

市场营销专业人才培养方案

（省级专业群建设专业）

一、专业名称和专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制：全日制专科三年

修业年限：实行学分制，基本修业年限三年，实行弹性学制，允许学生采用半工半读、工学交替等方式分阶段完成学业。

四、职业面向与职业岗位分析

（一）职业面向

主要面向商贸企业、生产企业、服务业或其他行业，从事销售、市场调研与分析、营销策划、客户服务、公共关系等业务或管理岗位等工作。具体见表1。

表 1 职业面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能等级证书和职业资格证书举例
----------------	---------------	--------------	----------------	-------------------	-------------------

财经商贸大类 (53)	工商管理 (5306)	批发零售 (51/52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售代表 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 市场调研专员	数字营销技术应用证书、网店运营推广职业技能等级证书、连锁特许经营管理等级证书等
----------------	----------------	-----------------	--	---	---

(二) 职业岗位分析

1. 初始岗位和发展岗位分析

初始岗位：市场调研与分析、营销策划、商品销售、渠道拓展、客户服务等业务岗位。

发展岗位：销售经理、大区销售经理、客户服务经理、营销总监等管理岗位

2. 岗位能力要求及对接的课程，具体见表 2。

表 2 岗位能力要求及对接的课程分解图表

序号	岗位能力	能力要求及必须具备的知识	对接课程	实践环节
1	胜任销售及销售管理岗位的能力	要求能掌握市场营销的基本知识、方法与技巧；掌握商品采购及推销理论与方法；掌握商务谈判技巧；掌握销售管理方法。	市场营销学、商品采购管理、商品学、销售管理、推销实务、分销渠道管理、网络营销、商务谈判等	课内实训 营销综合实训 校外实训
2	胜任市场调研策划	要求掌握市场营销调研方法；掌握如何进行营销策划；	市场营销学、市场调查与分析、市场	课内实训 营销综合实训

	及营销管理岗位的能力	掌握广告理论与技巧。	营销策划、销售管理、网络营销、经济法、市场营销综合实训等	校外实训
3	胜任客户服务岗位的能力	具有较强的沟通协调能力，掌握客户服务的技能，做好售后服务。	市场营销学、客户关系管理、销售管理、消费心理学、商务礼仪、推销实务等	课内实训 营销综合实训等
4	胜任公关、业务助理岗位的能力	要求具有较强的沟通能力、以及处理公共关系、商务谈判的能力：必须掌握公关实务、商务谈判实务等基础知识和基本技能。	市场营销学、公共关系理论与实务、商务礼仪、商务谈判、经济法、应用文写作等	课内实训 校外实训等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，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；掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业的毕业生应在素质、知识和能力等方面到达以下要求。

1. 素质要求

（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) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

2. 知识要求

(1) 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。

(2) 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。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 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。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力要求

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客户和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

- (9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系框架

本专业课程设置包括公共基础课程和专业（技能）课程两大类，专业（技能）课程设置“专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合能力课程”四大课程模块。

1. 公共基础课程

必修课程：包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、体育、信息技术、劳动教育、国家安全教育、艺术鉴赏、创新创业教育与职业规划、应用写作、大学生心理健康教育、军事技能训练、军事理论课

选修课程：全院性公共选修课，包括中华优秀传统文化、兴趣特长、专业能力拓展等课程

2. 专业（技能）课程（含认知实习、跟岗实习、岗位实习）

(1) 专业基础课程

包括市场营销学、经济学基础、商品学、管理学、经济法、商务礼仪、国际贸易理论与实务、电子商务概论

(2) 专业核心课程

8 门, 包括消费心理学、销售管理、市场调查与分析、推销实务、营销策划、网络营销、品牌管理、商品采购管理

△ 专业课程中群共享课程：经济学基础、管理学、市场营销学、电子商务概论

(3) 专业拓展课程

A、限选课程：

模块一（最低选修 8 学分，4 选 2：），包括会计基础、财务管理、统计学原理、商务数据分析与应用

模块二（最低选修9学分，6选3:），包括商务谈判、国际金融、分销渠道管理、物流管理基础、客户关系管理、运营管理

B、任选课程（设置6学分，最低应选修3学分）：包括连锁经营与管理、零售学

（4）综合能力课程

包括市场营销综合实训、ERP沙盘实训、岗位实习

（二）课程要求

1. 公共基础课程

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程

课程目标：使学生对中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更加深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力有更加明显的提升。

主要内容：在结构上除了导论和结束语外，共由八章组成。其中，第一章到第四章分别阐述毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果；第五章到第八章分别阐述中国特色社会主义理论体系的形成发展，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容和历史地位。

教学要求：把立德树人作为教育的根本任务，通过专题理论教学和课堂实践活动，灵活运用问题式、案例式、讨论式、体验式和倒置式等教学方法，有效利用新媒体新技术手段，把理论教学、实践教学、网络教学结合起来，构建“三位一体”课堂教学体系，实现教、学、做一体化，切实增强教学的思想性、理论性和亲和力、针对性。

《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程

课程目标：使学生对马克思主义中国化时代化最新理论成果有更加准确的把握；对中国共产党领导人民进行的历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中

中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助；使学生忠诚拥护“两个确立”、增强“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”。

主要内容：教学主要包括马克思主义中国化新的飞跃、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、以新发展理念引领高质量发展、全面深化改革、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、加强以民生为重点的社会建设、建设社会主义生态文明、建设巩固国防和强大人民军队、全面贯彻落实总体国家安全观、坚持“一国两制”和推进祖国统一、推动构建人类命运共同体、全面从严治党 and 在新征程中勇当开路先锋、争当事业闯将。

教学要求：把立德树人作为教育的根本任务，通过专题理论教学和课堂实践活动，灵活运用问题式、案例式、讨论式、体验式和倒置式等教学方法，有效利用新媒体新技术手段，把理论教学、实践教学、网络教学结合起来，构建“三位一体”课堂教学体系，实现教、学、做一体化，切实增强教学的思想性、理论性和亲和力、针对性。

《思想道德与法治》课程

课程目标：引导学生深化对马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观的认识，深刻领会社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。增强学生分析问题和解决问题的能力；提高学生的价值判断能力；培养学生良好的思想道德情操和法治素养；教育和激励学生有理想、有本领、有担当，勇做时代的弄潮儿。

主要内容：教材主要包括马克思主义的人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、道德观和道德素质、法治观和法治素养等。

教学要求：注重教材体系向教学体系的转化；注重知识体系向价值体系的转化；理论教学与实践教学相结合，灵活运用案例教学、研讨式教学等教学方法，增强教学的思想性、理论性和亲和力、实效性。

《形势与政策》课程

课程目标：帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战；引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命；牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。

主要内容：主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观、政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。

教学要求：依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学，突出理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性；理论教学与实践教学相结合，采取灵活多样的方式组织课堂教学。

《大学英语》课程

课程目标：依托现代教育技术，通过线上、线下混合式教学模式，培养学生英语听、说、读、写、译综合语言应用能力，适应学生未来职业发展英语语言口头与书面实用技能的需要；同时将语言技能教育、跨文化教育与思想政治教育结合起来，培养学生文化自信，增强社会主义核心价值观。

主要内容：课程内容由三个部分组成，即综合、听说、实践。课程以线下课堂教学为主，培养学生的英语语言技能及综合应用能力；以线上教学平台为辅，培养学生的自主学习能力，满足个性化学习的需要；以英语第二课堂为延伸，拓展学生的实践应用能力。

教学要求：遵循“实用为主、够用为度”的原则，重视语言学习的规律，正确处理听、说、读、写、译的关系，确保各项语言能力的协调发展；打好语言基础和培养语言应用能力并重；强调语言基本技能的训练和培养实际从事涉外交际活动的语言应用能力并重，重视加强听、说技能的培养；通过多种现代化教学途径，开展英语第二课堂活动，激发学生学习英语的自觉性和积极性。课程采用形成性评估与终结性评估相结合的原则。

《体育》课程

课程目标：培养学生参与锻炼的积极性，掌握科学锻炼身体的方法，通过课

程的学习，掌握 1-2 项自己较为喜欢的运动项目，以达到终生锻炼的目的。通过课程的学习和锻炼，使学生在耐力、力量、柔韧及协调性等主要素质方面得到提高，在形态机能方面达到较为理想的标准和要求。发挥体育教育的特色优势，帮助学生在体育中享受乐趣，增强体质，健全人格，锤炼意志。培养学生的合作能力、交往能力和适应能力，形成良好的人际关系和团结协作的团队精神。

课程内容：主要包括理论和实践两部分。理论部分包括运动项目的技术、战术理论和知识。实践部分主要包括田径、体操等，并通过逐步完善校园师资、场地、器材等情况，实施选项教学。

教学要求：严格按照《全国普通高校体育与健康教学指导纲要》的基本要求，将《学生体质健康标准》贯穿到教学，并结合汕头职业技术学院体育师资、场地、器材等实际情况对课程进行设置。

《信息技术》课程

课程目标：高等职业教育专科是通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使高等职业教育专科学生的信息素养和信息技术能力得到全面的提升。

本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

主要内容：着重了解计算机基础知识，基本概念和基本操作技能，并兼顾实用软件的使用和计算机应用领域的前沿知识，力求以有效知识为主体，构建支持学生终身学习的知识基础和能力基础。

教学要求：在有限的时间内精讲多练，培养学生的动手能力，自学能力，开拓创新能力和综合处理能力。

《劳动教育》课程

课程目标：学生通过亲身参与劳动与专业技术实践活动获得直接劳动体验，

促使学生主动认识并理解劳动的必要性，逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动适应和热爱劳动人民的思想情感。注重养成工作中、生活中的劳动习惯和技能，逐步形成自立、自强的主体意识和生活态度。

主要内容：结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。组织学生：（1）持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；（2）定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；（3）依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。

教学要求：以具体的实践教学项目引导、组织学生进行劳动与技术的活动。让学生在“做中学”和“学中做”，强调在操作过程中劳动意识的形成和技术能力的进展。在专业实践环节中，培养和进展学生对动手又动脑的技术学习的兴趣，开发其创造性思维，着重培养学生在实践工作中形成良好的劳动态度和工作习惯，促使他们逐步形成时代进展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力，逐步培养学生的职业意识、职业兴趣、社会责任感以及创业精神。

《国家安全教育》课程

课程目标：本课程以习近平总体国家安全观为指导，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针，围绕立德树人根本任务和强军目标、维护国家安全根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国家安全意识和国家安全素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

主要内容：本课程主要包括绪论、总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、新型领域安全。

教学要求：课程在严格执行《中华人民共和国国家安全法》及教育部发布的《关于加强大中小学国家安全的实施意见》《大中小学国家安全教育指导纲

要》等法规和文件，认真贯彻素质教育、创新教育思想，充分利用现代教育技术，采用课堂讲授与课外网络课程自学相结合的教学模式。课程列入学校人才培养方案和教学计划，充分利用互联网平台采用无纸化考试，课程考核的总成绩由平时成绩和考试成绩组成，考核成绩记入学生档案。

《艺术鉴赏》课程

课程目标：了解艺术的发展演变及其精神的内涵，树立唯物主义科学观；通过对有代表性作品的鉴赏，学习不同类别艺术知识，特别是中国传统艺术知识，提升高职院校学生的文化素质，传承、弘扬中国优秀艺术文化；掌握不同类型艺术的基本发展脉络、了解不同类型的艺术作品及其特色，学会该类别艺术的基本鉴赏知识；着重培养学生思考艺术作品所表达的情感及创作者对于人性的追问，让学生在思考中将艺术鉴赏体会转化为对社会主义核心价值观的认同；保持自然、得体、高雅的外表形象，拥有积极向上的精神面貌，树立正确的世界观、人生观、价值观，促进学生身心全面发展。

主要内容：（理论和实践各占 50%）：共七章，分别为：艺术鉴赏概述、艺术发展沿革、艺术门类与艺术特征、名家名作赏析、不同类别艺术的地位和意义、艺术文化遗产保护与传承、中国传统文化与艺术美学。

教学要求：了解不同类型的艺术文化发展沿革及影响；树立唯物主义科学观以及正确的世界观、人生观、价值观；掌握不同类型艺术特征；学习不同类别代表性作品的赏析；学会正确评价不同类型艺术；思考中华美学精神的思想内涵，感受传统艺术的文化魅力，肩负起传承和弘扬的传统文化责任。

《创新创业教育与职业规划》课程

课程目标：《创新创业教育与职业规划》课程作为我院学生的公共必修课，目的是通过系统的职业指导和创新创业训练，使学生在态度、知识和技能三个方面达到以下目标：通过教学，使大学生树立正确的人生观、价值观和就业观念，加强职业道德教育，确立职业的概念和创新创业意识；通过本课程的教学，大学生基本了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己和职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规，掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类以

及创新创业基本知识；通过本课程的教学，大学生掌握职业生涯规划技能、求职技能和创新创业能力等，学会撰写职业生涯规划书和商业计划书等。

主要内容：职业意识培养与职业生涯发展、提高就业能力、求职过程指导、创新创业基础及核心能力、创新创业培训实务等。

教学要求：通过理论和实践教学，达到提升学生就业竞争力及创新创业能力的目的。

《应用写作》课程

课程目标：掌握“必需”的应用写作基本理论和基础知识，能写出工作中的常用应用文书，能对具体的应用文书加以分析评鉴，并使学生在写作的过程中感受祖国文化，热爱祖国语言，增强学生的文化自信。

教学内容：本课程主要讲授应用文写作概述、日常应用文书、党政公务文书、事务文书、社交礼仪文书、大学生应用文书等文体基础知识及其格式和写法，并充分挖掘本课程蕴含的思政内容，结合地方传统文化，融入社会主义核心价值观。结合写作训练，使学生具备符合新时代要求的更高应用文写作能力和人文素养。

教学要求：（1）使学生从理论上把握所学文体，掌握必备的写作理论知识；（2）结合例文的分析讲授，引导学生加深对所学文体的全面的认识。（3）要指导学生进行有效的作文训练，通过写作实践形成良好的写作习惯和熟练的写作技巧。切实重视写作训练，并采用合理的训练手段，使学生所学的写作知识转化为写作能力，实现本门课程的教学目的。

《大学生心理健康教育》课程

课程目标：本课程旨在紧紧围绕坚定学生理想信念，以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线，围绕政治认同、家国情怀、文化素养、道德修养等重点优化课程思想内容供给，普及心理健康知识，使学生明确心理健康的标准及意义，增强大学生的自我心理维护意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，提升自我调适能力，提高大学生的心理健康水平，优化大学生心理素质，维护学生心理健康，促进大学生健康成长。

主要内容：了解心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及常见的异常表现；解自身心理特点和性格特征，能够正确的认识自我，客观地评

价自我, 接纳自我, 掌握相关的自我心理探索和心理调适技能, 如学习发展能力、压力管理、人际交往、问题解决等自我管理和自我发展的能力。

教学要求: 通过课程改善和优化大学生的认知结构, 使学生正确认识自己的心理健康状态, 掌握自我调适的基本知识; 帮助学生树立在出现心理问题时能够进行自我调适或主动求助的意识, 减少和避免对自我心理健康不利的各种影响因素, 维护自己的心理健康, 能够积极探索适合自己并主动适应社会的生活状态。

《军事技能训练》课程

课程目标: 本课程旨在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, 培养艰苦奋斗的作风, 提高学生的综合素质; 使学生掌握基本军事知识和技能, 为中国人民解放军培养后备兵员和预备役军官、为国家培养社会主义事业的建设者和接班人打好基础。

主要内容: 包括国防教育讲座、队列练习、喊口号、拉歌、拉练等。队列练习是军训重头戏, 它包括: 立正、稍息、停止间转法、行进、齐步走、正步、跑步、踏步、立定、蹲下、起立、整理着装、整齐报数、敬礼、礼毕、跨立、分列式会操等等。

教学要求: 通过军训, 使大学生掌握基本军事理论与军事技能, 增强国防观念和国家安全意识, 强化爱国主义、集体主义观念, 加强组织纪律性, 促进大学生综合素质的提高。

《军事理论》课程

课程性质: 必修课、考查课

课程目标: 通过军事理论课教学, 让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能, 达到增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识, 打造有特色的思政军事理论课, 强化学生爱国主义精神、集体主义观念、传承红色基因、加强组织纪律性, 把思想教育融入教学, 提升军理课程的思想价值和精神内涵, 促进大学生综合国防素质的提高, 为培养中国人民解放军后备兵源和预备役军官打下坚实的基础。

主要内容: 本课程主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信

息化装备等内容。

教学要求：课程在严格执行《普通高校学校军事理论课教学大纲》的基础上，结合我院培养高素质人才的需要，逐步构建以军事必修课为主干、以思政军理教育讲座为延伸的课程教学体系。坚持课堂教学和教师面授在军事理论课教学中的主渠道作用，在教学实践中加强学生的思想教育和优化军事理论教学方法和手段，深化课程改革，突破传统的僵化式教学模式。课程列入学校人才培养方案和教学计划，充分利用互联网平台采用无纸化考试，课程考核学期总成绩由平时成绩和考试成绩组成，考核成绩记入学生档案。

2. 专业（技能）课程

（编写说明：应准确描述各门课程的课程目标、主要内容和教学要求，增强可操作性，体现课程思政、劳动教育及国家安全教育相关要求。）

（1）专业基础课程

《市场营销学》课程

课程目标：《市场营销学》是市场营销专业的专业基础课程，本课程旨在培养思想政治坚定、德技并修、全面发展、适应商贸企业需要、具有良好的综合素质与专业素质、掌握市场营销知识和技术/技能、在工商企业或相关行业从事销售、市场调研分析、营销策划、渠道拓展、客户服务、文员等业务及管理岗位的高素质、高技术、高技能的应用型人才。

主要内容：本课程学习内容以理论认知与实践实训环节相结合，通过十个学习情境与九个专项的实训项目，主要围绕营销活动的市场环境分析，企业市场营销战略，目标市场选择，产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等展开教学，将理论与与企业工作任务结合，使学生掌握市场营销的基本理论的同时获得一定的市场调研、市场营销策划技能、产品推销技巧、公关及商务谈判技能，以适应不同营销岗位的要求。

教学要求：通过本课程的教学，使学生全面掌握市场营销学的基本理论，基本知识，基本技能和方法，通过课堂讲授与案例分析相结合，借助课程讨论，情境模拟，社会实践，市场调查，营销策划、营销实训项目实操等多种形式，培养学生的营销知识应用能力，营销决策能力和营销创新能力。在课程教学中坚持以

马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《经济学基础》课程

课程目标：本课程旨在让学生了解和掌握经济学的一些基本理论，使学生初步具备使用经济理论分析基本经济问题 and 经济现象的能力。激发学生将经济理论运用于生活实践的兴趣，更加理性地看待有关市场、生产、国民经济等问题。

主要内容：本课程主要介绍西方经济学微观部分和宏观部分，包含有均衡价格理论、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场理论、要素价格理论、国民收入决定理论、通胀理论、国民经济增长理论等。

教学要求：要求通过学习，要求学生掌握市场、消费者、生产者、要素市场的特点和规律；掌握国民收入、通货膨胀、国民经济增长等宏观经济规律基本的经济学理论知识，并用这些经济理论独立分析常见的一些经济现象。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《商品学》课程

课程目标：通过系统教学，培养学生的系统思维能力和解决管理和经济活动中涉及商品科学的实际问题的能力，包括对生产、流通和消费领域中商品运输、养护、储存、包装、检测、管理和经营的能力，正确运用全面质量管理和标准化等管理方法和运用技术经济观点分析、解决经营、管理和物流等方面实际问题的能力。

主要内容：本课程的主要内容有商品的价值与使用价值、商品学的研究内容与方法、商品的分类与编码、商品分类的原则与方法、商品质量与质量管理、商品标准与标准化、商品储运及养护方法、商品生产与环境关系、商品检测及商品

包装、假冒伪劣商品的识别与鉴定等。

教学要求：通过采用理论与实践相结合的教学方法，使学生能够掌握足够的现代商品知识，并能在实践中发掘商品的多种用途，能科学客观地介绍商品、准确评价商品质量。能了解流程领域中主要商品的组成、品种、成份及性质，学会商品质量检验的基本方法及掌握商品的包装、运输、保管与经营等跟商品相关的基本技能。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《管理学》课程

课程目标：本课程是实践性和应用性很强专业基础学科。主要是培养学生管理思维和管理技能，树立科学管理理念，按照“知识、能力、素质”并重要求，引导学生理论联系实际，与时俱进，掌握现代前沿管理思想和管理方法。

主要内容：管理和管理者概述，管理理论产生、发展过程，管理基本原理以及管理各项职能。包括计划职能展现，组织职能实施，领导职能发挥，控制职能执行和创新职能突破。

教学要求：通过学习，使学生掌握管理学基本理论知识和一般规律，用管理学思维方式去观察问题、分析问题和解决问题，帮助学生在就业过程中能够更好适应社会、适应企业，为现代化建设培养合格的实用型人才。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《经济法》课程

课程目标：学生通过学习经济法基础课程，对经济法的基本理论、基本知识有个全面的了解，能掌握我国经济法理论及其相关的法律法规，培养学生运用经

济法的原理，分析和解决实际工作中有关经济法律方面实际问题的能力，培养懂经济又懂法律的经营管理的应用型人才。。

主要内容：课程介绍了个人独资企业、合伙企业法、公司法、合同法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、产品质量法、劳动合同法等法律法规及其运用。

教学要求：教学中采取讲授、案例分析、情境模拟、项目教学等多种教学手段和方法，通过对公司法、合同法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、产品质量法、劳动合同法及经济仲裁等常见法律基本内容的学习，使学生在一定程度上掌握未来工作或独立创业中必备的一些知识，树立起自主创业意识、法律意识和风险意识。通过学习，要求学生掌握经济法基础知识及运用其解决实践中遇到的法律问题。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《商务礼仪》课程

课程目标：通过《商务礼仪》课程的学习，让学生理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，使学生掌握一定程度的商务礼仪的基本理论知识，进一步提高学生在生活中的礼仪的素养，使学生具备良好的意志品质和道德。分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法，目的是提升学生的外在素质和修养，以适应工作岗位的需求。

主要内容：课程主要介绍商务人员基本礼仪、商务交往礼仪、商务活动礼仪、宗教礼仪及商务礼俗。

教学要求：通过学习，要求学生掌握社交及日常生活礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，为今后在工作中塑造良好形象、提高服务艺术奠定坚实的基础。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生

具有良好的营销道德,树立正确价值观,为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《国际贸易理论与实务》课程

课程目标:本课程旨在让学生了解国际贸易的基本理论、方法和操作实务,培养学生能在涉外经济贸易部门、外资企业及政府机构从事实际业务、管理、调研和宣传策划工作。

主要内容:课程内容包括国际贸易理论和实务两部分。要求学生系统地掌握马克思主义经济学基本原理和国际经济、国际贸易的基本理论,掌握国际贸易的基本知识与基本技能,了解当代国际经济贸易的发展现状,熟悉通行的国际贸易规则和惯例,以及中国对外贸易的政策法规,了解主要国家与地区的社会经济情况。

教学要求:通过本课程的学习,要求掌握国际贸易理论的发展过程及主要观点,掌握国际贸易内在规律;掌握各国的国际贸易政策目标,以及实现目标的一系列手段,掌握影响进口和出口的一系列措施;了解全球性国际贸易组织和区域性组织的基本情况;掌握国际贸易实务中各个环节的流程、常见问题和解决办法;具有一定的运用国际贸易理论分析国际贸易实际问题 and 解决问题的能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导,加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人,将思政教育融入课程中,要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策,引导学生深入社会实践、关注现实问题,培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养,培养学生具有良好的营销道德,树立正确价值观,为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《电子商务概论》课程

课程目标:本课程要求学生掌握电子商务方面的理论知识、为从事电子商务相关的活动进行知识储备和技能培养。通过学习,要求学生掌握基本的电子商务基本理论知识的同时,能够熟练操作电子商务的基本业务,能够熟练进行的网络营销推广活动。

主要内容:本课程主要培养学生具备电子商务方面的理论知识、熟练地进行电子商务相关的电脑操作。主要讲授电子商务概述、电子商务的模式、电子商务安全、电子商务物流、电子商务支付、电子商务法律、物联网、移动电子商务、网络营销等知识点,并进行相关的实践操作培训。

教学要求：通过本课程的教学，在介绍电子商务相关理论知识的基础上，不仅要求学生在电子商务理论上具有扎实的功底，还要引导学生进行网络营销、移动电商等方面的相关电脑操作，把握移动电子商务的大趋势，培养从事移动电子商务的能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

（2）专业核心课程

《消费心理学》课程

课程目标：通过该课程的学习，较好地掌握消费者心理及其变化发展规律，更好地掌握市场营销、大众传播、公共关系等后续学科的规律。

主要内容：包括消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，影响消费者行为的心理因素，消费者购买过程的心理活动，社会环境对消费心理的影响，消费者群体的消费心理与消费行为，消费态势与消费心理，商品因素与消费心理，营销沟通与消费心理等。

教学要求：通过对营销心理学基本原理的分析，提高对消费者判断、分析能力，提高作为营销者在营销活动中的决策、组织能力，提高自身综合素质适应市场经济打下一个良好的基础。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《销售管理》课程

课程目标：通过本课程学习，在专业知识上，达到能围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉

的处理等工作任务的学习的目标。在专业能力上，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的实践能力。在专业素质上，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守，自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。

主要内容：课程内容包括销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等销售管理者的工作实务。

教学要求：课程教学以建构主义学习理论、多元智能理论和情境学习理论等教育理论作为实施课程设计的理论基础；遵循高等职业教育教学规律，以学生为主体，注重培养学生职业能力发展的可持续性；以项目为载体，以工作任务与职业能力分析为依据，负载销售经理岗位对应的知识、能力和素质目标，承接多元化社会对人才的需求，实现课程培养目标。通过学习，要求学生掌握销售管理的基本技能，达到课程目标。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《市场调查与分析》课程

课程目标：本课程旨在让学生掌握市场调查与分析的方法与技能，使学生能通过调查的数据得出结论并提出可行性的建议，提高学生分析问题的能力，培养能胜任市场调查与预测工作的应用人才。

主要内容：让学生了解市场调查的理论知识，掌握市场调查与分析的基本过程，主要介绍市场调查方案策划、资料收集的方法与技巧、市场调查方法、数据处理与分析、市场预测方法以及市场调查分析报告的撰写等内容。

教学要求：要求学生理解和掌握基本概念、基本原理，要求学生能灵活运用市场调查与分析方法对市场进行系统全面分析。通过该课程的学习，使学生能够掌握市场调查与分析的基本知识和有一定的市场分析能力，能撰写简单的市场调查与预测分析报告。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色

哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《推销实务》课程

课程目标：《推销实务》是市场营销专业的专业核心课程。本课程旨在讲授推销实务的基本概念与原理，培养学生商品推销的基本技能，使学生具备从事商品销售所必需的推销基础知识，初步形成实际推销能力，并具备良好的职业道德素养和立业创业的本领。

主要内容：本课程主要介绍推销的基本过程包括推销准备、寻找顾客、约见顾客、接近顾客、推销洽谈、处理异议、推销成交、推销管理等内容。通过学习，使学生明确推销在市场营销业务中的地位与作用，掌握推销有关活动过程的基本技能，能够熟练地进行推销员相关岗位操作与管理。

教学要求：以培养市场需要的高级技能人才为导向，以“学习情境+案例分析+项目化训练”为主要教学模式，使学生了解与掌握推销的基本理论和技巧，初步具备运用推销实务技巧与方法，解决企业营销实际问题的专业能力；提高学生获取、收集资料、学习新技术、获取新知识的学习能力；通过项目化实训任务的完成，提高学生的协作能力，沟通能力，工作能力和团队精神。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《市场营销策划》课程

课程目标：通过课堂理论学习、模拟、仿真及营销策划技能训练和社会实习实践活动，使学生熟练掌握岗位技能和市场营销策划的基本内容、方法、工具，树立营销观念、服务意识和团队协作精神，培养良好的职业道德和职业理想，具备各行业高技能人才可持续发展的基本潜质。

主要内容：了解营销策划相关理论基础，了解市场调研流程、内容及方法，了解营销战略及战术策划。掌握调研报告及营销策划书的撰写，了解营销策划方案的实施过程，了解营销策划方案实施过程的控制等。

教学要求：通过结合具体营销策划项目的实施，使学生能够根据企业实际情况，拟定调研方案，进行市场细分与目标市场选择策划、能够识别企业竞争对手，进行一系列竞争策划、战略策划、能进行企业形象策划、产品策划、品牌策划、新产品开发策划、广告策划、销售渠道策划等相关策划活动。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《网络营销》课程

课程目标：课程目标为培养学生的学习能力、应用能力、综合能力。培养学生的自我管理、自我约束能力，集体讨论及团队合作能力。在网络营销理论知识讲解的基础上结合实践应用，力求完整地介绍网络营销的基本概念、知识体系及具体应用方法，培养学生对网络营销现状及发展趋势进行分析的能力。此外，通过典型网络营销案例的剖析加深学生对企业经营活动的了解，熟悉企业利用互联网开展的多种网络营销相关经济活动，同时借助集体讨论形式提高学生的团队合作能力。

主要内容：课程内容包括网络营销定位、营销型网站建设、网络推广、运营服务、网络营销管理、网络营销工具及其应用等。

教学要求：要求学生掌握基本的网络营销方法，掌握网络调研涉及的方式与方法，熟悉网络营销市场及网络用户，能撰写商情报告。掌握网络营销一般流程，了解网络营销策略及规划，培养学生设计和完善营销策略的创新思维。掌握各种网络营销推广方法运用网络营销工具，具备网络销售的能力，进行网络促销方式的选择及促销活动的策划能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，

引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《品牌管理》课程

课程目标：课程旨在培养学生将来从事品牌管理、品牌传播方向、品牌策划、品牌设计等方向工作的基础。通过品牌策划与管理的学习，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：该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，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。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。具有很强的职业岗位针对性，操作性很强，是一门高职教学特色鲜明的专业课程。

教学要求：要求学生通过课程学习，掌握品牌管理理论知识和技能，并运用于品牌管理实践中。在教学实践中，要求课堂讲授与案例分析相结合，借助课堂讨论、社会实践、市场调查、品牌策划等多种形式，培养学生的知识应用能力和决策能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《商品采购管理》课程

课程目标：通过工学结合、校企合作的任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与采购业务与管理的基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队精神，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学、边学边做、做中学、学中做，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理的理论和实

践能力的、具有可持续发展能力的高素质专门人才。

主要内容：了解采购管理的基础知识、组织结构的设计、采购计划与预算流程的编制、供应商的选择与管理、采购成本控制、谈判与合同管理、招标投标管理，了解电子商务采购及采购过程控制与绩效评估等。

教学要求：课程在严格执行《采购管理实务》的基础上，结合我院培养高素质技能人才的要求，根据采购工作岗位的实际要求，采用项目驱动的教学方式，使学生能够掌握基本的采购业务流程，具有良好的职业道德及善于沟通与合作的团队意识，并能运用采购管理理论及方法指导采购实践。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

（3）专业拓展课程

《会计基础》课程

课程目标：课程是培养学生能从事会计基础岗位账务处理的应用型人才。

主要内容：课程的主要内容包括会计基础知识、会计要素与会计科目、复式记账、主要经济业务会计处理、会计凭证、会计账簿、财产清查、财务会计报告等。

教学要求：通过学习要求学生掌握基本的记账、算账、报账技能。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《财务管理》课程

课程目标：课程培养学生的财务管理意识和基本素质，为学生进一步学习各门专业课程奠定基础。

主要内容：课程内容包括财务管理的价值观念，筹资管理，营运资金管理，项目投资管理，证券投资管理，收入和利润管理，财务预算与控制，财务分析等。

教学要求：要求学生掌握财务管理基本理论、基本知识和基本技能。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《统计学原理》课程

课程目标：本课程旨在让学生掌握统计调查的方法与技能，掌握统计分析基本方法，使学生能分析统计调查的数据得出结论，提高学生分析问题的能力，培养能胜任统计工作的应用人才。

主要内容：让学生了解统计学的理论知识，掌握统计工作的基本过程，主要介绍统计的基本概念、统计调查方案的设计、统计资料的调查方法与技巧、统计整理、常见统计分析方法等内容。

教学要求：要求学生理解和掌握统计基本概念、统计工作过程，使学生能灵活运用统计调查收集统计数据，能运用统计分析方法对统计数据进行系统全面分析。通过该课程的学习，使学生能够掌握统计基本知识和有一定的统计分析能力，能撰写简单的统计分析报告。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《商务数据分析与应用》课程

课程目标：课程旨在培养学生在商务数据分析与应用方面的能力。

主要内容：商务数据分析原理—概述、典型分析任务、常用分析模型、常用分析方法；商务数据分析工具—数据存储查询、数据分析、数据可视化；商务数据分析应用—行业分析、客户分析、产品分析、运营分析等。

教学要求：要求学生能够用所学内容解决专业所涉及业务的相关问题。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《商务谈判》课程

课程目标：课程旨在培养学生人与人之间的沟通能力，及业务商谈能力，使学生对谈判原则与模式、谈判伦理、谈判心理、谈判思维有明确认识；对商务谈判准备、开局策略、对付压力技巧、价格谈判技巧、签约理论与技能掌握；掌握商务谈判礼仪、礼节、风格理论，能够应用谈判技巧。

课程内容：包括商务谈判基础理论（谈判概述；商务谈判概述；谈判人概述；商务谈判思维；商务谈判语言；商务谈判信息）与商务谈判基本程序（商务谈判准备；商务谈判开局；商务谈判磋商；商务谈判结束）

课程要求：了解商务谈判的涵义；掌握商务谈判的基本程序；掌握商务谈判的方法、技巧和策略；能进行谈判信息的收集、整理、分析；能根据谈判情况使用商务谈判技巧；能灵活运用商务谈判策略。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《国际金融》课程

课程目标：本课程要求学生掌握国际金融的基本概念与原理，熟悉国际金融现状和发展趋势，掌握金融交易的基本操作方法和金融风险及其管理。

主要内容：本课程内容包括国际收支、国际收支调节理论、国际储备、外汇与汇率、外汇交易、国际金融市场、国际货币体系、国际金融组织等。

教学要求：本课程教学以课堂授课为主，并适当安排课堂讨论和案例分析，启发学生独立思考，提高分析和解决问题的能力。在课程教学中坚持以马克思主

义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《分销渠道管理》课程

课程目标：本课程旨在培养能从事销售渠道运营与管理工作的应用人才。通过本课程学习，在专业知识上，达到能围绕渠道经理的中心工作完成分销渠道设计、渠道成员选择、渠道成员激励、解决渠道冲突、渠道控制维护等工作任务的学习的目标。在专业能力上，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的实践能力。在专业素质上，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守，自主学习、主动学习的良好品格，具备从事渠道管理工作的综合素质和能力。

主要内容：课程介绍了分销渠道的设计、渠道成员的选择、分销渠道的激励、渠道冲突的解决、渠道控制与维护等。

教学要求：课程采取讲授法、项目教学法、案例教学法、讨论法等多种教学法进行教学，注重教学互动，注重引导学生对问题的分析和思考。通过学习，要求学生掌握分销渠道管理的基本技能，达到课程目标。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《物流管理基础》课程

课程目标：本课程旨在结合当前物流市场的人才需要和高等院校创新型应用人才培养的特点，着眼于“应用型”教育，培养学生的物流管理基础知识和能力。

主要内容：从企业物流系统的角度出发，介绍了企业在生产经营过程中的采购与供应物流、仓储管理、库存控制、生产物流、销售物流、回收与废弃物物流、企业物流管理组织等内容。

教学要求：通过学习，学生能够清晰地把握企业物流管理的各项内容，并能用于实践工作。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《客户关系管理》课程

课程目标：客户关系管理作为企业日常营销活动中的重要内容之一，是现代管理科学与信息技术结合的产物。该课程旨在使学生系统地掌握企业客户资源管理理论，理解互联网时代客户关系管理的基本运作模式，通过系统讲授掌握客户关系管理的一般流程、方法及应用技术，树立“客户资源是最宝贵财富”的管理思想，具备一定的 CRM 战略制定、CRM 开发及 CRM 项目管理控制的能力。

主要内容：客户关系概念、客户细分、客户价值、客户终身价值、客户满意、客户忠诚、客户投诉处理、呼叫中心、客户数据管理等。

教学要求：要求学生掌握基本的客户关系管理理念，掌握客户价值、客户满意及忠诚的概念与实现方法，熟悉企业进行客户关系管理的一般流程，了解客户运营数据分析和进行客户维护的策略方法。具备良好的客户关系管理能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《运营管理》课程

课程目标：课程培养学生解决企业经营过程中营销运营管理方面的问题的能力。

主要内容：主要内容包括市场分析、沟通理论、促销活动、价格运作、分销渠道运作、营销关系管理等知识。

教学要求：要求学生应用基本的运营管理方法解决一些实际运营管理问

题，把握运营管理的整体内容及其与营销、财务、人力资源的关系。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《连锁经营与管理》课程

课程目标：培养学生综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力，通过实践使学生对讲授的连锁经营管理的基本理论有更深刻的理解，提升学生的实践操作能力。为学生进入社会、参与管理工作打下良好基础，并了解连锁警用最前沿的发展变化。通过参与实体连锁经营企业的管理活动，培养学生的人际协调与合作能力，使学生综合素质得到全面提升。

课程内容：主要介绍连锁企业的经营战略、营销策略、开店策略、店铺设计与布局、商品管理、物流管理、内部管理等内容。

课程要求：经过本课程的学习学生能够完成连锁门店店长（包括副店长、柜长、组长）的综合管理能力、连锁门店日常管理（包括进货、出货、送货、安全、防火、防盗、商品陈列）的能力、连锁门店商品销售（含店内坐销和店外行销）的能力、连锁门店商品采购（含连锁门店之间的调货、调拨）的能力、连锁门店物流管理及仓储配送的能力、连锁门店信息管理（含理财、收银、对账、盘点、报表分析）的能力、连锁门店扩张、选址的能力。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《零售学》课程

课程目标：课程是培养学生在零售企业基层的现场运营、组织、协调能力。

主要内容：课程涵盖了零售概论、零售战略与组织、零售业务管理三大模块。

教学要求：要求学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态，掌握最新

的零售理论、商场管理基本知识。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

（4）综合能力课程

《市场营销综合实训》课程

课程目标：课程旨在训练学生通过市场调查获得的信息，使用市场分析模型分析市场情况，并根据分析结果做出恰当营销策略的能力。

课程内容：包括《因纳特市场营销模拟平台》、《SimMarketing 营销实验室》及《中教畅享市场营销综合实训与竞赛系统》三个模拟平台，分别让学生根据 4Ps 理论从销售管理、战略管理、渠道管理三个方面模拟企业经营进行竞争，根据市场变化制定并实施相应的营销策略。

课程要求：学生掌握市场分析模型的基本运用能力，通过模拟操作对本专业所学全部专业课程知识有一个系统化的认识及进行简单地运用，强化市场营销职业技能进行，掌握专业核心能力、关键能力与综合素质。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《ERP 沙盘实训》课程

课程目标：旨在帮助学生理解企业经营管理的理论知识，使学生拓展知识体系，在战略管理、营销管理、生产管理、财务管理、人力资源管理等方面得到提高，培养学生的管理能力及团队协作能力以及利用 ERP 解决企业的实际问题的能力。

课程内容：包括市场需求分析、物料采购计划、仓储管理、往来业务管理、

生产过程管理、项目管理、设备管理、人力资源管理、运输管理、质量管理、销售管理等。

课程要求：能根据不同行业企业的特点，进行企业信息化调研，并进行面对面的交流、沟通。能搜集企业内部静态与动态资料，运用企业信息化的实施方法，撰写出企业业务流程图、企业静态数据表、企业动态数据表、企业基础资料表等文档。能根据企业各部门的调研报告，分析企业管理现状。能熟练操作 ERP 系统物流（采购、销售、库存）、生产、财务、计划等主要功能模块。能完成 ERP 系统中物流、财务等分模块实施工作。能根据企业信息化实施方法，解决企业存在的实际问题。根据企业的整体运营状况，得到期末的各项数据报表。在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。贯彻立德树人，将思政教育融入课程中，要帮助学生了解营销领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，培养学生具有良好的营销道德，树立正确价值观，为中国本土营销理论实践发展作出贡献。

《市场营销专业岗位实习》课程

课程目标：岗位实习的任务目的在于开阔学生的视野，使学生将所学知识及技能应用于岗位实践，熟悉自己将要从事的行业运行情况，较全面地获得本专业生产实际中最常用的技术知识、管理知识和实际操作技能；提高学生的职业素质和独立工作能力，激励学生的敬业、创业精神，为就业做好心理准备，为毕业后走向工作岗位打下扎实的基础。在教学过程中，注重挖掘思政教育的素质，并将其与专业课内容结合起来，引导学生正确对待学习，对待职业，对待社会和人生。

主要内容：第一、实习单位文化了解，使学生熟悉进驻单位在组织及整体运作模式；第二、职业素养学习培养同学们具有良好的职业素质和团队精神；第三、职业技能实习，市场营销专业岗位实习，是为了建立平台，帮助学生将所学的理论知识融入生产实践当中，提升技能增强学生的社会适应能力，提高学生的就业竞争力，培养适应社会主义市场经济发展、能快速跟踪市场营销专业新动向和新技术的高素质、高技能应用性专门人才。

教学要求：校企双方共同对学生的岗位实习过程进行指导，双方共同完成对学生岗位实习的考核评价工作。学生成绩原则上按以下方案评定。实践成绩=（校

外指导教师考核（周记）成绩的平均值×60%+校内指导教师考核（周记）成绩的平均值×40%）×实践时间（完成周记比例）[超额完成按100%计算]。岗位实习成绩=实践成绩×70%+报告成绩×30%

七、教学活动周数分配

具体安排见表3。

表3 教学活动周数分配表

学年	学期	入学教育、军事技能训练	课堂教学	复习考试	岗位实习、毕业论文(设计)、毕业教育	机动周	学期合计	学年合计
一	1	3	14	2		1	20	40
	2		18	2			20	
二	3		18	2			20	40
	4		18	2			20	
三	5		18	2			20	40
	6				20		20	
合计		3	86	10	20	1		120

八、教学进程总体安排

（一）课程计划

本专业总学时为2590学时，总学分为135学分，实践性教学学时占总学时50%以上。其中，公共基础课程学时为752学时，占总学时29%，41学分；专业（技能）课程学时为1838学时，占总学时的71%，94学分。选修课教学学时数为382学时，占总学时的15%，22学分。具体安排见表4。

表4 各类课程学时、学分分配表

课程类别		学时	占总学时比例(%)	学分	占总学分比例(%)	相关标准要求
公共基础课程		752	29%	41	30%	学时不少于总学时的1/4
专业（技能）课程		1838	71%	94	70%	
合计		2590	100%	135	100%	
其中	必修课	2208	85%	113	15%	
	选修课	382	15%	22	16%	学时不少于总

						学时的 10%
实践性教学学时		1501				学时占总学时 50%以上
实践性教学占总学时比 (%)		58%				

(二) 教学进程安排

具体见表 5

表 5 教学进程安排表

课程类别、性质	序号	课程编码	课程名称	学分	学时	学时分配		课程安排及周学时数						备注			
						理论教学	实践教学	第一学年		第二学年		第三学年					
								第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期				
								16周	18周	18周	18周	18周	20周				
								周学时数 / 学期时数									
公共基础课程 必修课	1	99000742B	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	32	4			2▲							
	2	99000752B	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	48	6				3▲						
	3	99000682A	思想道德与法治(1)	3	20	20	0	2									
	4	99000692B	思想道德与法治(2)		34	30	4		2								
	5	99000032A	形势与政策(1)	1	8	8	0	(8)									
	6	99000612A	形势与政策(2)		8	8	0		(8)								
	7	99000622C	形势与政策(3)		8	0	8			(8)							
	8	99000062A	形势与政策(4)		8	8	0				(8)						
	9	99000072A	形势与政策(5)		8	8	0					(8)					
	10	99000082B	大学英语(1)	3	56	30	26	3▲									
	11	99000092B	大学英语(2)	4	72	46	26		4▲								
	12	99000122B	体育(1)	2	36	4	32	2▲									
	13	99000132B	体育(2)	2	36	4	32		2▲								
	14	99000142B	体育(3)	2	36	4	32			2▲							
	15	99000542B	信息技术	3	48	24	24		3▲								
	16	99000592B	劳动教育	2	32	4	28		2								
	17	99000602A	国家安全教育	1	16	16	0	(16)									
	18	99000582B	艺术鉴赏	2	32	16	16				2						
	19	99000172B	创新创业教育与职业规划(1)	2	12	6	6	(12)									
	20	99000182B	创新创业教育与职业规划(2)		12	6	6			(12)							
	21	99000192B	创新创业教育与职业规划(3)		12	6	6				(12)						
	22	99000572B	应用写作	2	32	28	4		2								
	23	99000702B	大学生心理健康教育(1)	2	16	8	8	(16)									
	24	99000712B	大学生心理健康教育(2)		16	8	8		(16)								
	25	99000212C	军事技能训练	2	56	0	56	(56)									

		26	99000202A	军事理论课	1	12	12		(12)							
		小计			39	716	384	332	7	15	4	5	0	0		
	选修课	1		全院性公共选修课(说明: 第2~5学期开设)	2	36	18	18								
		小计			2	36	18	18								
		公共基础课程合计			41	752	402	350	7	15	4	5	0	0		
专业(技能)课程	专业基础课程	1	03020340B	市场营销学	4	72	36	36		4▲						专业群共享课“1+X”证书、线上线下混合教学课程
		2	03020030B	经济学基础	4	64	40	24	4▲							专业群共享课
		3	03020040B	商品学	3	54	27	27		3						
		4	03020350B	管理学	4	72	54	18		4▲						专业群共享课
		5	03020360B	经济法	3	54	27	27				3				
		6	03020110B	商务礼仪	3	48	24	24	3							
		7	03020150B	国际贸易理论与实务	3	54	27	27				3				线上线下混合教学课程
		8	03020170B	电子商务概论	4	72	36	36					4			专业群共享课、“1+X”证书、线上线下混合教学课程
			小计			28	490	271	219	7	11	3	7			
			合计			28	490	271	219	7	11	3	7			
专业核心课程	必修	1	03020060B	消费心理学	3	54	27	27				3				
		2	03020080B	销售管理	4	72	36	36			4▲				线上线下混合教学课程	
		3	03020100B	市场调查与分析	4	72	36	36				4▲				
		4	03020120B	推销实务	4	72	36	36				4▲				

享课)	5	03020130B	市场营销策划	4	72	36	36					4▲		
	6	03020140B	网络营销	4	72	18	54			4				“1+X”证书、线上线下混合教学课程
	7	03020160B	品牌管理	3	54	27	27					3		
	8	03020010B	商品采购管理	3	54	27	27			3▲				线上线下混合教学课程
	小计				29	522	243	279	0	0	11	11	7	
合计				29	522	243	279	0	0	11	11	7		
专业拓展课程	限选课	模块一 (4选2)	03020181B	会计基础	4	64	32	32	4▲					最低应选修8学分
			03020191B	财务管理	4	64	32	32	4▲					线上
			03020201B	统计学原理	4	72	36	36			4▲			线下
			03020211B	商务数据分析与应用	4	72	36	36			4▲			混合教学课程
	模块二 (6选3)	03020221B	商务谈判	3	48	24	24	3						最低应选修9学分
		03020231B	国际金融	3	48	24	24	3						线上
		03020241B	分销渠道管理	3	54	27	27					3		线下
		03020251B	物流管理基础	3	54	27	27					3		混合教学课程
		03020261B	客户关系管理	3	54	27	27					3▲		
	任选课	1	03020281B	连锁经营与管理	3	54	27	27					3	最低应选修3学分
		2	03020291B	零售学	3	54	27	27					3	“1+X”证书、线上线下混合教学课程
	小计	可选修课程学分(说明:设置的可选课程学分应达到最低要求选修课程学分的1.3倍以上)			40	692	346	346	7		4		9	
		最低要求选修学分			20	346	173	173	7		4		9	
合计			20	346	173	173	7		4		9			
综合能力课程	必修课程	1	03020300C	市场营销综合实训(1)	1	36	0	36			2			学校“1+X”证书
		2	03020310C	市场营销综合实训(2)	2	54	0	54				3		学校“1+X”证书

	3	03020320C	ERP 沙盘实训	2	54	0	54					3		
	4	03020330C	岗位实习	12	336	0	336						(336)	含毕业教育、毕业论文
	小计			17	480	0	480			2	3	3		
	合计			17	480	0	480			2	3	3		
	专业（技能）课程合计			94	1838	687	1151	21	26	24	25	19		
总学时				135	2590	1089	1501	456	491	457	484	350	336	第 2~5 学期开设全院性公共选修课 18 学时
最低应修满学分				135	2590	1089	1501	21	26	24	28	19		

说明： 1. 每学期考试科目均用“▲”在备注栏标注，没标注的为该学期考查科目；
2. 《健康教育》安排在新生入学教育期间以专题形式开展，不占用总学时。

九、实施保障

（一）师资队伍

本专业拥有一支专业理论水平较高和专业实践能力较强的专业教学团队。专业专任老师在岗人数 18 人，职称结构方面：副高 8 人，讲师 10 人；学历结构方面：博士 1 人，硕士 8 人，本科 9 人；具有“双师型”教师 16 人，占 88%。同时，还聘请具有丰富实践经验的企业人员兼职实践教学指导。

（二）教学设施

对教室，校内、校外实习实训基地等提出有关要求。

1. 教室要求

多媒体教室

2. 实训要求

A. 校内实训室

序号	实训室名称	实训项目	设备配置	
			主要设备名称	数量
1	营销综合实训室	市场营销综合实训课程实训	南京世格 simmarketing 营销实验室	1
			市场营销技能实训系统	1
			因纳特市场营销模拟平台	1
			因纳特客户关系管理平台	1

2	ERP 实训室	ERP 课程实训	ERP 实训设备	1 套
3	商贸综合实训室	新零售实训、新媒体实训、直播实训等	直播设备	2 套
			新零售门店设备	1 套

B. 校外实训基地

企业类型	数量	功能	可接纳学生人数/年	备注
企事业单位	4	见习	120	
		访学	120	
		岗位实习	40	

注：“企业类型”表示什么样的企业，例如：技术服务公司、设备供应商、经销商、企事业单位、制造类企业、设计类企业等。

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

资源类型	有关要求
教材选用	严格审查教材选用，禁止不合格的教材进入课堂。原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，优先选用近三年出版的职业教育国家、省级规划教材和精品教材，根据专业建设开发编写校本特色教材和实践指导书。
图书文献配备	专业教学资源较丰富，主干课程有自编教材、习题集、课程实训手册，能满足教学需要
数字资源配备	配置与课程配套的相关数字化教学资源： 1. 专业课程资源（含电子课件、在线课程、微课等）：校级在线精品课程《市场营销》、《网络营销》《国际贸易理论与实务》已在超星学习通等平台开通 2. 数字电子资源（包括期刊、电子资源、外刊等，学习网址）：图书馆数字电子资源丰富，能满足教学需要。

（四）教学方法

除传统的讲授法外，根据每门课程内容的实际，分别选择采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体化教学、仿真虚拟教学模式，打造优质课堂。校内实训与校外实习相结合。

（五）学习评价

本专业每门课程针对学生学习效果设计多样化评价体系，构建多元参与、过程评价与终结考核相结合的课程教学评价体系，合理评价学生掌握知识、技能、素质能力。采用过程性考核和结果性考核相结合的评价方法。

（六）质量管理

1. 建立课堂教学质量保证体系。在教师自评、学生评价、同行评价、督导评

价体系的基础上，“四位一体”与分类评价相结合、“多方”系统与精细评教相结合，监控目标与自我改进相结合，通过学生座谈会、教学检查、教师听评课活动、教学督导、教研活动、课堂教学质量评估等多种方式，帮助教师主动剖析自身差距和共同探讨课堂教学并共享经验，促进教师持续改进、不断提升专业教学能力，提高教学效果与学生学习成效。

2. 建立人才培养目标—标准—课程体系诊改机制。建立校行企多方参与的专业人才培养方案动态调整机制，每年定期组织专业人才培养方案修订，紧跟服务产业发展趋势和批发零售行业人才需求，以国家标准引领、体现产教融合培养特色为目标，完善专业课程标准、岗位实习标准、专业实训条件建设标准，促进专业与产业需求对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。

3. 健全学生知识、能力和素质达成的多元化考核评价体系。严格落实培养目标和培养规格要求，设计多元参与、过程性评价与终结性考核相结合的考核评价体系，加大过程考核、实践技能考核；利用岗位实习管理平台对学生实习进行全过程跟踪，强化实习过程管理与考核评价；实施“学历证书与1+x职业技能等级证书”制度试点，将专业课程考试与数字营销、连锁特许经营管理等职业技能等级考核同步考试（评价），促进书证融通，合理评价学生掌握知识、技能、素质能力。

4. 建立毕业生跟踪调查机制。

5. 构建“1410+N”的育人工作体系，即坚持一个中心（以立德树人为中心），深化“四大工程”（思政课程“铸魂”工程、课程思政“春雨”工程、红色文化“传播”工程、潮侨文化“传承”工程建设），开展“十大育人”（课程、科研、实践、文化、网络、心理、管理、服务、资助、组织）行动，培育一个示范学院、育人精品项目，形成“三全育人”品牌矩阵。

十、毕业要求

（一）基本素质要求

德、智、体、美、劳全面发展，思想品德及操行考核合格；体质健康测试达标。

（二）学分要求

实行学分制，实施学分制改革选课制，学生在最长学习年限内获得的总学分达到人才培养方案中规定的毕业最低总学分要求且必修课全部合格。

最低应修满 135 学分，其中公共基础必修课程应修满 39 学分，专业（技能）必修课程应修满 74 学分，选修课程应修满 22 学分。

学分置换按《汕头职业技术学院学分制管理办法（试行）》、《汕头职业技术学院学分互换认定管理办法》有关规定执行，其中专业核心课程不得免修和学分置换。

（三）等级证书要求

具体见表 6、7。

表 6：职业技能等级证书（含职业资格证书）

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	获证要求	备注
1	1+X 数字营销技术应用证书	中级	中教畅享（北京）科技有限公司	建议考取	1+x 证书
2	1+X 网店运营技术应用证书	中级	北京鸿科经纬科技有限公司	建议考取	1+x 证书
3	1+X 连锁特许经营管理技术应用证书	中级	深圳市逸马科技有限公司	建议考取	1+x 证书

表 7：基本技能证书（说明：主要指英语等级考试、计算机等级考试等证书）

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	获证要求	备注
1	高等学校英语应用能力考试	B 级	教育厅	建议考取	
2	高等学校计算机应用能力考试	一级	教育厅	建议考取	

十一、附录

（一）教学进程安排表

