



娄底职业技术学院

Loudi Vocational & Technical College

2020 级专业人才培养方案

专业名称：	市场营销
专业代码：	630701
专业群名称：	智慧商贸服务
适用年级：	2020 级
所属二级学院：	经济管理学院
执笔人：	陈志雄
专业负责人：	陈志雄
专业群负责人：	雷晚蓉
制（修）订日期：	2020.06

娄底职业技术学院教务处编制

二〇二〇年六月

娄底职业技术学院市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

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

三年，专科。

四、职业面向

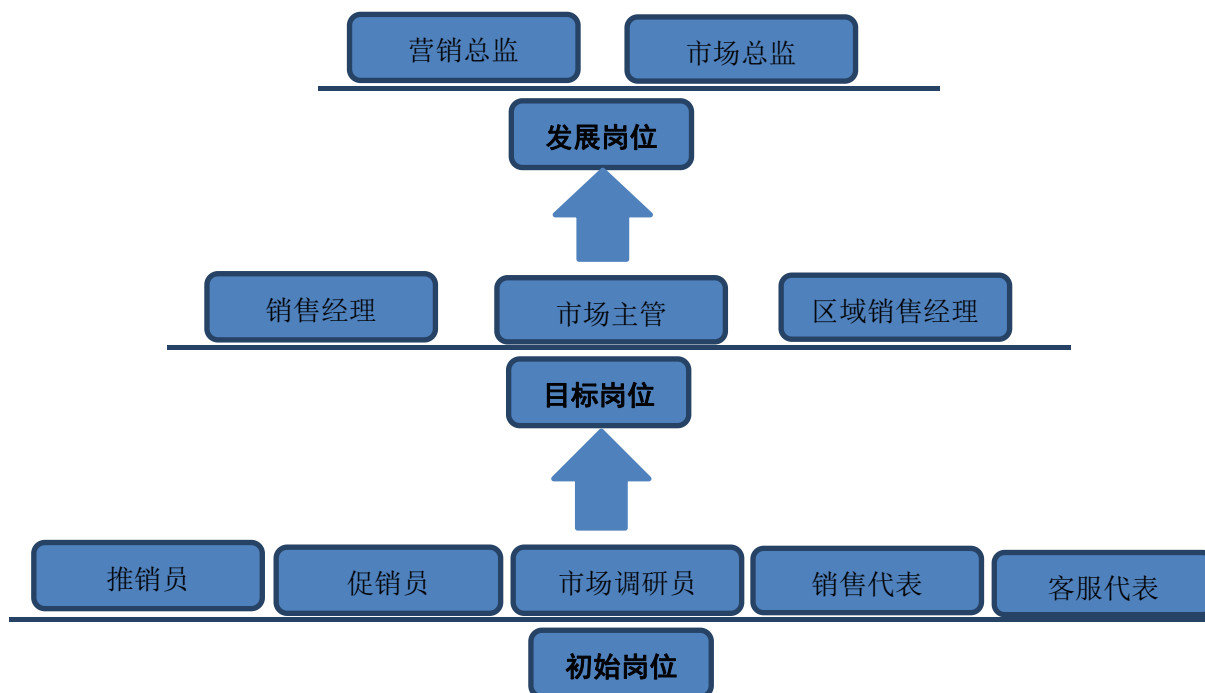
(一) 职业面向

通过对工商、服务和生产制造行业、企业的调研，参照市场营销专业国家教学标准，结合区域经济发展实际，确定本专业的职业面向如下表。

表 1：市场营销专业职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别或技术领域	职业技能等级证书/职业资格证书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	批发业、零售业 (51) (52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销专业人员 (4-06-07-02)	销售代表； 销售经理； 区域销售经理； 市场调研专员； 市场主管；	营销经理助理 (中国市场营销协会)

（二）职业生涯发展路径



五、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业主要培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化知识，良好的人文素养、职业道德和创新意识、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，掌握市场调查与分析、销售、营销管理等基本理论和基本知识，熟悉相关法律、法规，具备信息采集与数据分析、商务谈判、营销策划、产品推销、网络营销、客户服务与管理等专业技能，有较强的应用技术实践能力、应用技术创新能力、创业就业能力，较高的综合素质和优良的职业素养，面向批发、零售行业的营销员、商品营业员、摊商和市场营销专业人员等职业群，能够从事销售代表、销售经理、区域销售经理、市场调研员和市场主管等工作的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

Q1：坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

Q2：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；

- Q3: 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维;
- Q4: 勇于奋斗、乐观向上, 具有自我管理能力和职业生涯规划的意识, 有较强的集体意识和团队合作精神;
- Q5: 具有健康的体魄、心理和健全的人格, 掌握基本运动知识和1-2项运动技能, 养成良好的健身与卫生习惯, 以及良好的行为习惯;
- Q6: 具有一定的审美和人文素养, 能够形成1-2项艺术特长或爱好;
- Q7: 具有良好的客户服务意识和顾客至上的精神;
- Q8: 具有营销组织管理和开拓进取的创业素质。

2. 知识

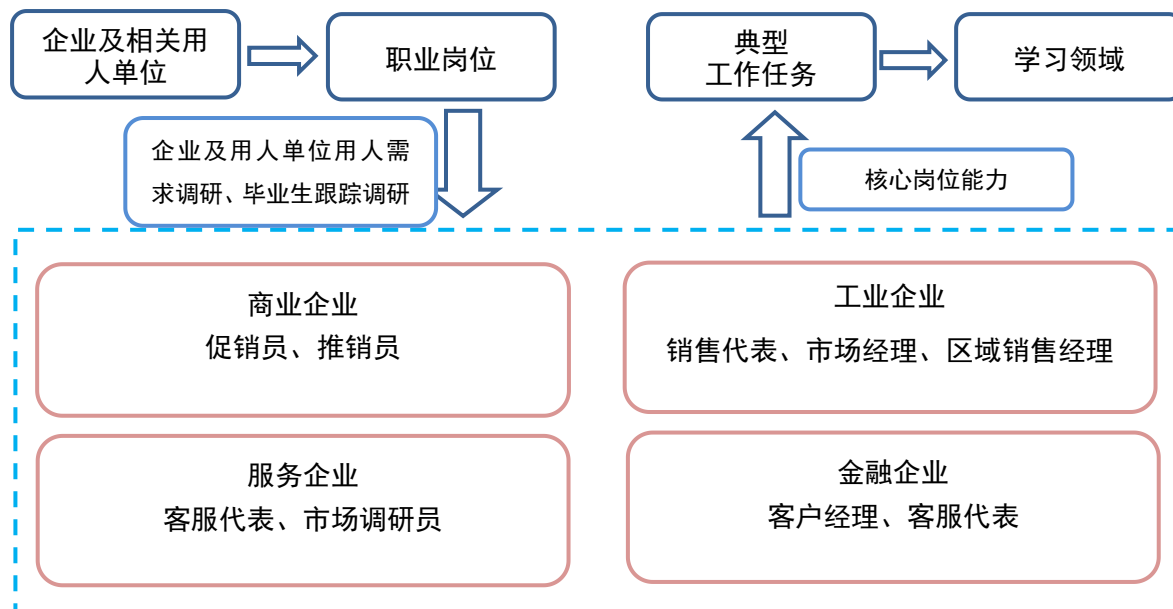
- K1: 掌握必备的政治理论知识、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识;
- K2: 掌握必备的军事理论知识、心理健康知识、创新创业知识、职业发展与就业指导知识、市场营销专业素养知识;
- K3: 掌握与本专业相关的法律法规、环境保护和消防安全等知识;
- K4: 掌握商品分类与管理的基本知识和方法;
- K5: 掌握消费者行为和心理分析的基本内容和分析方法;
- K6: 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法;
- K7: 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧;
- K8: 掌握市场调查的方式、方法、流程, 抽样调查和数据分析方法, 市场调查报告的撰写方法;
- K9: 掌握营销活动策划和组织的基本内容和方法;
- K10: 熟悉网络营销、新媒体营销的知识、技术。

3. 能力

- A1: 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;
- A2: 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力;
- A3: 具有文字、表格、图像等计算机处理能力, 本专业必需的信息技术应用能力;
- A4: 具备良好的团队协作能力;
- A5: 具备较强的创新创业能力;
- A6: 具备市场调查与数据分析能力;
- A7: 能够对客户群和竞争者进行分析;
- A8: 具备产品推销和商务谈判能力;
- A9: 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动;
- A10: 能够对客户关系和销售进行日常管理;
- A11: 能够为小微企业进行营销活动策划和组织实施。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系开发思路



课程体系开发流程图

(二) 职业能力分析

通过调研，邀请工商、服务、生产制造行业专家进行职业岗位、工作任务与职业能力分析，确定典型工作任务和职业能力如下：

表2：市场营销专业典型工作任务与职业能力分析表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	职业技能等级证书/职业资格证书要求
1	销售经理	1. 市场调研； 2. 销售活动策划； 3. 销售活动组织； 4. 销售促进。	1. 能进行有效的信息采集； 2. 能进行有效的客户沟通； 3. 能根据客户和产品特点进行产品推销； 4. 能结合市场现状开展有针对性的促销。	商品学、商务谈判、商务礼仪、推销技术	营销经理助理（中国市场营销协会）
2	区域销售经理	1. 区域市场调研； 2. 销售活动策划； 3. 销售活动组织； 4. 市场开发； 5. 客户跟踪。	1. 能进行有效的信息采集； 2. 根据区域市场特点选择合适的销售策略； 3. 能制订合理、可行的营销方案； 4. 较好地执行、实施营销方案； 5. 能组织营销活动并具有团队管理能力； 6. 能实现对客户的有效跟踪与管理。	市场营销学、销售管理、消费心理与行为、市场调查	营销经理助理（中国市场营销协会）

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	职业技能等级证书/职业资格证书要求
3	市场主管	1. 市场调研; 2. 市场分析; 3. 业务洽谈; 4. 市场推广。	1. 能进行有效的信息采集; 2. 能较准确地对市场需求进行分析; 3. 能在环境分析、需求分析基础上制定营销策划方案; 4. 能较熟练的与客户进行协商与洽谈; 5. 能协调多部门共同开展营销推广活动。	管理学原理、销售管理、推销技术、国际贸易实务、物流管理、品牌管理、网络营销	营销经理助理 (中国市场营销协会)

(三) 课程体系构成

通过对工商、服务相关企业及用人单位人才需求的调研，将企业岗位设置及职业能力进行梳理，依据能力层次划分课程结构，整合具有交叉内容课程，结合人才培养目标，合理设置课程，主要包括公共基础课 13 门、公共素质拓展课程 6 门（其中限选课程 3 门、任选课程 3 门），专业（技能）基础课程 14 门、专业（技能）核心课程 6 门、专业（技能）集中实践环节课程 5 门，专业拓展课程 3 门（其中限选课程 2 门、任选课程 1 门），共计 47 门课程。

1. 公共基础课程

表3：市场营销专业公共基础必修课程一览表

课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书或职业技能等级/职业资格证书
军事教育	148	4	1、2、3、4、5	
思想道德修养与法律基础(简称“基础”)	60	3	2、2.3	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(简称“概论”)	76	4	3、3.4	
形势与政策	40	2.5	1、2、3、4、5	
职业生涯规划	4	0	1	
心理健康教育	32	2	1、2	
创新创业基础	32	2	2、3	
#计算机基础及应用	56	3.5	2	全国计算机信息高新技术等级证书
#大学语文	56	3.5	1	国家普通话水平等级证书
#高职英语	56	3.5	1、2	全国高等学校英语应用能力证书
体育与健康(一)	30	2	1	
就业指导	16	1	5	
劳动教育	16	1	1、2	

表4：市场营销专业公共素质拓展课程一览表

课程类型	课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书或职业技能等级/职业资格证书
限选课程	体育与健康（二）	90	5.5	2、3、4	
	综合素质拓展（含安全教育、健康教育、美育、中华优秀传统文化等）	32	2	1、2、3、4	
	商贸英语	32	2	2	
任选课程	由学校根据有关文件规定，统一开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、中华优秀传统文化、美育、人口资源、海洋科学、管理等方面的任选课程，学生至少选修其中3门	60	3	2、3、4、5	

2. 专业（技能）课程

表5：市场营销专业（技能）基础课程一览表

课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书或职业技能等级/职业资格证书
商品学基础	56	3.5	1	
经济法	48	3	1	
●管理学原理	56	3.5	1	
客户服务与管理	56	3.5	4	
统计学原理	48	3	3	
销售管理	48	3	4	
广告实务	56	3.5	5	
●国际贸易实务	30	2	5	
消费心理与行为	56	3.5	5	
形象礼仪	32	2	1	
办公自动化与速记	32	2	3	
品牌管理	32	2	5	
物流管理实务	32	2	5	
演讲与口才	32	2	3	

表6：市场营销专业（技能）核心课程一览表

课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书或职业技能等级/职业资格证书
▲●市场营销学	60	4	2	营销经理助理
▲市场调查	60	4	2	营销经理助理
▲商务谈判	56	3.5	3	营销经理助理
▲推销技术	60	4	3	营销经理助理
▲市场营销策划	56	3.5	4	营销经理助理
▲●网络营销	60	4	4	

表7：市场营销专业（技能）集中实践课程一览表

课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书或职业技能等级/职业资格证书
市场营销技能竞赛系统实训	56	2	3	
跟岗实习	112	4	4	
专业综合实训	112	4	5	
毕业设计	112	4	5	
顶岗实习	560	20	5.6、6	

表8：市场营销专业（技能）拓展课程一览表

课程类型	课程名称	学时	学分	开课学期	课证融通课程所对应的通用能力证书和职业技能等级/职业资格证书
限选课程	●新媒体平台内容创业	32	2	5	
	基础会计	48	3	5	
任选课程	茶艺	28	2	5	
	摄影与摄像	28	2	5	
	人力资源管理	28	2	5	

说明：“●”标记表示专业群共享课程，“▲”标记表示专业（技能）核心课程，“#”标记表示通用能力证书课证融通课程，“★”标记表示职业技能等级/职业资格证书课证融通课程，“※”标记表示企业（订单）课程。

（四）课程描述

1. 公共基础课程

（1）公共基础必修课程

表 9：市场营销专业公共基础必修课程开设一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	军事教育	<p>素质目标：增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识；弘扬爱国主义精神，传承红色基因，提高综合国防素质和军事素质，培养良好的身心素质。</p> <p>知识目标：了解学校规章制度及专业学习要求；了解军事理论基本知识，熟悉世界军事变革发展趋势；理解习近平强军思想内涵；熟悉并掌握军人队列动作要领标准。</p> <p>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；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。</p>	<p>模块一：国防教育及爱国主义教育；</p> <p>模块二：军事训练；</p> <p>模块三：专业介绍、职业素养以及工匠精神培育；</p> <p>模块四：娄职文化教育；</p> <p>模块五：法制安全教育。</p>	<p>由军事理论课教官负责军事理论教学，军训教官开展军事训练，专业带头人负责专业介绍、职业素养培育；学校校长和书记进行娄职文化教育。综合运用讲授法、问题探究法、案例导入法，充分运用信息化手段开展教学。以学生出勤、军事训练、遵章守纪、活动参与、理论学习、内务整理等为依据，采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。</p>	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1
2	形势与政策	<p>素质目标：了解体会党的路线方针政策；坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现中国梦而发奋学习。</p> <p>知识目标：掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识。</p> <p>能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力。</p>	<p>依据教育部《高校“形势与政策”课教学要点》，从以下专题中，有针对性的设置教学内容：</p> <p>专题一：党的理论创新最新成果；</p> <p>专题二：全面从严治党形势与政策；</p> <p>专题三：我国经济社会发展形</p>	<p>通过专家讲座和时事热点讨论等方式，使学生了解国内外经济、政治、外交等形势，提升学生判断形势、分析问题、把握规律的能力和理性看待时事热点问题的水平。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。</p>	Q1、Q2、Q4、K4、A6

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			势与政策； 专题四：港澳台工作形势与政策； 专题五：国际形势与政策。		
3	心理健康教育	素质目标： 树立正确的心理健康观念，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识。 知识目标： 了解心理学的有关理论和基本概念；了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现；掌握自我调适的基本知识。 能力目标： 培养学生自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。	模块一：大学生自我意识； 模块二：大学生学习心理； 模块三：大学生情绪管理； 模块三：大学生人际交往； 模块四：大学生恋爱与性心理； 模块五：大学生生命教育； 模块六：大学生常见精神障碍防治。	结合大一新生特点和普遍问题，设计菜单式课程内容，倡导活动型教学模式，以活动为载体，通过参与、合作、感知、体验、分享等方式，在同伴之间相互反馈和分享的过程中获得成长。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1、A2
4	#大学语文	素质目标： 增强学生的人文素养；培育学生的人文精神，提升文化品位。 知识目标： 掌握阅读、评析文学作品的基本方法；理解口语表达的基本要求与技巧；掌握各类应用文的基本要素与写作技巧。 能力目标： 提升学生阅读能力、鉴赏能力、审美能力及对人类美好情感的感受能力；培养良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备较强的应用文撰写能力。	模块一：经典文学作品欣赏； 模块二：应用文写作训练； 模块三：口语表达训练。	通过范文讲解、专题讲座、课堂讨论、辩论会或习作交流会等方式，结合校园文化建设，来加强中华优秀传统文化教育，注重与专业的融合。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。学生获得普通话等级证书可以免修该课程模块三。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1
5	“基础”	素质目标： 提高政治素质、道德素质、法律素质。 知识目标： 理想信念教育，三观教育，社会主义核心价值观教育，思想道德教育，社会主义法治教育。 能力目标： 培养学生认识自我、认识环境、认识时代特征的能力，提升学生明辨是非、遵纪守法的能力。	专题一：适应大学生活； 专题二：树立正确的“三观”； 专题三：坚定理想信念； 专题四：弘扬中国精神； 专题五：践行社	教师应理想信念坚定、道德情操高尚、理论功底丰厚、有高校思想政治理论课任教资格。教师选取典型案例，组织学生讨论、观摩，参与思政研究性学习竞赛活动，利用	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q6、K1、A1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			会主义核心价值观； 专题六：明大德，守公德，严私德； 专题七：学法、守法、用法。	信息化教学平台开展教学。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	
6	#计算机基础及应用	素质目标： 提高信息素养，培养信息安全意识。 知识目标： 掌握计算机及网络基础知识；了解云计算、人工智能、大数据技术、物联网、移动互联网的基本知识。 能力目标： 具备解决计算机基本问题和运用办公软件的实践操作能力。	模块一：计算机基础知识和 windows 操作系统； 模块二：office 办公软件的应用； 模块三：计算机网络和信息安全； 模块四：云计算、人工智能、大数据技术、物联网、移动互联网。	在配置先进的计算机机房实施“教、学、做”合一教学模式；采取计算机操作的考核方式；学生获得计算机等级证书可以免修该课程。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1、A4
7	#高职英语	素质目标： 培养学生的文化品格；提升学生的终身学习意识。 知识目标： 记忆、理解常用英语词汇；掌握常用表达方式和语法规则；掌握听、说、读、写、译等技巧。 能力目标： 具备使用英语进行简单的口头和书面沟通能力；具备跨文化交际能力。	模块一：常用词汇的理解、记忆； 模块二：简单实用的语法规则； 模块三：听、说、读、写、译等能力训练。	在听、说设施完善的多媒体教室，通过讲授、小组讨论讲练、视听、角色扮演、情境模拟、案例分析和项目学习等方式组织教学。采用过程性考核与终结性考核相结合的考核评价方式。学生获得英语应用能力等级证书可以免修该课程。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1、A4
8	“概论”	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。 知识目标： 了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的主要内容、历史地位和意义。 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才能发挥它的指导作用；能运用马克	专题一：毛泽东思想； 专题二：邓小平理论； 专题三：“三个代表”重要思想； 专题四：科学发展观；	教师应具有高校思想政治理论课任教资格，原则上应为中共党员，有较高的马克思主义理论素养，正确的政治方向。采用理论讲授、案例分析、课堂讨论、演讲辩论	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、K1、A1、A3

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		思主义基本原理分析问题和解决问题。	专题五：习近平新时代中国特色社会主义思想。	等方式来开展教学，注重“教”与“学”的互动。实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	
9	体育与健康（一）	<p>素质目标：养成良好的健身习惯，学会通过体育活动调控情绪。</p> <p>知识目标：掌握体育和健康知识，懂得营养、环境和行为习惯对身体健康的影响，了解常见运动创伤的紧急处理方法。</p> <p>能力目标：掌握 1-2 项运动技能，学会获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>模块一：体育健康理论；</p> <p>模块二：第九套广播体操；</p> <p>模块三：垫上运动；</p> <p>模块四：三大球类运动；</p> <p>模块五：大学生体能测试；</p> <p>模块六：运动损伤防治与应急处理。</p>	采取小群体学习式、发现式、技能掌握式、快乐体育、成功体育、主动体育等多种教学模式，注重发挥群体的积极功能，提高个体的学习动力和能力，激发学生的主动性、创造性；融合学生从业的职业特点，加强从业工作岗位所应具有的身体素质与相关职业素养的培养。以过程性考核为主，侧重对学生参与度与体育技能的考核。	Q1、Q2、Q4、K4、A6
10	职业生涯规划	<p>素质目标：树立正确的职业观、择业观、创业观和成才观。</p> <p>知识目标：了解自我分析的基本内容与要求、职业分析与职业定位的基本方法；掌握职业生涯规划与规划的格式、基本内容、流程与技巧。</p> <p>能力目标：培养学生的职业生涯规划能力，能够撰写个人职业生涯规划与规划书。</p>	<p>模块一：职业规划理论模块。包括职业规划与就业的意义、自我分析、职业分析与职业定位、职业素养。</p> <p>模块二：职业规划训练模块。包括个人职业生涯规划设计与规划书撰写。</p>	通过专家讲座、校友讲座、实践操作和素质拓展等形式，搭建多维、动态、活跃、自主的课程训练平台，充分调动学生的主动性、积极性和创造性。以学生的职业生涯规划设计与规划书完成情况作为主要的考核评价内容。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1、A2
11	大学生创新创业基础	<p>素质目标：培养学生的创新意识、创业精神。</p> <p>知识目标：了解并掌握创业项目选择、现代企业人力资源团队管理方法与技巧、市场营销基本理论和产品营销渠道开发、企业融资方法与企业财务管理、公司注册基本流程、互联网+营销模式。</p> <p>能力目标：能独立进行项目分析与</p>	<p>模块一：创新创业理论；</p> <p>模块二：创新创业计划；</p> <p>模块三：创新创业实践。</p>	本课程采用理论教学和实践教学相结合的方式，通过案例教学和项目路演，使学生掌握创新创业相关的理论知识和实战技能。通过制作创业计划书、路演等方式进	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		策划，写出项目策划书；熟悉并掌握市场分析与产品营销策略；能进行财务分析与风险预测。		行课程考核。	
12	就业指导	素质目标： 引导学生自我分析、自我完善，树立正确的职业观、择业观，培养良好的职业素质。 知识目标： 了解就业形势，掌握就业政策和相关法律法规。 能力目标： 掌握求职面试的方法与技巧、程序与步骤，提高就业竞争能力。	模块一：就业形势、就业知识、求职技巧； 模块二：就业创业政策和法律法规； 模块三：求职面试的方法与技巧、程序与步骤； 模块四：职业素质和就业能力。	通过课件演示、视频录像、案例分析、讨论、社会调查等一系列的活动，增强教学的实效性，帮助学生树立正确的职业观、择业观。以过程性考核和求职简历完成情况相结合的方式考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A1、A3
13	劳动教育	素质目标： 培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；增强诚实劳动意识，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神。 知识目标： 懂得空谈误国、实干兴邦的道理。 能力目标： 具备满足生存发展需要的基本劳动能力。	专题一：劳动精神； 专题二：劳模精神； 专题三：工匠精神。	采取参与式、体验式教学模式，通过专题教育、案例分析、小组讨论等多种教学方式，提高学生的劳动素质；以过程性考核为主进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q6、K1、A1

说明：“#”标记表示通用能力证书课证融通课程。

(2) 公共素质拓展课程

①公共素质限选课程

表 10：市场营销专业公共素质限选课程开设一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	商贸英语	素质目标： 提升学生的英语语言素养，培养学生的国际视野。 知识目标： 掌握与本专业相关的专业词汇，了解行业英语文体的特定表达方式。 能力目标： 具备专业文章阅读、写作和翻译能力；能在特定的行业岗位第一线用英语从事基本的服务和管理工作。	模块一：常用专业词汇的理解； 模块二：职场常见工作话题的听、说； 模块三：描述行业工作、管理流程，反映职场感悟文章的阅读； 模块四：职场常见应用文写作； 模块五：专业相关行业主要典型工作	由既熟悉本专业基本知识又具有较好英语听说写能力的教师在设施完善的多媒体教室，采用启发式、任务驱动式、交际式、情境式、项目式等教学方法实施教学；采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核	Q1、Q2、Q3、Q4、K1、A2

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			过程的体验。	评价,突出对学生听、说能力的考核。	
2	综合素质拓展(含安全教育、健康教育、美育、中华优秀传统文化等)	<p>素质目标: 培养学生的安全意识,提升学生的审美和人文素养,养成良好的行为习惯。</p> <p>知识目标: 掌握中华优秀传统文化知识、美育知识、安全健康知识等。</p> <p>能力目标: 培养学生的表达能力、沟通能力、协作能力、自我保护能力等。</p>	<p>模块一:健康教育;</p> <p>模块二:安全健康;</p> <p>模块三:美育培养;</p> <p>模块四:中华优秀传统文化。</p>	采取参与式、体验式教学模式,通过课堂讲授、户外拓展、案例分析、情景模拟、小组讨论、角色扮演等多种教学方式,提高学生的综合素质;以辅导员为主,对综合素质的各项内容进行考核和评价,侧重过程性考核。	Q2、Q3、Q4、K1、A1
3	体育与健康(二)	<p>素质目标: 养成良好的健身习惯,学会通过体育活动调控情绪。</p> <p>知识目标: 掌握篮球、排球等专项体育知识,了解常见运动创伤的紧急处理方法。</p> <p>能力目标: 掌握1-2项运动技能,学会获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>每学期从以下兴趣项目中任选一项或多项训练:</p> <p>项目一:田径;</p> <p>项目二:篮球;</p> <p>项目三:排球;</p> <p>项目四:乒乓球;</p> <p>项目五:羽毛球;</p> <p>项目六:足球;</p> <p>项目七:体育舞蹈;</p> <p>项目八:武术。</p>	采取小群体学习式、发现式、技能掌握式、快乐体育、成功体育、主动体育等多种教学模式,注重发挥群体的积极功能,提高个体的学习动力和能力,激发学生的主动性、创造性;融合学生从业的职业特点,加强从业工作岗位所应具有的身体素质与相关职业素养的培养。以过程性考核为主,侧重对学生参与度与体育技能的考核。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q6 K1、A1

②公共素质任选课程

即全校公选课,每门课计20学时,1学分。第2-5学期,由学校根据有关文件规定,统一开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、中华优秀传统文化、美育、人口资源、海洋科学、管理等方面的任选课程,学生至少选修其中3门。

2. 专业（技能）课程

(1) 专业（技能）基础课程

表 11：市场营销专业（技能）基础课程开设一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	商品学基础	<p>素质目标：具有质量和安全责任意识，增强环保观念，养成认真、细致、严谨的工作作风。</p> <p>知识目标：理解商品的本质与属性，熟悉商品标准与标准化的内容，掌握商品分类、检验、养护的一般方法。</p> <p>能力目标：具备商品分类与管理能力，培养商品信息采集与质量分析能力。</p>	模块一：商品认知 模块二：商品了解与介绍 模块三：商品与环境 模块四：商品分类管理 模块五：商品质量管理 模块六：商品包装管理 模块七：商品的养护管理 模块八：商品标准 模块九：商品检验 模块十：商品认证 模块十一：商品消费 模块十二：假冒伪劣商品的识别	由具备商品学知识和教学能力的专业教师，通过案例教学、模拟演练、小组讨论等教学方法，利用多媒体教室，充分运用信息化教学手段实施教学，采取过程性考核与结果考核相结合的方式对学生学习成果进行考核与评价。	Q1、Q2、Q3、Q4 K3、K4 A1、A2、A3
2	经济法	<p>素质目标：树立法律意识，增强法制观念，培育依法经营、规范交易精神。</p> <p>知识目标：理解基本的经济法律、法规涵义，掌握企业法、公司法、合同法等主要经济法律法规内容，加强对我国现行的经济法律、法规的认识和理解。</p> <p>能力目标：学会运用经济法律、法规分析、解决工作中遇到的实际问题，具备企业管理工作的实际能力。</p>	模块一：经济法基础知识 模块二：公司法 模块三：企业法 模块四：破产法 模块五：合同法 模块六：证券法 模块七：票据法 模块八：市场运行法 模块九：劳动法 模块十：经济仲裁与经济司法	法律专业教师在多媒体教室，运用信息化教学手段，通过案例教学法、角色扮演法、情景模拟法、小组讨论法等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与结果考核相结合的考核评价方式。	Q1、Q2、Q3 K2、K3 A1、A2、A3
3		<p>素质目标：具有现代管理意识和素养，形成团结协作、</p>	项目一：管理活动与管理者	由管理学专业教师在多媒体教	

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
	●管理学原理	<p>分工合作的职业观念，具有对组织、企业负责的情感，积极向上的工作态度。</p> <p>知识目标：掌握管理学基本理论，弄清管理的基本原理和管理活动的性质、职能、流程，熟悉管理的一般方法和技巧。</p> <p>能力目标：能够对一般的管理活动与现象进行观察与分析；通过对管理原理的学习，形成系统思考、逻辑思维和灵活权变的能力；学会管理沟通，具备协调合作、组织实施的能力；具有一定创新与变革能力。</p>	<p>项目二：管理理论的发展演进</p> <p>项目三：决策</p> <p>项目四：计划</p> <p>项目五：组织</p> <p>项目六：领导</p> <p>项目七：激励</p> <p>项目八：沟通</p> <p>项目九：控制</p>	<p>室，运用信息化教学手段，通过案例教学法、角色扮演法、情景模拟法、小组讨论法等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与结果考核相结合的方式考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q8</p> <p>K1、K2、K3</p> <p>A1、A2、A3、A4、A5</p>
4	演讲与口才	<p>素质目标：培养学生乐观积极自信的自我认知习惯，养成良好的为人处事习惯；培养学生正确的价值观和良好的团队合作精神，培养学生良好的思辨习惯。</p> <p>知识目标：理解言语交际必备的心理素质、思维素质、应变能力及倾听素养；掌握有声语言、态势语言、社交语言、求职口才、即兴演讲、服务口才等贴近学生未来工作岗位与日常生活实践需要的言语口才基本技巧与方法。</p> <p>能力目标：具有一定语言组织能力；具备良好的语言表达能力；能在言语实践中正确使用演讲的基本技巧与方法，能分析评价自己、他人言语活动的优劣。</p>	<p>模块一：语言基础</p> <p>模块二：态势语言</p> <p>模块三：演讲概论</p> <p>模块四：职场口才</p>	<p>专业教师在多媒体教室，运用信息化教学手段，通过案例教学、角色扮演、情景模拟、即兴演讲、小组讨论法等教学、训练方法实施教学，采用标准化考核与阶段考核相结合，教师评价与学生评价相结合的多维考核体系。</p>	<p>Q1、Q2、Q4</p> <p>K1、K2、K3</p> <p>A1、A2、A3、A4、A5</p>
5		<p>素质目标：培养学生勤学好问、诚实、严谨、细心的学习态度，逐步树立运用统计参与管理的观念和意识。</p> <p>知识目标：掌握统计学基础知识，熟悉统计基本业务，弄清统计工作流程，学会统</p>	<p>项目一：统计概述</p> <p>项目二：统计调查</p> <p>项目三：数据收集</p> <p>项目四：统计汇总</p>	<p>教师在多媒体教室以任务驱动方式，采用理论讲授、案例分析、学生实践、小组讨论等教学方法展开教学，要求学生做学结合、</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4</p> <p>K1、K2</p> <p>A1、A2、A3</p>

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
	统计学原理	<p>计分析方法。</p> <p>能力目标: 具备一定沟通能力和统计调查能力;具备一定的分析和运用统计方法解决后续课程和营销工作中实际问题的能力。</p>	<p>项目五: 统计表和统计图</p> <p>项目六: 静态指标分析</p> <p>项目七: 动态数列分析</p> <p>项目八: 统计指数</p>	<p>边学边做, 以培养、提高学生分析和解决统计问题的实际操作能力。对学生学习成果采取过程性考核与结果考核相结合的方式进行考核评价。</p>	
6	形象礼仪	<p>素质目标: 培养学生礼仪、礼节意识, 加强礼仪修养, 养成良好礼仪习惯, 提高学生行为的规范性和自律性。</p> <p>知识目标: 掌握形象礼仪基本知识, 理解商务活动中形象、礼仪的基本原则和规范, 熟悉商务活动中的礼仪要求。</p> <p>能力目标: 培养形象礼仪认知能力, 增强人际沟通和交往能力, 提高商务交流的应变能力。</p>	<p>项目一: 个人形象礼仪</p> <p>项目二: 会面礼仪</p> <p>项目三: 通信礼仪</p> <p>项目四: 交谈礼仪</p> <p>项目五: 宴请礼仪</p> <p>项目六: 职场礼仪</p>	<p>教师在多媒体教室以任务驱动方式, 采用案例分析、角色扮演、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法, 融“教、学、练、做”为一体展开教学。对学生学习成果采取过程性考核与结果考核相结合的方式进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4</p> <p>K1、K2</p> <p>K7</p> <p>A1、A2、A3、A4</p>
7	办公自动化与速记	<p>素质目标: 具备一定的办公文化修养; 有较强逻辑思维, 培养认真、细致、严谨工作作风; 具有良好的团队协作精神。</p> <p>知识目标: 熟悉文字处理软件的基本知识; 熟悉电子表格软件基本知识; 熟练掌握文稿的高级编排、样式目录制作方法; 熟悉常用工具软件在办公中的应用。</p> <p>能力目标: 具有良好的计算机实际应用能力; 具备较强的文字处理、报表打印、图形编辑、表格处理、演示文稿制作等技术能力。</p>	<p>项目一: 办公中的文档处理及应用</p> <p>项目二: 办公中的表格制作及应用</p> <p>项目三: 办公中的数据处理及应用</p> <p>项目四: 办公中的演示文稿制作及应用</p> <p>项目五: 办公中的Outlook应用</p>	<p>专业教师在实训机房, 采用理论讲授、案例教学、实践操作、小组讨论法等教学、训练方法实施教学, 采用标准化考核与阶段考核相结合, 教师评价与学生评价相结合的多维考核体系。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4</p> <p>K1、</p> <p>A1、A2、A3</p>
8	销售管理	<p>素质目标: 培养认真细致、诚实守信、吃苦耐劳的良好品质; 具有良好的团队协作精神; 具备良好的职业道</p>	<p>项目一: 销售经理的训练</p> <p>项目二: 绩效管理</p>	<p>专业教师在多媒体教室采用“任务驱动、理实一体”的教学模式,</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8</p>

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		<p>德素养：强化安全意识与质量意识；养成善于分析、不断进取的良好习惯。</p> <p>知识目标：掌握销售管理基本理论；弄清销售流程及规划设计；理解销售管理原理及要求；掌握销售管理一般方法。</p> <p>能力目标：具备销售计划、组织、实施、控制能力；具备客户分析和管理能力；具有不断学习持续发展能力。</p>	<p>项目三：团队管理</p> <p>项目四：客户管理</p> <p>项目五：销售管理技能实训</p>	<p>运用案例分析、角色扮演、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。</p>	<p>K1、K2、K3、K6、K9、K10 A1、A2、A3、A4、A5、A10、A11</p>
9	消费心理与行为	<p>素质目标：树立顾客至上理念，强化职业道德；养成客观公正、实事求是的工作作风；培养团队精神，强化团队协作意识。</p> <p>知识目标：理解消费心理与行为相关概念，掌握不同消费个体与群体消费心理与行为特征及分析方法，熟悉消费心理与行为影响因素，弄清消费者心理与行为规律。</p> <p>能力目标：具备消费心理与行为调查能力；具有消费者消费心理与行为观察、判断和分析能力；能运用相关原理、方法解决消费者购买问题。</p>	<p>项目一：认识消费心理学</p> <p>项目二：走进消费者内心世界</p> <p>项目三：探知消费者个性心理</p> <p>项目四：揭示消费者购买过程中的复杂心理活动</p> <p>项目五：把握文化、习俗、时尚对消费心理的影响</p> <p>项目六：区分不同群体的消费心理</p> <p>项目七：摸准商品价格脉搏实现利益最大化</p> <p>项目八：追求卓越产品赢得顾客之心</p> <p>项目九：做好商业广告实现双赢</p> <p>项目十：改善消费环境让顾客满意</p> <p>项目十一：巧妙沟通消除消费障碍</p>	<p>专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用案例分析、角色扮演、情景模拟、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4、Q7 K1、K3、K5 A1、A2、A3、A4</p>

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			项目十二：消费心理学的发展方兴未艾		
10	客户服务与管理	<p>素质目标：树立客户至上的理念；诚实守信，具有强烈社会责任感、良好职业道德；养成认真、细致、严谨的工作作风；具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：理解客户关系管理的涵义及内容；掌握客户关系管理的原理及方法；熟悉客户服务与管理工具及技术。</p> <p>能力目标：具备客户信息采集能力；具有客户需求分析能力；具备客户沟通能力；具备客户服务与管理能力。</p>	项目一：客户服务、客户管理理念导入 项目二：客户资料管理项目三：客户细分 项目四：客户价值 项目五：客户满意、客户忠诚 项目六：管理服务理论与技能 项目七：客户服务能力建设 项目八：客服中心 项目九：CRM软件	专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用案例分析、角色扮演、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5 K1、K2、K3、K5 A1、A2、A3、A4、A10
11	广告实务	<p>素质目标：树立较强的品牌战略意识和市场推广理念；具有良好的职业道德和高度的敬业精神；具有良好的文化素养。</p> <p>知识目标：理解广告与广告活动的性质与功能；熟悉和掌握市场营销与广告运作的基本规则；熟悉和掌握各种广告的表现方式及其特点；掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法。</p> <p>能力目标：具备较强的逻辑思维和语言文字表达能力；能准确理解广告策划方案，充分体现客户意图和创意概念；能识别各种媒介的优缺点，较好地选择合适的广告传播途径；能敏锐地捕捉</p>	项目一：认知广告基础工作 项目二：广告调研 项目三：广告创意 项目四：组合广告媒体 项目五：撰写广告文案 项目六：测评广告效果 项目七：规范广告运作	专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用案例教学、情景模拟、操作演练、课堂讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程考核与结果考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q6 K1、K2、K3 A1、A2、A3、A4

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		广告的重要信息，并有效地表达出来。			
12	品牌管理	<p>素质目标： 树立品牌意识，提升品牌文化素养；培养吃苦耐劳精神和团队合作意识；遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守。</p> <p>知识目标： 熟悉品牌管理基本理论和基础知识；掌握品牌塑造、维护、发展、创新的原理、策略和方法。</p> <p>能力目标： 能针对具体产品进行品牌定位；能针对具体的品牌分析出其品牌形象和品牌文化；能及时不断地进行品牌维护；能进行一般的品牌危机处理。</p>	项目一：品牌管理概述 项目二：品牌内涵 项目三：品牌设计 项目四：品牌定位 项目五：品牌特征 项目六：品牌文化 项目七：品牌传播 项目八：品牌体验	专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用理论讲授、案例分析、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7 K1、K3 A1、A2、A3、A4、A5
13	物流管理实务	<p>素质目标： 具有认真、严谨的工作态度和良好的团队合作精神；具有安全意识与质量意识，养成善于分析、不断进取、规范操作的良好习惯；诚实守信，具有强烈社会责任感、良好职业道德。</p> <p>知识目标： 掌握物流管理基本理论和基础知识；理解物流管理基本原理；熟悉现代物流管理技术与方法。</p> <p>能力目标： 学会物流成本核算和分析方法；能进行物流路线设计和运输方式选择；能进行基本的物流运营管理。</p>	项目一：认识物流管理和物流职场分析 项目二：物流运输和运输方式选择 项目三：仓储管理和出入库操作 项目四：物流配送和配送中心管理 项目五：装卸包装与流通加工 项目六：物流信息 项目七：国际物流 项目八：第三方物流与第四方物流	专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用理论讲授、案例分析、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4 K1、K3 A1、A2、A3、A4
14	●国际贸易实务	<p>素质目标： 具有国际合作意识，遵守国际贸易惯例，诚实守信，具有安全意识与质量意识。</p> <p>知识目标： 熟悉国际贸易业务基本流程；熟悉常用的贸</p>	项目一：国际贸易业务流程 项目二：贸易术语 项目三：国际运输与保险	专业教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用理论讲授、案例分析、动手操作、小组讨论等	Q1、Q2、Q3、Q4、A7 K1、K3 A1、A2、

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		易术语；掌握国际贸易业务基本操作方法。 能力目标： 具备国际贸易规则认知能力；能进行简单价格计算；具有基本的国际商务谈判能力；具备基本国际贸易业务操作能力。	项目四：国际货款结算项目五：交易磋商 项目六：合同订立 项目七：合同履行	教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	A3、A4、A5

(2) 专业（技能）核心课程

表 12：市场营销专业（技能）核心课程开设一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	▲●市场营销学	素质目标： 培养诚实、守信、吃苦耐劳的品德；养成善于动脑、勤于动手，及时发现并解决问题的习惯；具有客户服务意识；具有团队合作精神。 知识目标： 掌握市场营销基本理论；理解营销基本规则与要求；熟悉营销主要策略；掌握营销新技术、新方法。 能力目标： 具有较强的市场观察能力；具备一定的市场分析能力；具备较强的营销活动策划与执行能力；具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。	项目一：认识市场营销项目二：寻找市场机会 项目三：确定目标市场 项目四：制定营销策略 项目五：撰写商业活动计划书	配备专职教师和兼职教师，在多媒体教室和校内实训场所，运用信息化教学手段，根据“教、学、做合一”的原则，采用理论讲授、案例分析、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8 K1、K2、K3、K9、K10 A1、A2、A3、A4、A5
2	▲市场调查	素质目标： 培养认真细致、严谨态度；培养诚实守信、吃苦耐劳精神；养成善于分析、不断进取、规范操作的良好习惯。 知识目标： 掌握基本的市场调查理论知识；弄清市场调查流程与要求；掌握市场调查一般方法；掌握市场调查问卷设计与调查报告撰写方法与要求。 能力目标： 具有交流沟通能力；具有市场分析能力；具有信息收集处理能力；具有调研报告撰写与口头汇报能力。	项目一：认识市场调查工作 项目二：制定市场调查方案 项目三：组织实施市场调查 项目四：形成市场调查结果 项目五：撰写市场调查报告	专业教师在多媒体教室和校内实训场所，运用信息化教学手段，根据“教、学、做合一”的原则，采用理论讲授、案例分析、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1、Q2、Q3、Q4 K1、K8 A1、A2、A3、A6

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
3	▲商务谈判	<p>素质目标：培养顾全大局观念；有认真、严谨的工作态度；有较强集体意识和团队合作精神；诚实守信，有较强的契约精神。</p> <p>知识目标：理解商务谈判原则与要求；掌握商务谈判要领；熟悉商务谈判策略；掌握商务谈判方法与技巧。</p> <p>能力目标：具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备良好的团队协作能力；有较强的观察能力和分析问题的能力；有较强的应变能力和处理问题的能力。</p>	<p>项目一：初识商务谈判</p> <p>项目二：商务谈判准备</p> <p>项目三：商务谈判开局</p> <p>项目四：商务谈判磋商</p> <p>项目五：商务谈判终结</p> <p>项目六：商务谈判签约</p> <p>项目七：了解国际商务谈判</p>	<p>专业教师在多媒体教室和校内实训室，运用信息化教学手段，根据“教、学、练、做”一体的原则，采用理论讲授、案例分析、角色扮演、情景模拟、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4</p> <p>K1、K2、K3、K8</p> <p>A1、A2、A3、A4、A8</p>
4	▲推销技术	<p>素质目标：具有客户至上意识；诚实守信，具有强烈社会责任感、良好职业道德；养成认真、细致、严谨的工作作风；具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：熟悉推销洽谈程序；掌握推销人员基本礼仪；掌握寻找客户的步骤及方法；掌握介绍与展示产品的原则、方法及注意事项；掌握各种成交方法。</p> <p>能力目标：具有较强的客户判断、分析能力；具有较强的沟通能力；能识别成交信号并适时成交；能处理客户异议。</p>	<p>项目一：推销准备</p> <p>项目二：寻找目标顾客</p> <p>项目三：推销约见与接近</p> <p>项目四：推销洽谈</p> <p>项目五：推销管理</p>	<p>专业教师在多媒体教室和校内实训室，运用信息化教学手段，根据“教、学、练、做”一体的原则，采用理论讲授、案例分析、角色扮演、情景模拟、现场演练、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4、A7</p> <p>K1、K2、K5、K9、K10</p> <p>A1、A2、A3、A4、A5、A7、A8、A9、A10</p>
5	▲市场营销策划	<p>素质目标：有科学严谨的工作态度；养成认真、细致的工作作风；有努力钻研、敢于创新精神；有团队协作精神。</p> <p>知识目标：掌握营销策划基本理论与知识；熟悉营销策划流程与策略、方法；</p>	<p>项目一：市场营销策划导论</p> <p>项目二：营销策划的流程与文案</p> <p>项目三：营销策划方法策略</p> <p>项目四：营销策划应用与创新</p>	<p>专业教师在多媒体教室和实训机房，运用信息化教学手段，根据“教、学、练、做”一体的原则，采用理论讲授、案例分析、操作演练、小组讨论</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4</p> <p>K1、K2、K9、K10</p> <p>A1、A2、A3、A4、A6、A7、A11</p>

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		掌握策划文案的结构与撰写要求。 能力目标: 能进行市场环境分析;有一定的市场调研能力;能进行综合营销策略制定;能制定综合营销方案。		等教学方法实施教学,对学生学习成果采取过程性考核与终结性考核相结合的方式进行考核评价。	
6	▲●网络营销	素质目标: 培养学生具有信息素养、工匠精神、创新思维等职业素养。 知识目标: 掌握关于网络营销的知识、概念、定义和原理,建立良好的网络营销分析框架。 能力目标: 能对具体企业的网络营销业务提出系统的解决方案。	模块一:网络营销实务引导 模块二:网络营销市场定位 模块三:网络营销平台建设 模块四:网络产品在线推广 模块五:网络产品移动推广 模块六:网络营销推广方案策划与实施 模块七:网络营销效果评估与优化	本课程实践性强,适合以任务驱动,翻转课堂为主的空间教学方法,教学时空由封闭变开放。进行作业布置、批阅和测试。学生可以随时去云课堂下载训练任务,更能提高学生作业质量和教学质量。采取过程性考核与终结性考核相结合的考核评价方式。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8 K1、K2、K3、K4、K6、K10 A1、A2、A3、A4、A5、A9 A10、A11

(3) 集中实践课程

表 13: 市场营销专业(技能)集中实践课程开设一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	市场营销技能竞赛系统实训	素质目标: 培养竞争与团队合作意识;养成善于动脑、勤于思考、及时发现并解决问题的习惯;有科学严谨的态度;有勇于进取和敢于创新的精神。 知识目标: 熟悉企业营销管理基本内容和流程;掌握营销环境分析、市场需求分析、产品分析、竞争分析等分析方法;熟悉直销、批发和零售策略;掌握财务分析和财务预算方法。 能力目标: 有较强市场分析能力;能综合运用营销组合策略,并组织实施;会进行财务分析和财务预算;能对企业运营进行绩效评价。	模块一:熟悉系统软件 模块二:营销渠道运用训练 模块三:企业运营训练 模块四:营销策略制定、实施训练 模块五:财务分析训练 模块六:市场综合分析训练 模块八:绩效评价训练	由专业教师在实训机房根据“教、学、做”合一的原则,主要采用项目教学,任务驱动法,演示法等教学方法,分“接受任务——自主学习——操作示范——同步实践——总结提高”五步实施教学。采取过程性考核与终结性考核相结合的方式对学生学习成果进行综合评定。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q8 K1、K2、K3、K4、K5、K8、A1、A2、A3、A4、A6、A7、A10、A11

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
2	跟岗实习	<p>素质目标: 培养诚实守信, 遵守规范的职业道德; 有能吃苦、努力钻研精神; 有认真、负责和严谨的工作态度; 具有团队精神和创新精神。</p> <p>知识目标: 熟悉企业文化和企业管理制度; 熟悉工作任务和操作规程; 理解营销理论、知识与实践运用的关系; 掌握营销业务与管理实践知识。</p> <p>能力目标: 具备知识移植能力; 具备人际沟通、协作的能力; 具备市场调查、产品推销、活动策划、客户服务与管理等职业能力。</p>	<p>项目一: 了解跟岗实习企业概况、组织机构、规章制度;</p> <p>项目二: 熟悉跟岗实习企业的主要业务、工作流程</p> <p>项目三: 市场调研计划与实施</p> <p>项目四: 营销策略分析与制定</p> <p>项目五: 客户接近与洽谈</p> <p>项目六: 成交与签约</p> <p>项目七: 客户服务与管理</p> <p>项目八: 总结与实习报告撰写</p>	在实习企业由学校与企业指导老师引导, 根据实习岗位工作任务内容与要求开展实习, 采取过程性考核与终结性考核相结合的方式对学生实习成绩进行综合评定。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8 K1、K2、K3 A1、A2、A3、A4、A5、A6、A7、A8、A10、A11
3	专业综合实训	<p>素质目标: 培养诚实守信, 遵守规范的职业道德; 具有竞争与团队合作意识; 有吃苦耐劳、努力钻研敢于创新精神; 有认真、严谨的工作态度。</p> <p>知识目标: 理解市场营销学基本概念; 掌握市场营销基本理论; 弄清市场营销基本原理; 掌握市场营销管理过程、基本策略和基本方法。</p> <p>能力目标: 具有信息采集能力、商务数据分析能力、贸易洽谈与沟通能力、营销策划能力、产品推销能力、新媒体营销手段应用能力等。</p>	<p>模块一: 信息采集</p> <p>模块二: 商务谈判</p> <p>模块三: 营销策划</p> <p>模块四: 产品推销</p> <p>模块五: 新媒体营销手段应用</p>	由专业教师在多媒体教室和实训机房, 根据“教、学、做”合一的原则, 采用“任务驱动, 项目教学”模式, 运用案例教学法、角色扮演法、情景模拟法、现场演练法、小组讨论法等教学方法实施教学, 采取过程性考核与终结性考核相结合的方式对学生学习成果进行综合评定。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8 K1、K2、K3、K4、K5、K6、K7、K8、K9、K10 A1、A2、A3、A4、A5、A6、A7、A8、A9、A10、A11
4	毕业设计	<p>素质目标: 具有科学严谨的工作态度; 养成认真、细致的工作作风; 具有努力钻研、敢于创新精神。</p> <p>知识目标: 较系统掌握市场营销基础知识; 熟悉毕业设计流程与要求; 掌握方案设计原理与方法; 熟悉文本编辑方法与要求。</p>	<p>环节一: 选题方法与要求</p> <p>环节二: 开题</p> <p>环节三: 设计实施</p> <p>环节四: 作品撰写</p> <p>环节五: 毕业设计答辩</p>	在校内安排《专业综合实训》, 校外通过《跟岗实习》及暑期社会实践, 由指导教师通过微信QQ、电话、面谈等方式, 启发、引导学生完成毕	Q1、Q2、Q3、Q4 K1、K2、K3 A1、A2、

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能力目标: 具有一定信息采集、资料整理、归纳总结能力;具有一定的市场分析能力;具有一定的营销策划能力;具备一定方案设计能力;具备较好的文本编辑能力。		业设计和文稿撰写。采取过程评价、成果质量评价和答辩评价相结合的方式对学生设计作品水平与质量及学生成绩进行综合评定。	A3
5	顶岗实习	素质目标: 具有良好的客户服务意识和顾客至上的理念;具有良好的团队合作意识;培养市场风险规避意识和质量意识;培养吃苦耐劳、爱岗敬业精神;养成科学严谨的工作态度;具备一定的组织管理和开拓进取的创业素质。 知识目标: 理解企业文化内涵;熟悉企业规章制度;掌握市场营销专业应用知识;掌握市场营销专业方法知识。 能力目标: 具备从事市场营销职业必备的专业能力、方法能力、社会能力。	项目一: 顶岗实习教育 项目二: 企业实践 项目三: 实习总结	在学校与企业指导教师共同指导下,采取集中实习与分散实习相结合方式,在实习企业实际工作岗位,根据岗位任职要求和企业规定的操作流程实施实习,对实习成绩采取过程考核与结果考核相结合方式进行综合评定。	Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q7、Q8 K1、K2、K3 A1、A2、A3、A4、A5

(4) 专业(技能)拓展课程

①专业(技能)限选课程

表 14: 市场营销专业(技能)限选课程开设表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格	备注
1	●新媒体平台内容创业	素质目标: 具有良好的团队合作意识和良好的人际关系;具有良好的沟通意识和高度的责任感;具有较强的质量意识和市场意识,有较强的事业心,爱岗敬业。 知识目标: 掌握内容创业的基本概念、特点、要素、趋势;熟悉内容创业的主要	项目一: 新媒体平台内容创业—概念篇 项目二: 新媒体平台内容创业—案例篇 项目三: 新媒体平台内容创业—平台篇 项目四: 新媒体平台内容创业—形态篇 项目五: 新媒体平台内容创业	由专业教师在实训机房根据“教、学、做”合一的原则,主要采用项目教学,任务驱动法,演示法等教学方法,分“接受任务——自主学习——操作示范——同步实践——总结提高”五步实施教学。采取过	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7、Q8 K1、K2、K3、K10 A1、A2、A3、A4、A5	

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格	备注
		<p>形态和主流技术；熟悉内容创业团队的组建的流程、组织架构和运营管理模式；熟悉各个新媒体平台的运行机制、规则和主要运营方法。</p> <p>能力目标：具备运用大数据对内容创业领域进行精准定位的能力；具备不同形态的内容制作能力；具备运用各种新技术推广内容的能力；具备内容运营能力；具备内容创业团队的管理能力。</p>	<p>一技术篇 项目六：新媒体平台内容创业 一运营篇</p>	<p>程性考核与终结性考核相结合的方式对学生学习成果进行综合评定。</p>		
2	基础会计	<p>素质目标：具有良好职业道德和敬业精神；有自主学习会计新知识素质和终身学习精神；养成认真、细致、严谨的工作作风；具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：熟悉会计工作的一般流程，理解会计要素、会计等式和复式记账法的基本原理，掌握填制和审核会计凭证、登记账簿和编制会计报表的方法。</p> <p>能力目标：具有从事会计工作基本的监督能力；能够完成从填制和审核会计凭证、设置和登记账簿、编制报表的一系列会计工作流程；能够进行简单的财产清查工作和错账查找工作；能够进行简单财务数据分析工作。</p>	<p>模块一：建帐 模块二：填制和审核原始凭证 模块三：填制和审核记账凭证 模块四：核算具体经济业务 模块五：登记会计账簿 模块六：编制会计报表</p>	<p>教师在多媒体教室运用信息化教学手段，采用理论讲授、案例分析、动手操作、小组讨论等教学方法实施教学，对学生学习成果以核心能力考核为核心，以形成性考核为主，结合过程考核的方式进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4 K1、A1、A2、A3、A4</p>	

②专业（技能）任选课程

表 15: 市场营销专业（技能）任选课程开设表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格	备注
1	茶艺	<p>素质目标：具有规则意识；具有良好的职业素养和气质；具有团队合作意识；具有良好的身体素质和心理素质。</p> <p>知识目标：掌握主要的茶文化知识；掌握茶具分类与组合知识；掌握品茗用水与茶保健知识；掌握常见茶类冲泡方法。</p> <p>能力目标：能够分辨六大茶类；能够根据不同茶叶选择相应的冲泡和品饮茶具；能进行我国主要茶类的冲泡和品饮；能向客人介绍茶的起源、发展和相关故事传说；能够进行席间茶水、茶点服务。</p>	<p>项目一：茶叶分类与识别</p> <p>项目二：茶具分类与组合</p> <p>项目三：品茗用水与茶保健</p> <p>项目四：常见茶类冲泡技艺</p>	<p>由专业教师在茶艺室根据“教、学、做”合一的原则，主要采用理论讲授、小组讨论、演示法等教学方法实施教学，采取过程性考核与终结性考核相结合的方式对学生学习成果进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4、Q6、Q7</p> <p>K1、K2</p> <p>A1、A2、A3、A4</p>	<p>学生根据兴趣爱好，从中任选1门课程学习。</p>
2	摄影与摄像	<p>素质目标：具有一定的审美和人文素养；提升影像文化素养和艺术修养；具有良好的身体素质和心理素质。</p> <p>知识目标：掌握摄影摄像基础知识，熟悉摄影摄像常用设备的基本运用；掌握摄影和摄像操作的基本技术和技巧；掌握不同题材的摄影技巧。</p> <p>能力目标：具有自行画面构图能力；具有不同题材的摄像设计能力；具有较强的想象力和创造力。</p>	<p>项目一：初步认识摄影</p> <p>项目二：数码相机的结构、性能与使用</p> <p>项目三：摄影与摄像技术技法</p> <p>项目四：光的特性及其造型作用</p> <p>项目五：摄影摄像构图</p> <p>项目六：数码图像后期处理</p> <p>项目七：常见题材拍摄</p> <p>项目八：摄影摄像作品赏析</p>	<p>由专业教师在多媒体教室和拍摄现场，根据“教、学、做”合一的原则，主要采用理论讲授、演示法、现场操作等教学方法实施教学，采取过程性考核与终结性考核相结合的方式对学生学习成果进行考核评价。</p>	<p>Q1、Q2、Q3、Q4、Q6</p> <p>K1、K3</p> <p>A1、A2、A3、A5</p>	

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	支撑的培养规格	备注
3	人力资源管理	<p>素质目标：具有一定的人文素养；具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、无私奉献精神；具有社会责任感和社会参与意识。</p> <p>知识目标：掌握人力资源管理基本概念及理论；掌握人力资源规划内容、程序、方法；掌握人力资源工作分析、绩效考核、薪酬与福利管理的内容、程序与方法。</p> <p>能力目标：具有较强的语言、文字表达能力与沟通能力；能运用人力资源管理知识、原理和方法分析和解决人力资源管理实际问题；</p>	项目一：概论 项目二：职务分析 项目三：人力资源战略规划 项目四：员工的选聘和任用 项目五：人力资源培训与开发 项目六：人力资源绩效考评 项目七：人力资源薪酬管理 项目八：职业生涯规划	教师在多媒体教室以任务驱动方式，采用理论讲授、案例分析、角色扮演、小组讨论等教学方法展开教学。对学生学习成果采取过程性考核与结果考核相结合的方式进行考核评价	Q1、Q2、Q3、Q4、Q7 K1、K2 A1、A2、A3、A4、A5	

说明：“●”标记表示专业群共享课程，“▲”标记表示专业核心课程，“★”标记表示职业技能等级证书课证融通课程，“※”标记表示企业（订单）课程。

七、教学时间安排表

表 16：市场营销专业教学时间安排表

学年	学期	总周数	学期周数分配									机动	复习考试
			时序教学	周序教学									
				军事教育	专项实训	综合实训	毕业设计	认识实习	跟岗实习	顶岗实习			
第一学年	1	20	16	2							1	1	
	2	20	18								1	1	
	2.3	1			1								
第二学年	3	20	16		2						1	1	
	3.4	1			1								
	4	20	14						4		1	1	
第三学年	5	20	10			4	4				1	1	
	5.6	4								4			
	6	20								20			
合计		126	74	2	4	4	4		4	24	5	5	

八、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

见附录 1。

(二) 集中实践教学安排

表 17: 市场营销专业集中实践教学环节安排表

课程性质	实践(实训)名称	开设学期	周数	备注
公共基础实践	“基础”社会实践	2.3	1	
	“概论”社会实践	3.4	1	
专业(技能)实践	市场营销技能竞赛系统实训	3	2	
	跟岗实习	4	4	
	专业综合实训	5	4	
	毕业设计	5	4	
	顶岗实习	5.6、6	24	
合计			40	

(三) 教学执行计划

表 18: 市场营销专业教学执行计划表

周 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	▲	▲	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	※
2	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	※
2.3	◇																			
3	◎	◎	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	※
3.4	◇																			
4	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	§	§	§	§	◎	※
5	■	■	■	■	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	□	□	□	□	◎	※
5.6	●	●	●	●																
6	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

备注: 1. 每周的教学任务用符号表示;

2. 各符号表示的含义如下: (1)军事教育▲; (2)时序教学★; (3)专项实训◎; (4)综合实训■; (5)毕业设计□; (6)认识实习△; (7)跟岗实习§; (8)顶岗实习●; (9)考试※; (10)假期&。
(11)机动◎; (12)社会实践◇。

（四）学时、学分分配

表 19: 市场营销专业教学学时、学分分配与分析表

课程性质		学分	学时			
			总学时	理论学时	实践学时	
公共基础课程	必修课程	32	622	352	270	
	选修课程	限选课程	9.5	154	88	
		任选课程	3	60	20	
专业（技能）课程	必修课程	专业(技能)基础课程	37	590	166	
		专业(技能)核心课程	23	352	124	
		集中实践课程	34	952	952	
	选修课程	限选课程	5	78	24	
		任选课程	2	28	14	
合计		145.5	2836	1178	1658	
学时比例分析	课程性质	学时小计	比例	课程性质	学时小计	比例
	公共基础课程	836	29.5	专业(技能)课程	2000	70.5
	必修课	2516	88.7	选修课	320	11.3
	理论课时	1178	41.5	实践课时	1658	58.5
	课内课时	1828	64.5	集中实践课时	1008	35.5

九、实施保障

（一）师资配置

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专任教师比例不低于 70%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、背景，形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人

实行“双专业带头人”制，即 1 名校内专业教师，1 名掌握前沿技术和关键技术、具有行业影响的现场专家作为专业带头人。专业带头人要能把握本专业发展动态，有较强的教学和实践能力。

3. 专任教师

专任教师在专业建设中发挥中坚作用、满足教学需要、相对稳定、资源共享的专业骨干教师队伍。专业骨干教师具有高校教师资格证和双师素质，有较强的教育教学研究能力，能主讲 2 门及以上专业课程，至少帮带 1 名青年教师成长。

4. 兼职教师

兼职教师队伍配置要求：分校内兼职教师和企业兼职教师两类。校内兼职教师由专业背景与本专业相适应的教师组成。校外兼职教师通过建立健全校企共建教师队伍机制，聘用有实践经验的行业专家、企业工程技术人员、高技能人才和社会能工巧匠担任，建立兼职教师库，实行动态更新。

表 20: 市场营销专业教学团队一览表

专任教师结构									兼职教师
类别			职称			学历			
专业带头人	骨干教师	“双师”教师	高级职称	中级职称	初级职称	博士	硕士	本科	
1	8	6	4	3	1		3	5	6

表 21: 市场营销专业师资配置要求一览表

序号	课程名称	教师要求		
		专职/兼职数量	学历/职称	能力素质
1	市场营销学	1/1	本科/初级	具备系统的市场营销理论知识,丰富的营销管理实务经验,掌握大量的市场营销案例,善于理论联系实际。
2	市场调查	1/1	本科/初级	熟练掌握市场调查方案设计、市场调查的主要方法、抽样调查技术、文案调查法、调查数据处理、调查资料分析、预测分析、消费者市场分析、竞争者分析、品牌分析、营销战略与战术分析、营销战略方法分析、市场营销策划分析、以及计算机在市场调查与分析中的应用等方面的知识、方法和技术。
3	推销技术	1/1	本科/中级	熟悉推销模式、推销礼仪、推销接近、推销洽谈、异议处理以及促进成交等各个工作过程中的原则、策略、方法和技巧,并进行大量的案例分析和情景模拟。
4	商务谈判	1/0	本科/中级	熟悉和理解商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略,掌握基本的谈判方法、技巧及其沟通艺术,形成自己的沟通与谈判风格,详细了解分析案例,解决现实问题,能平衡处理谈判过程中遇到的错综复杂的风险、策略、利益关系等。
5	市场营销策划	1/1	本科/中级	1、营销策划程序和营销策划的方法。 2、营销策划的主题和营销策划的环境分析。 3 企业营销的 SWOT 分析。 4、营销策划书的撰写程序和撰写技巧。
6	客户服务与管理	1/1	本科/初级	熟练掌握销售人员评估和检验其销售的方法、信息系统及客户服务工作的有效性。理解有关一线销售、客户服务的方法。
7	广告实务	1/0	本科/中级	熟悉广告学基本理论与原理,熟练掌握广告设计、实施方法,熟悉广告文案撰写。

序号	课程名称	教师要求		
		专职/兼职数量	学历/职称	能力素质
8	网络营销	1/1	本科/中级	熟悉网络营销的概念、特征、功能以及网络营销的商务模式，并能对网络市场调查的基本方法、网络市场细分的研究步骤，网络营销目标市场定位策略、网络营销策略以及常见的网络促销方式进行专项讲解。
9	专业综合实训	6/2	本科/中级	熟练掌握市场营销综合知识与训练技能。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室配置要求

表 22：市场营销专业校内实训室配置要求

序号	实训室名称	主要实训项目	配置要求		服务课程
			主要设备/仪器	人数/工位	
1	商贸实训室	产品推销实训、商务谈判实训	实训用消费品、商品货架、谈判桌、多媒体、电脑	45/50	推销技术、商务谈判
3	大学生创业实训中心	学生创业实战演练	创业实训软件、多媒体、电脑	45/50	新媒体内容平台创业
4	市场营销综合实训室	市场调查实训、营销策划实训、网络营销实训、营销专业综合实训	市场营销技能竞赛实训软件、电脑、多媒体	45/50	市场营销学、市场调查、市场营销策划、网络营销、市场营销技能竞赛、专业综合实训

3. 校外实习实训基地基本要求

建设多个稳定的校外实习实训基地，能够开展市场营销专业相关实训活动，能提供推销员、促销员、市场调查专员、销售代表、客服代表等实习岗位，能够配备相应数量的指导教师对学生进行指导与管理，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 23: 市场营销专业校外实习实训基地一览表

序号	实习基地名称	合作单位名称	主要实习(训)项目
1	娄底职院市场营销专业校企合作基地	娄底鑫福源商贸有限公司	产品推销实训
2	娄底职院市场营销专业校企合作基地	浙江中康厨具有限公司	市场营销策划实训、跟岗实习
3	娄底职院市场营销专业校企合作基地	湖南开拓中小企业服务有限公司	市场营销学实训、市场调查实训、市场营销专业技能实训

4. 信息化资源配置要求

首先应加强信息化资源的建设和开发,为信息资源的合理配置提供资源保障。其次是要建立一个统一的信息化资源管理平台,统一各种资源的运行条件和环境,要避免不同资源交叉应用中的不协调性和不兼容性。另外可以设置必要的网络资源导航,把无序的资源组织起来,有效资源合理分类,统一资源的出入口,以便更高效更快捷地利用资源。第三是要提高信息化资源的专业化和专业特色,一方面专业教师要充分利用好网络教学平台,投身于建设适合专业的教学资源,根据学生的不同需求,掌握学生的学习动态,增加网络交互,了解学生的需求,从而发挥资源在教学中的作用。另一方面专业教师要不断提高信息化技术水平,加大信息化资源的开发水平。同时还要加强信息化人才队伍建设,加强网络信息化基础设施建设。

(三) 教学资源

1. 教材选用基本要求

教材以国家规划教材、重点建设教材和校企双元建设教材为主,专业核心课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用,国家和省级规划目录中没有的教材,在职业院校教材信息库选用,优先选用活页式、工作手册式、智慧功能式新形态教材,充分关注行业最新动态,紧跟行业前沿技术,适时更新教材,原则上选用近三年出版的教材,不得以岗位培训教材取代专业课程教材,不得选用盗版、盗印教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,为师生查询、借阅提供方便。主要包括:有关市场营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书与文献。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库,种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学要求。

（四）教学方法

根据人才培养目标、课程特点、学生的文化水平和专业认知水平等实际情况进行分类施教、因材施教、按需施教，采用“任务驱动，理实一体，项目引领”教学模式，普及启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方式，运用信息化教学手段，广泛运用案例教学、情境模拟、角色扮演、现场演练、小组讨论等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

（五）学习评价

整体推进专业群评价模式改革，系统制定专业群人才培养质量评价标准，广泛吸收行业企业参与质量评价，积极探索第三方评价。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。对学生学业考核评价的内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。

根据课程类型与课程特点，采用笔试、操作、作品、报告、以证代考、以赛代考等多种评价模式，过程性考核与终结性考核相结合，突出对学生的人文素养、职业素养和专业技能的考核，加大过程考核和实践性考核所占的比重，构建企业、学生、教师、社会多元分类评价体系。各门课程的评价内容、评价标准与评价方式在课程标准中明确。

（六）质量管理

1. 健全教学质量监控管理制度，遵循国家标准与省级标准，根据专业人才培养目标与规格，完善包括专业教学标准、人才培养方案、课程标准、专业技能考核标准、毕业设计考核标准等的标准体系，并建立标准的检查评价机制。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，健全巡课、听课、评教、评学机制，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教学团队组织充分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。

十、毕业要求

1. 学习时间在规定修业年限内；
2. 学生思想政治表现、综合素质考核合格，体质健康达标；
3. 修完人才培养方案所有必修课程并取得126学分，完成选修课程规定学分19.5学分，其中专业选修课7学分，公共素质选修课12.5学分（公共任选课不低于3学分）；

4. 原则上需取得学校规定的通用能力证书和至少一项职业技能等级证书/职业资格证书。

附录：

1. 市场营销专业教学进程安排表
2. 市场营销专业人才培养方案制（修）订审核意见表

附录 1:

市场营销专业教学进程安排表

课程性质	课程名称	课程代码	课程类型	学分	学时			各学期周数分配									考核类别方式	备注	
					总学时	其中		第一学年			第二学年			第三学年					
						理论	实践	1	1.2	2	2.3	3	3.4	4	4.5	5			5.6
公共基础课程	军事教育	0088CT002	B	4	148	36	112	2W		4H		4H		4H		4H		②E	
	思想道德修养与法律基础(简称“基础”)	0888CT001	B	3	60	32	28			2	1W							②AF	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(简称“概论”)	0888CT010	B	4	76	48	28					3	1W					②AF	
	职业生涯规划	0888CT016	A		4	4		4H										②A	
	形势与政策	0888CT018	B	2.5	40	30	10	2×4		2×4		2×4		2×4		2×4		②A	
	心理健康教育	0888CI001	B	2	32	16	16	1		1								②A	
	创新创业基础	0888CT021	B	2	32	24	8			1		1						②A	
	高职英语	0588CI012	B	3.5	56	36	20	4										②A	#
	计算机基础及应用	0388CI002	B	3.5	56	28	28			4								②D	#
	大学语文	0988CI007	A	3.5	56	56		4										②A	#
	体育与健康(一)	0988CI010	B	2	30	10	20	2										②A	
	就业指导	0888CT015	A	1	16	16										1		②E	
	劳动教育	0888CT030	A	1	16	16		8H		8H								②E	
	公共基础小计					32	622	352	270	12		9		5		1		2	
公共素质拓展	限选课程	商贸英语	B	2	32	20	12			2								②A	
		体育与健康(二)	B	5.5	90	30	60			2		2		2				②A	

课程模块	综合素质拓展 (含安全教育、健康教育、美育、中华优秀传统文化等)	1866CT006	B	2	32	16	16	2×4	2×4	2×4	2×4								②E		
		公共素质限选小计			9.5	154	66	88	1	5	3	3									
	任选课程	全校公选课			3	60	40	20		由学校统一开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、中华优秀传统文化、美育、人口资源、海洋科学、管理等方面的任选课程，学生至少选修其中3门。											
	公共素质拓展小计			3	60	40	20														
	公共基础课程合计			44.5	836	458	378	13	14	8	4	1									
专业(技能)必修课程模块	专业(技能)基础模块	商品学基础	0606PI060	B	3	48	40	8	4										①A		
		管理学原理	0606PI058	B	3	48	40	8	4										①A	●	
		经济法	0606PI016	B	3	48	38	10	4										①A		
		统计学原理	0606PI046	B	3	48	40	8		4									②A		
		演讲与口才	0604PI001	B	2	32	16	16				2							②A		
		办公自动化与速记	0606PI062	B	2	32	16	16				2							②A		
		形象礼仪	0606PI063	B	2	32	16	16	2										②A		
		消费心理与行为	0606PI059	B	3	48	40	8						4					①A		
		客户服务与管理	0606PI009	B	3.5	56	44	12					4						①A		
		销售管理	0606PI035	B	3	48	38	10					4						①A		
		广告实务	0606PI054	B	3.5	56	28	28						4					①A		
		品牌管理	0606PI019	B	2	32	24	8					2						②A		
		物流管理实务	0606PI032	B	2	32	24	8							2				②A		

专业(技能)拓展课程模块	专业(技能)核心模块	国际贸易实务	0606PI056	B	2	30	20	10								2			①A	●	
		专业(技能)基础小计				37	590	424	166	14		4		4		10	12				
	专业(技能)集中实践模块	市场营销学	0606PI040	B	4	60	40	20			4									①A	▲●
		市场调查	0606PI047	B	4	60	40	20			4									①A	▲
		商务谈判	0606PI024	B	3.5	56	40	16				4								①A	▲
		推销技术	0606PI049	B	4	60	40	20				4								①A	▲
		市场营销策划	0606PI050	B	3.5	56	28	28					4							①A	▲
		网络营销	0606PI013	B	4	60	40	20						4						①A	▲●
		专业(技能)核心小计				23	352	228	124			8		8		8					
	专业(技能)集中实践模块	市场技能竞赛系统实训	0606PPS11	C	2	56		56				2W								②E	
		跟岗实习	0606PP001	C	4	112		112						4W						①E	
		专业综合实训	0606PP112	C	4	112		112							4W					①E	
		毕业设计	0606PPG01	C	4	112		112							4W					①E	
		顶岗实习	0606PPF02	C	20	560		560								4W	20W			①E	
	专业(技能)集中实践小计				34	952		952													
	专业(技能)必修合计				94	1894	652	1242	14		12		12		18	12					
	专业(技能)拓展课程模块	限选课程	新媒体平台内容创业	0666PI044	B	2	32	16	16							2				②A	●
			基础会计	0401PI051	B	3	48	40	8							4				②A	
			专业限选小计				5	78	54	24							6				
		任选课程	茶艺	0602PI025	B	2	28	14	14							2				②A	学生根据兴趣爱好,任选1门课程学习。
			摄影与摄像	0602PI024	B	2	28	14	14							2				②A	
			人力资源管理	0606PI064	B	2	28	14	14							2				②A	

	专业任选小计		2	28	14	14								2				
	专业（技能）拓展合计		7	106	68	38								8				
	专业（技能）课程合计		101	2000	720	1280	14		12		12		18	20				
	专业总计		145.5	2836	1178	1658	27		26		20		22	20				

说明：

1. 课程类型:A—纯理论课; B—理实一体课, C—纯实践(实训)课; 考核类别: ①考试、②考查; 考核方式: A 笔试、B 口试、C 操作考试、D 上机考试、E 综合评定、F 实习报告、G 作品/成果、H 以证代考、I 以赛代考。

2. “●”标记表示专业群共享课程, “▲”标记表示专业核心课程, “#”标记表示通用能力证书课证融通课程, “★”标记表示职业技能等级证书课证融通课程, “※”标记表示企业(订单)课程。

3. 按学期总周数实施全程教学的课程其学时用“周学时”表示, 对只实施阶段性教学的课程, 其学时按如下三种方法表示:

①时序课程以“周学时×周数”表示, 例如“4×7”表示该课程为每周4学时, 授课7周; ②周序课程学时以“周数”表示, 例如“2W”表示该课程连续安排2周; ③讲座型课程学时以“学时”表示, 例如“4H”表示该课程安排4学时的讲座。

附录 2:

专业人才培养方案制（修）订审核意见表

专业名称	市场营销		专业代码	630701
总课程数	47		总课时数	2836
公共基础课时比例	29.5%		选修课时比例	11.3%
实践课时比例	58.5%		毕业学分	145.5
制 (修) 订 团 队 成 员	姓名	职称	学历/学位	单位
	雷晚蓉	教授	本科	娄底职业技术学院
	陈志雄	讲师	本科	娄底职业技术学院
	刘卫国	副教授	硕士	娄底职业技术学院
	王宇芳	助教	本科	娄底职业技术学院
	吴海兵	经济师	本科	娄底鑫福源商贸有限公司
制 (修) 订 依 据	<p>1. 《高等职业学校市场营销专业教学标准》；</p> <p>2. 教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）；</p> <p>3. 教育部职成司《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）；</p> <p>4. 娄底职业技术学院《关于专业人才培养方案制订与实施的原则意见》及娄底职业技术学院《2019级专业人才培养方案范式》。</p>			
制 (修) 订 综 述	<p>一、修订主体</p> <p>经济管理学院市场营销专业教学团队。</p> <p>二、修订思路</p> <p>1、培养目标既符合行业或者区域经济发展需要，又与教育部或者行业教学指导委员会的提出的指导性意见相衔接。人才培养规格定位较准确，表述较清晰。方案基于当前市场营销现状和社会背景，根据本地区经济与社会发展对不同层次、不同规格、不同类型的专门人才的客观需求，将人才培养目标和规格定位在企事业单位生产、管理和服务第一线这种技能型的“蓝领”上是准确合理，适应社会需求的，也是符合当前职业教育特点的。</p> <p>2、职业岗位典型工作任务分析准确，根据典型工作进行的知识、能</p>			

力、素质结构分析完整、准确。针对市场营销的特殊性，结合职业教育的特点，突出对学生人文素养、职业素养、工匠精神、创新创业就业能力的系统培养，将课程思政、专业思政的要求融入课程体系。实行标准引领，将国家标准（专业教学标准、顶岗实习标准、教学仪器和教学资源建设标准，公共课和思政课的基本教学要求）、省级标准（专业技能抽查标准、毕业设计抽查标准）、行业企业技术标准和职业标准及“1+x”证书指导试点要求融入课程体系。在教学方法上重视对传统教学方法的改革，打破原有的课程体系和课程中的章节体系，采用项目、模块化的教学方法，积极引入激励教学手段、竞争教学手段，激发学生的学习兴趣和热情。注重动手能力和职业技能的培养，培养实用型市场营销人才。

3、在实践教学体系中加强了综合技能的培训。针对主干专业课程，开设综合应用知识的能力训练，培养学生综合应用多门课程知识内容的能力，打通各门知识的内在联系，逐步提高学生整合知识、灵活应用知识的能力。经过这种方式的训练，推荐学生参与一些企业公司销售、客服等工作。

重视校外实训，一方面安排学生走出去，到实习基地或相关协议单位参加企业和社会实践；另一方面聘请企业的专业人士对学生的职业能力加强培训。

三、修订特点


1、通过对产业发展状况及人才需求认真的调研分析，形成了明确的修订方向，确定了市场营销主要人才培养方向，立足职业岗位探讨设置相关理论教学和实践教学课程体系。同时通过开设素质教育课程和专业选修课，提高学生的综合素质，促进学生的个性发展。

2、强化了产教融合、校企协调育人的理念与机制建设，针对零售、批发行业特点，注重职业素质为核心的全面素质教育培养，并贯穿于教育教学的全过程。

3、强化了专业群岗位职业面向、技能证书设计，明确了共享课程设计。

4、适应生产、建设、服务新要求，既重视技能培养，也重视技术的掌握。

四、修订重点

	<p>1、进一步明确了市场营销专业人才培养目标定位</p> <p>主要面向批发、零售行业的市场调研、销售、市场推广和客户服务与管理等方面一线岗位，培养思想政治坚定、德智体美劳全面发展，具备一定的语言表达能力、知识更新能力、团结协作能力和创新创业能力，和市场营销、管理原理、商务谈判、国际贸易、职业英语、创新创业等专业群通用知识，掌握智慧商贸专业群通用的英语与计算机应用能力、市场调研能力、商务谈判能力、客户开发与产品交易能力、创新创业能力，和店铺运营与管理、广告推广与营销策划、网络推广、网店美工、客户服务与管理等特定能力，能适应生产、建设、管理、服务需要的可持续发展的高素质技术技能人才。</p> <p>2、进一步明确了专业群人才培养规格</p> <p>要求具备岗位任职要求必备的市场调查与分析、销售、营销管理基本理论与专业知识，熟悉相关法律、法规，具备信息采集与数据分析、商务谈判、营销策划、产品推销、网络营销、客户服务与管理等综合职业技能。根据企事业单位需求和学生可持续发展要求，明确了应该培养的职业素质、知识、能力，描述较具体、全面、细致。</p> <p>3、进一步优化了专业群课程体系</p> <p>以职业岗位要求为基础，按照群内专业“底层共享、中层分立、高层互选”的思路，构建了能力递进的专业课程体系，对公共基础、专业技能两类课程进行了科学合理分类，明确了共享课程、在科学分析社会经济需求和受教育者生存发展需求的基础上，为学生建立完整的素质结构、知识结构和能力结构。</p> <p>4、师资队伍配备规划合理，基本能完全满足教学需要，实训条件设置规划较完整，基本能满足教学需要。</p>
<p>专业 建设 委员 会意</p>	

见	负责人签字:  2020年10月24日
二级学院审核意见	<p style="text-align: center;">同意</p> <p style="text-align: center;">负责人签字 (公章)  2020年10月24日</p>
专家论证意见	见《市场营销专业 2020 级专业人才培养方案专家论证评审表》
教务处 (医学教学部) 审核意见	<p style="text-align: center;">同意提交教学工作委员会审核。</p> <p style="text-align: center;">负责人签字 (公章):  2020年9月30日</p>
教学工作委员会意见	<p style="text-align: center;"> 主任签字:  2020年10月5日</p>
学校党委意见	<p style="text-align: center;">同意颁发</p> <p style="text-align: center;">签字:  2020年10月9日</p>