

湖北财税职业学院

2020 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：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

高职学历教育修业年限以 3 年为主，可以根据学生灵活学习需要合理、弹性安排学习时间。

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)	主要岗位群或技术领 域举例
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

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，较强的社会责任意识和担当以及可持续发展的能力；掌握营销组织、营销管理和营销

调研、营销策划等知识和技术技能，面向各行各业，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销售能手、营销策划和管理精英、创新创业实干人才。

（二）培养规格

1、素质

（1）思想道德素质

①热爱祖国，拥护中国共产党的领导，拥护党的基本路线、方针政策，努力为人民服务，有事业心和责任感，能吃苦耐劳；

②拥护宪法，有民主、法制观念和公民意识，知法、懂法、守法；

③树立科学的世界观和方法论，有正确的人生观和世界观、价值观；

④遵守职业道德，有理想、有道德、有纪律、有文化，具有社会道德，爱岗、敬业；

⑤具有高尚的人格品德，自尊、自强、自立、自爱、自重。

（2）专业素质

①掌握人文社科基础知识，能运用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论分析问题，解决问题；掌握法律基础知识，能运用法律维护社会公共利益和个人合法权益；

②具有专业技术素质，能利用管理学和营销学知识组织和执行企业的营销管理；能利用市场调研知识分析解决一定的实际营销问题；能利用营销知识和促销方法解决现场问题；

③具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。

（3）身体心理素质

①掌握科学锻炼身体的基本技能，养成科学锻炼身体习惯，讲究卫生保健，达到国家大学生体育合格标准，身体健康；

②有健康的心理素质，良好的文化修养。思维敏捷，思路开阔，逻辑性强，有信心、决心和恒心，沉着、理智、坦诚、热情、乐观、刚毅，能正确控制自己的情绪，情感丰富。

2、知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知

识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

(3) 掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识；

(4) 掌握本专业必备的经济学、管理学的基本知识；

(5) 掌握本专业必需的市场营销、市场调研、营销策划、广告学、客户关系管理、商务谈判、公共关系等知识；

(6) 具有一定的电子商务、国际贸易知识；

(7) 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) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

(4) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

(5) 能够组织实施推销和商业谈判；

(6) 能够对客户关系和销售进行日常管理；

(7) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；

(8) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；

(9) 具备商务礼仪规范应用能力。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程及专业（技能）课程。

(一) 课程体系表

必修课	公共基础课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、大学语文、大学英语、体育、计算机应用基础、大学生职业发展与就业指导、心灵解码-大学生心理健康教育、形势与政策、军事理论、安全教育、经济应用文写作
	专业基础课	管理基础与实务、商务沟通与礼仪、市场营销基础、国际贸易理论与实务、市场调查与分析、商务会计、统计基础、网店运用实务

	专业核心课	商务谈判、营销策划、推销技术、广告实务、市场营销技能实训
选修课	专业选修课	客户关系管理、营销心理学、营销综合实训、公共关系、网络营销基础、人力资源管理
	公共选修课	企业文化、市场营销基础、商务谈判、管理基础与实务、商务沟通与礼仪、学院慕课选修课、其他学院公选课

(二) 公共基础课程

1、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程代码：0000003 课程类别：公共基础课

基准学时：64 学分：4

课程目标：掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质，培养学生政治参与热情和观察、适应和改造社会的能力，坚定中国特色社会主义理想信念。

课程主要内容：中国化马克思主义的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义

考核方式：考查

2、《思想道德修养与法律基础》

课程代码：0000001 课程类别：公共基础课

基准学时：48 学分：3

课程目标：培养大学生良好的思想道德素质和法律素质，树立正确的世界观、人生观、价值观，解决成长成才过程中遇到的实际问题。

课程主要内容：理想信念、世界观、人生观、价值观、道德观、法制观教育

考核方式：考查

3、《大学语文》

课程代码：0000005 课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：38 学分：3

课程目标：知晓古今中外文学名篇、文化大家，了解古今中外文学、文化现象，通过观察生活、参与课堂讨论，旨在培养学生听说读写思的表达能力、沟通能力，做到能说会写，提高汉语言表达能力及人文素养。

课程主要内容：中国古代文学简史、中国古代文化专题、先秦诸子、唐诗、

宋词、网络文学、现当代名家名作、外国文化概述

考核方式：考查

4、《大学英语》

课程代码：0501034

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：148

先修课程：无

学分：3

课程目标：以职场交际为目标,以应用为目的,培养学生实际应用英语的能力,特别是听说能力,使他们能在日常活动与未来职业相关的业务活动中进行一般的口头和书面交流;同时掌握有效的学习方法,增强自主学习能力,提高综合文化素养;为他们提升就业竞争力及今后的可持续发展打下良好的基础。

课程主要内容：基础英语、英语应用能力考试（A级）培训等。

考核方式：考试

5、《体育》

课程代码：0000007

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：114

学分：3

课程目标：熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能,能科学的进行体育锻炼,提高自己的运动能力,掌握常见运动创伤的处理方法。积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯,基本形成终生体育的意识。

课程主要内容：田径、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、健美操形体、武术及身体素质练习等。

考核方法：考查

6、《计算机应用基础》

课程代码：0401020

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：76

学分：3

课程目标：了解计算机基础知识,熟练应用 Windows 操作系统,掌握办公自动化必需的操作技能,了解计算机网络技术及基本应用技能,为进一步学习和应用计算机打下坚实的技能基础。

课程主要内容：计算机基础知识、Windows 7 操作系统、OFFICE 2010 软件中的文字处理软件 WORD、电子表格处理软件 EXCEL、演示文稿软件 POWERPOINT、计算机网络技术及应用。

考核方式：考查

7、《大学生职业发展与就业指导》

课程代码：0701010

课程类别：公共基础

基准学时：36

学分：3

课程目标：了解职业发展的阶段特点，掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，使学生较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，树立正确的职业理想和职业观、成才观，提升职业素养，提高职业生涯管理能力。

课程主要内容：自我认知、环境认知、职业生涯规划的方法、目标设定、职业决策、生涯规划的制作

考核方式：考查

8、《心灵解码——大学生心理健康教育》

课程代码：0701011

课程类别：公共基础课

基准学时：32

学分：2

课程目标：通过心理健康知识的学习与相关活动的体验，使学生能够关注自我及他人的心理健康，树立起维护心理健康的意识，同时掌握一定的心理调节技能，能从容地应对生活。

课程主要内容：心灯燃起照我心——认识自我，此时情绪此时天——情绪调控，寻宝书山游学海——学习心理，精诚所至愿同舟——人际交往，羞答答的玫瑰静悄悄地开——恋爱和性，雾里看花 水中望月——网络世界，心病还需心药医——心理困惑及异常心理，绽放生命心飞扬——心理危机干预

考核方式：平时成绩（20%）+实践考核（30%）+期末考试成绩（50%）

9、《形势与政策》

课程代码：0000034

课程类别：公共基础课

基准学时：第一学期 16 第二学期 16 学分：2

课程目标：树立科学的形势观和政策观，掌握科学分析国内形势的方法，形成正确理解党的路线、方针和政策的立场、观点，为正确把握国内外形势与政策发展趋势积累经验和智慧。

课程主要内容：党中央重要会议精神、国家领导人重要讲话精神、国内经济政治发展趋势、国际热点事件、大国关系

考核方式：考查

10、《军事理论》

课程代码：0401020 基准学时：36 学时 学分：2 分

课程目标：课程以 2018 年军事理论教学大纲为指导，确立习近平强军思想在国防和军队建设的指导地位。由来自国防大学、海军指挥学院等多所院校相关专业领域的教师担任课程视频教程的授课教师。航天英雄杨利伟将军，著名军事学家尹卓将军等多位将军，都曾作为跨校直播互动课的主讲老师走进大学课堂，带给学生们第一线的军事时事解读及专业知识。课程力求“润物无声、桃李不言”的境界，培养大学生“国家兴亡、匹夫有责”的爱国情怀。

11、《大学生安全教育》

课程代码：0000077

课程类别：公共基础课（必修）

基准学时：36 学时

参考学分：2

课程目标：

大学生牢固掌握与安全相关的法律法规和校纪校规，树立安全第一意识，树立积极正确的安全观，通过安全教育相关理论课程和实践课程，大学生应当掌握安全防范技能、防灾避险能力、安全信息搜索与安全管理技能，掌握以保护个人生命财产安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。

课程主要内容：

树立安全意识，履行维护国家安全的公民职责，保护自我人身财产安全，心理健康与人格培养，共建安全和谐网络家园，消防常识自救与逃生，急救与保险知识，预防疾病意识

考核方法：考查

12、《经济应用文写作》

课程代码：0000010

课程类别：专业选修课

基准学时：76

学分：3

课程目标：了解应用文平实理性的行文风格，熟练掌握日用文书写作格式及技巧，会写事务文书，能起草行政公文，懂得经济领域各类专业文书写法，旨在提高职场写作能力。

课程主要内容：应用文文体风格、求职简历、计划、总结、通知、请示、合同、市场调查报告、招投标书、起诉状、毕业论文

考核方式：考查

(三)专业（技能）课程

1、《管理基础与实务》

课程代码：0301012

课程类别：专业基础课

基准学时：76

学分：4

先修课程：无

课程目标：通过该课程的教学，使学生在掌握管理的理论框架基础上，能够认识管理活动的各项职能和管理活动的各种规律，并能运用所学的管理思想和管理方法分析并解决实际问题。了解管理学发展的新趋势及其面临的挑战，同时为学习其他专业课程打下基础。

课程主要内容：《管理基础与实务》课程所讲授的是各类组织管理活动的原理和一般规律以及管理技巧运用，是经济与管理两大类学科学生学习其他专业课程的前提和基础，是经济与管理类人员从事实际工作所必须具备的基本知识，因此在课程体系中具有重要的地位，是经济管理类专业学生的专业基础必修课程。

考核方式：考试

2、《商务沟通与礼仪》

课程代码：0301019

课程类别：专业基础课

基准学时：76

学分：4

先修课程：无

课程目标：本课程的教学目的是使学生掌握商务礼仪的基本知识和操作方法，并有意识地运用礼仪，以便今后在职业生涯中更好的发挥自己。

课程主要内容：《商务礼仪》是市场营销专业的一门专业基础课程，也是其它专业的一门选修课程。在商务活动中，为了体现相互尊重，需要通过一些行为准则去约束人们在商务活动中的方方面面，是商务活动中的行为准则，这其中包括仪表礼仪，言谈举止，书信来往，电话沟通等技巧，具有较强的普遍应用性。

考核方式：考试

3、《市场营销基础》

课程代码：0301017

课程类别：专业基础课

基准学时：72

学分：5

先修课程：无

课程目标：该课程立足于提高学生营销综合能力，以准确阐述营销基本概念、基本原理、基本方法，搭建学生基本知识体系入手，力图让学生建立正确的营销观念，掌握营销组织管理的内容和方法，培养其营销活动能力。

课程主要内容：《市场营销实务》是针对市场营销专业的学生开设的专业课程。该课程能使学生提高分析市场、测算市场容量、收集信息、识别市场机会的能力，也能提高学生定位选择和制定相关营销策略的能力，从而更好进行产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动。

考核方式：考试

4、《国际贸易理论与实务》

课程代码：0301004

课程类别：专业基础课

基准学时：76

学分：4

先修课程：无

课程目标：通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握国际贸易的相关知识、技能，能独立地开展贸易实务工作，具备一定的外贸销售实践能力，使学生走上工作岗位后能在短时间内胜任外贸相关工作。

课程主要内容：《国际贸易理论与实务》是针对市场营销专业的学生开设的核心专业课程，主要内容涵盖了国际贸易的基础理论、跨国公司与国际服务贸易、国际贸易政策与措施、区域经济一体化与世界贸易组织、商品的一般描述、国际贸易术语与价格条款、国际货物运输、国际货物运输保险、国际货款结算、争议的预防与处理、进出口合同的磋商与签订、进口合同的履行、出口合同的履行、国际贸易方式等。

考核方式：考查

5、《市场调查与分析》

课程代码：0301003

课程类别：专业核心课

基准学时：80

学分：5

先修课程：市场营销实务

课程目标：通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握市场调查与预测的相关知识、技能，能独立地开展市场调查和预测工作，具备一定的

市场调查与预测分析的实践能力,使学生走上工作岗位后能在短时间内胜任市场调查和预测相关工作。

课程主要内容:《市场调查与分析》是针对市场营销专业的学生开设的核心专业课程,是关于经济领域统计调查方法及其应用的科学。内容涵盖市场调查的观感与认识、市场调查目标的确立、市场调查方案的制订、市场调查方法的选择、市场调查问卷的制作、市场调查活动的组织、市场调查资料的整理、市场调查资料的分析、市场发展趋势的预测、市场调查报告的编写。

考核方式:考试

6、《商务会计》

课程代码: 0301026

课程类别: 专业基础课

基准学时: 80

学分: 5

先修课程: 无

课程目标: 通过该课程的学习,要求学生掌握商务会计的基础理论、基础知识和基本的帐务处理技巧与盈亏核算方法,并能在营销实践中运用这些理论与知识进行基本的业务核算,具备基本的报表分析能力。

课程主要内容:《商务会计》作为经济管理类专业的专业基础课,主要内容包括商务会计的基本概念、商务会计核算的基本原理和方法、借贷记账法在商品采购、商品销售等环节的核算,财务成果的核算和会计报表的编制和分析。

考核方式: 考查

7、《统计基础》

课程代码: 0301016

课程类别: 专业基础课

基准学时: 72

学分: 4

先修课程: 无

课程目标: 通过该课程的学习,要求学生掌握收集、整理、分析各种数据的方式和方法,为在商业活动中的经营管理提供决策依据。

课程主要内容:《商务统计》主要介绍在商务经济管理活动当中常用的一些统计描述和统计推断的方法,是进一步学习其它专业课程的基础。主要内容包括如何使用图表和统计指标对数据进行整理和描述、抽样分布、点估计、区间估计、回归分析等。

考核方式：考查

8、《网店运营实务》

课程代码：0302027

课程类别：专业基础课

基准学时：76

学分：4

课程目标：使学生具备网店前期策划，网店模板设计，网店装修，宝贝文案设计，店外常规推广，宝贝排名优化，网店数据统计，网店流量分析，网店广告投放等技能。

课程主要内容：淘宝网为依托，根据网店岗位职能的需求，详实地讲解了网店运营的包括电子商务与网络零售概述、职前准备、网店日常运营管理、网店工具的运用、商品拍摄与网店美化、网店推广与营销、物流与配送、淘宝商城八大章节的每个环节和步骤。

考核方式：考查

9、《商务谈判》

课程代码：0302009

课程类别：专业核心课

基准学时：72

学分：4

先修课程：无

课程目标：通过该课程的学习，要求学生掌握商务谈判的基础知识、技巧与理论，掌握商务谈判的程序与内容，并能在实践中运用这些理论与技巧进行商务谈判，使学生具备谈判者应具备的素质和条件。

课程主要内容：《商务谈判》作为经济管理类学生的专业必修课和其他专业学生的选修课。内容涵盖商务谈判概述，商务谈判准备，谈判者素质与谈判心理，商务谈判过程，商务谈判语言技巧，商务谈判策略，商务谈判中僵局的处理，谈判合同的履行，商务谈判的礼仪与禁忌，国际商务谈判中的文化差异及谈判风格，模拟商务谈判实训与商务谈判典型案例。

考核方式：考试

10、《营销策划》

课程代码：0301005

课程类别：专业核心课

基准学时：80

学分：5

先修课程：市场营销实务

课程目标：通过该课程的学习，使学生掌握市场营销策划的基本原理；了解

市场营销策划的准备工作；熟练掌握企业营销战略策划和产品策划、价格策划、销售渠道策划、促销策划的内容、方法和步骤以及营销策划书的制作和营销策划方案的实施和控制，提高学生对企业经营活动的分析、判断和策划能力。

课程主要内容：《营销策划》是建立在经济科学、行为科学、市场营销学和现代管理理论基础之上的一门应用性科学，属于管理学范畴。是针对市场营销专业学生开设的专业核心课程。内容涵盖市场营销策划的基本原理、基本原则、基本程序、基本方法，营销策划人员的能力和素质，营销策划的创意，企业形象策划，品牌策划，新产品开发与推广策划，新市场拓展策划，市场促销策划，营销策划书的制作及营销策划方案的实施、控制等。

考核方式：考试

11、《推销技术》

课程代码：0301022

课程类别：专业核心课

基准学时：76

学分：4

先修课程：市场营销实务

课程目标：通过该课程的学习，使学生以推销工作过程和工作任务为中心，让学生在掌握推销理论知识与技能的同时，学会完成相应的工作任务，养成良好的职业品格，突出对学生职业能力的训练。

课程主要内容：《推销技巧与实务》是研究以满足顾客消费需求为中心的推销活动及其规律性的交叉性应用科学，其概括了现代推销的基本理论知识并涵盖推销这一职业所应具备的基本技能和职业要求，具有极强的实际应用价值，因此受到企业界和其他社会各界的广泛重视。内容涵盖认识推销、进行推销准备、如何寻找顾客、成功接近顾客、推销洽谈技巧、推销交易达成、推销成交后工作等工作项目。

考核方式：考试

12、《广告实务》

课程代码：0301020

课程类别：专业核心课

基准学时：76

学分：4

先修课程：营销策划

课程目标：学生通过该课程的学习，要求掌握学科的基本概念、基本原理和

基本方法，包括国内外广告活动理论与实践的最新发展。通过紧密联系实际，具备分析案例、解决实际问题的能力。把课堂学习与学科理论的学习融入对广告活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。

课程主要内容：《广告实务》是针对市场营销专业的学生开设的专业课程之一。它是研究广告活动的过程及其规律的科学，包括广告传播的演进、广告运作的基本原理和规则、广告活动的管理等多方面的内容。

考核方式：考查

13、《市场营销技能实训》

课程代码：0301033

课程类别：专业核心课

基准学时：76

学分：4

先修课程：市场营销、市场调查与预测、营销策划

课程目标：《营销技能实训》课程通过市场信息分析、目标市场选择、营销策略策划、会计报表分析等市场营销核心技能的训练，全方位培养学生在组织管理、团队合作、创新思维等方面的职业素养，推进专业建设对接产业发展、人才培养过程深度校企合作，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。

课程主要内容：市场营销技能实训包括营销实战展示、商务数据分析和情境营销三个模块。其中，营销实战展示模块包括营销过程中市场调查、产品促销、电话推销、网络客服、大客户拜访等各类典型职业活动的方案设计、组织落实、过程管理等基本专业技能，以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素质；商务数据分析模块包括商品分类、商务数据采集与分析等基本专业技能；情境营销模块包括目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等基本专业技能，培养学生对充分竞争市场的综合判断分析能力。

考核方式：考查

14、《客户关系管理》

课程代码：0301025

课程类别：专业选修课

基准学时：76

学分：4

先修课程：市场营销实务

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握客户关系管理的理论渊源、CRM

系统的构成、CRM 系统的实际应用，培养学生在客户关系管理系统方面的实际应用能力，为将来从事客户关系管理工作和研究、开发、实施 CRM 系统奠定坚实的基础。

课程主要内容：该课程以实际工作的任务与能力要求为引领，以企业市场营销活动中客户关系管理为主线，内容突出对客户关系管理技能的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行。教学过程中，要通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。

考核方式：考查

15、《营销心理学》

课程代码：0301002

课程类别：专业选修课

基准学时：76

学分：4

先修课程：商务谈判、市场营销实务

课程目标：本课程的目的是使学生掌握市场营销各个环节、各个参与者心理活动的规律性和特殊性，通过掌握相关的知识初步形成解决实际问题的能力。

课程主要内容：《销售心理学》是一门主要阐述了顾客一般心理、营销过程心理和营销人员心理的课程。该课程从心理学角度解读销售活动，涉及心理学和营销学两个学科的内容，以销售活动为主线，配合相关的心理学术语，系统而科学地讲述了心理学在销售活动中的应用。

考核方式：考查

16、《营销综合实训》

课程代码：0301024

课程类别：专业选修课

基准学时：76

学分：4

先修课程：市场调查与分析、营销策划

课程目标：该课程充分体现出“以行业为导向，以能力为本，以学生为中心”的风格，通过实用性和前瞻性教学实训，与就业市场紧密结合，启发学生创新意识，强化对学生团队合作能力和营销实战能力的培养。

课程主要内容：《营销综合实训》力求从实际应用的需要出发，尽量减少枯燥、实用性不强的理论灌输，引入大量鲜明实用的实训案例进行分析，紧密结合

实际。课程包括基础训练——营销职业综合素质实训、营销模拟——营销专项职业技能训练、营销实战——营销综合能力训练三大模块，涵盖营销素质培养、营销组织与管理、企业营销、实战销售与专项营销策划等，着力提高学生的综合营销能力。

考核方式：考查

17、《公共关系》

课程代码：0301041

课程类别：专业选修课

基准学时：38

学分：4

课程目标：通过该课程的学习，使学生掌握公共关系学的基本原理、基本方法和基本技能，树立公共关系为市场经济服务、为社会发展服务的观念，以掌握公共关系为社会实践服务的本领。

课程主要内容：公共关系的基本内涵、定义、研究对象与研究范畴；公共关系产生和发展的历史、公共关系观念的形成；公共关系的基本职能；公共关系组织机构的类型及其特征；公共关系从业人员的类型及其工作范围，选拔公关人员的基本原则；公共关系工作对象和工作类型；组织内部公共关系工作的开展、组织外部公共关系工作的开展；公共关系四步工作法的实施；企业 CIS 战略工作的导入；公共关系日常活动和专项活动的开展；公共关系广告、公共关系礼仪；公共关系新闻传播；公关案例分析。

考核方式：考查

18、网络营销基础

课程代码：0402031

课程类别：专业选修课

基准学时：76

学分：4

课程目标：通过本课程的学习，能够使学生全面掌握有关网络营销各个方面的基本知识，能开阔学生思维，为学生对网络营销有全方位的认识奠定思维基础，能紧扣网络营销实践，结合网络的特点，理解网络营销与传统市场营销的区别，能利用网络优势提高从事营销活动的技巧，能掌握现代商务管理技能，提高学生的实践能力。

课程主要内容：网络营销与传统市场营销的关系；网络环境下消费需求、顾客行为、厂商行为等对网络营销的影响；掌握网络营销的基础理论、工具和实

施方法；掌握网络环境下的营销策略，学习在互联网条件下如何有效地开展营销活动。

考核方式：考查

19、人力资源管理

课程代码：0305009 课程类别：专业选修课

基准学时：76 学分：4

课程目标：本课程的目的是使学生认识人力资源在经济、社会发展中的地位作用；掌握人力资源管理的基本理论、基本知识和基本方法；培养从事人力资源管理工作的能力；为其他专业课的学习和今后的工作奠定基础。

课程主要内容：《人力资源管理》课程是阐述开发人力资源，提高人力资源素质以及如何合理使用人力资源的理论、原则、方法的科学。它是为培养学生的人力资源管理的基本理论、知识和能力设置的一门课程。

考核方式：考查

七、教学进程总体安排

（一）各教学环节周数分配表

各教学环节周数分配表

学 年	学 期	入 学 教 育	课 堂 教 学	停 课 实 习 实 训	考 证 考 级	毕 业 顶 岗 实 习	机 动	考 试	合 计
1	1	3	17				1	1	22
	2		16				1	1	18
2	3		18	1			1	1	21
	4		17				1	1	19
3	5		17	1			1	1	20
	6					18	1	1	20
合计		2	82	2		18	10	6	120

（二）实践教学环节分配表

实践教学环节分配表

序号	名 称	简称	周数	学分数	各学期实践环节安排周数	实践基地
----	-----	----	----	-----	-------------	------

					一	二	三	四	五	六	
1	军事技能		3	2	2						校内
2	VBSE 综合实训		1	2					1		校内
3	社会实践		2	2							校外
4	专业综合实训		1	2			1				校内
5	劳动教育			3							校内
6	毕业顶岗实习		18	16						18	校外
合计			25	27	2		1		1	18	

(三) 各学年规定学分及最低毕业要求

各学年规定学分及最低毕业要求

类别			各年规定学分			最低毕业要求		
			1	2	3	学时数	学分数	学时占比 (%)
课 堂 教 学	必 修 课	公共基础课	28	5	3	736	36	26.47
		专业基础课	17	9	4	528	30	18.99
		专业核心课	4	22	0	460	26	16.55
	选 修 课	专业选修课	0	4	8	228	12	8.20
		公共选修课	2	6	2	188	10	6.76
	小计		51	46	17	小计学时(理论/实 践)2140(1360/780)	114	76.98
	实践性教学			3	5	19	640	27
合计			54	51	36	2780	141	理论:实 践 (1:1.04)

(四) 教学进程安排表

类别	序号	课程名称		考试类别	学时数			总学 分	各学期周学时分配					
					合	理	实		一	二	三	四	五	六
					计	论	践		22(3)	18	21(1)	19	20(1)	20
公共基础课	公共必修课	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考查	64	64		4		4				
		2	思想道德修养与法律基础	考查	48	48		3	4					
		3	大学语文	考查	38	26	12	3				2		
		4	大学英语	考试	148	134	14	6	4	4				
		5	体育	考查	114		114	3	2	2	2			
		6	计算机应用基础	考查	76	38	38	3	4					
		7	大学生职业发展与就业指导	考查	36	18	18	3		2		2		
		8	心灵解码-大学生心理健康教育	考查	32	16	16	2	2					
		9	形势与政策	考查	32	32		2	/	/	/	/		
		10	军事理论	考查	36	36		2	2					
		11	大学生安全教育	考查	36	32	4	2	2					
		12	经济应用文写作	考查	76	38	38	3					4	
	公共必修课小计				736	482	254	36	22	12	2	4	4	
	公共选修课	1	企业文化	考查	38	34	4	2			2			
		2	市场营销基础	考查	36	22	14	2		2				
		3	商务谈判	考查	38	24	14	2			2			
		4	管理基础与实务	考查	38	26	12	2			2			
		5	商务沟通与礼仪	考查	38	20	18	2				2		
		6	慕课相关课程											
		7	其他专业选修课											
	公共选修课毕业要求(每生需修满 5 门公共选修课程, 修满 10 学分)				188	126	62	10	0	2	6	2	0	0

专业（技能）课	专业基础课	1	管理基础与实务	考试	76	60	16	4	4					
		2	商务沟通与礼仪	考试	76	38	38	4	4					
		3	市场营销基础	考试	72	52	20	5		4				
		4	国际贸易理论与实务	考查	76	64	12	4				4		
		5	商务会计	考试	80	50	30	5			4			
		6	统计基础	考查	72	60	12	4		4				
		7	网店运营实务	考查	76	42	34	4					4	
	专业基础课小计				528	366	162	30	8	8	4	4	4	
	专业核心课	1	商务谈判	考试	72	44	28	4		4				
		2	营销策划	考试	80	50	30	5			4			
		3	市场调查与分析	考试	80	64	16	5			4			
		4	推销技术	考试	76	54	22	4				4		
		5	广告实务	考查	76	54	22	4				4		
		6	市场营销技能实训	考查	76		76	4				4		
	专业核心课小计				460	266	194	26		4	8	12	0	0
	专业选修课	1	客户关系管理	考查	76	60	16	4					4	
		2	营销心理学	考查	76	60	16	4				4		
		3	营销综合实训	考查	76		76	4					4	
		4	公共关系	考查	38	20	18	4					2	
		5	网络营销基础	考查	76	60	16	4				4		
		6	人力资源管理	考查	76	60	16	4					4	
		合计			418	260	158	16				8	14	
		专业选修课毕业（要求每生需修满三门专业选修课课程，修满 12 学分）				228	120	108	12				4	8
	实训专周课	1	军事技能		112	0	112	2	/					
		2	VBSE 综合实训		24	0	24	2					/	
		3	社会实践		0	0	0	2						
		4	专业综合实训		24	0	24	2			/			
		5	劳动教育		0	0		3						
		6	毕业顶岗实习		480	0	480	16						/
	实训专周课小计				640	0	640	27						
合 计				2780	1360	1420	141	30	26	20	26	16		

备注：1、《形势与政策》1-4 学期均安排，每学期 8 课时。

2、《大学生职业发展与就业指导》第 2 学期前 8 周上大学生职业生涯规划，第 4 学期后 10 周上大学生就业指导。

3、第一学期，军事技能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。

4、第三学期，根据实际教学情况停课一周为实训专周课，进行专业综合实习实训。

5、第五学期，根据学校安排，进行一周《VBSE 跨专业综合实训》。

八、实施保障

（一）专业建设委员会

序号	姓名	性别	委员会职务	工作单位	职务（称）
1	刘彩霞	女	主任委员	湖北财税职业学院	教授
2	胡振威	男	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
3	李伟	女	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
4	邓萍萍	女	委员	恒丰银行武汉分行	人力资源总监
5	周健	男	委员	武汉交通职业学院	副教授
6	杨远	男	委员	武汉睿合通用科技有限公司	客户经理
7	赵启航	男	委员	广州顶津食品有限公司	销售经理(2016 级市场营销专业毕业生)
8	熊衍红	女	委员	湖北财税职业学院	副教授

（二）师资队伍

专任教师一览表

序号	教师姓名	性别	年龄	专业技术职务	最后学历	毕业学校	专业	学位	现从事专业	拟任课程	是否双师型
1	胡振威	男	53	副教授	本科	中南财经政法大学	商业经济	硕士	市场营销	管理学	是
2	熊衍红	女	54	副教授	本科	中南财经政法大学	商业经济	硕士	市场营销	市场营销基础	是
3	李文彦	男	50	副教授	本科	湖北大学	中文	学士	市场营销	商务沟通与礼仪	是
4	陈巧霞	女	40	讲师	研究生	湖北大学	世界经济	硕士	市场营销	市场调查与分析	是

5	王娜	女	38	讲师	研究生	华中师范大学	工商管理	硕士	市场营销	推销技术	是
---	----	---	----	----	-----	--------	------	----	------	------	---

兼职教师一览表

序号	教师姓名	性别	年龄	专业技术职务	最后学历	毕业学校	专业	学位	现从事专业	拟任课程	是否双师型
1	程源	女	33	高级	大专	湖北财税职业学院	市场营销	无	市场营销	市场营销基础	是
2	余军辉	女	32	中级	本科	中南财经政法大学	电子商务	学士	电子商务	网络营销	是
3	胡常春	男	37	高级	研究生	武汉科技大学	市场营销	博士	市场营销	销售心理学	是
4	刘先志	男	63	高级	本科	武汉大学	经济管理	学士	经济管理	统计基础	是
5	方芳	女	41	中级	本科	湖北经济学院	工商管理	学士	市场营销	营销策划	是

（三）教学设施

1.专业教室基本条件

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 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

具备营销综合实训室，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、相关软件等。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。

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地，能够提供开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动。具体如下表所示：

市场营销部分教学合作企业一览表

实习单位	实习岗位	单位地址
武汉沃尔玛徐东大街店	销售经理	武汉市武昌区徐东大街 18 号
武汉吉家地产	房产经纪人	武汉市武昌区洪山侧路 45 号

武汉梓熙摄影有限公司	客户经理	武汉市中北路凯德广场
武汉未来家园高科技农业股份有限公司	销售经理、客户服务经理	武汉市洪山区光谷大道 未来之光2栋
华润湖北医药有限公司	销售经理、售后客服	武汉经济开发区沌阳大道

4. 支持信息化教学

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，提升教学效果。

（四）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

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。建立了由专业教师、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教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（五）教学方法

总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。推进信息技术在教学

中的应用。

（六）学习评价

评价的手段和形式多样化，结合评价内容与学生的特点，灵活采用笔试、在线考试、实践技能、作品展示等多种形式进行考核，强调过程性考核与终结性考核相结合，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，突出学生能力考核。

（七）质量管理

（一）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。

（二）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。

（三）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。

（四）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

学校实行学分制管理，学生修读课程的学分数将作为衡量其学业完成情况的基本依据。本专业学生毕业需修满总学分 141 学分，完成人才培养方案规定的课程和各种教育教学环节的学习与活动，学生累计顶岗实习时间一般为 6 个月，具备一定的职业技能资质，在校期间取得和网络营销、电子商务有关的职业证书。毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。

十、附录

人才培养方案审批表。