; 11. 企业真实命题营销策划综合实训。	教学条件: 市场营销专业教室、营销模拟实训室、营销沙盘教具,企业真实营销策划案例库。 教学方法: 运用云班课、超星等教学 APP 开展线上线下混合教学;采用企业真实项目任务驱动、案例教学、小组方案比稿、情景模拟教学,实现教、学、做一体化。 师资要求: 具有良好的师德师风,主讲教师具备扎实市场营销理论基础,拥有企业营销策划项目实战经历,为“双师型”教师,具备丰富实战化教学经验。 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,过程评价考核 70%+终结性考核 30%
8	社群营销与运营	素质目标: 1. 培养诚信合规经营理念,掌握社群岗位职业道德与敬业精神; 2. 培养情绪管理能力,掌握社群矛盾处置的心理抗压素养; 3. 培养用户思维,掌握团队协作与坚守网络正向传播的社会责任。 知识目标: 1. 了解社群内涵、类型与商业模式,具备社群底层逻辑认知; 2. 掌握社群搭建、用户运营方法,具备引流、留存激活专业知识; 3. 掌握社群裂变变现路径,具备社群舆情风险防控理论储备。 能力目标:	1. 社群营销基础认知、社群运营职业伦理与合规运营; 2. 社群类型、社群商业模式与用户底层逻辑; 2. 社群定位分析、用户画像调研与社群搭建规划; 3. 公域引流、种子用户挖掘与社群入群转化; 4. 社群管理制度搭建、社群氛围营造与日常维护; 5. 社群内容策划、话题设计、线上互动活动运营; 6. 社群用户分层管理、用户激活、留存与促活;	教学条件: 营销模拟实训室、商务实训场地、直播销售设备、计算机实训机房、营销沙盘教具、企业真实社群运营案例资源。 教学方法: 在教学过程中融入诚信经营、合规营销、社会责任与家国情怀等课程思政内容,教师案例示范教学,组织情景模拟、社群项目实战训练,针对社群话

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		1. 具备社群定位画像绘制、引流方案策划能力，达到社群前期搭建要求； 2. 具备社群制度搭建、内容活动运营能力，达到社群用户维护工作标准； 3. 具备舆情风险处置、裂变转化与数据复盘优化能力，完成社群商业运营工作。	7. 社群裂变模式设计、裂变活动策划与执行； 8. 社群变现路径设计、成交转化与客户关系维护； 9. 社群风险识别、舆情管控与负面危机处理； 10. 社群运营数据复盘、运营策略迭代优化； 11. 数字化运营工具在社群中的应用； 12. 新媒体环境下社群营销发展趋势 14. 真实社群项目综合运营实训。	术、活动策划、用户沟通实操开展规范性纠正。 师资要求： 具有良好的师德师风，市场营销专业背景，具备企业新媒体、社群运营一线从业经历，“双师型”教师，拥有较丰富的实战化教学经验 考核要求： 考查。过程评价考核·70%+终结性考核·30%

(3) 专业拓展课程设置及要求

第四学期设置《市场营销综合项目实践》，共 384 学时、24 学分，采用“项目模块四选一+通用模块三门必修”的方式在校内组织实施。学生需从直播营销、新媒体营销策划与视觉呈现、全域零售运营、智能客户服务与用户运营四大数字营销项目中任选一项进行深度实训；同时须完成渠道管理、商务谈判、营销法律法规三项通用模块学习，最终将流量运营与商业合规相融合，形成完整的营销落地项目成果。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	直播营销	素质目标： 1. 培养恪守诚信底线、真实侦查商品的良好职业操守。 3. 培养优秀的镜头表达力、敏捷应变能力与团队高效和谐精神。 4. 培养立足田间地头和先锋、支持湘西特产与非遗出彩的助农担当和文化自信。 知识目标： 1. 掌握直播行业生态、商业演进模式及主流平台（抖音、快手等）运营机制。	1. 直播电商认知与平台流量底层逻辑 2. 差异化直播账号定位与主播个人 IP 训练 3. 直播间人货场搭建、设备调试与灯光布景 4. 选品排品策略、测品组合与爆款定价	教学条件： 配备标准化直播实训室（绿幕、专业灯光、高清灯光、声卡麦克风）、主流直播实操账号、直播投流分析工具及案例库。 教学方法： 采用项目驱动法、全真模拟直播演练法、多岗位轮岗实训法与即时复盘改法相结合。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		2. 掌握直播前全流程策划规范（主题策划、选品排版、剧本与场控良好）和直播中人货场搭建、话术结构（留人、互动、逼单、促转化）、控场技巧与流量承接策略。 3. 掌握直播核心数据指标（停留时长、转化率、GPM、投流 ROI）及复盘分析知识。 能力目标: 1. 具备独立搭建专业直播间人货场并利用调试软硬件推流设备的能力。 2. 具备独立完成高品质直播剧本脚本、爆款排品与直播活动策划的能力。胜任带货主播、助播、场控或操作等多岗位优秀实战带货的能力。 3. 达到能够依托保靖黄金茶、湘西莓茶、苗绣文创等开展产地溯源与非遗直播带货的实操水平。	模型 5. 高转化直播分脚本剧本与剧本设计 6. 主播实战演练（留人、讲款、互动、促单技巧） 7. 助播、场与控中控多岗位高效实操 8. 湘西特色农特产品与非遗文创产地实战直播 9. 直播数据大屏监测、全渠道数据复盘与运营优化	师资要求: 主讲教师应具备良好的师德师风, 具备直播电商或新媒体运营实战经验, 掌握直播全流程运营, 具备双师教学能力。 考核要求: 采取过程性考核(60%, 含间脚本策划 15%、直播搭建 15%、多岗位带货实操 20%、平时表现 10%)与终止性考核(40%, 含期末综合实战直播成果结合复盘答辩)相相。
2	新媒体营销与视觉呈现	素质目标: 1. 感受新媒体营销赋能乡村振兴、地方特色产业发展的职业魅力, 增强服务湘西本土产业的使命感; 2. 强化网络职业道德, 树立诚信传播、正向输出的职业素养, 树立农特产品品牌社会责任意识; 3. 形成用户思维、审美意识、地域文化传承意识, 立足湘西文旅农产树立品牌责任意识; 知识目标: 1. 了解新媒体营销的平台特性、发展趋势与传播逻辑, 熟悉湘西州农特产品、文旅产品新媒体传播现状 2. 熟悉新媒体营销策划全流程, 掌握方案框架与策划要素, 掌握湘西特色产品(湘西猕猴桃、湘西腊肉、莓茶、苗绣、土家织锦等)营销策划要点; 3. 掌握新媒体图文、短视频等内容视觉设计基础理论, 掌握少数民族地域文化元素视觉转化方法, 学会评估本土特色产品新媒体传播效果 能力目标: 1. 练习创意构思、沟通协调及语言	1. 新媒体营销策划概述; 2. 新媒体营销策划流程与方案撰写, 湘西本土企业/特色产品营销案例解析; 3. 新媒体内容视觉基础与构图配色, 湘西民族文化元素视觉提取与应用; 4. 湘西农特产品、非遗文创的图文、短视频类新媒体视觉呈现实操; 5. 湘西特色产品新媒体营销活动落地、推广与效果复盘。	教学条件: 市场营销专业教室, 市场营销综合实训室 教学条件: 市场营销专业教室, 多媒体实训区, 计算机、短视频剪辑设计软件、网络素材库; 湘西农特产品、苗绣土家织锦实物案例资源库。 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, 任课教师应具有扎实的理论 and 实践基础, 通晓各新媒体平台运营规则、营销策划与视觉内容制作相关业务, 了解湘西州

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		表达能力，具备新媒体传播环境应变与用户洞察能力，能够为湘西本土产品挖掘传播卖点 2. 独立解决湘西特色产品新媒体策划、视觉内容制作过程中的常见问题； 3. 熟练组织、策划面向湘西农特产品、非遗文创的新媒体营销活动，完成营销方案撰写与视觉内容呈现输出。		农文旅产业及本土企业发展现状。 考核要求： 考查。过程评价考核·70%+终结性考核·30%
3	全域零售运营	素质目标： 1. 理解全域零售模式价值，树立服务湘西本土农特产品、文旅商品的职业使命感； 2. 恪守商业职业道德，强化诚信经营、合 3. 规运营的职业素养与社会责任意识； 培养全局思维、市场竞争意识，养成团队协作与创新实践意识。 知识目标： 1. 了解全域零售内涵、发展趋势，熟悉线上线下多渠道融合运营逻辑； 2. 掌握渠道布局、商品管理、用户运营、供应链协同等全域零售核心知识； 3. 熟悉湘西特色产品多渠道分销场景，掌握全域零售数据指标与运营评估知识。 能力目标： 1. 具备多渠道市场研判能力，能够为湘西本土商品开展渠道分析与卖点挖掘； 2. 能够独立处理全域零售运营中的渠道冲突、用户维护、货品调配等实际问题； 3. 能够完成全域零售运营方案设计，开展线上线下联动的商品运营实操。	1. 全域零售运营概述； 2. 线上线下多渠道布局与渠道管理； 2. 全域场景下商品、用户与供应链运营； 3. 湘西特色农产品、文旅商品全域零售案例分析 4. 全域零售数据分析与运营方案优化。	教学条件： 多媒体教室教学方法，采用仿真模拟教学法，结合超市渠道优化案例开展理实一体化教学。 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，通晓线上线下零售渠道运营业务，熟悉湘西本地产品市场流通现状。 考核要求： 考查。形成性考核 40%+终结性考核 60%。
		素质目标： 1. 培养客户至上、诚信服务的职业意识与团队协作精神； 2. 培养数据安全意识、隐私保护意识和合规服务理念； 3. 培养耐心细致、持续精进的服务态度与创新意识。	1. 智能客服系统与人工智能应用概述； 2. 智能客服平台的操作与话术配置； 3. 客户服务流程与标准；	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： 任务驱动教学、仿真模拟、PPT 讲授、小

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
4	智能客户服务与用户运营	知识目标: 1. 掌握智能客服系统的功能构成与基本原理, 了解人工智能、大数据在客户服务中的应用; 2. 掌握客户接待、咨询应答、订单处理与交易纠纷处理的知识与技巧; 3. 掌握用户分层、客户生命周期管理与客户关系维护的方法。 能力目标: 1. 能熟练运用智能客服工具开展售前、售中、售后客户服务工作; 2. 能进行用户数据收集、分析与标签化管理, 制定并落实用户运营策略; 3. 能有效开展客户关系维护与客户开发, 提升客户满意度与复购转化率。	4. 用户运营与会员管理体系; 5. 客户数据分析与精准营销; 6. 客户满意度提升与投诉纠纷处理。	组讨论、实战演练, 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的理论基础和丰富的实践经验, 熟悉智能客服平台操作与用户运营实务。 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、作业、平台实操表现等, 占 50%; 终结性评价主要包括实训成果、实操考核等, 占 50%。
5	渠道管理	素质目标: 1. 培养合作共赢价值观念, 掌握渠道合作中的契约精神与风险预判意识; 2. 培养供应链社会责任意识, 掌握维护渠道利益公平分配的职业素养; 3. 培养数字化渠道思维, 掌握主动适应全渠道技术变革的进取意识。 知识目标: 1. 了解线上线下渠道冲突成因, 具备全渠道融合策略设计理论认知; 2. 掌握区块链溯源技术渠道应用原理, 具备农产品渠道数字化相关知识; 3. 熟悉经销商激励政策, 具备 ESG 评估优化渠道效能的知识储备。 能力目标: 1. 具备针对湘西本地企业农特产品新零售渠道方案的设计能力, 达到经销商布局规划工作要求; 2. 具备经销商分级激励返利方案制定能力, 达到渠道商务谈判业务标准;	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	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: 教师须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
		3. 具备渠道问题诊断识别与优化提升方案设计能力，完成渠道效能改进工作。		
6	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. 掌握商务谈判的策略和技巧和打破僵局的策略和技巧。 能力目标: 1. 能进行谈判信息的收集、整理与分析; 2. 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; 3. 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。	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, 过程性评价要重点评价学生考勤、作业、回答问题积极性等, 占 40%, 终结性评价主要包括笔试、实训成绩等, 占 60%。
7	营销法律法规	素质目标: 1. 培养诚信守法、合规经营的职业道德与法治意识; 2. 培养运用法治思维分析和解决营销实际问题的严谨态度; 3. 树立公平竞争、保护消费者合法权益的社会责任感。 知识目标: 1. 掌握市场营销活动中涉及的主要法律法规及基本规范; 2. 了解合同法、消费者权益保护法、产品质量法、反不正当竞争法、电子商务法等与营销相关的基本内容; 3. 掌握营销合同签订、履行、变更与争议解决的法律要求和风险防控知识。 能力目标:	1. 营销法律法规概述; 2. 合同法在营销活动中的应用; 3. 消费者权益保护与产品质量法律制度; 4. 反不正当竞争与广告法律制度; 5. 电子商务与网络交易法律规范; 6. 营销合同纠纷的防范与解决。	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: 案例教学、PPT 讲授、小组讨论、模拟法庭与情境分析, 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的理论基础和丰富的实践经验, 熟悉营销相关法律实务。 考核要求: 考查。采用过程性评

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		1. 能识别营销活动中的法律风险，进行合规审查与初步风险防控； 2. 能依法拟定、审核常用营销合同与交易文件； 3. 能运用相关法律知识妥善处理营销纠纷，维护企业与消费者合法权益。		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、作业、课堂表现等，占 40%；终结性评价主要包括笔试、案例分析报告等，占 60%。

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
1	AI 客服实训与岗位认知	素质目标: 1. 具有良好的思想道德素质，爱岗敬业、诚信； 2. 具有较高的职业道德水平，能自觉遵守行业法规和企业制度； 3. 具备良好的人际交往、沟通协调能力、团队精神和服务意识，具有较强的责任心与吃苦耐劳品质。 知识目标: 1. 掌握 AI 客服岗位入职要求与 AI 售前知识与技巧； 2. 掌握客户接待与沟通、订单处理及交易纠纷处理的方法； 3. 掌握客户关系管理与客户开发维护的方法。 能力目标: 1. 胜任客服岗位要求，能有效开展售前、售中、售后客服工作； 2. 能合理解决客户在产品购买前、中、后所遇到的问题，切实提供可行方案，减少企业与客户损失； 3. 能有效开展客户关系维护与客户开发，促进客户满意度与转化率提升，建立和谐共生的客户与企业关系。	根据企业、平台实际要求开展售前、售中、售后工作，积极应对“6·18”“双十一”等大促需要，按照企业要求开展客服工作，熟悉电商客服岗位。	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: 采取团队协作模式开展工作，要求学生互帮互助，共同完成工作。 师资要求: 具有良好的师德师风，跟岗教师必须具备实际客服工作经验与较强客服教学能力，能协助学生解决好客服工作中遇到的常规问题。 考核要求: 采取项目考核方式进行考核，由实训企业针对学生实训情况进行具体考核。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
2	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. 具有根据定价目标和需求、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。	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。
3	营销技能综合实训	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	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。	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

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		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; 能进行客户关怀, 能及时挽回客户。		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+作品成绩(占60%)+操作成绩考核(40%)。
4	能抽查/毕业设计(含答辩)	素质目标: 1. 树立正确的职业道德准则, 秉承工匠精神, 养成认真严谨、求真务实的工作作风与艰苦奋斗的职业精神。 2. 塑造诚实守信、吃苦耐劳、爱岗敬业、积极进取的职业态度, 具备良好的职业素养与责任意识。 3. 培养团结协作、开拓创新的思维品质, 树立以客户为中心的服务意识和市场化经营思维。 知识目标: 1. 系统梳理并巩固市场营销专业核心基础知识, 整合在校阶段所学专业知识与实操技能。 2. 熟练掌握消费者行为分析、SWOT分析等专业分析方法, 具备解决复杂专业问题的理论基础。 3. 融会贯通市场营销方案策划相关知识, 了解科研基本规范与毕业设计的任务要求、标准流程。 能力目标: 1. 具备敏锐的市场洞察能力, 能够动态研判市场环境变化, 精准捕捉市场机遇, 具备良好的市场开拓能力。 2. 具备专业资料搜集、整理与归纳能力, 能够独立发现、分析并解决市场营销领域的专业问题。 3. 能够综合运用营销专业知识, 独立完成营销方案设计、文案撰写及毕业设计等综合性专业任务。 进行营销方案设计与文案写作的能力。	本课程共4学分、64学时, 在第五学期按每周4学时、16周组织实施。其中, 专业技能综合训练与测评32学时, 毕业设计选题、方案实施、成果完善与答辩32学时, 两部分一体化组织, 不重复计算学分。课程以前期专业基础课、专业核心课和第四学期综合项目实践为基础, 学生围绕真实或仿真业务任务形成可展示、可评价的综合成果。	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: 学生在指导老师指导下确定选题后, 需按照湘西民族职业技术学院关于毕业设计的内容及格式要求形成毕业设计。 师资要求: 具有良好的师德师风, 指导毕业设计的教师必须具备讲师及以上职称的电子商务专业教师。 考核要求: 学生将完成的毕业设计, 经答辩合格后将毕业设计任务书、毕业设计(终稿)上传到湘西民族职业技术学院毕业设计网站上, 经专家进一步检查核实后达到毕业设计要求才能最终准予毕业; 具体表现形式、格式、技术性规范请参考湘西民族职业技术学院毕业设计标准文件。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
5	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。	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, 与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 三年制高职教学进程安排表

课程类别 及性质		课程编码	课程名称	课程 名称	考核 方式	学分	学时分配			学期/课时数/教学周					
							总学时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六
										13 周	18 周	18 周	18 周	18 周	20 周
公共基础课程	公共基础必修课程（14 门）	00900001	军事理论	A	考查	2	36	36	0	2*18					
		00900005	军事技能	C	考查	2	112	0	112	56*2					
		00900003	劳动教育	B	考查	1	16	2	14	16*1					
		02610001 （1-2）	思想道德与法治	B	考试	3	48	42	6	4*12					
		02610002	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				
		02610006	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	考试	3	48	36	12			3*16			
		02620001 （1-5）	形势与政策	A	考试	1	40	40	0	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4	
		02610008	国家安全教育	A	考查	1	16	16	0		2*8				
		02640001 （1-2）	大学生心理健康教育	B	考查	2	32	16	16	4*4	2*8				
		02023015	人工智能与信息技术	B	考查	3	48	16	32	4*12					
		01113002	创业基础	B	考查	2	32	16	16		2*16				
		01113001	大学生职业发展与就业指导	B	考查	2	32	28	4	2*8				2*8	
		02413001 （1-4）	大学体育	B	考查	7	112	8	104	2*12	2*14	2*14	2*14		
		02610007	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	290	330	8	8	5	2

课程类别 及性质	课程编码	课程名称	课程 名称	考核 方式	学分	学时分配			学期/课时数/教学周					
						总学时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六
									13 周	18 周	18 周	18 周	18 周	20 周
公共基础 限选课（5 门）	2413009	大学语文	B	考试	3	48	44	4	4*12					
	2413007	高等数学（理科类专业）	A	考试	4	64	56	8		6*10 + 4* 1				
	2415105	美育	B	考查	1	16	8	8		2*8				
	2530001 (1-2)	大学英语	A	考试	8	128	128		4*13 + 4	4*18				
	2610010	湖湘文化	B	考查	1	16	10	6		2*8				
	公共基础限选课小计				17	272	246	26	8	12				
	公共基础 任选课（6 门）	演讲与口才	B	考查	6 门 选 3 门, 每 门 1 个学 分	48	30	18	2*8	2*8	2*8			
		中华优秀传统文化	B	考查										
		2325203 苗绣	B	考查										
		土家织锦	B	考查										
		2125298 湘西民俗	B	考查										
		短视频制作	B	考查										
	公共基础任选课小计				3	48	30	18	2	2	2			
	合 计				52	940	566	374	18	22	7	2	2	
专业 课程	专业基础 课程（8 门）	JM03001	市场营销基础	A	考试	3	52	52	0	4*13W				
		JM03002	经济学基础	A	考试	1	16	16	0	2*8W				
		JM03003	市场调研与商品选品	B	考查	4	64	26	38		4*16 W			
		JM03004	习近平经济思想概论	B	考试	2	32	16	16	2*8W (1 1-18)				
		JM03005	商务礼仪与沟通	B	考查	2	26	10	16	2*13				
		JM03006	推销与谈判	B	考查	2.5	40	16	24			4*10W		
		JM03007	消费者行为分析	B	考试	2	32	12	20		2*16 W			

课程类别 及性质		课程编码	课程名称	课程 名称	考核 方式	学分	学时分配			学期/课时数/教学周						
							总学时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六	
										13 周	18 周	18 周	18 周	18 周	20 周	
专业 核心 课程 (8 门)		JM03008	管理学基础	B	考查	2.5	40	16	24			4*10W				
		小 计				19	302	164	138	10	6	8				
		JM03009	销售与管理	B	考查	2.5	40	16	24			4*10W				
		JM03010	数字营销	B	考查	2.5	40	16	24			4*10W				
		JM03011	服务营销	B	考查	4.5	72	28	44					4*18W		
		JM03012	智能客户服务	B	考查	2.5	40	16	24			4*10W				
		JM03013	品牌策划与推广	B	考查	4.5	72	28	44					4*18W		
		JM03014	商务数据分析	B	考查	4.5	72	28	44					4*18W		
		JM03015	营销策划实务	B	考查	4.5	72	28	44					4*18W		
		JM03016	社群营销与运营	B	考查	4.5	72	28	44					4*18W		
	小 计				30	480	188	292			12		20			
	专业拓展 选修课程 (7 选 4)	市场营销 综合项目 实战	JM03017	直播营销	C	考查	26	468	78	390				26*1 8W		
			JM03018	新媒体营销策划与视觉 呈现	C	考查										
			JM03019	全域零售运营	C	考查										
			JM03020	智能客户服务与用户 运营	C	考查										
			JM03021	渠道管理	C	考查										
			JM03022	商务谈判	C	考查										
			JM03023	营销法律法规	C	考查										
	小 计					26	468	78	390							
合 计					74	1234	420	774	10	8	20	26	20			

课程类别 及性质	课程编码	课程名称	课程 名称	考核 方式	学分	学时分配			学期/课时数/教学周					
						总学时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六
									13 周	18 周	18 周	18 周	18 周	20 周
集中实践	JM03024	AI 客服实训与岗位认知	C	考查	12	192	0	192			8W			
	JM03025	营销沙盘实训	C	考查	2	28	0	28		1W				
	JM03026	营销技能综合实训	C	考查	2	28	0	28		1W			2W	
	JM03027	技能抽考 + 毕业设计 (含答辩)	C	考查	4	64	0	64					4*8W (1-8) 4*8W (9-1 6) (以 周课 时开 设)	
	JM03028	岗位实习	C	考查	24	384	0	384						20W
	小 计				44	696	0	696					4	
	总 计					171	2886	996	1890	28	26	27	26	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），实际授课18周。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；其他课程用“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，不低于24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384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	课程门数	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	必修课	14	32	290	330	620	21.60%
	限选课	5	17	246	26	272	9.48%
	任选课	3	3	30	18	48	1.67%
专业基础课	必修课	8	19	164	138	302	9.97%
专业核心课	必修课	8	30	188	292	480	16.72%
专业拓展课	选修课	7	26	78	390	468	16.31%
集中实践课	必修课	5	44	0	696	696	24.25%
总计		50	171	996	1890	2886	100.00%
公共基础课						940	32.57%
实践课						1890	65.49%
选修课						788	27.30%

〔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

本专业现有校内专任教师 7 人，学历结构为硕士研究生 6 人、大学本科 1 人，教师专业背景覆盖管理学、经济学，方向涉及市场营销、新媒体营销、绩效评价和应用经济学等。专业带头人、骨干教师、“双师型”教师、专任教师和兼职教师按照学生规模、专业学生数与专任教师数比例不高于 25:1，其中高级职称教师比例为 44%，双师型素质教师比例不低于 60%，

研究生比例为 85%，形成职称、年龄、学历、双师素质的合理结构。具体要求见表 14。

表14 师资队伍结构与配置要求

队伍结构		比例（%）
职称结构	教授	14%
	副教授	44%
	讲师	29%
	助教	13%
学历结构	博士	0%
	硕士	85%
	本科	15%
	专科	0%
年龄结构	35 岁以下	28%
	36-45 岁	28%
	45 岁以上	44%
“双师型”教师		85%
生师比		不高于 25: 1

2. 专业带头人

本专业带头人须为在岗一线专职教师，教龄不少于 5 年，原则上应具有本专业及相关专业副高级及以上职称和较强的实践能力，能够准确把握本专业及相关行业发展动态学，具备较强的统筹管理能力，能够为专业建设提供高质量决策建议，推动专业高质量发展。

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；具有较强的数字化、信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。专业课教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年

累计不少于6个月企业实践经历。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Wi-Fi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	黑（白）板、多媒体计算机、投影或电子黑板、音响设备、互联网接入或Wi-Fi环境，并配备网络安全防护、应急照明和明显疏散标识。	理论课教学
2	实训室	教学机柜、投影设备、计算机、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、电子黑板及直播、摄影等专业设备；相关设施按课程和实训项目需要配置。	市场营销基础、市场调研与商品选品、数字营销、商务数据分析、直播营销、营销沙盘实训、营销岗位技能实训、营销技能综合实训及相关数字化教学活动。

2. 校内实践教学条件

校内实践教学条件按照专业学习领域和核心课程的学习情境教学要求配置，每个场地原则上满足一次性容纳 50 名学生开展行动导向、理实一体化教学的需要。专业课程实践条件配置与要求见表 16（以 200 名学生为建设测算基准）。

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. AI 客服实训与岗位认知；2. 新媒体营销策划与视觉呈现；3. 智能客户服务；4. 营销策划实务。
2	专业专项能力实训	商务礼仪实训室	1. 商务礼仪与沟通；2. 商务谈判；3. 推销与谈判。
3		数字营销实训室	1. 市场调研与商品选品；2. 商务数据分析；3. 数字营销。
4	专业综合能力实训	产教融合项目工作室 1	所有专业课程
5		产教融合项目工作室 2	所有专业课程
6	专业拓展能力实训	市场营销沙盘实训室	营销沙盘实训、营销岗位技能实训、营销技能综合实训及相关专业课程。

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	合作基础
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	持续性、共建
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	持续性、共建
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、智能客户服务与管理实训	持续性、共建
4	湘西职院—矮寨镇阳孟电商实习基地	矮寨镇阳孟电子商务服务站	农产品营销与推广	持续性、共建
5	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	持续性、共建

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作基础
6	湘西职院—安徽三西电子商务有限公司	安徽三西电子商务有限公司	电商客服与管理实习	持续性、共建
7	湘西职院—安徽正德互联信息技术有限公司实习基地	安徽正德互联信息技术有限公司	电子商务客服实训、客户服务与管理实习	持续性、共建
8	湘西职院—湖南民意网络有限公司直播实训基地	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
9	湘西职院—湘西神秘谷茶业有限公司直播实训基地	湘西神秘谷茶业有限公司	电子商务直播实训、农产品直播营销	持续性、共建
10	湘西职院—浙江聚米为谷科技有限公司	浙江聚米为谷科技有限公司	AI 电商客服与管理实习	持续性、共建

注：“用途”指专业认识实习、生产性实训、岗位实习等。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家和学校现行制度选用优质教材，落实“凡选必审”和教材选用备案要求，严禁不合格教材进入课堂。建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，按照规范程序集体审议、择优选用。专业课、专业选修课教材优先选用近五年出版的职业教育国家规划教材、行业先进教材和体现数字营销新技术、新规范、新业态的新形态教材；课证融通课程所用教材须与当期有效证书标准和课程标准相匹配。鼓励专业教师与企业合作开发活页式、工作手册式和数字化教材。

表18 市场营销专业教材资源清单

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	市场营销（第六版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	毕思勇	2024年7月
2	经济学基础（第四版）	“十三五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	唐树伶	2023年2月
3	统计基础	高等职业教育教材	高等教育出版社	苏毅、徐娜	2023年4月

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
4	商品学基础（第五版）	“十一五”国家规划教材	高等教育出版社	曹汝英	2025 年 2 月
5	商务礼仪（第四版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	徐汉文、张云河	2024 年 9 月
6	消费者行为分析（第二版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	林海、林萌菲	2026 年 5 月
7	销售管理	普通高等院校教材	机械工业出版社	刘洪深	2024 年 4 月
8	数字营销——一本可以落地的工作手册	高职高专教材	电子工业出版社	陈丽、邱雪峰、朱慧	2025 年 11 月
9	服务营销理论与实务（第四版）	辽宁省职业教育“十四五”规划教材	清华大学出版社	仲晓密、相聪姍、解敬红、邹群	2025 年 9 月
10	智能客户服务实务（第三版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	王鑫、赵雨	2025 年 6 月
11	品牌策划与推广	高职高专教材	电子工业出版社	蒋俊凯、王景	2024 年 11 月
12	商务数据分析基础（第 2 版）	高职高专教材	电子工业出版社	焦世奇、姜蕾	2024 年 2 月
13	财经应用文写作（第四版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	李薇	2024 年 8 月
14	视觉营销设计	高等职业教育教材	高等教育出版社	张枝军、朱林婷	2024 年 3 月
15	营销渠道管理（第 4 版）	普通高等院校教材	机械工业出版社	郑锐洪	2024 年 6 月
16	直播电商运营	高职高专教材	电子工业出版社	陈巧玲、蔡兆烜、陈薇	2026 年 3 月
17	短视频拍摄与剪辑	职业教育教材	高等教育出版社	何牧	2025 年 3 月
18	农产品电子商务运营	职业教育教材	电子工业出版社	张大平	2025 年 2 月
19	营销策划创意（第 4 版）	高职高专教材	电子工业出版社	黄尧	2026 年 3 月
20	市场调查与分析（第三版）	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	宋文光	2026 年 1 月

表18为教学资源参考清单，不等同于已征订目录。正式征订时须以学校当期审定的教材征订清单为准，履行审核、选用和备案程序，并根据课程标准、教材有效性和产业发展需要动态更新。

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，是与教育部高等教育司组编、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 workflow 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。

序号	图书文献名称	内容简介
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, 对于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。

1. 数字教学资源配备基本要求

按照市场营销专业、专业方向和高职学生特点，校企双方共同开展基于工作过程的课程开发与实践，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、理论与实践技能测试题库（支持自动评分）、案例库和课程网站等，形成可交互、可更新、可评价的网络课程与专业教学资源库。资源建设应同步落实知识产权、数据安全、个人信息保护和人工智能生成内容审核要求，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	课程思政资源	主要包括职业道德、诚信营销、消费者权益保护、数据伦理、平台规则和社会责任等案例与任务。	
	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个的完整案例。	

资源条目		说明	备注
	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	https://www.ibodao.com/
2	智慧树	https://www.zhihuishu.com/
3	超星	https://www.chaoxing.com/
4	淘宝大学	https://daxue.taobao.com/
5	京东商家学习中心	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相关信息	https://www.nvsc.com.cn/
8	市场部网	https://www.shichangbu.com/

（四）教学方法

针对市场营销行业市场迭代快、消费需求多元化、市场竞争态势多变及作为市场营销应用主体的中小商贸企业经营模式灵活多样的特点，本专业在教学方法和手段上特别强调体验探究式及项目式教学方法的应用。

项目式教学中的项目可以是根据市场营销岗位实际应用重构出来的学习型项目，也可以是直接的企业真实营销项目，重点培养学生市场营销实操应用的职业技能和岗位核心能力。

体验探究式教学注重培养学生良好的市场调研、数据分析、市场研判、

营销策划与经营决策的能力和综合素养。学生不仅应具备扎实的市场营销职业岗位技能，面对瞬息万变的市场环境还必须具备有良好的岗位适应能力、市场应变能力及创新开拓能力。在体验探究式教学中，通过精心设计营销调研、品牌推广、直播运营、客户运维等专项选题及真实商业场景，让学生在深化实操体验、积累商业感性认知的同时，主动开展探究、分析、研判、总结与能力提升，进一步加深对市场规律、消费趋势与营销逻辑的理解，全面提升市场营销综合应用与创新实践能力。

（五）学习评价

1. 课程学习考核

本专业课程考核包括了过程性、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的对学生的知识水平、技能应用能力、团队合作能力、工作态度等的社会评价,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,具体考核指标见表21。

表 21 学生课程学习质量考核指标体系表

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

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准
	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

2. 岗位实习课程的考核评价

成立由企业(兼职)指导教师、专业指导教师和辅导员(或班主任)组成的考核组,主要对学生在岗位实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

(六) 质量管理

建立专业人才培养质量闭环,依据培养目标、毕业要求和课程标准设置质量标准,依托教学运行、课堂评价、课程考核、实习管理、毕业设计、技能抽查、毕业生跟踪和用人单位调查采集质量信息。经济贸易学院、专业建设委员会、专业教学团队、教学督导、任课教师和行业企业共同参与,形成“标准—实施—监测—反馈—整改—复核”的持续改进机制,并明确责任主体、实施周期、证据材料和复核要求。

1. 内部教学质量保障

（1）教学督导制度：在学校教学督导机构和经济贸易学院教学工作统筹下，由专业负责人牵头，吸收校内外资深教师、行业专家和教学一线骨干教师参与专业教学督导。采取日常督导与专项督导相结合、督教与督学相结合、评价与指导相结合等方式，全面督促和提升本专业教学质量。

（2）教学检查制度：经济贸易学院在每学期期初、期中和期末组织专业教学团队开展教学检查，掌握教学运行、课程实施和学生学习信息，形成问题清单、整改措施和复核记录。

（3）新教师开课试讲制度：学校相关职能部门和经济贸易学院按现行制度组织新进教师岗前培训与试讲；未达到要求者不得独立承担相应课程。试讲通过后，由经济贸易学院组织审核教案、授课计划等教学文件，并由专业教学团队在开课初期安排听课、评课和指导。

（4）学生评教制度：每学期按学校现行制度组织学生评价课程教学，合理确定学生评价在教师教学质量评价中的权重，并结合督导评价、同行评价、教学资料检查和教学成效综合研判。

（5）听课评教制度：建立经济贸易学院教学管理人员、教学督导、同行教师和企业导师按职责参与的听课评教制度，对发现的问题及时反馈并跟踪整改。听课评教结果作为专业教学团队改进、教学管理评价和教师教学质量评价的重要依据之一。

（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）考试与考核质量管理制度：按照学校考试管理制度完善课程命题、监考、阅卷、评分和考试质量分析，推进专业课程试题库建设和适宜课程的教考分离，依据质量分析结果改进课程教学与考核设计。

（8）教师教学质量评价与改进制度：按照学校教师考核、绩效和教

学管理制度开展教学质量评价与结果运用；定期组织教师实践教学能力考核、课程建设和教学成果交流，支持教师参与专业建设、实训基地建设和教学研究，不断提高教师业务素质和育人水平。

（9）职业技能与学习成果评价制度：将职业标准、岗位标准和技能竞赛要求适度融入课程教学与考核，支持学生自愿参加与专业相关的职业技能等级评价。证书、培训、竞赛、创新创业和其他学习成果须经申请、审核和学校认定后，方可依据适用于本年级的现行制度认定或转换相应学分；未纳入学校制度或未经认定的成果不得直接抵扣课程、实习实训或其他毕业环节，同一成果不得重复认定。职业资格证书不作为毕业的统一附加门槛。

2. 外部教学质量保障

（1）毕业生跟踪调查制度：建立毕业生跟踪调查制度，及时收集毕业生发展情况和用人单位评价信息，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并推动改进。

（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）行业企业参与评价制度：聘请行业专家和技术骨干担任兼职教师、实习指导教师和职业导师，共同参与专业建设、课程教学、实习实训和质量评价，将企业用人标准、岗位能力要求与教学评价标准有机衔接。

九、毕业要求

按照宽进严出的原则，健全考试考核标准，加强考试考核管理。

（一）素质要求

1. 具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；
2. 遵法守纪、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行社会道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；
3. 具有工匠精神和创新思维，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识

识，有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，与社会及自然和谐共处；

4. 通过市场营销专业技术知识的学习，拥有良好的职业技能，提高业务处理能力和钻研能力，增强就业能力和创业能力，具备自身可持续发展的能力。

5. 通过劳动实践，养成良好的健身与卫生习惯、良好的行为习惯和自我管理能力。

6. 学生在校期间需参加社会公益活动，包含服务社区、三下乡活动、寒暑假社会实践等 30 天以上。

（二）学分要求

在规定修业年限内，按本专业人才培养方案要求开设的课程修满 171 学分，其中：

- ◆公共基础必修课：32 学分；
- ◆公共基础选修课程：17 学分；
- ◆公共基础任选课程：3 学分；
- ◆专业基础课程：19 学分；
- ◆专业核心课程：30 学分；
- ◆专业拓展选修课：26 学分；
- ◆集中实践课程/环节：44 学分。

（三）学业要求

1. 具备诚信务实、善于沟通、创新进取、严谨负责的市场营销职业基本素质；

2. 能规范开展市场调研，设计调研方案，收集整理市场、竞品、消费者相关数据资料，完成市场调研报告撰写；

3. 能运用数字化营销工具平台，完成新媒体内容制作、直播营销、社群运营、品牌推广等营销业务实操，完成营销活动方案策划与落地执行；

4. 能开展客户开发、商务谈判、客户关系维护工作，熟练完成客户信息管理、销售跟进、销售数据统计分析等业务；

5. 能根据市场业务资料，运用数据分析工具开展市场研判，对营销活动效果进行数据复盘，完成营销效果分析与简单优化建议；

6. 能运用多种营销方法完成产品定位、价格制定、渠道搭建、促销策划等全流程营销方案设计；

7. 在规定时间内完成毕业设计，专业技能抽测合格。

（四）证书要求

鼓励学生根据职业发展方向自愿考取与专业相关的职业技能等级证书或专业技术人员职业资格证书。证书项目、评价组织和有效状态实行动态复核，职业证书不作为毕业的统一附加门槛。职业培训证书及其他学习成果须由学生申请，经专业审核和学校认定后，方可按适用于本年级的现行制度认定、积累或转换相应学分；具体范围、标准、程序和上限以学校正式制度为准，未纳入制度或未经认定的成果不得直接抵扣毕业环节，同一成果不得重复认定。参考项目见表 22。

表22 职业证书与学习成果参考项目

序号	职业岗位	证书或学习成果	评价组织	等级	要求
1	互联网营销相关岗位	互联网营销师职业技能等级证书	人社部门备案的职业技能等级评价机构	相应等级	选考 / 鼓励
2	新媒体运营、网店运营岗位	网店运营推广职业技能等级证书	以国家职业教育有关平台当期目录为准	相应等级	
3	数字营销相关岗位	数字营销技术应用职业技能等级证书	以国家职业教育有关平台当期目录为准	相应等级	
4	经济管理相关岗位	经济专业技术资格	人力资源社会保障部门	初级	
5	中小微企业创业者	SYB 创业培训合格证	人社部门认定的创业培训机构	—	选考 / 鼓励

（五）其他要求

- （1）无纪律处分或已解除；
- （2）符合学院其他制度规定的毕业要求。

附件1

湘西民族职业技术学院
专业人才培养方案论证意见表

论证专业名称：市场营销

日期：2024年 8月 7 日

论证组 参加人员	姓名	职称/职务	工作单位（部门）	专 业	签 名	备注
	陈亮	教授	深圳信息职业技术大学财经学院	大数据与会计	陈亮	组长
	毛斑斑	数智营销教研室主任	湖南商务职业技术学院	市场营销	毛斑斑	
	熊哲欣	教授	湘西民族职业技术学院	市场营销	熊哲欣	
	田晋	副教授	湘西民族职业技术学院	市场营销	田晋	
	杨麒琦	副教授/市场营销教研室主任	湘西民族职业技术学院	市场营销	杨麒琦	
	刘璨	讲师/专任教师	湘西民族职业技术学院	市场营销	刘璨	
	刘翼	讲师	湘西民族职业技术学院	市场营销	刘翼	
	张家琪	企业导师	晒尔云（杭州）信息科技有限公司	云客服、内容运营	张家琪	
	廖峥嵘	企业导师	长沙非拓信息技术有限公司	跨境电商	廖峥嵘	
专业人才培养方案制订总结	主要内容： 一、专业人才培养方案制/修订总体概况 本专业人才培养方案的修订工作严格对标《职业教育专业教学标准（2025版）》和湖南省“十五五”职业教育发展规划要求，按照“调研—分析—论证—修订”的流程规范推进。在同类院校调研方面，专业建设团队对深圳信息职业技术大学等省内外高职院校市场营销专业的人才培养模式、课程设置、实训体系进行了对标分析，重点借鉴了数字经济背景下数字营销、智能客服等新兴课程模块的建设经验。在企业调研方面，面向湘西州本地商贸流通、电商运营、新媒体营销、终端零售等领域的合作企业开展了系统的岗位需求和人才能力缺口专项调研，实地走访了苏宁电器股份有限公司、湘西优品汇电子商务有限公司、中房科瑞网络科技有限公司、湘西神秘谷茶业有限公司、湖南民意网络有限公司等12家校外实习基地合作企业，精准掌握了区域产业对营销人才的岗位能力要求和发展趋势。整体调研充分、依据扎实，方案修订贴合湘西州“1+5+X”现代产业体系和区域产业发展与企业用人实际，具备较强的现实指导意义。 二、本专业毕业最低学分，理论课学分、实践课学分，学分、学时比例 本专业明确设定学生毕业最低学分为171学分，全程总学时2886学时，共设置7个模块50门课程。学分结构具体如下： 公共基础课共52学分（公共基础必修课32学分、公共基础限选课17学分、公共基础任选课3学分），占总学时的32.57%；专业课共75学分（专业基础课19学分、专业核心课30学分、专业拓展课26学分）；集中实践课44学分。三类课程合计171学分。 学时分配方面，理论教学课时996学时，实践性教学课时1890学时，实践教学学时占总					

学时的 65.49%，充分凸显了职业教育重实践、强技能的育人特点。选修课学时 788 学时，占总学时的 27.30%，为学生个性化发展提供了充分空间。学时分配均衡，既保障了学生专业理论基础的积累，又充分凸显了职业教育注重实践能力培养的核心特色，学分学时结构合规、合理、可行。

三、专业人才培养目标、毕业要求的制订依据及课程体系支撑性

培养目标紧密对接湖南省"4×4"及湘西州"1+5+X"现代化产业体系发展需求，立足学校"质量立校、人才强校、特色兴校、开放活校"办学理念，落实立德树人根本任务，面向商贸服务业及本土特色产业的市场运营、品牌策划、直播营销、客户关系、销售管理等岗位（群），培养高素质复合型技术技能人才，毕业生工作 3-5 年后可成长为营销管理骨干或创新创业带头人。

培养规格从素质、知识、能力三个维度系统阐述毕业要求，与渠道管理专员、新媒体运营专员、企划专员、电商运营主管四类目标岗位精准对应。课程体系对培养目标形成有力支撑：公共基础课塑造思想政治素质与通用能力；专业基础课夯实市场营销理论基础；专业核心课（数字营销、商务数据分析、品牌策划与推广、智能客户服务等）聚焦数字营销核心技能；专业拓展课覆盖直播营销、全域零售、新媒体运营等行业新业态；集中实践课通过 AI 客服实训、营销沙盘实训、岗位实习等环节实现岗位能力综合提升。

课程体系融入了人工智能、数字营销、商务数据分析、直播营销等行业新知识、新技术，构建了岗课赛证融通的课程体系，体现了数字商贸转型趋势下行业发展所需的新知识与新能力。

四、实践教学内容安排的合理性及可操作性

构建了课内实训、专项技能实训、认知实践、岗位实习、综合项目实践五位一体的阶梯递进式实践教学体系。集中实践课共 44 学分、696 学时，均为纯实践课程（C 类），包括 AI 客服实训与岗位认知（12 学分、192 学时）、营销沙盘实训（2 学分、28 学时）、营销技能综合实训（2 学分、28 学时）、技能抽考/毕业设计（4 学分、64 学时）、岗位实习（24 学分、384 学时）五个环节，实践项目紧扣市场营销真实岗位工作任务。

校内实训条件方面，配置了市场营销综合实训室、商务礼仪实训室、数字营销实训室、产教融合项目工作室（2 个）、市场营销沙盘实训室等场所，每个场地可一次性容纳 50 名学生开展行动导向、理实一体化教学，满足数字营销、商务数据分析、直播营销、AI 客服等课程的实践教学需求。

校外实训基地方面，已与苏宁电器、湘西优品汇、中房科瑞、安徽三西电子商务、湖南民意网络、湘西神秘谷茶业等 12 家企业建立稳定的校企合作关系，覆盖专业认知实习、生产性实训和岗位实习等各环节，实习岗位涵盖电商客服、直播营销、营销策划、农产品营销与推广等对口岗位。整体实践教学内容安排合理、可操作性强，符合技能型营销人才培养规律。

五、专业基础课和专业核心课课程标准中岗位能力图谱绘制的科学性和合理性

本专业 8 门专业基础课和 8 门专业核心课的课程标准均配套绘制了岗位能力对应图谱。以职业能力分析表中的四类岗位（渠道管理专员、新媒体运营专员、企划专员、电商运营主管）为基准，精准拆解了市场营销岗位的核心能力指标，区分了基础通用能力、专业核心技能、综合创新能力三个层次。

例如，专业核心课"数字营销"中"社群营销与运营"对应新媒体运营专员岗位的数字营销策划与运营能力，"商务数据分析"对应各岗位的电商流量转化数据分析与策略调整能力，"品牌策划与推广"对应企划专员岗位的区域产业市场调研与品牌整合策划能力，"销售与管理"对应渠道管理专员岗位的渠道招商拓展与运营管控能力，"智能客户服务"对应客户服务管理员岗位的客户关系维护与投诉处理能力。能力图谱贴合现代营销岗位真实工作场景，能够精准指导课程教学内容的选择和教学组织实施，绘制科学规范、贴合专业、适配岗位、指导性强，有效保障了课程标准的岗位针对性和教学实施的落地性。

二级学院（盖章）

2026 年 3 月 7 日

对以上内容作出评价:

一、专业人才培养方案修订总体概况评价

本专业人才培养方案修订流程规范,前期开展了省内外同类职业院校市场营销专业人才培养模式、课程设置、实训体系对标调研,同时面向本地商贸流通、电商运营、新媒体营销、终端零售等合作企业开展岗位需求、人才能力缺口专项调研。整体调研充分、依据扎实,方案修订贴合区域产业发展与企业用人实际,具备较强的现实指导意义;

二、毕业学分结构、学时学分比例合理性评价

本专业明确设定学生毕业最低学分标准,整体学分设置符合职业教育专业教学标准要求。方案清晰区分理论教学学分、实践教学学分,理论课时、实践课时配比科学,实践教学学分占比达到高职专业规范要求。学时分配均衡,既保障学生专业理论基础积累,又充分凸显职业教育重实践、强技能的育人特点,学分学时结构合规、合理、可行;

三、专业人才培养目标、毕业要求及课程体系支撑性评价

专业人才培养紧密对接湖南省“三高四新”美好蓝图与湘西州“1+5+X”现代产业体系,锚定“办学能力高水平、产教融合高质量”发展目标。专业知识结构、课程体系、教学活动能够全方位支撑培养目标与毕业要求达成。课程体系融入了直播营销、新媒体运营、数字营销等行业新知识,能够匹配企业新型营销岗位的能力需求;

四、实践教学内容安排合理性与可操作性评价

构建了课内实训、专项技能实训、认知实践、岗位实习、综合项目实践五位一体的阶梯递进式实践教学体系。实践项目紧扣市场营销真实岗位工作任务,涵盖市场调研、活动策划、短视频推广等核心岗位技能。整体实践教学内容可操作性高,符合技能型营销人才培养规律;

五、课程标准岗位能力图谱绘制科学性、合理性评价

本专业基础课、专业核心课课程标准均配套绘制岗位能力对应图谱,能够精准拆解市场营销岗位核心能力指标。能力图谱贴合现代营销岗位真实工作场景,区分基础通用能力、专业核心技能、综合创新能力,能力图谱绘制整体科学规范、贴合专业、适配岗位、指导性强。

具体的改进意见及建议:

一、课程体系设置

问题:部分专业课程内容重复,理论课程偏多,新技术相关特色课程缺失;赛证内容仅简单罗列,未深度融入课堂教学。

修改建议:梳理课程知识点,合并重复教学模块;增设大数据、人工智能、元宇宙以及区块链与市场营销行业融合的新课程;将技能大赛赛点、1+X证书考核要点拆解至对应单元教案。

二、实践教学安排

问题:实训考核仅以报告为主,过程性评价缺失。

修改建议:细化分学期实训项目清单,明确企业实习对口岗位;建立“操作过程+成果作品+企业导师评价”三维实训考核标准。

三、产教融合与校企协同

问题:校企合作仅签订框架协议,无联合课程、订单班、共培师资落地内容。

修改建议:补充校企共同开发课程、共建实训车间、企业技师进校园授课等具体落地举措,明确双方育人职责。

四、考核评价与保障条件

问题:学生评价以期末笔试为主,过程性考核权重低;师资、实训设备保障措施表述空泛。

修改建议:提高课堂实操、项目作业、企业评价权重,完善多元评价体系;列明现有实训设备清单、师资结构、企业兼职教师储备情况。

论证会组长(签字): 陈亮
2026年8月7日

附件2

湘西民族职业技术学院 专业人才培养方案审批意见表

二级学院名称: 经济贸易学院

日期：2026 年 8 月 26 日

培养方案主要依据	专业名称	理论总学时	培养方案总学分	实践学时占教学总学时比例
	市场营销	2886	171	65.49%
二级学院学术委员会意见	本专业人才培养方案是在充分调研基础上制定，培养目标准确，培养规格清晰，课程体系既考虑了专业发展趋势和市场需求，也符合最新职业教育目录和专业简介要求，对部分课程进行了数智化设计，增加了新经济条件下的新技术和新工具运用，突出了实践性。坚持理论与实践结合，教学进程安排合理，符合学生认知规律，符合职业教育的要求，同意执行。 主任委员签字：  二级学院公章  2026年8月26日			
教务科研处意见	该方案符合本专业人才培养目标要求，并经学校学术委员会审议通过，同意执行。 处长签字：  教务科研处公章  2026年8月29日			
学校意见	同意 分管副校长签字：  学校公章  2026年8月29日			