**许昌陶瓷职业学院**

**市场营销专业人才培养方案**

教 学 院 部： 数智经济与营养烹饪学院

执 笔 人： 施 展

编 制 团 队： 施展、樊周祥、杨璐璐

参与行业企业：河南博欣调味品有限公司

河南世纪香食用菌开发有限公司

行业企业人员： 孙仕洋、周高丽

编制日期： 2025年6月18日

**教务处编**

**二〇二五年六月**

**许昌陶瓷职业学院**

# **2025级市场营销专业人才培养方案**

#

# 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

# 二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

# 三、修业年限

三年

# 四、职业面向

|  |  |
| --- | --- |
| **所属专业大类（代码）** | 财经商贸大类（53） |
| **所属专业类（代码）** | 工商管理类（5306） |
| **对应行业（代码）** | 批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C） |
| **主要职业类别（代码）** | 市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、品牌专业人员（2-06-07-04） |
| **主要岗位类别或技术领域举例** | 品牌策划主管、新能源汽车市场推广主管、智能制造设备销售主管、跨境电商物流主管 |
| **职业类证书举例** | 农业经济专业技术资格、农村电商运营师、新能源汽车售后服务管理师、工业互联网安全工程师、跨境电商B2B数据运营（河南专项） |

# 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、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作，培养适应许昌市“先进制造业基地、交通物流枢纽、汉魏文化名城”定位的高素质市场营销技术技能人才，聚焦装备制造、发制品、生物医药等五大主导产业及跨境电商、文旅文创两大新兴产业需求，通过校地协同育人、项目化教学及创新创业支持，使学生掌握数字化营销、品牌策划等核心能力，服务许昌本土企业市场拓展与品牌升级，助力地方经济高质量发展的高技能人才。

## （二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **培养规格** | **构成要素** | **目标与要求** | **途径与措施** |
| **知****识****结****构** | **公****共****基****础****知****识** | （1）掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想；（2）具有为国家富强、民族昌盛而努力奋斗的远大理想；（3）具有求实创新的科学精神、刻苦钻研的实干精神、团结协作的团队精神；（4）熟练掌握计算机应用基础知识和网络知识。 | 军事技能训练及入学教育军事理论思想道德与法治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形势与政策大学英语经济数学大学语文大学体育大学生心理健康教育职业发展与就业指导创新创业教育信息技术人工智能与应用劳动教育与实践国家安全教育毕业设计与毕业教育 |
| **职****业****基****础****知****识** | （1）掌握市场营销基础知识：掌握市场营销的基本概念、原理和方法，包括市场定位、市场细分、市场调研等。（2）市场分析与调研能力：培养学生具备市场分析和调研的能力，能够收集、整理和分析市场数据，进行市场需求和竞争环境的评估。（3）经济学基础：掌握市场经济原理、供求关系、价格理论等，能够分析市场的运作机制和经济环境对市场营销的影响。（4）统计学基础：具备基本的统计概念和方法，能够收集、整理和分析市场数据，提取有价值的信息。（5）创新思维与问题解决能力：培养学生具备创新思维和问题解决能力，能够独立思考、分析和解决市场营销领域的实际问题。（6）职业道德与社会责任意识：培养学生具备良好的职业道德和社会责任意识，注重企业的社会责任和可持续发展。 | 市场营销基础经济学基础商品学基础中华商业文化统计基础管理学基础 |
| **职****业****核****心****知****识** | （1）品牌管理知识：掌握品牌建设和管理的原则和策略，包括品牌定位、品牌传播、品牌形象塑造等。（2）市场营销策略：掌握市场营销策略的制定和实施方法，包括市场定位策略、差异化策略、推广策略、定价策略等。（3）数字营销知识：掌握数字营销的概念和技术，包括搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销等。（4）客户关系管理能力：能够建立和维护与客户的良好关系，掌握客户需求，提供个性化的解决方案。 | 销售与管理网络营销消费者心理分析服务营销商务礼仪与沟通品牌策划与推广商务数据分析客户服务与管理 |
| **职****业****拓****展****知****识** | （1）销售管理知识：熟悉销售管理的基本原理和技巧，包括销售渠道管理、销售团队管理、销售业绩评估等。（2）具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力。（3）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。（4）能够识别市场问题、分析数据并提供解决方案，具备逻辑思维和问题解决的能力。（5）能够提出新颖的市场策略和创新的营销方案，具备创造性思维和创新意识。 | Photoshop商务设计Python程序设计市场调查与预测营销策划Premiere视频剪辑推销技术营销渠道管理数字互动营销 |
| **能****力****结****构** | **社****会****能****力** | （1）具有对安全生产法律法规的理解、贯彻能力；（2）具有较强沟通协作能力，问题解决能力、创新能力；（3）具有获取本专业前沿知识和相关学科知识的自学能力。 | 安全培训社团活动劳动教育专业讲座 |
| **职****业****核****心****能****力** | （1）具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等用户画像的能力；（2）具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标等项目销售的能力；（3）具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用等数字营销的能力。 | 销售与管理网络营销消费者心理分析服务营销商务礼仪与沟通品牌策划与推广商务数据分析客户服务与管理广告设计与实训 |
| **职****业****拓****展****能****力** | （1）具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握市场 营销领域数字化技能；（2）具有探究学习、终身学习能力和可持续发展能力，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， 具备一定的创新创业能力 | Photoshop商务设计Python程序设计市场调查与预测营销策划Premiere视频剪辑推销技术营销渠道管理数字互动营销 |
| **素****质****结****构** | **思****想****政****治****素****质** | （1）具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；（2）热爱社会主义，坚决拥护中国共产党的领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观；（3）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，具有社会责任感和参与意识；（4）树立正确的世界观、人生观、价值观。 | 形势与政策专题讲座军事理论 |
| **职****业****素****质** | （1）爱岗敬业，遵规守纪，自律进取，勇于创新；（2）具有明确的社会责任感和强烈的事业心；（3）具有良好的思想品德、社会公德和职业道德；（4）具有求实创新的科学精神、刻苦钻研的实干精神、团结协作的团队精神。 | 职业发展与就业指导劳动教育 |
| **人****文****素****质** | （1）具有良好的文化修养；（2）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养；（3）能够形成一两项艺术特长或爱好。（4）具有较强的自学能力、创新意识和一定的社会活动能力。 | 中华优秀传统文化社会实践美育课程专业教育 |
| **身****心****素****质** | （1）具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能（2）具有坚强的意志和乐观向上的精神风貌。 | 体育课心理健康指导健康教育 |

# 六、课程设置及要求

## （一）公共基础课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **课程目标** | **主要内容** | **教学要求** |
| **思想道德与法治** | （1）引导大学生树立科学的理想信念，弘扬中国精神，培育正确的人生观、价值观，养成良好的道德品质和法治素养，为逐渐成长为有理想、有本领、有担当的时代新人打下坚实的理论基础。（2）帮助学生牢固树立社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养，成为全面发展的社会主义事业接班人。（3）增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。 | （1）中国特色社会主义进入了新时代。（2）人生观的基本内涵以及对人生的重要作用，树立为人民服务的人生观。（3）理想信念对大学生成才的重要意义，树立马克思主义的崇高的理想信念。（4）中国精神的科学内涵，实现中国梦必须弘扬中国精神。（5）社会主义核心价值观的基本内容、历史底蕴、现实基础、道义力量。（6）道德的历史演变、功能、作用和中华民族优良道德传统、革命道德。（7）社会主义法治观念的主要内容、社会主义法治思维方式的基本含义和特征，我国宪法法律规定的权利和义务。 | （1）教学模式：采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。（2）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（3）教学方法：运用专题式教学、案例式教学、启发式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。（4）教师要求：坚持正确的政治方向，有扎实的马克思主义理论基础，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。（5）评价建议：采取平时检测（30%）+阶段考核（20%）+期末考试（50%）评定学习效果。 |
| **毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论** | （1）充分认识马克思主义基本原理必须同中国具体实际相结合才能发挥它的指导作用。（2）深刻理解马克思主义中国化的科学内涵和历史进程。（3）正确把握马克思主义中国化理论成果的形成与发展、主要内容、历史地位及内在关系。（4）引导学生运用马克思主义中国化的理论成果指导自己的学习与工作。 | （1）以马克思主义中国化时代化为主线，论述马克思主义中国化时代化的提出及其历史进程。（2）以中国化时代化的马克思主义为重点，论述中国化时代化的马克思主义理论成果之间既一脉相承又与时俱进的关系。（3）以中华民族伟大复兴为主题，论述中国共产党在不同时期的主要任务和面临的重大时代课题。（4）以中国百年巨变为根据，全面展示中国化时代化马克思主义的实践逻辑。（5）以坚持和发展中国特色社会主义为方向，全面展示中国特色社会主义的历史逻辑。 | （1）教学模式：采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。（2）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（3）教学方法：运用专题式教学、案例式教学、启发式教学、微电影创作、主题演讲、模拟法庭等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。（4）教师要求：具有良好的思想品德、职业道德、责任意识和敬业精神。（5）评价建议：采取平时检测（30%）+实践考核（20%）+期末考试（50%）评定学习效果。 |
| **习近平新时代中国特色社会主义思想概论** | （1）引导大学生准确理解，深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求。（2）引导大学生深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义。（3）引导大学生全面了解习近平新时代中国特色社会主义思想中蕴含的人民至上、自信自立、守正创新、问题导向、系统观念、胸怀天下等理论品格和鲜明特征。（4）引导大学生深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想中贯穿的马克思主义立场、观点、方法。（5）帮助大学生牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、深刻领会“两个确立”、自觉做到“两个维护”，自觉投身建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴中国梦的奋斗中。 | （1）习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系及其历史地位。（2）以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。（3）坚持党的全面领导。（4）坚持以人民为中心。（5）全面深化改革（4）“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局。（5）全面依法治国。（6）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）中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体。 | （1）教学模式：采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。（2）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（3）教学方法：运用专题式教学、案例式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。（4）教师要求：关注党的最新理论成果、中央重大会议、时政热点等及时把最新的中央精神融入教学内容。（5）评价建议：采取平时检测（30%）+实践考核（20%）+期末考试（50%）评定学习效果。 |
| **形势与政策** | （1）引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别是对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点等问题的思考、分析和判断能力，使之能科学认识和准确把握形势与政策发展的客观规律，形成正确的政治观。（2）帮助学生深入地学习和研究马克思主义中国化时代化理论成果，培养学生理论联系实际的能力，鼓励学生积极投身社会实践，通过实践体会党的路线、方针、政策的正确性，清晰了解我国改革开放以来形成并不断发展完善的一系列政策体系，树立正确的世界观、人生观和价值观。（3）帮助学生了解高等教育发展的现状和趋势，对就业形势有一个比较清醒的认识，树立正确的就业观。 | 以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密结合国内外形势，针对学生的思想实际，开展形势与政策教育教学，提升大学生对中国特色社会主义的认识和觉悟。 | （1）教学模式：采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。（2）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（3）教学方法：运用专题式教学、案例式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。（4）教师要求：关注党的最新理论成果、中央重大会议、时政热点等信息，及时把最新的中央精神融入教学内容。（5）评价建议：采取平时检测（30%）+期末考查（70%）评定学习效果。 |
| **大学体育** | （1）落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。通过学习本课程，学生能够喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，提升体育运动能力，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。（2）熟练掌握1-2项健身运动的基本方法和技能，能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力，掌握常见运动创伤的处置方法。 （3）能测试和评价体质健康状况，掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识与方法；提高职业体能水平，树立健康观念，掌握健康知识和与职业相关的健康安全知识，形成健康文明的生活方式。 （4）通过体育锻炼改善情绪状态；促进学生人格发展；培养坚强的意志品质；缓解生理和心理疲劳；培养良好的人际交往能力和合作意识，体验运动乐趣，培养快乐体育、健康体育、终生体育观念。（5）遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识，正确处理竞争与合作的关系。  | （1）田径及身体素质练习：力量、速度、耐力、弹跳、协调、灵敏、柔韧等。（2）专项运动技能：田径、健美操、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、网球、跆拳道、武术、体育舞蹈等。（3）体质测试训练：跳远、坐位体前屈、仰卧起坐、引体向上、50米跑、肺活量、800/1000米跑等。（4）拓展模块：运动减脂、快意网球、体育与欣赏以及武术与健康、健身气功、太极拳等优秀传统文化项目。（5）健康教育：体育保健、健康饮食、心理健康教育等。 | （1）教学模式：采用1+1+X模式，1为体育与健康必修课程，是体育与健康基础模块，以运动技能基础训练为主；1为体质测试训练课，以体质健康测试项目训练为主；X为拓展模块，为公共选修课程。（2）教学方法：运用目标教学法、游戏教学法及竞赛教学法，以“教会、勤练、常赛”为主导，提高学生的兴趣，激发学习的主动性。（3）教学条件：室外网球场、排球场、田径场等体育教学设施。（4）教师要求：任课教师要把体育与德育相结合，自身知识结构完整、系统、全面；科学、合理安排授课内容，授课思路清晰明了，善于启发，在保证学生听懂的前提下，活跃课堂气氛；在授课过程中，适当穿插课外知识，与学生走近，传达正能量信息。（5）评价建议：采取平时成绩（40%）+学期末测试（身体素质+专项技能）（60%）来评定学习效果。 |
| **军事理论** | （1）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。（2）进行爱国主义、集体主义和革命英雄主义教育，增强学生的组织纪律观念，培养艰苦奋斗的作风，提高学生的综合素质。（3）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。 | （1）中国国防。理解国防内涵和国防历史，树立正确的国防观；了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就，激发学生的爱国热情；熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容，增强学生国防意识。（2）国家安全。正确把握和认识国家安全的内涵，理解我国总体国家安全观，提升学生防谍保密意识；深刻认识当前我国面临的安全形势；了解世界主要国家军事力量及战略动向，增强学生忧患意识。（3）军事思想。了解军事思想的内涵和形成与发展历程，了解外国代表性军事思想，熟悉我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容，使学生树立科学的战争观和方法论。（4）现代战争。了解战争内涵、特点、发展历程，理解新军事革命的内涵和发展演变，掌握机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势，使学生树立打赢信息化战争的信心。（5）信息化装备。了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响，熟悉世界主要国家信息化装备的发展情况，激发学生学习高科技的积极性，为国防科研奠定人才基础。 | （1）教学模式：教学以学生为中心，采用线上线下混合式教学模式，借助信息化手段，学生自主学习探究，教师辅助加以引导，注重课程思政设计与渗透，注重学生全面发展，在教学过程中注重引导和培养学生牢固树立国防意识，自觉履行国防义务，切实担当国防重任，把国家安全放在心中，把国防责任担在肩上，进一步强化学生的国防观念，激发建设国防的热情，增强建设现代化国防的责任感和使命感。（2）教学条件：多媒体教室、智慧校园平台和智慧树教学平台。（3）教学方法：互动式、典型性案例教学法；针对性、典型性战例教学法；个性化、多样化专题教学法；问题型、讨论型启发式教学法。（4）教师要求：政治立场坚定，要关注时政要闻及国家安全动态；注重理论联系实际，融入社会、融入生活，强调学生的主体地位和教师的主导地位，重视师生互动，引导学生积极思考，形成正确的世界观、人生观、价值观。（5）评价建议：采取平时考核（30%）+期末综合考核（70%）来评定学习效果。 |
| **劳动教育与实践** | （1）引导大学生理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。（2）促使大学生形成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，养成辛勤劳动、诚实劳动、创造性劳动的良好品格。（3）提高大学生的劳动素养，帮助学生掌握基本的劳动知识和技能，使学生具备满足生存发展所需的基本劳动能力。（4）引导学生领会“幸福是奋斗出来的”内涵与意义，继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统，弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神，传承并践行劳动精神、劳模精神、工匠精神。（5）通过实践活动，培养学生的团队合作能力、创新思维和创业意识，同时使学生认识到自己在社会中的角色和责任，培养学生的社会参与意识和公益意识。 | 本课程包含理论教学和实践教学两部分。（1）理论教学模块一 劳动素养篇 任务一：马克思主义劳动观任务二：崇尚劳动 热爱生活任务三：尊重劳动 塑造品质模块二 劳动技能篇 任务四：弘扬精神 传承发展任务五：职业体验 提升技能任务六：掌握技能 奉献社会模块三 劳动创造篇任务七：社会服务 提升素养任务八：遵章守纪 维护幸福（2）实践教学模块一 专业特色劳动实践模块二 校园集体劳动实践模块三 撰写劳动实践报告 | （1）教学模式：理论课教学基于“以学生为中心”的教学理念，采取“导新课－学新知－品案例－思问题－拓知识”五位一体的教学模式，将授课内容与学生兴趣相结合，达到良好的教学效果；实践课教学，指导学生亲身参与实际的劳动实践活动或者完成具体的劳动项目，让学生学以致用，提升劳动素养。（2）教学方法：理论课采用讲解法、讨论法、实例分析法、课堂互动法等；实践课采用实践操作法、小组讨论法、导师指导法等。（3）教学条件：理论课依托多媒体教室和智慧校园平台开展教学；实践课依据课程内容为学生提供实际的劳动实践环境和设备。（4）教师要求：理论课要求教师具备相关的劳动理论知识和教学经验；实践课要求教师具备劳动实践经验，能够有效地组织和指导学生开展劳动实践活动。（5）评价建议：理论课由教师根据学生的期末成绩、课堂表现、课堂互动和考勤情况综合评定，占期末总成绩的30%；实践课考核由专业特色劳动实践、校园集体劳动实践和劳动实践报告三部分构成，分别占总成绩的30%、30%、10%，最终成绩占期末总成绩的70%。 |
| **大学生心理健康教育** | （1）通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确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异常表现，掌握自我调适的基本知识。（2）使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、情绪管理技能、压力管理技能、人际沟通技能、自我管理技能、生涯规划技能、问题解决技能和团队合作技能等。（3）通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。（4）树立心理健康发展的自主意识，增强自我心理保健意识和危机预防意识；培养理性平和、乐观积极的生活态度，保持良好的心理状态，塑造健全人格，磨砺优良意志品质；正确认识自我，认识世界，适应社会，树立正确的世界观、人生观、价值观；践行社会主义核心价值观，培养新时代有为青年，为党育人，为国育才。 | 项目一 认识健康 认识心理健康，认识大学生心理，了解心理咨询。 项目二 健全人格 通过认识自我、悦纳自我、成就自我进一步完善自我、健全人格。 项目三 适应环境 熟悉新环境新体验，解读新生活新困惑，树立新起点新目标。项目四 管理情绪 透视情绪，了解大学生情绪的特点及不良情绪的原因，掌握管理情绪的方法。 项目五 提高逆商 认识压力，了解压力的来源，认识大学生压力与身体疾病的关联，认识挫折及原因，学习应对压力和挫折的办法。 项目六 善于学习 认识学习适应、学习动机、学习疲劳等常见的影响，了解大学生学习的特点，培养学习策略，进行职业生涯规划。项目七 人际交往 解读交往密码，识别人际交往中的问题，掌握调适方法、人际交往的原则和技巧。项目八 为爱导航 认识爱情及相关理论，了解大学生恋爱的问题，培养健康恋爱观，正确认识性心理的发展。项目九 危机干预认识危机，了解学校危机干预体系，学习预防危机的办法，掌握自杀危机干预的措施。 | （1）教学模式：本课程采用混合式教学模式，结合教材配套教学资源，综合学校《大学生心理健康教育》在线课、国家级精品在线课、部分高校的大学生心理健康教育中心网站、中国大学MOOC、爱课程等网络资源，实现线上线下、理论实操一体化的教学模式。（2）教学条件：校团体心理辅导室、沙盘治疗室、宣泄室、放松室。（3）教学方法：运用多种教学方法，以课堂教学为主阵地，以新生入学心理健康普查数据为基础，综合使用讲授分析、案例研讨、合作学习、体验式、直观演示等多种教学方法。（4）教师要求：教师应坚持育心与育德相结合，发挥课程的育人功能；面向全体学生，尊重个体差异；理论联系实际，注重学生实际应用能力的培养；应将现代化教育技术与课程教学有机结合，给学生提供贴近生活实际、贴近学生发展水平、贴近时代的多样化的课程资源，拓展学习和教学途径。（5）评价建议：采取平时考核（30%）+期末综合考核（70%）来评定学习效果。 |
| **职业发展与就业指导** | （1）了解高职教育的特点、目标及其意义，明确职业分类与特征。（2）理解职业生涯及发展的相关理论知识，熟悉职业生涯规划的要素及程序。（3）清楚就业形势与政策、法规和职业规范，了解毕业生就业权益，掌握就业方法和技巧。（4）掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识。（5）具有对自我和环境的分析评价能力。（6）具备信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等。（7）具备与他人有效沟通与合作能力。（8）能够搜集、分析、选择就业信息，制定职业生涯规划。（9）能应用求职简历、求职信、面试技巧等方法进行自我推荐。（10）建立职业生涯发展的自主意识和爱岗敬业、吃苦耐劳、开拓创新的精神，树立积极正确职业态度和就业观念。（11）能自觉为个人生涯发展做出积极的努力，积极投身国家建设事业，为国家发展贡献力量。（12）了解国家出台的促进学生就业的政策，将自身职业发展与国家发展、时代需要结合起来。 | 模块一 认识大学生就业通过就业指导，熟悉就业制度与政策。模块二 规划职业生涯掌握职业生涯发展理论，学会探索自我，能够进行职业环境评估和职业生涯决策、管理。模块三 提升就业能力了解大学生就业能力的内涵，培养对环境的适应能力和自主学习的能力，通过学习和活动锻炼培养表达能力、人际交往能力、信息处理能力等。模块四 准备求职面试学会对求职信息进行搜集与整理，了解求职材料的准备，了解面试技巧。模块五 迈好职场第一步能够顺利转换角色、定位自我，认识和适应新的环境，了解工作中的注意事项。模块六 就业权益与保障了解求职过程中常见的侵权行为与保护途径，明白违约责任与劳动争议。 | （1）教学模式：课程采用模块式教学方法组织教学，采取“教学做一体”的线上线下混合式教学模式，以课堂教学为主，开展形式多样教学活动，促进、提升、改进课堂教学和学生的学习效果；将职业生涯规划教育贯穿大学教育的始终，通过教育和引导帮助大学生树立正确的人生观和职业观，明确人生目标，筹划职业生涯。（2）教学方法：遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与求职就业实践相结合，调动学生学习职业规划的积极性、主动性，不断提高教学质量和水平。（3）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（4）教师要求：本课程的主讲教师须有过指导学生就业或从事过学生管理的工作经历，熟悉企业招聘流程和规则，能够理论联系实际帮助学生做好职业规划。（5）课程思政：能够结合社会主义核心价值观引导学生树立“爱岗”“敬业”“诚信”“守信”等良好品质。（6）评价建议：采取学习过程考核（30%）+期末测评（70%）评定学习效果。（5）课程思政：能够结合社会主义核心价值观引导学生树立“爱岗”“敬业”“诚信”“守信”等良好品质。（6）评价建议：采取学习过程考核（50%）+期末测评（50%）评定学习效果。 |
| **创新创业教育** | （1）掌握创新的概念，了解创新的内涵和技法。（2）掌握开展创新创业活动所需要的基本知识、了解创业优惠政策。（3）了解行业的发展特点和趋势。（4）掌握创业计划书的内容，熟悉创业方式和基本流程，树立科学的创业观。 （5）形成创新创业理念、提升创新创业能力，能够撰写创业计划书。（6）具备团队协作能力。（7）具备与他人合作，提供有价值解决方案的能力。（8）运用互联网思维利用自身特长进行创业的能力。（9）培养当代大学生创新创业意识与创新创业思维，提高创新创业综合素质。（10）培养具有创新精神、敢想敢干、有经济头脑、善于发挥自身优势、善于人际交往的创新型人才。（11）积极参与创新创业建设，倡导敢为人先、敢于冒险的新风尚。（12）勇于投身社会实践，推进科技成果向实际生产的转化，为建设创新型国家作出贡献。 | （1）创新概念和类型。 （2）创新意识和创新能力。 （3）创新思维及分类。 （4）创新技法。 （5）大学生创新实践项目展示。 （6）创业的概念、过程和阶段。 （7）创业准备。 （8）创办企业基本步骤。 （9）新创企业经营管理。 （10）大学生创业实践项目展示。  | （1）教学模式：采用线上+线下混合式教学模式，线上通过课堂外在线自主学习和创新，实现知识传递和展现；线下通过将课堂变成互动场所，进行探究学习，突出强调理论联系实际，切实增强针对性，注重实效。（2）教学方法：主要运用案例分析、情景模拟、小组讨论、角色扮演等教学方法，通过社会调查和创新创业大赛等活动激发学生创新创业的热情。（3）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（4）教师要求：本课程的主讲教师须有过创业经历或参加过创新、创业项目（或大赛）或指导过学生创新创业项目和大赛。（5）课程思政：在教学实施中，结合社会主义核心价值观，将爱国主义、诚实守信、责任意识、法律意识、团队合作精神等融入课堂教学和案例分析中。（6）评价建议：采取学习过程考核（30%）+期末测评（70%）评定学习效果。 |
| **经济数学** | （1）认识微积分的发展史及其重要性、实用性，能够正确描述极限、导数、微分、积分等概念。（2）能够利用微积分、数学建模等内容的思想方法处理专业中简单的问题，并学会把一些简单的实际问题转化为数学模型求解。（3）能够利用已有知识获取新知识，并具有通过解决实际问题获得实用方法和创新思维的能力。（4）培养和提升各专业学生进行专业学习和终身学习所必需的数理基础和数理思维。（5）培养学生严谨、认真、踏实、细心做事的态度，以及进行质疑和独立思考的习惯。（6）结合数学史和数学文化，贯彻数学精神，感受数学魅力，培养数学素养，使学生坚定文化自信。 | （1）函数基础知识。（2）极限与连续。（3）导数与微分。（4）导数的应用。（5）不定积分及其运算。（6）定积分及其应用。（7）多元函数。 | （1）教学模式：以“知识、应用、技能、发展”为要素，以学生为中心，教师讲解为辅，学生练习为主，讲练结合。对学生的共性问题进行答疑，课内课外相结合，开展形式多样的教学，提升课程教学浸润感和实效性。（2）教学条件：多媒体教学设备、在线学习平台学习通。（3）教学方法：运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学、任务驱动式教学法、情境教学法等多种互动教学方法，将课堂内外有效结合。同时，开展线上线下混合式教学，为学生提供更加灵活和便捷的学习方式。（4）教师要求：任课教师要关注数学的发展动态以及数学专业在生活中的应用，及时把最新的发展方向融入教学内容，告知学生，使其体会到数学的重要性。（5）考核方式：采取学习过程考核（30%）+期末测评（70%）评定学习效果。 |
| **大学英语** | （1）职场涉外沟通目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。 （2）多元文化交流目标：能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，形成正确的世界观、人生观、价值观；通过文化比较加深对中华文化的理解，继承中华优秀文化，增强文化自信；坚持中国立场，具有国际视野，能用英语讲述中国故事，传播中华文化。 （3）语言思维提升目标：通过分析英语口头和书面话语，能够辨析语言和文化中的具体现象，了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法，辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平。（4）自主学习完善目标：认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有明确的英语学习目标，能够有效规划学习时间和学习任务。  | **Unit 1. A New Start**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit2. Develop Your Study Habits**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit3. Enjoy Your Spare Time**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit 4. Make Your Choices**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit5. Use Your Smart Phones Wisely**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit 6. Love Your Parents**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit7.Have Some Fun in Festivals**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write**Unit 8. Travel**Let’s ListenLet’s DiscussLet’s ReadGrammarLet’s Write | （1）教学模式：教学以学生为中心，采取“课前导学－课中研学－课后延学”的线上线下混合式教学模式，以第一课堂为主，课内课外结合，以形式多样的语言实践活动为载体满足学生个性化学习需求，提升学生英语学习兴趣和英语语言综合素养。（2）教学方法：运用讨论法、情境教学法、任务驱动教学法、成果导向教学法、启发式教学法等，全面提升课堂效率和学生学习兴趣。（3）教学条件：多媒体教室、学习通、智谱清言、英语趣配音、网易有道词典等。（4）教师要求：具有高等教育教师资格证书的专职教师，每位教师均需具备深厚的英语语言文学功底和丰富的教学经验。团队成员的专业背景应广泛覆盖英语教育、英语笔译等多个领域，以确保教学内容的丰富性和深度。 （5）考核方式：口语+作文。（考勤+课堂表现+日常作业）平时成绩30%+ （口语35%+作文35%）期末考试成绩70%。将课前、课中、课后三个阶段的学习表现纳入过程考核，注重第二课堂学习成果增值性评价，综合评定学生学习效果。 |
| **信息技术** | 1.知识目标掌握WPSOffice三大核心组件（文字、表格、演示文稿）的基本功能与操作规范，包括文档排版、数据计算、图表制作、幻灯片设计；理解信息检索的基本原理与流程，熟悉搜索引擎、知网等平台的使用方法；了解新一代信息技术（人工智能、区块链、5G、量子信息等）的基础概念及典型应用场景。2.能力目标具备使用WPS完成职业场景任务的能力，如制作商务合同、薪资管理表、工作总结演示文稿；能够运用信息检索技术获取专业资料，并通过数据分析工具（如数据透视表、分类汇总）处理实际问题；掌握协同编辑、云端备份等数字化办公技能，适应现代职场协作需求。3.素质目标培养信息伦理意识，正确辨识网络信息真伪（如“鲁迅名言”真伪辨析任务），遵守信息安全规范；强化职业责任感，通过案例实践（如社保计算、数字人民币应用）理解技术与社会责任的关联；激发科技强国意识，结合“量子信息研究成果”“5G测速”等任务融入爱国主义教育。 | 课程分为六大项目，覆盖理论与实践：1.文档处理任务：制作商铺租赁合同、编排调研报告、毕业论文排版等。技能点：文档加密、修订批注、样式应用、目录生成等。2.电子表格处理任务：薪资管理表制作、数据分类汇总、图表与数据透视图分析。技能点：公式函数（SUMIFS、VLOOKUP）、条件格式、数据保护。3.演示文稿制作任务：设计“工作总结”演示文稿，设置切换动画与超链接。技能点：母版设计、音频嵌入、打包与放映设置。4.信息检索任务：检索最新科研信息、使用专业平台获取资料。技能点：检索策略优化、专用平台使用技巧。5.新一代信息技术概述任务：体验物联网应用、人工智能工具操作、区块链技术案例实践。知识点：技术原理、应用场景及社会影响。6.信息素养与社会责任任务：线上会议操作、信息安全案例分析、职业场景模拟训练。重点：信息伦理、职业自律、终身学习意识培养。 | （1）教学模式任务驱动：通过“任务工单”引导学习流程（任务描述→分组讨论→实施→评价），强调实践导向。混合式教学：结合微课资源与线下实训，支持分层学习。（2）教学条件硬件：配备WPS2019软件的计算机实验室，支持云端协作与数据备份。软件：需安装办公软件、安全工具、线上会议平台等，适配课程任务需求。（3）教学方法案例教学：以真实职业场景（如企业简介制作、招聘启事协同编辑）为案例，提升应用能力。分组协作：通过小组讨论与协同文档编辑任务培养团队合作能力。（4）教师要求熟练掌握WPS高级功能（如邮件合并、数据透视表），具备跨学科案例设计能力。能够运用评分软件进行过程性评价。（5）考核方式过程性考核（50%）：实验报告、小组项目、课堂参与度。终结性考核（50%）：理论考试：覆盖信息技术基础概念、伦理规范等。实操考试：限时完成综合任务（如制作数据分析报告及配套演示文稿）。 |
| **人工智能与应用** | 1.知识目标掌握人工智能的基本概念、发展简史及前沿技术（如知识图谱、深度学习、自然语言处理等）；理解核心算法原理，包括知识表示方法（一阶谓词逻辑、产生式、框架）、搜索策略（启发式搜索、盲目搜索）、推理方法（确定性推理、不确定性推理）、机器学习模型（监督/无监督学习、神经网络）；熟悉人工智能在典型领域的应用场景，如智能制造、医疗、交通、教育。2.能力目标能够运用人工智能技术分析和解决实际工程问题（如设计智能分拣系统、故障诊断系统）；具备开发简单人工智能系统的实践能力，包括编程实现算法、使用开发工具（如TensorFlow、PyTorch）和云平台（百度智能云、讯飞云）；具备跨学科协作能力，能将人工智能思维迁移到专业领域（如材料科学、建筑设计）。3.素质目标培养科学伦理意识，关注人工智能技术的社会影响（如隐私、安全、就业）。强化创新精神和团队协作能力，通过项目实践培养解决复杂问题的综合素养；树立文化自信，结合中国科技发展案例融入课程思政。 | 课程内容通常分为理论模块与应用模块，涵盖以下主题：1.基础理论人工智能概述：概念、历史、研究领域与伦理。知识表示与推理：一阶谓词逻辑、产生式规则、框架表示、知识图谱。搜索与优化算法：状态空间搜索、遗传算法、粒子群优化。2.技术方法机器学习：监督学习（线性回归、分类器）、无监督学习（聚类算法）。神经网络与深度学习：BP网络、卷积神经网络（CNN）、生成对抗网络（GAN）。自然语言处理：语音识别、语义分析、机器翻译。3.应用实践行业应用案例：AI+制造（工艺优化）、AI+医疗（疾病诊断）、AI+教育（个性化推荐）。综合项目：智能游戏设计、人脸识别系统、语音交互设备开发。 | （1）教学模式理论与实践结合：采用“课堂讲授+案例研讨+项目实践”模式，例如通过“红军知识图谱”案例融入思政元素，通过“疫情传播仿真”项目培养实际问题解决能力。（2）教学条件硬件设施：需配备智能实验室（如人形机器人、AI体测系统）及云计算资源。软件工具：常用开发框架（TensorFlow、PyTorch）、云平台接口（百度/讯飞智能云）。（3）教学方法案例驱动教学：通过真实科研项目转化的案例（如“海洋生态系统模拟”）引导学生模仿与创新。问题导向学习（PBL）：以实际工程问题（如“自动驾驶路径规划”）为任务，推动自主探究。（4）教师要求需具备人工智能跨学科知识及项目开发经验，能够将科研转化为教学案例。掌握课程思政设计能力，例如通过“专家系统”案例讨论科学求真精神。（5）考核方式过程性评价（40-50%）：包括课堂互动、实验报告、小组项目（如开发智能推荐系统）。终结性评价（50-60%）：采用笔试（理论考核）、论文（技术综述）或实践作品（如AI应用原型）。创新加分：鼓励参与竞赛（如机器人竞赛、编程设计赛）并纳入成绩评定。 |
| **国家安全教育** | （1）了解和掌握国家安全基本知识、总体国家安全观的基本内涵、精神实质、地位作用，理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观，建立正确国家安全观念，培育宏观国际视野。（2）理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，提高政治站位和个人鉴别能力，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。 （3）了解政治、军事、经济等重要领域安全及深海、极地、太空和生物等新型领域安全的内涵、内容、面临的威胁和挑战、维护各领域国家安全的途径与方法。（4）掌握国家安全法律法规，熟悉国家安全应变机制，自觉履行维护国家安全责任。（5）增强大学生的爱国意识、国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。（6）掌握安全防范知识和主动增强安全防范能力，激发大学生树立安全第一的意识，确立正确的安全观。 | （1）国家安全概念、内涵、重要性，维护国家安全的基本措施，国家安全教育及其内涵，大学生国家安全教育的意义。（2）我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的形成背景、基本内容、丰富内涵及伟大意义。（3）政治、军事、经济等重要领域安全及深海、极地、太空和生物等新型领域安全的内涵、内容、面临的威胁和挑战、维护各领域国家安全的途径与方法。（4）维护国家安全的制度体系和保障机制。（5）国家安全法律法规，努力践行总体国家安全观。（6）财产安全、网络安全、消防安全、学习安全、公共卫生安全、社会活动安全、灾害自救安全等安全防护。 | （1）教学模式：合理选用紧靠主题教学的素材与多维立体化资源，注重课程思政设计与渗透，运用信息化教学资源和手段，采取“教学做一体化”教学模式，将课堂教学和课内外实践相结合。（2）教学条件：多媒体教室和智慧校园平台。（3）教学方法：精讲基本概念、深入进行知识解读，运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学、主题演讲辩论、情境教学法等多种互动教学方法。 （4）教师要求：政治立场坚定，要关注时政要闻及国家安全动态，及时把最新的文件精神融入教学内容。（5）考核方式：采取过程考核（30%）+期末测评（70%）评定学习效果。 |
| **大学语文** | （1）在中学阶段语文学习的基础上，进一步提高学生正确理解和运用语言文字的能力。（2）通过分析文学作品的思想内容和写作手法等，提高学生阅读理解能力和文学鉴赏能力，进而塑造高尚的人文精神，涵育完善的人文品格。（3）使学生学会熟练运用语文基础知识进行日常的写作，对学生进行创新思维、口才表达等能力进行系统的指导和训练，使其能够准确有效运用语言进行沟通，致力于职场发展。 | 上篇 阅读欣赏能力培养（1）诗歌及其作品赏析 （2）小说及其作品赏析 （3）散文及其作品赏析 （4）戏剧及其作品赏析 中篇 应用文写作（1）日常文书 （2）事务文书（3）公务文书下篇 沟通表达（1）普通话基础训练 （2）日常沟通 （3）面试口才 （4）竞聘演讲 | （1）教学模式：在工具性与人文性的结合中，实现知识、技能、态度三位一体，将语文学习、语文实践和语文能力培养合一，将单篇教学和专题教学相结合，提高学生阅读能力、欣赏能力、写作能力、口语交际能力以及发现问题、解决问题的能力，培养高尚的审美情趣。（2）教学条件：多媒体教室、智慧校园平台等。（3）教学方法：主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。（4）教师要求：结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。（5）考核方式：采取过程考核（30%）+期末测评（70%）评定学习效果。 |
| **艺术类课程** | （1）引导学生以社会主义核心价值观为学习内容，树立正确人生观、价值观。（2）引导大学生系统地了解艺术范畴、指导学生进行艺术欣赏。（3）通过艺术类课程鉴赏、学习相关理论，使学生树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位，提高人文素养。（4）了解、吸纳中外优秀艺术成果，理解并尊重多元文化。（5）拓展形象思维，培养创作精神和实践能力，提高艺术审美与鉴赏能力。（6）每个非艺术类专业学生在开设的8门课程中至少选修1门课程。 | （1）《美术鉴赏》课程主要涵盖中外艺术史脉络、经典流派与代表作品分析，解析绘画、雕塑、建筑等艺术形式的技法特征与创作背景。通过理论与实践结合，培养学生视觉审美能力与批判思维，掌握艺术语言解读方法，探讨作品的文化内涵、时代精神及社会价值，提升学生人文素养与跨文化理解力。（2）《音乐鉴赏》课程旨在帮助学生掌握音乐基本构成与记录方式，了解声乐、器乐体裁，以及古典、浪漫等风格特点。讲述西方音乐从中世纪到现代的发展历程，以及中国音乐从古代到近现代的演变，介绍各时期代表作曲家与作品。并通过对经典作品赏析，结合现场表演欣赏，提升学生音乐感知与鉴赏能力，激发学生热爱生活、热爱自然的情感。（3）《影视鉴赏》课程注重影视内容的赏析，引导学生熟悉影视艺术的发展历史，掌握影视艺术的基本语言，领略不同国家、不同时代影视艺术佳作的魅力，提高学生人文素养，最终形成学生健康、多元、开放的审美情趣。（4）《戏剧鉴赏》课程介绍和欣赏国内外戏剧作品，主要围绕戏剧理论、戏剧文学、表演艺术、舞台美术以及实践鉴赏等方面展开，旨在培养学生对戏剧艺术的全面理解和鉴赏能力，使学生了解有关常识，懂得如何欣赏戏剧。（5）《舞蹈鉴赏》课程主要围绕舞蹈理论知识、舞蹈历史文化、舞蹈表现要素以及具体的鉴赏实践展开，旨在培养学生对舞蹈艺术的感知、理解和评价能力。并通过欣赏分析中外优秀舞蹈作品，使学生了解各国及民族的历史文化民族风情，理解尊重多元文化。（6）《书法鉴赏》课程系统梳理中国书法发展史及历代名家流派，解析篆隶楷行草等书体技法特征与经典作品，结合理论与实践培养鉴赏能力，深入探讨笔法、章法、墨法及文化内涵、时代精神，提升学生审美素养与传统文化理解力。（7）《艺术导论》课程是一门涵盖广泛的学科，作为一门综合性艺术基础课程，旨在为学生搭建一个全面认识艺术的平台，使其对艺术的本质、发展历程、主要门类及审美特征等有初步的理解和把握。通过学习艺术导论，学生将能够了解艺术的发展历程、不同艺术形式的特点以及艺术对社会和文化的影响。（8）《钧瓷鉴赏》课程全面解析中国钧窑历史脉络，重点聚焦宋代钧瓷的工艺成就与艺术特征。系统讲授窑变釉色形成原理、蚯蚓走泥纹等独特肌理鉴别方法，剖析天青、月白、玫瑰紫等经典釉色体系。通过实物标本与文献结合，掌握器型演变、胎土特征、支钉烧制工艺等断代依据，深入解读钧瓷在传统文化中的地位及其美学价值，培养学生从工艺技术、艺术表现到历史考据的多维度鉴赏能力。 | （1）教学模式：按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。（2）教学条件：多媒体教室、教材与参考书籍、校内艺术展示区域、在线艺术资源平台和艺术活动组织与指导。（3）教学方法：讲授法、演示法、实践教学法、讨论式教学法、多媒体与网络教学法等多种互动教学方法进行。（4）教师要求：任课教师要有扎实的艺术专业知识，运用多样化的教学方法，因材施教，及时关注艺术前沿，把最新的艺术资讯融入教学内容。（5）评价建议：采取学习过程性与终结性考核相结合评定学习效果。 |

## （二）专业课程

## 1.专业基础课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **课程目标** | **主要内容** | **教学要求** |
| **市场营销基础** | **1.素质目标：**（1）培养学生的市场意识和创新思维，能够识别和把握市场机遇。（2）培养学生的团队合作和沟通能力，能够与不同团队成员合作开展市场营销工作。（3）培养学生的分析思考和问题解决能力，能够在市场竞争中做出准确的决策。（4）培养学生的职业道德和社会责任意识，注重市场营销的合规和社会影响。**2.知识目标：**（1）熟练掌握市场营销的基本概念、原理和方法。（2）掌握市场营销的市场分析、消费者行为、市场定位和营销策略等相关知识。（3）掌握市场营销的最新发展和趋势，包括数字化营销、社交媒体营销等新兴领域。**3.能力目标：**（1）能够进行市场调研和市场分析，了解市场需求和竞争情况。（2）具备制定市场定位和营销策略的能力，包括产品定价、渠道选择、推广策略等。（3）能够进行市场推广活动的策划和执行，包括广告、促销、公关等手段的运用。（4）具备分析消费者行为和市场趋势的能力，为企业提供市场洞察和决策支持。 | **模块一：市场营销概述**市场营销的基本概念、发展历程和重要性。**模块二：市场分析**市场环境分析、竞争分析、目标市场选择和市场细分等内容。**模块三：消费者行为**研究消费者的心理、决策过程和购买行为。**模块四：产品和定价策略**产品开发、产品定位、品牌管理和定价决策等方面的内容。**模块五：渠道管理**渠道选择、渠道设计、渠道合作和供应链管理等问题。**模块六：市场传播**市场推广和广告传播的原理和策略，包括广告、销售促销和公关等方面的内容。**模块七：销售管理**销售组织、销售管理和销售技巧的重要性和实践。**模块八;市场营销策略**市场营销战略的制定和实施，包括市场定位、市场细分和差异化策略等。 | **1.教学模式：**合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**讲解法；多媒体演示法；场景模拟法。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**对学生的评价与考核分三个部分：职业素养考核、知识考核、技能考核。 |
| **经济学基础** | **1.素质目标：**（1）培养学生崇高的敬业精神和良好的职业道德，有积极的开拓精神和创新意识，良好的团队合作精神。（2）培养学生作为领导者应具备的宽容胸襟并注重提高个人修养，以身作则。**2.知识目标：**（1）掌握重要的数学概念、定理、公式、方法、思想。（2）熟练掌握：函数与常用经济函数、极限、连续与间断、导数与微分、原函数与不定积分、定积分、微分方程、矩阵、线性方程组、投入产出基本原理、回归分析基本原理等概念。**3.能力目标：**（1）熟练掌握并会正确使用极限计算公式与方法、等解决问题。（2）问题解决能力：学生应能够将经济学的原理和方法应用于实际问题的解决过程中，提出合理的解决方案，并进行有效的实施。 | **模块一：微观经济学**资源配置、市场需求与供给、消费者行为、生产成本、市场均衡、价格理论、竞争与垄断、市场失灵等基本理论。**模块二：福利经济学**微观经济政策等方面的内容。**模块三：宏观经济学**国民收入核算、经济增长、经济周期、通货膨胀与失业、货币政策、财政政策、国际贸易、国际金融等基本理论。**模块四：宏观经济政策**通货膨胀与反通胀政策。**模块五：经济周期理论**劳动市场理论等相关的内容。 | **1.教学模式：**教学模式应强调理论与实践相结合，同时注重学生的参与和互动。可以采用案例教学、模拟实验、课堂讨论等多种方式，使学生在理解经济学基础的基础上，能够将其应用到实际问题中。**2.教学方法：**案例教学；互动式教学；实践教学。**3.教学条件：**教室设施：如多媒体投影仪、音响设备等，以便教师进行各种形式的教学。教学软件：引入经济学模拟软件，帮助学生进行模拟实验和数据分析。教学资料：提供丰富的经济学教材、参考书、案例库等教学资料，供学生自学和参考。网络资源：建设经济学基础课程的在线学习平台，提供视频教程、在线测试等学习资源，方便学生随时随地进行学习。**4.教师要求：**教师应具备扎实的经济学理论基础和丰富的实践经验，能够准确、深入地讲解经济学基础。**5.评价建议：**综合评价：结合平时表现、期末考试和实践报告的成绩，对学生进行综合评价 |
| **商品学基础** | **1.素质目标：**（1）提升学生的综合分析能力、判断能力和解决问题的能力，以便在面对复杂的商品问题时能够迅速作出决策。（2）培养学生对市场动态的敏感度，熟练掌握市场需求、竞争态势和消费者素养目标行为，以便更好地进行商品策划和销售。**2.知识目标：**（1）熟练掌握商品的本质和特性。（2）掌握商品的生产、流通和消费规律，为从事商品生产、经营和管理等工作打下坚实的基础。**3.能力目标：**（1）能够根据条码识别商品原产国，这有助于学生理解全球贸易和供应链，同时也有助于他们在未来的职业生涯中处理跨国商品问题。（2）能够运用商品学基础理论解决企业中出现的问题。 | **模块一：商品与商品学**知道商品的概念及构成。**模块二：商品分类与编码**商品分类、商品编码。**模块三：商品标准与标准化**掌握商品标准的制定。**模块四：商品质量监督与质量认证**商品质量监督、商品质量认证。**模块五：商品检验**理解商品检验与鉴定、商品检验的程序和内容、商品抽样。**模块六：商品包装**了解商品包装的概念和分类、商品包装材料与包装容器。**模块七：商品储运与养护**理解商品储运管理、商品储运期间的质量变化、仓库温湿度管理。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学、主题演讲、情景教学法等多种互动教学方法进行。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学。**5.评价建议：**采用“过程性考核+期末综合技能测试”相结合的考核方式 |
| **中华商业文化** | **1.素质目标：**（1）增强对传统思想价值体系的认同与尊崇。（2）深刻领会中华商业文明成果，大力传播商业文明。（3）培养敬业、精益、专注、创新的工匠精神。提升自身的诚信意识，践行诚实守信的道德规范。**2.知识目标：**（1）认识商业与商业文化。（2）掌握茶叶、瓷器、丝绸和中草药的产生和发展过程。（3）掌握传统商品市场的起源与发展。（4）掌握诚信的含义与特征。（5）熟练掌握义与利的含义，以及中国传统义利观的合理内核。（6）熟练掌握勤俭的定义与意义。（7）掌握创新的概念与创新思维。（8）掌握企业文化的内涵、层次、作用和建设过程。**3.能力目标：**（1）能够举例说明商业文化的各项功能。（2）能够发掘商品的文化内涵，弘扬优秀的商品文化。（3）能够归纳与总结出商品市场发展的特点。（4）能够深刻领会诚实守信对经商的重要性。（5）能够深刻体会义利文化对经商的重要性。 | **模块一：商史文化**商业文化概述；古代商贤及其商业思想。**模块二：商业文化的载体**华商名品；支付、度量与计算工具。**模块三：多态市场的变迁**商品市场的兴起和发展；中华商帮；商行天下。**模块四：诚信文化**诚信概述；抱诚守真，严信行果；诚信文化的践行要求与建设途径。**模块五：义利文化**中国传统的义利观；义重如山，以义取利；传承与发扬科学的义利观。**模块六：勤俭文化**勤俭概述；躬行节俭，勤俭取利；传承与发扬勤俭文化。**模块七：创新文化**创新概述；变革创新，激流勇进；创新文化及其建设策略。**模块八：商业文化前沿**现代企业文化；品牌文化；商务礼仪。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**讲解法；多媒体演示法；场景模拟法。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采用“过程性考核+期末综合技能测试”相结合的考核方式，“过程性考核”成绩主要依据学生线上学习状况、课堂出勤和实训任务完成情况、课后自测和作业完成情况综合评定，“期末综合技能测验”不仅是对学生知识点技能点的掌握情况的考核，更能测试学生学以致用的水平、团队合作的精神和判断解决问题等综合素质。 |
| **统计基础** | **1.素质目标：**（1）具备严谨踏实的工作作风，实事求是的思想作风和学风，以及创新意识。（2）具有“诚信”和“法制”观念，培养自觉遵纪守法意识。**2.知识目标：**（1）熟练掌握统计基本概念：学生应能够清晰熟练掌握统计学的基本概念，包括统计数据、统计变量、统计总体和样本等，并掌握这些概念在统计学中的基础作用。（2）掌握统计数据的来源：学生应掌握统计数据的来源，包括一手数据和二手数据，以及它们各自的获取方式和特点。**3.能力目标：**（1）数据分析能力：学生应能够运用所学的统计知识和方法，对实际问题进行数据分析，提取有价值的信息，为决策提供支持。（2）问题解决能力：学生应能够将统计学的原理和方法应用于实际问题的解决过程中，提出合理的解决方案，并进行有效的实施。 | **模块一：统计导论**统计学的定义、目的和应用领域；统计学与其他学科的关系；统计学的历史发展和重要性。**模块二：统计数据的收集与整理**统计数据的来源和类型；数据收集的方法和工具，如问卷调查、实验设计等；数据整理的步骤，如数据编码、分组、制表等。**模块三：描述性统计**描述性统计的概念和目的；集中趋势和离散程度的度量指标，如均值、中位数、众数、方差等；数据分布的类型和特点，如正态分布、偏态分布等。**模块四：推断性统计**推断性统计的概念和目的；参数估计的基本原理和方法，如点估计和区间估计；假设检验的基本原理和步骤，包括单样本和双样本检验；引入方差分析、回归分析等高级统计方法。**模块五：统计应用与实践**统计学在各个领域的应用案例；讨论统计软件的使用方法和技巧，如Excel、SPSS等；安排实践项目或案例分析，让学生将所学知识应用于实际问题中。 | **1.教学模式：**案例教学模式：通过引入实际案例，让学生在解决问题的过程中学习统计知识，增强实践能力。翻转课堂模式：鼓励学生提前预习课程内容，课堂上通过讨论、互动等方式深化理解，提高学习效率**2.教学方法：**讲授法；讨论法；实验法；引导发现法。**3.教学条件：**教室设施：配备多媒体教学设备，如投影仪、电脑等，以便教师进行案例展示和软件操作演示。软件支持：提供统计软件（如Excel、SPSS等）的安装包和使用说明，确保学生能够在课堂上和课后进行实践操作。**4.教师要求：**专业知识：具备扎实的统计学理论基础和丰富的实践经验，能够为学生提供准确、深入的教学内容。**5.评价建议：**综合评价：结合平时成绩、实践成绩和期末考试成绩，对学生进行综合评价，以全面反映学生的学习情况。 |
| **管理学基础** | **1.素质目标：**（1）使学生具备从事基层管理岗位的综合管理素质。（2）培养学生崇高的敬业精神和良好的职业道德，有积极的开拓精神和创新意识，良好的团队合作精神。（3）培养学生作为领导者应具备的宽容胸襟并注重提高个人修养，以身作则。**2.知识目标：**（1）熟练掌握管理的涵义，掌握管理学所涉及的核心概念和理论。（2）掌握管理活动的产生、管理思想的演进及其主要理论流派。（3）熟练掌握现代管理理论的主要思想和最新管理趋势。（4）掌握管理系统的构成。（5）掌握管理者的管理职能、实务与技能体系。**3.能力目标：**（1）能够根据管理基本原理及学科体系，对现实中的管理现象进行正确的分析。（2）能够仔细、理性的观察内外部环境，从而有效的配置资源。（3）能够综合运用计划的知识，制定企业短期计划。 | **模块一：管理认知** 走进管理；解析管理思想。**模块二：科学决策**分析决策过程；选择决策方法。**模块三：编制计划**确定企业目标；制定企业计划。**模块四：明确分工**设计组织结构；分析组织结构形式；配备岗位人员。**模块五：领导艺术**树立领导理念； 再现领导理论；善用领导艺术。**模块六：沟通技巧**识别沟通条件；克服沟通障碍；实现有效沟通。**模块七：有效激励**分析激励过程；解读激励理论；选择激励方法。**模块八：检查纠偏**分析控制过程。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**讲解法；多媒体演示法；场景模拟法。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采用“过程性考核+期末综合技能测试”相结合的考核方式。 |

## 2.专业核心课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程****名称** | **课程目标** | **主要内容** | **教学要求** |
| **销售与管理** | **1.素质目标：**（1）培养学生的市场洞察力和创新思维，能够发现销售机会并提出创新的销售策略。（2）培养学生的沟通和演示能力，能够有效地与客户进行销售谈判和沟通。（3）培养学生的团队合作和领导能力，能够协调销售团队的工作并达成销售目标。（4）培养学生的职业道德和责任意识，注重以客户为中心的销售管理和服务。**2.知识目标：**（1）熟练掌握销售管理的概念、原理和重要性。（2）掌握销售流程和销售管理的各个阶段。（3）熟悉销售组织结构和销售团队的建设。（4）熟练掌握销售目标设定和销售预测的方法与技巧。（5）熟练掌握销售管理中的绩效评估和报告分析。**3.能力目标：**（1）能够制定销售策略和销售计划。具备销售团队的组建和管理能力。（2）能够进行销售目标的设定和销售预测。（3）能够进行销售谈判和客户关系管理。 | **模块一：销售管理概述**介绍销售管理的基本概念、目标和职能，以及销售管理在组织中的重要性和作用。**模块二：销售组织设计**讲解销售组织的结构和层级设计，包括销售团队的组建、销售渠道的选择和销售区域的划分等。**模块三：销售战略与计划**探讨销售战略的制定和销售计划的编制，包括目标市场的选择、销售目标的设定和销售策略的制定等。**模块四：销售预测与业绩评估**介绍销售预测的方法和工具，以及如何评估销售团队的业绩和销售绩效。**模块五：销售培训与激励**讨论销售人员的培训和发展，以及如何激励销售团队达成销售目标。**模块六：销售管理信息系统**介绍销售管理信息系统的建立和运用，以支持销售决策和销售活动的监控与管理。 | **1.教学模式：**遵循“人的发展”和“职业准备”的设计理念和“活动导向、价值引导、注重应用、提高素养” 的基本思路，在工具性与人文性的结合中，实现知识、技能、态度三位一体，将单篇教学和专题教学相结合，提高学生解决问题的能力。**2.教学条件：**多媒体教室、智慧校园平台等。**3.教学方法：**主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |
| **网络营销** | **1.知识目标：**（1）使学生掌握网络营销的基本理论、基本知识。（2）学会利用网络进行市场信息收集和企业形象宣传，可以成功开展网络营销，培养学生的动手能力。（3）掌握网络市场调研、开展网络市场调研。（4）认识搜索引擎营销、投放关键词广告。（5）认识网络消费者、分析网络消费者的购买行为。（6）掌握网络营销、网络营销的常用工具与方法**2.能力目标：**（1）培养学生独立分析和解决网络营销实践中存在问题的实际能力。（2）能够利用网络工具开展市场调研。（3）能够收集处理商务信息、提高撰写商情报告的能力。（4）能够独立进行搜索引擎营销，认识搜索引擎营销、投放关键词广告。（5）能够开展短视频营销、开展直播营销。（6）能够熟练掌握网络营销、网络营销的常用工具与方法。**3.素质目标：**（1）运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力。（2）熟练掌握网络环境下企业开展营销活动的各种形式和方法。（3）具备基本的市场营销企业从业人员的基本职业素养和判断能力。（4）培养创新思维和创意表达能力。（5）培养创新思维和创意表达能力，能够提供独特且有效的视觉营销方案。（6）能够提供独特且有效的营销方案。 | **模块一：初识网络营销**认识网络营销、了解网络营销的常用工具与方法**模块二： 网络消费者分析**认识网络消费者、分析网络消费者的购买行为**模块三： 网络市场调研**熟悉网络市场调研、开展网络市场调研**模块四：网络市场调研策划**网络营销策划、撰写策划书**模块五：网络广告营销与软文营销**策划网络广告、撰写营销软文**模块六：搜索引擎营销**认识搜索引擎营销、投放关键词广告 | **1.教学模式：**合理选用紧靠主题教学的素材与多维立体化资源，注重课程思政设计与渗透。**2.教学条件：**多媒体教室、智慧校园平台等。**3.教学方法：**主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.考核方式：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |
| **消费者心理分析** | **1.素质目标：**（1）培养学生的跨文化意识和社会责任意识。（2）能够考虑消费者行为的多样性和社会影响。（3）培养学生的职业道德感和社会责任感，使其在工作中能够诚信经营，服务社会。（4）能够不断提出新颖独特的消费者心理分析方法和营销策略，以应对市场的不断变化和挑战。（5）培养学生具备较强的抗压能力和心理素质，以应对各种复杂情况和工作压力。**2.知识目标：**（1）掌握消费者心理的基本概念，熟练掌握消费者心理学的基础知识，包括消费者的心理现象、活动规律等。（2）掌握消费者心理的内部构成，熟练掌握消费者的认知、情感、动机、态度等心理要素。（3）熟悉消费者行为的心理过程，掌握消费者从需求产生、信息搜索、评估选择到购买决策和购后行为的全过程。（4）掌握市场需求的心理因素，分析市场需求背后的心理驱动因素，包括消费者需求的特点、层次和变化规律等。（5）掌握市场营销策略与消费者心理的关系，熟练掌握不同市场营销策略如何影响消费者的心理，以及如何利用消费者心理制定有效的营销策略。**3.能力目标：**（1）培养学生运用消费者心理学相关理论和方法，对消费者行为进行深入分析和预测的能力。（2）培养学生通过市场调研掌握消费者需求、偏好和行为特征的能力，为产品开发和营销策略制定提供依据。（3）培养学生根据消费者心理分析结果，制定并实施有效的市场营销策略的能力，包括产品定位、价格策略、促销活动等。（4）培养学生的沟通能力和团队协作精神。（5）培养学生具备持续学习的能力，以跟上行业发展的步伐 | **模块一：消费者心理的基本概念和理论**认知、情感、动机、学习、社会影响等。**模块二：购买决策过程的分析**需求识别、信息搜索、评估和购买决策等阶段。**模块三：消费者心理和行为类型的分类和特点**个人消费者、组织消费者、线上消费者等。**模块四：市场调研和消费者行为研究的方法和技术**问卷调查、实地观察、市场实验等。**模块五：市场营销策略与消费者行为的关系**产品定位、品牌管理、促销策略等。 | **1.教学模式：**采用线上线下相结合的混合式教学模式，以任务驱动、案例教学法开展教学。**2.教学方法：**运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**任课教师要关注消费者行为的发展动态以及市场营销专业在生活中的应用，及时把最新的发展方向融入教学内容。**5.评价建议：**采用过程化考核（70%）+期末测评（30%）评定学习效果。 |
| **服务营销** | **1.素质目标：**（1）培养学生的创新思维和问题解决能力。提高学生的沟通和协作能力。（2）培养学生的市场意识和顾客导向的思维方式。（3）培养学生的团队合作和领导能力。增强学生的职业道德和社会责任意识。**2.知识目标：**（1）熟练掌握服务营销的概念、原理和重要性。（2）掌握服务产品的特点和分类。（3）熟悉服务营销的战略规划和市场定位。（4）熟练掌握服务质量管理和客户满意度的重要性。（5）掌握服务创新和服务技术的应用。**3.能力目标：**（1）能够分析和评估服务市场的机会和竞争环境。具备制定和实施服务营销策略的能力。（2）能够识别和解决服务质量和客户满意度问题。具备创新服务产品和服务技术的能力。（3）能够运用市场调研方法和工具进行服务营销分析。 | **模块一：服务营销概述**服务营销的基本概念和特点。**模块二：服务营销分类**服务产品和服务分类。**模块三：市场分析**服务市场的机会和竞争环境分析。**模块四：营销策略**服务营销策略的制定和市场定位。**模块五：服务质量管理**服务质量管理和客户满意度的重要性。**模块六：创新服务**服务创新和服务技术的应用。**模块七：市场调研**服务营销的市场调研方法和工具。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**实际训练法。**3.教学条件：**多媒体实训室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等。**5.评价建议：**提供评估机制，评价学生对问卷设计技能的掌握程度，并能够评估他们的创意和艺术表现。 |
| **商务礼仪与沟通** | **1.素质目标：**（1）培养良好的礼仪素养，养成自尊自信、积极向上、意志坚强的人生态度。（2）培养主客有别、尊卑有序的观念，树立规则意识、公共意识，培养社会责任感和使命感。（3）培养冷静分析和处理问题的习惯，发扬团队合作精神。（5）重视礼仪之用，乐于以礼待人，形成正确的“讲礼和守礼”的处事态度。**2.知识目标：**（1）掌握礼仪与商务礼仪的概念、基本原则。（2）熟悉商务礼仪的特征与作用。（3）掌握商务场合中个人仪容修饰的要求与技巧。（4）掌握商务场合中个人的仪态规范。（5）掌握商务场合中服饰选择与穿戴的规范和技巧。**3.能力目标：**（1）能够在商务交往中进行正确自我定位。（2）能够秉持“敬人”理念进行商务交往和沟通。（3）能够根据商务场合进行恰当的个人形象塑造。（4）能够自觉遵守商务场合的礼仪规范，自律个人行为和维护组织形象。（5）能够对商务礼仪规范活学活用，与时俱进。 | **模块一：礼仪及商务礼仪再认知**了解礼仪的起源、含义与分类。明确商务礼仪的概念、原则与作用。**模块二：商务人员仪容修饰礼仪**面部修饰技巧；头发修饰技巧；手部修饰技巧。**模块三：商务人员仪态礼仪**站姿规范；坐姿规范；走姿规范；蹲姿规范；行礼规范。**模块四：商务人员服饰礼仪**服饰的功能与着装原则；商务男士的服装选择与着装规范；商务女士的服装选择与着装规范；饰品的选择与佩戴。**模块五：商务会面基础礼仪**商务问候礼仪；握手礼仪；名片使用礼仪；介绍礼仪。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学、主题演讲、情景教学法等多种互动教学方法进行。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采用“过程性考核+期末综合技能测试”相结合的考核方式，“过程性考核”成绩主要依据学生线上学习状况、课堂出勤和实训任务完成情况、课后自测和作业完成情况综合评定。 |
| **品牌策划与推广** | **1.素质目标：**（1）培养市场规划能力、组织协调能力和创新创业精神。（2）培养学生的创新思维和问题解决能力。提高学生的沟通和协作能力。（3）培养学生的市场意识和顾客导向的思维方式。（4）培养学生的团队合作和领导能力，增强学生的职业道德和社会责任意识。**2.知识目标：**（1）熟练掌握市场营销策划和管理的基本理论，进行市场环境分析。（2）掌握竞争分析和目标市场选择，以确定营销策划的方向。**3.能力目标：**（1）能够制定和实施市场营销计划，管理营销活动和团队。（2）能够运用市场调研方法和工具进行服务营销策划分析。 | **模块一：营销策划概述**介绍营销策划的基本概念、重要性和步骤。**模块二：市场分析**进行市场环境分析、竞争分析和目标市场选择，以确定营销策划的方向。**模块三：目标设定**确定明确的营销目标和指标，包括销售目标、市场份额目标等。**模块四：营销战略制定**制定市场定位、差异化和市场细分策略，以及产品、定价、渠道和促销策略等。**模块五：营销计划实施**详细制定营销活动的具体方案和时间表，并考虑资源分配和组织实施的问题。**模块六：营销预算和控制**编制营销预算，并实施有效的控制措施，以确保营销活动的有效执行和预期效果的实现。**模块七：营销评估和调整**对营销活动进行评估和分析，及时调整策略和计划，以适应市场变化和优化营销效果。 | **1.教学模式：**遵循“人的发展”和“职业准备”的设计理念和“活动导向、价值引导、注重应用、提高素养” 的基本思路，在工具性与人文性的结合中，实现知识、技能、态度三位一体，将单篇教学和专题教学相结合，提高学生解决问题的能力。**2.教学条件：**多媒体教室、智慧校园平台等。**3.教学方法：**主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |
| **商务数据分析** | **1.知识目标:**（1）掌握商务数据分析的概念和意义；（2）掌握商务数据分析流程；（3）掌握常用的商务数据分析模型；（4）掌握常用的商务数据分析方法；（5）掌握常见的商务数据分析工具。（6）掌握数据可视化的常用图表类型；了解商务数据可视化的分析方法。**2.能力目标：**（1）能够分辨各种商务数据分析方法适用的场景；能熟练使用一到两款常用的商务数据分析工具处理和分析商务数据。（2）能够恰当使用颜色可视化、图形可视化等方法进行数据可视化；能正确判断不同的数据分析场景应采用的数据可视化图表类型；（3）能够根据数据可视化需求制作简单的数据可视化图表。**3.素质目标：**（1）认同国家大数据战略，树立大数据思维和时代意识，自觉遵守职业道德和法律法规。（2）树立远大理想和正确的职业观。树立严谨务实的作风；培养多维度思考能力和具象思维能力。（3）弘扬精益求精和实事求是的精神。培养全局战略眼光。（4）秉持“知行合一”理念，增强诚实守信意识；树立公平竞争意识，培养自主创新观念。 | **模块一：商务数据分析基础**收集的数据类型多样，包括结构化数据和非结构化数据。**模块二：商务数据可视化**包括数据去重、缺失值处理、异常值检测与处理、数据格式标准化等。**模块三：行业数据分析**对数据进行深入分析，以揭示数据中的隐藏模式和关联，预测未来趋势。**模块四：客户数据分析**使用统计方法、数据可视化技术等手段，帮助发现数据中的模式和异常。**模块五：店铺运营数据分析**使用专业的数据可视化工具，如Tableau、Power BI、Echarts等，提高可视化效果。**模块六：商务数据分析报告**遵守相关法律法规和行业规范，确保数据分析活动的合法性和合规性。 | **1.教学模式：**以“知识、应用、技能、发展”为要素，以学生为中心，教师讲解为辅，学生练习为主，讲练结合。对学生的共性问题进行答疑，课内课外相结合，开展形式多样的教学，提升课程教学浸润感和实效性。**2.教学方法**本课程遵循“教师引导，学生为主”的原则，采用讲练结合法、多媒体演示、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。**3.教学条件**我校十分注重建设和完善本课程的教学设施，如多媒体教室、计算机室、网络教学平台、网络数据库等。同时，我校有一支强大的师资队伍，可以为本课程的教学出谋划策。**4.教师要求：**具备电子商务相关知识，以及一定的计算机技术**5.评价建议：**课程的教学评价由形成性测评（30%）和终结性测评（70%）组成， |
| **客户服务与管理** | **1.知识目标：**（1）掌握客户服务与管理相关知识；（2）学会使用客户服务工具（3）掌握妥善处理客户投诉的方法；（4）掌握提升客户满意度与忠诚度的策略；（5）掌握客户关系管理系统。（6）学会使用电子邮件工具，学会使用即时通信工具，学会使用其他互联网服务工具。**2.能力目标：**（1）能够借助客户服务工具，有效开展客户服务工作；（2）能够熟练运用沟通技巧与客户进行沟通；（3）能够使用恰当的方法处理客户投诉。（4）能够设计提高客户满意度方案，并提出改进措施。（5）结合企业实际情况，能够运用客户关系管理系统完成相关工作。（6）认识客户忠诚度、提升客户忠诚度、减少客户流失**3.素质目标：**（1）培养学生树立“客户至上”的服务意识。（2）培养学生树立正直诚信、爱岗敬业的职业观。（3）培养学生敬畏规章、敬畏职业的职业操守理念。（4）培养学生积极践行“精益求精”的工匠精神。（5）培养市场规划能力、组织协调能力和创新创业精神。（6）提升自我学习和适应新技术、新环境的能力。 | **模块一：走近客户服务与管理**初识客户服务与管理、熟悉客户服务人员的综合素质要求**模块二：学会使用客户服务工具**学会使用电子邮件工具，学会使用即时通信工具，学会使用其他互联网服务工具**模块三：尽力满足客户需求**认识客户需求、分析与满足客户需求**模块四：妥善处理客户投诉**了解客户投诉、分析客户投诉、处理客户投诉**模块五：管理客户满意度**认识客户满意度、测评客户满意度、提升客户满意度**模块六：管理客户忠诚度**认识客户忠诚度、提升客户忠诚度、减少客户流失 | **1.教学模式：**在教师传授知识环节的基础上把掌握知识、运用知识和解决实际问题的能力三个环节纳入课堂教学的重要内容并实施三分讲七分练教学策略，重要的价值追求是让师生有教与学的幸福感、获得感、安全感和成就感，让学生成为自我发展、全面发展。**2.教学方法：**本课程遵循“教师引导，学生为主”的原则，采用讲解、多媒体演示、场景模拟法、讨论、翻转课堂等多种方法。**3.教学条件：**利用多媒体教学、实训教学等多种形式。**4.教师要求：**具备市场营销相关知识，有仁爱之心。**5.考核方式：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |

## 3.专业拓展课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **课程目标** | **主要内容** | **教学要求** |
| **Photoshop商务设计** | **1.素质目标：**培养学生的创意和艺术感知能力，使其能够通过图像编辑和设计表达独特的创意和视觉效果。**2.知识目标：**熟练掌握Photoshop软件的基本概念、功能和工作原理，包括图像编辑、图层管理、色彩调整、特效添加等方面的知识。**3.能力目标：**能够熟练操作Photoshop软件，进行图像的修复、剪裁、调整、合成、特效添加等技能。 | **模块一：Photoshop软件的介绍和基本操作指导**界面布局、图像导入、工具使用和图层管理等。**模块二：图像修复和调整技术**去除噪点、修复瑕疵、调整亮度、对比度、饱和度等。**模块三：图像剪裁和合成技术**图像剪裁、图层合并、选区和蒙版的使用等。**模块四：图像特效和创意设计**滤镜效果、文字设计、图形添加、合成效果等。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**实际训练法。**3.教学条件：**多媒体实训室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等。**5.评价建议：**提供评估机制，评价学生对Photoshop软件操作和图像编辑技能的掌握程度，并能够评估他们的创意和艺术表现。 |
| **python程序设计** | **1.素质目标：**培养学生网页设计与制作能力，从而能创建出具有个性的、功能较为完善的、具有良好视觉效果的网站。与此同时，通过对网页创意及制作工具的学习，使学生对于网页设计中所涉及的相关知识有一个全面的了解。**2.知识目标：**掌握HTML语言的语法规则及文字、链接、列表、表格、表单、图像、多媒体、框架元素标记及属性以及CSS样式等相关知识。**3.能力目标：**能够运用WEB站点设计的基本操作技术和使用技巧解决问题。 | **模块一：HTML的入门与工具安装**文本和图像标签，列表与表格；表单标签；超链接标签。**模块二：CSS的基本使用方式**常用选择器、伪类选择器，复合选择器。**模块三：颜色、文本、字体属性**背景属性；边框属性、三大特性，行内元素和块级元素。**模块四：CSS布局\_内边距**布局\_外边距，盒子模型。**模块五：CSS布局\_定位,布局\_浮动**CSS\_浮动属性，Flex网页布局等。 | **1.教学模式：**“巩固展示课”则是追求知识的“再生成”，教师要善于利用某些奇思妙想，让有“创见”的学生展示自己的独到思维见解，通过学生“兵练兵”、“兵教兵”、“兵强兵”的过程，达到对知识的再认识和巩固的“目的”。**2.教学方法：**运用专题式教学、案例式教学等多种互动教学方法。**3.教学条件：**本课程既注重知识的传授，也注重技能的培养，还有态度、观念的转变，是集理论课、实务课和经验课为一体的综合课程。**4.教师要求：**具备一定的计算机操作能力，和相关计算机证书。**5.评价建议：**采取学习过程考核评定学习效果。 |
| **市场调查与预测** | **1.素质目标：**（1）培养学生的创新思维和解决问题的能力。（2）培养他们成为具有市场洞察力和预测能力的市场人才。**2.知识目标：**（1）熟练掌握市场调查的基本概念、原理和方法，包括数据收集、数据分析和市场趋势预测等方面的知识。（2）掌握市场调研的方法和技巧，包括问卷调查、访谈、观察等，能够设计和实施有效的市场调研项目。**3.能力目标：**（1）能够分析市场数据和趋势，预测市场需求和发展趋势，为决策提供可靠的市场情报。（2）具备设计和执行消费者行为研究的能力，包括问卷调查、实地观察、市场实验等。 | **模块一：市场调查概述**市场调查的基本概念和步骤。**模块二：市场调查目标确定**确定市场调查问题，确定调查目标、区域、对象。**模块三：市场调查内容**调查社会环境、消费者、产品、市场营销活动。**模块四：选择市场调查方式**了解主要的市场调查方式，掌握抽样调查。**模块五：选择市场调查方法**掌握文案调查，运用实地调查，运用网络调查。**模块六：设计调查问卷**问卷设计的结构、步骤，问卷设计要求。**模块七：制定与评价市场调查方案**市场调查方案的基础知识，调查方案的可行性分析。**模块八：实施市场调查**组建市场调查项目组，培训调查人员，管理市场调查活动。**模块九：整理与分析市场调查资料**审核市场调查资料，分析市场调查资料。**模块十：预测市场发展趋势**了解市场预测的基本知识，掌握市场预测的基本方法。**模块十一：撰写市场调查报告**明确市场调查报告的重要性，掌握市场调查报告的撰写步骤与技巧。 | **1.教学模式：**采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。**2.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**3.教学方法：**运用专题式教学、案例式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。**4.教师要求：**关注市场发展动态及时把最新的调查技巧融入教学内容。**5.评价建议：**采取平时检测（30%）+期末考查（70%）评定学习效果。 |
| **营销策划** | **1.素质目标：**（1）培养市场规划能力、组织协调能力和创新创业精神。（2）培养创新思维和解决问题的能力，能够独立思考并提出新的营销策略。**2.知识目标：**（1）熟练掌握市场营销策划和管理的基本理论、方法和工具。（2）掌握营销策划中的心理学原则，如定价、促销、产品设计、品牌建设等。**3.能力目标：**（1）能够制定和实施市场营销计划，管理营销活动和团队。（2）能够理解和解读市场研究数据，用以支持决策。能够有效地在团队中合作，共同解决营销问题。 | **模块一：营销策划概述**介绍营销策划的基本概念、重要性和步骤。**模块二：市场分析**进行市场环境分析、竞争分析和目标市场选择，以确定营销策划的方向。**模块三：目标设定**确定明确的营销目标和指标，包括销售目标、市场份额目标等。**模块四：营销战略制定**制定市场定位、差异化和市场细分策略，以及产品、定价、渠道和促销策略等。**模块五：营销计划实施**详细制定营销活动的具体方案和时间表，并考虑资源分配和组织实施的问题。**模块六：营销预算和控制**编制营销预算，并实施有效的控制措施，以确保营销活动的有效执行和预期效果的实现。**模块七：营销评估和调整**对营销活动进行评估和分析，及时调整策略和计划，以适应市场变化和优化营销效果。 | **1.教学模式：**遵循“人的发展”和“职业准备”的设计理念和“活动导向、价值引导、注重应用、提高素养” 的基本思路，在工具性与人文性的结合中，实现知识、技能、态度三位一体，将单篇教学和专题教学相结合，提高学生解决问题的能力。**2.教学条件：**多媒体教室、智慧校园平台等。**3.教学方法：**主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |
| **Premiere视频剪辑** | **1.知识目标：**（1）掌握视频剪辑的基本概念、原理和工作流程，包括视频文件的导入、剪辑、修剪、添加特效和导出等方面的知识。（2）掌握视频剪辑的基本技巧和方法如剪辑点的选择、剪辑顺序的安排、过渡效果的添加等。（3）掌握视频修剪和分割技术。（4）掌握视频特效和过渡效果的应用。（5）掌握音频处理技术。**2.能力目标：**（1）能够熟练操作Premiere软件，进行视频素材的剪辑、修剪、合并、分割、添加特效和调整画面效果等技能。**3.素质目标：**（1）培养学生的创意和艺术感知能力，使其能够通过剪辑技术表达独特的创意和视觉效果。 | **模块一：Premiere软件的介绍和基本操作指导**包括界面布局、文件导入、剪辑工具和时间轴的使用等。**模块二：视频剪辑的基本技巧和方法**如剪辑点的选择、剪辑顺序的安排、过渡效果的添加等。**模块三：视频修剪和分割技术**包括删除不需要的片段、调整剪辑长度和顺序等。**模块四：视频特效和过渡效果的应用**如颜色校正、滤镜、字幕、动画效果等。**模块五：音频处理技术**包括音频剪辑、音量调整、音频效果的添加等 | **1.教学模式：**以“知识、应用、技能、发展”为要素，以学生为中心，教师讲解为辅，学生练习为主，讲练结合。对学生的共性问题进行答疑，课内课外相结合，开展形式多样的教学，提升课程教学浸润感和实效性。**2.教学方法**本课程遵循“教师引导，学生为主”的原则，采用讲练结合法、多媒体演示、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。**3.教学条件**我校十分注重建设和完善本课程的教学设施，如多媒体教室、计算机室、网络教学平台、网络数据库等。同时，我校有一支强大的师资队伍，可以为本课程的教学出谋划策。**4.教师要求：**具备电子商务相关知识，以及一定的计算机技术**5.评价建议：**课程的教学评价由形成性测评（30%）和终结性测评（70%）组成， |
| **推销技术** | **1.素质目标：**（1）培养学生的销售意识和市场敏感性，注重客户价值和满意度。（2）培养学生的分析问题和解决问题的能力。（3）培养学生的团队合作和沟通能力，能够与销售团队和客户进行良好的合作。（4）培养学生的职业操守和商业道德，注重诚信和专业素养。（5）培养学生的职业道德感和社会责任感，使其在工作中能够遵守行业规范和标准，诚信经营，尊重顾客权益。**2.知识目标：**（1）理解销售的基本概念、原理和流程。（2）掌握市场调研和客户分析的方法和工具。（3）掌握不同销售技巧和销售模式的特点和应用。（4）掌握销售沟通和谈判的技巧和策略。（5）掌握销售管理和销售绩效评估的相关知识。**3.能力目标：**（1）能够进行市场调研和客户分析，确定目标客户和推销策略。（2）具备建立和维护客户关系的能力，包括客户沟通、需求分析和提供解决方案等。（3）能够准确判断市场趋势和顾客需求变化。（4）能够根据市场分析结果，制定切实可行的推销策划方案，并有效组织和实施方案。（5）能够灵活应对各种突发情况，调整推销策略以达成销售目标。 | **模块一：销售概论**销售的基本概念和原理介绍。**模块二：销售市场调研**市场调研和客户分析的方法和工具。**模块三：销售技巧**不同销售技巧和销售模式的特点和应用。**模块四：销售语言艺术**销售沟通和谈判的技巧和策略。**模块五：销售管理**销售管理和销售绩效评估的相关知识。 | **1.教学模式：**采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。**2.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**3.教学方法：**运用专题式教学、案例式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。**4.教师要求：**关注市场发展动态及时把最新的推销实务与技巧融入教学内容。**5.评价建议：**采取平时检测（30%）+期末考查（70%）评定学习效果。 |
| **营销渠道管理** | **1.素质目标：**（1）培养学生的市场洞察力和创新思维，能够识别和开发新的营销渠道机会。（2）培养学生的分析和解决问题的能力，能够应对渠道管理中的挑战和变化。（3）培养学生的团队合作和沟通能力，能够有效地与渠道成员和合作伙伴合作。**2.知识目标：**（1）熟练掌握营销渠道的概念、功能和作用。（2）掌握不同类型的营销渠道，包括直销、零售、批发、代理等。（3）熟练掌握渠道成员的角色和职责，包括制造商、分销商、零售商等。**3.能力目标：**（1）能够分析和评估不同营销渠道的优缺点，选择适合的渠道模式。（2）具备设计和建立营销渠道的能力，包括渠道成员的招募、培训和管理。（3）能够制定渠道政策和合同，协调渠道成员之间的关系。 | **模块一：渠道概述**介绍渠道的基本概念、类型和功能，以及渠道的演变和发展趋势。**模块二：渠道设计与选择**讲解如何设计和选择适合企业的营销渠道，包括渠道结构、渠道成员的选择和合作关系的建立等。**模块三：渠道管理与激励**探讨如何管理和激励渠道成员，包括渠道关系管理、分销政策制定、激励机制设计等。**模块四：渠道冲突与协调**讨论渠道冲突的原因和解决方法，以及如何协调不同渠道成员之间的利益和合作关系。**模块五：渠道评估与调整**介绍渠道绩效评估的指标和方法，以及如何根据评估结果进行渠道调整和优化。**模块六：电子商务渠道管理**探讨如何利用互联网和电子商务平台构建和管理渠道，包括电子商务渠道的特点、运营和监控等。 | **1.教学模式：**遵循“人的发展”和“职业准备”的设计理念和“活动导向、价值引导、注重应用、提高素养” 的基本思路，在工具性与人文性的结合中，实现知识、技能、态度三位一体，将单篇教学和专题教学相结合，提高学生解决问题的能力。**2.教学条件：**多媒体教室、智慧校园平台等。**3.教学方法：**主要采用讲授法、启发法、讨论法、提问法、角色扮演法、表演法等多种教学方法。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采取学习过程考核+期末测评评定学习效果。 |
| **数字互动营销** | **1.素质目标：**（1）培养学生的市场洞察力和创新思维，能够捕捉市场机会并提出创新的策划方案。（2）培养学生的分析思考和问题解决能力，能够从市场数据和信息中提取关键信息并做出决策。（3）培养学生的沟通表达和团队协作能力，能够有效地与团队成员和合作伙伴进行沟通和协作。（4）熟练掌握各种数字营销工具和技术，如社交媒体平台（抖音、快手、微博、微信等）、搜索引擎营销（SEM）、网络广告投放、电子邮件营销（EDM）等，以便在实际工作中灵活运用。（5）具备制定并执行数字营销方案的能力，能够根据市场需求和企业目标，设计有效的营销策略，并监控执行效果，及时调整策略以优化营销效果。（6）学生能够运用数据分析工具和方法，对营销数据进行深入分析，从中提取有价值的信息，为决策提供有力支持。**2.知识目标：**（1)熟练掌握营销策划的概念、原理和重要性。（2）掌握市场分析、竞争分析、目标市场选择等营销策划的基础知识。（3）掌握市场调研方法、营销环境分析和SWOT分析等与策划相关的工具和技术。（4）掌握数字营销基础理论，掌握数字营销的基本概念、发展历程、理论体系等基础知识。（5）熟练掌握数字营销前沿动态，关注并了解数字营销的最新动态、趋势和前沿技术。（6）熟悉数字营销工具与平台，熟悉并掌握各类数字营销工具和平台的使用方法，如社交媒体、搜索引擎、电子邮件、移动应用等。**3.能力目标：**（1）能够进行市场调研和数据分析，获取市场信息并进行合理的解读。（2）具备制定营销策略的能力，包括市场定位、目标市场选择、产品定价、推广策略等。（3）能够编制营销计划书和策划方案，包括明确目标、制定策略、制定执行计划等。（4）能够根据企业目标和市场需求，设计有效的营销策略，并通过实践不断优化和完善。（5）能够运用数据分析工具和方法，对数字营销数据进行深入挖掘和分析，提取有价值的信息，为决策提供有力支持。（6）能够不断提出新颖独特的营销策略和创意方案，以吸引目标受众的关注和兴趣。 | **模块一：网络营销概述**网络营销的基本概念、发展趋势和重要性。**模块二：网站策划与优化**策划和优化企业网站，包括网站设计、内容管理、用户体验等方面的内容。**模块三：搜索引擎优化（SEO）**通过优化网站结构和内容，提升在搜索引擎中的排名，增加网站流量和曝光度。**模块四：搜索引擎营销（SEM）**利用搜索引擎广告平台进行在线广告投放的方法，包括关键词广告、展示广告等形式。**模块五：社交媒体营销**利用社交媒体平台进行品牌推广、内容营销和用户互动，包括微博、微信、抖音等。**模块六：内容营销**通过优质内容的创作和传播，吸引和留住用户，提升品牌形象和用户忠诚度。 | **1.教学模式：**按照专业注重个性化指导，注重教学时效性、针对性。合理选用教学素材与多维立体化资源，采取“教学做一体”的教学模式。**2.教学方法：**运用案例式教学、启发式教学、讨论式教学、主题演讲、情景教学法等多种互动教学方法进行。**3.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**4.教师要求：**结合网络教学资源平台、信息化教学平台等，实行课内课外双线并行教学，课堂教学中注重师生互动、生生互动，调动学生充分参与到课堂中来。**5.评价建议：**采用“过程性考核+期末综合技能测试”相结合的考核方式，“过程性考核”成绩主要依据学生线上学习状况、课堂出勤和实训任务完成情况、课后自测和作业完成情况综合评定，“期末综合技能测验”不仅是对学生知识点技能点的掌握情况的考核，更能测试学生学以致用的水平、团队合作的精神和判断解决问题等综合素质。 |

## 4.专业实践课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **课程目标** | **主要内容** | **教学要求** |
| **广告设计与实训** | **1.素质目标：**（1）培养创新思维和创意表达能力，具备创造性解决问题的素质。（2）培养市场敏感性和观察力，能够准确把握市场趋势和消费者需求。**2.知识目标：**（1）理解广告策划的基本概念、原理和流程。（2）掌握广告市场的背景知识，包括市场趋势、消费者行为和竞争环境。**3.能力目标：**（1）能够分析市场需求和竞争情况，制定有效的广告策略和计划。（2）具备广告创意的能力，能够设计吸引人的广告内容和形式。 | **模块一：广告设计基础**介绍广告设计的基本概念、原理和要素，包括视觉传达、色彩运用、排版设计等基本技巧。**模块二：广告创意与策略**探讨广告创意的生成和策略的制定，包括目标受众分析、创意构思和信息传递等方面。**模块三：广告媒体选择**讲解不同媒体的特点和应用，包括平面媒体、电视广告、网络广告等，以及媒体选择的考量因素。**模块四：广告制作技术**介绍广告制作的技术和工具，包括平面设计软件、图像处理技术、视频编辑等方面。**模块五：广告实训项目**开展广告实训项目，让学生通过实践应用所学知识和技巧，设计和制作广告作品。**模块六：广告评估与反馈**了解广告作品的效果和改进点，提升广告设计的质量。 | **1.教学模式：**采用理论实践一体化、线上线下混合式教学模式，即以课堂教学为主，课内课外相结合，理论与实践相结合，不断提升课程教学的思想性、政治性、科学性、理论性、实践性。**2.教学条件：**多媒体教室和智慧校园平台。**3.教学方法：**运用专题式教学、案例式教学、启发式教学等多种互动教学方法，将课堂教学和课内外实践相结合。**4.教师要求：**任课教师要关注艺术前沿，及时把最新的艺术资讯融入教学内容。**5.评价建议：**采取平时检测（20%）+阶段考核（30%）+期末考试（50%）评定学习效果。 |
| **岗位实习** | 1.素质目标：（1）培养学生的实践能力和创新意识，使其具备在实际工作中解决问题的能力。（2）培养学生的团队合作意识和沟通能力，使其能够有效地与他人合作完成任务。（3）培养学生的责任感和职业道德，使其具备良好的职业素养和社会责任感。2.知识目标：（1）通过实习，将财务管理和大数据技术的理论知识应用于实际工作中，加深对专业知识的熟练掌握。（2）掌握大数据技术在财务管理领域的应用现状和前景。（3）拓宽知识面，掌握跨学科的知识和技能。3.能力目标：（1）具备独立分析和解决问题的能力，能够在实践中灵活运用所学知识解决实际工程问题。（2）掌握大数据分析工具和方法，提升财务管理相关软件（如Excel、ERP系统等）的操作能力。（3）具备项目管理和团队协作能力，能够有效地组织团队完成实习项目并取得预期成果。 | 本专业的岗位实习方向和详细内容可以根据专业的特点和实际需求进行，以下是实习方向和具体内容：1.市场调研与分析市场调研：设计并执行市场调研问卷，收集并分析数据，形成市场报告。技能提升：数据分析、市场调研方法、报告撰写等。2.营销策略规划与执行营销策略制定：根据公司目标和市场调研结果，制定营销策略，包括产品定位、价格策略、渠道选择等。技能提升：策略规划、创新思维等。营销活动执行：参与或主导各类营销活动，如促销、广告、公关等。技能提升：活动组织能力、沟通协调能力、执行力等。3.销售管理销售渠道管理：管理线上或线下销售渠道，确保销售目标的达成。技能提升：渠道管理能力、销售技巧等。客户关系管理：处理客户投诉、提供售后服务、收集客户反馈等。技能提升：客户服务能力、沟通技巧、情绪管理等。4.品牌与市场推广品牌建设：参与品牌形象的塑造和推广，包括品牌定位、品牌传播等。技能提升：品牌管理能力、创意策划能力等。市场推广：通过广告、公关、社交媒体等多种方式推广品牌和产品。技能提升：推广策略制定、媒体关系维护等。5.实习案例与经验积累实习项目参与：参与公司的实际营销项目，如新产品上市、促销活动策划等。收获：积累实战经验，提升解决问题的能力。经验总结与分享：总结实习过程中的经验和教训，与同事和导师分享。效果：促进个人成长，提升团队协作能力。6.职业素养提升时间管理与自我驱动：在实习期间合理安排时间，主动学习和完成任务。技能提升：时间管理能力、自我驱动力等。 | 1.教学要求:理论与实践相结合：要求学生将市场营销理论与实践紧密结合，通过实际操作深化对专业知识的理解。技能提升：熟练掌握大数据分析工具（如Hadoop、Spark、Excel等）和财务管理软件（如ERP系统）的操作技能。提高数据处理、分析和市场调研的能力。职业素养培养：培养学生的团队协作精神、沟通表达能力、问题解决能力和创新能力。增强学生的责任心和职业道德观念，为未来的职业生涯做好准备。2.教学方法：案例教学法：鼓励学生提出自己的观点和见解，培养批判性思维和创新能力。项目驱动：设计具体的项目任务，要求学生基于市场营销知识完成营销相关的任务。实操训练：在实习单位进行实操训练，参与企业工作。指导教师现场指导，及时解答学生在实操过程中遇到的问题。3.教学条件：提供实习单位、场地和设备，确保学生能够进行实际操作和实习任务。提供实习指导老师，指导学生进行实习任务的完成和实践能力的培养。4.教学要求：学生需具备扎实的财务管理专业技术理论基础，能够熟练运用相关技术进行实际操作。学生需具备较强的实践能力和团队合作意识，能够独立完成实习项目并取得预期成果。5.教学评价：通过实习报告、实习成果展示、实习过程记录等方式对学生的实习表现进行评价。评价内容包括学生在实习过程中的表现、成果质量、问题解决能力等方面，为学生提供有效的反馈和指导。 |
| **毕业设计与毕业教育** | 1.素质目标：（1）能够根据问题进行充分的文献调研，获得解决复杂工程问题的合理思路或方案。（2）能够针对设计/开发任务目标，运用所学的专业知识在设计中体现创新意识。2.知识目标：（1）熟悉市场营销基础知识，掌握市场调查方法与营销策略。（2）能够基于复杂化工问题的解决思路和方案，采用合适的现代工具，信息资源和技术方法进行分析和计算，并得到有效的结论。3.能力目标：（1）能够在毕业设计实施过程中根据文献调研及专业分析对专业领域的国际研究前沿与产业状况有基本了解。（2）能够在毕业设计（论文）实施过程中自主学习，能够结合已学专业基础知识和专业知识对信息进行熟练掌握、归纳、总结和提出技术问题，并能够批判性地甄别和关联。 | 毕业设计(论文)是专业培养计划的重要组成部分，是本专业学生在校期间的最后一个综合性实践教学环节。毕业设计(论文)规定为10学分，安排在最后一个学期，时间为10周，毕业设计（论文）的内容主要包括选题、查找资料、实验方案设计和实施、论文撰写等。 | （1）明确教学目标：毕业设计课程教学目标要明确，要求学生通过毕业设计课程的学习，达到一定的知识、技能和能力水平，能够独立进行研究和创新。（2）合理安排课程内容：毕业设计课程要合理安排课程内容，将理论知识与实践技能相结合，以满足学生综合能力培养的需要。（3）指导老师的选拔与培训：毕业设计课程的教学过程中，指导老师起着至关重要的作用。要求学校选派具有丰富教学经验和业界实践经验的老师担任指导老师，并对其进行培训和指导。（4）教学方法与手段：毕业设计课程的教学方法和手段要多样化，灵活运用讲授、案例分析、实践操作、课外调研等教学手段，激发学生学习兴趣，提高学习效果。（5）教学评价体系：毕业设计课程的教学评价要综合考虑学生的学习成绩、毕业设计成果、综合能力水平等方面，建立多元化的评价体系。 |

# 七、教学进程总体安排

## （一）教学周数分学期分配表

 **单位：周**

|  **分类****学期** | **理实一体教学** | **综合实践教学** | **入学教育与军训** | **顶岗实习** | **毕业设计与毕业教育** | **考试** | **机动** | **合计** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第一学期 | 16 |  | 3 |  |  | 1 | 0 | 20 |
| 第二学期 | 17 | 1 |  |  |  | 1 | 1 | 20 |
| 第三学期 | 18 |  |  |  |  | 1 | 1 | 20 |
| 第四学期 | 18 |  |  |  |  | 1 | 1 | 20 |
| 第五学期 |  |  |  | 18 |  | 1 | 1 | 20 |
| 第六学期 |  |  |  | 8 | 10 | 1 | 1 | 20 |
| 总计 | 69 | 1 | 3 | 26 | 10 | 6 | 5 | 120 |

## （二）教学历程表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **学****年** | **学****期** | **周次** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** |
| 一 | 1 | ☆ | ☆ | ☆ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ： |
| 2 | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ○ | △ | ： |
| 二 | 3 | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | △ | ： |
| 4 | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | ～ | △ | ： |
| 三 | 5 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | △ | ： |
| 6 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | / | / | / | / | / | / | / | / | / | ◎ | △ | ： |

图注：～理论教学；○实习（实训）；∥课程设计；△机动；：考试；●岗位实习；

 /毕业设计；☆军事技能训练及入学教育；〓放假；◎毕业教育，融入毕业设计环节。

## （三）专业教学进程表

**专业教学进度安排表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程****性质** | **序号** | **课程****代码** | **课程名称** | **课程类型** | **总****学****时** | **理****论****学****时** | **实****践****学****时** | **总学分** | **按学年、学期及学期学时分配** | **考核****方式** | **备注** |
| **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** |
| 公共基础课 | 必修课 | 1 | 000000G | 军事技能训练及入学教育 | C | 90 |  | 90 | 3 | 3w |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 000008G | 军事理论 | B | 36 | 18 | 18 | 2 | 36 |  |  |  |  |  | ① |  |
| 3 | 000001G | 思想道德与法治 | B | 48 | 42 | 6 | 3 | 48 |  |  |  |  |  | ② |  |
| 4 | 000011G | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | B | 32 | 30 | 2 | 2 |  | 32 |  |  |  |  | ② |  |
| 5 | 000012G | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | B | 48 | 42 | 6 | 3 |  |  | 48 |  |  |  | ② |  |
| 6 | 000009G000059G000029G000039G | 形势与政策 | B | 32 | 24 | 8 | 2 | 8 | 8 | 8 | 8 |  |  | ⑤ |  |
| 7 | 000005G000015G | 大学英语 | A | 128 | 128 |  | 8 | 64 | 64 |  |  |  |  | ④⑤ |  |
| 8 | 000016G | 经济数学 | A | 64 | 64 |  | 4 | 64 |  |  |  |  |  | ① |  |
| 9 | 000004G | 大学语文 | A | 32 | 32 |  | 2 | 32 |  |  |  |  |  | ⑤ |  |
| 10 | 000007G000017G000027G | 大学体育 | C | 108 | 6 | 102 | 6 | 36 | 36 | 36 |  |  |  | ③ |  |
| 11 | 000013G | 大学生心理健康教育 | A | 32 | 32 |  | 2 | 32 |  |  |  |  |  | ⑤ |  |
| 12 | 000003G | 职业发展与就业指导 | B | 22 | 16 | 6 | 1 | 22 |  |  |  |  |  | ⑩ |  |
| 13 | 000043G | 创新创业教育 | A | 16 | 16 |  | 1 |  |  | 16 |  |  |  | ⑩ |  |
| 14 | 000002G | 信息技术 | B | 64 | 32 | 32 | 4 | 64 |  |  |  |  |  | ⑩ |  |
| 15 | 010126Z | 人工智能与应用 | B | 32 | 16 | 16 | 2 |  | 32 |  |  |  |  | ⑩ |  |
| 16 | 000023G | 劳动教育与实践 | B | 32 | 16 | 16 | 2 | 16 | 16 |  |  |  |  | ⑥⑧ |  |
| 17 | 000033G | 国家安全教育 | A | 16 | 16 |  | 1 | 16 |  |  |  |  |  | ② |  |
| **小计** |  |  | 832 | 530 | 302 | 48 | 528 | 188 | 108 | 8 |  |  |  |  |
| 限选课 | 1 |  | 从公共选修课清单表中艺术类课程8门课程限选2门，具体开设学期及课程以实际情况为准。 | B | 32 | 16 | 16 | 2 | 32 |  |  |  |  |  | ⑤⑥ |  |
| 2 |  | B | 32 | 16 | 16 | 2 |  | 32 |  |  |  |  | ⑤⑥ |  |
| 3 |  | 公共选修课清单表中的课程任选两门 | A | 32 | 32 |  | 2 |  |  | 32 |  |  |  | ⑤⑥ |  |
| 4 |  | A | 32 | 32 |  | 2 |  |  |  | 32 |  |  | ⑤⑥ |  |
| 小计 |  |  | 128 | 96 | 32 | 8 | 32 | 32 | 32 | 32 |  |  |  |  |
| 专业技能课 | 专业基础课 | 1 | 060301Z | 市场营销基础 | B | 64 | 32 | 32 | 4 | 64 |  |  |  |  |  | ①⑥ |  |
| 2 | 060102Z | 经济学基础 | B | 64 | 32 | 32 | 4 | 64 |  |  |  |  |  | ①⑥ |  |
| 3 | 060435Z | 商品学基础 | B | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  | 32 |  |  |  | ①⑥ |  |
| 4 | 060442Z | 中华商业文化 | B | 32 | 16 | 16 | 2 |  | 32 |  |  |  |  | ⑤⑥ |  |
| 5 | 060204Z | 统计基础 | B | 32 | 16 | 16 | 2 |  | 32 |  |  |  |  | ①⑥ |  |
| 6 | 060105Z | 管理学基础 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  | 64 |  |  | ①⑥ |  |
| 小 计 |  |  | 288 | 144 | 144 | 18 | 128 | 64 | 32 | 64 |  |  |  |  |
| 专业核心课 | 1 | 060446Z | 销售与管理 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  | 64 |  |  |  |  | ①⑥ |  |
| 2 | 060309Z | 网络营销 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  | 64 |  |  | ⑤⑥ |  |
| 3 | 060332Z | 消费者心理分析 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  | 64 |  |  |  | ①⑥ |  |
| 4 | 060320Z | 服务营销 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  | 64 |  |  |  | ⑤⑥⑦ |  |
| 5 | 060443Z | 商务礼仪与沟通 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  | 64 |  |  |  | ⑤⑥⑦ |  |
| 6 | 060444Z | 品牌策划与推广 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  | 64 |  |  | ⑤⑥⑦ |  |
| 7 | 060437Z | 商务数据分析 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  | 64 |  |  | ⑤⑥⑦ |  |
| 8 | 060406Z | 客户服务与管理 | B | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  | 64 |  |  | ⑤⑥⑦ |  |
| 小 计 |  |  | 512 | 256 | 256 | 32 |  | 64 | 192 | 256 |  |  |  |  |
| 专业拓展课 | 1 | 060308Z | Photoshop商务设计 | C | 64 |  | 64 | 4 |  |  | 64 |  |  |  | ⑤⑥⑦ | 二选一▲ |
| 060433Z | Python程序设计 | C |
| 2 | 060305Z | 市场调查与预测 | C | 32 |  | 32 | 2 |  |  |  | 32 |  |  | ③⑧ | 二选一▲ |
| 060304Z | 营销策划 | C |
| 3 | 060317Z | Premiere视频剪辑 | C | 64 |  | 64 | 4 |  |  | 64 |  |  |  | ⑤⑥⑦ | 二选一▲ |
| 060303Z | 推销技术 | C |
| 4 | 060315Z | 营销渠道管理 | C | 32 |  | 32 | 2 |  |  |  | 32 |  |  | ⑤⑥⑦ | 二选一▲ |
| 060441Z | 数字互动营销 | C |
| 小 计 |  |  | 192 |   | 192 | 12 |  |  | 128 | 64 |  |  |  |  |
| 专业实践课 | 1 | 060306Z | 广告设计与实训 | C | 26 |  | 26 | 1 |  | 1W |  |  |  |  | ⑧ |  |
| 2 | 010612Z | 岗位实习 | C | 624 |  | 624 | 26 |  |  |  |  | 18w | 8w | ⑥ |  |
| 3 | 010613Z | 毕业设计与毕业教育 | C | 240 |  | 240 | 10 |  |  |  |  |  | 10w | ⑦ |  |
| 小 计 |  |  | 890 |  | 890 | 37 |  |  |  |  |  | 240 |  |  |
| 其他 | 1 |  | 机动、考试 |  |  |  |  |  | 1W | 2W | 2W | 2W | 2W | 2W |  |  |
| 合 计 |  |  | 2842 | 1026 | 1816 | 155 | 688 | 348 | 492 | 424 | 432 | 432 |  |  |

1.考核方式：①闭卷，②开卷，③技能测试，④面试（含答辩、口试、表演等），⑤小论文，⑥报告（含读书报告、调查报告、实习报告等），⑦项目（方案）设计，⑧课程实践，⑨文献综述，⑩其它。

2.课程性质：公共必修课/公共选修课/专业必修课/专业选修课。

3.课程类型：A类（纯理论课）/B类（（理论＋实践）课）/ C类（纯实践课）。

4.实行多学期分段制的可以对该表进行适当改造,体现出多学期。

5.公共选修课从《公共选修课清单》中任选，不低于4门。

## （四）教学学时分配表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项目** | **学时数** | **百分比** |
| 理论教学学时分配 | 公共基础课中的理论教学学时 | 626 | 22.03% |
| 专业技能课中的理论教学学时 | 400 | 14.07% |
| 合计 | 1026 | 36.10% |
| 实践教学学时分配 | 公共基础课中的实践教学学时 | 334 | 11.75% |
| 专业技能课程中的实践教学学时 | 592 | 20.83% |
| 其他 | 890 | 31.32% |
| 合计 | 1816 | 63.90% |
| 选修课程学时分配 | 公共基础限选修课程学时 | 64 | 2.25% |
| 公共基础任选课程学时 | 64 | 2.25% |
| 专业拓展（限选）课程学时 | 192 | 6.76% |
| 合计 | 320 | 11.26% |
| 实践教学学时占总教学学时的比例 | 63.90% |
| 选修课程学时占总教学学时的比例 | 11.26% |

## （五）公共选修课清单

**公共选修课清单表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学分** | **总学时** | **备注** |
| 1 | 音乐鉴赏 | 2 | 32 | 8门课程任选2门（非艺术类专业学生至少选修2门） |
| 2 | 美术鉴赏 | 2 | 32 |
| 3 | 书法鉴赏 | 2 | 32 |
| 4 | 戏剧鉴赏 | 2 | 32 |
| 5 | 影视鉴赏 | 2 | 32 |
| 6 | 舞蹈鉴赏 | 2 | 32 |
| 7 | 钧瓷鉴赏 | 2 | 32 |
| 8 | 艺术导论 | 2 | 32 |
| 9 | 中共党史 | 2 | 32 | 任选2门在线学习 |
| 10 | 改革开放史 | 2 | 32 |
| 11 | 社会主义发展史 | 2 | 32 |
| 12 | 新中国史 | 2 | 32 |
| 13 | 中国近代史 | 2 | 32 |
| 14 | 马克思主义基本原理概论 | 2 | 32 |
| 15 | 大学生马克思主义素养 | 2 | 32 |
| 16 | 延安精神概论 | 2 | 32 |
| 17 | 延安精神特色素质教育 | 2 | 32 |
| 18 | 红船精神与时代价值 | 2 | 32 |
| 19 | 东北抗联精神 | 2 | 32 |
| 20 | 中国红色文化精神 | 2 | 32 |
| 21 | 世界舞台上的中华文明 | 2 | 32 |
| 22 | 创业教育 | 2 | 32 |
| 23 | 演讲与口才 | 2 | 32 |
| 24 | 商务礼仪 | 2 | 32 |
| 25 | 普通话 | 2 | 32 |
| 26 | 应用文写作 | 2 | 32 |
| 27 | 中华优秀传统文化 | 2 | 32 |
| 28 | 饮食文化 | 2 | 32 |
| 29 | 健康教育 | 2 | 32 |
| 30 | 中华传统武术 | 2 | 32 |
| 31 | 音乐识谱与民乐入门 | 2 | 32 |
| 32 | 简笔画 | 2 | 32 |
| 33 | 摄影基础 | 2 | 32 |

# 八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

## （一）师资队伍

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

|  |  |
| --- | --- |
| **专业课程教师配置总数：14人** | **师生比： 1：18** |
| **结构类型** | **类别** | **人数** | **比例（%)** | **备注** |
| 职称结构 | 教授 | 1 | 7% |  |
| 副教授 | 3 | 21% |  |
| 讲师 | 3 | 21% |  |
| 初级 | 6 | 42% |  |
| 学位结构 | 博士 | 0 | 0 |  |
| 硕士 | 5 | 36% |  |
| 本科 | 9 | 64% |  |
| 年龄结构 | 35岁以下 | 9 | 64% |  |
| 36-45岁 | 2 | 14% |  |
| 46-60岁 | 3 | 21% |  |
| 双师型教师 | 9 | 64% |  |
| 专任教师 | 6 | 43% |  |
| 专业带头人 | 1 | 7% |  |
| 兼职教师 | 2 | 14% |  |

## 2.专业带头人

本专业带头人为施展，毕业于许昌学院市场营销专业；在我校主要从事教学管理和教学授课工作，其专业背景应与市场营销相关，如市场分析、管理学、统计学等。

其深入了解市场营销专业的理论、方法和实践，具备扎实的市场营销专业知识和研究能力。能够在市场营销领域进行独立的研究和创新，对市场营销领域的前沿技术和趋势有深刻的理解。

除此之外，还具备优秀的教学能力，能够将复杂的理论和实践知识进行系统化教学，并能够激发学生的学习兴趣和培养学生的实践能力。能够灵活运用多种教学方法和教学技术，如案例教学、团队合作、实地考察等，提高学生的学习效果。以及较强的科研能力，积极参与学术研究和项目研究，在相关领域发表高水平的学术论文，能够引领学科发展，推动市场营销领域的研究和创新。

并且还具备一定的实践经验，有过市场营销实践工作或与企业合作开展的实际项目经验，能够将理论知识与实践经验相结合，为学生提供真实的案例和实践指导。具备良好的团队合作能力，能够与同事共同开展教学研究工作，能够指导学生的团队项目和实践活动，促进学生的团队合作和协作能力的培养。

## 3.专职教师

本专业专任教师为14人，根据教育部的相关规定和行业的最佳实践，本专业生师比维持在合理范围内，每名教师负责的学生数量不超过18人，以确保教师有足够的时间和精力来关注和指导每一位学生。本专业教师具备至少1年以上的市场营销领域的相关企业工作经验。近五年内，教师有至少12个月的企业实践经历，以保持与行业发展的同步，并不断更新自己的实践知识和技能。职业资格证书方面，专任教师除了具备高校教师资格证书之外，并持有与市场营销相关的专业资格证书，具备从事该领域教学的专业能力和知识水平。教师均为本科及以上学历，专业背景与市场营销紧密相关，如统计学、运筹学、电子商务等。除此之外，还具备制作和使用多媒体教学材料的能力，包括但不限于制作电子课件、使用网络教学平台、进行线上互动等。并且会定期参加信息化教学培训，以适应教育技术发展的需求，提高教学效果。

## 4.兼职教师

本专业兼职教师2人，为市场营销专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称），了解教育教学规律，能够为学生提供与市场需求紧密相关的知识和技能，还具备良好的教学能力和沟通能力，能够有效地将实践经验和行业知识传授给学生。兼职教师主要承担市场营销学课程，与实践操作和职业技能培养紧密相关，并鼓励兼职教师参与实践教学环节，如实验、实训、实习等，以提高学生的实践能力和职业素养。除此之外，学院建立完善的教学质量监控机制，对企业兼职教师的教学过程和效果进行定期评估和反馈。

## （二）教学设施

主要包括专业教室、校内实训室、校外实训室等。

## 1.专业教室基本要求

为保证学生的学习，本专业生均面积不低于3平方米，确保学生有足够的活动空间和安全性。教室具备良好的学习环境，包括适宜的温度、湿度和光照条件，以及干净整洁的教室卫生。同时，教室布置简洁明快，布局合理，教室配备先进的信息化教学设备，如交互式电子白板、多媒体教学系统等，以提高教学效率和质量。并接入互联网，实现与教育局信息中心资源库等外部资源的连接，方便教师获取最新的教学资源和信息。同时设置相应的网络环境，保证教学资源，包括教材书籍、教学视频、教学软件等，以满足学生的学习需求。教师具备应用现代化教学手段和方法的能力，如利用微课、在线课程等形式进行教学，以满足学生的个性化学习需求。

## 2.校内实训室（基地）基本要求

**校内实训室概况**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实验/实训室名称** | **功能（实训实习项目）** | **面积（㎡）** | **工位数（个）** | **支撑课程** |
| 1 | 市场调研实训室 | 配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、用于进行市场调研和消费者行为分析的实验和实训活动。 | 120 | 60 | 销售与管理网络营销消费者心理分析服务营销品牌策划与推广客户服务与管理市场调查与预测营销策划推销技术营销渠道管理数字互动营销市场调查实训 |
| 2 | 广告与宣传实训室 | 配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、用于进行广告制作、宣传策划和品牌推广等实验和实训活动。 | 120 | 60 | 网络营销消费者心理分析品牌策划与推广客户服务与管理Photoshop商务设计Python程序设计营销策划推销技术数字互动营销广告设计与实训 |
| 3 | 数字营销实训室 | 配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、用于进行数字营销、社交媒体营销和电子商务实验和实训活动。 | 120 | 60 | 销售与管理网络营销商务数据分析客户服务与管理市场调查与预测营销策划推销技术数字互动营销 |
| 4 | 销售技巧实训室 | 配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、大屏显示器、手机/平板电脑、多媒体技术处理软件、用于进行销售技巧培训和销售实战模拟的实验和实训活动。 | 120 | 60 | 销售与管理网络营销消费者心理分析服务营销商务礼仪与沟通客户服务与管理市场调查与预测营销策划推销技术 |
| 5 | 商务礼仪实训室 | 配备计算机、服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板、大屏显示器、手机/平板电脑、多媒体技术处理软件、用于进行商务礼仪与沟通实战模拟的实验和实训活动。 | 120 | 60 | 销售与管理消费者心理分析服务营销商务礼仪与沟通客户服务与管理营销策划推销技术市场调查实训 |

## 3.校外实训基地基本要求

（1）实训基地基本要求

为满足市场营销专业学生多样化的实践需求，确保每位学生都能获得充足的实践机会，学习与企业进行合作。每 50-80 名市场营销专业学生至少拥有1个稳定的校外实训基地，且随着专业招生规模的扩大，实训基地数量相应增加，以保障实践教学的顺利开展。

实训基地能够为学生提供与市场营销专业课程紧密相关的实践岗位，涵盖市场调研、营销策划、销售管理、品牌推广、客户服务等核心业务领域，使学生在真实的工作环境中锻炼专业技能，将理论知识应用于实际操作。通过组织学生参观、学习，让学生了解市场营销行业的最新发展趋势、企业组织架构、业务流程以及不同岗位的职责要求，帮助学生树立正确的职业观念，明确职业发展方向。为学生提供一定期限的顶岗实习机会，让学生以企业员工的身份参与实际工作，承担相应的工作任务，培养学生的职业素养、团队协作能力和解决实际问题的能力，实现从学生到职业人的过渡。为专业教师提供企业实践平台，使教师深入了解行业动态和企业需求，更新教学理念，提升实践教学能力，促进“双师型”教师队伍建设。

实训基地具备合法的营业执照、税务登记证等相关经营证件，依法经营，具有良好的商业信誉和社会形象。并在市场营销相关领域具有一定的行业认证或资质，具备完善的安全生产管理制度和安全保障措施，能够为学生提供安全、健康的实践环境，确保学生在实训期间的人身安全和财产安全。

（2）实训基地接受教师企业实践情况

实训基地与学校共同制定教师企业实践计划，明确实践目标、实践内容、实践时间、实践岗位等。根据教师的专业背景和教学需求进行个性化设计，确保教师能够在实践中获得有针对性的提升。为教师安排合适的实践岗位，让教师深入到企业的市场营销一线，参与企业的市场调研、营销策划、销售管理、客户服务等实际工作，了解企业的运营模式和业务流程。

实训基地应指定经验丰富的企业导师对教师进行一对一的指导，帮助教师解决在实践中遇到的问题，传授实际工作经验和技能。企业导师应具备良好的沟通能力和教学能力，能够与教师进行有效的交流和互动。

建立科学合理的教师企业实践考核评价机制，从实践态度、实践能力提升、实践成果等方面对教师进行全面考核。考核评价应由实训基地企业导师和学校共同参与，确保考核结果的客观、公正。

鼓励教师将在企业实践中获得的经验、案例和技能融入到教学中，开发新的教学项目、案例和教材，推动教学内容和教学方法的改革创新。实训基地应支持教师将实践成果进行转化和应用，为学校的教学改革和人才培养提供有力支持。

（3）工匠精神学习践行情况

实训基地在企业内部营造崇尚工匠精神的氛围，通过宣传栏、内部刊物、企业文化活动等形式，宣传工匠精神的内涵和价值，让学生和教师在潜移默化中受到熏陶。并邀请企业的工匠人才、技术骨干为学生和教师开展专题讲座和经验分享会，讲述他们在工作中追求卓越、精益求精的故事，激发学生对工匠精神的认同和追求。

在实践教学中，实训基地引导学生树立严谨、细致、负责的工作态度，注重细节，追求高品质的工作成果。鼓励学生参与企业的技术创新和工艺改进项目，培养学生的创新意识和解决问题的能力。让学生在实践中体验到通过不断努力和探索，实现产品或服务质量的提升所带来的成就感，从而更加深刻地理解工匠精神的实质。

（4）合作情况

合作项目开展：实训基地与学校共同确定市场营销领域的技术研发方向和项目，如基于大数据的市场精准营销技术研究、新媒体营销模式创新研究等。双方组建联合研发团队，整合企业资源和学校科研力量，共同开展技术研发工作。

研发成果应用：将研发成果及时应用到企业的实际营销活动中，提高企业的市场竞争力和营销效果。同时，将研发成果转化为教学内容，丰富学校的教学资源，培养学生的创新能力和实践能力。

知识产权保护：明确双方在技术研发过程中的知识产权归属和利益分配机制，签订合作协议，保护双方的合法权益。鼓励双方共同申请专利、软件著作权等知识产权，提升合作的技术含量和价值。

教材编写：组织企业专家和学校教师共同编写市场营销专业教材，将企业的最新营销理念、方法和实践经验融入教材中。教材应注重实用性和可操作性，配备丰富的案例、图表和练习题，便于学生学习和实践。

数字化教学资源建设：利用现代信息技术，共同开发数字化教学资源，如在线课程、虚拟仿真实验、教学案例库等。数字化教学资源应具有互动性、趣味性和便捷性，满足学生自主学习和个性化学习的需求。

实践教学标准制定：制定市场营销专业实践教学标准，包括实践教学大纲、实践项目规范、实践考核标准等。规范实践教学过程，提高实践教学的质量和效果，为学生提供更加科学、规范的实践指导。

职业资格标准对接：关注市场营销行业职业资格标准的变化，将职业资格标准融入人才培养方案和教学过程中。鼓励学生参加相关的职业资格考试，取得相应的职业资格证书，提高学生的就业竞争力。

 **校外实训基地概况**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **校外实训基地名称** | **合作企业名称** | **合作项目** | **合作深度** |
| 1 | 电子商务协同世纪香菌创新研究中心 | 河南世纪香食用菌开发有限公司 | 电子商务、市场营销、烹饪工艺与营养 | 为企业培养具有良好职业素质和高技能复合应用人才、实现高校与企业的深度融合。 |
| 2 | 特色豆制品020营销中心 | 河南博欣调味品有限公司 | 电子商务、市场营销、现代物流管理 | 深度合作 |
| 3 | 许昌速立得财务咨询公司实训基地 | 许昌安信财务管理咨询有限公司 | 数据分析、客户管理 | 一般合作 |

## 4.学生实习基地基本要求

实习实践教学基地较好的满足实践教学的情况，实习基地可以提供足够数量的实习岗位，以满足市场营销专业学生的实习需求。具体岗位数量会根据学生人数和实习周期来确定，确保每位学生都能获得充分的实践机会。另外会配备专业的实习导师，他们应具备丰富的市场营销经验和实践能力，能够为学生提供有效的指导和帮助。导师的数量会根据学生人数和实习任务来合理配置，确保每位学生都能得到足够的关注和支持。并且实习基地会提供与市场营销相关的技术支持，这些技术应能满足实践教学的需要，使学生能够在实际操作中掌握相关技能。

实习基地会根据学生人数和实习任务来合理配置指导教师数量。一般情况下，每位指导教师负责指导的学生数量不会过多，以确保指导质量。为学生提供一定的授课课时，以帮助他们更好地理解市场营销的理论知识和实践应用。具体授课课时根据实习周期和学生需求来确定，但会保证足够的时间用于理论学习和实践操作的结合。授课内容包括市场营销的基本概念、原理、方法、工具等方面的知识，以及实际案例的分析和讨论。同时，还会注重培养学生的实践能力和创新思维。

## （三）教学资源

## 1.教材选用基本要求

（1）全面覆盖：教材应覆盖市场营销专业的基本理论、实践案例和最新发展趋势，涵盖市场调研、品牌管理、市场策略、数字营销等领域。

（2）实践导向：教材应结合实际案例和实践操作，帮助学生理解和应用市场营销理论和技能。

（3）最新更新：教材应及时更新，反映市场营销领域的最新研究和实践成果。

## 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、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理和文化类文献等，及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

（1）核心参考书：配备一些核心的市场营销参考书籍，涵盖市场营销的各个领域，为学生提供更深入的学习和研究资源。

（2）学术著作：精选权威教材与前沿专著，形成三级书单：

基础理论层：《商品学基础》、《市场营销基础）》等；

技术应用层：《Photoshop商务设计》、《Premiere视频剪辑》、《市场调查与预测》等；

战略创新层：《推销技术》、《销售与管理》等。

（3）实践案例：

行业维度：快消品营销/耐用品推广/服务业品牌塑造/文旅IP打造四大领域；

业务场景：市场细分与定位、消费者行为洞察、品牌战略规划、数字营销矩阵搭建（含社交媒体/短视频/直播）、整合营销传播、促销活动策划、客户关系管理、舆情监测与危机公关、竞品分析、新产品上市推广、私域流量运营、渠道冲突管理等12个核心场景；

数据载体：配套脱敏商业数据包（含消费者行为追踪数据集、品牌健康度监测模板、广告投放效果分析模型、市场调研问卷库及SPSS分析代码、舆情情感分析词库等），支持从市场洞察到效果评估的全流程实操演练。案例开发规范：

真实性：50%案例源自合作企业真实项目（附项目背景文档及过程性材料）；

时效性：每年更新30%案例，重点纳入市场营销、产品运营等新业态实战；

教学适配性：标注案例难度等级（基础/进阶/挑战），匹配课程目标与学时分配；

数字化支持：建设交互式案例平台，集成视频解说、数据可视化工具、虚拟仿真模块，支持学生多维度拆解案例。

## 3.数字教学资源配备基本要求

（1）学术期刊和数据库：提供市场营销领域的学术期刊和数据库，使学生可以获取最新的研究成果和市场趋势。

（2）在线课程和教学工具：提供在线课程和教学工具，如在线学习平台、模拟营销实验室等，帮助学生进行自主学习和实践操作。

除了上述要求，市场营销专业教学资源的选择还应考虑以下因素：

（1）多样性和包容性：教材和资源应兼顾不同学生的学习风格和背景，尽量提供多样化的教学资源，以满足不同学生的需求。

（2）实践性和案例分析：教学资源应注重实践性和案例分析，通过真实案例和实践操作，培养学生的问题解决能力和实际应用能力。

（3）开放性和互动性：教学资源应具有开放性和互动性，鼓励学生积极参与讨论、交流和合作，促进学生的学习和成长。

市场营销专业的教学资源应当全面、实践导向，并结合最新的研究成果和实践经验。教材选用、图书文献配备和数字资源配备都应考虑多样性、实践性和开放性的要求，以满足学生的学习需求和发展潜能。

**（四）教学方法（思维导图）**

****

## 1.多元化教学方法：

（1）授课讲解：教师可以采用讲解、演示等方式，向学生传授市场营销理论和实践知识。

（2）实践操作：通过实践项目、案例分析、市场调研等活动，让学生亲身体验市场营销的实际操作和问题解决过程。

（3）小组讨论：组织学生进行小组讨论，探讨市场营销案例、解决问题，促进学生的合作能力和批判思维。

（4）案例教学：利用真实或模拟的市场营销案例，引导学生分析和解决实际问题，培养学生的决策能力和实践技能。

## 2. 实践导向的教学方法：

（1）实习和实训：为学生提供实习和实训机会，让他们在真实的市场环境中应用所学知识，提升实践操作能力。

（2）校企合作：与企业合作开展项目、竞赛或实践活动，让学生与实际市场环境接触，了解行业实践和发展趋势。

（3）实地考察：组织学生进行企业考察和市场调研，深入了解市场运作和消费者行为，培养学生的观察和分析能力。

## 3. 信息技术支持的教学方法：

（1）数字化教学工具：利用多媒体、在线学习平台等数字化工具，丰富教学内容和资源，提高学生的学习效果和参与度。

（2）数据分析软件：教授学生使用数据分析工具，如SPSS、Excel等，进行市场数据的收集、整理和分析。

（3）远程教学：利用远程教学技术，开设在线课程或远程讲座，拓展学生的学习渠道和交流平台。

## 4.创新和团队合作的教学方法：

（1）创新项目：鼓励学生参与市场营销创新项目，培养创新思维和创业能力，如设计营销计划、推出新产品等。

（2）团队合作：组织学生进行团队项目，培养学生的协作能力和领导能力，模拟市场团队的工作模式。

市场营销专业的教学方法应采取多元化、实践导向、信息技术支持的方式，并注重创新和团队合作的教学方法，以培养学生的综合能力和创新精神。

## （五）学习评价

市场营销专业学习评价旨在客观、全面地评估学生在知识、能力和素质等方面的学习成果。以下是对学生学习评价的方式和方法的要求和建议：

## 1.多元化评价方式：

（1）学术考核：采用考试、论文写作、课堂作业等方式，评估学生对市场营销理论和概念的掌握程度。

（2）实践项目评估：通过实践项目的报告、策划方案、展示演讲等，评估学生在实际操作和解决问题方面的能力。

（3）案例分析评估：以个人或小组形式对市场营销案例进行分析和解决方案提出评价，考察学生的分析思维和决策能力。

（4）口头演示评估：要求学生进行口头演示，展示对市场营销问题的理解和解决方案，评估其沟通和表达能力。

## 2.综合评价学生能力：

（1）知识掌握：评估学生对市场营销理论、概念和实践的理解和掌握程度。

（2）实践操作：评估学生在实际市场环境中应用所学知识和技能的能力，如市场调研、策划方案实施等。

（3）问题解决能力：评估学生分析和解决市场营销问题的能力，包括问题诊断、方案设计和评估能力。

（4）团队合作能力：评估学生在团队项目中的协作、沟通和领导能力，能否有效地与他人合作完成任务。

## 3.反馈和指导：

（1）及时反馈：在学习过程中及时给予学生反馈，指出其学习成果和发展方向，帮助他们进行自我调整和改进。

（2）个性化指导：根据学生的个体差异，给予个性化的学习指导和建议，激发其潜力和发展空间。

（3）目标设定：与学生共同制定学习目标和评价标准，使学生有明确的目标和方向，增加学习的动力和效果。

## 4.综合素质评价：

（1）信息素养：评估学生的信息获取、处理和应用能力，包括数据分析、市场调研和数字营销等方面。

（2）创新思维：评估学生的创新思维能力，包括创意发展、创新项目和解决问题的创新性。

（3）职业素养：评估学生的职业道德、沟通技巧和团队合作能力，考察其在职业环境中的表现和素养。

市场营销专业学习评价应采用多元化的方式，评估学生的知识、能力和素质，并提供及时的反馈和指导，以促进学生全面发展和提高学习效果。

## （六）质量管理

## 1.建立组织体系，成立教学质量保证机构

### （1）教学质量管理委员会

由学校分管教学的副校长担任主任，市场营销专业所在院系院长（主任）担任副主任，成员包括市场营销专业带头人、骨干教师、企业营销高管、行业专家以及教学管理人员。

制定市场营销专业教学质量管理的总体规划和政策，明确质量管理目标和方向；审议和批准市场营销专业人才培养方案、教学质量标准体系等重要文件；定期召开会议，研究解决教学质量管理中的重大问题，对教学质量进行宏观把控和决策。

（2）教学质量监控中心

由教学经验丰富、熟悉教学质量管理流程的教师和教学管理人员组成，设主任一名，负责日常工作的组织和协调。具体实施教学质量监控工作，制定教学质量监控计划和工作流程；收集、整理和分析教学质量相关信息，为教学质量管理委员会提供决策依据；组织和协调教学检查、评估等工作，督促教学单位和教师改进教学质量。

### （3）专业教学指导委员会

邀请行业知名企业的营销总监、市场部经理、营销策划专家以及高校市场营销领域的资深教授组成。参与市场营销专业人才培养方案的制定和修订，提供行业最新动态和人才需求信息，确保人才培养方案与行业需求紧密对接。

对专业课程设置、教学内容、教学方法等提出指导意见，推动教学改革和创新；协助开展实践教学基地建设、师资队伍建设等工作，促进产学研深度融合。

## 2.建立健全教学质量标准体系

（1）课程体系的构建与课程标准的制定

课程体系构建：

学科基础课程：构建市场营销专业的学科基础课程体系，包括市场学、营销管理、市场调研、消费者行为等核心课程，建立知识结构和理论基础。

专业核心课程：设计市场营销专业的专业核心课程，涵盖市场策划、品牌管理、广告与促销、数字营销等，培养学生的专业能力和实践操作能力。

选修课程：提供丰富的选修课程，满足学生个性化发展需求，包括国际市场、社交媒体营销、市场数据分析等，拓宽学生的专业视野。

课程标准制定：

市场需求分析：根据市场营销行业的需求和趋势，进行市场需求分析，了解行业对市场营销人才的期望和要求。

目标和要求明确：基于市场需求分析，明确市场营销专业的培养目标和要求，确定学生应具备的知识、能力和素质。

内容与教学方法整合：将培养目标和要求转化为课程的内容和教学方法，确保课程的设计和教学过程能够达到预期的培养目标。

过程与评价关联：将课程的过程和评价相结合，设计相应的课程评估方式，确保教学过程和评价方式与培养目标相匹配。

（2）实践教学标准设置与构建

实践教学环节设置：构建包括课程实验、课程设计、实习实训、毕业设计（论文）等在内的实践教学体系。明确各实践教学环节的教学目标、教学内容、教学要求和教学时间安排。

实习实训标准：制定校外实习实训基地建设标准和管理办法，确保实习实训基地能够为学生提供真实的营销工作环境和实践机会。规定学生在实习实训期间应完成的任务和达到的目标，加强对实习实训过程的指导和考核。

**3.完善教学管理制度**

（1）教学计划管理制度

教学计划制定：根据专业人才培养目标和教学质量标准，制定科学合理的教学计划。教学计划应明确各学期的课程设置、教学进度、实践教学安排等内容，并经专业教学指导委员会审议通过后实施。

教学计划调整：建立教学计划动态调整机制，根据行业发展需求、教学反馈意见等因素，适时对教学计划进行调整和优化。教学计划的调整需经过严格的审批程序，确保调整的合理性和科学性。

（2）教学过程管理制度

教学常规管理：加强对教师备课、授课、作业批改、辅导答疑等教学常规环节的管理，制定详细的教学常规检查标准和考核办法。定期开展教学常规检查，及时发现和解决教学过程中存在的问题。

教学秩序管理：维护良好的教学秩序，严格执行教学纪律。对教师迟到、早退、旷课等教学事故进行严肃处理，对学生的学习纪律进行严格要求和监督。

（3）教师管理制度

教师资格与聘任：明确市场营销专业教师的任职资格条件，新入职教师应具备相关专业的硕士及以上学位，并有一定的企业实践经验。建立教师聘任制度，实行竞争上岗，选拔优秀教师担任教学任务。

教师培训与发展：制定教师培训计划，定期组织教师参加专业培训、学术交流、企业实践等活动，不断提升教师的专业素养和教学能力。鼓励教师开展教学改革和研究，对取得优秀教学成果的教师给予表彰和奖励。

（4）教学资源管理制度

教材选用与管理：建立教材选用制度，优先选用国家级规划教材、行业优秀教材和近三年出版的新教材。加强对教材使用情况的跟踪和评价，及时淘汰不合格教材。

教学设施与设备管理：加大对市场营销专业教学设施和设备的投入，建设现代化的营销模拟实验室、案例分析室、商务谈判室等实践教学场所。制定教学设施和设备管理制度，定期进行维护和更新，确保教学设施和设备的正常运行。

**4.建立健全质量监控机制**

（1）日常教学监控

教学检查：定期开展教学常规检查、专项教学检查和随机教学检查。教学常规检查包括教案检查、作业批改检查、听课评课等；专项教学检查针对某一教学环节或课程进行深入检查；随机教学检查则不定期进行，以了解教学的真实情况。

教学督导：聘请教学经验丰富的退休教师或行业专家担任教学督导员，对教师的教学过程进行全程督导。教学督导员通过听课、查阅教学资料、与学生交流等方式，及时发现教学中存在的问题，并提出改进建议。

（2）课程考核监控

考核方式改革：推进课程考核方式改革，注重过程性考核与终结性考核相结合。增加平时作业、课堂表现、小组讨论、实践操作等在课程考核中的比重，全面评价学生的学习效果。

考务管理：加强考务管理，严格考试纪律。制定详细的考试命题、监考、阅卷、成绩评定等管理制度，确保考试工作的公平、公正、公开。对考试作弊等违规行为进行严肃处理。

（3）实践教学监控

实习实训过程监控：建立实习实训指导教师制度，为每个实习实训小组配备指导教师。指导教师定期到实习实训单位了解学生的实习实训情况，指导学生解决实习实训中遇到的问题。同时，要求学生定期提交实习实训报告，记录实习实训过程和收获。

毕业设计（论文）监控：加强对毕业设计（论文）选题、开题、中期检查、答辩等环节的管理。选题应紧密结合市场营销实际，具有一定的实用性和创新性。中期检查重点检查学生的毕业设计（论文）进展情况和存在的问题，及时给予指导和帮助。答辩环节应严格把关，确保毕业设计（论文）质量。

（4）教学质量评估

教师教学质量评估：建立多元化的教师教学质量评估体系，包括学生评教、同行评教、专家评教和教学督导评教等。综合各方面评估结果，对教师的教学质量进行客观、公正的评价，并将评估结果与教师的绩效考核、职称评定等挂钩。

专业教学质量评估：定期开展专业教学质量评估，从专业定位与培养目标、课程体系与教学内容、师资队伍、教学条件、教学管理、人才培养质量等方面对市场营销专业进行全面评估。根据评估结果，总结经验，发现问题，及时进行整改和改进。

**5.建立反馈机制及社会评价机制**

（1）反馈机制

学生反馈：通过问卷调查、座谈会、在线评价等方式，定期收集学生对教学、管理、服务等方面的意见和建议。建立学生反馈信息处理机制，及时将学生反馈的问题反馈给相关部门和教师，并跟踪问题的解决情况，向学生反馈处理结果。

教师反馈：组织教师开展教学研讨活动，鼓励教师分享教学经验和教学中遇到的问题。建立教师教学反馈渠道，及时了解教师在教学过程中遇到的困难和需求，为教师提供必要的支持和帮助。

教学管理部门反馈：教学管理部门定期对教学质量监控和评估结果进行分析和总结，形成教学质量报告。将教学质量报告反馈给各教学单位和教师，督促教学单位和教师针对存在的问题进行整改和改进。

（2）社会评价机制

毕业生跟踪调查：建立毕业生跟踪调查制度，定期对毕业生的就业情况、职业发展情况、对学校教学质量的评价等进行调查。通过问卷调查、电话访谈、实地走访等方式，收集毕业生的反馈信息，了解社会对市场营销专业毕业生的需求和评价。

用人单位评价：与用人单位保持密切联系，定期邀请用人单位对市场营销专业毕业生的工作表现、专业技能、综合素质等进行评价。通过用人单位的评价，了解学校人才培养与社会需求的契合度，为专业建设和教学改革提供参考依据。

行业评价：积极参与行业协会组织的活动，了解行业对市场营销专业人才的需求趋势和质量要求。邀请行业协会专家对市场营销专业的人才培养方案、教学质量等进行评估和指导，提升专业的行业影响力。

**6.制定专业人才培养方案指导性意见和范式**

（1）指导性意见核心

高职市场营销人才培养需锚定"实战型营销操盘手"定位，重点构建四大核心能力矩阵：市场洞察与分析（含消费者行为研究、竞品情报搜集）、品牌战略规划（涵盖品牌定位、VI系统设计）、数字营销执行（包含全媒体矩阵运营、精准广告投放）、客户关系管理（涉及客户生命周期价值挖掘、私域流量运营）。课程体系采用"25%通识基础+40%专业核心+25%项目实战+10%顶岗实习"的模块化设计，专业课程必须植入行业主流工具链（如SPSS市场调研系统、问卷星数据采集平台、Photoshop营销物料制作、CRM客户管理系统），方向课程分设"整合营销传播"与"消费者行为分析"双赛道，满足不同岗位群需求。

（2）范式模板

方案范式须明确：学制执行3年弹性学制，建立毕业能力指标量化体系（含市场分析报告撰写达标率、营销方案转化率、客户满意度等可量化指标），质量监控采用"双轨制考核"：过程性考核对接企业KPI（如新媒体账号增粉量、活动ROI），结果性考核验证商业价值创造能力。构建"需求响应-课程迭代"动态优化机制：每季度联动行业协会更新《市场营销技能图谱》，实时淘汰过时内容（如传统媒体投放课程），同步增设新兴领域课程（如AI营销工具应用、元宇宙场景营销），确保人才培养与行业需求同频共振，最终实现学生"毕业即能策划全案营销活动"、企业"入职即可承担专项营销任务"的零过渡目标。

# 九、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

## (一)毕业学分要求

1.本专业修够155学分方能毕业。

2.公共必修课共48学分。

3.专业必修课、专业技能课、专业限选课共99学分。

4.公共选修课8学分。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **要求** | **学分** | **替换的课程或课程类型** |
| 1 | 经济技术资格证/数字营销技术应用/新媒体营销/网店运营推广/跨境电商 B2B 数据运营 | 通过考试并获得证书 | 4 | 专业基础课（市场营销基础/经济学基础/商品学基础/中华商业文化/统计基础/管理学基础）中任意一门学科 |
| 2 | 职业技能竞赛/学科竞赛 | 国家级 | 一等奖 | 12 | 专业核心课（销售与管理/网络营销/消费者心理分析/服务营销/商务礼仪与沟通/品牌策划与推广/商务数据分析/客户服务与管理）中任意一门学科 |
| 二等奖 | 10 |
| 三等奖 | 6 |
| 省级 | 一等奖 | 10 |
| 二等奖 | 6 |
| 三等奖 | 4 |
| 地市或院级 | 一等奖 | 2 | 专业拓展课（Photoshop商务设计/Python程序设计/市场调查与预测/营销策划/Premiere视频剪辑/推销技术/营销渠道管理/数字互动营销）中任意一门学科 |
| 二等奖 | 1 |
| 3 | 公开发表作品 | 期刊 | 第一/二作者 | 4 | 专业拓展课（Photoshop商务设计/Python程序设计/市场调查与预测/营销策划/Premiere视频剪辑/推销技术/营销渠道管理/数字互动营销）中任意一门学科 |
| 学报 | 第一/二作者 |
| 著作 | 第一/二作者 |
| 4 | 发明专利 | 发明授权 | 4 | 专业拓展课（Photoshop商务设计/Python程序设计/市场调查与预测/营销策划/Premiere视频剪辑/推销技术/营销渠道管理/数字互动营销）中任意一门学科 |
| 实用新型 |

## （二）毕业标准

学生思想品德符合要求，修完本专业人才培养方案规定的全部课程，完成各教育教学环节，考核成绩合格，修满规定课程学分和素质学分，准予毕业。

# 十、附录

1.人才培养方案专业建设委员会审核意见表

2.人才培养方案校级审定意见表

编制人：施展、樊周祥、杨璐璐

行业企业名称：河南世纪香食用菌开发有限公司、河南博欣调味品有限公司

行业企业人员：孙仕洋、周高丽

院部领导（审核）：吕惠珠

教务处领导（审定）：郭磊

主管院长（批准执行）：冯朝印

附录 1



附录 2

