娄底职业技术学院

Loudi Vocational & Technical College

三年制高职专业人才培养方案

专 业 名 称 ：	市场营销
专 业 代 码 ：	530605
专业群名称：	电子商务
适 用 年 级 ：	2026 级
所属二级学院：	商学院
执 笔 人 ：	毛凤杰
专业负责人：	毛凤杰
专业群负责人：	周志和
制（修）订日期：	2026.06

娄底职业技术学院教务处编制

二〇二六年六月

市场营销专业2026级人才培养方案

一、专业基本信息

（一）专业名称与专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

（二）隶属专业群

市场营销专业隶属电子商务专业群。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限3年。

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，参照市场营销专业职业教育国家专业教学标准，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）	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）
主要岗位或技术领域	**初始岗位：**销售专员、市场促销员、市场调查员、市场策划员、客户专员 **目标岗位：**销售业务主管、市场策划主管、客户服务主管 **发展岗位：**销售总监、市场总监
职业类证书	经济专业技术资格 “1+X”数字营销技术应用（中级） “1+X”互联网营销师（初级） “1+X”人力资源管理师（初级）

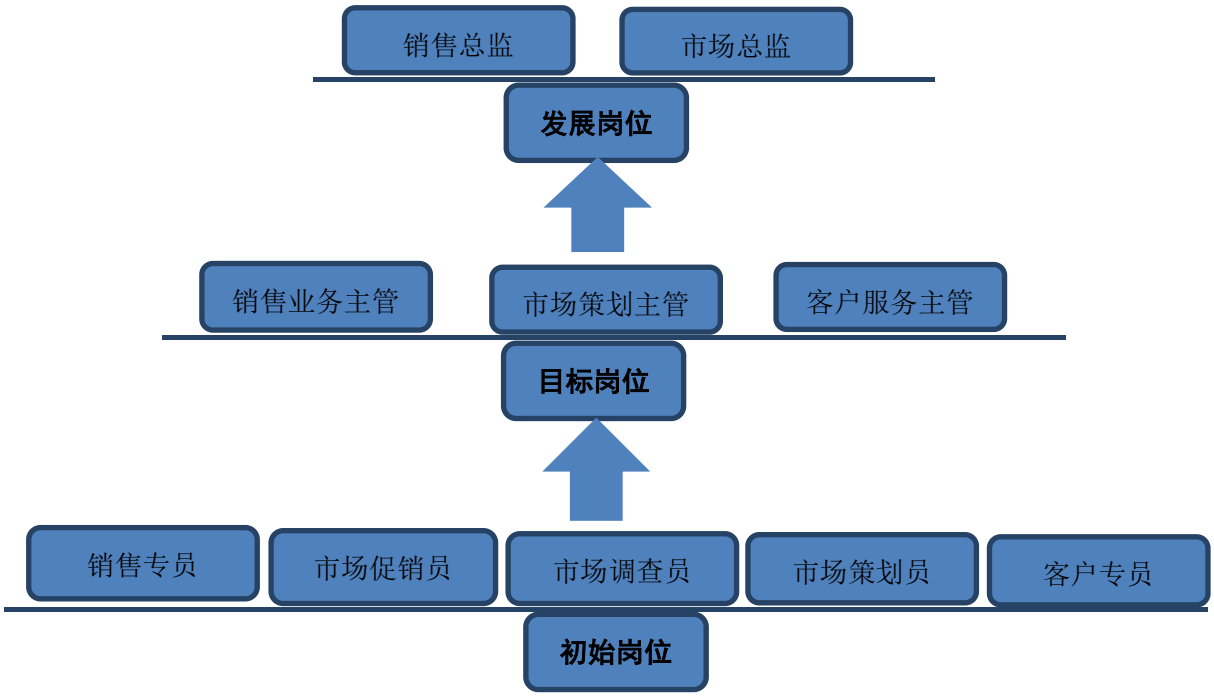


图 1 职业生涯发展路径图

（二）职业能力分析与典型工作任务分析

通过调研，邀请批发、零售、商务服务、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，确定目标岗位的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	对应课程	职业类证书
1	**销售业务主管**	1、市场调研； 2. 销售活动计划； 3. 销售活动组织； 4. 销售活动实施； 5. 销售业绩总结与汇报。	1. 能根据实际销售情况及历史数据，进行商品采购； 2. 能够营造积极的销售氛围，吸引顾客进店； 3. 灵活运用销售话术促成顾客成交； 4. 能够对卖场商品及时调整布局、陈列，保持最佳销售状态； 5. 能按公司规定做好交接班的货品清点及各项事务交接； 6. 能够按规定定期完成盘点工作 7. 能按公司要求做好营业收入管理，认真核对每一笔进出账务，确保票据完整； 8. 能密切关注竞争品牌的业绩、主销品类、促销活动等情况并反馈给公司； 9. 能及时关注商场的各类促销活动，及时反馈给公司；	商品学基础、经济法、市场营销基础、市场调查、商务谈判、商务礼仪、推销技术、销售管理、消费心理与行为、广告实务、国际贸易实务、实务、网络营销、演讲与口才	经济专业技术资格； “1+X”数字营销技术应用（中级）； “1+X”互联网营销师（初级）

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程	职业类证书
			10.能整理汇总店铺的顾客意见反馈、商品销售数据、进店顾客数量等信息； 11.能够熟练操作销售管理系统，并能检查系统的运行状态； 12.能填报公司需要的各类报表，并按规定准时反馈给公司。		
2	**市场策划主管**	1.市场信息采集与数据分析； 2.市场分析； 3.制定策划方案； 4.组织实施策划方案； 5.效果评估； 6.总结汇报。	1.掌握市场营销策划的基本内容，能区别不同的策划掌握不同的侧重点； 2.能进行营销策划经费预算和信息处理、撰写营销策划书； 3.能够运用创意的技法进行策划； 4.能够结合营销目标进行市场细分、市场定位策划； 5.能根据市场状况进行产品策划； 6.能根据竞争状况进行相关产品的价格策划； 7.能根据渠道管理方法，进行营销渠道策划； 8.能进行各种促销方式组合运用的策划创意； 9.能够对企业形象进行分析、定位和策划，实施品牌策划； 10.能够在营销策划项目中运用营销策划的创新理念； 11.能根据竞争状况进行广告策划； 12.能根据营销状况进行营业推广策划。	市场营销基础、数字营销、市场调查、市场营销策划、消费心理与行为、广告实务、网络营销、品牌策划与推广、商务数据分析	经济专业技术资格； “1+X”数字营销技术应用（中级）； “1+X”互联网营销师（初级）
3	**客户服务主管**	1.客户需求调研； 2.客户需求分析； 3.制定客户服务计划； 4.组织客户服务； 5.实施客户服务； 6.处理客户异议； 7.总结汇报。	1.能开展一般的客户需求调研； 2.能够以标准的商务礼仪接待顾客，保持良好职业形象； 3.能够观察、判断顾客的进店意图，使用沟通技巧，拉近与顾客之间距离； 4.能够掌握顾客购物心理，了解顾客需求； 5.熟知商品知识，能够正确回答顾客； 6.能够周到、及时、热情的进行商品售后回访，掌握顾客对商品销售全过程的满意度和意见； 7.顾客投诉第一时间接待，做到对商品退换货的圆满处置并跟踪服务，直至矛盾得到化解； 8.做好售后服务相应信息的收集、整理、分析、反馈，提出改进商品销售的建议； 9.掌握相应法律、规定，做到依法依规依理（合情）提供产品售后服务；	客户服务与管理、市场调查、商务谈判与礼仪、消费心理与行为、销售管理、人力资源	经济专业技术资格； “1+X”数字营销技术应用（中级）； “1+X”互联网营销师（初级）

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程	职业类证书
			10.能够有效地答复、解决用户在购买后出现的相关问题；； 11.能较好地处理一般的客户投诉事件； 12.能对一般的客户服务事件制定解决方案。		

五、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化知识，良好的人文素养、数字素养、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，掌握扎实的市场分析、商品销售、营销策划、客户服务等基本理论和基本知识，熟悉相关法律、法规，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等专业技能，面向批发、零售、商务服务与生产制造行业的销售专员、市场促销员、市场调查员、市场策划员和客户专员等职业群，毕业3-5年后，能够从事销售业务主管、市场策划主管和客户服务主管等工作的高技能人才。

（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，培养自我管理意识和职业生涯规划意识，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:具有与时俱进和开拓进取的创业素质。

2.知识

K1:掌握必备的思想政治理论知识、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掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

K5:掌握商品分类与管理基本知识；

K6:掌握消费者行为和心理分析基本内容和分析方法；

K7:掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

K8:掌握商务谈判和推销的基本原则、方法和技巧；

K9: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；

K10:掌握营销活动策划和组织的基本内容和方法；

K11:掌握数字营销、新媒体营销基础知识和技术。

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:具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力；

A7:具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标的能力；

A8:具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力；

A9:具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；

A10:具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发的能力；

A11:具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；

A12:具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系设计思路

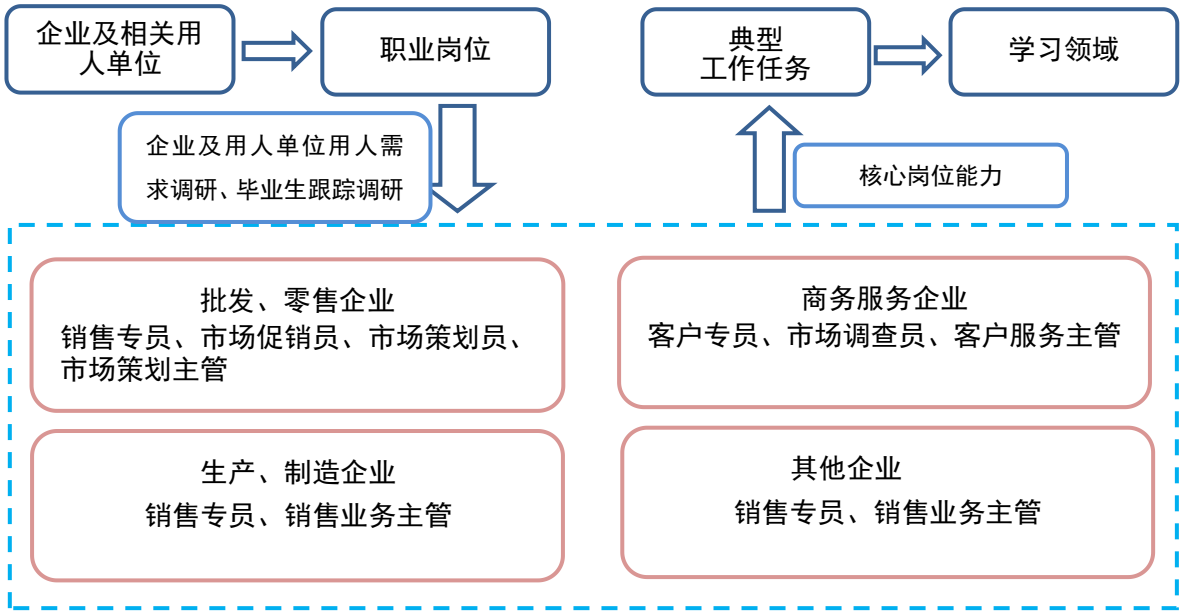


图 2 课程体系开发流程

（二）课程设置

通过对批发、零售、商务服务、生产制造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程 16 门、公共素质拓展课程 9 门（其中限选课程 6 门、任选课程 3 门），专业（技能）基础课程 7 门、专业（技能）核心课程 8 门、专业（技能）集中实践环节课程 8 门，专业拓展课程 7 门（其中限选课程 4 门、任选课程 3 门），共计 55 门课程。

1. 公共基础课程

表3：市场营销专业公共基础课程一览表

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类证书
军事理论	36	2	1	
军事技能	112	2	1	
思想道德与法治	48	3	1	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	2	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	3	4	

形势与政策（一）（二）（三）（四）	32	2	1、2、3、4	
大学生心理健康教育(一)(二)	32	2	1、2	
大学生创新创业基础	32	2	2	
#大学语文(含中华优秀传统文化)	48	3	1	国家普通话水平等级证书
#高职英语	64	4	1	全国高等学校英语应用能力证书
体育与健康（一）（二）（三）（四）	112	8	1、2、3、4	
职业生涯规划	16	1	1	
就业指导	16	1	5	
“四史”教育	16	1	2	
劳动教育与劳动技能（一）	16	1	1	
安全教育	8	0.5	4	

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类证书
限选课程	应用数学	48	3	2	
	信息技术	48	3	2	
	国家安全教育	16	1	1	
	美育	32	2	3	
	湖湘文化	32	2	3	
	高职英语（二）	64	4	2	全国高等学校英语应用能力证书
任选课程	学校根据有关文件规定，统一开设身心素质、艺术素质、人文素养、科技素养等方面的任选课程，学生至少选修其中3门	60	3	2、3、4、5	

3.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类证书
商品学基础	48	3	1	
★●管理学基础	48	3	1	“1+X”人力资源管理师（初级）
★经济法	48	3	1	“1+X”人力资源管理师（初级）
★市场营销基础	48	3	2	“1+X”数字营销技术应用（初级）

★商务数据分析	32	2	3	“1+X”数字营销技术应用（中级）
●统计基础	48	3	3	
销售管理	48	3	4	

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类证书
▲市场调查	60	4	2	
▲商务谈判与礼仪	56	3.5	4	
★▲推销技术	60	4	3	“1+X”互联网营销师（初级）
★▲智能客户服务实务	48	3	4	“1+X”互联网营销师（初级）
▲市场营销策划	56	3.5	3	
★▲数字营销	48	3	3	“1+X”数字营销技术应用（中级）
▲消费心理与行为	48	3	3	
★▲品牌策划与推广	48	3	4	“1+X”互联网营销师（初级）

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类证书
市场调查实训	28	1	2	
★市场营销技能竞赛系统实训	56	2	2	“1+X”数字营销技术应用（中级）
推销技术实训	28	1	3	
商务谈判与礼仪实训	28	1	4	
校内生产性实训基地实训	28	1	2	
专业综合实训	112	4	5	
毕业设计	56	2	5	
岗位实习	560	24	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类证书
限选课程	●创新创业实战（新媒体平台内容创业）	32	2	5	
	国际贸易实务	32	2	5	

	★新媒体营销	48	3	4	“1+X”新媒体运营（初、中级）
	广告实务	32	2	5	
任选课程	农产品营销	32	2	5	任选3门
	基础会计	32	2	5	
	演讲与口才	32	2	3	
	直播营销	32	2	5	
	物流管理实务	32	2	5	
	短视频策划与制作	32	2	5	
	茶艺	32	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。

（三）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	**军事理论**	**素质目标：**增强学生的国防意识、防间保密意识、国家安全意识和忧患意识；激发学生的爱国热情和学习国防高科技的积极性；树立科学的战争观和方法论，和打赢信息化战争的信心。 **知识目标：**掌握国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备的内涵、发展历程、特征，熟悉世界军事变革发展趋势；理解习近平强军思想内涵。 **能力目标：**具备对军事理论基本知识的正确认知、理解、领悟和宣传能力。	模块一：中国国防； 模块二：国家安全； 模块三：军事思想； 模块四：现代战争； 模块五：信息化装备。	依据《普通高等学校军事课教学大纲》，选用由国防大学、海军指挥学院等多所院校的专家、教授组成的教学团队开发的网络课程，采用线上教学形式，学时 36。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	Q1-Q4 K1 A1
2	**军事技能**	**素质目标：**养成良好的军事素养和战斗素养；培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风，全面提升综合军事素质。 **知识目标：**掌握人民解放军三大条令的内容，轻武器的战斗性能，战斗班组攻防的基本动作和战术原则，格斗、防护的基本知识，战备规定、紧急集合、徒步行军、野外生存的基本要求，掌握队列动作、射击动作、单兵战术、卫生和救护基本要领。 **能力目标：**具备射击、战场自救互救的技能；具备识图用图、电磁频谱监测的基本技能；具备分析判断、应急处置和安全防护能力。	模块一：共同条令教育与训练； 模块二：射击与战术训练； 模块三：防卫技能与战时防护训练； 模块四：战备基础与应用训练。	由军地双方共同选派自身思想素质、军事素质和业务能力强的军事课教师，综合运用讲授法、仿真训练和模拟训练开展教学。以学生出勤、军事训练、遵章守纪、活动参与、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方式进行考核评价，以过程考核为主。	Q1-Q4 K1 A1
3	**形势与政策（一）（二）**	**素质目标：**了解党的历史、路线、方针和政策，培养学生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，增强政治素养，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而发奋学习。	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： 专题一：党的理论创新最新成果； 专题二：以党史为重点的“四史”教育	通过专家讲座和时事热点讨论等方式，使学生了解党的光辉历史、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	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
	（三） （四）	**知识目标：**掌握党的历史、路线、方针和政策等知识，掌握形势与政策的基本理论和基础知识。 **能力目标：**具备正确分析形势和理解政策的能力。	专题三：我国经济社会发展形势与政策； 专题四：港澳台工作形势与政策； 专题五：国际形势与政策。	理性看待时事热点的水平。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式进行考核。	
4	大学生心理健康教育 （一） （二）	**素质目标：**培养学生积极向上的阳光心态，树立心理健康发展的自主意识，健全学生人格，提升职业素养和职业幸福感。 **知识目标：**掌握心理健康的标准及意义；掌握大学阶段人的心理发展特征及异常表现；掌握认识自我心理发展和自我心理调适的基本知识。 **能力目标：**具备把心理学知识、原理灵活运到岗位工作的能力；具备沟通协调、团队合作等职业能力；具备良好社会适应能力。	模块一：了解心理健康知识有效适应大学生活 模块二：培养良好自我意识塑造健康个性心理 模块三：提升心理调适能力促进心理健康发展	结合高职学生特点和普遍问题，设计菜单式课程内容，倡导互动体验教学模式，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，有效帮助学生提升“自助、求助、助人”的意识与水平。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	Q1-Q4 K1 A1 A2
5	#大学语文（含中华优秀传统文化）	**素质目标：**提升学生对中国语言文学的热爱之情，提高文化素养，启发学生寻找中华民族的精神家园。 **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；掌握常用文体写作知识。 **能力目标：**具备运用汉语进行一定层次的听、说、读、写能力，良好的人际沟通和语言交流能力。具备自如阅读和写作常见应用文文体的能力。具备对一般的文学作品进行基本的赏析和评价能力、鉴赏和审美能力及对人类美好情感的感受能力。	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、演讲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-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
6	**思想道德与法治**	**素质目标：**提高学生的思想政治素质、道德素质、法律素质，培养学生崇德向善、诚实守信的高尚品德，增强学生崇尚宪法、遵法守纪的法治意识，实现思想道德和法律规范的知行统一。 **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，党史学习教育。 **能力目标：**具备认识自我、认识环境、认识时代特征的能力，具备明辨是非、遵纪守法的能力，具备研究性学习及分析和解决问题的能力；具备良好的语言、文字表达能力和沟通能力及自我约束、自我管理能力。	**理论模块** **专题一：**担当复兴大任，成就时代新人； **专题二：**领悟人生真谛，把握人生方向； **专题三：**追求远大理想，坚定崇高信念； **专题四：**继承优良传统，弘扬中国精神； **专题五：**明确价值要求，践行价值标准； **专题六：**遵守道德规范，锤炼道德品质； **专题七：学**习法治思想，提升法治素质。 **实践模块** **项目一：**影视教育或读书活动（二选一） **项目二：**研究性学习或社会调查（二选一）	通过讲授式、案例式、讨论式等方式，利用信息化教学平台开展理论教学；通过竞赛式、研究式、调查式、观摩式等方式进行实践教学。采取过程性考核和终结性考核相结合的评价方式进行考核。	Q1-Q6 K1 A1
7	**#高职英语**	**素质目标：**培养学生跨文化交际意识，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信；引导学生树立正确的英语学习观。 **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；掌握必要的语篇和语用知识。 **能力目标：**具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能；具备运用英语进行日常生活和职场情境中基本沟通的能力；具备用英语讲述中国故事、传播中华文化的能力。	**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：**英语听、说、读、看、写及中英两种语言的初步互译技能训练； **模块四：**用英语讲述中国故事。	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。采取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-Q4 K1 A1 A4
8	**毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系**	**素质目标：**提高学生的马克思主义理论素养，帮助学生树立正确的政治方向和政治立场，培养学生热爱祖国、拥护中国共产党的领导、坚持四项基本原则、与党中央保持一致的政治素养。培养学生的社会参与意识、运用马克思主义进行观察分析和处理问题的意识，及团结协	**理论模块** **专题一：**马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果； **专题二：**毛泽东思想及其历史地位； **专题三：**新民主主义革命理论 **专题四：**社会主义改造理论	突出教学互动、理实一体的教学理念，采用讲授式、案例式、讨论式、演讲式等方式开展理论教学，采用读书式、写作式、竞赛式、研究式等方式进行实践教学，实行过程性考核和终	Q1-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
	概论	作的集体主义精神和社会责任感，培养学生开拓进取的创新意识和求真务实的实践品格。坚定“四个自信”。 **知识目标：**掌握马克思主义中国化时代化的科学内涵、历史进程、理论成果。把握马克思主义中国化时代化的历史逻辑、理论逻辑和实践逻辑。掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 **能力目标：**培养学生运用马克思主义中国化时代化理论成果分析和解决实际问题的能力。 提高学生的批判性思维能力，使其能够独立思考和形成自己的见解。 培育学生的实践能力，使其能够将理论知识与社会实践相结合，分析社会现实重大热点问题。	**专题五：**社会主义建设道路初步探索的理论成果 **专题六：**中国特色社会主义理论体系的形成发展 **专题七：**邓小平理论； **专题八：**“三个代表”重要思想； **专题九：**科学发展观； **实践模块（四选一）** **项目一：**“影视教育”； **项目二：**读原著学原文悟原理活动； **项目三：**“研究性学习”； **项目四：**社会调查。	结性考核相结合的方式进行考核评价。	
9	**习近平新时代中国特色社会主义思想概论**	**素质目标：**提高学生不断深化学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的认识，形成对拥护党的领导和社会主义制度、坚持和发展中国特色社会主义的认同、自信和自觉，提高对习近平经济思想的认同。培养学生的使命担当意识、社会参与意识、观察分析和处理问题的意识及团结协作的集体主义精神，引导学生坚定“四个自信”，积极投身新时代伟大建设的社会实践。 **知识目标：**掌握习近平中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、历史地位和指导意义。掌握中国特色社会主义建设现状，更好把握习近平新时代中国特色社会主义思想	**理论模块** **专题一：**习近平新时代中国特色社会主义思想概论导论。 **专题二：**新时代坚持和发展中国特色社会主义。 **专题三：**以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。 **专题四：**坚持党的全面领导。 **专题五：**坚持以人民为中心。 **专题六：**全面深化改革开放。 **专题七：**推动高质量发展。 **专题八：**社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略。	突出教学互动、理实一体的教学理念，采用讲授式、案例式、讨论式、演讲式等方式开展理论教学，采用读书式、写作式、竞赛式、研究式等方式进行实践教学，实行过程性考核和终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1-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
		的理论精髓与实践要义，提高对经济发展规律的认识。掌握读书、研究性学习的基本方法及读后感、研究性学习报告的写作技巧。 **能力目标**：具备运用习近平中国特色社会主义思想基本原理分析和解决实际经济问题的能力，具备较强的探究学习能力、语言表达能力、协调沟通能力和自我管理能力。	**专题九**：发展全过程人民民主。 **专题十**：全面依法治国。 **专题十一**：建设社会主义文化强国。 **专题十二**：以保障和改善民生为重点加强社会建设。 **专题十三**：建设社会主义生态文明。 **专题十四**：维护和塑造国家安全。 **专题十五**：建设巩固国防和强大人民军队。 **专题十六**：坚持“一国两制”和推进祖国完全统一。 **专题十七**：中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体。 **专题十八**：全面从严治党。 注：将习近平经济思想融入相关专题。 **实践模块**（二选一） **项目一**：影视教育或读书活动； **项目二**：研究性学习或社会调查		
10	**体育与健康（一）（二）（三）（四）**	**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；培养拼博精神和团队协作精神。 **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；掌握篮球、排球等专项体育知识；掌握常见运动创伤的紧急处理方法。 **能力目标**：具备 1-2 项运动技能；具备运动创伤的紧急处理能力；具备沟通协调、团队合作能力。	**必学模块（第1学期）** **项目一**：广播体操 **项目二**：素质训练 **兴趣选修模块（第2-4学期）** **项目一**：健美操 **项目二**：羽毛球 **项目三**：乒乓球 **项目四**：三大球 **项目五**：武术	第 1 学期主要为恢复与提高学生的身体素质能力，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；第 2-4 学期， 采取兴趣爱好分班选项教学模式，提高学生的学习动力和能力，激发学生的主动性、创造性。以学习过程考核与体育技能的考核进行综合评价。	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
11	**大学生创新创业基础**	**素质目标：**培养学生的创新意识、创业精神。 **知识目标：**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+营销模式等基本知识。 **能力目标：**具备独立进行项目分析与策划、撰写项目策划书、进行市场分析与产品营销策划、进行财务分析与风险预测的能力。	**理论模块** **项目一：**创新基础理论 **项目二：**创业基础理论； **实践模块** **项目一：**撰写创业计划书，参加互联网创业大赛； **项目二：**创业项目展示，在创新创业中心开展路演活动。	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。实行过程性考核和终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1-Q4 K1 A1
12	**职业生涯规划**	**素质目标：**培养学生树立正确的职业观、择业观、创业观和成才观。 **知识目标：**掌握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；掌握职业生涯设计与规划的格式、基本内容、流程与技巧。 **能力目标：**具备职业生涯规划能力，具备个人职业生涯设计与规划书撰写能力。	**专题一：**树立生涯与职业意识。 第一讲 职业生涯规划概述 第二讲 职业素养展示 **专题二：**制订职业发展规划。 第三讲 职业生涯规划书的写作 第四讲 职业生涯规划作品演示 第五讲 职业生涯人物访谈 第六讲 职业生涯规划大赛 第七讲 职业素养展示。	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。以学生的职业生涯设计与规划书完成情况作为主要的考核评价内容。	Q1-Q4 K1 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
13	**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：**掌握就业形势，掌握就业政策和相关法律法规，掌握求职面试的方法与技巧、程序与步骤。 **能力目标：**具备撰写求职材料的能力，具备较强的就业竞争能力。	**专题一:**就业形势与政策 **专题二：**求职前的准备； **专题三：**求职材料的写作； **专题四：**面试方法与技巧； **专题五：**劳动合同相关知识； **专题六:**就业权益的维护； **专题七:**职场适应。	通过课件演示、视频录像、案例分析、讨论、社会调查等一系列活动，增强教学的实效性，帮助学生树立正确的职业观、择业观。以过程性考核和终结性考核相结合的方式进行考核评价。	Q1-Q4 K1 A1 A3
14	**劳动教育与劳动技能（一）**	**素质目标：**培养学生勤俭、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，具有主动充当志愿者参与公益劳动的社会责任感，培育学生不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。 **知识目标：**掌握劳动精神、劳模精神和工匠精神的内涵和实质；掌握通用劳动基本知识；掌握专业劳动基础知识。 **能力目标：**具备满足生存发展和职业发展需要的基本劳动能力。	**理论模块** **专题一：**劳动精神； **专题二：**劳模精神； **专题三：**工匠精神； **实践模块** **专题四：**劳动基础实践； **专题五：**劳动专业实践。	通过劳模讲座、网络学习、实践操作等形式，搭建多维、动态、活跃、自主的课程学习平台，充分调动学生劳动的主动性、积极性和创造性。第一学期采用线上教学形式，学时16；每学期利用开学预备周和课余时间完成劳动实践（不占正常教学时间）。第一二学期为劳动基础实践；第三-五学期为劳动专业实践课。	Q1-Q6 K1 A1
15	**“四史”教育**	**素质目标：**引导学生提升政治、思想、情感认同，坚定理想信念，厚植爱党爱国情怀。 **知识目标：**理解中国共产党的性质和宗旨；掌握新中国的性质及取得的历史成就；掌握改革开放的原因及取得的成就；掌握中国特色社会主义在世界社会主义发展进程中的历史地位。 **能力目标：**培养学生运用科学的历史观和方法论分析历史问题、辨别历史是非的能力。	**模块一：**党史（新民主主义革命时期）； **模块二：**新中国史； **模块三：**改革开放史； **模块四：**社会主义发展史。	课程主要采用线上课形式，基于在线开放课程平台开展专题教学和案例教学。课程采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，由线上教学过程中的平时成绩（学习进度分+学习习惯分+学习互动分），在线章节测试成绩和期末考试成绩构成。	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
16	安全教育	**素质目标：**培养学生树立正确的安全观，提升安全意识，提高维护安全的素养。 **知识目标：**系统掌握意识形态安全、人身安全、财产安全、健康安全的相关知识。 **能力目标：**将安全意识转化为自觉行动，具备维护安全的能力。	**专题一：**意识形态安全； **专题二：**人身安全； **专题三：**财产安全； **专题四：**健康安全； **专题五：**防灾减灾安全。	搭建自主学习平台，突出对学生安全意识的培养，侧重过程性考核。第一至第四学期学生通过网络方式学习安全教育知识，第四学期期末根据学生学习完成情况开展考核评价。	Q2 Q3 Q4 K1 A1

说明：“#”标记表示通用能力证书课证融通课程。

（2）公共基础选修课程

①公共基础限选课程

表 10：市场营销专业公共素质拓展课程开设一览表

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	高职英语（二）	**素质目标：**提升学生的英语核心素养，培养学生的国际视野。 **知识目标：**了解中外职场文化和企业文化；掌握职场相关的词汇、术语等；掌握职场英语听、说、读、看、写、译方法技巧。 **能力目标：**具备基本能听懂、读懂、看懂和翻译与职业相关英文资料的能力;具备在职场环境下运用英语进行有效沟通的能力。	**模块一：**职场相关词汇术语理解； **模块二：**职场常见工作话题听说； **模块三：**职场工作与职场文化文本阅读； **模块四：**职场实用英语文体写作； **模块五：**职场常用中英文互译。	由既熟悉专业基本知识又具有较好英语听说读看写译能力的教师在设施完善的多媒体教室实施教学。教师在教学过程中应突出职场情境中的语言应用，注重对学生听、说、读、看、写、译等语言技能的综合训练，选择贴近学生生活和岗位需求的话题，创设交际情境，引导学生将英语语言知识转化为英语应用能力。采取过程性考核与终结性考核相结合的考核评价方式。	Q1-Q4 K1 A2
2	应用数学	**素质目标：**培养学生具备思维严谨、逻辑性强，考虑问题悉心、全面和精益求精的数学精神。	**模块一：**基础知识 **模块二：**极限与连续； **模块三：**一元函数微分学；	教师通过理论讲授、案例导入、训练等方法，选用典型案例教学，由教师提出与学生将来专业挂钩的案	Q1-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
		知识目标：掌握函数、极限与连续、导数、微分、积分等基本概念、基本公式、基本法则；掌握相关知识的解题方法。 **能力目标：**具备一定的运算能力；能应用高等数学的思想方法和知识，解决后续课程及生产实际、生活中的相关问题。	**模块四：**导数的应用 **模块五：**一元函数的积分学及其应用。	例，组织学生进行学习和分析，让学生明白数学知识的实用性；努力提高学生的创新能力和运用数学知识解决实际问题的能力。采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式。	A4
3	**信息技术**	**素质目标：**具备一定的信息安全意识；遵守信息社会的法律法规，具有很强的民族自豪感、职业道德素养以及良好的团队协作精神；具备在智慧社会中驾驭人工智能的良好素养。 **知识目标：**熟练掌握字表处理软件中的文字、图形、表格的添加与编辑、格式与样式的设置及图文混排等相关知识与基本操作；熟练掌握电子表格中数据创建、计算、处理、美化、分析、统计等相关知识与基本操作；了解并掌握演示文稿创建、美化与动画化等基本操作；掌握利用 AI 人工智能工具实现对文本、图像、视频、音频以及高效率办公的智能处理与应用。 **能力目标：**能敏锐并准确判断信息安全问题；能灵活获取、处理、传递和应用各种信息；能灵活利用数字化工具、计算思维等方式方法解决信息社会中数字问题和逻辑问题；能利用人工智能高效处理和解决日常生活、学习和工作中的相关智能化问题。	**基础模块：** **项目 1：**计算机基础知识； **项目** 2：Word 字表处理； **项目** 3：Excel 电子表格处理； **项目** 4：PPT 演示文稿处理； **项目** 5：信息素养。 **拓展模块：** **项目** 6 人工智能 （包括 AI 赋能文本处理、AI 赋能图像处理、AI 赋能视频处理、AI 赋能音频处理、AI 赋能高效率工作等实践应用）	教师功底扎实、专业技能强；从工作、生活中找寻相关案例作业典型教学案例，并解决相关问题；在配置比较完善的理实一体机房，采用“教、学、做”三合一的教学模式进行讲授和演示，达到理论与实践相结合的教学目的；采取过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式进行考核，终结性考核以上机实操为主。	Q1-Q4 K1 A1 A4
4	**国家安全**	**素质目标：**培养学生深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观	**模块一：**政治安全、经济安全、文化安全、社会安全；	在设施完善的多媒体教室，采取参与式、体验式教学模式，采用课堂	Q2 Q3

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
	教育	念，增强自觉维护国家安全意识，践行总体国家安全观，树立国家安全底线思维。 **知识目标：**系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系。 **能力目标：**将国家安全意识转化为自觉行动，具备公民个体应有的维护国家安全的能力。	**模块二：**国土安全、军事安全、海外利益安全； **模块三：**科技安全、网络安全； **模块四：**生态安全、资源安全、核安全。	讲授、案例分析、情景模拟、小组讨论、角色扮演、任务驱动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评价，突出对学生国家安全意识的考核。	Q4 K1 A1
5	**美育**	**素质目标：**以美育人、以美化人、以美培人，培养学生正确的审美观。 **知识目标：**掌握美的表达类型和表现形式。 **能力目标：**具备正确的自然审美、科学审美和社会审美的能力。	**模块一：**爱国之美； **模块二：**敬业之美； **模块三：**诚信之美； **模块四：**友善之美； **模块五：**道德之美； **模块六：**文明之美； **模块七：**礼仪之美； **模块八：**心灵之美；	通过网络学习的形式，搭建动态、活跃、自主的课程学习平台，培养学生正确的审美观，侧重过程性考核。	
6	**湖湘文化**	**素质目标：**增强学生对湖湘文化的认同感与归属感，厚植家国情怀，坚定文化自信；传承“心忧天下、敢为人先、经世致用、百折不挠”的湖湘精神，赓续红色血脉；涵养“湖湘工匠”精神气质，提升人文素养与审美情趣。 **知识目标：**了解湖湘文化的概念、起源、发展脉络与核心精神；掌握湖湘历史名人、学术思想、文学艺术、民俗非遗及红色文化等核心知识；理解湖湘文化的精神特质与当代价值。 **能力目标：**能够从文化角度分析和解读湖湘地域社会现象；具备文化鉴赏能力与口头、	**模块一：**湖湘历史沿革与文化脉络； **模块二：**湖湘代表人物与思想精粹； **模块三：**湖湘红色文化与革命传统； **模块四：**湖湘民俗与非物质文化遗产； **模块五：**湖湘文学艺术成就与精神品格； **模块六：**新时代湖湘精神传承与发展；	将湖湘文化知识、优秀传统文化效结合地方文化资源进行教学。采用专题式教学、经典导读、实地考察、小组调研相结合的方式，鼓励学生进行体验式学习。充分利用本地历史文化场馆作为第二课堂。考核方式采取过程性考核（课堂参与、调研报告、小组作业）与终结性考核（课程论文或文化作品创作）相结合。	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 K2 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
		书面表达能力;能够将湖湘文化中的优秀元素创造性应用于专业实践与日常生活。			

②公共基础任选课程

公共素质任选课程每门课 20 学时，计 1 学分。第 2-5 学期，学校根据有关文件规定，统一开设身心素质、艺术素质、人文素养、科技素养等方面的任选课程，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	**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。 **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。 **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。	**模块一：**商品认知 **模块二：**商品分类与编码 **模块三：**商品质量 **模块四：**商品标准 **模块五：**商品包装 **模块六：**商品检验 **模块七：**商品养护管理	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-Q4 K3 K4 A1-A3
2	★●管理学基础	**素质目标：**具有现代管理意识和素养，形成团结协作、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。 **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。 **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	**项目一：**管理活动与管理者 **项目二：**管理理论的发展演进 **项目三：**决策 **项目四：**计划 **项目五：**组织 **项目六：**领导 **项目七：**激励 **项目八：**沟通	由管理学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方式进行考核评价。	Q1 Q2 Q8 K1-K3 A1-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
		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。	**项目九：**控制		
3	★经济法	**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。 **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。 **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。	**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-Q3 K2 K3 A1-A3
4	★市场营销基础	**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：进行市场分析 **项目三：**确立目标市场 **项目四：**分析市场营销策略组合 **项目五：**掌握市场营销调研与预测方法 **项目六：**掌握市场营销计划管理的方法 **项目七：**走近新媒体营销	配备专职教师和兼职教师，以岗位技能为依据，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-Q4 Q7-Q8 K1-K3 K9-K10 A1-A5
5	★商务数据分析	**素质目标：**具有良好的职业道德、敬业精神与适应技术变革的学习能力。提升团队协作、组织协调、科学决策的职业素养。培养搜集、处理、使用市场调查信息与智能工具的综合	**项目一** 初识商务数据分析 **项目二** 商务数据的收集与处理 **项目三** 数据可视化与商务数据	采取“目标驱动+AI 融合，学做合一+实战赋能”的教学模式，以商务数据分析岗位需求为目	Q1-Q4 K1、K8、K10 A1、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
		能力。 **知识目标：**掌握商务数据收集、预处理、分析的方法，以及 AIGC 工具辅助数据处理的操作要点。熟悉 AIGC 工具在图表制作与报告生成中的应用。掌握行业特征、市场选品、市场竞争数据分析、关键词推广、营销活动、内容营销数据分析的方法。 **能力目标：**能够运用所学方法对市场数据进行分析，为市场决策提供支持。能够对客户数据、运营数据进行分析，实现客户细分与忠诚度提升。优化店铺流量、销售与服务管理。能够运用 AIGC 工具解决商务数据分析中的实际问题，提升工作效率。	分析报告 **项目四** 市场数据分析 **项目五** 商品数据分析 **项目六** 营销推广数据分析 **项目七** 客户数据分析 **项目八** 运营数据分析	标引领教学过程，以 Excel 和 AIGC 工具为载体培养企业所需的职业能力与素养。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。	A12
6	销售管理	素质目标：树立业绩导向、客户至上、诚信合规意识、 具备团队领导、沟通协调、抗压执行能力、 养成精益管理、数据驱动、持续改进习惯、培育工匠精神、责任意识与创新思维。 知识目标：掌握销售经理岗位职责与能力模型、熟悉销售计划、定额、回款、成本、渠道管理要点；掌握销售团队搭建、招聘、培训、薪酬、激励、考核体系、 理解客户关系、客户服务、投诉处理、满意度与忠诚度管理 - 掌握销售管理常用工具与实训方法。 能力目标：能独立制定销售计划、分配销售定额 - 能完成发货、回款、成本控制与销售分析 - 能搭建、培训、激励、考核销售团队	**项目一：**销售管理的基础知识 **项目二：**销售组织的建立 **项目三：**销售人员的管理 **项目四：**销售计划管理 **项目五：**销售区域与销售渠道管理 **项目六：**销售货品管理 **项目七：**客户管理 **项目八：**销售分析	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，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。	Q1-Q4 Q7-Q8 K1-K3 K6 K9-K10 A1-A5 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
		- 能开展客户关系管理、服务优化与投诉处理 - 能完成销售管理全流程实训任务。			
7	●统计基础	**素质目标：**培养统计思维与数据意识，求真务实、严谨细致，严守职业规范，具备良好的责任意识和沟通协作能力。 **知识目标：**掌握统计设计、调查、整理与分析的基本方法，熟练掌握统计指标、时间数列、统计指数、相关与回归分析的计算及实际应用。 **能力目标：**能够进行统计数据的收集；能够绘制常用的统计图；具备编制、阅读统计表的能力；能够进行统计常用指标的计算及分析。	**项目一：**统计认知； **项目二：**统计调查； **项目三：**统计整理； **项目四：**统计指标； **项目五：**时间数列分析； **项目六：**统计指数分析； **项目七：**相关与回归分析。	由既熟悉统计知识与方法，又具有相应工作经历的教师在设施完善的多媒体教室，采用讲授、多媒体演示、案例分析、分组讨论、学生实训、excel 实践、上网查阅资料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评价，突出对学生统计方法的灵活运用，突出计算、分析能力的培养。以及挖掘思政元素，充分发挥课程思政育人功能。	Q1 Q2 Q7 K4 A1 A2 A3 A9

（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	**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：**设计市场调查问卷 **项目四：**市场调查实施与数据分析 **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-Q4 K1 K8 A1-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
		撰写与口头汇报能力。			
2	▲商务谈判与礼仪	**素质目标：**培养诚信为本、守时守约、尊重合作的职业操守，树立公平、理性、双赢的谈判理念；养成规范得体、举止文明、沟通有礼的职业形象与行为习惯，具备良好职业气质；强化责任意识、规则意识、保密意识；提升情绪自控、换位思考、包容理解的沟通素养，能理性处理分歧与冲突。 **知识目标：**掌握商务谈判基本概念、原则、流程、类型与适用场景，理解谈判逻辑与谈判思维；掌握商务礼仪核心知识；掌握谈判准备知识；掌握谈判过程技巧知识；了解商务沟通语言、跨文化礼仪、商务文书与合同签约基本规范。 **能力目标：**能规范着装、仪态，塑造专业得体的职业形象；能清晰表达，做到语言得体、表达高效；能完成谈判全流程；能规范完成接待、引导、握手、递名片、座次安排、宴请等实操；能处理异议、化解僵局、控制情绪、达成合作结果；能分工配合、互相补位，完成模拟商务谈判任务。	**项目一** 商务谈判概述 **项目二** 商务谈判心理 **项目三** 商务谈判的沟通 **项目四** 商务谈判前的准备 **项目五** 商务谈判开局策略与技巧 **项目六** 商务谈判报价与磋商的策略与技巧 **项目七** 商务谈判僵局及破解技巧 **项目八** 商务谈判的成交策略与技巧 **项目九** 商务谈判中的礼仪和文化差异	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。	Q1-Q4 K1-K3 K8 A1-A4 A8
3	★▲推销技术	**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。 **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	**项目一：**推销知识准备 **项目二：**推销能力准备 **项目三：**寻找与识别客户 **项目四：**约见与接近客户 **项目五：**开展推销洽谈 **项目六：**解决客户异议	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	Q1-Q4 A7 K1-K2 K5 K9-K11 A1-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
		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。 **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。	**项目七：**促使交易成功 **项目八：**提供售后服务	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。	A7-A8 A9-A10
4	★▲智能客户服务实务	**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。 **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。 **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。	**项目一：**智能客户服务与管理 **项目二：**客户选择　项目三：客户开发 **项目四：**客户信息管理 **项目五：**客户分级 **项目六：**客户沟通 **项目七：**智能电商客户服务 **项目八：**客户满意与忠诚	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-Q5 K1-K3 K5 A1-A4 A10
5	▲市场营销策划	**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。 **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；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。	**项目一** 营销策划导论 **项目二** 市场调研策划 **项目三** 营销环境分析 **项目四** STP 策划 **项目五** 产品策划 **项目六** 价格策划 **项目七** 渠道布局 **项目八** 推广策划 **项目九** 企业形象策划 **项目十** 新媒体营销策划	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-Q4 K1-K2 K9-K11 A1-A4 A6 A7 A11
6	★▲数字营销	**素质目标：**具有数字营销策划创新意识，增强数据思维和研判能力，培养敬业、诚信的职业品质。	**项目一** 数字营销概述 **项目二** 数字营销原理与技术 **项目三** 数字营销策划	由具备数字营销知识和教学能力的专业教师，运用信息化教学手段，突出“岗课赛证”	Q1-Q4 Q7 K1

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
		知识目标：理解数字营销的内涵，熟悉各类数字营销技术，掌握数字广告营销思维，数字互动营销方式和渠道。 **能力目标：**具备数字营销技术在营销活动中应用的能力，能够运用数字营销客户互动策划。	**项目四** 数字广告营销 **项目五** 数字互动营销 **项目六** 数字营销效果分析与优化	融通的理念，采用理论讲授、项目导向、任务驱动、场景构建的方式实施教学，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。	K3 A1-A5
7	▲消费心理与行为	**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。 **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。 **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。	**项目一：**消费者行为分析认知 **项目二：**消费者资源、需要与购买动机 **项目三：**消费者的心理活动过程 **项目四：**消费者的个性特征 **项目五：**消费者群体与消费者心理及行为 **项目六：**外部环境与消费者心理及行为 **项目七：**产品策略与消费者心理及行为 **项目八：**营销沟通与消费者心理及行为 **项目九：**商业广告与消费者心理及行为 **项目十：**消费者购买决策与购后行为	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。	Q1-Q4 Q7 K1 K3 K5 A1-A4
8	★▲品牌策划与推广	**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；遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守；树立品牌诚信、创新意识、审美素养与市场责任感；培养团队协作、策划执	**项目一：**品牌策划与推广基础 **项目二：**品牌调研 **项目三：**品牌定位 **项目四：**品牌设计	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	Q1-Q4 Q7 K1 K3

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
		行、抗压复盘职业素养。 **知识目标：**熟悉品牌管理基本理论和基础知识；掌握品牌定位、品牌形象、品牌传播核心知识；掌握品牌塑造、维护、发展、创新的原理、策略和方法；了解品牌策划流程、推广渠道、文案与活动基础。 **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；能完成品牌定位、LOGO/VI 基础认知、品牌文案撰写；能制定品牌推广方案并执行简单传播落地。	**项目五：**品牌推广策略 **项目六：**品牌策划与推广方案 **项目七：**品牌推广效果评估与品牌保护	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。	A1-A5

（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	市场调查实训	**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。	**任务一：**确定调查主题 **任务二：**制定调查方案 设计调查问卷 **任务三：**实施市场调查 **任务四：**整理、分析数据 **任务五：**撰写市场调查报告	专业教师组织学生以小组形式，实训室和校外相结合方式，按照实训流程实施教学，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-Q4 K1 K8 A1-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
2	★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。	**学习情境一**：市场营销沙盘模拟实训准备 **学习情境二**：营销策略基础 **学习情境三**：营销策略训练（一） **学习情境四**：营销策略训练（二） **学习情境五**：财务分析训练	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-Q4 Q8 K1-K5 K8、 A1-A4 A6-A7 A10-A11
3	推销技术实训	**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。 **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。 **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。	**任务一**：推销前准备工作 **任务二**：识别和寻找客户 **任务三**：约见和接近客户 **任务四**：推销洽谈 **任务五**：顾客异议化解 **任务六**：促成成交 **任务七**：推销服务	专业教师组织学生以小组形式，实训室和校外相结合方式，按照实训流程实施教学，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-Q4 A7 K1-K2 K5 K9-K11 A1-A5 A7-A10
4	商务谈判与礼仪实训	**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。 **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。	**任务一**：制定商务谈判计划 **任务二**：背对背演讲 **任务三**：开局 **任务四**：报价 **任务五**：磋商 **任务六**：成交	专业教师组织学生以小组形式，在商务谈判实训室，按照实训流程实施教学，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--Q4 K1-K3

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。	**任务七：**签约		K8 A1-A4 A8
5	校内生产性实训基地实训	**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。 **知识目标：**熟悉实习产品基本知识；掌握实习产品营销原理与方法；理解传统营销与新媒体营销的区别。 **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；具备基本的新媒体营销工具应用能力。	**项目一：**讲解实习计划、任务与要求，并对实习班级学生分组； **项目二：**分组实施实习计划； **项目三：**实习总结	由专业教师与企业指导老师在多媒体教室乡村师范馆及校企合作企业，根据“教、学、做” 合一的原则，采用“任务驱动，项目教学”模式，安排学生分组轮流完成计划安排的实习任务，采取过程性考核与结果考核相结合的方式对学生实习成果进行综合评定。	Q1-Q4 Q7-Q8 K1-K11 A1-A11
6	专业综合实训	**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。 **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。 **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。	**模块一：**信息采集 **模块二：**促销 **模块三：**商务谈判 **模块四：**产品推销 **模块五：**营销策划 **模块六：**新媒体营销手段应用	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-Q4 Q7-Q8 K1-K11 A1-A11
7	毕业设计	**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。	**环节一：**选题方法与要求 **环节二：**开题	在校内安排《专业综合实训》，校外通过《跟岗实习》及暑期	

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
		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。 **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。	**环节三：**设计实施 **环节四：**作品撰写 **环节五：**毕业设计答辩	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。	Q1-Q8 K1-K11 A1-A12
8	岗位实习	**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-Q5 Q7-Q8 K1-K11 A1-A12

（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

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	●创新创业实战（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；具有良好的沟通能力和高度的责任感；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形态和主流技术；熟悉内容创业团队的组建的流程、组织构架和运营管理模式；熟悉各个新媒体平台的运行机制、规则和主要运营方法。 **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。	**学习情景一**：新媒体与内容创业 **学习情景二**：新媒体内容创业的重点平台 **学习情景三**：新媒体平台内容创业的主要技术和工具 **学习情景四**：新媒体图文类内容创业 **学习情景五**：新媒体短视频类内容创业 **学习情景六**：新媒体网络音频类内容创业 **学习情景七**：新媒体网络直播类内容创业 **学习情景八**：新媒体内容创业的运营技巧	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-Q4 Q7-Q8 K1-K3 K10 A1-A5
2	国际贸易实务	**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。 **知识目标**：熟悉国际贸易业务基本流程；熟悉常用的贸易术语；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。	**项目一**：准备交易前事务 **项目二**：磋商外贸合同 **项目三**：签订外贸合同 **项目四**：履行外贸合同 **项目五**：认识跨境数字贸易	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-Q4 A1-A5 K1-K3
3	新媒体营销	**素质目标**：培养互联网思维，具备市场敏感度和用户导向意识。强化数据驱动决策的职业习惯，提升运营效率。树立合规运营意识，遵守平台规则及广告法规。 **知识目标**：了解内容类、互动社群类、创意类、技	**项目一** 新媒体营销与运营基础 **项目二** 新媒体营销思维与运营定位 **项目三** 新媒体营销方式与策略 **项目四** 新媒体营销文案创作 **项目五** 微信生态营销与运营	教师在多媒体教室以任务驱动方式，采用案例分析、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	

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
		术驱动类等新媒体营销的基本方法。掌握搭建社群的方法；社群营销与运营的策略和方法。掌握新媒体营销数据分析的作用、维度、基本步骤和常用方法；熟悉第三方数据分析工具的主要特点。 **能力目标：**培养新媒体营销技能和方法的应用能力；掌握新媒体文案的创作技巧；具备创建社群、管理运营社群、社群内容创新推广、社群用户互动交流及数据分析的能力，能够制定短视频与直播营销策略；	**项目六** 小红书营销与运营 **项目七** 短视频+直播营销与运营 **项目八**社群营销与运营 **项目九**其他平台营销与运营 **项目十** 新媒体运营工具 **项目十一** 新媒体营销数据分析	程性考核与结果考核相结合的方式进行考核评价。	Q1-Q4 K1-K2 K7 A1-A4
4	广告实务	**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。 **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。 **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；能敏锐地捕捉广告的重要信息，并有效地表达出来。	**项目一：**走近广告 **项目二：**把握广告受众心理 **项目三：**开展广告调查 **项目四：**制定广告策略 **项目五：**筹划广告预算 **项目六：**选择广告媒体 **项目七：**确定广告主题 **项目八：**凝练广告创意 **项目九：**撰写广告文案与广告策划书 **项目十：**测评广告效果	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-Q4 Q6 K1-K3 A1-A4

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

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	农产品营销	**素质目标：**培养学生的爱岗敬业意识，诚实、守信、吃苦耐劳的品德；培养善于动脑、勤于思考及时发现并解决问题的习惯；培养学生沟通意识、团队合作意识；养成良好的职业道德。 **知识目标：**了解农产品营销的概念和以客户需求为中心的营销理念，掌握 SWOT 技术；掌握产品品牌策略；农产品定价策略、渠道策略、促销策略的相关内容。 **能力目标：**能运用 SWOT 进行农产品市场综合分析；能对农产品消费者的购买行为进行分析；能对具体的市场进行 STP 战略分析，并对产品进行定位；能综合 4P 营销组合策略。	**模块一：**认知农产品营销 **模块二：**寻找农产品市场机会 **模块三：**确定农产品目标市场并定位 **模块四：**制订农产品营销策略 **模块五：**农产品营销综合案例分析	采用任务驱动的教学模式，通过真实项目实战，采用过程性与结果性考核相结合的考核评价方式，使学生掌握直播的基本方法与实战技能。	Q1-Q4 Q7-Q8 K1-K3 K9-K10 A1-A5	学生根据兴趣爱好，从中任选**门课程学习。
2	基础会计	**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。 **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。 **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。	**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	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。	Q1-Q4 K1 A-A4	
3	演讲与口才	**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。 **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	**模块一：**语言基础 **模块二：**态势语言 **模块三：**演讲概论 **模块四：**职场口才	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	Q1 Q2 Q4 K1-K3 A1-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
		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。 **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。		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。		
4	短视频策划与制作	**素质目标：**具备原创内容创作版权意识，尊重知识产权，杜绝抄袭搬运；拥有审美素养、创新创意思维；具备小组分工协作、耐心打磨作品的职业习惯；树立正向网络内容传播价值观，拒绝低俗营销内容；具备持续追踪短视频热点、主动更新创作技能的进取意识。 **知识目标：**掌握短视频行业发展、短视频内容营销底层逻辑；熟悉抖音、视频号、小红书等平台内容分发机制；掌握短视频脚本分镜、构图运镜、灯光收音、剪辑包装、文案标题、流量推荐算法相关理论；了解短视频广告投放、短视频 IP 变现、内容版权与平台审核规则知识。 **能力目标：**能结合营销需求完成短视频选题、受众分析、创意策划；独立撰写短视频分镜脚本、拍摄大纲；熟练使用手机 / 单反完成商品短视频拍摄，掌握运镜、布光、收音实操；能使用剪映、PR 完成短视频剪辑、字幕、特效、背景音乐包装；能撰写短视频标题、话题文案，优化作品流量；可根据后台数据调整短视频内容创作方向；小组协作完成品牌营销短视频完整成片产出。	**学习情境一：**短视频概述 **学习情境二：**短视频策划 **学习情境三：**短视频拍摄 **学习情境四：**短视频后期剪辑（剪映） **学习情境五：**短视频后期剪辑（Pr） **学习情境六：**短视频运营（淘宝） **学习情境七：**短视频运营（淘抖音）	由专业教师在多媒体实训室开展教学，落实“教、学、做”一体化，采用任务驱动、作品展示点评教学法，按“任务下达 — 自主创意构思 — 教师拍摄示范 — 分组同步拍摄剪辑 — 作品复盘优化”五步教学法实施。采用过程性考核（脚本作业、拍摄片段、剪辑作业）+ 终结性综合考核（完整品牌营销短视频成片）综合评定成绩。	Q1-Q4 Q7 K1-K2 A1-A5	
5	物流管理	**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、	**项目一：**认识物流管理和物流业职场分析	专业教师在多媒体教室运用信息化教	Q1-Q4 K1	

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
	实务	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。 **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。 **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。	**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	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。	K3 A1-A4	
6	直播营销	**素质目标：**具备诚实守信、合规经营的直播职业操守；拥有良好镜头表达素养、团队协作意识与客户服务思维；树立数据导向、精益求精的内容创作责任心；恪守网络直播法律法规与平台自律公约，具备互联网商业伦理意识；拥有吃苦耐劳、持续学习新媒体营销新模式的事业心。 **知识目标：**掌握直播营销基础概念、行业发展趋势、主流直播平台分类与平台规则；熟悉直播产业链构成、人货场核心逻辑；掌握直播选品、直播间脚本、流量投放、直播数据复盘、直播合规相关理论知识；了解直播电商财税、售后、供应链配套基础常识。 **能力目标：**能独立完成直播账号定位、直播间场景搭建与设备调试；可撰写完整直播脚本、完成直播话术设计与镜头出镜直播；具备直播商品选品、直播活动策划、直播间互动控场能力；能使用平台后台进行流量投放、直播数据采集、数据分析复盘；能识别直播违规风险，处理直播间突发售后、舆情问题；可组队完成完整直播带货全流程项目实操。	**项目一：**直播营销基础概念篇 **项目二：**直播账号与 IP 打造案例篇 **项目三：**直播间 “人货场” 搭建平台篇 **项目四：**直播脚本与话术策划形态篇 **项目五：**直播带货实操与流量技术篇 **项目六：**直播数据复盘与合规运营篇	由专业教师在新媒体实训机房遵循 “教、学、做” 合一原则，采用真实店铺直播项目教学、任务驱动法、案例演示法，分 “接受任务 — 自主学习 — 操作示范 — 同步实战 — 总结提高” 五步实施教学。采取过程性考核（直播脚本、模拟直播实操、小组项目）与终结性综合考核（完整实战直播项目）相结合方式，综合评定学生课	Q1-Q4 K1 A1-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	备注
				程成果。		
7	茶艺	**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。 **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。 **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。	**项目一：**茶叶分类与识别 **项目二：**茶具分类与组合 **项目三：**品茗用水与茶保健 **项目四：**常见茶类冲泡技艺	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。	Q1-Q4 Q6-Q7 K1-K2 A1-A4	

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								
			时序教学	周序教学						机动	复习考试
				军事技能	专项实训	综合实训	毕业设计	认识实习	岗位实习		
第一学年	1	20	15	3				1			1
	2	20	15		3					1	1
	2.3										
第二学年	3	20	17		1					1	1
	3.4										
	4	20	17		1					1	1
	4.5										
第三学年	5	20	12			4	2			1	1
	5.6	4							4		
	6	20							20		
合计		124	76	3	5	4	2	1	24	4	5

备注：1.时序教学是指一个教学周中，同时组织多门课程教学，既有理论教学也有实践教学；周序教学是指整周内只有单门课程的教学，一般为纯实践性教学；

2.各学期总周数原则上都不能改变（医卫类专业根据专业特点进行安排），机动周数、复习考试周数可根据专业的具体情况适当调整；

3.鼓励采用多学期、分段式教学，并在表中添加小学期，如在第 5、6 学期之间的寒假有 4 周岗位实习，则在第 5 学期后面加一行，学期标注为“5.6”，以此类推。

八、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

每学期教学活动周为 20 周，第一周为预备教学周（教材领取、补考、院长/书记/辅导员讲座、校园劳动等教学活动），第 20 周为教学总结周。新生第 1 学期 1-3 周为军事教育、入学教育、安全教育、劳动教育等教学活动，第 4 周开始安排其他课程。

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	军事技能	1	3	

专业（技能）实践	市场调查实训	2	1	
	市场营销技能竞赛系统实训	2	2	
	推销技术实训	3	1	
	商务谈判与礼仪实训	4	1	
	校内生产性实训基地实训	1	1	
	专业综合实训	5	4	
	毕业设计	5	2	
	岗位实习	6	24	

（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	⊙	▲	▲	▲	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	△	※
1.2																				
2	⊙	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	◎	◎	※
2.3																				
3	⊙	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	※
3.4																				
4	⊙	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	※
4.5																				
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：⑴军事技能▲；⑵时序教学★；⑶专项实训◎；⑷综合实训■；⑸毕业设计□；⑹认识实习△；⑺岗位实习●；⑻考试※；⑼假期&；⑽教学准备⊙。

（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（含自主学习）	实践
公共基础课程	必修课程		41.5	668	386	282
	选修课程	限选课程	15	240	184	56
		任选课程	3	60	60	0
专业	必修	专业（技能）基础课	20.5	328	250	78

（技能）课程	课程	程				
		专业（技能）核心课程	27	424	304	120
		集中实践课程	36	896	0	896
	选修课程	限选课程	9	144	92	52
		任选课程	6	96	48	48
合计			158	2856	1324	1532

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	968	33.9	专业（技能）课程	1888	66.1
	必修课	2316	81.1	选修课	540	18.9
	理论学时	1324	46.4	实践学时	1532	53.6

说明：1.总学时=理论（含自主学习）学时+实践学时；

2.学时比例保留一位小数，学时比例关系为：理论学时比例+实践学时比例=1，其中实践学时比例不能低于 50%。

九、师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数不高于 18:1，由专任教师、校内兼职教师和企业兼职教师组成专业教学团队。专任教师要求本科以上学历，具有本专业背景，有较高的专业素质、专业理论水平和较强专业技能，能主讲 3 门以上专业课程，双师型素质教师占专业教师比例不低于 60%；高级职称专任教师的比例不低于 20%。建立兼职教师库，兼职教师专业背景与本专业相适应，具有中级以上职称，有本专业 3 年以上实践工作经历；逐步提高兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数的比例。

2.专业带头人

实行“双专业带头人”制，即 1 名校内专业教师，原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力；1 名掌握前沿技术和关键技术、具有行业影响的现场专家。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

具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年

至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

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	中级	初级	博士	硕士	本科	
1	4	7	4	4	2	1	7	2	4

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	市场营销基础	2/1	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	2/1	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	2/1	本科/高级	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	商务谈判与礼仪	2/1	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	2/1	本科/高级	熟悉营销策划程序和营销策划的方法， 能准确确定营销策划的主题和进行营销策划环境分析，能熟练运用企业营销的 SWOT 分析方法，熟悉营销策划书的撰写程序和撰写技巧。
6	智能客户服务实务	2/1	本科/中级	熟练掌握传统客户服务实操全流程，具备智能客服系统操作与运维能力，呼叫中心（电话客服）业务能力，客户数据分析与运营优化能力，以及合规与风险把控能力。

序号	课程名称	教师要求		
		专职/兼职数量	学历/职称	能力素质
7	广告实务	2/1	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。
8	新媒体营销	2/1	本科/高级	具备全平台运营的实战能力，熟悉主流新媒体账号运营，会基础内容制作，懂账号定位、人设打造、流量规则、算法逻辑，能解释平台推荐机制、限流原因、爆款底层逻辑。具备新媒体营销商业化能力、数据分析与复盘能力，网络营销基础理论功底及行业前沿敏感度。
9	专业综合实训	6/3	本科/中级	熟练掌握市场营销综合知识与训练技能。
10	校内生产性实训基地实训	2/2	本科/中级	熟悉实习产品基本知识；掌握实习产品营销原理与方法；理解传统营销与新媒体营销的区别。
11	商务谈判与礼仪实训	2/1	本科/中级	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。
12	推销技术实训	2/2	本科/高级	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。
13	市场调查实训	2/1	本科/中级	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。
14	市场营销竞赛系统实训	2/1	本科/中级	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。
15	商品学基础	2/1	本科/中级	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。
16	管理学基础	2/1	本科/中级	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。
17	经济法	2/1	本科/中级	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。
18	商务数据分析	2/1	本科/中级	理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法；掌握营销数据分析的内容、方法、工具与流程；理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。
19	消费心理与行为	2/1	本科/中级	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。
20	数字营销	2/1	本科/中级	理解数字营销的内涵，熟悉各类数字营销技术，掌握数字广告营销思维，数字互动营销方式和渠道。
21	统计基础	2/1	本科/中级	掌握统计基础全套知识点，理解统计工作全流程，具备数据处理实操能力，熟练 Excel 统计实操，能结合营销、财务、客服、电商案例做数据分析，具备良好的统计法规与合规素养。

序号	课程名称	教师要求		
		专职/兼职数量	学历/职称	能力素质
22	销售管理	2/1	本科/中级	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。
23	品牌策划与推广	2/1	本科/中级	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。
24	创新创业实战（新媒体平台内容创业）	2/1	本科/中级	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形态和主流技术；熟悉内容创业团队的组建的流程、组织构架和运营管理模式；熟悉各个新媒体平台的运行机制、规则和主要运营方法。
25	国际贸易实务	2/1	本科/中级	熟悉国际贸易业务基本流程；熟悉常用的贸易术语；掌握国际贸易业务基本操作方法。
26	农产品营销	2/1	本科/中级	了解农产品营销的概念和以客户需求为中心的营销理念，掌握 SWOT 技术；掌握产品品牌策略；农产品定价策略、渠道策略、促销策略的相关内容。
27	基础会计	2/1	本科/中级	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。
28	直播营销	2/1	本科/中级	熟悉行业发展趋势、主流直播平台分类与平台规则；熟悉直播产业链构成、人货场核心逻辑；掌握直播选品、直播间脚本、流量投放、直播数据复盘、直播合规相关理论知识；熟悉直播电商财税、售后、供应链配套知识。
29	物流管理实务	2/1	本科/中级	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。
30	演讲与口才	2/1	本科/中级	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。
31	短视频策划与制作	2/1	本科/中级	掌握短视频行业发展、短视频内容营销底层逻辑；熟悉抖音、视频号、小红书等平台内容分发机制；掌握短视频脚本分镜、构图运镜、灯光收音、剪辑包装、文案标题、流量推荐算法相关理论；了解短视频广告投放、短视频 IP 变现、内容版权与平台审核规则知识。
32	茶艺	2/1	本科/中级	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。
33	校内生产性实训基地实训	2/2	本科/中级	熟悉实习产品基本知识；掌握实习产品营销原理与方法；理解传统营销与新媒体营销的区别。
34	毕业设计	8/8	本科/中级	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。
35	岗位实习	2/2	本科/中级	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。

十、教学条件

1.教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、专业实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训基地。

（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）校内外实验、实训场所基本要求

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	数字营销实训室	数字营销技术实训	数字营销实训软件、多媒体、电脑等	45/50	数字营销基础、市场营销基础、市场调查、市场营销策划、客户服务与管理
2	商务数据分析实训室	市场调查实训、商务数据分析实训	商务数据分析实训软件、多媒体、电脑等	45/50	市场调查、商务数据分析、市场营销策划
3	商务谈判与推销实训室	商务谈判实训、推销技术实训	实训用消费品、商品货架、谈判桌、多媒体、电脑、打印机等	45/50	商务谈判与礼仪、推销技术、销售管理、消费心理与行为
4	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	创新创业实战
5	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、多媒体等	45/50	市场营销基础、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）实习场所基本要求

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、营销策划员、客户服务等实习岗位，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	娄底市未来商贸有限公司	推销技术实训、校内生产性实训基地实训
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	推销技术实训、岗位实习

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	市场调查实训、创新创业实战、商务谈判实训
4	娄底职院市场营销专业校企合作基地	长沙贝壳找房互联网信息有限公司	岗位实习
5	娄底职院市场营销专业校企合作基地	湖南东家乐装饰有限公司	校内生产性实训基地实训、商务谈判实训
6	娄底职院市场营销专业校企合作基地	娄底 58 科技创新经济产业园	市场营销综合实训、创新创业实战
7	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	推销技术实训、商务谈判实训
8	娄底职院市场营销专业校企合作基地	湖南康联国际贸易有限公司	岗位实习、市场调查实训

2.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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

（1）教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

（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、配备与市场营销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。

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1.建立学校、二级学院和教研室三级专业教学质量监控管理制度，健全市场营销专业建设和教学质量诊断与改进机制，依据国家标准与省级标准制订相应的课程标准、专业技能考核标准、毕业设计考核标准等标准体系及其质量保障和检查评价制度，按照 PDCA 循环方式，在教学实施、过程监控、质量评价和持续改进等环节进行有效诊断与改进，达成人才培养规格。

2.完善学校、二级学院和教研室三级教学管理机制，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，确保人才培养质量。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，分析生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等，通过第三方评价机构定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，找出问题、分析原因、提出措施，为下一年度人才培养方案的修订提供依据。

4.专业教学团队充分利用评价反馈结果有效改进专业教学，持续提升人才培养质量。

（二）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；

3.修完人才培养方案所有必修课程并取得125学分，完成选修课程规定学分33学分，其中专业选修课15学分，公共素质选修课18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.专业教学进程安排表

2.人才培养方案制订审核表

3.人才培养方案论证审批表

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	自主学习	1	1.2	2	2.3	3	3.4	4	4.5	5	5.6	6		
公共基础课程	公共基础必修课程	军事理论	2288CT001	A	2	36		0	36	36X											②E	
		军事技能	2288CP001	C	2	112		112		3W											②E	
		思想道德与法治	0888CT036	B	3	48	40	8		3×16											②AF	
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0888CT038	B	2	32	28	4				2×16									②AF	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	0888CT039	B	3	48	40	8								4×12					②AF	
		习近平经济思想概论		B	1	16	12	4								4×4					②AF	
		形势与政策（一）（二）（三）（四）	0888CT024 0888CT025 0888CT019 0888CT035	A	2	32	32			2×4		2×4		2×4		2×4					②A	
		大学生心理健康教育（一）（二）	1866CI001 1866CI002	B	2	32	16	16		1×16		1×16									②A	
		大学生创新创业基础	2688CI002	B	2	32	8	8	16			1×16+16X									②E	
		高职英语	0588CI028	B	4	64	28	20	16	3×16+16X											②A	#
		大学语文（含中华优秀传统文化）	0988CI022	B	3	48	38	10		3×16											②A	#
		体育与健康（一）（二）（三）（四）	0988CI023 0988CI024 0988CI025 0988CI026	B	8	112	16	96		2×14		2×14		2×14		2×14					②E	
		职业生涯规划	0888CI003	A	1	16	8		8	2×4+8X											②E	

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	自主学习	1	1.2	2	2.3	3	3.4	4	4.5	5	5.6	6		
			就业指导	0888CT043	A	1	16	16											1×16			②E	
			劳动教育与劳动技能（一）	1866CT015	B	1	16			16	16X											②E	
			“四史”教育	0888CT046	A	1	16			16			16X									②E	
			安全教育	1866CT016	A	0.5	8			8							8X					②E	
			公共基础必修小计			**41.5**	**668**	**270**	**282**	**116**													
	公共素质拓展课程	**限选课程**	高职英语（二）		B	4	64	28	20	16			3×16+16X									②A	#
			应用数学	0988CT007	A	3	48	48					3×16									②A	
			信息技术	0388CI004	B	3	48	24	24				4×12									②D	
			国家安全教育	1399ET082	A	1	16			16	16X											②E	
			美育	1866CT012	A	2	32			32					32X							②E	
			湖湘文化	0888CT047	B	2	32	20	12						2×16							②A	
			公共素质限选小计			**15**	**240**	**120**	**56**	**64**													
		任选课程	全校公选课			3	60	60	0				学校根据有关文件规定，统一开设身心素质、艺术素质、人文素养、科技素养等方面的任选课程，学生至少选修其中3门。										
			公共素质拓展小计			**18**	**300**	**180**	**56**	**64**													
	公共基础课程合计					**59.5**	**968**	**450**	**338**	**180**													
专业（技能）课程	**专业（技能）必修课**	**专业（技能）基础**	商品学基础	0404PI037	B	3	48	40	8		3×16											①A	
			管理学基础	0404PI038	B	3	48	40	8		3×16											①A	●★

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	自主学习	1	1.2	2	2.3	3	3.4	4	4.5	5	5.6	6		
	程		经济法	0404PI039	B	3	48	38	10		3×16											②A	★
			市场营销基础	0404PI047	B	3	48	38	10				3×16									①A	★
			商务数据分析	0404PI043	B	3	48	24	24						3×16							②A	★
			销售管理	0404PI026	B	3	48	38	10								3×16					②A	
			统计基础	0404PI067	B	2.5	40	32	8				3×14									②A	●
		专业（技能）基础小计				**20.5**	**328**	**250**	**78**	**0**	**9**		**6**		**3**		**3**						
		专业（技能）核心	市场调查	0404PI017	B	4	60	40	20				4×15									①A	▲
			商务谈判与礼仪	0404PI056	B	3.5	56	40	16								4×14					①A	▲
			推销技术	0404PI036	B	4	60	40	20						4×15							①A	★▲
			市场营销策划	0404PI050	B	3.5	56	28	28						4×14							①A	▲
			智能客户服务实务	0404PI066	B	3	48	40	8								3×16					①A	★▲
			数字营销	0404PI063	B	3	48	38	10						3×16							①A	★▲
			消费心理与行为	0404PI051	B	3	48	40	8						3×16							①A	▲
			品牌策划与推广	0404PI55	B	3	48	38	10								3×16					①A	★▲
		专业（技能）核心小计				**27**	**424**	**304**	**120**				**4**		**14**		**10**		**0**				
		专业（技能）集中实践	市场调查实训	0404PPS02	C	1	28		28				1W									①E	
			商务谈判与礼仪实训	0404PPS16	C	1	28		28								1W					①E	
			推销技术实训	0404PPS04	C	1	28		28						1W							①E	
			市场营销技能竞赛系统实训	0404PPS14	C	2	56		56				2W									①E	★
			校内生产性实训基地实训	0404PPS09	C	1	28		28				1W									①E	
			专业综合实训	0404PPI07	C	4	112		112										4W			①E	
			毕业设计	0404PPG11	C	2	56		56										2W				

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	自主学习	1	1.2	2	2.3	3	3.4	4	4.5	5	5.6	6		
			岗位实习	0404PPP10	C	24	560		560											4W	20W		
			专业（技能）集中实践小计			**36**	**896**	**0**	**896**	**0**													
		专业（技能）必修合计				**83.5**	**1648**	**554**	**1094**	**0**			**10**		**17**		**13**		**0**				
	专业（技能）拓展课程	**限选课程**	创新创业实战（新媒体平台内容创业）	0404PI044	B	2	32	16	16										3×12			①A	
			国际贸易实务	0404PI060	B	2	32	24	8										3×12			①A	
			新媒体营销	0404PI071	B	3	48	36	12								3×16					①A	★
			广告实务	0404PI058	B	2	32	16	16										3×12			①A	
			专业限选小计			**9**	**144**	**92**	**52**								**3**		**9**				
		任选课程	农产品营销	0404PI061	B	2	32	24	8										3×12			②A	学生根据兴趣爱好，任选 3 门学习。
			基础会计	0404PI062	B	2	32	24	8										3×12			②A	
			演讲与口才	0404PI031	B	2	32	16	16										3×12			②A	
			直播营销	0404PI069	B	2	32	16	16										3×12				
			物流管理实务	0404PI005	B	2	32	24	8										3×12			②A	
			短视频策划与制作	0404PI070	B	2	32	16	16										3×12			②A	
			茶艺	0404PPS08	B	2	32	16	16										3×12			②A	
			专业任选小计			**6**	**96**	**48**	**48**														
		专业（技能）拓展合计				**15**	**240**	**140**	**100**		**0**		**0**		**0**		**0**		**9**				
	专业（技能）课程合计					**98.5**	**1888**	**694**	**1194**		**9**		**10**		**17**		**16**		**18**				
专业总学分/总学时/周学时						**158**	**2856**	**1144**	**1532**	**180**	**21**		**26**		**21**		**23**		**19**				

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.课程实施按如下 4 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+W”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“课时数+H”表示，例如“4H”表示该课程安排 4 学时的讲座；④线上课程以“课时数+X”表示,如“4X”表示该课程安排 4 学时的线上课时。

4.建议有条件的课程实行线上线下相结合的教学方式,并根据实际，适当安排安排自主学习学时，这里所列的“自主学习学时”是指理论面授、实践教学之外的学习时间，是部分课程规定安排的自主学习学时，以视频学习和理论学习为主；自主学习要安排具体的主题，在课程标准和授课计划中体现，纳入考核内容，但不计入任课教师的教学工作量。

附录 3

娄底职业技术学院
2026 级三年制高职专业人才培养方案修订审核表

<table>
<tr><td colspan="2">专业名称</td><td>市场营销</td><td colspan="2">专业代码</td><td>530605</td></tr>
<tr><td colspan="2">总课程数</td><td>55</td><td colspan="2">总课时数</td><td>2856</td></tr>
<tr><td colspan="2">公共基础课时比例</td><td>33.9%</td><td colspan="2">选修课时比例</td><td>18.9%</td></tr>
<tr><td colspan="2">实践课时比例</td><td>53.6%</td><td colspan="2">毕业学分</td><td>158</td></tr>
<tr><td rowspan="8">制（修）订团队成员</td><td>姓名</td><td>职称</td><td>学历/学位</td><td colspan="2">单位</td></tr>
<tr><td>郭赞伟</td><td>教授</td><td>硕士</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>毛凤杰</td><td>讲师</td><td>硕士</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>陈志雄</td><td>讲师</td><td>本科</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>刘卫国</td><td>副教授</td><td>硕士</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>吴梦华</td><td>教授</td><td>硕士</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>王宇芳</td><td>讲师</td><td>硕士</td><td colspan="2">娄底职业技术学院</td></tr>
<tr><td>宁意华</td><td>经济师</td><td>本科</td><td colspan="2">娄底市未来商贸有限公司</td></tr>
<tr><td>制（修）订依据</td><td colspan="5">1.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）；
2.《教育部关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》（教职成〔2026〕1 号）；
3.《职业教育专业教学标准-2025 年修（制）订》；
4.《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》《高等学校课程思政建设指导纲要》《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》《高等学校学生心理健康教育指导纲要》《大中小学国家安全教育指导纲要》《关于全面加强和改进新时代学校国防教育工作的实施细则》《职业学校学生实习管理规定》；
5.《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 2026 级专业人才培养方案范式》；
6.国家、省级标准。国家标准包括岗位实习标准、实训教学条件建设标准等；省级标准包括专业技能抽查标准、毕业设计抽查标准等。</td></tr>
</table>

制（修）订综述	本方案由市场营销专业教学团队牵头编制，组建由校内教授、骨干教师、行业企业经济师共同构成编制小组，校内成员涵盖市场营销、商务数据分析、新媒体运营、客户服务方向专任教师，校外吸纳本地商贸、电商服务企业一线营销管理专家全程参与研讨、论证与修订。 一、总体思路 1、以立德树人为根本任务，紧扣《职业教育专业教学标准（2025 修订）》《关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》等文件要求，立足娄底及湘中地区批发零售、商务服务、制造业数字化营销人才需求，依托电子商务专业群资源统筹设计。前期通过企业走访、毕业生跟踪调研、岗位能力拆解，梳理销售、市场策划、客户服务三大核心岗位典型工作任务，对照岗位所需素质、知识、能力三维培养规格重构育人体系；坚持岗课赛证深度融合，对接互联网营销师、数字营销技术应用等 1+X 职业技能等级证书标准；遵循“公共基础打底、专业基础筑基、核心课程强技、拓展课程培优、集中实践赋能”分层逻辑，优化三年教学时序安排，平衡理论教学与实践教学比重，突出数智化营销、智能客服、品牌新媒体推广等行业新技能培养，构建德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才培养体系。 2、、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、营销策划、品牌管理、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参与教学，对学生的职业能力加强培训。 二、方案主要特色 1、数智化转型导向，贴合数字营销新业态。顺应线上营销、智能客服行业发展，增设数字营销、新媒体营销、智能客户服务实务、商务数据分析等核心课程，融入短视频、直播、AI 数据工具、智能客服机器人实操内容，匹配企业数字化营销岗位刚需。 2、岗课赛证一体化贯穿培养全过程。近半专业核心课对标对应 1+X 证书考核要点，设置市场营销技能竞赛专项实训，将竞赛任务、证书实训、岗位实操融入日常教学；明确毕业需取得通用证书加至少一项营销类职业技能等级证书，实现学习、考证、备赛、就业同步推进。

3、实践教学体系完整。构建课内实训、专项集中实训、校内生产实习、校外岗位实习、毕业设计五级实践链条，总实践学时占比超50%；联动本地商贸、产业园企业建立稳定校外实习基地，引入真实品牌推广、市场调研、客户服务项目进课堂，推行项目化、情景化实训教学。

4、兼顾基础与拓展。新增新媒体营销、直播营销、短视频策划与制作等多元拓展课程，并对核心课程进行升级改造，紧跟当下市场需求，提升课程的实用性，兼顾学生就业、创业、升学不同发展需求。

三、重点内容

1、进一步明确了人才培养目标定位

主要面向工商、服务和生产制造行业/企事业单位（行政机关）的销售、市场推广、营销策划和客户服务等方面一线岗位，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，掌握基本营销理论、管理原理、职业英语、创新创业等专业通用知识，具有商贸行业通用的英语与计算机应用、市场调研、商务谈判、营销策划、客户开发与产品交易、创新创业等特定能力，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。

2、进一步明确了专业群人才培养规格

要求具备岗位任职要求必备的市场调研、商务谈判、产品推销、营销策划、网络与新媒体营销、客户服务与管理等市场营销基本理论与专业知识，熟练掌握商务信息搜集与分析、客户沟通、推销技巧、营销管理与策划、客户关系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和职业能力，职业能力主要包括专业能力、方法能力、社会能力。

3、进一步优化了专业课程体系

以职业岗位需求为基础，按照“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，对三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，为学生建立完整的知识结构和能力结构。

师资队伍配备规划合理，基本能完全满足教学需要，实训条件设置规划完整，基本能满足教学需要。

专业建设委员会意见	该专业人才培养方案符合要求，审核通过！ 负责人签字： 2026 年 月 日
二级学院意见	同意专业建设委员会意见！ 负责人签字（公章）： 2026 年 月 日
专家意见	同意。 专家组长签名： 2026 年 8 月 15 日
教务处（医学部）意见	同意 负责人签字（公章）： 2026 年 8 月 20 日
教学工作委员会意见	同意。 主任签字： 年 月 日
学校党委意见	同意 （公章）： 年 月 日