



湖南现代物流职业技术学院
HUNAN MODERN LOGISTICS COLLEGE

市场营销专业 人才培养方案

专业代码:	530605
所属学院:	物流商学院
适用年级:	2022 级
专业带头人:	张小桃
二级学院负责人:	刘意文
制订时间:	2022 年 6 月 25 日

编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由张小桃等人制订，经二级学院和学校教授委员会审核、主管教学副校长和校长审定、学校党委批准后，将在2022级市场营销专业实施。

主要编制人：

张小桃	专业带头人	湖南现代物流职业技术学院
旷健玲	专业群带头人、物流商学院副院长	湖南现代物流职业技术学院
李炫林	营销教研室主任	湖南现代物流职业技术学院
熊 英	专任教师	湖南现代物流职业技术学院
何艳君	专任教师	湖南现代物流职业技术学院
张开剑	市场拓展总监（企业专业带头人）	杭州娃哈哈饮料有限公司
刘意文	物流商学院院长	湖南现代物流职业技术学院
储 昱	物流商学院书记	湖南现代物流职业技术学院

论证专家：

阳 鑫	执行总监	湖南可言可甜品牌管理有限公司
谭 栋	部门经理	湖南一力物流股份有限公司
刘烈仁	总经理	湖南朗乐科技股份有限公司
李 剑	资深注册会计师	天健会计师事务所
刘意文	物流商学院院长	湖南现代物流职业技术学院
王 阔	网点经理（2014届毕业生）	菜鸟驿站
邹 智	战略大客户部主管（2011届毕业生）	美团网
刘 治	总经理（2010届毕业生）	湖南凌尘纸业包装有限公司

目 录

一、专业名称及代码	1
二、隶属专业群	1
三、入学要求	1
四、修业年限	1
五、职业面向	1
六、培养目标与培养规格	2
七、课程设置及要求	4
八、教学进程总体安排	1
九、实施保障	3
十、毕业要求	15
十一、附录	16

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（530605）

二、隶属专业群

物流商务专业群

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力人员。

四、修业年限

基本修业年限三年，最长修业年限不超过六年。

五、职业面向

1. 职业面向

表 1 职业面向一览表

序号	所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	本专业所对应的行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域举例			职业技能等级证书（1+X证书）	社会认可度高的行业企业标准和证书
					初始岗位	发展岗位	升迁岗位		
1	财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	零售业（52） 批发业（51） 商务服务业（72）：供应链管理（7224）	销售人员（4-01-02）； 营销员（4-01-02-01）； 商品营业员（4-01-01-03）； 摊商（4-01-02-05）；	初始岗位 营销员/销售代表	发展岗位 区域/产品经理 店长/卖场经理/网点经理	升迁岗位 销售总监 运营总监	根据国家 1+X 政策的推进，取得相关的市场营销职业技能等级证书	
					摊商	小微企业	小微企业		

			商务专 业人员 (2-06- 07): 市场调 研专业 人员 (2-06- 07-02)		创业者	经理		
				市场调 研 专员	市场主 管/ 经理	市场总 监		
				商务专 员	商务主 管/ 经理	商务总 监		

2. 职业发展路径

职业发展路径三阶段为初始岗位—发展岗位—升迁岗位，学生在顶岗实习阶段接触的多是初始岗位，学生从初始岗位到发展岗位预计需要1年以上的时间，学生从发展岗位到升迁岗位预计还需要2—4年时间，此外，学生还可以在人力资源及管理岗、客服及管理岗等拓展岗位上实现就业和升迁。

表2 职业发展路径

职 级	岗位名称	岗位名称	岗位名称	岗位名称	岗位名称
初始岗位	营销员	商品营业员	摊商	市场调研专 员	商务专员
发展岗位	区域/ 产品销售经理	店长/卖场经理/ 网点经理	小微商业企业 创业者	市场主管/ 经理	商务主管/ 经理
升迁岗位	销售总监	运营总监	小微商业企业 经理	市场总监	商务总监

六、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应现代社会需要，紧跟新媒体技术、新零售等营销行业发展，秉承“心忧天下、敢为人先、自强不息”的优良传统，具有一定科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握推销技巧、商务谈判、市场调查与分析、营销策划等知识，具备销售、商务谈判、市场调查与分析、营销策划与执行、营销活动组织、销售管理等技术技能，面向零售业、批发业和商务服务业，培养适应湖南经济社会发展需要，毕业1年能够

从事商贸流通企业和物流企业区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理等岗位的工作，毕业3—5年能够从事销售总监、运营总监、小微商业企业经理、市场总监的高素质复合型技术技能人才，使学生成为社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。

（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. 素质目标

（1）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。

（2）具有“心忧天下、敢为人先、自强不息”的优秀传统文化底蕴；

（3）“乐规划、知规划、擅规划”具备良好的职业规划能力；

（4）勇于奋斗，乐观向上，有较强的集体意识，运用自己智慧灵活处理营销工作中的各种突发事件。

（5）具有良好的语言、文字表达能力，诚实守信、童叟无欺，能取得顾客信任。

（6）具有质量意识、营销成本控制意识，用敏锐的商业嗅觉实现双赢。

（7）勇于决断，当遇到困境和挫折时，具有一定的抗压能力，不畏艰难险阻，始终坚持自我向正确的方向前进。

（8）“会沟通、懂管理、擅合作”，具有良好的沟通表达能力和团队合作意识；

（9）崇尚宪法、遵法守纪、严于律己，自觉遵守各种规章制度。

（10）具有探究学习、终身学习能力，不断学习新知识和新技术，具有创新思维和创业意识。

2. 知识目标

（1）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（2）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

（3）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（4）掌握基础职业规划理论与知识，运用相关工作实施职业生涯规划并撰写方案。

（5）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

（6）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

（7）掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

（8）掌握不同情境下商务谈判准备、开局、对局和结局的策略技巧。

（9）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

（10）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

3. 能力目标

（1）能不断学习新知识、新技能，具有探究学习、终身学习的能力，利用现代市场营销的新知识、新技术实施营销。

(2) 能持续动态更新职业生涯规划, 不断调整短期、中期、长期目标, 实现高质量精准就业。

(3) 能分析消费者心理活动过程, 洞察消费者的个性心理、群体心理和行为, 把握消费流行与消费习俗, 具备营销员、商品营业员、市场调查专员岗位对消费者的行为分析能力。

(4) 能组织实施营销产品、竞争者、客群的市场调查与分析, 设计调查方案, 实施市场调查, 撰写调查报告, 具备营销员、商品营业员、市场调查专员岗位对市场调查与分析的能力。

(5) 能借助商品的基本知识和方法, 采用一定的方法和技巧组织实施推销, 具备营销员、商品营业员岗位组织实施推销的能力。

(6) 能规范商务礼仪, 遵循商务谈判的原则、方法和技巧, 组织实施商务谈判, 具备区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理、商务专员、商务主管/经理岗位对商务谈判的能力。

(6) 能运用营销活动策划与组织的基本内容和方法为企业进行营销策划, 并组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动, 具备区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理岗位对营销策划的能力。

(7) 能对客户关系进行维护与管理, 实现与客户有效沟通, 具备良好的语言、文字表达能力和沟通能力, 具备区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理岗位对客户管理能力。

(8) 能运用商业信息技术与工具, 对销售数据进行分析, 具备数据意识和数据分析能力, 能对销售业绩、人员等进行有效管理, 具备销售总监、运营总监、小微商业企业经理、市场总监岗位对客户管理的能力。

(9) 能应用创新创业思维实施创新创业, 构建小微商业企业。

七、课程设置及要求

(一) 课程体系与对应能力架构

通过对从事企业的市场营销类岗位设置、每个岗位的主要工作任务以及任职要求分析, 整合出具有市场营销专业特色的岗位群和典型工作任务, 在此基础上进行职业能力归纳整合, 确定与市场需求相适应的市场营销专业人才培养规格, 构建具有职业教育特色的专业课程体系。

市场营销岗位典型工作任务与职业能力分析表如下:

表 2 市场营销岗位典型工作任务与职业能力分析表

工作项目	工作任务	职业能力
市场调查	1-1 调查方案设计	能根据调查需求, 明确调研目的和调研项目, 明确调研事项和调研所需搜集的资料;
		能针对企业资料, 根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具

		体单位以及调研对象；	
		能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具；	
		能根据调研目的确定调研内容；	
		能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算。	
1-2 问卷设计		能根据问题的内容选择合适的问题类型，要有封闭式和开放式两个类型的问题；	
		能依照逻辑顺序排列问题，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体，开放式问题放在后面；	
		能切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性；	
		能根据标准格式和要求编制调查问卷。	
1-3 市场调查实施		能根据调查方案，按规范执行现场调查；	
		能识读调查问卷，能向目标人群发放问卷，能协助被访者完成问卷填写，能回收有效调查问卷。	
1-4 撰写调研报告		能够对提供的调研数据进行细致分析、运用，能很好地鉴别、遴选数据，能灵活运用数据说明问题；	
		能以调研资料为依据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。	
谈判与推销	2-1 商务谈判	能利用线上线下等多种途径进行相关信息的收集和整理，为谈判做好充分的资料准备；	
		能对谈判对手进行认真、细致的分析，确定谈判目标、制定各阶段谈判策略，拟定商务谈判方案，进行商务沟通和业务洽谈；	
		能灵活运用谈判策略及各种技巧处理谈判出现的僵局，确保谈判达成，实现合作共赢；	
		能准确分析不同情境谈判案例，从而提高分析问题、解决问题及灵活运用谈判战术从事实际谈判工作的能力。	
	2-2 产品推销		能准确地分析被推销产品的优缺点，把握产品卖点；
			能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客的购买欲望，促成交易。
营销	3-1 促销活动	能对企业、竞争对手企业的产品组合、消费者特点、促销习惯等营	

策划	策划	销信息进行细致、深入分析并据此来确定明确、具体、有针对性的促销活动目标以及有吸引力的活动主题；
		能针对市场分析结论准确描述促销对象的具体特征，确定合适的参与促销商品、时间、地点等要素；
		能结合企业促销目标选择刺激程度适当、与费用相匹配的促销方式与工具；
		能选择符合促销目标以及促销对象媒体习惯的广告配合方式与媒体（新媒体）；
		能根据促销目标对策划任务的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置。
		能对活动过程中可能发生的意外问题提出处理预案；能预测促销活动将会出现的效果；
	3-2 广告文案策划	能对企业、竞争对手企业产品及广告现状、消费者情况等营销信息进行细致、深入分析并能据此来确定明确、具体广告目标以及广告策划思路；
		能针对市场分析结论，判断企业市场方向，明确广告产品与竞争对手相比所具备的优点与缺点，指出消费者的爱好与偏向，进而确定广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等方面内容，能综合以上内容形成一套具有一定可行性的广告策划方案；
	3-3 公关活动策划	能对企业的公关现状进行比较深入的分析，明确企业面临的主要问题；能根据分析结论，提炼出明确的公关活动目标；
		能根据公关的目标与企业所面临的公关问题确立公关活动的公众对象以及公关模式；能依据公关模式来确定公关活动恰当的时机与地点；
		能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意；
		能对公关活动的配套的媒介宣传活动进行设计与安排；能对公关活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；
	3-4 新产品上市策划	能对企业的宏观环境、行业环境、消费者、竞争产品等进行比较深入的分析，明确企业面临的环境现状；
		能根据题目给予的产品的信息资料，对产品核心利益点进行透彻的分析，能提炼出精确的产品定位点；能运用 SWOT 分析法对企业新

	产品进行 SWOT 分析，并能得出结论；
	能根据企业市场现状、竞争品情况以及新产品特点来确定推广的目标；能依据新产品推广目标、目标消费者等内容，运用多种方法对推广策略进行构思与创意；
	能对广告宣传、公关活动、促销活动、媒介选择等具体推广活动进行设计与安排；能对推广活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；

课程体系与对应能力架构一览表如下：

表 3 课程体系与对应能力架构一览表

能力架构		支撑能力的课程体系
大类	细分	
通用能力	道德素质提升与政治鉴别能力	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策
	语言、文字表达能力和沟通能力	应用文写作、演讲与口才、普通话、实用英语
	自我管理与发展能力	体育与健康、体育俱乐部、军事技能、军事理论、心理健康指导、安全知识教育、职业生涯规划、管理学基础
	综合素养提升能力	大学生礼仪修养、大学生传统文化修养、大学生劳动教育、大学生艺术修养、大学生人文素养、大学生科技素养
	信息手段运用能力	计算机应用基础、电子商务基础与应用
	创新创业能力	创新创业基础
	学习能力	所有课程
专业能力	销售能力	推销技巧、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、营销专业综合实训、消费行为分析
	市场调查与分析能力	市场调查与预测、营销专业基本技能实训、营销专业综合实训、商务数据分析
	营销策划能力	营销策划、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、营销专业综合实训

（二）课程设置与课程描述

本专业课程主要包括公共基础课程、专业（技能）课程、专业综合实践课程。专业课程对接高等职业学校市场营销专业教学标准，对接区域发展需求，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，推动课程思想政治工作体系贯穿教学体系、教材体系、管理体系，切实提升思想政治工作质量。结合一带一路、国家最新商业法规政策、市场营销职业道德与职业素养，融入课程思政因素，贯穿于专业课程教学全过程。

1. 公共基础课程

（1）公共平台课程

根据党和国家有关文件规定，将安全知识教育、形势与政策、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、应用文写作、普通话、计算机应用基础、心理健康指导、创新创业基础、职业生涯规划、军事理论、军事技能、体育与健康、实用英语、体育俱乐部、大学生就业指导、演讲与口才、大学生劳动教育、大学生传统文化修养等 19 门课程列入公共平台课程，共 42.5 个学分。

表 4 公共平台课程设置与课程描述一览表

课 程 名 称	教学目标	主要内容	教学要求
思想道德修养与法律基础	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和法律素养。</p> <p>知识目标：理解中国精神的基本内涵；理解社会主义法律的内涵；领会社会主义法律精神；熟悉社会主义基本道德规范；掌握中国特色社会主义法治体系以及《民法典》《刑法》相关法律常识。</p> <p>能力目标：能够自觉服务他人、奉献社会；能够把道德理论知识内化为自觉意</p>	<p>1. 人生的青春之问；</p> <p>2. 坚定理想信念；</p> <p>3. 弘扬中国精神；</p> <p>4. 践行社会主义核心价值观；</p> <p>5. 明大德守公德严私德；</p> <p>6. 尊法学法守法用法。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，采取讲授法、案例分析法、问题导向法、参与体验式、启发式教学方法等，在实践教学中注重社会调查、现场模拟、亲身体验、团队合作与比赛等多种互动式教学形式。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核 40%（含线上学习参与度、单元测试、考试）+ 课堂表现（含考勤、课堂实践）20%+ 期末考试 40%。</p>

	<p>识，不断提高践行道德规范的能力；能够运用法律知识维护自身合法权益。</p>		<p>实训实践要求：根据课程内容设置 9 个实践教学任务（每年的任务会根据社会热点、教学重难点等不同适时调整更新），每个小组必须完成指定的实践教学任务才能通过实践考核。</p> <p>教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，必须具有扎实的马克思主义理论基础。</p>
<p>毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论</p>	<p>素质目标：增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定中国特色社会主义理想信念。</p> <p>知识目标：系统掌握马克思主义中国化的两大理论成果——毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。</p> <p>能力目标：能够运用马克思主义的世界观和方法论去认识和分析问题，正确认识中国国情和社会主义建设的客观规律；能够自觉执行党的基本路线和基本纲领。</p>	<p>1. 毛泽东思想模块；</p> <p>2. 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观模块；</p> <p>3. 习近平新时代中国特色社会主义思想模块。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用参与式、讨论式、演讲式、辩论式、案例式、团队项目体验式等多种教学方式方法。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核 40%（含线上学习参与度、单元测试、考试）+ 课堂表现（含考勤、课堂实践）20%+ 期末考试 40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程设置 12 个实践教学任务（每年的任务会根据社会热点、教学重难点等不同适时调整更新），每个小组必须完成指定的实践教学任务才能通过实践考核。</p> <p>教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，必须具有扎实的马克思主义理论基础。</p>

<p>形势与政策</p>	<p>素质目标： 坚定马克思主义和中国特色社会主义理想信念，树立马克思主义的形势观和政策观，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现全面建设小康社会的奋斗目标而努力奋斗。</p> <p>知识目标： 了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系；理解党和国家的重大改革措施；领会国家主要外交政策；熟悉当前国际国内热点问题；掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识。</p> <p>能力目标： 能够正确分析国内外形势；能够正确分析和判断国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题。</p>	<p>教学内容以教育部社科司印发的关于高校“形势与政策”教育教学要点为依据，结合大学生时事报告，针对学生关注的国内外热点、焦点问题，确定教学内容，主要讲述：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 党的理论、基本路线、基本纲领和基本经验； 2. 我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就、党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施； 3. 国际形势与外交方略。 	<p>教学方式方法： 以教师课堂讲授为主，灵活运用讲授法、案例分析法、小组讨论法等多种教学方式方法，注重理论联系实际。</p> <p>考核方式： 考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求： 根据课程内容每学期设置1个实践教学任务，小组采用微视频、PPT、调研报告等任意一种实践形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求： 教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，有扎实的马克思主义理论基础和相应的教学水平与科研能力。</p>
<p>应用文写作</p>	<p>素质目标： 树立遵纪守法的意识，养成规范、严谨的习惯，培养学生的诚实守信品质与吃苦耐劳精神，提高团队协作精神，提高学生的综合人文素质。</p> <p>知识目标： 掌握应用文写作的基本知识、基本格式和文书处理程序；掌握基础写作技巧和方法。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 应用文基础知识； 2. 事务文书写作； 3. 党政公文写作； 4. 传播文书写作； 5. 日常文书写作； 6. 礼仪文书写作； 7. 经济文书写作和 	<p>教学方式方法： 以教师课堂讲授为主，灵活运用案例分析法、小组讨论法、翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等多种教学方式方法，以职教云、智慧职教MOOC学院网络平台为辅，精讲多练，提升学生写作能力。</p> <p>考核方式： 考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核40%+</p>

	<p>能力目标：能从材料中提炼主题，能够围绕主题选择材料，合理安排文章结构；能归纳出常用文种的写作方法和写作技巧；能根据不同工作需要独立地拟写、制作各类文书。</p>	<p>毕业设计写作。</p>	<p>课堂表现 20%+ 期末考查 40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容，提供写作材料，或修改错例，或让学生进行调查实践，完成项目任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有汉语言文学的学历背景，具有扎实的理论基础和较丰富的教学经验。</p>
<p>演讲与口才</p>	<p>素质目标：培养学生优秀的心理素质和自信心水平。提升学生的思维素质水平。帮助学生养成热情、积极、理性、敬业等精神品质。</p> <p>知识目标：了解演讲与口才学习的基本内容；理解交际语言的特点；掌握口才训练的基本技巧与方式方法。</p> <p>技能目标：能运用口才知识于人际交往中，从而建立良好的人际关系及良好地与人合作的能力；能练好本专业的行业口才。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 口才实施基础； 2. 演讲口才艺术； 3. 社交中口才艺术； 4. 说服艺术； 5. 面试中口才艺术； 6. 谈判口才艺术； 7. 辩论口才艺术； 8. 职业口才训练。 	<p>教学方式方法：采用项目教学、案例教学、情境教学等理实一体教学方式。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定以作业、考勤、网上学习、课堂表现（50%），期末考试（50%）作为依据。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师普通话水平要达到二级甲等以上。</p>
<p>普通话</p>	<p>素质目标：让大学生充分认识、大力推广、积极普及普通话，热爱祖国的语言文字，正确使用标准的普通话和规范的汉字，提高人文素养。</p> <p>知识目标：掌握普通话语音基本理论和普通话声、</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 普通话概况； 2. 普通话语音训练（包括普通话声、韵、调、音变的发音要领，朗读字、词、句、篇和话题说话的方法）； 	<p>教学方式方法：以测促训，精讲多练。灵活运用翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等多种教学方式方法，教师讲解基本知识和训练方法，重点在学生练习，教师针对发音问题纠正。</p> <p>考核方式：考核方式采用</p>

	<p>韵、调、音变的发音要领；掌握朗读字、词、句、篇和话题说话的方法。</p> <p>能力目标：能够具备较强的方音辨别能力和自我语音辩证能力，以及能用标准或比较标准的普通话进行职场口语交际的能力。</p>	<p>3. 普通话等级测试的内容、过程及注意事项。</p>	<p>过程性考核与终结性考核相结合。考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置经典文化诵读、微视频拍摄、音频录制等相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：普通话水平要达到一级乙等以上，掌握相应的普通话语音知识和必要的普通话教学技能。</p>
<p>体育与健康</p>	<p>素质目标：培养终身体育意识、积极乐观的生活态度、良好体育的道德和合作精神。</p> <p>知识目标：掌握《国家体质健康标准》内容、测试方法及评价方法；掌握全面发展体能的知识与方法；掌握运动与营养知识、常见运动损伤处理方法；掌握与专业技能相结合的体能素质提高方法；掌握全民健身及全民健康之国家政策。</p> <p>能力目标：能科学进行体育锻炼；能正确评价体质健康状况，设计运动处方；能合理选择食物与营养；能正确处理常见运动创伤。</p>	<p>1. 《国家体质健康标准》的内容、测试方法及评价方法；</p> <p>2. 体育运动规律，体育锻炼原则和方法；运动与营养相关知识；</p> <p>3. 常见运动损伤处理方法；</p> <p>4. 与专业技能相结合的体能素质提高法则；</p> <p>5. 全民健身及全民健康之国家战略。</p>	<p>教学方式方法：教师指导方法：讲授法、分解法、纠错法。学生练习法：游戏、比赛、循环、重复、变换等练习法。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定以课堂考勤、作业、学习态度、理论学习、社团参与、竞赛活动为依据占（50%）。期末考试占（50%）包括身体素质测试、教师课堂教授的运动技能技巧测试。</p> <p>实训实践要求：正确评价自身体质健康状况，科学设计运动处方，进行体育锻炼。</p> <p>教师要求：具备扎实的体育学科理论知识、具有示范引导能力、运动健康基本知识。</p>

<p>职业生涯规划</p>	<p>素质目标：树立主动的职业态度，内化职业道德；建立市场洞察力，及时调整规划；强化团队沟通，促进协作与领导；快速适应行业变革，培养创新和终身学习。</p> <p>知识目标：了解职业规划对个人发展的作用；了解市场营销的职业发展和前景；掌握兴趣、价值观与职业选择的联系；熟悉职业选择的人岗匹配技巧；理解职业目标和路径设计原则；掌握职业生涯规划的基本框架和要求。</p> <p>能力目标：能运用职业测评工具，识别优势和兴趣；能够有效沟通，访谈并形成生涯报告；能利用大数据工具，分析职业信息，做出选择；能制定并执行市场营销职业的短期和长期目标；能与他人合作，完成任务，发展领导力；能公开展示职业规划，动态评估并适应变化。</p>	<p>关卡 1 岗位选我-基于能力的初始型就业计划</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 唤醒新营销职业生涯 2. 匹配基础型岗位能力 <p>关卡 2 我选岗位-基于兴趣的提升型生涯设计</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 绘制兴趣型商业画布 4. 洞察专业型岗位需求 <p>关卡 3 我岗互选-基于发展的成熟型职业规划</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 锚定个人新职业目标 6. 构建发展型职业路径 7. 设计新营销职业规划方案 8. 展示新营销职业规划成果 	<p>教学方式方法：以“我能做什么、我想做什么、我成为什么”生涯发展问题链为导向，采用“闯关卡、启路径、入职场”抛锚式游戏体验教学策略，引入“校内教师启导、企业导师引导、职规专家指导、人工智能助导”四导协同实施教学过程。</p> <p>考核方式：采用“学生自评、互评+教师评+企业导师评+职规专家评”多元评价体系，将诊断性考核、形成性考核、终结性考核及增值考核相结合。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置 8 个实践教学任务，小组采用思维导图、岗位体验、词云分析、目标时间轴、职规方案撰写、展示分享、多种 AI 工具辅助教学等多种形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景。</p>
<p>心理健康指导</p>	<p>素质目标：树立心理健康发展的自主意识，优化心理品质。</p> <p>知识目标：明确心理健</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大学新生心理适应与发展； 2. 心理健康与精神障碍； 	<p>教学方式方法：通过案例讨论、混合式教学、理实一体教学、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实</p>

	<p>康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我探索技能、自我调适技能及心理发展技能。</p> <p>能力目标：能对自身的身心状态和行为能力等进行客观评价；能正确认识自己、接纳自己，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. 自我意识； 4. 人格塑造； 5. 人际关系； 6. 自我管理； 7. 恋爱与性； 8. 生命教育等。 	<p>效性。</p> <p>考核方式：课程考核采用多元评估体系，形成性评价和终结性评价相结合。采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具有教育学、心理学或医学学历背景，且已获得国家三级以上的心理咨询师职业资格证书。</p>
<p>实用英语</p>	<p>素质目标：培养学生跨文化交际意识；基本的英语语言文化素养；爱岗敬业、诚信踏实的职业道德；沟通合作、创造创新的职业素养。</p> <p>知识目标：了解中西方文化的异同；掌握英语语言基础知识和基本技能；掌握职场相关基本商务英语知识；掌握英语应用文写作方法和技巧。</p> <p>能力目标：能用英语进行生活和职场会话；能处理一般涉外业务，完成涉外交际任务；能撰写相关的英语应用文件；具备进一步学习专业英语、终身学习英语的自学能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教学内容和训练项目围绕“听、说、读、写、译”五个方面展开； 2. 教学主题涵盖校园学习生活、毕业求职面试、商务机构组织、商务办公会议、商务聚会旅游、商务产品品牌、商务物流运输、商务贸易及售后，个人职业发展与创业等领域； 3. 应用文体主要为通知报告、备忘录、邀请函、会议纪要、行程安排、货运单据、商务信函等。 	<p>教学方式方法：实施线上+线下混合式学习，充分利用网络教学资源 and 平台，进行自主学习；采用任务教学法、情景模拟演练等多种方法，精讲多练。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定以课堂考勤、作业、学习态度为依据占（50%）。期末考试占（50%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、英语手抄报等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：需具有高度责任心和职业认同感；获得专业</p>

			英语 4 级以上证书，语音语调标准；具备一定的教育科研能力，能够不断探索学科发展新趋势和新方向。
计算机应用基础	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，弘扬使用“民族软件”的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和职业素养。</p> <p>知识目标：掌握计算机基础知识；掌握计算机网络基础知识；掌握病毒的特点和防范技巧，掌握计算机信息安全知识。</p> <p>能力目标：能够自觉服务他人、奉献社会；能处理常见的办公文件和办公数据处理；能进行计算机的基本维护，同时为下一步专业学习打好基础。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 计算机基础知识； 2. 操作系统 (windows)； 3. 文字信息处理软件 (word)； 4. 电子表格软件 (Excel)； 5. 演示文稿 (PowerPoint)； 6. 计算机网络基础；internet 应用。 	<p>教学方式方法：主要采取讲授法、案例分析法、问题导向法、混合式教学法、理实一体教学法等教学方式方法；在实践教学中注重社会调查、现场模拟、亲身体验等多种互动式教学形式。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核 40%（含线上学习参与度、单元测试、期末考试）+ 课堂考勤 20%+ 课堂表现与课堂实践作业 40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置实践教学任务，个人采用计算机操作等实践形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求：教师应具备良好的思想品质，较好的专业知识以及很好地实际解决问题的能力。</p>
体育俱乐部	<p>素质目标：塑造健康的体魄，体验体育运动项目的魅力，把体育项目运动精神内化到生活、学习中；培养职场中遵守规则、团队合作、顽强拼搏、积极向上、锐意</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 体育与健康选项项目之篮球选项、气排球选项、足球选项、羽毛球选项、乒乓球选项、健美操选项、形体选项、形体 	<p>教学方式方法：线上：学习、讨论、测验。线下：讲授、示范、团队合作与比赛、社团拓展与延伸。</p> <p>考核方法：考核方式采用过程性考核与终结性考核相</p>

	<p>进取的行为习惯；积极参与校园体育文化建设和社区体育服务，投身健康中国行动。</p> <p>知识目标：了解体育项目运动健康机制；掌握体育运动项目发展特点、竞赛规则与裁判法则。</p> <p>能力目标：能掌握至少两项健身运动技能；能科学运动，能以运动项目技能，提高身体健康水平，能对运动项目欣赏与评判。</p>	<p>与舞蹈选项、瑜伽选项及女子防身术选项的发展及特点；</p> <p>2.选项项目竞赛规则和裁判法则；</p> <p>3.选项项目基本技术、战术以及项目的健康机制。</p>	<p>结合。成绩评定采取过程考核占 40%，包括学生平时出勤、工作态度及动作掌握情况，结果考核占 60%，依据“身体素质测试、技能测试”的测试结果。</p> <p>实训实践要求：运用所选运动项目开展锻炼，科学健身，参与项目活动与竞赛，积极服务社区。推动全民健身。</p> <p>教师要求：具备扎实的体育学科理论知识、具有示范引导能力、具有基本信息化教学能力。</p>
<p>入学教育及军事技能</p>	<p>素质目标：提高思想素质，具备军事素质，保持良好心理素质，培养良好身体素质。</p> <p>知识目标：了解学院规章制度及专业学习要求；熟悉掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。</p> <p>能力（技能）目标：具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。</p>	<p>1. 专业介绍，职业素养以及工匠精神培育；</p> <p>2. 文化教育；</p> <p>3. 法制安全、常见疾病防治教育；</p> <p>4. 国防教育及爱国主义教育；</p> <p>5. 军事训练。</p>	<p>教学方式方法：通过理论讲授、案例导入、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取过程考核占 40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占 60%，依据“军事技能”的训练结果。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：入学教育教师应具有良好的综合素养，军事训练教官应具有扎实军事理论基础与军事技能素养。</p>

<p>军事理论</p>	<p>素质目标：增强学生的国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。</p> <p>知识目标：了解军事理论的基本知识；理解习近平强军思想的深刻内涵；熟悉世界新军事变革的发展趋势。</p> <p>能力目标：具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中国国防； 2. 国家安全； 3. 军事思想； 4. 现代战争； 5. 信息化装备。 	<p>教学方式方法：综合运用讲授法、问题探究式、案例导入法等方法，充分运用信息化手段开展教学。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，平时成绩占 50%（考勤、作业、实验实训等）、期末考查成绩占 50%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实军事理论基础与军事技能素养。</p>
<p>安全知识教育</p>	<p>素质目标：提高学生的安全文化素养，培养大学生树立安全意识，从而达到提高国民素质和公民道德素养的目的。</p> <p>知识目标：了解安全教育体系知识；了解各类突发事件应对知识、求生技巧、安全培训；掌握危机防范和应对知识。</p> <p>能力目标：增强大学生安全意识和各类突发事件防范和应对能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 校园安全教育； 2. 人身财产安全；交通安全； 3. 心理安全教育； 4. 自然灾害安全教育； 5. 消防安全教育；国家安全教育； 6. 职业安全教育等。 	<p>教学方式方法：综合运用讲授法、问题探究式、案例导入法等方法，充分运用信息化手段开展教学。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有安全管理相应的职业背景与知识背景基础。</p>
<p>大学生</p>	<p>素质目标：使学生具有</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 就业形势与就业 	<p>教学方式方法：以教师课</p>

<p>就业指导</p>	<p>良好的学习态度；良好的沟通能力、团队协作精神，能够与时俱进。</p> <p>知识目标：了解就业形势与就业市场；理解择业定位与就业准备、求职与择业技能；领会适应与发展、就业权益与法律保障；掌握求职应聘的方法。</p> <p>能力目标：培养就业市场分析、自我评估、简历编写、面试、职业生涯规划的能力。</p>	<p>市场；</p> <p>2. 择业定位与就业准备；</p> <p>3. 求职与择业技能；</p> <p>4. 职业适应与发展；</p> <p>5. 就业权益与法律保障、实训（模拟面试）。</p>	<p>堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，开展企业调研和大赛实训，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景。</p>
<p>创新创业基础</p>	<p>素质目标：使学生具有良好的学习态度；良好的沟通能力与创新能力；培养学生吃苦耐劳的品质与团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解创新创业发展趋势；理解创新对于推动整个人类社会发展和进步的重要意义；领会创新意识和创业精神；掌握创新创业政策及技能要求。</p> <p>能力目标：使学生能用创业的思维和行为准则开展工作，并具有创造性地分析和解决问题的能力。</p>	<p>1. 创新创业教育概述；</p> <p>2. 创新能力；</p> <p>3. 创新思维；</p> <p>4. 创业者与创业团队；</p> <p>5. 创业准备和创业实施等。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过混合式教学、理实一体教学、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，过程性考核+实践成果汇报+笔试相结合。平时成绩（包括考勤、课堂表现等）占30%，实训考核成绩占40%，期末考试成绩占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，开展企业调研和大赛实训，提</p>

			升教学效果。 教师要求： 任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景，并熟练掌握最新相关国家政策。
大学生劳动教育	<p>素质目标：让大学生在当下的学习与今后的工作中，做到自觉弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。</p> <p>知识目标：强化大学生劳动观念，形成崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的氛围，并懂得劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的道理；掌握劳动法律法规的基本内容。</p> <p>能力目标：能够形成良好的劳动意识、劳动技能与劳动习惯。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 马克思主义劳动观； 2. 新中国劳动教育史； 3. 新时代习近平特色社会主义劳动观重要论述； 4. 高校劳动教育现状； 5. 工匠与工匠精神； 6. 古今中外工匠精神典范； 7. 用劳动实现“中国梦”； 8. 高校劳动教育实施的结合点； 9. 劳动法律法规。 	<p>教学方式方法：理论课程采用讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法等教学方法，主要在教室授课；实践课程，可以选择在家庭、学校或社会方面以体力劳动为主完成至少一项劳动，体验劳动过程。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：对我国劳动教育发展有较为扎实的理论基础。</p>
大学生传统文化修养	<p>素质目标：培养学生对中国传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；开阔学生视野，提高文化素养，不断提高自己的文化品位，不断丰富自己的精神世界。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 高职高专大学生传统文化素养课程概述； 2. 中国传统文化走向的方位与脉络； <p>中国传统哲学和宗</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，将传统文化素养培养与综合职业能力提升相结合。主要教学场所为多媒体教室，教学方式和手段为讲授、多媒体音频和视频分享、实践</p>

	<p>知识目标：熟知并传承中国传统文化的基本精神；掌握中国传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面的文化精髓。</p> <p>能力目标：能诵读传统文化中的名篇佳句；能吸收传统文化的智慧和感悟传统文化的精神内涵，从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。</p>	<p>教；</p> <p>3. 中国传统语言文字和文学；</p> <p>4. 中国传统艺术；</p> <p>5. 中国传统节日习俗；</p> <p>6. 中国古代生活方式；</p> <p>7. 中国古代科技与教育；</p> <p>8. 中国古代典章制度。</p>	<p>活动组织和开展等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：通过优秀传统文化拓展活动课，学生参加各类优秀传统文化活动，思考中华优秀传统文化的继承和创新。</p> <p>教师要求：具有扎实中国传统文化素养和理论实践经验。</p>
--	---	---	---

（2）公共拓展（选修）课程

公共拓展（选修）课程 4 门：在第 2-5 学期开设大学生礼仪修养、大学生艺术修养、大学生人文素养、大学生科技素养，每门课程 0.5 个学分，共 2 个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的综合素养。

表 5 公共拓展（选修）课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
大学生礼仪修养	<p>素质目标：通过自省、自律不断地提高当代大学生自身的综合修养，成为真正社会公德的倡导者和维护者。</p> <p>知识目标：了解中华民族传统礼仪文化，增强文化自信。掌握礼仪的基础知识、基本规范及流程，养成好的礼仪习惯。</p> <p>能力目标：能根据实际情况</p>	<p>1. 仪容仪表与人际</p> <p>2. 沟通礼仪；</p> <p>3. 公共场所礼仪；</p> <p>4. 校园交往礼</p>	<p>教学方式方法：采用讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法等教学方法，教师通过音频、图片、视频等各种多媒体形式对知识进行讲授，在课堂上结合实践展示行为礼仪的魅力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，考</p>

	<p>灵活、准确地运用规范的礼仪；能够展示出自己良好的基本仪态，规范地完成正式场合的迎接与拜访；能够以良好的个人风貌与人交往，成长为有较高人文素养的人。</p>	<p>仪； 5. 应酬拜访礼仪。</p>	<p>核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。 实训实践要求：通过模拟不同场合的礼仪活动，学生在参与体验中，实现理论与实践的统一。 教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和较高的人文素养。</p>
<p>大学生艺术修养</p>	<p>素质目标：引导学生提升自身涵养；感受艺术意境；传播中华艺术，坚持文化自信。 知识目标：理解中国的人文哲学思想；掌握鉴赏书画艺术、音乐舞蹈艺术、中国传统曲艺和中国建筑艺术的基本方法。 技能目标：能运用学习的艺术知识学唱中国传统民歌、区分各种民族乐器、辨别不同乐器音色；能辨认几大传统书法字体；能说出中国传统舞种；能设计简单的中国传统园林。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 艺术的基本知识； 2. 品鉴书画艺术； 3. 感受音乐律动； 4. 欣赏中华舞蹈； 5. 共享曲艺精粹； 6. 鉴赏东方园林。 	<p>教学方式方法：采用讲授法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法，教师通过音频、图片、视频等各种多媒体形式对知识进行讲授，结合现场展示和实地考察的方式直观呈现艺术美。 考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。 实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。 教师要求：任课教师需要是艺术相关专业毕业，掌握必要的艺术学教学技巧。有一定的艺术表演能力。</p>
<p>大学生人文素养</p>	<p>素质目标：增强大学生责任意识、协调能力和团队合作能力；培育大学生人文精神；强化大学生人文观念；提升大学生人文素养；树立正确的世界观、人生观和价值观。 知识目标：了解中国国情；理解管理理论、领导科学相关知识；熟悉国史、党史；掌握经济、财政和金融相关知识。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中国国情； 2. 中国国力； 3. 中国国史； 4. 中国党史； 5. 经济与财政金融； 	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用案例法、小组讨论法、任务驱动法、参观教学法等多种教学方式方法，以职教云、智慧职教 MOOC 学院网络平台为辅，精讲多练，提升学生写作能力。 考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课</p>

	<p>能力目标：能简单阐述中国国情；能根据经济、财政和金融相关知识解释现在发生的经济、财政和金融事件；能运用管理理论、领导科学相关知识管理自己的学习和生活；能运用心理学知识调整好自己心理，确定人生目标。</p>	<p>6. 管理、领导科学； 7. 社会责任； 8. 公民素养； 9. 生活与心理。</p>	<p>堂表现和考勤)+实践作业考核(20%)。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容，提供人文素养相关材料让学生讨论，或让学生对社会热点进行讨论，并总结自己的观点，完成项目任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有历史、经济学、管理学、心理学这四个专业其中一个学历背景，具有较高人文精神和素养，具有扎实的理论基础和较丰富的教学经验。</p>
<p>大学生科技素养</p>	<p>素质目标：确立正确的人生观、价值观，培养正确的科学发展观、科学系统思维及科学探索精神；树立崇高的理想信念，弘扬科技兴国的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和职业素养。</p> <p>知识目标：走进科学技术，领略科学精神；掌握高新技术常识，感受科技的魅力；掌握科学本质，探索科学前沿。</p> <p>能力目标：能从“科学发展的视角”对比古今科技的发展与变革；能用“科学系统性的思维”分析日常生活中科学技术应用；能用“科学探索的精神”，探索科学前沿。</p>	<p>1. 科学技术与社会，现代技术革命，科技发展现状； 2. 科学知识构成与基础科学理论； 3. 信息技术、生物技术、新材料与新能源技术、生态环保技术以及其他高新技术。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政，主要采取讲授法、案例分析法、启发式讨论教学方式方法等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定为学习过程考核(80%)(包括课堂表现和考勤)+实践作业考核(20%)。</p> <p>实训实践要求：学生通过科技活动周参与课外科技活动；参与挑战杯、建行杯等相关技能竞赛活动。</p> <p>教师要求：教师应具备良好的思想品质，渊博的科技知识，良好的科学素养及科研能力。</p>

2. 专业（技能）课程

专业课程对接行业企业最新职业要求、湖南省经济发展需求，以及国家市场营销职业标准，融入课程思政因素，主要包括专业群平台课程、专业基础课程、专业核心课程。

(1) 专业群平台课程

专业群平台课程 4 门：分别为物流市场营销、电子商务基础与应用、轻松读懂财务报表、现代物流概论，共 8 个学分。采取线下与线上混合教学模式，融入课程思政因素，倡导自主

学习与实践养成相结合，提升学生的专业素养。

表 6 专业群平台课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
物流市场营销	<p>素质目标: 具有正确的学习目的和学习态度, 养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于奋斗、乐观向上的习惯; 培养学生沟通、团队合作能力, 具备良好的职业道德和素养。</p> <p>知识目标: 了解物流市场营销概念; 理解物流市场分析; 掌握物流目标市场营销; 掌握物流市场营销组合策略。</p> <p>能力目标: 能初步运用物流市场营销知识分析企业的市场营销活动; 能运用 SWOT 进行物流市场分析; 能准确进行物流目标市场营销; 能准确制定物流市场营销组合策略。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识物流市场营销; 2. 物流市场分析; 3. 物流目标市场营销; 4. 制定物流营销组合策略。 	<p>教学方式方法: 融入课程思政、技能抽查内容, 以及工作岗位技能要求, 以典型工作任务来设计课程教学内容, 采用精讲+多练、教、学、做一体化教学模式, 通过任务驱动法、情景教学方法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法线上线下融合教学法等教学方法, 提高教学的时效性。</p> <p>考核方式: 课程评价采用多元评估体系, 将形成性考核与终结性考核相结合, 对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取线上考核 40% (含线上学习参与度、单元测试、期末考试) + 课堂表现 30% (考勤、课堂实训作业) + 期末考试 30%。</p> <p>实训实践要求: 根据课程内容设计引入企业真实实践任务, 以“学生为中心”组织实践教学活活动, 提升实践操作技能,</p> <p>教师要求: 具有扎实理论基础和物流企业实践工作经历, 且在本课程授课过程中, 教师要不断培养学生赢利后为国家贡献自己力量的意识。</p>

<p>电子商务基础与应用</p>	<p>素质目标: 确立正确的人生观和价值观, 树立崇高的理想信念, 弘扬伟大的爱国主义精神, 树立互联网思维, 具有电子商务法律意识及正确的电子商务从业观念, 具有创新意识及创业思维, 具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标: 了解电子商务基本概念、明确专业学习内容、掌握电商平台分析方法、掌握基本的电商物流模式及营销工具、熟悉电子商务行业新业态、新模式及新技术。</p> <p>能力目标: 能运用电子商务知识与技术解决相关实践问题; 能遵守电子商务法律法规; 具有较好的实践能力和创新能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 初识电子商务; 2. 分享电商案例; 3. 分析电商物流; 4. 解密电商营销; 5. 体验电商应用; 6. 认知电商岗位。 	<p>教学方式方法: 融入课程思政、技能抽查内容, 以及工作岗位技能要求, 以典型工作任务来设计课程教学内容, 采用精讲+多练、教、学、做一体化教学模式, 主要采取案例分析法、混合式教学法、启发式教学方法等, 在实践教学注重技能实操、小组协作、头脑风暴等多种互动式教学方法。</p> <p>考核方式: 课程评价采用多元评估体系, 将形成性考核与终结性考核相结合, 对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取线上考核(含线上学习参与度、单元测试、期末考试)+课堂表现(考勤、课堂实训作业)+期末考试各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求: 根据课程内容设计引入企业真实实践任务及实训平台, 提升教学效果, 实践教学占比 50%。</p> <p>教师要求: 教师应具备财经类或计算机类专业学历背景, 具有丰富的电子商务专业教学经验, 良好的思想品质, 具有电子商务企业实践经历, 以及扎实的专业知识及技能。</p>
<p>轻松读懂财务报表</p>	<p>素质目标: 具有保密严谨态度和金钱坚定立场; 具有风险保护意识和遵纪守法观念; 具有崇德向善、诚实守信和终身学习态度。</p> <p>知识目标: 了解借贷记账法的基本内容; 掌握资产负债表、利润表、现金流量表主要项目的基本含义; 掌握短期偿债能力、长期偿债能力、运营能力、获利能力的分析指标的计算。</p> <p>能力目标: 能够运用借贷</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 财务报表的编制; 2. 财务报表的解读; 3. 财务报表的分析。 	<p>教学方式方法: 融入课程思政、技能抽查内容, 以及工作岗位技能要求, 以典型工作任务来设计课程教学内容, 采用任务驱动法、案例教学、情景教学、混合式教学、讲授法、讨论法、自主学习法、直观演示法</p> <p>考核方式: 课程评价采用多元评估体系, 将形成性考核与终结性考核相结合, 对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取平时成绩(包括考勤、课堂表现等)、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进</p>

	<p>记账法进行基本经济业务的账务处理；能够运用会计信息质量要求进行简单企业财务信息披露；能够应用财务分析基本方法简单评价企业财务质量。</p>		<p>行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能，</p> <p>教师要求：具有扎实的财务会计基本知识和数据分析能力，具有良好的职业道德，能为人师表、教书育人。 具有较强信息化教学能力，能进行课程整体设计和项目驱动或任务引领教学方法的应用</p>
<p>现代物流概论</p>	<p>素质目标：树立集成、精益、敏捷、多赢、绿色、共享的现代物流理念；培养学生有关现代物流方面的基本素质；培养学生的热爱劳动品质与爱岗敬业、吃苦耐劳精神具有社会责任感和 社会参与感。</p> <p>知识目标：了解物流的基本概念、物流系统、物流管理、企业物流、第三方物流、国际物流、智慧物流等方面的基础知识；掌握现代物流活动的基本环节、基本特征和发展趋势。</p> <p>能力目标：能运用物流知识认识、理解物流实际问题，为进一步学习其他专业课程提供理论、方法准备。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 物流认知； 2. 物流系统； 3. 企业物流； 4. 第三方物流； 5. 物流管理； 6. 国际物流； 7. 现代物流的发展。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，以教师课堂讲授为主，借助于现代教育技术，积极探索模块式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频、企业参观与调研、比赛与讲座等教学方法和手段，提高教学的实效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的物流理论基础和丰富的物流实践经验。</p>

（2）专业基础课程

专业基础课程 8 门：分别为营销沙盘实训、管理学基础、商务礼仪、营销素养实训、仓储与配送实务、公共关系实务、广告实务、毕业设计指导课，共 15 个学分。采取线下与线上混合教学模式，融入课程思政因素，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业基本技能。

表 7 专业基础课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
营销沙盘实训	<p>素质目标：体现营销沙盘实训要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；具有信息素养、工匠精神和创新思维；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力。</p> <p>知识目标：熟悉市场分析、直销部分析、批发部和生产部分析、零售部分析、财务报表分析等内容，掌握市场营销的整个运营流程。</p> <p>能力目标：能根据具体企业的目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等进行营销沙盘操作，能对竞争市场进行综合判断分析。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场分析； 2. 直销部分析； 3. 批发部和生产部分析； 4. 零售部分析； 5. 财务报表分析。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用游戏教学方法、角色扮演法把学生分组，每个组扮一家企业，连续经营三个会计年度。通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销能力和管理能力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取过程考核占 40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占 60%，依据“综合对抗”的经营结果。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容采用沙盘软件和实训平台进行教学。</p> <p>教师要求：具有良好的职业道德、具有扎实理论基础，有一定的沙盘竞赛经验。</p>
管理学基础	<p>素质目标：具备不断学习新知识、接受新事物的能力；具有自我管理能力和职业生涯规划意识；具有大局观念、集体意识和执行力；善于发现问题并解决问题。</p> <p>知识目标：了解管理的基本概念，理解管理的理念，领会管理职能，掌握管理基本原理、基本思想和基本技能；掌握计划、组织、领导、控制四大关键能力。</p> <p>能力目标：能理论联系实</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识管理； 2. 计划； 3. 组织； 4. 领导； 5. 控制。 	<p>教学方式方法：精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业管理真实实践任务，以“学</p>

	<p>际，运用管理的基本原理、理论、方法和技巧，观察管理活动现象、利用管理学思想分析解决身边的管理问题；能按照管理者的要求进行综合管理，具备计划、组织、领导与控制等四大关键能力。</p>		<p>生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和企业管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力和先进管理理念，能市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>商务礼仪</p>	<p>素质目标：具备理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度；具有质量意识、环保意识和安全意识；具有庄重大方、热情友好、贪图文雅、讲究礼貌的行为举止。</p> <p>知识目标：了解商务礼仪的基本知识，理解商务礼仪的规范操作要求，掌握商务礼仪在营销活动如推销、商务谈判等中的应用。</p> <p>能力目标：能正确运用所学的礼仪知识和规范进行商务礼仪操作；能分析实际营销活动中的社交问题，并能提出解决的办法，提升学生的自身修养和综合职业素养，增强其适应社会和职业变化的能力，增进其在就业市场的软实力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商务礼仪基本认知； 2. 塑造良好的商务形象； 3. 塑造良好的仪态； 4. 会务礼仪规范； 5. 宴请和用餐礼仪规范； 6. 仪式礼仪规范； 7. 迎送来宾礼仪规范。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计商务礼仪实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础，形象气质佳，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>营销素养实训</p>	<p>素质目标：履行道德准则和行为规范，热爱劳动、崇德向善；具有大局观念、团队意识和时间观念；善于发现问题并解决问题；具备健康的体魄、心理和健全的人格。</p> <p>知识目标：领会钢笔字写字比赛的要求；熟悉沟通的方式和内容；理解时间管理、才艺、激情和团队合作的重要性。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 钢笔字写字比赛； 2. 沟通能力培养； 3. 时间管理能力培养； 4. 才艺展示比赛； 5. 激情培养； 6. 团队合作 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用角色扮演法、模拟实验法等教学方法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的个人魅力和基本礼貌与礼仪。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业、</p>

	<p>掌握营销工作的基本礼貌与礼仪。</p> <p>能力目标：能灵活运用所学管理学基础和商务礼仪的内容进行实训操作，能通过对个人魅力培养及基本礼貌与礼仪培养的实训操作，使其具备营销工作者必备的个人魅力及基本礼貌和礼仪。</p>	<p>能力培养；</p> <p>7. 基本礼貌用语与行为训练；</p> <p>8. 礼仪培养。</p>	<p>教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取学全过程考核占 40%（含实训报告、工作态度、出勤情况）结果考核占 50%，依据“综合素养”的考核结果。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计采用企业真实任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和指导竞赛的工作经历，具有良好的职业道德，有一定的实践教学经验。</p>
<p>仓 储 与 配 送 实 务</p>	<p>素质目标：具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；具备现代物流的理念，能在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力。</p> <p>知识目标：了解送货、送达服务与送货车辆的返程安排作业、补货与装卸搬运作业。理解客户订单分发作业，领会配货作业、流通加工作业、装车配载与车辆调度作业；掌握商品入库作业、商品在库作业；掌握配送路线的规划作业。</p> <p>能力目标：能编制仓储作业计划、合理利用仓储空间进行储存；能编制配送作业计划，规划配送线路，并制定配送装车计划和方案。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品入库作业； 2. 商品在库作业； 3. 客户订单的采集汇总、订单任务的分发作业； 4. 配货作业； 5. 流通加工作业； 6. 装车配载与车辆调度作业； 7. 配送路线的规划作业； 8. 送货、送达服务与送货车辆的返程安排作业； 9. 仓储配送 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，以教师课堂讲授为主，借助于现代教育技术，积极探索模块式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频、企业参观与调研、比赛与讲座等教学方法和手段，提高教学的实效性。</p> <p>考核方式：采取形成性考核+终结性考核各占一定权重比的形式进行课程考核与评价。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的仓储与配送理论基础和丰富的实践经验。</p>

		中心的补货与装卸搬运作业。	
公共关系实务	<p>素质目标：具备不断学习新知识、接受新事物的能力；具有较强的集体意识和团队合作意识；具备维护企业公关形象的意识。</p> <p>知识目标：认识公共关系及公众心理、选择公共关系的传播媒介、确定公共关系工作流程、设计公共关系组织形象、协调公共关系、进行公共关系危机管理等内容。</p> <p>能力目标：能了解媒体的特点，正确选择公共关系的传播媒介；能运用公共关系实务的基本方法和技巧，解决企业公关活动，为日后的经营管理工作奠定基础。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识公共关系及公众心理； 2. 选择公共关系的传播媒介； 3. 确定公共关系工作流程； 4. 设计公共关系组织形象； 5. 协调公共关系； 6. 进行公共关系危机管理。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教学做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实的公关案例作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和企业公关实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
广告实务	<p>素质目标：具备遵纪守法、诚实守信，具有社会责任感和社会参与意识；具有大局观念、集体意识和执行一定的审美和人文素养；具备创新思维和成本意识。</p> <p>知识目标：了解广告实务；理解选择广告媒介；领会实施广告调查、制作和发布广告、</p> <p>测评广告效果；掌握广告文案撰写的方法和技巧；</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识广告实务； 2. 选择广告媒介； 3. 实施广告调查； 4. 撰写广告文案； 5. 制作和发布广告； 6. 测评广告效果。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩</p>

	<p>能力目标： 能利用广告学的一般理论、方法，选择广告媒介、实施广告调查。能根据广告营销方面的基本技能，撰写广告文案，培养既懂技术又懂市场营销的符合时代要求的人才。</p>		<p>评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求： 根据课程内容设计引入企业广告宣传实例作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求： 具有扎实理论基础和企业管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>毕业设计指导课</p>	<p>素质目标： 具有创新意识、创新能力和获取新知识能力；具备严谨务实的治学方法和刻苦钻研、勇于探索的精神。</p> <p>知识目标： 理解毕业设计格式规范要求，领会毕业设计任务书的要求和毕业设计流程，掌握毕业设计的撰写要求和主要内容。</p> <p>能力目标： 能运用专业基本知识和专业基本技能，模拟解决市场营销中实际问题的能力；能综合运用专业所学知识完成毕业设计的选题、资料查找、作品的撰写和答辩。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 指导毕业设计选题； 2. 指导毕业设计资料的整理及学习； 3. 指导毕业设计的撰写； 4. 指导毕业设计答辩。 	<p>教学方式方法： 融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、资料查询等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式： 将过程考核与结果考核相结合，过程考核占 40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占 60%，依据“毕业设计作品”的质量进行考核。</p> <p>实训实践要求： 根据课程内容设计以毕业设计撰写为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求： 具有扎实理论基础，具有从事市场营销专业教学和毕业设计指导工作经验，能根据市场营销专业特点进行课程教学。</p>

(3) 专业核心课程

专业核心课程 7 门：分别为物流市场营销实务、市场调查与预测、消费行为分析、营销策划、推销技巧、商务谈判、销售管理，共 24.5 个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业核心技能。

表 8 专业核心课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
物流市场营销实务	<p>素质目标：具有成本和盈利意识；具备先进的营销理念；具备良好的抗挫折能力、团队合作能力；具备良好的营销从业者的职业道德和素养。</p> <p>知识目标：理解物流市场分析；掌握物流目标市场营销；掌握物流市场营销产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。</p> <p>能力目标：能运用物流市场营销知识分析企业的市场营销活动；能运用 SWOT 进行物流市场分析；能准确进行物流市场营销战略；能准确制定物流市场营销产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 物流市场分析； 2. 物流目标市场营销； 3. 制定物流营销产品策略； 4. 制定物流营销价格策略； 5. 制定物流营销渠道策略； 6. 制定物流营销促销策略； 7. 营销理念与营销伦理的运用。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用任务驱动、情景教学、案例教学、角色扮演法、模拟实验法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的目标市场营销和营销策略能力。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入物流企业营销实例作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和物流市场营销的实践工作经历，具有良好的职业道德，有一定的实践教学经验。</p>
市场调查与预测	<p>素质目标：具备发展眼光和创新思维，关注物联网和新零售等行业最新发展动态；具备信息素养和查询资料、数据分析的能力；具备终身学习的观念，为学生全面、可持续发展奠定基础。</p> <p>知识目标：理解市场调查的含义类型；熟悉市场调查的方式、方法和流程；掌握市场调查方案的内</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识市场调查； 2. 设计市场调查方案与问卷； 3. 调查方法选择与运用； 4. 组织和实 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核</p>

	<p>容与格式、问卷设计的技巧、市场调查报告的撰写方法与汇报技巧。</p> <p>能力目标：能够利用基本抽样方法和数据分析方法完成市场调查方案的策划；能根据调研的目的合理设计调查问卷；能够根据特定的调查目标和调查结构撰写一份市场调查报告。</p>	<p>施市场调查；</p> <p>5. 整理市场调查数据；</p> <p>6. 分析与预测；</p> <p>7. 撰写调查报告。</p>	<p>相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入竞赛和企业调查作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和 市场调查实践工作经历，具有较强信 息化教学能力，能根据市场营销专业 特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>消 费 行 为 分 析</p>	<p>素质目标：具有团队精神及协 作沟通能力，认真的学习态度；能 洞察消费者的心理。</p> <p>知识目标：了解消费群体心理 特征；理解消费者心理活动过程掌 握消费者个性心理特征、产品的消 费心理与行为、价格的消费心理与 行为、渠道的消费心理与行为、促 销的消费心理与行为。</p> <p>能力目标：能分析消费者心理 活动过程；能分析消费者个性心理 特征；能分析产品的消费心理与行 为；能分析价格的消费心理与行 为；能分析渠道的消费心理与行为； 能分析促销的消费心理与行为。</p>	<p>1. 分析消费 者心理活动 过程；</p> <p>2. 分析消费 者个性心理 特征；</p> <p>3. 分析消费 群体心理特 征；</p> <p>4. 分析消费 流行与消费 习俗；</p> <p>5. 分析产品 的消费心理 与行为；</p> <p>6. 分析价格 的消费心理 与行为；</p> <p>7. 分析渠道 的消费心理 与行为；</p> <p>8. 分析促销 的消费心理 与行为。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、 技能抽查内容，以及工作岗位技能要 求，以典型工作任务来设计课程教学 内容，采用精讲+多练、教、学、做 一体化，通过项目驱动、情景教学、 案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教 学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评 估体系，将形成性考核与终结性考核 相结合，对每个训练项目都要由企业 教师、主讲教师、学生多方对学生进 行职业素养与操作能力的评定。成绩 评定为基本学习素养占 30%、能力训 练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设 计引入消费者行为的实践项目，以 “学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和 市场营销实践工作经历，犀利的眼 光，能洞察消费者，能根据市场营销 专业特点进行课程整体设计和课堂 教学。</p>

<p>营 销 策 划</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：熟悉新产品上市策划的相关内容；理解公关活动策划的相关内容；掌握广告策划的相关内容；掌握促销策划的相关内容；掌握品牌推广的相关内容。</p> <p>能力目标： 能初步制定新产品上市策划；能初步制定公关活动策划；能初步制定广告策划；能初步制定促销策划；能进行品牌推广。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定新产品上市策划方案； 2. 制定公关活动策划方案； 3. 制定广告策划方案； 4. 制定促销策划方案； 5. 制定品牌推广方案。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业营销策划案例作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学实践活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和营销策划实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>推 销 技 巧</p>	<p>素质目标：具有爱岗敬业、诚实守信的工作作风和童叟无欺、公平交易的职业操守； 树立自尊、自爱、自立、自强的品格和坚强的意志力，具备从事销售工作的综合素质。</p> <p>知识目标：了解推销；领会推销准备；掌握产品介绍；掌握目标顾客寻找的方法；掌握顾客约见和接近的方法；掌握推销洽谈技巧；掌握交易达成的内容。</p> <p>能力目标：能进行产品介绍；能根据推销品的特点准确选择目标顾客；会运用各种方法约见和接近顾客；能制定洽谈方案；能识别并</p>	<p>认识推销；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 推销准备； 2. 目标顾客寻找； 3. 顾客约见与接近； 4. 推销洽谈； 5. 交易达成。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设</p>

	<p>及时正确地处理顾客异议；能准确地识别成交信号，运用各种成交策略和技巧与顾客达成交易。</p>		<p>计引入推销实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和销售实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>商务谈判</p>	<p>素质目标：养成良好的职业道德，热爱所学专业，爱岗敬业、开拓创新精神和强烈的团队意识；形成较强的组织、协调、沟通、领导能力及出色的人际交往和社会活动能力以及敏锐的洞察力；养成一定信息素养，具有学习新知识新方法的能力以及创造性解决问题的创新能力；养成现代商务谈判技巧和策略具有良好的合作共赢、民族自信、文化自信及社会责任意识。</p> <p>知识目标：了解谈判的基本流程，把握谈判在生活中的灵活运用，掌握一对一谈判的沟通要领；掌握商品买卖谈判的准备、开局、对局及结局中商务洽谈技巧，掌握小组双方谈判中的团队管理；掌握利用数字营销技术收集谈判信息的方法，掌握设备采购谈判“四步曲”的策略技巧，掌握线上谈判的应用及大型双方谈判中磋商的技巧；掌握多方合作谈判中僵局产生的原因及打破僵局的技巧，掌握促成多方合作谈判的策略。</p> <p>能力目标：能利用线上线下等多种途径进行相关信息的收集和整理，为谈判做好充分的资料准备；</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一对一谈判（大学生就业创业）； 2. 小组双方谈判（文创项目合作）； 3. 大型双方谈判（湘商合作）； 4. 多方合作谈判（中非贸易合作）。 	<p>教学方式方法：情境导入法、任务驱动法、案例教学法、情景教学、角色扮演、模拟演练、小组合作探究等教学方法，提高教学时效性；</p> <p>考核方式：采用“学生自评、互评+教师评+企业导师评+行业专家评审”多元评价体系，将诊断性考核、形成性考核、终结性考核及增值考核相结合。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实项目任务，以“学生为中心”组织实践，进行商务谈判实战教学活动，提升谈判技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和商务谈判实践工作经历，具有较强信息技术能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>

	<p>能对谈判对手进行认真、细致地分析，确定谈判目标、制定各阶段谈判策略，拟定商务谈判方案，进行商务沟通和业务洽谈；能灵活运用谈判策略及各种技巧处理谈判出现的僵局，确保谈判达成，实现合作共赢；能准确分析不同情境谈判案例，从而提高分析问题、解决问题及灵活运用谈判战术从事实际谈判工作的能力。</p>		
销售管理	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识；具有胜任管理工作的良好的业务素质 and 身心素质；具备发展理念和竞争意识，具有开拓创新精神和可持续发展能力。</p> <p>知识目标：了解销售管理的基础知识；理解销售组织管理、货品管理掌握制定销售计划、合理分配销售定额分析销售状况和控制销售成本。</p> <p>能力目标：能制定销售计划；能合理分配销售定额；能分析销售状况；会控制销售成本。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识销售管理； 2. 销售目标设定与分解； 3. 销售团队建设与管理； 4. 渠道中间商管理； 5. 客户关系管理； 6. 销售数据分析、诊断与改进。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实践要求：根据课程内容设计引入企业招聘等人力资源管理项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和销售管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>

(4) 专业拓展（选修）课程

专业拓展（选修）课程 12 门：分别为 Photoshop 图像处理、运输管理实务、视频采编、人力资源管理、职业店长实务、客户关系管理、新媒体营销、商务数据分析、进出口货运代理操作、专业讲座和精品在线课程选修（该课程可根据学生的需求自行在学校的在线开放课程系统中进行选择，要求至少选择 2 门的课程进行学习），共 23.5 个学分。采取线下与线上

混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业综合技能。

表 9 专业拓展（选修）课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
photoshop 图形图像处理	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观；树立崇高的理想信念；具备良好的 Photoshop 图形图像处理能力及美学素质；具有创新思维，具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解色彩、素描造型、构图及文字设计等知识；掌握 Photoshop 基础，理解图层、路径、通道等概念。</p> <p>能力目标：能运用 Photoshop 制作网店海报、详情页、主图等图片；能根据店铺促销活动主题设计首页效果图；具备良好的平面设计能力；具备自主学习的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 初识网店美工与 Photoshop 基础知识； 2. 创建与编辑选区； 3. 编辑图像； 4. 绘制、修复与修饰图像； 5. 调整图像色彩与色调； 6. 图层； 7. 路径、形状和文本； 8. 通道与滤镜。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，主要采取项目驱动法、理实一体等教学方法，在实践教学教学中注重技能实操。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计开展 Photoshop 图形图像处理项目，并展开课程实践，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备平面设计类专业学历背景，具有丰富的平面设计及计算机类课程教学经验，良好的思想品质，具有平面设计实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
运输管理实务	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的决策能力；具有开拓创新精神和良性竞争意识。</p> <p>知识目标：理解运输基础知识；掌握公路运输、铁路运输、水路运输、航空运输。</p> <p>能力目标：能根据运输基</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 运输基础知识； 2. 公路运输； 3. 铁路运输； 4. 水路运输； 5. 航空运输。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，以教师课堂讲授为主，借助于现代教育技术，积极探索模块式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频、企业参观与调研、比赛与讲座等教学方法和手段，提高教学的</p>

	<p>基础知识完成运输方式的选择； 能准确运用公路运输的基本知识完成公路运输方式的选择与线路优化； 会运输费用计算。</p>		<p>实效性。 考核方式：过程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。 实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践项目，提升教学效果。 教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的物流理论基础和丰富的物流实践经验。</p>
<p>商务数据分析</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；具有良好创新意识与团队合作精神，培养学生的综合分析能力、执行能力等职业能力。 知识目标：了解商务数据分析师的基本素质要求和基本概念，掌握销售数据分析、客户数据分析、商品数据分析、网络运营数据分析、财务数据分析。 能力目标：能利用商务数据进行销售数据分析、客户数据分析、商品数据分析、网络运营等数据分析能力；能利用软件完成数据分析和数据处理，发现存在的问题并有效解决问题的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识商务数据分析； 2. 销售数据分析 3. 客户数据分析 4. 商品数据分析； 5. 网络运营数据分析； 6. 财务数据分析。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。 考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。 实训实践要求：根据课程内容设计引入企业商务数据分析实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。 教师要求：具有扎实理论基础和商务数据分析实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>

<p>视频采编</p>	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观；树立审美能力，观察能力，创造美和表现美的能力；具有高度责任心和良好的团队合作精神；具有踏实严谨的工作态度。</p> <p>知识目标：掌握商品拍摄基础知识；掌握摄影基本理论和技巧，掌握图片的修饰和处理技术。</p> <p>能力目标：能准确地对照相机参数进行合理调整；能拍摄清晰的产品图片；能对拍摄图片进行处理，并应用到网店设计中；能恰当地运用技术手段为创作意图服务。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 关于商品拍摄； 2. 商品拍摄器材和用光； 3. 商品拍摄的基本知识； 4. 不同材质商品拍摄技巧； 5. 网店商品拍摄实战； 6. 数字图片修饰与处理。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，主要采取项目驱动法、理实一体等教学方法，在实践教学注重技能实操。</p> <p>考核方式：过程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入完成商品拍摄、修饰项目开展课程实践，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备平面设计学历背景，具有丰富的平面设计教学经验，良好的思想品质，具有平面设计实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
<p>人力资源管理</p>	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的决策能力；具有开拓创新精神具备慧眼识才的能力。</p> <p>知识目标：主要包括职务分析、人力资源战略规划、员工的选聘和录用、人力资源培训与开发、人力资源的绩效考评、人力资源薪酬管理等内容。</p> <p>能力目标：能运用人力资源管理理论知识，借鉴和运用国外先进经验，来分析和解决企业人力资源管理的实际问题。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 职务分析； 2. 人力资源战略规划； 3. 员工的选聘和录用； 4. 人力资源培训与开发； 5. 人力资源的绩效考评； 6. 人力资源薪酬管理。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以</p>

			<p>“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础 和人力资源管理实践工作经历，具 有较强信息化教学能力，能根据市 场营销专业特点进行课程整体设 计和课堂教学。</p>
新 媒 体 营 销	<p>素质目标： 具有热爱所学 专业，爱岗敬业的精神和强烈的 团队意识；具有良好的决策 能力；具有开拓创新精神具备 慧眼识才的能力，具有新媒体 运营思维。</p> <p>知识目标： 了解新媒体； 掌握微信、微博、抖音、快手、 小红书等新媒体平台操作流程 和运营策略；掌握社群的创建 及商业价值变现；熟悉新媒体 平台推广策划方案设计。</p> <p>能力目标： 能够分析微信、 微博、抖音、快手等新媒体平 台在品牌推广、产品营销中的 商业价值，能够针对某一新媒 体平台设计产品推广策划方 案。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识新媒体； 2. 常见新媒体 平台操作； 3. 社群的创建 及商业价值变 现； 4. 新媒体平台 推广策划方案 设计。 	<p>教学方式方法： 融入课程思 政、技能抽查内容，以及工作岗 位技能要求，以典型工作项目来设计 课程教学内容，采用精讲+多练、 教、学、做一体化，通过项目驱动、 情景教学、案例教学、课堂讲授、 头脑风暴等教学方法，提高教学的 时效性。</p> <p>考核方式： 课程评价采用多元 评估体系，将形成性考核与终结性 考核相结合，对每个训练项目都要 由企业教师、主讲教师、学生多方 对学生职业素养与操作能力的 评定。成绩评定为基本学习素养 占 30%、能力训练项目占 40%、终 结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求： 根据课程内 容设计引入企业真实实践项目，以 “学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求： 具有扎实理论基础 和人力资源管理实践工作经历，具 有较强信息化教学能力，能根据市 场营销专业特点进行课程整体设 计和课堂教学。</p>
职 业 店 长 实	<p>素质目标： 具有正确的学 习目的和学习态度；养成勤奋 好学、刻苦钻研、勇于探索、 不断进取的良好习惯；善于了 解连锁经营领域的新发展、新</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 店长的基本 素养； 2. 店长岗位技 能之开店管理 技能； 	<p>教学方式方法： 融入课程思 政、技能抽查内容，以及工作岗 位技能要求，以典型工作项目来设计 课程教学内容，采用精讲+多练、 教、学、做一体化，通过项目驱动、</p>

<p>务</p>	<p>技术；培养良好的职业道德，树立管理意识、成本意识、风险防范意识，强化服务意识的能力。</p> <p>知识目标：了解店长的基本素质要求，掌握店长的门店开店管理、商品管理、销售管理、员工管理、顾客管理。</p> <p>能力目标：能根据店长的岗位要求完成门店开发、商品、销售、团队、顾客管理；能发现、分析门店存在问题并协调解决门店问题。</p>	<p>3. 店长岗位技能之商品管理技能；</p> <p>4. 店长岗位技能之销售管理技能；</p> <p>5. 店长岗位技能之顾客管理技能。</p>	<p>情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和店长实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>客户关系管理</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；具有良好的职业道德和敬业精神；具有与客户和谐相处的人际交往能力。</p> <p>知识目标：了解企业客户关系管理思路和相关技术；掌握客户开发策略；掌握客户分级管理；掌握客户沟通与投诉；掌握客户满意策略、客户忠诚客户流失判断、流失。</p> <p>能力目标：能准确地进行客户关系的选择；能精准地制定客户开发策略；能准确地进行客户分级；能正确地进行客户沟通；能准确地制定客户满意策略；能准确地制定客户忠</p>	<p>1. 客户选择；</p> <p>2. 客户关系开发；</p> <p>3. 客户分级；</p> <p>4. 客户沟通；</p> <p>5. 促成客户满意；</p> <p>6. 推动客户忠诚；</p> <p>7. 客户挽回。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容</p>

	<p>诚策略；能精准地制定客户挽回策略。</p>		<p>设计引入企业客户管理实例作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和客户管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力和为顾客服务理念，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>进出口货运代理操作</p>	<p>素质目标：具有良好的国际货运代理人员从业道德、严谨细致的工作态度和良好的团队合作精神；</p> <p>知识目标：了解国际货运代理人的职责范围和服务对象；明确国际货运代理公司内部岗位的职责分工；了解海运、陆运、空运及多式联运等各种运输方式的基本特点及实务运作；掌握海陆空运等重要单证的制作要领；</p> <p>能力目标：能实现在国际物流的大背景下灵活掌握综合的国际货运代理业务的能力；能熟练地掌握和运用专业外语；具有较好的语言表达和沟通能力；具备自主学习能力、分析问题和解决问题的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 国际货运代理认知； 2. 国际货运代理业务承揽； 3. 集装箱海运代理操作业务代理； 4. 海运提单业务； 5. 国际航空货运代理操作业务； 6. 国际多式联运业务。 	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用项目驱动法、案例教学、情景教学、混合式教学、讲授法、讨论法、自主学习法、直观演示法。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实的国际货运代理基础知识，具有良好的职业道德。具有较强信息化教学能力，能进行课程整体设计和项目驱动或项目引领教学方法的应用。</p>
<p>专业讲座</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；善于了</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、专业发展现状及趋势 2、市场对人才的需求状况 	<p>教学方式方法：行业企业教师、技术专家、一线员工、优秀毕业生实践分享。教学方式依据讲演者自行决定，可以是来校讲授或进</p>

	<p>解市场营销领域的新发展、新技术；培养良好的职业道德。</p> <p>知识目标：了解本专业方向的相关研究领域。</p> <p>能力目标：能了解市场营销专业涉及研究领域的最新的理论，技术，方法和未来的发展趋势。</p>	<p>3、就业与创业。</p>	<p>行远程授课，知名企业参观认知学习等。</p> <p>考核方式：过程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取过程考核（包括考勤、课堂表现等）占 80%，结果考核成绩占 20%。</p> <p>实训实践要求：根据讲座内容确定，实践教学比例 100%。</p> <p>教师要求：应具备深厚的市场营销理论知识和丰富的实践经验，熟悉市场营销最新理论、技术和方法。并有行业企业的实际工作经验。</p>
<p>初级 会计 电算化</p>	<p>素质目标：树立认真负责、细心耐心、求真务实、勤奋学习、积极向上的精神和学习态度，培养学生遵守会计准则、财经法规、企业规章制度的工作作风。</p> <p>知识目标：了解财务会计核算体系的组成、管理会计基础知识；理解企业会计准则和现行会计制度；掌握日常经济业务的会计处理方法、财务报表的编制方法。</p> <p>能力目标：能熟练进行一般企业日常经济业务的会计处理；能通过初级会计师职业资格证书考试。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 会计基础理论； 2. 资产、负债、所有者权益、收入、费用和利润的会计处理； 3. 财务报告； 4. 管理会计基础； 5. 政府会计基础 	<p>教学方式方法：采用线上 MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：熟悉我国会计准则及最新变化，具有扎实的专业理论知识和较强的实践操作能力。</p>
<p>供应链金融</p>	<p>素质目标：培养商业银行供应链金融信贷的职业素养；中小企业融资风险管理的素养；团队协作能力；吃苦耐劳精神。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 供应链金融基础； 2. 基于预付款融资业务； 3. 基于货权融 	<p>教学方式方法：采用线上 MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体</p>

<p>实务</p>	<p>知识目标：了解和掌握供应链金融的运行环境，业务操作的基本技能，并能将所学理论知识运用解决供应链项目中实际问题，解决融资规模的评估、融资方式的选择、综合处理预付款融资、货权融资、应收账款融资等不同类型的业务。</p> <p>能力目标：能够结合不同商业环境，选择合适的供应链金融融资方式为企业解决融资需求。</p>	<p>资业务；</p> <p>4. 基于应收账款融资业务。</p>	<p>化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有金融、物流专业背景，有扎实理论基础和丰富实践经验。</p>
<p>网络营销</p>	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，树立网络营销思维，具有创新意识及创业思维，具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解网络营销概念；掌握网络市场调研和营销策略知识；掌握新媒体推广、搜索引擎和网络广告推广知识；掌握营销方案和创业方案写作要求。</p> <p>能力目标：能实施市场调研；能进行新媒体推广、搜索引擎和网络广告推广；能撰写网络营销策划方案；具有较好的实践能力和创新能力。</p>	<p>1. 网络市场调研；</p> <p>2. 网络营销策略；</p> <p>3. 新媒体推广；</p> <p>4. 搜索引擎和网络广告推广；</p> <p>5. 网络营销策划案和创业方案的写作。</p>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有丰富的网络营销教学经验，良好的思想品质，具有电子商务企业营销实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
<p>物流信息管</p>	<p>素质目标：工作认真、精益求精的工匠精神；正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信、弘扬正气的道德品质素质。</p>	<p>1. 物流信息管理系统开发 JSP 语法基础；</p> <p>2. 物流信息管理系统开发 JSP</p>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体</p>

理系统开发	<p>知识目标：了解动态网页编程技术的特点与优势；掌握物流信息管理系统开发 JSP 应用环境和基本语法格式；掌握物流信息管理系统开发 JSP 语句类型、模块和函数、面向对象编程、数据库编程和面向服务编程；</p> <p>能力目标：掌握面向对象的编程思想、能进行系统开发、动态网站设计的能力。</p>	<p>指令标记、动作标记、脚本标记；</p> <p>3. 物流信息管理系统开发 JSP 内置对象；</p> <p>4. 物流信息管理系统开发 JSP 对数据库的基本访问操作与应用；</p> <p>5. 物流信息管理系统开发 JavaBean 的应用；</p> <p>6. 物流信息管理系统开发 EL 与 JSTL、正则表达式的应用；</p> <p>7. 物流信息管理系统开发 Servlet 与过滤器、监听器。</p>	<p>化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备计算机相关的专业理论知识和操作技能，熟悉 JSP 编程语言，熟悉 JSP 程序设计的全过程。</p>
物流信息管理系统分析与设计	<p>素质目标：工作认真、精益求精的工匠精神；正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信、弘扬正气的道德品质素质。</p> <p>知识目标：了解物流信息管理的基本概念、分类；熟悉 UML 系统设计语言。</p> <p>能力目标：能对物流管理信息系统进行分析与设计，熟练掌握订单管理、库存管理、运输管理、客户管理、财务管理的信息系统，对物流行业其他管理系统能进行简单的处</p>	<p>1. 物流信息的认识；</p> <p>2. 物流信息系统的认识；</p> <p>3. 物流信息系统生命周期；</p> <p>4. 系统规划实施；</p> <p>5. 统一建模语言 UML；</p> <p>6. 用例建模；</p> <p>7. 类图建模；</p> <p>8. 活动图建模；</p> <p>9. 交互图建模；</p>	<p>教学方式方法：采用线上 MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学</p>

	理。	10. 状态图建模; 11. 物流信息系统分析建模。	效果。 教师要求: 教师应具备信息系统分析、设计、开发相关的专业理论知识和操作技能。
射 频 技 术 与 应 用	<p>素质目标: 确立正确的人生观和价值观, 树立崇高的理想信念, 弘扬伟大的爱国主义精神, 培养良好的思想道德素质和法律素养。</p> <p>知识目标: 掌握 RFID 的相关标准、电子标签设计与制造、读写器设计与应用、中间件与公共服务体系, 以及测试技术等知识。</p> <p>能力目标: 培养学生阅读技术文档的能力, 具备 RFID 系统设计和应用的能力。</p>	1. RFID 技术标准 2. 电子标签设计与制造; 3. 读写器设计与应用; 4. 中间件与公共服务体系; 5. 测试技术等。	<p>教学方式方法: 主要采取讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学方法等, 在实践教学注重现场模拟、亲身体验等多种互动式教学形式。</p> <p>考核方式: 含实验、实训的课程考核计分为平时成绩占 30% (考勤、作业、单元考试等, 含期中测验)、实验、实训成绩占 40%、期末占 30%。</p> <p>实践要求: 根据课程内容设置相应实践项目, 提升教学效果。</p> <p>教师要求: 教师应具备 RFID 技术与应用的基础, 具备 RFID 技术最新应用的能力。</p>
条 码 技 术 与 应 用	<p>素质目标: 工作认真、精益求精的工匠精神; 正确的世界观、人生观、价值观; 遵纪守法、诚实守信、弘扬正气的道德品质素质。</p> <p>知识目标: 了解条码技术的研究对象与特点, 基础知识; 熟悉条码的识读、设备选型、制作与检验。</p> <p>能力目标: 能根据实际需要进行条码类型选择, 设计相应的条码应用方案并进行编码, 熟练应用相关软件进行条码标签的制作及贴标应用等; 能根据应用场所的需要选择配套的识读设备并能处理识读过程中的常见问题。</p>	1. 初识条码技术; 2. 条码的识读; 3. 条码的制作与检验; 4. GS1 系统的应用与推广; 5. 商品条码管理及应用; 6. 物流条码及其应用; 7. 其他常见的条码; 8. 二维条码解析与应用; 9. 条码应用系统设计; 10. 解读条码的	<p>教学方式方法: 采用线上 MOOC 教学模式组织教学, 充分运用网络教学资源 and 平台, 引导学生自主学习; 融入课程思政, 立德树人贯穿课程始终; 教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学, 学、练结合。</p> <p>考核方式: 采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行, 成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分, 依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求: 根据课程内容设置相应实训实践项目, 提升教学效果。</p> <p>教师要求: 教师应具备条码、计算机相关的专业理论知识和操作技能。</p>

		标准与规范。	
电子商务文案策划与写作	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观；树立商业竞争和营销意识；培养学生的创新思维和创新能 力，形成正确的消费观念和系统性营销理念。</p> <p>知识目标：了解软文写作的概念；掌握软文文案策划知识；掌握不同类型新媒体软文的写作方法及技巧。</p> <p>能力目标：能根据营销主题，针对各类新媒体平台撰写推广软文；能够进行网店的品牌故事写作以及网店的关键词设置和详情页文字设计。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 软文写作基本认知； 2. 软文策划； 3. 微信软文写作； 4. 微博软文写作； 5. 网店软文写作； 6. 论坛、邮件、小红书的软文写作； 7. 其他新媒体平台软文写作。 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 和平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德 树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开 展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参 与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定 的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备电子商务及网络营销相关专业学历背景，具有丰富的教学经验，良好的思想品质，具有软文写作及新媒体文案及运营实践经验，以及扎实的专业知识和技能。</p>
电子商务沙盘	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，具有爱国主义精神，树立互联网思维，具有正确的电子商务从业观念及职业素养，具有创新创业意识。</p> <p>知识目标：了解电子商务运营流程；掌握网店运营流程、网店选品、运营数据分析、网店推广方式、网店客户服务等知识；掌握网店运营基本财务报表及成本核算。</p> <p>能力目标：具有商品整合能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 初识电商沙盘； 2. 数据魔方之产品及关键词数据分析； 3. 网店开设； 4. 选品采购及上架； 5. 网店推广； 6. 网店物流管理； 7. 网店财务分析； 8. 辅助工具介绍。 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 和平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德 树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开 展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参 与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定 的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p>

	运营能力；具有较好的团队协作能力和创新能力。		教师要求： 具有丰富的电子商务专业课程教学经验，良好的思想品质，具有电子商务企业实践经历，以及扎实的专业知识及技能。
湖南导游基础	<p>素质目标：在充分领略湖南旅游资源魅力的基础上，升华学生的家乡自豪感，激发学生对湖南旅游业的热爱，并立志成为湖南旅游宣传推广“大使”的志向。</p> <p>知识目标：掌握“吃、住、行、游、购、娱”在湖南旅游的基础知识。</p> <p>能力目标：会搜集、筛选资料；会创作湖南主题旅游讲解词；能进行湖南导游讲解。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识湖南； 2. “吃”在湖南； 3. “住”在湖南； 4. “行”在湖南； 5. “游”在湖南； 6. “购”在湖南； 7. “娱”在湖南； 8. 展望湖南。 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应拥有导游证，有扎实的旅游理论基础和实际带领团队在湖南旅游的经历。</p>
商务英语听说	<p>素质目标：培养学生的国际视野、跨文化交际能力和职业综合素养，增强学生运用英语进行商务交流、从事商务工作的能力。</p> <p>知识目标：了解交易会、建立贸易关系、询价与报价、议价、订货、产品包装等单元商务主题相关的商务活动、跨文化背景、商务礼仪等商务背景知识；掌握单元商务主题相关的常用词汇以及商务句型。</p> <p>能力目标：能在参加交易会、建立贸易关系、询价与报价等主题的商务活动中与英语</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 面试； 2. 工作职责； 3. 商务电话； 4. 商务会议； 5. 商务旅行； 6. 公司及产品展示； 7. 商务宴请； 8. 工厂参会； 9. 交易会； 10. 询盘与报盘； 11. 价格谈判； 12. 付款方式； 13. 装运； 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p>

	<p>国家人士交谈，做到正确表达思想，语音语调正确，语法和语用基本正确。</p>	14.投诉与索赔。	<p>教师要求：具备多年的商务英语专业课程教学经验；有外贸企业顶岗实习经验。</p>
物流设施与设备	<p>素质目标：激发学生的爱国情感，树立民族自信；培养学生的团队协作精神和沟通能力；培养学生的安全意识、工匠精神等职业素养；培养学生自我学习和提升的能力；培养学生具有一定的计划、决策、组织、实施和总结的能力。</p> <p>知识目标：了解物流设施与设备的基本概念、分类、结构特点和工作原理；掌握物流设备的正确应用、配置以及常见设备的简单操作、保养维护与保养方法。</p> <p>能力目标：能够识别各种物流设施与设备；会简单操作、保养维护常见的物流设备；能够根据物流业务需求，正确选择与配置相应的物流设施设备。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 物流设施设备认知； 2. 运输设施设备； 3. 仓储设施设备； 4. 装卸搬运设备 5. 包装与加工设备认知； 6. 集装单元设备认知； 7. 物流信息设备认知。 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有一定的设备操作经验，热爱学生，具有一定的教学科研能力，能够与时俱进</p>
冷链物流制冷技术与应用	<p>素质目标：培养学生爱岗敬业、精益求精的职业素养；自主学习的能力，严谨、细致的工作态度。</p> <p>知识目标：掌握制冷剂、载冷剂、润滑油基本性质及特点。理解单级蒸气压缩式制冷循环原理、系统组成、热力分析及应用。掌握多级蒸气压缩式制冷循环原理、系统组成、热力分析及应用。掌握制冷设备元件的工作原理及功能。掌握制冷技术在冷链物流设施设备中的典型应用。能分析制冷</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制冷剂、载冷剂、润滑油的进行合理选择； 2. 单级蒸气压缩式制冷循环的理论循环、实际循环； 3. 多级蒸气压缩式制冷循环及热力计算； 4. 制冷设备元件的工作原理及功能； 5. 制冷技术在 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学</p>

	<p>设备元件的工作原理及功能。能分析制冷技术在冷链物流设施设备中的工作原理及特点。</p> <p>能力目标：会对制冷剂、载冷剂、润滑油的进行合理选择。能分析单级蒸汽压缩式制冷循环的理论循环、实际循环。能分析多级蒸汽压缩式制冷循环组成，会对多级蒸汽压缩式制冷循环进行热力计算。能分析制冷设备元件的工作原理及功能。能分析制冷技术在冷链物流设施设备中的应用及特点。</p>	<p>冷链物流设施设备中的典型应用（冷库、冷藏车、冷藏集装箱、商业展示柜等）。</p>	<p>效果。</p> <p>教师要求：任课教师需具有高度的责任心和职业认同感；具有扎实的冷链物流装备技术的专业技能；具备一定的装备技术和教育科研能力，能够不断探索冷链物流技术发展的新趋势和新方向。</p>
物流地理	<p>素质目标：具有爱国主义精神；具有节能环保理念；具有良好的沟通能力、创新能力及团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解中国主要区域物流地理布局；熟悉主要物流对象在中国的布局及流动路径；掌握各种交通运输线路的布局及各种交通枢纽的布局。</p> <p>能力目标：能够根据资源布局、生产布局、物流基础设施布局，结合物流业务内容选择经济的物流线路及物流方式的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 物流地理基础知识； 2. 公路运输布局； 3. 铁路运输布局； 4. 水路运输布局； 5. 国际物流地理。 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有爱国主义精神，有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；有扎实的物流地理专业知识；热爱学生、热爱教学工作。</p>
报关实	<p>素质目标：具有良好的报关人员从业道德、严谨的工作态度和良好的团队合作精神。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 报关基础知识； 2. 报关与对外 	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源平台，引导学生自主学</p>

<p>务</p>	<p>知识目标：熟悉我国外贸管制政策和报关业务程序；掌握海关的权利和监管业务的实施；掌握一般和特殊进出口货物的报关程序。</p> <p>能力目标：能熟练计算各种进出口货物税费；能熟练填制和修改报关单；能够将所学的通关实务专业知识融会贯通，在实践中加以运用，具备举一反三的能力。</p>	<p>贸易管制 3. 报关程序；</p> <p>4. 进出口税费计算与缴纳；</p> <p>5 报关单填制。</p>	<p>习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有扎实的报关业务基础知识，能够熟练地使用跨境电子商务实训平台，具有良好的职业道德。 具有较强信息化教学能力，能进行课程整体设计和项目驱动或项目引领教学方法的应用</p>
<p>Excel 在物流管理中的运用</p>	<p>素质目标：培养学生在 excel 软件操作方面的基本素质；培养学生创新意识和创新精神。</p> <p>知识目标：掌握 Excel 的基本操作知识；掌握物流环节采购、仓储、运输、配送等管理的基本流程；掌握现代物流活动的基本特征及在 excel 方面需求变化的趋势。</p> <p>能力目标：能运用 excel 相关知识制作采购管理、仓储管理、运输管理、配送管理等环节常用的表格、统计图及处理相关物流数据。为进一步学习其他专业课程提供方法准备。</p>	<p>1. excel 的基本操作；</p> <p>2. 在采购管理中的应用；</p> <p>3. 在运输管理中的应用；</p> <p>4. 在仓储管理中的应用；</p> <p>5. 在配送管理中的应用；</p> <p>6. 在信息管理中的应用；</p> <p>7. 在成本核算管理中的应用。</p>	<p>教学方式方法：采用线上 MOOC 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 MOOC 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德和扎实的物流理论基础、excel 操作能力。</p>
<p>汽</p>	<p>素质目标：团结协作的精</p>	<p>1. 汽车发动机</p>	<p>教学方式方法：采用线上</p>

<p>车发动机电控系统原理与维修</p>	<p>神、安全、环保、质量的意识、高尚的职业道德情操，能努力地践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情怀和中华民族自豪感；</p> <p>知识目标：掌握汽车发动机电控系统的结构特点、基本原理以及使用维护和检修的方法，较全面了解目前汽车发动机电控技术的发展，</p> <p>能力目标：初步具备汽车发动机电控系统部件测试、数据流分析、波形分析以及现代汽车发动机电控系统常见故障的分析诊断能力。</p>	<p>电控空气供给系统的结构、原理与故障诊断；</p> <p>2. 电控燃油供给系统的结构、原理与故障诊断；</p> <p>3. 电控点火系统的结构、原理与故障诊断；</p> <p>4. 排放控制系统的结构、原理与故障诊断。</p>	<p>M00C 教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学，突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教 M00C 学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师需具有相应专业本科以上学历，具有扎实理论和实践技能知识，能指导学生达成教学目标。</p>
----------------------	--	--	--

3. 专业综合实践课程

专业综合实践课程 5 门：分别为营销专业基本技能实训、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、营销专业综合实训、毕业顶岗实习、毕业作品设计及答辩，共 37.5 个学分。采取混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的综合实践技能。

表 10 专业综合实践课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
<p>营销专业基本技能实训</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：掌握市场调查与预测项目相关的知识；掌握与商务谈判项目相关的知识。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 设计调研方案； 2. 设计调研问卷； 3. 撰写调研报告； 4. 商务谈判； 5. 制定促销策划方案。 	<p>教学方式方法：用角色扮演法、模拟实验法、测试法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的专业基本技能和核心技能。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占</p>

	<p>能力目标：能设计调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告；能制定促销策划方案；能进行商务谈判。</p>		<p>30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计以营销专业基本技能作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学教学活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，具有良好的职业道德，具有大局意识，绝对服从教学团队的安排，有一定的实践教学经验。</p>
<p>岗位核心技能和跨岗综合技能实训</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：掌握与营销策划项目相关的知识；掌握与产品推销项目相关的知识。</p> <p>能力目标：能进行产品推销；能制定促销策划方案、广告策划方案。</p>	<p>1. 产品推销；</p> <p>3. 制定广告策划文案。</p>	<p>教学方式方法：用角色扮演法、模拟实验法、测试法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的专业基本技能和核心技能。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占 30%、能力训练项目占 40%、终结性考核占 30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计以营销岗位核心技能和跨岗综合技能作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学教学活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，具有良好的职业道德，具有大局意识，绝对服从教学团队的安排，有一定的实践教学经验。</p>
<p>营销专业综合</p>	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、</p>	<p>1. 市场调查；</p> <p>2. 营销策划；</p> <p>3. 商务谈判；</p>	<p>教学方式方法：用实训操作法、角色扮演法、情景模拟法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销</p>

<p>实训</p>	<p>不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：掌握市场调查知识；掌握营销策划知识；掌握商务谈判知识；掌握产品推销知识。</p> <p>能力目标：能设计调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告；能制定促销策划方案、广告策划方案；能进行商务谈判；能进行产品推销。</p>	<p>4. 产品推销。</p>	<p>和管理规律，全面提升营销工作者营销综合能力。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：借鉴湖南省市场营销专业技能抽查标准，利用XXX学院技能抽查标准，将实训过程考核与测试结果考核相结合。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，具有良好的职业道德，具有大局意识，绝对服从教学团队的安排，有一定的实践教学经验。</p>
<p>毕业顶岗实习</p>	<p>素质目标：树立正确世界观、人生观、价值观和就业观；具备与人相处的能力。</p> <p>知识目标：认识社会，熟悉自己将要从事的行业、企业的工作氛围，</p> <p>能力目标：能更好地将所学市场营销理论和知识应用于就业后的工作实践，进一步学习营销专业技能的训练，提高实际工作能力，塑造“一技之长+综合素质”的高技能人才。</p>	<p>根据企业岗位需求进行实习，主要包括市场调查与分析、产品推销、营销策划等内容。</p>	<p>教学方式方法：用顶岗实习的方式使其体验真实的岗位操作要求。</p> <p>考核方式：用校企二元评估方式，将企业考核与学校考核相结合。由实习单位指导教师评定学生在岗位实习时的表现进行考核（60%），学校实习指导教师评定岗位实习项目完成情况进行考核（40%）。</p> <p>实训实践要求：根据实习单位的要求组织实践教学活活动，提升岗位操作技能。</p> <p>教师要求：熟悉学生的具体情况，能与实习单位提前做好计划，共同成立实习指导小组；学院、家长与实习单位共同负责学生安全，保证学生实习期间的人身安全；加强对学生实习的监督管理，保持与</p>

			<p>实习单位密切联系。</p>
<p>毕业 作品 设计 及答 辩</p>	<p>素质目标:具有创新意识、创新能力和获取新知识能力;具备严谨务实的治学方法和刻苦钻研、勇于探索的精神。</p> <p>知识目标:理解毕业设计格式规范要求;领会毕业设计项目书的要求和毕业设计流程,进行调研、资料收集、加工与整理;掌握毕业设计的撰写要求和主要内容。</p> <p>能力目标:能运用专业基本知识和专业基本技能,分析解决市场营销中实际问题的能力;能综合运用专业所学知识完成毕业设计的选题、资料查找、作品的撰写和答辩。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 毕业设计选题; 2. 根据毕业设计项目书对毕业设计资料的整理及学习; 3. 到实习单位进行顶岗实习,同时和指导老师反复沟通交流,撰写毕业设计; 4. 毕业设计答辩。 	<p>教学方式方法:指导教师全程指导学生完成毕业设计选题、制定指导计划、开展毕业设计、形成毕业设计成果、参加毕业设计答辩等;毕业设计指导记录完整,指导过程真实有效。</p> <p>考核方式:毕业设计成果评价和答辩评价相结合,成绩评定包含选题、项目完成、作品质量、答辩等,成绩按照优、良、合格、不合格进行等级评定。</p> <p>实训实践要求:要求使用电脑或手机,利用 office 办公软件由学生独立完成设计项目;</p> <p>教师要求:指导教师应具有中级以上专业技术职务,扎实的市场营销理论基础和较丰富的实践工作经验,每位教师指导学生数不超过 15 人。</p>

八、教学进程总体安排

表 11 教学进程总体安排表（每学期 20 周具体安排详见附表 1）

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	实践学时	年级/学期/课时数						承担二级学院 (部、部门)		
									一年级		暑假	二年级		暑假		三年级	
									1	2		1	2			1	2
公共基础课程	公共必修课	100001001	安全知识教育	1	考察	0.5	8	4	8H							保卫处	
	公共必修课	060001006	思想道德修养与法律基础	1	考试	3	48	18	4*12 W							思政课部	
	公共必修课	030201001	职业生涯规划	1	考察	1	16	8	16H							**商学院	
	公共必修课	090001001	军事理论	1	考察	2	36	8	4*9W							教务处	
	公共必修课	090001002	军事技能	1	考察	2	112	112	112H							学生工作处	
	公共必修课	050001003	演讲与口才	1	考察	2	32	16	2*16 W							人文艺术学院	
	公共必修课	050001004	普通话	1	考察	1	16	8	16H							人文艺术学院	
	公共必修课	050001010	大学生传统文化修养	1	考察	1	16	8		8H						人文艺术学院	

公共必修课	010101001	计算机应用基础	1	考试	4	64	32	4*16 W							**信息学院
公共必修课	050001001	体育与健康①	1	考察	2	30	27	2*15 W							人文艺术学院
公共必修课	050001002	体育与健康②	2	考察	2	30	27		2*15W						人文艺术学院
公共必修课	090001003	心理健康指导①	1	考察	1	16	8	16H							学生工作处
公共必修课	090001004	心理健康指导②	2	考察	1	16	8		16H						学生工作处
公共必修课	050001005	实用英语①	1	考试	4	60	30	4*15 W							人文艺术学院
公共必修课	050001006	实用英语②	2	考试	2	32	16		2*16W						人文艺术学院
公共必修课	060001001 -5	形势与政策 1-5	1-5	考察	1	40	16	8H	8H		8H	8H		8H	思政课部
公共必修课	060001007	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	考试	4	64	24		4*16W						思政课部
公共必修课	050001007	应用文写作	2	考察	3	48	24		4*12W						人文艺术学院
公共必修课	090001005	大学生劳动教育	4	考察	1	16	8				8H 理论 +8H 实 践				学生工作处

	专业必修课	030203005	营销素养实训	2	考察	2	48	24		6*8W						**商学院
	专业必修课	020003004	仓储与配送实务	3	考试	2	32	16			2*16W					**管理学院
	专业必修课	030203006	公共关系实务	4	考试	2	32	16				2*16W				**商学院
	专业必修课	030203016	广告实务	4	考试	2	32	16				2*16W				**商学院
	专业必修课	030203008	毕业设计指导课	5	考察	2	32	16					4*8W			**商学院
专业 核心 课程	专业核心课	030203009	物流市场营销实 务*	2	考试	2	32	20		4*8W						**商学院
	专业核心课	030203010	消费行为分析*	2	考试	4	64	32		4*16W						**商学院
	专业核心课	030203011	市场调查与预测 *	3	考试	4	64	32			4*16W					**商学院
	专业核心课	030203012	营销策划*	3	考试	4	64	32			4*16W					**商学院
	专业核心课	030203013	推销技巧*	4	考试	4	64	32				4*16W				**商学院
	专业核心课	030203014	商务谈判*	4	考试	4	64	32				4*16W				**商学院
	专业核心课	030203015	销售管理*	5	考试	2.5	40	20					4*10W			**商学院

		小计				47.5	780	406									
拓展 (选修) 课程	公共拓展 (人文素养)	公共限选课	050002001	大学生礼仪修养	2	考察	0.5	8	4		8H					人文艺术学院	
		公共限选课	050002002	大学生艺术修养	4	考察	0.5	8	4			8H				人文艺术学院	
		公共限选课	050002003	大学生人文素养	4	考察	0.5	8	4			8H				人文艺术学院	
		公共限选课	010002001	大学生科技素养	5	考察	0.5	8	4				8H			**信息学院	
	专业拓展(专业选修课、专业讲座)	专业限选课	010004010	Photoshop 图形图像处理	2	考试	2	32	16		2*16W						**信息学院
		专业限选课	030204001	进出口货运代理操作	3	考试	2	32	16			2*16W					**商学院
		专业限选课	010004006	视频采编	3	考试	2	32	16			2*16W					**信息学院
		专业限选课	030204002	商务数据分析	3	考试	2	32	16			2*16W					**信息学院
		专业限选课	030204003	新媒体营销	4	考试	2	32	16				2*16W				**商学院
	专业限选课	030204004	职业店长实务	4	考试	2	32	16				2*16W				**商学院	
专业限选课	030204005	客户关系管理	3	考试	2	32	16			2*16W					**商学院		

毕业教育	4		1										
通用资格证	2-5		2										
职业技能等级证	2-5		2										
总计			156	2880	1980								

备注：市场营销专业总课时为 2880 课时，其中专业理论课时为 900 课时，理论课时占总课时比例为 31.25%；专业实践课时为 1980 课时，实践课时占总课时比例为 68.75%。鼓励学生在大学期间参加通用资格证考试、根据 1+X 证书推进情况取得职业技能等级证书，经专业建设委员会评估后可以替代相关课程内容的学分，具体根据学校学分置换关系办法执行。

表 12 课时与学分分配表

学习领域	课程门数	课时分配				学分分配		备注	
		理论课时	实践课时	总课时	占总课时比例 (%)	学分	占总学分比例 (%)		
公共基础(平台)课程	19	322	474	796	27.64%	42.5	27.24%		
专业课程	专业群平台课程	4	64	64	128	4.45%	8	5.12%	
	专业基础课程	8	118	142	260	9.03%	15	9.62%	
	专业核心课程	7	192	200	392	13.61%	24.5	15.72%	
拓展(选修)课程	公共拓展(选修)课程	4	16	16	32	1.11%	2	1.28%	
	专业拓展(选修)课程	12	188	188	376	13.05%	23.5	15.06%	
专业综合实践课程	5	0	896	896	31.11%	37.5	24.04%		
入学教育						1	0.64%		
体能测试						1	0.64%		
毕业教育						1	0.64%		
总计	59	900	1980	2880	100%	156	100%		
总课时	2880	实践课时占总课时比例		68.75%		总学分	160		
公共基础课程课时占总课时比例				27.64%		公共基础课程学分占总学分比例	27.24%		
拓展(选修)课程课时占总课时比例				14.16%		拓展(选修)课程学分占总学分比例	16.34%		

备注：市场营销专业总课时为 2880，总学分为 156，其中公共基础课程的课时为 796 课

时，占总课时的比例为 27.64%，公共基础课程的学分为 42.5，占总学分比例为 27.24%，拓展（选修）课程的课时为 408 课时，占总课时的比例为 14.16%，拓展（选修）课程的学分为 25.5，占总学分比例为 16.34%。

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

组建一支党和人民满意的高素质专业化创新型、双师型教师队伍，该团队由2名专业带头人、10名以上专任专业核心课骨干教师，6名以上企业兼职教师组成，兼职教师比例不低于30%，生师比不高于16:1，双师素质教师占专业教师比不低于80%，副高以上职称教师占40%以上。现有教师结构如下：

表 13 现有师资队伍结构一览表

专兼职比	6:3			
生师比	20:1			
双师比	87.52%			
职称结构	助教及同等职称	讲师及同等职称	副教授及同等职称	教授及同等职称
	6.24%	37.5%	50%	6.24%
学历结构	本科	硕士	博士	博士以上
	6.24%	87.6%	6.24%	0
职业资格证书	无	初级	中级	高级
	12.48%	0	68.8%	18.72%
年龄结构	30岁以下	31-40岁	41-50岁	51-60岁
	6.24%	43.76	37.56	12.44%

将努力从专兼职比、双师比、职称结构、年龄结构、教学科研能力等方面，构建一支职称、年龄、专兼职结构更为合理，鼓励年轻教师积极提升学历、考取职业资格证书，形成学历（学位）层次较高、师资力量雄厚、学术队伍阵容强大的学术梯队，确保市场营销专业人才培养工作的实施。

2. 专任教师

(1) 专任教师应双师素质占比在 85%以上，并应不断提高双师素质比例，**不具有双师素质的老师 2022 年前必须具有双师素质**；所有专任教师应具有高校教师资格和本专业领域中级以上证书，原则上应具有中级及中级以上职称；新进教师要求具有硕士学位，并要求在两年内拥有讲师职称；能准确把握课程思政教育，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；

(2) 专任教师应具有爱岗敬业和工匠精神，并在专业上不断创新、勇于进取，具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；

(3) 专任教师应至少精通一门专业课程教学，能够胜任两门以上课程的教学工作；

(4) 专任教师应具有授课计划编制能力和课程整体设计等教学能力，能有效运用项目驱动法、情景教学方法等方法实施课堂教学和实践教学；

(5) 专任教师应具有较强的信息化教学能力，能够开展和实施线上线下教学，具有参加省级教学竞赛或指导学生技能竞赛的能力，教学中能融入课程思政，落实立德树人根本项目，把培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人作为奋斗目标；

(6) 专任教师应具有一定的企业工作经验，熟悉企业营销岗位任职职业技能要求，应坚持参加企业实践，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历，能有效开展课程教学改革和科学研究。

(7) 专任教师应坚持参加继续教育培训，每年参加继续教育培训不少于 90 课时，为教师跟进学术前沿、接受先进的教学理念提供保障。每位专任教师至少每两年参加一次市场营销专业相关的进修培训或学习交流，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院进行汇报交流。

3. 专业带头人

专业带头人**必须具有双师素质，必须能准确把握课程思政教育和指导，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心**；能够引领市场营销专业建设的发展方向，主持专业课程教学计划、教学标准的修订、审定与实施，负责本专业教学改革和实践技能培养方案的制定与实施等工作，分别配置 1 名专业带头人，1 名企业专业带头人，其基本要求如下：

(1) 专业带头人应具有副高及以上职称、硕士研究生学历，能够承担 2 门及以上专业核心课程的教学项目；

(2) 专业带头人应具有良好的思想政治素质和较高的师德水平，具有一定的国际视野，了解国内外先进职教理念，具有较强的专业发展把控能力，能较好地把握国内外行业、专业发展动态和趋势；

(3) 专业带头人应能够广泛联系行业企业，了解行业企业对营销人才的需求实际，把握市场营销专业发展方向；

(4) 专业带头人应具有 5 年以上本专业工作经验，具有一定的企业和学校人脉资源，能带领团队完成调研、制定人才培养方案，能按照市场需求和自身条件合理确定专业特色，打造专业品牌；

(5) 专业带头人应能在教学设计、专业研究能力方面具有较强的能力，应能主动适应信

息化、人工智能等新技术变革，积极有效开展教学和科学研究，能引领市场营销专业教科研的新发展，在湖南区域乃至全国区域，或在营销领域具有一定的专业影响力。

(6) 专业带头人应具有较高的职业教育教学规律认识水平，熟悉基于工作过程、项目导向等课程开发流程与开发方法，具有丰富的教学经验。

(7) 专业带头人应具有扎实的课程建设能力，具有较强的市场营销专业核心课程开发、课程标准制定等教学改革和科研能力，能够根据职业发展的需求及时调整人才培养方案和专业课程体系。

(8) 专业带头人应具有较强的科研服务能力：在科研开发、技术应用服务等方面起到表率作用，主持或参与省部级科研课题研究，能为企业解决技术难题。

(9) 专业带头人至少每年参加两次及两次以上的进修培训或学习交流，积极主动与其他兄弟院校专业带头人进行沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院进行汇报交流。

4. 兼职教师

兼职教师主要从市场营销专业相关的行业企业聘任，要求经验丰富，来源与数量稳定。兼职教师需参与教学研究，教学效果好，兼职教师数量的计算办法为每学年授课 160 学时为 1 名教师计算。

兼职教师的要求如下：

(1) 兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，能准确把握课程思政教育，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，或具有主管或经理职位，在本专业相关企业或岗位从事市场营销或管理工作 5 年以上。

(2) 兼职教师必须是营销行业的骨干人员，是区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理、销售总监、运营总监、小微商业企业经理、市场总监等岗位的有代表性的骨干，在上述岗位具有 3 年以上相关岗位工作经历，具有扎实的专业知识和丰富的营销工作经验，在上述岗位具有一定的行业影响力，能胜任本专业学生在上述岗位认知学习、跟岗实习、顶岗实习的要求，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教学项目。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室

应配备投影设备、音响设备、教学一体机等数字设备的多媒体教室，配备支撑培养专业基础能力必需的专用教室。教室应配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音像设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

按照“校企共建+资源共享”原则，配备集教学、培训、生产、技术服务于一体的共享型生产性校内实训基地，营造与生产工作现场相一致的仿真、模拟及生产性实习实训职业教育环境，使校内实训基地成为学生职业技能和职业素质的训练中心，实现与企业生产现场无缝对接。校内实训室配备多媒体设备、投影设备、黑（白）板，计算机（1人一台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可以选择配备服务器、无线路由器、打印机、相关实训软件等；支持市场营销专业核心课程《推销技巧》《商务谈判》《市场调查与预测》《营销策划》《消费行为分析》《物流市场营销》《销售管理》教学以及营销新技术相关实训，支持《营销专业基本技能实训》《岗位核心技能和跨岗综合技能实训》《营销专业综合实训》《营销沙盘实训》《营销素养实训》等专业实践课程教学，安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

表 14 校内实训室

序号	实训室名称	主要设施设备		面积	工位	主要功能
		名称	数量			
1	**学院菜鸟驿站快递服务配送中心	高拍仪	2 台;	120 平方米	5	承担课程: 《物流市场营销实务》《仓储与配送实务》课程教学; 主要实训内容: 校园快递的接入和收发, 培养学生的物流市场分析、物流目标市场营销、物流目标市场营销策略项目实践操作。
		云监控	2 个			
		监控摄像头	9 个			
		电脑	4 台			
		派样机	1 个			
		货架	40 组			
		快递室内运输车	2 台			
		扫描 PDA	4 台			
		手持终端	3 台			
		打印机	3 台			
		快递称	3 台			
	桌椅	50 套				
2	市场营销综合实训室	电脑	50 台	100 平方米	50	承担课程: 《营销策划》《市场调查与预测》《销售管理》《营销专业基本技能实训》《跨岗综合技能实训》《营销专业综合实训》课程教学; 主要实训内容: 运用 Office 等营销应用软件开展仿真模拟营销策划、市场调查与预测、物流市场营销、销售管理项目实践操作。
		多媒体设备	1 套			
		桌椅	50 套			
3	营销沙盘实训室	沙盘软件	1 套	70 平方米	50	承担课程: 《营销沙盘实训》课程教学; 主要实训内容: 运用中教畅享的营销沙盘实训软件开展仿真模拟营销运营项目。
		多媒体设备	1 套			
		电脑	50 台			
		沙盘桌	10 张			

			椅子	50 张			
4	智慧物流仿真实训室		叉车	2 台	210 平方米	50	承担课程: 《仓储与配送实务》 《现代物流概论》课程教学; 主要实训内容: 运用智慧物流软件开展仿真模拟仓储(储存、上架等)、配送(分拣、打包等)、供应链运营项目。
			自动堆垛机	3 台			
			高层货架	8 个			
			RFID 电子标签分拣设备	1 台			
			仓储配送软件	1 套			
			打包机	1 台			
5	多功能演播厅		投影仪	1 台	155 平方米	80	承担课程: 《职业生涯规划》 《推销技巧》《商务谈判》《广告实务》 主要实训内容: 职业生涯规划展示、销售技巧角色扮演演示、商业谈判比赛、广告创意展示等。
			投影幕	1 块			
			音响系统	1 套			
			麦克风	3 支			
			调音台	1 台			
			视频切换器	1 台			
			舞台灯光	若干套			
			灯光控制器	1 台			
			舞台背景板	1 块			
			网络交换机	1 台			
			无线路由器	1 台			
6	商务谈判实训室	谈判准备实训室	多媒体设备	两套	80 平方米	90	承担课程: 《商务谈判》《营销专业基本技能实训》《营销专业综合实训》课程教学; 主要实训内容: 商务谈判方案准备、模拟谈判展示等内容的
			打印设备	两套			
			电脑	90 台			

			桌椅	90 套			实践操作。
			白板	若干			
		模拟谈判实训室	多媒体设备	1 套	40 平方米	50	
			谈判桌	1 张			
			椅子	50 张			
			白板	若干			
			座位牌	12 个			
7	校园实训超市	超市货架	若干	300 平方米	20	<p>承担课程:《推销技巧》《职业店长实务》《消费行为分析》《客户关系管理》课程教学;</p> <p>主要实训内容:运用 POS 系统软件开展真实的产品推销、店长岗位技能操作(选品采购、商品管理、价格管理、销售管理等)、消费行为分析、客户关系管理项目实践操作。</p>	
		货柜	若干				
		收银机	3 台				
		POS 系统	1 套				
		电脑	2 台				
		监控设备	1 套				
		商品	若干				
8	推销技能训练室	电脑	3 台	50 平方米	50	<p>完成产品推销等学习情境的学习,掌握产品推销等营销基本技能训练</p> <p>承担课程:《推销技巧》《岗位核心技能实训》课程教学;</p> <p>主要实训内容:开展仿真模拟产品推销项目实践操作。</p>	
		推销桌	1 张				
		供推销的商品	若干				

9	形体训练室	镜子	若干	50 平方米	50	承担课程: 《商务礼仪》 《营销素养实训》教学; 主要实训项目: 商务礼仪等项目实践操作。
		形体训练器材	若干			
		多媒体设备				
10	新媒体营销实训室	电脑	50 台	100 平方米	50	承担课程: 《视频采编》 《Photoshop图形图像处理》 《新媒体营销》课程教学; 主要实训内容: 运用PS、AR 等新媒体营销软件开展仿真模拟、视频采编、Photoshop图形图像处理、新媒体营销项目实践操作。
		商品拍摄设备	1 套			
		手机直播设备	1 套			
		商品	若干			
		货架	1 个			

3. 校外实习实训基地

校外实训基地基本要求为：具有稳定的仿真、模拟及生产性实习实训校外基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与预测、营销策划、商务谈判等实训活动，可接纳一定规模的学生进行认知实习、社会实践、跟岗实习、顶岗实习等实践教学需求，匹配工学交替、分段式、学徒制要求；能够配备相应数量的指导老师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，实习实训基地有资质、诚信状况良好、管理水平较高和一定的企业兼职教学师资，工作环境和生活环境等有安全、有保障。

表 15 校企主要合作单位一览表

序号	合作企业	合作内容						
		人才培养方案制定	订单培养	员工培训	实训基地	课程建设	技术服务	项目开发
1	杭州娃哈哈饮料有限公司	√			√	√	√	
2	湖南可言可甜品牌管理有限公司	√	√	√	√	√	√	√
3	步步高商业连锁股份有限公司	√	√	√	√	√	√	√
4	朝阳绿茶有限责任公司	√		√	√	√	√	√
5	大汉控股集团	√			√	√	√	
6	汇米巴商业管理有限公司	√	√		√	√	√	
7	天地壹号饮料股份有限公司	√	√		√	√	√	

8	梦洁家纺有限公司	√	√		√	√	√	√
9	金拱门（中国）有限公司	√	√		√	√	√	√
10	广东中隆建设有限公司	√	√	√	√	√	√	√
11	广西明泰供应链管理有限公司	√	√	√	√	√	√	√
12	招商局物流湖南有限公司	√	√		√	√	√	√
13	湖南一力物流股份有限公司	√			√	√	√	
14	深圳市乐有家控股集团有限公司	√	√	√	√	√	√	√
15	湖南朗乐科技股份有限公司	√			√	√	√	

表 16 校外实训室配置与要求

序号	实习实训基地类型	岗位类型	数量	实习实训项目	实践教学	一次性容纳学生人数（人）
1	物流企业	营销部	1-3	物流营销方案设计、商务谈判	专业认知实习 跟岗实习 轮岗实习 顶岗实习	50-150
		客服部	1-3	顾客投诉处理、客户关系管理		50-150
		运营部	1-3	物流业务操作		50-150
2	零售企业	市场部	1-2	营销策划、产品推销、市场调查	专业认知实习 跟岗实习 轮岗实习 顶岗实习	100-200
		新零售	1-2	新零售运营、商务谈判		100-200
3	批发企业	市场拓展部	1-2	营销策划、客户（中间商）关系维护与管理、市场调查	专业认知实习 跟岗实习 轮岗实习 顶岗实习	50-150
		销售部	1-2	商务谈判、产品推销、销售管理		50-150

（三）教学资源

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、图书文献及数字资源配备等

1. 教材选用

（1）优先使用国家规划教材、全国百强出版社教材、省级优秀教材，教材设计应充分体现项目任务引领、职业能力导向的职业教育理念。同时，教材一般应配套有线上课程资源，方便学生课后线上学习。并根据教学实际需求，开发新型活页式、手册式教材，教材中文字和符号规范，图表正确、清晰、文图配合恰当。鼓励教师与企业技术人员、专家共同开发校本教材和实验实训指导书，使教学内容更好地与实践结合，以满足未来实际工作需要，使教材更贴近营销专业和湖南经济的发展和实际需要。

(2) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性，能及时跟踪、反映行业技术最新发展成果。应将营销职业活动分解成若干典型的项目任务，按完成项目任务的需要和项目要求组织教材内容。通过实务操作机制，引入必要的理论知识，增加实践操作内容，强化基本理论在实际操作中的应用。教学过程中，教学内容不仅仅限于教材内容，应根据企业实际需要和湖南经济发展需要来增加课外内容。

(2) 学校建立专业教师、行业专家和教研人员参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

(3) 教材的选用既要符合教学标准的规定，又要符合学校专业培养的方向，同时兼顾学生的实际知识水平和接受能力，选用教材内容既易被学生接受，又能提高学生的知识和技能，

(4) 教材选用采取动态更新机制，每一年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材，保证教材内容更有利于培养德智体美全面发展的高素质复合型技术技能人才。

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂，专业课程优先选用包括我院市场营销专业教学团队主持编著出版的《物流市场营销》“十三五”规划教材，以及我院市场营销专业教学团队主编出版的工业和信息产业科技与教育专著出版资金支持的“高职十三五市场营销专业全景教学系列项目化规划教材”。

2. 图书文献配备

(1) 图书文献配备与人文教育、专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销、信息技术类文献等。

(2) 图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

按照市场营销专业人才培养要求，图书馆图书文献应该能满足人才培养、专业建设及教学科研需求，且方便师生查询、借阅。其中同市场专业相关的藏书不少于 1500 册，同市场营销专业相关期刊不少于 20 种。

3. 数字教学资源配置

(1) 建设市场营销专业教学资源库，所有核心课程均建设在线课程资源，配备与课程相关的微课视频、音频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库；

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样、使用便捷，

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新，每年至少更新 10%，每三年全部更新一次。

我校在智慧职教 (<https://www.icve.com.cn/>) MOOC 学院建有几十门 MOOC 资源课程，其中市场营销专业相关空间资源课程有物流市场营销、店长实务、商务数据分析、仓储与配送实务、运输实务等，这些课程资源均可用于日常教学。我校学生还可以在一些商业研究、咨询等机构网站典型的有：艾瑞网 (<http://www.iresearch.cn/>)、阿里学院 (<http://www.alibado.com/>)、百度营销大学 (<http://edu.baidu.com/>) 等相关研究及咨询调研机构、营销网站也是市场营销专业教学与学习的重要资源。

（四）教学方法

1. 教学模式

教学过程中强调精讲+多练，教、学、做一体化教学，实施线上+线下相结合的混合式教学、模块化教学等新型教学模式，以教师课堂讲授为主，辅以职教云、智慧职教 MOOC 学院等网络教学平台，充分利用网络教学资源 and 平台，鼓励学生自主学习。主要采取课堂“精讲多练+课外实训实践”的形式开展教学，突出实训实践技能，使职业教育特色更加鲜明。每一门专业课程的教学均通过课程标准的形式规定有理论讲授、课内实训、课外实训（含集中模拟实训和校外实习两种形式）三种形式构成，将实践教学通过课内外实训完全融入课程教学，真正做到“教、学、做”的统一，并专门设置校内外集中实训，从而凸显实践性教学特点，专业课实践教学课时超 50%以上。

2. 教学方法

普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等教学方法：

教学过程中融入课程思政、技能抽查内容，以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，普及推广工作过程导向的项目教学法、情境教学法、工作过程导向教学法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法、模拟演练法、角色扮演法、小组讨论法等教学方法。

3. 教学手段

大力推广大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的应用，推广远程协作、翻转课堂、移动学习等信息化教学模式，充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，灵活采用班级授课、分组教学、现场教学、专题讲座等形式组织教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，注重学生职业素养的养成教育、学生营销能力的锻炼教育、学生实践操作水平的提升教育，以提高教学的时效性。

（五）学习评价

坚持理论与实践相结合，注重对综合素质的评价，突出专业课程与实践岗位对接，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的的形成性多元考核评价体系，每门课程都要对学生进行形成性考核与终结性考核的评定。

（1）各课程的考核评价方式选择要符合相关规定。

（2）合理运用云计算、大数据、物联网等信息技术以及数字资源、信息化教学设施设备改造传统教学与实践评价方式，提高管理成效。

（3）对学生的课程考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价，评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队合作和管理，让学生在活动中增强团队合作意识和开拓创新能力。

一般而言，课程考核计分为平时成绩占 30%（考勤、作业、单元考试等，含期中测验）、实验实训成绩占 40%、期末考试占 30%；实习实训课程考核计分为测试成绩占 60%、学习过程（实训报告、工作态度、出勤情况）考核占 40%（包括实训报告、工作态度、出勤情况占）；对于已开设在线精品开放课程的面授课程考核计分为线上学习过程 40%（含线上学习参与度、

在线测试、线上考试)、线下学习过程占 30%、终结性考核占 30%;对于已开设精品在线课程的网络选修课程考核计分为线上学习参与度 50%、线上作业占 15%、线上测试占 15%、线上课程考试占 30%;总课时 16 课时以下的课程考核计分为学习过程考核占 80% (包括课堂表现和考勤)、实践作业考核占 20%。(各课程评价方式与标准略有差异,详见各课程标准)

1. 诊断性评价

课前进行诊断性评价,主要考核学生对已学知识的掌握程度和学习品质。

2. 形成性考核

在形成性考核中突出多元考核,多元主体参与的评价方式,有效促进教学目标达成。形成性考核主要包括:

(1) 基本学习素养

依据课堂表现(回答问题、讨论发言、听课状况)、考勤、作业等情况评定,鼓励学生积极思考,踊跃发言。使学生注重平时学习,改变学生期末考试前临时抱佛脚、搞突击的习惯。

(2) 能力训练

由企业教师评价+专业教师评价+小组学生评价+学生自评相结合。教师评价由企业教师和专业教师共同进行,主要对学生在课程实施过程中,教师观察学生的工作方法和操作步骤,结合课程标准的学习目标要求,检查学生完成学习性工作项目进程的合规性和经济性,提出专业建议,并给出评价结果,占能力训练成绩的 60%;小组学生评价即小组学生互评,是指学生分组进行学习并完成学习项目时,学生要同时观察小组中其他同学的工作方法和操作步骤,结合课程标准的学习目标要求,检查小组中其他同学的完成学习性工作项目进程的合规性和经济性,并给出评价结果,占能力训练成绩的 20%;学生自评即指学生审视自己的工作方法和操作步骤,结合课程标准的学习目标要求,检查自己完成学习性工作项目进程的合规性和经济性,并给出评价结果,占能力训练成绩的 20%。

3. 终结性考核

期末时,由教师根据专业标准、课程标准要求,结合职业成长规律,以笔试等形式考核学生完成课程学习项目所应掌握的知识,注重理论与实际的联系和对学生的分析能力的考查。

4. 增值评价

与前一学习阶段同比增长情况,与同学们的团队合作、互帮互助情况,考取 1+X 技能证书、参与市场营销技能大赛、参加商务谈判竞赛和创新创业大赛情况,参与湖南省消费帮扶营销大赛情况等。

(六) 质量管理

为保证人才培养质量,市场营销教研室主任、专业带头人优先由中共党员担任,且市场营销教研室主任、专业带头人中至少保证有 1 人为中共党员,专任教师中,中共党员比例控制在 80%以上。

1. 学校建立专业人才培养方案调整机制

学校通过开展多层次和角度的专业调研,形成调研报告,根据调研掌握的行业发展趋势、

企业技术和管理发展走向及要求，适时调整人才培养方案，专业人才培养方案的调整邀请了企业代表或行业专家参与，充分听取行业企业专家的意见，合理采纳其建议，保证所编制的专业人才培养方案紧跟企业需求。

2. 学校建立专业建设和教学质量诊断与改进机制

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，形成“8字螺旋”，小螺旋分析预警，实时调控改进，大螺旋质量提升。加强日常教学组织运行与管理，建立健全日常教学巡查、专项检查、学生信息员、听评课等教学质量管理制度，建立与行业企业联动的实践教学环节，强化教学组织功能，每学期开展公开示范课、集体备课等教研活动。通过专业技能抽查、毕业设计抽查以及学生技能竞赛以全面掌握学生的学习效果，达成人才培养目标。

3. 二级学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制

健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格。

4. 二级学院完善教学管理机制

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

5. 专业建设小组建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

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

6. 专业带头人

专业带头人根据行业标准、专业教学标准、课程标准组织本专业教研组成员充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

7. 任课教师

任课教师根据所承担课程的知识、能力、素质目标，充分进行课前学情分析，梳理自身优势、缺点和机遇，认真备课；因材施教后，做好每次课的教学反思与改进，定期进行每单元的测验与反馈、与学生座谈或问卷调研、作业等形式了解教学目标达成情况，定期进行反思与诊改。

十、毕业要求

1. 具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；
2. 掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；
3. 具有良好的职业道德和职业素养，掌握推销技巧、商务谈判、市场调查与分析、营销策划等知识，具备销售、商务谈判、市场调查与分析、营销策划与执行、销售管理等技术技能，能够从事、胜任本专业就业面向岗位的工作；
4. 通过体育达标、心理健康测试，身心健康，人格健全，按照学校制定的大学生综合素质

质测评办法进行量化测评，测评成绩在合格以上。

5. 在规定的修业年限内完成专业人才培养方案中规定的课程或实践环节学习并取得相应学分，修满 160 学分；在总学分中，公共基础课程学分不低于 25%，综合素质拓展类选修课学分不低于 10%。

6. 根据国家 1+X 政策的推进，取得相关的市场营销职业技能等级证书。

7. 积极参加政府、学校、社会组织的各级各类专业技能、素质能力拓展等各级各类竞赛活动。

8. 具备产品推销、商务谈判、市场调查与预测、营销策划等市场营销能力。

9. 学生毕业前需结合专业理论和专业技能知识的认识和体验，提交 1 件与本专业相关的毕业设计作品，成绩评定合格以上。

10. 按专业标准要求完成顶岗实习，实习时间不少于 6 个月，实习成绩在合格以上；并主动参加社会实践项目，累计实践时间不少于 2 个月，且取得组织单位的书面证明。

十一、附录

附表 1：教学进程安排表

附表 2：课外综合实践学分认定表

附表 1 教学进程安排表

学期	序号	课程名称	总课时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20																							
第一 学期	1	安全知识教育	8	入学教育及军事技能训练																				讲座																				期 末 考 试		
	2	形势与政策 1	8																					讲座																						
	3	思想道德修养与法律基础	48																					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4									
	4	职业生涯规划	16																					2	2	2	2	2	2	2	2	2														
	5	军事理论	36																					4	4	4	4	4	4	4	4	4														
	6	军事技能	112																																											
	7	心理健康指导①	16																					讲座																						
	8	体育与健康①	30																					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
	9	演讲与口才	32																					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4					
	10	普通话	16																					2	2	2	2	2	2	2	2															
	11	计算机应用基础	64																					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6				
	12	实用英语①	60																					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
	13	营销沙盘实训	24																																		4	4	4	8	4					
	14	管理学基础	30																					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
	15	商务礼仪	30																					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
	16	大学生传统文化修养	16																					讲座																						
		专业讲座	4																					讲座																						
	小 计	550					26	26	26	26	26	26	26	26	26	24	24	24	24	24	22	20																								
第	1	形势与政策 2	8	讲座																		营销素	期末																							

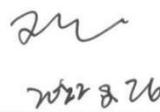
附表 2 课外综合实践活动学分认定表

级别	内容	认定学分	认定单位
院级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 1.5 学分、二等奖 1 学分、三等奖 0.5 学分	二级学院
校级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 2.5 学分、二等奖 2 学分、三等奖 1.5 学分，其他奖项 1 学分、参与者 0.5 学分	活动组织部门
市级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 3 学分、二等奖 2.5 学分、三等奖 2 学分，其他奖项 1.5 学分、参与者 1 学分	教务处
省级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 3.5 学分、二等奖 3 学分、三等奖 2.5 学分，其他奖项 2 学分、参与者 1.5 学分	教务处
国家级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 4 学分、二等奖 3.5 学分、三等奖 3 学分，其他奖项 2.5 学分、参与者 2 学分	教务处

注：1、其他未列项目比照上述考核方式执行。

附表7 专业人才培养方案审批表

附表7 专业人才培养方案审批表

专业名称	市场营销	专业代码	530605
二级院 审核 意见	<p>该专业人才培养方案符合相关文件要求,人才培养目标和规格清晰,课程体系合理,质量保障条件可行,拟同意实施。</p> <p>签名(盖章)  2022.8.22</p>		
教授委 员会审 核意见	<p>同意</p> <p>签名(盖章)  2022.8.25</p>		
教 学 副校 长审 核意见	<p>同意</p> <p>签名(盖章)  2022.8.25</p>		
校 长 审 核意见	<p>同意</p> <p>签名(盖章)  2022.8.26</p>		
学校党委 审批意见	<p>同意</p> <p>签名(盖章)  2022.8.26</p>		