

福州英华职业学院
ANGLO-CHINESE COLLEGE

专业人才培养方案

专 业： 市场营销

专业代码： 530605

学 制： 三年制

适用年级： 2025 级

专业负责人： 潘栅杉

审核人： 郑琳

二〇二五年五月 制

编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持社会主义办学方向，服务区域经济、对接产业需求、强化数字赋能，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养高技能人才。

专业人才培养方案由本专业所在系组织系主任、专业带头人、教研室主任、骨干教师和行业企业专家，通过调研，充分分析和多次论证，制(修)订出符合市场营销专业高技能人才培养要求，明确“数字赋能、合规经营、家国情怀”的专业思政主线，构建“三阶递进、四维融合”的课程体系，创建“岗课赛证、四维联动”人才培养模式。

专业人才培养方案在制(修)订过程中，历经专业教学指导委员论证、人才培养方案论证、提交学院院务会、党委会审定，将在2025级市场营销专业实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务
1	郑琳	福州英华职业学院	经济管理系系主任
2	潘栅杉	福州英华职业学院	系副主任/专业带头人
3	丘平	福州英华职业学院	专任教师
4	蔡容萍	福州英华职业学院	专任教师
5	涂晓文	福州英华职业学院	专任教师
6	李丰宇	中教畅享科技股份有限公司	销售经理
7	江瀚	福建普乐惠电子商务有限公司	总经理
8	赖仕勋	福建乾晟环保科技有限公司	区域经理

目录

一、专业名称与代码	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) 职业发展	1
(三) 典型工作任务与职业能力分析	2
五、培养目标与培养规格	6
(一) 培养目标	6
(二) 培养规格	6
六、课程设置及要求	7
(一) 课程体系构建	7
(二) 课程描述与要求	8
(三) 课程思政要求	8
七、教学进程总体安排	9
(一) 教学活动时间安排表 (按周安排)	9
(二) 课程学时比例表	10
(三) 教学进程安排表	11
八、实施保障	15
(一) 师资队伍	15
(二) 教学设施	16
(三) 教学资源	17
(四) 校企合作	18
(五) 教学方法	18
(六) 学习评价	19
(七) 质量管理	20
九、毕业要求	20
十、附录	21
附件 1: 课程描述与要求	21
(一) 公共基础课程	22
1. 思政课程	22
2. 通识课程	27
(二) 专业 (技能) 课程	36
1. 专业基础课程	36
2. 专业核心课程	45
3. 专业拓展课程	55
4. 实践性教学环节	63
附件 2: 专业人才培养方案评审意见表	69

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准修业年限为三年，实施弹性学制修业年限不超过五年

四、职业面向

（一）职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	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）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管
职业类证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营 推广、电子商务师、呼叫中心客户服务与管理

（二）职业发展

表 2 职业岗位进阶

岗位类型	岗位名称	岗位工作领域
初级岗位	销售代表	从事商品和服务销售
	客服专员	从事客户订单处理、客户咨询、处理 客户投诉、客情维护

	市场调研专员	从事市场信息调查、收集、整理分析及预测，撰写调研报告
	市场策划专员	从事营销活动策划及执行
中级岗位	区域经理	从事区域整体销售管理、网点开拓、品牌推广和渠道秩序管控
	店长	从事门店的全面管理及运作
	客服经理	从事客户服务标准和流程制定及监督实施、客户关系开发及维护管理、客户咨询及投诉监督检查、客户突发事件处理
	市场主管/市场经理	从事营销战略规划以及市场推广计划制定、实施，并管理、监督和控制市场经济使用情况
高级岗位	销售总监	从事营销战略与实施方案制定；重大招投标工作；重点产品、项目的策划和推进；重点客户关系及渠道建设；组织市场推广；销售费用预算、审批、监管及调控；销售团队管理
	运营总监	从事市场运作和管理，组织完成企业整体业务计划，建立企业内部信息系统，维持并开拓各方面的外部关系
	市场总监	从事市场营销战略和实施计划制定、执行监控，协调企业内外部关系，营销组织建设与激励

（三）典型工作任务与职业能力分析

表 3 职业能力与素养分析

岗位工作领域	典型工作任务	职业能力与素养
1. 市场调查	1-1 设计调查方案	1-1-1 能根据调查需求，明确调研目的和调研项目，明确调研事项和调研所需搜集的资料；
		1-1-2 能针对企业资料，根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具体单位以及调研对象；
		1-1-3 能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具；
		1-1-4 能根据调研目的确定调研内容；
		1-1-5 能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算。
	1-2 设计调查问卷	1-2-1 能根据调研问题的内容选择合适的问题类型（封闭式或开放式问题）；

		1-2-2 能依照逻辑顺序排列问题；
		1-2-3 能切实结合调研问题内容设计答案；
		1-2-4 能根据标准格式和要求编制调查问卷。
	1-3 实施市场调查	1-3-1 能根据调查方案，按规范执行现场调查；
		1-3-2 能识读调查问卷，能向目标人群发放问卷，能够协助被访者完成问卷填写，能回收有效调查问卷。
	1-4 撰写调研报告	1-4-1 能够对提供的调研数据进行细致分析、运用，能很好的鉴别、避免数据，能灵活运用数据说明问题；
1-4-2 能以调研资料为依据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。		
2. 推销与谈判	2-1 商务谈判	2-1-1 能全面、科学地分析商务谈判所涉及的产品因素，确定谈判目标
		2-1-2 能准确分析谈判双方的优劣势
		2-1-3 能准确分析、拟定己方将采用的谈判策略
		2-1-4 能准确预测对方将采用的谈判策略
		2-1-5 能灵活运用谈判策略化解谈判僵局，达成谈判目标
		2-1-6 能拟定商务谈判计划书
	2-2 产品推销	2-2-1 能准确地分析被推销产品的优缺点，把握产品卖点的能力
		2-2-2 能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法；
		2-2-3 能针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客的购买欲望；
		2-2-4 能恰当地介绍商品，进行推销演示；
		2-2-5 能有效地处理顾客的异议，把握时机促成交易。
	2-3 客户管理	2-4-1 能准确进行客户识别与分类；
		2-4-2 能合理开发潜在客户
		2-4-3 能有效建立和维护客户关系
		2-4-4 能有效管理客户信息
		2-4-5 能有效处理客户咨询、投诉、售后维权
		2-4-6 能合理设计及开发智能客服应用场景
	3. 促销策划	3-1 促销活动策划

		对性的促销活动目标以及有吸引力的活动主题
		3-1-2 能根据市场分析结论，准确把握促销对象的具体特征，确定合适的参与促销商品、合作伙伴、时间、地点等要素
		3-1-3 能结合企业促销目标选择刺激程度适当、与费用相匹配的促销方式与工具
		3-1-4 能根据促销方式进行合理的人员分工，能进行有条理的事前、事中、事后安排
		3-1-5 能选择符合促销目标以及促销对象媒体习惯的促销活动推广方式
		3-1-6 能准确进行成本估算，对成本预算进行合理的配置
		3-1-7 能对活动过程中可能发生的意外问题提出处理预案
		3-1-8 能准确预测促销活动将会出现的效果
		31-9 能编制一套具有一定可行性的促销活动策划方案
	3-2 公关活动策划	3-2-1 能根据企业的公关现状，明确企业面临的主要问题，提炼出明确的公关活动目标
		3-2-2 能根据公关的目标与企业所面临的公关问题确立公关活动的对象和主题
		3-2-3 能依据公关目标来确定公关活动恰当的时机与地点
		3-2-4 能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意
		3-2-4 能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意
		3-2-4 能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意
		3-2-5 能对与公关活动配套的媒介宣传活动进行设计、进度安排和物料准备
		3-2-6 能对公关活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估
		3-2-7 能编制一套具有一定可行性的公关活动策划方案
	3-3 广告策划	3-3-1 能对企业、竞争对手产品及广告现状、消费者情况等营销信息进行细致、深入分析，并据此确定明确、具体的广告目标以及广告策划思路

		3-3-2 能依据市场分析结论，判断企业市场方向，分析产品购买参与角色，确定合适的广告诉求对象
		3-3-3 能根据确定的广告目标、广告产品与竞争对手相比所具备的优点与缺点、消费者的心理需求与偏好，确定具有鲜明特色的广告主题
		3-3-4 能根据广告产品和目标企业的特点和现状，通过广告创意，运用语言或者非语言手段进行广告表现设计
		3-3-5 能根据广告对象的媒介偏好合理选择电视、报纸等传统媒体和网络、手机等新媒体
		3-3-6 能运用适当的广告媒介组合策略，安排合理的广告发布日程
		3-3-7 能进行成本估算，编制具体、明确的广告预算
		3-3-8 能在广告活动开展前客观评估一定阶段内达成的经济、心理、社会效果
		3-3-9 能编制一套具有一定可行性的广告策划方案
		3-4 新产品上市推广策划
	3-4-2 能根据新产品和竞品的信息资料，对新产品进行全面分析，明确核心利益点，提炼出精确的产品定位点	
	3-4-3 能根据企业市场现状、竞品情况以及新产品特点来确定推广的目标	
	3-4-4 能依据新产品推广目标、目标消费者等内容，运用多种方法对推广策略进行构思与创意	
	3-4-5 能对广告宣传、公关活动、促销活动、媒介选择等具体推广活动进行设计与安排	
	3-4-6 能对推广活动所需的经费进行预算，并合理配置预算	
	3-4-7 能对推广活动效果进行评估	
3-4-8 能编制一套具有一定可行性的新产品上市推广策划方案		
4. 客户关系管理	4-1 客户开发管理	4-1-1 能合理、准确收集、分析客户信息
		4-1-2 能准确识别客户
		4-1-3 能合理开发目标客户
	4-2 客户分级管理	4-2-1 能准确评估客户
		4-2-2 能有效进行客户分类
		4-2-3 能合理进行客户信息安全管理
	4-3 客户沟通与服务	4-3-1 能合理设计及开发智能客服应用场景

		4-3-2 能合理建立沟通渠道，选择和运用客户沟通策略进行客户沟通及管理
		4-3-3 能合理设计和管理客户体验
		4-3-4 能有效处理客户咨询、投诉、抱怨、售后维权
	4-4 客户保持与流失管理	4-4-1 能有效开展客户关怀
		4-4-2 能根据客户所处的生命周期阶段，合理运用客户保持策略维系、提升客户关系
		4-4-3 能准确进行客户流失分析、预测和管理

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行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，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的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素养，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

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. 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；

3. 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，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

5. 掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

6. 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等技术技能，具有数字营销能力；

7. 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

8. 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

9. 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

10. 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等技术技能，具有智能客户服务能力；

11. 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

12. 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

13. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

14. 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；具备一定的心理调适能力；

15. 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；

16. 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

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建

本专业课程体系包括公共基础课和专业课程两个部分，其中公共基础课包含思想

政治课程和通识课程。专业课包含专业基础课、专业核心课和专业拓展课和实践性教学课程。课程体系如图 1 所示。

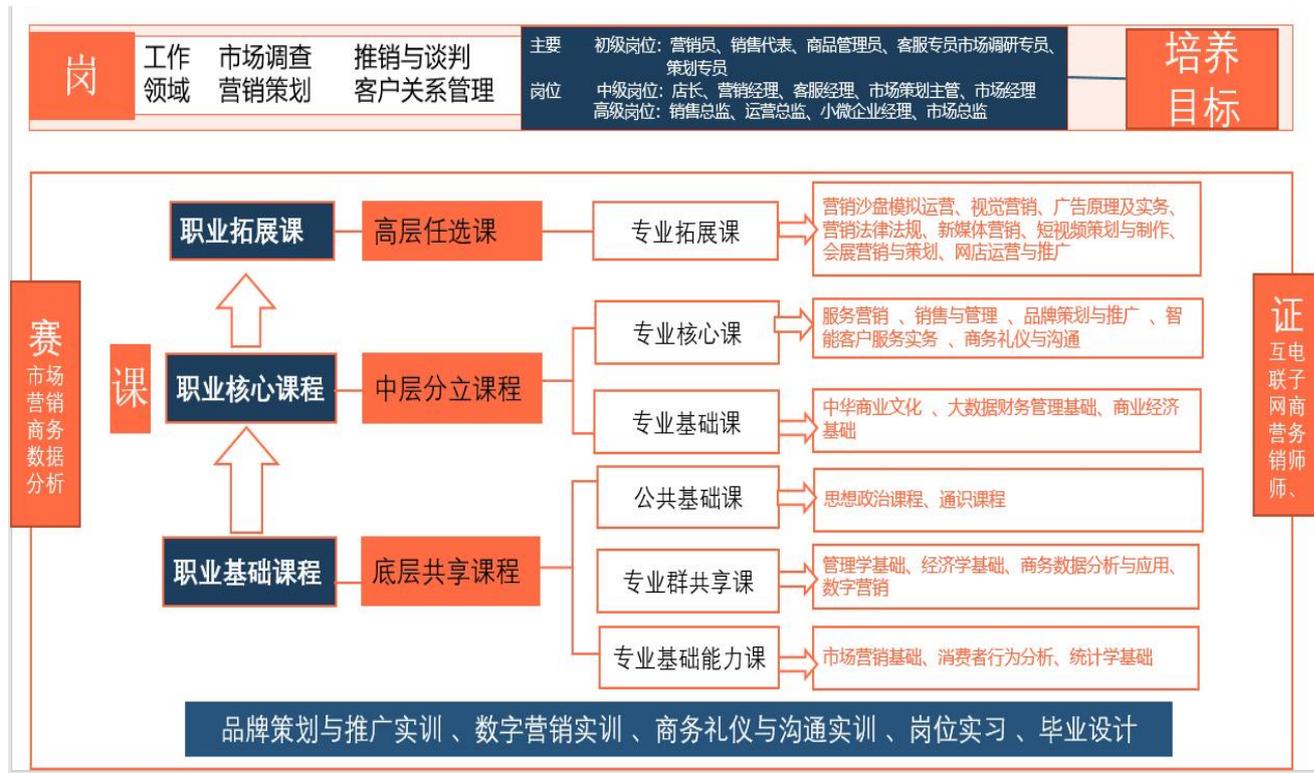


图 1 市场营销专业课程体系图

(二) 课程描述与要求

各门课程学生学习目标、主要内容、教学要求详见附件 1 课程描述与要求。

(三) 课程思政要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以立德树人为核心，把学生思想政治教育工作贯穿和体现在教育教学全过程，全面落实全员育人、全程育人、全方位育人要求。遵循思想政治工作规律、遵循教书育人规律、遵循学生成长规律，因事而化、因时而进、因势而新，以思想政治课程为核心，突出发挥主导作用，以其他课程的“课程思政”为基础，实现思政课程与课程思政的同向同行。

在课程思政实施过程中建议围绕着“意识、精神、素养、态度、能力”五个维度进行规划，根据课程性质、类型和开设阶段进行递进式培养。鼓励任课教师，在课程教学过程中，对标企业岗位对人才提出的具体要求，深度挖掘企业大师、劳模的典型案列，丰富课程思政教育资源库，凝练课程思政主线。以教学任务为载体，优化课程思政内容供给，实施思政主线贯穿始终、按任务特点融入思政元素的任务驱动教学。

公共基础课程：要重点提高学生思想道德修养、人文素质、科学精神、宪法法治意识、国家安全意识和认知能力的课程，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

专业基础课程：要根据专业的特色和优势，深入研究专业的育人目标，深度挖掘提炼专业知识体系中所蕴含的思想价值和精神内涵，科学合理拓展专业课程的广度、深度和温度，从课程所涉专业、行业、国家、国际、文化、历史等角度，增加课程的知识性、人文性，提升引领性、时代性和开放性。

专业核心课程：要注重学思结合、知行统一，增强学生勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力，要注重让学生“敢闯会创”，在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。

专业拓展课程：要注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。

课程教学过程中应突出培养学生遵纪守法、遵规守纪、严于律己、尊老爱幼的意识，吃苦耐劳、精益求精的工匠精神、劳模精神、劳动精神；诚实守信、严谨认真、理性思维的职业素养；爱岗敬业、踏实肯干的工作态度，守法合规的法治思维，责任担当的邮政精神，规范操作的规范意识，勇于创新的创新意识，以及质量管理、团结协作的能力等，充分发挥课程思政协同和支撑作用。

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间安排表（按周安排）

表 4 教学活动时间安排表

单位：周

学年	学期	理论教学与课程实训	考试	入学教育	毕业教育	实践性教育环节					假日	机动	学期周数小计
						军训	运动会(技能赛)	专项实训	岗位实习	毕业设计			
一	1	14	1	1		2	0.5				1	0.5	20
	2	16	1				0.5	1			1	0.5	20
二	3	16	1				0.5	1			1	0.5	20
	4	16	1				0.5	1			1	0.5	20

三	5	5	1					13		1		20
	6				1			11	6	2		20
合计	67	5	1	1	2	2	3	24	6	7	2	120

(二) 课程学时比例表

本专业总学分为 140.5。课时总数为 2608 学时，其中公共课程 892 学时，约占总学时 34.20%，实践教学 1518 学时，约占总学时 58.21%，选修课程 288 学时，约占总学时 11.04%。

表 5 课程学时比例表

课程类别	课程子类	课程性质	学分数	学时数			学时百分比 (%)
				理论	实践	总学时	
公共基础课程	思政课程	必修	11	176	16	192	7.36
	通识课程	必修	32.5	270	334	604	23.16
		任选	6	96	0	96	3.68
	小计			49.5	542	350	892
专业(技能)课程	专业基础课程	必修	19	196	108	304	11.66
	专业核心课程	必修	26	240	176	416	15.95
	专业拓展课程	专选	12	112	80	192	7.36
	实践性教育环节	必修	34	0	804	804	30.83
	小计			91	548	1168	1716
合计			140.5	1090	1518	2608	100

(三) 教学进程安排表

表 6 教学进程安排表

课程类别	课程子类	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	学分	学时数					考核方式	各学期周学时分配						备注	
							总学时	理论教学	课程实训	专项实训	实习		第一年		第二年		第三年			
													一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	思想政治课程	必修	G2025001	思想道德与法治	B	3	48	32	16			考查	3							
			G2025002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	32	32					考查		2					
			G2023003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	48	48					考试		3					
			G2023005	形势与政策（一）	A	0.25	8	8					考查	2						
			G2023006	形势与政策（二）	A	0.25	8	8					考查		2					
			G2023007	形势与政策（三）	A	0.25	8	8					考查			2				
			G2023008	形势与政策（四）	A	0.25	8	8					考查				2			
			G2024014	国家安全教育	A	1	16	16					考查				2			
		小计						10	176	160	16			5	7	2	4			
		选择性必修课	G2025001	中华优秀传统文化	A	1	16	16					考查			2				至少修1学分
			G2024001	党史	A	1	16	16					考查							
			G2024002	新中国史	A	1	16	16					考查							
			G2024003	改革开放史	A	1	16	16					考查							
			G2024004	社会主义发展史	A	1	16	16					考查							
		小计						1	16	16						2				

通 识 课 程	必 修	G2025002	体育（一）	B	1.5	24	2	22			考查	2							
		G2023010	体育（二）	B	2	32	4	28			考查		2						
		G2023011	体育（三）	B	2	32	4	28			考查			2					
		G2024006	体育（四）	B	1.5	24	2	22			考查				2				
		G2021002	大学生心理健康教育	A	2	32	16	16			考查		2						
		G2024007	军事理论	A	2	36	36				考查	2							2周
		G2024008	军事技能	B	2	112		112			考查								14天
		G2023016	大学英语（一）	B	4	64	48	16			考试	4							
		G2023017	大学英语（二）	B	4	64	48	16			考试		4						
		G2025003	信息技术	B	3	48	16	32			考试	3							
		G2024010	劳动教育	A	1	16	16				考查	2							
		G2025025	大学语文	B	2	32	16	16			考试	2							
		G2023023	公共艺术	B	2	32	16	16			考查		2						
		G2025016	创新创业教育基础	B	2	32	28	4			考查		2						
		G2025004	职业发展与就业指导 （一）	B	0.5	8	6	2			考查	2							
		G2025005	职业发展与就业指导 （二）	B	1	16	12	4			考查			2					
		小计				32.5	604	270	334				13	12	4	2			
	任 选		人文素养与职业素养培 育类	A	1.5	24	24				考查	全院公共任选课，由教务处负责开设，本专业学生在教务处面向全院开设的公共任选课中任意选修并修满6学分，96学时。鼓励学生通过国家教学资源平台自主学习，取得证书可申请学分转换。							
			自然科学与科学精神培 育类	A	1.5	24	24				考查								
			体育竞技与安全健康教 育类	A	1.5	24	24				考查								
		创新创业与职业技能培 育类	A	1.5	24	24				考查									

		小计 (不低于 96 学时, 6 学分)				6	96	96											
		公共基础课程合计				49.5	892	542	350			18	19	8	6				
专业(技能)课程	专业基础课	必修	A2025091	市场营销基础	B	3	48	32	16		考试	3							
			A2024049	中华商业文化	B	2	32	20	12		考查	2							
			A2025002	管理学基础	B	3	48	32	16		考试		3						
			A2025081	统计基础	B	3	48	32	16		考试			3					
			A2024076	大数据财务管理基础	B	2	32	16	16		考试			2					
			A2025001	经济学基础	B	3	48	32	16		考试			3					
			A2023009	商业经济基础	B	3	48	32	16		考试				3				
		小计					19	304	196	108			5	3	8	3			
			A2023036	消费者行为分析	B	3	48	32	16		考试	3							
			A2025083	品牌策划与推广	B	4	64	32	32		考试		4						
			A2023010	数字营销	B	4	64	32	32		考试			4					
			A2025107	服务营销	B	3	48	24	24		考试			3					
			A2025081	销售与管理	B	3	48	24	24		考试				3				
			A2023038	智能客户服务实务	B	3	48	32	16		考试				3				
			A2022004	商务数据分析与应用	B	3	48	32	16		考试				3				
		A2023039	商务礼仪与沟通	B	3	48	32	16		考试				3					
	小计					26	416	240	176			3	4	7	12				
	专业拓展课	选修	A2025084	营销沙盘模拟运营	B	2	32	16	16		考查			2					
			A2025085	视觉营销	B	2	32	16	16		考查				2				
			A2025086	网店运营与推广	B	2	32	16	16		考查								
A2025087			营销法律法规	B	2	32	20	12		考查									
A2024048			新媒体营销	B	2	32	20	12		考查									
A2025088			短视频策划与制作	B	2	32	20	12		考查									
A2025089			会展营销与策划	B	2	32	20	12		考查									
A2025090			广告原理及实务	B	2	32	20	12		考查									
													2			6	6 门选 4 门		

		小计		12	192	112	80						2	4	6			
实践性教学环节	必修	ASX20240012	品牌策划与推广实训	C	1	20			20				20					
		ASX20240022	数字营销实训	C	1	20			20					20				
		ASYSX008	商务礼仪与沟通实训	C	1	20			20						20			
		G2025017	岗位实习		24	624				624								6个月
		G2025020	毕业设计	C	6	120				120								6周
		G2025023	毕业教育		1	20				20								1周
	小计				34	804			60	744			20	20	20			
专业（技能）课程合计				91	1716	548	364	60	744		8	7	17	19	6			
全程合计				140.5	2608	1090	714	60	744		26	26	25	25	6			

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准，遵循新时代高校教师职业行为十项准则：坚定政治方向、自觉爱国守法、传播优秀文化、潜心教书育人、关心爱护学生、坚持言行雅正、遵守学术规范、秉持公平诚信、坚守廉洁自律、积极奉献社会。

1. 教师队伍结构

本专业现有学生 270 人，生师比 23:1，组建了由专任教师和企业兼职教师构成的双师型教学团队，现有教师 14 人，其中专任教师 10 人，企业兼职教师 4 人。专任教师中高级职称 2 人，高级职称占比 20%，硕士及以上学历教师占比 60%，持有双师证书的专任教师 4 人，“双师型”教师占比达 40%。年龄在 25-30 岁之间占比 40%，30-45 岁之间占比 60%，本专业均为中青年教师。师资队伍在职称结构、年龄层次、学历背景和双师素质等方面形成了较为合理的梯队结构。

2. 专业带头人

市场营销专业带头人潘栅杉，汉族，中共党员，副教授，经济管理系副主任。曾获得福建省高校“优秀党务工作者”和福建省技能大赛高职组市场营销赛项“优秀指导教师”和校级“优秀党员”等荣誉称号。主要任教课程《数字营销》《经济学基础》《营销沙盘模拟运营》等。近年来主持并参与福建省中青年课题 3 项，主持建设院级课程思政《数字营销》项目 1 项，发表论文多篇。积极参加福建省高校教师思想政治和师德师风等培训和“畅享杯”全国数字商业技能赛获得一等奖和二等奖各 1 项。积极与福州乌妈咪进出口有限公司和三棵树等企业合作开展专业共建，负责与多家企业合作对接，整合校企资源开展产教融合工作。近几年指导学生参加比赛，获得优异的成绩。指导学生参加福建省高职院校技能大赛市场营销赛项获得一等奖 1 项，二等奖 2 项，三等奖 1 项，指导学生参加第十届海峡两岸暨港澳大学生职业技能大赛企业经营财务管理沙盘赛项中荣获团体赛高职组“二等奖”1 项。

3. 专任教师

专任教师持有高校教师资格证书；具备“四有”教师素质，做到有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。需具有本专业或相关专业本科及以上学历

历，需具备扎实的专业理论知识和实践应用能力，具备开展课程教学改革和科学研究的能力，需保证每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

兼职教师是营销行业的骨干人员，是区域/产品销售经理、店长、市场主管/经理、销售总监、运营总监、市场总监等岗位的有代表性的骨干，五年以上市场营销领域的执行与管理经历。具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，能准确把握课程思政教育，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；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或从事企业中层及以上管理岗位，并在上述岗位具有一定的行业影响力，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. 校内实训基地

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。校内实训场所面积、安全、环境等方面符合教育部《职业院校专业实训教学条件建设标准》，实训设施先进，实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。市场营销专业校内实训实习场所基本情况见表14。

表7 校内实训设备情况一览表

序号	实验实训基地（室）名称	实验实训室功能（承担课程与实训实习项目）	面积、主要实验（训）设备名称及台套数要求	工位数（个）	对应课程
1	专业智慧教室	品牌策划与推广、市场营销、销售管理	102平、智慧大屏、高清摄像头等	56	品牌策划与推广、市场营销
2	企业模拟经营沙盘室	企业模拟经营、营销沙盘模拟运营实训	110平、沙盘	48	营销沙盘模拟运营
3	商务谈判实训室	商务礼仪与沟通	68平、谈判桌	50	商务礼仪与沟通
4	财经商贸综合实训室（1）（2）	商务数据分析与应用、大数据财务管理	200平、计算机及桌椅198套	130	商务数据分析与应用、大数据财务管理
5	京东电商直播实训室	直播与短视频实训	80平、直播灯、直播架等	15	网店运营、新媒体营销
6	电商虚拟仿真实训室	智能客户服务、数字营销	200平、计算机及桌椅65套	65	智能客户服务、数字营销

7	摄影实训室	商品图片拍摄、短视频制作	40平、摄影灯、摄影商品台等	20	网店运营、新媒体营销
---	-------	--------------	----------------	----	------------

2.校外实训基地

市场营销专业与多家企业建立了校企合作关系，如华润置地（福州）房地产开发有限公司、福建宏升兄弟食品有限公司、福建可观房地产经纪有限公司、福州乌妈咪进出口有限公司等，学生期末实训、顶岗实习、毕业实习都可以到校企合作企业去，同时校企合作企业参与本专业的培养计划制定、课程体系构建，且可以派企业人员入校给学生上课、进行期末实训等，以做到产教融合。

表8 校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	承担功能（实训实习项目）	工位数（个）
1	华润置地（福州）房地产开发有限公司	商务礼仪与沟通、客服	若干
2	百胜餐饮集团	管培生	若干
3	福建宏升兄弟食品有限公司	市场营销、客服	若干
4	福州乌妈咪进出口有限公司	市场营销、客服	若干
5	福建八方海上客运有限公司（闽江游）	商务礼仪与沟通、客服	若干
6	熹茗集团有限公司	市场营销、客服	若干
7	福建米多多网络科技有限公司	数字营销	若干

（三）教学资源

1.教材选用基本要求

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和教研人员参与的教材选用机制，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。岗课赛证融通的课程选用软件配套的指定教材。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。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足本专业人才培养、专业建设、教学科研等工作需要。专业类图书文献主要包括管理学、经济类、营销类、大数据等专业领域的优秀期刊、杂志和图书，及时配置营销新模式、新业态、新技术、新发展等相关图书文献。

3.数字教学资源配置基本要求

依托智慧职教、超星学习通等网络教学平台，鼓励专任教师开发建设与课程配套的网络课程教学资源。建设内容包括课程标准、授课计划、电子教案、实训任务书、多媒体课件、微课或慕课、习题库、试题库等。部分课程从国家级数字化资源库中选用数字化教学资源，建成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新的信息化教学资源库，满足学生泛在学习需求。专业核心课程均建有在线课程资源，能有效开展信息化教学。

（四）校企合作

市场营销专业与多家企业建立了校企合作关系，如福州乌妈咪进出口有限公司、福建米多多网络科技有限公司、百胜餐饮集团、福建乾晟环保科技有限公司、福建普乐惠电子商务有限公司等，学生期末实训、顶岗实习、毕业实习都可以到校企合作企业去，同时校企合作企业参与本专业的培养计划制定、课程体系构建，且可以派企业人员入校给学生上课、进行期末实训等，以做到产教融合。

（五）教学方法

根据专业培养目标，结合企业实际，鼓励教师创新教学组织形式、教学手段和教学策略，灵活运用案例教学、项目教学、模块化教学、体验式教学、任务驱动等教学方法，充分利用教学资源，实现学中做、做中学，达成素质、知识和能力目标。教师可结合实际情况选择合适的教学方法。

1.案例教学法：通过教师出示具体案例来组织教学，挖掘学生的创造潜能和创新意识，培养学生主动积极地学习兴趣和能力的。案例教学有助于“活化”教材，改革传统概念教学；能有效地解决理论知识和实际相结合的问题，提高学生分析问题和解决问题的能力；能够增强学生学习的主动性、积极性和学习兴趣；能有效地促进教学相长和师生互动。

2.体验式教学法：使学生亲身介入实践活动或一定的情境，通过认知、体验和感悟，在实践或亲历过程中获得新的知识、技能、态度的方法。常见的体验式教学方法有“情景模拟”“角色扮演”“仿真模拟”等等。

3.实践探究法：强调学生通过实践，增强探究和创新的意识，学习科学研究的方法，发展综合运用知识的能力。作为一种教学方法，实践与探究以活动为载体，以学生的经验和日常生活为背景，在活动和探究中，演绎教材内容，补充和

生成超越教材知识的内容。这种方法强调培养学生的创新精神、实践能力和探究能力。

4.任务驱动法：教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识内容进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

5.探究式教学法：是指学生在学习概念和原理时，教师只是给他们一些事例和问题，让学生自己通过阅读、观察、实验、思考、讨论、听讲等途径去主动探究，自行发现并掌握相应的原理和结论的一种方法。它的指导思想是在教师的指导下，以学生为主体，让学生自觉地、主动地探索，掌握认识 and 解决问题的方法和步骤，研究客观事物的属性，发现事物发展的起因和事物内部的联系，从中找出规律，形成概念，建立自己的认知模型和学习方法架构。

6.情境教学法：是指教师有目的的引入或创设具有一定趣味，以形象为主体的生动、具体的情境使学生产生较好的态度体验，从而帮助学生理解教材，并使学生心理技能得到发展的一种教学方法。若创设的教学情境科学、适度、恰当，则在课堂上能起到激发学生求知欲和好奇心，增强学生乐于参与、关注活动的兴趣，引导学生沉浸在探索、思维和发现的身临其境的境界，挖掘学生的内在潜力，开发学生的智力、能力和想象力，培养学生的创造意识和自主探究、合作探究的能力。

（六）学习评价

课程教学做到“教、学、做、评”相结合，学生成绩的考核与评定由过程性考核与终结性考核组成。加强对学生课前、课中、课后学习全程的学习管理和学习习惯的养成教育，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，特别注意学习过程的考核与评价，评价结果可记载可追溯。学生作品包括但不限于课程总结报告、策划方案、案例分析等，考核方式包括但不限于试卷考核、作品考核、项目考核等。学习评价要由教师、学生、仿真模拟软件等多元主体参与。

1. 校内必修课程的考核：采取形成性考核方式进行课程考核与评价，其中学习过程考核占 20%、考查课过程性考核占 30%，考试课过程性考核占 20%、期末考试占 50%。考核要体现学生在课前、课中、课后三个环节的学习情况，包括在

线平台学习与测试、课堂参与、作品（成果）、技能操作、课后作业等。

2. 实训课程的考核：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%、实训任务完成情况占 60%、实训总结报告占 20%。课程的评价由教师评价、学生互评和系统自动生成等多元主体参与。

3. 岗位实习的考核：学生需提交岗位实习周记、岗位实习总结报告、岗位实习企业鉴定等相关资料。以学生能力与素质的提高以及在工作岗位的业绩作为岗位实习的最终评价标准。采取双轨评价模式，由学校专任教师和企业指导老师进行评估，其中，学校专任教师评价占 50%企业指导老师评价占 50%。

4. 课证融通课程的考核：引入市场营销（企业）标准，结合职业资格等标准，采用数字营销、电子商务数据分析技能等级证书等与课程融通的评价模式，学生在开课学期通过对应证书考核即可替代形成性考核中的综合测试部分，以证代考。

（七）质量管理

1. 学校和系部应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和系部应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 建立完善的毕业生反馈制度，继续加强毕业生的跟踪，及时了解企业的反馈。开展毕业生质量跟踪调查的内容包括：毕业生在工作单位的思想品德表现和敬业精神；毕业生的工作态度、工作能力和创新能力；各专业教学计划与课程设置的适应性；毕业生对学校教学与管理工作的意见和建议；用人单位对学校办学的意见和建议；先进典型事例与材料；对社会的贡献等内容。

九、毕业要求

在规定修业年限内，本专业学生必须至少满足以下基本条件方可毕业：

1. 修满 140.5 学分（其中：公共基础课程 49.5 学分，专业课程 91 学分）；
2. 修得学生工作部（团委）组织实施的第二课堂学分 ≥ 18 分；
3. 达到专业培养目标和培养规格要求；
4. 大学生体质健康测试合格，由公共基础部体育教研室（部）认定；
5. 毕业设计、岗位实习均达到及格及以上；
6. 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求；
7. 获得与本专业相关的职业资格证书或等级证书，可置换认定对应课程学分。

表 9 市场营销专业相关职业资格（等级）证书置换课程学分认定表

序号	证书名称	可置换课程	认定学分
1	全国计算机等级考试（一级）合格证书	信息技术	3
2	CET-4 证书	大学英语	8
3	互联网营销师	网店运营与推广	2
4	电子商务师	新媒体营销	2

十、附录

附件 1：课程描述与要求

附件 2：专业人才培养方案评审意见表

附件 1：课程描述与要求

（一）公共基础课程

1. 思政课程

表 10 思政课程教学要求

课程名称	思想道德与法治			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：提高学生的辩证思维素养，培育学生团队合作精神，养成严谨的工作作风、爱岗敬业的工作态度，确立自觉遵守职业道德和行业规范意识。</p> <p>2. 知识目标：掌握理想信念、中国精神、中华传统美德、社会主义核心价值观等概念及其内涵，理解社会主义道德和法治的基本要求。</p> <p>3. 能力目标：能够运用道德和法律规范，正确调整自己的行为；能够运用所学理论知识解决实际生活中的问题。</p> <p>（二）主要内容</p> <p>1. 理论知识：讲授马克思主义的人生观价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。</p> <p>2. 实践内容：根据教学内容开展社会调查、志愿服务、职业道德等专题研修。</p> <p>（三）教学要求</p> <p>1. 教学方法：采用典型案例分析、课堂讨论和情境演练等方法，对学生进行正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育，引导学生树立高尚的理想情操，养成良好的道德品质和健全的人格，提高学生分析问题和解决问题的能力。</p> <p>2. 教学模式：通过“课堂讲授”+“情境演练”等方式教学，提升学生理论联系实际的能力。</p> <p>3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。</p> <p>4. 教学场地：多媒体教室。</p>					

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		开课学期	2	
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：热爱祖国，拥护中国共产党的领导，坚持四项基本原则，与党中央保持一致。

2. 知识目标：了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、历史地位和意义，能系统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。

3. 能力目标：能懂得马克思主义基本原理必须同中国具体实际相结合，同中华优秀传统文化相结合才能发挥它的指导作用；能自觉运用马克思主义的立场、观点、方法分析问题和解决问题。

（二）主要内容

毛泽东思想的主要内容及其历史地位；邓小平理论的主要内容、形成及历史地位；“三个代表”重要思想及科学发展观的形成、主要内容及历史地位。

（三）教学要求

1. 教学方法：通过案例教学，组织学生进行案例分析，更好地把握中国共产党领导中国革命、建设和改革的历史进程。

2. 教学模式：以学生为本，注重知识的理解和拓展，做到教学相长；通过理论讲授，从整体上把握马克思主义中国化时代化第一次、第二次飞跃产生的理论成果的科学内涵、理论体系和主要内容；融入党的二十大精神，通过阅读经典著作，引导学生读原文、学经典、悟原理。

3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：树立正确的政治立场，增强责任意识，提高当代大学生的使命感和责任感，厚植爱国主义情怀，争做有理想、敢担当、肯吃苦、能奋斗的时代新人。</p> <p>2. 知识目标：掌握以中国式现代化全面推进建成社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗目标和战略安排，建构关于习近平新时代中国特色社会主义思想的知识体系和理论素养。</p> <p>3. 能力目标：培养学生的战略思维、创新思维、辩证思维、法治思维、底线思维、历史思维等能力，能够使用正确的思想政治术语表达思想政治观点；能够初步分析我国经济、政治和社会发展现状和社会现实问题，具有明辨是非的判断能力。</p> <p>（二）主要内容</p> <p>全面介绍与阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、科学内涵、历史地位和实践要求，牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场观点方法，引导学生提高学习理论的自觉性，增强责任感、使命感，将个人追求融入国家富强、民族振兴、人民幸福的伟大梦想之中。</p> <p>（三）教学要求</p> <p>1. 教学方法：通过开展专题教学，案例教学、小组探究等方法，使学生更好地把握新时代中国国情和世界形势。</p> <p>2. 教学模式：以系统学习和理论阐释的方式，运用理论与实践、历史与现实相结合的方法，引导学生全面深入地理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义，增进对其科学性系统性的把握，提高学习和运用的自觉性。</p> <p>3. 教学资源：选用马克思主义理论研究和建设工程组织编写的马工程教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。</p> <p>4. 教学场地：多媒体教室。</p> <p>5. 考核标准：采取过程性考核与终结考核相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+ 期末成绩 50%。</p>					
课程名称	形势与政策			开课学期	1-4

参考学时	32	学分	1	考核方式	考查
------	----	----	---	------	----

（一）学生学习目标

1. 素质目标:引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想,全面拓展能力,提高综合素质,塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。

2. 知识目标:掌握党的创新理论和政策方针,能举例说明中国特色社会主义制度的优越性。

3. 能力目标:能用马克思主义观点和方法分析时事热点,抓住问题本质;培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力,以及对职业角色和社会角色的把握能力,提高学生的理性思维能力和社会适应能力。

（二）主要内容

人代会、党代会专题;党的建设专题;经济社会专题;国际形势及热点专题。

（三）教学要求

1. 教学方法:理论讲授法、案例教学法、视频学习法、体验式教学法。

2. 教学模式:精选相关视频介绍当前的形势,小组进行专题探讨,布置相关专题形势与政策资料收集,使学生真切感受过去五年的工作和新时代十年的伟大变革,新时代新征程中国共产党的使命任务,深刻认识到党的二十大和党的二十届三中全会精神的内涵要义等。

3. 教学资源:利用多媒体课件、电子期刊、国内主流时事新闻网站、网络教学平台等教学资源开展信息化教学,不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地:多媒体教室。

5. 考核标准:采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式,总评成绩=平时成绩 50% (其中平时作业成绩占 15%,出勤占 25%,课堂表现占 10%)+期末成绩 50%。

课程名称	中华优秀传统文化			开课学期	3
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标:开阔学生视野,提高文化素养;培养学生吸取中国传统文化精髓,学会处理人与人、人与社会之间的关系;提升高职大学生人文素养,增加爱国主义感情、社会主义道德品质,形成良好的个性、健全的人格,促进其幸福人生的发展。

2. 知识目标:掌握中华优秀传统文化的基本精神,领会中国传统哲学、礼制、艺术、科技、中医等方面文化精髓;了解中国传统思想境界、思想流派和表现形式;了

解中国古代科学、技术、艺术、中医药文化成果；了解中国传统节庆、民俗等文化特点及习俗。

3. 能力目标：能够借鉴中华优秀传统文化的科学思维方式，并运用到日常学习和生活实践；能够吸收中华优秀传统文化的智慧精髓，能感悟传统文化的精神内涵和实践魅力。

（二）主要内容

通过对中国传统文化的思想、哲学、传统艺术、传统典章制度、传统节庆与民俗、传统科技、中医文化等内容学习，引导学生了解、掌握中华优秀传统文化基本内涵和精神实质。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、视频教学法、案例教学法、课堂讨论法。

2. 教学模式：通过课堂讨论、视频播放等形式让学生理论联系实际，学习了解中华优秀传统文化的基本精神的文化成果。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	国家安全教育			开课学期	4
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：增强爱国、爱校、爱集体意识和热情；树立乐观向上、自信坚强、勇于面对挫折和挑战的态度；树立正确的国家安全观。

2. 知识目标：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，理解新时代我国国家安全面临的复杂形势；了解新时代国家安全是以人民安全为核心理念，理解人民安全在国家安全中的地位；掌握新时代政治安全、经济安全、军事、科技、文化、社会安全等相关理念。

3. 能力目标：能够运用总体国家安全观指导实际学习、工作与生活，学会以安全为前提下的国家安全防护及自我保护、沟通及解决问题的能力。

（二）主要内容

主要根据国家安全形势和教育部关于高校国家安全教育要点，结合高职院校学生思想实际，使高职院校学生牢固树立国家安全意识，培养学生爱国精神，使其矢志不渝听党话、跟党走，不断成为建设社会主义现代化强国的可靠接班人。

（三）教学要求

1. 教学方法：采取讲授法、案例教学法、课堂讨论法、引导教学法、角色扮演法、情境教学法、任务驱动法等。从我国的国内国际安全形势出发，对学生进行总体国家安全观的教育，牢固树立学生的时代使命和国家安全意识，提高学生的政治理论水平，培养学生积极维护和塑造国家安全。

2. 教学模式：为体现“教学做合一”的教学理念，采用形式丰富多样的教学方法，让学生掌握总体国家安全观的基本内涵，了解国家安全教育的重要性。

3. 教学资源：利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

2. 通识课程

表 11 通识课程教学要求

课程名称	大学生心理健康教育			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
（一）学生学习目标					
1. 素质目标：提高全体学生的心理素质，充分开发自身潜能，培养学生乐观、向上的心理品质，不断提高自身的身心素质，促进学生人格的健全发展。					
2. 知识目标：了解大学生心理健康教育的基本理论和基本知识，理解维护心理健康的重要意义，掌握普通心理学、健康心理学、积极心理学以及心理健康自我维护的原理和知识。					
3. 能力目标：能够运用所学习的心理健康的知识、方法和技能，深入分析大学生中常见的心理问题，并提出有意义的解决思路；运用所掌握的心理健康教育原理，分析自己心理素质方面存在的优劣势，并提出建设性的解决方案。					

(二) 主要内容

理论部分主要包括关注心理健康、完善自我意识和优化个性品质、学会情绪管理、调节学习心理、应对挫折与压力、解读恋爱心理、和谐人际关系、生命教育与心理危机干预等内容。实践部分结合学生实际，开展团体心理辅导、心理剧表演、心理健康普查、主题心理班会、心理咨询体验等活动。

(三) 教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法。
2. 教学模式：以影响学生心理健康的各个因素为任务开展研讨活动。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩(50%)+期末成绩(50%)。

课程名称	军事理论			开课学期	1
参考学时	36	学分	2	考核方式	考查

(一) 学生学习目标

1. 素质目标：培养严明的组织纪律观念；培养敬业乐业、精益求精的工作作风；培养学生交流、沟通能力；培养团队协作意识。
2. 知识目标：了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的观念；了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识；了解高科技，明确高技术对现代战争的影响。
3. 能力目标：具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。

(二) 主要内容

中国国防；国家安全；军事思想；现代战争；信息化装备。

(三) 教学要求

1. 教学方法：综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展教学。
2. 教学模式：采用线上线下相结合方式教学。线上利用学习平台提供课程资料、拓展视频，方便学生预习复习；线下课堂开展互动教学，组织学生进行案例分析、讨论汇报等活动，及时答疑解惑，提升学习效果。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、线上优质课程、军事类网站资讯、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 60%（其中平时作业成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 40%。

课程名称	军事技能			开课学期	1
参考学时	112	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：提高学生思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质，增强组织纪律观念，培养令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。

2. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准；

3. 能力目标：掌握内务制度与生活制度，列队动作基本要领。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。

（二）主要内容

军事训练

（三）教学要求

1. 教学方法：示范教学法由教官进行标准动作示范，让学生直观学习；分解练习法将复杂队列动作分解为多个环节，逐步指导学生掌握；模拟训练法设置模拟实战场景、应急事件场景，提升学生应对能力；竞赛激励法组织队列比赛、内务评比等活动，激发学生训练积极性。

2. 教学模式：实施集中训练与分散巩固相结合的教学模式。

3. 教学资源：训练装备配备符合标准的训练枪械（模拟枪）、军体器材；防护用具准备齐全的头盔、护膝等，保障训练安全。

4. 教学场地：训练场。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 30%（其中平时训练占 20%，出勤占 10%）+技能考核成绩 50%+理论考核成绩 20%。

课程名称	劳动教育			开课学期	1
参考学时	16	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：树立崇尚劳动的价值观；养成踏实肯干、忠于职守、敬业奉献、精益求精的劳动精神、工匠精神和爱岗敬业、争创一流、艰苦奋斗、勇于创新、淡泊名利、甘于奉献的劳模精神。

2. 知识目标：了解马克思主义劳动思想；了解劳动精神、工匠精神、劳模精神的定义和内涵。

3. 能力目标：能使用专业技能进行劳动实践；能设计策划劳动实践的内容与过程；能使用信息化手段对劳动实践的成果进行总结归纳与评价。

（二）主要内容

劳动理论、劳动精神、劳动素养。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲解、多媒体演示、小组讨论、课堂互动、知识链接等多种方法，努力为学生创设更多知识应用的机会。

2. 教学模式：课堂教学、专题讲座等理论教学模式。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用课程学习网站为学生提供集图、文、声、像于一体的自主学习网络平台。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%+期末成绩 60%。

课程名称	体育			开课学期	1-4
参考学时	112	学分	7	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：学会通过体育活动等方法来提高体魄和调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质；建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和思想道德。

2. 知识目标：掌握运动人体科学基础理论，理解体质健康评价标准与方法论精通 2-3 项专项运动技术体系，具备运动损伤防护与康复知识。

3. 能力目标：掌握 1-2 项基本技能和保健方法，具备多项体育项目的赏析能力。

（二）主要内容

1. 高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核；

2. 体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等；

3. 学生体质健康标准测评。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用个性化指导、启发式提问、多媒体演示、讲授法、示范法、分解法、实践操作法等。

2. 教学模式：分层分类教学；课内外一体化。

3. 教学资源：提供篮球、羽毛球等专项技能教学视频库，以及运动损伤处理、营养科学等理论课程数字化资源。

4. 教学场地：学校多媒体教室、室内外运动场、操场等。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	大学英语			开课学期	1-2
参考学时	128	学分	8	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养坚持中国立场，具有国际视野的人才；培养沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心的优良品质；锤炼尊重事实、谨慎判断、公正评价、善于探究的思维品格。

2. 知识目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识体系；掌握不同语境适用的策略，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；了解英语学习策略理论，掌握资源选择、过程监控和学习效果评价的相关知识。

3. 能力目标：具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能；能够辨析语言和文化中的具体现象；能运用恰当的英语学习策略，制定学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。

（二）主要内容

1. 掌握词汇、语法、语篇和语用等职场涉外沟通和应用的语言知识。

2. 理解和掌握涵盖哲学、经济、科技、教育、历史、文学、艺术、社会习俗、地理概况，以及中外职场文化和企业文化等文化知识，比较文化异同，汲取文化精华，加深对中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的认同。

3. 运用英语进行有效听、说、读、写、看、译，对话、讨论、辩论、谈判等互动。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目导向法、以学生为中心的启发式教学法、形象讲授法、分组讨论法、情境交际法、任务驱动法、视听教学法等激发学习兴趣，提升学习效果。

2. 教学模式：分层次教学；课堂讲授；视听说课：强化语言的实际应用能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通、音标软件、教材配套 APP 等开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	大学语文			开课学期	1
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：树立正确的人生观和价值观，完成学生文化人格的塑造；学会自学的方法，树立终身学习的理念。
2. 知识目标：掌握汉语言文字表达方法，树立语言规范意识；掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法；掌握职业书面表达的基本知识。
3. 能力目标：具备对人类美好情感的感受能力以及对美文的阅读欣赏能力；具有作品的阅读欣赏能力和基础应用写作能力。

（二）主要内容

1. 古今中外优秀文学作品赏析；
2. 口语表达、朗诵等基本知识及表达；
3. 通知、计划、总结、消息等基础应用写作知识及训练。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。
2. 教学模式：结合校园文化和职业岗位需求，实行讲授结合训练的教学模式，指导学生学习和运用语文知识与技能，同时也指导学生积极参与经典诵读、演讲、写作、书法等各类语言文字应用实践。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业和测验成绩占 30%，出勤占 5%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	信息技术			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>(一) 学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：培养学生形成规范的操作习惯、养成良好的职业行为习惯；培养学生拥有团队意识和职业精神，善于独立思考和主动探究，为学生职业能力的持续发展奠定基础。</p> <p>2. 知识目标：掌握 WPS 各项知识；掌握信息、信息技术、信息社会、信息素养、职业文化、信息安全等相关基础知识；理解机器人流程自动化基本概念；掌握主程序设计语言 Python 的基本语法、流程控制、数据类型、函数、模块、文件操作、异常处理等；掌握大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟现实、区块链的概念、发展历程及特点，了解相关技术及平台。</p> <p>3. 能力目标：培养学生沟通交流、自我学习的能力；培养学生搜集信息、整理信息、发现问题、分析问题和解决问题的能力；提高学生实践动手能力、观察与创新思维能力、解决问题能力及书面与口头表达能力。</p> <p>(二) 主要内容</p> <p>各种文档处理、信息检索、大数据、人工智能、现代通信技术等内容。</p> <p>(三) 教学要求</p> <p>1. 教学方法：采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动法、实训作业法、自主学习法等。</p> <p>2. 教学模式：线上线下相结合的教学模式。</p> <p>3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；采用全国计算机等级考试模拟系统，为学生提供模拟环境和考试题库。</p> <p>4. 教学场地：多媒体教室、计算机机房。</p> <p>5. 考核标准：采取过程性评价（50%）与终结性评价（50%）结合的考核方式，总评成绩=平时成绩(50%)+期末成绩(50%)。</p>					
课程名称	创新创业教育基础			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
<p>(一) 学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：培养“敢闯会创”精神与抗压能力，强化团队协作，树立职业道德与可持续发展理念。</p>					

2. 知识目标：掌握创新思维方法论；理解创业核心要素：市场需求分析、商业模式画布、最小可行性产品设计；熟悉创业政策法规、知识产权保护及企业社会责任内涵。

3. 能力目标：具有用逆向思维解决复杂问题，提出可行方案的创新能力；能够独立完成商业计划书撰写与路演，借助模拟运营掌握财务、协作与风控技巧；具有对接创业扶持政策与社会资源的整合能力。

（二）主要内容

讲解创业概念、类型、创业者特质并分析政策环境，筑牢理论根基；通过案例实操模拟创业流程，锻炼团队协作等实操能力，助力学员系统掌握创业核心能力，降低试错风险。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。

2. 教学模式：线上与线下相结合教学，以适应不同学生的学习需求。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	职业发展与就业指导			开课学期	1、3
参考学时	24	学分	1.5	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：具有爱党、爱国的情感；具有较强的责任感、崇尚科学精神；具有勇于奋斗、乐观向上的精神。

2. 知识目标：了解职业的基本内容，掌握分析职业环境的基本方法；了解专业技术领域现状及发展趋势。

3. 能力目标：具备自信、积极、乐观的人生态度，能够积极展现自我，勇于挑战；掌握一定的面试技巧，能够应对各种面试问题及突发情况。

（二）主要内容

就业保护力建设模块解析劳动合同、五险一金等法规政策；教授简历撰写、面试模拟等实操技巧；校企合作岗位实践、沙盘推演等。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。
2. 教学模式：线上与线下相结合教学，以适应不同学生的学习需求。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%，回答问题占 10%）+期末成绩 50%。

课程名称	公共艺术			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：提升学生的审美能力和艺术修养，培养对公共艺术特别是手工艺术的浓厚兴趣和爱好；通过动手实践，激发学生的创造力和想象力，增强团队协作能力；加深学生对传统与现代手工艺的理解，弘扬中华优秀传统文化。
2. 知识目标：掌握公共艺术的基本概念、发展历程及手工艺的基本技能和技法；了解不同手工材料的性能和特点，熟悉各类手工艺艺术作品的创作流程和方法；理解手工艺与人们生活、文化、社会之间的联系和影响。
3. 能力目标：能够独立完成手工艺品的设计和制作，具备较强的动手能力和实践能力；能够运用所学知识和技能，对手工作品进行欣赏、分析和评价；能够积极参与团队合作，共同完成复杂的手工艺项目，具备良好的沟通协调能力。

（二）主要内容

学习剪纸、折纸艺术等的基本概念与分类、材料的选择与应用、设计原理与美学原理等；动手制作各类手工作品（如剪纸、折纸、超轻黏土等）、团队协作手工项目设计与实施、手工作品展示与交流。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、示范法、实践操作法、分组讨论法等。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用超星学习通等数字化资源在线学习平台开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：学校美术实训室或多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业成绩占 30%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 50%。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 12 专业基础课程教学要求

课程名称	管理学基础			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质（价值）目标</p> <p>（1）塑造正确的世界观、人生观、价值观，通过学习，掌握事物发展规律，通晓天下道理，丰富学识，增长见识，塑造品格，努力成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</p> <p>（2）培养学生实事求是的学风和创新意识、创新精神和职业道德素养。</p> <p>（3）培养学生主动维护商业伦理，主动承担企业社会责任。</p> <p>（4）培养学生持续创新、勇于挑战的企业家精神</p> <p>2. 知识目标：</p> <p>（1）掌握管理的定义、本质、职能（计划、组织、领导、控制、创新）及管理者的角色与技能。</p> <p>（2）理解管理学理论的历史演变（古典理论、行为科学、现代管理流派）及其时代背景。</p> <p>（3）了解决策类型、过程及影响因素，掌握 PEST、SWOT、决策树等分析工具。</p> <p>（4）掌握组织设计原则、结构类型（如机械式与有机式）、组织文化与变革。</p> <p>（5）熟悉领导理论（特质理论、权变理论）、激励理论（需求层次、双因素理论）及沟通模型。</p> <p>（6）理解控制类型、过程及风险管理方法（如危机预警流程）。</p> <p>（7）掌握创新类型、组织变革路径及学习型组织特征。</p> <p>（8）了解互联网时代的管理挑战及大数据、信息技术在管理中的应用。</p> <p>3. 能力目标：</p> <p>（1）能够运用 PEST、SWOT 等工具分析企业内外部环境，并制定科学决策方案。</p>					

- (2) 通过案例模拟，掌握不确定情境下的决策方法
- (3) 能够设计合理的组织结构，并解决组织整合中的矛盾
- (4) 在小组项目中实践团队分工、冲突管理与有效沟通技巧。
- (5) 识别管理实践中的问题（如激励失效、沟通障碍），提出针对性改进措施。
- (6) 运用 PDCA 循环、甘特图等工具优化计划与控制流程。
- (7) 结合互联网技术提出管理创新建议（如数字化转型）。
- (8) 分析组织变革阻力，设计变革推动策略（如勒温变革模型）

（二）主要内容

1. 管理的内涵与本质
2. 管理理论的历史演变
3. 决策与决策过程
4. 环境分析与理性决策
5. 决策的实施与调整
6. 组织设计
7. 人员配备
8. 组织文化
9. 领导的一般理论
10. 激励
11. 沟通
12. 控制的类型与过程
13. 控制的方法与技术
14. 风险控制与危机管理
15. 创新原理
16. 组织创新

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目式教学、课堂讲授与案例相结合的教学方法进行课程的教学
2. 教学模式：采用“理论讲授+案例分析+实践体验+互动研讨”的混合教学模式，结合线上线下资源，通过企业案例，项目式学习，培养学生分析决策、团队协作及创新能力，强化管理伦理与系统思维。
3. 教学资源：选用高教出版社的马克思主义理论研究和建设工程重点教材《管理

学》，利用多媒体课件、电子书籍、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	市场营销基础			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生热爱市场营销专业，吃苦耐劳的精神和强烈的法律意识；具有竞争意识和分析判断能力；具备良好的市场营销职业道德素质和身心素质；具备与人合作共事和团队精神。

2. 知识目标：掌握市场营销的概念以及市场营销观念的发展，能正确分析市场营销环境和消费者购买行为，掌握目标市场营销战略、市场竞争战略和 4P 策略等知识。

3. 能力目标：能正确分析市场营销环境，进行市场细分、选择目标市场、市场定位、制定市场竞争战略和 4P 策略。

（二）主要内容

1. 市场营销概述；
2. 市场营销环境；
3. 市场营销调研；
4. 目标市场营销；
5. 产品策略；
6. 企业形象与品牌战略；
7. 分销策略；
8. 价格策略；
9. 促销策略；
10. 产品竞争战略。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、引导教学法、任务驱动法、情境教学法等。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式和体验式教学模式，提高学生的学习兴趣 and 参与度，增强其实践技能
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课

件、网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	经济学基础			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

- （1）培养对身边经济现象和经济政策的敏锐感。
- （2）树立经济意识、市场意识、成本意识和竞争意识。
- （3）通过完成项目作业和小组作业增强团队协作素质和精神。
- （4）通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高经济自我学习和分析素质。
- （5）理论联系实际，指导自己的理性消费和高效资源分配的能力；
- （6）具有强烈的资源稀缺意识，养成节约资源、保护环境的高度自觉行为，培养学生树立正确的人生价值观；
- （7）培养和提升创造性、建设性解决问题的素养，培养学生的社会责任感和历史使命感；

2. 知识目标：

- （1）掌握西方经济学的研究对象、研究内容、研究方法和发展历程；
- （2）掌握需求和供给以及市场价格作用原理；
- （3）掌握基数效用理论和序数效用理论的基本内容；
- （4）掌握生产要素合理投入的分析方法；
- （5）掌握成本和收益理论及其分析方法；
- （6）掌握四种市场结构类型中产量和价格的确定；
- （7）掌握市场失灵原因和各种微观经济政策。

3. 能力目标：

- （1）能运用需求、供给分析方法对简单的经济现象进行分析；
- （2）能运用基数效用理论和序数效用理论对消费者行为进行简单分析；
- （3）能对生产要素的合理投入进行分析；
- （4）能运用成本与收益理论对企业的长期和短期成本进行分析；
- （5）能运用市场理论对四种市场结构类型中产量和价格的确定进行分析；

(6) 能运用各种微观经济政策、市场因素和政府作用解决市场失灵问题进行分析。

(二) 主要内容

1. 导论
2. 需求、供给和均衡价格
3. 消费者选择
4. 企业的生产和成本
5. 完全竞争市场
6. 不完全竞争市场
7. 生产要素市场和收入分配
8. 一般均衡与效率
9. 市场失灵和微观经济政策

(三) 教学要求

1. 教学方法：用启发式、讨论式、案例分析等教学方法，充分利用多媒体等现代化教学手段，整体优化教学过程和教学内容，调动学生学习的积极性。

2. 教学模式：采用多元化的教学方法，注重理论联系实际，培养学生的经济思维和分析能力。

3. 教学资源：选用高教出版社的马克思主义理论研究和建设工程重点教材《西方经济学》第二版上册；利用多媒体课件、电子书籍、电子期刊、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	大数据财务管理基础			开课学期	3
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

(一) 学生学习目标

1. 素质目标

- (1) 数据思维与商业敏感度：培养通过数据洞察市场趋势和财务风险的意识。
- (2) 诚信合规意识：理解大数据应用中的财务伦理与数据安全规范。
- (3) 团队协作能力：在跨部门数据项目中高效沟通。
- (4) 创新与问题解决精神：探索数据驱动的财务优化方案。

2. 知识目标

(1) 掌握财务管理核心概念（如 ROI、现金流分析、成本结构）。理解大数据技术原理（如数据清洗、可视化、预测建模）。

(2) 熟悉 Excel 高级财务函数、Power BI 可视化工具。了解 Python/R 在财务分析中的基础应用（如 Pandas 库处理财务报表）。

3. 能力目标

(1) 从销售数据中提取财务关键指标（如毛利率、库存周转率）。使用工具生成可视化仪表盘（如 Power BI 监控营销费用占比）。

(2) 基于数据优化营销预算分配（如识别高 ROI 渠道）。评估促销活动的财务可行性（如折扣率与利润平衡）。

(3) 识别数据异常（如应收账款逾期预警）。结合市场趋势预测现金流风险（如季节性需求波动）。

(二) 主要内容

1、财务大数据认知

2、数据采集

3、数据预处理

4、数据可视化

5、投资者角度财报分析

6、经营者角度财报分析

7、资金分析与预测，销售分析及预测，费用分析及预测

(三) 教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、任务驱动法、案例教学法、启发式教学法等。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：具有互联网网络的实训室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	商业经济基础			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

(一) 学生学习目标

1. 素质目标

培养商业思维与经济敏感性，能够主动关注市场动态和经济趋势；强化诚信意识与社会责任，理解商业活动中的伦理与可持续发展原则；提升团队协作与沟通能力，学会在商业环境中有效表达与协商；激发创新与风险意识，能够提出差异化商业策略并评估潜在风险。

2. 知识目标

掌握经济学基础理论（如供需关系、市场结构、宏观政策等）。理解商业运作核心环节（生产、流通、消费、投资）及其经济逻辑。熟悉企业经济行为分析工具。了解全球化与数字经济对商业的影响。

3. 能力目标

分析能力：运用经济学原理解读市场现象（如价格波动、行业竞争）。**决策能力：**基于数据评估商业机会与风险（如投资回报率测算）。**实践能力：**通过模拟经营或案例分析设计商业解决方案（如定价策略、市场拓展）。

（二）主要内容

1. 商业的分工与发展
2. 商业的社会经济功能
3. 商业主体的基础要素
4. 商业主体的结构形式
5. 商业客体的运动过程
6. 商业的市场环境
7. 商业的社会文化环境
8. 商业的经济效益
9. 商业的微观运行
10. 商业的宏观调控

（三）教学要求

1. **教学方法：**采用讲授法、案例探究法、情境模拟法等。
2. **教学模式：**理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展
3. **教学资源：**优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. **教学场地：**多媒体教室。
5. **考核标准：**采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时

成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。					
课程名称	统计基础			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标</p> <p>（1）遵守数据隐私规范，理解统计结果的伦理与社会影响。</p> <p>（2）在分析中保持客观性，避免主观偏差（如选择性报告数据）。</p> <p>（3）在小组项目中分工合作，共同完成数据收集与分析任务。</p> <p>（4）关注统计学前沿（如大数据分析），持续更新知识体系。</p> <p>2. 知识目标</p> <p>（1）掌握统计学的定义、研究对象和研究方法。</p> <p>（2）学习如何收集、整理和描述数据，包括制作图表和计算描述性统计量。</p> <p>（3）理解随机事件、概率的计算、概率分布等</p> <p>（4）掌握抽样分布、参数估计和假设检验。</p> <p>（5）学习如何使用回归模型来分析变量之间的关系。</p> <p>（3）了解时间序列数据的特点和分析方法。</p> <p>3. 能力目标</p> <p>（1）能够清洗、整理数据，并选择合适的统计方法进行分析。</p> <p>（2）分析决策能力：通过假设检验、回归模型等工具解决实际问题（如市场调研、绩效评估）。</p> <p>（3）熟练使用统计软件（如 Excel 公式、SPSS 操作）完成计算与可视化。</p> <p>（4）能评估统计结论的可靠性，识别数据误导或误用（如相关≠因果）</p> <p>（二）主要内容</p> <p>1. 统计学及其基本概念</p> <p>2. 统计数据的收集、整理与图示</p> <p>3. 统计数据的描述统计量</p> <p>4. 统计指数</p> <p>5. 概率论的基础知识</p> <p>6. 二项分布与泊松分布</p> <p>7. 连续型随机变量及其概率密度函数</p> <p>8. 置信区间</p>					

9. 假设检验
10. 一元线性相关与回归
11. 时间序列

(三) 教学要求

1. 教学方法：采用案例探究法、课堂讲授法和实验操作法等。
2. 教学模式：采用“理论讲解→案例演示→实验操作→项目应用”的循环教学流程，以真实数据集贯穿整个教学过程，从描述统计到推断统计，学生使用同一数据集完成渐进式分析，培养完整的数据处理思维。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室和机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	中华商业文化			开课学期	1
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

(一) 学生学习目标

1. 素质目标：培养学习者对传统商业文化的理解和热爱，对职业行为和职业态度的认知和认同，提升文化品位和审美情操，提高职业素养与文化修养，达到律己与敬人、知识与商务素养的和谐统一。希望帮助每一位学习者内修素养，外塑形象，不仅知道还要做到，成为中华商业文化的传承者与践行者。
2. 知识目标：掌握中国商业文化的历史脉络和基本特征，理解其在中国社会发展中的重要地位和作用。学习和领悟中华商业文化中的诚信、创新、协作等社会主义核心价值观，培养自身的职业素养和道德情操。了解中国商业文化的传统习俗和礼仪规范，提高在商务交往中的礼仪素养和跨文化沟通能力。
3. 能力目标：通过案例分析和实践操作，学会将中华商业文化的优秀元素应用于现代商业实践中，提升商业竞争力。

(二) 主要内容

《中华商业文化》课程的教学内容涵盖了商业文化的多个方面，包括：

商业文化的历史演变：介绍中国商业文化的起源、发展和演变过程，以及不同历史时期的商业文化特点。商业文化的核心价值观：讲解诚信、创新、协作等中华商业

文化的核心价值观，以及这些价值观在现代商业实践中的应用。商业礼仪与习俗：介绍中国商业交往中的礼仪规范和习俗，包括称呼礼仪、介绍礼仪、名片礼仪、握手礼仪等，以及商务宴请和涉外商务礼仪的注意事项。业伦理与道德：探讨商业活动中的伦理道德问题，引导学生树立正确的商业道德观念，遵守商业伦理规范。商业文化与现代商业实践：通过案例分析和实践操作，让学生了解如何将中华商业文化的优秀元素应用于现代商业实践中，提升商业竞争力。

（三）教学要求

1. 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。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

2. 专业核心课程

表 13 专业核心课程教学要求

课程名称	消费者行为分析			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：</p> <p>（1）培养诚信营销的职业操守，杜绝误导性宣传和消费者欺诈</p> <p>（2）树立消费者隐私保护意识，遵守市场调研伦理规范</p> <p>（3）培养跨文化敏感度，尊重不同文化背景消费者的行为差异</p> <p>（4）养成批判性思维，能够辩证分析营销手段的社会影响</p> <p>（5）培养创新意识，在实训中提出创新性的营销解决方案</p> <p>2. 知识目标：</p> <p>（1）掌握消费者行为的基本概念、特征及其在市场营销中的核心地位</p> <p>（2）理解消费者购买决策的完整过程（问题识别、信息搜索、方案评估、购买决策、购后行为）</p> <p>（3）掌握影响消费者行为的内部心理因素（知觉、学习、态度、动机、个性等）</p>					

及其作用机制

(4) 熟悉影响消费者行为的外部环境因素（文化、社会阶层、参照群体、家庭等）的营销应用

(5) 掌握营销组合（4P）对消费者行为的影响原理及实践方法

(6) 了解组织市场消费者行为的特殊性及其分析方法

3. 能力目标：

(1) 能够运用消费者行为理论分析实际消费现象和市场趋势

(2) 能够通过消费者观察（表情、言行等）判断其心理状态和购买意向

(3) 能够针对不同消费者特征（气质、社会阶层等）制定差异化营销策略

(4) 能够运用马斯洛需求理论设计有效的购买动机激发方案

(5) 能够独立开展消费者行为调查（问卷设计、数据收集与分析）

(6) 能够从消费者心理角度评估产品定价、包装设计和促销活动效果

（二）主要内容

1. 消费者行为与市场营销

2. 消费者的心理活动过程

3. 消费者个性心理与消费者行为

4. 消费者群体心理与消费者行为

5. 商品、价格、广告因素与消费心理

6. 组织市场消费者行为

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、案例分析法、情景模拟等。

2. 教学模式：采用“理论-案例-实训”三位一体的教学模式，在教学过程中“以学生为主体，以教师为主导，以技能训练为主线，以主体教育为宗旨”，以具体的任务为载体。让学生边做边学，将知识应用到实际工作情景中。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用多媒体课件、电子书籍、网络教学平台等教学资源开展线上线下教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	数字营销	开课学期	3
------	------	------	---

参考学时	64	学分	4	考核方式	考试
<p>(一) 学生学习目标</p> <p>1. 素质目标:</p> <p>(1) 正确认识我国数字营销行业的发展情况, 在数字营销认知与学习过程中, 培养民族自豪感与自信心。</p> <p>(2) 培养学生自主探究、积极思考、独立分析和解决问题的能力。</p> <p>(3) 培养诚信经营、公平竞争的职业道德, 在实践中发扬团队合作精神。</p> <p>(4) 培育搜索引擎及推荐引擎广告营销人员敬业、专注的工匠精神。</p> <p>(5) 引导学生养成诚信互动的良好职业道德, 培养取财有道, 顺势而为的商业素养。</p> <p>(6) 遵纪守法、培养数字经济时代, 正确获取和使用数据的合规意识, 保护客户隐私。</p> <p>2. 知识目标:</p> <p>(1) 了解数字营销的概念和岗位职责, 熟悉数字营销的路径和构成要素。</p> <p>(2) 了解 4P、4C、4R 营销理论的演变过程, 熟悉各类数字营销技术。</p> <p>(3) 了解客户数据的类型及重要性, 掌握熟悉数字营销策划的流程。</p> <p>(4) 熟悉数字广告营销渠道分类及特征, 掌握搜索引擎广告营销的原理。</p> <p>(5) 掌握推荐内容优化和推荐引擎广告营销的方法和技巧。</p> <p>(6) 熟悉数字营销效果优化的思路, 掌握数字营销效果评估的指标和分析方法。</p> <p>3. 能力目标:</p> <p>(1) 能够从认知、认同、认购三个方面解读数字营销的路径。</p> <p>(2) 能够使用数字营销原理分析企业营销过程, 阐述主要的数字营销技术在营销活动中的应用。</p> <p>(3) 能够从多个维度进行客户标签的构建, 并完成数字营销的内容定位与传播策划。</p> <p>(4) 能够熟练掌握搜索引擎广告和推荐引擎广告投放的流程。</p> <p>(5) 熟悉数字互动营销的方式和渠道, 掌握客户开发、留存、转化及裂变策略。</p> <p>(6) 能够准确阐述数字营销效果评估指标的含义, 并进行数字营销效果分析。</p> <p>(二) 主要内容</p> <p>1. 了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。</p> <p>2. 认知数字营销岗位。</p>					

3. 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。
4. 掌握数字营销策划的方法和技术技能。
5. 掌握数字广告营销的方法和技术技能。
6. 掌握数字互动营销的方法和技术技能。
7. 掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、任务驱动法、情境教学法、案例教学法等。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 10%，出勤占 5%，课堂表现占 10%，过程性成绩 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	品牌策划与推广			开课学期	2
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

- （1）具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
- （2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
- （3）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识。
- （4）具有信息素养、工匠精神和创新精神。
- （5）有较强的集体意识和团队合作精神。
- （6）具有良好的语言表达和交流沟通能力。
- （7）具有自我管理能力、职业生涯规划的意识 and 终身学习的意识。

2. 知识目标：

- （1）了解品牌的含义、本质和作用。
- （2）掌握品牌定位的方法。
- （3）掌握品牌形象设计的方法。
- （4）掌握产品策划的方法。

(5) 掌握品牌推广的方法。

3. 能力目标:

(1) 能分析品牌的目前形象与现状。

(2) 能进行品牌定位、品牌命名和品牌人格化。

(3) 能进行品牌广告语、品牌故事和品牌广告片脚本创作。

(4) 能对品牌 LOGO、品牌 IP 和品牌终端形象设计提出建议。

(5) 能进行产品架构模式制定。

(6) 能进行产品定位、产品命名、广告语设计和卖点提炼。

(7) 能进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计。

(8) 能进行品牌整合营销传播方案设计。

(二) 主要内容

1. 掌握品牌现状分析的方法和技术技能。

2. 掌握品牌定位的方法和技术技能。

3. 掌握品牌人格化的方法和技术技能。

4. 掌握品牌命名的方法和技术技能。

5. 掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。

6. 掌握品牌故事写作的方法和技术技能。

7. 掌握品牌 Logo 设计的方法和技术技能。

8. 掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。

9. 掌握品牌感官设计的方法和技术技能。

10. 掌握品牌推广的方法和技术技能。

(三) 教学要求

1. 教学方法: 采用课堂讲授法、分组讨论法、项目教学法、案例教学法等。

2. 教学模式: 采用理实一体化教学模式, 以岗位认知和实践操作能力训练为核心, 以构建知识体系和能力训练体系为主线, 将新形态一体化教材、教学参考书、多媒体课件、在线开放课程平台、虚拟仿真平台、网络技术融为一体, 应用多媒体技术、网络技术现代化教学手段, 将课内讲授、课外自主学习相结合。

3. 教学资源: 优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材; 利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学, 不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地: 具备互联网网络的实训室。

5. 考核标准: 采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式, 总评成绩=平时

成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。					
课程名称	销售与管理			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标： 培养学生的诚信、责任感和团队合作精神，以及遵守行业规范和法律法规的意识。提高学生的口头和书面沟通技巧，包括倾听、说服和谈判能力。鼓励学生发展创新思维，以适应不断变化的市场环境。培养学生分析问题和解决问题的能力，以及对市场信息的批判性分析能力。</p> <p>2. 知识目标： 了解市场分析的基本方法，包括市场调研、消费者行为分析和竞争对手分析。掌握不同的销售策略和技巧，以及如何根据市场和客户需求制定销售计划。学习如何建立和维护长期的客户关系，提高客户满意度和忠诚度。了解团队管理的基本原则和方法，包括团队建设、激励和绩效评估。掌握基本的财务管理知识，包括预算编制、成本控制和财务分析。</p> <p>3. 能力目标： 能够执行销售计划，完成销售目标。提供高质量的客户服务，解决客户问题和投诉。能够管理销售项目，从规划到执行再到评估。运用数据分析工具和技术，分析销售数据和市场趋势，为决策提供支持。</p> <p>（二）主要内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握销售计划制订的方法和技术技能。 2. 掌握客户开发的方法和技术技能。 3. 掌握客户拜访的方法和技术技能。 4. 掌握产品方案设计与演示的方法和技术技能。 5. 掌握商务洽谈的方法和技术技能。 6. 掌握项目招投标的方法和技术技能。 7. 掌握销售团队管理的方法和技术技能。 8. 掌握销售渠道管理的方法和技术技能 <p>（三）教学要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学方法：采用课堂讲授法、分组讨论法、实践练习法、案例分析法等。 2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展 					

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	商务数据分析与应用			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

培养尊重数据、实事求是、科学严谨的精神和态度；提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养；具有理论联系实际的高素质与创新能力；增强数据安全意识，避免商务数据泄露；具有良好的职业道德和敬业精神。

2. 知识目标：

初步认识商务数据分析及数据分析师人才素养；掌握商务数据的收集、预处理和分析方法；掌握数据可视化、撰写商务数据分析报告的方法；掌握行业特征分析、市场选品分析、市场竞争数据分析的方法；掌握商品定价分析、商品销售数据分析、商品供应链分析的方法；掌握关键词推广分析、营销活动数据分析、内容营销分析的方法；掌握客户特征分析、客户类型分析、客户忠诚度分析的方法；掌握流量数据分析、销售数据分析、服务数据分析的方法。

3. 能力目标：能够收集商务数据并进行预处理；能够对商务数据进行可视化处理，并能撰写数据分析报告；能够对市场数据进行分析；能够对商品数据进行分析；能够对营销推广数据进行分析；能够对客户数据进行分析；能够对运营数据进行分析。

（二）主要内容

1. 初识商务数据分析；

2. 商务数据的收集与处理；

3. 数据可视化与商务数据分析报告；

4. 市场数据分析；

5. 商品数据分析；

6. 营销推广数据分析；

7. 客户数据分析；

8. 运营数据分析。

(三) 教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、演示操作法、项目教学法、案例分析法等。
2. 教学模式：采用混合式教学模式，运用多媒体教学、实践实训、教学视频、网络资源等立体化教学手段，达到课程教学目标。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	服务营销			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

(一) 学生学习目标

1. 素质目标

培养“以客户为中心”的服务理念，能够站在顾客角度思考问题，服务创新意识：具备发现服务痛点和设计创新服务方案的能力理解不同文化背景下的服务需求差异，在服务流程中与各部门协同配合的意识。

2. 知识目标

了解服务营销的基本概念、原则和策略，以及服务营销的核心要素。掌握服务营销的基本内涵、有关概念、研究对象和研究范畴。区分服务营销与市场营销在内容和营销组合要素上的不同，掌握服务营销组合的基本要素。了解服务消费行为特征，分析服务消费心理，制定服务竞争战略和有效地服务营销组合策略。掌握服务营销学 7P 的具体内容，以及各模块之间的相互关系。

3. 能力目标

运用服务消费行为理论、服务营销理念、服务营销规划技能、服务市场定位理论开展服务营销分析规划。学生能运用服务产品设计、服务定价机制、服务渠道设计、服务流程规划、服务推广计划、服务质量管理等基本服务营销方法与工具能够运用服务营销理论寻找差异化竞争策略，理解服务营销的基本逻辑及应用，通过案例分析，系统了解服务管理的各种要素及其运行的程序与内在联系，结合案例训练，了解数字时代服务营销的全新挑战

(二) 主要内容

1. 了解服务营销的理念。

2. 理解顾客服务期望。
3. 掌握顾客关系建立的策略。
4. 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。
5. 了解服务标准的定义。
6. 掌握服务补救等方法和技术技能

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、演示操作法、项目教学法、案例教学法等。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	智能客户服务实务			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 素质目标：
具有良好的协调和沟通能力，吃苦耐劳、有奉献精神，有团队合作精神，具备“爱国、求知、创业、兴工”的楚怡精神。
2. 知识目标：
掌握客户关系管理的基本原理，掌握客户关系管理的主要工作任务、流程和基本方法，掌握客户服务技巧与策略、客户异议处理方法、常见智能客服应用场景等内容。
3. 能力目标
客户识别与分类能力、开发潜在客户能力、建立客户关系能力、客户信息管理能力、客户关系维护能力、智能客服应用场景设计及开发能力。

（二）主要内容

1. 掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。
2. 掌握客服团队组建的方法和技术技能。
3. 掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能。
4. 掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能。
5. 掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。

6. 掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能。

(三) 教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、实践练习法、视频演示法、案例分析法等。

2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：霖顺实训室机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，课堂表现占 10%）+期末成绩 60%。

课程名称	商务礼仪与沟通			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

(一) 学生学习目标

1. 素质目标：

(1) 具有优雅不失干练的个人气质，对美的感受和欣赏力，乐观、自信、阳光的心态，

(2) 具备良好职业素养、团队精神、创新精神

(3) 具备沟通协调和团队合作能力

2. 知识目标：

(1) 掌握商务礼仪的基本原则

(2) 了解商务活动中的尊位及位次排序原则

(3) 了解我国主要贸易伙伴国的礼仪习俗

(4) 了解各类商务活动的工作流程

(5) 了解着装的 TPO 原则

(6) 掌握职业形象塑造的基本知识

3. 能力目标：

(1) 能够遵循商务礼仪的原则在商务场合正确运用各类商务礼仪。

(2) 能够运用所学知识进行简单的商务沟通。

(3) 能够熟练运用商务谈判的语言技巧。

(4) 能够在待人接物中表达对他人的礼貌和尊敬

(5) 养成良好的举止仪态

(6) 在职业场合能够对自身的职业形象进行初步设计

（二）主要内容

1. 商务礼仪与沟通概述
2. 商务人员职业形象塑造
3. 商务交往礼仪与沟通
4. 商务会议礼仪
5. 商务宴请礼仪
6. 职业素养与沟通

（三）教学要求

1. 教学方法：采用案例分析、角色扮演、小组讨论、模拟游戏等方法进行教学。
2. 教学模式：通过体验式和混合式教学模式，注重提升学生职业素养和沟通能力
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用相关课程资源，结合超星等网络教学平台，采用线上线下混合式教学，实施以学生为中心，教师为引导的教学改革。
 4. 教学场地：商务谈判室或智慧教室。
 5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 60%。

3. 专业拓展课程

表 14 专业拓展课程教学要求

课程名称	新媒体营销			开课学期	4-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
<p>（一）学生学习目标</p> <ol style="list-style-type: none">1. 素质目标：培养学生处理问题的应变能力和严谨的科学思维方式和判断分析问题能力、团队协作能力、创新能力以及良好的职业道德和职业情感。培养学生的“工匠”精神；弘扬传承“楚怡”精神。2. 知识目标：要求学生掌握新媒体概念、类型、新媒体营销特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识；熟悉新媒体营销策划的步骤及方法；掌握新媒体图文、微博、微信营销、社群、短视频及直播内容制作和推广以及营销数据分析方法等知识。3. 能力目标：能够根据企业需要完成新媒体营销策划方案的撰写与展示；能够熟练使用多种主流新媒体平台，生产图文、短视频及直播内容及视频类内容；能策划整场直播及开展新媒体运营活动					

（二）主要内容

1. 介绍新媒体的发展历程、分类和特点
2. 讲解用户在新媒体平台上的行为特点和心理需求
3. 介绍市场营销理论和实践，结合新媒体特点，制定合适的营销策略。
4. 新媒体广告与传媒策划。
5. 新媒体数据分析评估与优化，改进营销效果。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用案例教学法、项目驱动法、情境模拟法等。
2. 教学模式：理论与实践相结合的教学模式，注重学生技能与能力的全面发展
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：具备互联网网络的实训室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	营销沙盘模拟运营			开课学期	3
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：培养学生的创新、协作精神，培养学生的创业意识，提升学生的创新创业能力。
2. 知识目标：能够时刻跟踪企业运行状况，对企业业务运行过程进行控制和监督；及时为企业管理者提供丰富的可用信息。
3. 能力目标：掌握企业 1~3 年的经营规则；掌握资产负债表，利润表的结构；掌握资本流转如何影响损益；能解读企业经营的全局；预估长短期资金需求；能以最佳方式筹资控制融资成本；能提高资金使用效率，能理解现金流对企业经营的影响。

（二）主要内容

1. 走进市场营销沙盘的世界
2. 市场营销沙盘操作基础
3. 市场环境分析与战略制定
4. 制定经营战略
5. 实战经营，模拟对抗赛

（三）教学要求

1. 教学方法：采用互动教学法、任务驱动法、情境模拟法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，实操 20%）+期末成绩 50%。

课程名称	视觉营销			开课学期	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1 素质目标：提升学习运用、归纳总结不同风格设计的能力；具有总体把握网店视觉设计的能力、洞察力与素材分析能力；培养诚实守信、敬业奉献、严谨细致、不断自我提升的职业精神；遵守法律道德、平台规则与职业守则，不做虚假宣传。

2. 知识目标：了解网店设计的基础知识、设计与制作需要的基本要素；掌握处理商品图片的基础技法；掌握精修商品图片的方法；了解网店主图和主图视频的设计规范与要点，掌握制作网店主图和主图视频的方法；了解商品详情页的内容，掌握各部分内容的设计方法；了解网店首页的主要功能与模板，掌握网店首页各模板的设计流程；熟悉商品短视频的制作要求与流程，掌握各部分内容的制作要领。

3. 能力目标：能够按照网店具体需求处理图片、精修图片；能够设计主图和主图视频；能在制作视频时添加转场、特效、文字、音乐等内容；能够设计商品详情页的各部分内容。能够完成网店首页的整理设计，能够剪辑制作商品短视频

（二）主要内容

1. 走近网店视觉设计与制作
2. 修炼视觉设计与制作核心技能
3. 设计与制作主图与主图视频
4. 设计与制作商品详情页
5. 设计与制作网店首页
6. 制作商品短视频
7. 网店整店设计实战

（三）教学要求

1. 教学方法：采用案例教学法、项目驱动法、反转课堂法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	会展营销与策划			开课学期	4-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标

培养学生对会展行业的热爱和敬业精神，以及对会展工作的情感和投入强调团队协作的重要性，培养学生在团队中有效沟通和协作的能力。提高学生的口头和书面沟通能力，包括演讲、谈判和客户服务技巧；培养学生分析问题和解决问题的能力，能够在会展策划和执行过程中应对各种挑战

了解会展行业的历史、现状和发展趋势，掌握会展的基本概念和类型。掌握会展策划的流程和方法，包括会展主题确定、内容设计、日程安排、场地选择等。了解会展活动的运营管理，包括预算管理、风险评估、现场管理和后期评估。学习如何建立和维护与参展商、赞助商和观众的良好关系。掌握数字营销工具在会展营销中的应用，如社交媒体、电子邮件营销、搜索引擎优化等。了解与会展相关的法律法规，包括合同法、知识产权法、消费者权益保护法等。对于国际会展，了解不同文化背景下的商务礼仪和沟通技巧。

3. 能力目标

能够独立或协作策划会展活动，包括主题设定、内容规划和日程安排。掌握会展营销的策略和技巧，能够有效地推广会展活动，吸引目标受众。能够在会展活动中与各方进行有效沟通，包括客户、供应商、团队成员等。能够管理和监控会展项目的进度，确保活动按计划顺利进行。能够制定和管理会展活动的预算，控制成本。能够识别和评估会展活动中的潜在风险，并制定应对措施。能够提供高质量的客户服务，满足参展商和观众的需求。

（二）主要内容

会展营销概述、会展产品营销、会展分销渠道营销、会展促销活动营销、会展新型营销、会展主题营销等内容

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、案例分析法、小组讨论法、启发式教学法等。
2. 教学模式：理实一体化的教学模式。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：具备互联网网络的实训室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	营销法律法规			开课学期	4-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标

（1）学生通过学习营销法律法规课程，对营销法律法规的基本理论、基本知识有个全面的了解；

（2）能掌握我国营销法律法规理论及其相关的法律法规，培养学生运用营销法律法规的原理，分析和解决实际工作中有关营销方面实际问题的能力。

2. 知识目标

（1）要求营销等相关法律基本知识，熟练掌握法律的运用，做到学法、懂法、用法；

（2）采用基础知识的讲述与案例分析相结合的课堂教学方法；

（3）要求学生掌握基础知识的同时，能够正确分析案例。

3. 能力目标

（1）要求在教和学习过程中做到理论联系实际、密切联系经济生活，通晓与经济活动相关的法律和市场规则，不仅能够用所学知识解决课堂所举案例，也能够运用经济法律和市场规则维护自身的合法、正当的经济权益；

（2）以实用性为基础，培养学生理解、分析、解决法律问题的能力；

（3）能够掌握社会保险的计算及相关规定以及票据结算的各种要求，并在实

际工作中运用自如。

（二）主要内容

市场营销法律基础，消费者权益保护法：广告法，反不正当竞争法，合同法，知识产权法、国际营销法等相关内容

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、案例教学法、情景模拟法等。
2. 教学模式：理实一体化的教学模式，通过情景模拟等方法，让学生提高自己的能力
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	广告原理及实务			开课学期	4-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：具有发现问题、解决问题的能力 and 意识；具有较好的方案制订、汇报、执行、总结能力；具有信息处理能力；具有数字媒体应用能力；具有较好的交流表达能力；具有团队合作能力；具有评判创新能力；具有信息技术应用能力。
2. 知识目标：掌握广告的基本概念和内涵；掌握广告创意的特点、步骤与方法；掌握广告主题的层次；掌握广告表现策略的类型及特点；掌握广告文案构成及撰写技巧；掌握广告媒介的特点及管理任务；掌握数字广告特点及投放方法。
3. 能力目标：能根据调研主题进行广告调研，撰写调研报告；能激发广告创意；能制定主题和广告表现策略；能撰写适应不同媒体的广告文案；能选择和组合广告媒体；能合理进行广告排期；能编制广告活动预算；能进行广告效果评估；能充分利用数字媒体进行广告宣传；能撰写广告策划方案；能进行数字广告投放及效果管理。

（二）主要内容

1. 广告认知；
2. 广告调查；
3. 广告受众心理；

4. 广告创意；
5. 广告主题及表现；
6. 广告文案；
7. 广告媒体；
8. 广告预算；
9. 广告排期；
10. 广告效果评估；
11. 数字广告投放及管理。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、案例分析法、小组讨论法等。
2. 教学模式：理实一体化的教学模式。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%

课程名称	网店运营与推广			开课学期	4-5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标

具有汲取前沿技术的创新意识和勇于实践的工作态度；具有敬业守信的职业精神；具有攻坚克难和坚持不懈的职业素养；具有主动表达、团结友善和善于协调的人际交往能力。

2. 知识目标

掌握网店运营的关键环节；掌握网店推广 SEO、SEM 和信息流推广的内在逻辑、实施流程和优化路径；了解智能推广，通过 AI 算法提供更精准个性化的推广路径。

3. 能力目标

能够申请与开设店铺，对店铺进行装修与商品页面制作，并进行全面的日常运营管理和营销活动设置；能够进行商品 SEO 优化、直通车账户开通与推广、信息流账户开通与推广等推广活动。

（二）主要内容

1. 网店的准备与开设；
2. 网店装修与商品上传维护；
3. 网店日常运营管理与营销活动设置；
4. 搜索引擎原理；
5. 关键词挖掘与分析；
6. SEO 优化；
7. SEM 推广概述；
8. SEM 账户搭建与优化；
9. 信息流推广概述；
10. 信息流账户搭建与优化；
11. 面向装备制造类企业的网店进行运营推广。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目教学法、任务驱动法、情境模拟法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，实操 20%）+期末成绩 50%。

课程名称	短视频策划与制作			开课学期	4-5
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标

素质目标：具备良好的协调、沟通能力和团队精神；拥有视觉审美与视觉营销能力；保持高度的敬业精神及工作激情，态度积极乐观；注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程与纪律；具备精益求精的“工匠”精神；弘扬传承“楚怡”精神。

2. 知识目标：熟悉短视频策划流程；掌握短视频脚本结构法；了解短视频拍摄的方法及特点；精通短视频剪辑软件及平台操作流程。

3. 能力目标：熟练操作短视频剪辑软件；掌握短视频后期制作编辑技术；能够高

效捕获与合成短视频；精通短视频剪辑方法；具备短视频后期创作技术能力。

（二）主要内容

1. 认识短视频
2. 短视频制作流程
3. 短视频构图
4. 短视频录制
5. 短视频后期制作

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目教学法、任务驱动法、情境模拟法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：直播实训室
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中平时作业占 20%，出勤占 10%，实操 20%）+期末成绩 50%。

4. 实践性教学环节

表 15 实践性教学环节教学要求

课程名称	品牌策划与推广实训			开课学期	2
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
<p>（一）学生学习目标</p> <p>1. 素质目标：</p> <p>品牌策划与推广实训课程致力于培养学生的创新思维，使他们能够设计出新颖且吸引人的品牌方案。课程提升学生对市场趋势的洞察力，识别需求和机会，强调团队合作和有效沟通能力。项目管理技能确保活动顺利进行，同时培养学生的问题解决能力，应对品牌推广中的挑战。课程还提供领导力培养，强调职业道德，如诚信和责任。客户导向思维确保理解客户需求，提供满意服务。适应能力使学生适应市场变化，鼓励持续学习新知识和技能。数字化技能的培养适应品牌推广的数字化趋势。</p> <p>2. 知识目标：</p>					

品牌策划与推广实训课的知识目标旨在让学生掌握品牌管理的核心理论，包括品牌定位、品牌资产评估、品牌忠诚度提升策略等。学生将学习市场分析方法，以识别目标客户群体和市场机会。课程还将涵盖品牌推广的策略和工具，如数字营销、社交媒体推广、内容营销等。此外，学生将了解品牌活动策划的流程，包括创意构思、预算规划、执行和评估。通过案例研究，学生将学习如何将理论知识应用于实际品牌推广项目中，从而为将来在品牌管理和市场营销领域的工作打下坚实的基础。

3. 能力目标：

品牌策划与推广实训课旨在培养学生的品牌策划、项目管理、沟通表达、团队合作、客户导向思维、适应与持续学习以及数字化技能。学生将学会分析品牌战略、管理项目进度、有效沟通、团队协作、理解客户需求、适应市场变化，并掌握数字营销工具，为未来工作打下坚实基础。

（二）主要内容

1. 营销各种专业方法与技巧综述；
2. 营销实战活动（营销策划方案、商品促销、销售结果统计）；
3. 汇报总结与经验分享。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、分组讨论法、项目教学法、案例教学法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（实训任务完成情况 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+实训报告 50%。

课程名称	数字营销实训			开课学期	3
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

数字营销实训课程旨在培养学生的创新思维，使其能设计出新颖且有吸引力的数字营销方案。课程强调市场洞察力，以识别目标市场的需求和机会。同时，课程注重团队合作、沟通技巧、职业道德和客户导向思维的培养，以提升学生的适应能力和持

续学习精神。此外，随着品牌推广的数字化趋势，课程还培养学生使用社交媒体、SEO、SEM 等数字工具和平台的能力，以适应数字营销领域的不断发展。

2. 知识目标：

熟悉数字广告营销渠道分类及特征，掌握搜索引擎广告营销的原理。掌握推荐内容优化和推荐引擎广告营销的方法和技巧。熟悉数字营销效果优化的思路，掌握数字营销效果评估的指标和分析方法。

3. 能力目标：

能够从多个维度进行客户标签的构建，并完成数字营销的内容定位与传播策划。能够熟练掌握搜索引擎广告和推荐引擎广告投放的流程。熟悉数字互动营销的方式和渠道，掌握客户开发、留存、转化及裂变策略。能够准确阐述数字营销效果评估指标的含义，并进行数字营销效果分析。

（二）主要内容

- 1、对数码产品、服装、化妆品等进行搜索引擎营销
- 2、对数码产品、服装、化妆品等进行推广引擎营销
- 3、对数码产品、服装、化妆品等进行 SEO 优化
- 4、对实训数据进行分析 and 优化，制定更加合理的营销策略

（三）教学要求

1. 教学方法：采用课堂讲授法、任务驱动法、情境教学法、案例教学法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。
5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（实训任务完成情况 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+实训报告 50%。

课程名称	商务礼仪与沟通实训			开课学期	4
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标

商务礼仪与沟通实训课程的素质目标旨在培养学生具备专业的商务形象和礼仪知识，提升其在商务场合中的得体行为和沟通技巧。课程强调职业道德和责任感，鼓励学生展现诚实守信、尊

重他人和团队合作的职业精神。通过实训，学生将学会如何在多元文化环境中进行有效沟通，处理商务关系，以及在各种商务活动中展现专业素养。此外，课程还注重培养学生的批判性思维 and 创新能力，使他们能够在不断变化的商务环境中适应和成长，为未来的职业生涯打下坚实的基础。

2. 知识目标

掌握现代商务交往中的专业规范与沟通技巧，包括：深入理解商务形象管理（着装规范、仪态礼仪）、会面礼仪（称呼、介绍、名片交换）、商务会议（座次安排、议程管理）及宴请礼仪（中西餐礼仪、酒文化）等场景化知识；掌握跨文化商务沟通的基本原则与禁忌，熟悉不同国家/地区的商务习俗差异；学习专业沟通工具（结构化表达、非语言沟通、电话/邮件礼仪）的应用方法；理解数字化商务场景（视频会议、线上社交）的礼仪规范。通过系统知识建构，培养符合国际商务标准的礼仪素养与职业化沟通能力。

3. 能力目标

培养学员在真实商务场景中的专业实践能力，包括：能够规范执行会面接待、商务宴请及国际礼仪流程，熟练运用肢体语言、表情管理等非语言沟通技巧；具备根据场合灵活调整着装与仪态的职业形象管理能力；掌握跨文化商务沟通中的应变技巧，能妥善处理文化差异引发的交际冲突；能够运用结构化思维进行高效商务汇报与谈判，并规范撰写商务邮件与函件；在数字化商务场景中，能专业开展视频会议并维护线上职业形象。最终形成符合国际商务标准的礼仪素养与职业沟通能力体系。

（二）主要内容

1. 掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪。
2. 掌握见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪。
3. 掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪。
4. 掌握位次、会议、宴请等会务宴请的礼仪。

（三）教学要求

1. 教学方法：采用情境模拟法、仿真操作法、角色互换法、分组讨论法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断的提升自己的综合能力。
3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、省部级精品教材；利用网络教学平台等教学资源开展信息化教学，不断增强教学的实效性和针对性。
4. 教学场地：霖顺实训室机房。

5. 考核标准：采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 50%（实训任务完成情况 25%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+实训报告 50%。

课程名称	岗位实习			开课学期	6
参考学时	624	学分	24	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 素质目标：

- （1）培养学生正确运用理论知识分析问题、解决实际问题的能力；
- （2）培养学生的营销能力；
- （3）培养学生的沟通能力、团队合作精神。
- （4）培养具有良好的楚怡职业道德和职业精神。

2. 知识目标：

- （1）了解实习企业所在行业的发展现状和趋势；
- （2）了解实习企业的基本情况；熟悉企业文化；知晓企业规章制度；
- （3）了解岗位实习的作用、意义、内容；
- （4）了解岗位实习安全知识；
- （5）了解岗位实习权益；
- （6）了解企业营销岗位、职位；
- （7）掌握营销岗位具体工作职责和工作内容。

3. 能力目标

- （1）能够根据市场调查分析结果进行市场预测和市场开发；
- （2）能进行产品销售和管理；
- （3）能制定和实施公关、广告、促销等营销方案；
- （4）能有效管理客户、处理客户投诉和维护客户关系。
- （5）能有效解决具体岗位实习工作中的实际问题，提升营销能力，提高工作业绩；
- （6）能进行工作安全自我保护和权益维护。

（二）主要内容

1. 根据不同的岗位需求，灵活运用市场营销相关课程的理论知识和专业术语，熟练掌握市场调研、品牌策划、广告投放、消费者行为分析等核心技能，全面开展营销策划方案设计与执行。

2. 结合数字化营销趋势，合理运用社交媒体运营、内容营销、SEO/SEM 优化等现

代营销技术，有效提升品牌影响力和市场竞争力。

3. 学习企业生产技术管理、运营管理和市场营销管理等方面的经验、方法和技能；
4. 利用所学的知识与技能解决实际工作中遇到的问题。

(三) 教学要求

1. 学生自主选择或学校推荐实习企业及岗位进行岗位实习，所从事的工作与营销相关；

2. 在企业师傅的传、帮、带下进行岗位轮换实习，熟悉工作流程，掌握工作内容，比较圆满地完成实习任务；

3. 在学校专任教师和企业导师指导下，汇报实习企业信息、岗位信息、岗位实习内容信息、每日实习安全信息，填写实习单位审批表、毕业实习三方协议、家长知情书和安全承诺书等；登录工学云平台，撰写实习周记、上传实习现场工作照片；实习结束前，撰写实习总结和完成毕业设计。

4. 考核标准：采用双轨评价模式：由学校专任教师与企业专家共同评估，其中学校教师评价占比 60%，企业专家评价占比 40%。

附件 2: 专业人才培养方案评审意见表

福州英华职业学院专业人才培养方案评审意见表

专业名称	市场营销	年 级	2025 级	
评审地点	实训楼 203	评审时间	2025 年 5 月 15 日	
会议主持	潘栅杉	会议记录	陈金丹	
参评成员				
姓 名	工作单位	从事专业	职 称	职 务
陈华	福建船政交通职业学院	市场营销	副教授	市场营销教研室主任
何仙珠	福建农业职业技术学院	金融服务 与管理	副教授	金融服务与管理专业 带头人
熊霞	福建信息职业技术学院	大数据与 会计	副教授	大数据与会计专业带 头人
魏仁兴	原福建商学院	会展策划 与管理	教授	
评 审 意 见	<p>1、优化课程内容与设置 紧跟行业发展趋势,除了“数字营销”“新媒体营销”等课程外,可以考虑增加相关平台运营策略、直播营销技巧、短视频制作与营销等内容,使学生所学知识与行业前沿接轨。同时加强课程之间的关联性:如《市场营销基础》与《营销策划》在营销战略、策略等方面有交叉,可对课程内容进行梳理,明确各课程的重点和边界,避免重复教学,同时加强课程之间的衔接与融合。</p> <p>2、强化实践教学环节 增加实践课程比重:虽然目前实践教学学时已占总学时的 57.26%,但考虑到市场营销专业的实操性,可考虑适当减少部分理论课程学时,增加综合性、创新性实践项目,如企业真实营销项目实践、营销模拟竞赛等,让学生在实践中更好地掌握专业技能。构建从基础实践到专业实践,再到综合实践的递进式实践教学体系。</p> <p>组 长: 陈华 成 员: 熊霞 何仙珠 魏仁兴</p> <p style="text-align: right;">2025 年 5 月 15 日</p>			