



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：____2026 级____

专业负责人：____潘栅杉____

审 核 人：____郑 琳____

二〇二六年五月 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，全面落实立德树人根本任务，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，深化职业教育教学关键要素改革，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。

专业人才培养方案经过论证，提交学院院务会审议、党委会审定，将在 2026 级市场营销专业实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务
1	潘栅杉	福州英华职业学院	经济管理系副主任 市场营销专业负责人
2	郑琳	福州英华职业学院	经济管理系主任
3	丘平	福州英华职业学院	骨干教师
4	吴利前	福州英华职业学院	骨干教师
5	陈洁	福州英华职业学院	骨干教师
6	房瑜	中教畅享科技股份有限公司	市场营销教研室主任
7	江瀚	福建普乐惠电子商务有限公司	总经理
8	李滨	中国人寿晋安区支公司	团队长

目 录

一、专业名称与代码	4
二、入学要求	4
三、修业年限	4
四、职业面向	4
(一) 专业职业面向	4
(二) 就业岗位	5
五、培养目标与培养规格	6
(一) 培养目标	6
(三) 培养规格	6
六、课程设置及要求	8
(一) 课程体系构建	8
(二) 课程描述与要求	9
(三) 课程思政要求	9
七、教学进程总体安排	10
(一) 教学活动时间安排表 (按周安排)	10
(二) 课程学时比例表	11
(三) 教学进程安排表	12
八、师资队伍	16
(一) 队伍结构	16
(二) 专业带头人	16
(三) 专任教师	16
(四) 兼职教师	17
九、教学条件	17
(一) 教学设施	17
(二) 教学资源	18
十、质量保障和毕业要求	19
(一) 质量保障	19
(二) 毕业要求	20
十一、继续专业学习深造建议	20
十二、附录	20
附件 1: 课程描述与要求	21
(一) 公共基础课程	21
(二) 专业 (技能) 课程	38
附件 2: 专业人才培养方案评审意见表	86

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限

标准修业年限为三年，实施弹性学制修业年限不超过五年。

四、职业面向

（一）专业职业面向

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）就业岗位

表 2 就业岗位、工作任务及岗位能力分析表

岗位类型	岗位名称	岗位工作任务	岗位能力要求
主要就业岗位	市场营销专员	1. 市场调研与分析，收集竞品、消费者数据； 2. 协助策划并执行线上线下营销活动； 3. 维护客户关系，跟进销售线索； 4. 撰写营销文案、制作宣传物料； 5. 监控营销数据，复盘活动效果。	1. 掌握市场调研方法与数据分析基础技能 2. 具备文案写作与活动策划能力 3. 熟练使用 Office、新媒体工具（如微信、小红书、剪映） 4. 良好的沟通表达与客户服务意识 5. 具备基础的品牌推广与渠道拓展能力
次要就业岗位	电商运营助理	1. 负责电商平台（淘宝 / 京东 / 抖音等）店铺日常运营； 2. 商品上下架、标题优化、详情页维护； 3. 协助处理订单、客服咨询及售后问题； 4. 参与直播带货、短视频种草等内容运营； 5. 分析店铺流量与转化数据，优化运营策略。	1. 了解电商平台规则与运营流程 2. 具备基础的图文编辑与短视频制作能力 3. 掌握客服沟通技巧与订单处理流程 4. 会使用电商数据分析工具（如生意参谋） 5. 有较强的执行力与细节把控能力

晋升 发展 岗位	市场部经 理 / 品牌 经理	1. 制定企业整体市场营销战略与品牌发展规划； 2. 统筹管理市场团队，分配工作任务并考核绩效； 3. 主导大型营销项目、品牌公关活动及媒介投放； 4. 对接外部合作伙伴，拓展渠道与资源； 5. 分析市场趋势与竞品动态，调整营销策略以提升市场份额。	1. 具备系统的市场营销理论知识与战略思维 2. 优秀的团队管理、领导力与跨部门沟通协调能力 3. 丰富的项目策划与执行经验，能独立操盘百万级以上营销预算 4. 精通品牌定位、品牌传播与危机公关 5. 具备较强的数据分析与商业决策能力
--------------------------------	-------------------------------	--	---

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。

（三）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，树立正确的世界观、人生观、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，自觉将个人发展融入区域经济社会发展。

（2）掌握与市场营销职业活动相关的《广告法》《反不正当竞争法》等国家法律及行业规范，熟悉绿色营销、可持续消费、数据安全、消费者权益保护等要求，了解商贸流通、数字服务等行业文化，具备爱岗敬业的职业精神，恪守“诚信经营、客户至上”的职业道德准则与行为规范，具有强烈的社会责任感与担当精神。

（3）掌握支撑本专业学习和职业可持续发展的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具备良好的人文素养与科学素养，能运用逻辑思维分析营销问题，掌握职业生涯规划方法，能结合闽东南区域产业需求与自身特长制定清晰的职业发展路径。

（4）具备精准的语言表达、规范的文字写作及高效的商务沟通能力，能在团队中有效协作、凝聚共识，具有较强的集体意识与团队精神；熟练掌握 1 门外语（以英语为主），能进行基础商务沟通、阅读英文营销资料并应用于跨境电商、海外推广等专业场景。

（5）系统掌握经济学、管理学、市场营销学、消费者行为学、市场调研、财务管理等专业基础理论，熟悉中小企业经营管理逻辑，构建适配区域市场需求的营销知识框架，区别于财会、电商等专业的纯核算或纯平台操作导向。

（6）掌握数字营销策划、数字广告投放、短视频 / 直播互动营销、私域流量运营、营销效果数据分析与优化等技术技能，能独立完成线上线下整合营销项目，具备服务中小微企业数字化转型的数字营销实战能力。

（7）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研及用户行为数据分析等技术技能，能精准洞察区域消费者需求与竞品动态，输出可落地的市场分析报告，具备支撑企业决策的消费者行为分析与市场洞察能力。

（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、销售流程管理等技术技能，能独立完成从线索获取到成交的全流程销售工作，具备适配中小企业的项目销售与商务拓展能力。

（9）掌握品牌调研与诊断、品牌定位与视觉设计、区域品牌传播与推广、品牌公关等技术技能，能为中小微企业打造具有本地特色的品牌形象，具备区别于纯广告设计专业的品牌全链路策划与区域市场推广能力。

（10）掌握售前售中售后客户服务体系搭建、客服团队管理、客户投诉监控、危机事件应对、智能客服场景设计等技术技能，能够运用数字化工具提升客户服务效率，具备适配营销岗位的智能客户服务与危机公关处理能力。

（11）掌握商务数据采集、清洗、分析、可视化及数据报告撰写等技术技能，能运用 Excel、SPSS、Tableau 等工具挖掘数据价值，为营销策划、销售管理、品牌推广提供数据支撑，具备区别于纯数据分析专业的商务场景化数据分析能力。

（12）掌握信息技术基础知识，熟练运用 AIGC 工具、知识图谱、营销自动化系统等数字化技术，能适应营销领域数字化、智能化发展趋势，具备将新技术应用于获客、转化、留存等全营销链路的数字技能。

（13）具备探究学习、自主学习与终身学习意识，能快速跟进营销新技术、新趋势（如 AI 营销、私域运营），能整合跨学科知识分析并解决中小企业营销实战中的复杂问题，具备较强的创新意识与可持续发展能力。

（14）掌握身体运动的基本知识，熟练掌握至少 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、卫生与生活习惯；具备情绪管理与心理调适能力，能适应营销岗位高强度、快节奏的工作压力。

（15）掌握必备的美育知识与视觉设计基础，具备一定的文化修养、审美能力与创意表达能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好（如短视频剪辑、文案创作、视觉设计等），能将审美能力应用于品牌视觉、营销内容创作等专业场景。

（16）树立正确的劳动观，尊重劳动、热爱劳动，具备与市场营销职业发展相适应的吃苦耐劳、务实执行的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，践行“劳动光荣、技能宝贵、创造伟大”的时代风尚，能以实干精神服务中小微企业与区域经济发展。

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“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、劳模的典型事例，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，责任担当的担当奉献精神，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 3 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	15	1	1		2	0.5				1	0.5	21
	2	15.5	1				0.5	1			0.5	0.5	19
二	3	16	1				0.5	1			1	0.5	20
	4	16.5	1				0.5	1			0.5	0.5	20
三	5	6.5	1						13		0.5		21
	6				1				11	6	0.5	0.5	19
合计		69.5	5	1	1	2	2	3	24	6	4	2.5	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 34.2%，实践教学 1534 学时，约占总学时 58.8%，选修课程 288 学时，约占总学时 11.04%。

表 4 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	34.2
专业 (技能)课程	专业基础课程	必修	20	192	128	320	12.27
	专业核心课程	必修	25	228	172	400	15.34
	专业拓展课程	专选	12	104	88	192	7.36
	实践性教育环节	必修	34	0	804	804	30.83
	小计		91	532	1184	1716	65.8
合计			140.5	1074	1534	2608	100

(三) 教学进程安排表

表 5 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类	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类	2	32	32	0			考查		2					
			G2022016	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A类	3	48	48	0			考试		3					
			G2023005	形势与政策（一）	A类	0.25	8	8	0			考查	2						
			G2023006	形势与政策（二）	A类	0.25	8	8	0			考查		2					
			G2023007	形势与政策（三）	A类	0.25	8	8	0			考查			2				
			G2023008	形势与政策（四）	A类	0.25	8	8	0			考查				2			
			G2025010	国家安全教育	A类	1	16	16	0			考查				2			
		小计					10	176	160	16				3	5	0	2		
		选择性必修课	G2025011	中华优秀传统文化	A类	1	16	16	0			考查			1				
			G2024001	党史	A类	1	16	16	0			考查							
			G2024002	新中国史	A类	1	16	16	0			考查							
			G2024003	改革开放史	A类	1	16	16	0			考查							
			G2024004	社会主义发展史	A类	1	16	16	0			考查							
		小计					1	16	16	0						1			
	通	必修	G2025012	体育（一）	B类	1.5	24	2	22			考查	2						

识 课 程		G2023010	体育（二）	B类	2	32	4	28			考查		2				
			体育（三）	B类	2	32	4	28			考查			2			
			体育（四）	B类	1.5	24	2	22			考查				2		
			大学生心理健康教育	B类	2	32	16	16			考查		2				
			军事理论	A类	2	36	36	0			考查						
			军事技能	C类	2	112	0	112			考查						14天
			大学英语（一）	B类	4	64	48	16			考试	4					
			大学英语（二）	B类	4	64	48	16			考试		4				
			信息技术与人工智能	B类	3	48	16	32			考试	3					
			劳动教育	A类	1	16	16	0			考查	2					
			大学语文	B类	2	32	16	16			考试	2					
			公共艺术	B类	2	32	16	16			考查		2				
			创新创业教育基础	B类	2	32	28	4			考查		2				
			职业发展与就业指导（一）	B类	0.5	8	6	2			考查	2					
			职业发展与就业指导（二）	B类	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类	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类	1.5	24	24				考查						
			体育竞技与安全健康教育类	A类	1.5	24	24				考查						
			创新创业与职业技能培育类	A类	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				16	17	5	4		
专 业 （ 技	专 业 基 础 课	必 修	A2025091	市场营销基础	B类	3	48	32	16			考试	3				
			A2025002	管理学基础	B类	3	48	32	16			考试	3				
			A2022027	经济学基础	B类	2	32	16	16			考试		2			
			A2025085	视觉营销	B类	2	32	16	16			考试		2			

能 课程			A2023004	统计基础	B类	2	32	16	16			考试			2			
			A2018037	经济法	B类	3	48	32	16			考试			3			
			A2024023	商务礼仪与沟通	B类	2	32	16	16			考查			2			
			A2024076	大数据财务管理基础	B类	2	32	16	16			考试				2		
			A2026001	习近平经济思想概论	A类	1	16	16	0			考查				2		
		小计				20	320	192	128				6	4	7	4		
	专业核心课	必修	A2026020	新媒体营销	B类	3	48	32	16			考试		3				
			A2023036	消费者行为分析	B类	3	48	32	16			考试			3			
			A2023010	数字营销	B类	4	64	32	32			考试			4			
			A2026021	服务营销	B类	2	32	20	12			考试			2			
			A2025083	品牌策划与推广	B类	4	64	32	32			考试				4		
			A2025081	销售与管理	B类	3	48	24	24			考试				3		
			A2023038	智能客户服务实务	B类	3	48	32	16			考试				3		
			A2022004	商务数据分析与应用	B类	3	48	24	24			考试				3		
		小计				25	400	228	172						9	13		
	专业拓展课	选修	A2025084	营销沙盘模拟运营	B类	2	32	16	16			考查		2				
			A2026023	AIGC 智能营销	B类	2	32	16	16			考查				2		
			A2025016	短视频策划与制作	B类	2	32	16	16			考查			2			
			A2025086	网店运营与推广	B类	2	32	16	16			考查						
			A2026022	闽商品牌运营实务	B类	2	32	20	12			考查						
			A2025089	会展营销与策划	B类	2	32	20	12			考查						
			A2026024	新零售与门店运营	B类	2	32	20	12			考查						
			A2026025	新媒体营销合规与知识产权	B类	2	32	20	12			考查						
			A2026026	AI 营销数据分析与可视化自动化	B类	2	32	16	16			考查					6	
		小计				12	192	104	88					2	2	2	6	
	实践	必修	ASYSX15	新媒体营销实训	C类	1	20			20				20				
			ASX20240022	数字营销实训	C类	1	20			20					20			

性 教 学 环 节		ASYSX16	品牌推广与销售运营全链路实训	C类	1	20			20						20			
		G2025017	岗位实习	C类	24	624				624								6个月
		G2025020	毕业设计	C类	6	120			120									6周
		G2025023	毕业教育	C类	1	20			20									1周
	小计				34	804			180	624		20	20	20				
	专业（技能）课程合计				91	1716	524	388	180	624		6	6	18	19	6		
全程合计					140.5	2608	1066	738	180	624		22	23	23	23	6		
注：课程类型分为纯理论课程（A类）、理论+实践课程（B类）、纯实践课程（C类）。																		

八、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。

（一）队伍结构

本专业现有学生 293 人，生师比 24:1，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。专任教师中教授 1 人，副教授 1 人，高级职称占比 20%，讲师 7 人，占比 70%，硕士及以上学历教师占比 60%，持有双师证书的专任教师 7 人，“双师型”教师占比达 70%。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。

（二）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”“闽侯县优秀科技工作者”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，已验收。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。积极与华鼎丰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，在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。

（三）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。具有本专业或相关专业本科及以上学历，须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。

（四）兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训基地

目前校内拥有 7 间实训室，实训教学仪器设备总值达 265 万元，面向本专业在校生 290 人，生均教学仪器设备值 0.91 万元，满足实验实训教学需要，符合国家职业教育相关标准要求。

表 6 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

3. 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订、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 7 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	百胜（福州）餐饮有限公司	管培生	若干
2	福建米多多网络科技有限公司	数字营销	若干
3	中国人寿晋安区支公司	市场营销、客服	若干
4	华鼎丰有限公司	市场营销、客服	若干
5	北京世纪城物业管理有限公司福州分公司	市场营销	若干
6	福州乌妈咪进出口有限公司	市场营销、客服	若干
7	福建宏升兄弟食品有限公司	市场营销、客服	若干

（二）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

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. 数字教学资源配备基本要求

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。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

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议，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，继续加强对毕业生的跟踪，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。

（二）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、岗位实习均达到合格及以上；
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 8 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

十一、继续专业学习深造建议

1. 本专业学生在校期间可参加与专业对应的自学考试的学习，通过学习可获得相应专业的自考本科毕业证书及学位证书。

2. 优秀毕业生可通过学院推荐，参加专升本招生考试，通过考试，录取后，可到相应本科院校继续学习，获得本科毕业证书及学位证书。（专升本继续学习深造专业参考：工商管理、人力资源管理、行政管理、电子商务、物流管理、供应链管理、旅游管理）

十二、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 9 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
（一）学生学习目标 1. 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。 2. 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。 3. 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的意识。 （二）主要内容 1. 理论知识：讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观，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。 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。 （三）教学要求 1. 教学方法：采取多元化教学方法，深度融合信息技术，提升教学效果。运用案例教学法，结合 AI 推送案例与沉浸式情境，引导分析讨论；采用专题讲授法，以 AI 分层分类辅助，精讲重点难点；实施互动教学法，依托智能硬件平台，强化师生、生生研讨；借助视频观摩与 VR/AR 场景，增强体验与感性认知；推行项目实践教学法，借助 AI 进行任务管理、过程跟踪与智能评价；结合讲授、任务驱动、小组合作、问题导向及混合式教学，构建“线上+线下”贯通、学做一体的教学体系。 2. 教学模式：构建“AI 赋能、三阶一体”的智慧教学模式。课前，通过 AI 分析学情，推送个性化预习资源并获取反馈；课中，利用 AI 问答系统、VR/AR 情境模拟等手段，开展案例研讨、角色扮演与互动探究；课后，由 AI 生成个性化作业，搭建交					

流平台，实现自动评价与巩固拓展。全过程依托 AI 实现分层教学、学法指导、心理情绪关注与创新能力训练，形成数据驱动、因材施教、全程育人的教学闭环。

3. 教学资源：

（1）理论资源库：整合电子教材、文献、有声读物、专家微课等数字化资源，利用 AI 进行标签化管理与智能推荐，拓展教学内容的广度与深度。

（2）实践资源库：开发虚拟仿真实践项目，建设具有解析功能的思政教学案例库，支持情境模拟、项目研修与实践教学，强化理论联系实际。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：采取过程性评价与结果性评价相结合的方式，进行期末最终考核方式。总评成绩=平时成绩占 50%（其中平时课堂考勤占 20%，课堂表现占 10%，三次作业成绩占 10%，三次阶段性考核成绩占 10%）+期末考核占 50%。

通过超星（学习通）智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。

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. 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。

2. 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。

3. 素质目标：增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性、坚定性，坚定社会主义信念，认清只有在中国共产党领导下坚持社会主义道路，才能救中国和发展中国。具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质和相应的能力，积极投身到建设社会主义现代化强国的伟大实践，成为社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。

（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：主要采用讲授法、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。通过构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程。

2. 教学模式：采用人工智能赋能《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程教学。依托人工智能技术，优化课堂教学流程，提升课堂教学的互动性、趣味性和实效性。

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。

（1）理论资源库：数字化马克思主义经典著作和习近平思想文献，形成电子书、有声读物等；邀请专家录制微课和讲座；AI 标签化实现智能检索和推荐。

（2）实践资源库：收集红色教育基地、企业等实践资源；开发虚拟仿真实践项目；建立思政案例库并解析。

（3）红色资源库：整合红色教育资源如历史文献、故事等；AI 数字化修复和智能检索；支持教师制作课件。

4. 教学场地：多媒体教室。

5. 考核标准：通过智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。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 20%，课堂表现占 40%，阶段性考核成绩占 20%）+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

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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

社会责任感，厚植爱国主义情怀，争做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的时代新人。

（二）主要内容

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。

（三）教学要求

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。构建“AI+多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前 AI 推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后 AI 推送复习资源与实践任务。

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，增进对其科学性和系统性的把握，提高学习和运用的自觉性。AI+项目式教学：将思政内容转化为具体项目（如乡村振兴、国家安全教育等），AI 发布任务、跟踪进展、分析数据，助力学生深化理论应用。

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%（其中课堂考勤 20%+课堂表现 20%+作业 30%+阶段性考核成绩 30%）+期末成绩 50%。

通过超星（学习通）智能平台自动采集学习过程数据，设置科学指标，AI 算法量化评分，实现客观、全面、精准评价。

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. 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。

2. 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。

3. 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”融为一体的当代合格大学生。

（二）主要内容

人民代表大会、党代会、党的建设、经济社会、国际形势及热点专题。

（三）教学要求

1. 教学方法：本课程构建技术赋能、多元协同的教学方法体系。以 AI 增强的案例教学为核心，动态抓取时政案例并生成分析报告，实现从具体现象到理论升华的引导。采用专题讲授法，依托 AI 知识图谱梳理逻辑，帮助教师系统阐释重难点。借助智能平台开展互动教学，通过弹幕、词云、抢答等形式组织多层次研讨。结合视频观摩、项目实践（如政策调研与模拟）及讲授教学，配合 AI 辅助信息推送与过程指导。同时，运用任务驱动、小组合作探究与问题教学，形成贯穿课内外的问题导向学习流程。最终以混合式教学整合线上个性化学习与线下深度互动，构建一体化育人环境。

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，使学生真切感受到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二十届三中全会精神的内涵要义等。构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前 AI 推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后 AI 推送复习资源与实践任务。

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。同时，整合优质资源，建设“理论+实践+职业+红色”智能教学资源库。

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 50%+出勤占 20%+课堂表现占 30%）+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. 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。

2. 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。

3. 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。

（二）主要内容

通过对中华优秀传统文化的思想、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：以人工智能技术赋能教学全流程，灵活运用案例研讨、分组互动、角色扮演、启发引导等多种方法，激发学生思考与实践。

2. 教学模式：立足课程内容与学生特点，构建“AI+多元融合”的智慧教学模式，形成“课前一课中一课后”三阶闭环。

（1）AI+项目式教学；（2）AI+翻转课堂；（3）AI+分层教学。

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%，课堂考勤占 20%，课堂表现占 30%，阶段性考核成绩占 30%）+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. 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宗旨的核心理念，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。

2. 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。

3. 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。

（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：主要采用讲授法、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。通过构建“AI + 多元融合”智能教学模式，形成“三阶闭环”流程：课前 AI 推送预习并分析学情，课中人机互动探究，课后 AI 推送复习资源与实践任务。

2. 教学模式：采用人工智能赋能《国家安全教育》课程教学。依托人工智能技术，优化课堂教学流程，提升课堂教学的互动性、趣味性和实效性。

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。同时，整合优质资源，建设“理论+实践+职业+红色”智能教学资源库：

（1）理论资源库：数字化马克思主义经典著作和习近平思想文献，形成电子书、有声读物等；邀请专家录制微课和讲座；AI 标签化实现智能检索和推荐。

（2）实践资源库：收集红色教育基地、企业等实践资源；开发虚拟仿真实践项目；建立思政案例库并解析。

（3）红色资源库：整合红色教育资源如历史文献、故事等；AI 数字化修复和智能检索；支持教师制作课件。

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 20%，课堂表现占 40%，阶段性考核成绩占 20%）+期末成绩 50%。

2. 通识课程

表 10 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. 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；初步了解人工智能在心理健康领域的应用场景、核心技术逻辑（如心理测评算法、智能干预原理），掌握借助 AI 工具获取心理健康知识、开展自我心理评估的方法。 2. 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；具备运用人工智能工具辅助心理问题分析、情绪调节、人际沟通优化的实践能力，能够合理筛选、使用合规的心理健康 AI 应用资源。 3. 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；借助人工智能技术赋能，增强学生对心理健康数字化服务的接纳度与应用能力，培养适应数字时代的心理自助与互助素养。 （二）主要内容 1. 理论部分 在原有“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”等内容基础上，新增“人工智能 + 心理健康”专项模块。 2. 实践部分 在原有“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”等活动基础上，融入人工智能赋能实践项目。 （三）教学要求 1. 教学方法：在原有“讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法”基础上，新增“AI 辅助教学法”，具体包括：智能个性化教学；虚拟案例模拟教学；					

线上 AI 答疑互动。

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，融入“AI+任务驱动”模式，围绕“AI 辅助心理问题解决”设计实践任务（如“利用 AI 工具制定个人压力管理方案”等），推动理论学习、AI 工具应用与实践解决能力的融合提升。

3. 教学资源：基础资源；数字化 AI 资源；工具资源。

4. 教学场地：多媒体教室、心理健康 AI 实验室（含 VR 设备、情绪识别设备等）、线上虚拟教学平台相结合。

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%）。学生参与 AI 互动（如完成 AI 推荐练习、参与虚拟情境训练）的活跃度与完成质量，作为平时成绩（50%）的组成部分之一，占比不超过 10%。

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. 知识目标：系统了解我国国防发展历程与现代化国防建设现状，树立依法履行国防义务、参与国防建设的法治观念；掌握世界军事发展趋势与我国周边安全环境核心态势，增强国家安全忧患意识与防范意识；认知高科技发展成果，明确高技术在现代战争中的核心影响与作用机理。

2. 能力目标：具备对军事理论核心知识的准确认知、深刻理解与系统领悟能力；能够运用军事理论基本知识分析相关问题，并具备向他人准确宣传国防知识、传递国家安全理念的能力。

3. 素质目标：培育严明的组织纪律观念与令行禁止的行为自觉；培养敬业乐业、精益求精的职业素养与责任担当；提升高效沟通表达能力与跨场景协作能力；强化团队协作意识与集体荣誉感，夯实融入团队、协同完成任务的基础。

（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. 知识目标：熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。
2. 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。
3. 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。

（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. 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。 2. 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。 3. 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。 （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. 知识目标：了解人工智能在体育科学中的应用概貌，掌握运动数据采集、分析与解读的基本知识。理解智能设备（如穿戴设备、智能器械）的工作原理及其在训练中的应用逻辑。精通 2-3 项专项运动技术体系，并了解该领域智能化训练辅助系统（如视频分析、生物力学建模）的基本原理。 2. 能力目标：增强体能，能够运用智能穿戴设备等工具监控训练负荷、评估体能状态，并基于数据反馈优化个人锻炼计划。掌握 1-2 项基本运动技能和保健方法，并具备利用 AI 健康助手、在线康复平台等数字工具进行自我健康管理的能力。具备多项					

体育项目的赏析能力，能够从运动表现分析、战术数据解读等智能技术视角，深化对高水平竞技体育的理解和赏析。在科技赋能的同时，深刻理解体育以人为本的本质，弘扬积极健康的体育文化。

3.素质目标：学会通过体育活动及智能科技手段监测和提高体魄、科学调控情绪。形成克服困难、勇于探索的坚强意志品质，在挑战传统与融合科技的实践中培养创新精神。

（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 25%，出勤占 5%，课堂表现占 10%，课堂常规占 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. 知识目标：系统掌握英语语音、词汇、语法、语篇和语用等基础语言知识，了解常见职场与生活语境中的沟通策略；熟悉英语学习的基本理论与方法，掌握借助 AI 工具进行资源筛选、学习过程监控与效果评估的相关知识，形成适应智能时代发展的知识结构。

2. 能力目标：具备扎实的英语听、说、读、看、写、译技能，能够灵活运用英语完成日常及职场环境中的沟通任务；能够识别和分析语言与文化现象，具备一定的跨文化理解与沟通能力；能够合理运用包括 AI 平台在内的学习资源，自主制定学习计划、监控学习过程、评估学习成效，形成可持续发展的语言学习能力。

3. 素质目标：坚持立德树人，培养学生立足中国立场、具备国际视野的文化自信与跨文化沟通意识；在语言学习中塑造善于倾听、尊重差异、具备同理心与合作精神的职业素养；锤炼尊重事实、理性判断、勇于探究的思维品质，增强在人工智能时代的道德判断力与社会责任感。

（二）主要内容

1. 语言知识模块；2. 文化理解模块；3. 语言应用模块。

（三）教学要求

1. 教学方法：融合项目导向法、情境交际法、任务驱动法、分组合作学习等多种教学方法，结合 AI 助学工具开展个性化、交互式学习活动，激发学生主体意识，提升课堂参与度与学习效果。

2. 教学模式：实施分层次教学与课堂讲授相结合，强化“课堂+AI 平台”协同教学机制，依托智能系统实现学习情况实时反馈与动态评估，增强语言训练的实际效果与针对性。

3. 教学资源：优先选用国家规划教材与精品教材，积极引入超星学习通、AI 语音识别软件、虚拟仿真平台、教材配套 APP 等智能教学资源，建设“线上+线下”一体化教学资源库，服务学生泛在学习与个性化成长。

4. 教学场地：以多媒体教室为主，适时使用智慧教室，营造沉浸式、智能化的英语学习环境。

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. 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。

2. 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。

3. 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；借助 AI 工具掌握高效自学方法，深化终身学习理念，培养适应数字化时代的信息筛选与创新应用素养。

（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、消息等基础应用文写作知识及训练。

（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，借助 AI 学习平台实现教学资源精准推送、学习进度实时追踪；指导学生运用 AI 工具开展自主学习，丰富语言文字应用实践形式。
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；利用超星学习通等数字化智能教学资源在线学习平台开展信息化教学。
4. 教学场地：多媒体教室。
5. 考核标准：采取过程性评价与结果性评价相结合的考核方式，总评成绩=过程性评价 50%（其中课堂考勤占 10%，课堂表现占 30%，作业占 30%，阶段性考核成绩占 30%）+结果性评价 50%。

课程名称	信息技术与人工智能			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. 知识目标：掌握 WPS 软件的各项知识；掌握计算机基础知识、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；了解主程序设计语言 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；了解大数据、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。
2. 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。
3. 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。

（二）主要内容

授课内容包括信息技术基础模块、信息技术拓展模块和人工智能应用模块。其中，信息技术基础模块包括：计算机相关基础知识、计算机网络基础知识，WPS 办公软件

的基本操作（文档处理、电子表格处理、演示文稿制作）。信息技术拓展模块包括：Python 程序设计基础、信息检索、信息素养与社会责任、信息安全、机器人流程自动化、大数据、云计算、现代通信技术、物联网、区块链、人工智能等新一代信息技术相关知识介绍。人工智能应用包括：当下主流人工智能软件与办公软件的结合，如 deepseek 与 kimi 软件制作演示文稿。

（三）教学要求

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。

2. 教学模式：线上线下相结合的教学模式。

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；课程在学习通教学平台建课并上传课件等教学资源。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。

4. 教学场地：本课程理论部分在多媒体教室进行授课。实验部分均在机房进行，学生一人一机，机房安装集广播教学、个别辅导、学生演示、文件传送等功能于一体的多媒体教学软件，以开展师生交互活动。

5. 考核标准：本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总评成绩=平时成绩 50%（其中出勤 5%、回答问题 5%、作业 70%、小测 10%、实操 10%等）+期末成绩（笔试闭卷考核 50%）。

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

（一）学生学习目标

1. 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；了解人工智能在创新洞察、市场分析、产品优化等创业环节中的应用场景与价值。

2. 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；能够利用 AI 工具进行市场数据分析、辅助生成商业计划书内容、优化演示材料。

3. 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，对人工智能伦理规范的基本认知。

（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；设定“人工智能赋能创业”专题，介绍 AI 工具在机会识别、商业模式创新及运营效率提升方面的应用案例。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。鼓励在案例分析和项目实践中，引导学生使用合规的 AI 工具作为辅助。

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；可推荐学生体验成熟的 AI 数据分析和内容生成工具。

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. 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；了解人工智能技术催生的新兴职业形态及其核心技能要求。

2. 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；能够运用 AI 工具辅助进行职业信息检索、简历优化及面试模拟，提升求职准备的质量与效率。

3. 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；初步建立对人工智能影响职业世界的理性认知，树立积极适应技术变革的终身学习观。

（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。在实操技巧环节，设定 AI 工具应用指导，例如使用 AI 进行简历智能排版与关键词优化，利用 AI 面试官平台进行模

拟面试与反馈分析。

（三）教学要求

1. 教学方法：讲授法、案例分析法等。在案例分析与实操练习中，鼓励引入 AI 工具作为辅助手段。

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；线上平台可用于提供 AI 工具使用教程与模拟练习入口。

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；可引入合规的 AI 简历评测工具、AI 模拟面试软件等数字化资源。

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. 知识目标：使学生了解中外经典艺术流派、代表作品及艺术发展脉络，涵盖美术、音乐、戏剧、影视、设计等多艺术门类的核心知识；掌握基本的艺术鉴赏方法和术语，能准确解读艺术作品的形式美、内涵美及文化背景；了解艺术与生活、艺术与职业的关联，明确艺术在现代社会中的应用价值。

2. 能力目标：培养学生对艺术作品的审美感知能力、分析鉴赏能力，能独立完成对各类艺术作品的赏析与评价；提升学生的艺术表达与实践能力和创新能力，通过基础艺术创作、创意设计等实践活动，掌握简单的艺术表现技巧；引导学生运用艺术思维解决实际问题，将审美素养转化为职业场景中的沟通能力、沟通能力和细节把控能力。

3. 素质目标：本课程旨在培养和提高学生感受美、鉴赏美和创造美的能力修养，树立和发展学生正确的审美观念，提高对美的感知力，丰富的想象力和透彻的鉴赏力，并培养创造美的能力，最终促进学生的全面发展。

（二）主要内容

艺术鉴赏模块：分门类开展经典作品赏析，兼顾古今中外与雅俗共赏。美术类聚焦绘画、雕塑、书法、摄影等，赏析《蒙娜丽莎》《清明上河图》等经典作品，了解传统书画与现代摄影的艺术特色；音乐类涵盖古典音乐、民族音乐、流行音乐等种类

作品的情感表达；设计类聚焦平面设计、环境设计、结合生活场景与职业案例，解读设计中的审美逻辑与实用价值。

艺术实践与创意应用模块：立足高职实践导向，结合地域文化资源，融入传统民间艺术内容，增强课程的针对性与文化归属感。以书法与纸艺为特色，设计轻量化、易操作的实践任务，避免专业门槛过高。包括硬笔书法、手工制作、创意海报设计、校园艺术活动策划等；同时结合不同专业特点设计应用任务，实现艺术与专业的融合应用。

（三）教学要求

- 1. 教学方法：讲授法、示范法（含 AI 工具操作）、实践法、分组讨论法；融入“人机协同”模式，结合传统技法与智能辅助教学。
- 2. 教学模式：理论实践结合，注重艺术技能与数字技术应用能力发展；采用“传统训练+AI 赋能”双轨路径，强化基础并激发创新。
- 3. 教学资源：选用美育类规划教材，利用超星学习通等平台及智能书法 APP（如“以观书法”）、AI 生成工具、虚拟展厅等数字化资源，构建“虚实融合”学习环境。
- 4. 教学场地：美术实训室（传统工具+数字设备）或多媒体教室（理论讲授与 AI 演示）。
- 5. 考核标准：过程性评价 50%（平时作业 30%+出勤 10%+课堂表现 10%）+终结性评价 50%（书法创作 25%+手工作品 25%），重点关注 AI 工具辅助学习与创作的实践成效。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 11 专业基础课程教学要求

课程名称	管理学基础			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. 知识目标： （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。 （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。

(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。

(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。

(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。

(6) 理解控制类型、过程及风险管理方法（如危机预警流程）。

(7) 掌握创新类型、组织变革路径及学习型组织特征。

(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。

2. 能力目标：

(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。

(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）。

3. 素质目标

(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。

(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。

(3) 培养学生主动维护商业伦理，主动承担企业社会责任。

(4) 培养学生持续创新、勇于挑战的企业家精神。

（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. 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。
2. 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。
3. 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。

（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	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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;

(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: 采用启发式、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	4
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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）。

2. 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）。

3. 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。

（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	视觉营销			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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

3. 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。

（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、翻转课堂法等。
2. 教学模式：采用理实相结合的教学模式，教中学，学中做，让学生不断地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 40%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现 15%）+期末成绩 60%。

课程名称	统计基础			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. 知识目标
 - （1）掌握统计学的定义、研究对象和研究方法。
 - （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。
 - （3）理解随机事件、概率的计算、概率分布等
 - （4）掌握抽样分布、参数估计和假设检验。
 - （5）学习如何使用回归模型来分析变量之间的关系。
 - （3）了解时间序列数据的特点和分析方法。
2. 能力目标
 - （1）能够清洗、整理数据，并选择合适的统计方法进行分析。
 - （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）。
 - （3）熟练使用统计软件（如 Excel 公式、SPSS 操作）完成计算与可视化。
 - （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）。
3. 素质目标
 - （1）遵守数据隐私规范，理解统计结果的伦理与社会影响。

(2) 在分析中保持客观性，避免主观偏差（如选择性报告数据）。

(3) 在小组项目中分工合作，共同完成数据收集与分析任务。

(4) 关注统计学前沿（如大数据分析），持续更新知识体系。

（二）主要内容

1. 统计学及其基本概念。
2. 统计数据的收集、整理与图示。
3. 统计数据的描述统计量。
4. 统计指数。
5. 概率论的基础知识。
6. 二项分布与泊松分布。
7. 连续型随机变量及其概率密度函数。
8. 置信区间。
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	商务礼仪与沟通			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. 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 TP0 原则。

(6) 掌握职业形象塑造的基本知识。

2. 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。

3. 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。

(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 50%（其中平时作业占 15%，出勤占 10%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。					
课程名称	经济法			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. 知识目标： （1）掌握市场营销全流程对应的核心经济法基础概念、法律体系，明确营销岗位的合规边界与法律红线。 （2）理解营销场景核心合同法律制度，掌握买卖合同、广告服务合同、直播合作合同、经销协议等营销专属合同的核心法律规范。 （3）掌握消费者权益保护法律制度，熟悉消费者法定权利、经营者法定义务，以及营销宣传、售后处理、投诉应对的法律要求。 （4）熟悉营销宣传与市场竞争相关法律规范，重点掌握《广告法》《反不正当竞争法》《商标法》中关于商业宣传、市场竞争、知识产权保护的核心内容。 （5）掌握数字营销合规相关法律制度，理解《电子商务法》《个人信息保护法》在直播电商、新媒体营销、用户数据管理中的应用规则。 （6）了解营销相关经济纠纷的基础解决途径，以及组织市场（B 端）营销对应的招投标、合同履行等特殊合规要求。 2. 能力目标： （1）能够运用经济法相关规定，识别营销全流程中的法律风险，制定针对性的合规防控方案。 （2）能够规范拟定、审核营销场景各类常用合同，规避合同签订、履约全流程的法律风险。 （3）能够针对新媒体营销、直播电商、线下促销等不同场景，制定合规的营销宣传方案，杜绝虚假宣传、不正当竞争等违法违规行为。 （4）能够依法规范处理消费者投诉、消费纠纷，妥善应对职业索赔，保障企业与消费者双方的合法权益。 （5）能够独立开展营销合规自查，完成市场调研、用户数据收集、私域运营中的合规性审核，规避个人信息保护相关法律风险。 （6）能够从合规角度评估营销方案、促销活动、宣传物料的合法性，提出可落地的合规优化建议。					

3. 素质目标:

(1) 培养合规营销的职业操守,恪守商业宣传底线,杜绝虚假宣传、不正当竞争与消费者欺诈行为。

(2) 树立消费者个人信息与隐私保护意识,遵守市场调研、私域运营中的数据合规伦理规范。

(3) 培养全场景合规思维,尊重不同营销渠道、不同市场主体的监管规则与合法权益。

(4) 养成法律风险预判思维,能够辩证识别营销行为的合规边界与法律风险,树立权责对等的法治理念。

(5) 培养依法创新意识,在合规前提下设计创新性营销方案,兼顾商业效果与法律规范。

(二) 主要内容

经济法基础与市场营销合规概述。

营销场景合同法律制度。

消费者权益保护法律制度。

营销宣传与市场竞争合规法律制度。

数字营销与电子商务合规法律制度。

营销纠纷解决与组织市场合规规范。

(三) 教学要求

教学方法:采用讲授法、营销合规案例分析法、情景模拟法、小组讨论法、合规实训法等。

教学模式:采用“理论精讲-案例复盘-合规实训”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,以合规技能训练为主线,以岗位需求为核心”,以营销场景真实合规任务为载体,让学生边学边练,将法律知识应用到市场营销实际工作情景中。

教学资源:优先选用职业教育国家规划教材、市场营销专业专属经济法省部级精品教材;利用多媒体课件、营销合规案例库、法律法规数据库、网络教学平台等教学资源开展线上线下混合式教学,结合行业最新合规热点更新教学内容,不断增强教学的实效性和针对性。

教学场地:多媒体教室,配套可开展情景模拟、小组实训的智慧教室 / 营销实训机房。

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%（其中合规实训作业占 15%，出勤占 10%，课堂案例分析与情景模拟表现占 15%）+ 期末成绩 60%。					
课程名称	习近平经济思想概论			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 本课程旨在引导学生系统掌握习近平经济思想的核心要义、精神实质与实践要求。 知识与技能：掌握习近平经济思想的理论渊源、发展脉络与核心内容，包括新发展阶段、新发展理念、新发展格局、高质量发展、新质生产力等关键概念，把握其作为马克思主义政治经济学中国化时代化最新成果的理论地位。 能力与方法：提升运用习近平经济思想的立场、观点、方法分析和解决当代中国经济发展现实问题的能力，增强理论洞察力和辩证思维，能够辨析其与西方经济学的本质区别。 情感态度与价值观：深刻认识习近平经济思想对实现中华民族伟大复兴的重大意义，增强“四个自信”，牢固树立以人民为中心的发展思想，强化家国情怀与使命担当。 （二）主要内容 本课程以《习近平经济思想概论》（“马工程”教材；高等教育出版社）为基本教材，系统阐释其科学体系。 理论基石：涵盖马克思主义政治经济学、马克思主义中国化的经济思想等理论渊源，以及习近平总书记主政地方和党的十八大以来的实践基础，体现发展主题的时代性、发展目的的人民性等鲜明品格。 核心内容：包括加强党对经济工作的全面领导、坚持以人民为中心的发展思想；坚持和完善社会主义基本经济制度；完整准确全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展；加快发展新质生产力；推动城乡与区域协调发展；统筹发展和安全；做好经济工作的方法论等。 时代价值：阐释习近平经济思想对中国经济发展实践的指导意义，对马克思主义政治经济学的原创性贡献，以及为世界发展贡献的中国智慧。 （三）教学要求 1. 教学方法：采用专题讲授与启发式教学相结合，注重理论深度；融入案例教学，筛选习近平总书记考察足迹、重大战略部署等现实案例；安排小组研讨与成果展示；通过个人创新论文和小组项目，培养研究性学习能力。					

2. 教学模式：实施线上线下混合式教学，理论部分线上预习，重难点线下深化；推动理论与实践相贯通，组织学生深入国民经济主战场开展调研；针对不同教学层次进行差异化教学设计。

3. 教学资源：核心教材为《习近平经济思想概论》及《习近平经济文选》；参考相关研究著作；运用在线课程平台、虚拟仿真软件等数字化资源；建立习近平总书记考察调研足迹等案例资源库；组建高水平师资团队，建立常态化集体备课机制。

4. 教学场地：理论授课在多媒体教室；研讨活动使用可移动桌椅的研讨教室；线上教学依托智慧职教、超星等教育平台。

5. 考核标准：该课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，进行期末最终考核。

（1）过程性评价

平时考核成绩，占总成绩的 50%。主要包括：平时到课考勤情况；课堂发言情况；课后作业。平时考核将贯穿教学的整个过程。

（2）期末终结性评价

以期末考试成绩为主，占总成绩 50%。

2. 专业核心课程

表 12 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	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
（一）学生学习目标 1. 知识目标： （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 （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） （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）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					

2. 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

3. 素质目标:

- (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
- (2) 树立消费者隐私保护意识，遵守市场调研伦理规范
- (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
- (4) 养成批判性思维，能够辩证分析营销手段的社会影响
- (5) 培养创新意识，在实训中提出创新性的营销解决方案

（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
(一) 学生学习目标 1. 知识目标 (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，掌握人工智能技术在数字营销中的核心应用场景(如智能推荐、智能客服、AI 数据分析等)。 (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，掌握人工智能技术(如机器学习、自然语言处理、计算机视觉)与传统营销理论的结合逻辑及应用案例。 (3) 了解客户数据的类型及重要性，掌握数字营销策划的流程，学会运用人工智能工具(如 AI 数据采集、智能分析工具)挖掘客户数据价值，辅助策划决策。 (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，了解人工智能在搜索引擎广告中的应用(如智能出价、关键词智能推荐、广告素材智能生成)。 (5) 掌握推荐内容优化和推荐引擎广告营销的方法和技巧，理解人工智能推荐算法(协同过滤、内容推荐、深度学习推荐)的核心逻辑及应用要点。 (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，学会运用 AI 分析工具(如智能归因工具、AI 数据可视化工具)提升效果分析的效率和准确性。 2. 能力目标 (1) 能够从认知、认同、认购三个方面解读数字营销的路径，并结合人工智能技术，分析 AI 在各环节的赋能作用(如智能触达、个性化认知引导)。 (2) 能够使用数字营销原理结合人工智能技术，分析企业营销过程，阐述 AI 营销技术(如智能客服、AI 内容生成、智能投放)在营销活动中的具体应用方法和效果。 (3) 能够运用人工智能工具，从多个维度进行客户标签的构建、精准画像绘制，结合 AI 分析结果完成数字营销的内容定位与传播策划，提升策划的精准度。 (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，学会运用 AI 智能投放工具(如智能出价工具、广告素材 AI 生成工具)优化投放效果，降低投放成本。 (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，能够运用 AI 工具(如智能社群运营工具、AI 互动机器人)提升互动效率和客户黏性。 (6) 能够准确阐述数字营销效果评估指标的含义，运用 AI 分析工具进行数字营					

销效果分析，结合 AI 生成的优化建议，制定合理的营销优化方案。

3. 素质目标

1. 正确认识我国数字营销行业的发展情况及人工智能在数字营销领域的自主创新成果，在数字营销认知与学习过程中，培养民族自豪感与自信心，树立科技赋能营销的理念。

2. 培养学生自主探究人工智能在数字营销中的新应用、新趋势，积极思考 AI 与营销的融合痛点，独立分析和解决 AI 营销应用中的实际问题的能力。

3. 培养诚信经营、公平竞争的职业道德，在 AI 营销实践中（如 AI 广告投放、数据使用）发扬团队合作精神，协同完成智能营销项目。

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，同时注重培养运用 AI 工具提升工作效率、优化工作质量的职业素养。

5. 引导学生养成诚信互动的良好职业道德，在 AI 生成内容、智能互动等场景中坚守诚信原则，培养取财有道，顺势而为的商业素养。

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，规范运用 AI 工具进行数据采集、分析和应用，杜绝 AI 滥用带来的合规风险。

二、主要内容

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，重点学习人工智能技术对数字营销模式的变革作用，掌握 AI 在数字营销中的核心应用场景（智能推荐、智能投放、智能分析等）。

2. 认知数字营销岗位，明确 AI 时代数字营销岗位的新要求（如 AI 工具操作能力、AI 营销分析能力），了解 AI 相关营销岗位（如 AI 营销专员、智能投放运营）的岗位职责和能力需求。

3. 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识，深入学习人工智能技术（机器学习、自然语言处理、计算机视觉）与数字营销的融合应用，结合案例理解 AI 如何赋能营销全流程。

4. 掌握数字营销策划的方法和技术技能，学习运用 AI 工具（智能策划工具、AI 数据挖掘工具）辅助市场调研、客户画像构建、内容策划和传播方案设计，提升策划的精准度和效率。

5. 掌握数字广告营销的方法和技术技能，重点学习 AI 在数字广告中的应用：搜索引擎广告的智能出价、关键词智能优化，推荐引擎广告的算法逻辑、AI 个性化推荐策略，以及 AI 广告素材生成、智能审核等核心技能。

6. 掌握数字互动营销的方法和技术技能，学习运用 AI 工具（智能客服机器人、AI 社群运营工具、AI 互动游戏生成工具）开展互动营销，提升客户参与度，实现客户精准开发、留存、转化及裂变。

7. 掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能，学习运用 AI 分析工具（智能归因系统、AI 数据可视化工具）进行数据采集、指标分析，解读 AI 生成的优化报告，制定针对性的营销优化方案，提升营销效果。

（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	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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、职业生涯规划意识和终身学习的意识。

(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，借助 AI 文案生成工具快速生成多版备选文案，结合 AI 文案诊断功能优化广告语的调性、传播力与适配性，辅助完成文案定稿。

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，可使用 AI 设计工具结合品牌调性生成多组基础设计方案，借助 AI 视觉优化功能调整色彩、线条等细节，辅助优化 Logo 的视觉呈现与辨识度。

8. 掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能，通过 AI 趋势分析工具，洞察 IP 流行元素，辅助 IP 形象与内容规划。

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

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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。

（二）主要内容

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

（三）教学要求

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. 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。

3. 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。

（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	32	学分	2	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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和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。

（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. 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。

2. 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。

3. 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，具有团队合作精神，具备

“敢拼会赢、诚信务实、重情重义、开放包容” 的闽商精神。

（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	新媒体营销			开课学期	2
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

（一）学生学习目标

1. 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。
2. 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；能够策划整场直播及开展新媒体运营活动
3. 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“闽商”精神。

（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：介绍新媒体广告的主要类型（如信息流广告、短视频广告、直播广告等）及投放逻辑；讲解新媒体传媒策划的完整流程（市场调研、目标定位、内容规划、传播路径设计、效果预判）；融入人工智能知识，重点学习 AI 在广告创作（智能文案、AI 海报/短视频生成）、文案制作诊断（AI 文案纠错、风格适配诊断、受众适配性智能分析）、广告投放（智能出价、精准定向）、传媒策划（AI 场景模拟、策略优化）中的应用，提升广告与策划的精准度和效率。

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 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 13 专业拓展课程教学要求

课程名称	网店运营与推广			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
（一）学生学习目标 1. 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。 2. 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；能够策划整场直播及开展新媒体运营活动 3. 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“闽商”精神。

（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	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 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。
2. 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。
3. 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。

（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，让学生不断地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	闽商品牌运营实务			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 知识目标：

（1）掌握闽商品牌的发展历程、精神内核与核心特质，熟悉“晋江经验”引领下的闽商品牌发展模式，了解闽商侨商资源、福建产业集群对品牌发展的支撑作用。

（2）掌握闽商品牌定位、IP 打造与文化赋能的核心方法，熟悉闽商品牌差异化竞争的核心逻辑，了解福建非遗、闽派文化、地域特色在品牌运营中的应用路径。

（3）掌握闽商品牌全渠道运营实务，熟悉福建本土产业集群（鞋服、食品、茶叶、水产、文旅等）的品牌运营模式，掌握线上线下融合的品牌推广方法。

（4）熟悉闽商品牌出海与跨境运营的核心规则，掌握依托闽商侨商资源、福建跨境电商产业优势的品牌国际化运营方法。

（5）掌握闽商老字号、家族品牌的传承与创新路径，熟悉中小微闽商企业品牌建设的痛点与解决方案。

（6）了解福建品牌发展相关扶持政策，掌握闽商品牌运营中的合规管控、风险防控与危机公关的基础方法。

2. 能力目标：

（1）能够独立完成闽商品牌诊断，针对福建本土企业品牌发展现状，精准识别品牌建设痛点，输出可落地的品牌诊断报告。

（2）能够结合闽商文化与地域特色，完成闽商品牌定位、IP 形象打造与文化

赋能方案，适配福建鞋服、食品、农特产品、文旅等细分产业需求。

（3）能够针对闽商企业需求，制定全渠道品牌运营推广方案，熟练运用新媒体、线下展会、闽商商会资源等渠道，实现品牌声量与转化双提升。

（4）能够依托福建跨境电商产业优势与闽商侨商资源，制定闽商品牌出海基础运营方案，适配东南亚等核心海外市场的本地化需求。

（5）能够针对闽商老字号、县域农特产品，制定品牌年轻化、产业化运营方案，以品牌赋能福建乡村振兴与非遗商业化发展。

（6）能够独立完成闽商品牌运营全案策划，以校企合作真实项目为载体，完成从品牌定位、推广执行到效果复盘的全流程落地。

3. 素质目标：

（1）传承闽商“爱国爱乡、海纳百川、乐善好施、敢拼会赢”的精神内核，树立实业兴邦、诚信经营的职业理念，恪守品牌运营的商业道德底线。

（2）培养扎根福建本土的品牌服务意识，主动关注闽商企业发展与县域产业需求，树立以品牌赋能乡村振兴、福建实体经济发展的职业责任感。

（3）强化品牌合规与知识产权保护意识，自觉规避品牌运营中的商标、著作权、虚假宣传等合规风险，养成规范严谨的品牌运营职业习惯。

（4）培养守正创新的职业素养，兼顾闽商品牌文化传承与年轻化、国际化创新，能够结合行业趋势提出适配闽商企业的品牌创新方案。

（5）树立团队协作与职业攻坚意识，契合闽商抱团发展的商业特质，能够以小组协作形式完成品牌全流程运营项目，提升职业综合素养。

（二）主要内容

1. 闽商品牌运营基础与发展概述

2. 闽商精神与闽商品牌发展模式

3. 闽商品牌定位与 IP 打造实务

4. 闽商品牌全渠道运营与推广

5. 闽商品牌出海与跨境运营实务

6. 闽商品牌传承创新与实战项目运营

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、闽商本土案例分析法、企业参访教学法、闽商企业家讲座、项目驱动法、小组协作法、方案答辩法等，以福建本土企业真实项目为核心载体，突出实操性与本土化特色。

2. 教学模式：采用 “理论精讲 - 案例复盘 - 企业参访 - 项目实战” 四位一体的教学模式，在教学过程中 “以学生为主体，以教师为主导，以闽商品牌运营技能训练为主线，以福建本土产业需求为核心”，深度联动闽商企业开展校企协同育人，将课程内容与福建实体经济发展、乡村振兴需求深度结合，落实岗课赛证融合要求。

3. 教学资源：优先选用闽商品牌、福建区域经济相关精品教材与本土案例集；配套闽商头部企业（安踏、福耀玻璃、片仔癀、七匹狼、安井食品等）与中小微企业真实案例库、福建品牌扶持政策文件库、闽商企业家访谈资源；利用多媒体课件、网络教学平台、校企合作实训系统开展线上线下混合式教学，结合闽商品牌发展动态实时更新教学内容，增强教学的本土化与实效性。

4. 教学场地：多媒体智慧教室，配套闽商品牌校企合作实训基地、福建本土企业现场教学点，满足案例研讨、方案答辩、企业项目实操等教学需求。

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	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 知识目标

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。

2. 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。

3. 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

(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	新媒体营销合规与知识产权			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

(一) 学生学习目标

- 1. 知识目标：
 - (1) 掌握新媒体营销全场景合规体系，明确国家法律法规、行业规范、平台规则的层级要求，厘清账号运营、内容创作、直播带货、私域运营、达人合作的核心合规边界。
 - (2) 理解新媒体营销相关知识产权核心制度，重点掌握著作权、商标权在新媒体场景的应用规则，明确原创内容保护、商业素材使用、品牌 IP 运营的侵权与维权边界。
 - (3) 掌握新媒体商业宣传合规核心规范，熟悉《广告法》《互联网广告管理办法》等相关要求，掌握广告标注、禁用词管控、种草内容合规、直播话术规范、虚

假宣传防控等核心知识点。

（4）熟悉新媒体场景用户数据与隐私保护合规要求，掌握《个人信息保护法》在用户信息收集、私域运营、精准营销、用户画像搭建中的落地规范。

（5）掌握新媒体营销不正当竞争防控红线，熟悉商业诋毁、刷量控评、虚假流量、恶意比价、仿冒混淆等行为的法律认定标准与防控要求。

（6）了解新媒体营销合规风险处置全流程，掌握知识产权侵权投诉、平台违规处罚应对、消费纠纷处置、舆情管控的基础方法，知晓跨境新媒体营销的基础合规要求。

2. 能力目标：

（1）能够独立完成新媒体全场景（短视频、直播、图文、私域、达人合作）的合规自查，精准识别法律风险与平台违规风险，制定可落地的防控方案。

（2）能够规范创作合规的新媒体营销内容，完成短视频脚本、直播话术、种草笔记、宣传物料的合规审核，规避广告禁用词、虚假宣传、未标注广告等常见违规问题。

（3）能够规范开展新媒体营销素材合规管理，规避著作权、商标权侵权风险，完成原创内容的知识产权保护，妥善应对基础的侵权投诉与维权事宜。

（4）能够规范开展用户数据收集与私域运营，落实个人信息保护合规要求，制定合规的用户运营、精准营销方案，规避数据合规风险。

（5）能够妥善应对新媒体营销常见合规纠纷，包括消费者投诉、职业索赔、知识产权侵权投诉、平台违规处罚，制定标准化处置方案。

（6）能够从合规与知识产权保护角度，全面评估新媒体营销全案、直播活动、达人合作项目的合法性，提出可落地的合规优化建议。

3. 素质目标：

（1）培养合规为先的职业操守，恪守新媒体营销宣传底线，杜绝虚假宣传、恶意营销、内容侵权等违规违法行为。

（2）树立知识产权保护与原创尊重意识，自觉抵制洗稿、搬运、盗用素材等侵权行为，养成规范使用营销素材的职业习惯。

（3）强化用户隐私与数据保护职业伦理，恪守个人信息保护相关规范，遵守市场调研、私域运营中的数据合规要求。

（4）养成合规风险预判思维，能够辩证识别新媒体营销行为的法律边界与平台规则红线，树立权责对等的法治理念。

（5）培养诚信经营的职业理念，兼顾营销流量效果与合规要求，自觉遵守行业自律规范与平台运营规则。

（二）主要内容

1. 新媒体营销合规与知识产权基础概述
2. 新媒体营销内容宣传合规规范
3. 新媒体营销知识产权保护与应用
4. 新媒体用户数据与隐私保护合规
5. 新媒体营销不正当竞争与消费维权合规
6. 新媒体营销合规风险处置与舆情应对

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、真实案例分析法、情景模拟法、合规审核实训法、小组讨论法、风险处置演练法等。

2. 教学模式：采用“理论精讲 - 案例复盘 - 合规实训”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，以新媒体合规技能训练为主线，以岗位合规需求为核心”，以新媒体营销真实合规任务为载体，让学生边学边练，将合规知识与知识产权保护要求应用到新媒体营销实际工作场景中。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、新媒体营销合规相关省部级精品教材；配套新媒体合规案例库、平台规则库、法律法规数据库、违规处置实训素材；利用多媒体课件、网络教学平台、线上合规实训系统开展线上线下混合式教学，结合行业最新监管动态、平台新规、典型案例实时更新教学内容，不断增强教学的实效性和针对性。

4. 教学场地：多媒体智慧教室，配套可开展小组实训、情景模拟、合规审核实操的新媒体营销实训机房。

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%，课堂表现占 15%）+期末成绩 50%。

课程名称	AIGC 智能营销			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. 知识目标： （1）掌握 AIGC 在市场营销全链路的应用逻辑与核心价值，熟悉主流 AI 营销工具的分类、适用场景与操作规范，厘清 AI 营销与传统营销的融合边界。 （2）掌握 AIGC 在营销内容创作中的应用方法，熟悉 AI 营销文案、直播脚本、种草笔记、品牌话术的生成逻辑与优化技巧。 （3）掌握 AIGC 在营销视觉与短视频制作中的应用规则，熟悉 AI 海报、产品图、分镜脚本、短视频素材、直播间视觉设计的生成与优化方法。 （4）掌握 AIGC 在用户洞察与营销数据分析中的应用原理，熟悉 AI 用户画像搭建、市场调研、数据清洗、可视化报告生成的核心方法。 （5）熟悉 AIGC 营销全案策划的完整流程，掌握 AI 工具在市场定位、策略制定、投放优化、效果复盘全环节的落地方法。 （6）掌握 AIGC 智能营销的合规红线，熟悉《广告法》《著作权法》《互联网广告管理办法》中 AI 营销相关的合规要求，了解 AI 生成内容的侵权风险与防控方法。 2. 能力目标 （1）能够熟练运用主流 AI 工具，完成营销全场景的内容创作，包括品牌文案、短视频脚本、直播话术、种草笔记、宣传物料文案的生成与针对性优化。 （2）能够运用 AI 视觉工具，完成营销海报、产品主图、短视频分镜、品牌 IP 形象、直播间视觉素材的生成与二次优化，适配不同平台的传播需求。 （3）能够运用 AI 工具完成用户洞察与营销数据分析，实现用户画像搭建、市场调研问卷设计、营销数据清洗分析、可视化报告自动生成，支撑营销决策。 （4）能够运用 AI 工具完成营销全案策划，针对品牌 / 产品需求，制定完整的营销策略、投放方案、活动规划，输出可落地的 AIGC 营销全案。 （5）能够独立完成 AIGC 营销内容的合规审核，精准识别著作权、广告法、虚假宣传等相关风险，制定合规优化方案，规避营销违规问题。 （6）能够针对抖音、小红书、视频号、私域等不同营销渠道，优化 AI 生成内容，搭建适配渠道的 AIGC 营销标准化 workflows，实现营销降本增效。					

3. 素质目标:

(1) 培养合规为先的职业操守,恪守 AIGC 营销内容的法律底线,杜绝用 AI 生成虚假宣传、侵权违规、误导消费者的营销内容。

(2) 树立知识产权保护与原创意识,自觉规避 AI 生成内容的著作权、商标权侵权风险,养成规范使用 AI 工具、标注 AI 生成内容的职业习惯。

(3) 培养以用户为核心的营销思维,坚持 AI 工具为营销效果服务,杜绝脱离用户需求、纯技术导向的内容创作。

(4) 养成创新提效的职业素养,能够用 AI 工具优化营销全流程,形成降本增效的标准化工作方法。

(5) 树立终身学习意识,主动跟进 AIGC 技术迭代与营销行业应用趋势,持续更新 AI 营销技能体系。

(二) 主要内容

1. AIGC 智能营销基础与行业应用概述
2. AIGC 在营销文案与内容创作中的应用
3. AIGC 在营销视觉与短视频制作中的应用
4. AIGC 在用户洞察与营销数据分析中的应用
5. AIGC 营销全案策划与全链路落地实战
6. AIGC 智能营销合规管控与风险防控

(三) 教学要求

1. 教学方法:采用讲授法、真实案例分析法、AI 工具实操法、项目驱动法、情景模拟法、小组协作法等,以实操训练为核心,贴合营销岗位真实工作场景。

2. 教学模式:采用“理论精讲-工具实操-项目实战”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 AI 营销技能训练为主线,以岗位需求为核心”,以企业真实 AIGC 营销项目为载体,让学生边学边练、边做边优化,将 AI 工具应用深度融入市场营销实际工作场景,落实岗课赛证融合要求,对接职业技能大赛 AIGC 营销相关模块。

3. 教学资源:优先选用职业教育国家规划教材、AIGC 营销相关省部级精品教材;配套主流 AI 营销工具库、行业最新案例库、合规风险手册、企业真实项目库;利用多媒体课件、网络教学平台、线上实训系统开展线上线下混合式教学,结合 AI 技术迭代与行业新规实时更新教学内容,增强教学的实效性与针对性。

4. 教学场地:多媒体智慧教室,配套可稳定运行各类 AI 工具的营销实训机房,

满足小组实训、项目实操、全案答辩等教学需求。

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

（一）学生学习目标

1. 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。

2. 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。

3. 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“闽商”精神。

（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，让学生不断地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%。

课程名称	新零售与门店运营			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
（一）学生学习目标 1. 知识目标： （1）掌握新零售的核心内涵、发展趋势与“人货场”重构逻辑，熟悉传统零售与新零售的核心差异，了解福建本土新零售业态（社区生鲜、连锁便利店、闽货品牌店、文旅文创店等）的运营模式。 （2）掌握新零售门店开店筹备全流程，熟悉商圈调研、选址评估、门店定位、空间规划、证照办理的核心方法与规范要求。 （3）掌握门店商品管理核心体系，熟悉商品分类、选品组合、库存管控、损耗管理、定价策略的核心逻辑，了解福建本土特色商品的选品与运营方法。 （4）掌握新零售门店视觉陈列与场景营造实务，熟悉商品陈列原则、动线设计、场景化陈列、营销氛围布置的核心技巧。 （5）掌握新零售门店全渠道运营核心方法，熟悉线下客流引流、到店转化、会员体系搭建、私域运营、线上线下融合（到店 + 到家）的运营逻辑。 （6）掌握门店数字化运营工具的应用方法，熟悉收银系统、SaaS 管理系统、客流分析系统、会员管理系统的操作规范，掌握门店经营数据分析、绩效管控、盈亏平衡管理的核心方法。 （7）熟悉门店日常运营管理规范，掌握人员管理、排班绩效、客诉处理、门店安全管理、应急事件处置的核心流程与方法。 2. 能力目标： （1）能够独立完成新零售门店商圈调研与选址评估，针对福建本土社区、商圈、县域市场，输出门店定位与开店筹备全方案。 （2）能够完成门店商品全流程管理，针对目标客群制定选品组合、定价策略、库存管控方案，优化商品结构，降低经营损耗。 （3）能够完成门店场景化陈列与动线设计，结合营销节点完成门店氛围布置，通过陈列优化提升商品连带率与到店转化率。 （4）能够制定新零售门店全渠道营销方案，熟练运用线下地推、社区活动、短视频同城引流、直播到店核销、团购转化等方式，实现门店客流与业绩提升。 （5）能够搭建门店会员体系与私域运营矩阵，完成用户分层、社群运营、复购					

激活、会员生命周期管理，提升用户留存与客单价。

（6）能够熟练运用门店数字化运营工具，完成经营数据采集、分析与可视化复盘，精准识别运营问题，输出可落地的优化方案。

（7）能够完成门店日常标准化运营管理，统筹人员排班、绩效制定、客诉处理、安全管控，保障门店合规、高效运营。

3. 素质目标：

（1）树立诚信经营、客户至上的职业理念，恪守零售行业服务规范与商业道德底线，杜绝虚假促销、价格欺诈、假冒伪劣等违规经营行为。

（2）培养精细化服务意识，以用户需求为核心，打磨门店服务细节，提升消费者到店体验，养成主动服务、高效响应的职业习惯。

（3）强化合规经营与风险防控意识，熟悉门店经营相关的食品安全、消费者权益保护、消防安全、广告宣传等合规要求，养成规范运营的职业素养。

（4）培养数据驱动运营思维，能够基于门店经营数据发现问题、优化策略，摒弃凭经验运营的传统模式，形成科学决策的职业习惯。

（5）树立团队协作与现场管理意识，能够统筹协调门店各岗位工作，契合连锁零售行业标准化运营要求，提升职业综合管理能力。

（6）培养守正创新的职业素养，能够结合新零售趋势与福建本土消费特点，创新门店运营模式与营销玩法，适配社区零售、县域商业的发展需求。

（二）主要内容

1. 新零售与门店运营基础概述

2. 新零售门店开店筹备与选址规划

3. 门店商品管理与视觉陈列实务

4. 新零售门店全渠道引流与营销策划

5. 门店数字化运营与会员私域管理

6. 门店日常管理与运营绩效优化

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、本土案例分析法、情景模拟法、门店沙盘运营法、项目驱动法、企业跟岗实训法、小组协作法等，以福建本土连锁品牌真实运营场景为核心载体，突出实操性与落地性。

2. 教学模式：采用“理论精讲 - 案例复盘 - 沙盘模拟 - 企业实训”四位一体的教学模式，在教学过程中“以学生为主体，以教师为主导，以门店运营技能训

练为主线，以零售岗位需求为核心”，深度联动福建本土连锁零售企业（永辉、朴朴、见福、八马茶业等）开展校企协同育人，将课程内容与福建社区商业、县域商业发展需求深度结合，与新媒体营销、私域运营等核心课程形成能力闭环，落实岗课赛证融合要求。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、新零售运营相关省部级精品教材；配套福建本土新零售品牌案例库、门店运营标准化手册、数字化运营工具实训系统、校企合作真实项目库；利用多媒体课件、网络教学平台、门店运营沙盘系统开展线上线下混合式教学，结合零售行业趋势与本地消费热点实时更新教学内容，增强教学的实效性与针对性。

4. 教学场地：多媒体智慧教室，配套新零售门店运营沙盘实训机房、校企合作线下实训门店 / 跟岗基地，满足情景模拟、沙盘运营、方案答辩、门店跟岗实训等教学需求。

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	AI 营销数据分析与可视化自动化			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

（一）学生学习目标

1. 知识目标：

（1）掌握 AI 营销数据分析的核心逻辑、应用价值与全流程框架，明确 AI 自动化分析与传统人工营销数据分析的核心差异，熟悉营销全链路核心数据指标体系

（2）掌握营销数据自动化采集与预处理的 AI 应用方法，熟悉主流 AI 工具在多渠道营销数据归集、数据清洗、异常值处理、标准化整合中的应用规则

（3）掌握 AI 驱动的营销场景深度分析核心原理，熟悉 AI 工具在用户画像分析、流量转化分析、投放 ROI 分析、活动效果复盘、私域用户生命周期分析中的应用方法

（4）掌握 AI 营销数据可视化核心规范与自动化实现方法，熟悉可视化设计原则、图表选型逻辑、动态看板搭建、自动化报表生成的 AI 应用技巧

（5）掌握 AI 营销预测与决策优化的基础方法，熟悉 AI 工具在销量预测、流量预测、用户流失预警、营销策略优化中的落地逻辑

（6）掌握 AI 营销数据分析的合规红线，熟悉营销数据全流程的合规要求、风

险防控方法，了解 AI 生成分析内容的知识产权与合规边界

2. 能力目标：

（1）能够熟练运用主流 AI 工具，完成抖音、小红书、电商平台、私域等多渠道营销数据的自动化采集、清洗与标准化整合，替代低效人工数据处理工作

（2）能够运用 AI 分析工具，完成营销全场景深度分析，包括用户画像搭建、转化漏斗拆解、投放效果归因、活动复盘、竞品数据对标，精准定位营销问题

（3）能够运用 AI 可视化工具，完成营销数据动态看板、可视化图表、自动化报表的制作，实现数据更新、报表生成的全流程自动化，清晰呈现数据结论

（4）能够运用 AI 工具完成营销预测分析，实现销量预测、流量预测、用户流失预警，输出可落地的营销策略优化建议，支撑企业营销决策

（5）能够独立完成 AI 营销数据分析全案，针对闽商企业、电商品牌、本地生活商家的真实营销需求，完成从数据采集、分析、可视化到优化方案输出的全流程落地

（6）能够独立完成营销数据分析全流程合规自查，精准识别数据采集、使用、解读中的合规风险，制定防控方案，规避数据安全与隐私保护相关法律问题

3. 素质目标：

（1）树立数据驱动的营销决策思维，摒弃经验式营销模式，养成用数据洞察需求、优化策略、验证效果的职业习惯

（2）强化数据合规与用户隐私保护意识，恪守《个人信息保护法》和《数据安全法》等相关规范，遵守营销数据采集、使用、存储的伦理底线与法律红线

（3）培养降本增效的职业素养，能够用 AI 工具实现营销数据分析全流程自动化，摒弃低效重复的人工数据处理工作，形成标准化、高效化的工作方法

（4）培养严谨求真的职业操守，杜绝数据造假、虚假分析、误导性数据解读，保证营销数据分析的真实性、客观性与决策价值

（5）树立终身学习意识，主动跟进 AI 数据分析技术迭代与营销行业应用趋势，持续更新 AI 营销数据技能体系

（6）培养团队协作与成果呈现能力，能够以小组协作形式完成全流程数据分析项目，清晰呈现数据结论与营销优化建议，适配企业岗位汇报需求

（二）主要内容

1. AI 营销数据分析基础与核心指标体系

2. AI 驱动的营销数据自动化采集与预处理

3. AI 营销全场景深度分析实战
4. AI 营销数据可视化与自动化报表搭建
5. AI 营销预测与决策优化应用
6. AI 营销数据分析合规管控与全案实战

（三）教学要求

1. 教学方法：采用讲授法、真实案例分析法、AI 工具实操法、项目驱动法、小组协作法、方案答辩法等，以企业真实营销数据集为核心载体，全程突出实操性与营销场景落地性，避免纯技术理论教学。

2. 教学模式：采用“理论精讲 - 工具实操 - 项目实战”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 AI 营销数据分析技能训练为主线，以营销岗位需求为核心”，以福建本土电商、闽商品牌、直播电商企业的真实营销数据项目为载体，与《商务数据分析与应用》《AIGC 智能营销应用》《数字营销》等核心课程形成能力闭环，落实岗课赛证融合要求，对接职业技能大赛营销数据分析相关模块。

3. 教学资源：优先选用职业教育国家规划教材、AI 营销数据分析相关精品教材；配套轻量化 AI 数据分析工具库、营销全场景案例库、福建本土企业真实营销数据集、合规风险手册；利用多媒体课件、网络教学平台、线上实训系统开展线上线下混合式教学，结合 AI 技术迭代与行业最新应用场景实时更新教学内容，增强教学的实效性与针对性。

4. 教学场地：多媒体智慧教室，配套可稳定运行各类 AI 数据分析、可视化工具的营销实训机房，满足小组实训、工具实操、项目答辩等教学需求。

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 14 实践性教学环节教学要求

课程名称	新媒体营销实训			开课学期	2
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
（一）学生学习目标					
1. 知识目标：					
（1）巩固新媒体营销核心理论知识，掌握抖音、小红书、视频号、微信生态等					

主流新媒体平台的运营规则、流量逻辑与内容偏好

(2) 掌握新媒体账号全流程运营的实操规范，明确账号定位、内容创作、发布运营、粉丝维护、数据复盘的完整工作流程

(3) 熟悉新媒体营销全场景合规要求，掌握《广告法》《互联网广告管理办法》《个人信息保护法》在新媒体运营中的落地规范，厘清内容创作、商业宣传、用户运营的合规边界

(4) 掌握新媒体爆款内容创作逻辑、短视频拍摄剪辑、直播运营、同城引流的核心方法与实操技巧

(5) 熟悉新媒体营销数据指标体系，掌握流量、转化、留存、复购等核心数据的解读方法与优化逻辑

(6) 了解闽商品牌、福建本地生活、县域农特产品的新媒体运营特点，掌握适配福建本土产业的新媒体营销落地方法

2. 能力目标:

(1) 能够独立完成新媒体账号全流程定位与搭建，针对品牌 / 产品 / 本地商家需求，完成赛道选择、账号人设打造、账号矩阵规划、主页装修落地

(2) 能够独立完成新媒体内容全流程创作，结合平台流量逻辑，完成爆款选题、脚本撰写、拍摄剪辑、文案优化、合规审核、定时发布全流程实操

(3) 能够熟练运用 AIGC 工具为新媒体运营提效，完成 AI 选题策划、文案脚本生成、素材优化、数据复盘报告制作，搭建标准化运营 workflow

(4) 能够完成新媒体账号日常运营与粉丝维护，包括评论区运营、私域引流、社群维护、用户分层运营、粉丝增长策划，提升用户留存与活跃度

(5) 能够完成新媒体直播运营全流程实操，包括直播策划、脚本撰写、场控执行、投流优化、直播复盘、同城团购核销转化，适配福建本地生活运营需求

(6) 能够独立完成新媒体运营数据复盘，熟练运用平台后台工具完成核心数据拆解、问题定位、优化方案制定，实现账号流量与转化的持续提升

(7) 能够独立完成新媒体营销全案策划与落地，以闽商企业、福建本地商家真实需求为载体，完成从账号定位、内容规划、活动策划到效果复盘的全流程实战

3. 素质目标:

(1) 培养合规为先的职业操守，恪守新媒体营销宣传底线与平台规则，杜绝虚假宣传、恶意营销、内容侵权、数据造假等违规行为

(2) 树立原创内容与知识产权保护意识，自觉抵制洗稿、搬运、盗用素材等侵

权行为，养成规范创作、合规标注的职业习惯

（3）强化用户至上的服务思维，以受众需求为核心打磨内容与运营细节，养成主动响应用户需求、优化用户体验的职业习惯

（4）树立数据驱动的运营思维，摒弃凭经验运营的模式，养成用数据复盘优化、支撑运营决策的职业素养

（5）培养团队协作与攻坚意识，能够以小组形式完成全流程新媒体运营项目，契合新媒体岗位团队协作的工作要求

（6）树立扎根福建本土的服务意识，主动关注闽商品牌、县域农特产品、本地文旅的营销需求，以新媒体能力赋能福建实体经济发展

（二）主要内容

1. 新媒体账号定位与基础搭建实训
2. 新媒体内容创作与 AIGC 提效实训
3. 短视频运营与同城引流实训
4. 新媒体直播运营与转化实训
5. 新媒体粉丝运营与私域转化实训
6. 新媒体数据复盘与综合全案实战

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目驱动法、小组协作法、跟岗实训法、案例复盘法、情景模拟法、一对一实操指导法等，以企业真实新媒体运营项目为核心载体，全程以实操训练为核心，贴合新媒体岗位真实工作场景。

2. 教学模式：采用“课训同步 - 理实一体 - 项目实战 - 岗课赛证融合”的教学模式，与《新媒体营销》理论课同步开设，在教学过程中“以学生为主体，以教师为主导，以新媒体运营技能训练为主线，以岗位需求为核心”，深度联动福建本土闽商企业、本地生活商家、电商品牌开展校企协同育人，对接全国职业院校技能大赛新媒体营销相关赛项，让学生在真实项目中完成全流程运营实操，实现“实训即实战、毕业即上岗”。

3. 教学资源：配套新媒体运营标准化实训手册、主流平台规则库、本土企业真实案例库、合规风险手册、校企合作项目库；配齐主流 AIGC 工具、短视频剪辑工具、直播运营设备、数据分析工具实训权限；利用多媒体课件、网络教学平台、线上实训系统开展线上线下混合式教学，结合平台规则更新、行业热点、监管新规实时优化实训内容，增强教学的实效性与针对性。

4. 教学场地：新媒体营销专用实训机房、标准化直播实训室、多媒体智慧教室，配套校企合作线下实训基地 / 企业跟岗教学点，满足账号运营、内容创作、直播实操、小组研讨、项目答辩等全流程实训教学需求。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. 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。

2. 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。

3. 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。

（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，让学生不断地提升

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	品牌推广与销售运营全链路实训			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. 知识目标

（1）巩固《品牌策划与推广》《销售与管理》核心课程理论知识，掌握品牌推广与销售运营全链路的底层逻辑、工作流程与协同机制，厘清“品牌声量 - 流量引流 - 销售转化 - 用户留存”的闭环运营规则

（2）掌握品牌全案推广的核心方法，熟悉线上线下全渠道推广模式，掌握新媒体传播、达人合作、线下活动、信息流投放、本地生活运营的落地规范与效果评估标准

（3）掌握销售体系搭建与全渠道运营核心知识，熟悉渠道分销、大客户开发、终端门店运营、私域销售转化、销售团队绩效管控的核心逻辑与管理方法

（4）熟悉闽商品牌、福建本土实体商业、县域农特产品的运营特点，掌握适配福建产业特色的品牌推广与销售落地模式，了解福建品牌扶持相关政策

（5）掌握品牌与销售全链路核心数据指标体系，熟悉流量、转化、ROI、客单价、复购率、渠道贡献率等核心指标的解读方法、分析逻辑与优化路径

（6）掌握全链路运营合规管控要求，熟悉《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》在品牌推广、销售运营中的落地规范，了解风险防控与应急处置方法

2. 能力目标

（1）能够针对闽商企业、福建本土商家真实需求，独立完成品牌定位、推广策略、销售目标、预算规划的全案策划，输出可落地的品牌推广与销售运营全方案

（2）能够完成品牌全渠道推广落地执行，熟练运用新媒体、短视频、直播、达人合作、线下展会、同城引流等方式，实现品牌声量与精准流量双提升

（3）能够搭建全渠道销售运营体系，完成渠道拓展、大客户开发、商务谈判、

终端销售、私域转化、销售团队绩效管控全流程实操，实现销售业绩目标

（4）能够打通品牌推广与销售运营的全链路闭环，实现“品牌引流 - 销售转化 - 用户留存 - 品牌复购”的正向循环，精准定位链路断点并制定优化方案

（5）能够熟练运用数据分析工具与 AI 工具，完成全链路经营数据采集、拆解、深度分析与可视化复盘，输出可落地的策略优化方案，实现数据驱动的精细化运营

（6）能够独立完成全链路运营合规自查，精准识别品牌宣传、渠道销售、用户数据管理中的合规风险，制定防控方案，妥善应对消费投诉、违规处罚等突发问题

（7）能够完成项目全流程管理与成果汇报，面向企业方完成项目提案、进度汇报、成果验收答辩，适配企业营销岗位真实工作场景与汇报要求

3. 素质目标

（1）传承闽商诚信经营、敢拼会赢的职业精神，恪守品牌推广与销售运营的商业道德底线，杜绝虚假宣传、价格欺诈、不正当竞争等违法违规行为

（2）树立全链路合规经营意识，熟悉品牌宣传、渠道销售、用户数据管理的法律红线与平台规则，养成事前风险预判、事中规范管控的职业习惯

（3）强化数据驱动的决策思维，摒弃经验式运营模式，养成用数据验证效果、优化策略、支撑经营决策的职业素养

（4）培养以用户为核心、以结果为导向的职业理念，兼顾品牌声量提升与销售业绩落地，形成从策划到执行、从执行到复盘的闭环工作习惯

（5）树立团队协作与项目管理意识，契合企业营销部门岗位分工要求，能够以小组形式完成全流程项目攻坚，提升职业综合管理能力

（6）培养扎根福建本土的产业服务意识，主动关注闽商品牌、县域农特产品、本地文旅、实体商家的经营需求，以专业能力赋能福建实体经济发展

（二）主要内容

1. 实训项目立项与全案策划：校企合作真实项目对接、团队分工与项目目标制定、品牌诊断与市场调研、品牌推广与销售运营全案策划、项目启动提案评审

2. 品牌全渠道推广落地执行：品牌推广策略拆解、线上新媒体内容传播、短视频 / 直播品牌引流、达人合作与投放执行、线下推广活动策划落地、本地生活同城引流运营

3. 全渠道销售体系搭建与运营：销售目标拆解、渠道体系搭建与分销管理、大客户开发与商务谈判、终端销售与私域转化运营、销售团队排班与绩效管控

4. 全链路合规管控与风险防控：品牌宣传内容合规审核、销售行为合规管控、用

户数据安全、突发客诉与违规事件应急处置、全流程合规自查与优化

5. 全链路数据复盘与策略优化：核心数据指标体系搭建、全渠道经营数据采集与拆解、AI 数据分析与可视化报告制作、运营问题定位与策略迭代优化、项目效果复盘

6. 项目成果验收与最终答辩：项目全案成果整理、运营数据与业绩成果汇总、企业方成果验收、最终项目答辩与复盘总结

（三）教学要求

1. 教学方法：采用项目驱动法、校企协同育人法、小组协作法、案例复盘法、情景模拟法、一对一个性化指导法、成果答辩法等，以福建本土企业真实经营项目为唯一载体，全程突出实战性、全链路性与岗位适配性，杜绝纯理论、模拟式教学。

2. 教学模式：采用“校企双导师制 + 课训一体 + 全流程实战 + 岗课赛证融合”的教学模式，与《品牌策划与推广》《销售与管理》核心课同步开设，由校内专业教师与企业营销总监双导师全程带教。教学过程中“以学生为主体，以企业需求为核心，以全链路运营能力训练为主线”，深度联动闽商企业、福建本地实体商家开展校企协同育人，对接全国职业院校技能大赛市场营销赛项相关模块，实训成果直接对接企业真实经营需求，优秀学生可直接获得企业顶岗实习 offer，实现“实训即实战、毕业即上岗”。

3. 教学资源：配套闽商品牌与福建本土企业真实项目库、全链路运营标准化实训手册、行业标杆案例库、合规风险管控手册；配齐品牌推广、销售运营、数据分析所需的主流工具与平台实训权限；利用多媒体课件、网络教学平台、线上实训系统开展全流程项目管理与教学指导，结合福建产业动态、行业新规、平台规则实时优化实训内容，增强教学的实效性与针对性。

4. 教学场地：多媒体智慧教室、市场营销综合实训机房、直播运营实训室，配套校企合作线下实训基地、企业现场教学点，满足小组研讨、项目实操、线上推广、直播运营、企业对接、成果答辩等全流程实训教学需求。

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. 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。 2. 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。 3. 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。 （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	2026 级	
评审地点	鹤龄楼 804	评审时间	2026 年 4 月 23 日	
会议主持	郑琳	会议记录	曾尧佳	
参评成员				
姓 名	工作单位	从事专业	职 称	职 务
曾繁斌	福州职业技术学院	市场营销	副教授	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	专业主任
何仙珠	福建农业职业技术学院	金融服务与管理	副教授	专业带头人
侯思泰	中教畅享科技股份有限公司	会展策划与管理	高级工程师	福建省总经理
评审意见	该专业人才培养目标定位准确，职业面向与就业岗位界定清晰。课程体系构建紧密对接岗位需求，充分体现工作过程导向；公共基础课程与专业课程开设完整，课程学时与学分设置符合规范要求，理论课程与实践课程、必修课程与选修课程学时比例合理。课程描述与要求撰写规范、内容完备；职业资格（等级）证书置换课程学分的认定办法表述清晰，毕业要求明确具体，整体符合专业人才培养规范。 建议： 1.建议将岗位实习分阶段设置：《岗位实习（一）》，安排在第五学期；《岗位实习（二）》，安排在第六学期。 2.建议紧跟人工智能发展趋势构建课程体系，除了开设“AIGC 智能营销”等课程外，还可以考虑在专业课程中融入人工智能应用的内容。 组 长：曾繁斌 成 员：熊霞 何仙珠 侯思泰 2026 年 4 月 23 日			