

九州职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

专业带头人： 张洋州

专业群主任： 刘雨花

系院审批： 张洋州

教务处审批： 张洋州

学校审批： 张蜀喜

二〇二二年五月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
(一) 培养目标.....	2
(二) 培养规格.....	2
1.素质.....	2
2.知识.....	2
3.能力.....	3
六、典型工作任务与职业能力分析.....	3
七、课程设置及要求.....	6
八、课程简介.....	8
(一) 公共基础课程.....	7
(二) 职业基础课程.....	19
(三) 职业技术课程.....	21
(四) 职业拓展课程.....	22
(五) 专业选修课程.....	24
(六) 公共选修课程.....	26
(七) 岗位单项技能课程.....	31
(八) 岗位综合技术技能课程.....	32
九、岗位技能训练主要内容和要求.....	45

十、资格证书.....	48
十一、毕业条件.....	49
十二、实施保障.....	49
十三、学时分配与教学安排.....	53
(一) 本专业各教学环节时间分配总表.....	41
(二) 学时/学分分配表.....	55
(三) 年度培养目标表.....	55
(四) 教学进程表.....	55
(五) 教学安排表.....	55
(六) 岗位技能训练安排表.....	57

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销，730602，隶属商贸专业群。专业特色：在专业课程设计上符合产业需要，即满足休闲产业与电子商务产业需求，注重学生实践能力的培养，提供学生课堂实验、课外实习的平台，培养理论基础扎实，实践能力较强的复合型应用人才。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。入学时间为秋（春）季。

三、修业年限

基本学制三年，专科。根据《九州职业技术学院学分制学籍管理办法》学生可以在2~6年内毕业。

四、职业面向

所属专业大类	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类	生产、流通企业、商品服务业	销售类	销售专员、置业顾问、营业员、销售业务主管	高级营销员 助理市场营销师
财经商贸大类	生产、流通企业、商品服务业	市场类	市场策划员、市场调查员、市场推广主管、市场促销员、互联网	高级营销员 助理市场营销师
财经商贸大类	生产、流通企业、服务	策划类	策划员、企划员	高级营销员 助理市场营销师
财经商贸大类	生产、流通企业、商品	客服类	客户专员、售后服务专员、客户代表	高级营销员 助理市场营销师

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备较强的市场分析能力、营销策划能力、产品销售能力、营销管理能力、创新创业等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

（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。

1.素质

（1）职业素质

①具有专业技术素质，掌握现代营销基本理论及技巧，组织和执行企业的营销管理；能利用市场调研知识、消费者行为知识分析解决一定的实际营销问题；能利用营销知识和促销方法解决现场问题。

②具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。

（2）社会素质

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

②崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

③具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

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

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

⑥具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

2.知识

（1）基本知识

①掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

②熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

③具有较强语言与文字表达能力、处理公文的能力和开拓市场要求相适应的英语听说

读写能力。

(2) 核心知识

良好的市场营销及相关专业基础知识，掌握企业应对市场变化所需要的市场营销技术，具备市场调研与分析、产品管理、价格管理、渠道管理、促销管理、销售与策划管理等技能知识；熟悉商品知识，了解卖场布局与商品陈列，熟悉网络营销知识。

3.能力

(1) 核心能力

- ①市场调研技能：获得信息的技能；
- ②市场分析技能：营销环境分析，消费者分析，竞争者分析；
- ③营销策划技能：能设计策划方案；网络营销与推广；
- ④产品销售技能：访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力；
- ⑤客户管理技能：客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理。

(2) 拓展能力

- ①具有一定的人际交往、沟通能力；
- ②具有一定的市场营销能力；
- ③具有一定的创新思维能力；
- ④具有整合资源进行创业的基本素质与基本能力。

六、典型工作任务与职业能力分析

典型工作任务与职业能力及对应课程

序号	典型工作任务	职业能力	课程
1	市场调查	1.组织制定市场调查方案，设计调研报告； 2.负责组织调研的实施； 3.负责行业调研数据的调查与分析，撰写调查分析报告； 4.调查了解市场信息，分析、预测、开发市场，寻找潜在客户。*	市场营销学、市场信息采集与处理、市场信息采集、处理与应用、营销岗位认识实习、营销岗位体验实习、营销综合技能训练、岗位实习

2	市场策划	<p>1.能够负责公司项目企划工作的全面掌控。包括组织、参与、指导企划方案的制定，媒体活动计划的审定，完成公司营销推广项目的整体策划创意、设计与提报，并指导专案策划与设计，配合完成日常推广宣传工作；</p> <p>2.能够负责公司品牌推广、企划工作，建立和发展公司的企业文化、产品文化和市场文化；</p> <p>3.可以负责制定和完善公司各种产品营销策划中相关组织和机构的开拓、联络、协调等。</p> <p>4.健全部门企划工作的各项业务流程，并做好业务分工与日常监督落实。</p>	<p>企业营销策划、营销心理实务、品牌管理实务、企业经营管理实训、营销综合技能实训、岗位实习</p>
---	------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------

3	市场销售	<p>1.能够负责产品的市场渠道开拓与销售工作，执行并完成公司产品年度销售计划；*</p> <p>2.能够根据公司市场营销战略，提升销售价值，控制成本，扩大产品在所负责区域的销售，积极完成销售量指标，扩大产品市场占有率；</p> <p>3.可以与客户保持良好沟通，实时把握客户需求，为客户提供主动、热情、满意、周到的服务；*</p> <p>4.可以根据公司产品、价格及市场策略，独立处置询盘、报价、合同条款的协商及合同签订等事宜。在执行合同过程中，协调并监督公司各职能部门操作；</p> <p>5.能够动态把握市场价格，定期向公司提供市场分析及预测报告；</p> <p>6.能够维护和开拓新的销售渠道和新客户，自主开发及拓展上下游用户，尤其是终端用户；</p> <p>7.能够收集一线营销信息和用户意见，对公司营销策略、售后服务、等提出参考意见。</p> <p>*</p>	<p>商务谈判与推销技术、新媒体商务、网络营销、房地产营销、消费者行为分析、营销心理实务、跨境电子商务、企业经营管理实训、电子商务美工实训、营销综合技能实训、跨境电商综合实训、岗位实习</p>
---	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

4	客户维护与服务	1.培育开发新客户； 2.引导需求； 3.与客户建立良好关系。	市场信息采集与处理、营销心理实务、客户关系管理、企业经营管理实训、营销综合技能实训、岗位实习
---	---------	---------------------------------------	------------------------------------------------

注：专业核心能力用*表示

七、课程设置及要求

根据专业培养目标和人才培养规格构建课程类型和体系，课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两大类。

课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两大类，具体见课程类别表。

（一）主要职业基础课程

管理学基础、会计学基础、经济法概论、市场营销基础、电子商务实务

（二）主要职业技术课程

市场信息采集与处理、企业营销策划、商务谈判与推销技巧、网络营销、营销心理与实务

（三）主要职业拓展课程

新媒体商务、跨境电子商务、国际贸易实务

课程类别表

课程大类	课程类别		课程		学分	备注
			课程说明	具体课程		
公共基础大类课程	公共基础课（必修）	思想政治类课程	全校各专业学生必修的课程，主要用以培养学生学习能力、思维方式、人文素养、科学精神、职业道德和职业素质与精神等的课程。	学生管理教育、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	9.5	
		体育健康类课程		体育 1-3、心理健康教育	5	
		文理基础类课程		大学英语 1、大学英语 2、经济数学 1、计算机基础	12.5	
		职业发展类课程		包括职业目标确定，职业生涯规划制定，创新创业基本知识	大学生职业发展与生涯规划、就业与创业指导、创新方法训练	1

		通用能力实践课程	包括军事基本技能、计算机操作技能、创新创业基本能力训练、吃苦耐劳精神培养。	军训、计算机上机实践、劳动教育	4	
	公共选修课程	人文素养课程	加强革命文化和社会主义先进文化教育引导、推动中华优秀传统文化传承、促进大学生身心健康、提高大学生审美和人文素养。	马克思主义理论类课程、党史国史类课程、中华优秀传统文化类课程、健康类课程、职业素养类课程、大学语文	8	课程及次序在1-4学期选，须修7类课程，每学期2学分
	小计				40	
专业（技能）大类课程	专业课程（必修）	职业基础课程	本专业学生必修的课程，主要用以培养学生的专业基础能力。	管理学基础、会计学基础、经济法概论、市场营销基础、电子商务实务	14	
		职业技术课程	本专业必修的专业主干课程	市场信息采集与处理、企业营销策划、商务谈判与推销技巧、网络营销、营销心理与实务	17	
		职业拓展课程	以增强学生的职业能力为目标，深化、拓展学生专业知识和能力的课程	新媒体商务、跨境电子商务、国际贸易实务	10.5	
	专业选修课程	介绍本专业先进科学技术和最新科研成果；扩大学生的知识面，满足学生的兴趣爱好，促进学生个性化发展。	客户关系管理、文案写作与表达、消费者行为分析、房地产品牌管理、网店美工实务	12	必须修完10学分	
	岗位技术技能课程（必修）	岗位单项技能课程	立足“懂技术会操作”，针对本专业的生产和服务领域的岗位一线培养，对领域岗位专门技术和技能	市场信息采集、处理与应用，企业经营管、实训、电子商务美工实训、营销岗位综合实训、跨境电商综合实训	9	
		岗位综合技能课程	在特定的职业活动中或在情境中进行训练（包括直接参与生产过程），将所学的知识、技能和态度进行类化迁移与整合，形成相互联系、相互影响的有机整体，具备完成一定职业岗位任务的能力。	岗前综合培训、岗位实习、毕业设计	35	
	小计				97.5	
	合计				137.5	

八、课程简介

(一) 公共基础课程简介

序号	课程信息			
1	课程名称	思想道德与法治	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	公共基础课程（思政类）	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论等
	课程目标			
	本课程开设目标是帮助新时代大学生树立马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观，提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。			
	课程主要内容			
本课程主要讲授担当复兴大任、成就时代新人，领悟人生真谛、把握人生方向，追求远大理想、坚定人生信念，继承优良传统、弘扬中国精神，明确价值要求、践行价值准则，遵守道德规范、锤炼道德品格，学习法治思想、提升法治素养等七个方面的内容。				
教学要求				
本课程坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，注重过程考核，理论教学与实践教学相结合。使学生系统、全面了解掌握思想道德与法治方面知识，增强社会主义法治理念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题。				
序号	课程信息			
2	课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	课程代码	
	课程学时	32	课程学分	2
	课程类别	公共基础课程（思政类）	课程性质	必修
	先修课程	思想道德与法治	后续课程	习近平新时代中国特色社会主义思想概论
	课程目标			
使大学生对马克思主义中国化进程中形成的理论成果有更加准确的把握。充分认识中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系是马克思主义中国化的两大理论成果。引导大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，不断提高大学生对思想政治理论课的获得感。				

	课程主要内容			
	讲授毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系的科学涵义，毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成、发展、主要内容和历史地位。			
	教学要求			
	本课程设计的理念牢牢把握培养社会主义建设者和接班人这个根本任务，通过讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合的历史进程，帮助大学生深刻理解马克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质，深刻认识解放思想、实事求是、与时俱进的重要性；引导大学生正确认识中国的基本国情和社会主义建设的客观规律，帮助大学生正确认识自身所肩负的历史使命。			
序号	课程信息			
	课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	公共基础课（思政类）	课程性质	必修
	先修课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	后续课程	形势与政策、马克思主义理论类限选课、党史国史类限选课
	课程目标			
3	课程旨在帮助大学生对马克思主义中国化的最新理论成果即习近平新时代中国特色社会主义思想进行全面系统深入地把握，做到真学真懂真信真用，做到理论创新每前进一步，理论学习就跟进一步，用以武装头脑、指导实践、推动工作。			
	课程主要内容			
	内容包括习近平中国特色社会主义思想形成的背景主要内容与历史地位，十个明确——习思想理论体系和核心内容，十四个坚持——坚持和发展中国特色社会主义的基本方略，十三个方面——新时代历史性成就和历史性变革。			
	教学要求			
	课程坚持理论和实践相结合，促进学生对习近平新时代中国特色社会主义思想为丰富和发展马克思主义哲学、政治经济学、科学社会主义、建党学说所作出的重大原创性贡献的理解，坚定“四个自信”，努力培养担当民族复兴大任的时代新人。			
序号	课程信息			
4	课程名称	形势与政策	课程代码	

	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课（思政类）	课程性质	考查
	先修课程	思政课—德法、思政课—概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论	后续课程	马克思主义理论类限选课、党史国史类限选课
	课程目标			
	正确认识当前国内外经济政治形势，正确理解党的路线、方针和政策，牢固树立在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路、为实现中华民族伟大复兴而奋斗的共同理想和坚定信念，提高理论思维水平和运用马克思主义科学世界观、方法论观察和分析问题的能力，积极投身到中国特色社会主义建设的伟大事业中去。			
	课程主要内容			
	习近平新时代中国特色社会主义思想等重要理论的贯彻落实；党和国家重大会议精神；党的路线、方针和政策；我国经济建设、政治建设、文化建设和社会建设的形势；改革开放的形势发展；国际形势和国际热点问题，我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。			
	教学要求			
	通过对重大国内、国际时事的介绍，引导和帮助学生正确认识和判断；通过对重大国内、国际时事的分析，引导和帮助学生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，使之能科学预测和准确把握形势与政策发展的客观规律，不受错误舆论和思潮的影响，形成正确的政治观。			
序号	课程信息			
5	课程名称	大学英语 1	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	公共基础课程（文理基础类）	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	大学英语 2
	课程目标			
培养学生在工作生活中的语言应用能力，切实提高学生的听、说、读、写、译能力，特别是用英语处理与未来职业相关业务的能力。拓宽 际视野，增强国家认同，坚定文化自信，提升职业可持续能力。				
课程主要内容				

	<p>训练听、说、读、写、译技能，并辅以等级考试辅导内容。讲授英语语言和文化知识，习得英语词汇、语法规则，训练英语听、说、读、写、译的技能，培养文化意识和未来职业素养。</p>			
	教学要求			
	<p>能借助国际音标正确拼读单词，朗读课文时语音语调基本正确；能听懂简单的社会交际用语及课文录音；会说常见的生活、交际口语，能用英语回答课文提出的问题；掌握基本阅读技能；能完成各种题型的英语应用文写作；能借助词典阅读并翻译简单的英语语句。</p>			
序号	课程信息			
6	课程名称	大学英语 2	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	公共基础课程(文理基础类)	课程性质	必修
	先修课程	大学英语 1	后续课程	无
	课程目标			
	<p>培养学生在工作生活中的语言应用能力，切实提高学生的听、说、读、写、译能力，特别是用英语处理与未来职业相关业务的能力。拓宽 际视野，增强国家认同，坚定文化自信，提升职业可持续能力。</p>			
	课程主要内容			
	<p>训练听、说、读、写、译技能，并辅以等级考试辅导内容。讲授英语语言和文化知识，习得英语词汇、语法规则，训练英语听、说、读、写、译的技能，培养文化意识和未来职业素养。</p>			
	教学要求			
	<p>能借助国际音标正确拼读单词，朗读课文时语音语调基本正确；能听懂简单的社会交际用语及课文录音；会说常见的生活、交际口语，能用英语回答课文提出的问题；掌握基本阅读技能；能完成各种题型的英语应用文写作；能借助词典阅读并翻译简单的英语语句。</p>			
序号	课程信息			
7	课程名称	经济数学 1	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	公共基础课程(文理基础类)	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	无
	课程目标			

	能够熟练运用三角函数和平面解析几何等知识，掌握一元微积分的基础知识，具备基本的计算能力、概括能力、逻辑推理能力，能够运用数学知识解决实际问题，奠定专业基础课和相关专业课程必需的数学知识和思维方法。			
	课程主要内容			
	强化任意角三角函数和平面解析几何等内容，学习函数、极限与连续、导数与微分、导数的应用、不定积分、定积分及其应用、常微分方程基础等内容。通过学习培养学生运算能力、空间想象能力、抽象思维能力、缜密的逻辑推理能力，为学习后续课程奠定必要的数学基础。			
	教学要求			
	通过课程学习，使学生能够记住特殊角的三角函数值，会画正弦、余弦函数图像；掌握平面直线、抛物线、圆的方程形式和图像特征，提高学生数形结合的能力；能够计算基础类型的函数极限，会判断函数在一点的连续性，会求函数的间断点；会计算初等函数的导数；能进行积分的计算并进行简单几何上的应用。			
序号	课程信息			
8	课程名称	计算机基础	课程代码	
	课程学时	56	课程学分	3.5
	课程类别	公共基础课程(文理基础类)	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	计算机上机实践
	课程目标			
	了解计算机的发展史,应用领域,数的进位制和计算机中数的表示方法;计算机的工作原理、硬件系统和软件系统,信息在计算机内的表示以及计算机系统的安全防护,能够熟练运用 Word 编辑文档,使用 Excel 数据统计与分析,熟练运用 PowerPoint 制作电子演示文档,熟练的使用 windows 操作系统,掌握上网的基本操作,熟练掌握 windows 图像、音频和视频的基本操作技能。			
	课程主要内容			
	掌握计算机的基本概念、计算机的组成及各功能部件的特点,数值在计算机中表示形式及数制的转换;掌握 Windows 的文件、文件夹、控制面板、桌面等基本操作;了解 Internet 基本知识,掌握电子邮件的应用;熟练掌握一种汉字输入法;了解 Windows 的画图工具、音频工具、视频工具的基本操作;了解常用数码设备的基本功能;			
	教学要求			

	<p>教师通过案例教学、项目化教学手段，信息化教学方式，使学生通过本课程学习，了解计算机软硬件的基本术语和概念，掌握数制转换能力；掌握常用办公设备的安装与使用；掌握 Windows 操作系统的基本操作及基本设置；熟练掌握 Word、Excel、Powerpoint 的基本操作，具备处理常用办公文档的能力。熟练掌握 Internet 基本知识及基本操作，掌握电子邮件应用；掌握汉字输入法的设置与使用。</p>			
序号	课程信息			
11	课程名称	体育 1-3	课程代码	
	课程学时	24、28、24	课程学分	1+1+1
	课程类别	公共基础课程(体育健康类)	课程性质	考查
	先修课程	军训	后续课程	健康教育类限选课
	课程目标			
	<p>通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质，增进健康和提高体育素养为主要目标的公共必修课程，使学生获得一定的体育知识储备，能够掌握 2-3 项运动项目的基本技术技能，并达到《国家学生体质健康标准》合格等级，能科学地进行体育锻炼，提高运动水平，掌握常见运动创伤的处理方法，为终身体育奠定基础。</p>			
	课程主要内容			
	<p>体育课程分为基础体育课、选项体育课和体育保健课，基础体育课的主要内容为二十四式简化太极拳和职业体能训练项目；选项体育课教学内容为球类、武术类、健美操类、舞蹈类等，各体育项目内容涵盖基础理论教学、基本技术技能教学、基本身体素质练习等；体育保健课主要是针对伤、病、残、体弱等特殊体格的学生开设，教学内容选择导引养生、保健康复等保健体育教学。</p>			
	教学要求			
	<p>充分运用现代化教学手段，结合课程内容特点，在理论教学和实践技能教学中融入启发式教学、情景教学、讲解示范教学等教法手段。在太极拳教学中运用分解教学法、完整示范法、攻防涵义演练、分组练习等教学方法把复杂的动作技术简单化，使学生易于接受、乐于接受；在选项教学中适当融入游戏、教学比赛等元素，充分提高课堂教学的氛围，提高学生参与练习的积极性。</p>			
序号	课程信息			
12	课程名称	心理健康教育	课程代码	
	课程学时	32	课程学分	2
	课程类别	公共基础课程(体育健康类)	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	健康教育类限选课

	课程目标			
	使学生系统地获得学校心理健康教育的基本知识、基本理论；明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识；能够应对日常生活中人际、情绪、挫折和压力等问题；掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能；切实提高心理素质，促进全面发展。			
	课程主要内容			
	包括理论课和实践课程两个部分。理论课包括：心理健康基本知识、自我意识与自我发展、自我调整与自我适应、自我管理与自我规划；实践包括生存际遇挑战大赛、校园心理情景剧大赛、心理专家专题讲座、阳光文化心理广场、心理电影赏析、就业心理准备与调适等。			
	教学要求			
	通过理论教学，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；通过实践教学，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，掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助。			
序号	课程信息			
	课程名称	军事理论	课程代码	
	课程学时	32	课程学分	2
	课程类别	公共基础课程(思想政治类)	课程性质	必修
	先修课程	军训	后续课程	马克思主义理论类、党史国史类、中华优秀传统文化类限选课
	课程目标			
13	增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，激发民族自豪感和责任感。使学生掌握军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。			
	课程主要内容			
	包括中国国防、国家安全、军事思想、现代化战争、信息化装备等。			
	教学要求			

	<p>教师结合课程内容通过讲授、多媒体教学演示、视频图像播放、经典案例分析、实景参观等教学手段的合理运用；把信息技术、慕课、微课、视频公开课等在线课程融入到课堂教学中。结合时事热点问题，如结合国庆阅兵、电影《战狼》等经典片段，以直观形象的教学让学生直接感受军事理论课程的魅力。辅以小组研讨、研学、课堂交流等教学模式，使学生掌握军事基础知识，增强国防观念。</p>			
序号	课程信息			
14	课程名称	学生管理教育	课程代码	
	课程学时	8	课程学分	0.5
	课程类别	公共基础课程（思政类）	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	军事技能训练、军事理论、其他课程
	课程目标			
	<p>增强学生对学校的认同感，帮助学生顺利完成角色转换，适应大学校园生活，了解大学学习特点和学习方法，明确大学学习目标，合理规划学业，提高学生自我教育、自我管理、自我服务、自我发展的能力。</p>			
	课程主要内容			
	<p>包括“理想信念与学籍管理教育、专业教育、安全法制与健康教育”三部分内容。重点开展理想信念教育、爱国主义教育、爱校荣校教育、学籍学风教育、专业教育、团学组织介绍、安全法制教育、心理健康教育、行为养成教育等。</p>			
	教学要求			
	<p>学工处制定课程实施方案，协调各相关单位具体实施各项目教育教学，各系院按照课程内容和课程标准具体组织、落实；教学团队主要由学工处、教务处、党政办、各系院有关人员共同组成；课程考核方式为过程考核，由学工处牵头，各系院组织辅导员、班主任具体负责考核、成绩评定。</p>			
序号	课程信息			
15	课程名称	大学生职业发展与生涯规划	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程（职业发展规划类）	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	大学生就业与创业指导、职业素养类限选课
	课程目标			

	<p>引导大学生关注自身的职业发展；了解职业生涯规划的基本概念和基本思路；明确大学生生活与未来职业生涯规划的关系；掌握生涯规划基本理论知识，具备根据自身情况制定合适学业生涯规划的能力，培养学生在工作过程中的计划性和目的性，提高学生自我管理、自我约束的素质；了解影响职业发展与规划的内外重要因素，为科学、有效地进行职业规划做好铺垫与准备。</p>			
	课程主要内容			
	<p>内容包括职业发展与规划导论、职业规划影响因素、自我与环境探索、职业发展决策。为学生提供职业生涯规划、求职心理等方面的指导，实现自己的人生价值。</p>			
	教学要求			
	<p>通过教师的讲解，使学生了解职业生涯规划的基本概念和基本思路，掌握职业生涯规划的基本理论知识；通过比例的教学，使学生明确大学生生活与未来职业生涯规划的关系，激发大学生关注自身的职业发展，提高学生自我管理、自我约束的素质；通过案例剖析，使学生能结合自身实际合理制定职业生涯规划，为未来的职业规划做好铺垫与准备。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	劳动教育	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(通用能力实践课)	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
16	<p>实施学院“三构建一打造三融合劳动教育改革工程”，以德为纲、德劳同频，落实立德树人根本任务，实现劳动教育与专业实践的有机融合，实现劳动实践与非遗传承的有机融合，促进学生树立正确的劳动观念以及正确的劳动态度，养成吃苦耐劳的精神；促进学生民族自豪感和爱国热情；培育学生树立正确的劳动价值观念，增强学生体魄，培养良好品格。</p>			
	课程主要内容			
	<p>劳动教育课程内容包括“劳动理论、公益劳动、专业实践、非遗传承”四个模块，非遗项目包括香包、剪纸、泥塑，根据专业类别选取相应非遗手工技艺。</p>			
	教学要求			
	<p>突破以往劳动课重实践轻理论的现象，实施理实一体课堂教学模式，通过设定教学任务和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，理中有实，实中有理。不同专业选择不同的专业实践项目和不同的非遗项目，突出学生动手能力和专业技能的培养，充分调动和激发学生学习</p>			

	兴趣；既学习非遗文化知识，又训练传承非遗技艺。			
序号	课程信息			
17	课程名称	创新方法训练	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(职业发展 规划课)	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	其它公共基础课、专业 课
课程目标				
培养学生作为职业人的创新发展能力，促进学生了解创新方法的基本概 念、技术进化法则、理想化方法等，通过各类创新案例，说明技术创新方法的 实际应用，学会描述问题、分析矛盾，寻求一般技术问题的创新解决办法，提 升学生创新意识与创新能力。				
课程主要内容				
新理论基础、创新的概念、创新思维概述、创新方法与技巧、创新人格培 养、创新实践、创新与创业的关系。				
教学要求				
通过教师讲解，使学生了解创新的基本概念、基本理论及方法等；通过创 新案例分析，使学生掌握创新方法的实际应用，培养学生的创新人格；通过创 新思维训练，引导学生探寻一般技术问题的创新解决方法及途径，培养学生的 创新方法和技巧，提升学生的创新意识和创新能力。				
序号	课程信息			
18	课程名称	就业与创业指导	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(职业发展 规划课)	课程性质	必修
	先修课程	职业生涯规划、创新方法 训练	后续课程	岗位实习
课程目标				

<p>提供就业政策、求职技巧、就业信息等方面的指导，帮助学生根据自身的条件和特点选择职业岗位，了解就业形势，熟悉就业政策，提高就业竞争意识和依法维权意识，形成正确的就业观；了解创业的基本知识，培养创业意识和创新精神，了解创业的方法和途径，拓宽创业门路，具备创业的初步能力，为其今后创业奠定基础。</p>
课程主要内容
<p>大学生就业政策和制度、就业信息的获取、求职材料的准备、求职中的权益保护、创新创业与人生发展、创业团队、创业机会、创业市场、创业资源、创业风险、创业计划、创新创业实践、新企业开办与管理、创新创业案例与启示。</p>
教学要求
<p>通过教师讲解，使学生了解就业形势，熟悉就业政策，形成正确的就业观；通过教师讲解，使学生了解创业的基本知识、创业的方法和途径，激发学生的创业意识和创新精神；通过创新创业案例分析，使学生了解创业计划、市场、资源及公司管理等，为其今后创业奠定基础。</p>

(二) 职业基础课程

序号	课程信息			
1	课程名称	管理学基础	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	3
	课程类别	职业基础课程	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	专业课
	课程目标			
<p>通过本课程的学习，使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想。掌握管理的基本理论，科学的管理程序和方法，从而提高分析问题与解决问题的能力，形成基层管理岗位所需要的综合管理技能与素质。</p>				
课程主要内容				
<p>主要内容从各种社会组织管理活动中的一般过程和基本规律出发，教授管理学中的基本概念、主要特点、影响因素，以及管理发展的演进过程、管理理论与管理思想、管理环境、管理决策，同时围绕计划、组织、领导、控制四大管理职能重点阐述管理的一般过程，并系统地介绍各种理论的主要内容、各项管理工作的重要性和履行管理职能的各种基本过程和原则，以及管理学中的各种分类方法和计划、决策、控制中的常用方法。</p>				
教学要求				

	应加强对学生实际职业能力的培养，强化案例教学或项目教学，注重以任务引领型案例或项目作业来诱发学生兴趣，使学生在案例分析或完成项目的过程中掌握管理的应用。同时注重职业情景的创设，以多媒体、录像、案例分析、角色扮演、实验实训等多种方法来提高学生分析问题和解决问题的职业能力。			
序号	课程信息			
	课程名称	会计学基础	课程代码	
	课程学时	32	课程学分	2
	课程类别	职业基础课程	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	专业课
	课程目标			
	开设该课程旨在引导学生确立会计思维方式与学习方法，明确会计职业对知识和技能的要求，培养会计岗位兴趣，树立会计职业道德。要求学生通过课程学习既要理解会计基本理论和基础知识、又要熟练掌握会计核算技能，为后续专业课程学习提供知识铺垫。			
	课程主要内容			
2	<p>学习会计的基础知识，解决学习会计学的入门问题。</p> <p>所谓会计学的基础知识，是指会计的基本理论、基本方法和基本技能，亦称会计的“三基”。至于“三基”的具体内容，主要包括：(1)会计的基本概念；会计的基本假设和准则；会计的职能和作用；会计的目的和任务。(2)会计等式和会计平衡理论；复式记账原理；会计凭证和会计帐簿；存货盘存和财产清查方法；成本计算方法；财务报表。(3)会计循环理论，会计从分录、过帐、试算、调整到结帐、编表的全过程及其基本操作技能。</p>			
	教学要求			
	<p>重视实践经验的学习，重视现代信息技术的应用，尽可能运用多媒体课件的形式呈现资料，进行讲授、演示，并按照设计活动的内容展开教学。</p> <p>突出专业技能培养目标，注重对学生实际操作能力的训练，强化案例和流程教学，让学生边学边练，通过小组讨论、案例分析、情景模拟等方式激发学生兴趣，增强教学效果。</p> <p>注意充分调动学生学习的主动性和积极性，注重教与学的互动，教师与学生的角色转换，让学生在完成教师设计的训练活动中，既学会会计业务必须具备的知识，又练就各项基本技能。</p> <p>注意与学生沟通，教师应积极引导提升职业素养，培养学生积极热情、客观公正、诚实守信、善于沟通与协调合作的品质。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	经济法概论	课程代码	
3	课程学时	32	课程学分	2

	课程类别	职业基础课程	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	专业课
	课程目标			
	通过本课程的学习,使学生获得经济法规的基本理论知识,使学生比较全面、系统地掌握学习法律的方法,培养学生的实际工作能力,增强学生法律意识。			
	课程主要内容			
	课程主要包括:经济法基础理论、个人独资企业法、合伙企业法、公司法、外商投资企业法、企业破产法、票据法等。			
	教学要求			
	<p>师资要求:本课程按招生数量和专业开设课程要求需要的教师数量4人、具有双师型资格,从事过基础会计、财务会计教学工作。</p> <p>教学硬件设施要求:会计模拟实验室、分组式的活动桌椅、多媒体设备等教学设施。</p> <p>教学资源要求:具有“项目导入、任务驱动”的教材、图文并茂的教学课件、互动式的网络教学资源、配套习题集和实践指导书。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	市场营销基础	课程代码	
	课程学时	56	课程学分	3.5
	课程类别	职业基础课程	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	专业课
	课程目标			
	本课程是经济管理专业群必修的一门课程,其功能是对接专业人才培养目标,面向中小企业经济管理类工作岗位,培养分析经济活动能力,为后续各专业职业能力课程学习奠定基础的职业基础课程。			
4	以学院质量保证体系和社会需求为导向,以专业建设规划、课程建设规划为依据,围绕教育教学质量提升的总体目标,结合学院发展实际,力争把《市场营销基础》课程建设成为充分体现创新精神、现代理念、高职特色的,具有校级一流教师队伍、符合高职经济管理类专业群学生营销能力生成的教学内容、符合高职学生学习特点的信息化教学方法,国家级规划教材、校内示范性课程。			
	课程主要内容			
	课程主要包括:认识市场营销、分析营销环境、选择目标市场、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、营销组织、计划和控制等。			

教学要求				
<p>我院经济管理类专业学生，思想活跃，喜欢互动式、生动活泼的教学方法，对传统讲授方法不太喜欢，所以本课程为了提高学生学兴趣，切合学生学习实际需求，采用翻转课堂教学法、案例教学法、讨论式教学法及参与式教学法；同时建议采用网络教学平台实现混合式教学。</p>				
序号	课程信息			
5	课程名称	电子商务实务	课程代码	
	课程学时	56	课程学分	3.5
	课程类别	职业基础课程	课程性质	必修
	先修课程	无	后续课程	专业课
课程目标				
<p>根据本课程面对的工作任务和职业能力要求，要教给学生企业电子商务运营与管理的相关知识，通过相关的实践和训练，使学生认识电子业务的流程，达到能够开设网上商店、亦能够运用所学知识技能进行电子商务活动的目的。</p>				
课程主要内容				
<p>课程主要内容包括电子商务概述、电子商务运作体系、电子商务的安全、电子支付网络营销、电子商务与物流管理、电子商务法律规范、电子商务实践应用等。</p>				
教学要求				
<p>教学层次：教学要求中有关定义、分类、常识性知识点等内容，按了解、认知、掌握三个层次要求；有关的实务操作的方法和程序，按熟悉、掌握两个层次来要求。教学要结合实验课，让学生在掌握书本知识的基础上，学会实际操作。</p> <p>教学环节：建议用多媒体教学结合理论讲解的方式进行，同时运用实验课、网上讨论、教学研究会、作业等形式来进行开展。</p>				

(三) 职业技术课程

序号	课程信息			
1	课程名称	市场信息采集与处理	课程代码	
	课程学时	56	课程学分	3.5
	课程类别	职业技术课程	课程性质	必修
	先修课程	市场营销基础	后续课程	市场信息采集、处理与应用，岗位实习
课程目标				

	<p>本课程具有很强的知识性、技能性和实践性。其功能在于使学生掌握市场调研概述、问卷调查法、访问法、抽样调查法、现代信息技术市场调查、市场调查数据的分析、市场调查报告等专业技能知识。同时还要激发和培养 学生商业贸易的兴趣，使学生树立自信心，养成良好的学习习惯和形成有效的学习策略，发展自主学习的能力和团队协作精神。培养学生的创新精神，拓展视野，形成健康的人生观，为他们的终身学习和就业发展打下良好的基础</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程的主要内容为：导论、市场调查概述、问卷调查法、访问法、抽样调查法、市场调查的其他方法、现代信息技术市场调查、市场调查数据处理、市场调查、数据分析、市场调查报告等。</p>			
	教学要求			
	<p>教学上,以项目式教学为主并结合多媒体教学方法开展教学。结合项目及案例进行分析，注重培养学生的实际分析及应用能力。</p> <p>考核方式和评价方法上建议评价以学生的综合素质为核心，包括基本素质、职业素质、技能考核等。</p> <p>课程资源开发与利用建设上，本课程的特点是实践教学的目标高、内容多，积极利用和开发课程资源是顺利实施课程的重要保障。</p>			
序号	课程信息			
2	课程名称	企业营销策划 LS	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业技术课程	课程性质	必修
	先修课程	市场营销基础	后续课程	创业管理实务，营销岗位综合实训
	课程目标			
	<p>通过学习，让学生对营销策划有个全面认识，掌握具体营销活动策划的基本方法和技巧，能够对营销整个过程进行策划，能够撰写市场调研、产品推广、营销渠道、广告宣传、销售推广等具体策划方案。同时培养学生与人沟通能力、分析问题能力、信息处理能力、语言表达能力，为以后学生走向营销策划岗位奠定基础。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程主要内容包括：全面认识企业市场、产品以及营销策划、进行市场调研、营销策略制定、产品策略、定价策略、分销渠道、促销策划、营销创新观念等。</p>			
	教学要求			

	<p>让学生多关注周边商场超市的促销活动、收集促销宣传资料,通过观察、调研来学习会更形象、更有趣味性,能更贴近实际。</p> <p>多采用案例分析的方式,提供企业成功和失败的营销策划案例供学生学习,吸取经验,接受教训。</p>			
序号	课程信息			
3	课程名称	商务谈判与推销技巧	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业技术课程	课程性质	必修
	先修课程	管理学、市场营销基础	后续课程	创业管理实务,营销岗位体验实习,岗位实习
课程目标				
<p>通过对本课程的实践教学,要求学生能够掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法,并指导学生将所学知识和方法应用于企业的推销谈判实践活动中,使学生掌握企业营销岗位所需要的专业技能,并通过各种教学活动的的设计操作,提高学生日后走向工作岗位所需的综合性职业素质。</p>				
课程主要内容				
<p>本课程主要内容包含三个教学单元:谈判技巧篇、推销技巧篇、团队建设与管理。其中,谈判技巧篇包括了商务谈判概述、商务谈判准备、商务谈判策略、商务谈判技巧以及国际商务谈判五个内容;推销技巧篇包含了推销与推销人员、推销心理、推销模式、推销接近、推销洽谈、顾客意义以及第一节推销成交等内容;团队建设管理包含了谈判团队、推销团队、商务谈判领域、竞技推销管理等内容。</p>				
教学要求				
<p>本课程教学强调学生的自我实践,采用“体验教学法”,要求学生自己或小组到实践中去选题确立课业;为完成课业,学习理论,得到教师指导:需要学生走出课本、走向市场,收集推销谈判技巧资料,了解行业状况;进行分析,找到自己与推销谈判人员之间的差距,提出解决问题的对策,如此才能完成课业任务。从根本上改变了以教师为中心的讲授模式,促使学生成为教学活动的主人,而教师只是教学的规划者、指导者和促进者。</p>				
序号	课程信息			
4	课程名称	网络营销	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业技术课程	课程性质	必修
	先修课程	电子商务实务、市场营销基础	后续课程	跨境电子商务,新媒体商务,国际贸易实务

课程目标			
<p>本课程目标是通过学习与实训，使学生掌握网络营销的基本原理和方法，尤其是网络营销相对于传统营销的创新之处。并能理论联系实际，通过对实际案例的分析及实际操作，学会网络市场调查、网络营销方案设计、网络营销管理等知识与技能，以及网络营销策略的制订。</p>			
课程主要内容			
<p>教学内容主要包括认识网络营销、企业网站优化、网站推广、网络广告、网络客户服务、网络市场调研以及网络营销管理等。</p> <p>通过教学，要求学生具备网络营销策略与网络品牌战略制订、网络营销管理等方面的知识与能力；具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力，具有网络市场调研方案策划与实施的能力，掌握一定的网络促销技巧。</p>			
教学要求			
<p>教学中理论教学与理论时间基本持平，理论教学为实践教学服务，围绕技能要求相关的知识和态度展开，理论教学中以项目教学、案例教学为主要方式；教学组织采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究；实践教学中要设计项目的仿真网络环境，并以本土的生产贸易型企业为主题，所设计项目最好连贯为一个整体；网上真实创业项目实战教学。根据网上创业项目要求，设计大学生电子商务工作室开设网上开店货源联系部，网店建设部、网上市场信息调研与分析部、网店推广部、网上产品销售部、物流配送商、网店维护与管理部等真实岗位开展创业，从而提升学生职业技能。</p>			
序号	课程信息		
	课程名称	营销心理与实务	课程代码
	课程学时	3	课程学分 48
	课程类别	职业技术课程	课程性质 必修
	先修课程	管理学、市场营销基础	后续课程 房地产营销，营销岗位综合实训
5	课程目标		
	<p>通过营销心理与实务课程的学习，使学生了解心理学和营销心理学的基本知识，认识消费者心理活动的过程；会分析消费者的个性心理和群体心理状况，熟悉消费者的购买心理过程及社会文化与消费心理的关系；掌握市场定位的心理策略，明白新产品设计销售与消费者心理、商标包装品牌与消费者心理、商品广告与消费者心理、商品价格与消费者心理、购物环境与消费者心理、网络营销与消费者心理等的关系；会描述营销者个性心理、群体心理的特点，把握营销者与消费者的心理互动要求。在案例教学中，理论联系实际，既使学生在案例分析的过程中提高分析能力和概括能力，又使学生在</p>		

学习的过程中学会学习。
课程主要内容
本课程围绕 15 个课题展开，分别为：绪论；消费者心理活动的过程；消费者的个性心理；消费者的群体心理；消费者的购买心理；社会文化与消费心理；市场细分与市场定位的心理因素；新产品设计、销售与消费者心理；商品命名、标识、包装、品牌与消费者心理；商品广告与消费者心理；商品价格与消费者心理；购物环境与消费者心理；网络营销与消费者心理；营销者心理营销者与消费者的心理互动等。
教学要求
<p>本课程采用以案例和项目为主的模块结构，将理论与实践的内容进行整合。因此，在教学中应积极改革教学方法，尽量采用理论实践一体化的教学模式。但采用理论实践一体化的教学模式，并不是完全抛弃传统的教学，而是发扬传统教学的长处，将其融入理论实践一体化的教学模式之中。</p> <p>通过传统的讲授法讲授的基本理论，使学生了解营销心理学基本理论。同时布置一定的作业，使学生通过书面练习，达到内化的目的。培养学生尊重科学、实事求是、理论联系实际的作风。</p> <p>根据营销心理学的基本理论，精选案例，利用案例教学法进行教学，既使理论联系实际，又使学生在案例分析的过程中提高分析能力和概括能力。同时让学生在案例分析中讨论问题、争论问题，培养学生独立思考、坚持真理、尊重不同意见、勇于改正错误的作风。</p>

（四）职业拓展课程

序号	课程信息			
1	课程名称	新媒体商务	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业拓展课程	课程性质	必修
	先修课程	电子商务实务，网络营销	后续课程	跨境电子商务
	课程目标			
<p>本课程的教学以培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业新媒体商务领域岗位群的实际需要，以职业能力训练为基础，坚持“必需、够用”的营销基础理论，理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，多给学生实践和参与的机会，提高学生实际动手能力和处理实际问题的综合素质。一方面，培养学生在移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统全面构建、微信电商实施等方面的实战能力；另一方面，提高学生基本的沟通协调能力和较好的自我心态调适能力等。通过以</p>				

	<p>上方式，培养和提高学生正确分析和解决新媒体商务相关问题的实践能力，使学生能够较好地满足微营销相关职业岗位的技能需要，将学生培养成为适应社会真正需要的应用型新媒体高级营销人才。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程主要内容包括新媒体营销认知及策划、新媒体广告、移动营销、APP营销、微博营销、微信营销、短视频营销、自媒体营销等内容。</p>			
	教学要求			
	<p>根据课程性质和课程目标，本课程的主讲教师必须具备扎实的理论知识，过硬的操作技能，了解各类新媒体营销的方法，具有丰富的实践经验。能与企业合作共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。具有良好的职业道德、遵纪守法意识和责任心。不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	跨境电子商务	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业拓展课程	课程性质	必修
	先修课程	网络营销，新媒体商务	后续课程	创业管理实务，岗位实习
	课程目标			
2	<p>通过在校内理实一体化实训室的全真操作(跨境电商企业的全真操作)，根据项目教学要求，让学生掌握八项基本业务操作技能，即跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息化操作、跨境产品定价、刊登和发布操作、跨境店铺优化及推广操作、接订单、发货、出境报检报关操作、收款、售后服务及客户维护操作等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上跨境电商工作岗位和跨境电商创业打下坚实的基础。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程主要内容包括：初始跨境电商、基础操作（开通商品、管理产品、交易管理）、平台规则（注册、发布、交易、放贷）、市场选品、跨境物流、支付结算、市场营销、客户服务等。</p>			
	教学要求			
	<p>本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过项目教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。</p> <p>本课程教学的组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。教学中应选</p>			

	<p>用客户开发和管理业务的具体方法和实例为载体，教师的讲授、示范与学生操作互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，融教学做为一体，使学生在学中做、在做中学，以此培养并提高业务技能。</p> <p>教学中教师应将客户开发、管理理念及实际工作中灵活运用的感悟渗透于训练全过程。在积极引导提升职业素养的同时，提高自身的职业道德，使之达到有机统一。</p>			
序号	课程信息			
3	课程名称	国际贸易实务	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	职业拓展课程	课程性质	必修
	先修课程	网络营销	后续课程	跨境电子商务
	课程目标			
	<p>通过学习国际贸易实务课程，学生将能够全面掌握国际贸易的基础知识和技能，了解国际贸易的运作机制，提高国际贸易的实践操作能力，培养国际化的视野和开放的心态，具备团队合作精神和跨文化交流能力，培养诚信和合规意识，并能够进行实地考察和实习实训，参与国际贸易竞赛和模拟交易，开展国际贸易项目和合作。通过这些目标的实现，学生将能够为未来从事国际贸易相关工作打下坚实的基础。</p>			
	课程主要内容			
	<p>《国际贸易实务》课程的主要内容有：贸易术语，商品的品名、品质、数量和包装，国际货物运输，国际货物运输保险，进出口商品的价格，国际货款的收付，进出口商品检验、索赔、不可抗力和仲裁，交易的磋商与合同的签订，进出口合同的履行。</p>			
	教学要求			
	<p>根据专业的培养目标，我们将该课程分为理论与实践两大教学模块。理论教学模块讲授进出口业务中的基本理论知识、订立合同各项条款的基本技巧、相关法律法规、国际规则与国际惯例等。教学中力求理论联系实际，加大案例教学比例，使学生更深刻地理解和把握国际贸易实务中的基本理论、基本知识和基本技巧。</p>			

(五) 专业选修课程

序号	课程信息			
1	课程名称	客户关系管理	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修

	先修课程	管理学、营销心理与实务	后续课程	房地产营销, 岗位实习
	课程目标			
	通过本课程的学习, 学生可建立客户服务、客户管理的基本概念, 能根据具体工作应用需求。运用客户管理理论, 理解客户管理方案, 并能初步设计客户管理方案。本课程在培养学生的创新意识、分析和解决实际问题的能力, 以及客户服务实践能力等方面, 发挥着积极的作用。			
	课程主要内容			
	本课从实用角度出发, 将理论和实际相结合, 系统地介绍客户一般理论知识; CRM 经营理念和经营策略; 并结合应用方案分析客户关系管理的系统结构及其功能模块。包括: CRM 理念、技术应用、CRM 实施及成功案例等。			
	教学要求			
	掌握客户服务、客户管理基本理论, 包括客户资料管理、客户细分、客户满意、客户忠诚、客户维护、客户服务中心管理等。能熟练使用客户服务基本理论, 并能设计客户管理方案, 能根据具体工作应用小, 大客户服务, 并能综合运用所学专业知 识构建简单的客户管理方案, 并贯彻实施。			
序号	课程信息			
	课程名称	文案写作与表达	课程代码	
	课程学时	3	课程学分	48
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修
	先修课程	计算机基础	后续课程	创业管理实务, 岗位实习
	课程目标			
2	通过本课程学习, 学生能够可以根据不同的推广平台、不同的企业现状、不同的产品特点写作恰当的营销文案; 了解软文写作的要求; 掌握文案写作的技巧; 熟练运用软文推广、运营与整合营销的能力, 培养学生在不同社交平台的文案写作素质; 并能适应微博、微信、知乎等不同平台软文营销的相关工作, 在软文营销、电商文案行业/岗位具有创业精神和能力。			
	课程主要内容			
	以“软文写作技巧”和“软文推广运营”两大业务为切入点, 通过对商务策划文案、商务公关文案、网店业务文案和网店促销公关文案的学习, 让学生能收集和发布与主要产品有关的信息; 能配合营销目标, 编撰产品促销软文, 具备引导消费者进行购买的向导作用; 能够敏锐捕捉跟踪热点事件, 具备网络专题策划能力。			
	教学要求			

	<p>学生通过对卖点提炼、文案构思、字词句段篇文、软文、新闻稿、广告文案、宝贝详情页、微博推文、微信公众号文章、短视频本、活动类策划案等的学习,了解并掌握电子商务企业实际工作中各类型文案写作特点及要求,具备策划文案编辑岗位的职业能力和职业素养,能够运用所学的写作知识、工具和技能独立完成企业营销推广工作。</p>			
序号	课程信息			
3	课程名称	消费者行为分析	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修
	先修课程	市场营销基础、营销心理与实务	后续课程	房地产营销, 创业管理实务, 岗位实习
课程目标				
<p>通过系统学习,使学生掌握正确分析消费者心理和行为的科学原理、思路方法和必要技能,着重培养学生分析问题、解决问题及实际应用能力。同时,在课堂教学中积极倡导健康理性的消费观和注重诚信、创新发展的营销观。</p>				
课程主要内容				
<p>课程是研究市场细分、目标市场选择、市场定位、营销组合策略的基本出发点,对学生形成完整的知识结构体系起到重要的承上启下的作用。通过本课程的学习,使学生加深对理论的理解与领会,掌握消费者行为分析的科学方法和理论工具,以及消费者心理的基础心理学理论与营销策略,能够有效识别消费者的各种需求和动机,并能结合相关案例进行分析、研究,为学生将来实际从事营销管理和其它相关工作提供理论基础和指导。</p>				
教学要求				
<p>该课程是市场营销专业的专业核心课程,根据专业培养目标,本课程重在概念的引入、基本理论和背景应用的讲解以及典型消费者行为分析工作任务的演练,其教学模式应有利于学生个性化学习和学生自主学习能力的发展,应以职业要求为导向,使教学朝着个性化学习和主动式学习的方向发展。</p>				
序号	课程信息			
4	课程名称	房地产营销	课程代码	
	课程学时	3	课程学分	48
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修
	先修课程	市场营销基础, 消费者行为分析, 营销心理与实务	后续课程	岗位实习

课程目标																	
主要培养学生未来从事房地产行业所具备的营销的基本理论与方法，能够在以后的房地产开发公司、营销公司、房地产中介公司及各级各类估价公司从事房地产市场研究与 销策划、管理与执行工作。																	
课程主要内容																	
课程的主要内容有：房地产营销概述、房地产市场营销环境分析、房地产购买行为分析、房地产目标市场营销、房地产产品策略、房地产价格策略、房地产销售渠道策略、房地产促销策略、房地产人员推销、房地产营销组织与控制等主要内容。																	
教学要求																	
通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本理论和基本方法，明确营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，了解并基本掌握直复营销、服务市场营销的特点和基本技能，并合相关案例进行分析、研究；结合相应的实践教学，培养学生在物业市场营销方面的应用能力。																	
序号	课程信息																
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%;">课程名称</td> <td style="width: 25%;">网店美工</td> <td style="width: 25%;">课程代码</td> <td style="width: 25%;"></td> </tr> <tr> <td>课程学时</td> <td>3</td> <td>课程学分</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>课程类别</td> <td>专业选修课程</td> <td>课程性质</td> <td>选修</td> </tr> <tr> <td>先修课程</td> <td>电子商务实务</td> <td>后续课程</td> <td>电子商务美工实训，跨境电子商务</td> </tr> </table>	课程名称	网店美工	课程代码		课程学时	3	课程学分	48	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修	先修课程	电子商务实务	后续课程	电子商务美工实训，跨境电子商务
课程名称	网店美工	课程代码															
课程学时	3	课程学分	48														
课程类别	专业选修课程	课程性质	选修														
先修课程	电子商务实务	后续课程	电子商务美工实训，跨境电子商务														
5	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">课程目标</td> </tr> <tr> <td colspan="2">本课程目标是以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维能力，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">课程主要内容</td> </tr> <tr> <td colspan="2">通过该课程的学习，使学生在原先已掌握的电子商务基础上，进一步掌握视觉营销的理念、美工设计的思路，美工中常用的 Photoshop 技能，网店常用图片设计制作，主图与主图视频设计制作，PC 端与移动端详情页设计制作，无线端网店页面装修等知识和操作技能。</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">教学要求</td> </tr> <tr> <td colspan="2">以学生为主体，以教师为主导，以培养学生的职业行动能力为目标。即将必要的理论知识融入到相关的案例中，以任务为驱动，以学生动手完成任务为核心教学过程，使每个学生在各个学习案例中学会网店美工的知识与操作技</td> </tr> </table>	课程目标		本课程目标是以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维能力，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。		课程主要内容		通过该课程的学习，使学生在原先已掌握的电子商务基础上，进一步掌握视觉营销的理念、美工设计的思路，美工中常用的 Photoshop 技能，网店常用图片设计制作，主图与主图视频设计制作，PC 端与移动端详情页设计制作，无线端网店页面装修等知识和操作技能。		教学要求		以学生为主体，以教师为主导，以培养学生的职业行动能力为目标。即将必要的理论知识融入到相关的案例中，以任务为驱动，以学生动手完成任务为核心教学过程，使每个学生在各个学习案例中学会网店美工的知识与操作技					
课程目标																	
本课程目标是以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计，使学生具备开放的专业思维能力，树立牢固的专业信心，培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。																	
课程主要内容																	
通过该课程的学习，使学生在原先已掌握的电子商务基础上，进一步掌握视觉营销的理念、美工设计的思路，美工中常用的 Photoshop 技能，网店常用图片设计制作，主图与主图视频设计制作，PC 端与移动端详情页设计制作，无线端网店页面装修等知识和操作技能。																	
教学要求																	
以学生为主体，以教师为主导，以培养学生的职业行动能力为目标。即将必要的理论知识融入到相关的案例中，以任务为驱动，以学生动手完成任务为核心教学过程，使每个学生在各个学习案例中学会网店美工的知识与操作技																	

	能，从而提升学生的设计能力与效率，提高学生的综合职业能力。通过协作学习方式提升学生的交流沟通、团队协作、图文共创能力，以及可持续发展的能力与职业迁移能力。			
序号	课程信息			
6	课程名称	品牌管理实务	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修
	先修课程	市场营销基础	后续课程	岗位实习
	课程目标			
	<p>通过本课程的教学，使学生了解中国品牌管理发展的现状与未来趋势，掌握品牌定位、品牌设计、品牌传播与推广、品牌延伸、品牌危机管理、品牌资产管理的基本知识，培养学生打造品牌、维护管理品牌的能力，使学生能够针对具体产品进行品牌定位、品牌设计，能够针对具体的品牌选择合适的品牌传播载体进行推广策划，为学生的可持续发展打下良好的基础。同时本课程通过大量的大企业品牌管理与推广的成功案例，通过阐述其发展过程，分析其成功的原因，进而培养学生在品牌建设、推广与维护上全面的知识和能力。培养学生敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的职业道德素养。为成为品牌专业人员提供智力和技能支持。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程主要阐述品牌的含义、分类、作用与功能，品牌定位的概念及方法，品牌名称设计，品牌标志设计，品牌口号设计，品牌形象代表设计，品牌传播载体选择，品牌传播媒体选择，品牌的延伸的内涵与方式，品牌延伸的风险与规避，品牌危机的内涵、成因与处理，品牌资产管理等主要内容，通过理论教学和课堂实践活动使学生充分认识品牌管理在企业经营中的重要作用，进而提高学生分析问题、解决问题的实际工作能力。</p>			
	教学要求			
	<p>建议采用体验式教学法，教师通过引入案例，对基本的专业知识进行讲解，讲解过程中设置问题，激发学生学习的积极性，理论知识讲解完毕，布置任务，学生分组操作，讨论在操作过程中遇到的问题并对最终成果进行分享展示，最后小组自评、小组互评、教师总评。</p>			
序号	课程信息			
7	课程名称	创业管理实务	课程代码	
	课程学时	3.5	课程学分	56
	课程类别	专业选修课程	课程性质	选修
	先修课程	管理学、市场信息采集与处理、企业营销策划	后续课程	岗位实习

课程目标	
<p>通过该课程教学，旨在培养学生积极进取、勇于挑战、勇于创新的能力，提高学生的创新意识，激发学生的创业激情，坚定创业梦想，把握创业精髓，提升创业能力，避免盲目跟风，收获创业之果，促进学生全面发展，为其毕业后创业埋下成功的“种子”，为未来成功开拓空间。</p>	
课程主要内容	
<p>该课程从大家耳熟能详的熟悉事件入手，内容详实、系统、前瞻、简明、易读、实用、丰富、新颖、针对性较强。易学、好懂动画及微课等一体化教学资源，让学习者爱上创新创业课，不用担心缺乏相关知识支撑。</p> <p>该课程结合创业新趋势和大学生群体的特点，以提高大学生创业素质及解决创业过程不同阶段常见问题为主线，遵循“碎片化资源、结构化课程、系统化设计”的课程建设理念，将21世纪经典案例点拨与应用理论讲授相结合，以学生喜闻乐见的高清动画、微课等现代多媒体资源展开知识点内容，内容经典，富有实用性、启发性和时代气息。能使学生用创新思维解决未来创业过程中遇到的问题，提高创办和管理企业的综合素质和能力。</p>	
教学要求	
<p>使学生熟悉创新思维提升的基本方法；明确创业所需基本素质，理解创业的基本原理、基本方法和基本程式；了解小企业开办的程序和管理的基本程序及创业的产生与演变过程原理和理论；掌握创业项目选择、商业模式的设计、用人、决断、应变、承担风险、品格要求等方面的知识；能够撰写并演示创业计划书和模拟创业，对互联网创业趋势有较为全面的认识，主动适应互联网经济大趋势</p>	

(六) 公共选修课程

序号	课程信息			
1	课程名称	马克思主义理论类限选课	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论概论、习近平新时代中国特色社会主义思想	后续课程	其它公共基础课、专业课

	想概论		
课程目标			
对青年学生进行马克思主义基本理论的教育,帮助学生树立正确的世界观和人生观,坚定对社会主义和共产主义的信念。			
课程主要内容			
包括马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“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理论及相关哲学、政治经济学等课程。			
教学要求			
通过本课程的学习,要使学生完整地把握马克思主义基本理论,使学生认识到马克思主义是科学的世界观和方法论,是我们从事社会主义革命和社会主义建设指导思想和理论基础。要求学生要掌握和了解马克思主义哲学、马克思主义政治经济学以及科学社会主义的基本理论,在实践中学会运用马克思主义的基本原理认识和分析各种社会实际问题,正确认识人类社会的本质、社会发展动力和社会发展的基本规律,正确认识资本主义和社会主义在其发展过程中出现的各种新情况、新问题,认识社会主义代替资本主义的历史必然性,从而坚定对社会主义和共产主义的信念。			
序号	课程信息		
	课程名称	党史国史类限选课	课程代码
	课程学时	16	课程学分
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质
	先修课程	思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论	后续课程
			其它公共基础课、专业课
2	课程目标		
	增强拥护党的领导、坚决跟党走的自觉性,加深对近现代中国国情和中国社会发展规律的认识,充分认识走中国特色社会主义道路是中国近代历史发展的必然结果,是中国人民经过长时期的实践检验而作出的正确选择,进一步坚定走中国特色社会主义道路的信念。		
	课程主要内容		
	包括中国共产党历史、中共党史学概论、中华人民共和国史、马克思主义党的学说和党的建设、中国近现代史概要等党史国史类课程。		

	教学要求			
	<p>通过学习马克思主义党的学说、党的建设和中国共产党历史了解党史、新中国史的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，了解我们党领导人民进行艰苦卓绝的斗争历程，从而坚定对马克思主义领导、对中国共产党领导的坚定信念；通过学习中华人民共和国史和中国近现代史深刻认识党带领人民经过长期探索实践，取得革命、建设、改革伟大胜利，从而坚定对中国特色社会主义的自信。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	中华优秀传统文化类 限选课	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
3	<p>深刻把握传承中华优秀传统文化与树立社会主义文化自信的关系，在继承与传承传统思想精华和文化智慧的基础上，激发文化创新创造的活力，发出中国特色社会主义先进文化的时代强音。以时代精神激活中华优秀传统文化，在对外传播中弘扬中华优秀传统文化，勇于担负起新的文化使命，在实践创造中推动文化进步，实现新时代中国特色社会主义文化复兴。</p>			
	课程主要内容			
	<p>中华优秀传统文化类课程。中华优秀传统文化类是指中国五千年历史中绵延不断的政治、经济、思想、艺术等各类物质和非物质文化的总和。包括思想、文字、语言；古文、古诗、词语、乐曲、赋、民族音乐、民族戏剧、曲艺、国画、书法、对联、武术、棋类、灯谜、射覆、酒令、歇后语等；节日、民俗等。</p>			
	教学要求			
	<p>了解先秦儒家、道家思想核心经典和基本思想，掌握基本的国学知识。通过本专题学习，培养学生学习了解和掌握中国传统文化的兴趣，并引导学生学习国学经典，加强自身修养；使学生了解文学与时代的关系，文学与自然的对照，掌握诗文中所蕴含的生命意识以及时代赋予诗人的精神气质在诗文中的展现；通过对各时期代表诗作的讲解，使学生的审美能力得到提升，气质得以升华，并从中体悟到中华民族传统文化精神。</p>			
序号	课程信息			

4	课程名称	健康教育类限选课	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	军事技能训练、体育、心理健康教育	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
	提高健康知识水平、改善对待个人和公共卫生的态度，增强自我保健能力和社会健康的责任感、预防心理疾病，促进心理健康，形成有益于个人、集体和社会健康行为和生活习惯，降低常见病的发病率。			
	课程主要内容			
	包括健康生活方式、疾病预防、安全应急与避险等。提高安全意识，应急避险、逃生技能，自救互救知识技能，增强在遭遇突发灾害、意外事故和危重病时的应急、应变能力以及防范能力。			
教学要求				
教师通过讲授、多媒体教学演示、视频图像播放、经典案例分析等教学手段的合理运用，通过对现代社会人民生活方式的转变的分析，讲解常见疾病的预防和心理健康促进的方法，达到提高健康生活方式的目的。				
序号	课程信息			
5	课程名称	美育类限选课	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	学生管理教育、大学生职业发展与职业生涯规划	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
	引导学生认识美、发现美、保护美、鉴赏美、感悟美、分享美，促成将课堂上所学知识融化在生活中，由他律走向自律，最终引导大学生实现人生价值的升华，立志为实现共产主义理想和创造一切美好的事物而奋发向上。			
	课程主要内容			
	包括三个系列，一是赏析系列，如影视、美术、摄影、音乐、文学、建筑、舞蹈等；二是史论系列，如审美文化、中西方音乐史、美术史、商品美学、技术美学、网络文化艺术等；三是技艺系列，如素描、水彩、书法、合唱、音乐、舞蹈、插花、MID 制作等。			

	教学要求			
	充分运用现代化教学手段,将理论教学与实践教学合理融合,运用引导式、启发式、情境式、示范式教学等手段,普及、传承和发展中华美育传统文化。在赏析系列课程中运用视频、音频等线上教学方法,使学生了解、感悟中西艺术经典作品魅力;在史论系列课程中,运用中、西发展史对比的教学方法,使学生易于、乐于学习其史学精髓,提升艺术理论修养;在技艺系列课程中,积极将区域技艺大师、专家引进校园,让学生感受经典,传承优秀,弘扬中华技艺文化。			
序号	课程信息			
6	课程名称	职业素养类限选课	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	大学生职业发展与职业生涯规划、大学生就业与创业指导	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
	培养良好职业素养,树立正确的职业道德,养成正面积极的职业心态和正确的职业价值观意识,爱岗、敬业、忠诚、奉献、正面、乐观、用心、开放、合作及始终如一,学会迅速适应环境,化工作压力为动力,善于表现而非刻意表现,低调做人、高调做事,勇于承担责任			
	课程主要内容			
	包括职业道德、职业意识、职业行为习惯、职场竞争力、工匠精神、人际沟通、商务礼仪、企业文化等职业素养类课程、讲座。			
	教学要求			
	通过教师的讲解,使学生了解职业道德的内容及规范,培养学生的职业意识和职业素养;通过比例的教学,使学生养成积极的职业心态,形成正确的职业价值观,掌握人际沟通的技巧;通过案例剖析,使学生树立正确的职业道德,为未来快速融入企业文化,爱岗敬业、勇担重任做好铺垫与准备。			
序号	课程信息			
7	课程名称	大学语文	课程代码	
	课程学时	16	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(人文素养类)	课程性质	选修
	先修课程	无	后续课程	其它公共基础课、专业课

课程目标	
提高语文修养，提升人文素养，提高文学作品阅读欣赏能力、应用写作和口才表达技能。	
课程主要内容	
从社会实际需要的角度出发，人文性与实用性充分结合，包括阅读欣赏、应用写作、口才训练三个部分。	
教学要求	
通过阅读欣赏，将学生的审美训练和人文素质教育和谐地统一在一起，力争做到既向学生展示汉语言文学的生命力，又给学生以广阔的想象空间，既使学生感受到祖国语言文字的优美，又让学生受到优秀传统文化、高尚情操的感染和启迪，从而培养学生健康的审美情趣、高尚的思想品质，提高学生的人文综合素质；通过应用写作，使学生熟悉应用文写作的基础知识和常用文书的写作方法，掌握工作中常用文书的撰写技能以及文字分析与处理的能力；通过口才训练，使学生积累交谈、演讲等口头交际知识，掌握生活、工作常用的口头表达技巧，从而培养自信心，提升人际沟通及解决事务的能力。	

(七) 岗位单项技能课程

序号	课程信息		
1	课程名称	市场信息采集处理与应用	课程代码
	课程学时	24	课程学分
	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质
	先修课程	市场信息采集与处理	后续课程
	课程目标		
通过该课程的学习与实训，教授市场调查基础理论知识、基础统计分析方法、调研技巧，通过这些教学内容学习，使学生掌握基本的统计及数据分析方法，能够处理一般性的市场调查数据，并撰写简单的市场调查数据分析报告。重点培养学生四大基本能力：调查方案设计能力、调查资料收集、整理与分析能力、调查报告撰写能力和创造性运用资料能力。实现从认识—到设计—到实施的一到运用的一体化训练。			
课程主要内容			
本课程主要包括市场调研项目的寻找、市场调研方案的撰写、市场观察与定性调查、问卷设计及市场调查、整理分析市场调查资料、市场调研报告			

	的撰写等。		
	教学要求		
	通过市场信息采集、处理与应用的教学，使学生对市场调查与预测过程有一个系统、完整的认识、并熟练掌握企业市场调查与预测的基本程序和基本方法，从而达到将所学的市场调查与预测专业理论知识和实际操作方法融会贯通的目的，使学生能够掌握市场调查与预测的基本知识和方法，熟悉市场调查与预测基础工作，熟练掌握市场调查与预测技能及基本方法。		
序号	课程信息		
2	课程名称	企业经营管理实训	课程代码
	课程学时	48	课程学分
	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质
	先修课程	管理学、市场营销基础、网络营销	后续课程
	课程目标		
	总体目标针对完成企业工作过程所需要的岗位能力、知识和素质，按照目标岗位群的典型业务进行实训内容的设计。培养学生的岗位适应能力和动手能力，使学生毕业后以尽可能短的“磨合期”来适应企业工作岗位的要求，以求在最短的时间内独立开展各项业务工作。		
	课程主要内容		
	企业经营管理实训是一种通过模拟真实企业环境和情景，让学生扮演企业管理者，进行经营决策和管理实践的教学方法 该实训课程通常包括 1. 经营战略规划 2. 组织架构设计 3. 营销策略制定 4. 生产运营管理 5. 财务管理和控制 6. 团队合作和沟通		
	教学要求		
	学生在实训前要进行相应环节的理论预习，完成每个实训的预习要求，切实地掌握理论知和实验原理，尽量做到带着问题来实训。进入实验室学生要完成每次实验任务，出现问题时要冷静的分析查找原因。对实验过程中现的问题和结果 要认真客观的记录。实验完成后要让指导教师检查实验结果，并对结果进行评分。实验结束后，撰写实验报告，分析和整理实验数据， 加深对理论知识和实验原理的理解， 强利用理论知识，解决设计问题的能力。		
序号	课程信息		
3	课程名称	电子商务美工实训	课程代码
	课程学时	24	课程学分

	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质	实训
	先修课程	电子商务实务,网店美工	后续课程	跨境电子商务
课程目标				
<p>本课程的教学目标是以现代职业教育理念为指导,通过先进的教学手段,使学生充分掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局多个方面的理论知识并结合实例进行设计,使学生具备开放的专业思维,树立牢固的专业信心,培养学生具备独立从事网店页面设计的能力。</p>				
课程主要内容				
<p>本课程的主要内容为: Photoshop 基础操作、商品照片处理,网上店铺装修、商品描述页面制作,店铺装修诊断等。</p> <p>Photoshop 基础操作包括剪裁商品照片、抠图商品照片、商品照片调色和商品照片修图;商品照片处理包括商品图片背景处理、精修与美化商品图片、制作宝贝主页和直通车广告创意;网上店铺装修包括设计、店招设计、制作广告、设计促销模板、通列表制作和制作拓展版全屏背景;商品描述页面制作包括制作宝贝详情页模板、制作服装类商品描述、制作电子类商品描述、制作日用品类商品描述和 CSS 图文混排商品描述页;店铺装修诊断包括设置店铺装修数据分析和店铺装修诊断两个部分。</p>				
教学要求				
<p>本课程的实训内容安排的专业实训室内进行,要求能接入 Internet,方便访问各类美工设计网站。</p> <p>计算机中要求安装 Windows 7 专业版操作系统,并安装好 Photoshop、Illustrator、CorelDRAW、Dreamweaver 等相应的教学软件,以及 office/PDF 等常用的系统软件。</p> <p>本课程实施过程中,遵循以下原则:</p> <p>(1)课堂以讲授和实操为主,教学辅助手段:通过课件、互联网、上机等手段建立学员的理性认识。</p> <p>(2)通过章节相关内容的案例介绍与分析,进一步增强学员的感性认识</p> <p>(3)作业:学生通过完成预定的设计任务,达到对重点知识和技能的巩固。</p>				
序号	课程信息			
4	课程名称	营销岗位综合实训	课程代码	
	课程学时	48	课程学分	2
	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质	实训
	先修课程	市场信息采集与处理,网络营销,商务谈判与推销技巧	后续课程	岗位实习

	课程目标			
	<p>通过在校内理实一体化实训室的操作，根据项目教学要求，让学生掌握基本的营销岗位知识和基本的业务操作技能，与跨境电商岗位相结合，学习跨境电商专员岗位职责及跨境电商操作平台等知识、以及跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息化操作、跨境产品定价刊登和发布操作等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上营销电商工作岗位和跨境电商创业打下的基础。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本课程分为跨境电商基础和营销实务操作两个学习情景：</p> <p>1. 跨境电商基础的学习内容包括跨境电商专员岗位职责和跨境电商平台知识两个部分；</p> <p>2. 营销实务操作包括销售准备，客户开发，销售演示，需求分析，提供解决方案，对策/谈判，客户关系管理等内容。</p>			
	教学要求			
	<p>(1) 本课程建议采用以学生为主体，职业能力培养为本位，以工作过程和工作任务为主线，任务驱动，融“教、学、做”为一体的项目教学法。</p> <p>(2) 采用实训室内理实一体化教学模式，坚持“边做边学”理论和实践相融合授课方式，突出学生动手能力的培养，在做的过程中发现问题、解决问题，学会了知识如何用，激发学生的学习兴趣 and 潜能。</p>			
序号	课程信息			
	课程名称	营销岗位体验实习	课程代码	
	课程学时	24	课程学分	1
	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质	实训
	先修课程	市场信息采集与处理、企业营销策划	后续课程	岗位实习
	课程目标			
5	<p>高职市场营销专业培养适应社会主义市场经济需要，德智体美全面发展，掌握营销管理的基本理论，具备调研、策划、推销、公共关系、商务谈判、客户服务、销售管理等能力，具有良好的敬业精神和职业道德，在工商企业中从事营销管理工作的高素质高技能人才。</p>			
	课程主要内容			
	<p>本次实训主要包括模拟组建专业营销策划公司实训、企业形象策划实训、头脑风暴法运用实训、营销环境分析实训以及产品推广与市场促销活动方案撰写实训。</p>			
	教学要求			

	<p>教师需要具备的执教要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练掌握市场营销和营销策划的基本理论； 2. 具有较强的教学工作经验和课堂驾驭能力； 3. 一般要求教师有一定的参与企业营销工作的经验。 		
序号	课程信息		
	课程名称	跨境电商综合实训	课程代码
	课程学时	48	课程学分
	课程类别	岗位单项技术技能课程	课程性质
	先修课程	网点美工, 电子商务美工实训, 跨境电子商务	后续课程
	课程目标		
	<p>开发外贸客户是报关与国际货运专业学生就业后从事企业外贸业务员工作岗位将面临的一个重要的工作项目, 通过电子商务平台来开发各类国际客户是国际贸易的一个重要的手段。因此课程以岗位为学习目标, 以跨境电商平台操作为工具, 以具体工作任务为学习情境和技能载体, 通过设计具体学习情境和工作任务, 采取以项目制教学为主, 融入角色模拟、技能训练、案例教学等具体教学方法, 引导学生运营第三方电子商务平台开展跨境电子商务学习。</p>		
	课程主要内容		
6	<p>本课程分为跨境电商基础和跨境电商实务操作两个学习情景, 在两个情景基础上进行综合实训。</p> <p>通过对于跨境电商的基本了解进行基础操作, 并且遵循平台规则进行市场选品、跨境物流、支付结算、市场营销、客户服务等综合训练。</p>		
	教学要求		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标, 而在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中, 应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养, 通过项目教学、以工作任务引领提高学生兴趣, 激发学生的成就动机。 2. 本课程教学的组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。教学中应选用客户开发和管理业务的具体方法和实例为载体, 教师的讲授、示范与学生操作互动, 学生提问与教师解答、指导有机结合, 融教学做为一体, 使学生在学中做、在做中学, 以此培养并提高业务技能。 3. 教学中教师应将客户开发、管理理念及实际工作中灵活运用的感悟渗透于训练全过程。在积极引导提升职业素养的同时, 提高自身的职业道德, 使之达到有机统一。 		

(八) 岗位综合技术技能课程

序号	课程信息			
1	课程名称	岗前综合培训	课程代码	
	课程学时	4	课程学分	96
	课程类别	岗位技术技能课程 (综合技术技能类)	课程性质	必修
	先修课程	公共基础课、专业 课、专业课程、单项 岗位技术技能课	后续课程	岗位实习
	课程目标			
	在学生顶岗实习前开设的、超越具体专业岗位的、具有普适性的旨在提升学生就业能力、创业意识和工作能力的职业综合素质训练课程。培训学生作为职业人必须了解的行业企业文化、规章制度及福利、岗位职责与个人发展、融入社会等知识。			
	课程主要内容			
	行业状况, 相关企业发展战略、企业愿景、规章制度、企业文化、市场前景及竞争; 员工的岗位职责及本职工作基础知识和技能; 满足岗位工作技能技巧, 技能是指为满足工作需要必备的能力, 而技巧是要通过不断的练习才能得到的, 熟能生巧, 像打字, 越练越有技巧; 工作态度培训, 基于员工的态度决定其敬业精神、团队合作、人际关系和个人职业生涯发展, 必须建立正确的人生观和价值观, 塑造职业化精神。			
	教学要求			
	由企业师傅和校内专业教师共同对学生进行培训, 可在校内外基地或即将顶岗实习企业进行。通过营造职场氛围, 将教学融于工作中, 设置融入企业、工作模拟、积蓄力量和和谐发展等模块, 引导大学生热爱工作、忠于企业、在企业的发展中实现自身的价值。通过培训, 让学生认同企业的文化和价值观, 提高学生迅速融入企业氛围, 发挥所长, 尽快成才的能力。			
序号	课程信息			
2	课程名称	岗位实习	课程代码	
	课程学时	576	课程学分	24
	课程类别	岗位技术技能课程 (综合技术技能类)	课程性质	必修
	先修课程	岗前综合培训	后续课程	毕业设计
	课程目标			

	<p>贯彻以服务为宗旨、以就业为导向的教育思想，追求毕业生与企业要求零距离，学生、企业双向选择，进行顶岗实习。通过顶岗实习应达到如下要求：熟悉对应的岗位环境，具有较快适应工作岗位、承担职责的能力；具有综合运用所学知识和基本技能，分析和解决岗位生产中实际问题的能力；具有吃苦耐劳，爱岗敬业、团结协作精神；具有针对自己的工作岗位，进行一般性的技术改造或设计的能力；具有把握本专业发展动态、勇于创新，独立思考的能力。</p>		
	课程主要内容		
	<p>通过双选到专业对口的现场直接参与生产过程，综合运用本专业所学的知识技能，以完成一定的生产任务，并进一步获得感性认识，掌握操作技能，学习企业管理，养成正确劳动态度。</p>		
	教学要求		
	<p>由企业师傅和校内专业教师共同对学生进行指导。</p>		
序号	课程信息		
	课程名称	毕业设计	课程代码
	课程学时	168	课程学分
	课程类别	岗位技术技能课程 (综合技术技能类)	课程性质
	先修课程	岗位实习	后续课程
	课程目标		
	<p>毕业设计(论文)是实现专业人才培养目标的重要综合性教学环节，其目标是让学生得到一次理论联系实际的综合训练，用所学的专业知识分析和解决工程实际问题；了解开发新产品或新工艺的程序与内容；具备一定的技巧和经验；能够在规定的时间内用语言陈述所做的工作并回答提出的问题。从而在获取信息、工程设计、新方法和新技术等方面的开发和应用能力得到全面提高。</p>		
3	课程主要内容		
	<p>包括毕业设计(论文)撰写和答辩两个环节。针对某一课题，在导师的指导下，综合运用专业理论和技术，做出解决实际问题的设计或研究，编制设计报告或撰写研究论文一篇。课题选取注重实际、实用，能够满足教学要求并具有可操作性。毕业设计结题时，要完成一份书面的报告并做答辩，答辩成绩计入最后的评分。</p>		
	教学要求		
	<p>教师指导，学生根据自己专业方向情况选择课题，按任务书要求完成毕业设计工作，并通过答辩。</p>		

(九) 通用能力实践课程

序号	课程信息			
1	课程名称	军训	课程代码	
	课程学时	112	课程学分	2
	课程类别	公共基础课程（通用能力实践类）	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	军事理论、体育
	课程目标			
	以国防教育为主线，通过军事技能教学，使大学生掌握基本军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础的目的。			
	课程主要内容			
	以《内务条令》、《纪律条令》和《队列条令》为基础，重点开展单个军人及队列动作训练，以及国旗护卫、军体拳等特殊项目训练；开展内务和仪容仪表等基础文明养成习惯教育；对学生开展必要的爱国主义教育 and 国防意识教育。			
	教学要求			
	由武装部牵头与承训部队共同制定课程实施方案和具体训练计划，采取理论教学与实践教学相结合、以实践教学为主的授课方式，主要由承训部队官兵按照军事技能训练大纲开展各项训练和学习活动，由新生辅导员和承训部队骨干根据学生训练的实际情况以及在军训中各类表现，综合评定学生军事技能训练成绩。			
序号	课程信息			
2	课程名称	计算机上机实践	课程代码	
	课程学时	20	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程（通用能力实践课）	课程性质	必修
	先修课程	计算机基础	后续课程	各类专业课程
	课程目标			
	能够进行常用办公设备的安装与使用，熟练进行 Windows 操作系统的基本操作及基本设置；熟练掌握 Word、Excel、Powerpoint 的基本操作技能，具备处理常用办公文档的能力。熟练掌握 Internet 基本知识及基本操作，能够收发电子邮件。			

	课程主要内容			
	运用 Word 编辑文档，使用 Excel 数据统计与分析，运用 PowerPoint 制作电子演示文档，上网基本操作 windows 图像、音频和视频的基本操作技能。			
	教学要求			
	重点训练打字速度，Word、Excel、Powerpoint 文档创建与编辑应用能力，增强常用办公文档的处理能力，增强学生信息技术能力并为考取计算机等级证书奠定基础。			
序号	课程信息			
	课程名称	劳动教育	课程代码	
	课程学时	32	课程学分	1
	课程类别	公共基础课程(通用能力实践课)	课程性质	必修
	先修课程	学生管理教育	后续课程	其它公共基础课、专业课
	课程目标			
3	实施学院“三构建一打造三融合劳动教育改革工程”，以德为纲、德劳同频，落实立德树人根本任务，实现劳动教育与专业实践的有机融合，实现劳动实践与非遗传承的有机融合，促进学生树立正确的劳动观念以及正确的劳动态度，养成吃苦耐劳的精神；促进学生民族自豪感和爱国热情；培育学生树立正确的劳动价值观念，增强学生体魄，培养良好品格。			
	课程主要内容			
	劳动教育课程内容包括“劳动理论、公益劳动、专业实践、非遗传承”四个模块，非遗项目包括香包、剪纸、泥塑，根据专业类别选取相应非遗手工技艺。			
	教学要求			
	突破以往劳动课重实践轻理论的现象，实施理实一体课堂教学模式，通过设定教学任务和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，理中有实，实中有理。不同专业选择不同的专业实践项目和不同的非遗项目，突出学生动手能力和专业技能的培养，充分调动和激发学生学习兴趣；既学习非遗文化知识，又训练传承非遗技艺。			

九、岗位技能训练主要内容和要求

序号	课程代码	项目名称	主要内容	要求
1		计算机上机实践	应用所学基础理论，熟练基	1. 熟练掌握计算机基本

			本操作。	技能，至少达到计算机一级要求； 2. 熟练操作 OFFICE 软件，精通 PowerPoint 应用。
2		企业经营管理实训	全面了解与掌握企业决策、生产、营销、财务及采购等整个生产运作过程。	1. 了解企业各环节的生产运作过程 2. 熟悉市场分析及决策，企业投资、融资管理及生产运作管理 3. 能够编制会计报表，并进行简单的财务分析
3		市场信息采集处理与应用	熟练设计问卷，科学高效进行市场信息，采集重要信息，并运用相关知识处理该信息，给企业决策提供重要资料。	1. 由专业指导教师和任课教师组织学生到市场考查，收集相关产品资料； 2. 每个学生设计出调查问卷； 3. 到市场完成问卷调查，或采用其他调研方法进行信息搜集，并作出数据统计，完成实习报告。
4		电子商务美工实训	利用电子商务相关知识与美图工具对网络商品详情进行设计。	设计的作品符合消费者需求与视觉要求。
5		营销岗位体验实习	通过在营销岗位上的模拟体验，了解岗位技能要求和综合素质要求，并把各种专业知识应用到实践中去，使学	1. 根据学生自身的职业定位，由专业指导教师和任课教师组织学生分组到不同的岗位进行

			生的理论知识与实践得到结合。	现场体验； 2. 写出实习日志与总结。
6		营销岗位综合实训	到校企合作企业进行实践，全面了解与掌握营销人员的基本素质、技能、创业相关流程以、调研问卷及创业计划书的设计。	到校企合作企业进行实践学习，按指导书要求完成相关实训任务。
7		跨境电商综合实训	利用所学的跨境电子商务知识进行企业实践。	1. 学会创建店铺； 2. 掌握一种跨境平台； 3. 根据实训指导书完成相关任务。
8		岗前综合培训	到实习作企业进行岗前培训，全面了解与掌握企业企业基本情况、企业规章制度、岗位技能培训。	1. 了解企业的基本情况； 2. 熟悉企业规章制度与企业理念； 3. 了解企业对工作岗位的技能要求。
9		岗位实习	深入运用所学理论，强化已掌握技能	1. 以就业为导向，有目的的有准备的联系实习单位； 2. 熟练用理论指导实践，针对企业实际现状提出问题，按实习任务书要求全面掌握实习单位的营销管理状况； 3. 深入思考，完成较高质量的实习报告，最好能体现本人创新观点。
10		毕业论文（岗前实	结合所学理论和实习岗位，	严格依照《岗前实践总

	践总结)	提出论证问题，深入分析相关论题	结撰写规范》要求进行。
--	------	-----------------	-------------

注：此表中的“项目名称”应与“十三、岗位技能训练安排表“相一致。

十、资格证书

1.职业技能等级证书

学生获得体现本专业核心能力的中级及以上职业技能等级证书，则可根据学校“学分认定与置换管理办法”申请进行学分认定与置换，免修相关课程。

职业技能等级证书名称	体现专业核心能力	备注
高级营销员	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发
助理营销师	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发
营销师	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发
高级营销师	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发

2.职业资格证书

学生获得体现本专业核心能力的中级及以上职业资格证书，则可根据学校“学分认定与置换管理办法”申请进行学分认定与置换，免修相关课程。

职业资格等级证书名称	体现专业核心能力	备注
营销员	产品销售	国家职业资格五级
高级营销员	产品销售	国家职业资格四级
助理营销师	产品销售	国家职业资格三级
营销师	产品销售	国家职业资格二级
高级营销师	产品销售	国家职业资格一级

3.通用能力证书

非计算机类专业学生参加计算机等级考试，获得普通高校计算机一级及以上证书（非

计算机类专业), 则可根据《九州职业技术学院学分认定与转换暂行管理办法》申请进行学分认定与置换, 免修计算机应用基础课程。

十一、毕业条件

1. 修满所有必修课课程学分; 修满专业选修课和公共选修课规定的最低学分。
2. 完成毕业设计(论文)或顶岗实习总结, 且毕业答辩成绩合格。
3. 取得至少 1 项和专业核心技能相关的职业资格证书或技术等级证书。
4. 学生在校期间至少报名参加全国高等学校英语应用能力 B 级考试、大学英语四级考试、普通话等级测试、计算机一级 B 考试等考试各 1 次。
5. 其他: 可根据专业特点及人才培养目标自行增加。

十二、实施保障

实施保障主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25 : 1, 双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%, 专任教师队伍要考虑职称、年龄, 形成合理的梯队结构。

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; 具有市场营销与电子商务相关专业硕士及以上学历; 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

专业带头人原则上应具有副高及以上职称, 能够较好地把握国内外行业、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。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任, 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,

能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

专业教室一般配备黑(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.校内实训室基本要求

市场营销实训室基本配置

序号	品名	单位	数量	备注
1	实训工作台	张	15	必备
2	电脑	台	60	
3	椅子	张	60	
4	货架	个	2	
5	市场营销实训软件平台	套	1	

3.校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为:具有稳定的校外实训基地;选择能够提供开展市场营销相关工作实践的制造或服务企业作为校外实训基地,提供的工作岗位比较全面,实训岗位、实训指导教师确定,实训管理及实施规章制度齐全。与专业建立紧密联系的校外实训基地达 5 个以上。

4.学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为:具有稳定的校外实习基地;能提供调研人员、销售人员、策划人员、客服人员等相关实习岗位,可接纳一定规模的学生实习;能够配备相应数量的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。

5.支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为:具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件;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,引导学生利用信息化教学条件自主学习,提升教学效果。

（三）教学资源

1.教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

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，方便师生查询、借阅。实时更新图书文献资料。

3.数字化教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求，且在本区域处于领先水平，条件成熟时形成在线开放课程。

（四）教学方法

1.课程教学方法

本专业主要采取以下教学方法：

案例教学法，指以案例为基础的教学方法，教学中提出一种教育的两难情境，没有特定的解决之道，教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，引导学生变注重知识为注重能力。

情境教学法，指在综合实训室中，让学生犹如置身于某个购物场所的场景。学生在模拟情境中学习导购员、营销人员所需的知识、技能和能力。

角色扮演法，是让学生扮演不同角色来体验，掌握相关的知识和操作方法。

项目教学法，是指以项目为主线，以教师为引导，以学生为主体，即在老师的指导下，将一个相对独立的项目交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，都由学生自己负责。设置“项目”可包含多门课程的知识，如推销、营销策划、广告中共同的内容可设置成项目，有利于加强学生的综合能力、创新能力。

另外，为强化对学生自学能力的培养，每堂课末都留下几分钟时间做课堂评估与反馈，针对学生不理解、不易弄懂的内容再次复述或个别辅导，同时布置下次课所学内容，引导学生正确阅读，也能提高教学效果。

2.顶岗实习与社会实践指导方法

顶岗实习与社会实践实行实训单位和学校双导师指导制度，原则上一名校内指导教

师指导 20-30 名学生。顶岗实习与社会实践的指导方式可以根据基地实习或分散式 实习两种不同的方式，采取“全程式指导”或“巡回式指导”方式进行实习指导。

3.信息化教学手段运用

重视数字化教学资源建设，发挥现代信息技术在专业课程教学中的作用，充分运用多媒体教学、网络教学等现代化的教学手段开展教学。

多媒体教学，指专业课程校内教学活动均在营销实训室或多媒体教室进行，所有营销实训室与多媒体教室都与网络连接，实现教学的开放性和教学资源获取的广泛性。

网络教学，指构建职教新干线、名师空间课堂等个人空间，包含课程授课计划、电子教案、教学课件、习题、案例、实训指导、参考书目等教学资源。

（五）学习评价

1.对教师的评价

建立健全教师教育教学评价制度，把师德师风、专业教学、企业顶岗实践、教育教学研究与社会服务作为评价的核心指标，要采取学生评教、教师互评、企业评价、学校和专业评价等多种方式，不断完善教师教育教学质量评价内容和方式。把教育教学评价结果作为教师年度考核、绩效考核和专业技术职务晋升的重要依据。实施网上评教、实时评教与学期评价相结合。

2.对学生的评价

（1）评价主体

以教师评价为主，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，建立多方共同参与评价的开放式综合评价制度。

（2）评价方法

采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式。评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要把学习态度、平时作业、单项项目完成情况作为学生质量评价的重要组成部分。要不断改革评价方法，逐步建立以学生作品为导向的职业教育质量评价制度。

（3）评价内容

对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

①思想品德与职业素养

依据教育部颁布的《中等职业学校德育大纲》、学校制定的学生日常行为规范，制定思想品德评价方案与细则；依据行业规范与岗位要求，制定职业素养评价方案与细则，把职业素养评价贯穿到教育教学全过程。

②专业知识与技能

按照市场营销行业的规范化要求，对照市场营销职业标准，依据课程标准，针对专业教学特点，制定专业知识与技能评价细则。鼓励学生积极参加社会实践与专业技能竞赛，从竞赛与社会实践的过程中接受行业与社会的评价。

③科学文化知识与人文素养 依据教育部颁布的课程教学大纲、省教育厅颁布的公共课教学指导纲要，制定公共课教学质量评价细则。积极探索人文素质综合测试的内容和方法。

（六）质量管理

1.学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控/质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

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

4.专业教研组织应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。

十三、学时分配与教学安排

（一）本专业各教学环节时间分配总表（以周记）

学 年	学 期	理 论 教 学	考 试	实 训	顶 岗 实 习	上 机 实 践	毕 业 设 计	入 学 教 育	军 训	毕 业 教 育	寒 假	暑 假	学 期 合 计	学 年 合 计
一	一	16	1					1	2		5		25	52
	二	14	1	4		1						7	27	
二	三	16	1	3							5		25	52
	四	17	1	2								7	27	

三	五				20						5		25	41
	六				8		7			1			16	
小计		63	5	9	28	1	7	1	2	1	15	14	145	145

(二) 学时/学分分配表

课程	学时/学分数分配及比例									
性质 \ 类型	学 时					学 分				
	总学时	理论	实践	理实	课外	总学分	理论	实践	理实	课外
必修课	1556	922	406	112	116	90.5	49.5	25	9	7
公共选修课	128	128	----	----	----	8	8	----	----	----
专业选修课	160	96	64		----	10	6	4		----
岗位技能训练项目	1220	----	1220	----	----	48	----	48	----	----
三年合计	3064	1146	1690	112	116	156.5	63.5	77	9	7
百分比	100%	37.4%	55.2%	3.7%	3.7%	100%	40.6%	49.2%	5.8%	4.4%

(三) 年度培养目标表

学年	培养目标和要求	达到标准
第一学年	培养学生的社会素质与职业，掌握进行专业核心能力培所需的基本知识，并具备一定的职业核心能力	全国计算机等级考试证书、普通高校大学英语应用能力（A级或B级）合格证书
第二学年	完善学生的职业素质的培养，培养学生的职业技能与职业拓展能力，并具备一定的创业所需的素质与能力	高级推销员职业资格上岗证书
第三学年	培养学生的创新思维能力，提高学生思考问题、解决问题的能力	毕业论文或岗位实习报告

(四) 教学进程表

第	第一学期																										
	周	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
一																											

学 年	序 进 程	☆	☆	△	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=													
	第二学期																																					
	周 序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27										
	进 程	%	x	x	x	x	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=	=	=	=									
第 二 学 年	第三学期																																					
	周 序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25												
	进 程	x	x	x	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=												
	第四学期																																					
第 三 学 年	周 序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27										
	进 程	x	x	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=	=	=	=									
	第五学期																																					
	周 序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25												
进 程	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	
第 三 学 年	第六学期																																					
	周 序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																					
	进 程	#	#	#	#	#	#	#	#	//	//	//	//	//	//	//	△																					

说明：入学毕业教育△ 理论教学√ 实训x 课程设计○ 毕业设计// 岗位实习
考试* 假期= 军训☆ 上机实践%

(五) 教学安排表

课程要求	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核类型	学分	学时	课内学时			课外学时	开课学期及学时分配																								
									理	实	理		一	二	三	四	五	六																			
									论	践	实		16周	14周	16周	17周	0周	0周																			
必修	公共基	1		思想道德修养与法律基础	B	C	3	48	40	8		3																									
		2		毛泽东思想和中国特	B	S	2	32	24	8			4*8																								

课程要求	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核类型	学分	学时	课内学时			课外学时	开课学期及学时分配					
									理	实	理		一	二	三	四	五	六
									论	践	实		16周	14周	16周	17周	0周	0周
课	基础课程			色社会主义理论体系概论														
		3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	S	3	48	36	12			4*12					
		4		形势与政策	A	C	1	16	16									
		5		大学英语 1	A	S	3	48	48			3						
		6		大学英语 2	A	S	3	48	48				4*12					
		7		经济数学 1	A	S	3	48	48			3						
		8		计算机基础	B	S	3.5	56			56	4*14						
		9		体育 1	C	C	1	108		24			2					
		10		体育 2			1			28			2					
		11		体育 3			1			24		32			1			
		12		心理健康教育	A	C	2	32	16			16	2*8					
		13		军事理论*	B	C	2	32	8			24						
		14		学生管理教育*	A	C	0.5	8	6			2						
		15		大学生职业发展与生涯规划*	B	C	1	16	6			10						
		16		创新方法训练	B	C	1	16	16									
		17		就业与创业指导	B	C	1	16	16									
		小计							31	604	328	104	56	116	17	14	1	
职业基础课程	1		管理学基础	B	C	3	48	24	24			3						
	2		会计学基础	B	C	2	32	20	12			2						
	3		经济法概论	B	C	2	32	20	12			2						
	4		市场营销基础	B	S	3.5	56	40	16			4						
	5		电子商务实务★	B	S	3.5	56	30	26				4					
	小 计							14	224	134	90		11	4				
职业技术课程	1		市场信息采集与处理★	B	C	3.5	56	28	28				4					
	2		企业营销策划★LS	B	C	3.5	56			56			4*14					
	3		商务谈判与推销技巧★	B	C	3.5	56	28	28				4					
	4		网络营销★	B	C	3.5	56	28	28				4					
	5		营销心理与实务	B	C	3	48	24	24					3				
	小 计							17	272	108	108	56		12	7			
职业拓展课程	1		新媒体商务	B	C	3.5	56	32	24				4*14					
	2		跨境电子商务	B	C	3.5	56	32	24					4*14				
	3		国际贸易实务	B	C	3.5	56	40	16					4*14				
	小 计							10.5	168	104	64			4	8			

课程要求	课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核类型	学分	学时	课内学时			课外学时	开课学期及学时分配					
									理	实	理		一	二	三	四	五	六
									论	践	实		16周	14周	16周	17周	0周	0周
选修课	专业选修课	1		客户关系管理	B	C	3.5	56	32	24					4*14			
		2		文案写作与表达	A	C	3	48	24	24						3*16		
		3		消费者行为分析	B	C	3.5	56	32	24					4*14			
		4		房地产营销	B	C	3	48	32	16						3*16		
		5		网店美工	B	C	3	48	32	16					3			
		6		品牌管理实务	B	C	3.5	56	40	16						4*14		
		7		创业管理实务	B	C	3.5	56	40	16						4*14		
		小 计							23	368	232	136				11	14	
	最低学分(学时)数							10	160	96	64							
	公共选修课	1		马克思主义理论类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
		2		党史国史类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
		3		中华优秀传统文化类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
		4		健康教育类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
		5		美育类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
		6		职业素养类	A	C	1	16	16	0	0	0			1/2/3/4			
7			大学语文	A	C	2	32	32	0	0	0			1/2/3/4				
小 计							8	128	128	0	0	0	32	32	32	32		
最低学时(学分)数							8	128	128	0	0	0	32	32	32	32		
总 计									90.5	1556	922	406	136	116	28	28	23	22

注：1.专业核心课程用★标注，理实一体化课程用L S表示，

2.选修课（专业、公共）都按最低学时和学分计入“总计”学时和学分。

（六）、岗位技能训练安排表

实践类别	序号	课程代码	项目名称	课程类型	考核类型	学分	学时	周数	各学期分配周数						备注	
									1	2	3	4	5	6		
岗位单项技术技	1		市场信息采集处理与应用*	C	C	1	24	1		1						
	2		企业经营管理实训*	C	C	2	48	2		2						
	3		电子商务美工实训	C	C	1	24	1			1					
	4		营销岗位体验实习	C	C	1	24	1		1						

能	5		营销岗位综合实训*	C	C	2	48	2			2			
	6		跨境电商综合实训	C	C	2	48	2				2		
	小 计					9	216	9		4	3	2		
岗位 综合 技术 技能	1		岗前综合培训	C	C	4	96	4						
	2		岗位实习	C	C	24	576	24						
	3		毕业设计	C	C	7	168	7						
	小 计					35	840	35					20	15
通用 能力 实践	1		军训	C	C	2	112	2						
	2		计算机上机实践	C	C	1	20	1						
	3		劳动教育	C	C	1	32	8	16		8			
	小计					4	164	11	32		8			
合 计					48	1220	55							

注：此表中的岗位技能训练项目学时数按每周 24 学时计算,核心技术技能用*表示。