

湖北财税职业学院

2024 级市场营销专业人才培养方案

专业名称： 市场营销

所属系部： 工商管理系

专业负责人： 熊衍红

适用年级： 2024 级

2024 年 8 月 20 日

湖北财税职业学院

2024 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：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

全日制三年，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	职业资格（职 业技能等级） 证书举例
财经商贸 大类 (53)	市场营销类 (5306)	批发业、 零售业、 商务服 务业 (51、52、 72)	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)； 商务专业人员 (4-01-01-00)；	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	数字营销技术 应用职业技能 等级证书（中 级）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神

和信息素养,能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才,主动适应加快发展新质生产力的时代变革。

(二) 培养规格

1. 素质要求

(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. 知识要求

(1) 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;

(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. 能力要求

(1) 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力;

- (2) 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标的能力；
- (3) 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力；
- (4) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；
- (5) 具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发的能力；
- (6) 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；
- (7) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

公共基础课	公共必修课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、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、军事技能、安全教育、劳动教育、中国共产党简史、经济应用文写作、国家安全教育
	公共选修课	羽毛球、形体训练、健美操、足球、瑜伽、大学英语（专升本）、社交礼仪、经济法—初级会计考试辅导、普通话实训、应用文写作、美学基础、文学赏析、艺术欣赏、声乐、信息检索、围棋、汉绣、走进中华优秀传统文化、气韵生动：走进传统文化、网络通识课、中华民族共同体概论
专业（技能）课	专业基础课	管理学基础、市场营销基础、统计基础、中华商业文化、商务谈判、网络营销
	专业核心课	数字营销、销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通、新媒体营销与运营
	专业选修课	营销综合实训、市场营销技能实训、网店运营实务、国际贸易理论与实务、人力资源管理、消费者行为分析
	实训专周课	市场营销专业技能实训、VBSE 跨专业综合实训、社会实践、市场营销实习实训、毕业岗位实习、劳动教育实践

(一)公共基础课程

1. 课程名称：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程代码：0000003

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：32

学分：2

课程目标：通过本课程的学习，学生能全面了解中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就；能深刻理解中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化的历史进程和基本经验；能准确把握马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果；能提升运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。

课程主要内容和教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化为主线，主要内容包括马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。在教学过程中，帮助学生重点掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观主要内容，系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，通过多样化的实践教学活动中不断提高学生分析问题和解决问题的能力，引导学生理论联系实际，自觉投身于中国特色社会主义伟大实践。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

2. 课程名称：思想道德与法治

课程代码：0000001

课程类型：A 类

课程属性：公共基础课

基准学时：48

学分：3

课程目标：帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。

课程主要内容和教学要求：主要学习马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。教学以社会主义核心价值观教育和社会主义法治观教育为主线，以爱国主义、社会主义、集体主义教育为核心，注重职业道德教育和劳动教育，达到思想性、政治性、科学性、理论性

和实践性的统一。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

3. 课程名称：大学英语

课程代码：0501034

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：128

学分：8

课程目标：坚持立德树人，发挥课程的育人功能；落实核心素养，贯穿课程教学全过程；突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展，为提升学生就业竞争力及可持续发展打下良好的基础。

课程主要内容和教学要求：根据职业与个人、职业与社会和职业与环境三个主题，选取应用文、说明文、记叙文、议论文以及融媒体材料等语篇类型，采取听、说、读、写、译模块教学，从语言知识、文化知识、职业英语技能、语言学习策略等多方面着手，提高学生的英语应用能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

4. 课程名称：体育

课程代码：0000007

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：108

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，基本形成终身体育的意识。形成主动参与体育劳动活动的意识，养成踏实、勤奋、严谨的劳动品质，主动践行社会主义核心价值观。

课程主要内容和教学要求：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。坚持教师主导性和学生自主性相结合的原则，重视安全健康教育。在实际教学中，尽可能让学生多动、多练，在活动中获得知识、技能和经验。尊重学生的人格，承认学生的个体差异，因材施教，区别对待，使不同水平的学生都学有所得，学有所成。充分利用各种教具和手段吸引学生对体育活动的兴趣，增进学生对体育运动的理解和观赏水平，提高学生参与体育锻炼

的能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

5. 课程名称：计算机应用基础

课程代码：0401020

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：60

学分：3

课程目标：通过本课程学习，使学生了解社会信息技术发展趋势，认识信息技术对人类生产、生活的重要作用。理解计算机、网络通信、大数据、云计算的工作原理，能熟练使用操作系统和办公软件，使学生运用操作系统和办公软件的能力匹配用人单位的要求。

课程主要内容和教学要求：计算机系统的构成、大数据分析处理的原理、云计算的工作原理及应用、操作系统的使用、文档处理、电子表格处理（数据分析和处理）、演示文稿制作、计算机网络技术及安全的应用。本课程注重学生动手能力，在课程教学中，结合各专业人才培养方案的特点，因‘专业’施教，提升学生办公自动化的操作水平。坚持‘三全’育人，将爱国主义融入到课程体系中，引导学生树立爱国主义和工匠精神。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

6. 课程名称：大学生职业发展与就业指导

课程代码：0701010

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：36

学分：3

课程目标：通过激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，培养责任意识、服务意识和规范意识，促使学生理性规划自身发展，提高职业生涯管理能力和就业能力。

课程主要内容和教学要求：主要学习职业生涯启蒙、自我认知、环境认知、制订规划和就业准备、求职材料、面试应对、就业权益保护等。将理想信念、职业道德、劳动教育与职业教育有机结合，采用混合式教学，所有专业第二学期前 8 周学习职业生涯规划内容，形成初步的职业发展规划；第四学期后 10 周学习就业指导内容，提升就业竞争力并为职业发展奠定良好的基础。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

7. 课程名称：心灵解码--大学生心理健康教育

课程代码：0701011

课程类型：B 类

课程属性：公共基础课

基准学时：32

学分：2

课程目标：普及心理健康知识，增强学生自我心理调适能力，帮助学生解决身心发展过程中的心理问题，提高学生心理健康水平和综合素质，促进学生健康成长全面发展。

课程主要内容和教学要求：主要学习心理健康标准、自我意识与培养、人格塑造、情绪管理、学习心理、人际交往、性与恋爱、压力管理与挫折应对、生命教育与心理危机应对等。使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我保健意识和心理危机干预意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、自我调节能力、人际沟通能力和挫折应对等能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践 40%+期末考查 40%

8. 课程名称：形势与政策

课程代码：0000034

课程类型：A 类

课程属性：公共基础课

基准学时：32（第一学期 8 第二学期 8 第三学期 8 第四学期 8）

学分：2

课程目标：帮助学生了解当前国内外重大时事政治，深入理解党的基本路线、重大方针和政策，正确认识世界和中国发展大势，认清形势和任务，掌握时代脉搏，增强民族自信心和自豪感，珍惜和维护国家稳定的大局。

课程主要内容和教学要求：主要学习马克思主义形势观政策观、党的理论创新最新成果、国内外形势及热点难点问题。课程采用专题式教学，以提升学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析国内外热点问题为总要求，坚定学生实现中华民族伟大复兴的信念。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

9. 课程名称：军事理论

课程代码：0401020

课程类型：A 类

课程属性：公共基础课

基准学时：36

学分：2

课程目标：掌握军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，传承红色基因，弘扬爱国主义精神，提高学生综合国防素质。

课程主要内容和教学要求：主要学习国际战略环境与国家安全、中国国防、军事思想、现代战争、信息化装备等。课程采取混合式教学，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

10. 课程名称：军事技能

课程代码：0000201-2 课程类型：C 课程属性：公共必修课

基准学时：112 学分：2

课程目标：强化学生的国防意识，培养学生的组织纪律观念和顽强的意志品质，提高自主处置突发问题的能力，培养艰苦奋斗的优良作风，提高学生的综合素质，使学生掌握基本军事知识和技能。

课程主要内容和教学要求：军事技能训练以室外为主，严格按照国家教育部、总参谋部和总政治部新修订的《高等学校军事训练教学大纲》内容进行军事技能训练。包括军姿训练、队列训练、体能训练、匕首操、内务整理等。

考核方法：考查

11. 课程名称：大学生安全教育

课程代码：000077 课程类型：B 类 课程属性：公共基础课

基准学时：36 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。

课程主要内容和教学要求：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。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

12. 课程名称：劳动教育

课程代码：1000001 课程类型：A 类 课程属性：公共基础课

基准学时：理论 16（第一学期 4 第二学期 4 第三学期 4 第四学期 4）

学分：3

课程目标：帮助学生树立正确的劳动观念，正确理解劳动是人类发展和社会进步的根本力量，培养学生吃苦耐劳、团结协作、严谨细致等良好的职业素养，促进学生成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

课程主要内容和教学要求：主要学习劳动教育概述、劳动精神、劳动品质、劳动职业素养、劳动力市场与劳动关系、劳动知识技能、劳动教育实践等。课程采用专题式教学，教育引导参与形式多样的劳动教育实践，形成崇尚劳动、尊重劳动的观念，懂得劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的道理，养成劳动习惯，提高劳动素养，弘扬劳动精神，创造出彩人生。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

13. 课程名称：中国共产党简史

课程代码：0701013 课程类型：A 类 课程属性：公共基础课

基准学时：16 学分：2

课程目标：帮助学生系统了解一百年来中国共产党团结带领中国人民进行革命、建设和改革的光辉历程，全面掌握党为实现国家富强、民族振兴、人民幸福和人类文明进步事业作出的历史功绩，深入理解党和国家事业不断从胜利走向胜利的宝贵经验，确实领会党在各个历史时期淬炼锻造的伟大精神，自觉汲取奋斗前行的智慧和力量。

课程主要内容和教学要求：主要学习一百年来中国共产党团结带领中国人民进行革命、建设和改革的光辉历程。以“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”为总体要求，能科学评价重大历史事件和重要历史人物、重大方针政策和重要战略部署、重大理论创新成果及其发展历程，能增强了总结历史经验、把握历史规律，增强开拓前进的勇气和力量。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

14. 课程名称：习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程代码：0701014 课程类型：B 类 课程属性：公共基础课
基准学时：48 学分：3

课程目标：本课程旨在帮助学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想，透彻理解中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略，清晰认识马克思主义的科学性和生命力在于解决中国的实际问题，真正认同中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好，归根到底是因为马克思主义行、是中国化时代化的马克思主义行。

课程主要内容和教学要求：通过本课程的学习，学生能够准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的社会历史条件，系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系，增强学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的政治认同、思想认同和情感认同，坚定学生走中国特色社会主义道路的的决心和信心，通过多样化的实践教学让学生自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者、积极传播者、忠实实践者。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

15. 课程名称：经济应用文写作

课程代码：0000010 课程类型：B 类 课程属性：公共基础课
基准学时：72 参考学分：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。

课程主要内容和教学要求：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。采用情景教学法、案例分析法，通过练、评、讲教学过程，学生掌握应用文习作技巧，能应对生活和职场中的应用写作需要。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

16. 课程名称：国家安全教育

课程代码：0000130 课程类型：B 类 课程属性：公共基础课（必修）

基准学时：16 学时

参考学分：1

课程目标：深入贯彻党中央关于全面加强国家安全的决策部署，引导学生牢固树立“大安全”理念，充分认识国家安全面临的复杂形势，系统掌握总体国家安全观，增强维护国家安全的意识，提高维护和塑造国家安全的能力，全面践行总体国家安全观。

课程主要内容和教学要求：深刻认识新时代我国国家安全形势，完整准确领会总体国家安全观，把握统筹发展和安全的重大原则，掌握以总体国家安全观的“五大要素”为主线（即坚持以人民安全为宗旨，以政治安全为根本，以经济安全为基础，以军事、科技、文化、社会安全为保障，以促进国际安全为依托）的总体国家安全观的具体内容，争做总体国家安全观坚定践行者。通过系统化学习训练，为学生积极参与维护和塑造国家安全奠定坚实思想理论基础和实践自觉。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课

（1）课程名称：管理学基础

课程代码：0301012

课程类型：B 类

课程属性：专业基础课

基准学时：68

学分：4

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一般规律，能运用所学的管理思想和管理方法技能分析并解决实际管理问题；树立正确管理理念，为学习其他专业课程打下基础。

课程主要内容和教学要求：课程内容包括管理和管理者认知、经典管理理论和管理思想、计划、组织、领导、控制等管理职能内容、实施及运用技巧等。教学过程中综合运用多元教学方法，以营销管理人员职业素养为核心，深入浅出讲透重难点，结合课前预习思考和课后知识拓展训练，引领学生树立正确的管理思想，掌握组织管理活动的原理和一般规律，系统强化学生熟练运用管理职能解决实际管理问题的能力，培养学生的自信、自律、博爱、坚韧和勇于担当的品质。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(2) 课程名称：市场营销基础

课程代码：0301017 课程类型：B 类 课程属性：专业基础课

基准学时：76 学分：4

先修课程：管理学基础

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，掌握营销管理战略和策略的内容和方法，培养其运用所学知识和技能解决实际营销问题的能力。

课程主要内容和教学要求：市场营销认知、市场营销观念、营销环境分析、市场定位、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等。该课程以市场营销专业技能人才职业素养为核心，运用多元教学法，主要培养学生认知和分析市场、制定市场营销策略的专业实践能力。同时，在教学中要将社会主义核心价值观的基本内涵、主要内容等有机、有意、有效地纳入整体教学布局和课程安排，做到市场营销课程的专业教育和课程思政相融共进，引导学生做社会主义核心价值观的坚定信仰者、积极传播者和模范践行者，树立正确的营销理念。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(3) 课程名称：统计基础

课程代码：0301001 课程类型：B 类 课程类别：专业基础课

基准学时：76 学分：4

课程目标：掌握统计学基本原理与方法，能运用统计调查方法对社会经济现象进行调查，并收集整理资料，掌握不同类型数据的图表展示，能运用统计指数方法分析社会现象变动的原因。同时具备一定的数据敏感性和统计分析能力，能对数据分析结果进行准确客观地统计分析，具有一定的数据绘图能力，能够将数据用图形展示出来。

课程主要内容和教学要求：本课程主要内容包括数据的收集、数据的图表展示、数据的指标分析、时间序列分析、统计指数分析、抽样调查、参数估计、回归分析等。主要通过线上先预习、重难点提示、发放作业，线下课堂教授的方式，让学生们充分理解每个知识点，能通过知识点的讲解，理解社会各种经济现象的变

化以及通过对数据的分析理解现象变化的原因。培养学生的数据敏感性，对数据进行准确的描述和分析。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

（4）课程名称：中华商业文化

课程代码：0303003 课程类型：B 类 课程属性：专业基础课

基准学时：68 参考学分：4

先修课程：品牌策划与推广、 销售与管理

课程目标：通过本课程的学习，使学生了解经济变革，商业发展，促使社会、文化发生一系列的变化。通过分析各种经济与商业现象，系统梳理和分析其中的经济背景与商业文化，激发学生对中华商业文化的兴趣，让学生懂策略善辨识、能解决实际问题。

课程主要内容和教学要求：该课程内容涵盖消费行为、消费意识、消费文化、企业社会责任、商业竞争、销售业态、商业道德、企业管理与经营之道，突出对学生商业道德素养的锤炼。在课程教学过程中，拓展形式多样的实践教学方式，培养学生深厚的文化底蕴，良好的职业操守，引导学生树立理想信念，助力提升其综合素养。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

（5）课程名称：商务谈判

课程代码：0302009 课程类型：B 类 课程属性：专业基础课

基准学时：80 学分：4

先修课程：商务沟通与礼仪

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。

课程主要内容和教学要求：《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。在课程教学过程中，结合专

业人才培养特点，将社会主义核心价值观的基本内涵、主要内容等有机、有意、有效地纳入整体教学布局，做到商务谈判课程的专业教育和课程思政相融共进，引导学生做社会主义核心价值观的坚定信仰者、积极传播者和模范践行者。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

（6）课程名称：网络营销

课程代码：0402031 课程类型： B 类 课程属性：专业基础课

基准学时：80 学分：4

课程目标：本课程的教学目的是使学生了解和掌握网络营销基本理论和技能，具有应用网络营销的初步能力， 熟练掌握网络营销的工作流程，学会跟踪和分析网络营销发展的现状和趋势，提高网络经济意识和基于网络环境的商务能力，为高素质技能型营销人才的培养奠定基础。

课程主要内容和教学要求：本课程从战略的视角深入探讨网络营销计划和营销组合。课程分别讨论了网络营销概述、网络营销环境、电子商务战略与考核指标、网络营销计划、网络营销调研、网络产品、网络产品的价格、互联网与分销渠道、网络营销沟通的自有媒体、网络营销沟通的付费媒体，以及网络营销沟通的口碑媒体。在课程教学过程中，结合专业人才培养方案，将思政工作融入课堂教学，着重从以下四个方面开展学生的思政工作：第一，正确认识世界和中国发展趋势；第二，正确认识中国特色和国际比较；第三，正确认识时代责任和历史使命；第四，正确认识远大抱负和脚踏实地。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

2. 专业核心课

（1）课程名称：商务礼仪与沟通

课程代码：0301019 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：68 学分：4

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。

课程主要内容和教学要求：《商务礼仪与沟通》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。在课程教学过程中，围绕人才培养方案，熟练运用多元教学方法，引领学生了解和掌握礼仪的基本规范，深入讲解重难点，并通过不断地强化练习，提高学生的礼仪意识及实际运用能力，培养学生在职业道德修养方面的自我提升能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(2) 销售与管理

课程代码：0301012 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：72 学分：4

先修课程：市场营销基础

课程目标：通过该课程的学习，使学生了解销售和销售管理的全貌。通过销售的发展历史的学习，分析销售和营销的角色定位，从销售视角、销售环境、销售技巧、销售管理和销售控制等五个方面层层递进，最后进入如何对销售人员进行管理、控制与考核的实践层面。让学生在掌握销售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，突出对学生专业技术技能的锤炼。

课程主要内容和教学要求：销售与管理是研究以满足消费者需求为中心的销售活动及其规律性的交叉性应用科学，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。内容涵盖销售环境、销售技巧、销售管理和销售控制等工作项目。在课程教学过程中，拓展形式多样的实践教学方式，培养学生的销售与管理能力，同时将该门课程的专业教育与课程思政相融共进，引导学生树立理想信念，助力提升其综合素养。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(3) 品牌策划与推广

课程代码：0306017 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：72 学分：4

先修课程：市场营销基础

课程目标：通过该课程的学习，使学生了解品牌的策划与推广是一个系统性的工程。通过学习品牌策划的基本原理与策略，深入品牌策划的工作流程，使学生熟练掌握品牌和品牌资产、品牌识别系统、品牌定位、品牌推广、品牌战略管理等

各方面的基础理论知识，辅以贴近生活的品牌案例，提高学生对品牌策划与推广的分析、判断和策划能力。

课程主要内容和教学要求：品牌策划与推广内容涵盖品牌策划的基本原理、基本原则、基本程序、基本方法，品牌策划人员的能力和素质，品牌策划的创意，品牌形象策划，新产品开发与推广策划，产品策划，新市场拓展策划，市场促销策划，品牌策划书的制作及品牌策划与推广方案的实施、控制等。在课程教学过程中，拓展形式多样的实践教学方式，培养学生的品牌策划与推广能力，同时将品牌策划课程的专业教育和课程思政相融共进，引导学生树立理想信念，助力提升其综合素养。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(4) 商务数据分析与应用

课程代码： 0302064 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：76 学分：4

先修课程：统计基础

课程目标：以商务数据分析的理论知识为基础，结合 Excel 统计、分析以及管理数据的强大功能，对企业中常见的产品营销数据、销售费用、营销决策、竞争对手以及订单与库存等数据进行精准地分析，让管理者或决策者可以从数据中发现并解决问题，从而让企业保持健康、持续的发展。

课程主要内容：分析熟悉 Excel 基本知识和操作方法，并掌握 Excel 统计、分析以及管理数据的应用；设计、开发解决方案根据各种类型不同的数据，进行统计和分析，制作出对应的统计表和统计图表；研究 Excel 在数据决策与分析上的各种应用。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(5) 课程名称：智能客户服务实务

课程代码： 0301025 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：76 学分：4

先修课程：品牌策划与推广、销售与管理

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握智能时代提升客户体验的服务细节。从理论和实践的角度，对客户服务的理论渊源、客户服务的基本原理进行了系统

讲述，了解信息技术、移动互联网、大数据等在客户服务中的应用，培养学生在客户服务领域的实际客户服务能力，为将来从事客户服务工作奠定坚实的基础。

课程主要内容和教学要求：该课程以实际客户服务工作任务与能力要求为引领，以企业市场营销活动中客户服务为主线，内容突出对客户服务技能的训练，理论知识的选取紧紧围绕如何培养真正的客户忠诚度来进行。在课程教学过程中，拓展形式多样的实践教学方式，培养学生将客户服务意识贯穿于企业组织运作流程的各个环节。同时将智能客户服务课程的专业教育和课程思政相融共进，引导学生树立理想信念，助力提升其综合素养。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(6) 课程名称：数字营销

课程代码：0301101 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：76 学分：4

先修课程：市场营销基础

课程目标：本课程旨在帮助学生总体上了解数字营销是什么、怎么做，全面掌握数字营销实践所需要的相关知识和能力，为学生未来进入相关领域工作或进一步深造奠定基础。

课程主要内容和教学要求：《数字营销》是市场营销专业的一门核心课程。以移动互联网、大数据、人工智能为核心的数字科技，已经深刻地变革了我们的工作与生活，企业数字化转型势在必行；营销作为企业连接客户和用户的核心职能，同样需要数字化。本课程介绍了数字营销的基本概念、理论和若干重要的数字营销类型，以及数字营销相关的技术和数据分析方法，着重从市场营销的角度，研究大数据时代，企业如何利用大数据进行精准营销，为其带来更大的商业价值。在课程教学过程中，围绕人才培养方案，运用多元教学方法，引领学生全面理解和把握数字营销的内在逻辑和操作方式，深入讲解重难点，并通过不断地强化练习，提高学生借助数字科技进行市场营销的创新应用，培养学生在职业素质方面的能力提升。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(7) 课程名称：新媒体营销与运营

课程代码：0306012 课程类型：B 类 课程属性：专业核心课

基准学时：72

参考学分：4

课程目标：通过学习，使学生掌握新媒体的基础知识和基本理论，熟悉新媒体运营的基本方法，掌握微信、微博、社群、直播、抖音短视频的营销策略和推广技巧，激发学生对新媒体的兴趣，提高学生的新媒体文案写作、引流带货和运营能力，促进“懂策略、善执行”的职业素质养成。

课程主要内容和教学要求：系统化覆盖新媒体营销与运营的主要内容，包括新媒体主流营销平台的特征和规则、新媒体营销文案写作、新媒体营销技能、新媒体营销引流、新媒体营销带货、新媒体营销数据分析等内容。本课程在教学中配合案例与实战训练进行学习，提高学生的对新媒体营销与运营的动手能力；在条件允许的情况下，可以策划并开展营销与运营活动，监测活动运营情况并进行分析，提高实际动手能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

3. 专业选修课

(1) 市场营销技能实训

课程代码：0301033

课程类型：B 类

课程属性：专业选修课

基准学时：76

学分：4

先修课程：市场营销基础、销售与管理

课程目标：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。

课程主要内容和教学要求：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。本课程依托实训室和相关软件，学生通过选取角色、团队合作模拟创建企业进行实训操作。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

（2）课程名称：国际贸易理论与实务

课程代码：0301004 课程类型：B 类 课程属性：专业选修课

基准学时：72 学分：4

先修课程：市场营销基础

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。

课程主要内容和教学要求：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。在教学中，根据课程目标和学生的认知特点，运用案例教学、启发引导、互动教学等多元化的教学方法，引导学生积极思考、勇于实践、提高学生的学习兴趣，激发学生的创新意识。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

（3）课程名称：消费者行为分析

课程代码：0301052 课程类型：B 类 课程属性：专业选修课

基准学时：76 学分：4

先修课程：市场营销基础

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握市场营销过程中消费者心理和行为活动的一般规律性和特殊性，能够正确针对消费者的心理和行为实施有效的营销手段和策略方法，具备运用心理学知识解决实际营销问题的能力。

课程主要内容和教学要求：消费者的内心世界、消费者的个性心理行为、消费者购买过程中的复杂心理活动、影响消费者心理行为的因素、不同消费者群体的消费心理、营销策略与消费心理、营销环境与消费心理等。该课程注重培养学生的实际应用能力，通过大量案例、模拟场景和信息化教学手段呈现营销场景，引导

学生从心理学角度解读消费者行为,掌握心理学知识在营销实践中的应用,培养学生灵活运用心理学知识解决实际营销问题的能力。同时根据课程特点,灵活纳入课程思政,引导学生做社会主义核心价值观的坚定信仰者、积极传播者和模范践行者。

考核方式: 平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考试 40%

(4) 课程名称: 营销综合实训

课程代码: 0301024 课程类型: B 类 课程属性: 专业选修课

基准学时: 72 学分: 4

先修课程: 市场营销基础

课程目标: 通过本课程的学习,使学生能够对所学的营销系列课程所涉及的商务礼仪、市场调查、营销策划等知识和技能进一步系统化、清晰化,在模拟实训中加深对所学知识的理解和运用,激发学生创新意识,强化对学生团队合作能力和营销实战能力的培养。

课程主要内容和教学要求: 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、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。实训过程中,通过成立模拟公司,紧密结合实际,引入大量鲜明实用的实训案例进行分析,引导学生以个人或团队行式参与各模块任务的实施和完成,训练学生写、讲、做等营销实战能力的同时,培养学生的集体荣誉感和良好的团队合作能力。

考核方式: 平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

(5) 课程名称: 网店运营实务

课程代码: 0302027 课程类型: B 类 课程属性: 专业选修课

基准学时: 80 学分: 4

先修课程: 市场营销基础、数字营销

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。

课程主要内容和教学要求: 以淘宝网店为依托,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。课程组织按照教、学、做的组织原则设计每个单元的教学环节，在每个单元中，采用项目教学，以任务驱动的方式，通过设计情景模拟，实际工作环境观摩，采用课堂讲授，多媒体展示，案例分析，实验实训，分组讨论等多种教学方法注重培养学生发现问题，解决问题的能力。

考核方式：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

（6）课程名称：人力资源管理

课程代码：0301051 课程类型：B 类 课程属性：专业选修课

基准学时：72 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：平时成绩 20%+实践考核 40%+期末考查 40%

4. 实训专周课

（1）课程名称：VBSE 跨专业综合实训

课程代码：0201074 课程类型：C 类 课程属性：实训专周课

基准学时：24 学分：2

课程目标：借助 VBSE 实训平台，对现代制造业、流通业、现代服务业进行全方位模拟经营及管理，学生通过多类型岗位工作体验，促进理论与实际相结合的就业前能力塑造。结合企业案例与商业社会环境实际业务，训练学生在商业社会中从事经营管理所需的综合执行能力和创新创业能力，感悟复杂市场营销环境下的企业经营，学会工作、学会思考、学会解决问题，在培养自身全局意识和综合职业素养的同时，提升自我实践操作能力、协调沟通能力、综合决策能力。

课程主要内容和教学要求：了解商业社会环境、企业间业务关系、企业岗位设置。熟悉各组织的运营规则、岗位职责、工作交接（期初数据建账）。业财融合下的企业运营及财务管理流程，完成各部门的借款流程、各单位税款的申报、签订购

销合同、签订委托收款协议、编制主生产计划、物料需求计划、开拓市场、广告投放、薪酬发放、支付供应商货款、签订物流运输合同、扣缴五险一金、派工领料-车架、派工领料-童车、缴纳各种税费、销售出库并开票、下单物流运输订单、物流受理运输订单、开具运费发票、支付货款、支付运费、完工入库-车架和童车、支付电费、计提折旧、计提薪酬等工作任务。运用企业信息化实现自主经营及管理。鼓励制造企业进行产品升级研发，引导商贸企业开拓多个市场扩大经营范围，指导工贸企业时刻关注市场环境的复杂多变，带领学生体验更为丰富的商业社会环境。

考核方式：考查，平时成绩 20%+实操考核 40%+VBSE 跨专业综合实训报告 40%

(2) 课程名称：社会实践

课程代码：1000002 课程类别：C 类 课程类型：公共基础课

基准学时：32 学分：2

课程目标：本课程旨在引导学生将所学的科学理论、专业知识和基本技能，综合运用用于社会实践活动之中，在社会实践中进一步增长知识和才干、磨炼品格意志、增强就业意识和创新能力，为将来迅速成为一名合格的社会主义建设者和接班人奠定坚实的基础。

课程主要内容和教学要求：社会调查，了解国情和社会。通过社会调查活动，真正了解中国国情，了解所处地区、部门等的具体情况，增强社会责任感和爱国主义精神，树立正确的社会发展的观念，为社会的发展提供咨询建议；深入实践，向社会各界和广大工农学习。通过深入接触社会和生产第一线，在与广大工农和社会主义建设者的接触中，增强为祖国振兴而献身的革命精神、艰苦创业的精神、无私奉献的精神，并在实践中进一步弘扬民族精神；运用所学知识，为社会和群众服务。在社会实践中，要充分运用自己所学的专业文化知识为社会和广大群众服务，并在社会实践中进一步增强劳动观念。

考核方式：考查，大学生社会实践报告 100%

(3) 课程名称：毕业岗位实习

课程代码：0101074-16 课程类型：C 类 课程属性：实训专周课

基准学时：384 学分：16

课程目标：通过理论与实际的结合、学校与社会的沟通，进一步提高学生的思想觉悟、业务水平，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力。

课程主要内容和教学要求：毕业岗位实习采取分散实习和集中实习的形式，要求毕业生进入相关实习企业进行实践锻炼，本专业毕业生可从事销售、调研、策划、商务谈判、市场推广、数据分析、客户服务等各项工作。在毕业岗位实习中，要求学生了解实习企业概况、现状、发展趋势及企业文化，掌握实习岗位的具体工作内容，遵守实习企业的各项规章制度。在岗位实习过程中培养较强的沟通协调能力和应变能力、动手能力和团队合作精神。

考核方式：考查，平时成绩 20%+企业考核 40%+实习报告考核 40%

（4）课程名称：劳动教育实践

课程代码：1000001-1-5 课程类型：C 类 课程属性：公共基础课
基准学时：9 学分：3（每学年 1 学分）

课程目标：劳动教育实践是一门重要的必修课，通过专业劳动实践，让学生进一步加深对所学知识的理解，在实践中掌握一定的劳动技能，提高动手能力，通过出力流汗，接受锻炼、磨练意志，感受劳动带来的收获乐趣，形成尊重劳动、热爱劳动、珍惜劳动成果的真挚情感。并在此基础上，学会解决实际问题，切实提高创造性劳动的能力。

课程主要内容和教学要求：劳动教育实践的内容主要包括日常生活劳动教育、生产劳动教育和服务性劳动教育三个方面。培养良好生活习惯和卫生习惯，强化自立自强意识，体会平凡劳动中的伟大。

考核方式：考查，要求每生每学期以图文形式上交一次劳动成果汇报，上传三张图片，要能够清晰展示出劳动场景及内容，并配合不少于 100 字的劳动情景及劳动体会。

（5）课程名称：市场营销专业技能实训

课程代码：0301033-2 课程类型：C 类 课程属性：实训专周课
基准学时：24 学分：2

课程目标：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，全方位训练学生在组织管理、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。

课程主要内容和教学要求：采用虚拟模拟训练的模式，对宏观环境、行业特性、消费者特征及购买行为、市场竞争的仿真模拟，构建虚拟运营的博弈环境，从而提高学生正确分析和解决市场营销管理问题的能力，开拓创新思维，激发创业意识。

考核方式：考查，平时成绩（20%）+实操考核（40%）+实操考试（40%）

（6）课程名称：市场营销实习实训

课程代码：0301024-6 课程类型：C类 课程属性：实训专周课

基准学时：72 学分：6

课程目标：本课程是为市场营销专业三年级即毕业班的学生开设的课程，其目标是通过理论与实际的结合、个人与社会的沟通，进一步培养学生的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高实践能力和综合素质，帮助毕业后更加顺利地融入社会，投入到自己的工作中。

课程主要内容和教学要求：商务礼仪与沟通、销售与管理、数字营销的推广、智能客户服务、网店运营推广等。通过实习实训成为具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

考核方式：考查，平时成绩 20%+企业考核 40%+实习报告考核 40%

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 岗位 实习	机 动	考 试	合 计
1	1	3	15				1	1	20
	2		18				1	1	20
2	3		19	1			1	1	22
	4		16				1	1	18
3	5		15	4			1	1	21
	6					16	2	1	19
合计		3	83	5		16	7	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	VBSE 跨专业综合实训	VBSE	1	2					1		VBSE 实训室
2	社会实践	社会实践	2	2		√		√			校外
3	毕业岗位实习	毕业实习	16	16						16	校外实习企业
4	劳动教育实践	劳动实践		3		√		√	√		校内或校外
5	市场营销专业技能实训	技能实训	1	2			1				校内
6	市场营销实习实训		3	6					3		校外
合计			26	31			1		4	16	

（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	37.5	3.5	3	828	44	30.08
		专业基础课	16	4	4	448	24	16.27
		专业核心课	4	20	4	512	28	18.60
	选修 课	专业选修课	0	4	8	220	12	7.99
		公共选修课	0	2	8	200	10	7.26
	小计		57.5	33.5	27	小计学时(理论/实践)2208(1202/1006)	118	80.20
实践性教学			2	5	24	545	31	19.80
合计			59.5	38.5	51	2753	149	理论:实践 (1:1.2)

(三) 教学进程安排表

教学进程安排表

类别		序号	课程名称	考试类别	学时数			总分	各学期周学时分配						
					合 计	理 论	实 践		一	二	三	四	五	六	
									20（3）	20	22（1）	18	21（4）	19	
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	32	28	4	2		4（1-8）					
		2	思想道德与法治	考查	48	48		3	4						
		3	大学英语	考试	128	100	28	8	4	4					
		4	体育	考查	108		108	3	2	2	2				
		5	计算机应用基础	考查	60	12	48	3	4						
		6	大学生职业发展与就业指导	考查	36	24	12	3		2		2			
		7	心灵解码-大学生心理健康教育	考查	32	16	16	2	2						
		8	形势与政策	考查	32	32		2							
		9	军事理论	考查	36	36		2	2						
		10	军事技能	考查	112		112	2							
		11	大学生安全教育	考查	36	34	2	2	2						
		12	劳动教育	考查	16		16	3							
		13	中国共产党简史	考查	16	16		2							
		14	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考查	48	44	4	3		4（9-20）					
		15	经济应用文写作	考查	72	36	36	3					4		
		16	国家安全教育	考查	16	14	2	1							
	公共必修课小计					828	440	388	44	20	12	2	2	4	
	公共选修课	1	羽毛球	考查				2							
		2	形体训练	考查				2							
		3	健美操	考查				2							
		4	足球	考查				2							
		5	瑜伽	考查				2							
		6	大学英语（专升本）	考查				2							

		7	社交礼仪	考查				2						
		8	经济法-初级会计考试辅导	考查				2						
		9	普通话实训	考查				2						
		10	应用文写作	考查				2						
		11	美学基础	考查				2						
		12	文学赏析	考查				2						
		13	艺术欣赏	考查				2						
		14	声乐	考查				2						
		15	信息检索	考查				2						
		16	围棋	考查				2						
		17	汉绣	考查				2						
		18	走进中华优秀传统文化	考查				2						
		19	气韵生动：走进传统文化	考查				2						
		20	网络通识课	考查				2						
		21	中华民族共同体概论	考察				2						
		公共选修课毕业要求 (每生需修满5门公共选修课课程,修满10学分)		考查	200	120	80	10	2-5 学期修满 10 学分					
专业 (技能)课	专业基础课	1	管理学基础	考试	68	48	20	4	4					
		2	市场营销基础	考试	76	50	26	4		4				
		3	统计基础	考试	76	50	26	4		4				
		4	中华商业文化	考试	68	48	20	4				4		
		5	商务谈判	考查	80	50	30	4		4				
		6	网络营销	考试	80	50	30	4				4		
	专业基础课小计				448	296	152	24	4	12		8		
	专业核心课	1	商务礼仪与沟通	考试	68	40	28	4	4					
		2	销售与管理	考试	72	36	36	4			4			
		3	品牌策划与推广	考试	72	36	36	4			4			
		4	商务数据分析与应用	考试	76	30	46	4			4			
		5	智能客户服务实务	考试	76	38	38	4				4		
		6	数字营销	考试	76	30	46	4				4		

合 计		7	新媒体营销与运营	考试	72	40	32	4					4	
	专业核心课小计				512	250	262	28	4		12	8	4	
	专业选修课	1	市场营销技能实训	考查	76	16	60	4			4			
		2	国际贸易理论与实务	考查	72	40	32	4			4			
		3	营销综合实训	考查	72	40	32	4			4			
		4	消费者行为分析	考试	76	40	36	4					4	
		5	网店运营实务	考查	80	40	40	4					4	
		6	人力资源管理	考查	72	40	32	4					4	
		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）		考查	220	96	124	12			4		8	
	实训专周课	1	VBSE 跨专业综合实训	考查	24	0	24	2					1 周	
		2	社会实践	考查	32		32	2		√		√		
		3	毕业岗位实习	考查	384		384	16						16 周
		4	劳动教育实践	考查	9		9	3		√		√	√	
		5	市场营销专业技能实训	考查	24		24	2			1 周			
		6	市场营销实习实训	考查	72		72	6					3 周	
	实训专周课小计				545	0	545	31						
					2753	1202	1551	149	28	24	18	18	16	0

八、实施保障

（一）专业建设委员会

专业建设委员会一览表

序号	姓名	性别	委员会职务	工作单位	职务（称）
1	成林	女	主任委员	湖北财税职业学院	副教授

2	熊衍红	女	副主任委员	湖北财税职业学院	副教授
3	周健	男	委员	武汉交通职业学院	副教授
4	杨敏	女	委员	武汉沃尔玛徐东大街店	经理
5	邓萍萍	女	委员	恒丰银行武汉分行	人力资源总监
6	程源	男	委员	华润湖北医药有限公司	营销总监（市场营销专业毕业生）

教材选用委员会一览表

序号	姓名	性别	委员会职务	工作单位	职务（称）
1	成林	女	主任委员	湖北财税职业学院	副教授
2	秦李	男	委员	湖北财税职业学院	讲师
3	熊衍红	女	委员	湖北财税职业学院	副教授
4	赵彩云	女	委员	湖北财税职业学院	讲师
5	赵立响	男	委员	湖北财税职业学院	讲师
6	陈巧霞	女	委员	湖北财税职业学院	讲师
7	范典	男	委员	京东集团武汉分公司	经理

（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	熊衍红	女	57	副教授	本科	中南财经政法大学	商业经济	硕士	市场营销	市场营销实务	是
2	李文彦	男	53	副教授	本科	湖北大学	中文	学士	市场营销	商务礼仪	是
3	陈巧霞	女	43	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
4	王娜	女	41	讲师	研究生	华中师范大学	工商管理	硕士	市场营销	推销技巧与实务	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	36	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	是
2	吴迪	男	38	高级	本科	中南财经政法大学	人力资源管理	学士	人力资源管理	客户关系管理	是
3	胡常春	男	40	高级	研究生	武汉大学	市场营销	博士	市场营销	销售心理学	是
4	刘先知	男	60	高级	本科	武汉大学	经济管理	学士	经济管理	统计基础	是
5	余军辉	女	31	中级	本科	湖北经济学院	工商管理	学士	市场营销	中小企业创业	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
深圳沃尔玛百货零售有限公司 (武汉徐东大街分店)	销售、调研	武汉市武昌区徐东大街 18 号
武汉梓熙摄影有限公司	销售、客服	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、客服	武汉市洪山区光谷大道未来之光 2 栋
乐有家控股集团有限公司	销售、调研	武汉市白沙二路金域天下花园 C 地块 25 号楼
湖北中瑞天遂税务师事务所有限公司	销售、客服	洪山区虎泉街凯乐桂园 B 座 8 楼
京东商城华中分公司	销售、客服	武汉市武昌区阅马场首义路 95 号

华润湖北医药有限公司	销售	武汉经济技术开发区沌阳大道 357 号
------------	----	---------------------

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委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。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

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，强调过程性考核与结果性考

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

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. 教研室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

本专业学生毕业需修满专业人才培养方案所规定的 2753 学时和 149 学分，完成规定的教学活动和教学环节，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。

湖北财税职业学院人才培养方案审批表

专业名称： 市场营销

所属系部： 工商管理系

专业负责人： 熊衍红

适用年级： 2024 级

制订（修订）日期： 2024 年 8 月 20 日

湖北财税职业学院教务处制

专业人才培养方案审批意见

培养方案 主要数据	专业名称	总学时	总学分	实践教学占总学时比例
	市场营销	2753	149	56.34%
系部意见	主任签字：_____ 年 月 日			
教务处 意见	处长签字：_____ 年 月 日			
学校意见	签字：_____ 年 月 日			