

市场营销专业

2019 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

修业年限 3 年。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（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）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	批发业、零售业（51、52）	营销员（4-01-02-01）； 商品营业员（4-01-02-03）； 摊商（4-02-02-05）； 市场营销专业人员（2-06-07-02）	销售代表； 销售经理； 区域销售经理； 卖场经理； 小微商业企业创业者； 市场主管； 市场经理； 市场调研专员	市场营销策划师 营销师（四级）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

市场营销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；掌握本专业知识和技术技能，面向

批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质

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

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

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

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

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

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 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。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全

消防等知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课

《军事理论》 《军事技能》

教学目标：通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

主要内容：

《军事理论》 主要包含：国防概述、 国防概述、国防建设、武装力量、国防动员；国家安全形势、国际战略形势；中国古代军事思想、当代中国军事思想；新军事革命、信息化战争；信息化作战平台等内容。

《军事技能》 主要包含：共同条令教育、分队的队列动作；轻武器射击、战术；格斗基础、战场医疗救护、核生化防护；战备规定、紧急集合、行军拉练等内容。

教学要求：军事理论教学进入正常授课课堂，军事技能训练应坚持按纲施训、依法治训原则，坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，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。

《大学生安全教育》

教学目标：通过安全教育，大学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。

主要内容：大学生安全教育概述、生活安全教育、防火知识，消防安全、物品保管，财产安全、防诈骗、防传销、珍惜生命，人身安全、饮食卫生，食品安全、出行平安，交通安全、心理健康、交往及就业安全、保密知识与国家安全、预防犯罪、应急知识、公共安全等内容。

教学要求：通过入学教育、安全讲座、安全分析、课程教育等多种形式，利用各类网络课程及资源开展教育。注意结合学生不同阶段的特点，利用身边的事例，开展有针对性的教育。

《思想道德修养与法律基础》

教学目标：本课程以中国特色社会主义新时代背景下青年大学生肩负的历史使命为切入点，以培养担当民族复兴大任的时代新人为主线，以思想引导、道德涵化、法治教育为主体内容，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。

主要内容：课程包括三大知识模块，一是思想政治教育。包括“绪论”、“人生的青春之问”、“坚定理想信念”“弘扬中国精神”“践行社会主义核心价值观”等内容。二是道德教育。包括“明大德守公德严私德”等内容。三是法治教

育。包括“尊法学法守法用法”等内容。

教学要求：本课程实践教学以学生主体，教师主导，旨在强化提高学生理论认识和分析能力。实践教学活动内容和形式根据理论教学的需要来设计。实践教学既可在课堂内也可在课堂外进行，主要包括课堂内实践教学、课堂后实践教学和社会实践教学三种类型。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

教学目标：通过理论与实践教学，让学生了解和掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基础知识，提升学生政治理论水平、政治鉴别能力和判断能力，增强拥护党的路线、方针、政策的自觉性，提高投身中华民族伟大复兴大业的使命感和责任感。

主要内容：毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果；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及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等内容。

教学要求：坚持课堂教学和实践教学相结合，课堂教学中，重视信息技术和慕课、微课、翻转课堂、网络课程等在线课程在教学中的应用和管理。实践教学中，以校内中国化马克思主义实训室为依托，充分利用设置情景、分组讨论等形式开展有针对性的教育。

《大学生职业发展与就业指导》

教学目标：大学生职业发展与就业指导课现阶段作为公共课，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。

主要内容：课程分为两部分内容

《职业生涯规划与管理》主要包含：校史校情与课程绪论、生涯意识唤醒、兴趣与职业兴趣探索、能力与职业能力探索、外部职业环境探索、生涯发展决策和计划与行动管理等模块内容。

《求职就业与职业发展》主要包含：理性认识就业环境、积极提升求职技能、掌握就业维权知识、关注毕业流程、完成实习任务和做好职业规划等模块内容。

教学要求：课程作为公共必修课教学进入正常授课课堂。按照教育部相关文件要求，结合我院教学实际认真落实教学计划，科学安排教学内容。坚持理论教学和实践指导相结合、解决共性问题与关注个性问题相结合、规划未来与管理当下相结合等原则，注意结合学生不同阶段不同层次的发展需求，开展有针对性的培养指导，重视信息技术和线上资源在教学中的应用和管理，借助多种教学方法不断提高学生的学习积极性和实效性。

《形势与政策》

教学目标：帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务、复杂的世界局势，让学生更加拥护党的路线、方针和政策，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感；使学生正确分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。

主要内容：紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，重点讲授党的理论创新最新成果、新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命。

教学要求：坚定正确的政治方向，始终与党中央保持一致。严格按照教育部的要求开设课程，分为课堂和实践两部分。课堂教学关注学生应该认识并能够理解的社会热点问题，以专题化形式开展，同时引导学生课外自主思考体会，分析当下热点问题，培养学生分析解决问题的思维习惯。

《大学生创新创业教育》

教学目标：创新创业教育教学内容以教授创新创业知识为基础，以锻炼创新创业能力为关键，以培养创新创业精神为核心，通过创新创业教育教学，使学生掌握创新创业的基础知识和基本理论，熟悉创新创业的基本流程和基本方法，了解创新创业的法律法规和相关政策，激发学生的创新创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创新创业素质的全面发展。

主要内容：创新创业精神与人生发展、创新思维与创意

开发、创新方法训练、创业者与创业团队、创业机会与风险、创业资源的整合与管理、创业模式选择、互联网与创新创业、创业计划的设计与编写等模块内容。

教学要求：本课程作为公共必修课教学进入正常授课课堂。该课程是一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的课程，要遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、课堂教学与课外实践相结合，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，重视信息技术和线上资源在教学中的应用和管理，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。

《大学生心理健康教育》

教学目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识；使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能；使学生了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，在遇到心理问题能够进行自我调适或寻求帮助。

主要内容：大学生的适应与发展、大学生的自我意识、大学生的人际交往、大学生良好性格的培养、大学生的情绪管理、大学生的恋爱心理。

教学要求：通过本课程的学习，使学生了解自身的心理发展特点和规律，学会和掌握心理调节的方法，解决成长过程中遇到的各种心理问题，提升心理素质，开发个体潜能，

促进学生身心健康全面发展。

《体育》

教学目标：

1. 运动参与目标：积极参与体育活动形成体育锻炼习惯，具有一定的体育文化欣赏能力。

2. 运动技能目标：掌握一到两项体育运动的基本方法和技能；掌握常见运动创伤的处置方法。

3. 身体健康目标：能进行自我测试和评价体质健康状况，养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式。

4. 心理健康目标：通过运动调节情绪，缓解日常学习中的压力，体验运动的乐趣。

5. 社会适应目标：表现出良好的体育道德和合作精神；正确处理竞争与合作的关系。

主要内容：田径、太极拳、篮球、排球、足球、健美操、乒乓球、羽毛球、网球、形体训练。

教学要求：根据《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和我校运动场地、设备、器材和师资等实际情况，我校在全校各专业各年级开设体育课程，每周 2 学时，每学期 18 周，36 学时，全年共 144 学时。任课教师应具有相应体育项目的教学理论及技术能力，通过学习，使学生掌握某专项运动的基本理论知识及运动技术；初步具备一定的战术意识和比赛能力；初步掌握某专项的比赛组织与裁判方法；能运用所学专项运动技能，科学地锻炼身体。

《大学英语视听说》

教学目标：通过大学英语视听说课程教学，培养学生的英语听说能力，增强跨文化交际意识和交际能力，提高综合文化素养，使学生在学习、生活、社会交往和未来工作中能够理解结构简单的英语对话和陈述，进行有效地英语会话，同时发展自主学习能力，满足国家、社会、学校和个人发展的需要。

主要内容：问候与介绍、表达感激与歉意、问路与指路、谈论天气、电话留言、表达个人兴趣、表达接受与拒绝、预订房间、陈述个人财务现状、谈论身体健康等内容。

教学要求：大学英语视听说课程教学应遵循“实用为主、够用为度”的原则，坚持教师课堂面授和学生自主学习在教学中的主导作用，重视网络学习空间、慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。

《现代实用礼仪》

教学目标：通过本课程的学习，使学生能系统地掌握礼仪的基础知识，掌握旅游岗位服务礼仪规范，熟知社会交往礼仪准则。通过本课程的学习，提升学生综合素养，助其“入行”，帮助其树立良好的礼仪风范，高尚的职业道德，出色的岗位素养。

主要内容：该课程从礼仪的基本定义、起源与发展以及职业素养和服务意识的概念入手，通过形象、言谈、社交、位次、就餐等基础模块的礼仪知识分析与实践，掌握礼仪知识主线。主要包括，仪容礼仪、仪表礼仪、仪态礼仪、礼貌语言、电话礼仪、见面礼节、拜访与聚会礼仪、行走、乘车、

上下楼梯礼仪、会谈、会议、谈判、签订协议、合影、旗帜等位次礼仪、中西餐礼仪。最后，通过礼仪操、礼仪剧等模式将所学礼仪知识融会贯通。

教学要求：将礼仪专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按个人综合素养提升由外至内、从点到面的原则划分为相互关联的若干学习情境，训练学生礼仪服务技巧，强化礼仪服务技能，学会扬长避短塑造个人形象，能进行有效沟通、优化人际关系。同时，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的模块教学交予学生独立完成，为能完成导游、餐饮服务、客房服务、会展服务等典型岗位工作任务打下良好的礼仪基础。

《综合英语 1》

教学目标：本课程以培养英语专业的学生英语阅读综合能力为宗旨，是营销专业低年级的一门学科基础课程，其主要目标在于培养和提高学生综合运用英语的能力。本课程主要通过语言基础训练与篇章讲解分析，使学生逐步提高语篇阅读理解能力，了解英语各种文体的表达方式和特点，扩大词汇量和熟悉英语常用句型，从听、说、读、写、译五个方面对学生进行全面的语言基本技能训练，具备基本的口头与笔头表达能力，为学生以后的独立学习和进一步深造打下良好的基础。

主要内容：Friendship、Food、Hobbies and Habits、Travel、Part-time Jobs、Holidays and Festivals、Fantasy Movies、Education、Sports and Games、Entertainment and

Relaxation。

教学要求：通过本课程的学习形成牢固的知识基础，奠定正确的阅读技法、基础知识、语法、句法和词法、词汇、等基础知识。学习研究不同文体在阅读过程中的规律和方法，提高阅读效率和阅读能力。在课堂活动上注重发挥学生的主动性与积极性，注重培养学生的自主学习能力；在教学过程中注意纵向连贯和横向配合，循序渐进。充分利用教材中的相关内容，培养学生的独立思考、思维判断等能力，帮助学生了解人际关系、种族歧视、人与自然、生活方式、价值观念等各个方面的相关知识。培养学生使用语言进行思想交流的能力，注重帮助学生结合语言学习文化、提高自身人文修养，提高学生的全方面综合素质。

《演讲与口才》

教学目标：通过本课程的学习，引导学生了解言语交际的重要作用、基本原则和习得方法，以学生听、读、说、评、练为核心，提高学生的演讲水平，培养学生的心理素质，锻炼学生的口才，塑造大学生的公关形象，以应对现代社会生活与工作中的交际、求职、应聘、自我推销。

主要内容：通过讲解、示范及各种训练，进一步提高学生适应实际需要的口语表达能力，重点掌握贴近学生未来工作岗位和日常生活实践的言语口才基本技巧与方法，主要包括有声语言、态势语言、社交语言、求职口才、即兴演讲、服务口才等。

教学要求：通过本课程的学习，帮助学生能用标准普通

话交流表达并能有效倾听他人，能够自信、准确、清晰、流畅、贴切的表情达意并有效达成日常交际交往的目的，能在言语实践中正确使用社交语言、求职口才、即兴演讲等基本方法与技巧。

《形体艺术》

教学目标:通过教学使学生了解和掌握形体训练的基本知识、基本技术和基本技能，全面发展身体素质，掌握良好形体塑造的基础知识和基本技能，使学生在日后进行工作时，基本姿态标准，并养成良好的锻炼习惯，全面提高学生的综合素质。

教学内容:《形体艺术》教学内容主要包含:健美操;体育舞蹈---伦巴、斗牛、华尔兹、维也纳华尔兹、校园维也纳;戏曲广播体操;芭蕾形体;流行舞。

教学要求:根据教材大纲要求和我校形体课场地、设备、器材和师资等实际情况，每周 2 学时，每学期 18 周，36 学时，全年 144 学时。任课教师应具有相应形体项目的教学理论及技术能力;合理选择教材，编排教学内容时由浅入深，注重职场氛围的营造。课程应在专业的舞蹈形体房进行训练，教室需安装多媒体教学器材;学生需穿舞蹈形体服装和舞蹈鞋，以配合形体训练。尽可能地使学生能够学到必要的形体训练知识和技能，身体得到有效的锻炼，形体美意识与心理品质得到培养。

《应用文写作》

教学目标:能准确运用文字，掌握写作的基本常识;不

恐惧写作，培养写作的思维与习惯；知道如何去写，如何逐渐积累提升；会整理写作思路，通过写作认识自我、表达自我；培养学生处理文字材料的能力，提升工作效能。

主要内容：感知写作本能，建构写作工具箱；自我介绍的书写，计划书的书写，职业生涯规划书写，总结报告的书写，活动方案与策划书的书写，简历的书写，求职信的书写，劳动协议的阅读与书写；持续学习写作的几种路径。

教学要求：通过写作课，帮助同学们做到文字通顺、条理清晰、逻辑自洽；让学生在实践中感知每个人自己的写作潜能，从内心接受写作、愿意写作；树立自己做人做事有计划、有落实的意识，提高学生的职业素养。

（二）专业（技能）课程

《跨文化商务交际实训》

教学目标：对中国文化和西方文化的差异以及这些差异对汉、英两种语言及其使用的影响有初步的了解；对汉英两种语言的总体特征差异有初步的认识；初步具备用英语进行跨文化交际的能力。

主要内容：针对人际交往中因文化差异导致的误解，对文化基本类型做了介绍；介绍非语言交际的形式阐述非语言交流对商务活动的影响和应对策略；展现国际交流中的文化冲突，提出面对国际商务人士应该具备的跨文化交际意识；介绍一些通用的国际谈判礼仪和中国商务人士应注意的事项。

教学要求：教学中教师应注重学生对知识的思考，强化

案例和流程教学，让学生边学变练，通过案例分析、等方式激发学生兴趣，增强教学效果。让学生练就各项基本技能。

《办公软件高级应用》

教学目标：通过本课程教学，让学生基本掌握计算机基础知识，理解计算机的常用术语和基本概念，熟练掌握OFFICE的主要软件，掌握网络的入门知识；培养学生获取计算机新知识、新技术的能力，培养学生使用计算机工具进行文字处理、数据处理、信息获取的能力；培养学生自学能力、发现问题、解决问题的能力，培养学生动手动脑的能力。

主要内容：办公自动化课程主要包含：计算机基础知识、计算机键盘操作与汉字录入、Windows使用、Word的使用、Excel的使用、PowerPoint的使用、Internet的使用等内容。

教学要求：通过项目导向、任务驱动、案例分析、现场教学、多媒体演示、讲练结合、学生讨论等多种教学方法，利用各类网络课程及资源开展课上课下教学，注意结合学生不同层次的特点，有针对性的开展教学，帮助学生理清思路，提高学生自主学习的能力、动手能力和分析问题解决问题的能力，为以后课程的学习打下良好的基础。

《经济学》

教学目标：通过经济学相关理论教学，向学生传授该学科的基础知识和基本技能，使学生了解日常生活中的各种经济现象、经济关系和经济规律，并学会运用这些规律对经济活动进行管理。

主要内容：经济学发展历程简介、价格理论、消费者行

为理论、生产者行为理论、分配理论、国民收入核算理论、国民收入决定理论、经济波动与增长、宏观经济决策等内容。

教学要求：通过社会热点经济现象导入、日常生活经济活动引入、同时利用各类网络课程、名人讲座、经典书籍等方式开展教育。注意结合营销专业学生自身特点，深入浅出、讲授与讨论结合，并关注学生感兴趣的方向，开展有针对性的教育。

《财务管理》

教学目标：通过本课程内容应用范围，知识结构及相关法律法规的学习，能进行财务管理基本方法的计算，掌握必要的数据分析方法和增强逻辑思维能力。以及通过课程相关章节实训项目的实施，培养锲而不舍，精益求精的工作态度；较好的团队协作精神及服务意识、学习意识。

主要内容：财务管理概论、资金时间价值和风险价值、筹资管理、投资管理（项目投资和证券投资）、营运资金管理、收益分配管理、财务预算、财务控制、财务分析等。

教学要求：该课程学习情境以财务管理的内容为基础，以典型案例为导引，将财务管理的资金时间价值和风险价值观念贯穿始终，按照熟悉基本的财务管理知识到掌握较为复杂的财务管理专业技能的思路进行授课。有条件可利用在线课程在教学中应用和管理。

《Photoshop 设计基础》

教学目标：通过本课程的学习，让学生了解 Photoshop 的基本理论，掌握 Photoshop 的基本使用方法与技巧，培养

学生的创新意识与创新精神，提高学生的艺术修养。

主要内容：了解 Photoshop 的应用范围、像素的概念、分辨率的概念、选区的应用、绘画及编辑功能、调整图像颜色命令等内容。

教学要求：要求讲授与实训相结合，通过讲练结合的方法，让学生进行实际的操作，将 Photoshop 中抽象的问题具象化。

《消费心理学》

教学目标：通过本课程的学习，使学生全面系统的了解、掌握消费心理学的基本理论及基础知识。培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，培养高素质、高技能的应用型人才。

主要内容：该课程从消费者的心理现象及其活动规律的研究入手，分析了消费者心理活动的基础、消费者个性心理特征、消费者的群体心理特征、消费者的购买心理和行为特点；阐述了营销策略对消费者心理产生的影响，包括：商品设计和销售心理、商品命名、商品商标和商品包装心理、购物环境和商品陈列心理、消费者价格心理、广告心理、人员推销和营销谈判心理等；最后对营销者心理现象及其活动规律、新营销手段与消费心理变化趋势进行了探索分析。

教学要求：以培养高素质、高技能应用型人才为目标，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按市场营销活动的规律划分为相互关联的若干学习情境，结合社

会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的模块教学交予学生独立完成。

《中华商业文化》

教学目标：本课程是市场营销专业的专业基础课，通过学习，使学生体验一次和历史的亲密对话，领悟到中华商业文化中“商可富国、商路兴城、商联天下、商无止步”的文化内涵，同时会感受到商贸的力量，尤其能加深对中国商业文化之路是富国之路、福民之路、文化之路和友谊之路的认识。

主要内容：以学生认知规律为主线分为五个章节：第一章认知商业文化，第二章感受商业文化，第三章传承商道，第四章遵循商业规范，第五章提升职业素养。

教学要求：通过理论知识的讲解，使学生能够了解中国商业文化的历史进程，拓展人文素养和职业素养。通过案例分析、视频展示、慕课资源、网络资源等多种途径的综合教学，培养学生的创造性思维和更高层次的商业素养，能将理论知识运用到今后的工作学习中。

《跨文化实用交际》

教学目标：本课程旨在提高有意识地通过以近年来国际商务（贸）活动发展趋势及具体案例，以提高跨文化交流技巧能力的具体要求为指导方针，从现代商务结合跨文化交际的基本原则，跨国公司的团队建设原则，跨文化商务活动的常用技术、国际营销活动与文化的紧密关系，性别文化在商务活动中的凸现，有效进行非语言交际的技巧、文化冲突

解决之道和文化对于技术引进的不同态度等方面相结合，来教授跨文化交际这门课程。

主要内容: General Introduction、Face to Face、Social Interaction、Non-Verbal Communication、Culture Confliction、Business Interaction、Global Marketing。

教学要求: 通过安排一定的时间让学生结合现实情况及自身的经历对学过的书本知识进行讨论，邀请部分学生将他们的体会和观点介绍给课堂上的其他同学，加深学生对理论在现实生活中的应用的理解，同时找出理论和实际之间的差距及其原因，确实提高学生的商务跨文化交际能力。

《电子商务》

教学目标: 使学生对电子商务基础知识有一个全面的了解，对电子商务中涉及到的技术及商务问题有个清晰的认识，并了解最新的电商法及国家政策，响应时代潮流，掌握各类电商模式的基本特点。

主要内容: 电子商务认知、电子商务网络基础、电子支付、网络营销、电子商务与物流、电子商务法律问题、电子商务运用系统建设、移动电子商务等内容。

教学要求: 电子商务专业的教师要具有电子商务专业知识，并紧跟电子商务发展潮流，因材施教。同时能够结合电商实训室提高学生相关技能的实际运用。并引导学生关注总结市场主流电商企业的运营模式，达到学以致用效果。

《企业管理》

教育目标:通过现代企业管理的学习,让学生了解和掌握什么是现代企业管理,了解现代企业制度、企业战略管理、市场营销战略管理、质量管理、人力资源管理、财务管理,企业文化的功能和主要工作内容,了解现代企业管理的一些最基本的知识;为学生以后走入社会,进行管理和实践活动打下坚实的理论基础和必要的实践基础。

教学内容:包括管理基础知识、现代企业制度、企业经营战略管理、人力资源管理、市场营销管理、生产管理、质量管理、财务管理、企业文化等内容模块。

教学要求:课程教学应遵循“实用为主、够用为度”的原则,坚持教师课堂面授和学生自主学习在教学中的主导作用,重视网络学习空间、慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。

《商品学》

教学目标:通过系统教学,培养学生的系统思维能力和解决管理和经济活动中涉及商品科学的实际问题的能力,包括对生产、流通和消费领域中商品采购、管理和经营的能力,正确运用全面质量管理和标准化等管理方法和运用技术经济观点分析、解决经济、管理和物流等方面实际问题的能力。

主要内容:商品质量、商品分类、商品代码、商品属性、商品标准、商品认证、商品检验、商品包装、商品养护。

教学要求:商品学的教学,应与商品认知的工作密切结合,根据企业具体营销工作的项目与任务,设计实践教学的目标与任务,组织学生设计具体实施方案,并指导学生实

施完成。这样既可让学生了解企业实际工作，又可使学生学习更具有主观能动性，激发学生学习的兴趣。

《市场营销专业英语》

教学目标： 本课程主要通过简单地学习市场营销涉及内容，使学生了解市场运作的基本知识及英语表达，让学生了解企业营销活动各环节的真实场景，从而掌握相应的基础知识、扩大营销对象范围，提高英语交流表达能力。

主要内容： Marketing Fundamentals、Marketing Process、Marketing Strategy、Making a Deal、After-Sale Services、Various Marketing Modes。

教学要求： 通过以行动导向法为主要教学法，发挥学生的创造性和培养学生自主学习的能力。通过本课程学习，使学生能够去公司和商场现场教学，并且创造机会和外国客人交流。

《供应链管理》

教学目标： 通过本课程的学习，使学生树立现代企业管理的新思想理念，对供应链管理的基本问题和基本观点有比较全面的认识，掌握基本概念、基本思想、基本分析方法和基本理论，对管理运行和现代管理有一个比较全面的了解，建立起供应链管理的基本思维框架，为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。

主要内容： 认识供应链管理、供应链采购管理、供应链生产管理、供应链销售管理、供应链全程综合管理、供应链运营管理对抗实战等内容。

教学要求：遵循专业人才培养模式，在本门课程的实施过程中，将供应链管理现象“平移”到课堂的“情景教学”，强调课程的实用性，把理论教学与社会实践活动有机地结合了起来，加强学生对理论的理解，同时教会学生用理论思考问题的方法。

《市场营销》

教学目标：通过本课程的学习，掌握市场分析技术（包括市场调研、市场环境分析、消费者行为分析等）、掌握产品销售技巧、掌握渠道管理技巧和方法、掌握销售管理技巧和销售促进的方式和方法、熟悉营销策划流程和方法。使学生具备从事市场营销工作的基本知识、基本技能，并形成一定的职业能力，教学中加强职业道德教育，注意培养学生艰苦奋斗的精神和立业创业的本领。

主要内容： 市场营销概述、营销观念、市场营销环境、市场调查与分析消费者需要与购买行为、市场细分与目标市场选择、竞争对手策略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、营销战略、计划、组织和控制、网络营销、服务市场营销和国际市场营销等内容。

教学要求：课堂教学应尽可能利用现代教育技术手段，充分发挥案例教学、现场教学的作用，以启迪学生思维，培养其分析问题和解决问题的能力。要注意改革考核的组织形式和方法，采用多种形式，从多角度考核评价学生的成绩，通过考核发掘、鼓励学生的创新意识和创新精神。

《客户关系管理与服务》

教学目标：本课程具有很强的综合性和应用性，通过对客户关系管理的学习，使学生全面了解客户经济时代的客户需求特点，了解客户经济时代客户价值决定公司价值的原理。掌握客户满意度管理的基本方法和客户忠诚度的管理办法，基本掌握客户资源分析的技巧，学会优化客户资源，提升公司价值和获利能力。

主要内容：客户定位及 CRM 认知、客户级客户定位、客户关系管理认知、采集客户信息、客户信息采集的方法与策略、客户信息管理的方法与档案管理、客户信息数据库的建立与维护、客户数据表的建立、设计制作客户的信息数据库、识别与开发客户资源、建设与管理客户信息库、提升客户满意度和客户忠诚度、客户关系管理方案与应用、客户关系管理系统设计方案与建设。

教学要求：本门课程以项目、案例教学为主线，学生通过各个知识点中的技能要求、工作任务、工作过程进行整体化的感悟和反思，实现知识与技能、过程与方法的统一。课程以若干个项目和任务来强化学生理论知识和实践技能，并结合项目、案例将知识、技能点贯穿其中。从任务提出，明确方案、知识总结等过程实现课程教学目标。

《国际贸易》

教学目标：本课程分为理论和实务两部分，通过前半部分理论的学习，使学生了解国际贸易的发展历史，掌握宏观的国际贸易理论，政策和措施。通过后半部分实务的学习，使学生掌握出口贸易的业务的主要环节流程，了解在外贸

实践环节中涉及到的证书、文件、单据等，掌握与国际贸易相关的法律、国际规则与惯例在实践中的运用。

主要内容：国际贸易概述、国际贸易理论、国际贸易政策、世界贸易组织与区域经济一体化、出口交易前的准备工作、贸易术语、国际货物买卖合同的商订、合同中的品质条款、数量条款、包装条款、运输条款、支付条款、国际货运保险、报检和报关、出口贸易的后续工作等。

教学要求：在学习中以国际贸易的基本理论和国家的对外方针政策为指导，要将理论部分中所学到的基础理论和基本政策，在实务部分中加以具体运用，以便理论与实践、政策与业务有效地结合起来，不断提高分析与解决实际问题的能力。由于本课程是一门实践性很强的应用学科，故在学习过程中，要重视案例、实例分析和平时的操作练习、实习，加强基本技能的训练，真正做到学以致用。

《管理学原理》

教学目标：通过本课程的学习，培养学生学习管理的兴趣，了解管理学的学科特征，熟悉基本的管理工作程序，掌握基本的管理工具、方法，运用基本的管理知识解释现实中的管理现象，运用基本的管理知识解决现实中的管理问题。

主要内容：管理学原理课程导论、认识管理、管理思想的形成及发展、决策、计划、战略、组织、组织文化、领导、控制、激励、沟通、管理创新、管理总述等内容。

教学要求：通过接受案例分析方法训练，学会运用管理案例分析方法；在本课程教学过程中要做到理论性、系统性

与实践应用性的结合，针对我国的管理实践，积极借鉴发达国家的先进的管理经验。

《市场调查与预测》

教学目标：通过课程学习，培养学生在互联网、大数据时代，掌握获取数据的多种方法并能够用统计学的相关理论进行数据的分析，同时掌握 EXCEL 简单的数据分析方法，最终撰写完整的市场调查报告。

主要内容：市场调查、市场预测两大块内容。市场调查包含市场调查概述、市场调查的原理、市场调查的技术方法、简单的 EXCEL 操作和问卷撰写；市场预测包含市场预测综述、非模型预测法、时间序列预测、回归分析预测及市场调查报告的撰写等内容。

教学要求：深度结合目前互联网和大数据环境下对数据的要求与理解，在教学过程中实践技能大于理论的要求，同时让学生掌握简单的 OFFICE 操作，提升学生计算机分析技能，同时要结合多种网络资源，丰富日常教学。

《公共关系》

教学目标：通过学习本课程，使学生能较深入地理解公共关系原理的整体结构和公共关系实务的可操作性。加强学生对公关关系的感知和操作，进一步提升从事公共关系工作的能力。通过教学，培养学生强烈的公关意识，让学生了解公共关系在组织中的地位和作用，掌握公共关系的基本原理，了解公共关系实务工作的基本方法和技巧，为日后的经营管理工作奠定基础。

主要内容：公共关系概述，公共关系组织，公共关系的公众及其心理研究，公共关系的传播媒介，公共关系的工作流程、组织形象分析与设计，公共关系协调，公共关系的危机管理，网络公共关系和公共关系专题活动等基本理论与基础知识。

教学要求：本课程是一门应用性较强的课程，要让学生能够运用基本原理解决实际问题，课堂研讨、模拟策划或实战性操作操作，因此，必须注重案例教学、课堂研讨及策划能力的培养；在教学的相应阶段，要求学生运用所学的知识，进行公关策划和公关实务操作，提交策划方案且能够在老师的指导下组织实施公关活动。

《服务营销》

教学目标：本课程教学目标在于向学生系统地阐述有关服务营销的基本知识和工具，使学生对服务营销相关理论的特点、包含的主要概念和理论、实践的主要工具有比较系统的掌握。同时，通过介绍国内外案例和最新理论研究动态，以及循序渐近的作业和讨论，加深学生对服务营销相关理论的理解，提高其分析和解决具体问题的能力。

主要内容：服务营销概述、服务市场分析、服务市场细分与定位、服务市场调研与预测、服务产品策略、服务国际化策略、服务客户与合同管理、服务营销理念的提升。

教学要求：明确课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对服务营销学科有一个总体的把握。牢固掌握服务营销学的基本概念，深刻理解服务营销学

的基本理论，掌握服务营销的基本原理和学科方法，了解服务营销学科的发展前沿。学会理论联系实际，掌握运用所学理论知识和服务营销学的原理和方法分析市场营销问题和具体案例的能力；学习掌握从服务营销业务实践中探索一般规律和理论概括的思维方法。

《市场营销沙盘综合实训》

教学目标：市场营销专业综合实训通过市场营销沙盘实训软件，让学生进行上机实战演练，模拟现实企业制定营销策略，训练学生正确的营销思维，培养学生良好的市场营销意识，提高学生的市场营销理论的应用能力和实践创新能力。

主要内容：企业经营沙盘模拟的背景、各个道具所代表的含义、企业经营沙盘模拟的规则、各个角色的具体分工和重要职责、企业简单的财务报表制作、企业经营沙盘的初始状况、对企业的战略规划、市场分析与预测，广告投放、产品开拓、市场开拓的策略、原材料采购的计算，企业生产的管理和控制、

教学要求：实训中要求学生通过模拟的电子软件操作，让学生能够快速的经营企业，重点培养学生的营销战略规划能力、市场研究及预测能力、市场开拓及运作能力、广告投放及市场销售能力。组织学生认真进行小组讨论，对模拟过程中的得、失不断总结，指导教师进行小组点评。

《现代推销技术》

教学目标：培养学生的推销能力，人际沟通能力，语言表达能力，待人接物过程中的仪容仪表仪态能力。同时，注重培养学生优秀的职业素养，为顶岗实习和步入社会参加实际工作，提前打下坚实的基础。

主要内容：推销过程中各种资料的准备、准备的过程及途径；判定目标顾客、寻找目标顾客；约见顾客、接近顾客的各种方法；推销洽谈、推销异议的处理；推销人员的招聘、选拔、培训，推销人员薪酬管理等内容。

教学要求：紧跟时代发展，立足于待人接物、推销的理论基础，结合当代消费者消费行为特点，实现推销方法的推陈出新。同时，注重课堂实际推销场景的演练，加强学生对理论的理解。

《新媒体营销》

教学目标：培养学生用互联网思维去思考营销问题，用大数据理念去思考客户需求问题，用人工智能去思考营销方法手段问题的能力。掌握各类新媒体的运用场合及新旧媒体的区别与联系。

主要内容：新媒体营销的概述、新媒体营销常见的方法及典型案例、微信营销与运用、微博营销、直播营销、社群营销、新媒体文案与策划等内容。

教学要求：经典案例引入、多媒体教学、网络视频、慕课资源等结合进行教学。同时，利用实训室、学生手机等可利用资源，让学生对新媒体的运作进行分析和简单操作，并引导学生时刻与时俱进，探索新媒体在不同行业的运用。

《广告与原理与实务》

教学目标：通过该课程的教学，通过该课程的学习，使学生在掌握广告学的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，又特别擅长于广告灵活运用的专门人才；在掌握广告基本原理的基础上，掌握广告营销方面的基本技能，培养既懂技术又懂市场营销的符合时代要求的人才。

主要内容：认识广告、广告策划概述、了解目标受众、制定广告策略、形成创意作品、达到目标受众、整合营销传播。

教学要求：本课程主要侧重于市场营销的基本概念、原理和方法，在讲授过程中指出重点和难点并提出要求，运用大量的案例进行教学并配合大量的实训，努力使同学们建立真实感，突出实用性，同时也能拓展同学们的知识面，培养其发现问题、分析问题和解决问题的能力。

《ERP 沙盘模拟实训》

教学目标：通过直观的企业经营沙盘模拟企业运行状况，让学生在分析市场、制定战略、组织生产、整体营销和财务结算等一系列活动中体会企业的经营运作。在各种决策的成功和失败的体验中，学习管理知识，掌握管理技巧，提高管理素质。

主要内容：岗位认识与人员定岗，模拟经营总规则，市场营销规则，生产管理规则，采购规划规则，财务预算与报

表规则，实际经营规则，四年期经营，六年期经营，市场分析与财务预算，电子工具的进入与财务预算处理等内容。

教学要求：该训练融角色扮演、案例分析、和专家诊断于一体，通过在 ERP 沙盘实训室直观的企业经营沙盘，来模拟企业运行状况，师生能够开展经管类、技能项目实训及竞赛备赛训练。

《品牌管理》

教学目标：通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握品牌的基本理论、基本知识和、品牌管理方法，充分认识在经济全球化背景下品牌的重要性，了解品牌的发展、品牌形象、品牌资产、品牌战略和品牌管理等方面的内容，并能合理地运用于营销实践活动。

主要内容：品牌理论、品牌定位、品牌个性、品牌成长、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护、品牌资产价值、品牌创新、品牌战略发展、品牌新领域。

教学要求：在教学实践中，要求课堂讲授与案例分析相结合，借助课堂讨论、社会实践、市场调查、品牌策划等多种形式，培养学生的知识应用能力和决策能力。

《组织行为学》

教学目标：通过教学使学生掌握组织行为学的基本知识、基本原理和研究方法，使学生对组织中人的行为的规律有较明确的了解，并能结合实践及时地协调个人、群体、组织之间的相互关系，充分发挥和调动人们的积极性、主动性

和创造性，有效的实现组织目标，取得最佳的经济效益和社会效益，成为一个合格的中高级管理人才。

教学内容：从个体、群体、组织和社会环境等方面，重点系统地研究组织中人的心理与行为的规律。有助于学生提高管理水平，特别是对于提高各级管理人员对所属员工的心理和行为的预测、引导和控制的能力；有助于学生了解如何及时地协调个人、群体、组织之间的相互关系；有助于引导学生充分发挥和调动其积极性、主动性和创造性，有效的实现组织目标，取得最佳的经济效益和社会效益。

教学要求：主要通过课堂教学、专题讲座、模拟案例等形式，利用各类网络资源和在线课程，如慕课、微课、在线精品课程等辅助开展课程教育。注重结合学生具体学情特征，利用关联度高的易于理解的案例，开展富有针对性、实效性的专业教育。

《人力资源管理》

教学目标：通过课程学习，让学生掌握人力资源管理的基本知识、基本原理，学会用人力资源管理理论分析和解决企业实际问题的方法。让学生了解社会企业实际工作过程中的工作心态、人际交往、薪资激励等。

主要内容：人力资源概述、人力资源规划、岗位分析、招聘管理、培训管理、绩效管理、薪酬与福利管理、职业生涯管理、劳动关系管理等内容。

教学要求：通过校企合作、企业人力资源 HR 讲座等形式，结合相关网络资源、多媒体讲授等方法进行教学。同时

结合学生的特点，引入社会企业对人才的需求，帮助学生进行职业规划等，加深学生对人力资源的理解。

《商务沟通与谈判》

教学目标：通过本课程的学习，使学生系统了解和认知商务谈判与推销活动的基本特征和规律，掌握商务谈判与沟通活动的基本理论、方法和策略，培养和提升学生从事谈判与推销工作的素质、能力和技巧。

主要内容：形象礼仪、社交礼仪、一般沟通、管理沟通、谈判准备、谈判开局、谈判磋商、谈判结束。

教学要求：通过本课程的学习，要求学生了解商务谈判人员所具备的基本素质和修养，理解商务谈判的过程和谈判前后所应准备的知识，掌握成功商务谈判的方法，使学生能够在现实的商务谈判中获取宝贵的经验，可以为整个营销计划出谋划策。

《营销策划》

教学目标：使学生了解和掌握市场营销策划的基本原理和基本知识，树立现代市场营销策划观念，懂得市场调研和营销策划的方法，初步掌握各种营销策略及其综合运用。培养学生应用市场营销原理解决企业营销实际问题的技能。

主要内容：营销策划概述、主题策划、消费者分析、营销环境分析的内容及方法、目标市场与市场定位、营销组合策划、营销策划方案的撰写等内容。

教学要求：理论与实践结合，通过网络资源、经典策划案例等引入进行营销策划理论的教育。同时，能够通过让学

生利用业余时间参观各商场、房产等企业的案场设计，总结策划工具及策划方法，帮助学生学以致用。

《网络营销》

教学目标：培养学生用互联网思维去思考营销问题，用大数据理念去思考客户需求问题，用人工智能去思考营销方法手段问题的能力。向学生完整介绍网络营销的知识体系与研究方法，使学生系统掌握网络营销的基本原理和方法。

主要内容：网络营销概述、网络营销环境分析、网络营销调研方法、网络时代消费者特点分析、网络市场细分理论、网络时代 4P 理论及与传统 4P 理论的对比分析、客户关系管理、搜索引擎、两微一端、自媒体、媒体融合等网络营销新方法等内容。

教学要求：各类网络营销方法、视频展示、讲座引入等方法结合进行教学。同时，能够结合学生自身特点，及时更新教师知识库，帮助学生站在新时代背景下思考网络营销的方法及实际运用。

《销售管理》

教学目标：通过学习销售管理，使学生掌握销售管理的理论知识和操作技能，在企业销售领域中具有分析、解决管理实务问题的能力。为学生继续学习和以后从事企业销售活动打下必要的基础，并增强学生对企业销售活动计划、组织、培训、指导、激励与评估的适应能力和创造能力。

主要内容：销售管理概述，公司的组织、战略与发展目标，团队的组建与培训，销售的执行，销售的管理与控制，

销售份额反馈与绩效管理，国际销售业务与跨文化交际，互联网+环境下的业务新常态等。

教学目标：授课时，应将课堂讲授、多媒体授课、综合实习等结合起来，以企业实际销售案例为依据，综合评价学生对课程知识点掌握的程度，着重培养学生的分析能力，管理能力，创造能力。

《连锁经营管理》

教学目标：通过本课程的教学让学生认识企业连锁经营的运营方法和特点，并能够区分市场上不同企业的连锁经营模式。同时，能够帮助学生在日后创新创业过程中树立企业发展的形式，并加深学生在进行相关企业产品或服务推售时的概念理解。

主要内容：连锁经营的本质与发展、连锁经营的概述；正规连锁、特许连锁、自由连锁等连锁经营模式；连锁超市、连锁便利店、连锁百货店、连锁专卖店等连锁经营业态；管理体系建设；连锁企业店铺的开发与设计；品类管理、采购流程、价格管理与分析等内容。

教学要求：案例分析、企业参观、慕课资源、网络资源等多种途径的综合教学。同时，能够通过校企合作等形式，提升学生对不同连锁经营模式的理解及掌握详细的经营特点，并能够帮助学生分析不同业态的特点及对人才的需求导向。

《商业 POP 海报设计》

教学目标：教会学生 POP 设计前期的市场调研和分析工作；教会学生整体 POP 设计方案的工作；教会学生做设计的综合表现工作；教会学生做平面和立体 POP 工作。

主要内容：认识 POP 广告、POP 广告的定义、POP 广告的功能和分类、手绘 POP 工具的了解、手绘 POP 的构成要素、常用 POP 字体、插图制作方法、手绘海报的设计制作技巧等内容。

教学要求：通过对 POP 设计案例的分析，让学生掌握 POP 海报的设计程序和方法，在调研的基础上进行创意的开发深化，并选择适当的设计形式、设计技法，按照设计程序进行 POP 设计和展开应用设计。注意引导学生多看、多分析、多临摹优秀作品，提高审美和设计思维。

七、教学进程总体安排（见附表）

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25 : 1, 双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%, 教师队伍职称、年龄结构合理。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销专业或相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和

科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人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专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称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。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

（1）营销业务综合实训室

营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1~6 人/台）、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无

线路 由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能 实训、综合实训。

（2）营销新技术实训室

营销新技术实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1~2 人/台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备服务器、无线 路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号、液晶电视、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地基本要求

建设有稳定的校外实训基地，能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实 训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

建设有稳定的校外实习基地，能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实 习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

建设有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；开发有信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提

升教学效果。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

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

2. 图书文献配备基本要求

图书文献能满足人才培养、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：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

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

（四）教学方法

1. 任务驱动教学法：课程设计以职业需求的工作过程为导向，以能力为目标，设置真实教学情景，以项目任务为课程训练载体，采用任务驱动的方法组织教学活动，学生主动参与，案例讨论、操作，带着任务和问题学知识、练技能，提高学生学习的积极性。

2. 理论与实践一体化教学：从感性经验、模糊理解入手，实践先行，老师带领学生完成任务，并讲解完成任务过程中

运用的知识及方法。完成任务后，归纳总结上升至系统的理论。最终要求学生“理解、记忆、应用”。整个教学过程理论与实践一体化。

3. 讲练结合，互动式教学：在实践的基础上，将基本概念、原理、方法及重要内容浓缩在一定时间内，讲深讲透，空余出时间安排一定的讨论和解疑。创设工作情境，进行案例分析，使学生进行有针对性的训练。

4. 在教学过程中，还应利用多媒体演示等手段辅助教学，帮助学生更好的理解市场营销专业各门课程的具体运用。

（五）学习评价

1. 教师在教学任务结束后，应对教学模式、教学方法和手段、教学过程、试卷和成绩等写出分析报告。

2. 教研室在该课程的教学结束后，组织教研室教师进行学生评价、行业评价、专家评价、社会评价工作。

3. 突出过程评价和阶段评价，结合课堂提问、教学任务和期末考试进行综合评价。

（六）质量管理

1. 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. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，

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

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

4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满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。

十、附录

（一）市场营销专业教学进程安排表；

（二）教学计划变更申请表。

市场营销专业教学进程安排表

市场营销专业教学进程安排表																	
模块名称 及比例			序 号	课程名称 及编码	学 分	总学时	学时分配		学 期 及 周 学 时						考试安排		开课 部门
							理论	实践	一	二	三	四	五	六	考试	考察	
									20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周			
基本素质模块	必修	人文素质	1	思想道德修养与法律基础 200033 200038	3	68	48	20	2 (12周)	2 (12周)					1	2	思政部
			2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 200040	4	80	56	24			2 (14周)	2 (14周)			3	4	思政部
			3	大学生职业发展与就业指导 200005 200006	1	38	28	10	2(8周)			2(6周)				1、4	思政部
			4	形势与政策 200001 200002	1	64	28	36		2(8周)	2(6周)					2、3	思政部
			5	大学生创新创业教育 200047	2	32	20	12			1						思政部
			6	大学生安全教育 220390	1	12	6	6	第1周							1	保卫处
			7	军事理论 220389	2	36	4	32	2							1	保卫处
			8	心理健康 180113	1	18	12	6	1							1	基础部
			9	体育 170023 170024	4	80	10	70	2	2					1、2		艺体部
			10	英语视听说 140398	2	40	10	30	2							1	外语系
			11	现代实用礼仪 170008	2	40	10	30	2							1	艺体部
			12	综合英语 1 220290	2	40	32	8		2					2		外语系
			13	演讲与口才	2	40	10	30		2						2	基础部

职业核	必修	专业基础		180127											
			14	形体艺术 170004	2	40	4	36		2				3	艺体部
			15	应用文写作 180006	2	40	20	20		2				4	基础部
			1	跨文化商务交际实 训 220191	2	40	30	10	2					1	经贸系
			2	办公软件高级应用	2	40	20	20	2					1	信工系
			3	经济学（经贸） 220002	4	80	64	16	4				1		经贸系
			4	财务管理 220010	2	40	30	10	2				1		经贸系
			5	photoshop 设计基础 220232	2	40	20	20	2					2	经贸系
			6	消费心理学 220007	2	40	32	8	2				2		基础部
			7	中华商业文化	2	40	32	8	2					2	经贸系
			8	跨文化实用交际 220377	2	40	30	10		2				3	经贸系
			9	电子商务 220254	2	40	30	10		2			3		经贸系
			10	企业管理	2	40	30	10		2			3		经贸系
			11	商品学 220165	2	40	30	10		2			3		经贸系
			12	市场营销专业英语 220292	2	40	30	10			2		4		经贸系
			13	供应链管理 220324	2	40	30	10			2			4	经贸系
			小 计 1		59	1228	726	502	21	14	13	8			
职业核	必修	职业知识	1	市场营销 220025	4	80	60	20	4				1		经贸系
			2	客户关系管理与服 务	2	40	30	10	2				1		经贸系

心能力模块	与技能		220149													
		3	国际贸易（经贸） 220082	2	40	30	10	2					1		经贸系	
		4	管理学原理 220004	2	80	60	20		4				2		经贸系	
		5	市场调查与预测 220005	2	80	40	40		4				2		经贸系	
		6	公共关系学 220057	2	40	30	10		2					2	经贸系	
		7	服务营销 220088	2	40	30	10		2					2	经贸系	
		8	市场营销沙盘综合实训	2	40	10	30		2					2	经贸系	
		9	现代推销技术 220006	2	40	20	20			2				3	经贸系	
		10	新媒体营销	2	40	30	10			2			3		经贸系	
		11	广告原理与实务 220106	2	40	30	10			2			3		经贸系	
		12	ERP 沙盘模拟实训 220167	2	40	20	60			4				3	经贸系	
		13	品牌管理 220317	2	40	30	10			2			3		经贸系	
		14	组织行为学 220376	2	40	20	20				2			4	经贸系	
		15	人力资源管理 220204	2	40	20	20				2				4	经贸系
		16	商务沟通与谈判 220085	2	40	20	20				2			4		经贸系
		17	营销策划	2	40	20	20				2				4	经贸系
		18	网络营销 220084	2	40	20	20				2			4		经贸系
		19	销售管理	2	40	30	10				2			4		经贸系

			20	连锁经营管理 220122	2	40	30	10				2				4	经贸系	
			21	商业 POP 海报设计 220327	2	40	20	20				2				4	经贸系	
		小计 2			50	1000	600	400	8	14	12	16						
职业素质拓展模块	限选	专业拓展	1	网店运营与推广	2	40	20	20			2						经贸系	
			2	社群营销	2	40	20	20				2					经贸系	
			3	奢侈品管理	2	40	20	20			2						经贸系	
			4	创业博弈实训	2	40	10	30				2					经贸系	
		人文拓展	1	商业摄影	2	40	10	30			2							经贸系
			2	国学经典	2	40	10	30		2								基础部
			3	音乐欣赏	2	40	10	30	2									艺体部
		小 计 3			14	280	110	170	2	2	6	4						
实践教学模块	必修	实习实训	1	专业认知教育	1	10	5	5	4(第 1 周)								经贸系	
			2	市场营销企业认知 见习	2	40	10	30		3 天	3 天						经贸系	
			3	毕业论文（设计）	12	360	60	300						12 周			经贸系	
			4	顶岗实习	20	600	0	600						实习				经贸系
			5	军事技能	2	112	0	112	2 周									保卫处
		小计 4			37	1122	75	1047										
总 计				146	3350	1401	1949	29	28	25	24							
专业负责人			玄欣田			执笔人			李颖			审核人			孙权、张翠娟			

郑州旅游职业学院教学计划变更申请表

系：

填表日期：

计划变更专业				计划适用年级			
计划变更形式		调整 <input type="checkbox"/> 取消 <input type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/>					
教 学 计 划 变 更 详 细 内 容							
教 学 计 划 调 整 内 容	调整前	原课程名称及代码		原开课学期			原开课周次
				20 -20 学年第 学期			第 周至第 周
		原学分	原总学时	原学时构成			原考核形式
				讲授	实践	其它	
	调整后	现课程名称及代码		现开课学期			现开课周次
				20 -20 学年第 学期			第 周至第 周
		现学分	现总学时	现学时构成			现考核形式
				讲授	实践	其它	
调整原因（可附页）							
教 学 计 划 增 加 、 取 消 内 容	课程名称及代码			开课学期		开课周次	
				20 -20 学年第 学期		第 周至第 周	
	课程类别	学分	总学时	学时构成			考核形式
				讲授	实验	其它	
增加（取消）原因（可附页）：							
教 研 室 主 任 意 见	系 主 任 意 见		教 务 处 意 见		签字（盖章）：		
签字：		签字（盖章）：		签字（盖章）：			
年 月 日		年 月 日		年 月 日			

注：本表一式两份，一份交教务科，一份由系保存