



郴州职业技术学院
Chenzhou Vocational Technical College

三年制高职市场营销专业 人才培养方案

专业名称： 市场营销
专业代码： 530605
适用年级： 2021 级
所属院系： 商贸旅游学院
所属专业群： 商贸旅游专业群
修(制)订时间： 2021 年 7 月

郴州职业技术学院

三年制高职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

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

(一) 职业面向

主要面向工商企业及服务部门业务主管、销售经理、市场主管、市场经理等岗位，从事商品销售、销售人员管理、市场开拓、市场策划、市场管理等工作。

表 1 职业面向一览表

| 所属专业 大类(代 码) A | 所属专 业类(代 码) B | 对应行业 (代码) C | 主要职业类 别 (代码) D | 主要岗位类别(或技术领域) E | | | 职业资格证书和 技能等级证书 F |
|----------------------|---------------------|------------------------|--|--|--------------------------------|----------|------------------------|
| | | | | 初始 岗位 | 发展 岗位 | 预计 年限 | |
| 财经商贸 大类(53) | 工商管 理类 (5306) | 批发和零 售(F51、 F52) | 营业员(4- 01-02-01) 商品营业员 (4-01-02- 03) 摊商(4-02- 02-05) 市场营销专 业人员(2- 06-07-02) | 1. 业务主管 2. 市场主管 3. 小微商业 企业创业者 | 1. 销售经理 2. 市场经理 3. 中小企业主 | 1-3 年 | 新媒体营销师(初、 中级)证 |

(二) 典型工作任务与职业能力分析

表 2 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 | 职业能力要求 |
|--------|--|---|
| 业务主管 | (1) 快速准确收集信息、加工信息、判断客户价值; (2) 有效进行市场销售; | 能根据顾客的行为进行心理分析, 针对客户 的不同表现调整营销方案; 能进行商品的有效推销; |

| 职业岗位名称 | 典型工作任务 | 职业能力要求 |
|-----------|---|--|
| | (3) 对基层业务人员进行业务管理； | 能采用合理的手段对基层销售人员进行业务跟踪、管理。 |
| 市场主管 | (4) 组织进行市场调研，做出销售预测，对市场前景和方向做初步分析； (5) 分析研究企业产品和竞争产品在市场上渠道表现，提出渠道规划建议； (6) 完成各种市场促进活动的策划、组织和管理； (7) 组织实施市场公关及各种销售活动计划； (8) 与各种媒体建立和保持良好的合作关系。 | 能制订并执行调研计划； 能对市场进行基本预测和规划； 能对现有渠道进行管理和规划，对现有的客户关系进行维护； 能独立完成各类营销策划方案的撰写； 能正确进行促销执行和促销管理； 能完成各种公关及广告的资源整合。 |
| 小微商业企业创业者 | (9) 进行企业的开办、注册； (10) 规划市场运作，制定运营方案、执行市场计划； (11) 开发维护新老客户，倾听顾客的建议与意见，改善运营； (12) 制定阅读财务报表。 | 能对未来发展进行规划管理； 能制定调查方案，对市场现状做出正确分析及判断； 能对小微企业的营销活动进行策划和管理； 能使用正确手段进行客户开发，能对现有客户关系进行维护； 财务报表阅读能力。 |

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，德技并修、德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，立足郴州面向湘粤的工商企业及服务部门，能够从业务主管、销售经理、市场主管、市场经理、小微商业企业创业者等工作的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

完成教学计划规定的课程学习、顶岗实习和毕业设计，达到各课程标准的考核要求、实习要求和毕业设计的要求，成绩合格，取得毕业证书；达到市场营销职业上岗要求。包括素质、能力、知识方面的要求。

1.素质目标

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 在工商企业的营销活动中崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 在企业经营环节具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

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

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

(7) 面对工作、生活中遭遇的困难，找到解决办法，进行自我心态调整，并不断自我反省和学习。

2.知识目标

了解国内市场相关商流和资金流现状；

了解国内市场营销的发展趋势；

熟悉从事市场营销行业需要的基础知识；

熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产、支付与安全等相关知识；

掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

掌握管理学、经济学的原理和基本知识；

掌握营销专业人才所掌握的基础的专业营销知识，如渠道管理、消费心理学等知识；

掌握营销策划活动组织策划的基本步骤、方法、技巧；

掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

掌握市场调查与分析的方式、法程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告撰写方法。

3.能力目标

市场营销专业学生应具备适应该专业主要从事销售（业务主管、销售经理）、市场（市场

主管、市场经理）、创业（小微商业企业创业者、中小企业主）等三大类岗位的工作能力。

（1）专业通识能力

能与顾客及销售人员进行有效的语言及书面沟通；

能快速收集和分析各类信息资料做出合理的预测；

能够掌握基本的管理技巧。

（2）专业核心能力

岗位类型一：销售类（业务主管、销售经理）

能根据顾客的行为进行心理分析，针对客户的不同表现调整营销方案；

能进行商品的有效推销；

能采用合理的手段对基层销售人员进行业务跟踪、管理；

岗位类型二：市场类（市场主管、市场经理）

能制订并执行调研计划

能对市场进行基本预测和规划

能对现有渠道进行管理和规划，对现有的客户关系进行维护；

能独立完成各类营销策划方案的撰写；

能正确进行促销执行和促销管理；

能完成各种公关及广告的资源整合。

岗位类型三：创业者（小微商业企业创业者、中小企业主）

能对未来企业发展进行规划管理；

能制定调查方案，对市场现状做出正确分析及判断；

能对小微企业的营销活动进行策划和管理；

能使用正确手段进行客户开发，能对现有客户关系进行维护；

能够较好进行财务报表阅读。

六、课程设置

（一）课程总体设置

1.课程总体结构

主要包括公共基础课程和专业课程。课程设置总体结构如表 2 所示：

表 3 课程总结构

| 课程类型 | | | 开设课程 |
|-------|-------|---------|---|
| 一级名称 | 二级名称 | 门数 | |
| 公共基础课 | 必修课 | 10 | 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、形势与政策、大学生心理健康教育、创新创业基础、大学生职业发展与就业指导、国家安全与军事教育、大学体育与健康、劳动教育、艾滋病预防知识 |
| | 选修课 | 3 (5选3) | 信息技术、中华优秀传统文化、应用文写作、书法鉴赏、过级英语 |
| 专业课 | 专业基础课 | 7 | 管理能力基础、经济学基础、客户关系管理、消费者行为分析、会计基础、网络营销、渠道管理 |
| | 专业核心课 | 8 | 市场营销基础、市场调查与分析、推销技术、公共关系、营销策划、商务谈判、广告实务、市场营销综合训练 |
| | 专业实践课 | 5 | 课程实训、专业技能训练、跟岗实习、顶岗实习、毕业设计 |
| | 专业选修课 | 4 (6选4) | 新媒体营销、投资与理财、汽车营销、房地产营销、超市经营管理、会展营销 |

2.课证融通保障

课证融通对应关系如表 5 所示。

表 4 课证融通

| 序号 | 证书名称 | 对应课程 |
|----|---------------|------------------------------------|
| 1 | 新媒体营销师（初、中级）证 | 市场调查与分析、消费者行为分析、信息技术、客户服务与管理、新媒体营销 |

1. 公共必修课

表 5 公共必修课程设置及要求

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|---------|--|---|--|------|
| 思想道德与法治 | <p>【素质目标】树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，坚定马克思主义信仰，树立崇高的理想信念，弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。</p> <p>【知识目标】理解并掌握中国特色社会主义新时代、中国梦、中国精神、社会主义核心价值观、中国特色社会主义法治道路的丰富内涵；掌握世界观、人生观、价值观、道德观、法治观的主要内容。</p> <p>【能力目标】能正确对待人生矛盾，合理规划人生，做社会主义核心价值观的积极践行者，积极投身崇德向善的道德实践，有效运用法治思维分析、解决问题。</p> | <p>模块一：绪论</p> <p>模块二：思想素质培育</p> <p>模块三：道德修养培育</p> <p>模块四：法治素养培育</p> | <p>教学方法：主要采取启发式、案例教学法、情景教学法等，运用学银在线平台进行线上线下混合式教学。</p> <p>教学资源：省级在线精品课程；爱国主义教育实践基地等。</p> <p>考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40%。</p> | 48 |

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|----------------------|--|--|---|----------------------|
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | <p>【素质目标】坚定马克思主义信仰，坚定中国特色社会主义“四个自信”，树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。</p> <p>【知识目标】从整体上把握马克思主义中国化的理论成果的科学内涵、理论体系，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容。</p> <p>【能力目标】能运用马克思主义理论的立场、观点和方法，全面、客观地认识和分析问题，具备一定的独立思考和解决问题的能力。</p> | <p>模块一：马克思主义中国化</p> <p>模块二：毛泽东思想</p> <p>模块三：邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观</p> <p>模块四：习近平新时代中国特色社会主义思想</p> | <p>教学方法：主要采取启发式、案例教学法、情景教学法等，运用学习通平台进行线上线下混合式教学。</p> <p>教学资源：校级在线精品课程；爱国主义教育实践基地等。</p> <p>考核方式：过程性考核60%+终结性考核40%。</p> | 72 |
| 形势与政策 | <p>【素质目标】树立科学的形势观和政策观，增强国家荣誉感、社会责任感和民族自信心。</p> <p>【知识目标】了解并掌握党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。</p> <p>【能力目标】能认清自己所处的时代特点，正确认识国际、国内形势的发展大局和大趋势，形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。</p> | <p>模块一：全面从严治党</p> <p>模块二：经济社会发展</p> <p>模块三：港澳台工作</p> <p>模块四：国际形势与政策</p> | <p>教学方法：主要采取启发式、案例教学法等，运用学习通平台进行线上线下混合式教学。</p> <p>教学资源：《形势与政策》教材、授课资料。</p> <p>考核方式：过程性考核60%+终结性考核40%。</p> | 32 |
| 大学生心理健康教育 | <p>【素质目标】引导学生树立健康稳定和谐的良好心态，培养积极乐观的心理素质，树立勇于面对各种困难的信心。</p> <p>【知识目标】使学生了解心理健康基本知识，心理健康教育的价值和意义，掌握维护心理健康的方法和自我调整策略。</p> <p>【能力目标】通过理论与实践的有机融合，提高学生自我认知能力、环境适应能力、心理调适能力、应对挫折能力，从而为他们的全面发展提供良好的基础。</p> | <p>模块一：科学心理健康观</p> <p>模块二：认识和发展自我</p> <p>模块三：心理疾病预防</p> | <p>教学方法：采用线上线下混合式教学模式，以案例教学、体验活动、行为训练、主题讨论等多种教学方法贯穿教学过程。</p> <p>教学资源：校级在线精品课程；校级心理健康教育中心常规性心育活动。</p> <p>考核方式：过程性考核60%+终结性考核40%。</p> | 32 |
| 创新创业基础 | <p>【素质目标】培养善于思考、敏于发现和敢为人先创新创业意识；培养良好的职业道德，法律意识、社会责任感和团队协作精神。</p> <p>【知识目标】掌握创新方法、创业团队的组建、创业机会的识别和创业风险的规避；掌握创业资源的来源和融资渠道、创业计划书的基本结构和撰写要求和创业的基本流程。</p> <p>【能力目标】能识别创业机会、组建创业团队、整合创业资源，撰写融资计划和预计财务报表，撰写创业计划书并进行汇报展示。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 创新和创新意识培养； 2. 创新思维和创新方法的开发和提升； 3. 创业团队的组建； 4. 创业机会的识别和选择； 5. 创业风险的规避； 6. 创业资源的整合； 7. 创业计划书的撰写； 8. 企业创办及管理。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学模式:线上线下混合式教学模式 2. 教学方法:讲授法、案例分析、小组任务、创业活动等方法。 3. 教学手段:学习通 4. 训练项目:创业状态调查、创新产品展示、创业团队风采展示、融资计划表、创业计划书及项目路演。 5. 考核方式:过程性考核60%+终结性考核40% | 32学时 (理论16, 实践16) |

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|--------------|---|---|--|---------------------|
| 大学生职业发展与就业指导 | <p>【素质目标】树立正确的世界观、人生观、价值观和就业观；树立良好的职业规划意识、求职心态和团队协作精神；培养工匠精神和劳模精神。</p> <p>【知识目标】掌握职业发展的特点、生涯规划方法和决策技能；掌握就业形式与政策、信息搜索渠道、求职材料的编写、面试技巧与礼仪常见的就业陷阱及自我保护方法。</p> <p>【能力目标】能制定职业生涯规划；会必要的就业技能、求职技巧和礼仪；能制作求职材料；能应对求职挫折和就业陷阱；能维护自身合法权益。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 做好规划准备； 2. 规划职业生涯； 3. 认识就业市场； 4. 做好就业准备； 5. 维护就业权益； 6. 适应职业发展； 7. 毕业生常见问题。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学模式:线上线下混合式教学模式 2. 教学方法:讲授法、案例分析、小组任务、专题讲座、角色扮演等方法。 3. 教学手段:学习通 4. 训练项目:编制职业生涯规划,撰写求职简历,职业体验、进行模拟面试。 5. 考核方式:过程性考核 60%+终结性考核 40% | 32学时 (理论16,实践16) |
| 国家安全与军事教育 | <p>安全教育:</p> <p>通过安全教育,大学生应当在态度、知识和技能三个层面达到如下目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 态度层面:树立起安全重于泰山的意识,树立积极正确的安全观,把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合,为构筑平安人生主动与积极的努力。 2. 知识层面:了解安全基本知识,掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规,安全问题所包含的基本内容,安全问题的社会、校园环境;了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。 3. 技能层面:能够运用所学的安全防范等技能进行自我保护、沟通和安全管理。 | 模块一 人身安全篇 模块二 财物安全篇 模块三 实践安全篇 模块四 心理与社交安全篇 模块五 政治安全与自然灾害防范篇 | 课堂讲授+网络 | 36 |
| | <p>入学教育军训:</p> <p>高职学生通过军训、普法教育讲座等形式,实现以下目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 增强国防观念,掌握基本军事知识和技能; 2. 加强国家安全意识,培养爱国主义和革命英雄主义精神; 3. 开展校纪校规和法纪,增强组织纪律观念,培养吃苦精神; 4. 熟悉专业课程体系,确立学习目标,制定职业规划。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教官指导下的完成基本军事技能训练,开展国情、军情、形势讲座教育; 2. 普法教育、校纪校规教育报告会; 3. 其它形式入学教育、专业讲座等。 | 教官与教师联合指导、组织和考核。 | 76 |
| | <p>军事理论:</p> <p>高职学生通过军事理论学习,实现以下目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、增强大学生的国防观念和国防意识; 2、培养大学生基本军事技能,完善学生的军事素质,建设国防后备力量; 3、提高国家的国防能力,保障国家安全。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 中国国防; 2. 国家安全; 3. 军事思想; 4. 现代战争; 5. 信息化装备; 6. 共同条令教育和训练; 7. 射击与战术训练; 8. 防卫技能与站时防护训练; 9. 战备基础与应用。 | 课堂讲授+网络 | 36 |
| 劳动教育 | <p>本课程是高职院校公共基础必修课程之一,是素质教育不可缺少的重要内容。该课程是一门实践活动课,学生通过亲身参与劳动获得直接劳动体验,促使学生主动认识并理解劳动世界,逐步树立正确的劳动价值观,养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想感情。</p> | <p>以班队、社团等形式在非教学时间开展环境保洁、社会实践、农业生产、医卫公益、仪器设备维保等劳动实践活动。每学期组织一次劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育或农业、工业生产观摩活动。</p> | <p>每个学生都必须接受劳动教育,是全体学生的基本权力,注重培养学生基础能力和基本态度。学习评价以组织辅导员和相关负责人员对劳动内容和开合情况进行评价。</p> | 64 |

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|---------|--|---|---|-----------------------|
| 大学体育与健康 | <p>【素质目标】牢固树立良好的体育道德、吃苦耐劳、乐观向上的品质，培养合作意识和公平竞争意识。</p> <p>【知识目标】掌握 2 项及以上大众体育运动项目的技能知识和竞赛裁判知识，了解常规的运动损伤急救方法。</p> <p>【能力目标】能参与 3 项及以上体育运动项目，并安全地进行体育运动；提高速度、灵敏、力量、耐力、柔韧等，增强学生体质。</p> | <p>1. 项目理论知识、裁判法简介、竞赛规则</p> <p>2. 田径运动</p> <p>3. 球类运动</p> <p>4. 武术运动</p> <p>5. 健美操及形体</p> <p>6. 啦啦操</p> <p>7. 花样跳绳</p> <p>8. 民族传统体育运动</p> <p>9. 身体素质专项</p> <p>10. 体质健康测试及体育运动损伤应急处理</p> | <p>1. 教学模式：室内与室外教学、日常与专项训练、体质健康测试与体育竞赛相结合。</p> <p>2. 教学手段：理论讲授、技能训练、分组练习、教学比赛、运动技能分析等。</p> <p>3. 训练项目：结合班级所开设项目进行运动技能训练。</p> <p>4. 考核方式：课堂过程性考核 60%+运动项目考核 40%。</p> | 108 (理论 12, 实践 96) |
| 艾滋病预防知识 | <p>课程通过对艾滋病及其传播途径的基本了解，让学生掌握正确预防艾滋病的方法，同时了解艾滋病感染后的正确应对方法，让学生提早预防，洁身自好，学会正确保护自己。</p> | <p>课程包括以下内容：</p> <p>1. 艾滋病积极危害；</p> <p>2. 艾滋病的传播途径；</p> <p>3. 艾滋病的预防；</p> <p>4. 感染艾滋病的应对方法。</p> | <p>课程采用集中讲座形式每学年开展，让学生通过课件讲授，音视频观看等方式达到课程学习目标。</p> | 6 |

2. 公共拓展课

表 6 公共选修课程设置及要求

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|----------|--|---|--|-------------------------------|
| 信息技术 | <p>【素质目标】通过本课程的学习，培养学生综合信息化办公能力，提升学生的信息素养，能够增强信息意识，树立正确的信息社会价值观和责任感。</p> <p>【知识目标】掌握常用的工具软件和信息化办公技术，掌握文档的基本编辑、排版、表格的建立及编辑；掌握电子工作表公式计算及数据处理；掌握演示文稿的制作及美化。了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术。</p> <p>【能力目标】通过理论学习及实操练习，能有良好的信息收集、信息处理、信息呈现的能力，利用常用办公软件解决实际问题的能力。</p> | <p>1. 文档格式设置；</p> <p>2. 文档的版面设计与编排；</p> <p>3. 表格的创建和设计；</p> <p>4. 电子表格数据计算及排序、筛选、分类汇总、建立数据透视表等；</p> <p>5. 制作、美化 PPT 文档。</p> | <p>1. 教学模式：采用在机房实现理论实操一体化教学形式；</p> <p>2. 教学方式：采取启发式、项目驱动、案例教学法；</p> <p>3. 教学手段：实操练习；</p> <p>4. 考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40%</p> | 54 学时 (理论 18 学时, 实践 36 学时) |
| 中华优秀传统文化 | <p>【素质目标】牢固树立爱国情操、团队协作意识，培养良好的人生、社交和工作态度。</p> <p>【知识目标】了解中华优秀传统文化中的哲学、伦理、宗教、文学、艺术、史学和科学技术的发展历程，以及起关键作用的人物、流派和贡献。</p> <p>【能力目标】能将中国传统文化精神运用于实际社会生活，并将思考所得用符合现代规范的、感染人的语言文字表达出来，影响周围的人。</p> | <p>1. 中国传统文化概说</p> <p>2. 中国古代的生活方式</p> <p>3. 中国传统宗教</p> <p>4. 中国古代节庆仪式</p> <p>5. 中国传统戏曲</p> <p>6. 中国古代文化符号</p> <p>7. 中国古代文学</p> <p>8. 中国古代手工艺艺术</p> | <p>1. 教学模式：线上线下混合式教学</p> <p>2. 教学方式：多媒体展示、启发式教学法等，组织学唱戏曲、手工活动、武术学习、角色扮演等</p> <p>3. 教学手段：超星学习通平台</p> <p>4. 考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40%</p> | 36 (理论 18, 实践 18) |

| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|-------|--|--|---|----------------------|
| 应用文写作 | <p>【素质目标】牢固树立应用文写作的规范意识、责任意识、诚信意识和团结协作意识。</p> <p>【知识目标】掌握毕业文书、求职文书、行政文书、办公文书、会务文书、策划文书、法律文书、宣传文书的写作格式和要求，掌握不同文种的区别。</p> <p>【能力目标】能够写作语言得体、结构合理、格式规范的毕业文书、求职文书、行政文书、办公文书、会务文书、策划文书、法律文书、宣传文书；能运用符合需求的应用文解决工作中的问题。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 毕业文书 2. 求职文书 3. 行政文书 4. 办公文书 5. 会务文书 6. 策划文书 7. 法律文书 8. 宣传文书 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学模式：线上线下混合式教学 2. 教学方式：自主学习法、任务驱动法、案例教学法、对比分析法等 3. 教学资源：学银在线、超星学习通平台省级精品在线开放课程 4. 考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40% | 36（理论 18，实践 18） |
| 书法鉴赏 | <p>【素质目标】培养文字的审美意识和创新意识。</p> <p>【知识目标】了解书法发展史；掌握硬笔书法、楷书、行书的基本笔法；掌握书法的章法与布局。</p> <p>【能力目标】提高书法审美能力，能运用正确的练习书法的方法进行书法写作。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 中国书法史绪论 2. 实用硬笔书法 3. 楷书基本笔法和楷书结构 4. 行书基本笔法以及书法的章法与布局。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学方式：多媒体展示、教师示范、学生模仿、手把手互动、榜样示范带动等 2. 教学手段：超星学习通平台 3. 考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40% | 36（理论 18，实践 18） |
| 过级英语 | <p>【素质目标】通过听说读写四种英语语言基本技能的综合训练，培养学生的职场交际和实际英语应用的能力，特别是听说能力，使他们能在日常生活和与未来职业相关的业务活动中进行一般的口头和书面交流；同时掌握有效的学习方法，增强自主学习能力，提高综合文化素养；形成正确的人生观和价值观。</p> <p>【知识目标】通过该课程的学习，使学生掌握一定的英语语言知识和听、读、写、译四种基本技能以及用英语处理一般业务和涉外交际的基本能力，以提高学生的英语综合应用能力，达到高职英语教学目标。</p> <p>【能力目标】培养学生的英语综合能力，特别是听说能力，使他们在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口头和书面的信息交流。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 听力理解模块； 2. 词汇和语法结构模块； 3. 阅读理解模块； 4. 英汉翻译模块； 5. 应用文写作模块； 6. 综合训练模块。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 教学模式：线上线下混合式教学 2. 教学方式：自主学习法、任务驱动法、案例教学法、讨论法、模拟实践法 3. 教学资源：学银在线、超星学习通平台省级精品在线开放课程 4. 考核方式：过程性考核 60%+终结性考核 40% | 72（理论教学 36 和实践教学 36） |

（三）专业（技能）课程

1. 专业基础课

表 7 专业基础课课程设置及要求

| 序号 | 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|----|---------|---|---|---|------|
| 1 | 管理学基础 | <p>【素质目标】培养学生具有正确的道德观和世界观、高尚的道德情操和修养、良好的职业道德和信誉。</p> <p>【知识目标】了解管理的概念定义；了解管理学的历史发展；了解管理学的发展趋势；了解管理的二重性；掌握现代管理理论主要学派的主要思想；决策的分类、过程、方法、应用；计划组织实施的方法；组织结构特性、管理幅度、组织变革的动因；组织文化特征；掌握领导方式的基本类型；激励的形式、内容；控制与控制过程；管理的创新。</p> <p>【能力目标】能设计简单的人事组织架构；能理解、激励他人；能正确做出组织策划；能准确进行信息的传递；能进行组织创新。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 计划与决策； 2. 组织与人事； 3. 领导与沟通； 4. 控制与信息处理能力； 5. 组织创新。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 知识点讲授 2. 管理案例分析 3. 教师讲解与指导 4. 分组任务演练 5. 小组技能比赛 | 72 |
| 2 | 经济学基础 | <p>【素质目标】具有正确的人生观和世界观，有对经济现象追寻探索原因的求知欲，提高对不良经济行为的抵抗力。</p> <p>【知识目标】了解经济发展的基本规律，掌握基本的经济理论，掌握基本的经济分析方法。</p> <p>【能力目标】通过本课程学习，让学生掌握经济学基本理论与原理，并结合实际调查分析等，培养学生基本的经济思考和判断能力，能为工作与生活作出经济决策，并养成经济政策和信息的解读习惯。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 供求原理与应用； 2. 生产原理与应用； 3. 市场原理余应用； 4. 国民经济信息数据分析； 5. 经增长理论与国家政策分析。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 知识点讲授 2. 经济政策与案例的采集与解读、分析； 3. 教师讲解与指导 4. 分组任务演练与比赛 5. 经济学思维的养成 | 72 |
| 3 | 客户关系管理 | <p>【素质目标】培养正确的道德观，具有良好的信誉，尊重客户隐私。</p> <p>【知识目标】掌握走近客户服务的方法；掌握分析目标客户的流程；沟通客户需求的要求；熟悉处理客户投诉的流程和方法、培育忠诚客户的方法。</p> <p>【能力目标】学生能够处理接待不同类型的客户；能够正确处理客户的异议，掌握投诉处理技巧；能较好的建立、维护客户关系。</p> | <p>走近客户服务的方法；分析目标客户的流程；沟通客户需求的要求；处理客户投诉的流程和方法；培育忠诚客户的方法；正确的沟通管理客户关系</p> | <p>通过案例分析法、项目驱动法、在线实操法、企业真实场景驱动法等多种方法，让理论课程受到学生喜爱。</p> | 72 |
| 4 | 消费者行为分析 | <p>【素质目标】培养学生不虚假宣传、创新精神；加强学生的发现问题、分析问题和解决问题的能力；培养学生的综合职业能力和职业素养。</p> <p>【知识目标】掌握消费者个性心理知识；掌握消费者的决策过程，了解消费者的特征和购买类型；熟悉</p> | <p>消费者的一般心理活动过程；影响消费者心理的心理特征；消费者行为的购买决策和行为模式；影响消费者行为的诸多因素；运用理论进行实际分析的分析；通过改变营销策略影响消费者心理，从而达到影响消费</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 知识点讲授 2. 情景模拟、视频，培养良好的职业习惯 3. 实训，培养良好的职业能力。 | 36 |

| | | | | | |
|---|------|--|---|---|----|
| | | <p>社会因素对消费者行为的影响，掌握消费者群体对个体消费者行为的影响；熟悉文化和亚文化对消费者行为的影响。</p> <p>【能力目标】能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系，依据消费者需求进行产品开发。能分析市场营销因素对消费者行为的影响，并能运用理论影响消费者的购买行为。</p> | 者行为的目的。 | | |
| 5 | 会计基础 | <p>【素质目标】敬业爱岗；熟悉财经法律、法规和国家统一会计制度；依法办事；客观公正；保守秘密。</p> <p>【知识目标】掌握会计的基础理论、基础知识和基本技能。掌握货币资金、工资、材料、固定资产、对外投资、销售等会计核算的具体内容以及编制会计报表的方法。掌握最新政策动态；了解最新税收、财政及社保等政策。</p> <p>【能力目标】能独立地处理实务中出现的一般性业务问题</p> | <p>会计的概论、会计的帐户、复式记帐、帐户和复式记帐法的运用、会计凭证、会计帐簿、会计核算形式、财产清查、财务会计报告、会计工作的组织</p> | <p>1. 知识点讲授 2. 会计案例分析； 3. 教师讲解与指导 4. 分组任务演练与比赛</p> | 72 |
| 6 | 网络营销 | <p>【素质目标】具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识；遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度。</p> <p>【知识目标】掌握并理解网络营销概念及现状；了解网络商务信息收集与发布常用工具；了解搜索引擎营销概念及方法；掌握网络市场调研问卷设计原则及技巧；握网络产品整体层次理论；了解网络营销产品品牌的组成；了解网络营销价格组成、特点及常用策略。</p> <p>【能力目标】能利用网络工具对商务进行进行收集和发布；能利用问卷星等在线平台进行网络调查问卷设计及发布；能通过网络平台进行域名查询、注册等操作；能分析并设计网络渠道策略；能识别网络中各种销售促进方法；掌握网络广告类型、发布渠道及计价方法；能利用各种方法对网站进行推广；</p> | <p>网络商务信息收集与发布、网络市场调研、网络营销产品策略、品牌策略、价格策略、网络营销渠道策略、网络营销促销策略、网络广告、站点推广</p> | <p>教学场地以网络机房为主；辅以学习通平台；校内以课堂多媒体教学为主，并在网络机房进行实操 校外教学以在线教学为主，即利用在线工具及平台，以及合作企业提供的真实工作场景，进行模拟或具体实操；辅以到合作企业学习和实操。</p> | 72 |
| 7 | 渠道管理 | <p>【素质目标】培养规范意识与责任意识；培养诚信意识、团结协作意识；诚实守信。</p> <p>【知识目标】了解渠道的发展现状；熟悉渠道的结构；熟悉渠道冲突的解决方法；掌握渠道激励的方法和手段；掌握渠道的设计步骤和方法；掌握渠道成员选择的方法，掌握渠道效率评估的手段。</p> <p>【能力目标】通过学习学生能对不同产品进行分销渠道的模式决策；设计分销渠道知道如何进行渠道成员选择并掌握激励渠道成员的方法。</p> | <p>分销渠道的模式决策；分销渠道设计的步骤；分销渠道长度、宽度等结构的方法；如何谈判获得渠道成员；选择渠道成员的策略；激励渠道成员的方法；渠道冲突的处理方法</p> | <p>以学生为主体，以调动学生积极性为核心，以提高学生在实际渠道管理中的能力。实行理论教学与实践教学相结合的教学方法。</p> | 36 |

2. 专业核心课

表 8 专业核心课程设置及要求

| | | | | | | | |
|---|---|---|----------|----------|----|------|----|
| 课程名称 | 1 | 商务谈判 | 开设学段 | 第四学期上半段 | | | |
| 合作开发企业 | 广州合富置业有限责任公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 72 | 参考学分 | 4 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1. 把握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式。 2. 了解谈判的基本程序。 3. 把握信息收集的内容与处理的方法。 4. 把握商务谈判开局的方法和策略 5. 把握商务谈判的策略和技巧。 6. 把握打破局的策略和技巧。 7. 把握合同签订的程序和汪意事项。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1. 能做好谈判的准备工作。 2. 能进行谈判信息的收集、整理与分析。 3. 能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。 4. 能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。 5. 能坚守谈判目标，及时调整心态，防止性败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。 6. 能撰写谈判报告。 | | | | | |
| 内 容 | 模块一：感悟谈判。模块二：基本准备。模块三：方案准备。模块四：能力准备。模块五：谈判实战。 | | | | | | |
| 教学项目 | 项目 1：识别谈判事务 项目 2：区分谈判类型 项目 3：自测谈判素质 项目 4：掌握谈判禁忌 项目 5：了解谈判礼仪 项目 6：谈判信息搜集 项目 7：谈判队伍培训 项目 8：商务谈判计划书 项目 9：谈判沟通 项目 10：谈判进程掌控 项目 11：买卖谈判 项目 12：合作谈判 项目 13：索赔谈判 | | | | | | |
| 方 法 | 采用课程理论教学+三种实操形式 课程教学和实操充分相结合，即在每个课程项目采用理论教学+室内情景模拟+校内推销实战+企业上岗实战，一分理论三分实操，让生活活起来、动起来、比起来。 | | | | | | |
| 资源 | 1. 参考教材：商务谈判原理与实务，21 世纪高职高专规划教材。 2. 数字化教学资源：超星学习通 3. 充分利用企业和有关单位资源进行实战化训练。 | | | | | | |
| 考 核 要 求 | 考核类别 | 考核内容 | 考核指标 | 考核权重 (%) | | | |
| | 过程性考核 (60%) | 课堂表现 | 出勤率、上课纪律 | 10 | | | |
| | | | 项目实操表现 | 30 | | | |
| | | 课前、课后任务 | 小组任务 | 10 | | | |
| | 个人任务 | | 10 | | | | |
| 终结性考核 (40%) | 方案设计 | 小组完成度 | 20 | | | | |
| | | 个人完成度 | 20 | | | | |
| 合计 | | | | 100 | | | |
| 本课程考核分为过程性考核和终结性考核两大部分，其中平时过程性考核占比 60%，终结性考核占比 40%，其中过程性考核又分为课堂表现及课前、课后任务两项考核任务，课堂表现保证课堂教学有序进行，课前、课后任务则保证课程教学质量。终结性考核是考核本课程总体能力目标是否达成。根据最终的考核结果来分析课程学习目标设计是否合理且难易适中，是否符合市场营销专业人才培养目标。 | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|--|--|------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 2 | 市场调查与分析 | 开设学段 | 第一学期下半段 | | | |
| 合作开发企业 | 广州合富置业有限责任公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 72 | 参考学分 | 4 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 通过该课程的教学使学生遵守调查操作规程、操作纪律。具备尊重客观、遵循科学、坚持正确的一种态度。有抗挫折的精神，有吃苦耐劳的精神。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1、正确理解市场调查与分析的含义与作用。 2、掌握不同行业市场调查的基本内容。 3、掌握市场调查与分析的基本方法。 4、掌握市场调查资料整理和分析的步骤和方法。 5、掌握写市场调查与分析报告的基本要求和方法。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1、能够根据调查的背景和要求，设置出比较合理的市场调查的初步方案。 2、能够对调查方案进行分析和评价。 3、能够根据调查的背景和要求确定调查的具体内容。 4、能够根据调查的背景和要求选择恰当的调查方法。 5、能够根据设计的调查方案组织调查。 6、能够对调查的数据进行整理和分析。 7、能够根据调查的背景和要求，对收集和整理的数据选择恰当的方法进行市场预测。 8、能够根据调查的背景和要求，以调查的数据为基础写出比较完整的市场调查报告。 | | | | | |
| 教学内容 | 1、确定市场调查主题 2、策划市场调查 3、实施市场调查 4、分析市场调查资料 5、撰写市场调查报告 | | | | | | |
| 教学项目 | 1、确定市场调查目标 2、制定市场调查方案 3、制定市场调查内容 4、选择市场调查方法 5、组织实施调查方案 6、整理市场调查的资料 7、分析市场调查资料 8、预测市场发展趋势 9、编写市场调查与分析报告 | | | | | | |
| 教学方法 | 采用启发式、研讨式、案例式、项目式、实践式等教学方法开展教学，强调“教、知、行”统一。 | | | | | | |
| 教学资源 | 1、超星学习通网络教学资源。 2、参考庄小将《市场调查与分析》等教材资源。 3、充分利用企业和有关单位资源进行实战化训练。 | | | | | | |
| 考核要求 | 1. 过程性考核 (1) 根据平时考勤和回答问题，以及团队合作精神的表現给分，占期末成绩 20%。每旷课 1 节，扣 1 分。考核学生平时表现，以及团队合作等能力 (2) 每次项目学习时，根据演练、训练的情况给分，每个项目给 10 分，单项考核累计的成绩，占期末总成绩 40%。考核学生单项训练中的设计调查问卷、撰写调查报告及设计调研方案能力。 2. 终结性考核 期末考试采用项目化考试，分数占最终考核成绩 40%。 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|--|----------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 3 | 推销技术 | 开设学段 | 第二学期下半段 | | | |
| 合作开发企业 | 广州合富置业有限责任公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 54 | 参考学分 | 3 | 理论学时 | 18 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 培养学生遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度； 培养自主学习、善于观察，养成积极思考问题，具有团队意识和较强执行力的习惯。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1. 掌握寻找准顾客的方法；2. 能准确识别准顾客并规范管理； 3. 弄清接近顾客前应做哪些准备工作；4. 掌握接近顾客方法种类及适用范围； 5. 掌握推销洽谈的步骤和方法；6. 掌握推销洽谈的策略和技巧； 7. 掌握处理顾客异议的原则和思路；8. 掌握处理顾客异议的策略和方法； 9. 理解和掌握促成交易的基本策略；10. 掌握促成交易的方法和技巧； 11. 掌握跟踪服务的基本知识；12. 掌握跟踪服务的基础工作和策略； 13. 掌握门店推销技巧和方式；14. 掌握电话推销技巧和方式； 15. 掌握会展推销技巧和流程。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1. 能运用专业方法进行准顾客的识别与管理； 2. 能比较好地运用专业方法寻找准顾客； 3. 能按专业要求做好接近顾客前的准备工作； 4. 能灵活运用专业方法接近顾客； 5. 能正确运用推销洽谈的步骤和方法，循序渐进，实现推销洽谈的目标； 6. 能灵活运用推销洽谈的策略和技巧，逐步实现推销洽谈的目标； 7. 能正确对待顾客异议并能比较好地处理顾客异议； 8. 能正确运用促成交易的策略，实现推销洽谈的目标； 9. 根据跟踪服务的要求，做好商品销售的跟踪服务工作； 10. 能根据门店推销的特点，较专业规范地进行门店商品推销； 11. 能运用会展推销方法和策略进行会展推销工 12. 能根据电话推销的要求，较专业规范地进行电话推销 13. 能设计推销方案。 | | | | | |
| 教学内容 | 模块一：推销基础能力模块二：门店推销能力模块三：电话推销能力模块四：会展推销能力 模块五：推销方案设计 | | | | | | |
| 项目教学 | 项目1：寻找顾客能力项目2：接近顾客能力项目3：推销洽谈能力项目4：处理异议能力 项目5：促成交易能力项目6：跟踪服务能力项目7：门店销售能力项目8：电话推销能力 项目9：会展推销能力项目10：推销方案设计 | | | | | | |
| 教学方法 | 采用课程理论教学+三种实操形式 课程教学和实操充分相结合，即在每个课程项目采用理论教学+室内情景模拟+校内推销实战+企业上岗实战，一分理论三分实操，让生活活起来、动起来、比起来。 | | | | | | |
| 教学资源 | 主教材：现代推销实务，高等职业教育“十三五”规划教材。 参考教材：商品推销实务，校本教材。 3. 数字化教学资源：超星学习通 4、充分利用企业和有关单位资源进行实战化训练。 | | | | | | |
| 考核要求 | 考核类别 | 考核内容 | 考核指标 | 考核权重（%） | | | |
| | 过程性考核 (60%) | 课堂表现 | 出勤率、上课纪律 | 10 | | | |
| | | | 项目实操表现 | 30 | | | |
| | | 课前、课后任务 | 小组任务 | 10 | | | |
| | | | 个人任务 | 10 | | | |
| | 终结性考核 (40%) | 方案设计 | 小组完成度 | 20 | | | |
| 个人完成度 | 20 | | | | | | |
| 合计 | | | | 100 | | | |
| 本课程考核分为过程性考核和终结性考核两大部分，其中平时过程性考核占比60%，终结性考核占比40%，其中过程性考核又分为课堂表现及课前、课后任务两项考核任务，课堂表现保证课堂教学有序进行，课前、课后任务则保证课程教学质量。终结性考核是考核本课程总体能力目标是否达成。根据最终的考核结果来分析课程学习目标设计是否合理且难易适中，是否符合市场营销专业人才培养目标。 | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|--|---|------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 4 | 市场营销基础 | 开设学段 | 第一学期下半段 | | | |
| 合作开发企业 | 罗森尼娜食品有限公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 72 | 参考学分 | 4 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 具有较强的营销观念和市场意识，能够敏锐地感知形势变化、对市场具有有浓厚的职业兴趣，具有开拓进取的精神，生活中严于律己，宽以待人，严守纪律，遵守公共秩序。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1、正确理解市场营销的基本概念和基本原理 2、理解影响消费者购买行为的主要因素，掌握消费者购买行为的整个决策过程 3、深刻理解市场细分的概念、依据、原则和方法； 4、懂得如何进行目标市场选择，掌握目标市场策略和市场定位策略 5、掌握产品整体概念及层次构成，掌握产品组合策略、产品生命周期营销策略、品牌策略和包装策略； 6、理解营销定价目标，掌握定价方法和定价策略 7、分销渠道选择的因素和分销策略 8、掌握促销组合的基本策略、常用方法和技巧 | | | | | |
| | 能力目标 | 1、能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动作出比较专业的分析 2、能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和定位 3、能使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题； 4、能根据产品生命周期各阶段的特点采取相应的营销策略 5、能根据企业情况正确确定营销定价目标 6、能正确运用定价方法、定价策略去占领目标市场，实现企业经营目标 7、能为企业进行基本的促销活动策划，并能写出比较规范的促销策划书。 | | | | | |
| 教学内容 | 1、市场营销的基本概念和基本原理；2、影响消费者购买行为的主要因素；3、市场细分的概念、依据、原则和方法；4、目标市场选择；5、市场定位策略；6、4P 组合策略；7、营业推广的手段和方法。 | | | | | | |
| 教学项目 | 1、市场营销原理；2、市场营销战略三步骤；3、产品策略；4、价格策略；5、渠道策略；6、促销策略；7、综合实训模块。 | | | | | | |
| 教学方法 | 以学生为主体，以调动学生积极性为核心，以提高学生实际营销活动能力为贯穿课题的核心线索，实行理论教学与实践教学相结合的教学方法。采用灵活多样的教学方法。如角色扮演法、案例教学法、情景模拟法，参观调查法、社会实践法、小组讨论法、实物演示法等。同时，将教学过程延伸到社会。 | | | | | | |
| 教学资源 | 彭石普.《市场营销原理与实训教程》. 高等教育出版社出版 彭石普等. 市场营销案例与分析. 长沙: 湖南教育出版社出版 数字化教学资源: 超星学习通 | | | | | | |
| 考核要求 | 课程考核采用理论考核和实践考核相结合，过程性考核和终结性考核相结合的方式进行，最后按各占 50%的比例计入该课程毕业成绩。考核中要特别注重实践动手能力的考核。 过程性考核包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）、课堂作业（各能力训练分项目或任务完成的情况、成果，以及书面作业）、平时测试、课外作业等。 终结性考核包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|---|---|------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 5 | 营销策划 | 开设学段 | 第三学期下半段 | | | |
| 合作开发企业 | 罗森尼娜食品有限公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 72 | 参考学分 | 4 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 通过该课程的教学使学生树立规则意识，能遵守法律规范；具有开拓创新的精神，尊重市场规律。具有坚韧不拔的精神，能正视困难与挫折。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1. 正确理解策划与营销策划的涵义，掌握市场营销策划的程序。 2. 掌握营销策划书撰写的原则和技巧，弄清营销策划书撰写的内容结构。 3. 掌握促销策划的谋略与技巧。 4. 掌握制定营销策划方案的方法和技巧，知道怎样制订各类营销策划方案。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1. 能根据营销策划理论对某个具体营销策划方案作出比较专业的评价。 2. 能根据营销策划的程序对某个营销策划活动进行正确安排。 3. 能撰写比较规范的市场营销策划书。 4. 能根据营销策划的要求策划进行运作。 | | | | | |
| 教学内容 | 1、确定策划类型 2、确定方案框架 3、掌握评价标准 4、估算促销费用 5、确定方案内容 | | | | | | |
| 教学项目 | 1、确定策划类型2、确定方案主题3、确定方案框架 4、确定促销费用5、确定对象、产品 6、进行背景或市场分析7、选择促销方式，确定实施过程 8、确定宣传方式9、对效果进行评估 | | | | | | |
| 教学方法 | 教学方式：“五步”教学方法 课程教学和企业实际工作相结合，每个项目学习采取学校实训室授课与企业现场教学结合的教学方法进行。即根据各个项目的不同学习目标，选择在实训室学习或在企业进行。采取在线测试、调查问卷、现场操作、网上交流等信教学手段，使用自主学习、任务驱动、小组导论、现场教学等教学方法完成教学目标。 | | | | | | |
| 教学资源 | 1、教学教材 《营销策划能力基础》彭石普 北京邮电大学出版社 《营销策划》王学东 清华大学出版社 3、数字化教学资源 《营销策划能力》精品课程网站。课程介绍、课程整体设计方案、教学大纲、实训指导书、教学指导书、电子教案、习题案例库（含参考答案）、PPT课件、学生策划作品、教学参考文献目录、现场虚拟情景模拟录像、教学录像等教学资料已在精品课程网站上公布，实现了优质教学资源共享。 《营销策划能力》网络空间课程。课程设计方案、学习指导书、实训指导书、教学指导书、单元电子教案、习题案例库（含参考答案）、PPT课件、学生策划作品、案例和训练项目、常见问题解答、知识库、教学日常管理、教学录像等资料已上传到世界大学城，实现了优质教学资源共享。 | | | | | | |
| 考核要求 | 采取理论考核和实践考核相结合；形成性考核和终结性考核相结合；笔试、口试、操作、论文、方案相结合；开卷、闭卷相结合；第一课堂考核与第二课堂考核相结合；校内老师评价与企业、社会评价相结合；学生自评、互评相结合等方式灵活进行。形成性考核包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）；课堂作业；平时测试和课外作业等。终结性考核包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。最后按各占50%的比例计入该课程毕业成绩。 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|--|---|------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 6 | 广告实务 | 开设学段 | 第四学期上半段 | | | |
| 合作开发企业 | 罗森尼娜食品有限公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 72 | 参考学分 | 4 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 36 |
| 课程目标 | 素质目标 | 通过该课程的教学使学生知晓广告相关法律法规及道德要求，对工作满腔热情，不畏艰难，具有创新意识。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1、正确理解广告策划的含义，分析它的广义与狭义。 2、掌握广告策划的基本内容。 3、掌握广告策划中创意的方式方法。 4、熟悉广告活动的各项策略。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1、能够根据企业市场调查的背景和要求，设置出比较合理的广告策划初步方案。 2、能够对设计出的调查方案进行分析和评价。 3、能够根据企业的背景和要求出具有特色的广告创意。 4、通过阅读和评析优秀广告作品，熟悉和掌握广告活动的规律和表现技巧。 5、能够对设计出的广告方案组织人员进行各项产品的广告调查问卷。 6、能运用广告和营销的基本方法，根据各种具体产品进行系统的撰写广告策划。 | | | | | |
| 教学内容 | 1、确定广告策划的定义 2、策划广告市场调查 3、实施广告策划市场调查 4、分析市场调查中的资料 5、撰写广告策划方案 | | | | | | |
| 教学项目 | 1、确定广告策划市场调查目标 2、制定广告策划调查方案 3、制定广告策划方案中的调查内容 4、选择广告策划内容中的调查方法 5、组织实施广告策划调查方案 6、整理企业市场调查的资料 7、分析调查资料 8、编写广告策划方案 | | | | | | |
| 教学方法 | 采用启发式、研讨式、案例式、项目式、实践式等教学方法开展教学，强调“教、知、行”统一。 | | | | | | |
| 教学资源 | 1、参考《广告策划方案》初广志 编著等教材资源。 3、充分利用企业和有关单位资源进行企业的实际考察。 | | | | | | |
| 考核要求 | 1. 过程性考核 平时成绩主要有以下几个部分组成：1. 到课情况；2. 课堂讨论发言；3. 书面作业(含案例分析、能力测试和项目设计等)。这些成绩作为学生平时成绩一并记入总考核成绩中，分数占最终考核成绩 60%。 2. 终结性考核 期末考试采用闭卷考试，分数占最终考核成绩 40%。 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|---|---|------|---------|----|------|----|
| 课程名称 | 7 | 公共关系 | 开设学段 | 第三学期下半段 | | | |
| 合作开发企业 | 罗森尼娜食品有限公司 | | | | | | |
| 参考学时 | 36 | 参考学分 | 2 | 理论学时 | 18 | 实践学时 | 18 |
| 课程目标 | 素质目标 | 通过该课程的教学使学生有明确的政治方向和高度的政治觉悟，善于分析形势；善于控制自己的情绪和行为；对工作满腔热情，不畏艰难，勇于负责，持之以恒。 | | | | | |
| | 能力目标 | 1、能设计公共关系调查方案，编写相关调查报告 2、能运用组织识别系统的策划理念塑造组织形象。 3、能从容应对公关交际和商务交往中的各类活动，并显示出公共关系人员必要的礼仪修养。 4、能完成各种公共关系策划项目。 5、能运用各种协调和沟通方法解决组织内外各种公关问题。 6、能把握各项专题活动的策划及实施。 7、能识别危机及进行相应的防范策划。 | | | | | |
| | 知识目标 | 1、掌握公共关系的有关基本知识。 2、掌握公关策划的方式、类型、方法和技巧等。 3、掌握公共关系协调和沟通的有关方法。 4、掌握专题活动的类型及特点。 5、掌握危机管理知识及管理方法。 | | | | | |
| 教学内容 | 模块一：基本要素。模块二：形象塑造。模块三：公关策划。模块四：公关实务。 | | | | | | |
| 教学项目 | 项目 1：公共关系概论。项目 2：公共关系主体。 项目 3：公共关系客体。项目 4：公共关系传播。 项目 5：组织形象管理。项目 6：社交礼仪。 项目 7：公共关系运作程序。项目 8：公共关系活动模式。 项目 9：公共关系创意策划。项目 10：公共关系的协调。 项目 11：公共关系的沟通。项目 12：公共关系专题活动。 项目 13：公共关系的危机管理。 | | | | | | |
| 教学方法 | 采用启发式、研讨式、案例式、项目式、实践式等教学方法开展教学，强调“教、知、行”统一。 | | | | | | |
| 教学资源 | 1、超星学习通创建该课程的网络教学资源。 2、参考吴东泰《实用公共关系学》等教材资源。 3、运用中国公关网（www.chinapr.com）和中国公关门户网站（www.17apr.com）等网站资源。 4、充分利用企业和有关单位资源进行实战化训练。 | | | | | | |
| 考核要求 | 1. 过程性考核 （1）根据平时考勤和回答问题，以及团队合作精神的表現给分，占期末成绩 20%。每旷课 1 节，扣 1 分（可扣至负分）。考核学生平时表现，以及团队合作等能力 （2）每次项目学习时，根据演练、训练的情况给分，每个项目给 10 分，单项考核累计的成绩，占期末总成绩 40%。考核学生单项训练中的分析与策划能力。 2. 终结性考核 期末考试采用项目化考试，学生撰写公关策划方案，分数占最终考核成绩 40%。 | | | | | | |

| 课程名称 | 8 | 市场营销综合训练 | 开设学段 | 第五学期上半段 | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|------|---------|----|------|----|------|---------|------|----|-----------|----|------------|----|----------------------|----|-------------------------|----|
| 合作开发企业 | 罗森尼娜食品有限公司 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 参考学时 | 108 | 参考学分 | 6 | 理论学时 | 36 | 实践学时 | 72 | | | | | | | | | | | | |
| 课程目标 | 素质目标 | 学生的心理素质提高，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中各种问题；具有规则意识，能遵守法律规范；具有开拓创新的精神，尊重市场规律；具有坚韧不拔的精神，能正视困难与挫折。 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 能力目标 | 1. 能够根据调查的背景和要求，设置出比较合理的市场调查的初步方案。能够对调查的数据进行整理和分析。 2. 能够撰写谈判报告，能按要求进行谈判并达成目标。 3. 能够根据要求制定合适的策划方案 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 知识目标 | 1.掌握市场调查资料整理和分析的步骤和方法。 2.掌握写市场调查与分析报告的基本要求和方法。 3.把握商务谈判开局的方法和策略 4.把握商务谈判的策略和技巧。 5.各种方案的框架及要求。 6.策划方案写作技巧。 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 内 教 学 容 学 | 项目一 调查方案撰写 项目二 调查报告撰写 项目三 商务谈判方案 项目四 谈判流程及技巧 项目五 策划方案框架及要求 项目六 方案撰写技巧 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 教学项目 | 1、确定市场调查目标 2、制定市场调查方案 3、编写市场调查与分析报告 4、识别谈判事务 5、谈判信息搜集 6、商务谈判计划书 7、买卖谈判技巧 8、策划类型 9、确定方案主题 10、确定方案框架 11、撰写技巧 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 教学方法 | 采用课程理论教学+调查实操+谈判实操+策划实操 课程教学和实操充分相结合，即在每个课程项目采用理论教学+室内情景模拟。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 教学资源 | (1) 课程校内实训资源：商务谈判室、营销策划实训室 (2) 课程教材资源： 《湖南省市场营销技能抽查题库》.湖南大学出版社.2017 《郴州职业技术学院市场营销专业技能抽查题库》.2019 (3) 课程数字资源 学习通平台等 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 考核要求 | <table border="0"> <thead> <tr> <th>考核内容</th> <th>考核权重（%）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1、出勤</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2、互动、交流情况</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>3、平时作业书面作业</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>4、小组讨论案例分析、能力测试和项目设计</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>5、期末考核 理论知识、实践、应用创新的综合性</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | | 考核内容 | 考核权重（%） | 1、出勤 | 10 | 2、互动、交流情况 | 20 | 3、平时作业书面作业 | 10 | 4、小组讨论案例分析、能力测试和项目设计 | 20 | 5、期末考核 理论知识、实践、应用创新的综合性 | 40 |
| 考核内容 | 考核权重（%） | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1、出勤 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2、互动、交流情况 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3、平时作业书面作业 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4、小组讨论案例分析、能力测试和项目设计 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5、期末考核 理论知识、实践、应用创新的综合性 | 40 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.专业选修课

表9 专业选修课课程设置及要求

| 序号 | 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 计划学时 |
|----|--------|---|--|--|------|
| 1 | 超市经营管理 | <p>【素质目标】培养规范的操作意识与责任意识；诚实守信；团结协作意识。</p> <p>【知识目标】了解超市行业的发展趋势；了解超市经营的流程；掌握超市各岗位的职责及操作要求。</p> <p>【能力目标】能进行正确选址；能处理好陈列；能正确进行采购决策；能制定正确的销售价格；能设计具有效果的促销方案。</p> | 超市发展趋势、分类；超市选址原则；超市布局的方法；商品分类；商品采购制度；商品陈列的原则及方法；价格制定方法；商品促销方式；收银员管理；商品防损制度。 | 主要采用“理论+实践”教与学互动，引导学生主动思考；通过动手实践，让学生能完成对超市经营所有流程与环节的具体操作。 | 36 |
| 2 | 会展营销 | <p>【素质目标】培养规范意识与责任意识；培养诚信意识、团结协作意识；诚实守信。</p> <p>【知识目标】了解会展营销管理工作要求的理论素养和操作技能；了解成为会展管理领域所需要的会展营销的专业人才要注重；掌握会展市场调查的基本组织方式和市场调查的基本方法。</p> <p>【能力目标】能够熟练地运用基本分析模型进行会展营销环境分析；能对会展市场进行细分；能正确选择目标市场并进行市场定位；能够比较准确的分析消费者的购买动机、采取相应的营销策略；够针对具体会展企业选择与设计产品策略与价格策略、促销策略。</p> | 会展营销的概念与定义、会展市场营销的发展及趋势、国内外会展营销的现状、会展宏观环节和微观环境、会展营销环境的含义及特点、熟悉行业市场结构分析、swot分析、五力竞争模型分析、会展营销调研的内容及程序、会展市场细分的原则与要求、熟悉会展产品定价、分销、渠道、促销策略 | 知识点讲授；案例与分析；教师讲解与指导；分组任务演练与比赛。 | 36 |
| 3 | 新媒体营销 | <p>【素质目标】培养学生自学能力和动手解决问题的能力、创新意识和敬业精神。</p> <p>【知识目标】掌握新媒体营销基本理论和研究方法，树立现代的移动互联网新媒体营销理论；掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够系统运营企业微博；能成功打造微博自媒体；掌握新品上市不同阶段的新媒体营销技巧。</p> <p>【能力目标】能够全面构建新媒体营销系统；能掌握新媒体营销多元化发展背景下各个新模式的</p> | 新媒体内涵和特征、新媒体营销内涵特点及主要载体；掌握微博营销的定位、规划、日常运营、推广、设计活动方案和效果监控评估；掌握微信营销的运营推广技巧、使用攻略、定位运营；文案策划，爆款产品的打造；视频和音频、直播运营。 | 结合实际案例进行新媒体营销基础知识讲解，教学内容设计以网络营销推广的整体业务流程为主，以培养新媒体营销思维为目标，使学生不仅掌握新媒体营销的理论知识，并且能掌握初步新媒体营销操作方法。 | 36 |

| | | | | | |
|---|-------|--|--|---|----|
| | | 特点。 | | | |
| 4 | 投资与理财 | <p>【素质目标】培养规范意识与责任意识；使学生树立规则意识，能遵守法律规范；具有开拓创新的精神；具有坚韧不拔的精神，能正视困难与挫折；诚实守信。</p> <p>【知识目标】了解理财的产品；了解基本的财务知识；掌握合理配置的比例</p> <p>【能力目标】能够按照客户的风险偏好和家庭财务状况为其选择合适的理财产品；能够与客户进行良好的沟通；能够搜集资料、分析资料；能够对市场发展趋势进行分析；能够制定理财规划；能为投资者决策提供有价值的参考意见。</p> | 理财规划的内容和流程、货币时间价值、理财目标评价方法；个人或家庭财务管理基本原则，资产负债表、现金流量表、收支预算的编制与分析；投资规划概念、程序、投资收益与风险的衡量、投资规划工具、资产配置与调整。 | 知识点讲授；案例与分析；教师讲解与指导；理财模拟。 | 36 |
| 5 | 汽车营销 | <p>【素质目标】培养规范意识与责任意识；遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度；自主学习、善于观察，养成积极思考问题，具有团队意识和较强执行力的习惯。</p> <p>【知识目标】了解汽车行业的发展趋势；掌握汽车销售的基本流程；熟悉汽车行业的经营活动意图。</p> <p>【能力目标】熟练分析环境对汽车市场营销的营销；能熟练分析消费者购车行为；能实施汽车市场调研；能熟练执行汽车营销策略；能较为熟练策划汽车市场活动；能开发潜在目标客户。</p> | 市场营销的理论和方式；汽车市场营销观念；世界汽车市场的现状与趋势；我国汽车市场的现状与趋势；汽车企业应对营销环境威胁的策略；汽车制造商市场活动策划的营销渠道。 | 确定本课程对应的岗位为企业汽车营销岗位。在掌握了知识目标的基础上，通过典型案例的分析，目前行业最热事件的分析，将理论知识传授。 | 36 |
| 6 | 房地产营销 | <p>【素质目标】培养规范意识与责任意识；遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度；自主学习、善于观察，养成积极思考问题，具有团队意识和较强执行力的习惯。</p> <p>【知识目标】了解房地产的法律法规；了解房地产行业的发展趋势；掌握房产交易的流程。</p> <p>【能力目标】能独立完成房产的推销工作；能独立完成交易合同的制定和签字；能捕捉交易机会。</p> | 房地产相关知识点，房地产开发过程基础知识，一手房开发流程，宣传营销，物业管理等 | 知识点讲授；案例与分析；教师讲解与指导。 | 36 |

七、教学进程总体安排

(一)课程学时比例分配

表 10 课程学时比例分配表

| 序号 | 课程类型 | | 课程门数 | 教学课时 | | | 学时比例 (%) | 实践学时比例 (%) | 备注 | |
|----|-------|-------|------|------|------|------|----------|------------|--------|------|
| | | | | 学分 | 理论学时 | 实践学时 | | | | 学时小计 |
| 1 | 公共必修课 | | 10 | 30 | 222 | 352 | 574 | 20.53% | 61.32% | |
| 2 | 公共选修课 | | 3 | 9 | 72 | 90 | 162 | 5.80% | 55.55% | |
| 3 | 专业必修课 | 专业基础课 | 7 | 24 | 216 | 216 | 432 | 15.45% | 50.00% | |
| 4 | | 专业核心课 | 8 | 29 | 234 | 288 | 522 | 18.67% | 55.1% | |
| 6 | | 专业实践课 | 4 | 54 | 30 | 930 | 960 | 34.33% | 96.88% | |
| 7 | 专业选修课 | | 4 | 8 | 72 | 72 | 144 | 5.15% | 50.00% | |
| 总计 | | | 36 | 154 | 846 | 1948 | 2794 | | 69.7% | |

其中：学时总计为 2794 学时，公共基础课程学时占总学时的 26.34%，选修课教学时数占总学时的 10.95%，实践性教学学时占总学时的 69.7%。

注：集中实践环节以整周为单位进行安排（一周折算为 24 课时）。

(二)教学环节时间分配表

表 11 专业教学环节时间分配表

| 学期 | 教 学 活 动 | | | | | | | | | |
|----|-----------|------|-----------|--------------|------|------|-------|------|--|------|
| | 国家安全与军事教育 | 课堂教学 | 专业能力实践或实训 | 劳动教育 | 毕业设计 | 顶岗实习 | 机动与考试 | 跟岗实习 | | 合计 |
| 1 | 2w (14 天) | 16w | | 1w (课外实施) | | | 2w | | | 20 w |
| 2 | | 18 w | | | | | 2w | | | 20 w |
| 3 | | 8w | | 1w (课外实施) | | | 2w | 10w | | 20 w |
| 4 | | 17 w | 1w | | | | 2w | | | 20 w |
| 5 | | 9 w | 1 w | | 4w | 4 w | 2w | | | 20 w |
| 6 | | | | | | 20 w | | | | 20 w |

(三)教学进程安排表

表 12 教学进程安排表

| 课程类别 | | 课程名称 | 课程性质 | 课程编码 | 学分 | 总学时 | 学时分配 | | 考核方式 | 第一学期 | | 第二学期 | | 第三学期 | | 第四学期 | | 第五学期 | | 第六学期 | |
|---------|--------|---------|----------------------|----------|--------|--------|------|------|------|-----------|------------------------|--------------|-----|---------|-----|------|-----|------|---|--------|--|
| | | | | | | | 理论教学 | 实践教学 | | 上 | 下 | 上 | 下 | 上(跟岗实习) | 下 | 上 | 下 | 上 | 下 | (顶岗实习) | |
| 一级 | 二级 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 公共基础课 | 公共必修课 | 1 | 思想道德与法治 | A | A09001 | 3 | 48 | 32 | 16 | 考试(1) | 4*7 | 4*5 | | | | | | | | | |
| | | 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | A | A09002 | 4 | 72 | 48 | 24 | 考试(2) | | | 4*9 | 4*9 | | | | | | | |
| | | 3 | 形势与政策 | A | A09004 | 1 | 32 | 16 | 16 | 考查 | 8学时/学期,共四学期 | | | | | | | | | | |
| | | 4 | 大学生心理健康教育 | A | A09003 | 2 | 32 | 24 | 8 | 考查(1) | 2*9 | 2*9 | | | | | | | | | |
| | | 5 | 创新创业基础 | C | A08401 | 2 | 32 | 16 | 16 | 考查(2) | | | 2*9 | 2*7 | | | | | | | |
| | | 6 | 大学生职业发展与就业指导 | A | A08400 | 2 | 32 | 16 | 16 | 考查(3) | | | | | 2*9 | 2*7 | | | | | |
| | | 7 | 国家安全与军事教育※ | C | A08500 | 4 | 148 | 36 | 112 | 考查 | 14天 | | | | | | | | | | |
| | | 8 | 大学体育与健康 | B | A08512 | 7 | 108 | 12 | 96 | 考试(1、2、4) | 2*7 | 2*9+4 (●) | 2*9 | 2*9 | | | 2*9 | 2*9 | | | |
| | | 9 | 劳动教育 | B | B05008 | 4 | 64 | 16 | 48 | 考查 | 16节专题教育,2周劳动实践(不占用教学周) | | | | | | | | | | |
| | 1 | 艾滋病预防知识 | B | B05006 | 1 | 6 | 6 | 0 | 考查 | 1学时讲座/年 | | | | | | | | | | | |
| | 小计/周学时 | | | | | 30 | 574 | 222 | 352 | | | | | | | | | | | | |
| | 公共选修课 | 3选1 | 1 | 信息技术 | C | A08201 | 3 | 54 | 18 | 36 | 考查(1) | 8*7 | | | | | | | | | |
| | | | 2 | 中华优秀传统文化 | C | A08103 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(2) | | | | 4*9 | | | | | | |
| | | | 3 | 书法鉴赏 | C | A08108 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(2) | | | | 4*9 | | | | | | |
| | | | 4 | 应用文写作 | C | A08100 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(2) | | | | 4*9 | | | | | | |
| 5 | | | 过级英语 | C | A08328 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考试(2) | | | 4*9 | 4*9 | | | | | | | |
| 小计/周学时 | | | | | 9 | 162 | 72 | 90 | | | | | | | | | | | | | |
| 公共基础课合计 | | | | | 39 | 736 | 294 | 442 | | | | | | | | | | | | | |
| 专业课 | 专业基础课 | 1 | ◆管理学基础 | C | A02221 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考试(1) | 8*7 | | | | | | | | | | |
| | | 2 | ◆经济学基础 | C | A02223 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考查(2) | | | 8*9 | | | | | | | | |
| | | 3 | ◆★客户关系管理 | C | A02102 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考查(4) | | | | | | | 8*9 | | | | |
| | | 4 | ◆消费者行为分析 | C | A02226 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(2) | | | 4*9 | | | | | | | | |
| | | 5 | 会计基础 | C | A02001 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考查(4) | | | | | | | 8*9 | | | | |
| | | 6 | ◆网络营销 | C | A02106 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考查(3) | | | | | 8*9 | | | | | | |
| | | 7 | 渠道管理 | C | A02207 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(4) | | | | | | | 4*9 | | | | |
| 小计/周学时 | | | | | 24 | 432 | 216 | 216 | | | | | | | | | | | | | |
| 专业核心课 | | 1 | ★商务谈判 | C | A02203 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考试(4) | | | | | | 8*9 | | | | | |
| | | 2 | ★◆市场调查与分析 | C | A02202 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考试(1) | | 8*9 | | | | | | | | | |
| | | 3 | ★推销技术 | C | A02201 | 3 | 54 | 18 | 36 | 考查(2) | | | 6*9 | | | | | | | | |
| | | 4 | ★◆市场营销基础 | C | A02222 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考试(1) | | 8*9 | | | | | | | | | |
| | | 5 | ★营销策划 | C | A02204 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考试(3) | | | | | 8*9 | | | | | | |
| | | 6 | ★广告实务 | C | A02205 | 4 | 72 | 36 | 36 | 考查(4) | | | | | | 8*9 | | | | | |
| | | 7 | ★公共关系 | C | A02206 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(3) | | | | | 4*9 | | | | | | |
| | | 8 | 市场营销综合训练 | C | A02208 | 6 | 108 | 36 | 72 | 考查(5) | | | | | | | | 12*9 | | | |

| 课程类别 | | 课程名称 | 课程性质 | 课程编码 | 学分 | 总学时 | 学时分配 | | 考核方式 | 第一学期 | | 第二学期 | | 第三学期 | | 第四学期 | | 第五学期 | | 第六学期 | |
|------|-------|--------------|---------------|------|--------|--------|------|------|------|------|-------|------|----|---------|-----|------|----|------|-----|--------|-----|
| | | | | | | | 理论教学 | 实践教学 | | 上 | 下 | 上 | 下 | 上(跟岗实习) | 下 | 上 | 下 | 上 | 下 | (顶岗实习) | |
| 一级 | 二级 | 小计/周学时 | | | | 29 | 522 | 234 | 288 | | | | | | | | | | | | 20W |
| | 专业实践课 | 1 | 商务谈判实训(已计入课程) | B | | \ | 1W | \ | 1W | \ | | | | | 1W | | | | | | |
| | | 2 | 专业技能考核模拟 | B | A06078 | 1 | 24 | 0 | 24 | | | | | | | | | | 1w | | |
| | | 3 | 毕业设计 | C | B05001 | 7 | 120 | 30 | 90 | \ | | | | | | | | | 5w | | |
| | | 4 | 顶岗实习 | B | B05003 | 32 | 576 | 0 | 576 | \ | | | | | | | | | 4w | 20w | |
| | | 5 | 跟岗实习 | B | B05004 | 14 | 10W | \ | 10W | \ | | | | 10W | | | | | | | |
| | | 小计/周学时 | | | | 54 | 960 | 30 | 930 | | | | | | | | | | | | |
| | 专业选修 | 1 | 新媒体营销 | 2选 | C | A02244 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(5) | | | | | | | | 4*9 | | |
| | | 2 | 投资与理财 | 1 | C | A02243 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(5) | | | | | | | | 4*9 | | |
| | | 3 | 会展营销 | | C | A02242 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(4) | | | | | 4*9 | | | | | |
| | | 4 | 超市经营管理 | | C | A02230 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(5) | | | | | | | | 4*9 | | |
| | | 5 | 汽车营销 | 2选 | C | A01231 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(3) | | | | 4*9 | | | | | | |
| | | 6 | 房地产营销 | 1 | C | A01232 | 2 | 36 | 18 | 18 | 考查(3) | | | | 4*9 | | | | | | |
| | | 小计/周学时 | | | | 8 | 144 | 72 | 72 | | 24 | 24 | 24 | 22 | 2 | 26 | 22 | 22 | 20 | | |
| | | 专业课合计 | | | | 11 | 2058 | 552 | 1506 | | | | | | | | | | | | |
| | | 总学时/学分/平均周学时 | | | | 154 | 2794 | 846 | 1948 | | | | | | | | | | | | |

【说明】：

(1) 单项技能训练、综合技能训练等集中方式开展的实训，根据实训内容，编排进专业基础课程和专业核心课程类别里，集中实训不计算专业基础课和专业核心课程门数中，但计算在总课程门数中。

(2) 实习实训环节每周按 24 学时数（每周计 1 学分）计入总的计划学时；

(3) 课程性质填：“理论课”、“实践课”、“理实一体”等。

(4) 课程的开设方式中的 2*5w 表示“周学时×周数”，实训实习课程“xw”代表“周数”；

(5) 标注◆者为专业群内共享课程，标注※为纯线上教学课程，标注★为专业核心课程；

(6) “考核方式”中后面括号表示考试或考查的学期，如“考试(2)”表示第二期考试。

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为 23:1，双师素质教师占专业教师比例为 71%，专任教师队伍中的有教授 1 人、副教授 4 人、讲师 7 人、助教 2 人；40 岁以下 5 人、45-50 岁 6 人、50 岁以上 3 人。

表 13 师资配置与要求

| | | | | |
|-------|---------------|---|----------------|---------------|
| 生师比 | ≤25:1 | | | |
| 专兼职比 | >3:1 | | | |
| 双师比 | 71% | | | |
| 年龄 | 20-30 岁 (人) | 30-40 岁 (人) | 40-50 岁 (人) | 50-60 岁 (人) |
| | 1 | 4 | 6 | 3 |
| 学历学位 | 本科 (人) | 硕士 (人) | 博士 (人) | 博士以上 (人) |
| | 5 | 9 | 0 | 0 |
| 职称 | 助教 (同等职称) (人) | 讲师 (同等职称) (人) | 副教授 (同等职称) (人) | 教授 (同等职称) (人) |
| | 2 | 8 | 3 | 1 |
| 素质要求 | | | | |
| 专业带头人 | 1 | 原则上应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，了解行业企业对本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。 | | |
| 专任教师 | 10 | 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、管理科学与工程、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销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；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。 | | |
| 兼职教师 | 3 | 主要从市场营销企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担《新媒体营销》、《商品推销》、《市场调查与分析》、《房地产营销》、《汽车营销》、《汽车营销》等课程实训教学、学生职业发展规划指导等专业教学任务。 | | |

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；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、管理学、经济学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；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；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人能够较好地把握批发零售行业及专业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的切实需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在零售行业具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从相关校企合作企业及实习实训基地聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称（同等职称），能承担《会展营销》、《汽车营销》等专业课程教学，能够承担业务主管、市场主管、市场专员等岗位的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习实训基地。

1. 专业教室基本条件

专业教室应配备黑(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，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

校内实训室应具有能够满足营销策划、沙盘模拟、网络营销、商务谈判、心理训练等实训要求的教学软硬件设施设备，确定专职实训指导教师，实训管理及实施规章制度齐全。

表 14 校内教学场地配置与要求

| 序号 | 校内教学场地名称 | 功能 (实训实习项目) | 面积、设备名称及台套数要求 | 容量(一次性 容纳人数) |
|----|---------------|------------------|--|-----------------|
| 1 | 多媒体教室 | 课程教学、实习实训 | 教学机柜、软件设备、黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,互联网接入 | 60 人 |
| 2 | 营销策划实训室 | 营销沙盘运作、营销策划实训 | 营销沙盘模拟软件、投影、白板、空调、服务器、计算机、音响设备,互联网接入 | 80 人 |
| 3 | 市场营销软件综合模拟实训室 | 营销综合模拟实训 | 因纳特市场营销模拟平台、奥派网络营销实践平台;投影、白板、空调、音响设备,互联网接入 | 50 人 |
| 4 | 商务谈判实训室 | 商务谈判仿真实训 | 计算机 8 台,谈判桌椅设备、投影、白板、空调、音响设备,互联网接入 | 80 人 |
| 5 | 营销心理实训室 | 营销人员团体心理辅导、营销人员心 | 心理实训桌、沙发、模型、空调 | 40 人 |

| 序号 | 校内教学场地名称 | 功能 (实训实习项目) | 面积、设备名称及台套数要求 | 容量(一次性 容纳人数) |
|----|----------|----------------|---------------|-----------------|
| | | 理测评 | | |

3. 校外实训场地基本条件

具有稳定的校外实训基地。遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则，选择拥有市场营销专业技能能手，人才培养、选拔体系比较完善，管理规范、经营业绩突出、社会认可度高的企业作为校外实训基地；可供完成销售、市场等岗位群核心技能的训练和跟岗实习；实训岗位和实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 15 校外实训场地配置与要求

| 序号 | 校外实训场地名称 | 实训项目 | 条件要求 | 容量(一次性 容纳人数) |
|----|------------------|----------------------------|----------------------|-----------------|
| 1 | 湖南罗森尼娜食品 公司 | 推销技术、市场调查与分析、 营销策划 | 工作现场产品、工作服装、培训 等 | 30~50 人 |
| 2 | 郴州美丽年华食品 有限公司 | 推销技术、渠道管理、广告 实务、消费者行为分析 | 工作现场产品、工作服装、培训 等 | 30~50 人 |
| 3 | 郴州生源超市 | 会计基础、推销技术 | 工作现场产品、办公桌、电话、 电脑 | 30~50 人 |
| 4 | 郴州国际会展中心 | 会展营销、市场调查与分析、 广告实务、公共关系 | 办公桌、电话、电脑 | 30~50 人 |

4. 学生实习基地基本条件

具有稳定的校外实习基地。优先选择管理规范、经营业绩突出、社会认可度高、具有完善的培训机制和提供住宿条件的企业作为学生实习基地，能提供销售员、店长助理、策划专员等相关实习岗位，能涵盖当前市场营销专业的普遍技能，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 16 校外实习基地配置与要求

| 序号 | 学生实习基地名称 | 实习项目 | 条件要求 | 容量(一次性 容纳人数) |
|----|------------------|----------------------------|---------------------|-----------------|
| 1 | 湖南罗森尼娜食品 公司 | 推销技术、市场调查与分析、 营销策划 | 工作现场产品、工作服装、培训 等 | 30~50 人 |
| 2 | 郴州美丽年华食品 有限公司 | 推销技术、渠道管理、广告 实务、消费者行为分析 | 工作现场产品、工作服装、培训 等 | 30~50 人 |
| 3 | 广州市合富置业有 限公司 | 房地产营销、营销策划、 | 培训、工作服、电脑、交通工具 等 | 30~50 人 |

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有可利用的超星学习通数字化教学资源库，知网、维普等文献资料、常见问题解答等信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教

学效果。

（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、图书及数字资源等。

1. 教材选用基本要求

教材选用按照国家十三五规划教材、省级优秀教材、校本教材顺序优先选用；教材选用符合《郴州职业技术学院教材管理办法》相关要求；同时建立由教研室组织专业教师、行业企业专家等共同商定、二级院系党政联席会审定的教材选定流程。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足市场营销专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。订阅有关市场营销专业理论、技术、方法以及实务操作类专业图书、文献资料，达 600 册，其中，学术期刊不少于 30 种。

3. 数字资源配备基本要求

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。专业课程在超星学习通建设 90% 以上的数字化网络课程，以便进行线上线下混合式教学。另外，还可借鉴学习通平台、中国大学慕课国家级精品课程等网络教学平台中有关市场营销专业的优秀教学资源，合作企业的案例库及素材，充分满足学生的专业学习。

（四）教学方法

在专业教学中，倡导任务驱动教学、案例教学、小组合作教学、体验式教学方法和策略。在教学模式上实行“三个课堂一体化教学、校内实训、校外顶岗实习”教学模式，在教学方法上采用不同的教学组织形式。

理论课程建议采用专任教师、兼职教师、实训指导教师共同完成，通过项目实战或模拟方式组织实训教学。教学地点一般在校内实训室。

实践课程建议采用以校外指导教师为主、校内指导教师为辅，通过在生产、经营、管理一线顶岗实践，完成企业实际项目组织教学。教学地点一般在合作企业。

（五）学习评价

1. 教师教学评价

教师教学评价主要有三个方面：一是院日常教学督查及考核；二是督导组及教研室同行听、评课的评价情况；三是学生评教及学生代表座谈会反馈。同时结合日常过程质量监控进行总体评价。

2. 学生学习评价

学生学习评价主要采取过程考核和终结性考核相结合的原则（形成性考核），以学习过程考核为主，终结性考核为辅，学习过程考核占总分值的 60%，终结性考核占总分值的 40%。其中，学习过程考核应包括学生到课考勤和学习态度（含听课状态、作业、作品或单项职业能力训练完成情况）等方面；终结性考核即课程期末卷面（上机）考试或考查，有些课程也可以用综合职业能力训练项目考核来替代。

3. 社会评价

社会评价由合作企业、实习企业、学生工作企业方工作者和毕业学生全方位的总体评价。

（六）质量管理

1. 建立健全学校质量诊断与改进制度, 健全专业教学质量监控管理制度, 完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设, 通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进, 达成人才培养规格。

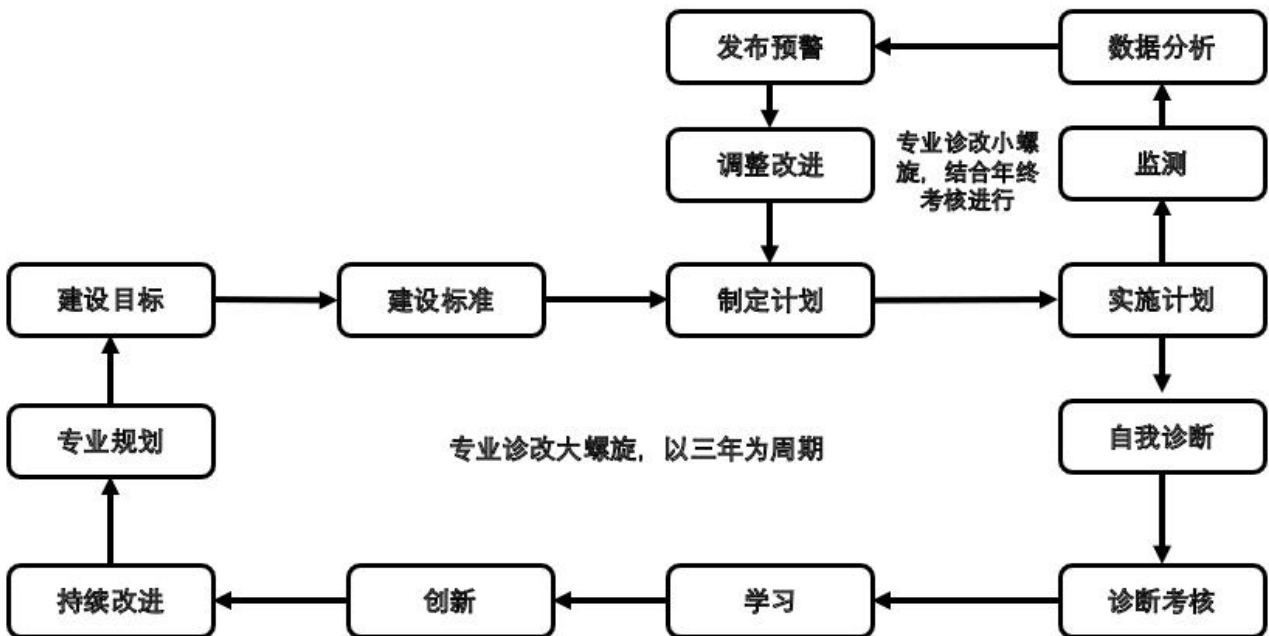


图 1 诊断与改进 8 字螺旋图

2. 建立健全学校与二级院系的教学管理机制, 加强日常教学组织运行与管理, 定期开展

课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。学校各部门具体职责分工如下：

学校负责教学计划、教学运行管理、教学质量督查与考核、师资队伍建设与业务培训、专业及课程建设管理等常规工作。二级院系负责专业建设、校企合作、教学实施与管理、实训实习基地建设、学生技能培养与就业指导、毕业设计、技能考核等。专业教研室负责专业教研教学常规工作，定期开展教研活动，负责制定人才培养方案，审定教师课程教学方案，开展教学常规检查、同行听评课、教师教学评价、学生技能考核，督查教师教学完成的效果等。教师参与专业课程建设，创新教学方法和教学技能，保证教学效果。专业教师一学期须听课评课4次；每学期应保证有60%教师开展公开课、示范课教学活动，新教师必须实行一对一指导两年；教师若发生教学事故，不得参与当年评优评先，年度考核不高于合格等次。

3. 建立健全毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 建立健全评价结果的应用与改进机制，专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

（一）学分要求：必须修满154学分，完成规定的教学活动。

（二）毕业设计要求：合格。

（三）学生综合素质要求：毕业时达到专业人才培养方案中的素质、知识和能力等方面要求。

（四）符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十、附录

附件1 2021级市场营销专业人才培养方案编制团队

附件 1

2021 级市场营销专业人才培养方案编制团队

(一) 主持人：颜威

(二) 参与者：

1、校内教师：谢平楼、袁宁、宾敏、刘长军、侯梦飞、聂国秋、陈复会

2、行业企业代表：陈安琦（广州合富置业有限公司行政经理）、张雯（郴州罗森尼娜食品有限公司人事经理）

4、其他学校专家：匡爱民（湘南学院经管学院院长、教授）

5、毕业生代表：付林泉（市场营销（3）141 班，光大银行郴州分行部门经理）、李明贤（市场营销（3）181，广州品硬生物有限公司董市长）

6、学生代表：许美莲（市场营销（3）191 班）林玉萍（营销（3）202）