湖南科技职业学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

市场营销专业
人才培养方案

专 业 名 称	市场营销
专 业 代 码	530605
二 级 学 院	商学院
专业带头人	张婷
适 用 年 级	2026 级
制（修）订时间	2026 年 6 月

湖南科技职业学院教务处　编制

2026 年 4 月

编制说明

本专业人才培养方案依据《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）等文件精神，贯彻市场营销专业简介、教学标准、实训条件建设标准等标准、结合轻工商贸行业群行业和区域产业对人才的需求制订。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，依据数字经济背景下行业发展趋势和企业人才需求，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，规范人才培养过程，加快培养复合型技术技能人才。

近年来，由于本专业“社交媒体营销”“大数据分析和智能化营销”“数字化营销”等“新技术、新工艺、新材料、新设备”出现，及“AI智能营销工具”、“绿色营销”等绿色化改造的需要，为了促进专业升级和数字化转型、绿色化改造，特此修订本专业人才培养方案。

本方案主要由专业名称（专业代码）、入学要求、基本修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附录等内容组成。适用于三年制全日制高职市场营销专业，由湖南科技职业学院市场营销专业教学团队与湖南茶悦文化产业发展集团有限公司、长沙盒马网络科技有限公司、常德美家大师装饰设计工程有限公司、湖南益睿新能源汽车销售有限公司、张家界大峡谷旅游开发有限公司等企业经规划与设计、调研与分析、起草与审定、发布与更新等程序，将在2026级市场营销专业实施。

主要编制人：

姓名	单位	身份	职称
张婷	湖南科技职业学院	教务办主任	副教授
罗莉	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
童婷婷	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
崔旖旎	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
彭芳妮	湖南科技职业学院	骨干教师	助教
杨旻	张家界大峡谷旅游开发有限公司	营销总监	副教授
李博浩	湖南茶悦文化产业发展集团有限公司	人力资源主管	
罗孝源	长沙盒马网络科技有限公司	人力资源主管	
刘慧娟	湖南狮美家居用品有限责任公司	总经理	
柏林	湖南益睿新能源汽车销售有限公司	总经理	

目　录

一、专业名称（专业代码）.....1
二、入学要求.....1
三、基本修业年限.....1
四、职业面向.....1
（一）职业面向.....1
（二）职业发展路径.....1
（三）典型工作任务与职业能力分析.....2
五、培养目标与培养规格.....3
（一）培养目标.....3
（二）培养规格.....4
六、课程设置及要求.....5
（一）课程体系.....5
（二）课程设置.....8
（三）课程描述.....9
七、教学进程总体安排.....44
（一）教学进程安排.....44
（二）教学时数分类统计.....50
八、实施保障.....50
（一）师资队伍.....50
（二） 教学设施.....52
（三）教学资源.....54
（四）教学方法.....56
（五）学习评价.....57
（六）质量管理.....57
九、毕业要求.....58
十、附录.....59
（一）学分认定、积累与转换.....59
（二）公共基础任选课一览表.....59
（三）专业人才培养方案论证表.....59
（四）专业人才培养方案制（修）订审批表.....59

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

市场营销（530605）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

（一）职业面向

本专业职业面向如表1所示。

表1　职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位（群）或技术领域	职业类证书举例
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）、互联网和相关服务（I64）	市场营销专业人（2-06-07-02）；互联网营销师（4-01-06-02）；客户服务管理员（4-07-02-03）；品牌管理专业人员（2-06-07-04）	市场调研专员； 营销策划专员； 新媒体运营专员； 品牌推广专员； 直播销售员； 销售代表； 客户服务专员； 社群运营专员	互联网营销师(四级)； 营销员（四级)； 电子商务师（四级)；

（二）职业发展路径

根据专业主要职业面向，结合职业岗位调研分析，学生毕业后初始岗位主要包括市场调研专员、营销策划专员、新媒体运营专员、品牌推广专员、直播销售员、销售代表、客户服务专员和社群运营专员等，发展岗位包括市场主管、新媒体运营主管、销售经理、客户运营经理等，迁移岗位包括连锁门店运营主管等。本专业毕业生职业发展路径如表2所示。

表2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	市场调研专员、营销策划师、新媒体运营专员、品牌策划专员、直播销售员、销售代表、客户服务专员	（1）具有数据分析与信息整合能力，能够通过市场数据挖掘潜在需求并输出专业调研报告； （2）具有创意策划与资源整合能力，能够独立制定并执行完整的营销推广方案； （3）具有平台运营与内容创作能力，能够策划并发布吸引流量、提升用户活跃度的新媒体内容； （4）具有品牌定位与传播规划能力，能够塑造品牌形象并制定系统性品牌推广策略； （5）具有场景化销售与互动控场能力，能够在直播过程中高效介绍产品并促成交易转化；

		（6）具有客户沟通与需求转化能力，能够精准把握客户痛点并完成销售目标； （7）具有沟通协调与问题解决能力，能够及时处理客户咨询与投诉并维护良好客户关系。
发展岗位	市场主管、新媒体运营主管、销售经理、客户运营经理	（1）具有市场战略规划与资源整合能力，能够统筹制定企业营销方案并推动落地执行； （2）具有新媒体全平台运营与用户增长能力，能够策划并实施高流量、高转化的新媒体营销活动； （3）具有销售团队管理与业绩目标达成能力，能够制定销售策略并带领团队超额完成销售任务； （4）具有客户全生命周期管理与深度运营能力，能够构建并优化客户关系体系，提升客户复购与忠诚度。
迁移岗位	连锁门店运营主管、私域社群运营主管、商务渠道拓展主管	（1）具备门店销售目标拆解，现场运营管理能力，能够商品陈列与库存管理，保障门店标准化运营。 （2）具备终端促销活动策划、落地执行与复盘能力； （3）具备基层人员管理、服务督导、现场问题处置能力； （4）具备私域用户引流、社群搭建与日常运维能力； （5）负责线下商户、合作渠道、分销渠道的开发与拓展； （6）具备客户维护、异议处理、消费场景营销能力。

（三）典型工作任务与职业能力分析

市场调研专员、营销策划师、新媒体运营专员、品牌策划专员、销售代表、直播销售员、客户服务专员是本专业职业面向的主要岗位，也是学生毕业从事的初始岗位，其典型工作任务与职业能力分析如表 3 所示。

表 3　典型工作任务与职业能力分析

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
市场调研专员	（1）设计市场调研方案，确定调研目标、对象与方法； （2）通过问卷、访谈、大数据工具等收集市场数据； （3）整理分析行业动态、消费者需求及竞品信息； （4）撰写调研报告，提炼关键结论并提出建议。	（1）能设计科学合理的市场调研方案； （2）能熟练运用多种渠道收集有效市场数据； （3）能使用数据分析工具进行数据处理与可视化呈现； （4）能撰写逻辑清晰、结论明确的市场调研报告。
营销策划专员	（1）分析市场趋势与企业需求，制定营销战略； （2）策划品牌推广、产品促销、主题活动等方案； （3）撰写营销策划书，细化执行步骤与预算； （4）协调资源推进方案落地，评估活动效果。	（1）能结合市场需求制定创意营销策划方案； （2）能统筹协调多方资源保障活动执行； （3）能运用营销理论与工具分析活动效果； （4）能根据市场变化灵活调整营销策划策略。
新媒体运营专员	（1）制定新媒体平台（微信、抖音等）运营计划； （2）策划并创作图文、短视频等新媒体内容； （3）开展粉丝互动、社群运营，提升用户活跃度； （4）分析平台数据，优化运营策略与内容投放。	（1）能熟练运营主流新媒体平台账号； （2）能策划并制作符合平台调性的新媒体内容； （3）能通过数据分析优化新媒体运营策略； （4）能运用新媒体工具进行广告投放与效果监测。

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
品牌推广专员	（1）品牌市场调研与竞品分析； （2）品牌推广方案策划与执行； （3）品牌宣传内容策划与输出； （4)品牌推广效果数据监测、分析及方案优化。	（1）能够完成品牌市场调研及竞品分析报告； （2）能够策划撰写品牌推广方案并组织落地执行； （3）能够主导品牌宣传内容的策划与输出； （4）能够采集分析推广效果数据并优化推广策略。
销售代表	（1）制定个人销售计划，完成销售指标； （2）开发新客户，维护老客户关系； （3）向客户介绍产品特性，进行销售谈判； （4）跟进订单流程，处理客户售后问题。	（1）能开发新客户并维护客户关系； （2）能清晰准确地介绍产品或服务卖点； （3）能运用谈判技巧达成销售目标； （4）能跟进销售全流程并解决客户问题。
直播销售员	（1）策划直播主题与脚本，确定选品与优惠策略； （2）进行直播带货，讲解产品卖点，与观众互动； （3）监控直播间数据，实时调整销售话术； （4）复盘直播效果，优化后续直播方案。	（1）能策划有吸引力的直播内容与流程； （2）能在镜头前自信流畅地展示与销售产品； （3）能与观众高效互动并提升直播间转化率； （4）能通过数据分析优化直播销售效果。
客户服务专员	（1）接听客户咨询电话或在线解答疑问； （2）处理客户投诉，协调解决问题； （3）建立并维护客户档案，定期回访客户； （4）收集客户反馈，整理后提交相关部门。	（1）能快速响应并解答客户咨询与疑问； （2）能妥善处理客户投诉并跟进问题解决； （3）能通过客户回访维护客户关系； （4）能分析客户服务数据以优化服务流程。
社群运营专员	（1）社群搭建与日常运维； （2）社群内容创作与发布； （3）社群线上线下活动策划与落地执行； （4）用户咨询答疑、客诉处理及舆情维护； （5）社群运营数据统计、分析及策略优化。	（1）能够搭建社群平台并完成日常运营管理； （2）能够撰写朋友圈短文案、种草笔记等推广内容； （3）能够策划并组织实施社群各类线上线下活动； （4）能够有效沟通、快速处理用户投诉与舆情问题； （5）能够收集分析运营数据并据此调整优化策略。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌管理人员等职业（群），能够从事市场调查专员、销售专员、营销策划专员、市场推广专员、客服专员等岗位的工作，毕业3-5年能够胜任市场策划主管、市场推广主管、销售

业务主管、客户服务主管等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1．素质

S1：坚决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。

S2：崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命，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。

S3：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维。

S4：勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理意识、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

S5：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、卫生及行为习惯。

S6：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。

S7：具有正确的劳动观念、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

S8：具有较宽泛的通识人文科学素质储备，热爱中国传统文化，自觉传承和发扬中国优秀教育思想，并将中华优秀传统商业文化讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义的思想精髓渗透到商务策划、品牌策划和推广、促销活动实施等具体工作中。

S9：具有较强的商品质量意识、客户服务意识、责任安全意识、信息素养、美学素养、创新思维和全球视野，以及敬业、专注、服务社会和人民的社会责任感和担当精神。

2．知识

Z1：掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识及通用劳动知识。

Z2：熟悉与本专业相关的法律法规及环境保护、安全消防、文明生产等知识。

Z3：了解经济学、管理学、会计学和市场营销学的基本理论、基本知识，通晓定性、定量分析方法。

Z4：掌握营销的政策法规，熟悉商品尤其是轻工商品相关知识。

Z5：了解营销学科的理论前沿及发展动态，掌握文献检索、资料查询的基本方法。

Z6：掌握市场调研与分析的方法与技巧。

Z7：掌握商务谈判开局、磋商与签约相关知识。

Z8：掌握营销活动管理、产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理和电子商务基础知识。

Z9：掌握数字营销知识和新媒体运营。

Z10：掌握消费者心理、现代推销技术、客户服务实务、营销活动策划、服务设计、商务数据分析等知识。

3．能力

通用能力：

N1：具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，学习1门外语并结合本专业加以运用。

N2：具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能

N3：具备至少1项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，具备一定的心理调适能力。

N4：具有一定的文化修养、审美能力，形成至少1项艺术特长或2爱好。

N5：具备职业生涯规划能力。

N6：具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。

核心能力：

N7：具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力。

N8：具有消费者行为分析、客户拜访、推销产品、门店销售与管理、营销策划方案撰写、商务洽谈、项目招投标的能力。

N9：具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力。

N10：具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力。

N11：具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发的能力。

N12：具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力。

N13：具有创意思维能力，以及使用各种新型数字化工具、技术进行运用数据分析、平台运营和推广、新媒体文案创作、图文内容设计、视频内容设计的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

1．课程体系构建

本专业课程由公共基础课与专业（技能）课组成，其中专业（技能）课分为专业基础课、专业核心课、专业拓展课以及实践性教学环节。本专业总共开设65门课，学生修2672学时，155.5学分。

按照“经济学基础、管理学基础、大数据财务管理基础、市场营销基础”等专业基础相通，“人工智能应用基础、商务数据分析与运用、数字营销”等技术领域相近，“市场调研专员、营销策划专员、新媒体运营专员、品牌推广专员、直播销售员、销售代表、客户服务专员、社群运营专员”等职业岗位相关，“教学团队、实训基地、教学资源库”等教学资源共享原则，实现“人工智能应用基础”、习近平经济思想概论、“经济学基础”、“管理学基础”、“大数据财务管理基础”、“市场营销基础”、“市场调查实务”、“推销技术”、“直播电商实务”等9门专业基础课程和“消费者行为分析”、“销售与管理”、“商务数据分析与运用”、“数字营销”、“商务礼仪与沟通”、“智能客户服务实务”、“品牌策划与推广”等7门专业核心课程开设，以及“营销策划实务”、“商务谈判”、“经济法基础”、“服务设计”、“新媒体运营与推广”等5门专业拓展

课共享，构建了33门公共基础课、32门专业（技能）课组成的“4+2”专业模块化课程体系，即设置公共基础、专业基础、专业核心、专业拓展等4个教学主体模块，全过程嵌入实践教学和创新创业等2个职业教育特色模块。

注重“岗课赛证创”融通，将典型岗位标准、职业技能等级认定要求、学校审核认可的行业企业认证、职业技能竞赛和创新创业项目要求有机融入课程教学与评价，不将证书获取作为毕业的强制条件。同时，面向专业数字化转型，依托《人工智能应用基础》《商务数据分析与运用》《数字营销》《智能客户服务实务》等课程，培养学生运用数字技术开展营销策划、运营推广、客户服务和数据分析的能力；依托“甜老虎直播项目”“Ozon跨境平台运营项目”“得物短视频拍摄项目”等企业真实项目，构建“课程项目—课程实训—课程组实训—综合实训—综合实践”五层递进的实践教学体系，通过基础操作、专项训练、跨课程应用、综合业务实训和岗位实践，逐步提升学生职业能力。依托校内外实训基地，由校企共同指导，将创新创业训练融入需求识别、方案设计、项目实施和成果展示，结合过程表现、成果质量及企业反馈开展评价。把思想政治教育、职业精神、工匠精神、劳动精神和人工智能伦理贯穿人才培养全过程，突出综合素质、实践能力、数字素养和创新能力培养。本专业实践教学体系如图2所示。

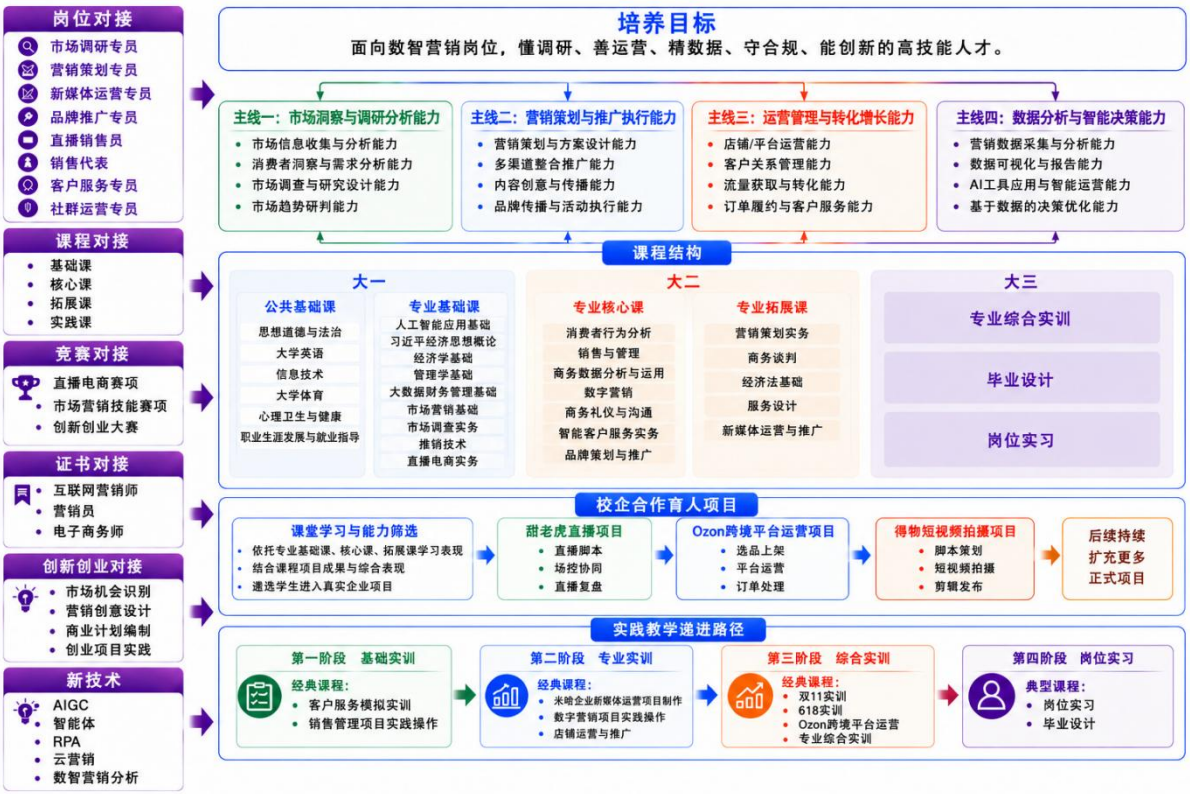


图1　课程体系结构图

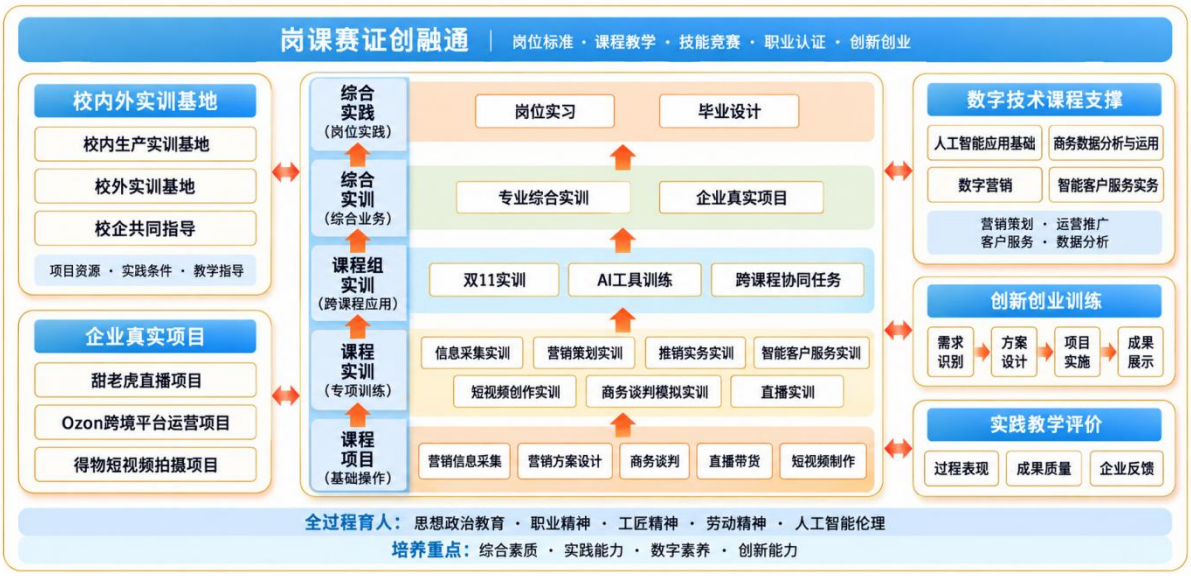


图 2 实践教学体系图

2．课证赛新融通

本专业课证赛融通如表 4 所示。

表 4　课证赛融通一览表

证书/赛项类别	证书/赛项名称	组织单位	融通课程	
通用证书	高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	公共基础必修课	大学英语
	全国计算机等级考试一级证书	人力资源和社会保障部	公共基础必修课	信息技术
	普通话水平测试等级证书	湖南省语言工作委员会	公共基础必修课	实用语文
职业技能等级证书	互联网营销师（四级及以上）	人力资源和社会保障部门备案的职业技能等级认定机构	专业基础课 专业核心课	直播电商实务、人工智能应用基础、数字营销、商务数据分析与运用
	营销员（四级）	人力资源和社会保障部门备案的职业技能等级认定机构	专业基础课 专业核心课	市场营销基础、市场调查实务、推销技术、消费者行为分析、销售与管理、品牌策划与推广、商务礼仪与沟通
	电子商务师（四级及以上）	人力资源和社会保障部门备案的职业技能等级认定机构	专业基础课 专业核心课	直播电商实务、大数据财务管理基础、市场营销基础、数字营销、智能客户服务实务
职业技能大赛	职业技能大赛直播电商赛项	教育部	专业基础课程 专业核心课程 实习实训	直播电商实务 品牌策划与推广 直播实训
	湖南省职业院校技能竞赛市场营销技能赛项	湖南省教育厅	专业基础课程 专业核心课程	市场营销基础 销售与管理、品牌策划与推广
创新创业	中国国际大学生创新大	教育部	公共必修课	创新创业教育

大赛	赛			
	中华职业教育创新创业大赛	中华职业教育社	公共必修课	创新创业教育
	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	共青团中央、中国科协、教育部和全国学联、举办地人民政府	公共必修课	创新创业教育

本专业课新融通如表5所示。

表5　课新融通一览表

对应项目	对应内容	融通课程	
新技术	人工智能（AI）与大数据	专业核心课程 专业拓展课程 实习实训	商务数据分析与运用 智能客户服务实务 QAI工具训练
	社交媒体营销	专业核心课程 专业拓展课程	数字营销 新媒体运营与推广
	数字化营销	专业核心课程	数字营销

（二）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。其中，公共基础课程包括公共基础必修课程、公共基础限选课程、公共基础任选课程，专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业集中实践课程。

本专业课程设置如表6所示。

表6　课程设置表

序号	课程类别		课程性质	主要课程
1	公共基础课程	公共基础必修课程	必修	入学教育、军事技能、军事理论、大学体育、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、经济数学、信息技术、实用语文、国家安全教育、心理卫生与健康、劳动教育、职业生涯发展与就业指导、创新创业教育
2		公共基础限选课程	限选	生命安全与救援、突发事件及自救互救、中国传统文化、党史国史、大学美育（2选1：美术鉴赏/音乐鉴赏）
3		公共基础任选课程	任选	详见附件2《2026级部分公共基础任选课一览表》
4	专业（技能）课程	专业基础课程	必修	人工智能应用基础、习近平经济思想概论、经济学基础、管理学基础、大数据财务管理基础、市场营销基础、市场调查实务、推销技术、直播电商实务
5		专业核心课程	必修	消费者行为分析、销售与管理、商务数据分析与运用、数字营销、商务礼仪与沟通、智能客户服务实务、品牌策划与推广
6		专业拓展课程	限选	营销策划实务、商务谈判、Q经济法基础
			任选	服务设计、新媒体运营与推广

7		专业集中实践课程	必修	信息采集实训、营销策划实训、推销实务实训、智能客户服务实训、QAI工具训练、双11实训、直播实训、短视频创作实训、商务谈判模拟实训、专业综合实训、毕业设计、岗位实习

（三）课程描述

1．公共基础课程

（1）公共基础必修课程

公共基础必修课程描述如表7所示。

表7　公共基础必修课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	军事理论	**1．素质目标：**具有国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。 **2．知识目标：**了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。 **3．能力目标：**加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。	1．国防、国家安全、军事思想概述。 2．国际战略形势。 3．外国军事思想、中国古代、当代军事思想。 4．新军事革命。 5．机械化战争、信息化战争。	**1．课程思政：**增强学生的国防意识，提升军事课的满意度，提高参军入伍的积极性，筑牢大思政格局下的国防教育课程思政新阵地。 **2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 **3．教学方法：**为纯在线式网络课程，线上学习资源采用案例教学法、情境教学法等教学方法。 **4．考核方式：**考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 Z2 N1 N5 N6
2	思想道德与法治	**1.素质目标：**具有坚定理想信念、强烈家国情怀、良好道德素质、基本法治素养； **2.知识目标：**了解时代新人应具备的能力与素养；掌握马克思主义人生观、价值观、道德观、法治观。 **3.能力目标：**具有理论联系实际，明辨是非的能力；具有创新创业的能力；具有道德践履和法治实践能力。	1.绪论篇：担当复兴大任大任，成就时代新人。 2.思想篇：领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统 弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值准则。 3.道德篇：遵守道德规范，锤炼道德品格 4.法治篇：学习法治思想，提升法治素养。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**坚持“教师主导、学生主体”，采用混合式教学法、任务驱动法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核40%。	S1-S7 Z1 Z2 N1 N5 N6
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义“四个自信”的政治意识；具有正确“三观”的基本素养；具有将思政理论指导于个人行为的自觉思维。 **2.知识目标：**了解马克思主义中国化的历史进程；熟悉马克思主义中国化几大理论之间的相互关系；掌握毛	1．马克思主义中国化时代化及其理论成果；2．毛泽东思想的形成发展、主要内容和历史地位；3.邓小平理论的主要内容和历史地位；4.“三个代表”重要思想的主要内容和历史意义；5.科学发展观的核心要义和历史意义。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**理论讲授法、信息化教学法、启发式教学法、探究式教学法、情景教学法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本内容、精神实质、历史地位、重要作用和科学方法。 **3.能力目标：**具有运用马克思主义中国化、时代化的基本立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。		广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核40%。	
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、主要内容、现实意义；了解中国式现代化的基本内涵和本质要求；掌握坚持党的全面领导的基本内涵；了解高质量发展的基本要义；掌握教育、科技、人才的战略意义和全过程人民民主的本质要求。 **3.能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点、疑点问题的能力。	1.马克思主义中国化时代化新飞跃； 2.新时代坚持和发展中国特色社会主义； 3.以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴； 4.坚持党的全面领导； 5.坚持以人民为中心； 6.全面深化改革开放； 7.推动高质量发展； 8.社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略； 9.发展全过程人民民主。	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解全面依法治国的中国特色社会主义法治道路；领悟中国特色社会主义文化力量；了解共建共治共享的社会治理现代化；掌握人与自然和谐共生、绿水青山就是金山银山的生态文明理念；了解总体国家安全观的新安全格局；了解新时达的强军目标；掌	1.全面依法治国； 2.建设社会主义文化强国； 3.以保障和改善民生为重点加强社会建设； 4.建设社会主义生态文明； 5.维护和塑造国家安全； 6.建设巩固国防和强大人民军队； 7.坚持“一国两制”和推进祖国完全统一； 8.中国特色大国外交推动构建人类命运共同体； 9.全面从严治党。	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		握一国两制的核心要义；了解人类命运共同体的重大意义；掌握全面从严治党的重大举措等。 **3. 能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点问题的能力。		**4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	
6	形势与政策	**1.素质目标：**具有认识时政热点的理性思维、政治素养以及责任担当意识；牢固树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，增强为实现中华民族伟大复兴而努力的使命感。 **2.知识目标：**了解国内国际发展大势；掌握新时代坚持和发展中国特色社会主义的新理论新实践。 **3.能力目标：**能够运用马克思主义的立场、观点和方法把握时代脉搏，分析判断形势；能够自觉抵制各种不良思潮和言论的影响，与党和政府保持高度一致。	1.加强党的建设和全面从严治党形势与政策 2.我国经济社会发展形势与政策 3.港澳台工作形势与政策 4.国际形势与政策	**1.教学条件：**线上校级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**案例教学法、自主探究法等 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．评价及考核：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6
7	大学体育	**1．素质目标：**具有“健康第一”和“终生体育”意识，具有爱国主义、集体主义、社会主义精神以及奋发向上、顽强拼搏的意志品质；具有强健体魄、成为身心协调发展的高素质人才；具有良好的体育道德风尚；能正确处理竞争与合作的关系。 **2．知识目标：**了解相关的体育理论知识，裁判知识；掌握运动损伤的救护及运动营养常识，懂得体育文化内涵的欣赏；了解职业病的防治并掌握一定的康复技能。 **3．能力目标：**具有一定运动能力并能促进身体健康、心理健康、适应社会的能力；掌握一到两项运动项目；具有参与简单的基层体育赛事的组织开展能力；具有制定可行的个人锻炼身	该课程为纯实践课程，课程内容包含： 1．运动技术模块：篮球、足球、排球、啦啦操、武术、健身气功、羽毛球。 2．基础模块：体育竞赛规则、体育与健康概述、体育锻炼的科学方法、创伤急救基本技术等。 3．拓展模块：阳光跑和运动会。	**1．课程思政：**落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。融体育知识传授、体育锻炼能力培育、人文素质提高于一体。 **2．教学条件：**田径场、足球场、篮球场、排球场、形体房，基本体育器材，多媒体一体机。 **3．教学方法：**采用讲授法、示范法，情境教学法、案例教学法等多种教学方法。课前预习，课中体验教学内容，回答提问，课后完成布置练习。 **4．师资要求：**体育相关专业，体育的基础理论知识丰富，实践能力较强，同时应具备一专多项的教学经验。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占40%，终结性考核占 60%。	S1 S2 S5 Z4 N3

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		体计划的能力；能够通过康复知识养成体育锻炼习惯，形成健康的生活方式。			
8	大学英语	**1．素质目标：**具有跨文化交际和职业岗位意识；具有良好的多元文化交流素养和可持续学习素养；具有良好的学习习惯和逻辑性思维。 **2．知识目标：**了解世界多元文化的差异性，拓宽国际视野；熟悉跨文化交际知识与交际策略；掌握日常生活和职场交际中的英文核心词汇、句型和语法结构。 **3．能力目标：**具有英文日常交流和简单业务交流沟通会话能力；具有阅读并理解社会、经济、文化等英文资料的能力；具有一定英文资料翻译和职场应用文写作能力；具有职场环境下用英语处理业务的能力。	1．职业与个人主题模块：包括人文底蕴、职业规划、职业精神专题。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织、参访接待等。 2．职业与社会主题模块：包括社会责任、科学技术、文化交流专题。职场情境任务有产品策划、产品推荐、网络问题处理等。 3．职业与环境主题模块：包括生态环境、职场环境专题。职场情境任务有危机公共、交易善后等。	**1．课程思政：**将立德树人的理念贯穿于教学中，用英语传播中国文化，培育和践行社会主义核心价值观。在潜移默化中坚定学生的理想信念，厚植爱国主义情怀，形成正确的世界观、人生观、价值观。 **2．教学条件：**充分利用学习通、职教云等网络学习平台和大数据、人工智能等技术，建立真实、开放、交互、合作的教学环境，将抽象的教学内容，采用图文并茂的形式形象地展示出来。 **3．教学方法：**利用网络资源和学习通等平台进行线上+线下混合式教学，采用任务驱动法、项目导向法、情景教学法和翻转课堂教学法相结合的教学方法，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。 **4．师资要求：**有英语类相关专业本科及以上学历；有扎实的学科专业知识；有较强的实践能力和信息化教学能力；能够有效实施英语教学，开展教学研究。 **5．考核方式：**本课程为考试课程。课程考核包括平时考核，过程性考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下：平时考核成绩占比30%，过程性考核成绩占比40%，期末考试成绩占比30%。	S1 S2 S3 S4 Z2 N1 N4
9	经济数学	**1．素质目标：**具有探究和创新意识；培养严谨求实的科学精神和辩证思维；具有严谨细致、团队合作精神和坚韧不拔的思维品质；融入财经伦理意识，在量化分析中理解社会责任感。 **2．知识目标：**掌握求极限的方法；熟练掌握求解导数、微分、不定积分、定积分的方法；了解线性代数中关于行列式、矩阵及线性方	1．函数、极限及连续。2．导数与微分。 3．导数的应用。 4．不定积分。 5．定积分。 6．行列式及矩阵。 7．线性方程组及其应用。	1．课程思政：以立德树人为根本任务，实现文化育人，挖掘经济专业领域及生活情景中的思政元素，树立文化自信和认同感，将实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 2．教学条件：教室配备多媒体设施和无线网络等。 3．教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取	S1 S2 S3 S4 Z2 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		程组的知识。 3．**能力目标：**具有一定的抽象概括能力以及逻辑推理能力；能应用数学知识求解相应经济问题，并会对相应经济问题的计算结果，正确进行数量分析、推断和预测。		任务驱动、分层教学、数字化工具，如要求超星学习通推送 MATLAB 实操微课，课内用 Excel 训练经济数据处理等教学方法，引导学生积极思考、勇于创新。以问题解决为核心组织教学，创立良好的教学环节促进“问题解决”的实现。 4．师资要求：数学及相关专业研究生学历或讲师以上职称；有扎实的学科专业知识同时应具备较丰富的教学经验。 5．考核方式：本课程为考试课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。	
10	信息技术	**1．素质目标：**培养学生对新一代信息技术与人工智能的探索热情和创新精神，激发学生主动关注行业前沿动态，树立持续学习意识。引导学生在智能技术应用过程中，强化责任意识与法律意识，提升信息道德修养，形成正确的 AI 伦理观。增强学生的团队协作能力和沟通表达能力，在项目实践中，培养集体荣誉感和合作共赢的价值观。 **2．知识目标：**掌握新一代信息技术与人工智能的基础概念、核心技术及发展趋势，理解大数据、云计算、物联网等技术与人工智能的关联，构建基础理论框架。熟悉智能信息检索的常用方法与工具，掌握智能办公软件（如智能文档处理、数据可视化工具、智能演示文稿）的操作技巧，掌握生成式 AI（AIGC）的基础应用（文生文、文生图、文生视频、智能体开发）。清晰认识 AI 伦理与信息素养的重要性，熟悉人工智能在应用中涉及的伦理规范、法律问题和信息安全知识。 **3．能力目标：**运用信息技术与人工智能基础知识，提升在职业场景中应用新技	1．新一代信息技术与 AI 基础； 2．智能信息检索； 3．智能办公与应用； （1）文档编辑与智能排版 （2）数据统计与 AI 分析 （3）智能演示与协作 4．生成式 AI（AIGC）实战； （1）文本生成 （2）图像生成 （3）语音与视频生成 （4）智能体（AI Agent）开发 5．AI 伦理与信息素养。	**1．课程思政：**紧紧围绕立德树人的根本任务，培养具备信息社会责任，在现实世界和虚拟空间中都能遵守相关法律法规，信守信息社会的道德与伦理准则；具备较强的信息安全意识与防护能力，能有效维护公共信息安全。 **2．教学条件：**本课程在超星平台建设有网络在线课程，采用线上线下混合式教学，需要稳定的网络环境；硬件要求提供足够的计算机、投影仪等设备；软件要求安装 WIN10 以上操作系统、主流智能办公软件（WPS AI、Microsoft 365 Copilot）、生成式 AI 工具（如 ChatGPT、Midjourney 简易版 **3．教学方法：**采用启发式、参与式、个性化教学等多种教学方法，包括课堂讲解、案例分析、小组讨论、实践操作等。通过具体案例和实践操作，引导学生应用信息技术来解决实际问题。 **4．师资要求：**教师需具备信息技术或人工智能相关专业背景，熟悉高职院校学生特点，能将复杂知识转化为通俗易懂的内容进行教学。 **5．考核方式：**过程性考核（40%）：课堂表现（10%），	S1 S2 S3 S4 Z2 Z3 N2 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		术的适应能力。能熟练使用智能信息检索工具快速获取有效信息，运用智能办公软件高效完成文档处理、数据统计、演示文稿制作等日常办公任务，提高职场工作效率。能应用生成式 AI（AIGC）实践能力，完成简单的图文创作、视频生成、智能体开发任务，并能结合 AI 伦理知识，对技术应用的潜在风险进行初步评估的能力。		考核学生课堂参与、提问互动情况；作业与实践任务（20%），评估学生对知识掌握与技能操作水平；小组项目（10%），从团队协作、项目成果完成度进行评价。 终结性考核（60%）：理论考试（30%），以选择题、判断题、简答题为主，考查基础知识掌握；实践操作考核（30%），要求学生在规定时间内完成智能信息检索任务、智能办公软件操作任务、AIGC 工具应用任务。综合两项成绩，形成学生课程总评成绩。	
11	国家安全教育	**1．素质目标：**树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。 **2．知识目标：**了解我国新时代国家安全的形势与特点；掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 **3．能力目标：**能够对不同领域的安全问题进行分析和判断，识别潜在的安全风险和威胁。能够将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。	1．国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 2．国家安全重点领域：国家政治安全、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、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。	**1．课程思政：**通过课程学习，使学生牢固树立和全面践行总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识。 **2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习，多媒体教室。 **3．教学方法：**线上学习+线下安全教育班课的形式，引导学生自主参与、体验感悟。充分利用学校学生党支部、学生会、学生社团等组织，开展知识竞赛、演讲比赛、文艺表演、社会实践等形式多样的国家安全教育主题活动，实现国家安全知识传播常态化。 **4．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **5．考核方式：**平时成绩占60%，课程考试占40%。	S1 S2 S3 S4 S5 Z1 N1 N6
12	实用语文	**1．素质目标：**具有爱岗敬业、诚实守信的职业道德；具有积极向上的职业观，提升职业人文素养；具有严谨细致、坚持不懈的工作作风；弘扬工匠精神、楚怡精神，具有高尚的职业道德和职业情操，具备高尚情操、专业精神和卓越沟通能力的精英。 **2．知识目标：**掌握日常沟	1．口语模块：日常沟通技巧；高效演讲技巧；场景演讲技巧。 2．通用写作模块：应聘场景写作；汇报场景写作；会议场景写作。 3. 专业场景写作模块：市场调研报告、新媒体文案写作。	1．课程思政：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以立德树人为根本任务，实现文化育人，培养新时代具有竞争力及创新力的高素质职业人才，将心怀天下、乐于奉献、质量意识、实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 2．教学条件：教室配备多媒	S1 S2 S3 S4 Z2 Z4 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		通、高效演讲及各场景演讲技巧的相关知识； 了解应用文写作的特点及要求；掌握与专业相关的应用文写作的基本知识；掌握专升本考试中大学语文部分的应用文写作知识点。 **3．能力目标：**能适应岗位情境，提升逻辑思维能力及审美能力；能适应 AI 科技裂变，具备个性化的语文素养能力；能够强化泛语言文化与人际沟通能力。		体设施和无线网络等。 3．教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法等教学方法，引导学生积极思考、乐于动笔。 4．师资要求：有扎实的学科专业知识、较强的文字写作能力，同时应具备较丰富的教学经验。 5．考核方式：本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 70%，终结性考核占 30%。	
13	心理卫生与健康	**1．素质目标：**树立心理健康发展的自主意识；具备“知行合一”和“助人自助”的心理素养；具备自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态； **2．知识目标：**了解心理学的相关理论和基本概念；掌握心理健康的标准及意义；了解大学阶段人的心理发展特征和异常表现；掌握自我调适的基本知识、大学生心理危机及其干预知识。 **3．能力目标：**能够提升自我探索技能；能够提升心理调适技能；能够提升心理发展技能。	模块一：走近心理健康 项目 1:大学生心理健康绪论 项目 2:心理咨询与心理障碍预防 模块二：正确认识自我 项目 3：自我意识 1 项目 4：自我意识 2 项目 5：塑造健全人格 模块三：适应大学生活 项目 6:适应与规划大学生活 项目 7：学会学习与创造 1 项目 8：学会学习与创造 2 模块四：有效管理情绪 项目 9：大学生情绪管理 项目 10：网络心理健康 模块五：优化人际交往 项目 11：大学生人际交往 1 项目 12：大学生人际交往 2 项目 13：恋爱心理 模块六：敬畏神圣生命 项目 14：应对压力与挫折 1 项目 15：应对压力与挫折 2 项目 16：生命教育	**1．课程思政：**明确课程教学各环节中的思政教育元素和育人要求，注重“课程思政”的价值聚焦，聚焦育人价值的本源，注重价值导向。不断更新和提升专业知识水平和思想政治素养，及时把握专业和思想政治教育动态，增强对心理育人在思想政治教育中价值的充分认识。 **2．教学条件：**多媒体教室，心理中心各功能室。 **3．教学方法：**理论讲授、团体辅导、小组分享、案例教学、心理测试、角色扮演等。 **4．师资要求：**必须拥有国家三级及以上心理咨询师资格证书或者心理治疗师资格证书，或者拥有心理学、教育学硕士学位、或有丰富的辅导员工作经验。 **5．考核方式：**考核过程由过程性考核（50%）和终结性考核（50%）组成。 其中过程性考核包括：学习态度 40%+平时作业 30%+出勤情况 30%，终结性考核为成长分析报告、心理知识竞赛、心理情景剧或心理科普视频。	S1 S2 S4 S5 Z1 N1 N3
14	职业生涯发展与就业指导	**1．素质目标：**具有职业生涯发展的自主意识；具有正确职业态度和就业观念；具有良好的职业道德素养；具有开拓创新的思维，具备全球化视野并树立文化自信，	1．认识职业生涯。 2．探索自我。 3．探索职业世界。 4．职业生涯决策。 5．制定行动计划与措施。 6．就业形势与政策。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，使学生将个人职业发展与社会发展紧密结合；结合国家发展战略和行业发展趋势，增强学生的社会责任感和历史使命感；融	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		把个人发展和国家需要、社会发展相结合。 **2．知识目标：**了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；了解就业政策与就业权益保护；熟悉职业生涯规划的流程和步骤；掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制定的方法；掌握求职技巧。 **3．能力目标：**具有职业规划与管理的能力；具有自我觉察和自我分析能力；具有综合分析各类信息进行科学的生涯决策能力。	7．收集就业信息。 8．准备求职材料。 9．面试指导。 10．职场适应与发展。	入“诚公文化”教育，培养学生诚实守信、敬业爱岗的职业态度。 **2．教学条件：**多媒体设备、无线网络和分组教学。 **3．教学方法：**采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、测试分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、访谈、调查等方法进行。 **4．师资要求：**具备丰富的就业指导经验和职业咨询能力，引导学生进行职业规划和就业准备。 **5．考核方式：**采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式进行考核评价。	Z2 N1 N5 N6
15	创新创业教育	**1．素质目标：**具有创新创业意识；具有团队合作意识；具有勇于担当、服务社会、挑战自我、承受挫折、坚持不懈、创造价值、追求卓越的创业精神。 **2．知识目标：**了解开展创新、创业活动所需要的基本知识；熟悉创业资源整合与创业计划撰写的方法；掌握创业与职业生涯发展的关系。 **3．能力目标：**具有当代大学生必备的创业综合素质和能力；能主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，积极投身创新实践。	1．创业与人生发展 2．创新、创业与创业精神 3．创业者与创业团队 4．整合创业资源 5．探索创业机会 6．创意设计与创新方法 7．商业模式设计与创新 8．创业风险的识别与控制 9．创业计划书的撰写与展示	**1．课程思政：**实行思政教育、劳动教育与创新创业教育融合，注重培养学生的爱国精神、企业家精神、责任意识、安全意识等，激发学生的创新创业兴趣，让思想“活”起来，让创业“动”起来。 **2．教学条件：**多媒体设备、无线网络和分组教学 **3．教学方法：**采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、项目训练、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、问卷调查等方法进行。 **4．师资要求：**具备大学生创新创业教育改革的理念，积极创新教学方式和教学内容，创设更加具体的教学情境。具有创业指导能力，引导学生进行创新创业项目的策划和实践。 **5．考核方式：**采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式进行考核评价。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 N1 N5 N6

（2）公共基础限选课程

公共基础限选课程描述如表8所示。

表8　公共基础限选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	生命安全与救援	**1．素质目标：**具有应对危机突发事件意识。 **2．知识目标：**掌握基本生	1．现场急救技能。 2．户外活动危险的预测与预防。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、	S1 S2 S3

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		存、自救和救助技能。 **3．能力目标：**掌握常见运动创伤的预防与处置方法。	3．运动损伤的预防与处理。 4．生活中常见的意外事件。	跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	Z1 N4
2	突发事件及自救互救	**1．素质目标：**具有应急应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件意识。 **2．知识目标：**了解突发事件，熟悉急救原则，掌握呼救现场急救知识。 **3．能力目标：**能做到遇到突发事件冷静有效自救互救。	1．突发事件应急处理原则。 2．急性中毒的应急处理。 3．心肺复苏初级救生术。 4．呼吸道异物的现场急救。 5．常见急危重病症的现场急救。 6．常见意外事故的现场急救。 7．各类创伤的现场急救。 8．止血与包扎术。 9．固定与搬运术。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 N4
3	中国传统文化	**1．素质目标：**具有完善人格修养的意识；具有一定的审美和人文素养；具有传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感；具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。 **2．知识目标：**了解必备的中华优秀传统文化知识、中国传统道德规范和传统美德；熟悉中国古代思想、文学、艺术、礼仪、节日等优秀文化成果；掌握中国传统文化的基本精神和核心理念。 **3．能力目标：**具有较高的阅读鉴赏能力和审美能力；具有一定的文化思辨和创新文化的能力，能自觉将中华优秀传统文化与社会主义核心价值观相结合，对社会现象具有较准确的分析和判断。	1．中国传统文化绪论。 2．中国古代思想文化。 3. 中国语言文字。 4．中国古代教育。 5．中国古代文学。 6．中国古代艺术。 7．中国古代科学技术。 8．中国古代建筑。 9．中国古代礼仪。 10．中国传统节日。 11．中国古代社会生活。	**1．课程思政：**以立德树人为根本，培养学生对中华优秀传统文化的认同和传承意识，引导学生树立正确的价值观，提高学生的文化素养和民族认同感，增强学生的文化自信。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**运用现代化教学手段，采用讲授教学法、翻转教学法、情境教学法、案例教学法、任务驱动法、小组讨论法等多种方法，使用在线开放课程组织教学。 **4．师资要求：**应具有较深厚的中华优秀传统文化知识和较高的人文素养，同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。	S1 S2 S3 S4 S6 Z2 Z4 N1 N4
4	党史国史	**1.素质目标：**具有史学素养和政治思维。 **2.知识目标：**了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 **3.能力目标：**具有史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。	1．西方列强对中国的侵略；2．马克思主义在中国传播与中国共产党成立；3．中华民族抗日战争的伟大胜利；4．历史和人民选择了中国共产党；5．中国特色社会主义进入新时代。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络平台上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。	S1-S10 Z1 Z2 N1

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
5	大学美育（美术鉴赏）	**1．素质目标：**具有正确的审美观念、高尚的道德情操、深厚的民族情感；具有审美意识及个人艺术修养；具有文化传承意识，坚定文化自信；具有正确的价值观、文化观。 **2．知识目标：**了解艺术的本质与特征、艺术的起源、功能与种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏等方面知识；掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。 **3．能力目标：**能探索和发掘艺术与美学的人文精神，具有一定的美术鉴赏能力。	线下模块： 1．中国美术作品赏析：从古代至现代，涵盖绘画、雕塑、建筑、工艺美术等多个方面；重点介绍各时期的重要美术遗产、美术流派、美术家及其代表作品。分析不同历史时期的艺术特色、文化背景和社会影响。 2．外国美术作品赏析：涵盖欧洲、亚洲、非洲等地区的美术发展；重点介绍不同文明背景下的美术风格和代表作品；分析外国美术作品的技法、材料、形式和内容等方面的特点。 线上模块 （6选1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，提高学生审美能力和人文素养，促进学生全面发展。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。智慧职教、超星智慧学习平台。 **3．教学方法：**线上线下混合式教学，运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论水平；良好综合艺术素养；具有良好的沟通能力和教学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程采用“过程考核+终结考核”方式进行考核，其中过程考核占60%，终结考核占40%。	S1 S3 Z4 N4
6	大学美育（音乐鉴赏）	**1．素质目标：**具有正确的审美观念、文化传承意识、坚定文化自信。提高学生的艺术修养和团队合作精神。 **2．知识目标：**了解音乐的常见体裁与发展脉络。理解音乐与文化、历史、社会等方面的关系，认识音乐在人类文明中的地位和作用。掌握音乐基础知识及基本技能，并能理解其在音乐表现中的作用。 **3．能力目标：**具有识谱能力、视唱能力。审美感知和审美评价能力。创新精神和实践能力。	线下模块： 1．音史之缘——音乐历史与文化的瑰丽之旅。 2．乐声之基——探索音乐的无限奥秘。 3．音流之脉——流动的音乐脉搏。 4．汉韵民律——绚丽的汉族与少数民族音乐。 5．音舞之韵——声乐、器乐与舞蹈音乐。 6．音镜之魂——戏剧、影视与流行音乐。 7．音之万象——多彩的世界音乐文化。 8．音舞飞扬——音乐表演与舞台实践。 线上模块： （6选1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**引导学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，提高学生的审美和人文素养，培养创新精神和实践能力，塑造健全人格。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。超星智慧学习平台、实践舞台。 **3．教学方法：**运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论知识和音乐素养；良好的演唱、范唱能力；扎实的音乐理论功底指导教学；具有良好的沟通能力和教学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程为考查课程。采取过程性考核50%（考勤10%+课堂表现20%+课后作业20%）与终结性考核50%（作品表现、	S1 S3 Z4 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				舞台表演）相结合考评方法。	

（3）公共基础任选课程

公共基础任选课程描述如表 10 所示。

表 9　公共基础任选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	公共基础任选课程	**1．素质目标：**具有个人认知与文化修养，具有一定的科学素养。 **2．知识目标：**了解文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、科学发现与技术革新、文学修养、国学经典与文化传承等方面知识。 **3．能力目标：**能吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养。	1．中西文化比较 2．中华诗词之美 3．中国当代小说选读 4．文化地理 5．生命科学与人类文明 6．经济与社会：如何用决策思维洞察生活 7．社会学与中国社会 8．先秦诸子 9．《诗经》导读 10．文物精品与中华文明 11．先秦君子风范 12．中国古代礼仪文明 13．《老子》《论语》今读 14．《论语》导读（同济版） 15．如何高效学习 16．批判与创意思考 17．有效沟通技巧 18．礼行天下 仪见倾心 19．大学生防艾健康教育 20．辩论修养 21．大数据分析导论 22．大学生健康教育 23．宪法与法律 24．红色旅游与文化传承 25．人工智能与信息社会 26．人工智能与创新 27．专升本英语 28．专升本数学 29．专升本语文 30．法律技能与职场应用(民法刑法) 31．一书一世界:阅读启航与探索 32．羽毛球 33．篮球 34．瑜伽	本课程 1-26 单元为纯在线教学，学生可灵活自主学习，考核由视频学习（40%）、章节测试（30%）、课程考试（30%）构成；27-34 单元选课人数达 30 人及以上则采用线下授课，考核为过程性考核（60%）、终结性考核（40%）。学生在 1-6 学期内自主选修，需完成不少于 32 学时、不少于 2 学分，具体学时学分详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N4 N5 N6

（4）公共基础实践课程

表 10　公共基础实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	入学教育	**1．素质目标：**坚定理想信念、树立远大理想。 **2．知识目标：**掌握校纪校规，熟悉专业的就业方向。 **3．能力目标：**能快速适应新环境、转变新角色，明确学习目标、合理规划大学生活。	1．理想信念教育。 2．校纪校规教育。 3．优良学风教育。 4．心理健康教育。 5．职业规划教育。 6．文明修养教育。	**1．课程思政：**紧紧围绕立德树人的根本任务，以理想信念教育为核心，以社会主义核心价值观为引领，以学生成长成才为目标，构建内容丰富、形式多样、特色鲜明、实效性强的入学教育体系。要爱国教育与爱校教育相结合，帮助新生坚定理想信念，增强爱校情感和家国情怀，引导新生正确认识大学，适应大学生活，实现角色转换。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**采取讲座、交流、报告会等多种形式进行；集中教育与分散教育相结合、课堂教育与朋辈指导相结合、主题教育与专业教育相结合。 **4．师资要求：**政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正。 **5．考核方式：**授课教师和辅导员根据每次授课实际情况进行评价。	S1 S2 S3 S4 S5 S6
2	军事技能	**1．素质目标：**具有国防意识；具有组织观念和纪律意识；具有吃苦耐劳精神；具有团队合作精神。 **2．知识目标：**了解中国人民解放军三大条令的主要内容；掌握军事队列训练动作要领；掌握寝室内务整理规范。 **3．能力目标：**拥有基本的军事技能；能够规范完成单兵队列动作；能够规范整理寝室内务。	1．《中国人民解放军内务条令》主要内容。 2．《中国人民解放军纪律条令》主要内容。 3．《中国人民解放军队列条令》主要内容。 4．军事队列训练动作要领。 5．寝室内务整理规范。	**1．课程思政：**立德树人贯穿始终，要加强爱国主义教育及国家军事安全教育。 **2．教学条件：**有足够面积的运动场地。如有必要，可在寝室、教室开展有关活动。 **3．教学方法：**讲解与示范相结合，要求严格训练、科学训练、按纲施训、依法治训。 **4．师资要求：**军训教官的资质应符合国家有关规定。 **5．考核方式：**综合学生军训期间的表现及训练效果进行评价。军训教官、辅导员应做好日常训练记录。	S1 S2 S4 S5 S6 Z1 Z2 N1 N6
3	劳动教育	**1．素质目标：**具有崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的劳动价值观；具有精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动素养；培养学生积极劳动的良好观念和习惯。 **2．知识目标：**了解劳动的含义和价值；了解岗位职责	1.劳动纪律教育，做好劳动实践分工。 2.劳动安全教育，强调劳动实践注意事项。 3.弘扬劳动之风，践行劳模精神。 4.劳动岗位要求，强调专业技能和通用能力。	**1．课程思政：**通过劳动教育使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立正确的劳动价值观，提升学生的综合劳动素养，培养良好的劳动品质。 **2．教学条件：**授课主要以劳动实践为主，需要配备基础	S5 S6 N5 N5

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		要求与安全注意事项；了解基本的劳动法律法规知识。 **3．能力目标：**具有自身专业相对应的劳动能力和素养；掌握日常劳动工具的使用方法及要求。	5.劳动技能训练，落实劳动实践要求。 6.开展志愿服务劳动。 7.劳动技能考核。	的劳动工具，根据三校区实际情况进行校园环境卫生区域划分。理论课在教室配备多媒体设施和无线网络。 **3．教学方法：**讲授法，采用“以案例为载体、以任务为驱动、以要点为主线”的教学方式；演示法，充分利用信息化技术工具构建移动教学资源辅助教学；练习法，实践课当中，按照《劳动实践周实施方案》老师布置任务，团队合作完成劳动任务。 **4．师资要求：**具备扎实的岗位技能和示范、指导能力。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。	

2．专业课程

（1）专业基础课程

专业基础课程描述如表11所示。

表11　专业基础课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	人工智能应用基础	**1．素质目标：**培养学生尊重知识产权、坚守法律底线的社会责任意识；培养学生主动探索和AI协同创造与创新的素质；培养学生严谨求实科技创新意识；培养学生创新思维；培养学生安全可控的技术价值观。 **2．知识目标：**了解人工智能的发展历程及典型应用场景；理解人工智能的三大要素；掌握提示词工程的核心要素；熟悉AIGC文本生成、图像处理、视频生成和数字人生成的主要工具、原理和基本流程；掌握大模型本地部署的命令和方法；理解智能体的概念；了解机器学习、深度学习的基本原理与应用场景；熟悉常用算法和模型；理解人工智能主流框架与应用领域。 **3．能力目标：**能运用人工智	1.人工智能的发展历程及典型应用场景。 2.各种AI技术的发展及中国的AI技术发展。 3.人工智能三大要素。 4.AI时代的思维方式。 5.提示词工程核心要素。 6.生成式AI技术生成文本、处理数据表格。 7.生成式AI技术生成、处理图像，生成PPT。 8.生成式AI技术生成音视频。 9.生成式AI技术生成数字人。 10.大模型本地部署与智能体开发。 11.机器学习的发展、主流框架、应用领域及可视化平台应用。 12.深度学习的主流框架、应用流程及EasyDL平台的应用。	**1．课程思政：**以立德树人为根本，将AI伦理、科技伦理、社会责任等思政元素融入教学，通过案例分析、实践项目等方式，培养学生科技向善意识、法治观念与家国情怀，实现专业知识与价值引领的深度融合。 **2．教学条件：**配备支持AI算法实践的理实一体化实训室及行业案例资源库，计算机搭载TensorFlow、PyTorch等框架和Python、Jupyter开发工具，满足模型训练与智能应用开发教学需求。 **3．教学方法：**以真实AI应用项目开发为主线，注重培养工程实践能力，主要采用项目式+翻转课堂混合教学模式，使用案例研讨、情境模拟、迭代开发等多种教学方法。 **4．师资要求：**具备扎实的人	S1 S2 S3 S4 N2 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能时代思维方式解决问题；能运用 AIGC 技术生成各类文档、处理和生成图像、制作音视频、生成数字人；能完成本地服务器部署 Deepseek 模型；能构建简单的个人 AI Agent 智能体；能通过 EasyDL 平台完成模型定制。		工智能理论功底与项目实战经验，善于通过项目驱动教学和技术前沿解析，培养学生工程思维与问题解决能力，关注 AI 伦理引导与个性化指导，能结合行业实践动态更新教学内容。 **5．考核方式：**课堂考核占 10%，作业考核占 20%，实操考核占 40%，期末考核占 30%。	
2	习近平经济思想概论	**1.素质目标:**坚定“四个自信”，增强服务中国式现代化的责任感。树立正确的经济观、发展观。强化服务国家战略、推动高质量发展的使命担当。 **2.知识目标:**掌握习近平经济思想的核心概念（新发展理念、高质量发展、新质生产力等）。理解党领导经济工作、基本经济制度、统筹发展与安全等重大命题。把握城乡融合、区域协调、产业体系现代化、经济全球化等战略布局及其内在联系。 **3. 能力目标:**能解读国家经济政策。能运用相关理论分析现实经济问题。初步具备统筹效率与公平、发展与安全的战略思维能力。	1.以经济建设为中心扎实推进中国式现代化。 2.加强党对经济工作的全面领导。 3.坚持以人民为中心的发展思想。 4.坚持和完善社会主义基本经济制度。 5.全面深化改革开放。 6.完整准确全面贯彻新发展理念。 7.构建新发展格局。 8.推动高质量发展。 9.加快发展新质生产力。 10.加快建设现代化产业体系。 11.推动城乡融合发展。 12.促进区域协调发展 13.倡导普惠包容经济全球化。 14.统筹发展和安全。 15.做好经济工作的方法论。	**1. 教学条件：**线上：校级精品课资源库、超星学习通。线下：多媒体智慧教室、校外实践基地（开发区、高新企业、乡村振兴点等）。 **2. 教学方法**：理论讲授法、案例教学法（如新质生产力典型事例）、探究式教学法、情景模拟法、数据驱动教学法。 **3. 师资要求：**政治强、视野广、业务精、思维新、情怀深、人格正。熟悉习近平经济思想和中央经济工作会议精神。 **4 .考核方式：**过程性考核 60%+终结性考核 40%。	S1-S3 S6-S10 Z1 N1 N5 N6
3	经济学基础	1.素质目标:具有诚实守信，重合同，守信用的作风；具有热爱科学、实事求是的学风；具备自信、开拓进取的精神；具备创新意识和创新精神；具有团队协作精神；形成正确的人生观、价值观。 2．知识目标：了解经济学基本概念，掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；能够运用消费者行为理论分析解决消费决策问题；能够进行生产者行为与决策分析；运用成本分析的基本原理解决收益与利润分析问题；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；学会运用分配理论分析社会收入分配问题；学会国民收入指标核算指标的运	1．认识经济学。 2．需求和供给。 3．学会理性消费。 4．透视厂商行为。 5．洞悉市场结构与厂商均衡。 6．生产要素分配。 7．市场失灵与微观经济政策。 8．国民收入核算与决定。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的企业生产案例，以人为本的社会管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解经济学基础和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的经济学理论功底；具有企业工作经	S1 S2 S3 S4 Z3 N1 N4 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		用与核算方法。 3．能力目标：能运用价格理论、边际效用理论、生产最优组合理论、规模经济理论、生产成本理论、生产要素理论等分析简单的微观经济现象和处理现实经济问题的能力；能够根据经济学的基本理论知识和技能，能够对经济问题和经济现象进行简单分析，对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。		验及实习经历，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法进行教学。 **5．考核方式：**采取学习过程考核和期末线上考查两个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（40%）+期末线上考查（60%）。	
4	管理学基础	1．素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识和科学理性决策思维；具有强烈的创新意识、质量意识、成本意识和工匠精神。 2．知识目标：熟悉管理者的角色、层次和技能；掌握管理工作的性质、职能和基本原理；熟悉中国和西方管理发展史；掌握科学决策方法，计划的编制流程和方法；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理和激励方法；掌握控制的程序和种类，熟悉 TQC 和 5S 现场管理控制方法。 3．能力目标：能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够制定公司基本战略，描述使命、愿景和价值观；能够运用定性和定量决策方法进行科学决策；能够结合具体情境编制要素完整的工作计划；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，画出组织架构图；能够结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差；能够运用 TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。	1．走进管理。 2．以史为鉴。 3．制定战略。 4．科学决策。 5．精准计划。 6．高效组织。 7．有效激励。 8．平衡控制。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的管理案例弘扬中华民族传统文化和以人为本的管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等帮助学生理解管理原理和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的管理学理论功底和一定的管理实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+期末线上考试（50%）。	S1 S2 S3 S4 Z3 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
5	大数据财务管理基础	**1.素质目标**：具备自主学习意识；具备“财务管理职业人”的素养；具备一定的业财融合的思维。 **2.知识目标：**了解财务管理的目标，熟悉财务管理基础知识。掌握使用大数据工具进行筹资管理。投资管理。营运资金管理。 **3.能力目标：**能够结合企业内外部大数据及情况，对企业活动进行决策及控制。	1.财务管理认知：大数据背景认知；财务管理的概念；财务管理的目标及代理问题；财务管理的环境；财务管理基础知识；资金时间价值的概念；资金风险价值；时间价值的计算方法；风险价值的计算方法。 2.筹资管理：掌握各种筹资数量的预测方法；掌握债务资金的筹集方式及各种筹集方式的优缺点；掌握权益资金的筹集方式及各种筹集方式的优缺点；掌握混合性资金的筹集方式及各种筹集方式的优缺点。3.投资管理：掌握现金流量的概念。分类及计算方法；掌握项目投资的可行性分析方法及项目投资决策方法能力目标。 4.营运资金管理：掌握营运资金管理策略；掌握现金预算管理及最佳现金持有量的确定方法；掌握应收账款的功能、成本、管理目标、信用政策和日常管理；掌握存货的功能、成本、管理目标及经济批量决策。	**1．课程思政：**课堂案例中强调会计职业操守。 **2．教学条件：**多媒体互动教室、网络课程平台。 **3．教学方法：**本课程是专业技能课程。采用“案例+任务”的教学模式设置教学内容，形成了“能力标准—能力要素—能力训练任务—能力训练成果”的实践教学体系，将实践教学具体化，形成可执行的任务方案，以便于学生在完成任务过程中实现能力的培养。 **4．师资要求：**有中级职称且有实际工作的“双师型”教师。 **5．考核方式：**学习过程考核成绩：65%+课程作品考核成绩：20%+日常考试成绩：15%。	S1 S2 S3 S4 Z3 N6
6	市场营销基础	1.素质目标：具有创新思维以及学习市场营销知识的愿望和兴趣；具有学好市场营销的信心，能够将市场营销知识与技术与其他学科相互结合渗透；具备良好的团队合作意识、能力及文字表达能力等综合素养。 2.知识目标：了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者和竞争者分析的主要方法和技能；熟悉 STP 战略，掌握产品整体概念和产品组合策略；掌握新产品开发方式、品牌和包装策略；掌握定价方法、分销渠道管理的方法； 掌握新型和传统营销组合方式。 3.能力目标：能够树立正确的营销观念，判断产品处于何种需求状态；能够运用SWOT分析方法对营销环境、消费者、竞争者进行分析；能够实施STP分析，能依据 4P理论知识进行营销	1．走进市场营销。 2．项目团队组建。 3．营销环境分析。 4．消费者与竞争者分析。 5.市场细分、目标市场确定、市场定位。 6．4P营销策略制定。	**1．课程思政：**围绕诚信与道德、团队协作与沟通、创新意识与创业精神、社会责任与可持续发展、法治意识与合规经营等多重因素，从整体上规范从业行为、提高岗位素质。 **2．教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全防护措施；具备多媒体教学资源。 **3．教学方法：**“两导四步”教学法：课前任务导学，促进学生主动建构知识；课中研学，实施“释、践、展、检”教学环节和面授、答疑、研讨等活动促进技术知识与实践的深度联结、重构，实现学生岗位知能迁移；课后项目导练，促进学生创造性解决问题实现线上线下混合式课程教学。 **4．师资要求：**有理想信念、有道德情操及仁爱之心；具有扎实的相关理论功底、实践能力及较强的信息化教学	S1 S2 S3 S4 S9 Z3 Z4 Z5 Z6 Z8 Z10 N1 N6 N7 N8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		组合促销策略的制定；具有撰写要素完整主题明确、内容详实、条理清楚、操作性强的整体营销组合方案的能力。		能力；具有市场营销领域相关的技能等级证书。 **5．考核方式：**本课程需组建团队进行学习，采取线上线下混合式教学方式，通过项目引导、任务驱动的模式，以学生为主展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业营销活动的策划与实施，总评成绩=线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）	
7	市场调查实务	1．素质目标：具有探究真相、用数据和事实说话的意识；具有不怕困难、深入一线现场获得一手资料的工作作风；具有持之以恒、积极进取的心理素质；具有创新精神和创新思维；具有科学、严谨、扎实的工作态度。 2．知识目标：了解市场调查的概念、内容、范围，掌握调查对象的确定的基本方法；熟悉市场调查的信息渠道，掌握信息收集的方法；熟悉市场调查的四种基本方式，掌握四种调查方式的选择和运用；了解抽样调查法的使用方法和流程，掌握抽样调查法的组织与实施；熟悉市场调查问卷的结构和作用，掌握市场调查问卷的设计方法；掌握市场调查的组织和实施了解调查报告的编写规范和内容结构，掌握调查报告的编写方法。 3．能力目标：能够确定调查的范围和调查对象；能够根据调查目的、内容和对象确定信息收集的渠道；能够根据调查目的、内容和对象灵活选择和运用四种调查方式；能够使用抽样调查法对调查对象组织和实施调查；能够根据调查目的设计市场调查问卷；能够协助、组织和实施市场调查的工作；能够撰写市场调查分析报告。	1．认知市场调查。 2．设计市场调查方案。 3．选择市场调查方法。 4．设计抽样调查。 5．设计市场调查问卷。 6．组织实施市场调查。 7．整理与分析市场调查资料。 8．撰写市场调查报告。	**1．课程思政：**融入市场调查专员职业道德素养要求；融入优秀的企业生产案例，和以人为本的企业经营与管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解市场调查原理和方法，提升理论联系实际的能力。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 **4．师资要求：**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。 **5．考核方式：**本课程的考核采用学习过程考核、项目任务考核和总结性考评三部分相结合的形式。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目任务考核成绩（40%）+期末考试（30%）。	S1 S2 S3 S4 S9 Z3 Z4 Z5 Z6 Z10 N1 N2 N5 N7 N10 N12 N13
		1．素质目标：具有“用户需求”至上的意识，具有与客户交流的职业素养；具有较强的心理承受能力、吃苦耐	1．推销准备。 2．寻找顾客。 3．推销接近。 4．推销洽谈。	**1．课程思政：**融入推销员职业道德素养要求，融入优秀的企业生产案例，和以人为本的企业管理思想。	S1 S2 S3 S4 S7

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
8	推销技术	劳的精神和团队合作意识；遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守。 2．知识目标：掌握制订推销计划的方法；掌握寻找顾客的步骤及方法；掌握约见及接近顾客的方法及注意的问题；掌握介绍与展示产品的原则、方法及需要注意的问题；掌握各种成交方法。 3．能力目标：能分析指定产品的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；能寻找顾客并对潜在顾客进行有效评估；能根据顾客的基本情况成功约见和接近顾客；能运用推销谈判的基本理论进行推销洽谈的设计；能根据顾客的实际问题解决顾客异议；能识别成交信号并适时成交。	5．电话推销。 6．推销管理。	**2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解市场调查原理和方法，提升理论联系实际的能力。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 **4．师资要求：**具有扎实理论基础和销售实践工作历，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。 **5．考核方式：**本课程的考核采用学习过程考核、项目任务考核和总结性考评三部分相结合的形式。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目任务考核成绩（40%）+期末考试（30%）。	S8 S9 Z1 Z2 Z4 Z7 Z8 Z10 N1 N2 N6 N4 N7
9	直播电商实务	1.素质目标：具有团结协作、敢于创新的意识；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具有良好的服务意识和市场观念；具有精益求精的工作态度和敬业精神。 2.知识目标：了解直播电商的特点、模式；熟悉主流直播平台；掌握直播运营流程、直播营销方式、直播方案策划流程、直播运营的传播方式和直播复盘的内容。 3.能力目标：具有运营主流直播平台开展用户画像分析、直播宣传和引流的能力；具有直播内容策划、直播文案撰写的能力，能够直播带货和直播效果分析。	1．直播行业及平台。 2．直播团队组建。 3．直播产品选择。 4．直播内容策划。 5．直播活动实施。 6．直播复盘提升。 7．直播售后服务。	**1．课程思政：**开展以“求新务实”为主题的课程思政；将楚怡精神、职业自信，职业素质、职业信念等精神的培养融入课程设计当中，培养学生职业道德和工匠精神，激发学生爱岗敬业的使命担当。 **2．教学条件：**课程依托超星网络教学平台，建立线上课程资源库，结合企业真实案例，引导学生将理论运用到电商直播的工作场景中。 **3．教学方法：**采用讲授法、实践教学法、角色扮演法、合作探究教学法、项目式教学、案例教学等多种教学方法进行课程的教学。 **4．师资要求：**专任教师具有高校教师资格和本专业领域相关的职业技术等级证书；具有相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力。 **5．考核方式：**主要包括学习过程考核、项目作品考核和	S1 S2 S4 S6 S7 S8 S9 Z1 Z4 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N4 N5 N6 N7 N10 N12 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=线上自主学习（10%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（30%）	

（2）专业核心课程

专业核心课程描述如表12所示。

表12　专业核心课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	消费者行为分析	1.素质目标：具有探究真相、用数据和事实说话和良好的客户服务意识；具有持之以恒、积极进取，科学、严谨、扎实工作的素养；具有在营销过程中，深入探究消费者人性特点的职业敏感性的思维。 2.知识目标：了解消费者心理与行为的基本理论以及影响消费者行为的因素；熟悉消费者的特征、购买类型、决策过程；掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为的方法。 3.能力目标：具有较好的信息搜集整理和分析的能力；具有善于察言观色，换位思考，准确把握消费者心理活动的能力，能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系、消费者需求来进行产品开发；能够利用市场营销因素引导消费者的行为。	1．消费者行为认知。 2．消费者购买决策。 3.消费者感知、记忆与学习。 4．消费者个性、自我概念与生活方式。 5．消费者态度。 6．消费者需要与动机。 7.消费者群体沟通与创新扩散。 8．消费文化与消费行为。 9．消费者购后行为。 10．网络消费与消费行为。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观、诚信经营与道德责任感、跨文化交流与沟通能力、创新精神和创业意识等思政元素。 **2．教学条件：**线上建设课程资源，线下使用能联网的多媒体教室。 **3．教学方法：**运用信息化手段，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、项目训练等方法组织教学，增强学生动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有消费者行为分析理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**课程成绩（100%）=过程性考核（70%）+结果性考核（30%），过程性考核=职业素养考核（40%）+课堂表现（10%）+考勤（20%），结果性考核=期末考试卷面成绩（100%）	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z4 Z5 Z10 N2 N6 N7 N8
2	销售与管理	1、素质目标：具有一定的执行能力和组织能力；具有热爱市场营销和销售行为的精神；具有自主学习的能力，在教学实践中养成积极思考问题和主动学习的习惯。 2、知识目标：掌握销售与管理概念的基本知识；了解销售与管理的表现形式；了解销售与管理的缘起与发展；了解销售与管理理念的内涵；了解企业销售与管理发展的核心思想。 3、能力目标：能够执行基本的销售行为和销售流程；能	1．销售管理的基础知识。 2．销售组织的建立。 3．销售人员的管理。 4．销售计划管理。 5．销售区域和销售渠道的管理。 6．销售货品管理。 7．客户管理。 8．销售分析。	**1．课程思政：**在传授专业知识和技能的同时，培养学生的职业道德、团队协作、责任意识、市场敏锐度、客户服务意识、数据分析与决策能力，以及持续学习和自我提升的意识，从而为学生未来的职业发展和社会适应能力奠定坚实基础。 **2．教学条件：**在多媒体教室中，借助计算机、网络设备、多媒体教学软件、音像系统等设备，实现跨学校的多媒体资源共享，对学生进行知识点讲授、案例分析、项目	S1 S2 S3 S4 S7 S8 S9 Z1 Z3 Z4 Z8 Z10 N1 N4 N6 N8 N12

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		理解销售与管理与市场营销体系的联系；能够识别销售与管理的基本元素。		实训等。 **3.教学方法：**本课程遵循“教师引导，学生为主”的原则，采用讲解、案例分析、场景模拟法、小组讨论、翻转课堂等多种方法，努力为学生创设更多知识应用的机会。 **4．师资要求：**需要师资具备专业知识和经验，能够灵活运用案例分析、角色扮演等教学方法，促进学生的思维拓展和能力培养；同时需要具备良好的互动能力和创新意识，能够利用在线教学平台提供多样化的教学资源和互动方式。 **5．考核方式：**课程成绩（100%）=过程性考核（70%）+结果性考核（30%），过程性考核=职业素养考核（40%）+课堂表现（10%）+考勤（20%），结果性考核=期末考试卷面成绩（100%）	
3	商务数据分析与运用	1.素质目标：具备并坚持正确的价值观和数据保密及安全意识；具有爱岗敬业、客观公正及严谨细致的工作作风及职业素养；具备良好的团队合作意识、能力及文字表达能力等综合素养。 2.知识目标：熟悉并掌握商务数据分析工作内容、流程及数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和数据可视化展示的知识、方法、工具及应用；掌握市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析等典型任务的分析要点、方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告要素结构与写作方法。 3.能力目标：能够系统掌握商务数据化运营理念；能够掌握并灵活开展市场数据分析、运营数据分析及产品数据分析；能够可视化呈现数据分析过程及结果；能够结合市场、运营、产品等不同商务情境下数据分析目标，完成数据采集、整理与分析报告撰写。	1．商务数据分析认知。 2．商务数据采集与处理。 3．商务数据可视化呈现。 4．市场数据分析。 5．运营数据分析。 6．产品数据分析。 7.商务数据分析报告撰写与展示。	**1．课程思政：**建立“数据价值观－数据素养－数据情感”的课程思政元素架构，从整体上规范从业行为、培养数据涵养。 **2．教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全防护措施；具备多媒体教学资源。 **3．教学方法：**“两导四步”教学法：课前任务导学，促进学生主动建构知识；课中研学，实施“释、践、展、检”教学环节和面授、答疑、研讨等活动促进技术知识与实践的深度联结、重构，实现学生岗位知能迁移；课后项目导练，促进学生创造性解决问题实现线上线下混合式课程教学。 **4．师资要求：**有理想信念、有道德情操及仁爱之心；具有扎实的相关理论功底、实践能力及较强的信息化教学能力；具有商务数据分析相关领域的技能等级证书。 **5．考核要求：**本课程在以项目为载体、以任务来驱动的课程教学中，强调实施过程考核，每一项目任务都包括理论、实操、作业工单、素	S1 S2 S3 S4 S7 S9 Z3 Z10 N1 N2 N6 N12 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				质四个部分，由主讲教师、企业指导教师共同实施多元评价，适当安排学生参与评价，多角度评估学习者的学习效果、自主学习能力、团队合作意识，以及职业素养和数据思维的养成。5．考核方式：课程成绩（100%）=过程性考核（70%）+结果性考核（30%），过程性考核=职业素养考核（40%）+课堂表现（10%）+考勤（20%），结果性考核=期末考试卷面成绩（100%）	
4	数字营销	1.素质目标：培养创新意识和数字思维；增强对新技术和趋势的敏感度；树立良好职业道德，注重数据隐私和伦理；培养团队合作精神和沟通能力；增强社会责任感，注重绿色营销；提升自信心和自律能力。 2.知识目标：了解数字营销的基本概念和趋势；掌握数字营销原理与技术；熟悉数字营销策划步骤；了解数字广告营销类型和策略；掌握数字互动营销技巧；理解数字营销效果分析与优化方法。 3.能力目标：能独立策划和执行数字营销活动；具备分析和应用数字营销技术的能力；设计和实施数字广告策略；运用互动营销工具提高客户参与度；分析数字营销数据并进行优化；通过实战案例提升实操能力。	1．数字营销概述。 2．数字营销原理与技术认知。 3．数字营销策划。 4．数字广告营销。 5．数字互动营销。 6．数字营销效果分析与优化。	**1．课程思政：**融入数字营销职业道德素养要求、优秀的企业生产案例，和以人为本、有社会责任感的企业管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解数字营销原理和方法，提升理论联系实际的能力。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 **4．师资要求：**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 **5．考核方式：**考核方式由平时成绩和期末成绩2部分组成，其中平时成绩由课后作业、课堂实训成绩、线上学习及考勤等表现与素养组成，期末成绩由知识点考核、实训考核和拓展能力展现组成。课程成绩（100%）=平时成绩（70%）+期末成绩（30%），平时成绩=课后作业（40%）+实训成绩（40%）+考勤与素养（20%），期末成绩=期末考试卷面成绩（100%）。	S1 S2 S3 S4 S7 S8 S9 Z4 Z8 Z9 N1 N2 N6 N7 N9 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
5	商务礼仪与沟通	1.素质目标：具有自主学习、正确的商业道德观和服务的意识；具有善于与人沟通、积极合作的团队协作素养；具有在工作中注重个人和企业形象塑造的思维。 2．知识目标：了解商务礼仪与沟通的特点、原则和要求；熟悉各类商务办公、拜访、接待、庆典、仪式等商务活动各环节礼仪与沟通的要素和规则；掌握商务人员个人形象塑造方法和各类商务活动中待人接物的行为准则。 3．能力目标：具有一定的组织沟通协调和应变能力；具有按照礼仪规范修饰仪容、服饰，规范仪态和语言的能力；具有自主打造良好的商务职业形象，符合岗位从业形象要求，展示正确的企业形象的能力，能够依照礼仪规范进行商务交往，开展接待和拜访，熟练安排各项商务活动及仪式。	1．商务礼仪概述。 2．商务人员形象礼仪。 3．商务交往礼仪 4．商务办公礼仪。 5．商务专题活动礼仪。 6．商务沟通技巧。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观；通过讲解传统礼仪文化，引导学生传承中华优秀传统文化，形成尊重长辈、礼让同行等传统美德；通过讲解商务活动中的法律法规要求，让学生了解并遵守相关法律法规，确保商务活动的合法性和规范性。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下让学生可以开展形体训练、模拟商务活动场景的多媒体教室。 **3．教学方法：**本课程是专业核心课程，授课教师根据面向的职业岗位需要将授课班级进行分组，运用信息化手段在理论教学的基础上，创设基于典型工作任务的情境开展模拟训练，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的商务礼仪与沟通理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=过程性考核（60）+结果性考核：期末线下闭卷考核（30）+增值性考核（10）	S1 S2 S3 S4 S7 S9 Z1 N1 N5 N6 N8
6	智能客户服务实务	1.素质目标：具有吃苦耐劳、顾客至上、遵纪守法的品质；具有踏实严谨的工作作风，具有风险意识、创新精神、团队合作。 2．知识目标：掌握智能客户服务需求分析、服务产品市场定位等知识，掌握人工智能时代下客户信息搜集与整理的工具与方法及常用的客户服务数据统计分析方法，掌握常见的和新型的客服服务方法与工具，客户服务具体流程，谈判注意事项。 3．能力目标：能够进行智能客户服务产品设计与创新；能够编制数据图表和利用人工智能撰写市场调研报告；能够实施客户拜访计划及撰写客户拜访纪要。	1．客户服务基础理论 服务概念与重要性 客户服务的定义、目标（提升满意度与忠诚度）及其对企业核心竞争力的影响。 客户需求分析：显性/隐性需求分类、期望管理（及时性、准确性、专业性）。 客户满意度与忠诚度 满意度评价方法（问卷调查、电话回访、在线反馈）及忠诚度培育策略（奖励机制、信任建立）。 四类客户关系模型：破坏者、囚禁者、布道者、图利者，及其对企业的影响。 1．客户服务核心技能 沟通与问题解决 沟通技巧：积极倾听、换位思考（四级同理心）、非语	**1．课程思政：**采用理论与实践相结合的教学组织，引导学生体验，感知优质客户服务，通过角色扮演等，提升客户服务水平。帮助学生树立正确的业绩观，能从客户角度出发，服务客户。 **2．教学条件：**在多媒体教室进行，有对应网络资源。 **3．教学方法：**采用讲授法、案例教学法、提问法、任务驱动法服务探究、情境教学法、分组讨论法和项目教学法等教学方法。 **4．师资要求：**需掌握市场调查与营销理论，具备客户关系管理能力，善于案例教学，能融合新技术于教学。 **5．考核方式：**课程成绩（100%）=过程性考核（70%）	S1 S2 S3 S4 S9 Z6 Z10 N1 N2 N4 N5 N6 N10 N11

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			言沟通。 投诉处理：标准化流程（记录→调查→反馈→回访）、特殊客户应对策略（如情绪疏导技巧）。 期望值管理：识别过高/无理期望，通过合理引导设定可实现目标。 服务流程优化 售前、售中、售后全流程设计：售前个性化推荐、售中订单处理、售后智能质检。 流程瓶颈识别与效率提升工具（如服务蓝图设计）。 2．客户关系管理（CRM） 客户分层与维护 二八法则应用：关键客户（VIP专属服务）、普通客户（潜力升级）、小客户（成本控制）。 客户生命周期管理：培养期→发展期→合作期→退化期的策略调整。 数据驱动决策 客户信息收集（CRM系统）、行为分析（RFM模型）、精准触达（如基于消费行为的优惠推送）。 满意度归因分析：通过NLP情感分析负面反馈，优化服务策略。 3．智能客服技术工具与系统应用 数字化服务系统 客服平台操作（如千牛工作台）：聊天记录分析、子账号管理。 数据工具链：从数据清洗（WPS AI）到可视化报告（AI生成PPT）。 CRM与数据分析 客户数据库构建：动态更新、标签体系（自动/手动标签）。 服务跟踪体系：全流程监控（需求捕捉→交付→满意度→反馈闭环）。	+结果性考核（30%），过程性考核=职业素养考核（40%）+课堂表现（10%）+考勤（20%），结果性考核=期末考试卷面成绩（100%）	
7	品牌策划与推广	1.素质目标：具有在学习过程中的主动性建构性；具有学习能力和创新能力；具有主动针对所出现的问题进行分析，对问题深入探究的精神。 2.知识目标：了解品牌的含义、本质和作用；掌握品牌	1．品牌概述。 2．品牌发展史。 3．品牌推广的价值。 4．品牌整合传播。 5．品牌整合营销。 6．案例分析及实操。	**1.课程思政：**围绕社会主义核心价值观、创新意识、社会责任与可持续发展、法律法规与职业道德教育等多重因素，从整体上规范从业行为、提高岗位素质。 **2.教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全	S1 S2 S3 S4 S6 S8 S9 Z1 Z4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		定位的方法；熟悉品牌形象设计的方法；掌握品牌推广的方法 3.能力目标：能够分析品牌的目前形象与现状；能够进行品牌定位、品牌命名和品牌人格化；能够进行品牌广告语、品牌故事和品牌广告片脚本创作；能够对品牌LOGO、品牌IP和品牌终端形象设计提出建议；能够进行品牌整合营销传播方案设计。		防护措施；具备多媒体教学资源。 **3.教学方法：**“两导四步”教学法：课前任务导学，促进学生主动建构知识；课中研学，实施“释、践、展、检”教学环节和面授、答疑、研讨等活动促进技术知识与实践的深度联结、重构，实现学生岗位知能迁移；课后项目导练，促进学生创造性解决问题实现线上线下混合式课程教学。 **4.师资要求：**有理想信念、有道德情操及仁爱之心；具有扎实的相关理论功底、实践能力及较强的信息化教学能力。 **5.考核方式：**本课程考试成绩由平时成绩和期末考试两部分组成，满分为100分。平时成绩包括课堂讨论、平时作业及考勤。对课堂上能主动提出较有见解问题的学生以及能为教学提供素材的学生予以加分。此部分考核针对分析与解决实际问题的能力，通过教师平时记录评分。考核成绩评定办法：过程性考核（70%）+结果性考核期末试卷（30%）	Z5 Z10 N1 N2 N6 N10

（3）专业拓展课程

专业拓展课程描述如表13所示。

表13　专业拓展课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	营销策划实务	1．素质目标：有学好市场营销的信心，能够将市场营销知识与技术与其他学科相互结合、渗透；能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；能在学习过程中注意并理解他人的情感；在生活中接触到市场营销的知识与技术时，乐于探究其实现手段、实现过程。 2．知识目标：了解市场环境分析的内容与方法；掌握消费者分析的主要方法和技	1.营销策划导论。 2.营销策划书的撰写要求。 3.企业营销环境分析。 4.STP策划方案。 5.CIS企业形象策划方案。 6.顾客满意策划方案。 7.营业推广策划方案。 8.节日活动策划方案。 9.新产品上市推广策划方案。 10.公关活动策划方案。	**1．课程思政：**融入营销策划职业道德素养要求，融入优秀的企业生产案例，和以人为本的企业管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解市场调查原理和方法，提升理论联系	S1 S2 S3 S4 S7 S8 S9 Z4 Z5 Z6 Z8 N1 N2 N4 N6 N8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能；熟悉市场细分的方法及步骤，掌握市场定位的基本技能及市场定位方案撰写的步骤和内容；能够为企业撰写CIS系统设计方案；能够撰写企业提升顾客满意的营销方案；了解营业推广的方式，掌握企业节日促销活动的流程，能够撰写相关策划活动方案；了解新产品上市的策划流程；熟悉公关活动的开展方式；熟悉撰写企业商务活动策划方案，能够运用所学的市场营销知识为企业做完整的策划方案。 3.能力目标:岗位专业能力:营销活动策划能力、企业营销计划能力等；行业通用能力：自我发展、沟通、团队合作、创新、信息技术应用、刻苦耐挫、应急应变能力；核心能力：有效沟通技能、团队合作技能、市场环境分析能力、目标市场选择能力、市场定位能力、营业推广活动设计能力、节日活动设计能力、新产品上市推广能力、公关活动设计能力。		实际的能力。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 **4．师资要求：**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 **5．考核方式：**课程的考核评价包括过程性评价和结果性评价。具体考核成绩评定办法：过程性考核（40%）+结果性考核（60%）。课程考核由主讲教师实施考核评价，适当安排学生参与评价。	N13
2	商务谈判	1.素质目标： 树立诚信、责任感和职业道德;培养自信、自律和持续学习的态度；增强社会责任感和服务意识。 2.知识目标： 树立现代商务谈判观念；掌握语言沟通技巧；掌握应对具体商务谈判的能力。 3.能力目标：培养调研能力；提升分析能力；增强理论与实际结合的能力；提高语言表达能力；提升沟通能力；增强团队协作能力；培养创新能力。	1.储备商务谈判知识。 2.培养商务谈判人员。 3.掌握商务谈判中的礼节和礼仪。 4.提高沟通与说服水平。 5.做好商务谈判前的准备。 6.掌握商务谈判的开局策略。 7.运用报价策略。 8.提高磋商能力。 9.结束谈判与签约。 10.应对国际商务谈判。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的企业案例。 **2．教学条件：**商务谈判是一门实践性特强的课程，仅仅有理论是远远不够的。必须有相应的实训环节安排，通过学生的参与和教师的指导，提高学生的商务谈判能力。 **3．教学方法：**商务谈判是一门实践性、技能性很强的课程。根据这门课的特点，教学中必须改变过去从课堂到课堂、从书本到书本的满堂灌的形式，必须在教学内容、教学方法和教学手段上进行改革和探索。在教学内容上，应着重讲授商务谈判的基本理论、基本规律，以够用必须为度；在教学方法上，须以传统的课堂教学为基础，尽可能采用任务驱动教学、案例教学、模拟谈判等教学方法，帮助学生熟练掌握商	S1 S2 S3 S4 S9 Z4 Z5 Z6 Z7 N1 N2 N4 N6 N7 N8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				务谈判基本理论、基本技能。 **4. 师资要求：**本课程教学团队成员应具有本科以上学历，主讲教师应具有讲师以上职称 ，并能熟练指导学生实践训练。本课程教学团队成员应具备双师型素质。 5. 考核方式：本课程的考核采用平时成绩和期末考试两部分相结合的形式，满分为100分。总评成绩=学习态度（40%，含课堂纪律、出勤等）+课后作业（30%）+考试成绩（30%）。	
4	经济法基础	1. **素质目标**：具有正确的人生观、价值观，养成求真务实、遵纪守法的人文素养；具有爱岗敬业、廉洁自律、客观公正、严谨细致的会计职业态度和工作作风；具备诚信为本、操守为重、坚持准则不做假账的职业素养； 2. **知识目标：**掌握法律基础、法律主体、法律责任等经济法的基础理论知识；掌握会计法规体系及《中华人民共和国会计法》主要规定；掌握支付结算方式，规范使用不同的支付结算方式；掌握税法概述及货物和劳务税法律制度、所得税法律制度、财产和行为税法律制度、税收征管法律制度的主要规定；（5）掌握劳动合同与社会保险法律制度的主要规定。 **3. 能力目标：**能运用经济法的原理，分析和解决实际工作中有关经济法律方面的实际问题；能运用会计法律制度、税收征管法律制度的相关知识来处理经济法律问题；能规范使用不同的支付结算方式；掌握各项税法的基本内容；能运用劳动合同与社会保险法律制度的相关知识维护企业、客户和自身合法、正当的权益。	1 总论； 2 会计法律制度； 3 支付结算法律制度； 4 税法概述及货物和劳务税法律制度； 5 所得税法律制度； 6 财产和行为税法律制度； 7 税收征管法律制度； 8 劳动合同与社会保险法律制度。	**1. 课程思政**：通过经济法的学习，引导学生深入理解经济法的精神实质和价值追求，培养学生的法治意识、社会责任感和职业道德。深刻理解经济法在维护市场秩序、保障公平正义、促进经济发展等方面的重要作用。使学生的法治意识、社会责任感和职业道德得到显著提升，为他们未来的职业发展和个人成长奠定坚实的基础。 **2. 教学条件**：具有多媒体教学资源，课程教学中融入课程思政，以立德树人贯穿课程始终。 **3. 教学方法**：讲授法、案例教学法、讨论教学法、任务驱动法等。以教师课堂讲授为主，以“学生为中心”，使“教、学、做”融为一体，运用多媒体和讲练结合等手段组织教学活动，确保课程教学与职业需要紧密结合并切实可行。 **4. 师资要求：**任课教师应具有丰富的教学经验，能够熟练掌握经济法基础课程的教学内容和方法。同时，能够将理论与实践相结合，使学生更好地理解和应用法律知识。 **5. 考核方式：**本课程为考试课程，其中结果性评价占比50%、过程性评价占比50%(包括考勤20%、课后作业20%、课堂表现10%）。	S1 S2 S3 Z3 Z4 N6
		1. 素质目标：具有自主学习，	1. 服务设计的基本内涵、有	**1. 课程思政：**融入服务行业	S1 S2

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
5	服务设计	独立思考的意识；具有职业道德素养；具有人际沟通和团队协作意识；具有开拓创新精神。 2．知识目标：了解服务的概念与特征、要素；熟悉服务中的消费者行为；掌握顾客对服务的期望，并掌握有效的方式了解顾客对服务的期望；掌握服务开发与设计；了解顾客定义的服务标准；掌握服务定价设计策略；掌握服务的有形展示，了解服务中的员工角色和顾客角色。 3．能力目标：能运用所学知识为服务企业或企业营销服务活动进行服务市场分析、服务市场定位；掌握服务承诺的表现形式以及实现服务承诺的技巧和策略；熟练掌握服务营销策略、技巧使用的要领和应该注意事项；会运用服务营销知识进行服务活动设计；能够把服务企业的有形展示与企业形象设计紧密结合，传达企业服务特色；熟练掌握服务沟通的技巧。	关概念、研究对象和研究范畴。 2．服务中的消费者行为。 3．顾客对服务的期望。 4．建立顾客关系。 5. 服务开发与设计。 6. 顾客定义的服务标准。 7. 服务定价设计。 8. 整合服务沟通。 9. 服务的有形展示设计。 10. 服务中员工角色及顾客角色的管理。	职业道德要求；融入优秀的企业生产案例，和以人为本的企业经营与管理思想。 2．教学条件：线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，以“工作过程”为导向，提炼典型工作任务，引入企业真实项目，设计实用的学习情境，通过课堂教学与相关项目实操，使学生学习理论知识的同时增长实操技能。 **4．师资要求：**具有扎实理论基础和服务设计实践工作经历，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。 **5．考核方式：**采取学习过程考核和期末线上考试两个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（60%）+期末线上考试（40%）。	S3 S4 S8 S9 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N8 N11
6	新媒体运营与推广	1．素质目标：具有在新媒体营销过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具备图片、字体、音视频的版权意识和广告法等法律法规意识，以及一定的审美能力、图文制作和视频剪辑能力；具备对新媒体运营相关活动的探索意识及创新精神，尊重公民隐私，遵守职业道德；具备较强的新媒体运营思维和创新能力；具有良好的团队合作意识；传播优秀商业文化与中国传统文化，具备较强的文化自信。 2．知识目标：掌握新媒体概念、类型、新媒体营销特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识；掌握新媒体用户运营、内容运营、活动运营、产品运营及社群运营的方法与技巧。 3．能力目标：能够独立进行新媒体运营策划及效果评估工作，并能够针对遇到的问	1．认知新媒体营销与运营。 2．新媒体用户与内容定位。 3．新媒体图文设计。 4．新媒体数据分析及内容优化。 5．微信营销与运营。 6．微博营销与运营。 7．音频/视频/直播营销与运营。	**1．课程思政：**传播优秀品牌文化和中国传统文化相结合，增强文化自信，树立互联网诚信意识；将爱国情怀、职业素养、团队精神始终贯穿于新媒体课堂教学中，对学生进行正向的新媒体从业人员的法治意识与职业道德；增强学生服务国家、服务人民的社会责任感。 **2．教学条件：**选用新媒体营销教材，配备丰富的教辅材料；利用新媒体营销实验室，配备先进的软硬件设施；与抖音平台合作，让学生在真实环境中进行产品开发实践；搭建校级精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握电商营销推广的实操知识；通过项目驱动、实践操	S1 S2 S3 S4 S6 S8 S9 Z4 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N4 N6 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题的能力，能有效地开展新媒体运营相关活动。		作等方式，让学生在实践中掌握海外营销推广技能，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4.师资要求:**具备市场营销、电子商务类、计算机类专业大学本科以上学历（含本科），并接受过职业教育教学方法论的培训，具备高校教师资格；具备教学组织、管理及协调能力 **5.考核方式:** 本课程采用多元评价考核法多角度评估学习者的学习效果和自主学习能力，课程考核内容主要包括学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等，采取系统、教师、 团队等多主体评价，注重过程性考核与结果性考核相结合，强调学习者过程学习与团队协作。 课程的考核评价包括过程性评价和结果性评价。具体考核成绩评定办法：过程性考核（70%）+结果性考核（30%）。课程考核由主讲教师实施考核评价，适当安排学生参与评价。	

（4）专业集中实践课程

专业集中实践课程描述如表14所示。

表14　专业集中实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	信息采集实训	1.素质目标：具有探究真相、用数据和事实说话的意识；具有不怕困难、深入一线现场获得一手资料的工作作风；具有持之以恒、积极进取的心理素质；具有创新精神和创新思维；具有科学、严谨、扎实的工作态度。 2.知识目标：掌握市场调研方案的写作方法；熟悉抽样调查法的使用方法和流程；掌握市场调查问卷的设计方法；熟悉整理与分析市场调查资料的方法；掌握调查报告的编写方法。	1．设计市场调查方案。 2．设计市场调查问卷。 3．整理与分析市场调查资料。 4．撰写市场调查报告。	**1.课程思政:**厚植家国情怀，突出职业道德，立足社会主义核心价值体系，融入市场调查专员职业道德素养要求；融入优秀的企业生产案例。 **2.教学条件:** 配备多媒体教学设备和网络连接的教室。 **3.教学方法:** 采用项目导向法、案例教学法，结合省级技能抽查题库布置任务，利用小组协作与翻转课堂提升参与度。 **4.师资要求:** 具有扎实理论基础和市场调查实践工作经	S1 S2 S3 S7 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z10 N1 N2 N6 N7

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		3．能力目标：能够根据调研项目确定调查的范围、调查对象、调查目的、内容和调研方法撰写出市场调研方案；能够根据调查目的设计市场调查问卷；能够撰写市场调查分析报告。		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。 **5．考核方式：**考核形式为：平时成绩（30%）+ 项目作业成绩（70%）。 平时成绩：包括签到考勤、课堂参与度、作业完成情况。 项目实践成绩：根据项目作业完成的质量和团队协作等方面进行评价。	N10 N12
2	营销策划实训	1．素质目标：具有严谨细致的职业态度，能够以高度的责任心对待策划过程中的每一个环节，如市场数据的收集与分析、策划方案的撰写与执行等。具有诚信守法的职业操守，在进行市场竞争分析、制定促销策略等活动时，坚守道德底线，不采用不正当竞争手段。具有团队协作意识，在小组合作完成策划项目时，学会有效沟通、合理分工、互帮互助，共同达成目标。具有社会责任感，认识到营销策划不仅要追求企业利益，还应考虑社会影响，如在策划中融入绿色营销、公益营销等理念，推动社会可持续发展。2.知识目标：掌握营销策划的完整流程，包括前期的市场调研、目标市场定位，中期的营销策略制定，以及后期的方案执行与效果评估。熟悉市场调研的各种方法，如问卷调查法、访谈法、观察法、文献研究法等，了解每种方法的适用场景和操作要点。了解消费者行为分析的相关理论，包括影响消费者购买决策的因素、消费者购买决策过程等，能够运用这些理论指导目标市场的选择和营销策略的制定。掌握常见的营销策略，如产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略（4P 理论），以及品牌策略、服务策略等，明确不同策略的特点和适用条件。知晓营销策划方案撰写的规范和要点，包括方案的结构、内容	1.撰写促销策划方案。 2.撰写新产品推广策划方案。 3.撰写公关活动策划方案。	**1.课程思政：**围绕诚信经营、创新意识、社会责任与可持续发展、法律法规与职业道德教育等多重因素，从整体上规范从业行为、提高岗位素质。 **2.教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全防护措施；具备多媒体教学资源。 **3.教学方法：**理论讲授与案例教学时间规划为 12 学时，实践训练时间规划 28 学时。帮助学生掌握促销策划、新产品上市推广及公关活动设计的技巧和方案写作方法。学习过程中为了培养团队合作精神，建议通过建立项目团队，进行协作学习。 **4．师资要求：**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。 **5．考核方式：**考核形式为：平时成绩（40%）+ 项目作业成绩（60%）。 平时成绩：包括签到考勤、课堂参与度、作业完成情况。 项目实践成绩：根据项目作业完成的质量和团队协作等方面进行评价。	S1 S2 S3 S4 S7 S8 S9 Z2 Z4 Z8 Z10 N1 N2 N6 N8 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		表述、数据支撑等方面的要求。 3.能力目标：能够运用所学的营销知识和市场调研结果，对目标市场进行精准定位，制定切实可行的营销策略组合。提升营销策划方案的撰写能力，能够撰写结构完整、逻辑清晰、内容具体、具有可操作性的营销策划方案。增强方案的展示与沟通能力，能够清晰、准确地向他人阐述策划方案的核心内容、亮点和可行性，回应他人的疑问和建议。具备一定的团队协作与组织协调能力，在小组项目中能够发挥自身优势，协调团队成员的工作，解决合作中出现的问题，确保项目顺利推进。			
3	QAI 工具训练	1.素质目标：具有自主学习意识；具备爱岗敬业、诚实守信的职业道德；培养对 AI 技术的兴趣和探索精神；具有创新意识和问题解决能力。 2．知识目标：了解 AI 智能的产生与发展；了解 AI 智能工具的基本原理和特性；掌握文心一言的基本操作和功能；掌握文心一格的基本操作和功能；掌握 ChatGPT 的基本操作和功能；了解多种 AI 智能工具协同工作方法。 3．能力目标：能够熟练使用文心一言软件的基本操作界面和工具；能够理解和应用文心一言软件的智能功能，如自然语言处理、机器翻译、智能推荐等，以提升文本处理的效率和准确性；能够导入、编辑和导出图像文件，包括图片的裁剪、缩放、旋转、调整亮度和对比度等基本操作；学生应能够使用软件提供的图像特效和滤镜功能，对图片进行艺术加工和风格转换，满足不同的设计需求；了解 AI 生成 PPT 的方法和运用。	1.介绍 AI 技术的发展和应用领域，引导学生了解 AI 智能工具的重要性和优势。 2．文心一言实践应用。 ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 ④案例分析 3．文心一格实践应用。 ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 4．Chatppt 实践应用。 ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 5．多种 AI 协同实现最终设计。	**1.课程思政：**厚植家国情怀，突出职业道德，立足社会主义核心价值体系，融入 AI 伦理和社会责任的内容，引导学生树立正确的科技观和价值观同时使用 AI 智能工具。 **2．教学条件：**教室：配备多媒体教学设备和网络连接。软件：提供文、图、动画 AI 软件的官方下载链接和安装指导。 **3．教学方法：**应用讲授法、演示法、实践操作法、案例分析法、小组讨论法等让学生了解 AI 智能工具在各个领域的应用情况。 **4．师资要求：**教师具备扎实理论基础，合理调整教学策略，针对性开展教学，达成教学目标。 **5．考核要求：**平时成绩（40%）+项目实践成绩（60%）。平时成绩包括考勤、课堂参与度、作业完成情况；项目实践成绩根据项目完成质量、创新性和团队协作进行评价。	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 N1 N2 N6 N12 N13
4	推销实务实训	1.素质目标：培养诚实守信、主动服务的职业操守，提升抗压能力与团队协作意识，	1. 推销理论与策略：学习经典推销模型，分析不同客户类型的沟通技巧。	**1.课程思政：**融入诚信经营、责任营销等价值观，结合商业欺诈案例开展警示教育，	S1 S2 S3 S4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		树立创新思维与客户至上的服务理念，强化营销职业认同感。 2. 知识目标：掌握推销理论与技巧（如 FABE 法则），熟悉产品卖点提炼、客户需求分析、异议处理及成交策略的核心知识，掌握推销流程与客户关系维护的基本原理。 3. 能力目标：能独立完成推销方案设计，熟练运用话术与沟通技巧进行产品推介，具备现场应变、客户异议处理及促成交易的实战能力。	2. 实战演练：分组设计产品（实物或虚拟）推销方案，并模拟陌生拜访、柜台推销、电话销售等场景 3. 案例分析：剖析成功与失败推销案例，总结经验教训。	引导学生树立合法合规的职业操守。 **2．教学条件：**配备模拟销售实训室、多媒体设备或模拟产品资源。 **3．教学方法：**采用情境模拟法、角色扮演法、小组竞赛法，结合企业真实项目和技能抽查题库内容开展任务驱动教学。 **4．师资要求：**主讲教师需具备市场营销专业背景，拥有企业推销或培训经验；还可邀请企业营销主管担任校外导师，指导实战环节。 **5．考核方式：**考核形式为：平时成绩（30%）+ 项目作业成绩（70%）。 平时成绩：包括签到考勤、课堂参与度、作业完成情况。 项目实践成绩：根据项目作业完成的质量和团队协作等方面进行评价。	S7 S8 S9 Z1 Z2 Z4 Z10 N1 N2 N6 N8
5	双 11 实训	1．素质目标：具有团队协作意识；具有吃苦耐劳、乐于奉献的精神；具有诚信守纪的品质和责任感与敬业精神；具有创新创业的意识。 2．知识目标：了解相关企业运营与管理流程，熟悉企业经营规程制度、熟悉商业运营环境；了解店铺线上线下营销推广知识，在实践中得到深入地理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动的策略与方法；了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法；了解微信个人号营销的策略与方法。 3．能力目标：能够初步使用电子商务平台运营；能够进行营销方案初步策划能够具有初步推广方案制定及实施能力；能够预防突发事件；能够初步具有客服自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理的能力；能够初步具有新媒体营销的能力；能够利用企业真实产品和电子商务平台，对接运营推广真实岗位，通过社群营	1．组建成立项目部，明确项目团队架构组建和工作职责的划分。 2．通过企业项目实战，学生参与企业真实项目运营，全程贯穿企业职场场景，项目管理方式按照企业典型管理方式进行。 3．学生分角色轮岗 1～2 个部门进行能力要点强化训练，通过项目综合训练课程帮助学生消化原有的课程知识，将理论知识转化为实战能力，最终通过真实项目的实际运营帮助学生积累工作经验，实现与企业人才标准零距离接轨。	**1．课程思政：**融入商业伦理道德和诚实守信的价值观，融入项目管理过程的系统思想、科学控制观、工匠精神、创新精神。 **2．教学条件：**依托校企合作基地的场地和产品，校内实训场所需配备相应的项目实战平台和工具。 **3．教学方法：**以学生为中心，采用任务驱动、分组实践，提高学生解决实际问题的能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的项目管理理论和技巧，以及一定的项目管理实践经验。 **5．课程考核：**考察参训学生的项目组织能力、表达能力、团队合作能力、策划能力，以及职业素养。 总评成绩 = 学习及考勤（30%）+项目实训考核结果（70%）。	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N5 N6 N7 N8 N10 N11 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		销、新媒体营销、OTO线上线下营销等形式，了解电子商务平台运营与管理流程。			
6	智能客户服务实训	1．素质目标：具有良好的行为规范和职业道德；具有客户第一的服务理念，养成主动服务客户的良好习惯；养成自觉学习和良好的工作态度。 2．知识目标：掌握受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等相关知识。 3．能力目标：具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。	1．客服岗位认知。 2．电话客服。 3．网络客服。 4．微客服。 5．售前客服。 6．售中客服。 7．售后客服。 8．投诉处理。 9．客服评价。	**1．课程思政：**融入商业伦理道德和诚实守信的价值观，养成主动服务客户的良好习惯。 **2．教学条件：**依托实训场所需配备相应的i博导客服实训平台。 **3．教学方法：**以学生为中心，采用任务驱动、分组实践，提高学生解决实际问题的能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的客户服务管理理论和技巧，以及一定的实训实践经验。 **5．课程考核：**采用平时成绩+平台测试结合，总评成绩=平时成绩（30%）+平台测试（70%）。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z9 Z10 N1 N2 N4 N11
7	直播实训	1. 素质目标：具有诚信经营、合规直播的职业操守；具有勇于尝试、不断优化直播内容的探索精神；具有沉着冷静、灵活应对直播突发状况的心理素质；具有团队协作、高效沟通的合作意识；具有精益求精、追求卓越的职业态度。 2. 知识目标：掌握主流直播平台的运营规则与功能特性；熟悉直播策划方案的撰写方法；掌握产品展示与卖点提炼的技巧；熟悉直播互动话术设计与用户心理分析方法；掌握直播数据统计与效果分析的基本方法。 3. 能力目标：能够根据产品特性和目标受众制定直播策划方案；能够熟练操作直播设备并完成直播场景搭建；能够运用互动技巧提升用户参与度和转化率；能够依据直播数据进行效果复盘与策略优化。	1. 主流直播平台认知与规则解读。 2. 直播策划方案撰写与脚本设计。 3. 直播设备操作与场景搭建实操。 4. 产品展示技巧与互动话术运用。 5. 直播数据统计分析与效果优化。	**1. 课程思政：**厚植家国情怀，结合直播助农、国货推广等正能量案例厚植家国情怀；突出直播从业者诚信守法、课程思政：厚植家国情怀，结合直播助农、国货推广等正能量案例厚植家国情怀；突出直播从业者诚信守法、爱岗敬业的职业道德规范，融入社会主义核心价值观；引入优秀企业直播运营案例，传递创新奋斗精神。 **2. 教学条件：**配备多媒体教学设备、高速网络连接的直播实训室；配备专业直播设备（含摄像头、麦克风、补光灯、背景架等）及直播模拟场景布置道具。 **3. 教学方法：**采用项目导向法、情境模拟法，结合直播行业技能竞赛标准布置实践任务，通过小组协作直播、直播间互评、翻转课堂等形式提升实践能力。 **4. 师资要求：**具有扎实的直播理论基础和丰富的直播运营实践经验，熟悉主流直播平台操作；具有较强的实操指导能力和信息化教学能力，能结合市场营销专业特色设计直播项目并开展教	S1 S2 S3 S4 S7 S8 S9 Z1 Z4 Z5 Z6 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N4 N5 N6 N7 N8 N9 N10 N12 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				学。 **5. 考核方式：**考核形式为：平时成绩（30%）+ 直播项目成绩（70%）。 平时成绩：包括签到考勤、课堂互动参与度、阶段性练习完成情况。 直播项目成绩：根据直播策划方案质量、直播执行效果、数据转化指标及团队协作表现等方面进行综合评价。	
8	短视频创作实训	1. 素质目标：具有坚守正道、传播正能量的职业操守；具有勇于创新、不断打磨内容质量的创作精神；具有敏锐捕捉热点、快速响应市场需求的职业素养；具有分工协作、高效配合的团队意识；具有精益求精、追求优质内容的职业态度。 2. 知识目标：掌握主流短视频平台的算法规则与运营逻辑；熟悉短视频策划方案与脚本撰写方法；掌握短视频拍摄构图、运镜及灯光运用技巧；熟悉视频剪辑软件的操作与特效制作方法；掌握短视频内容推广策略与数据分析方法。 3. 能力目标：能够结合产品特点与目标用户需求策划短视频内容；能够运用拍摄设备完成高质量素材采集；能够使用剪辑软件进行视频剪辑与后期制作；能够通过数据分析优化短视频内容与运营策略。	1. 主流短视频平台特性与运营规则解读。 2. 短视频策划方案撰写与创意脚本设计。 3. 短视频拍摄设备操作与画面构图实操。 4. 视频剪辑软件应用与特效制作技巧。 5. 短视频内容运营推广与数据分析优化。	**1. 课程思政：**深耕家国情怀培育，植入正能量短视频创作典型案例，引导创作展现时代精神的内容；强化职业道德建设，突出内容原创与版权保护意识，融入社会主义核心价值观内涵；选取标杆企业短视频营销实践案例，传递创新营销思维。 **2. 教学条件：**需配置具备多媒体教学设备与高速网络的实训教室；配备专业拍摄器材（含相机、手机稳定器、领夹麦克风、环形补光灯等）、后期剪辑工作站及正版剪辑工具（如剪映专业版、Adobe Premiere 等）。 **3. 教学方法：**采用项目驱动法、情境教学法，参照短视频创作赛事规范设计实践任务，借助实操演练、团队创作、作品点评与翻转课堂增强参与实效。 **4. 师资要求：**具备扎实的短视频创作理论功底与短视频运营实战经验，精通拍摄剪辑技术；拥有较强的实践教学能力与信息化教学素养，能依据市场营销专业特色规划实训项目与教学设计。 **5. 考核方式：**考核形式为：平时成绩（30%）+ 作品项目成绩（70%）。 平时成绩：涵盖签到考勤、课堂实践投入度、阶段性任务完成质量。 作品项目成绩：从短视频作品质量、创意呈现、运营数据及团队协作效能等维度开展综合评定。	S1 S2 S3 S4 S6 S8 S9 Z4 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N4 N6 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
9	商务谈判模拟实训	1.素质目标： 培养诚信、责任感和职业道德，树立正确的商务谈判观念；培养自信、自律和持续学习的态度，能够在谈判中保持冷静和专业；增强对不同文化背景的尊重和包容，培养跨文化交流的能力；提升创新思维和灵活应变的能力，能够应对复杂和突发的谈判情境。 2.知识目标： 了解商务谈判的基本概念和理论；掌握商务谈判的基本流程和策略；熟悉不同文化背景下的商务谈判礼仪和禁忌。 3.能力目标： 提高实际谈判中的语言表达和沟通技巧；培养调研和信息收集能力，能够分析谈判对象和市场环境；增强谈判方案的设计和实施能力；提高团队合作和协作能力，能够在团队中进行有效的谈判角色分配和任务协调。	1. 商务谈判概述。 2. 谈判前的准备。 3. 谈判策略与技巧。 4. 谈判沟通与表达。 5. 文化差异与谈判。 6. 谈判模拟实训。 7. 团队合作与角色分配。 8. 谈判中的冲突管理。 9. 谈判结束与后续跟进。 10. 案例分析与讨论。 11. 谈判中的道德与法律问题。 12. 总结与反思。	**1．课程思政：**强调在商务谈判中诚信的重要性，培养学生在谈判中遵守承诺和诚信经营的职业道德，树立责任意识；引导学生在谈判中遵守职业道德和法律法规，提升法律意识和道德素养，避免不正当竞争和违法行为。 **2．教学条件：**配备多媒体教学网络环境，和谈判实训场地。 **3．教学方法：**商务谈判是一门实践性、技能性很强的课程。根据这门课的特点，教学中必须改变过去从课堂到课堂、从书本到书本的满堂灌的形式，必须在教学内容、教学方法和教学手段上进行改革和探索。在教学内容上，应着重讲授商务谈判的基本理论、基本规律，以够用必须为度；在教学方法上，须以传统的课堂教学为基础，尽可能采用任务驱动教学、案例教学、模拟谈判等教学方法，帮助学生熟练掌握商务谈判基本理论、基本技能。 **4．师资要求：**本课程教学团队成员应具有本科以上学历，主讲教师应具有讲师以上职称 ，并能熟练指导学生实践训练。本课程教学团队成员应具备双师型素质。 **5．考核方式：**对各阶段实训小组的实训表现情况进行评分，分数越高，则实训成绩越高。本课程的考核采用学习态度和实训表现两部分相结合的形式，满分为100分。总评成绩=学习态度（20%，含课堂纪律、出勤等）+商务谈判方案撰写（40%）+实训任务展示（40%，含谈判模拟中的语言流畅度、技巧性、团队协作等）。	S1 S2 S3 S4 S9 Z4 Z5 Z6 Z7 N1 N2 N4 N6 N7 N8
10	专业综合实训	1．素质目标：具有诚实守信的职业道德；具有用数据和事实说话的职业精神；具有爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具有精打细算的成本控制意识；具有质量至上、精益求精的工匠精神；具有站得高看得远的商业战略思维和灵活多变的商业战术策	依托产教融合校内外实训基地和项目工作室，跨专业、跨年级、跨班级组建项目团队，承接企业真实项目，对接企业的策划、品牌促销、新媒体运营、客服、电商主播等岗位工作内容，完成学校和企业双方共同制定的绩效考核任务。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，融入文化自信、爱岗敬业、创新精神、工匠精神。 **2．教学条件：**依托校外产教融合基地完成实训过程，保障学生的工作安全和职业技能训练。 **3．教学方法：**学校教师和企	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		略；具有团队意识和团队协作精神。 2．知识目标：熟悉零售企业运营流程；了解企业管理制度和规范；了解企业文化特色；了解企业产品开发流程；了解企业市场拓展战略及策略；了解企业独特的营销策略；熟悉企业的营销业务流程；熟悉挖掘客户、拜访客户、与客户签约的工作要点及难点；熟悉业务结算的基本流程；了解线上线下促销方法的运用及实际效果对比；了解企业的岗位设置和薪酬政策。 3．能力目标：能够迅速适应企业的工作节奏；能够迅速熟悉企业管理的制度和规范；能够迅速掌握企业的业务特点和难点所在；能够迅速调整自己的状态，向企业师傅学习，掌握工作岗位的必备技能；能够挖掘客户、联系客户、拜访客户、签约客户、服务客户；能够撰写商业文案；能够组织商业活动；能够指挥或者参与一个小组，胜任较复杂的项目工作任务。		业师傅要紧密配合，强化案例教学，强化双导师的实战指导，使学生尽快提高工作实践操作能力。 **4．师资要求：**学校教师和企业师傅应具有较强的一线工作实践经验。 **5．课程考核：**引入企业绩效考核与项目管理办法，总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目任务绩效考核成绩（70%）。课程考核学分与学生项目实践业绩直接挂钩；将项目对接实践教学体系，按70%的比例融入综合实训考核中。在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。	Z5 Z6 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N5 N6 N7 N8 N10 N11 N13
11	毕业设计	1．素质目标：具有自主学习意识；具有严肃认真的工作素养；具有勤奋钻研的学习素养；具有综合应用所学知识的思维；具有利用互联网和市场调查分析方法收集、处理信息和数据的思维；具有一定的创新思维。 2．知识目标：了解毕业设计的标准和规范，熟悉数据收集、整理、分析的方法，掌握根据项目所需选取恰当的所学知识和技能进行综合运用撰写毕业设计的方法。 3．能力目标：能够独立利用互联网工具和市场调查分析等方法获取相关数据资料，对这些数据和资料进行较全面地分析，并以创新的思维设计出具有一定可能性的策划方案。	1．确定选题。 2．设计毕业设计方案的提纲。 3.对方案背景的目标市场进行调查分析。 4．设计和撰写方案。 5.对设计的方案进行推演和修改。 6．答辩。 7.在毕业设计平台上传和提交资料。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，融入创新精神和工匠精神。 **2．教学条件：**依托学生岗位实习工作经验进行方案设计和撰写。 **3．教学方法：**教师可根据学生选题采取案例法、讲授法、讨论法、对比分析法等教学方法，注重培养学生严肃认真的工作态度、勤奋钻研的优良学风和独立工作能力，注重开发学生的创新精神和创造能力。 **4．师资要求：**指导教师应具有一定的毕业设计指导经验和方案撰写能力。 **5．课程考核：**包括毕业设计完成过程的平时成绩、指导教师评阅、现场答辩三个部分，总评成绩=平时成绩（20%）+评阅成绩（60%）+答辩成绩（20%）	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z8 Z10 N1 N2 N4 N6 N7 N8 N9 N10 N11 N12 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
12	岗位实习	1．素质目标：具有诚信、敬业的工作作风和科学、自律、严谨的工作态度；具有安全、质量、效益及创新意识；具有沟通交流及团队协作意识。 2．知识目标：熟悉企业业务内容；熟悉岗位工作职责；熟悉岗位工作的具体内容；了解企业文化和具体的规章制度要求；了解工作流程，体会如何将专业知识运用于岗位工作实践之中；熟悉职场人际沟通；了解如何处理上下左右的沟通；了解如何与客户打交道。 3．能力目标：能够自觉自律，遵守企业规章制度；能够虚心向企业师傅学习，迅速进入工作角色；能够基本胜任门店店长助理、营业员、收银、理货、采购、品类管理、促销、HR专员等岗位的实际工作；能够在规定的时间内，完成一定的工作任务。	1．以行业对应企业的策划、促销、推广、客服、电商等岗位的工作作为岗位实习任务，了解企业各种管理规范与制度。 2．了解企业经营与管理的内容及流程，了解企业文化，熟悉企业工作环境。 3．通过岗位实习，对照企业要求，找到差距和不足。 4．使知识技能和实际岗位工作更好地紧密结合。 5．达到策划助理、品牌专员、促销专员、电商专员等相关岗位的基本工作能力。	**1．课程思政：**在各自的岗位上要体现爱岗敬业、认真负责的品质，以及创新精神和工匠精神。 **2．教学条件：**依托校外实习场所进行，岗位要保证专业对口，提升学生的实践应用能力。 **3．教学方法：**指导教师要通过线上和线下渠道加强对学生的个性化指导，做到耐心、细致、专业、及时、充分。 **4．师资要求：**校内指导教师和校外实习主管应具有较丰富的工作实践经验。 **5．课程考核：**由企业岗位工作导师和校内指导教师针对实习过程的表现、工作绩效、工作态度等共同考核得出，总评成绩=企业岗位工作导师考核（70%）+校内指导老师考核（30%）。	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N5 N6 N7 N8 N10 N11 N13

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

本专业教学进程安排如表15、表16所示。

表 15 教学进程表（非集中实践）

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
公共基础课	公共基础必修课程	1	2699103	军事理论	A		2	36	36		线上						
		2	2699104	思想道德与法治	B		3	54	48	6	4*12+1H	1H	1H	1H	1H	1H	
		3	2699105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B		2	32	28	4							
		4	2699106	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	B		1.5	24	20	4			2*12				
		5	2699107	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	B		1.5	24	20	4				2*12			
		6	2699108	形势与政策（1）	A		0.25	9	9		2*4+1H						1-6学期，每学期开展一次班级时政教育，计6学时。
		7	2699109	形势与政策（2）	A		0.25	9	9			2*4+1H					
		8	2699110	形势与政策（3））	A		0.25	9	9				2*4+1H				
		9	2699111	形势与政策（4）	A		0.25	11	11					2*4+1H	1H	1H	
		10	2699112	大学体育（1）	C		2	34		34	2*10						1-4学期，每学期10学时阳光跑，共40学时。运动会两年12学时，春季院运会2学时，秋季校运会4学时。
		11	2699113	大学体育（2）	C		2	32		32		2*10					
		12	2699114	大学体育（3）	C		1.5	26		26			2*6				
		13	2699115	大学体育（4）	C		1.5	24		24				2*6			
		14	2699116	大学英语（1）	A	K	4	64	64		4*13+12H						线上12H学时。
		15	2699117	大学英语（2）	A	K	4	64	64			4*14+8H					线上8H学时。
		16	2699120	经济数学	A	K	3	48	48		4*12						
		17	2699121	信息技术	B		3	48	24	24		4*12					

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
		18	2699122	国家安全教育	A		1	16	16		1H	10H 线上+1H	1H	1H	1H	1H	线上 10 学时，线下 1-6 学期，每学期 1 学时班级国家安全教育课。
		19	2699123	实用语文	A		1.5	28	28				2*14				
		20	2699124	心理卫生与健康	B		2	32	20	12	2*5+2H	2*5+2H	2H	2H	2H	2H	1-6 学期，每学期 2 学时班级心理健康教育课。
		21	2699125	职业生涯发展与就业指导（1）	B		1	16	8	8	2*5+2H	2H	2H				1-3 学期，每学期 2 学时班级就业指导课。
		22	2699226	职业生涯发展与就业指导（2）	B		1	16	8	8				2*5+2H	2H	2H	4-6 学期，每学期 2 学时班级就业指导课。
		23	2699227	创新创业教育	B		2	32	16	16			2*12+8H				8 学时创业导师团讲座，
		合　计					40.5	688	486	202							
	公共基础限选课程	1	2699201	生命安全与救援	A		1	16	16		14H 线上+2H						线上 14 学时，线下 2 学时班级安全教育课。
		2	2699202	突发事件及自救互救	A		1	16	16				14H 线上+2H				线上 14 学时，线下 2 学时讲座自救互救教育课。
		3	2699203	中国传统文化	A		1	16	16								
		4	2699204	党史国史	A		1	16	16			14H 线上+2H					线上 14 学时，线下 2 学时党史国史教育课。
		5	2699205	大学美育（美术鉴赏）	A		2	32	32			2*8+16H 线上					线上线下混合，含公共艺术（6 选 1）。
		6	2699206	大学美育（音乐鉴赏）													
		合　计					6	96	96								
	公共基础任选课程	1	-	公共基础任选课程	A		2	32	32		学生在 1-6 学期自主选择课程，共需完成不少于 32 学时，不少于 2 学分，课程详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》						
		合　计					2	32	32								
合计							48.5	816	614	202							

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
专业（技能）课	专业基础课程（必修）	1	2645401	R 人工智能应用基础	B		2	32	16	16			4*8				
		2	2645402	Q 习近平经济思想概论	A		1	16	16		2*8						
		3	2645403	经济学基础	B		2	32	16	16		4*8					
		4	2645404	Q 管理学基础	B		1.5	24	12	12	2*12						
		5	2645405	Q 大数据财务管理基础	B		1.5	24	12	12			2*12				
		6	2645406	市场营销基础	B		3	48	24	24	4*12						
		7	2645407	市场调查实务	B		3	48	24	24		4*12					
		8	2645408	推销技术	B		3	48	24	24			4*12				
		9	2645409	直播电商实务	B		3	48	24	24				4*12			
		合计					20	320	168	152							
	专业核心课程（必修）	1	2645501	消费者行为分析	B	K	3	48	24	24		4*12					
		2	2645502	销售与管理	B	K	3.5	56	28	28			4*14				
		3	2645503	商务数据分析与运用	B	K	3	48	24	24				4*12			
		4	2645504	数字营销	B	K	3.5	56	28	28				4*14			
		5	2645505	商务礼仪与沟通	B	K	3	48	24	24		4*12					
		6	2645506	智能客户服务实务	B	K	3	48	24	24				4*12			
		7	2645507	品牌策划与推广	B	K	3.5	56	28	28				4*14			
		合计					22.5	360	180	180							

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
	专业拓展选修课程	1	2645601	营销策划实务	B		3	48	24	24		4*12					
		2	2645602	商务谈判	B		3	48	24	24				4*12			
		3	2645603	Q 经济法基础	B		1.5	24	12	12			2*12				
		4	2645604	服务设计	B		3	48	24	24			4*12				
		5	2645605	新媒体运营与推广	B												
		合计					10.5	168	84	84							
合计							53	848	432	416							

注：（1）课程类型：“A”表示理论课程，“B”表示理实一体课程，“C”表示实践课程。

（2）课程名称前加“Q”标注表示为专业群平台课程，加“Z”标注表示为专创融合课程，加“R”标注表示为“人工智能+”特色课程课程。

（3）考核方式：“K”表示考试课程，其余为考查课程。

（4）开设学期：“周学时”如“4*12”表示 4 学时/周、共 12 周，“周数”如“2W”表示集中教学 2 周，“学时”如“8H”表示该学期 8 学时。

表 16 教学进程表（集中实践）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	开设学期/集中实践教学周数						课程性质	备注
							一	二	三	四	五	六		
							5	4	4	4	18	20		
1	2699101	入学教育	C		1	20	1W						公共基础必修课	
2	2699102	军事技能	C		2	112	3W						公共基础必修课	
3	2699128	劳动教育	C		1	20	1W						公共基础必修课	
4	2645701	信息采集实训	C		1	20		1W					专业基础课程	
5	2645702	营销策划实训	C		2	40		2W					专业必修课程	
6	2645703	QAI 工具训练	C		1	20		1W					专业必修课程	
7	2645704	推销实务实训	C		2	40			2W				专业必修课程	
8	2645705	双 11 实训	C		2	40			2W				专业必修课程	
9	2645706	智能客户服务实训	C		1	20				1W			专业必修课程	
10	2645707	直播实训	C		1	20				1W			专业必修课程	
11	2645708	短视频创作实训	C		1	20				1W			专业必修课程	
12	2645709	商务谈判模拟实训	C		1	20				1W			专业必修课程	
13	2645710	Z 专业综合实训	C		10	200					10W		专业必修课程	
14	2645711	毕业设计	C		4	80					4W		专业必修课程	
15	2645712	岗位实习	C		24	336					4W	20W	专业必修课程	
合　计					54	1008	5w	4W	4W	4W	18W	20W		

（二）教学时数分类统计

1．分学期教学时数统计

分学期教学时数统计如表17所示。

表17　分学期教学时数统计表

学期 \ 教学活动周	非集中实践教学	集中实践教学					教学准备	复习考试	合计
		军训与入学教育	劳动教育	实训教学周	毕业设计	岗位实习			
一	13	4	1	0			1	1	20
二	14			4			1	1	20
三	14			4			1	1	20
四	14			4			1	1	20
五	0			10	4	4	1	1	20
六	0					20			20
总计	55	4	1	22	4	24	5	5	120

2．各类课程学时学分统计

各类课程学时学分统计如表18所示。

表18　各类课程学时学分统计表

序号 课程类别性质		课程门数	学时				学分	备注
			合计	理论	实践	实践学时比例（%）		
公共基础课程	公共基础必修课程	26	840	486	354	42.1	44.5	（1）公共基础课程（含公共基础必修、限选、任选课程）共968学时，占总学时比例为36.23%；（2）选修课程（含公共基础限选、任选课程，专业拓展课程）共296学时，占总学时比例为11.08%。
	公共基础限选课程	5	96	96	0	0	6	
	公共基础任选课程	2	32	32	0	0	2	
专业（技能）课程	专业必修课程（含基础课、核心课、集中实践课）	28	1536	348	1188	77.34%	92.5	
	专业拓展选修课程	4	168	84	84	50	10.5	
总　计		65	2672	1046	1626	60.85	155.5	

八、实施保障

（一）师资队伍

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

1．队伍结构

本专业生师比不超过18:1，满足本专业教学工作的需要。实施“对接一个企业、结拜一个行业专家、掌握一套岗位业务流程、学会一种商业模式、完成一个项目运行、提出一个实践教学改进方案”的“六个一”工程建设，建立一支拥有2名专业带头人（校内校外各1名），5~6名高学历或

教学经验丰富、德优业精、有下厂实践经历或项目实战管理能力的骨干专任教师，6~7 名拥有丰富市场营销类工作经验的管理专家或一线技术能手的兼职教师共同组成的“专兼结合、双岗双薪”教师队伍，高素质的“双师型”教师占比 80%以上。

2．专业带头人

专业带头人原则上具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外市场营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销技术专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具体要求如下：

（1）熟悉本专业的培养方案。

（2）精通本专业部分核心课程，具有较高的教学能力；具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力，能主持专业课程开发，带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设、校内外基地建设、技术应用开发和技术服务等。

（3）专业知识扎实，专业视野宽广，实践技能较强，富有改革和创新精神。具有一定的工程实践经验和研发能力。带动课程教学团队进行教育教学改革等工作之外，要全面负责每学期本课程的教学任务的具体实施（如：任务书、课程教学团队各人员的授学时数、班级安排、监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等）。

（4）主持、参与过本专业工学结合人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制（修）订、课程开发与建设、实训基地建设、特色或品牌专业建设。

3．专任教师

（1）具有高校教师资格证书、普通话二级证书。

（2）有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心。

（3）具有市场营销、企业管理等相关专业硕士及以上学历或具有 3 年及以上企业工作经验，以及本专业二级及以上职业资格证书或相应技术职称。

（4）专任教师具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理、工商管理、经济管理、电子商务等相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销环境辨识、市场营销策划、客户关系管理、消费者行为分析、企业运营管理、商务谈判、产品推销、渠道管理、价格管理、促销管理、销售综合管理、网站运营与推广管理、新媒体运营与推广、市场调查、竞争策略与定位、广告创意与策划等相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

（5）具有较强的信息化教学能力和驾驭课堂的能力，能够熟练运用基于行动导向、任务驱动的教学方法进行教学设计。

（6）掌握先进的职业教育教学理论，具有课程开发、教学设计及数字化教学资源建设能力，能够开展专业领域的课程教学改革和科学研究。

（7）具有指导市场营销专业的技能竞赛、创新创业等竞赛的能力。

（8）热爱教育事业，具有项目化课程的改革决心与毅力，能够对自己主持的专业核心课程进行项目化改造和教学设计、信息化课程资源建设。

（9）每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4．兼职教师

本专业兼职教师来自企业管理阶层，具有良好的思想政治素质、职业道德、工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有本专业相关的中级及以上职称或高级工职业资格，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任务。

（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

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并具有网络安全防护措施。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《消费者行为分析》《销售与管理》《商务数据分析与运用》《数字营销》《商务礼仪与沟通》《智能客户服务实务》《品牌策划与推广》的教学以及营销新技术相关实训，支持《信息采集实训》《营销策划实训》《推销实务实训》《智能客户服务实训》《QAI 工具训练》《双 11 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 19　校内实训条件基本要求一览表

序号	实训室名称	主要功能/主要实训项目	主要设备	工位数	服务课程
1	市场营销综合实训室	1.运用 Office 等营销应用软件开展仿真模拟营销策划 2.开展市场调查模拟操作 3.客户服务模拟实训 4.销售管理项目实践操作	教学电脑 50 台套;市场营销综合实训软件；客户服务实训软件；市场调查软件	50	《信息采集实训》 《营销策划实训》 《QAI 工具训练》 《智能客户服务实训》
2	商务谈判模拟实训	1.滞销库存处理谈判 2.客户投诉处理谈判	多媒体设备一套；谈判桌一张；椅子 12 张；长凳 20 张;座位牌 12 个;	50	《商务谈判模拟实训》

			绿植若干		
3	新媒体营销实训室	1.承接企业新媒体运营项目与推广项目 2.双11实训 3.运用PS、AR等新媒体营销软件开展仿真模拟 4.商品拍摄与图形处理 5.数字营销项目实践操作	摄影棚、电脑10台套	50	《新媒体运营与推广》 《数字营销》 《短视频创作实训》 《直播实训》 《双11实训》
4	网店运营与推广实训室	1.店铺运营与推广 2.双11大促 4. Ozon跨境平台运营 5.私域流量和订单履约协同	电商综合实训系统、跨境电商运营平台、数据分析工具、高性能计算机、多媒体设备	50个	《网店运营》 《数字营销》 《直播实训》 《双11实训》

3.外实训基地

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系连锁零售行业企业，多渠道筹措资金，多形式开展合作。在校外实训基地的建设中，积极寻求与国内外、区域内大型知名零售企业开展深层次、紧密型合作，建立与自己的规模相适应的、稳定的校外实训基地，充分满足本专业所有学生综合实践能力及半年以上岗位实习的需要，发挥企业在人才培养中的作用，由企业提供场地、办公设备、项目和技术指导人员，企业技术人员与教师共同组织和带领学生完成真实项目设计、施工、调试与维护，使学生真正进入企业项目实战，形成校企共建、共管的格局。

建设深度合作的连锁零售企业校外产教融合实训基地，能够容纳100名左右的学生进行跟岗实训或贴岗实习。由企业业务骨干和经验丰富的管理人员承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生掌握策划、销售、客服、推广等岗位的工作职责和实际业务流程。在毕业实习阶段，学生在实习单位进行顶岗操作，直接承担企业的某一岗位并开展工作，培养和提高其专业操作技能与实践能力。

校外实训基地的主要功能如下：有利于学生掌握岗位技能，提高实践能力；满足学生综合实训以及半年以上岗位实习的需要，从而实现学生在基地的顶岗后就业；有利于学校及时了解社会对人才培养的要求，及时发现问题，有针对性地开展教育教学改革。

校外实训基地有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间养成遵纪守法的习惯，使其能真正领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

校外实训基地要求如表20所示。

表 20 校外实训基地情况一览表

序号	实训基地名称	主要功能/主要实训项目	接纳人数	服务课程
1	湖南茶悦文化产业发展集团有限公司	1.智能客服话术设计 2.客户咨询处理实训 3.品牌营销全流程岗位实操	80～100 人	《智能客户服务实务》 《专业综合实训》 《岗位实习》
2	湖南众睿智联科技有限公司	1.产品客户对接 2.方案推介综合实训 3.客户维护 4.订单跟进岗位实习	50 人	《信息采集实训》 《专业综合实训》 《岗位实习》
3	长沙中景营地发展有限公司	1.营地活动推广 2.客户招募综合实训 3.活动执行 4.客户服务岗位实习	50 人	《QQAI 工具训练》 《专业综合实训》 《岗位实习》
4	新旗舰文化传播有限公司	1.文化产品推广 2.传播项目策划 3.商务谈判 4.活动效果跟踪实习	50 人	《专业综合实训》 《商务谈判模拟实训》 《岗位实习》
5	长沙声浪科技有限公司	1.产品推广流程 2.产品推广方案落地实训 3.客户沟通 4.活动执行实习	50 人	《营销策划实训》 《专业综合实训》 《岗位实习》
6	长沙鱼豚科技集团有限公司	1.短视频创作 2.剪辑、运营实训 3.短视频营销全流程综合实操 4.项目执行优化实习	50 人	《直播实训》 《短视频创作实训》 《专业综合实训》 《岗位实习》

（三）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1．教材选用基本要求

严格按照国家规定选用教材，优先选用国家或省级规划教材，禁止不合格教材进入课堂。建立

专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

（1）落实《职业院校教材管理办法》文件精神，严格执行国家和地方关于教材管理的政策规定，选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。

（2）思想政治理论课教材，选择由国务院教育行政部门统一组织编写的教材，其他课程教材优先选择国家和省级规划教材，在国家和省级规划教材不能满足需要的情况下，职业院校可根据本校人才培养和教学实际需要，补充编写反映自身专业特色的教材。

（3）教材内容应对接岗位标准、经备案的职业技能等级认定、行业企业认证、技能竞赛和企业真实项目要求，及时吸收人工智能、新媒体营销规则、市场数据分析、品牌运营和营销合规管理等新知识、新技术；证书或认证内容根据课程目标择优融入，不将证书获取作为毕业的强制条件。

（4）成立由职教专家、行业专家、企业技术工程师、专任教师等组成的教材遴选委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材，鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课校本教材。

2．图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：市场营销行业政策法规、各类营销相关职业标准、新媒体相关系统手册等资料，以及人工智能技术与大数据技术应用、商务大数据分析、市场调研实操、消费者行为研究、推销与商务谈判、品牌策划推广、数字营销、客户关系管理、网店运营推广、视觉营销、全媒体营销、新媒体运营推广、品牌创建与推广等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学和文学文化类图书和文献等。

3．数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

通过与企业合作，按照专业及专业方向和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。部分专业课程数字资源网址如表21所示。

表21　市场营销专业课程数字资源

序号	数字化资源名称	网址
1	经济学基础	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/directaccess/courseIndex?courseId=9juuasgsql5dyvwxpvntg&id=9juuasgsql5dyvwxpvntg&noLoginUserId=ba6awkr2abovm8se2bgig&noLoginSchoolId=jx0faeunj4bb50tpqvnyrq
2	管理学基础	https://zjy2.icve.com.cn/expert/process/edit.html?courseOpenId=ybvpawqrjb5hbdp2vysh3q
3	新媒体运营与推广	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=e0sjaburnbbke98w01hroa
4	消费者行为分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=p5efaburs j1gko62kiasa
5	营销策划实务	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/directaccess/courseIndex?courseId=eveaegu3i1fd5u96mncza&id=eveaegu3i1fd5u96mncza&noLoginUserId=ba6awkr2abovm8se2bgig&noLoginS

序号	数字化资源名称	网址
		choolId=jx0faeunj4bb50tpqvnyrq
6	品牌策划与推广	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/249668044
7	推销技术	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/242719143
8	QAI 工具训练	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/249353096
9	市场调查实务	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/248633540

（四）教学方法

对接市场营销核心岗位要求和任务特点重构教学形态，对“消费者行为分析”、“销售与管理”、“商务数据分析与运用”、“数字营销”、“商务礼仪与沟通”、“智能客户服务实务”、“品牌策划与推广”等7门专业核心课程进行项目化改造，实施分工协作模块化教学；结合任务典型性、工作时长、劳动强度等特点，遴选生产性项目，驱动“跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、岗位实习”四段实践教学。

1．“项目引领 跨界协同 双线考核”育人模式

研发真实项目实施生产性教学。对接市场营销专业核心岗位要求和任务特点重构教学形态，对双11实训、专业综合实训等课程进行项目化改造，实施分工协作模块化教学；结合任务典型性、工作时长、劳动强度等特点，遴选生产性项目，基于岗位工作内容，对接企业销售、策划、客服、市场推广等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；将消费者行为分析、商务数据分析与运用等专业群核心共享课程进行教学任务项目化重构，从而实现教学任务项目化和项目任务教学化。

打破学校与企业边界，跨校企组建由专任教师、企业技术人员、行业领军人物、技能大师等组成的高水平项目导师团队；实施专任教师“六个一”工程建设和协作模块化教学，打造“专兼结合、双岗双薪”教师队伍，共同承担课程教学实施过程。在项目团队导师老师的指导下，以师傅带徒弟的形式指导学生完成任务。

校企共同制定实践教学考核标准与项目绩效考核办法，践行职业技能和职业素养并重的双线考核评价，将团队合作、诚实守信、精益求精等多维度职业素养纳入学习效果评估。

2．任务驱动法

针对所有专业核心课程，分项目创设不同的任务情境，选择与学习主题密切相关的真实性事件或问题（任务）作为学习的中心内容，让学生带着真实的任务去学习，学生拥有学习的主动权，教师不断地激励学生前进，从而使学生真正掌握所学内容，并通过此任务来举一反三，收到更好地学习效果。培养学生的创新能力和独立分析问题、解决问题的能力。

3．团队学习法

针对所有专业核心课程建立项目团队进行协作学习，增强学生的动手能力和实战能力。课前授课教师将授课班级进行分组，建立学习团队，建议每个班 8-10 组，每组5～6人；教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，整个教学过程中的团队任务必须团队成员一起分工合作完成并纳入考核。积极营造团队学习氛围，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。

4．线上线下混合式教学法

针对所有专业群平台课程、专业基础课程、专业核心课程都实行线上线下混合式教学。在教学方法上突破课堂教学限制，充分扩展学生学习时间与空间，利用信息技术把传统课堂教学的优势和

网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后无缝连接。通过在职教云平台建设在线开发课程，提供教学 PPT 课件、电子教案、视频、微课、案例库、作业库、试题库、团队实训任务库等类型丰富的数字化教学资源。

课前通过课程平台发布任务实现教师导学、学生自学；通过微课学习等课前导学方式，实现由被动学习到主动学习的转变。课中师生通过抢答、提问、讨论、头脑风暴、团队实训等丰富多彩教学法实施线上线下教学、课后学生线上提交作业、完成单元测试进行复习巩固拓展能力，实现课上课下、线上线下课堂翻转。课中运用交互式课件、视频等丰富教学手段实现课堂枯燥、抽象向有趣、具体的转变。课后通过答疑、探究学习，实现任务由课后检验向课后提升的转变。

（五）学习评价

在《市场营销基础》《商务数据分析与运用》《双 11 实训》《专业综合实训》等课程中，依托数字化教学平台和企业真实项目，建立职业素养与职业技能并重的“双线考核、以绩代考”机制，将项目实施过程和成果质量纳入课程考核。对接“课程项目—课程实训—课程组实训—综合实训—综合实践”五层递进的实践教学体系，分层考查学生的基础操作、专项技能、跨课程应用、综合业务实施和岗位适应能力。围绕市场调查、营销策划、运营推广、客户服务和商务数据分析等任务，以调查报告、策划方案、运营作品、服务记录和数据分析报告等为评价依据，重点考查数据真实性、方案可行性、操作规范和改进效果。技能竞赛、创新创业等学习成果按照学校规定，经审核后进行学分转换与成绩认定。

所有专业课程采用信息化多元评价体系，多角度评估学生的学习效果和学习能力。在评价主体方面，采取教师组织、企业导师参与、学生自评互评补充等多元化评价；在评价考核项目方面，考核包含学习态度、认知水平、行动能力、任务完成度、团队协作能力等项目，注重过程性考核与结果性考核相结合，使课程考核真正能够反映学生知识、能力、素质的综合评价。

（六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

建立商学院专业建设和教学进程质量监控机制。对教学中各主要环节（教学准备、课堂教学、实验实训、实习、考试、毕业设计等）提出明确的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每学年定期对在校生和毕业生进行问卷调查，并走访用人单位和合作单位进行调研，针对企业行业未来发展、人才需求、毕业生就业发展质量、人才培养模式、学生实践实习等方面进行探讨和交流，广泛收集各方对专业教学工作的意见和建议，评价人才培养质量和培养目标达成情况，为专业建设调整以及课程体系设置和调整、开展相关改革提供决策支持。

充分利用项目化教学改革的成效评价分析结果有效地改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。建立对《专业人才培养方案》、所有专业核心课程和专业群平台课程的《课程标准》

实施情况的诊改机制。三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：专业（课程）自我诊改→汇总至专业群形成各专业群人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各《专业人才培养方案》与《课程标准》质量改进螺旋。

九、毕业要求

本专业学生应达到以下要求方可毕业：

1.在规定修业年限内修完本专业人才培养方案要求的课程，达到155.5学分；

2.思想品德鉴定合格，达到本专业人才培养目标和培养规格要求。

3.技能水平达到专业技能抽查标准要求；

4.毕业设计、岗位实习均达到合格及以上；

5.符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十、附录

（一）学分认定、积累与转换

（二）公共基础任选课一览表

（三）专业人才培养方案论证表

（四）专业人才培养方案制（修）订审批表

2026级市场营销专业
学分认定、积累与转换

表22　学分认定、积累与转换

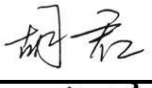
序号	成果形式	可认定学分	对应置换课程	备注
1	服役经历	课程所对应学分	大学体育、军事理论、军事技能训练	
2	高等学校英语应用能力考试证书或学校认可的同等英语能力成果	课程所对应学分	大学英语	成果应在有效期内并经学院审核
3	全国计算机等级考试一级及以上或学校认可的同等信息技术能力成果	课程所对应学分	信息技术	成果应在有效期内并经学院审核
4	创新创业项目实践经历	课程所对应学分	专业综合实训	须提供项目过程材料和成果，经学院审核
5	创新创业竞赛或项目成果	课程所对应学分	毕业设计	省级一等奖排名前5
6	市场营销技能竞赛	课程所对应学分	市场调查实务、销售与管理	省级一等奖
7	职业技能大赛直播电商赛项	课程所对应学分	新媒体运营与推广、直播电商实务、营销策划实务	省级一等奖
8	互联网营销师（四级及以上）职业技能等级认定	课程所对应学分	新媒体运营与推广、直播电商实务、数字营销、商务数据分析与运用	须由人社部门备案的评价机构认定，经学院审核
9	营销员（四级）	课程所对应学分	市场营销基础、推销技术、销售与管理、营销策划实务、市场调查实务	须由人社部门备案的评价机构认定，经学院审核
10	电子商务师（四级及以上）职业技能等级认定	课程所对应学分	直播电商实务、数字营销、智能客户服务实务、大数据财务管理基础	须由人社部门备案的评价机构认定，经学院审核
11	商务数据分析等行业企业认证或专项成果	课程所对应学分	人工智能应用基础、市场调查实务、商务数据分析与运用、消费者行为分析	认证或成果须与课程目标匹配，经学院审核
12	校企合作真实项目成果（甜老虎直播、Ozon跨境平台运营、得物短视频拍摄等）	课程所对应学分	相关专业课程、营销策划实务实训、新媒体运营与推广、商务谈判模拟实训、专业综合实训	校企双导师评价；成果不重复认定

附件 2:

2026级部分公共基础任选课一览表

序号	课程代码	课程名称	学时	学分
1	2699301	中西文化比较	16	1
2	2699302	中华诗词之美	16	1
3	2699303	中国当代小说选读	16	1
4	2699304	文化地理	16	1
5	2699305	生命科学与人类文明	16	1
6	2699306	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	16	1
7	2699307	社会学与中国社会	16	1
8	2699308	先秦诸子	16	1
9	2699309	《诗经》导读	16	1
10	2699310	文物精品与中华文明	16	1
11	2699311	先秦君子风范	16	1
12	2699312	中国古代礼仪文明	16	1
13	2699313	《老子》《论语》今读	16	1
14	2699314	《论语》导读（同济版）	16	1
15	2699315	如何高效学习	16	1
16	2699316	批判与创意思考	16	1
17	2699317	有效沟通技巧	16	1
18	2699318	礼行天下 仪见倾心	16	1
19	2699319	大学生防艾健康教育	16	1
20	2699320	辩论修养	16	1
21	2699321	大数据分析导论	16	1
22	2699322	大学生健康教育	16	1
23	2699323	宪法与法律	16	1
24	2699324	红色旅游与文化传承	16	1
25	2699325	人工智能与信息社会	16	1
26	2699326	人工智能与创新	16	1
27	2699327	大学英语（专升本）	32	2
28	2699328	经济数学（专升本）	32	2
29	2699329	大学语文（专升本）	32	2
30	2699330	法律技能与职场应用(民法刑法)	20	1
31	2699331	一书一世界:阅读启航与探索	16	1
32	2699332	羽毛球	20	1
33	2699333	篮球	20	1
34	2699334	瑜伽	10	1

湖南科技职业学院
2026 级专业人才培养方案制（修）订论证表

专业代码		530605		
专业名称		市场营销		
所在学院名称		商学院		
专家组人员签字				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	张静	湖南水利水电职业技术学院	高级会计师 经济管理学院院长	
3	楚万文	上海泓江信息科技有限公司	董事长	
4	胡君	湖南科技职业学院	教授/网络信息中心 副主任	
5	向建军	湖南科技职业学院	软件学院党总支副 书记	
论证意见				
专家组论证意见如下： 1.深化岗课赛证创融合教学，聚焦实操培养，全面提升学生数字营销与数据分析能力。 2 紧密对接商贸产业新业态，优化实训体系，提升人才岗位适配性与竞争力。				
论证结论	☑论证通过　　☐修改后通过　　☐不通过			

湖南科技职业学院

2026级专业人才培养方案制（修）订审批表

专业名称	市场营销	专业代码	530605
总课程数	65	总学时数	2672
公共学时比例	36.23%	选修学时比例	11.08%
实践学时比例	60.85%	毕业学分	155.5
二级学院审核意见	负责人签字（盖章） 2026年8月20日		
教务处审核意见	负责人签字（盖章） 2026年8月30日		
教学指导委员会意见	负责人签字 2026年9月4日		
学术委员会意见	签章 2026年9月12日		
党委会审定意见	签章 2026年10月16日		
校长签发意见	签字 2026年10月20日		