

私立华联学院

市场营销专业（新媒体营销方向）人才培养方案
(2025 级)

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限

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、制造业	市场营销专业人员（2-06-07-02） 互联网营销师（4-01-06-02） 品牌专业人员（2-06-07-04） 新媒体运营人员	新媒体运营专员、视频运营专员、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新媒体运营部岗位、网络推广部岗位、视频运营部岗位、直播营销部岗位、品牌部岗位、市场部岗位和销售部岗位。

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）
新媒体运营部岗位	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	新媒体运营部经理
网络推广部岗位	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	网络推广主管、客户服务主管、电子商务主管、网络支持主管	网络推广部经理
视频运营部岗位	视频运营专员、内容运营专员、社交媒体运营专员、数据分析师、视频剪辑师、视频编导、视频策划师	视频运营主管、社交媒体运营主管	视频运营经理
直播营销部岗	直播运营专员、直播策划师、主播、	直播运营主管、社交媒体运	直播营销部经理

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)
位	数据分析师、选品员、短视频编辑师、社交媒体运营专员	营主管、直播策划主管	
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
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	主播、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

根据职业能力培养目标，对工商企业管理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	新媒体运营部	负责官方微博、微信公众号、直播等新媒体平台的日常内容的撰写和运营； 制订新媒体方案及内容输出，针对不同的新媒体推广目标、内容进行专项推广，跟踪和反馈方案的推广执行情况，结合业务发展需求不断优化活动方案； 维护用户口碑、懂得营销裂变，擅长新媒体渠道合作及投放； 对企业新媒体网络平台咨询内容及产品信息的编辑、更新和维护工作； 负责新媒体平台专题、栏目的策划及实施，适时对网络平台提出可行性规划、设计需求报告； 编写新媒体平台各种宣传资料，收集、研究和处理顾客的意见和反馈信息； 对新媒体平台上的相关内容进行质量把控。	了解新媒体运营特点及资源，积极探索、创新营销新手段、新模式； 具备敏锐的洞察力，卓越的策略思维和创意发散能力，善于捕捉新鲜资讯，并能够与工作结合，提出运营及活动方案； 熟悉各大新型社交媒体生态，具备较强的运营及文案能力； 具有扎实的文字功底及网络文案编辑能力；善于信息搜索与编辑整理，具有较强的选题、策划、采编能力； 具有良好的沟通能力与表达能力，具有良好的应变能力及分析解决问题的能力； 具备较强的学习能力、工作沟通能力、团队精神、敬业诚信，富有进取精神并能承受工作压力。
2	网络推广部	确定网站推广的方案和推广的目标； 网络媒体资源等收集与筛选； 媒介资源的内容维护和互动；	熟练掌握数字营销的网络推广方法； 熟悉网络口碑营销、善于利用各种分类信息平台、百度百科、百度知道等网络资源和工具进行口碑推广； 具备较强的学习能力、工作沟通能力、团队精神、敬业诚信，富有进取精神并能承受工作压力。
3	视频运营部	完成视频审核、视频上传、完善视频基本信息管理、视频归类、优化； 管理自频道内的所有视频，并监控视频数据，每日进行视频数据反馈与分析； 精品数据分析与对比，了解精品视频的包装、内容等详细信息并能进行总结和反馈；	熟悉主流电商频道的业务模块和商品上行渠道； 熟悉内容营销，熟悉 Photoshop 等图形处理软件； 熟练视频制作与编辑软件； 熟悉短视频传播规律，具备独立策划能力，能追热点、写策划、及时执行，并取得优秀的传播效果
4	直播营销部	负责线上直播的策划、组织及执行工作，包括制订直播计划、确定直播主题、时间、地点等； 通过直播形式向粉丝传达品牌信息，提高品牌知名度和美誉度，激发观众的购买欲望； 负责直播间的日常运营管理工作，监控直播过程中的数据变化，及时调整直播策略以及优化	熟悉产品知识与销售技巧； 具备良好的沟通技巧和表达能力，能够清晰、生动地传达产品信息，善于与观众建立互动关系； 熟悉直播平台的操作规则和技术要求，能够熟练地使用直播工具和设备； 具备市场分析与策划能力；

序号	岗位	岗位群工作任务	能力要求
		效果： 与观众进行实时互动，解答疑问，增强观众的参与感和信任感；收集用户反馈并进行数据分析，为后续的直播活动提供改进建议； 与团队成员紧密合作，共同完成直播销售目标。	具备数据分析与优化能力。
5	品牌部	根据公司品牌定位及整体发展规划，制订品牌推广策略及计划； 结合品牌推广需要，负责媒体的购买与投放，与各类媒体接洽、维护良好合作关系；拓展社交媒体资源，通过媒体合作，扩大传播力度和正向影响力； 负责社会化媒体公关传播和运营，根据项目既定整体市场传播策略，进行文案传播计划的编制与执行工作。	良好的语言表达、沟通技巧及团队合作精神，高度的责任感有创新精神； 熟悉各种网络推广渠道和方法； 能根据公司的产品开拓合适的推广渠道，熟悉线下线上推广流程； 品牌意识强，具备大型相关推广实务操作及品牌推广的能力。
6	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； 6. 把握市场热点，对竞品分析，研究竞争对手，挖掘营销热点。	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
7	销售部	1. 负责企业销售目标的达成与销售计划的实施； 2. 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 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	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. 销售技术的能力 5. 问题发现及改善能力

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业立足广州，面向粤港澳大湾区，服务批发业、零售业、商务服务业、制造业等，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、

素养，掌握并实际运用岗位(群)需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求:

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，

践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2.掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3.掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语(英语等)、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

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

5.掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

6.掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

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

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

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

10.掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

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

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

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

14.掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

16.树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）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：走在前列的广东实践

学分：1

课程目标：通过本课程的学习，教育引导学生在深入理解习近平总书记系列重要讲话重要指示精神的同时，全面把握新时代广东经济社会发展取得的成就、发生的变革，明确肩负的责任和使命，激励学生积极投身中国式现代化的广东实践。

主要内容：紧紧围绕习近平总书记对广东发展的战略擘画和殷切期望，深切体验和感悟习近平总书记系列重要讲话重要指示精神的思想伟力，深入解读广东在新时代新征程牢记嘱托、勇担使命，在中国式现代化建设中走在前列的生动实践、显著成就和宝贵经验。激励学生积极投身中国式现代化的广东实践。

教学要求：结合教学内容，采取课题讲授与实践教学相结合的方式进行开展教学。采取案例式、情景式、讨论式、互动式、“翻转课堂”式等多种形式进行教学。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。

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：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（I、II）

学分：2

课程目标：帮助学生掌握 1-2 项运动技能，提升体能素质，达到《国家学生体质健康标准》要求；学习科学锻炼与健康知识，培养自主锻炼能力和终身体育意识；促进学生身心健康发展，养成积极生活方式。

主要内容：本课程 68 学时（理论 4+实践 64），课程涵盖多项运动项目，融入健康教育、体质测试及思政教育（生态文明观、社会主义核心价值观），注重学生体质健康、运动技能和终身体育意识的培养。。

教学要求：学生需掌握 1-2 项运动技能，完成体质测试。通过多样化教学提升身体素质，培养终身体育意识。体育 I 采用“技能考核（40%）+体质测试（30%）+平时表现（30%）”、体育 II 采用“技能考核（60%）+平时表现（40%）”的综合评价体系，促进学生全面发展。

课程名称：《体育锻炼 I、II》

学分：2

课程目标：本课程是《体育与健康 I、II》的延续，旨在进一步强化学生的自主锻炼能力和健康管理水平。通过多样化的体育锻炼形式，帮助学生巩固运动技能，提升体能素质，并培养终身运动的习惯。

主要内容：课程在第三、四学期开设，每学期 1 学分，共计 2 学分，实践学时为 60。课程以《国家学生体质健康标准》测试为基础结合各种运动项目，内容涵盖耐力训练（如 1000/800 米跑）、力量训练、柔韧性练习等。同时，课程注重培养学生的团队合作精神和意志品质。

教学要求：学生需积极参与课堂实践，完成国家规定的体质测试和课外锻炼要求。考核内容包括体质测试（50%）和平时表现（50%），综合评价学生的学习成果和锻炼效果。

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，重点训练和培养学生的听说能力和基本读写能力。端正学生学习态度，帮助学生养成良好的学习习惯，提高学生学习英语的兴趣和自学能力。把课程思政元素与语言教学融合，培养学生的家国情怀，坚定理想信念，引导学生塑造正确的世界观、人生观、价值观，实现立德树人的根本任务，提高学生综合素质。本课程一学年两个学期，共八个学分。

主要内容：《公共外语（英语）》课程是我院一年级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。本课程在教学内容中，分模块教学，精心设计，深挖课程思政元素，在潜移默化中把思政点深入到英语教学的听、说、读、写四个模块中，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。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，在课堂教学中加强听、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

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应用能力，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：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：大学生职业发展与指导

学分：1

课程目标：帮助学生进行自我职业探索，提高学生的认知能力和执行能力，增强学生对职业准备能力，提升就业主动性，让学生了解自己的人格特质优点、缺点、兴趣、性格、能力、动机和需求。

主要内容：理论部分：旨在通过课堂教学与相应的实践活动，引导学生探析学涯与职涯、生涯的关系，认识到做好职业生涯规划的重要性并采取有效行动，提高大学学习和生活的质量，主动利用大学时光与各项资源做好能力储备，为未来美好的职业生涯做好铺垫。

实践部分：大学生职业规划大赛、大学生创新创业大赛、SYB 创业培训

教学要求：结合教材和教学内容，采取理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；针对当代大学生面临职业发展趋势，与个人发展规划等相结合，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：大学生创新创业训练与指导

学分：1

课程目标：培养创新意识与创业能力，注重实践应用，为学生讲授创业基础的主要概念和理论，使学生能全面理解创业过程，并在相关部分穿插实践训练，主要培养学生对创业的类型、机会、资源、商业模式等的了解，能单独完成创业计划书的撰写，以团队形式参加创新创业的各类竞赛。

主要内容：理论部分：做好创业准备、提升创业素养、捕捉创业机会、编制创业计划、组建创业团队、筹措创业资金、设立创业企业、运营管理新创企业

实践部分：大学生职业规划大赛、大学生创新创业大赛、SYB 创业培训、网络创业培训

教学要求：结合教材和教学内容，采取理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；针对当前社会发展需要，大学生应具备创新、创业素质，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。引导学生更加“接地气”，并运用创业思维加以实践。学会有效利用各方面的资源，提高就业竞争力及创业能力。

课程名称：大学生就业指导

学分：1

课程目标：该课程的任务是帮助大学生了解国家就业形势和政策，引导大学生充分认知自我，合理调整职业预期，树立正确的择业观，增强就业竞争意识，掌握求职择业的基本常识和技巧，把握大学生就业市场的特点和功能，提高大学生的择业、就业能力。

主要内容：理论部分：树立科学的就业观和择业观，养成良好的职业道德；了解当前就业创业制度和政策；求职择业过程自我心理调适；掌握就业相关的法律法规；掌握就业技能；就业信息收集的途径。

实践部分：大学生职业规划大赛、大学生创新创业大赛、SYB 创业培训、网络创业培训

教学要求：结合教材和教学内容，采取理论讲授与实践教学相结合的方式展开教学；针对当前大学生就业面临的困境，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：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：信息技术应用

学分：4

课程目标：培养学生熟练运用办公软件，高效完成学习、工作和生活中的信息处理、分析与展示任务，提升信息素养和数字化办公能力

主要内容：计算机基础知识，WINDOWS 操作系统应用，文字操作，图文混排，表格制作，函数计算，数据处理，图表创建；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；信息检索的应用，人工智能，大数据和信息安全相关知识。

教学要求：熟练掌握操作系统应用和办公软件的基本操作，培养计算机应用操作能力，使学生具备信息的获取、传输、处理等信息技术应用能力。

课程名称：军事技能

学分：2

课程目标：通过军事技能训练，提高学生的思想政治觉悟，激发爱国热情，增强国防观念和国家安全意识；进行爱国主义、集体主义和革命英雄主义教育，增强学生组织纪律观念，提高学生的综合素质；从而把学生培养成德、智、体全面发展的合格人才。

主要内容：专题一条令条例教育与训练；专题二战术训练；专题三综合训练；

教学要求：通过军事技能教学，让学生了解掌握军事训练形成和发展的过程，军事训练的目的、内容

和任务；正确理解大学生进行军事训练的重要意义；通过了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握队列动作的基本要领，养成良好的军人作风，增强组织纪律观念，培养集体主义的精神。

（二）专业课程

1. 专业群平台课

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和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：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。

2. 专业基础课

课程名称：商务数据分析与应用

学分：2

课程目标：通过本门课程的学习，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，掌握商务数据收集、商务数据处理的方法和技术技能，掌握商务数据分析的思路、方法和技术技能，掌握商务数据可视化的方法和技术技能。

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：电子商务基础

学分：2

课程目标：通过本门课程的学习，目标是让学生在了解电子商务的发展现状，掌握电子商务市场及竞争格局，了解电子商务的主要应用，培养学生具备电子商务实际操作能力。。

主要内容：本课程介绍电子商务的概念、发展历程、技术基础以及电子商务的商业模式等，以及电子商务技术、电子商务物流、电子商务法律法规等内容。

教学要求：教师在教学过程中，要根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析法、情景模拟教学等多种教学方法，激发学生的学习兴趣 and 积极性，培养学生的团队协作能力、问题解决能力等。

课程名称：商务礼仪与沟通

学分：2.5

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：了解商务礼仪与沟通、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：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、解决问题的基本能力与创新意识，并具有较强的自学能力。

3. 专业技能课

课程名称：市场调查与分析

学分：4

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：消费者行为分析

学分：4

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，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：品牌策划与推广

学分：4

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：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，如何进行客户盈利率分析；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。掌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：创新创业综合实训

学分：2

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：新媒体运营

学分：4

课程目标：通过本课程的教学，让学生了解新媒体运营的基本概念，掌握文案策划与撰写技巧；掌握短视频与制作技能，掌握头条号、微信公众号等新媒体平台的运营技能。

主要内容：该课程主要内容包括新媒体运营的基本概念；新媒体的主流平台的操作规则和业务范围；新媒体的引流、维护与变现的知识；综合项目应用与实践。

教学要求：教师要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，掌握新媒体运营的技巧。

课程名称：直播营销

学分：3

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：数字营销

学分：4

课程目标：通过本课程的学习，学生不但要掌握基础理论知识，还需要具有通晓数字营销的基本操作性学问及与相关的运用工具和规则体系的应用能力，数字营销课程设计重在培养学生对数字营销基础知识的具体应用和实际操作能力，使学生掌握数字营销的基本原则和基本技能。

主要内容：本课程包括数字营销基础认知、数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及数字广告营销效果分析。

教学要求：要求教师不仅要熟悉数字营销的基础知识，还要熟悉数字营销相关软件的操作，并且要演示法等多种教学方法，让学生掌握数字营销的相关知识和数字营销思维，同时掌握数字营销的操作技巧。

课程名称：短视频制作与运营

学分：3

课程目标：通过本课程的学习培养学生能够根据宣传和销售目标产出符合品牌定位和客户需求的短视频内容，提升品牌曝光量、粉丝量和活跃度，掌握短视频账号的数据监控和推广效果评估，提高转化率。

主要内容：本课程从短视频认知、短视频平台定位及规划、短视频策划、短视频制作，到短视频运营和短视频变现，全方位、多角度地介绍了短视频制作与运营过程中每一个环节的知识点和操作技巧。

教学要求：要求教师应采用演示法、情景教学法、理实一体化的教学方法，让学生通过本课程的学习，了解短视频制作与运营的相关基础理论知识，熟悉短视频制作的各环节准备工作，掌握短视频制作和运营的基本技能，具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力。

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，加强职业教育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：ERP 沙盘模拟实训

学分：3

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，使受训者在分析市场、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：新媒体广告实务

学分：4

课程目标：通过本课程的学习使学生对互联网营销的理论体系有一个系统的了解，掌握网络虚拟市场中开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，并能理论联系实际，具备网络市场调查、网络营销方案设计、网络营销策略制订、网络营销管理等知识和技能。要求学生通过本课程的学习，了解网络营销策划的相关基础理论知识，掌握网络营销策划的技巧以及具有较强的口头与书面表达能力。

主要内容：本课程主要包括新媒体文案、新媒体视频制作编辑、新媒体广告渠道选择、新媒体广告土方、新媒体广告数据分析。

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。

4. 专业选修课

课程名称：跨境电子商务基础

学分：4

课程目标：让学生熟知跨境电子商务的基本概念和政策，掌握常见的跨境电商平台的操作流程和方法。

主要内容：该本课程主要包括跨境电商平台介绍、跨境电商政策介绍，跨境电商物流介绍、跨境电商营销推广介绍、跨境电商客服介绍和跨境电商风险防控介绍。

教学要求：教师要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，掌握跨境电子商务的相关知识。

课程名称：摄影摄像

学分：4

课程目标：本课程让学生手机摄影与相机摄影摄像的基本使用，了解设备性能对影像质量的影响，能独立完成摄像作品和后期图像处理工作；同时提升学生对艺术审美能力。

主要内容：本课程主要包括摄影基础知识、摄影技术、摄像技术和后期处理等内容。

教学要求：教师要理论与实践相结合，注重培养学生的审美能力，强化创新能力和解决问题的能力。

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具。

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：4

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；掌握库存管理及采购管理知识与技能。

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；库存管理；采购管理。

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：国际贸易综合实训

学分：4

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：教师要把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：商务谈判

学分：4

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：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：4

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：14

课程目标：顶岗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，学生按照顶岗实习目标、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：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 OPAE 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：**0.5

课程目标：深挖陶行知各种具有普遍适应性的教育思想，分别从道德、生活、创造、职业等方面引发学生正确的观念并在行为上做出正确选择，激发他们认真学习，为社会和国家的进步奠定素质基础。

主要内容：陶行知的德育教育思想、陶行知的生活教育思想、陶行知的创造教育思想、陶行知的生利主义教育思想。

教学要求：1、教学有据。从陶行知的经典文章中总结概括理论知识，厘清其萌芽、发展和成熟的历程；2、学践结合。引导学生结合个人现实，主动采用陶行知的教育思想指导个人的行为。

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。

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	000010160	思想道德与法治	B	试	3	48	16	3					
	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				

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
修课	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				
	000010015	形势与政策	A	查	1	18		第一至四学期					
	000010050	军事理论	A	试	2	32		2					
	000010146	军事技能	C	查	2	112	112	2					
	000012128	国家安全教育	A	试	1	18				1			
	220010003	走在前列的广东实践	B	查	1	16	6	1					
	000010135	大学生心理素质教育与训练	B	试	2	36	4	2					
	000010075	信息技术应用Ⅰ	B	试	2	32	16	2					
	000010076	信息技术应用Ⅱ	B	试	2	36	18		2				
	000010130	公共外语Ⅰ□	B	试	4	64	16	4					
	000010131	公共外语Ⅱ	B	试	4	72	18		4				
	000210876	体育与健康Ⅰ	C	查	1	32	32	1					
	000210877	体育与健康Ⅱ	C	查	1	36	36		1				
	200010045	体育锻炼Ⅰ	C	查	1	30	30			1			
	200010046	体育锻炼Ⅱ	C	查	1	30	30				1		
	000012127	劳动专题教育	B	查	1	18	12		1				
	232010001	大学生职业发展与指导	B	查	1	16	10	1					
	223010002	大学生创新创业训练与指导○	B	查	1	18	10		1				
	232010003	大学生就业指导	B	查	1	18	10					1	
	公共必修课小计				37	772	394	18	14	2	2	1	
公共选修课	限定选修课	225020002	职业核心能力实训□	B	查	2	36	18		2			
		225020001	陶行知教育思想	A	试	0.5	10				0.5		
		225020003	中华优秀传统文化	A	试	2	36		2				
		美育类（选修课程详见另表）		B	查	1	18	9		1			
	任意选修课程（选修课程详见另表）		B	查	2	36	18	从全校通选课中选修2个学分					
	公共选修课小计				7.5	136	45		3	2	2.5		
	公共课合计				44.5	908	439	18	17	4	4.5	1	
专业基础课	专业群平台课（专业基础课）	040010049	经济学基础	B	试	4	64	32	4				
		040010068	管理学基础	B	试	4	72	36		4			
		203010010	电子商务基础	B	试	2	32	16	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		
		203010047	商务礼仪与沟通	B	查	2.5	45	29			2.5		
		040010053	经济法	B	查	2	36	18				2	

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
	小 计				20.5	357	185	6	8	4.5	0	2	0
专业技 能课	203010024	新媒体广告实务★	B	查	4	72	36				4		
	203010020	市场调查与分析	B	查	4	72	36			4			
	040211002	数字营销★□△	B	查	4	72	36			4			
	203010011	短视频制作与运营	C	查	3	72	72					3	
	203010046	品牌策划与推广★	B	查	4	72	36				4		
	203020020	新媒体运营★	B	查	4	72	36				4		
	203010023	消费者行为分析	B	查	4	72	36			4			
	203010005	创新创业综合实训○	C	查	2	48	48					2	
	203010045	客户服务与管理	B	查	2	36	18				2		
	203010025	直播营销★△	C	查	3	72	72					3	
	20301024	市场营销综合实训△	C	查	3	72	72				3		
	203010004	ERP 沙盘模拟实训△	C	查	3	72	72					3	
		小 计				40	804	570	0	0	12	17	11
专业拓 展课	203020011	国际贸易实操△	B	查	4	72	36					4	
	203020019	摄影摄像	B	查	4	72	36				4		
	203020013	跨境电子商务基础	B	查	4	72	36			4			
	203020014	门店数字化运营与管理□	B	查	4	72	36			4			
	203020028	商务谈判	B	查	4	72	36				4		
	203010026	智慧供应链管理△	B	查	4	72	36				4		
	203020015	企业实操技能Ⅰ	B	查	4	72	36					4	
	203020016	企业实操技能Ⅱ	B	查	4	72	36					4	
		小 计（必选 12 学分）				12	216	108			4	4	4
专业综 合技能 实践课	000010029	毕业设计	C	查	4	96	96					4	
	224010001	岗位实习	C	查	14	336	336						14
	小 计				18	432	432					4	14
专业课合计					90.5	1809	1295	6	8	20.5	21	21	14
人文素质教 育与创新创	必修项目				6		入学教育 1 学分、社会实践 1 学分、认识实习 1 学分、毕业教育 1 学分、专业技能证书 2 学分						
	美育类限定选修实践项目				1		详见实施项目安排表						

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
								周	周	周	周	周	周
业能力培养	自选项目				3		详见实施项目安排表						
	合 计				10	240	240						10
总 计					145	2957	1974	24	25	24.5	25.5	22	24

注：1. 列表中标注□为专业核心课程，标注为证书课程；标注□为竞赛课程；标注○号者为创新创业课程；

2.考核方式：试（考试），查（考查）；

3.课程类型：A（纯理论课），B（理论+实践课），C（纯实践课）；

4.《形势与政策》开学期第一至第四学期，学时分配(6，4，4，4)，学分记入第四学期；

5.任意选修课程开设《“四史”专题教育》（党史、新中国发展史、改革开放史、社会主义发展史）、书法、绘画、音乐、公共艺术等美育课程，节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程；

6.人文素质教育与创新创业能力培养项目 8 学分，其中课余体育锻炼安排在第三、四学期，公共体育部统一安排，共 60 学时。学生毕业审核前录入学籍系统中，表中此项目学分记入第六学期。

八、学分、学时安排

课程类别		课程学分比例	学分	课程学时比例	学时	学时分配	
						理论教学	实践教学
公共必修课		25.5	37	26.1	772	384	388
专业 课	专业基础课	14.1	20.5	12.1	357	172	185
	专业技能课	27.6	40	27.2	804	234	570
	专业选修课	8.3	12	7.3	216	108	108
	专业综合技能	12.4	18	14.7	432	0	432
通选 课程	限定选修课	3.8	5.5	3.4	100	73	27
	公共选修课	1.4	2	1.2	36	18	18
人文素质教育与创新创业能力培养		6.9	10	8.1	240	0	240
总学时（学分）			145	/	2957	992	1965
占总学时比例					/	33.5	66.5

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	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
4	直播电商职业技能等级证书	南京奥派信息产业股份公司	中级	选修	2
5	普通话水平测试等级证书	国家语言文字工作委员会	二级乙等及以上	选修	2

十、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2.专业带头人

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，能够较好地把握国

内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

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 and 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

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专

业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定。针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（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。工商企业管理专业建有 ERP 综合实训室、数字营销虚拟仿真实训中心、大数据分析软件平台、人力资源智能仿真与竞赛对抗软件平台、新道的数智商业-数智工厂综合实践教学平台。三是校外实训基地建设。目前为止，本专业与多家企业签订了校企合作协议书如：广东精准人才企业服务有限公司、广东省林格科技集团有限公司、东莞民丰塑料有限公司等，与它们共建“校企融合”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。

（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，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 145 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,公共选修课必须修满 7.5 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 2025 级专业人才培养方案的指导意见”)。