



廣西工業職業技術學院
GUANGXI VOCATIONAL & TECHNICAL INSTITUTE OF INDUSTRY

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

所属专业大类：财经商贸大类

适用年级：24 级

专业负责人（签名）：董常亮

二级学院院长（签名）：林家驹

制（修）订时间：2024 年 6 月

广西工业职业技术学院教务处

编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由广西工业职业技术学院市场营销专业团队与厦门润联服饰有限公司（安踏广西分公司）、沃尔玛南宁分公司等企业共同制订，并经专业建设委员会审定、学院批准实施。

主要编制人：

姓名	单位	职务	职称
董常亮	广西工业职业技术学院	市场营销专业负责人	教授
林家驹	广西工业职业技术学院	工商管理学院院长	副教授
黄金芬	广西工业职业技术学院	工商管理学院副院长	讲师
朱舟雨	广西工业职业技术学院	市场营销专任教师	讲师
邹平	广西工业职业技术学院	市场营销专任教师	副教授
姜健	广西工业职业技术学院	市场营销专任教师	讲师
柯俊绘	广西工业职业技术学院	市场营销专任教师	讲师
刘彦佐	广西工业职业技术学院	市场营销专任教师	助教
梁合欢	厦门润联服饰有限公司 (安踏广西分公司)	人事主管	
李艳玲	沃尔玛南宁分公司	人力资源部经理	

目 录

一、专业名称及代码	1
二、生源类型	1
三、学制与学历	1
四、职业面向	1
五、职业能力分析	2
(一) 典型岗位与职业能力要求分析	2
(二) 培养规格	4
(三) 人才培养模式	5
六、课程设置及要求	8
(一) 课程体系结构	8
(二) 课程体系与培养规格的关系矩阵图	8
(三) 课程设置及要求	11
七、教学进程总体安排	48
八、实施保障	50
(一) 师资队伍	50
(二) 教学资源	53
(三) 教学建议	54
1. 教学方法	54
2. 教学策略	54
3. 组织形式	54
(四) 学习评价	54
(五) 质量管理	54
(六) 学习成果转换	54
九、毕业要求	56
十、附录	56

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、生源类型

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、学制与学历

学制：三年

学历：大专

四、职业面向

本专业主要面向工商管理、财经商贸等职业，门店销售、产品销售、渠道开发等岗位（群）。对接全国职业院校技能大赛商务数据分析与应用赛项、市场营销技能赛项、研学旅游赛项，以及互联网营销师职业资格等级证书、“1+X”数字营销师、互联网营销师职业技能等级证书等，具体如表 1 所示。

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 (或领域) W	相关竞赛举例 S	相关证书举例 Z
财经商贸 大类 (53)	工商管理类 (5306)	商贸服务业 (53) 批发业 (F51)、 零售业 (F52)、 商务服务业 (L72)	工商管理类(5306) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 客户服务管理员 (4-07-02-03)、 互联网营销师 (4-01-02-07)、 品牌专业人员 (2-06-07-04)	1. 目标岗位: 门店销售店长、商品销售经理、市场策划经理; 2. 发展岗位: 销售主管、门店主管、市场策划主管; 3. 拓展岗位: 网络营销推广主管、电子商务专员主管。	1. 商务数据分析与应用赛项; 2. 市场营销技能竞赛赛项; 3. 研学旅游赛项; 4. 互联网+创新创业大赛。	数字营销师技术应用; 互联网营销师、网店运营推广。

注：（1）A、B 两列：依据《职业教育专业目录（2021 年）》填写；
（2）C 列：依据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2017）填写；
（3）D 列：依据《中华人民共和国职业分类大典》（2022 版）填写，具体到小类四位代码；
（4）E 列：参考行业及企业现行通用岗位群或技术领域。

五、职业能力分析

（一）典型岗位与职业能力要求分析

市场营销专业毕业生职业发展路径、典型工作任务与职业能力分析如表 2 所示。

表 2. 典型岗位工作任务与职业能力分析

岗位类型	岗位名称	典型工作任务	职业知识、能力及素质要求
目标岗位	1. 市场营销经理 2. 门店店长 3. 区域经理	1. 产品的区域管理 2. 门店数据运用与分析 3. 促销方案的撰写 4. 门店综合管理	WK1. 掌握门店顾客接待与销售的流程与要点； WK2. 掌握门店货品与账目管理的内在逻辑； WA1. 掌握连锁门店的职能、管理规则； WA4. 掌握市场调研的设计方法和分析方法； WK1. 掌握商务礼仪的基本要求； WA2. 能进行门店顾客接待与销售； WA3. 能管理门店货品及账目管理； WA4. 能开发与及管理连锁门店； WQ4. 能制定市场调研计划，采集数据并进行营销分析； WQ5. 具有自我管理管理、职业生涯规划意识。
发展岗位	1. 市场营销专员 2. 门店销售主管 3. 客户服务专员 4. 渠道推广经理等岗位	1. 产品销售 2. 门店运营数据分析 3. 商品服务 4. 商品促销和策划、渠道推广	WQ1. 具有良好的诚信品质、敬业精神、责任意识、团队意识和诚信意识，恪守公民基本道德规范； WQ2. 具有良好的职业安全、环境保护意识、职业道德、创新精神、创业意识，能够立足服务一线，踏实进取，敬业奉献； WQ3. 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格； WA3. 能够掌握基本产品知识和推广技能，养成良好的学习习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力。 WA5. 在营销管理活动中，能够与企业各个部门、客户和供应商、渠道成员、业界同行和公众进行有效的沟通， Wk3. 掌握经济常识、市场调查、市场推广、产品营销、企业管理、市场营销、渠道开发、线上营销等基础知识。
拓展岗位	1. 网络营销 2. 网店运营等岗位 3. 农产品销售	1. 网络推广 2. 网络营销策划 3. 网络渠道推广 4. 农产品营销等工作	WQ1. 具有良好的诚信品质、敬业精神、责任意识、团队意识和诚信意识，恪守公民基本道德规范； WQ2. 具有良好的职业安全、网络安全、职业道德、创新精神、创业意识，能够立足服务一线，踏实进取，敬业奉献； WQ3. 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格； WA3. 能够掌握基本产品知识和推广技能，养成良好的学习习惯、生活习惯、行为习惯和自我管理能力； WA4. 具有职业安全意识，能运用经济规律分析问题； Wk3. 掌握经济常识、市场调查、市场推广、产品营销、企业管理、市场营销、渠道开发、线上营

			销等基础知识。
--	--	--	---------

（二）相关竞赛与职业能力要求分析

本专业相关竞赛与职业能力要求分析如表 3 所示。

表 3. 相关竞赛与职业能力要求分析

赛项名称	主要竞赛内容	职业能力要求
市场营销技能竞赛	数字营销	SA1: .能够完成用户画像分析与市场定位,以圈定更加精准的目标用户; SA2.能制定数字营销策略,确定营销渠道、分配营销预算、明确营销广告投放时间与投放地域,力求以最低的营销成本获取最优推广效果; SA3.能通过推荐引擎营销及搜索竞价营销获取付费流量,通过搜索排名优化获取自然流量,提升品牌认知度。
	方案策划	SA4.能根据企业品牌发展现状及产品规划格局,结合市场分析结果,制定并撰写企业品牌战略规划方案; SA5.能结合特定的营销节点氛围,遵循营销活动策划实施原则与方法,制定并撰写营销活动策划方案; SA6.能使用新媒体文案编辑工具,制作宣传文案,实现品牌宣传、产品推广的目的。
	情境营销	SA1.能结合企业经营状态与市场预测数据,分析用户需求与市场需求,制定企业营销组合策略; SA2.能针对不同消费人群客户数据进行多维度分析,从产品、价格、时间满意度维度制定提升客户满意度的营销策略,提升客户的忠诚度和复购率; SA3.能制定产品设计与开发计划,并结合生产计划与生产订单采购原料,租赁购买厂房,配置、优化生产线,提升生产效率; SA4.能根据市场需求数据和企业营销策略,面向直销客户、批发客户、零售客户,制定相应定价策略和促销策略,并投放媒体广告,吸引消费者购买产品,达到扩大销售量的目的; SA5.能根据企业经营状态和战略规划进行应收、应付账款和相关费用的结算,维持良好的资金流,并对财务报表进行盈亏分析,找出运营过程中的不足和缺陷,完成当期经营核算与成本控制,并制定下一步营销策略。
商务数据分析与应用	商务数据分析方法与工具应用	SA1.能够进行商务数据采集与处理,从销售、产品、客户、供应链、市场、运营管理等维度进行数据采集、抽取、清洗、转换、加载等数据预处理工作; SA2.能够进行商务数据分析与应用,根据企业经营需要,分析、挖掘商务数据,对数据进行可视化,撰写、制作、发布数据分析报告等工作。
	商务数据分析报告撰写及陈述	SA5.能够汇报分析结果,向管理层和其他相关方解释数据中体现的趋势和模式,提供决策支持和建议。

（三）相关证书与技能竞赛能力要求分析

本专业相关证书与职业能力要求分析如表 4 所示。

表 4. 相关证书与职业能力要求分析

证书名称	主要考核内容	职业能力要求
数字营销师	1. 数字营销策划 2. 数字广告营销 3. 数字互动营销 4. 数字营销效果分析和优化	ZA1. 了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识； ZA2. 认知数字营销岗位； ZA3. 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识； ZA4. 掌握数字营销策划的方法和技术技能； ZA5. 掌握数字广告营销的方法和技术技能； ZA6. 掌握数字互动营销的方法和技术技能。
互联网营销师	1. 商品直播 2. 网络营销、各直播平台运营	ZA2. 在数字化信息平台上，运用网络的交互性和传播公信力，对企业产品进行营销推广。

六、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，采用全过程、全员育人、全方位的三全育人模式，能够适应数字经济发展，掌握扎实的科学文化基础知识和良好的人文素养、商务数据分析思维、市场开拓、职业素养、创新创业意识及相关法律法规等知识，具备市场调查、市场策划、电子商务、商务数据分析、渠道开发与管理、品牌策划与推广、产品推销、新媒体营销策划等能力，具有工匠精神、信息素养、国际化视野，能够从事门店销售、终端管理、产品开发与推广、客户服务、新媒体营销、数字营销等工作的高素质技术技能人才。工作 3-5 年后能胜任营销业务骨干、业务经理，门店主管、门店店长、区域经理等岗位。

（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如下要求：

1. 素质（Q）

Q1: 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；

Q2: 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命，履行职业道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

Q3: 具有产品质量意识、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；

Q4: 具有自我管理能力和职业生涯规划的意识；具有勇于奋斗、乐观向上，团队合作精神；

Q5: 具备营销职业道德，有爱岗敬业的职业精神；

Q6: 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，具有良好的行为习惯；

Q7: 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；

Q8: 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力。

2. 知识 (K)

K1: 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;

K2: 熟悉与本专业相关的营销职业道德、安全消防、市场营销基本理念等相关知识;

K3: 掌握经济常识、市场调查、市场推广、产品营销、企业管理、市场营销、渠道开发、线上营销等基础知识;

K4: 熟悉市场营销、经济学思维、财务管理、商务数据分析、市场调查报告撰写、商务谈判、客户开发等方面的理论知识;

K5: 熟悉企业创新创业方面的相关知识;

K6: 熟悉基本的计算机网络技术相关知识;

K7: 熟悉各种理财工具及各种理财方式的相关知识;

K8: 熟悉简单的数据挖掘、数据分析方法。

3. 能力 (A)

A1: 能够利用计算机知识、商务文案写作知识、市场营销知识和产品推广、产品营销解决企业营销管理活动中的相关问题;

A2: 能够综合运用市场营销基本理念、市场调查、产品营销等基本的知识进行产品的推广; 能选用恰当的促销方式, 完成产品的促销策划; 具备客户开发、渠道推广、销售数据分析、财务分析、经营分析、费用预算、商务谈判等方面的能力和创新意识; 能运用现代化信息工具和手段获取数据, 进行营运和商务数据分析;

A3: 具有一定的人文社会科学素养、身心健康, 有正确的政治立场和社会责任感; 能够理解、分析和评价企业的营销实践活动和解决问题方案可能会对国家、社会、个人产生的影响;

A4: 具有职业安全意识, 能运用经济规律分析问题, 能够理解并遵守营销职业道德规范, 具有较强的社会责任感, 能够在营销工作中自觉遵守国际政策、法律法规和相应的行业规范;

A5: 在营销管理活动中, 能够与企业各个部门、客户和供应商、渠道成员、业界同行和公众进行有效的沟通, 能够在熟悉企业的营销环境和企业运营流程的情况下参与和进行营销策划管理; 能够在多样性的团队中, 作为个体、成员或负责人有效参与或组织工作, 尊重多元化观点;

A6: 能充分认识终身学习的重要性, 具有良好的学习习惯和自主学习、终身学习的意识和能力, 能积极考取不同级别的数字营销师、营销策划师、互联网营销师等职称证书; 能够使用科学方法、利用各种资源进行自我知识和能力更新, 具有一定的创新精神、创业、数字化应用能力。

(三) 人才培养模式

市场营销专业的学生应该具有良好语言表达、方案撰写和渠道开发、产品推销、商务数据分析等方面的能力。

本专业以“三全育人、五育并举”的人才培养体系，实施零距离引领，二元共育，构建以能力培养为导向的“三四五工学结合人才培养模式”（如图1）。三四五是指三大关键能力、四个课程模块、五个实践环节。

1. “三四五工学结合人才培养模式”（如图1）

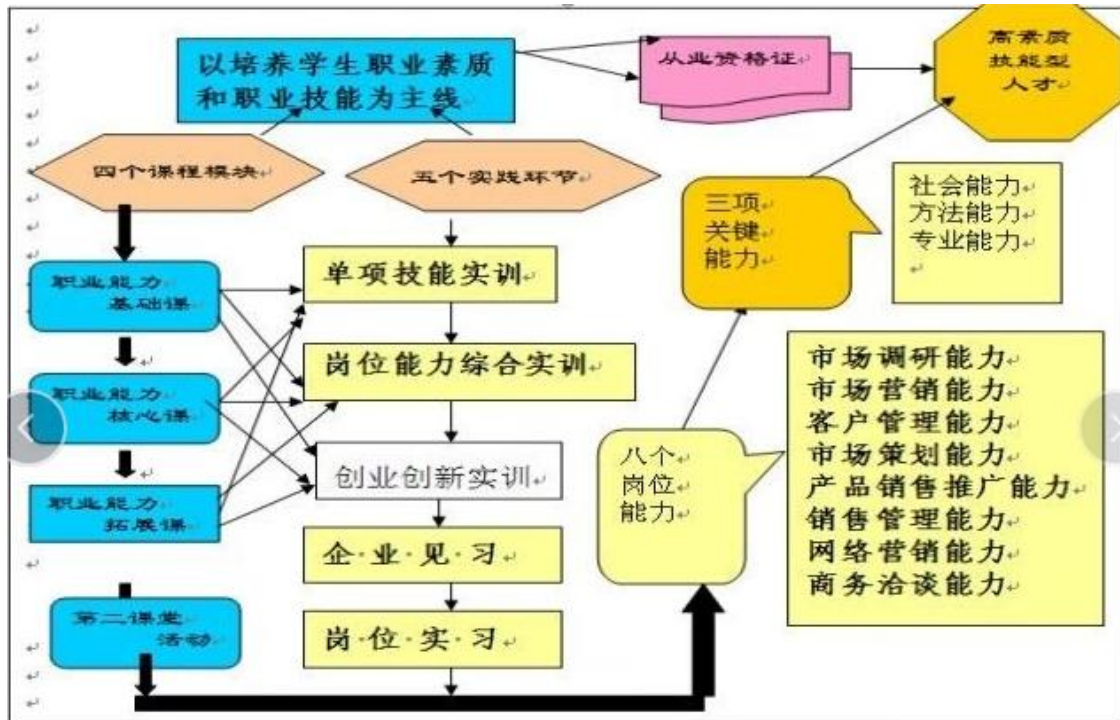


图1·市场营销专业“三四五”人才培养模式展示图

2. 理论知识教学体系

理论知识教学体系包括公共基础、专业基础、专业核心、专业拓展课等四大教学模块（如图 2）。

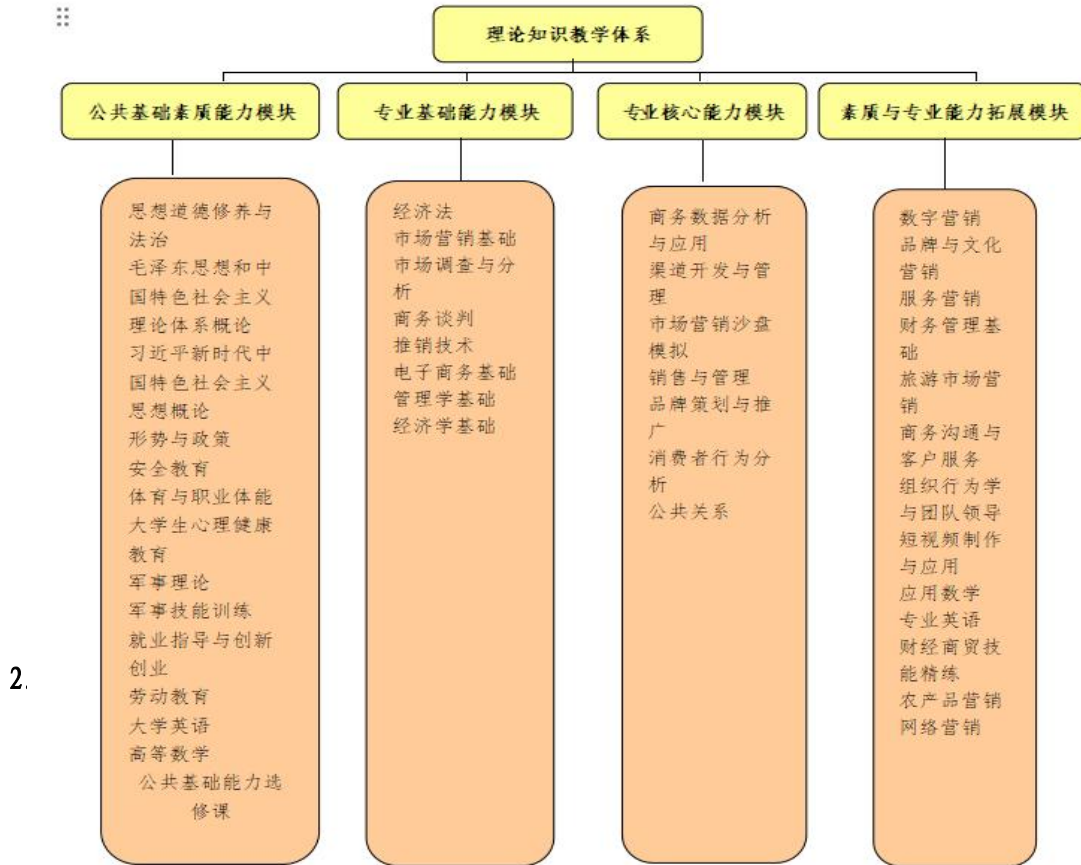


图 2 理论知识教学体系

3. 市场营销专业以职业能力培养为导向，构建“五阶段渐进式”实践教学体系（如图 3）。

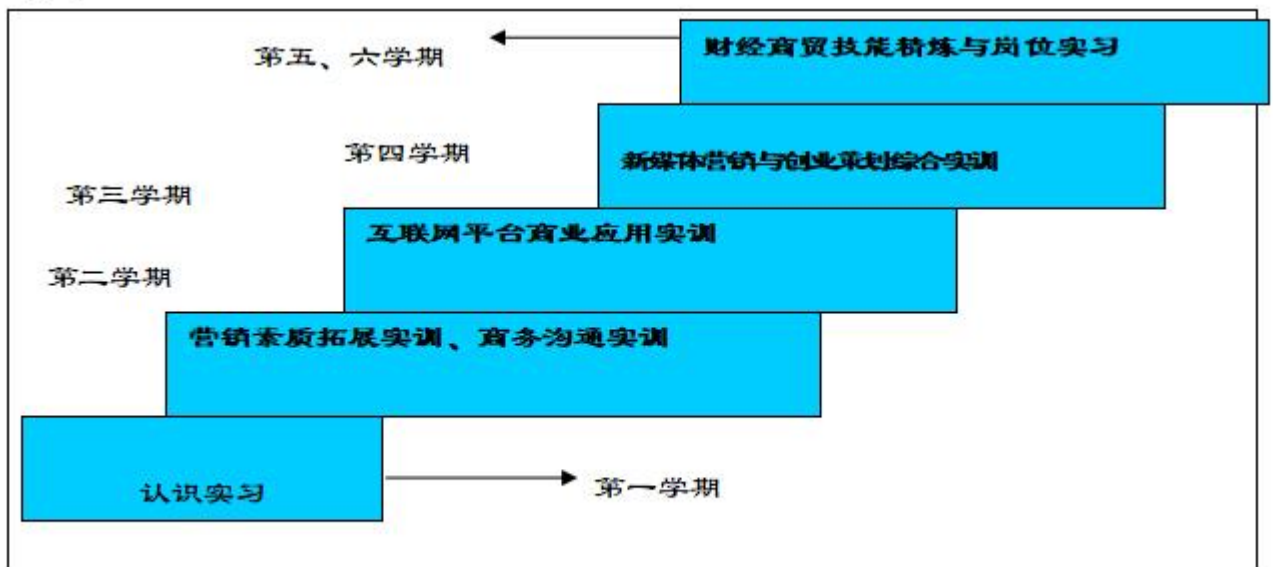


图 3 “五阶段渐进式”实践技能教学体系结构图

六、课程设置及要求

(一) 课程体系结构

本专业基于资源利用最大化原则，按照“底层共享、中层分立、高层互选”的专业群课程体系构建思路，构建了“公共基础素质能力+专业基础能力+专业核心能力+素质与专业拓展能力”的课程体系结构。具体如图 4 所示。

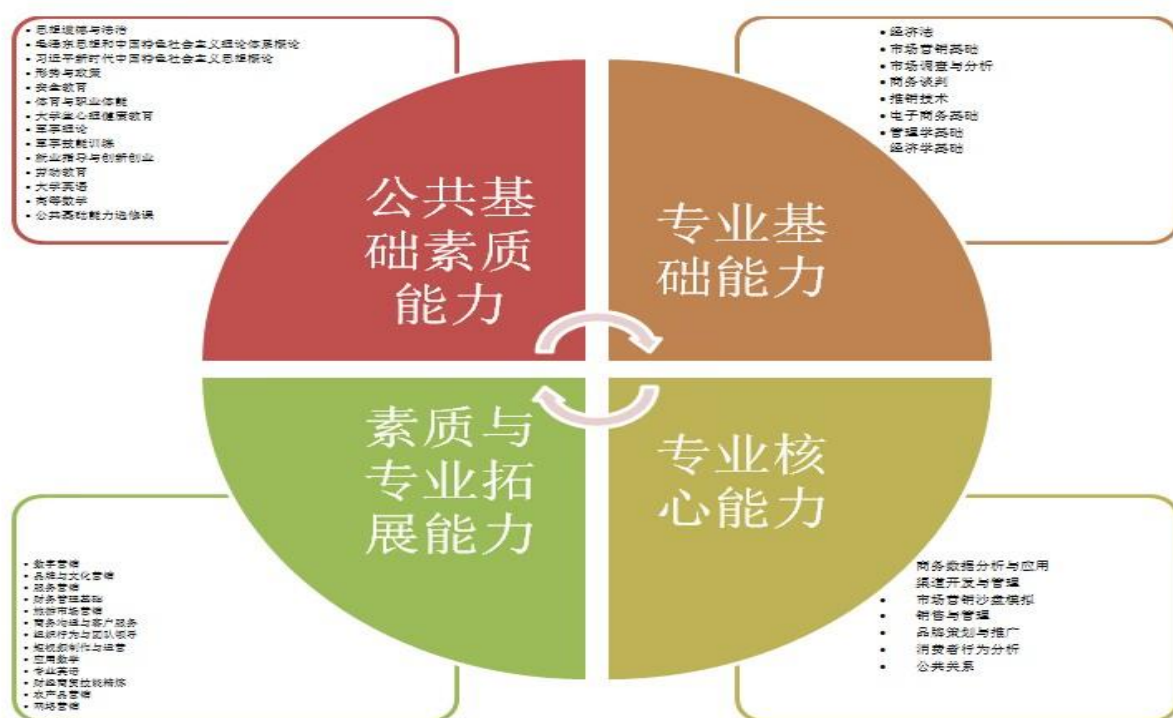


图 4 市场营销专业课程体系

(二) 课程体系与培养规格的关系矩阵图

专业课程体系应涵盖所有培养规格，支撑所有规格指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程—规格—指标点三者之间的对应关系，可参照下表描述。

表 5 市场营销专业课程体系与培养规格关系矩阵表

培养规格	素质 (Q)								知识 (K)								能力 (A)					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	A1	A2	A3	A4	A5	A6
思想道德与法治	H	H	M	H	M	L	H	M	H	M	L			L	L	L	L	L	H	M	H	H
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	H	H	H	M	H	L	L	H													
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	H	H	H	M	H	H	H	H				M		M					H		H
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	H	H	H	M	H	H	H	H							M						

特色社会主义思想概论										M	L	L		L	L		L	L	H		H	H
形势与政策	H	H	H	H	M	L	M	M	H	M		L		L	L	L			H		H	H
安全教育	H	M	M	M	M	M	M	M	H		H	H	H		M	M			H		H	H
体育与职业体能	M	M	M	M	L	H	M	H	H										H		H	H
大学生心理健康教育	M	M	M	M		M	H	M	H			M	M						H		H	H
军事理论	M	M	M	M		M	M	M	H										H		H	H
军事技能训练	M	M	M	M		M	M	M	H				H	H					H		H	H
就业指导与创新创业	H	H	M	M		M	M	M	H				H		H		L		H		H	H
劳动教育	M	M	M	M	M	H	L	H	H								M		H		H	H
大学英语	M	M	M	M	M	M	M	M	H				H	H					M		H	H
高等数学	M	M	M	M	M	M	M	M	H										M		H	H
管理学基础	H	H	M	H	H	M	L	M	H		M	M	M					H	H	H	H	H
市场营销基础	H	H	H		H	M	L	M	H	H	H	H	H				H	H	H	H	H	H
市场调查与分析	H	H	H		H	M	L	H	H	H	H	H		H		H	H	H	H	H	H	H
商务谈判	H	H	L	H	H	M	H	H	H		H	M						H	H	H	H	H
经济学基础	H	H	H		H	M	L	M	H		M	H			H			M	H	H	H	H
电子商务基础	H	H	H		H	M	L	M	H	H	H	H		M				M	H	H	H	H
经济法	H	H	M	M	H	M	L	M	H	H	M	H	L					M	H	H	H	H
推销技术	H	H	H	H	H	M	L	M	H	H	H	H				H	H	H	H	H	H	H
商务数据分析与应用	H	H	H		H	M	L		H	H	H	H	H			H	H	H	H	H	H	H
渠道开发与管理		H	H	H	H	M	L	M		H	H		M			H	H	H	H	H	H	H
市场营销沙盘模拟		H	H	H	H	M	L		H	H	H	H	H		H	H		H	H	H	H	H
销售与管理	M	H	H	H	H	M	L	H	H	H	H	H			H		H	H	H	H	H	H
品牌策划与推广		H		H	H	M	M		H	H	H	H	M			H	H	H	H	H	H	H
消费者行为分析	M	H	H	H	H	M	M	M	H	H	H	H	H				H	H	H	H	H	H

公共关系	H	H	M		H	M	L	M	H	H	H	H	H			H	H	H	H	H	H	H
数字营销		H	H	H	H	M	L	M		H	H	H		H		H		H	H		H	H
品牌与文 化营销	H		H		H	M	H	M	H	H	H	H				H	H		H	H	H	
服务营销	L	H	H	M	H	M		M	H	H	H	H				H	H	H	H	H	H	H
大数据财 务分析	H	H	L	M	H	M		L	H	L	M	H	H		H			H	H	H	H	L
旅游市场 营销	H	H	H		H	M	M		H	H	H					H	H	H	H	H	H	L
商务沟通 与客户服 务	H	H	M		H	M	M	H	H	H	H	H	M					H	H	H	H	H
组织行为 与团队领 导	H		M	H	H	M	H	L	H	L	H	H				L		H	H	H	H	H
短视频制 作与运营	H	H			H	M		L	H	L	H	H			H			H	H	H	H	H
应用数学	M	L		L	L		L	M	M	M	M				M	M			M	M		
专业英语	L	M		M	M	M	H		M	M	H		L				M	M	M	M		
财经商贸 技能精练	H	H	H	H	H	M	M	H	H	M	H	H	H					H	H	H	H	H
农产品营 销		H	H	M	H		M	M	H	H	H	H					H		H	H	H	H
网络营销		H	H	M	H	M	M	L		H	H	H	H	H				H	H	H	H	H
认知实习	H	H	H	H	H	H		H	H	H	H	H	L					H	H	H	H	H
营销素质 拓展训练	H	H	H	H		H	H	H	H	H	H	H	M			M	H	H	H	H	H	H
商务沟通 与礼仪实 训	H	H	L	H		H	H	H	H	H	H	H			L			H	H	H	H	H
互联网平 台商业应 用实训	H	H	H	H		H	H	H	H	H	H	H	H			M	H	H	H	H	H	H
新媒体营 销与创业 策划综合 实训	L	H	H	H		H	H	M	H	H	H		H	H		M	H	H	H	H	H	H
毕业设计		H		M	M	H	H	M	H	L	H	H	H			M	H	H	H	M	H	H
毕业教育	H	H	H	M	H	L	H	H		L		H			H	L	M	H	H	H	M	H

营销综合技能实训	H		H	H	H	M	L	H	H			H	H	M	L	M	H	H	H	H	H	H
岗位实习	H	H	H	H	H	L			L	L	H	H	H	H		M	H	H	H	H	H	H

注：培养规格指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中标注：H 代表强支撑、M 代表中支撑、L 代表低支撑,不相关则空着。

(三) 课程设置及要求

1. 公共基础能力模块课程

公共基础能力模块包括公共基础能力必修课、限定选修课、公共选修课，设置课程约 13 门，设置要求如表 6 所示。

表 6 公共基础能力模块课程设置要求

序号	课程名称	课程描述	
1	思想道德与法治	课程目标	<p>【素质目标】通过该课程的教学，帮助学生牢固树立社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养，成为全面发展的社会主义接班人。</p> <p>【知识目标】通过理论学习，对学生开展马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导大学生完善对“社会、高校、职业、自我”等方面的认知。</p> <p>【能力目标】通过实践体验，教育学生注重理论联系实际，培养学生学会用马克思主义的观点和方法去分析和解决问题，提高学生学会分辨是非、美丑、善恶的能力。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 担当复兴大任 成就时代新人 2. 领悟人生真谛 把握人生方向 3. 追求远大理想 坚定崇高信念 4. 继承优良传统 弘扬中国精神 5. 明确价值要求 践行价值准则 6. 遵守道德规范 锤炼道德品格 7. 学习法治思想 提升法治素养
		教学要求	<p>【师资要求】中共党员，具有马克思主义理论相关学科或专业背景，具备高等学校教师资格；在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；符合《新时代高校思想政治理论课教师行为规范和准则》要求。</p> <p>【条件要求】本课程必须选用高等教育出版社出版的统编教材，使用教育部统一课件进行教学，有详细的课程标准和规范的教学材料（教案、课件、题库等），具备基本的教学设施，稳定的校内、校外实践教学基地。</p> <p>【教学方法】主要采用线上线下相结合的混合式教学策略。线上，教师通过利用云课堂、学习通等提供拓展资源安排学生自主学习。线下，采用专题讲授、任务驱动、小组讨论、情景模拟等多种教学方法开展教学。</p> <p>【考核要求】本课程为考试课程，实施“过程考核+教学效果考核”的方式，考核标准具有全面性、综合性，充分反映学生综合性学习成效。</p>
2	毛泽东思	课程目	【素质目标】一是引导大学生系统把握马克思主义中国化

	想和中国特色社会主义理论体系概论	标	<p>时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，坚定“四个自信”，增进政治认同、思想认同、情感认同。二是引导大学生把理论与实践、理想与现实、主观与客观、知与行有机统一起来，自觉投身于中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴作出应有贡献。</p> <p>【知识目标】通过学习，让大学生对中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更加深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握。</p> <p>【能力目标】引导大学生做到学有所思、学有所悟、学有所得，不断提高自己思想理论水平，不断提高分析问题、解决问题的能力。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果 2. 毛泽东思想及其历史地位 3. 新民主主义革命理论 4. 社会主义改造理论 5. 社会主义建设道路初步探索的理论成果 6. 中国特色社会主义理论体系的形成发展 7. 邓小平理论 8. “三个代表”重要思想 9. 科学发展观
		教学要求	<p>【师资要求】中共党员，具有马克思主义理论相关学科或专业背景，具备高等学校教师资格；在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；符合《新时代高校思想政治理论课教师行为规范和准则》要求。</p> <p>【条件要求】本课程采用高等教育出版社的统编教材，使用教育部统一制作课件进行授课，有课程标准、教学材料（授课计划、教学设计、教学课件、试题库等）。具备基本的教学设施，稳定的校内、校外实践教学基地。</p> <p>【教学方法】按照授课专题，在教育部统一制作课件的基础上完善课程教学设计和教学案例，在教学过程中根据课程内容和学生特点，主要采用线上+线下混合式教学策略。灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、沉浸式等教学方式，运用超星学习通、云课堂等进行教学和教学反馈。</p> <p>【考核要求】本课程为考试课程，实施“过程考核+教学效果考核”的方式，考核标准具有全面性、综合性，充分反映学生综合性学习成效。</p>
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标	<p>【素质目标】深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心，做担当民族复兴大任的时代新人。</p> <p>【知识目标】深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观和方法论。</p> <p>【能力目标】学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切</p>

			实做到学思用贯通，知信行统一。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 导论 2. 新时代坚持和发展中国特色社会主义 3. 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴 4. 坚持党的全面领导 5. 坚持以人民为中心 6. 全面深化改革开放 7. 推动高质量发展 8. 社会主义现代化建设的教育科技人才战略 9. 发展全过程人民民主 10. 全面依法治国 11. 建设社会主义文化强国 12. 以保障和改善民生为重点加强社会建设 13. 建设社会主义生态文明 14. 维护和塑造国家安全 15. 建设巩固国防和强大人民军队 16. 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一 17. 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 18. 全面从严治党
		教学要求	<p>【师资要求】中共党员，具有马克思主义理论相关学科或专业背景，具备高等学校教师资格；在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；符合《新时代高校思想政治理论课教师行为规范和准则》要求。</p> <p>【条件要求】具备基本的教学设施，保障教学专项经费，建立备课、听课制度以及教学内容和教学质量监控制度，落实课程和学分及对应的课堂教学学时，具备相对稳定的校内、校外实践教学基地。</p> <p>【教学方法】课程采用线上线下教学相结合、课堂授课与课下辅导相结合、理论讲授与课外实践相结合。主要采用讲授式、启发式、探究式、讨论式、参与式、案例式、分组学习等多种教学方法。注重运用信息化教学手段增强教学吸引力，注重运用“大思政”资源，将新时代十年辉煌成就引入课堂教学，将课堂设在生产劳动和社会实践一线，全面提升育人效果。</p> <p>【考核要求】本课程为考试课程，实施“过程考核+教学效果考核”的方式，考核标准具有全面性、综合性，充分反映学生综合性学习成效。</p>
4	形势与政策	课程目标	<p>【素质目标】引导学生树立科学的社会主义政治理想、道德理想、职业理想和生活理想，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融为一体的当代合格大学生。</p> <p>【知识目标】帮助学生熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，从而开拓视野、构建科学合理的知识结构。</p> <p>【能力目标】培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 党的建设 2. 经济社会发展

			<p>3. 港澳台事务</p> <p>4. 国际形势</p> <p>5. 人类命运共同体建设</p> <p>6. 广西经济社会发展</p> <p>7. 广西铸牢中华民族共同体意识示范区建设</p>
		教学要求	<p>【师资要求】中共党员，具有马克思主义理论相关学科或专业背景，具备高等学校教师资格；在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；符合《新时代高校思想政治理论课教师行为规范和准则》要求。</p> <p>【条件要求】具备基本的教学设施，保障教学专项经费，建立备课、听课制度以及教学内容和教学质量监控制度，落实课程和学分及对应的课堂教学学时，具备相对稳定的校内、校外实践教学基地。</p> <p>【教学方法】课程采用线上线下教学相结合、课堂授课与课下辅导相结合、理论讲授与课外实践相结合。</p> <p>【考核要求】本课程为考试课程，实施“过程考核+教学效果考核”的方式，考核标准具有全面性、综合性，充分反映学生综合性学习成效。</p>
5	安全教育	课程目标	<p>【素质目标】增强学生国家安全意识和忧患意识，增强理性爱国的行为素养。</p> <p>【知识目标】了解国家安全的基本内涵，认识传统与非传统安全，熟悉国家安全战略及应变机制。</p> <p>【能力目标】能树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动。</p>
		主要内容	<p>1. 政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全。</p> <p>2. 网络安全、生态安全、资源安全、核安全。</p> <p>3. 海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】安全教育专业或多年从事安全工作，具备国家安全观强、政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正的素质。</p> <p>【条件要求】多媒体教学，教学软件，在线教学平台。</p> <p>【教学方法】线上线下混合式教学法，开展讲座、参观、调研、体验式实践等多种教学活动。</p> <p>【考核要求】形成性考核与终结性考核相结合。</p>
6	体育与职业体能	课程目标	<p>【素质目标】达到增强体质健康水平、完善与职业岗位相适应的身体素质储备。</p> <p>【知识目标】了解体育运动的基本知识，竞赛规则，运动特点，锻炼价值，树立正确的健康观，传授优秀体育文化和培植爱国情怀，理解运动技术，战术实际运用的方法，发展身体素质。</p> <p>【能力目标】熟练掌握 1-2 项基本技术，能在运动实践中运用，并形成自学锻炼的习惯与能力。</p>
		主要内容	<p>1. 各选项课体育基础理论</p> <p>2. 各选项课体育基础实践</p> <p>3. 各选项课体育考核评价</p>
		教学要求	<p>【师资要求】具备高校教师资格证及体育专业资质；具备二级以上运动员资格；二级裁判员及以上资格。</p> <p>【条件要求】运动项目的场地器材，满足选项教学需求。</p>

			<p>【教学方法】把握循序渐进、因材施教、分层教学，教会学生健康知识、基本运动技能与专项运动技能。</p> <p>【考核要求】注重“知识、能力、行为、健康”综合评价指标体系。</p>
7	大学生心理健康与教育	课程目标	<p>【素质目标】树立心理健康发展的自主意识；树立助人自助求助的意识；具备健康的心理品质。</p> <p>【知识目标】了解心理健康的标准及意义；了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现；掌握自我调适的基本知识。</p> <p>【能力目标】：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，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p>
		主要内容	<p>1. 大学生生涯发展、大学生自我意识、大学生人格培养。</p> <p>2. 大学生情绪管理、大学生压力与挫折应对、大学生人际交往、大学生恋爱与性心理。</p> <p>3. 大学生常见精神障碍的求助与防治、大学生生命教育与心理危机应对。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】具有心理咨询相关专业知识和工作经验。</p> <p>【条件要求】授课使用多媒体信息化教学，结合在线开放课程和课堂教学，利用信息化手段、结合视听媒体，将抽象的教学内容，采用图文并茂的方式形象地演示出来，教学示范清晰可见。</p> <p>【教学方法】理实一体化教学，理论教学中融入心理实践活动，文字资料与视频资料相结合，力求课堂教学形式和手段多样化，案例教学、心理测验、行为训练，结合心理普查、心理素质拓展训练、团体辅导、心理讲座、心理班会等课后实践活动，做到课内教学与项目实践紧配合，课堂教学与网络教学平台紧配合，课堂班级教学与系列专题讲座相结合，打造立体化的课程教学模式。</p> <p>【考核要求】本课程为考查课程，重视过程性评价，以考查方式结业。</p>
8	军事理论	课程目标	<p>【素质目标】增强学生的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，提高学生的综合素质。</p> <p>【知识目标】了解国防、国家安全、军事思想；掌握现代战争和信息化装备的基本知识。</p> <p>【能力目标】具有对我国国防基本政策，理解国家战略进行简单阐述的能力；具有针对当前热点问题做出合理的分析判断的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 中国国防</p> <p>2. 国家安全</p> <p>3. 军事思想</p> <p>4. 现代战争</p> <p>5. 信息化装备</p>
		教学要求	<p>【师资要求】军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验。</p> <p>【条件要求】重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。</p> <p>【教学方法】线上线下混合式教学法，案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】本课程采用形成性评价与终结性评价相结合的形式。</p>

9	军事技能训练	课程目标	<p>【素质目标】养成基本军事素养、良好组织纪律观念和顽强拼搏的过硬作风；树立吃苦耐劳和团结协作的精神。</p> <p>【知识目标】了解队列基础知识；掌握内务制度与生活制度；掌握射击学原理、战术基础以及医疗救护的基本知识。</p> <p>【能力目标】具有进行基本队列动作和按规定流程完成射击的能力；具有根据环境熟练运用战术基础动作，配合他人完成人员救护的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 队列基础</p> <p>2. 战术训练与射击</p> <p>3. 格斗基础与医疗救护</p> <p>4. 战备基础</p>
		教学要求	<p>【师资要求】军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验。</p> <p>【条件要求】训练场地、军械器材设备。</p> <p>【教学方法】军事技能训练严格坚持按纲施训、依法治训原则，积极推广仿真训练和模拟训练。</p> <p>【考核要求】采用过程考核方式进行考核，由学校和承训教官共同组织实施。</p>
10	就业指导与创新创业	课程目标	<p>【素质目标】树立职业生涯发展的自主意识；树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。</p> <p>【知识目标】了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。</p> <p>【能力目标】能够从多种渠道收集就业信息并完成求职材料制作；具有自我探索、生涯决策的能力；具有沟通技能、人际交往技能。</p>
		主要内容	<p>1. 职业生涯教育</p> <p>2. 职业理想教育</p> <p>3. 职业生涯规划</p>
		教学要求	<p>【师资要求】要求教师具有就业指导工作或辅导员工作经验。</p> <p>【条件要求】应用多媒体资源、在线开放课程辅助教学。</p> <p>【教学方法】采用案例教学、任务驱动、现场模拟等方法组织教学。</p> <p>【考核要求】平时考核与期末考试相结合。</p>
11	劳动教育	课程目标	<p>【素质目标】养成劳动情怀，弘扬劳动精神、崇尚劳动、尊重劳动；树立爱业、敬业、乐业、勤业的品质。</p> <p>【知识目标】了解劳动的含义和价值；掌握常用清洁工具的使用方法；掌握室内、室外环境卫生标准。</p> <p>【能力目标】具有阐述劳动在人类发展史、中国强国之路上扮演的角色的能力；具有根据卫生标准开展相关劳动实践活动的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 理解劳动价值,创造美好生活</p> <p>2. 新时代劳动的价值</p> <p>3. 劳动实践</p> <p>4. 新时代劳动精神、工匠精神</p>
		教学要求	<p>【师资要求】要求教师具有卫生工作或辅导员工作经验。</p> <p>【条件要求】学校内有开放的场地场所及相关清洁卫生劳</p>

			<p>动的设备、工具，能集合并开展劳动实践活动。</p> <p>【教学方法】线上教学+线下活动相结合的混合式教学。</p> <p>【考核要求】过程性考核，包括平时表现包括出勤、作业、课堂表现、智慧平台学习等。</p>
12	大学英语	课程目标	<p>【素质目标】具有中国情怀、国际视野、责任担当和学科核心素养，形成正确的人生观、世界观和价值观。</p> <p>【知识目标】掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识。</p> <p>【能力目标】具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能和在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 学习介绍和推荐自己</p> <p>2. 谈论外貌、购物、经济预算、旅行、工作守时，医疗救助等</p> <p>3. 谈论自己的专业和未来职业岗位、个人和职业发展。</p> <p>4. 学习职场情景：求职面试、电话预约、前台接待、接机、接站、介绍公司、介绍产品、商务出行、提出辞职</p> <p>5. 阅读老师选取的文章</p> <p>6. 英语应用文写作，如书信、公告、通知、纪要、便条、广告、简历、调查问卷、日程安排、工作计划、会议议程等。</p> <p>7. 拓展学习：B级考试、英语口语技能赛、全国大学生英语等模块训练和考前培训。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】具备高校教师资格，具有扎实专业识、良好师德师风、责任感、仁爱之心和不断改革创新精神。</p> <p>【条件要求】多媒体教室、在线精品课程、云课堂平台和超星平台等，利用信息化教学手段实施课堂教学。</p> <p>【教学方法】采用项目教学、场景教学、任务驱动、小组合作、角色扮演等方法和线上教学+线下活动相结合的混合式教学。</p> <p>【考核要求】课程平时学习态度考核占 30%，过程考核占 40%和期末综合考核占 30%。</p>
13	高等数学	课程目标	<p>【素质目标】培养学生科学的思维方式和实事求是的精神，尊重并遵循客观规律，提高学习能力和分析能力。</p> <p>【知识目标】掌握微积分、常微分方程等内容的基本概念和运算技能；培养分析问题和解决问题的步骤和方法。</p> <p>【能力目标】通过学习和实践提升数学建模的能力，能够在各个领域灵活运用数学知识解决实际问题。</p>
		主要内容	<p>1. 函数、极限及连续</p> <p>2. 导数及微分</p> <p>3. 导数的应用</p> <p>4. 不定积分及其性质</p> <p>5. 定积分及其应用</p>
		教学要求	<p>【师资要求】要求教师具有数学及相关专业高校教师资格证书。</p> <p>【条件要求】学校内有教室场所及相关投影、一体机、黑板，能集中开展授课。</p> <p>【教学方法】线上+线下教学相结合的混合式教学。</p> <p>【考核要求】过程性考核，总评成绩=平时成绩 60%+期末成绩 40%。其中平时成绩包括出勤、作业、课堂表现及智慧平台积分等。</p>

2. 专业基础能力模块课程

专业基础能力模块设置课程 8 门，设置要求如表 7。

表 7. 专业基础能力模块课程设置要求

序号	课程名称	课程描述	
1	管理学基础	课程目标	<p>【素质目标】 1. 树立管理出效率意识，培养管理本能；2. 认同企业文化的重要性，培养职业素养；3. 学会交流，增加团队意识。</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 理解管理概念，知晓现代管理理论、掌握管理心理规律和知识；</p> <p>2. 熟知计划、决策、目标、战略、组织工作、领导工作、协调沟通的原理和方法。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 能够根据现代管理理论、管理心理的规律处理人际关系、掌握调动员工积极性的方法和技巧；</p> <p>2. 会制定计划、组织工作、沟通协调部门关系、指挥和领导等基本技能。</p>
		主要内容	<p>1. 管理概述</p> <p>2. 管理理论</p> <p>3. 预测与决策</p> <p>4. 计划与组织</p> <p>5. 领导与激励</p> <p>6. 沟通与控制</p> <p>7. 管理创新</p>
		教学要求	<p>【师资条件】 本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【教学条件】 互联网能提供丰富的管理案例资源，为我们的调研提供准备；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像等资料。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】 《管理学基础》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
2	市场营销基础	课程目标	<p>【素质目标】 通过营销理论知识的学习与营销人员基础素质的训练，正确认识与理解营销岗位工作，在道德修养、心理素质等具备营销人员职业素养。</p> <p>1. 树立市场出效率意识，培养营销本能；</p>

		<p>2. 认识到市场营销的重要性，培养职业素养； 3. 学会交流，增加团队意识。</p> <p>【知识目标】1. 了解市场营销观念及其发展，营销环境的主要内容，市场营销组合构成要素，市场细分和市场定位的原理与方法，产品整体概念与产品生命周期及新产品开发，营销渠道的功能与类型，促销组合的构成要素；2. 掌握市场营销的核心概念与科学内涵，顾客购买行为模式及其影响因素，市场细分和市场定位的方法，目标市场战略的运用，营销渠道的设计、管理与评估方法，促销的基本形式与基本策略。</p> <p>【能力目标】1. 通过案例分析，提高学生对所学知识的理解，锻炼思维能力、观察能力、分析能力与理解能力，增强团队沟通与协作能力；2. 通过情景模拟，提高学生市场营销策略的认识与操作能力；3. 通过讨论和竞争性发言，锻炼学生的系统思维能力；具备对特定产品或节庆等制定促销推广方案，具有初步的营销岗位操作能力。</p>
	主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场营销概述 2. 营销战略规划 3. 市场营销环境分析 4. 消费者行为分析 5. 目标市场选择模式 6. 产品策略 7. 价格策略 8. 分销渠道策略 9. 促销策略
	教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>【条件要求】1. 教材选用</p> <p>本门课程开发由董常亮主编教材《市场营销基本技能与实务》，中南大学于2021年8月出版，另外可选用国家高职高专规划教材、精品教材、重点教材、行业部委统编教材作参考资料。</p> <p>2. 课程教学资源</p> <p>本门课程为学院建设课程，按要求建设以下课程资源供课堂教学和学生在线学习使用。</p> <p>(1) 文档类：电子教案、习题库、试题库、PPT课件、案例； (2) 视频类：课程网站，微课、操作视频。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《市场营销基础》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占20%+期末综合考核占60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p>

			2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
3	市场调查与分析	课程目标	<p>【素质目标】</p> <p>1 树立分析出效率意识，培养专业分析的技能；</p> <p>2. 认同数据的重要性，培养专业分析的职业素养；</p> <p>3. 学会收集数据，增加量化意识。</p> <p>【知识目标】 1. 理解市场调查与统计分析的内涵，知晓专业调查的方法、掌握数据分析的规律和特点；</p> <p>2. 熟知问卷设计、调查报告、调查方案设计的原理和方法。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 能够根据市场调查的数据撰写调查报告；</p> <p>2. 会制定调查问卷，撰写调查报告，编制调查方案等基本技能。</p>
		主要内容	<p>1. 认识市场调查</p> <p>2. 制订市场调查方案</p> <p>3. 制定调查问卷</p> <p>4. 实施市场调查</p> <p>5. 市场调查的方法与组建</p> <p>6. 整理分析调查资料</p> <p>7. 编制市场调查报告</p>
		教学要求	<p>【师资要求】 本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】 市场调查实训室，面积要求：100 平米；多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】 《市场调查与分析》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
4	商务谈判	课程目标	<p>【素质目标】 1. 培养团队协作精神；培养良好的心理素质；培养分析问题解决问题的能力；2, 培养准确的理解力和判断力；培养良好的语言表达能力、沟通能力和应变能力；培养锐意进取、认真细致、有条有理的工作作风。</p> <p>【知识目标】 1. 能说出商务谈判基本概念；熟知商务谈判组织、管理的知识和技巧；2. 熟知商务谈判开局、磋商、结束的策略技巧；3. 清楚谈判方案、合同的写法；熟知签署谈判协议的方法技巧。</p> <p>【能力目标】 1. 能组织、管理谈判队伍；能制定谈判方案；2. 能组织开展谈判；能撰写、审阅合同文本；3. 能正确缔结</p>

			合约。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 说出商务谈判基本概念、特点、类型及内容 2. 熟知商务谈判队伍的组织、管理的知识和技巧 3. 熟知商务谈判开局、磋商、结束阶段的策略技巧 4. 能说出模拟谈判的类型、优劣、做法。能组织开展模拟谈判 5. 掌握商务谈判知识及技能
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 经济类、管理类专业硕士毕业；或是由经济类、管理类专业本科毕业，讲师以上职称，且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>本课程对专兼职教师配备要求：专任教师与企业兼职教师比例为 1：1。</p> <p>【教学条件】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学资源】1. 教材选用 教材优先选用国家高职高专规划教材、精品教材、重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。</p> <p>2. 课程教学资源</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 文档类：电子教案、习题库、试题库、PPT 课件、案例； (2) 软件类：word、PPT、excel； (3) 视频类：课程网站、专业网站、微课。 <p>【考核要求】《商务谈判》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程考核采用过程性考核和期末综合考核相结合办法。</p> <p>课程总评成绩=课程平时学习态度考核占 10% + 过程考核占 30% + 期末综合考核占 60%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
5	经济学基础	课程目标	<p>【素质目标】具备基于经济学基本规律的分析理念，并能在经济活动、学习生活中加以外化应用。</p> <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解经济学（含宏、微观，下同）主要研究内容；理解经济学规律对经济活动的指导作用； 2. 熟知供给、需求、价格、生产、消费、成本、总供给、总需求等等经济要素间的相互作用机理。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用经济学的基本原理分析与工作生活紧密联系的经济现象，遵循经济规律经营； 2. 在微观层面，能够遵循经济规律组织企业生产、进行产量决策、消费者行为分析及需求因应、掌握本企业生产成本变化规律等； 3. 在宏观层面，能够追踪本企业敏感宏观政策的趋势走向，设计因应对策。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 经济学导论 2. 供求理论 3. 效用理论

			<p>4. 生产及成本理论 5. 市场理论 6. 分配理论 7. 市场失灵及原因 8. 国民收入的决定 9. 通货膨胀及失业 10. 经济增长和周期 11. 宏观经济政策</p>
		教学要求	<p>【师资要求】 主讲教师要求本科及以上学历,财经大类相关专业毕业,有较丰富教学经验,能够有针对性地开展教学活动,具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。</p> <p>【条件要求】 课程为理论课,侧重于学生经济规律理念的树立和应用。课程学习过程的思辨结合经济实体中生活的所感所见,更好地认知、体验经济规律,依经济规律组织经营。</p> <p>【教学方法】 1. 注重职业能力培养、知识模块化; 2. 采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《经济学基础》课程考核评价体系中,实现全程化、多元化考核。课程在不同专业培养计划中的考核方式有两种: 考试、考查</p> <p>考查: 课程的总评成绩=课程平时学习态度学习考核占 20%+过程考核占 30%+参加 1+X 考证成绩占 50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核, 占 20%。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度, 上课回答问题、作业完成情况等。</p> <p>2. 过程性考核, 占 30%。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
6	电子商务基础	课程目标	<p>【素质目标】 1. 培养学生独立思考的能力和 专业实践技能; 2. 创新、创业和团队合作精神; 3. 培养学生爱岗敬业的精神, 具有良好的职业道德和身心素质。</p> <p>【知识目标】 1. 了解电子商务的发展及应用; 理解电子商务的概念、功能、优点及其安全技术; 2. 使学生对电子商务模式运营各环节的理念有所了解 and 掌握; 3. 按照电子商务模式运营活动的各个环节, 使学生全面了解电子商务运营管理中每一个业务流程。</p> <p>【能力目标】 1. 能够培养学生的计算机应用能力 2. 能够培养学生的网络营销策划能力 3. 能够培养学生的网上市场调查和开拓能力 4. 能够培养学生的采购和网店管理能力 5. 能够培养学生网上沟通能力</p>
		主要内容	<p>1. 电子商务概述 2. 电子商务交易模式 3. 电子商务技术</p>

		<p>4. 网上商店的开设与管理 5. 网络营销 6. 电子支付与网上银行 7. 电子商务的法律法规 8. 熟悉互联网知识</p>
	<p>教学要求</p>	<p>【师资要求】担任本课程教学任务的主讲教师要求大学研究生学历，讲师资格，最好有电子商务企业工作或实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。</p> <p>1. 硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【教学条件】电子商务实训室：面积要求：100 平米，多媒体设备一套，电脑 15-55 台，网络，能上网。</p> <p>【教学资源】</p> <p>1. 教材选用 教材应优先选用国家高职高专规划教材、精品教材、重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。 推荐教材“十三五”全国高职高专教育精品规划教材《电子商务基础与实务》，刘宁主编，北京交通大学出版社，ISBN:978-7-5121-3190-3，参考教材建议选用国家高职高专规划教材《电子商务导论》覃征主编，人民邮电出版社，ISBN:978-7-1156-1658-6。</p> <p>2. 课程教学资源 (1) 文档类：电子教案、习题库、试题库、PPT 课件、案例； (2) 软件类：奥派电子商务软件、德意电子商务软件； (3) 视频类：课程网站，专业网站、仿真动画，微课、操作视频。</p> <p>【考核要求】《电子商务基础》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
<p>7</p>	<p>经济法</p>	<p>【素质目标】通过本课程的学习，使学生具备考察经济法律意识和经济法律态度</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 说出经济法相关的基础理论知识； 2. 说出经济活动中常用的、涉及的经济法律法规的内容。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 再现经济法调整的对象，经济法律关系构成的要件； 2. 再现企业的设立所需要素、公司变更、公司及企业内部机构的设立与运作要求； 3. 分清公司股东、企业投资人对企业债务应当承担的责任； 4. 撰写简单的合同，以及常用合同的订立、审核，常见的合的保证、抵押、质押、定金等担保纠纷的处理； 5. 具备解决劳动争议问题的能力； 6. 知晓经济诉讼法律文书的三种形式，以及撰写简单的经济诉讼文书。</p>

		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 经济法概述 2. 市场主体法 3. 经济行为法 4. 经济调控法 5. 劳动和社会保障法 6. 经济诉讼文书的写作
		教学要求	<p>【师资要求】具备工商管理专业大类高校教师资格，本科以上学历。</p> <p>【条件要求】多媒体教学，配套教案、教学课件、音视频资料及题库</p> <p>【教学方法】注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】采用“过程考核+试卷考核”的方式评定成绩。过程考核包括平时表现包括出勤、作业、课堂表现、云平台学习等占 50%，终结考核为试卷考核 50%。</p>
8	推销技术	课程目标	<p>【素质目标】通过推销理论知识的学习与推销能力基础素质的训练，使学生能正确理解各种推销岗位工作，具备推销人员应有的职业素质与职业能力。</p> <p>【知识目标】1. 了解推销的活动特点，推销环境、推销的三要素和客源开发及客户关系管理等理论知识；2. 掌握寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、推销成交等的方法与技巧。</p> <p>【能力目标】1. 通过案例分析，提高学生对所学知识的理解，锻炼思维能力、观察能力、分析能力与理解能力，增强团队沟通与协作能力；2. 通过情景模拟，提高学生推销的认识与操作能力；3. 通过讨论和竞争性发言，锻炼学生的系统思维能力；4. 具备对特定产品或节庆等制定推广方案，具有初步的推销岗位操作能力。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握寻找目标顾客方法 2. 制定寻找顾客的方案 3. 设计成功接近顾客、获取顾客信任的方案 4. 根据模拟价格谈判，掌握报价和还价的控制策略 5. 设计顾客异议情景。判断顾客异议的类型及其成因 6. 运用各种异议处理策略处理顾客异议
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p>

			<p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。理论考试+实操考试。</p>
--	--	--	--

3. 专业核心能力模块课程

专业核心能力模块设置课程 7 门，设置要求如表 8。

表 8. 专业核心能力模块课程设置要求

序号	课程名称	课程描述	
1	商务数据分析与应用	课程目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具备团队协作和沟通能力，能够与他人合作完成大数据分析项目和竞赛； 2. 具备分析和解决问题的能力，能够独立思考并运用所学知识解决实际大数据问题； 3. 具备创新意识和实践能力，能够探索和应用新技术、新方法解决实际大数据挑战； 4. 学生具备持续学习和自我提升的意识，能够追踪大数据领域的最新发展动态，不断更新知识和技能； 5. 具备数据隐私保护意识和国家安全责任感，能遵守相关法律法规保护个人和国家的数据安全。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解数据的基本概念和属性，以及大数据的特点和应用； 2. 理解数据存储的基本原理和技术，包括传统数据存储管理和大数据时代的存储管理； 3. 了解云计算、物联网、人工智能等技术与大数据的关系和应用； 4. 了解数据采集的基本方法和工具，以及数据清洗的过程和技术； 5. 理解数据挖掘和机器学习算法的基本原理和应用； 6. 了解数据可视化的作用和可视化工具的基本使用； 7. 领会大数据安全与传统数据安全的区别，以及个人信息和国家安全的保护措施和重要性。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够熟悉大数据的基本概念、特点和应用领域，并能描述大数据对于不同行业的影响和价值； 2. 能够运用数据挖掘和机器学习算法进行数据分析，提供有价值的洞察和决策支持； 3. 能够使用常见的数据采集工具进行数据的采集、整合和清洗，并理解数据采集和清洗的原理和方法； 4. 能够选择和管理适当的数据存储方案，进行数据存储和备份，并理解大数据时代的数据存储管理挑战； 5. 能够运用大数据可视化工具，将数据转化为可视化的图表和图形，提供直观和清晰的数据展示； 6. 能够区分大数据安全与传统数据安全的特点和挑战，了解个人信息和国家安全的保护措施。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够了解大数据对国家战略发展和新经济带来的影响和机遇；能够认识大数据特点，并了解大数据相关的政策和发展趋势；能够了解大数据与云计算、物联网、人工智能之间的关系和相互影响；

		<p>2. 了解数据采集的原理和方法，能够熟悉常见的数据采集工具和技术；了解数据清洗的过程和方法，能够熟练使用数据清洗工具进行数据清洗和预处理；熟悉传统数据存储管理的技术和方法，包括数据备份和恢复；</p> <p>3. 掌握数据挖掘与机器学习算法的基本原理和常用方法；掌握大数据分析技术的基本原理和常用工具；</p> <p>4. 了解数据可视化的基本原理和方法，掌握常用的数据可视化技术和图表类型；熟悉大数据可视化工具的使用方法和功能，如 Power BI 等；</p> <p>5. 了解大数据安全的基本概念和原则，掌握大数据安全技术的常用方法和工具；熟悉个人信息安全的法律法规和相关政策，了解个人隐私保护和数据安全管理的要点。</p>
	教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有数据分析、统计工作或实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 大数据、统计、经济等专业毕业或讲师以上职称，或者是相关专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《商务数据分析与应用》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
2	渠道开发与管理	<p>【素质目标】</p> <p>1. 培养学生独立思考的素养；</p> <p>2. 学会共处，提高团队协作能力；</p> <p>3. 学以致用，工作后能够马上进入角色。</p> <p>【知识目标】通过本课程的学习，使学生掌握以下知识点：</p> <p>1. 理解并掌握营销渠道的基本原理及基本概念；</p> <p>2. 能够熟练使用营销渠道原来开发；</p> <p>3. 能够充分理解营销渠道的设计流程；</p> <p>4. 掌握具体产品的营销渠道设计；</p> <p>5. 掌握营销渠道终端管理。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 能正确理解营销渠道开发与管理的内涵；</p> <p>2. 培养学生应用渠道管理理论和方法分析问题和解决问题的实际能力；</p> <p>3. 设计营销渠道；</p> <p>4. 能进行营销渠道的开发与管理；</p> <p>5. 能设计具体产品的营销渠道。</p>
	主要内容	<p>1. 渠道开发与管理工作岗位准备</p> <p>2. 设计和开发营销渠道</p>

			<p>3. 管理营销渠道</p> <p>4. 拓展营销渠道</p> <p>5. 熟知渠道终端管理</p>
		教学要求	<p>【师资要求】 本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件： 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】 课程为理论课，侧重于学生营销渠道理念的树立和应用。课程学习过程的思辨结合具体产品的营销渠道设计的所感所见，更好地认知、体验渠道开发与管理的一些活动，依据具体产品进行渠道的开发与设计。让学生参加具体产品的渠道开发工作和渠道的维护，增强学生的感性认识。本课程制作了在线资源库的建设，让学生从线上和线下多方面的学习。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《渠道开发与管理》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
3	市场营销沙盘模拟	课程目标	<p>【素质目标】通过本课程的学习，可使学生对企业的经营流程和经营成败有更深刻的体会，能够激发学生的学习热情，培养学生的创新、协作精神，培养学生的创业意识，提升学生的创新创业能力。</p> <p>【知识目标】1. 学生通过学习，熟悉营销沙盘操作流程，能够说出市场营销沙盘的经营规则；2. 学生通过学习和训练，能够解释、说明如何进行市场分析、财务报表分析，如何制定企业经营策略。</p> <p>【能力目标】学生通过学习和训练，能够熟练运用电脑及网络平台对模拟企业进行经营。</p>
		主要内容	<p>1. 认识营销沙盘系统</p> <p>2. 营销沙盘操作</p> <p>3. 营销沙盘竞赛</p>
		教学要求	<p>【师资要求】1. 经济类、管理类专业硕士毕业或讲师以上职称，或者是经济类、管理类专业本科毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 本课程对专兼职教师配备要求：专任教师与企业兼职教师比例为 1: 1。</p> <p>【条件要求】营销沙盘实训室 面积要求：100 平米；多媒体设备一套；电脑 15-55 台，网络能上网；ITMC 营销沙盘系统 1 套。</p>

			<p>【考核要求】《市场营销沙盘模拟》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合办法。</p> <p>课程总评成绩=课程平时学习态度考核占 10% + 过程考核占 30% + 期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等。</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p> <p>3. 期末综合考核。理论考核和技能考核相结合，以实操形式考核学生对所学知识的领悟程度以及知识转化为技能的程度。</p>	
4	销售与管理	<p>课程目标</p> <p>【素质目标】 1. 在项目实施过程中，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守；</p> <p>2. 在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格；培养学生严谨、敬业的职业态度；</p> <p>3. 培养学生诚实守信的道德品质。</p> <p>【知识目标】 1. 了解销售职业，认识销售、销售管理和销售伦理；</p> <p>2. 掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售，会处理客户异议；</p> <p>3. 能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；</p> <p>4. 掌握销售区域管理技能，进行销售区域划分和设计、业务管理和销售网络成员；</p> <p>5. 能够进行销售组织建设，设计销售组织、带领团队高效运作；</p> <p>6. 能够甄选销售人员、对其培训、以及设计相应的薪酬制度；</p> <p>7. 掌握销售人员的行为和动机、对其采取有效的激励措施，并进行绩效考评。</p> <p>【能力目标】 具有销售组织与管理的初步能力；</p> <p>1. 能够进行销售货品管理，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理；</p> <p>2. 能够分析客户商业价值，对客户进行信用管理；</p> <p>3. 能够掌握销售服务管理，提高服务质量；</p> <p>4. 能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估；</p> <p>5. 能够把握销售管理的新趋势，学会利用网络进行销售管理。</p>	<p>主要内容</p> <p>1. 绩效管理</p> <p>2. 团队管理</p> <p>3. 客户管理</p>	<p>教学要求</p> <p>【师资要求】 本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，最好具有企业实践背景，掌握相关的人力资源管理、市场营销相应的实践技能，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学。</p> <p>【条件要求】 互联网能提供丰富的销售管理案例资源，为我们的调研提供准备；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像等资料。</p> <p>市场营销实训（验）室面积要：90 平米，电脑 25-55 台，多</p>

			<p>媒体设备一套。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《销售管理》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。可采用理论考试，或者实操考试，或者：理论考试+实操考试。</p>
5	品牌策划与推广	课程目标	<p>【素质目标】1. 具有创新思维和品牌管理意识；2. 具有品牌形象的意识，理解品牌的核心价值。</p> <p>【知识目标】1. 知晓品牌概念及品牌内涵；2. 掌握品牌关系层级；3. 掌握品牌形象策略、品牌定位策略、品牌延伸策略以及懂得如何进行品牌策划和推广。</p> <p>【能力目标】1. 能正确理解品牌概念和内涵；2. 能够掌握品牌营销特征；3. 能够构建品牌关系；4. 能够制定品牌形象提升和推广的策略和方案。</p>
		主要内容	<p>1. 品牌概念理解</p> <p>2. 品牌营销特征</p> <p>3. 构建品牌关系</p> <p>4. 品牌形象提升策略</p> <p>5. 品牌定位策略</p> <p>6. 品牌延伸策略</p> <p>7. 品牌推广策略</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 经济类、管理类专业硕士毕业；或是由经济类、管理类专业本科毕业，讲师以上职称，且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>本课程对专兼职教师配备要求：专任教师与企业兼职教师比例为 1：1。</p> <p>【条件要求】 多媒体教学，配套教案、教学课件、音视频资料及试题库</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《品牌策划与推广》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合办法。 课程总评成绩=课程平时学习态度考核占 10% + 过程考核占 30% + 期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、</p>

			专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
6	消费者行为分析	课程目标	<p>【素质目标】 培养学生具有探究问题的意识，能够与人进行良好的沟通，具有良好的团队合作精神和创新精神。</p> <p>【知识目标】 1. 理解消费者行为分析的基本理论； 2. 充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性等特征； 3. 掌握影响消费者行为的因素； 4. 理解消费者行为决策的过程；</p> <p>【能力目标】 1. 掌握消费者行为概念、产生、发展及变化的规律； 2. 掌握消费者行为产生的基础及其影响因素； 3. 较为熟练地运用消费者行为分析的各种方法，揭示行为活动规律，并促使消费者产生购买行为，更好地为消费者服务。</p>
		主要内容	<p>1. 消费者购买过程的分析 2. 社会环境、购物环境与消费行为 3. 消费者群体与消费行为 4. 新产品开发与消费行为分析 5. 营销沟通与消费行为</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，最好具有企业实践背景，掌握相关的人力资源管理、市场营销相应的实践技能，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学。</p> <p>【条件要求】互联网能提供丰富的销售管理案例资源，为我们的调研提供准备；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像等资料。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】可采用理论考试，或者实操考试，或者：理论考试+实操考试。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
7	公共关系	课程目标	<p>【素质目标】 1. 具有创新思维和分析公共关系问题的职业素养；2. 形成公关形象与实务工作实际动手能力和处理实际问题的综合素质。</p> <p>【知识目标】 1. 知晓现代公共关系理论；2. 按照公共关系活动的各个环节，设计公共关系工作的每一个操作流程（公关形象建立与策划，公共关系活动调查、策划、实施、评估、危机公关、CIS 策划等）。</p> <p>【能力目标】1. 能制订公共关系的问卷调查表、公关活动调查与评估报告、公关形象策划书、危机管理预案、CIS 策划、公关活动策划书；2. 能模拟公共关系相关的工作岗位内容。</p>
		主要内容	<p>1. 知晓公共关系的基本知识 2. 建立公关形象与公共关系的组织</p>

		<p>3. 选定实践组织进行公共关系客体公众分析</p> <p>4. 设计公关调研方法，开展公共关系调研，分析撰写调研报告</p> <p>5. 撰写公关形象策划方案</p> <p>6. 分析公关危机案例，知晓危机处理方法</p> <p>7. 设计专题公共关系活动，组织公关活动</p>
	教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】</p> <p>多媒体教学，配套教案、教学课件、音视频资料及试题库。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法、情境教学法等。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 20%+期末综合考核占 60%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。理论考试+实操考试。</p>

4. 素质与专业拓展能力模块课程

素质与专业拓展能力模块设置课程 9 门，设置要求如表 9。

表 9. 素质与专业拓展能力模块课程设置要求

序号	课程名称	课程描述
1	数字营销	<p>【素质目标】</p> <p>1. 具备数字营销行业职业道德，自觉遵守相关法律法规；2. 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维；3. 养成勇于实践、敢于探索的工作作风，培养创新精神和实践能力；4. 保持对数字营销行业的敏感性和前瞻性，不断开拓进取；5. 具有高度的责任心和良好的合作精神；6. 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 初步了解数字营销的构成要素、模型与渠道；2. 掌握开发与管理数字化客户的方法；3. 掌握实施 App 营销的途径、策略、活动形式与方法；4. 掌握实施小程序推广、投放小程序广告的方法；5. 掌握实施短视频营销和直播营销的方法与技巧；6. 掌握实施社群营销和口碑营销的方法与技巧；7. 掌握实施搜索引擎优化和搜索引擎竞价推广的方法与技巧；8. 掌握实施推荐内容优化和推荐引擎广告营销的方法与技巧。</p> <p>【能力目标】1. 能够策划数字营销渠道，构建客户画像，实施客户价值分析和客户生命周期营销；2. 能够在应用商店发布和推广 App，通过投放广告来推广 App，实施 App 用户营销；3. 能够策划小程序广告创意，投放小程序广告，运用小程序开展客户营销；4. 能够实</p>

			施短视频营销推广和直播营销；5.能够实施社群营销和口碑营销；6.能够实施搜索引擎优化和搜索引擎竞价推广；7.能够实施推荐内容优化和推荐引擎广告营销。
		主要内容	1. 数字营销 3. 小程序营销 4. 新媒体营销 5. 社交营销 6. 搜索引擎营销
		教学要求	<p>【条件要求】1. 本课程的主讲教师是市场营销类专业毕业，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任，具有丰富的实践经验；2. 语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务；3. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】校内多媒体教室、校内市场营销实训室、校外百盛实训基地、校外沃尔玛实训实践基地。校外广西安踏体育用品有限公司实习基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。可采用理论考试；4. 课程的总评成绩=课程平时学习态度学习考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p>
2	品牌与 文化营销	课程目标	<p>【素质目标】培养学生正确的价值导向，注重实战个案，探讨现实热点、启迪思维，创新发展；培养学生正确的价值导向，注重实战个案，探讨现实热点、启迪思维，创新发展。</p> <p>【知识目标】1. 掌握品牌内涵的本质； 2. 熟悉顾客感知视角下品牌五维价值模型和价值要素关系； 3. 了解创新驱动为主导的品牌价值创新与递进路径； 4. 认识文化产业； 5. 理解文化营销对于产业增长的营销； 6. 洞悉消费者对于文化产品的需求根源； 7. 文化营销的运营构建方法。</p> <p>【能力目标】1. 掌握品牌内涵的本质，把握品牌策略的总体逻辑和策略框架； 2. 掌握品牌忠诚度管理的思维与方法； 3. 提升创新能力及营销综合能力，具备品牌定位分析、传播策划、文化营销工具等相关实操工具的运用能力。</p>
		主要内容	1. 品牌管理与营销 2. 文化营销
		教学要求	<p>【要求条件】本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，最好具有企业实践背景，关注时事热点，掌握相关的市场营销相应的实践技能，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学。</p> <p>【条件要求】互联网提供了丰富案例资源，为深入分析研讨提供准备；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像等资料。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目</p>

			<p>教学法等。</p> <p>【考核要求】《品牌与市场营销》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核； 3. 期末综合考核。可采用理论考试，或者实操考试，或者：理论考试+实操考试。
3	服务营销	课程目标	<p>【素质目标】1. 通过课堂教学，培养学生的辩证唯物主义观点和实事求是的科学态度，为今后从事门店服务与管理奠定初步基础；</p> <p>2. 通过课堂实践和社会实践活动，培养学生服务营销的观念和解决实际问题的能力。</p> <p>【知识目标】1. 掌握房地产市场市场营销思维；掌握服务营销环境分析、服务消费行为分析、服务市场细分与定位的方法；</p> <p>2. 掌握服务产品策略、服务定价策略、服务渠道策略和服务促销策略；</p> <p>3. 服务有形展示与服务质量管理相关知识。</p> <p>【能力目标】1. 能对当代服务消费环境、服务购买者行为进行有效分析； 能对服务市场进行市场细分，具有目标市场选择与市场定位的能力；</p> <p>2. 能从客户需求出发，掌握开发客户和服务客户的技巧，从而有效地开展客户服务工作的能力；</p> <p>3. 能对我国社会主义市场经济发展中服务业发展与新的服务业产生而出现营销问题进行分析和处理。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服务营销环境分析 2. 消费者购买服务心理因素分析 3. 服务市场细分与市场定位 4. 服务产品策略 5. 服务定价策略 6. 服务渠道策略 7. 服务有形展示
		教学要求	<p>【师资要求】1. 本课程的主讲教师是市场营销类专业毕业，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；2 语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务；3 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】校内多媒体教室、校内市场营销实训室、校外广西江山如画投资集团实训基地、校外南宁浩之天房地产有限公司实践基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。可采用理论考试。4. 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p>

4	大数据财务分析	课程目标	<p>【素质目标】1. 通过本课程的学习，培养学生的时代使命感和爱国情操；培养学生爱岗敬业的工作态度；2. 培养学生形成分工协作、积极配合的团队意识；3. 树立参与管理、强化服务的责任意识；4. 形成爱岗敬业、认真细致、刻苦钻研，提高技能的职业素养。5. 树立依法经营和管理的理念。使其具有良好的财务管理基础能力，成为高素质的社会主义事业的接班人。</p> <p>【知识目标】1. 通过本课程的学习，掌握反映企业财务状况和经营成果的会计要素的相关知识，掌握反映企业财务状况和经营成果的会计等式的相关知识；2. 掌握阅读企业财务报表方法以及企业财务状况评价的基本方法的相关知识。</p> <p>【能力目标】1. 通过本课程的学习，学生能够具备掌握企业财务状况和经营成果的会计要素的能力，具备再现反映企业财务状况和经营成果的会计等式的能力；2. 完成阅读财务三大报表任务的能力；3. 具备初步运用企业财务状况评价的基本方法评价具体企业的财务状况案例的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 会计六要素名称及举例解释其内涵的相关知识；会计恒等式的相关知识；会计信息质量要求的相关知识；会计记账基础中的权责发生制和收付实现制的相关知识；</p> <p>2. 财务三大报表的基本结构及例证编制的基本原理；资产负债表的组成要素的相关知识；利润表的组成要素的相关知识；组成各要素的基本内容；</p> <p>3. 企业盈利能力分析；企业运营能力分析；企业财务安全评价；企业发展能力分析；</p> <p>4. 完成一份销售预算表、生产预算表、直接材料预算表、直接人工预算表、制造费用预算表、产品成本预算表；一份销售及管理费用预算表、现金预算表；本量利分析相关概念，保本分析的基本概念，本量利分析图的相关知识；</p> <p>5. 增值税纳税筹划；企业所得税纳税筹划。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，同时具有综合的财务知识能力，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用相应的真实案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学，有针对性结合企业案例开展教学活动。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《大数据财务分析》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>期末综合考核。理论考试+实操考试。</p>
5	旅游市场营销	课程目标	<p>【素质目标】</p> <p>1. 培养学生对旅游行业的工作兴趣；</p> <p>2. 形成广泛的学习兴趣，以适应旅游行业涉猎面广的工作实际状况；</p> <p>3. 树立主动学习、自主学习、终身学习的良好习惯。</p> <p>【知识目标】</p>

			<p>1. 了解旅游市场营销的性质、特点及发展趋势；</p> <p>2. 按照设计企业旅游企业工作流程的各个环节，使学生全面了解创立旅游企业的每个工作流程（如：旅游企业组建、推广旅游企业形象、旅游产品的选择与设计、旅游产品的实施和服务、旅游专题活动的策划）相关领域的知识。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 完成旅游企业的设计、营销推广、执行能力；</p> <p>2. 拓展旅游市场调查分析问题能力（定性调查、定量调查）；</p> <p>3. 制定旅游营销环境的SWOT图表的能力；</p> <p>4. 具有条理分明、层次清晰、观点集中的表达能力。</p>
		主要 内容	<p>1. 旅游企业的组建</p> <p>2. 推广旅游企业形象</p> <p>3. 旅游产品的选择与设计</p> <p>4. 旅游产品的实施与服务</p> <p>5. 旅游专题活动营销策划</p>
		教学 要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】</p> <p>《旅游市场营销》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占30%+期末综合考核占50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
6	商务沟通 与客户服务	课程 目标	<p>【素质目标】1. 树立友善礼貌的商务沟通意识与素养，形成爱岗敬业精神和认真负责的工作态度，具备在商务场合中与人交往的基本素质，建立自信心；2. 认同团队意识和服务意识，同时具备良好的心理健康素质；3. 学会社会交往、表达、控制、应变，具有强烈的社会责任感、良好的职业道德。</p> <p>【知识目标】1. 领会商务沟通和客户服务概念及其关系，知晓商务沟通和客户服务的基本原则和规范，并能正确运用所学的知识，分析客户服务实际工作中的相关问题，并能提出解决的办法；2. 熟知商务沟通各种沟通知识和行为规范的运用技巧、方法及原则以及客户服务基本原理和方法。</p> <p>【能力目标】1. 能够根据沟通知识分析和解决现实问题，掌握客户服务过程中交往、接待、沟通、创新等关键能力；2. 会根据实际情况与不同客户沟通，设计简单的接待方案和活动方案，具备良好的沟通技巧、应变技巧、投诉处理技巧等基本技能。</p>
		主要	<p>1. 商务环境的沟通礼节</p> <p>2. 商务职业形象和仪容仪表</p> <p>3. 行企业日常的商商务接待等行政事务处理</p>

		内容	
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有相关资格证或企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占30%+期末综合考核占50%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核； 3. 期末综合考核。实操考试。
7	组织行为与团队领导	课程目标	<p>【素质目标】通过本课程的学习使学生具有良好的协调和沟通能力，吃苦耐劳、有奉献精神，有团队合作精神。熟悉团队组织需要的基本知识，通过案例分析和模拟场景的演练提高学生适应团队的组织与领导相关岗位的能力</p> <p>【知识目标】通过该课程的学习，掌握组织行为概述和团队领导，运用组织行为学理论分析管理中存在的各种心理与行为。</p> <p>【能力目标】学会运用组织行为学理论知识，借鉴和运用国外先进经验来分析和解决企业中存在的心理问题。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 组织行为学的含义 2. 组织中人的行为、群体行为和组织行为 3. 个性差异在管理中的应用和创造性行为的培养和开发 4. 群体的类型、制约群体有效性的因素 5. 领导理论，熟悉组织权力和政治的作用 6. 组织结构设计的原则，团队管理的基本理论
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任； 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式； <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学、情境教学法等。</p> <p>【考核要求】《组织行为与团队领导》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占30%+期末综合考核占50%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业

			技能、工作能力和团队合作精神的考核； 3. 期末综合考核。 理论考试+实操考试。
8	短视频制作与运营	课程目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够参与课堂任务的讨论与制订计划，具有合作精神； 2. 形成综合分析能力； 3. 形成客观分析的能力，取长补短； 4. 培养信息意识，提高信息素养； 5. 树立团队合作精神，培养良好的职业道德。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解短视频平台，了解短视频平台加V的作用； 2. 了解短视频行业用户的基本情况，了解主流短视频平台用户画像及其4个维度； 3. 了解定位的作用，掌握如何进行定位的方法； 4. 了解商品展示类短视频脚本的编写方法；了解商品展示类短视频脚本的编写要点； 5. 了解短视频运营中各项数据的含义，了解比率指标的作用； 6. 了解短视频内容的引流策略，熟悉抖音短视频内容吸粉引流的方法； 7. 了解短视频团队的角色分工和职责，了解短视频拍摄设备。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够掌握短视频平台的特点，能够掌握短视频平台的作用； 2. 掌握获取用户信息的最佳渠道；能够根据用户画像的4个维度分析短视频平台用户； 3. 能够进行科学的定位，能够分析定位人群的各种因素； 4. 能够掌握商品展示类短视频脚本的编写技巧，能分析其它同类型的优秀短视频，总结编写逻辑，设计创新； 5. 能够准确计算短视频数据的各种比率，能根据各项数据，解读与对标账号的差距； 6. 能够按照自己的短视频内容类型，选择合适的内容引流技巧，能够在进行短视频内容引流时，适应各种主流平台的规则； 7. 掌握短视频初创团队的分工和职责，掌握短视频从制作到复盘的整个流程。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识短视频平台 2. 短视频内容策划 3. 短视频拍摄 4. 短视频剪辑 5. 短视频运营数据分析 6. 短视频账号培育、引流与变现
		教学要求	<p>【师资条件】担任本课程教学任务的主讲教师要求大学研究生学历，讲师资格，最好有电子商务企业工作或实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任。 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>【教学条件】短视频制作与运营实训室：面积要求：100平方米，多媒体设备一套，电脑15-55台，网络，能上网。</p> <p>【教学资源】</p> <p>教材选用 推荐教材：清华大学出版社《短视频运营实务》马文娟</p>

			<p>课程教学资源</p> <p>1. 文档类：电子教案、习题库、试题库、导学案、PPT 课件、案例；</p> <p>2. 软件类：奥派电子商务软件、德意电子商务软件；</p> <p>3. 视频类：课程网站，专业网站、仿真动画，微课、操作视频。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
9	应用数学	课程目标	<p>【素质目标】培养学生科学的思维方式和实事求是的精神，尊重并遵循客观规律，提高学习能力和分析能力。</p> <p>【知识目标】1. 掌握微积分、常微分方程等内容的基本概念和运算技能；2. 培养分析问题和解决问题的步骤和方法。</p> <p>【能力目标】通过学习和实践提升数学建模的能力，能够在各个领域灵活运用数学知识解决实际问题。</p>
		主要内容	<p>1. 函数、极限与连续；</p> <p>2. 一元函数导数与微分；</p> <p>3. 一元函数导数的应用；</p> <p>4. 一元函数积分学；</p> <p>5. 常微分方程。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】要求教师具有数学及相关专业高校教师资格证书。</p> <p>【条件要求】学校内有教室场所及相关投影、一体机、黑板，能集中开展授课。</p> <p>【教学方法】线上+线下教学相结合的混合式教学。</p> <p>【考核要求】过程性考核，总评成绩=平时成绩 50%+期末成绩 50%。其中平时成绩包括出勤、作业、课堂表现及智慧平台积分等。</p>
10	专业英语	课程目标	<p>【素质目标】具有中国情怀、国际视野、责任担当和学科核心素养，形成正确的人生观、世界观和价值观。</p> <p>【知识目标】掌握商务英语的语音、词汇、语法、语篇和语用知识。</p> <p>【能力目标】具备商务英语听、说、读、看、写、译技能和在职场中用英语进行有效沟通的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》规定的 3000 个常用单词，熟悉 500 个常用短语与固定搭配的意义和基本用法；</p> <p>2. 阅读理解短文、信函、广告、产品说明等商务类简短英文材料；</p> <p>3. 一般题材和日常、职场交际中的英文材料中英互译；</p> <p>4. 100 词以上的英语短文写作。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】具备高校教师资格，具有扎实专业识、良好师德师风、责任感、仁爱之心和不断改革创新精神。</p> <p>【条件要求】多媒体教室、在线精品课程、云课堂平台和超星平台等，利用信息化教学手段实施课堂教学。</p> <p>【教学方法】采用项目教学、场景教学、任务驱动、小组合作、角色扮演等方法 and 线上教学+线下活动相结合的混合式教学。</p> <p>【考核要求】课程平时学习态度考核占 20%，过程考核占 30%和期末综合考核占 50%。</p>
11	财经商贸技能精练	课程目标	<p>【素质目标】培养学生独立思考、分析问题的能力，具备流程化思维、管理思维与创新意识的财经职业素养。</p> <p>【知识目标】</p>

			<p>【能力目标】对当代市场经济运行中的基本经济原理、经济政策的掌握程度及运用经济学思维分析问题、解决问题的能力。</p>
		主要内容	<p>1. 电子商务基础：电子商务概述、电子商务技术支持、网络营销、电子商务支付、电子商务物流及供应链管理、电子商务安全、电子商务应用；</p> <p>2. 管理学基础：管理基础知识、计划、组织、领导、控制、管理创新；</p> <p>3. 经济学基础：经济学概述、需求与供给、消费者选择、企业的生产和成本、市场类型与规律、宏观经济运行、宏观经济调控。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，最好具有企业实践背景，具备创新的理论知识与实践技能，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《财经商贸技能精练》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占30%+期末综合考核占50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核 理论考试+实操考试。</p>
12	农产品营销	课程目标	<p>【素质目标】1. 提高学生对农产品市场营销领域的综合素质； 2. 形成广泛的学习兴趣，以适应农产品行业涉猎面广的工作实际状况； 3. 树立主动学习、自主学习、终身学习的良好习惯。</p> <p>【知识目标】1. 能够掌握农产品市场需求调查的手段和方法； 2. 能够制定农产品企业的营销战略方案并予以执行； 3. 掌握农产品市场分析的能力，农产品目标市场和进行市场定位以及开发客户的措施； 4. 了解农产品品牌塑造和开发，对农产品定价和调整价格以及农产品销售网络布局和物流管理。</p> <p>【能力目标】1. 培养学生的市场分析能力和决策能力； 2. 完成农产品的设计、营销推广、执行能力； 3. 具有条理分明、层次清晰、观点集中的表达能力。</p>
主要内容		<p>1. 农产品营销的特定领域与要求</p> <p>2. 农产品市场机会的主要内容；</p> <p>3. 农产品目标市场概念</p> <p>4. 农产品品牌概念的基本知识</p> <p>5. 成本导向、需求导向及竞争导向定价的主要方法；企业的定价策略并能够灵活运用。</p> <p>6. 农产品直接销售渠道</p> <p>7. 农产品促销活动</p>	
教学要求		<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导</p>	

			<p>向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任。 2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。 <p>【条件要求】 实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】：《农产品营销》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占20%+过程考核占30%+期末综合考核占50%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
13	网络营销	课程目标	<p>【素质目标】 1. 掌握网络营销的思维；2. 能站在网络场营销角度去思考市场问题；3. 紧跟时代发展，围绕国家发展战略的整体部署，积极传播正能量，以引导学生树立正确的价值观，传承“民族复兴”的国家精神；4. 培养学生践行社会主义核心价值观；5. 培养网络营销人员的法治意识与职业道德；6. 教育引导学生领悟习近平全面依法治国新理念新思想新战略，牢固树立法治观念；7. 培养学生的爱国主义精神，传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；8. 将网络营销内容与社会主义科学发展观相融合，弘扬传统文化，让学生在学习网络营销的同时，充分感受到我国的道路自信、文化自信、制度自信和理论自信。</p> <p>【知识目标】 1. 理解并掌握网络营销的基本原理及基本概念；2. 能够熟练使用网络营销工具进行各项营销活动；3. 能够充分理解网络营销的概念；4. 能够进行网络消费者购买行为分析；5. 掌握网络产品设计；6. 掌握网站维护和管理。</p> <p>【能力目标】 1. 熟练地运用网络营销工具，并能在实际工作中进行应用；2. 培养学生网络搜集资料、分析资料和处理资料的能力；3. 能进行网络营销个性化服务；4. 培养学生的自学能力；5. 培养学生实践动手能力。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认知网络营销 2. 体验网络营销 3. 设计适合消费者需求的网络产品 4. 推广网络营销 5. 检查网络营销 6. 网上实战演练
		教学要求	<p>【师资要求】 1. 本课程的主讲教师是市场营销类专业毕业，或为“双师”素质教师，具有丰富的实践经验。能与企业合作共同开发和建设课程，有实际的工作经验。或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；2. 语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务；3. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】 校内多媒体教室、校内市场营销实训室、校外百盛实训基地、校外沃尔玛实训实践基地、校外厦门润联服饰体育用品有限公司实习基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目</p>

		<p>教学法等。</p> <p>【考核要求】《网络营销》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>课程的总评成绩=课程平时学习态度考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p> <p>3. 期末综合考核。</p> <p>理论考试+实操考试。</p> <p>【考核要求】1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等；2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核；</p> <p>3. 期末综合考核。可采用理论考试；4. 课程的总评成绩=课程平时学习态度学习考核占 20%+过程考核占 30%+期末综合考核占 50%。</p>
--	--	---

5. 集中实训模块课程

集中实训模块设置课程 9 门，设置要求如表 10。

表 10. 集中实训模块课程设置要求

序号	课程名称	课程描述	
1	认识实习	<p>课程目标</p> <p>【素质目标】1. 树立正确的人生观和价值观，具有健全的思想。在真实工作环境下，能够汲取积极的人生智慧以及他人的市场营销经验，具备吃苦耐劳、勇于创新的精神，具有较高的智商和情商；2. 坚持灵活思辨，准确表达思想意愿，根据营销职业、岗位要求，结合自身特点，发挥个人的优势，展示个人能力和亮点，并能够进行自我教育与自我发展；3. 具有良好的职业道德，以自己的人格、礼仪、风度和言谈举止赢得他人的青睐；4. 通过具体岗位的认识实习，初步形成营销人员所需要具备的基本素质和能力；5. 具有良好的服务意识和团队合作精神。</p> <p>【知识目标】1. 在真实工作环境中，了解和认识市场营销专业知识，对未来专业学习的方向有一个清楚的感性的认识；2. 概述认识实习，对企业和市场营销行业有个初步的认识和了解，形成认识实习调查报告，能够将学习所得形成体会；3. 说出在真实营销活动中动口、动手等实践能力的意义和重要作用，初步运用科学的、系统的营销思维模式去正确地分析和运用营销语言、表情和礼仪，学会倾听，并且运用恰当的方法在营销团队中沟通交流，提高真实工作下作为营销从业人员的语言表达水平；4. 撰写条理清晰、结构合理的小型调研报告或者市场活动总结。</p> <p>【能力目标】以就业需求为导向，确定专业认识实习课程核心能力。</p> <p>1. 完成市场调研，分析市场，制订可操作的问卷调查设计；2. 初步识别、分析和运用营销策略；3. 灵活运用基本的沟通技巧，进行有效的问卷调查；4. 制订规划市场营销专业大学生涯以及专业学习的计划书；5. 识别工作环境和大学学习生活中防范安全风险。</p>	<p>主要内容</p> <p>1. 营销专业认识实习报告及心得体会</p> <p>2. 企业调研报告、参观学习心得体会</p> <p>3. 问卷调查设计，市场调研报告</p>

			4. 专业学习计划
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的教师要求最好有市场营销企业工作或实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】本课程以考查为主。采用提交各类型认识实习报告的形式考核。</p> <p>认识实习成绩=认识实习报告（包括职业生涯规划书、专业学习计划，共占 50%）+ 企业调研报告（占 30%）+ 市场调研报告（占 20%），单项成绩采用 100 分制。课程成绩（期评成绩）=平时表现（50%）+ 认识实习成绩（50%）。</p> <p>1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时出勤情况、实习期间纪律及习态度，上课回答问题、作业完成情况等；</p> <p>2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。</p>
2	营销素质拓展实训	课程目标	<p>【素质目标】1. 通过团体活动与拓展训练的形式，形成自信、积极地生活、工作态度；2. 坚持创新精神与团队协作精神。</p> <p>【知识目标】1. 解释自我意识的含义和作用，归纳人际交往因素；2. 说出挫折的含义及挫折防御机制；3. 正确认识情绪与情感，说出创造性思维特点；4. 总结团队协作的意义。</p> <p>【能力目标】1. 模拟职业过程，真正认识自我；2. 扩展对待挫折与压力的能力；3. 具备创新意识，灵活运用市场营销岗位沟通方法。</p>
		主要内容	<p>1. 自我认知与建立自信训练</p> <p>2. 知晓基本的沟通方式，掌握人际交往的方法</p> <p>3. 正确认识挫折，掌握调节挫折的方法</p> <p>4. 设计调控情绪的方法，学会控制情绪和管理情绪</p> <p>5. 掌握在团队中学习与完善自我的能力，掌握团队沟通的能力。</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程专任教师团队由具有本科及本科以上学历，从事市场营销教学工作多年的专业带头人及最好拥有心理咨询师职业资格、参加过发展与教育心理学专业进修的教师组成，从而能够从市场营销及心理学两大领域带领学生在课程学习中培养良好的心理素质。</p> <p>1. 语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请拥有心理咨询师职业资格、参加过发展与教育心理学专业进修的教师讲座方式。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】 1. 注重职业能力培养、知识模块化；2. 采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p>

			<p>1. 训练课程的总评成绩=课程平时表现占 50%+实训报告占 50%；</p> <p>2. 学生平时表现。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况，任务完成情况等。</p>
3	商务沟通与礼仪实训	课程目标	<p>【素质目标】1. 具备友善礼貌的商务礼仪意识与素养；2. 具备在商务场合中与人交往的基本素质；具有强烈的社会责任感、良好的职业道德。</p> <p>【知识目标】1. 知晓商务礼仪和客户服务的基本原则和规范；2. 熟知商务礼仪各种礼仪知识和行为规范的运用技巧、方法及原则；3. 知晓客户服务基本原理和方法。</p> <p>【能力目标】1. 能够根据礼仪知识分析和解决现实问题；2. 掌握客户服务过程中交往、接待、沟通、创新等关键能力；3. 具备良好的沟通技巧、应变技巧、投诉处理技巧等基本技能。</p>
		主要内容	<p>1. 客户服务礼仪与技巧</p> <p>2. 商务职业形象与客服人员减压技巧</p> <p>3. 商务仪式活动与服务创新</p> <p>4. 客户服务中的沟通技巧</p> <p>5. 成果汇报总结</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的指导老师要求是经济类、管理类专业硕士毕业或讲师以上职称，或者是经济类、管理类专业本科毕业且教学经验丰富的教师担任。</p> <p>【条件要求】校内实训使用营销策划实训室，校外实训基地有厦门润联服饰有限公司（安踏广西分公司）、南宁沃尔玛、广西盛路咨询有限公司等。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】课程的总评成绩=学生平时学习态度考核 50%+过程性考核占 50%。</p>
4	互联网平台商业应用实训	课程目标	<p>【素质目标】提升互联网平台营销管理与解决实际问题的能力；树立现代移动互联网微营销理念；加强信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力。</p> <p>【知识目标】知晓互联网平台运营工作内容；能说明互联网平台营销策划方法与实施工具；知晓互联网平台的盈利模式和营销与运营要点。</p> <p>【能力目标】能够综合应用互联网平台营销策划方法与实施工具；能够有效开展社群营销、短视频营销与直播营销；能够灵活运用互联网平台策划、实施营销活动以及评估营销活动的效果。</p>
		主要内容	<p>1. 互联网平台商业模式认知</p> <p>2. 社群营销与运营</p> <p>3. 短视频营销与运营</p> <p>4. 直播营销与运营</p> <p>5. 实训成果分享</p>
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的指导老师要求是经济类、管理类专业硕士毕业或讲师以上职称，或者是经济类、管理类专业本科毕业且教学经验丰富的教师担任。</p> <p>【条件要求】校内实训使用营销策划实训室，校外实训基地有广西</p>

			<p>安联体育用品有限公司、南宁沃尔玛、24 客便利店、广西盛路咨询有限公司等。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】课程的总评成绩=学生平时学习态度学习考核占 20%+过程考核占 80%。</p>
5	新媒体营销与创业策划实训	课程目标	<p>【素质目标】1. 提升新媒体营销管理与解决实际问题的能力；2. 感受新媒体营销给企业带来的机遇与挑战；3. 树立新媒体营销风险控制意识。</p> <p>【知识目标】1. 列举新媒体营销平台的类型；2. 知道新媒体营销平台的交易规则与入驻流程；3. 能说明新媒体营销活动的策划流程、实施流程与分析方法。</p> <p>【能力目标】1. 能够对比分析新媒体营销平台；2. 能够注册平台账户、实名认证并开通平台；3. 能够运用新媒体营销平台策划、实施营销活动以及评估营销活动的效果。</p>
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新媒体营销认知与策划 2. 新媒体文案创作与传播 3. 微信营销 4. 微博营销 5. 短视频营销 6. 实训成果分享
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的指导老师要求是经济类、管理类专业硕士毕业或讲师以上职称，或者是经济类、管理类专业本科毕业且教学经验丰富的教师担任。</p> <p>【条件要求】校内实训使用营销策划实训室，校外实训基地有厦门润联服饰有限公司（安踏广西分公司）、24 客便利店、南宁沃尔玛、广西盛路咨询有限公司等。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】课程的总评成绩=学生平时学习态度学习考核占 20%+过程考核占 80%</p>
6	毕业设计	课程目标	<p>【素质目标】1. 通过本课程的学习，培养学生具备创新思维能力、创造力、自学能力，具备开展营销策划、分析市场、把握商机的能力，提高分析问题解决问题的能力；2. 使学生养成勤奋、认真、严谨的工作态度，形成团结友爱、精诚合作的团队精神；锻炼胆量，培养自信；3. 培养竞争意识和参与竞争的能力；培养团队协作精神；锻炼口才，提高沟通能力。</p> <p>【知识目标】1. 掌握调查研究、文件检索、搜集资料方法；2. 熟知如何进行方案论证、确定方案的方法；3. 了解理论分析、设计和综合运用方法；掌握营销方案、设计说明书写法。</p> <p>【能力目标】1. 巩固和扩大学生已获得的理论知识与专业实践技能；2. 培养学生综合运用所学理论知识和技能，独立分析和解决本专业实际问题的能力；3. 培养学生获得信息的能力、文字表达能力和一定的科研能力。</p>

		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 毕业设计选题 2. 查阅资料，编写毕业设计提纲 3. 撰写毕业设计作品，编写毕业设计说明书 4. 定稿，通过答辩。
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的指导老师要求是经济类、管理类专业硕士毕业或讲师以上职称，或者是经济类、管理类专业本科毕业且教学经验丰富的教师担任。</p> <p>【条件要求】校内实训使用营销策划实训室，校外实训基地厦门润联服饰有限公司、广西盛路咨询有限公司等。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、提问法等。</p> <p>【考核要求】《毕业设计》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。 课程的总评成绩=学生平时学习态度考核占 50%+过程考核占 50%。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等； 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
7	毕业教育	课程目标	<p>【素质目标】1. 引导毕业生认清就业形势，正确合理地就业及择业；2. 引导学生树立“先就业，后择业”的思想观念，为稳定就业打好基础；3. 达到使学生们“自我教育、自我服务”的目的；4. 通过必要的心理引导，使学生有充分的心理准备接受挑战；5. 培养学生具有强烈的家国情怀，具有良好的家庭责任感、社会责任感和主人翁意识。</p> <p>【知识目标】1. 知晓当前国际经济形势及对我国的影响，国内经济形势及对高职学生就业的影响；2. 通过回顾过去一年实习生活中的所做、所闻、所思，进行职业道德教育；3. 指导学生讲述自己在工作或生活中遇到的人际交往方面的成功或失败的案例，以学生为自己分析、自己探索解决这些案例的成功或失败之处，老师仅作适当点评及升华；4. 知晓就业、择业的心理压力，强化择业的自主意识，坦然承受就业的心理压力；树立职业的长远意识，调整择业的价值取向；正确了解自己；强化择业中的价值观导向；5. 领会“五四精神”内涵，强化责任意识、主人翁意识，如何使自己成为一个对家庭、对社会有用的人，从而肩负起振兴中华的历史使命。</p> <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能结合当前形势提出自己的就业、择业想法； 2. 能结合个人、家庭、社会等因素阐述自己的就业、择业观点； 3. 能说出人际交往的基本原则和做法； 4. 能说出两种以上减轻就业心理压力的方法；能说出个人择业就业与家庭、社会、国家发展的关系。
		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析国内经济形势及对高职学生就业的影响 2. 回顾过去一年实习生活中的所做、所闻、所思，对“先就业/先

		<p>择业”做利弊分析</p> <p>3. 就业/择业的心理压力；如何树立职业的长远意识；如何调整择业的价值取向</p> <p>4. 强化责任意识、主人翁意识，使自己成为一个对家庭、对社会有用的人，从而肩负起振兴中华的历史使命。</p>
		<p>【师资要求】本课程专任教师团队由具有本科及本科以上学历，从事市场营销教学工作多年的专业带头人及最好拥有心理咨询师职业资格、参加过发展与教育心理学专业进修的教师组成，从而能够从市场营销及心理学两大领域带领学生在课程学习中培养良好的心理素质。</p> <p>1. 语言表达较好、经试讲合格的教师才能担任此门课程的授课任务；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请拥有心理咨询师职业资格、参加过发展与教育心理学专业进修的教师讲座方式。</p> <p>【条件要求】实训中心，多媒体设备，校外实训基地。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。</p> <p>1. 训练课程的总评成绩=课程平时表现占 50%+实训报告占 50%；</p> <p>2. 学生平时表现。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况，任务完成情况等。</p>
8	营销综合技能实训	<p>【素质目标】</p> <p>1. 树立实事求是的工作作风和踏踏实实的工作态度；</p> <p>2. 树立劳动观念，在学中做，在做中学；</p> <p>3. 感受和体会企业文化和氛围；</p> <p>4. 树立竞争意识、创新意识、团队协作等职业工作意识；</p> <p>5. 带人真诚，具有良好人际交往能力；</p> <p>培养学生具有胜任工作岗位的素养和能力；</p> <p>通过营销综合技能实训，培养学生具有一定的劳动精神、劳模精神和工匠精神等职业素养。</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 概述企业文化，理解企业的价值观与经营理念；</p> <p>2. 总结企业经营类型、营销模式；</p> <p>3. 说出所在营销岗位的职责范围和工作内容、工作规范、业务流程与素质要求；</p> <p>4. 说出营销等相关职能部门及相关岗位的工作协作关系。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 发现、分析、解决企业日常运营中出现的经营与营销问题；</p> <p>2. 制订工作计划，完成企业布置的各方面营销岗位工作任务；</p> <p>3. 在企业日常经营活动中，理论联系实际，灵活运用企业营销环境分析方法、市场细分与定位策略、4P 策略、推销策略与技巧、电子商务与网络营销方法、商务谈判技巧及策略、公关策略与技巧、市场拓展、巩固与退出策略等理论知识；</p> <p>4. 灵活运用 office 办公软件、企业经营与企业营销管理软件开展企业日常营销管理工作。</p>

		主要内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解行业及企业概况 2. 了解企业的运作和组织形式 3. 了解企业的规章制度 4. 学习营销工作人员的资格要求、职业素质要求、职业道德和职业纪律的要求 5. 熟悉企业的主要业务及营销类岗位工作流程 6. 现场实习具体工作环节和商务类岗位
		教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师应具有本科及以上学历，最好具有企业实践背景，掌握相关的人力资源管理、市场营销相应的实践技能，而且能够有针对性地开展教学活动，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法实施教学。</p> <p>【条件要求】互联网能提供丰富的营销管理案例资源，为我们的调研提供准备；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像等资料。</p> <p>【教学方法】 注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】采用实训报告，3000字的实训总结以及实训日志。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生平时学习态度考核。包括学生平时上课出勤情况、课堂纪律及学习态度，上课回答问题、作业完成情况等。 2. 过程性考核。主要是对学生完成每个工作任务的学习能力、专业技能、工作能力和团队合作精神的考核。
9	岗位实习	课程目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 树立实事求是的工作作风和踏踏实实的工作态度，形成自我悦纳的积极态度 2. 树立劳动观念，在学中做，在做中学 3. 感受和体会企业文化和氛围 4. 树立竞争意识、创新意识、团队协作等职业工作意识 5. 待人真诚，具有良好人际交往能力。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 概述企业文化，理解企业的价值观与经营理念； 2. 总结企业经营类型、营销模式； 3. 说出所在营销岗位的职责范围和工作内容、工作规范、业务流程与素质要求； 4. 说出营销等相关职能部门及相关岗位的工作协作关系。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 发现、分析、解决企业日常运营中出现的经营与营销问题； 2. 制订工作计划，完成企业布置的各方面营销岗位工作任务； 3. 在企业日常经营活动中，理论联系实际，灵活运用企业营销环境分析方法、市场细分与定位策略、4P策略、推销策略与技巧、电子商务与网络营销方法、商务谈判技巧及策略、公关策略与技巧、市场拓展、巩固与退出策略等理论知识； 4. 灵活运用 office 办公软件、企业经营与企业营销管理软件开展企业日常营销管理工作。

	主要内容	1. 企业文化与岗位认知实习 2. 企业营销环境分析与市场调研实习 3. 企业营销战略与策略分析实习 4. 企业销售岗位实习 5. 岗位实习记录与报告
	教学要求	<p>【师资要求】本课程的主讲教师要求最好有企业实践背景，而且能够有针对性地开展教学活动，具有现代职业教育以职业活动为导向、突出能力目标的先进理念。另外还要具备以下条件：</p> <p>1. 管理类硕士专业毕业或讲师以上职称，或者是相应管理类专业毕业且教学经验丰富的教师担任；</p> <p>2. 重点核心模块内容可采用聘请企业相应专家讲座方式。</p> <p>【条件要求】互联网能提供丰富的营销管理案例资源，企业为学生的岗位实习提供了真实的工作环境。</p> <p>【教学方法】</p> <p>注重职业能力培养、知识模块化；采用案例教学法、讲授法、项目教学法等。</p> <p>【考核要求】《岗位实习》课程考核评价体系中，实现全程化、多元化考核。本门课程的总评成绩=企业实习导师评价占 50%+校内实习导师评价占 50%。</p>

七、教学进程总体安排

总学时为 2655 学时，总学分 145。公共基础课程学时为 26.1%。实践性教学学时为总学时的 50%，其中，岗位实习累计时间为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课学时为总学时的 10.8%。

教学进程总体安排如表 11 所示。

表 11 教学进程总体安排表

序号	课程名称	课程类别	课程性质	课程编码	学时	学分	开设学期	考核方式
1	思想道德与法治	必修	公共基础		48	3.0	一	考查
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	公共基础		32	2	一	考查
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	公共基础		48	3.0	二	考查
4	形势与政策	必修	公共基础		16	1	一/二/ 三/四/ 五	考查
5	安全教育	必修	公共基础		24	1.5	一至六	考查

6	体育与职业体能	必修	公共基础		96	4	一、二	考查
7	大学生心理健康教育	必修	公共基础		32	2	二	考查
8	军事理论	必修	公共基础		36	2	一	考查
9	军事技能训练	必修	公共基础		112	2	一	考查
10	就业指导与创新创业	必修	公共基础		40	2.5	一至六	考查
11	劳动教育	必修	公共基础		48	1	一至四	考查
12	大学英语	必修	公共基础		32	2	一	考试
13	高等数学	必修	公共基础		32	2	一	考试
14	公共基础能力选修课	公选	公共基础		96	6	一至四	考查
15	管理学基础	必修	专业基础		48	3	一	考查
16	市场营销基础	必修	专业基础		64	4	一	考试
17	市场调查与分析	必修	专业核心		64	4	二	考试
18	商务谈判	必修	专业基础		64	4	二	考试
19	经济学基础	必修	专业基础		68	4.5	三	考查
20	电子商务基础	必修	专业基础		51	3	三	考查
21	经济法	必修	专业基础		48	3	四	考查
22	推销技术	必修	专业基础		48	3	四	考试
23	商务数据分析与应用	必修	专业基础		64	4	二	考试
24	渠道开发与与管理	必修	专业核心		68	4.5	三	考试
25	市场营销沙盘模拟	必修	专业核心		68	4.5	三	考试
26	销售与管理	必修	专业核心		68	4.5	四	考试
27	品牌策划与推广	必修	专业核心		64	4	四	考试
28	消费者行为分析	必修	专业核心		64	4	四	考试
29	公共关系	必修	专业核心		64	4	四	考试
30	数字营销	选修	专业拓展		32	2	一	考查
31	品牌与文化营销	选修	专业拓展		32	2	二	考查
32	服务营销	选修	专业拓展		32	2	二	考查

33	大数据财务分析	选修	专业拓展		32	2	二	考查
34	旅游市场营销	选修	专业拓展		32	2	三	考查
35	商务沟通与客户服务	选修	专业拓展		32	2	三	考查
36	组织行为与团队领导	选修	专业拓展		32	2	三	考查
37	短视频制作与运营	选修	专业拓展		32	2	三	考查
38	应用数学	选修	素质拓展		32	2.0	四	考查
39	专业英语	选修	素质拓展		32	2.0	四	考查
40	财经商贸技能精练	选修	专业拓展		32	2	四	考查
41	农产品营销	选修	专业拓展		32	2	五	考查
42	网络营销	选修	专业拓展		32	2	五	考查
43	认识实习	必修	集中实践		25	1	一	考查
44	营销素质拓展训练	必修	集中实践		50	3.5	二	考查
45	商务沟通与礼仪实训	必修	集中实践		25	1	二	考查
46	互联网平台商业应用实训	必修	集中实践		50	3.5	三	考查
47	新媒体营销与创业策划综合实训	必修	集中实践		100	5.5	四	考查
48	毕业设计	必修	集中实践		100	6	五	考查
49	毕业教育	必修	集中实践		25	1	五	考查
50	营销综合技能实训	必修	集中实践		50	2	五	考查
51	岗位实习	必修	集中实践		360	12	六	考查

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业教学团队是一个专兼结合稳定的教师团队。市场营销教学团队目前有18个专任教师，硕士占比80%以上，双师素质占比80%以上，其中具有高级职称教师占比30%以上。专任教师中老、中、青相结合，形成有梯队的年龄结构；企业兼职教师7人，兼职教师都是行业企业的中层以上的领导者。

2. 专业带头人

(1) 应具有副高及以上职称，具备一定的国际视野，了解国外先进职教理念和课程、培训及开发技术；

(2) 较强的专业发展把握能力：把握市场营销业发展动态，能带领本专业团队科学调研、制订人才培养方案，按照市场需求和自身条件合理设置专业方向，打造专业品牌。

(3) 扎实的课程建设能力：能承担 2-3 门专业核心课程教学，主持 1 门课程改革，能带领团队完成课程开发、课程标准制定等工作；

(4) 综合的科研服务能力：在科研开发、技术应用服务等方面起到表率作用；主持或参与省部级科研课题研究，为相关企业解决技术难题；担任行业协会或政府部门的顾问、技术专家等职务，在行业内具有较强的影响力；

(5) 综合的师资队伍建设能力：能够根据教师各自的主要研究方向和特点，开展分层分类培养，带领团队发展，全面负责双师队伍建设。

3. 专任教师

原则上应具有讲师及以上职称，通过校企合作项目培训师资格认证，具备较强的教学能力和应用开发能力；具有一定的课程开发能力和较强的教研教改能力；懂得生产管理与劳动组织，熟悉营销工作的操作流程；具备商贸服务类企业工作经验，能够进行产品的营销策划、渠道开发等实践技能；有参与企业技术服务的能力；具有双师素质能力；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。

4. 兼职教师

原则上应具有中级及以上相关专业职称，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，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

(二) 教学设施

教学设施包括专业教室、校内实训室、校外实训基地等三个部分。其中专业教室能满足 60 人的需要；校内实训室能满足 315 人的需要；校外实训基地能满足 300 人的需要。

1. 专业教室基本要求

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，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

校内实训室的配置与要求见表 12。

表 12. 校内实训室配置要求一览表

序号	实训室名称	主要实训项目	主要工具与设备	工位数	支撑课程
1	商务数据分析与应用实训室	商务数据分析	电脑、投影仪、商务数据分析软件	60	商务数据分析与应用、市场调查与分析、营销素质拓展训练、互联网平台商业应用实训。
2	新媒体营销实训室	营销策划撰写与新媒体文案写作	电脑、投影仪	60	品牌策划与推广、品牌与文化营销、网络营销、新媒体营销与创业策划综合实训、营销综合技能实训。
3	市场营销技能实训室	市场营销沙盘模拟、数字营销	电脑、投影仪、市场营销沙盘软件、数字营销沙盘软件	15	市场营销沙盘模拟、数字营销。
4	电子商务运营实训室	网店运营训练、客户服务技能训练、数据分析能力训练。	计算机 60 台、投影幕布、多媒体教师机 1 台、电子商务技能软件 1 套	60	网店运营、视觉营销设计、选品与采购。
5	直播电商实训室	电商直播运营训练	投影幕布、多媒体教师机 1 台、直播电商实战软件 20 套	120	直播电商、短视频制作与运营。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地的配置与要求见表 13。

表 13. 校外实训基地配置要求一览表

序号	基地名称	主要实训项目	接纳人数	支撑课程
1	沃尔玛校外实训基地	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	100	渠道开发与管理、市场营销基础。
2	百盛校外实训基地	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	50	销售与管理、消费者行为分析
3	广西江山如画投资集团校外实训基地	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	50	推销技术、商务谈判
4	厦门润联服饰有限公司(安踏广西分公司)	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	30	销售与管理、品牌策划与推广。
5	杭州娃哈哈集团南宁办事处	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	20	品牌策划与推广、市场调查与分析。
6	南宁浩之天房地产有限公司校外实训基地	营销综合技能实训 营销素质拓展训练	50	推销技术

（二）教学资源

1. 教材资源

教材选用类型：国家高职高专规划教材、精品教材、重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。

1. 选择高职高专规划教材

专业课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。国家和省级规划目录中没有的教材，可自主选用。自主选用的教材必须以质量为标准，优先选用教育部各专业指导委员会推荐的近三年教材，优先选用国家和教育部推荐的统编优秀教材、国家立项的精品教材、省部级优秀教材及重点教材、面向 21 世纪课程教材以及行业主管部门统一编写的教材。教材选用必须以人才培养方案和教学标准为依据，符合专业特点和培养目标要求。

2. 选择校内自编公开出版教材

3. 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。

4. 市场营销专业建立了一些课程资源库、课件、案例库等数字化资源。

表 14 市场营销专业数字化资源选列表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	《管理学基础》课程资源库（国家精品资源共享课），渤海大学	http://www.icve.com.cn/study/directory/directory_list.html?courseId=zwu6ax6mnqhmranycyse-g
2	《渠道开发与管理》课程资源库，广西工业职业技术学院	学银在线(xueyinonline.com)
3	《市场营销》课程资源库（国家精品课），山东商业职业技术学院	http://www.icve.com.cn/study/directory/directory_list.html?courseId=8afsaawykipznqwpq40v7yg
4	《纳税实务》课程资源库，广西工业职业技术学院	学银在线(xueyinonline.com)
5	《市场调查与分析》在线开放课程资源库（国家项目），黄冈职业技术学院	http://www.icve.com.cn/portal_new/newcourseinfo/courseinfo.html?courseid=p3f-ah-kwkdaouchgbsr ng
6	《电子商务概论》课程资源库，国家在线开放课程，武汉职业技术学院	http://www.icve.com.cn/portal_new/newcourseinfo/courseinfo.htm

		l?courseid=4s2kadmogjnckfmzbo pw
7	《市场营销沙盘》课程资源库，国家在线开放课程，许昌职业技术学院	http://www.icve.com.cn/portal_n ew/newcourseinfo/courseinfo.htm l?courseid=otetaj-nb6phah6xbzin lw

3. 软件资源

市场营销专业购买了《市场营销沙盘模拟》、《跨境电商》等软件资源。

(三) 教学建议

1. 教学方法

根据学情分析和教学内容特征，选择项目化教学、案例教学法、情境教学法、理实一体化教学、任务驱动教学法等教学方法，以成果为导向设计教学内容，能较好地发挥教师的主导作用和学生的主体作用。

2. 教学策略

市场营销专业教学根据市场营销专业学科和人才需求特点，有针对性地选择与组合相关的教学内容、教学组织形式、教学方法和技术。针对不同课程的具体内容，充分利用信息化手段，采取线上线下混合式教学、翻转课堂、采用企业真实的项目等形式，同时引进行业、企业专家参与教学等。

3. 组织形式

在课堂教学组织中有明确的教学目标，能体现先进的教学理念，对教学资源的开发和整合，以学生为主体，以能力为核心、以项目为载体的课程教学单元设计，要用恰当的项目和任务进行能力训练。市场营销专业教学组织形式有：翻转课堂教学、线上线下混合式教学、理实一体化教学等组织模式。

(四) 学习评价

根据学生学习达标标准科学设计检测学生是否达标的方法和手段，建立科学评定学生学业成绩的考核办法，借助信息化教学平台，实施学生学习达标度的过程检测，进而持续改进，确保课程的教学质量。

(五) 质量管理

根据学生学习达标标准科学设计检测学生是否达标的方法和手段，建立科学评定学生学业成绩的考核办法，借助信息化教学平台，实施学生学习达标度的过程检测，进而持续改进，确保课程的教学质量。考核方案多种多样，有校内考核也有校外企业考核，有开卷考试也有闭卷考试。

1. 强化教学工作中心地位

专业负责人作为本专业教学实施的第一负责人，带领专业团队老师共同研究和推进本专业教学有序运行。专业负责人要加强本专业建设总体设计，负责专业教育教学与改革的具体组织实施，确保专业人才培养质量，课程负责人负责课程标准的制定、课程教学改革等事宜。团队教师每周进行一次集中教学活动学习，增强教师的教学责任管理意识。

2. 教学管理机构与运行

按照学校设定的相关组织机构，工商管理学院成立了以院长为组长，教学副院长为副组长，专业负责人为组员的教学组织委员会，负责教学文件、教学过程、教学质量、教学研究、教学设施设备及各项管理制度的制定与实施。

3. 常规教学管理制度

遵循学校制定的包括教学组织管理制度、课堂教学管理制度、实践教学管理制度、岗位实习与社会实践管理制度、学生学业成绩考核管理制度、教师教学工作考核评价制度等。在实训室的管理方面，已经建成了市场营销沙盘实训室、商务数据分析等实训室，利用这些实训室条件能够满足市场营销专业的实践教学。

4. 实施性教学计划制定与执行

在本方案的基础上，不断加大调研力度制定实施性教学计划，根据区域性产业结构特点和行业需求情况，进一步明确具体的教学内容，科学合理的设计本专业的实践教学项目。在实践教学环节，与行业企业比如杭州娃哈哈集团、沃尔玛南宁分公司进行合作，引入企业真实的项目，让学生与企业进行零距离接触，感受企业的文化氛围，培养学生的综合营销实践能力。

5. 教学档案收集与管理

按照学校相关规定，做好教学档案的收集与整理，为教学科研工作提供重要的教学信息资源。教学档案主要包括教学文件档案、教学业务档案、教师业务档案和学生学籍档案。

（六）学习成果转换

本专业对接营销、管理等职业，门店销售、门店客服、商品的推广与运营等岗位需求，全面推进“岗、课、赛、证”相融合的教学改革，鼓励学生积极参加市场营销技能竞赛、商务数据分析与应用、互联网+创新创业大赛、“1+X”证书等项目，实施学习成果转换，具体转换见表 15。

表 15 市场营销专业技能竞赛与学历专业（课程）之间的转换规则表

证书名称	证书等级	颁证机构	专业名称及代码	学历层次	院校名称	转换课程	证书课程学分	备注
市场营销技能竞赛	一等奖	中教畅享有限公司	市场营销专业 代码：530605	大专	广西工业职业技术学院	市场营销沙盘模拟	2	

商务数据分析与应用	一等奖	中联公司	市场营销专业 代码：530605	大专	广西工业职业技术学院	商务数据分析与应用	2	
-----------	-----	------	---------------------	----	------------	-----------	---	--

九、毕业要求

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

（一）在学校规定年限内修满本专业人才培养方案规定的 145 个学分，总学时为 2655 学时；

（二）毕业时应达到的素质、知识和能力等要求详见培养目标和培养规格；

（三）公共基础学时为总学时的 26.1%，实践教学学时为总学时的 50%；

（四）鼓励获得与本专业紧密相关的数字营销师等职业资格证书；

（三）符合学校学生学籍管理规定的相关要求。

十、附录

1. 广西工业职业技术学院 2024 级市场营销专业课程设置与教学时间安排表(表 16)
2. 广西工业职业技术学院 2024 级市场营销专业人才培养方案变更审批表(表 17)

表 16 广西工业职业技术学院 2024 级市场营销专业课程设置与教学时间安排表

