

私立华联学院

市场营销专业人才培养方案

(2023 年)

一、专业名称及代码

(一)专业名称:市场营销

(二)专业代码:530605

二、入学要求

全日制普通中学高中毕业生:职业中学、中专、技校毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

基本学制为三年,实行弹性学制,学生总修业时间(含休学)不得超过五年。

四、职业面向

(一)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)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸 大类(53)	工商管理 类(5306)	批发业、 零售业、 商务服 务业 (51、 52、53)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 营销推广人员 (4-02-02-05) 市场营销专业 人员 (2-06-07-02)	销售经理 区域销售经理 卖场经理 小微商业企业 创业者 市场主管 市场经理	职业核心能力中级证书、1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书(中级)、门店数字化运营与管理等级证书(中级)

(二)职业岗位分析

本专业毕业生面向的职业领域有:市场部岗位、销售部岗位、客服部岗位、品牌部岗位、广告部岗位、网络营销部。其岗位群如表 1 所示。

表 1 岗位群

就业范围	第一就业岗位（毕业前3年）	目标岗位（毕业3-5年）	未来发展岗位（毕业5年后）
市场部岗位	产品专员、广告专员、市场拓展专员、市场公共专员、市场策划专员、促销专员、市场调研专员、督导员、培训专员	产品主管、广告主管、市场拓展主管、市场公共主管、市场策划主管、促销主管、市场调研主管	市场部经理
销售部岗位	销售专员、销售工程师、销售行政助理、文员、渠道专员、商务代表、商务助理、促销专员、售后服务专员	销售主管、销售内勤主管、渠道主管、商务主管、促销主管、售后服务主管	销售部经理
客服部岗位	客户调查专员、客户开发专员、客户维护专员、大客户专员、售后服务专员、客户投诉专员、客户信息专员、呼叫中心专员、技术支持专员	客户调查主管、客户开发主管、客户维护主管、大客户主管、售后服务主管、客户投诉主管、客户信息主管、呼叫中心主管	客服部经理
品牌部岗位	品牌设计专员、品牌规划专员、策划文案、品牌推广专员、品牌维护专员、品牌营销专员	品牌策划主管、区域品牌主管、品牌运营主管	品牌部经理
广告部岗位	市场调查专员、媒介购买专员、媒介策划专员、广告制作专员、文案、广告策划专员、平面设计专员、美术	市场调研主管、媒介主管、创意制作主管、广告策划主管	广告部经理
网络营销部岗位	网络推广专员、网络客户服务专员、商务代表、网络支持专员、广告策划专员、网络信息专员、美工	网络推广主管、客户服务主管、电子商务主管、网络支持主管	网营部经理

根据职业能力培养目标，对市场营销专业职业岗位职责及能力进行分析，结果如表2所示：

表2 岗位职责及能力分析表

序号	岗位	岗位群工作任务	能力要求
1	市场部	1. 根据市场调研结果，实施现有市场分析和未来市场预测 2. 负责市场策划、公关与市场开拓工作 3. 负责制定营销、产品、促销、形象等策划方案，并协助相关部门共同实施 4. 负责产品、产品线的规划与管理工作 5. 负责企业广告战略的制定与实施工作	1. 制定调研计划、问卷设计、组织调研的能力 2. 分析、汇总调研数据、计算市场潜量、预测市场销售额的能力 3. 新产品开发、判断产品生命周期并提出对策、组织实施产品组合策略的能力 4. 制定价格策略的能力 5. 问题发现及改善能力
2	销售部	负责企业销售目标的达成与销售计划的实施 负责销售渠道的拓展与管理工作 3. 负责商务活动的管理工作	1. 制定销售计划的能力 2. 制定与组织实施渠道策略的能力 3. 策划并实施公共宣传活动的的能力

		4. 负责具体促销活动的组织实施 5. 负责销售内勤事务处理工作	4. 销售技术的能力 5. 发现问题及改善能力
3	客服部	1. 负责客户服务标准、业务标准和流程的制定, 规范客户服务行为 2. 围绕客户开发计划, 负责客户关系的维护与开发管理 3. 负责客户投诉处理及监督检查工作, 发现问题及时解决 4. 负责呼叫中心的运营与管理工作 5. 负责大客户关系的重点维系与管理	1. 建立客户档案、处理客户投诉 2. 设计服务质量考评体系、测定服务质量的能力 3. 制定服务营销策略的能力 4. 组织商务谈判的能力 5. 做好销售绩效管理的能力
4	品牌部	1. 负责按照公司总体战略提炼、整合企业品牌资源, 提升品牌价值 2. 负责企业品牌包装与形象策划, 进行差异性品牌传播 3. 全面负责企业品牌运营与相关服务工作 4. 负责规范内部的品牌使用行为, 并监控外部的品牌侵权行为 5. 负责沟通与外部媒体的关系	1. 对企业、产品进行定位的能力 2. 进行品牌设计的能力 3. 进行包装设计的能力 4. 制定并实施品牌策略的能力
5	广告部	1. 负责整体广告策划方案的制定与执行工作 2. 负责广告创意的设计与实施 3. 负责广告媒介的策划、选择与购买等工作 4. 负责广告的市场调研工作 5. 负责各类广告文案的编写工作	1. 制定并实施广告与宣传策划的能力 2. 选择广告媒体的能力 3. 评估广告效果的能力
6	网络营销部	1. 负责网站的建立与维护 2. 负责网站内容的管理 3. 负责线上的营销推广 4. 负责新媒体营销	1. 确定网络营销模式的能力 2. 制定网络营销策略的能力 3. 实施网络营销日常管理的能力 4. 实施数字营销的能力 5. 实施新媒体营销的能力

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养适应具有新时代中国特色社会主义现代化经济建设和粤港澳大湾区经济发展的需要, 政治思想坚定, 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, 德、智、体、美、劳全面发展, 同时适应数字经济时代的需求, 具有“重诚信、善沟通、懂管理、会经营”的职业素养, 掌握市场营销专业知识与基本技能, 具备需求洞察、产品规划、品牌策划与管理、数字营销策划等能力, 具有较强的创新精神与持续发展能力, 面向零售业、批发业、商务服务业等行业的营销推广岗位, 能够从事调研、产品策划、品牌策划、商品销售、

活动策划与执行、网络推广、销售管理、客户关系管理等工作，具备大数据思维并掌握数字营销技术的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

1.素质。

序号	素质结构	素质要求
1	政治素质	1. 坚决拥护中国共产党领导，积极践行社会主义核心价值观，善于从相互联系、发展和对立统一中去观察、分析、解决问题，树立积极向上的世界观、人生观和价值观。 2. 具有深厚的爱国情感、国家认同感，传承和弘扬伟大的民族精神，具有社会责任感和参与意识。具有社会主义的道德品质和文明的行为习惯，具有敬业精神和思想品德。 3. 具有很强的法制意识和观念，诚信做人、做事、做学问。
2	身心素质	1. 具有一定的军事基础理论，达到军事训练合格标准。达到国家规定的高职学生体育锻炼合格标准； 2. 具有健康的体魄、积极的职业心态和乐观的生活态度，掌握科学锻炼身体的方法，能够经受艰苦环境考验和逆境的磨炼，有文明高雅的气质和高尚情操。
3	职业素质	1. 具有良好的职业态度和职业道德修养，坚持爱岗敬业、诚实守信； 2. 具有正确的职业观和创业观； 3. 具有精益求精的工匠精神，具有较强的实践能力； 4. 具有脚踏实地，严谨求实，勇于创新的精神； 5. 具有熟练进行销售、消费者行为分析、客户管理的能力。具有熟练的市场调查与分析、一般市场营销策划能力。
4	人文素质	1. 具有融合传统文化精华、当代中西文化潮流的宽阔视野； 2. 具有健康、高雅、勤勉的生活工作情趣； 3. 具有适应社会核心价值体系的审美立场和方法能力； 4. 具有较强的创新意识、创新精神； 5. 具有主动、热情、耐心的服务意识，具有较强的抗挫能力； 6. 奠定个性鲜明、善于合作的个人成长成才的素质基础； 7. 具有企业管理知识、计算机应用能力，办公自动化及信息化管理能力、英语简单交流能力，培养学生的开阔视野，高尚的人文素质。
5	创新创业素质	1. 具有服务他人、服务社会的情怀； 2. 具有关心本专业领域的发展动态的意识； 3. 具有良好的沟通能力与领导力，要积极参与，乐于分享，敢于担当； 4. 具有创新思维的基本技巧，有良好的分析能力、主动解决问题的意识与构建策略方案的能力； 5. 具有思维活跃、行动积极和自我成就意识。

2.知识。

序号	知识结构	知识要求
1	文化基础知识	1. 了解中国特色的社会主义理论的基本原理； 2. 掌握必要的法律知识、能正确运用法律工具，具有良好的职业道德和行为规范； 3. 熟练掌握计算机基础知识和办公软件应用； 4. 掌握英语基本知识； 5. 了解国家的政治经济形势与政策。
2	职业基础知识	1. 掌握经济学、管理学、组织行为学的基本原理和知识； 2. 掌握一定的会计学基本知识； 3. 掌握本专业必备的市场营销学、市场调查与分析的专业基础知识； 4. 具有一定的经济法律基础知识； 5. 具有一定的商务数据分析的知识。
3	职业技术知识	1. 掌握公共关系学、广告理论与实务、网络营销专业技术知识； 2. 掌握商务谈判、商务沟通与礼仪的相关知识； 3. 掌握智慧供应链管理、门店数字化运营与管理的专业技术与职业知识； 4. 掌握网络营销、消费者行为分析的相关知识； 5. 掌握新媒体营销工具的实用方法； 6. 具有一定的国际贸易知识。
4	职业拓展知识	1. 了解ERP沙盘模拟实训、市场营销综合实训等知识； 2. 了解进行小企业创业与管理运营的基本知识； 3. 了解进行团队协作、组织管理、沟通协调的的相关知识。

3.能力。

序号	能力结构	能力要求
1	通用能力	1. 具有职业规划与实施的能力； 2. 具有较强的语言文字表达能力和必须的外语基本应用能力； 3. 具有在企业第一线从事市场营销、营销主管应具备的业务能力； 4. 具有一定的自学能力和获取信息的能力，应有较强的工作适应能力； 5. 具有较强的人际沟通及分析能力和解决营销实际问题的基本能力； 6. 具有创新创业思维与行动能力。
2	专业技术技能	1. 具有健康的创业观与成功的创业心态，具有发现商机、分析商机、利用商机的能力，具备克服困难、超越自我和坚韧执着的精神和毅力； 2. 具有营销调研和消费行为洞察能力； 3. 具备从事网络营销策划与推广能力； 4. 具备从事设计、撰写与宣讲优秀的营销策划方案，组织与协调好营销活动中各项工作的有机衔接，具有创造性思维与思辨能力； 5. 具备从事产品开发、门店销售、商品运输、促销策划以及客户服务等相关岗位的管理能力。
3	职业拓展能力	1. 具有职业纵深发展能力，对未来工作岗位进行深度调研，提升分析与解决问题能力； 2. 具有创业项目开发与管理能力；

		3. 企业综合管理能力。
--	--	--------------

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

课程名称：思想道德与法治

学分：3

课程目标：教育学生树立崇高的人生理想和正确的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观，培养学生良好的道德品质，增强学生的法制观念和法律意识。

主要内容：教育和引导学生树立正确的人生价值观，坚定崇高理想信念；教育和引导学生弘扬中国精神，自觉遵守道德规范；教育和引导学生树立法治意识 自觉遵纪守法。

教学要求：结合教材和教学内容，采取课题理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；采取案例式、情景式、讨论式、互动式、“翻转课堂”式等多种形式展开教学；利用网络资源和互联网等现代化教学手段展开教学。

课程名称：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

学分：2

课程目标：教育学生系统掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

主要内容：教育和引导学生了解和基本掌握毛泽东思想的形成、发展和主要内容；了解和基本掌握中国特色社会主义理论体系的形成、发展和主要内容，坚定坚持和发展中国特色社会主义的理想和信念。

教学要求：结合教材和教学内容，采取课题理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；采取案例式、情景式、讨论式、互动式、“翻转课堂”式等多种形式展开教学；利用网络资源和互联网等现代化教学手段展开教学。

课程名称：习近平新时代中国特色社会主义思想概论

学分：3

课程目标：坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，教育学生深入了解和掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈地用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践。

主要内容：教育和引导学生了解和基本掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的形成条件；了解和基本掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义和主要内容；了解和基本掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位。

教学要求：结合教材和教学内容，采取课题理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；采取案例式、情景式、讨论式、互动式、“翻转课堂”式等多种形式展开教学；利用网络资源和互联网等现代化教学手段展开教学。

课程名称：形势与政策

学分：1

课程目标：教育和引导学生正确认识国内外大事、热点问题以及党和国家的路线、方针、政策。

主要内容：结合国内外发生的重大事件、热点问题以及党和国家制定的路线、方针、政策等，适时地教育和引导学生正确地认识国内外发生的重大事件、热点问题，正确地认识党和国家的路线、方针、政策，自觉维护安定团结的大好局面。

教学要求：结合国内外发生的重大事件、热点问题，采取案例式、情景式、讨论式、互动式等形式，利用网络资源和互联网等现代化教学手段，宣传党和国家的大政方针和对策，坚定必胜信念。

课程名称：中华优秀传统文化

学分：2

课程目标：通过本课程学习，学生能对中华优秀传统文化尤其是思想文化具有较为全面的初步认识，对其中所蕴含的精神正能量，能渗透到对现实生活的思考认识之中，落实到言行举止之上。

主要内容：专题一忠孝爱国；专题二修身自强；专题三民本仁爱；专题四刚正廉洁；专题五自然和合；专题六婚姻爱情；专题七革故鼎新

教学要求：区别于语文课，不同于思政课，文本字、词、句、篇不是课程重点，只是思想内容、精神能量阐发的素材基础。课堂讲解文本要求在没有知识性硬伤的前提下，直接口译、意译为学生便于理解的生活化语言。主讲教师均要求本科以上文史哲专业背景，教学经验丰富，教学风格亲切灵活，能熟练运用信息化网络素材和多媒体教学设备，有一定的教学科研能力，富于开拓进取和团结协作精神。尽可能灵活运用信息化教学手段，教学方法与时俱进。

课程名称：职业核心能力实训

学分：2

课程目标：引导学生通过理论学习、课程实训，认识职业核心能力的基本内涵及对未来职业生涯的重要性，训练与人沟通、与人合作和解决问题能力，培养基本的职业社会能力适应职业生涯的需要。

主要内容：1. 交谈讨论、当众发言、阅读、书面表达。2. 制定合作计划、完成任务、改善效果。3. 分析问题提出对策、实施计划解决问题、验证方案改进计划。

教学要求：教师运用 OTPAE 五步训练法：目标—任务—准备—行动—评估，利用项目驱动教学、案例分析、角色扮演、头脑风暴法、体验学习等方法，提升学生与人交流、合作、解决问题、创新等能力水平

课程名称：陶行知教育思想

学分：1

课程目标：培养知晓陶行知教育思想并能践行的华联学子。

主要内容：了解陶行知的生平思想，认知陶行知的德育思想，认知陶行知生活教育思想，认知陶行知的创造教育思想，认知陶行知的普及教育思想，认知陶行知的师范教育思想，认知陶行知的儿童教育思想，认知陶行知的职业教育思想。认知陶行知与中外文化，阅读陶行知二十二篇代表作。

教学要求：粗通陶行知的生平及教育思想；能在工作和学生中努力践行。

课程名称：国家安全教育

学分：1

课程目标：牢固树立和全面践行总体国家安全观，增强国家安全意识，提升维护国家安全能力。

主要内容：学习和了解国家安全各重点领域的基本内涵、重要意义、面临的威胁与挑战以及维护国家安全的途径与方法。

教学要求：教育和引导学生树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。

课程名称：劳动专题教育

学分：1

课程目标：教育和引导学生树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念；养成良好的劳动习惯和品质；培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。

主要内容：教育和引导学生正确认识劳动的现象和本质，深化对劳动内涵的理解与认识；了解和掌握基本的劳动知识和技能；组织学生开展劳动实践锻炼活动，培养学生尊重劳动、热爱劳动、珍惜劳动成果的态度和品质。

教学要求：要求学生正确认识劳动的意义，领悟劳动独特价值，提高学生劳动素养，使学生树立正确的劳动观念，养成良好的劳动习惯和品质，培养尊重劳动、热爱劳动的真挚情感，锻炼学生的劳动能力。

课程名称：体育与健康

学分：2

课程目标：增强学生体质，掌握基本的体育与健康知识和运动技能；培养学生体育的兴趣和爱好，养成坚持锻炼的习惯；具备良好的心理品质，表现出良好的人际交往的能力与合作精神；提高对个人健康和群体健康的责任感，树立健康的生活方式；发扬体育精神，树立积极进取、乐观开朗的生活态度。为终身体育奠定坚实的基础。

主要内容：内容涵盖基础理论、专项理论、基本技战术、身体素质。

教学要求：通过本课程的学习，使学生掌握一至二项运动技术技能和科学体育锻炼的基本知识，基本形成锻炼习惯和意识，树立终身体育意识和正确的健康观，具有健康的体魄。

课程名称：公共外语（英语）

学分：8

课程目标：掌握英语语言基础知识和基本技能，能够运用英语进行日常交际和进行应用文写作。要求学生掌握一定量的实用英语语言知识，即语音、常用语法、常用词汇、基本句型结构，重点训练和培养的听说能力和基本读写能力。端正学生学习态度，培养学生学习英语的兴趣和自学习惯和能力。致力于课程思政元素与语言教学的融合，实现立德树人的根本任务，提高学生综合素质。

主要内容：《公共外语（英语）》课程是我院各专业大一非英语专业学生必修的一门公共基础课，旨在培养学生在今后学习、工作、生活中的英语语言基础和运用。本课程遵循“以应用为目的，实用为主，够用为度”的教学思想，服务于高职高专人才培养目标，通过课堂讲授和听、说、读、写、译的综合训练，使学生掌握必备的英语基础知识，提高英语综合运用能力，为学生参加高等学校应用英语能力考试（AB级）考试创造条件，对学生职业能力和职业素质的培养起重要的支撑作用。

教学要求：要求学生掌握一定量的实用英语语言知识，即语音、常用语法、常用词汇、基本句型结构。培养学生英语综合应用能力（听、说、读、写、译），特别是听说能力和基本读写能力，同时增强其自主学习的能力和交际的能力，为实现提升学生就业竞争力及今后的可持续发展打下良好的基础。

课程名称： 公共外语（日语）

学分： 8

课程目标： 大学日语是非日语专业大学生的一门选修课程。通过本课程的学习，学生通过与教师、同学的共同活动，逐步掌握日语知识和技能，提升外语学习兴趣，初步学会运用日语进行交际。通过学习，使学生能掌握一定量的日语词汇和短语，掌握日语动词的变化和用法，进行一定的日语寒暄，使学生能进行日常较简单的问候交际，能多角度思考问题，学习日本文化，扩展视野，丰富外语学习的内容，有意识的进行对比和自觉学习，学生能基于本课程学习的日语语言基础知识

主要内容： （一）日语发音、日语的文字与书写方法、声调与语调。掌握日语假名的正确书写方法；了解正确的发音部位及发音技巧，掌握日语的正确发音规律，包括清音、浊音、鼻浊音、半浊音、拗音、长音、促音等；能够熟练掌握标准的东京语调、声调的类型和规律。（二）日语中数字、姓氏等常用表述掌握日常生活中数字、时间、岁数、金额以及人物姓氏称谓的表达方法。（三）日语中日常会话。掌握动词的种类及基本形；熟练掌握日语基本会话寒暄语；掌握相关单词，能进行基本的会话和写作、阅读等。

教学要求： 1. 能正确书写平假名、片假名和罗马字；认知 1000 左右的日语单词和短语；

2. 发音准确，了解日语名词、动词和形容动词的用法； 3. 创造尽可能多的机会让学生得到听、说、读、写的训练，可以进行日常的对话交流。4. 通过本教材的学习，能够帮助学生养成良好的语言学习习惯，掌握日语的学习方法，培养学生对日本文化的兴趣，提高审美能力；培养学生健全的人格，为其毕业走上合适的工作岗位打下坚实的基础。

课程名称： 公共外语（西班牙语）

学分： 8 学分

课程目标： 西班牙语教学是以西班牙语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际为主要内容，以外语教学理论为指导，以遵循语言教学和语言习得的客观规律为前提，集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。西班牙英语的课程定位是培养学生的西班牙综合能力，特别是听说能力，使他们在今后学习、工作和社会交往中能用西班牙有效地进行交流，同时加强其自主学习能力，提高综合文化素养，以适应我国社会发展和欧洲，拉丁美洲交流的需要。此外，西班牙语 II 加设西班牙语 DELE 模块，培养学生的听说读写能力，为学生以后的职业方向增加能力和竞争力。

主要内容： 这门课程知识点主要包括语音、语法、词汇和实际应用部分 1. 听力理解能力：能听懂日常西班牙语谈话，能掌握短文的中心大意，抓住要点。能运用基本的听力技巧。2. 口语表达能力：能在学习过程中用西班牙语交流，能就日常话题用西班牙语进行交谈，表达比较

清楚，语音、语调基本正确。3. 阅读理解能力：能基本读懂一般性题材的西班牙语文章。能掌握阅读材料的中心大意，理解主要事实和有关细节。4. 书面表达能力：能完成一般性写作任务，能描述个人经历、观感、情感和发生的事件等。5. 推荐词汇量：掌握的词汇量应达到约 2000 个单词和 300 个词组。

教学要求：1. 正确的语音语调知识，综合运用这些知识进行听、说、读、写、译等语言活动的的能力。2. 开阔学生视野，扩大知识面，加深对世界的了解，借鉴和吸收外国文化精华。3. 扎实的语法知识、一定的词汇量和熟练的词汇运用能力。4. 提高文化素养。扎实的文化背景知识有助于促进语言综合应用能力的提高。

课程名称：公共外语（俄语）**学分：**8

课程目标：高职高专大学俄语的教学目标是帮助学生打下语言基础，掌握良好的外语学习方法，增强自主学习能力，提高综合文化素养，使他们具有外语综合应用能力，特别是听说能力，能用俄语有效地进行口头和书面的信息交流，以适应社会发展、经济建设和国际交流的需要。

主要内容：学习正确的语音语调和基础语法知识，积累一定的词汇量，并通晓词汇的运用，综合这些知识进行听、说、读、写、译等语言训练。介绍俄罗斯民俗风情文化，开阔学生视野，拓宽知识面，加深对世界文化的了解，借鉴吸收外国文化精粹，有助于促进外语语言综合应用能力的提高。

教学要求：要求学生至少掌握 1000 个单词和 100 个词组，能听懂日常俄语对话，能就日常话题用俄语进行交谈，表达清楚，语音语调基本正确；能读懂一般性题材的俄语短文，掌握其中大意，理解主要事实和有关细节；完成一般性写作任务，包括描述个人经历、感观和发生的事件等。

课程名称：大学生心理素质教育与训练**学分：**2

课程目标：培养自我心理调节能力和人际沟通能力，训练自我抗逆境、耐挫折的能力，不断完善人格塑造，以适应新形势各种的挑战。

主要内容：涵盖大学生心理健康、生命教育危机干预、心理咨询、自我意识、人格塑造、需要动机、情绪调控、学习心理、人际关系、恋爱心理、抗挫折能力、网络心理、团体心理辅导。

教学要求：通过本课程的学习，使学生了解心理健康教育的价值和意义；理解心理健康的理论；掌握维护心理健康的方法和自我调适的策略，训练和提高自身心理素质。

课程名称：职业发展与就业指导**学分：**2

课程目标：培养学生掌握设计自己的职业生涯规划，增强学生职业生涯规划与职业决策行为的基本知识与技巧，树立正确的就业择业创业和职业道德观念。提高学生就业创业基本素质 and 创新能力，培育企业家精神，实现人的自由和全面发展。

主要内容：认识职业生涯、探索自己的职业砝码、思考职业生涯决策、绘制职业生涯蓝图、开发职业素质与能力、自我觉察与调控素质拓展、自我提升的能力拓展、准备求职材料、应对招聘面试、模拟求职面试、创新创业教育与实践、创新创业项目路演等。

教学要求：大一学生内容侧重职业发展及创新创业基础理论指导，明确生涯发展任务，把握自我认识和职业关系，设定生涯目标和行动计划。大三毕业生侧重就业指导 and 创新创业实训，掌握职业心理素质调控及自我管理方法，掌握制作求职简历的方法与技巧，掌握招聘面试的应对方法和思路，了解创新创业素质的内涵及创新创业能力培养的方法。

课程名称：军事理论

学分：2

课程目标：增强大学生综合素质，促进大学生全面发展，激发大学生爱国、爱党、爱军热情，培养居安思危、崇文尚武的国防精神。

主要内容：涵盖国防概述、国防法规、国防建设、武装力量、国防动员、国家安全概述、国家安全形势、国际战略形势、军事思想概述、外国军事思想、中国古代军事思想、当代中国军事思想、新军事革命、机械化战争、信息化战争。

教学要求：通过本课程的学习，使学生掌握军事理论基础知识和基本军事技能，提高爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。

课程名称：办公自动化

学分：4

课程目标：熟悉操作系统应用，具有熟练的办公软件基本操作能力

主要内容：计算机基础知识，WINDOWS 操作系统应用，WORD 表格操作，图文混排，EXCEL 表格制作，简单函数计算，数据处理，图表创建；POWERPOINT 演示文稿基本制作，办公软件应用进阶邮件合并与宏的应用等。

教学要求：熟练掌握操作系统应用和办公软件(WORD、EXCEL、POWERPOINT)的基本操作，培养计算机应用操作能力。

课程名称：办公软件高级应用

学分：4

课程目标：对办公软件应用的巩固与提高，全面提高操作熟练度和技能

主要内容：网上信息查找及处理、WORD 综合排版、长文档处理；EXCEL 复杂函数计算，表格数据处理，复杂图表创建和美化，安全性设置；PPT 幻灯片母版的设计与制作、在幻灯片应用各类对象、动画； OUTLOOK 邮件处理，以及日常安排；办公软件之间的联合应用等。

教学要求：熟练掌握办公软件的高级操作和编辑能力，进行综合应用，提高计算机操作水平和加强信息获取及处理能力。

（二）专业课程

课程名称：经济学基础

学分：4

课程目标：通过本课程的学习，一方面使学生掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习财经类的专业课程及将来从事经济工作奠定基础；另一方面使学生能分析和运用现代经济学知识，即根据实际情况有分析地把这些知识运用于实际工作中。

主要内容：本课程包括微观经济学和宏观经济学两部分。总体介绍了经济学的基本原理、分析工具与方法、理论运用和政策分析。

教学要求：学生对本课程中的基本概念、基本理论、基本方法能够有比较全面系统的认识 and 正确掌握并紧密联系实际，解决实际问题，切实提高分析问题、解决问题的能力。

课程名称：管理学基础

学分：4

课程目标：通过模块化的教学活动，使学生对企业管理有正确的认识，树立科学的管理理念，掌握现代企业管理的理论知识，熟悉管理者职位的职责及岗位要求，能够承担各层次管理者的工作任务。

主要内容：本课程打破以往“理论为主，实践为辅”的教学方式，坚持“以人为本”的教学理念，多种教学方法相结合，采用多媒体教学手段，把教学内容分成两大模块：管理基础能力模块、管理四大职能能力模块和管理创新能力模块。

教学要求：1. 了解管理学理论的演变过程；管理学的结构和基本内容。 2. 掌握人力资源管理的技巧与方法；战略管理的基本内容；组织文化与决策过程。 3. 熟练掌握计划、组织、领导、激励、协调和控制的过程与功能。

课程名称：会计学原理

学分：3

课程目标：通过本课程学习，培养学生熟练运用会计核算方法进行建账、填制审核会计凭

证、登记会计账簿，编制会计报表，具备初步的会计核算的实操能力，为后续专业课程奠定扎实的基础。

主要内容：以培养学生的职业能力基础为重点，主要包括会计要素、对象、科目和账户、复式记账、会计凭证、主要经济业务核算、登记账簿、财产清查、财务报告、会计处理程序等项目。

教学要求：能具备出纳员、收银员岗位的基本能力；能正确应用会计的基本规范，能准确按照会计的专门方法进行会计基本业务处理。

课程名称：经济法

学分：2

课程目标：本课程以建设具有中国特色的社会主义理论为指导，遵循“面向世界、面向未来、面向现代化”的方针，培养学生在德智体三方面全面发展，成为能适应中国经济发展的需要，熟悉中国经济法、民法等，具有独立运用经济法知识解决实际问题的能力。

主要内容：经济法概述篇、市场主体法、市场管理模块、宏观管理与社会保障模块

教学要求：要求学生掌握经济法学的基本理论和基本知识，接受法学思维和业务技能的基本训练，具有运用法学理论和法律知识分析问题、解决问题的能力与创新意识，并具有较强的自学能力。

课程名称：组织行为学

学分：2

课程目标：通过《组织行为学》课程的学习，系统研究掌握组织中的心理和行为规律的基础上，使学生比较全面地掌握组织行为学的基本概念、基本理论、基本结构的基本知识，正确认识组织环境中个体、群体以及整个组织与外部环境相互作用所形成的行为，以便管理者预测、描述、引导和控制人的行为，以便调动人的积极性和创造性，提高组织工作效率的应用。

主要内容：个体行为、群体行为、领导行为和组织行为四大方面的内容。

教学要求：在教师的指导下，学生以小组为单位，围绕理论观点或案例内容进行讨论，各抒己见，通过讨论或辩论活动，掌握并巩固知识。

课程名称：市场营销基础

学分：4

课程目标：通过本门课程的学习，增加学生对相关营销知识的感性认识，进而达到使学生掌握营销活动规律的能力，同时引导学生关注后续的营销技能训练，使学生能够有目标地学习。

主要内容：本课程注重职业岗位要求和职业标准对接，课程内容突出对学生职业能力的训练，以“开门的钥匙”、“寻找价值”、“发现价值”、“选择价值”、“创造价值”等十个工作项目为主线。

教学要求：掌握市场营销的概念及工作中的关键术语；树立正确的营销观念和确立营销职业道德；了解营销工作岗位和基本的营销工作过程；理解掌握营销组合工具。

课程名称：商务数据分析与应用

学分：2

课程目标：通过本课程的学习，目标是让学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。

主要内容：本课程是通过学生掌握商务数据分析的原理、工具与方法，具备从事商务数据分析的基本职业能力与素养，课程通过4个教学项目、12个教学单元，采用项目化教学，提高教与学效果。

教学要求：通过借助软件平台，教师讲解知识要点，演示相关操作过程，分析操作要点和需要灵活处理的内容，让学生触类旁通地实现再学习能力。学生通过听教师讲解新知识内容，观看教师操作的步骤和过程，听老师的分析，学习相关知识，了解操作要点，掌握重点和难点内容并进行实际操作，提升数据分析的能力。

课程名称：公共关系学

学分：2

课程目标：通过理论、实践、案例为主导的教学与操作，使工商管理专业的学生掌握公共关系相关的工作岗位、工作任务及其各项技能的侧重点和内容，培养学生初步具有分析问题、解决问题和创新思维的能力，并能制定具体的问卷调查表，进一步形成调查报告、方案策划书、危机管理预案、CIS策划、公关广告策划等技能，提高学生对公共关系实务工作实际动手能力。

主要内容：公共关系概论、公共关系三要素、公共关系四大工作模块、公共关系危机管理。

教学要求：（1）积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数教学方法；（2）积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数教学手段。

课程名称：广告理论与实务

学分：3

课程目标：使学生不仅能够了解广告的基础知识，对广告有全面的认识。还能结合本专业的特点把广告知识运用到企业产品的推广和营销中去。能够用所学的广告策划、创意技巧、文案制作等知识作基本的平面广告。

主要内容：广告概论、广告策划、广告创意、广告表现形式、广告表现形式、广告的构成、广告文案、广告管理

教学要求：本课程注重培养学生在掌握广告基础知识的前提下，能够在市场营销框架中进行广告策划与创意。重视广告策划书的撰写能力和广告作品的创意能力的提升。锻炼学生文案写作的能力，注重培养学生的动手实际操作能力和团队合作作业的能力。综合分析现实的案例进而能够推出自己独特的广告。

课程名称：市场调查与分析

学分：2

课程目标：通过本课程的学习，使学生了解有关市场调查与预测的基本概念和理论，掌握运用市场调查技术和市场预测技术的主要方法，培养学生注重深入实际调查研究问题、分析问题和解决问题的能力，为学生今后从事营销管理工作打下基础。

主要内容：本课程注重学生实际应用技能，倡导学生在项目活动中学会分析研究的技巧，培养学生具备市场调查与预测的基本职业能力。主要分为市场调查概述、市场调查的实施、市场预测、撰写调查报告四个模块。

教学要求：能够为企业确定市场调查目标、具备初步设计市场调查方案的能力、掌握问卷设计的过程，能进行简单的问卷设计、掌握预测的方法、能根据特定的调查目标和调查结构撰写市场调查报告。

课程名称：网络营销

学分：3

课程目标：通过本课程的学习，使学生能系统掌握网络营销的基本原理和方法，灵活运用网络营销的基本工具，并能协助企业进行有效的网上经营活动。

主要内容：本课程与企业工作岗位对接，其主要内容包括网络营销的准备工作、网络营销进阶工作、专项营销篇、实战篇等。

教学要求：掌握网络营销的基础知识以及网络营销各种手段、技术、方法；掌握网络营销问题的分析、策划、组织和控制，初步具有网络营销运作能力。

课程名称：商务谈判

学分：2

课程目标：以培养商务谈判技能型人才为目标，坚持以工学结合、任务驱动为指导思想，通过模块化、项目化为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。本课程全面系统地传授商务谈判地基础知识与基本技能，重点突出对学生谈判能力与技巧地培养；课程内容以谈判准备、谈判过程和谈判结束为主线，在教学做中使学生能理解掌握谈判的基本概念及理论基础。

主要内容：认识谈判、商务谈判准备阶段、商务谈判程序、国际商务谈判

教学要求：在教学做中使学生能理解掌握谈判的基本概念及理论基础；能针对具体项目，完成商务谈判的准备、商务谈判计划的制订、商务谈判的过程、商务谈判合同的签订等任务。

课程名称：商务沟通与礼仪

学分：3

课程目标：通过任务引领项目教学，学生具备商务活动礼仪及人际沟通流程操作的能力，掌握商务活动礼仪与沟通的相关知识和技能，达到商务活动岗位职业标准的相关要求，养成具有规范、热情、礼貌、善于沟通和合作的品质，树立服务和奉献意识，在此基础上形成以下职业能力。

主要内容：了解商务沟通与礼仪、强化角色意识、在不同的场合正确塑造个人形象、商务活动中的交往与接待礼仪、商务活动中的沟通与交流

教学要求：突出重点、难点，力求通过形象化的教学使学生对所学内容加深理解。使学生在全面了解现代社交礼仪和沟通的基本概念、特征、原则的基础上，掌握沟通时的仪容仪表仪态礼仪、礼貌语言的运用、日常交际礼仪与沟通技巧、餐饮礼仪及主要接待服务的沟通与礼仪的基本知识。

课程名称：ERP 沙盘实训

学分：2

课程目标：使企业实现以销定产，以产定料，以料的需求来驱动资金的良性循环，加快企业资金周转，修正日常运作中的偏差，并使企业处于全面受控状态。

主要内容：本实训针对一个模拟企业（用道具模拟），把企业运营所处的内外部环境定义为一系列的规则，由参训者组成6个相互竞争的模拟企业（6个组），通过模拟企业6年的经营，使参训者在分析市场、制定战略、产品开发、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，全面提升管理能力。

教学要求：以企业需求为导向，以职业能力培养为重点，实现体现课程的实践性、职业性、开放性、对抗性。在实践中把握教、学、做的统一。

课程名称：消费者行为分析

学分：2

课程目标：通过本课程学习，培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律，使学生能够具备从事营销或销售工作的职业技能。

主要内容：本课程在课程开发思路上，打破原来以知识传授为主要特征的教学模式，以营销或销售工作中对消费心理知识和技能的要求为基础，主要分为消费心理概述、消费者的一般心理过程、消费者的个性心理特征、消费者的行为、六个基本的心理学的原理的运用、消费心理学在营销中的实践等主要的模块。

教学要求：能够运用消费者认知过程的特点来影响消费者的行为、能对不同性格特征的人的行为方式做出判断并进行管理。能根据消费者不同的需求和动机采取不同的营销策略、能分析不同因素会如何影响消费者行为及采取的策略。

课程名称：创新创业综合实训

学分：3

课程目标：通过本课程的教学，大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和创业观念，了解创业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、掌握项目管理技能、项目决策技能、投资技能等。

主要内容：创业规划、创业能力的提升、适应创业生活、创业的程序和权益保护

教学要求：创业技能实训指导的过程必须充分考虑到学生的主体地位，注重学生的参与，在课程教学过程中运用案例分析、情景模拟、市场调研等方式调动学生的积极性，使学生接触并接受的知识能力源于实践，又反过来指导学生的创业。

课程名称：门店数字化运营与管理

学分：2

课程目标：通过本课程的学习，让学生们了解并掌握门店数字化运营与管理的基本知识、最新发展以及相关原理,为后续的专业课程的学习奠定基础并为将来实际工作提供支持和帮助。

主要内容：本课程在内容的编排设计上侧重体现零售领域的实际技能的学习，运用门店数字化运营与管理实训平台，可以实现全渠道全场景的实训模拟，通过实训学生具备线上化运营新思维，掌握并善于运用多种数字化运营管理工作。

教学要求：辨析不同的零售业态，通过课程实训，使学生掌握客流采集、数据分析、营销引流等前沿技术，精通门店数字化运营与管理技能。并分析它们的选址及目标顾客，掌握商品结构优化的方法，掌握零售企业定价的具体方法。

课程名称：智慧供应链管理**学分：2**

课程目标：通过课程学习，学生能够掌握智能制造及工业互联网背景下行业及工业企业核心领域专业知识，掌握工业企业信息化、数智化管理知识；使学生能全面认识了解供应链管理有关的基本概念、原则、方法的含义；了解供应链的构建模型；掌握选择供应链合作伙伴的方法。

主要内容：认知供应链管理；供应链的构建模型；选择供应链合作伙伴的方法等。

教学要求：在教学过程中，教师结合供应链管理平台讲解供应链管理的基本理论知识，理论与实践相结合，在教学方法上尽可能采用案例、任务式教学方法，提高学生供应链管理的实际操作技能。

课程名称：新媒体营销**学分：2**

课程目标：通过本课程的学习，让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理，新媒体营销的最新发展状况，熟练掌握并了解门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等新媒体营销的特征及主要载体。

主要内容：新媒体概述、新媒体特征、新媒体的发展趋势、新媒体营销的内涵、新媒体营销的特征、新媒体营销的主要载体、新媒体营销对企业的作用

教学要求：教学整体要求“以培养新媒体营销思维为目标，使学生不仅掌握新媒体营销的理论知识，而且能够掌握初步新媒体营销的操作方法，为今后系统学习新媒体营销知识奠定基础。

课程名称：人力资源管理**学分：2**

课程目标：通过本课程的学习，学生应该能够了解人力资源计划、人员招聘、工作分析、人员培训、绩效考核及薪酬管理等理论知识，具备从事企业管理、人力资源管理的基本技能，具有良好的职业素养、职业道德和爱岗敬业精神。

主要内容：本课程在内容的编排设计上与人力资源岗位对接，包括人力资源管理概述、人力资源规划、工作分析、员工招聘与甄选、员工培训、绩效管理、薪酬管理、劳动关系管理等内容。

教学要求：培养学生人力资源管理的基本思想和基本技能，使学生掌握一种基本的职业技能，了解了解人力资源管理的基本原理的基础上，熟练掌握企业人力资源规划、招聘、培训、

考核、薪酬和员工关系处理的方法和操作规程，明晰人力资源管理工作的角色定位、专业架构和职业方向。

课程名称：品牌推广

学分：2

课程目标：通过本课程学习，使学生能对企业品牌进行设计，开展品牌维护与拓展，使企业品牌管理有序，达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的。

主要内容：本课程主要以品牌管理的全过程为主线构建课程内容，在了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。

教学要求：能够准确地进行品牌形象塑造；能够针对具体的品牌分析其品牌文化；能够针对具体品牌商品选择恰当的传播方式；能够针对具体品牌找出创新点；能够运用恰当的品牌战略发展品牌。

课程名称：国际贸易理论与实务

学分：2

课程目标：通过本课程学习，使学生掌握国际贸易营运环节的操作、具备对外贸易交易磋商、签订合同的能力，对贸易往来过程中的贸易纠纷的处理能力，使学生初步学会利用外贸方法解决进出口业务中的实际问题。

主要内容：本课程在内容的编排设计上侧重体现国际贸易的实际技能的学习，主要分为交易磋商、进出口合同条款、进出口合同履行等三个模块。

教学要求：能做好交易前的准备工作；能够根据交易要求做好交易磋商的内容选择，确定谈判的重点内容。能识别及制定品质条款的基本内容，能根据需要完成出口贸易流程。

课程名称：国际贸易综合实训

学分：2

课程目标：学生通过对模拟仿真的实验方式，更加搞笑的展示外贸流程与其中的关键知识，使得相关知识能够直观的呈现在学生眼前，同时通过实用的操作方法，让学生掌握国际贸易的各项操作流程和技巧。

主要内容：按照外贸交易流程各步骤所涉及的角色，将学生分为：进口商、出口商、生产商、进口地银行、出口地银行以及辅助员溜达角色。其中辅助员将担任船公司、保险公司、商检局、外汇管理、海关、国税局的相关操作，来协助进出口商顺利完成业务流程。各角色有对立的操作平台，业务关联系，以逼真的现实环境为模板，相互协作完成交易流程。

教学要求：教师要要将理论知识较好地融入实训中，熟悉软件平台的操作，同时在学生进行实训的，加强对学生的实时督导，通过对学生操作日志的查看，了解学生实操的进展情况，对学生的错误操作及时提出意见，防止学生出现错误。

课程名称：财务管理

学分：2

课程目标：培养学生能独立使用价值评价指标工具方法分析、选择市场风险、经营风险和财务风险的能力，以及深层次的能力，如能对企业综合运营能力进行分析并提出建议。

主要内容：本课程总体设计思路是以“任务导向为主、基本理论为辅”为原则进行编写。将主要内容划分为：基础理论模块、筹资模块、用资模块、利润分配模块和过程控制、分析模块，通过案例导入、情景模拟、案例分析、分组讨论辩论等教学方法，提高学员的专业素质和具备贴近实践的企业理财思路、能力。

教学要求：掌握财务管理的重要概念和基础理论；熟悉资金成本、资金结构的计算分析；掌握项目投资的价值分析工具、评价标准和选优方法。

课程名称：客户服务与管理

学分：2

课程目标：通过本课程的学习可以使学生对客户关系管理的基本理论和内容有初步的了解，并为学习其它课程奠定一定基础，能够运用客户关系管理的原理和方法给出解决方案。

主要内容：本课程要求学生了解客户关系管理系统理论及客户关系管理系统、数据仓库、数据挖掘等基本内容。

教学要求：理解客户关系管理的产生与发展、概念和内涵以及进行客户关系管理的意义、原则和目的；理解客户的概念和分类、客户的满意度和忠诚度的含义，如何进行客户盈利分析；理解关系营销的概念和策略；理解客户关系定位及生命周期。握如何进行客户识别，如何开展客户服务，能够分析客户流失原因和进行客户保持。

课程名称：直播营销

学分：2

课程目标：通过本课程的学习培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握直播营销的相关技术，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的语言表达、文案写作能力、直播平台运营及直播间设备操作技能的直播营销人员。

主要内容：本课程从直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划等方面准备工作，到直播营销的引流预告、话术涉及、直播间的氛围管理方法、直播间的商品

介绍、直播间的促销涉及、直播间的用户管理，以及直播结束后的复盘方法等具体实践方法，全方位、多角度地介绍了直播营销过程中每一个环节的知识点和操作技巧。

教学要求：要求学生通过本课程的学习，了解直播营销的相关基础理论知识，熟悉直播前期的各环节准备工作，掌握直播间操作基本技能，具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力，以及具有较强的口头与书面表达能力。

课程名称：市场营销综合实训

学分：3

课程目标：通过营销经营决策模拟软件的操作和训练，巩固其在课堂上所学知识，加深对市场营销基本概念、基本原理和分析方法的理解，快速全面掌握企业营销流程、知识和技能，系统掌握营销决策方法。

主要内容：该课程以一套市场营销模拟平台软件结合互联网通信技术和计算机系统的强大处理能力，构造一个竞争和协作的虚拟营销环境，让参与者扮演公司负责人角色，从不同角度全面了解企业营销决策流程，市场需求分析，市场细分，市场定位，营销 4P、4C、4S、4V、4R 等营销理论的实践。

教学要求：授课老师应具有较深厚的专业理论基础以及能熟练操作实训平台；同时，教师应做好课时的安排与实训进度的计划；另外教师还应将专业知识和岗位要求有机衔接，加强职业培养的人才在企业的适应性、吻合度，提升职业教育质量。

课程名称：企业实操技能

学分：8

课程目标：通过直接进入企业学习和实训，参与企业的工作过程，以直观感知型的方式了解企业的生产流程，设施、技术、企业规模，掌握岗位工作内容、操作方法，所需技能，加强学生实操能力的培养，从而提升学生的综合岗位工作能力。

主要内容：学习岗位工作的技术、技能，掌握工作流程和方法，使学生具备完成工作的基础能力。

教学要求：1、校企合作协同育人，学校与企业协调合作为教学方案的顺利实施提供保障。
2. 积极开发相关教学资源，形成校企协同育人的资源配置模式，做到授课内容科学合理，使有限资源发挥更好效益。

课程名称：毕业设计

学分：6

课程目标：毕业设计是对学生综合能力的锻炼与考核，旨在培养学生的营销策划能力、理论联系实际能力、分析问题与解决问题能力以及表达写作能力与逻辑能力等。

主要内容：在教师的指导下，确定与专业相关的选题，并进行调研分析，完成企业背景描述，营销环境分析、消费者行为分析与竞争者分析，确定 STP 策略，制定 4P，完成一份完整的产品营销策划方案。

教学要求：教师要及时指导学生完成策划方案中的每一步骤，并根据学生所遇到的问题进行总结，同时还要强化学生的写作与表达能力。

课程名称：岗位实习

学分：16

课程目标：岗位实习是将学生在校内获得的理论知识与实践能力运用到现实的营销管理岗位上，在特定的实际工作中培养学生的专业岗位胜任力，为就业做好充分准备。

主要内容：在校内指导教师和企业指导教师的共同指导下，学生按照岗位实习目标、实习计划完成岗位所需的工作任务，熟悉企业运作流程，学期企业各项管理制度，领会企业文化。

教学要求：校企合作协同育人，学校与企业协调合作为教学方案的顺利实施提供保障。

（三）公共课限制选修课

课程名称：大学生健康与生命安全教育

学分：1

课程目标：增进大学生的卫生知识,使其进一步了解健康的价值和意义,增强维护自身健康的责任感和自觉性,提高自我保健和预防疾病的能力;帮助大学生自觉选择健康的行为和生活方式,消除或减少危险因素的影响,从而促进身心健康,改进生活质量。

主要内容：涵盖健康与亚健康、营养与健康、作息与健康、体育与健康、现场救护、安全教育、常见病的防治。

教学要求：通过本课程的学习，使学生掌握有益于健康的行为生活方式；识别食物营养，并能合理搭配；辨别社会危害，学会自我保护；掌握科学地进行体育锻炼的方法；常见病的防治；现场急救基本措施与方法。

课程名称：马克思主义中国化时代化进程与青年学生使命担当

学分：1

课程目标：教育和引导青年学生增强对实现中华民族伟大复兴的中国梦的使命担当；增强对中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；引导青年学生自觉报效祖国，把自己的理想和聪明才智自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国的伟大事业中去。

主要内容：主要讲授马克思主义诞生以来的时代特点；马克思主义在中国发展与不同时代青年的责任担当；中国特色社会主义进入新时代与当代青年学生的使命担当；习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化最新成果，是 21 世纪马克思主义，教育和引导当代青年学生学习和践行习近平新时代中国特色社会主义思想，肩负起为实现“两个一百年”奋斗目标而奋斗的时代使命等。

教学要求：结合教材和教学内容，采取课题理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学。主要采取案例式、情景式、讨论式、互动式、“翻转课堂”式等多种形式展开教学。同时，充分发挥和利用网络资源和互联网等现代化教学手段展开教学。

七、教学进程总体安排

类别		课程代码	课程名称	课程 类型	考 核 方 式	学 分	学时	实践 学时	学期及课堂教学周数						
									1	2	3	4	5	6	
									16 周	18 周	18 周	18 周	18 周	16 周	
公共必修课		000010160	思想道德与法治	B	试	3	48	16	3						
		000010015	形势与政策	A	查	1	18		第一至四学期						
		000010167	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	试	2	36			2					
		000010168	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	试	3	54	18		3					
		000012127	劳动专题教育	A	查	1	16		1						
		000012128	国家安全教育	A	试	1	18			1					
		000210876 (7)	体育与健康（Ⅰ、Ⅱ）	C	查	2	68	68	1	1					
		000010130 (1)	公共外语（Ⅰ、Ⅱ）	A	试	8	136		4	4					
		000010141	中华优秀传统文化	A	试	2	36			2					
		000010005 (6)	办公自动化（Ⅰ、Ⅱ）	B	试	4	68	34	2	2					
		000020023 (4)	办公软件高级应用（Ⅰ、Ⅱ）	B	试	4	72	36			2	2			
		000010143	职业核心能力实训	C	查	2	48	48					2		
		000010135	大学生心理素质教育与训练	B	试	2	32	4	2						
		000010144	陶行知教育思想	A	试	1	18				1				
		000010050	军事理论	A	试	2	32		2						
		000010147	职业发展与就业指导	B	查	2	40	12		第二、五学期					
		小 计				40	740	236	15	15	3	3	4	0	
专业 群平	040010049	经济学基础	B	试	4	72	36		4						
	040010068	管理学基础	B	试	4	72	36		4						

专 业 课	台课 (专业基础课)	040010031	会计学原理	B	试	3	48	24	3						
		040010053	经济法	B	试	2	36	18			2				
		040310010	组织行为学	B	查	2	36	18			2				
		040010069	市场营销基础★	B	查	4	72	36			4				
		040010070	商务数据分析与应用	B	查	2	36	18			2				
		小 计				21	356	178	3	8	10	0	0	0	0
	专业 技能课	040020003	公共关系学	B	查	2	36	18			2				
		20301010	广告理论与实务★	C	查	3	72	72				3			
		040310024	市场调查与分析★	B	查	2	36	18			2				
		040310013	网络营销★	C	查	3	72	72				3			
		040610005	商务谈判★	B	查	2	36	18				2			
		040310025	商务沟通与礼仪	B	查	3	48	24	3						
		040010054	ERP 沙盘实训	C	查	2	48	48			2				
		040110031	新媒体营销	B	查	2	36	18					2		
		040310026	消费者行为分析★	B	查	2	36	18				2			
		040010057	创新创业综合实训	C	查	3	72	72					3		
		040310027	门店数字化运营与管理	B	查	2	36	18				2			
		20301037	智慧供应链管理	B	查	2	36	18			2				
		20301024	市场营销综合实训	C	查	3	72	72				3			
		小 计				31	636	498	3	0	8	15	5	0	0
	专 业 拓 展 (选 修)课	20302005	国际贸易实操	B	查	2	36	18	2						
		040110003	人力资源管理	B	查	2	36	18	2						
		040220026	品牌推广	B	查	2	36	18	2						
		040020047	国际贸易理论与实务	B	试	2	36	18	2						
		040220027	财务管理	B	试	2	36	18	2						
		040220028	客户服务与管理	B	查	2	36	18	2						
		20302006	直播营销	B	查	2	36	18	2						
		040220029	企业实操技能 I	B	查	2	36	18					2		
		040220030	企业实操技能 II	B	查	2	36	18					2		
		040220031	企业实操技能 III	B	查	2	36	18					2		
		040220032	企业实操技能 IV	B	查	2	36	18					2		
		小计(必选 12 学分)				12	216	108	0	0	4	4	4	0	0
	专 业 综 合 技 能 (含 实 践 课)	000010031	毕业设计	C	查	6	144	144					6		
		000010115	岗位实习	C	查	16	384	384						16	

九、职业技能考证

职业技能考证必须取得 2 个学分(从下列选修项目中选考 1 项)。

序号	职业资格证书名称	颁证单位	等级	性质	学分
1	职业核心能力	教育部中国成人教育协会	中级	选修	2
2	数字营销技术应用 职业技能等级证书	中教畅享（北京）科技有限公司	中级	选修	2
3	门店数字化运营与 管理	中联职教（北京）科技有限公司	中级	选修	2

十、实施保障

（一）师资队伍

具有整体素质高、年龄、职称、学历结构合理，有一定实践能力和创新精神的教师团队，符合专业目标定位要求，适应专业人才培养及自身专业长远规划和发展的需要。专业带头人和骨干教师要到教师总数的一半以上，由高级职称的教师担任专业带头人，专业带头人具有全局战略视野，能及时跟踪行业企业最新发展动态，把握专业建设和改革方向，能有效规划和管理专业教学团队。骨干教师能够根据行业企业岗位群的需要开发课程，及时更新教学内容，熟悉和了解企业市场营销的运作与管理。生师比适宜，满足本专业教学工作的需要。积极鼓励教师参与科研项目研发、到企业挂职锻炼，逐步提高双师型教师比例，从实践一线选聘有丰富工作经验又有一定教学能力的营销专家担任兼职教师，能承担校内实训指导、校外岗位实习指导、参与专业建设、课程改革的任务。

（二）教学设施

为了适应校企融合人才培养模式的要求，突出职业和实践两大要素，努力提高教学质量，满足本专业人才的职业能力培养，校内外实训基地应该达到一定条件。一是课室的保障。本学院的多媒体教室能够满足教师的需求，计算机室基本能满足。二是校内实训室的保障。建有市场营销综合实训中心、数字营销虚拟仿真实训中心等 6 个实训中心（见表 6），模拟企业的运作，让学生扮演在不同的实训平台，扮演不同的角色，例如 CEO、CMO、CFO、CSO 等角色，分组组成模拟公司，让学生学习在激烈的市场竞争中如何迅速获得竞争优势并生存下来。实训中心通过沙盘模拟实战演练，将市场和企业搬进课堂，有效解决一些实际问题，提高实践教学

效率。通过实训，让学生全方面体验企业营销活动，提高就业竞争力。通过实训，形成一个有效的学生理念、价值取向、知识结构与能力训练培养的系统，使学生能够在这个连续的不断递进的“体验式”训练过程中，通过不断的探索、感悟、修正，已形成良好的思维意识和行为习惯，增强决策能力与团队合作精神，最终达到提升学生综合素质与数字化营销的必备知识与技能的教学目的。

表 6 校内实训基地

实训室名称
市场营销综合实训中心
数字营销虚拟仿真实训中心
营销大数据实训中心
ERP 综合实训室
数字化国际贸易虚拟仿真中心
人力资源智能仿真与对抗软件平台

在以能力为本位的职业教育的新形势下，城镇化建设日程的不断加快，社会对实用型、技能型、操作型劳动者和技术人才的需求量日趋增强。学校要以学生能力为本位，实践是关键，

为了巩固专业理论和强化实践技能，使学生实地接触一线工作环境，增强学生就业竞争力，实现校企合作、资源共享和共同发展，本专业与多家企业签订了校企合作协议书，共建协同育人人才培养模式，开展“工学结合”项目，制定适合本地实际与岗位实习有关的各项管理制度。在专、兼职教师的共同指导下，以实际工作项目为主要实习任务，充分发挥校外实训基地教学作用，大大提高学生的沟通能力、分析问题以及解决问题的能力，为学生的就业奠定了一定的基础。

表 7 校外实训基地

基地名称
贝壳找房（北京）科技有限公司校外实训基地
广州网企（首拓）科技公司校外实训基地
广东合富房地产置业有限公司校外实训基地
广东三维家信息科技有限公司校外实训基地
广东中置利好国际控股集团有限公司
广州洪易通企业投资管理有限公司
德律信用管理股份有限公司
广州粤嵌通信科技股份有限公司

广东精准人才信息咨询有限公司
广州中帝生物科技研究有限公司
广东环球水产品公司
利欣新媒体科技有限公司
深圳万斯达知识产权集体有限公司
汉通控股集团

（三）教学资源

1. 开发基于工作过程的课程教材

21 世纪的职业教育要面向现代化、面向世界、面向未来。国际化、数字化是职业教育发展的时代要求，教材建设也必须遵循这一趋势。教材建设在内容的选择上应体现先进性、职业性、通用性、实用性，与经济形势及科技发展相适应，反映新理论、新观点、新技术，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要，体现最新理论成果，突出区域经济发展特色和应用型人才需求的特点。在内容编排上注重与职业岗位要求和职业标准对接，将课程体系与岗位的工作过程相结合，体现学习内容和职业能力要求的高度整合，使知识理解与技能训练有机融合为一体，兼具注重教材的理论性和完整性，使之成为理论与实践相结合的一体化工学结合教材。在编写思路，抛弃教条式的编写方式与内容，强化对学生兴趣的培养，加强创新思维和创新能力的锻炼，富有时代感和启发性，增强情境性，利用流程图和图片将理论知识形象化，提升学生的学习兴趣和理解能力。

2. 选用国家精品课程教学资源

充分利用现有国家精品课程的一流的教学内容和一流的教学资源，开展专业课程的教学活动，将国家精品课程的建设成果有效地应用到专业课程的教学中，以获得最佳的教学效果。

3. 选用优秀的高职高专规划教材

教材是实现人才培养目标的主要载体，是教学的基本依据。选用高质量的教材是培养高质量优秀人才的基本保证。近年来许多出版社在“教育部高职高专规划教材”和“21 世纪高职高专教材”的组织建设中，出版了一批反映高职高专教育特色的优秀教材、精品教材。在进行教材选用时，应整体研究制定教材选用标准，使在教学中实际应用的教材能明显反映反映行业特征，并具时代性、应用性、先进性和普适性。

（四）教学方法

坚持以能力为本位的教学思想，在重点、扼要、基本完整讲授“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养，注重以营销工作岗位任务引领型案例或项目激发学生学习知识和学习技能的兴趣，以提高学生营销实践能力和创新

能力，为学习营销的其他专项技能打好基础。

在教学过程中，教师依据以行动为导向的教学方法，突出“以学生为中心”，加强创设真实的企业情境，充分运用行动导向教学法，采用任务驱动教学法、项目教学法、小组协作学习、角色扮演教学法、案例教学法、头脑风暴法、管理游戏教学法、现场观摩教学法、讨论法、自主学习等多种教学方法，践行“学中做、做中学”，教学过程突出“以学生为中心”，从而促进学生职业能力的培养，有效地培养学生解决问题的能力及可持续发展的能力。

市场营销专业涉及职业面向及岗位类别较为宽泛，教学方法也相应灵活多样，除讲授法外，主要方法有：

1.任务驱动教学法：教师在完成讲解项目后，安排学生完成相应的任务，培养学生的实际操作能力。

2.项目教学法：通过企业真实工作项目实现教学，主要适合集中实训课程教学。

3.角色扮演教学法：在教学中，教师根据教学要求，安排学生扮演不同的角色，进行情景模拟。

4.管理游戏教学法：为了在快乐中运用所学的知识点，在课堂上适当增加游戏项目，增强教学的趣味性。

5.现场观摩教学法：教师要根据教学需要，安排学生到公司、企业现场观摩，深入工作现场，了解企业，感受真实的工作氛围。

6.虚拟仿真教学法：通过借助虚拟仿真软件，构建真实市场环境，让学生进入当中将专业知识综合运用，完成企业的经营。

（五）学习评价

根据本专业的培养目标以及珠三角地区企业对营销人才的招聘标准以及能力的要求，再结合本专业的课程体系，建立了一整套完善的市场营销实践教学体系和评价标准，注重考核评价学生综合职业能力，建立由形式多样化的课程考核形式组成的评价体系，积极吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价，实现对学生专业技能及岗位技能的综合素质评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展以及培养其创新意识和创造能力，更有利于培养学生的职业能力。

1.课程考核

（1）注重考核评价学生综合职业能力，建立模块化课程考核评价体系。逐步尝试分基础模块和选用模块考核评价。

（2）采取形成性评价和终结性评价相结合；笔试、口试、实际操作、演示、调研报告相

结合；开卷、闭卷相结合；校内老师与企业评价相结合的评价方式。

（3）平时成绩占 40%(包括上课出勤情况、课堂纪律及学习态度、上课回答问题、作业完成情况等),期末成绩占 60%。

（4）考核要以能力考核为核心，综合考核专业知识、专业技能、方法能力、职业素质、团队合作等方面；

（5）各门课程应根据课程的特点和要求，对采取不同方式及各个方面的考核结果，通过一定的加权系数评定课程最终成绩，具体每门课程的考核要点和权重由课程教学方案予以明确。

2.课程评价

（1）课程评价可分为课程设计评价及课程实施评价，其中，课程设计评价包括对课程计划、课程标准及教材的评价，课程实施评价包括教师教学评价及学生学习评价。

（2）充分认识评价在课程建设中的重要性，根据评价目的，确定评价指标，收集教学信息，进行综合分析，进一步加强对课程考核评价的管理。

（3）在课程学习评价中，关注学生的进步和发展，突出评价的激励与反馈功能，建立新型的课程考核评价观；

（4）在课程考核评价的内容中，包含任务评价、项目评价、课程评价、职业素养评价等几方面，实现评价内容的多元化；

（5）在课程考核评价方法中，实施不同层次的分层次考核，并建立学生自评、互评和教师评价、企业评价、社会评价相结合的评价体系，评价方式多样化，实行量化考核，促进学生学习积极性和学习效果的提高；对学生的学习过程和学习效果进行综合评价，形成既注重过程评价又注重效果评价的综合考核评价体系。

（六）质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学院各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

十一、毕业要求

本专业毕业必须修满 140 个学分，采用学年学分制教学。学生在校期间，须按规定参加入学教育、军训、社会实践、毕业教育、课程修读等环节方可毕业，其中公共必修课、专业群平台课（专业基础课）、专业技能课、专业综合技能（含实践课）学分必须取得，专业拓展（选修）课必须修满 12 学分，通选课必须修满 4 学分，人文素质教育与创新创业能力培养项目必

须修满 10 学分。

十二、附录

包括：课程教学进度表、教学计划调整申请（审批）表（表格见“私立华联学院关于修订 2023 级专业人才培养方案的指导意见”）

责任人：李志贤