



娄底潇湘职业学院

Lou Di Xiao Xiang Vocational College

市场营销专业人才培养方案

专业代码: 530605

适用年级: 2021 级

层次类别: 专 科

专业负责人: 赵海明

制订时间: 2021 年 7 月

分院审批: 高玉泉

分院审批时间: 2021 年 7 月

学校审批人: 高平

学校审批时间: 2021 年 8 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
(一) 职业面向.....	1
(二) 典型工作任务与职业能力分析.....	1
五、培养目标与培养规格.....	2
(一)培养目标.....	2
(二) 培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	4
(一) 公共基础课程.....	4
(二) 专业群平台课程.....	18
(三) 专业基础课程.....	20
(四) 专业核心课程.....	22
(五) 综合实践课程.....	26
(六) 专业拓展课程.....	29
(七) 公共选修课程.....	34
(八) 对 1+X 证书的要求.....	38
七、教学进程总体安排.....	38
八、实施保障.....	41
(一) 师资队伍.....	41
(二) 教学设施.....	42
(三) 教学资源.....	43
(四) 教学方法.....	40
(五) 学习评价.....	40
(六) 质量管理.....	40
九、毕业要求.....	44
十、调研报告.....	44

附录 1..... 44
十一、审批表..... 44
附录 2..... 44
附录 3..... 44

2021级专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者。

三、修业年限

基本学制3年，弹性学制3-6年。

四、职业面向

(一) 职业面向

表1: 职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格(技能等级)证书
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业 (51) 零售业 (52)	营业员 (4-01-01-01) 推销员 (4-01-02-01)	1、销售代表 2、区域市场经理 3、市场主管 4、市场调研员 5、新媒体营销 6、营销策划	1+X”网店运营与推广(中级)

(二) 典型工作任务与职业能力分析

表2.典型工作任务与职业能力分析

职业岗位名称	典型工作任务	职业能力要求
销售代表	负责销售产品，市场推广	掌握会计、商务礼仪、管理学基础、市场营销等基础知识
区域市场经理	负责区域市场的全面管理工作	具有经济管理意识、经济法律知识、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。

市场开发主管	负责市场主要销售维护工作	具备对客户群体进行有效维护能力，能够有效进行客户服务能力，有渠道开发能力
新媒体营销人员	负责新媒体营销工作	具备网络营销和新媒体推销的能力，能够组织实施产品线上线下推广
营销策划人员	负责市场、产品的策划工作	具备市场营销策划的能力，能够从事促销，新产品上市，广告文案，公关活动的各方面的营销策划。
市场调研专员	从事市场调研	具备组织实施营销产品的市场调查与分析，能够从事市场调查分析

五、培养目标与培养规格

(一)培养目标

本专业培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销学、市场调研、营销策划、推销和谈判、新媒体应用等专业知识，具有现代市场营销推广，新媒体营销等岗位能力；熟悉市场调研、营销策划、市场推广、营销谈判和产品推销等基本知识和操作技能；面向湖南省及周边地区现代商贸流通服务业，中小企业，地方特色产业新媒体推广的营销岗位群，能够从事市场调研，产品推销，营销策划等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应具备的素质、知识和能力等方面的要求。

1、素质目标:

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、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。

Q3: 具有经济管理意识、经济法律意识、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。

Q4:勇于奋斗、乐观向上，具有良好的职业礼仪和自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的吃苦耐劳和团队协作精神。

Q5:具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握一定的体育运动和卫生保健知识,具有一定的运动技能,达到《大学生体质健康标准》的各项指标,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯。

Q6: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、知识目标:

K1:掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

K2:掌握运动生理常识和科学锻炼身体的方法,掌握卫生保健和心理疏导的相关知识。

K3:掌握外语、计算机应用等公共基础知识。

K4:掌握会计、商务礼仪、管理学基础、市场营销等基础知识。

K5:掌握客户关系管理,商品学与品牌管理的基本知识。

K6:掌握掌握渠道管理能力和消费者行为分析的基本内容和分析方法。

K7:掌握新媒体营销的基本方法,短视频的制作方法,图形图像处理的基本方法。

K8:掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

K9:掌握营销活动策划的基本内容和方法。

K10:掌握市场调查的方式、方法、流程和数据分析方法,市场调查报告的撰写方法。

K11:熟悉市场营销沙盘模拟的知识和技能。

K12:熟悉网络营销的新知识、新技术。

K13:掌握汽车,房地产等营销模式,人力资源管理模式,团队建设。

3、能力目标:

A1:具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

A2:具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

A3:具有文字、表格、图像的计算机处理能力,具备财务信息的数据挖掘、数据分析、数据应用能力和社会适用能力;

A4:具备对商品的认知能力,以及客户群和竞争者进行分析能力,能够客观分析市场情况。

A5:具备对客户群体进行有效维护能力,能够有效进行客户服务能力,有渠道开发能力。

A6:具备组织实施营销产品的市场调查与分析,能够从事市场调查分析。

A7:具备网络营销和新媒体推销的能力,能够组织实施产品线上线下推广,短视频和图像图形处理能力。

A8:具备组织实施推销和商业谈判能力,能够有效推销产品和商务洽谈。

A9:具备市场营销策划的能力,能够从事促销,新产品上市,广告文案,公关活动的各方面的营销策划。

A10:具备营销数据意识和商务数据分析的能力,能够在营销沙盘模拟实训中,现实营销中进行数据分析,具有品牌意识。

A11:具备商务礼仪规范应用能力。

A12:具备一定的创新创业能力。

A13:具备其他营销的能力，团队管理意识，人力资源管理的规划。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程、专业（技能）课程、专业拓展课程、综合实践课程和公共选修课程。

（一）公共基础课程

课程主要由军训（含国防教育）、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、形势与政策、创业基础、就业指导、职业生涯与发展规划、高职英语、大学语文、信息技术、体育与健康、大学生心理健康教育、劳动教育、工匠精神课程构成，总计划学时为784学时，共44学分。具体各课程设置与要求见表3:

表3: 公共基础课程设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	军训（含国防教育）	<p>1.素质目标：提高思想素质具备基本的军事素质，保持心理素质，培养提升身体素质。</p> <p>2.知识目标：了解学院规章制度及专业学习要求；熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领标准；了解并掌握单兵战术动作和轻武器射击的要领。</p> <p>3.能力目标：具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。</p>	<p>1.国防教育及爱国主义教育。</p> <p>2.军事训练、消防应急演练。</p> <p>3.专业介绍，职业素养以及工匠精神培育，法制安全教育。</p> <p>4.规章制度学习。</p> <p>5.校园文化教育。</p>	<p>1.通过理论授课、案例导入、训练实操、专题讲座等方法，利用信息化教学手段开展理论学习及军事训练。</p> <p>2.采取形成性考核+终结性考核各占50%权重比的形式进行课程考核与评价。</p>	112/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q5</p> <p>K2</p> <p>A1</p>

2	军事理论	<p>1.素质目标: 增强学生的国防观念; 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。</p> <p>2.知识目标: 了解和掌握军事理论的基本知识; 熟悉世界新军事变革的发展趋势; 理解习近平强军思想的深刻内涵。</p> <p>3.能力目标: 具备对军事理论基本知识进行正确认知理解领悟和宣传的能力。</p>	<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>	<p>1.综合运用讲授法, 问题探究式, 案例导入法等方法, 充分运用信息化手段开展教学。</p> <p>2.采取形成性考核+终结性考核4:6 权重比的形式进行课程考核与评价。</p>	32/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K1</p> <p>A1</p>
3	思想道德与法治 (一)	<p>1.素质目标:具备健全人格以及良好的思想道德素质和法律素质, 自觉运用所学知识分析社会问题, 成长为德智体美劳全面发展的社会主义事业的建设者和接班人。</p> <p>2.知识目标:提升思想品德修养, 了解并继承和弘扬中华传统美德和中国革命道德, 树立为人民服务的思想, 弘扬集体主义精神, 拥有良好的道德品质和高尚的道德人格。</p> <p>3.能力目标:能够运用所学专业知 识, 理论联系实际, 解决人生道路上出现的思想道德方面的问题, 自觉加强知行合一修养, 由他律走向自律, 不断提高思想道德素质。</p>	<p>1.担当复兴大任, 成就时代新人: 中国特色社会主义新时代呼唤担当民族复兴大任的时代新人。</p> <p>2.领悟人生真谛, 把握人生方向: 阐述什么是人生观, 正确的人生观、价值观, 引导学生创造有意义的人生。</p> <p>3.追求远大理想, 坚定崇高信念: 领悟理想与信念的内涵及其重要性, 坚定信仰信念信心, 在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。</p> <p>4.继承优良传统, 弘扬中国精神: 理解中国精</p>	<p>1.以学生为本, 注重知行合一、教学相长。</p> <p>2.选取思想道德与法治建设领域的典型案例, 组织学生讨论、观摩, 提高学生分析问题和解决问题的能力。</p> <p>3.组织学生积极参与湖南省思政课研究性学习竞赛活动, 提升学生的理论水平与思想境界。</p> <p>4.采取过程性考核60%和终结性考核40%进行课程考核与评价。</p>	24/1.5	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K1</p> <p>A1</p>

			神是兴国强国之魂，做新时代的忠诚爱国者，使改革创新成为青春远航的动力。			
4	思想道德与法治（二）	<p>1.素质目标:具备健全人格以及良好的思想道德素质和法律素质，自觉运用所学知识分析社会问题，成长为德智体美劳全面发展的社会主义事业的建设者和接班人。</p> <p>2.知识目标:了解人的本质，人生意义，理解社会主义法律意识、社会主义法治观念，具备正确行使法律权利、履行法律义务，树立正确的择业观、创业观。</p> <p>3.能力目标:能够运用所学专业知 识，理论联系实际，解决人生道路上出现的思想道德方面的问题，自觉加强知行合一修养，由他律走向自律，不断提高思想道德素质。</p>	<p>1.明确价值要求，践行价值准则：了解全体人民共同的价值追求以及社会主义核心价值观的显著特征，积极践行社会主义核心价值观。</p> <p>2.遵守道德规范，锤炼道德品格：了解社会主义道德的核心与原则、吸收借鉴优秀道德成果、投身崇德向善的道德实践。</p> <p>3.学习法治思想，提升法治素养：了解社会主义法律的特征及运行、坚持全面依法治国，维护宪法权威，自觉尊法学法守法用法。</p>	<p>1.以学生为本，注重知行合一、教学相长。</p> <p>2.选取思想道德与法治建设领域的典型案例，组织学生讨论、观摩，提高学生分析问题和解决问题的能力。</p> <p>3.组织学生积极参与湖南省思政课研究性学习竞赛活动，提升学生的理论水平与思想境界。</p> <p>4.采取过程性考核60%和终结性考核40%进行课程考核与评价。</p>	24/1.5	Q1 Q2 Q3 K1 A1
5	毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论（一）	<p>1.素质目标:使大学生坚定马克思主义信念，以及在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的信念，理解与执行党的基本理论、基本路线、基本纲领、基本经验的主动性和自觉性。在未来的职业生涯中，坚定不移走中国特色社会主义道路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦承担起历史使命，并牢固树立四个意识、坚定四个自信，成为德智体美劳全面发展的中国特色社会主义建设者和接班人，担当民族复兴大任的时代新人。</p> <p>2.知识目标:高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想、</p>	<p>1.马克思主义中国化的历史进程与理论成果。</p> <p>2.马克思主义中国化的内涵。</p> <p>3.毛泽东思想及其历史地位。</p> <p>4.新民主主义革命理论。</p> <p>5.社会主义改造理论。</p> <p>6.社会主义建设道路初步探索的理论成果。</p> <p>7.邓小平理论。</p> <p>8.“三个代表”重要思想。</p> <p>9.科学发展观的形成、主要内容</p>	<p>1.以学生为本，注重“教”与“学”的互动。</p> <p>2.通过理论讲授，从整体上把握马克思主义中国化的理论成果的科学内涵、理论体系和主要内容。</p> <p>3.通过阅读经典著作，引导学生读原文、学经典、悟原理。</p> <p>4.通过案例教学，组织学生</p>	32/2	Q1 Q2 Q3 K1 A1

		邓小平理论、三个代表重要思想科学发展观，习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，系统掌握毛泽东思想和习近平新时代中国特色社会主义思想，中国特色社会主义理论体系的基本原理，以及各大理论成果产生的时代背景实践基础科学内涵、精神实质和历史地位。 3.能力目标:掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，运用理论的基本原理、观点和方法，全面客观的认识和分析中国走社会主义道路的历史必然性认识和分析当今中国的实际时代特征和当前所遇到的各种问题的能力，能把科学理论与专业知识结合起来，把书本知识与投身社会实践结合起来，具备独立思考和解决问题的能力。	及历史地位。	进行案例分析，以更好地把握中国的国情和当今形势。5.采取过程性考核60%和终结性考核40%进行课程考核与评价。		
6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论（二）	1.素质目标:使大学生坚定马克思主义信念，以及在党的领导下走中国特色社会主义道路的信念，理解与执行党的基本理论、基本路线的主动性和自觉性。在未来的职业生涯中，坚定不移走中国特色社会主义道路，为实现中国梦承担起历史使命，并牢固树立四个意识、坚定四个自信，成为德智体美劳全面发展的中国特色社会主义建设者和接班人。 2.知识目标:高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、三个代表重要思想科学发展观，习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，系统掌握其理论体系的基本原理，以及各大理论成果产生的时代背景实践基础科学内涵、精神实质和历史地位。 3.能力目标:掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，运用理论的	1.习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位。 2.坚持和发展中国特色社会主义的总任务。 3.“五位一体”总体布局。 4.“四个全面”战略布局。 5.实现中华民族伟大复兴的重要保障。 6.中国特色大国外交。 7.坚持和加强党的领导。 8.坚定“四个自信”，担当民族复兴大任。	1.以学生为本，注重“教”与“学”的互动。 2.通过理论讲授，从整体上把握马克思主义中国化的理论成果的科学内涵、理论体系和主要内容。 3.通过阅读经典著作，引导学生读原文、学经典、悟原理。 4.通过案例教学，组织学生进行案例分析，以更好地把握中国的国情和当今形势。5.采取过程性考核60%和终	32/2	Q1 Q2 Q3 K1 A1

		基本原理、观点和方法，全面客观的认识和分析中国走社会主义道路的历史必然性认识和分析当今中国的实际时代特征和当前所遇到的各种问题的能力，能把科学理论与专业知识结合起来，把书本知识与投身社会实践结合起来，具备独立思考和解决问题的能力。		结性考核40%进行课程考核与评价。		
7	形势与政策	<p>1.素质目标：具备民族自信心和自豪感，增强为中华民族振兴而努力的责任感和使命感。</p> <p>2.知识目标：了解时事热点问题的背景、原因、本质；掌握分析时事热点问题的方法。</p> <p>3.能力目标：具备全面思考、理性分析时事热点的能力，自觉抵制各种不良思潮和言论的影响，能够与党中央保持高度一致。</p>	<p>1.依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”。</p> <p>2.结合当前国际国内形势以及我校教学实际情况和大学生成长的特点确定教学内容。</p>	<p>1.应用多媒体、相关电影或纪录片、杂志等教学资源，帮助学生多角度、多方面了解社会，提高分析解决问题的能力。</p> <p>2.采用“理论+实践”的教学模式，采取问题导向式的方法组织教学，使用在线开放课程辅助教学。</p> <p>3.采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。</p>	16/1	Q1 Q2 Q3 Q4 K2 A2
8	创业基础	<p>1.素质目标：学生具备正确科学的创业观。能正确理解创业与人生的关系，具备创业意识和领导才能，自觉遵守创业规律，积极投身创业实践。</p> <p>2.知识目标：掌握开展创业活动所需要的基本知识；包括认知创业的基本内涵，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、大学生创业素质和创业风险。</p> <p>3.能力目标：具备必要的创业能力。包括掌握创业机会评价的技巧与策略，创业风险的防范措施，提高自身创办企业的综合素质和能力。</p>	<p>1.创业与人生。</p> <p>2.创业者与创业团队。</p> <p>3.创业机会识别与控制。</p> <p>4.创业风险的识别与控制。</p> <p>5.商业模式及其设计与创新。</p> <p>6.创业资源与其管理。</p> <p>7.创业计划。</p> <p>8.新企业的创办与管理。</p>	<p>1.以学生为本，采用案例研讨教学法、模拟教学法等教学方法相结合，课程教学以案例教学与体验教学为主。</p> <p>2.利用多媒体以及各种在线资源，加强学生的自主学习能力。</p> <p>3.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60%形式进行课程考核与评价。</p>	32/2	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 K2 A1 A12

9	就业指导	<p>1.素质目标：具备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，主动培养责任意识、服务意识，自愿为个人职业发展和社会发展付出积极的努力。</p> <p>2.知识目标：了解职业特点，认识自己的特性以及社会环境;了解就业形势与政策法规;学习求职择业准备，了解笔试面试，培养职业素质，提升就业能力。</p> <p>3.能力目标：掌握就业的基本能力，提高学生的各种通用能力,学会进行心理调试，掌握如何保护就业权益等。也必须拥有运用简历制作的知识与技巧，完成求职简历制作的能力。</p>	<p>1.就业政策。</p> <p>2.生涯规划。</p> <p>3.职业素质。</p> <p>4.求职择业。</p> <p>5.笔试面试。</p> <p>6.心理调试。</p> <p>7.就业权益。</p> <p>8.自主创业。</p> <p>9.角色转换。</p>	<p>1.本课程以学生为主体，以成果为导向，注重讲授与训练相结合的方式进行。教学可采用典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、社会调查、实习见习等方法进行。</p> <p>2.在教学的过程中，除了教师和学生自身的资源之外，还可调动社会资源,采取与外聘专家、优秀毕业生、职场人物专题讲座和座谈相结合的方法。</p> <p>3.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60%形式进行课程考核与评价。</p>	32/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q5</p> <p>K2</p> <p>A1</p>

10	职业生涯规划	<p>1.素质目标：养成主动主动学习的习惯；养成团队合作意识；培养吃苦耐劳的精神和严谨细致的作风。</p> <p>2.知识目标：了解职业发展的阶段特点；了解自身角色特性、未来职业的特性以及社会环境特性；了解就业形势与政策法规；了解劳动力市场相关信息、相关的职业分类知识以及就业创业的基本知识。</p> <p>3.能力目标：掌握自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、人际交往技能等。</p>	<p>1. 职业的内涵。</p> <p>2. 职业生涯的特点与职业生涯规划的重要性。</p> <p>3.个体性格及其调试。</p>	<p>1.采用以任务驱动为主的多种形式结合的教学方式，利用互联网现代信息技术开发慕课、微课及PPT等多媒体，通过搭建起多维、动态、活跃、自主的课程平台充分调动学习积极性。</p> <p>2.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60%形式进行课程考核与评价。</p>	8/0.5	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K1</p> <p>K4</p> <p>A2</p>

11	高 职 英 语 (一)	<p>1.素质目标: 具备正确的世界观、价值观、人生观; 坚定文化自信, 养成积极的跨文化交际意识。</p> <p>2.知识目标: 掌握一定的英语基础词汇、语法规则、表达结构与方式; 掌握应用英语听、说、读、写、译五项技能的基本方法。</p> <p>3.能力目标: 能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料, 能在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流。</p>	<p>1.3000左右基本词汇。</p> <p>2.基本语法规则的学习、巩固与应用。</p> <p>3.主题内容 Occupations and places, Weather, Food, Clothes and shopping下的听、说、读、写、译五项基本技能综合训练。</p>	<p>1.高职英语是一门公共基础课; 教师应该在教学过程中把握其工具性和文化性的融合。</p> <p>2.教学中可以应用“产出导向法”和线上线下混合式教学模式。</p> <p>3.入学水平较高的学生应达到A级要求, 入学水平较低的学生至少应达到B级要求; 成绩综合评定覆盖学习全过程, 做到“形成性评价40%+终结性评价60%”相结合。</p>	64/4	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K3</p> <p>A2</p>
----	------------------	---	--	--	------	---

12	高 职 英 语 (二)	<p>1.素质目标: 具备正确的世界观、价值观、人生观; 坚定文化自信, 养成积极的跨文化交际意识。</p> <p>2.知识目标: 掌握一定的英语基础词汇、语法规则、表达结构与方式; 掌握应用英语听、说、读、写、译五项技能的基本方法。</p> <p>3.能力目标: 能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料, 能在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流。</p>	<p>1. 3000左右基本词汇。</p> <p>2.基本语法规则的学习、巩固与应用。</p> <p>3.主题内容 Transportation and places, Health, Work, In class下的听、说、读、写、译五项基本技能综合训练。</p>	<p>1.高职英语是一门公共基础课; 教师应该在教学过程中把握其工具性和文化性的融合。</p> <p>2.教学中可以应用“产出导向法”和线上线下混合式教学模式。</p> <p>3.入学水平较高的学生应达到A级要求, 入学水平较低的学生至少应达到B级要求; 成绩综合评定覆盖学习全过程, 做到“形成性40%+终结性评价60%”相结合。</p>	64/4	Q1 Q2 Q3 K3 A2
13	大 学 语 文	<p>1.素质目标: 具备发散思维, 能够进行独立思考, 具有创新意识、逻辑判断能力。具有良好的职业意识和职业素养。</p> <p>2.知识目标: 了解文学鉴赏的基本原理, 掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。掌握一定的文学基本知识, 了解诗歌、散文、戏剧、小说四种主要文体特点及发展简况。</p> <p>3.能力目标: 具备运用语文基础知识进行文章写作的能力, 具备能够流畅的用语言进行的日常的交流和工作的能力。</p>	<p>1.赏析古今中外的优秀文学作品。</p> <p>2.朗诵, 演讲, 思辨等口语训练。</p> <p>3.计划, 总结各种应用文的写作训练。</p>	<p>1.以学生为中心, 注重知行合一, 注重教学的互动。</p> <p>2.实行专题化, 信息化的教学模式, 范文讲解与专题讲座相互结合。</p> <p>3.积极组织课堂讨论, 辩论会或习作交流会。</p> <p>4.采取形成性考核+终极性考核, 按4:6权重比的形式进行课程考核与评价。</p>	32/2	Q1 K1 A2 A12

14	信息技术 (一)	<p>1.素质目标：提高计算机专业素质及网络安全素质具备信息意识和团结协作意识。</p> <p>2.知识目标：了解计算机及网络基础知识，熟练运用办公软件处理日常事务。</p> <p>3.能力目标：具备解决计算机基本问题和运用办公软件的实践操作能力。</p>	<p>1. 计算机基础知识及操作系统。</p> <p>2.Office 及其它办公软件的应用。</p> <p>3.计算机网络基本知识及网络信息安全。</p>	<p>1.通过理论讲授“案例展示”实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论及实践教学。</p> <p>2.采取实践考核和理论考核相结合的方式进行课程考核与评价。</p>	64/4	Q3 K3 A3
15	体育与健康 (一)	<p>1.素质目标：增强体质，增进健康，全面提高学生的体能和对自然环境的适应能力，激发学生积极参加体育运动的兴趣具有积极参与体育活动的态度和行为，学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质，建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2.知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；能够提高一、二项运动项目的技战术水平；掌握保健与锻炼身体方法，提高自我保健和自我锻炼的能力，安全地进行体育运动。</p> <p>3.能力目标：发展学生个性，培养竞争意识和顽强的意志品质；树立群体意识和集体荣誉感，培养团结协作、遵纪守法以及自控自律的优良品质；具备通过各种途径了解重大体育赛事；并对国家以及国际间的重大体育赛事有所了解，具备获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>1.体育理论。</p> <p>2.武术（校拳、长拳一段、二段、太极拳）。</p> <p>3.体质测试。</p>	<p>1.教师拥护中国共产党的领导，热爱社会主义祖国，忠诚党的教育事业，遵守国家法令、校纪校规，热爱高等学校体育工作。</p> <p>2.培养学生的兴趣爱好特长和体育意识，使学生掌握正确的体育锻炼方法，从学会到会学；积极引导提升职业素养，提升学生的创新意识。</p> <p>3.采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p>4.采取任务驱动、讲授法，指导法、练习法的方法组织教学。</p> <p>5.采取实践考核和理论考核相结合的方式评定成绩。</p>	32/2	Q2 Q5 K2 A1
16	体育	1.素质目标：增强体质，增	1.田径。	1.教师拥护中国	32/2	Q2

与健康 (二)	<p>进健康，全面提高学生的体能和对自然环境的适应能力，激发学生积极参加体育运动的兴趣具有积极参与体育活动的态度和行为，学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质，建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2.知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；能够提高一、二项运动项目的技战术水平。掌握保健与锻炼身体的方法，提高自我保健和自我锻炼的能力，安全地进行体育运动。</p> <p>3.能力目标：发展学生个性，培养竞争意识和顽强的意志品质；树立群体意识和集体荣誉感，培养团结协作、遵纪守法以及自控自律的优良品质；具备通过各种途径了解重大体育赛事；并对国家以及国际间的重大体育赛事有所了解，具备获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>2.体操。 3.篮球。 4.排球（包含软式、气排球）。 5.足球。 6.乒乓球。 7.羽毛球。 8.健美操。</p>	<p>共产党的领导，热爱社会主义祖国，忠诚党的教育事业，遵守国家法令、校纪校规，热爱高等学校体育工作。</p> <p>2.培养学生的兴趣爱好特长和体育意识，使学生掌握正确的体育锻炼方法，从学会到会学；积极引导学提升职业素养，提升学生的创新意识。</p> <p>3.采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p>4.采取任务驱动、讲授法，指导法、练习法的方法组织教学。</p> <p>5.采取实践考核和理论考核相结合的方式评定成绩。</p>		Q5 K2 A1
------------	---	---	---	--	----------------

17	体育与健康 (三)	<p>1.素质目标：增强体质，增进健康，全面提高学生的体能和对自然环境的适应能力，激发学生积极参加体育运动的兴趣具有积极参与体育活动的态度和行为，学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质，建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2.知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；能够提高一、二项运动项目的技战术水平；掌握保健与锻炼身体的方法，提高自我保健和自我锻炼的能力，安全地进行体育运动。</p> <p>3.能力目标：发展学生个性，培养竞争意识和顽强的意志品质；树立群体意识和集体荣誉感，培养团结协作、遵纪守法以及自控自律的优良品质；具备通过各种途径了解重大体育赛事；并对国家以及国际间的重大体育赛事有所了解，具备获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>1.田径。 2.体操。 3.篮球。 4.排球（包含软式、气排球）。 5.足球。 6.乒乓球。 7.羽毛球。 8.健美操。 9.武术（校拳、长拳一段、二段、太极拳）。</p>	<p>1.教师拥护中国共产党的领导，热爱社会主义祖国，忠诚党的教育事业，遵守国家法令、校纪校规，热爱高等学校体育工作。</p> <p>2.培养学生的兴趣爱好特长和体育意识，使学生掌握正确的体育锻炼方法，从学会到会学；积极引导学提升职业素养，提升学生的创新意识。</p> <p>3.采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p>4.采取任务驱动、讲授法，指导法、练习法的方法组织教学。</p> <p>5.采取实践考核和理论考核相结合的方式评定成绩。</p>	32/2	Q2 Q5 K2 A1
----	--------------	--	---	---	------	----------------------

18	体 育 健 康 (四)	<p>1.素质目标：增强体质，增进健康，全面提高学生的体能和对自然环境的适应能力，激发学生积极参加体育运动的兴趣具有积极参与体育活动的态度和行为，学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质，建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2.知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；能够提高一、二项运动项目的技战术水平；掌握保健与锻炼身体方法，提高自我保健和自我锻炼的能力，安全地进行体育运动。</p> <p>3.能力目标：发展学生个性，培养竞争意识和顽强的意志品质；树立群体意识和集体荣誉感，培养团结协作、遵纪守法以及自控自律的优良品质；具备通过各种途径了解重大体育赛事；并对国家以及国际间的重大体育赛事有所了解，具备获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>1.田径。</p> <p>2.体操。</p> <p>3.篮球。</p> <p>4.排球（包含软式、气排球）。</p> <p>5.足球。</p> <p>6.乒乓球。</p> <p>7.羽毛球。</p> <p>8.健美操。</p>	<p>1.教师拥护中国共产党的领导，热爱社会主义祖国，忠诚党的教育事业，遵守国家法令、校纪校规，热爱高等学校体育工作。</p> <p>2.培养学生的兴趣爱好特长和体育意识，使学生掌握正确的体育锻炼方法，从学会到会学；积极引导学提升职业素养，提升学生的创造意识。</p> <p>3.采用“理论+实践”的教学模式。</p> <p>4.采取任务驱动、讲授法，指导法、练习法的方法组织教学。</p> <p>5.采取实践考核和理论考核相结合的方式评定成绩。</p>	32/2	Q2 Q5 K2 A1
19	大 学 生 心 理 健 康 教 育	<p>1.素质目标：具备心理健康发展的自主意识，能够运用所学知识正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时积极自救或寻求帮助。</p> <p>2.知识目标：了解心理学的基本理论，明确心理健康的标准及意义。</p> <p>3.能力目标：掌握一定技能，如沟通技能、学习技能、情绪调控技能等。</p>	<p>1.大学生生涯发展。</p> <p>2.大学生自我意识。</p> <p>3.大学生情绪管理。</p> <p>4.大学生压力与挫折。</p> <p>5.大学生人际交往。</p> <p>6.大学生恋爱与性心理。</p> <p>7.大学生常见精神障碍的求助与防治。</p>	<p>1.以学生为本，注重课堂互动。</p> <p>2.多种教学方法相结合，引导学生讨论问题，分析问题，提高学生的主动性和积极性。</p> <p>3.采取形成性考核+终结性考核形式进行课程考核与评价。</p>	32/2	Q2 Q5 K2 A1

20	劳动教育	<p>1.素质目标：继承优良传统，弘扬劳动精神，教育引导学 生崇尚劳动、尊重劳动，树立坚定的劳动价值观，能够运用所学的安全防范等技能进行自我保护，养成实干担当的人生信条。</p> <p>2.知识目标：自我服务劳动、家务劳动、公益劳动和生产劳动的教育和实践。同时，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动与积极的努力。</p> <p>3.能力目标：正确树立劳动观念，具备必备的劳动能力，掌握一定劳动技能；劳动知识，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。</p>	<p>1.日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。</p> <p>2.日常生活劳动立足个人生活事务处理，结合开展新时代校园爱国卫生运动。</p> <p>3.学会使用劳动工具，掌握相关技术，感受劳动创造价值。</p> <p>4.树立服务意识，实践服务技能。</p> <p>5.按模块学习：人身安全、财物安全、实践安全、心理与社交安全、政治安全与自然灾害防范。</p> <p>6.聘请行业企业专家、工匠、大师进校开展工匠精神、劳动精神劳模精神的专题讲座。</p>	<p>1.持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力。</p> <p>2.定期开展校内外公益服务性劳动，运用专业技能为社会、他人提供相关公益服务。</p> <p>3.依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动。</p> <p>4.采用课堂讨论、分组讨论以及校内外实践教学的方法学习安全相关知识。</p> <p>5.采取实践考核和理论考核及劳动实践相结合的方式 进行课程考核与评价。</p>	24/1.5	Q2 Q4 Q5 K2 A1
21	工匠精神	<p>1.素质目标：能正确认识、感悟工匠精神，具有践行工匠精神的积极情感和自觉意识，进而提高综合职业素质。</p> <p>2.知识目标：掌握工匠精神所蕴含的意义，了解工匠的工作内容、真实生活及内心世界。</p> <p>3.能力目标：具有较强的操作能力、学习能力、创新能力和适应能力，对自我身份有认同感和职业自豪感，工作中带有专研精神。</p>	<p>1.工匠之名，器物之魂。</p> <p>2.全球视野下的工匠精神。</p> <p>3.细节决定成败创新引领世界。</p> <p>4.匠心为本，让世界爱上中国造。</p> <p>5.锻造中国工匠，奠基中国制造。</p> <p>6.做一颗新时代的螺丝钉。</p> <p>7.技能报国，匠心圆梦。</p> <p>8.工匠精神铸就中国梦</p>	<p>1.采取线上观看视频课程、线下交流、练考结合、心得撰写、积分管理等方式，提高学生 学习积极性。</p> <p>2.实行线上为主线 线下为辅的教学模式，考核评价结果由学 习积分评定。</p>	32/2	Q1 Q2 Q3 K2 A1

(二) 专业群平台课程

课程主要由市场营销学、管理学基础、商务礼仪、基础会计等课程构成，总计划学时为192学时，共12学分。具体各课程设置与要求见表4：

表4：专业(技能)基础课程设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	市场营销学	<p>1.素质目标：具有较强的口头与书面表达和人际沟通素养；具有团队精神和协作意识；具有良好的心理素质和克服困难的勇气；能与客户建立良好持久的关系；能够自主学习新知识、新技术。</p> <p>2.知识目标：了解市场营销理论的基本知识；熟悉营销理论的基本原理；掌握市场营销理论的基本运用。</p> <p>3.能力目标：能够独立完成市场营销的基本规划工作；具备对市场营销任务进行基本分析能力；能够从事营销活动。</p>	<p>1.市场营销的基础知识。</p> <p>2.消费者需求和行为分析。</p> <p>3.市场营销战略分析。</p> <p>4.市场营销环境的分析。</p> <p>5.产品策略。</p> <p>6.促销策略。</p> <p>7.网络营销契机。</p>	<p>1.本课程是专业群平台必修课程。教师应根据学生的学习程度、专业背景，选择相应的学习内容、案例和教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点，在教学中多采用案例教学、项目化教学、案例教学、示范和实验教学等方式，做到即学即练、学练结合。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	64/4	Q3 K4 A1 A2

2	管理学基础	<p>1. 素质目标：具备管理能力、管理素养等职业素养；具备良好的工作作风和爱岗敬业精神及科学的工作态度。</p> <p>2.知识目标：了解管理学的实际应用；熟悉使用常用管理学原理；掌握管理学的基础知识和管理技巧。</p> <p>3.能力目标：能使达到本专业应用性人才对管理学原理的基本的知识和技能要求，并为后续各专业化方向课程的学习作前期准备，同时培养学生具有一定的逻辑思维以及分析问题和解决问题的能力。</p>	<p>1. 管理基本概念。</p> <p>2.管理职能、原则基本知识。</p> <p>3.管理方法的应用。</p> <p>4.管理技巧的使用。</p>	<p>1.本课程是专业群平台必修课程。教师应根据学生的学习程度、专业背景，选择相应的案例和教学情境。</p> <p>2.根据课程操作性和适用性的特点，在教学中多采用项目化教学、示范和实验教学等方式，做到即学即练、学练结合。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括学习过程考核 20%、课程作品考核 30%和期末考试 50% 三部分。</p>	64/4	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K4</p> <p>A1</p>
3	商务礼仪	<p>1.素质目标：学生具备一定的亲和力和沟通力意识；在商务场合具备一定的处事和应变素养。</p> <p>2.知识目标：了解礼仪的基本概念，熟悉各方面的礼仪常识，掌握礼仪在现代商务中的应用。</p> <p>3.能力目标：能够在商务场合正确的使用礼仪交际能力；能够深知商务礼仪的精髓。</p>	<p>1.沟通的原则与技巧。</p> <p>2.着装与仪容仪态。</p> <p>3.商务交际与交谈礼仪。</p> <p>4.拜访与接待的礼仪。</p> <p>5.商务营销的礼仪。</p>	<p>1.本课程是专业群平台必修课程。教师应根据学生的学习程度、专业背景，选择相应的学习内容、案例和教学情境。</p> <p>2.运用讨论式、启发式、结合演示和实验操作的现场实践式教学方法。</p> <p>3.平时考核学生出勤、课堂表现，期末考核学生综合运用所学的能力。</p>	32/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K4</p> <p>A2</p> <p>A11</p>

4	基础会计	<p>1.素质目标：培养学生具备爱岗敬业、诚实守信、客观公正的职业道德；坚持准则、廉洁自律、严谨规范的法律意识；分工明确、职责明晰、协同高效的岗位意识。</p> <p>2.知识目标：了解会计以及会计对象、会计要素、会计账户、会计恒等式、复式记账法等的基本含义；掌握会计原理与记账方法；掌握会计恒等式和借贷记账法的具体运用应用；熟悉会计凭证、会计账簿、会计报表的种类和填制方法；了解会计行业未来发展的趋势。</p> <p>3.能力目标：能够规范开展会计工作；能够对中小微企业进行全套账务处理。</p>	<p>1.现代会计的基本概念、基本原理和基本方法。</p> <p>2.复式记账法的具体运用。</p> <p>3.会计凭证、会计账簿，会计报表的种类、方法和运用。</p>	<p>1.本课程是专业群平台必修课程，也是本专业基础课。教师应详细讲授课程学习内容，选择典型案例和教学情境。</p> <p>2.在教学中灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演等教学方法，注重倡导启发式教学等方式，充分利用云上平台进行模拟练习，做到即学即练、学练结合。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括学习过程考核 20%、课程作品考核 30%和期末考试 50%三部分。</p>	32/2	Q3 K4 A1 A3
---	------	---	--	--	------	----------------------

(三) 专业基础课程

课程主要由消费者行为学、市场调查与分析、客户服务与管理课程构成，总计划学时为160学时，共10学分。具体各课程设置与要求见表5:

表5: 专业(技能)基础课程设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	消费者行为学	<p>1.素质目标：具有团队协作意识；具有责任感；具有人际交往能力；具有职业道德和良好的语言表达能力。</p> <p>2.知识目标：了解消费者行为学的最新动态；掌握消费者行为学的行为模式。</p> <p>3.能力目标：掌握消费者行为学的基本传播方法；能够提供更前沿的行为分析方式；能够使销售产品</p>	<p>1.消费者行为学的基本知识。</p> <p>2.消费者行为学的平台搭建。</p> <p>3.消费者行为学的传播方式。</p> <p>4.消费者行为学的客户群</p>	<p>1.本课程是专业基础必修课程。教师应根据学生的学习程度，把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。</p> <p>2.教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，</p>	64/4	Q1 Q2 Q3 K6 A1 A5

		有更好的效果。	体。	让学生在“教”与“学”的过程中,具备运用所学消费者行为分析的知识去处理市场的能力。 3.为了全面考核学生的学习情况,课程考核包括学习过程考核 20%、课程作品考核 30%和期末考试 50%三部分。		
2	市场调查与分析	1.素质目标:具备市场意识,具备市场调查能力;具备与客户沟通和协商的能力。具有团队精神和协作精神。具有良好的心理素质 and 克服困难的能力。具有较强的事业心、高度的责任感,能按时高效完成工作任务。具有诚信、敬业、刻苦耐劳,科学、严谨的工作态度。 2.知识目标:了解市场调研与分析的基本知识;掌握市场调查的基本方法与原理;熟悉市场分析的方法与原理。 3.能力目标:具备独立进行市场调查的能力,初步判断市场营销状况的能力。具备基本的市场分析的能力。	1.市场调查的原理与方法。 2.市场分析的方法。 3.数据收集和整理	1.本课程是专业核心必修课程。教师应根据学生的学习程度,把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。 2.教师示范和学生分组讨论、训练互动,学生提问与教师解答、指导有机结合,让学生在“教”与“学”的过程中,掌握市场调研的方法。 3.为了全面考核学生的学习情况,课程考核包括学习过程考核 20%、课程作品考核 30%和期末考试 50%三部分。	64/4	Q1 K6 A1 A6
3	客户服务与管理	1.素质目标:具备与客户沟通和协商的能力。具有团队精神和协作精神。具有良好的心理素质和克服困难的能力。具有较强的事业心、高度的责任感,能按时高效完成工作任务。 2.知识目标:了解客户服务与管理的基本知识;掌	1.客户服务与管理的原理与方法。 2.客户沟通的方法。 3.客户开发的技巧。	1.本课程是专业基础必修课程,且为实践性课程。教师应形成一种基于工作岗位过程技能与教学结合的新的教学内容体系。 2.通过案例教学、项目教学等	32/2	Q1 Q2 Q3 K5 A1 A5

		握客户服务与管理的基本方法与原理; 3.能力目标: 具备独立进行客户服务的能力, 初步判断市场营销状况的能力。具备基本的客服的能力。		方式, 使学生有身临其境的感觉, 从而使其不仅具有处理客户关系的专业能力, 而且具备较强的方法能力和社会能力。 3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。		
--	--	---	--	---	--	--

(四) 专业核心课程

课程主要由商务谈判与推销技巧、短视频制作、网络营销、营销渠道管理、新媒体直播实训、ITCM市场营销沙盘模拟实训、营销策划、品牌管理课程构成, 总计划学时为448学时, 共28学分。具体各课程设置与要求见表6:

表6: 专业(技能)核心课程设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	商务谈判与推销技巧	1素质目标: 具有良好的语言表达与社会沟通能力。具有良好的组织与协调能力。具有良好的团队合作精神。具有良好的职业道德与行为操守。具有良好的谈判和推销能力。 2.知识目标: 了解商务谈判与推销技巧的基本原理; 掌握商务谈判的基本方法; 熟悉推销的基本方法与技巧。 3.能力目标: 能够通过所学知识进行商务谈判工作; 熟悉商务谈判的技巧和方法; 熟悉推销技巧的过程。	1.商务谈判的原理。 2.推销技巧的原理。 3.商务谈判的过程。 4.推销技巧的流程。 5.商务谈判与推销技巧的过程策划。	1.本课程是专业核心必修课程。教师应根据学生的学习程度, 把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。 2.日常教学中, 倡导师生、生生、师师间的多边交流, 使教学兼具单向、双向和多向交流的色彩, 形成一个信息交流的立体网络, 极大地调动师生的积极性。 3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末	64/4	Q1 K8 A7 A8

				考试50%三部分。		
2	短视频制作*	<p>1.素质目标: 具备良好的沟通能力、表达能力; 具备独立工作能力与团队合作能力; 能运用所学知识分析解决实际问题的能力; 严谨认真、求真务实、持续学习不断创新的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解企业在抖音、微视等短视频平台如何开展视频有营销的知识; 掌握短视频推荐机制、内容选题规划、权重提升、脚本撰写及Pr、AE视频剪辑软件操作、数据分析、情景剧制作、Vlog制作、短视频账号付费推广形式、短视频平台变现行情, 电商变现。</p> <p>3.能力目标: 学会进入企业后如何快速开展企业短视频营销方法和实操技能。</p>	<p>1.运营方法和拍摄技巧。</p> <p>2.短视频制作技巧。</p> <p>3.抖音运营技巧。</p>	<p>1.本课程是专业核心必修课程。教师应根据学生的学习程度, 把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。</p> <p>2.教师示范和学生分组讨论、训练互动, 学生提问与教师解答、指导有机结合, 让学生在“教”与“学”的过程中, 掌握短视频制作的知识。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	32/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K7</p> <p>A7</p>
3	网络营销	<p>1.素质目标: 具有良好的网络营销意识; 具有良好的思想政治素质、行为规范及职业道德; 具有良好的心理素质及身体素质; 具有不断开拓的创新意识。</p> <p>2.知识目标: 了解网络营销的基本原理。掌握网络营销从事商务活动方法。</p> <p>3.能力目标: 具备使用网络营销销售的能力; 具备网络营销理论与实践相结合, 分析问题开发市场的能力。</p>	<p>1.网络市场的调研。</p> <p>2.网络营销渠道的开发。</p> <p>3.网络营销的策划。</p> <p>4.网络营销的市场开发。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业核心课程。主要培养学生在具备现代网络营销的知识储备和网络营销的能力。</p> <p>2.根据课程实践性的特点, 在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.为了全面考核学生学习情况, 考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	64/4	<p>Q1</p> <p>K3</p> <p>K12</p> <p>A3</p> <p>A7</p>

4	营销渠道管理	<p>1.素质目标: 具备良好的沟通能力、表达能力; 具备独立工作能力与团队合作能力; 能运用所学知识分析解决实际问题的能力; 严谨认真、求真务实、持续学习不断创新的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解营销渠道的基本原理, 掌握营销渠道的基本方法, 熟悉渠道设计的方法。</p> <p>3.能力目标: 熟悉渠道管理原理, 熟悉渠道管理模式, 熟悉营销渠道设计。</p>	<p>1.营销渠道基础知识。</p> <p>2.营销渠道的管理。</p> <p>3.营销渠道的设计。</p>	<p>1.本课程是专业核心必修课程。教师应根据学生的学习程度, 把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。</p> <p>2.运用案例教学、情景教学、模块教学法、任务驱动法、角色体验法、小组讨论等多种教学手段和教学方法, 激发学生的学习积极性, 使课堂教学效果最优化。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	64/4	Q1 K6 A1 A5
5	新媒体直播实训*	<p>1.素质目标: 具有团队协作意识; 具有责任感; 具有人际交往能力; 具有职业道德和良好的语言表达能力。</p> <p>2.知识目标: 了解现代新媒体的最新动态; 掌握新媒体的时代感, 为现代营销提供了新模式。针对性开展新媒体平台建设及维护能力方面的培养(如微信小程序开发人员、Python数据工程师)。</p> <p>3.能力目标: 通过真实项目实训锻炼, 培养新媒体能够胜任新媒体运营、新媒体直播、新媒体平台的建设及维护等泛新媒体类岗位工作能力。</p>	<p>1.新媒体的基本知识。</p> <p>2.新媒体的平台搭建。</p> <p>3.新媒体的传播方式。</p> <p>4.直播带货成交话术技巧; 常用话术范例教学。</p> <p>5.通过项目实战, 融合所学知识点的运用能力。</p>	<p>1.本课程是专业核心必修课程。教师讲授理论知识的同时, 不断提高学生实践能力和创新能力。</p> <p>2.教学方法上应充分利用实验室的教学互联网平台开展仿真实训, 并通过在云上平台模拟企业见习, 做到理论联系实际, 培养学生的实际操作能力。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	64/4	Q1 Q3 K3 K7 A3 A7

6	ITMC 市场营销 沙盘模拟 实训	<p>1.素质目标: 具备良好的沟通能力、表达能力; 具备独立工作能力与团队合作能力; 能运用所学知识分析解决实际问题的能力; 严谨认真、求真务实、持续学习不断创新的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解模拟沙盘的基本原理, 掌握沙盘运营的基本方法, 熟练掌握营销竞赛的方法。</p> <p>3.能力目标: 熟悉ITMC市场营销沙盘的方法与技巧。</p>	市场营销沙盘模拟的方式、方法、技巧	<p>1.本课程是市场营销专业基础课程。主要培养学生实践动手运营企业的力量。</p> <p>2.运用讨论式、启发式、结合演示和实验操作的现场实践式教学方法。</p> <p>3.对抗演练的过程就是一种考核。</p>	64/4	Q1 K3 K11 A3 A10
7	营销 策划	<p>1.素质目标: 具备自主学习新知识的能力; 具有较强的营销策划意识; 具有小组团结合作的能力; 具有良好的心理素质和克服困难的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解营销策划的基本原理; 掌握营销策划的基本流程; 能够正确掌握营销策划步骤, 方法和要求。</p> <p>3.能力目标: 能够进行营销策划工作; 能够熟悉营销策划的流程; 能够掌握营销策划的方法; 具有独立进行营销策划的能力; 能够从个案中找到共性, 总结规律, 积累经验。</p>	<p>1.营销策划基础知识。</p> <p>2.营销策划的基本理论。</p> <p>3.营销策划的基本流程。</p> <p>4.营销策划的基本方法。</p>	<p>1.本课程是专业核心必修课程。教师应根据学生的学习程度, 把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。</p> <p>2.利用多媒体演示等手段辅助教学, 教学方法上加强学生具体案例分析能力的培养, 采用任务驱动型项目教学, 提高学生兴趣。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核20%和期末考试30%三部分。</p>	64/4	Q1 K9 A9

8	品牌管理	<p>1.素质目标: 培养良好的分析问题和解决问题的能力; 培养学生勤于思考、做事认真、严谨的良好作风; 培养学生分析问题、解决问题的能力; 培养学生的沟通能力及团队协作精神; 培养学生的品牌意识;</p> <p>2.知识目标: 了解品牌管理的基本知识; 掌握品牌在营销中的作用; 熟悉品牌管理的方式。</p> <p>3.能力目标: 能运用新技能、新知识的学习能力; 能及时了解和掌握品牌管理的新发展、新成就; 具有较好的解决问题的方法能力及制定完善工作计划的能力; 具有较好的逻辑性、合理性的科学思维方法能力。</p>	<p>1.品牌管理基础知识。</p> <p>2.品牌的调研与定位。</p> <p>3.品牌的策划。</p> <p>4.品牌管理的过程。</p> <p>5.如何打造品牌。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业核心课程。要求老师根据品牌管理来进行知识体系架构, 培养学生具有品牌管理的能力。</p> <p>2.根据课程实践性的特点, 在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核20%和期末考试30%三部分。</p>	32/2	Q1 K5 A10
---	------	--	--	---	------	-----------------

(五) 综合实践课程

课程主要由暑期社会实践、专业认知实习、跟岗实习、顶岗实习、市场调研实训、营销策划实训、推销与谈判技巧实训、毕业设计课程构成, 总计划学时为1000学时, 共50学分。具体各课程设置与要求见表7:

表7: 综合实践课程的设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	暑期社会实践	了解社会, 熟悉社会、适应社会。	参与社会劳动或进行社会调研, 撰写调研报告。	教师布置任务或学生自主选择社会实践项目。	20/1	Q2 K2 A1 A2

2	专业 知识 实习	<p>1.素质目标: 具有勇于创新、爱岗敬业的工作作风。具有较强的学习能力。具有较强的与他人合作的能力。具备职业敏感性。</p> <p>2.知识目标: 熟悉与本专业相关的行业知识, 现代社会前沿等相关知识; 能够知晓专业的学习目标和方向, 以后所从事的工作。</p> <p>3.能力目标: 掌握市场营销的方方面面的知识。</p>	<p>1.参观。</p> <p>2.讲座。</p> <p>3.企业文化。</p>	现场实践式教学方法。	20/1	Q2 K2 A1 A2
3	跟岗 实习 (一) 企业 市场 调查 和 时 销	<p>1.素质目标: 具有勇于创新、爱岗敬业的工作作风。具有较强的学习能力。具有较强的与他人合作的能力。具备职业敏感性。</p> <p>2.知识目标: 了解市场调查、推销谈判等相关知识在企业中的运用; 掌握它们在企业中的运用方法。</p> <p>3.能力目标: 掌握市场营销调查的方方面面的知识, 以及推销谈判方面的知识。</p>	<p>1.对市场进行调研活动。</p> <p>2.撰写调研报告。</p> <p>3.模拟谈判训练。</p> <p>4.实时推销。</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合。</p>	80/4	Q2 K10 A4 A8
4	跟岗 实习 (二) 企业 营销 策 划 实 战	<p>1.素质目标: 培养学生的自我学习、诚信敬业、团队协作、人际沟通、独立决策等能力。</p> <p>2.知识目标: 综合运用知识与技能来解决市场中企业实践涉及营销策划的工作问题。</p> <p>3.能力目标: 具有营销策划的能力; 具有撰写策划书的能力。</p>	<p>1.营销策划的应用。</p> <p>2.各营销活动方案策划。</p> <p>3.各营销策划文案的撰写。</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合。</p>	80/4	Q2 K9 A9 A10

5	顶岗 实习	<p>1.素质目标: 注重培养学生运用知识的综合能力、严谨的工作态度、良好的沟通能力及团队精神; 具有创新意识和勤奋学习的良好作风; 良好的职业道德和职业素质。</p> <p>2.知识目标: 了解企业的组织管理、企业文化、规章制度, 掌握企业的发展趋势; 掌握市场营销在企业的核心价值。</p> <p>3.能力目标: 掌握市场调研、市场信息的收集、市场的开发;</p>	<p>1.企业文化。</p> <p>2.企业经营理念。</p> <p>3.职业素养。</p> <p>4.会计各岗位实践。</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合。</p>	480/24	Q2 K1 A12
6	市 场 调 研 实 训	<p>1.素质目标: 具有勇于创新、爱岗敬业的工作作风。具有较强的学习能力。具有较强的与他人合作的能力。具备职业敏感性。</p> <p>2.知识目标: 了解市场调查、问卷设计, 调研报告撰写等相关知识在企业中的运用; 掌握它们在企业中的运用方法。</p> <p>3.能力目标: 掌握市场营销调查的方方面面的知识。</p>	<p>1.对市场进行调研活动。</p> <p>2.调查问卷的设计。</p> <p>3.撰写调研报告。</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合</p>	40/2	Q2 K9 K10 A4 A8 A9 A10
7	营 销 策 划 实 训	<p>1.素质目标: 具有勇于创新、爱岗敬业的工作作风。具有较强的学习能力。具有较强的与他人合作的能力。具备职业敏感性。</p> <p>2.知识目标: 了解营销策划等相关知识在企业中的运用; 掌握它们在企业中的运用方法。</p> <p>3.能力目标: 掌握市场策划书的撰写的各方面的知识。</p>	<p>1.新品上市策划。</p> <p>2.广告策划。</p> <p>3.公关策划。</p> <p>4.促销策划。</p> <p>5.新 媒 体 策 划。</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合</p>	60/3	Q2 K9 K10 A4 A8 A9 A10

8	推销与谈判技巧实训	<p>1.素质目标: 具有勇于创新、爱岗敬业的工作作风。具有较强的学习能力。具有较强的与他人合作的能力。具备职业敏感性。</p> <p>2.知识目标: 了解推销知识、谈判知识、技巧等相关知识在企业中的运用;掌握它们在企业中的运用方法。</p> <p>3.能力目标: 掌握推销谈判技巧方面的知识。</p>	<p>1.推销知识</p> <p>2.撰写推销方案</p> <p>3.模拟谈判训练</p> <p>4.实时推销</p>	<p>1.教学做一体, 学生在学中练, 练中学。</p> <p>2.做到即学即练、学练结合。</p>	60/3	<p>Q2</p> <p>K9</p> <p>K10</p> <p>A4</p> <p>A8</p> <p>A9</p> <p>A10</p>
9	毕业设计	<p>1.素质目标: 具有较好的行为规范能力和职业道德;具有较强的组织协调和团结协作意识;具有较强的语言表达能力和与人沟通的能力;具有较强的质量意识和客户服务意识;具备逐步掌握和不断提高搜集、整理、运用社会信息的方法和技能,具有独立思考、提出疑问和进行反思的能力。</p> <p>2.知识目标: 综合运用知识与技能来解决实际工作问题的方法、步骤等,了解企业基本情况并查阅相关知识,针对企业的实际问题、解决问题。</p> <p>3.能力目标: 能运用所学专业专业知识解决企业的实际问题。</p>	<p>1.毕业设计选题。</p> <p>2.拟定设计方案。</p> <p>3.撰写毕业设计。</p> <p>4.毕业设计答辩。</p>	<p>1.教师精心指导</p> <p>2.考核学生实际探索,提高学生分析问题、解决问题和勇于探索的能力</p>	160/8	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K9</p> <p>K10</p> <p>A4</p> <p>A8</p> <p>A9</p> <p>A10</p> <p>A12</p>

(六) 专业拓展课程

课程主要由信息技术(二)、消费者心理学、商品拍摄与图形处理、汽车营销、视频图形图像处理项目实训、房地产营销、人力资源管理、团队管理课程构成,总计划学时为192学时,共12学分,其中学生至少应选修16学分。具体各课程设置与要求见表8:

表8: 专业拓展课程与专业（群）选修课程设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	信息技术（二）	<p>1.素质目标：提高计算机专业素质及网络安全素质具备信息意识和团结协作意识。</p> <p>2.知识目标：了解计算机及网络基础知识，熟练运用办公软件处理日常事务。</p> <p>3.能力目标：具备解决计算机基本问题和运用办公软件的实践操作能力。</p>	<p>1.计算机基础知识及操作系统</p> <p>2.Office 及其它办公软件的应用。</p> <p>3.计算机网络基本知识及网络信息安全。</p>	<p>1.通过理论讲授“案例展示”实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论及实践教学。</p> <p>2.采取实践考核和理论考核相结合的方式进行课程考核与评价。</p>	32/2	Q3 K3 A3
2	消费者心理学	<p>1.素质目标：具有团队协作意识；具有责任感；具有人际交往能力；具有职业道德和良好的语言表达能力。</p> <p>2.知识目标：了解消费者心理学的最新动态；掌握消费者心理学的方法。</p> <p>3.能力目标：掌握消费者心理学的基本传播方法；；能够更好的掌握消费者的心理动态；</p>	<p>1.消费者心理学的基本知识。</p> <p>2.消费者心理学的原理。</p> <p>3.消费者心理学的传播方式。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点，在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.课程考核注重学生学习过程考核以及期末考试的考核。</p>	64/4	Q3 K2 A2 A3

3	商品拍摄与图形处理*	<p>1.素质目标: 培养学生的亲和能力和沟通能力; 培养学生在商务场合的处事能力和应变能力。</p> <p>2.知识目标: 了解网店商品拍摄流程为主线, 以摄影知识为基础, 以商品信息采集与处理技能为导向, 全面系统地学习商品拍摄的基本概念和基础操作; 掌握对吸光体、透光体、反光体的布光拍摄。。熟悉使用PS、等行业专用软件, 掌握商用图片的处理技能。</p> <p>3.能力目标: 掌握图片处理技巧及商业应用能力。</p>	<p>1.商品拍摄、商品拍摄器材和用光、商品拍摄的基本知识。</p> <p>2.不同材质商品拍摄技巧。</p> <p>3.网店商品拍摄实战、数字图片修饰与处理。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点, 在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	64/4	Q1 Q2 Q3 K7 A7
4	汽车营销	<p>1.素质目标: 具备良好的沟通能力、表达能力; 具备独立工作能力与团队合作能力; 能运用所学知识分析解决实际问题的能力; 严谨认真、求真务实、持续学习不断创新的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解汽车营销的基本原理, 掌握汽车营销的基本方法, 熟悉汽车营销的推广方法。</p> <p>3.能力目标: 熟悉汽车营销的推销原理, 运用推销原理进行汽车销售的能力。</p>	<p>1.汽车销售基础知识。</p> <p>2.汽车销售的方法。</p> <p>3.汽车销售的技巧。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点, 在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.课程考核注重学生学习过程考核以及期末考试的考核。</p>	32/2	Q3 K3 K13 A13

5	视频图形图像处理项目实训*	<p>1.素质目标：独立思考；具备探索与创新精神；严谨、认真、仔细的行为思路。</p> <p>2.知识目标：了解图片处理项目实训，如：短视频的前期拍摄、脚本、后期制作等；掌握Pr/剪辑等软件的使用，行业短视频能力。熟悉视频图形图像处理；</p> <p>3.能力目标：通过真实项目实训锻炼，培养学生能够适应视频图形图像处理岗位工作能力。</p>	<p>1.常用视频图形处理软件的商业应用技巧。</p> <p>2.行业软件的使用。</p> <p>3.通过项目实战，融合所学知识点的运用能力。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点，在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.课程考核注重学生学习过程考核以及期末考试的考核。</p>	32/2	Q1 Q2 Q3 K7 A7
6	房地产营销	<p>1.素质目标：独立思考；具备探索与创新精神；严谨、认真、仔细的行为思路。</p> <p>2.知识目标：了解个人理财的基本概念；了解个人理财的发展历史和发展前景；了解个人理财的风险与防范措施；熟悉个人理财的方法与基本功能；掌握个人理财的具体操作方法。</p> <p>3.能力目标：具有基本的个人理财意识；能够独立判断理财风险与陷阱；具有基本的个人理财能力。</p>	<p>1.房地产营销的基本知识。</p> <p>2.房地产营销的原理。</p> <p>3.房地产营销的方法。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点，在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.加强过程考核。主要采取形成性考核+终极性考核，按4:6权重比的形式进行课程考核与评价。</p>	64/4	Q3 K13 A13

7	人 力 资源 管理	<p>1.素质目标: 具备良好的心理素质和克服困难的素质; 良好的口头和书面表达素质; 良好的职业素养。</p> <p>2.知识目标: 掌握人力资源管理的基本知识; 掌握人力资源管理的基本原理。</p> <p>3.能力目标: 能独立的进行人力资源管理工作; 能做人力资源方面的筹划工作; 能进行人力资源的评估工作。</p>	<p>1.人力资源管理的理念基础。</p> <p>2.人力资源管理的6大模块。</p> <p>3.人力资源管理的基本内容和基本程序。</p> <p>4.人力资源管理的基本技巧和方法。</p>	<p>1.本课程是专业拓展选修课程。教师应根据学生的学习程度, 把握好课程深度、广度、教学内容的重难点。</p> <p>2.教师示范和学生分组讨论, 学生提问与教师解答、指导有机结合, 掌握人力资源管理的知识。</p> <p>3.课程考核注重学生学习过程考核以及期末考试的考核。</p>	64/4	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>K13</p> <p>A13</p>
8	团 队 管理	<p>1.素质目标: 具有良好的语言表达与社会沟通能力。具有良好的组织与协调能力。具有良好的团队合作精神。具有良好的职业道德与行为操守。具有良好的谈判和推销能力。</p> <p>2.知识目标: 掌握团队管理的基本原理; 熟悉团队管理的基本方法; 了解团队管理的基本方法与技巧。</p> <p>3.能力目标: 能够通过所学知识进行管理工作; 熟悉团队管理的技巧和方法; 熟悉团队管理的过程。</p>	<p>1.团队管理的基本知识。</p> <p>2.团队管理的原理。</p> <p>3.团队管理的方法。</p>	<p>1.本课程是市场营销专业专业选修课程。要求老师根据学生所选课程来选择相应的学习内容、案例、教学情境。</p> <p>2.根据课程实践性的特点, 在教学中多采用讨论式、启发式、结合演示和实践教学等方式。</p> <p>3.为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括学习过程考核20%、课程作品考核30%和期末考试50%三部分。</p>	32/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q3</p> <p>Q4</p> <p>K13</p> <p>A13</p>

(七) 公共选修课程

本课程主要由中华优秀传统文化、人文素养类、“四史”教育、科学素养类、应用技术类、教师教育类、经济管理类、创新创业类、其它类课程构成，总计划学时为96学时，共6学分，其中学生至少应选修6学分。具体各课程设置与要求见表9:

表9: 公共选修课程的设置与要求

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	计划学时/学分	支撑的培养规格
1	中华优秀传统文化类	<p>1.素质目标: 运用发散思维, 教会学生独立思考, 培养他们的创新意识; 提升学生的思辨能力和逻辑判断能力</p> <p>2.知识目标: 了解文学鉴赏的基本原理, 掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。掌握一定的文学基本知识, 了解诗歌、散文、戏剧、小说四种主要文体特点及发。</p> <p>3.能力目标: 熟练运用语文基础知识进行文章的写作, 能够流畅的用语言进行的日常的工作。</p>	<p>1.素养语文。</p> <p>2.中国新诗鉴赏。</p> <p>3.文化遗产与旅游。</p> <p>4.国学基础。</p> <p>5.古籍鉴赏。</p> <p>6.中国文化概论。</p> <p>7.中国山水文化。</p> <p>8.唐诗宋词鉴赏。</p>	<p>1.以学生为中心, 注重知行合一, 注重的互动。</p> <p>2.实行专题化, 信息化的教学模式, 范文讲解与专题讲座相互结合。</p> <p>3.积极组织课堂讨论, 辩论会或习作交流会。采取形成性考核 40% + 终结性考核 60%形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	Q1 Q2 Q3 Q6 K1 A1
2	人文素养类	<p>1.素质目标: 培养学生积极向上的心态、开拓进取的精神、沉着冷静的应变能力、良好的团队意识和爱岗敬业的职业品质。</p> <p>2.知识目标: 了解掌握相关名家名篇了解中外名人相关创作经历。</p> <p>3.能力目标: 提高学生的综合素养能力; 结合学生未来的职业岗位需要, 增强学生的实际操作能力。</p>	<p>1.普通话。</p> <p>2.现代汉语研究。</p> <p>3.美学概论。</p> <p>4.人文科学概论。</p> <p>5.摄影艺术。</p> <p>6.书法欣赏。</p> <p>7.中外舞蹈名著欣赏。</p> <p>8.中国经典电影欣赏。</p>	<p>1.实行模块化学习, 组织学生课后的延伸学习, 着重结合学生未来的就业方向, 形成针对性教学, 达到学以致用的效果。学生具有适应二十一世纪社会、科技、经济发展的能力。</p> <p>2.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60%形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	Q1 Q2 Q3 Q6 K1 A2

3	“四史”教育	<p>1.素质目标: 培养学生积极向上的心态、开拓进取的精神、沉着冷静的应变能力、良好的团队意识和爱岗敬业的职业品质。</p> <p>2.知识目标: 了解党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史的理论学习。</p> <p>3.能力目标: 提高学生的综合素养能力。</p>	<p>1. 中国共产党党史。</p> <p>2. 新中国史。</p> <p>3. 中国改革开放史。</p> <p>4. 社会主义发展史。</p>	<p>1.学习和理解中国的党史和国史, 提高学生的思政水平。</p> <p>2.将重大历史事件、历史发展线索、历史发展规律融入思政课教学。</p> <p>3.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60% 形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	Q1 Q2 Q6 K1 A1
4	科学素养类	<p>1.素质目标: 培养学生具有适应二十一世纪社会、科技、经济发展的能力。</p> <p>2.知识目标: 了解自然原理和规律方面的科学知识。</p> <p>3.能力目标: 理解和掌握科学方法, 形成运用科学技术的能力, 尤其是创造能力</p>	<p>1.素质与素养。</p> <p>2.科学素养培育。</p> <p>3.问题层次分析。</p> <p>4.研究性学习。</p>	<p>1.以学生为主体, 是学生具有适应二十一世纪社会、科技、经济发展的能力。</p> <p>2.课程关注学生经验, 反映社会科技新的发展, 满足学生多样化发展需要。</p> <p>3.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60% 形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	Q6 K1 A1
5	应用技术类	<p>1.素质目标:具备协同工作和团队合作能力;具备较强的语言表达能力、良好的沟通能力和协调能力;具备良好的心理素质和责任意识, 能及时完成任务的能力。</p> <p>2.知识目标: 掌握数据库系统的组成和主要功能, 掌握关系模型及其常用术语。掌握数据库设计步骤,掌握数据库的导入、导出方法, 理解数据库的备份策略等。</p> <p>3.能力目标:拆装计算机的能力; 具备对数据库进行各种数据查询的能力;具备数据库备份恢复和安全性管理的能力。</p>	<p>1.计算机组装。</p> <p>2.网络信息检索。</p> <p>3.网页制作。</p>	<p>1.以能力为本位, 以职业实践为主线, 以工程课程为主体的模块化教学, 培养学生创新意识, 提高岗位实践能力和适应能力。</p> <p>2.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60% 形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	Q3 Q6 K1 A1

6	教师教育类	<p>1.素质目标：引导学生树立正确的教师观、学生观、教育观。</p> <p>2.知识目标：了解教育学的相关理论，明确教育活动的实施过程。</p> <p>3.能力目标：掌握一定技能，如教师语言技巧，音乐技能，现代教育技术应用。</p>	<p>1.中外教育名著导读。</p> <p>2.教育心理学。</p> <p>3.中外教育理论比较。</p> <p>4.教育学基础。</p> <p>5.外国教育史教程。</p>	<p>1.以学生为本，注重课堂互动。</p> <p>2.学生具有适应二十一世纪社会、科技、经济发展的能力提高学生的主动性和积极性。</p> <p>3.在理论课程中可增添一些小活动，通过参与互动有所收获。</p> <p>4.采取形成性考核+终结性考核形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	<p>Q1</p> <p>Q2</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>A1</p> <p>A2</p>
7	经济管理类	<p>1.素质目标：培养观察问题、分析问题、解决问题的能力；培养具有市场开拓意识、竞争意识和创新思维能力；培养具有严谨、敬业的职业态度。</p> <p>2.知识目标：全面系统了解经济发展与社会的关系。了解和理解公共关系的基本理念，掌握公关专题活动开展的内容和技巧。</p> <p>3.能力目标：能运用经济的相关知识看待社会发展中的各种问题；能利用公关理念，调查的方法，准确判断员工的物质与精神需求；能熟练运用会议语言的方法，了解政府各职能部门运作的程序；准确运用庆典活动程序，进行开（闭）幕典礼的策划。</p>	<p>1.经济与社会。</p> <p>2.公共关系。</p> <p>3.中国经济改革与发展。</p>	<p>1.教学过程以人为本，发挥学生的创造性。通过讲授法、案例教学法、讨论法打好坚实的理论基础，对典型案例进行有针对性的分析、审理和讨论，做出学生自己的判断和评价，强调合作学习，通过讨论，培养思维表达能力。</p> <p>2.采取形成性考核 40% + 终结性考核 60% 形式进行课程考核与评价。</p>	36/2	<p>Q3</p> <p>Q6</p> <p>K1</p> <p>A3</p>

8	创新创业类	<p>1.素质目标：帮助学生树立正确科学的创业观。正确理解创业人生的关系，具备创业意识和领导才能，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。</p> <p>2.知识目标：使学生掌握开展创业活动所需的基本知识。包括认知创业的基本内涵，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、大学生创业素质和创业风险。</p> <p>3.能力目标：通过教学使学生具备必要的创业能力。包括掌握创业机会评价的技巧与策略，创业风险的防范措施，提高自身创办企业的综合素质和能力。</p>	<p>1.大学生创业基础。</p> <p>2.大学生就业指导。</p> <p>3.大学生计划文书编撰技巧。</p> <p>4.大学生创业心理学。</p> <p>5.大学生创业案例研究。</p>	<p>1.以学生为本，提倡个性化学习，采用案例研讨教学法、体验教学法、模拟教学法等教学方法相结合，课程教学以案例教学与体验教学为主，突出以学生为主的成果导向。利用多媒体以及各种在线资源，加强学生的自主学习能力，改善教学效果与质量。模拟演练教学法作为该门课程的特色教学方式。</p> <p>2.考核形式采用创业基础理论考试成绩占60%、学习态度占10%、创业项目完成占30%。</p>	36/2	Q2 Q6 K1 A12
9	其它类 (安全、健康等)	<p>1.素质目标：具有积极参与体育活动的态度和行为，学会通过体育活动等方法调控情绪；形成克服困难的坚强意志品质，建立和谐的人际关系，具有良好的合作精神和体育道德。</p> <p>2.知识目标：形成正确的身体姿势；发展体能；懂得营养环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；能够提高一、二项运动项目的技战术水平。</p> <p>3.能力目标：能够通过各种途径了解重大体育赛事；并对国家以及国际间的重大体育赛事有所了解，学会获取现代社会中体育与健康知识的方法。</p>	<p>1.散打。</p> <p>2.双节棍。</p> <p>3.太极拳。</p> <p>4.健美操。</p> <p>5.跆拳道。</p>	<p>培养学生的兴趣爱好特长和体育意识；使学生掌握正确的体育锻炼方法，从学会到会学；积极引导提升职业素养，提升学生的创新意识。</p>	36/2	Q5 K2 A1

(八) 对1+X证书的要求

本专业鼓励学生积极报名和考取职业资格等级系列证书，如“1+X 网店运营与推广（中级）”

七、教学进程总体安排

表10: 教学进程安排表

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	开课周数	学分	学时	教学学时		学期课时分配						考核形式	备注	
							理论	实践	一 20	二 20	三 20	四 20	五 20	六 20			
公共基础课	必修课	07199801	军训（含国防教育）	2	2	112	12	100	二 W							考查	
		07199802	军事理论	16	2	32	28	4		2						考试	
		08199101	思想道德与法治（一）	16	1.5	24	16	8	2							考试	
		08199102	思想道德与法治（二）	16	1.5	24	16	8		2						考试	
		08199103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论（一）	16	2	32	24	8			2					考试	
		08199104	毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论（二）	16	2	32	24	8				2				考试	
		08199105	形势与政策		1	16	16	0	√	√	√	√				考查	讲座
		08199201	创业基础	16	2	32	32	0		2						考试	
		08199202	就业指导	8	2	32	16	16					2			考查	前8周
		08199203	职业生涯规划		0.5	8	8	0	√	√	√	√				考查	讲座
		04199301	高职英语（一）	16	4	64	64	0	4							考试	
		04199302	高职英语（二）	16	4	64	64	0		4						考试	
		08199401	大学语文	16	2	32	32	0	2							考试	
		01199601	信息技术（一）	16	4	64	32	32	4							考试	
		05199701	体育与健康（一）	16	2	32	6	26	2							考查	
		05199702	体育与健康（二）	16	2	32	6	26		2						考查	
		05199703	体育与健康（三）	16	2	32	6	26			2					考查	
		05199704	体育与健康（四）	16	2	32	6	26				2				考查	
		08199901	大学生心理健康教育	16	2	32	26	6	2							考试	
		09199101	劳动教育		1.5	24	8	16	√	√	√	√				考查	讲座+劳动实践
08199402	工匠精神	16	2	32	32	0		2						考查			
		小计			44	784	474	310	16	14	4	4	2				
专业（技能）	专业群平台	必修课	04188801	市场营销学	16	4	64	40	24	4					考试		
			04188802	管理学基础	16	4	64	40	24		4				考试		
			04188803	商务礼仪	16	2	32	14	18	2					考查		

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	开课周数	学分	学时	教学学时		学期课时分配						考核形式	备注	
							理论	实践	一 20	二 20	三 20	四 20	五 20	六 20			
必修 课	专业 基础 课	04188804	基础会计	16	2	32	18	14			2				考查		
		04131801	消费者行为学	16	4	64	40	24	4						考试		
		04131802	市场调查与分析	16	4	64	40	24		4					考试		
	专业 核心 课	必修 课	04131803	客户服务与管理	16	2	32	20	12			2				考查	
			04131804	商务谈判与推销技巧	16	4	64	34	30			4				考试	
			04131805	短视频制作*	16	2	32	20	12			2				考试	
			04131806	网络营销	16	4	64	44	20			4				考试	
			04131807	营销渠道管理	16	4	64	44	20				4			考试	
			04131808	新媒体直播实训*	16	4	64	34	30				4			考查	
			04131809	ITMC市场营销沙盘模拟实训	16	4	64	8	56		4					考查	
			04131810	营销策划	16	4	64	30	34				4			考试	
04131811	品牌管理	16	2	32	20	12				2			考试				
小计					50	800	446	354	10	12	14	14					
专业 拓展 课	选修 课	01199602	信息技术(二)	16	2	32	16	16		2					考试	(1) 2 选1	
		04231801	汽车营销	16	2	32	16	16		2					考查		
		04231802	房地产营销	16	4	64	32	32			4				考查	(2) 2 选1	
		04231803	商品拍摄与图形处理*	16	4	64	32	32			4				考查		
		04231804	消费者心理学	16	4	64	32	32				4			考查	(3) 2 选1	
		04231805	人力资源管理	16	4	64	32	32				4			考查		
		04231806	视频图形图像处理项目实训*	16	2	32	16	16				2			考查	(4) 2 选1	
		04231807	团队管理	16	2	32	16	16				2			考查		
		小计				12	192	96	96		2	4	6				
综合 实践 课	必修 课	04131812	暑期社会实践	1周	1	20	0	20			√				考查	第2学期末暑假, 调研报告	
		04131813	专业认知实习	1周	1	20	0	20		1W					考查	第20周	
		04131814	跟岗实习(一)	4周	4	80	0	80				4W			考查	第19~20周, 顺接假期2周	
		04131815	跟岗实习(二)	4周	4	80	0	80					4W		考查	第19~20周, 顺接假期2周	
		04131816	顶岗实习	24周	24	480	0	480						4W	20W	考查	利用第5学期寒假4周连续开展, 第6学期安排

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	开课周数	学分	学时	教学学时		学期课时分配						考核形式	备注
							理论	实践	一 20	二 20	三 20	四 20	五 20	六 20		
																16周。
		04131817	市场调研实训	2周	2	40	0	40					2W		考查	
		04131818	营销策划实训	3周	3	60	0	60					3W		考查	
		04131819	推销与谈判技巧实训	3周	3	60	0	60					3W		考查	
		04131820	毕业设计	8周	8	160	0	160					8W		答辩	提交毕业设计文档
		小计		50周	50	1000	0	1000		1W	4W	4W	20W	20W		
公共课程	选修课	082981**	中华优秀传统文化类	16	2	32	32								考查	必选
		082983**	人文素养类	16	2	32	32								考查	
		082982**	“四史”教育	16	2	32	32								考查	必选
		012984**	科学素养类	16	2	32	32								考查	
		032985**	应用技术类	16	2	32	32								考查	
		052986**	教师教育类	16	2	32	32								考查	
		042987**	经济管理类	16	2	32	32								考查	
		082988**	创新创业类	16	2	32	32								考查	
		052989**	其它类(安全、健康等)	16	2	32	32								考查	
		小计(至少修读6学分)			6	96	96									
		合计			162	2872	1112	1760	26	28	22	24	2			

- 注：1.第一学期1-2周军训，19-20周复习考核周；
2.第二学期第19周考核周，第20周专业认知实习；
3.第三、四学期第18周考核周，19-20周顺接假期2周为跟岗实习时间；
4.第五学期1-8周校内综合实训，9-16周毕业设计，17-20周顶岗实习，假期连续开展顶岗实习；
5.第六个学期1-16周顶岗实习；
6.标记*的课程，由企业负责授课；

表11：教学基本情况统计表

课程类别		学分	学时			占总学时比例	占总学分比例	理论实践比例	
			小计	理论	实践				
必修课	公共基础课	44	784	474	310	27.30%	27.16%	理论： 38.72% 实践： 61.28%	
	专业(技能)课	专业群平台课	12	192	112	80	6.69%		7.41%
		专业基础课	10	160	100	60	5.57%		6.17%
		专业核心课	28	448	234	214	16.60%		17.28%
	综合实践课	50	1000	0	1000	34.81%	30.88%		
选修课	专业拓展课	12	192	96	96	10.03%	11.1%		
	公共选修课	6	96	96	0				

总计	162	2872	1112	1760	100%	100%	
----	-----	------	------	------	------	------	--

表12: 实践教学进程表

课程类别	课程名称	学分	学时	开设学期	考核形式	备注
综合 实践课	暑期社会实践	1	20	1	考查	
	专业认知实习	1	20	2	考查	
	跟岗实习	8	160	3,4	考查	
	顶岗实习	24	480	5,6	考查	
	毕业设计	8	160	5	考查	
	市场调研实训	2	40	5	考查	
	市场营销策划实训	3	60	5	考查	
	推销与谈判技巧实训	3	60	5	考查	
	合计	50	1000			

注: 1.按周安排的专业实践教学,每周折算为20学时;毕业设计折算为20节每周;

2.课外时间安排的实训,应注明实际学时数。

八、实施保障

(一) 师资队伍

1.队伍结构: 学生数与专业教师数比例不高于25:1, 双师型素质教师占专业教师比例60%以上, 专任教师队伍职称、年龄, 形成合理的梯队结构。

2.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市场营销行业、专业发展, 能广泛联系行业企业, 了解行业企业对市场营销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、本领域具有一定的专业影响力。其要求如下:

(1) 具备一定的国际视野: 了解国外先进职教理念, 具备本专业核心课程开发、技术培训经验。

(2) 较强的专业发展把握能力, 能把握专业发展动态, 具有5年以上本专业工作经验。具有副教授处以上职称, 具有一定的企业和学校人脉资源, 能带领团队科学调研、制订人才培养方案, 按要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, 具有相关专业学历, 熟练掌握本专业课程的特点和课程任务, 能够胜任2-3门核心课程, 能组织专业教学团队, 能带领团队完成课程开发、课程标准制定等工作。

(4) 综合科研服务能力, 科学致用服务等方面起到表率作用、能主持完成科研项目, 能解决企业技术难题。

3.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; 具备市场营销能力等相近专业大学本科(含)以上学历, 并接受过职业教育教学方法论的培训; 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，具有5年以上本专业实际工作经历，要求每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4.兼职教师

主要从相关校企合作企业及实习实训基地聘任，要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的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。其要求如下：

- (1) 具有3年以上相关岗位工作经历，有丰富的实践工作经验。
- (2) 具有中级以上技术职务或在职业技能竞赛中获得奖励。
- (3) 具有较强的教学组织能力、一定理论水平和丰富实践经验的工程技术人员或高级技工。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学，实习实训所需的专业教室，校内实训室和校外实训基地等。

1.专业教室基本条件：一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入成WIFI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，保持逃生道畅通无阻。

2.校内实训基本要求：

表14：校内实训室配置与要求

类别	序号	名称	配置要求	主要实践教学项目	人数/工位	合作单位
校内	1	ITMC市场营销沙盘模拟实训	计算机及配套设备，具有良好的宽带上网条件，安装云上实训平台	ITMC市场营销沙盘等专业课程实训	60人	
校内	2	推销谈判模拟实训室	投影仪、话筒，电脑，谈判桌等相关实训用资料和工具、相关教学设备	推销谈判实训	60人	

3.校外实习实训基地（室）基本要求

按照校企合作、共建共享的原则，建设相对稳定的校外实训基地遴选与建设，与实践教学体系配套，满足生产性实训和顶岗实习需要。专业核心技能的训练项目都有对应的生产性实训基地，学生有对口的顶岗实习岗位。

校外实习基地应达到下列要求：

- (1) 实习项目、内容与学生所学专业相符，能满足实习教学任务的要求；
- (2) 能提供教学计划规定的实习场地和指导人员，拥有一支素质较高的技术人员和职工队伍；
- (3) 实习基地接受本专业一定规模的教师与学生开展实习，三年内基本保持稳定；
- (4) 能满足实习学生的学习、劳动保护和安全等方面的条件。

表15: 校外实习实训基地配置表

类别	序号	公司名称	配置要求	主要实践教学项目	人数/工位
校外	1	大汉控股钢材贸易有限公司	工作岗位	顶岗实习、社会实践	30
校外	2	大汉汽车4S服务公司	工作岗位	顶岗实习、社会实践	30
校外	3	大汉房地产有限公司	工作岗位	顶岗实习、社会实践	30

(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。学校建立专业教师,行业企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。为配合课程讲授,优先选用与专业实际条件相对应的项目化教材、理实一体化教材。并且配套相应的数字化教学资源,在满足现场教学需要的同时为教师进行线上线下混合式教学提供资源。根据本专业选取与证书对应的教材,为学生能紧跟职业要求、提高职业技能、获取高等级证书提供保障。

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,专业类图书文献主要包括:有关营销专业的技术,方法、思维以及实务操作类图书,经济,管理,营销和文化类文献等。

3.数字资源配备基本要求

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。

(四) 教学方法

本专业主要采取课堂教学+课外实训的形式开展教学,突出实训技能模块,使高职的职业教育特色更加鲜明。每一门专业主干课程的教学均通过课程标准的形式规定由理论讲授、课内实训、课外实训(含集中模拟实训和校外实习两种形式)三个子模块构成,将实践教学通过课内实训完全融入到课堂教学中去,真正做到“教、学、做”的统一,并专门设置校内课外集中实训,从而确保实践性教学得到凸显,专业课实践教学课时达到50%以上。

(五) 学习评价

建立以职业综合能力(职业技能)和职业素质考核为主线,知识能力素质全面全程考核的校内考试体系,在知识技能能力考试方面,采用平时形成性考核与期末总结性、鉴定性考试并重的,由多种考核方式构成、时间与空间按需设定的多次考核综合评定成绩的课程考试体系;在学生素质考核方面,建立引导型素质综合评价体系;同时建立与考试体系并行的旨在强化考试过程质量控制的考试质量管理体系。

完善课程考核评价体系。考核根据课程的特点采用：考勤、课堂提问和讨论、作业、作品、实训操作、操作考核、考试等灵活多样的评价方式。完善以作品为载体，以态度和操作技能为评价核心，过程考核与结果考核结合的综合考评体系。

（六）质量管理

(1) 学校和二级分院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) 学校和二级分院完善教学管理机制,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,定期开展公开课、示范课等教研活动。

(3) 学校建立毕业生跟踪反馈社会评价机制,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) 本专业教研组应充分利用评价结果,有效改进专业教学,持续提高人才培养质量。

(5) 专业教师一学期须听课评课4次,专业负责人及教研室主任听课评课不少于8次;每学期应保证有20%教师开展公开课、示范课教学活动,新教师必须实行一对一指导两年;教师若发生教学事故,不得参与当年评优评先,年度考核不高于合格等次。

九、毕业要求

根据国家有关规定、专业培养目标和培养规格,结合学校实际,学生毕业应达到以下要求:

(一) 政治思想素养:在校期间学生政治思想行为等表现合格、身心健康。

(二) 学分要求:在规定的学制内修满163.5学分,其中公共基础课43.5学分、专业技能课52学分、综合实践课50学分、专业拓展课12学分、公共选修课6学分。

(三) 毕业设计(论文)要求:按要求完成毕业设计且成绩合格。

(四) 职业资格证书或技能等级证书要求:

本专业毕业生实行学历证书与职业资格证书、职业技能等级证书制。鼓励取得以下资格证书:

1. 1+X网店运营与推广(中级)
2. 人力资源方面初级等级证书等职业技能等级证书。
3. 英语A级证书、计算机应用能力考试证书。

十、调研报告

详见附录1。

附录1:娄底潇湘职业学院**专业人才需求与人才培养调研报告

十一、审批表

详见附录2和附录3。

附录2:娄底潇湘职业学院专业人才培养方案制(修)订审核意见表

附录3: 娄底潇湘职业学院专业人才培养方案变更审批表

娄底潇湘职业学院市场营销专业 人才需求与人才培养调研报告

一、调研目的与意义

(一) 调研背景

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》明确指出:中国未来将大力发展职业教育。计划到2020年,逐渐形成适应当前经济发展方式转变和产业结构调整要求的现代职业教育体系,从而满足人民群众接受职业教育的需求,以及经济社会对高素质劳动者和技能型人才的需要。《纲要》在明确科技及人才强国战略的同时,对高校培养创新型人才和进一步提升国民综合素质提出了新要求。

湖南省在关于大力发展职业教育的决定中强调,以服务社会主义现代化建设为宗旨,培养数以亿计的高素质劳动者和数以千万计的高技能专门人才,职业教育要为提高劳动者素质特别是职业能力服务。重点发展高等职业教育,发展多种形式的职业技能培训。改革职业教育教学方式,更新教学内容,推行工学结合、校企合作的培养模式,建立弹性学习制度。促进职业教育和普通高等教育协调发展,提高办学水平和质量。湖南高职教育已经呈现出良好的发展态势,高职教育的社会认同度和人才培养质量逐步提高。要实现高职教育“十四五”目标,需要有高水平示范性高职院校作为“标杆”,引领和推动湖南高职教育持续健康发展,使湖南的高职教育办出特色,提高水平。为了建设高水平示范性高职院校,根据企业与人才市场需求,按工作过程系统化理念进行专业课程体系构建和课程开发,实施工学结合人才培养模式,提高专业教育教学质量,满足行业人才需求,必须进行专业调研。

(二) 指导思想

以湖南省及地方市政府关于加强职业教育的文件精神为依据,坚持科学发展观,以课程改革纲要为指南,全面贯彻党的教育方针,积极开展课程研究,以制定出体现现代职业教育特点的新课程体系为重点,进一步树立“以能力为本位”“以就业为导向”的现代职业教育思想、观念、教学方式,大力提高职业教育的教学水平和教学质量;以科学发展观为指导,贯彻党的教育方针,服务娄底,面向湖南,辐射全国;以校企深度融合为基础,以工学结合的人才培养模式改革为核心,以重点专业建设为龙头,深化课程体系和教学内容的改革,打造精品、强化特色,提高人才培养质量;加强教学基本建设,增强整体办学实力,提升社会服务和辐射带动能力,为娄底新型工业建设培养职业道德好、创新意识强的高技能人才,把学院办成理念先进、定位准确、质量优秀、特色鲜明的全国示范性职业技术学院。

(三) 调研目的和意义

本调研的基本目的和意义在于为专业建设和改革提供原始依据,主要如下:

- 1、通过调研,进一步明确娄底以及周边经济与社会发展对市场营销应用人才的需求状况;

- 2、了解企业专业岗位对职校学生知识、能力、素质的要求；
- 3、确定市场营销专业人才所从事的工作岗位和典型工作任务；
- 4、为市场营销专业人才培养目标定位、改革职业学校人才培养模式和课程体系提供理论和实证的依据。

二、调研的基本情况与资料分析

(一) 调研方法、范围与对象

本次调研资料主要采用一手资料和二手资料收集法。二手资料的收集重点梳理了中国高职教育发展现状及相关政策文献。一手资料的收集主要采用问卷调查与座谈访问相结合的形式，其中，全国中高职市场营销专业人才需求调研问卷（高职毕业生卷）和全国中高职衔接市场营销专业人才需求调研问卷（用人单位卷）采用“问卷星”在线调查的形式开展；而全国中高职市场营销专业人才需求访谈提纲（高职教师卷）则采用针对各高职院校市场营销专业负责人进行座谈访谈相结合的方式。

1. 高职教师调研

高职教师调研选择娄底、长沙等地 10 所高职院校市场营销专业负责人，就人才培养目标定位、课程体系结构、实习实训条件、师资等方面进行访谈。

2. 用人单位调研

用人单位调研的企业数家，分别涉及商业贸易业、制造业、建筑业等十多个行业，企业人数既有 50 人以下，年营业收入 100 万以下的中小企业；也有人数达到 500 人以上，年营业收入 20 000 万以上的大型企业，调查范围覆盖了大、中、小、微各种规模企业。

3. 高职毕业生调研

本次调研的高职毕业生共 404 人，主要针对娄底潇湘职业学院、娄底职业技术学院学生进行，填卷人选择 2020 年即将毕业的在校学生和毕业后就业 2 年内市场营销专业学生。其中 322 份为毕业后就业 2 年内市场营销专业学生，82 份为 2020 年毕业的在校学生，样本分布。

(二) 市场营销行业现状与人才需求情况

1. 市场营销行业现状

湖南省地处一带一部，湖南省委省政府提出“中部崛起战略”，充分发挥“一带一部”区位优势，实现经济社会稳定健康发展。湖南产业布局不断优化，，2019 年湖南省全年地区生产总值 39752.1 亿元，比上年增长 7.6%。其中，第一产业增加值 3646.9 亿元，增长 3.2%；第二产业增加值 14947.0 亿元，增长 7.8%；第三产业增加值 21158.2 亿元，增长 8.1%。全省三次产业结构为 9.2：37.6：53.2。

第三产业增加值占地区生产总值的比重与上年持平；第一、二、三产业对经济增长的贡献率分别为 3.6%、44.4%和 52.0%。其中，工业对经济增长的贡献率为 39.3%，生产性服务业对经济增长的贡献率为 23.8%，分别比上年提高 5.5 个和 4.4 个百分点。资本形成总额、最终消费支出、货物和服务净流出对经济增长的贡献率分别为 44.5%、56.6%和-1.1%。在 2018 年，湖南省提高现代服务业发展水平，推进国家服务业综合改革试点，实施服务业集聚区提升工程和“双百”工程，推进“互联网+商贸流通”、商贸企业培育等重点工作，推动生产和流通、线上和线下、内贸和外贸融合发展。娄底在“3+5”城市群建设中，深入实施融城战略，区位优势明显，交通承东启西，通南达北，建成沪昆经济带重要节点城市。2019 年全市地区生产总值 3003.13 亿元，按可比价计算（下同），比上年增长 7.9%，分别高于全国、全省 1.8 和 0.3 个百分点。其中：第一产业实现增加值 220.7 亿元，增长 3.3%；第二产业实现增加值 1358.7 亿元，增长 8.8%；第三产业实现增加值 1423.7 亿元，增长 7.3%。全市人均 GDP 为 7.46 万元，按年均汇率测算，达到 1.08 万美元。全市三次产业结构调整为 7.3: 45.2: 47.5。第一产业和第二产业占地区生产总值比重比上年均提升 0.4 个百分点，第三产业占比较上年同期回落 0.8 个百分点。第一、二、三产业对 GDP 的贡献率分别为 2.6%、58.3%和 39.1%。在十三五期间，娄底市继续实施服务业发展行动计划，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，推动生活性服务业向精细和高品质转变，推动制造业由生产型向生产服务型转变，加大力度把文化旅游、商贸物流等建设成为支柱产业，加快建成中部地区旅游热点城市区域性商贸物流城市、健康与休闲旅游中心。加快完善现代物流基础设施，建成国家二级物流园布局城市、国家区域级流通节点城市。在十三五规划前期，娄底市服务业发展呈现出良好势头，但服务业仍存在总体规模偏小、内部结构有待优化、质量效益有待提高等问题。这一切都预示着未来湖南及至全国市场营销人才的需求量不断增加。

2.企业人才需求情况

在专业知识方面，企业对专业人才的需求更加迫切。调查显示，现有企业营销团队中，市场营销专业毕业生的比例相对较少，63.79%的受访企业表示营销专业毕业生不到团队成员的 20%，可见企业对专业人才的需求空间很大。

在岗位设置方面，销售代表、业务拓展员、客户代表、营销专员等岗位仍然是市场的主流，而品牌专员、活动执行、公关专业等岗位对营销专业人才的需求量相对较小。

在专业能力方面，企业对高职市场营销毕业生在顾客沟通能力、商品介绍能力和推销能力等方面的能力要求较为突出。

在实际胜任市场营销工作过程前的实践锻炼期，36.21%的企业认为需要 3 个月以下的锻炼期；36.21%的企业认为需要 3 个月到半年的锻炼；27.58%的企业认为需要半年以上时间的锻炼。同时，企业认为扎实的专业技能水平和良好的工作效率是择人的重要标准。

通过调查发现,企业对市场营销职业资格证书要求不突出:58家受访企业中48.28%的企业表示招聘营销专业人才无需相关职业资格证书,仅34.48%的企业表示需要相关职业资格证书。在职业岗位晋升和岗位能力培训方面,通过对58家用人企业调查发现,职业岗位晋升主要按照销售专员—主管—经理—总监这样的模式进行,53.45%的企业认为由销售专员到主管需要1~3年工作经验,50%的企业认为由主管—经理需要1~3年工作经验,而由经理—总监的晋升过程中29.31%的企业认为需要1~3年工作经验,55.18%则认为需要3年以上工作经验,职业岗位晋升速度普遍较慢,企业注重工作的实践性和经验性。岗位能力培养方面,91.38%的企业表示主要通过企业内部技能培训实现,24.14%的企业表示鼓励毕业生参加社会培训或者考取职业资格证书以实现自身职业能力的提升,由此可以看出,企业专项培训仍然是提升毕业生岗位能力的主要途径。

三、高职院校人才培养情况

(一) 高职院校人才培养目标

教育部在《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》中明确指出,高职院校培养的毕业生在具备本专业基础理论知识的同时,更应拥有较强的产品生产、企业管理与建设及服务实践能力,并初步具备创新精神、创业能力和良好的职业道德能力。这就要求作为技能型和应用型的高职市场营销专业毕业生应该拥有较强的市场分析判断能力、商品鉴别能力、促销管理能力、推销与谈判能力、客户开发与管理能力,并具备一定企业和市场策划能力。

(二) 课程体系结构

在调研的10所高职院校中,3年的教学安排基本采用“2.5+0.5”模式,也就是3年教学中安排最后一个学期或最后半年让学生进入相关企业进行顶岗实习,既进行综合实习实训也为今后就业奠定基础。

课程设置体系机构主要包括公共基础课程、专业基础课程和专业核心课程3类(各高职院校在定义名称上或有细微差异)。公共基础课程包括思想教育、高等数学、大学英语、体育、心理健康等课程,一般占总学时的30%以内;专业基础课包括管理学原理、会计学、经济法、经济学原理、市场营销学、商品学等课程,一般占总学时的40%左右;专业核心课各高校因培养方向的不同而有所差异,主要包括零售管理、品牌管理、渠道管理、推销技巧、营销策划、广告设计等课程,一般占总学时的30%左右,部分高校在课程设置过程中为加强学生实践动手能力,所有课程教学过程中理论教学与实践课时各占50%,例如娄底潇湘职业学校。

四、高职毕业生情况

本次调研高职毕业生共 404 人，主要为娄底潇湘职业学院与娄底职业技术学院学生。样本是 2020 年毕业的在校学生和毕业后就业 2 年内市场营销专业学生；其中 322 份为毕业后就业 2 年内市场营销专业学生，82 份为 2020 年毕业的在校学生。

（一）毕业生对课程设置认可情况

学生对高校所开设常规课程满意度高，认为市场营销学、消费心理学、营销策划等 20 门课程为市场营销专业必要开设课程，如图 7 所示；但分别有 9.1%和 14.2%的毕业生认为财务管理与会计基础课程及商品学课程没有开设的必要。

（二）毕业生就业状况

营销专业高职毕业生。由图 8 可知，其主要就业岗位分别是销售业务、市场/营销和销售管理等专业相关岗位，就业对口率达到 90%以上，仅有 8.91%的毕业生从事着非市场营销专业工作。在从业岗位能力要求方面，70.79%的学生认为产品介绍能力是所有能力中的核心，顾客沟通能力则被 70.3%的学生认为是很重要的岗位能力之一。在所

有岗位能力中学生自我感觉运用最为熟练的是产品介绍能力和顾客沟通能力，分别占到 38.12%和 38.37%，这和整个人才培养方案中课程设置有着密切的联系，如图 9 所示

通过对毕业生收入状况的具体调查，我们得知，市场营销专业毕业生参加工作后的薪酬待遇集中在月均 1500-2000 与 2000-2500 两个薪酬段，薪酬水平在以上两种数值范围内的毕业生数量分别占总数量的 24.82%与 23.86%，共计 48.68%。月均 1500-2000 与 2000-2500 相匹配于湖南本地的物价水平与消费环境，相对较为理想。人员薪酬与人员素质水平拥有强相关性，由此也可直接反映出市场营销专业毕业生走向社会后，其“质量”与“水平”得到了社会的基本认可。毕业生其次的薪酬集中段为月均 2500-3000，占比为 16.63，由此可知市场营销专业毕业生经过 1-2 年的基层工作锻炼后，薪酬水平快速成长，纵向发展空间广阔，自身过硬素质储备与巨大发展潜力可见一斑。月均 1200-1500 与 3000 以上的薪酬段位居第三个人员分布较为集中的薪酬档次，分别占比 11.81%与 10.60%。值得一提的是，毕业生集中在月均 3000 以上的薪酬段的人员占比突破了 10%，在有力证明市场营销专业毕业生优良的毕业质量与巨大的发展潜力的基础上，极大增强了教师与学生对于毕业生发展前景的信心。将毕业生收入水平拉通来看，其薪酬在月均 1500 元以上的人员占比总计为 75.9%，薪酬水平普遍较为理想。

高职毕业生希望通过企业内部技能培训和社会培训接受继续教育，愿意脱产学习的占比相对较小。

五、调研结论

（一）社会供需及结构矛盾突出，企业营销岗位仍较为单一

联合国教科文组织在制订的《国际教育标准分类》中明确指出，职业教育在课程设置、教学层次、对象、学制等内容上有别于高等学历教育，当前的高职培养类型更加注重实用型和应用型人才的塑造。随着近年来各大高校的招生规模不断壮大以及民办高校的快速崛起，生源素质逐年下降，高校过分追求功利的同时，由于重理论教学轻课程实训、实训资源不足等内因导致其办学定位及特色逐渐模糊，使得当前湖南企业对市场营销人才需求和高职教育间的矛盾突出，甚至出现了脱节的现象。

从上述调查分析可知，企业市场营销岗位领域繁多，但调查的 58 家用人企业中，多数企业未设置类似于商务专员、媒介专员、产品/品牌专员等岗位，设置更多的是销售和营销管理等岗位。调查显示，市场营销职业岗位晋升主要按照销售专员—主管—经理—总监这样的模式进行，然而高职市场营销专业毕业生需要在企业经过多年的历练才可能成为企业中、高层管理者。所以，市场上最缺的销售和营销管理人员直接从高校毕业生中录用的可能性不大，往往需要毕业生从基层的推销员或促销员做起。因此，本地区营销人才供需结构上的矛盾更多地要依靠企业自己来解决，并且这个矛盾可能将会长期存在。

（二）高职专业技能证书单一，企业认可度低

当前市场营销专业国家认可的职业资格证书已基本取消，大多数用人单位在选择学生时更看重学生的实践动手能力和工作效率，证书只是一种参考，用人单位依据其实际能力、表现和为人处事来判断其价值。

（三）强调职业素养，软技能重于硬技能

高职教育一直非常注重学生技能操作能力的培养，而对于学生诸如综合素质等软技能的培养却存在诸多不足，很多用人单位在招聘时甚至表示不看专业、不看技能证书、不看文凭，因为这些能力在企业工作时是可以通过培训或者“师徒制”的方式来解决的，而学生的综合素质例如为人处事等这些软技能，却不是一朝一夕可以培养的；同时，毕业生调查也显示，学生希望大学学习期间能新增演讲与口才、团队训练等相关软技能课程。因此，培养学生诸如综合素质等软技能应是当前职业教育应当重视和深入贯彻落实的重任。

六、对策与建议

通过对调研情况的总结归纳分析，调研结论及对策建议如下。

（一）培养目标

从市场营销企业人才需求情况和毕业生初次就业岗位类型的调查结果可以看出，本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力；掌握现代市场营销专业基础知

识，具备市场调研、营销策划、市场推广、营销谈判和产品推销等技能；面向校企合作和地方特色产业的营销岗位群，能够从事市场调研，产品推销，营销策划等工作的高素质复合型技能人才。

（二）职业面向方面

从本专业毕业生就业的企业分布调研分析可以得到，毕业生就业的主要职业面向批发业、零售业销售员、商品营业员、市场营销专业人员等，主要岗位类别销售代表/销售经理/区域市场经理/市场主管/卖场经理/市场经理/市场调研专员

（三）专业培养规格方面

从企业对人才要求调研来看，毕业生应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，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，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；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。掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。熟悉本专业相关的法律法规知识以及环境保护、安全消防；掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧，营销活动策划的基本内容和方法等应知就会的知识。具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力等。

（四）课程设置方面

（1）公共基础课程的设置。本专业的公共基础课程应以人格培养、素质提高、思维创新为主，课程内容应把握“必需、够用”的原则，只保留必需的基础知识，删去“偏、杂、难”的理论知识，在此基础上根据专业教学需要和学生实际来确定教学内容。为提升学生的人文修养和培养学生的创新品质，增设了中华传统优秀文化、美育课程和创新创业教育课程。

（2）专业基础课程的设置。从专业基础课程需求调查的结果可以得出，市场营销学、会计学、管理学、商务礼仪是需要开设的课程，以便为后续课程打下基础。

（3）专业核心课程的设置

从企业对相关岗位应具备的专业能力的调查结果可以看出，推销与谈判、营销策划、沟通与协调等专业能力处于重要位置。针对企业对岗位专业能力的要求，应该设置市场调查与分析、商务谈判与推销技巧、网络营销、营销渠道管理、新媒体营销、ITMC 市场营销沙盘模拟实训、营销策划、品牌管理等作为为本专业的专业核心课程。专业核心课程的教学还应注重培养学生的创新意识和团队合作意识等，并重视对学生工作计划、组织、协调与策划能力的培养。

(4) 专业拓展课程的设置。调研过程中发现专业拓展课程各校内容差异较大,毕业生希望学校能加强或开设营销相关的课程,建议开设的专业拓展课程有演讲与口才、人力资源管理、定制营销、汽车营销、个人理财、房地产营销、团队管理等。学校可以依据区域产业结构进行适当调整,允许学生在完成学业的过程中自主选择学习,以满足学生职业生涯发展的多种需要。

(五) 教学时间安排方面

(1) 根据调研结果分析,建议教学进程安排为“1.5+1+0.5”。“1.5”即前1.5年(第1、2、3学期)构建专业的基础平台,主要是在校内进行文化基础和专业基本知识及基本技能的教学和训练。“1”即用1年(第4、5学期)完成专门化课程和专业拓展课程学习。“0.5”年(第6学期)到企业进行顶岗实习。

(2) 根据调研结果可以得出,实践教学总学时不应低于总学时的50%,各类选修课程学时累计不少于总学时的10%。建议专业核心课程和专门化课程采用理实一体化教学。

(六) 师资队伍方面

(1) 师资队伍结构为学生数与专业教师数比例不低于25:1,双师型素质教师占专业教师比例60%以上,专任教师队伍职称、年龄,形成合理的梯队结构。

(2) 专业带头人至少1人,具有副高及以上职称,能够较好的把握国内外市场营销行业发展状况;能广泛联系行业企业;切实了解行业、企业对本专业人才的实际需求;教学设计、专业研究能力、组织开展教科研工作能力较强,在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

(3) 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;具备市场营销等相关专业大学本科(含)以上学历,并接受过职业教育教学方法论的培训;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;具有5年以上本专业实际工作经历,要求每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

(4) 兼职教师主要从本专业行业聘请企业生产(管理)一线,并能胜任专业实践教学的技术和管理骨干,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或相应行业企业中层以上管理岗位。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。

(七) 教学设施方面

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学,实习实训所需的专业教室,校内实训室和校外实训基地等。

(1) 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WIFI 全覆盖，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，保证逃生通道畅通无阻。

(2) 校内实训室基本条件

校内市场营销实训室，并具备开展市场营销实践性实训的条件。

市场营销专业推销与谈判模拟实训室，可供学生模拟推销，模拟谈判等；市场营销实训机房，配有 ITMC 市场营销沙盘模拟软件系统，能够满足教学的要求，还能够满足参加省级竞赛甚至国家级竞赛要求。

(3) 校外实训基地基本条件

拓展长期稳定的实训基地，要完全能够满足专业认知与实践要求，满足学生半年以上顶岗实习的要求，满足专职教师进行企业实践锻炼的。

(八) 教学资源

(1) 教材选用基本要求

要按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师，行业企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。专业课程教材必须选用职业教育类十三五规划教材，为配合课程讲授，优先选用与专业实际条件相对应的项目化教材、活页式教材，并且配套相应的数字化教学资源在满足现场教学需要的同时为教师进行线上线下混合式教学提供资源。

(2) 图书文献配备基本要求

图书文献配备要能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询，借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销发展历程、典型案例、市场营销相关信息技术、实务操作等图书，以及商科专业相关的经济，管理，营销和文化类文献等。

(3) 数字教学资源配置基本要求（如果能量化则更好）

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

附录1

娄底潇湘职业学院专业人才培养方案制（修）订审核意见表

专业名称	市场营销	专业代码	530605
专业负责人	赵海明	适用年级	2021级
总课时数	2872	公共基础课时比例	27.30%
选修课课时比例	10.03%	实践课时比例	61.28%
毕业学分	162		
<p>专业建设指导委员会意见：</p> <p style="text-align: right;">专业负责人（签字）：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>			
<p>二级分院论证意见：</p> <p style="text-align: right;">分院院长：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>			
<p>教务处意见：</p> <p style="text-align: right;">教务处（签字，印章）：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>			
<p>主管校长审批意见：</p> <p style="text-align: right;">主管校长：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>			

附录2

娄底潇湘职业学院专业人才培养方案变更审批表

专业名称		所属分院 (部)		变更年级	
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业带头人意见:			分院(部)意见:		
签字: 年 月 日			签字: 年 月 日		
教务处审核意见:					
签字: 年 月 日					
主管教学工作副校长意见:					
签字: 年 月 日					

