



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

市场营销专业 人才培养方案

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

所属专业群： 电子商务

所属学院： 商学院

适用年级： 2025级

专业带头人： 康小强

审核人： 张素平

修订时间： 2025年8月

编制说明

为深入贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》、《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》等纲领性文件精神，主动适应数字经济时代对市场营销技术技能人才的新要求，特制定2025级市场营销专业人才培养方案。本方案的编制严格遵循国家最新职业教育政策导向与专业教学标准，主要包括名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附表等内容。旨在构建一个科学、规范、前瞻且具备高度可操作性的人才培养体系，为专业人才培养提供根本遵循。

本方案的制定，首要依据是教育部颁布的《高等职业学校市场营销专业教学标准》和《职业教育专业简介》，确保专业建设的基本规范与质量底线。同时，充分对接《“十四五”数字经济发展规划》等国家战略，以及区域经济产业规划中对新媒体营销、数字运营等领域的人才需求。在指导思想上，始终坚持立德树人根本任务，秉承“以学生为中心、以能力为本位、以就业为导向”的核心理念。方案强调深化产教融合、校企合作，推动“三教”（教师、教材、教法）改革，致力于培养德智体美劳全面发展，掌握扎实市场营销理论知识，具备卓越数字营销实践能力、创新精神和可持续发展能力的高技能人才。

本方案面向现代服务业、制造业及相关产业的营销岗位群，聚焦“数字营销”与“新媒体运营”两大方向，培养能够胜任新媒体内容创作与运营、数字广告投放与优化、数据分析、品牌推广、客户关系管理等工作的复合型、发展型技能人才。

方案由市场营销专业所在二级学院牵头，组织专业带头人、骨干教师与行业企业专家，通过对市场需求、职业能力和就业岗位进行深入调研、分析与论证，依据职业能力和职业素养养成规律制定，符合高技能人才培养要求，具有“对接产业、产教融合、校企合作”的鲜明特征。

在制（修）订过程中，本方案历经专业建设与教学指导专门委员会论证、校学术委员会评审，并提交院长办公会和党委会审定，将在2025级市场营销专业人才培养中实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	康小强	郑州电子信息职业技术学院	专业带头人	副教授
2	沈岩岩	郑州电子信息职业技术学院	市场营销教研室主任	助教
3	何曼	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
4	王莹	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
5	马卫娜	郑州电子信息职业技术学院	综合办主任	讲师
6	张文娟	郑州电子信息职业技术学院	马克思主义学院习近平新时代中国特色社会主义思想概论教研室主任	讲师
7	韩明凯	郑州凡曦云仓供应链管理有限公司	运行主管	无

审定人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	王利冬	河南工业贸易职业学院	商业贸易学院院长	教授
2	李艳慧	郑州万达文华酒店	人力资源总监	无
3	魏心志	河南科之源商贸有限公司	总经理 (2017级毕业生)	无
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长	副教授
5	李祺博	郑州电子信息职业技术学院	2024级在校生 市场营销专业	无
6	张素平	郑州电子信息职业技术学院	商学院副院长	讲师

市场营销专业 2025级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	王利兵	河南经贸职业学院	商贸管理学院院长 教授	王利兵
2	李书芳	郑州职业技术学院	人力资源总监	李书芳
3	魏心杰	河南科技经贸有限公司	总经理	魏心杰
4	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长 副教授	路娟
5	李祺博	郑州电子信息职业技术学院	2024级在校生	李祺博
评审意见				
该人才培养方案亮点突出，定位精准。方案紧扣当下数字营销发展趋势，目标清晰明确，旨在培养能驾驭数字浪潮、兼具“技术脑”与“人文心”的复合型新营销人才，契合市场对“数据智能+叙事能力+商业洞察”复合模型人才的需求。 课程体系构建科学合理，打造“基础理论-数字技能-战略思维-实战应用”四维一体架构。在夯实《市场营销学》《消费者行为学》等理论基础，增设《商务数据分析与应用》《BI与数据可视化》等前沿课程，让学生所学紧密贴合实际工作，为投身品牌管理、数字营销运营等热门领域筑牢根基。 实践教学环节扎实有力，借助校企合作实战项目、数字营销仿真实验室及各类学科竞赛，全方位助力学生将理论知识转化为解决实际市场问题的能力，有助于学生构筑职业竞争力。 建议：进一步拓展校企合作深度与广度，增加更多实习基地，让学生接触更多行业真实项目。同时，在课程设置中，可适当增加跨学科课程比例，如融入心理学、社会学等知识，拓宽学生知识视野，提升其综合素养与创新能力，以更好地适应复杂多变的市场环境。				
评审组长签字：王利兵 2025年9月23日				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	市场营销
专业代码	530605
学术委员会 审核意见	专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施条件较为完善,方案科学可行。审议通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
校长办公会 审核意见	专业人才培养方案内容完整,文件结构清晰,审议通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
党委会 审核意见	审议通过 同意实施 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27

2025级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

市场营销（530605）

二、入学基本要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、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 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	职业类证书
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业(F51) 零售业(F52) 商务服务业(L72)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)、客 户服务管理员(4-07 -02-03)、互联网营 销师S(4-01-06-02)、品牌专业人员(2-06-07-04)	销售代表、销售经理 、市场策划主管、市 场推广主管、智能客 服主管	初级/中级经济师证书 、全媒体运营师证书、 1+X数字营销技能证书 、经济专业技术资格证 书

五、培养目标及规格

（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技能人才。

市场营销专业学生毕业3-5年后，能够独立开展全链路营销策划、数字化推广、客户价值管理等工作，具备营销创新能力并成长为企业骨干，可通过自学或继续教育实现续专业发展。

（二）培养规格

本专业学生在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素养，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习1门外语并结合本专业加以运用；

5. 掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

6. 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

7. 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

8. 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

9. 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

10. 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

11. 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技能，具有商务数据分析能力；

12. 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的技能；

13. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

14. 掌握身体运动的基本知识和至少1项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少1项艺术特长或爱好；

16. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

公共基础必修课程共21门，包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党历史、国家安全教育、军事理论、军事技能训练、体育1、体育2、体育3、体育4、大学生心理健康教育、劳动教育、计算机应用及人工智能基础、职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础、英语1、英语2、高等数学1。

表2 公共基础必修课程主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
1	思想道德与法治	①使学生形成科学的世界观、人生观、价值观，以及符合社会规范的道德观、法制观；掌握认识社会、处理人际关系的能力，学会用道德和法律规范自身行为； ②提高大学生对国情的认识，明确成长成才的方法；培育良好的思想道德与法治素养，树立爱祖国、爱人民、爱社会主义、爱劳动、爱科学的情感，以及对道德与法律的敬畏之心。	主要教学内容：作为高校马克思主义理论教育的核心课程，它是巩固马克思主义在高校意识形态指导地位、坚持社会主义办学方向的关键载体，也是落实立德树人根本任务的核心课。课程融合思想性、政治性、科学性、理论性、实践性，以提升大学生思想道德与法治素养为主线，结合马克思主义的立场、观点、方法，围绕正确的人生观、价值观、道德观、法治观展开，对当代大学生关心的现实问题进行科学解答。 要求：引导学生遵守道德规范，锤炼道德品格，提高思想道德素质，助力营造良好社会风尚；帮助学生增强社会主义法治观念，培养法治思维，成长为能担当民族复兴大任的时代新人。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	①系统掌握新民主主义革命理论、社会主义市场经济理论、对外开放理论、“和平统一、一国两制”等核心理论，明晰社会主义改造理论、社会主义初级阶段理论的内涵； ②培育社会主义事业合格的建设者与接班人，具备正确看待社会热点问题的思辨能力和适应社会环境的实践能力；	主要教学内容：课程以马克思主义中国化时代化的历史进程为主线，以中国化时代化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化时代化理论成果为重点，阐释中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，解读毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的核心内容、精神实质、历史地位与指导意义。 要求：本课程要求学生系统掌握毛泽东思想

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		⑤拓宽知识视野，提升分析与解决问题的能力，增强参与社会主义现代化建设实践的主动性，形成契合中国特色社会主义理论要求的政治素养，树立适应社会主义市场经济竞争的思想意识，以客观全面的视角看待社会环境、塑造个人综合素质。	与中国特色社会主义理论体系的核心要义、发展脉络与实践要求；深刻认识到马克思主义中国化的历史性飞跃及其时代意义，能够运用基本立场观点方法分析社会现实问题，筑牢投身国家现代化建设的思想根基。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	①系统把握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、核心要义与实践要求，明晰中国特色社会主义进入新时代的历史方位与社会主要矛盾转化的深刻内涵； ②培育学生运用党的创新理论分析时代课题、解决中国实际问题的能力，树立“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”； ③实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命担当，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。	主要教学内容：本课程是一门全面系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想的课程，课程以马克思主义中国化时代化为主线，聚焦新时代三大重大时代课题。内容涵盖“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”等核心内容，阐释以人民为中心的发展思想、新发展理念、总体国家安全观、人类命运共同体等重要论断，展现新时代伟大实践、伟大成就和伟大变革。 要求：引导学生深刻领悟习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量与实践力量，做到学思用贯通、知信行统一；强化理论武装与价值引领，提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力，自觉抵制错误思潮，以实际行动践行新时代青年的责任与担当。使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。
4	形势与政策	①本课程旨在系统学习与贯彻党的二十大精神，落实习近平总书记关于加强和改进高校思想政治工作的重要论述及文件要求，推动习近平新时代中国特色社会主义思想及时、准确、深度融入教材体系、课堂教学与学生认知； ②引导学生全面、客观认知国家政治经济形势及改革发展的国际环境与时代背景，自觉认同并践行党的基本路线、重大方针与政策； ③培养学生对社会热点问题的学术敏感度，运用科学方法论分析我国发展进程中的国际环境与社会特征，理性研判国际局势下中国发展面临的多重挑战，主动将个人发展与改革开放、中国式现代化建设目标相结合，强化国家认同、社会担当与民族自信； ④通过课程体系化学习，使学生深刻领会党中央大政方针的理论逻辑与实践路径，牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”，成长为具备历史使命感与社会责任感的时代新人。	主要教学内容：《形势与政策》作为高校思想政治理论课程体系的重要构成，具有理论武装时效性、问题阐释针对性与教育引导综合性三重核心特征。该课程的本质功能在于引导大学生系统认知新时代国内外宏观形势，深度把握党的十八大以来党和国家事业发展进程中形成的历史性成就、发生的历史性变革及其面临的历史性机遇与挑战。作为推动党的理论创新成果即时性转化为教学资源的核心载体，本课程是帮助大学生精准理解党的基本理论、基本路线与基本方略的关键渠道。 要求：本课程要求学生系统研习并贯彻党的二十大精神，严格落实习近平总书记关于高校思想政治工作的重要论述及相关政策文件要求，持续推进习近平新时代中国特色社会主义思想深度融入教材体系、课堂教学与学生认知体系；主动传播党中央大政方针，牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”，着力培养成为担当民族复兴大任的时代新人。
5	中国共产党历史	①通过课程学习，让学生深度了解党史、国史与国情，深刻领会历史和人民选择马克思主义、选择中国共产党、选择社会主义道路的历史必然性； ②增强学生执行党的基本路线和基本纲领的自觉性与坚定性，使其从宏观层面形成对党史、国史的系统认知，掌握中国近代社会发展规律； ③进一步强化社会主义信念，坚定走中国特色社会主义道路的决心，引导学生增强道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	主要教学内容：课程核心任务是通过系统教学，帮助学生梳理党史发展脉络、认识国史基本国情，明晰历史和人民的选择逻辑，进而深化对党的基本路线和基本纲领的理解，筑牢拥护党的全面领导、坚持社会主义道路的思想根基。 要求：本课程作为思想政治理论课的扩充课程，以帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观为核心，以培育崇高理想信念为目标，通过党史国史的学习与研讨，切实提升学生的思想道德素质和政治理论素养。

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		信，成长为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	
6	国家安全教育	①精准把握新时代全球政治、经济、社会与文化领域的变革趋势，明晰大学生国家安全教育在国家主权维护、青年品格塑造中的核心价值； ②具备对国家安全影响因素、层次的分析研判能力，能将所学转化为维护国家主权、安全与发展利益的实际行动，树立维护国家安全的坚定责任感与使命感，主动为国家安全建设贡献力量。	主要教学内容：阐释总体国家安全观的重大意义、科学内涵与核心要义，展现新时代国家安全工作的成就与变革；明确大学生系统接受国家安全教育任务目标，帮助学生全面掌握国家安全形势，熟知国家安全法律法规，培育国家安全责任意识与使命担当。 要求：要求学生掌握总体国家安全观的内涵与精神实质，理解中国特色国家安全体系；树立国家安全底线思维，强化责任担当，做到学思用贯通、知信行统一。
7	军事理论	①使学生系统掌握现代军事理论体系、国防建设基本原理与国家安全相关知识，深化国防观念与国家安全意识，树立居安思危的忧患危机意识； ②弘扬爱国主义与革命红色精神，厚植家国情怀； ③提升学生综合国防素养与战略思维能力，使其能理性认知国际军事格局与国家国防政策。	主要教学内容：《军事理论》以习近平强军思想、习近平总书记关于国家安全和国防建设的重要论述为指导，紧扣新时代军事战略方针与总体国家安全观，围绕立德树人根本任务，涵盖中国国防建设历程、现代军事思想发展、国际战略格局分析、信息化战争特点、国防科技发展趋势、国家安全形势研判等核心内容，将社会主义核心价值观融入军事理论教学全过程。 要求：以培育学生国防意识与军事素养为核心，结合案例教学、专题研讨、国防形势分析等形式，引导学生主动关注国防建设与军事发展，能运用军事理论知识分析国防热点问题，切实为国防后备力量建设与军民融合发展战略落地筑军思想与知识基础。
8	军事技能训练	①使学生了解和掌握基本的军事知识和技能； ②增强学生国防观念、激发学生爱国热情、强化学生组织纪律性和自我管理能力和能力； ③使学生在政治素质、思想素质、身体素质、自我管理能力以及协作精神等方面得到全面锻炼和提高。	主要教学内容：共同条令教育与训练；射击与战术训练；防卫技能与战时防护训练；战备基础与应用训练；开展国防教育及安全教育主题班会；军训考核。 要求：军训期间所有参训教官要严格要求自己，树立良好自身形象，保持良好的军容军纪，认真备课、严谨施教、关爱学生、按时到岗。参训学生必须服从命令，听从指挥，尊敬教官，关心同学、互帮互学。学生必须准时到岗训练，不迟到，不早退，积极训练，严格要求，自觉完成各项任务。
9	高等数学1	①理解函数、极限、连续及一元函数微分的基本概念，掌握相关基本理论与运算； ②提升运算熟练度，培育抽象思维、逻辑推理、空间想象能力； ③强化知识综合运用能力，助力职业核心能力全面提升； ④培养用数学思维分析职业场景问题的意识，提升定量分析能力； ⑤养成严谨的数学表达与运算规范，夯实专业学习的数学基础。	主要教学内容：代数基础知识；极限与连续；一元函数的微分。 要求：理解函数、极限、导数等核心概念；掌握一元函数的微分运算，并了解其实际应用；本课程要求学生学会利用数学知识和分析方法去解决实际中的具体问题，提升学生利用数学软件解决实际问题的能力和用数学建模及其方法解决专业应用问题的能力，以实现高等职业教育对学生专业能力、社会能力和职业能力三大核心能力的培养。
10	英语1	培养职业场景下的英语应用能力，兼顾语言基础与职业适配性，服务岗位需求和终身学习。具体目标包括： ①基础能力：掌握必备词汇、语法，具备基本听、说、读、写、译技能，能理解简单英语信息； ②职业应用：能处理职场相关的英文沟通（如邮件、报表、简单洽谈）； ③素养提升：培养跨文化交际意识、自主学习能力。	主要教学内容：核心围绕“基础够用+职业适配”展开，必备词汇（1600-2000个核心词及搭配）、基础语法（时态、从句、等实用语法）、通用技能训练（日常对话、简单阅读、便条写作、基础翻译）； 要求： 能力要求：能听懂职场简单英文指令，能进行日常及岗位相关基础沟通互译； 素养要求：具备职场英语应用意识，掌握自主学习方法。考核要求：以应用能力为核心，兼

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
11	英语2	①语言知识与技能：掌握职场核心词汇及实用语法，能读懂业务函电、说明书等职场文本，能用英语进行日常交流及简单职场沟通（如咨询、汇报），具备基础书面表达能力（如写通知、邮件）； ②职业能力：结合专业场景（如商贸、服务、技术岗）提升英语应用能力，能应对职业相关的英语沟通需求，为职场发展和职业资格考证奠定基础； ③学习与素养目标：培养自主学习和跨文化交际意识，提升信息处理能力，形成良好的英语学习习惯，增强职业竞争力。	顾笔试（词汇、语法、阅读、写作）。 主要教学内容：分为主题内容与技能训练模块两大板块。 主题内容涵盖职场、商务会议、商务旅行、金钱、品牌、质量、营销、创业等方向；住宿安排、商务旅游、网络时代、职业生涯、旅行、健康、环保等内容。 技能训练模块分核心模块和辅助模块。 核心模块：分为听、说、读、写、译五大模块，重点训练职场对话听力、日常及职场场景口语交流、业务文本阅读、实用文体写作（如邮件、投诉信、邀请函）和中英互译； 辅助模块：包含语法复习（如从句、非谓语动词、虚拟语气）、跨文化交际拓展，以及高等学校英语应用能力考试辅导。 要求： 语言知识要求 词汇：认知2500个英语单词（含入学时的1600个），掌握600个单词及常用词组用法，350个常用词能英汉互译并掌握基本用法。 语法：熟练掌握基本语法规则，能在听、说、读、写、译中正确运用。 语言技能要求 听力：能听懂日常及职业相关的简短对话、陈述，语速每分钟110词左右。 口语：可进行日常及涉外业务简单交流，语速每分钟110词左右。 阅读：能读懂中等难度的通用及职业相关文本，阅读速度不低于每分钟60词。 写作：30分钟内完成80-100词命题作文，能撰写通知、邮件、推荐信等实用应用文。 翻译：能将中等难度的通用或业务文本译成汉语，保证译文达意、格式恰当。 职业应用要求 能运用英语处理职场基础业务，具备跨文化交际意识，达到高等学校英语应用能力要求。
12	大学生心理健康教育	①了解心理学的有关理论和基本概念；理解心理健康的标准及意义；识别大学阶段人的心理发展特征及异常表现；理解自我调适的基本知识；会分析突发事件发生后，人的心理变化规律以及身心应激反应； ②掌握心理调适技能：能完成初步自我探索；具备心理发展技能，如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能等；运用预防心理危机的技能，提高应对心理危机的能力； ③树立心理健康发展的自主意识，努力培育自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态；促进心理健康素质与思想道德素质、科学文化素质协调发展；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，正确认识自己、接纳自己。在遇到心理问题能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态；培养吃苦耐劳劳动精神、追求卓越的工匠精神，发挥自身潜能。	主要教学内容：本课程严格遵循《高等学校学生心理健康教育指导纲要》对大学生心理健康教育的核心任务要求，系统讲解大学生心理健康相关知识。融入课程思政元素，结合大学生的实际生活与学习场景，深入剖析常见心理健康问题及科学调适方法，助力学生主动应对心理困扰，树立正确的人生观、世界观和价值观。主要内容包括：新生适应，大学生心理健康教育的基础知识，常见心理问题及障碍，自我意识，人格发展，情绪管理，人际交往，爱情，压力与挫折，珍惜生命，网络心理等方面的心理困扰与调适。 要求：授课内容与架构的编排需兼顾专业性与适配性：一方面以严谨规范的心理学专业理论为支撑，另一方面紧密结合当代大学生的学习状态、生活场景与心理特征，避免因过度强调专业性导致内容晦涩枯燥，影响学生的学习体验。

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
13	劳动教育	①本树立马克思主义劳动观，培育正确劳动价值观与态度，厚植尊重劳动、劳动人民的情感，愿以劳动服务人民、贡献社会、建设国家； ②掌握生活、职业、社会必备技能，提升综合劳动能力，成为德技并修的高素质技能人才； ③内化劳动精神、工匠精神、劳模精神，养成遵章守纪、安全生产、吃苦耐劳、诚实奉献的劳动习惯与品质。	主要教学内容：课程内容包含理论与实践两大板块。理论教学重点讲授马克思主义劳动观、劳动法律法规及“三种精神”的内涵；实践教学则通过校园保洁、专业实训、志愿服务三种形态，引导学生在日常生活、生产实践与服务社会中身体力行，特别强调将严谨规范、质量至上的劳动要求融入专业技能操作全过程。 要求：努力把学生培养成为具有扎实劳动理论与实践技能，践行劳动精神，严守安全规范，养成优良劳动品质，成为高素质技能人才。
14	职业生涯规划	①树立科学职业发展规划，掌握职业规划与决策核心方法； ②完成自我认知与职业探索，制定可行个人发展规划； ③提升求职技能与职场适应力，筑牢终身职业发展根基； ④培育敬业诚信、协作创新的职业素养，适配职场发展需求。	主要教学内容：课程围绕“知己、知彼、决策、行动”主线展开，核心内容包括：职业生涯理论概述与职业世界认知。自我探索（兴趣、性格、能力、价值观）。职业环境探索（行业、职业、趋势）与信息搜集。职业决策与目标设定。 要求：学生需积极参与课堂活动与实践练习，运用科学工具完成自我与职业探索，并最终形成一份个性化的职业生涯规划书。考核侧重过程参与、实践作业及规划方案的质量。
15	就业与创业指导	①树立科学职业发展规划，掌握职业规划与决策核心方法； ②完成自我认知与职业探索，制定可行个人发展规划； ③提升求职技能与职场适应力，夯实终身职业发展基础。	主要教学内容：就业指导模块：就业市场分析与信息获取、求职材料（简历、求职信）撰写、笔试与面试实战技巧、职业选择与决策、就业权益保护与职场适应。完成自我认知与职业探索，制定可行个人发展规划；创业指导模块：创业思维与创新能力培养、创业机会识别与评估、商业模式画布初识、创业团队与资源及创业支持政策介绍。 要求：课程采用理论讲解、案例分析、模拟演练、项目实践相结合的方式。要求学生积极参与互动与实践，完成个人求职材料准备与模拟面试，或团队完成一份初步的创业构想/计划书。考核重点在于学生的实践参与度、任务完成质量及综合应用能力。
16	创业基础	①培育创业素养与创新思维； ②理解创业核心概念与流程，掌握机会识别与评估方法； ③初步构建商业模式，夯实创业实践或内部创新基础。	主要教学内容：创业思维、创新方法与企业家精神。创业机会识别、评估与市场分析。商业模式设计与验证（商业模式画布等工具）。团队组建、资源整合与创业融资基础。创业计划书撰写与项目展示（路演）技巧。 要求：课程采用理论讲授、案例研讨、项目实践等方式。学生需以小组形式完成一项创业项目构思与模拟，并产出初步的商业计划书或进行项目路演。考核侧重于过程参与、团队协作及项目成果的创新性与可行性。
17	计算机应用及人工智能基础	①熟练掌握操作系统及 Office 办公软件技能，能完成文档编辑、数据处理与报告制作； ②了解人工智能基本概念、发展现状、关键技术及典型应用场景； ③培育实践思维，提升将现实问题转化为数字化解决方案的分析能力； ④强化动手实操能力，能运用计算机及 AI 相关工具设计并实施解决方案； ⑤夯实数字化环境适应基础，助力解决生活、学习及工作中的实际问题。	主要教学内容：本课程以办公软件为核心，系统训练文档表格演示文稿三个部分的基本功能与详细应用技巧。通过案例与项目实践，培养学生高效完成文档、数据报表及演示汇报的数字化办公能力。了解人工智能的基本概念及其发展历史，以及在行业中的典型应用。 要求：培养学生的实践动手能力，提高信息素养，拓宽人工智能知识储备。
18	体育	①养成积极乐观的生活态度；运用适宜的方法调节自己的情绪；在运动中体验运动的乐趣和成功的感受；培养良好的体育道德	主要教学内容：理论知识：体育与健康概述，体育文化价值与大学生体育锻炼，体育锻炼原则与方法。体育技能：田径：学生跑、跳、投

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		和合作精神；正确处理竞争与合作的关系，培养爱国主义精神、顽强拼搏精神； ②培养积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯，形成终身体育的意识，能够编制可行的个人锻炼计划，具有一定的体育文化欣赏能力； ③熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能；能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力；能科学地选择良好的运动环境，全面发展体能，提高自身科学锻炼的能力，练就强健的体魄。	的身体技能的练习方法体操：有关技巧、器械项目的技术动作要领与练习方法、竞赛组织。 球类：篮球、排球、足球、乒乓球与羽毛球的基本技术动作、训练方法、竞赛规则及组织。 武术：拳击、五禽戏、八段锦以及简化太极拳，项目的练习方法、训练方法与竞赛组织形式。 新兴项目：飞盘、体适能项目的练习方法、训练方法与竞赛组织形式。 身心素质：《学生体质健康标准》、学生耐力、上下肢力量、柔韧性、协调性以及抗挫折能力等内容训练。 要求：融入课程思政，强调“三全育人、立德树人”贯穿课程始终；完善教学场地、提供相配套的器材与设备；采用分层次与因人制宜的“基本健康理论知识+基础运动技能+专项运动技能”方式组织教学，使用在线开放课程辅助教学；采用过程性考核和终结性考核相结合形式考核。

公共基础选修课程共16门，包括高等数学2、数学文化、实用英语口语、实用英语写作、应用文写作、中华优秀传统文化、大学语文、艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、剪纸、合唱、书法鉴赏、摄影、普通话。

表3 公共基础选修课程主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
1	高等数学2	①理解不定积分、定积分、常微分方程的基本概念及微积分相关知识； ②掌握不定积分与定积分的直接积分法、换元法、分部积分法，及简单一阶微分方程解法； ③领会“微元法”核心思想，能运用其解决面积、体积、求功等实际问题； ④提升抽象思维、逻辑推理及数学运算等核心能力； ⑤掌握定积分简单应用，夯实专业学习与职业场景中的数学应用基础。	主要教学内容：一元函数积分学；多元函数积分学；常微分方程；无穷级数。 要求：理解微分、积分、常微分方程、级数等核心概念；掌握一元函数的微分与积分运算，并了解其实际应用；掌握常微分方程的解法；掌握多元函数偏导数及二重积分的计算；具备运用数学知识解决各专业实际问题的能力。
2	数学文化	①夯实数学基础能力，掌握高职高专必备数学知识； ②提升数学运算、推理及建模核心技能； ③培育数学思维，能灵活解决专业学习与岗位实践中的实际问题； ④契合高职人才培养定位，助力核心素养全面提升。	主要教学内容：掌握集合、函数、不等式、数列等基础数学知识，夯实数学认知根基；熟练掌握三角函数、向量、解析几何等核心内容，搭建适配高职专业的数学知识框架；理解极限、导数、积分等高等数学基础概念，掌握概率统计、线性代数入门知识，满足不同专业的数学知识需求；熟悉数学知识与专业领域的关联点，掌握基础数学建模的知识逻辑。 要求：具备精准的数学运算能力，能高效完成各类基础及专业相关数学计算；拥有清晰的逻辑推理与抽象概括能力，能对数学问题进行分析、推导与论证；掌握基础数学建模方法，能将专业实践中的实际问题转化为数学问题并求解；具备数据整理、分析与解读能力，适配岗位对数据处理的基础需求。
3	实用英语口语	①核心目标：培养职场场景下的英语口语	主要教学内容：日常沟通模块：寒暄问候、

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		口头表达和书面沟通能力，实现“能说会写、够用实用”，适配日常交流与职业工作需求； ②英语口语目标：日常沟通：能清晰表达个人观点、进行日常寒暄与信息咨询，应对购物、出行等生活场景； ③职场应用：能完成求职面试问答、工作汇报、客户沟通等职业场景对话，发音标准、表达连贯； ④沟通素养：具备基本跨文化交际意识，能理解简单英语语境中的隐含意义，回应自然得体。	购物出行、餐饮住宿、就医求助等高频场景对话；简单信息咨询、观点表达的口头/书面素材；职场应用模块：求职面试（简历撰写、面试问答）、办公沟通（商务邮件、会议纪要、工作汇报）；基础支撑模块：高频核心词汇（侧重实用搭配）、基础语法（时态、从句、常用句式）、简单翻译技巧（双语互译核心规则）。 要求： 能力要求： 口语：能听懂日常及职场简单英文表达，发音清晰，可完成场景化对话（无严重语法错误）； 阅读翻译：能读懂简单英文场景材料（如说明书、通知），完成基础双语互译（准确传递核心信息）。 素养要求：具备场景适配意识，能根据日常/职场场景调整沟通方式，满足实际沟通需求； 应用要求：强调“学以致用”，能快速将所学知识转化为实际沟通能力，应对生活与工作中的英语需求。
4	实用英语写作	①基础写作：能撰写便条、通知、邮件等通用文书，格式规范、语法正确、信息完整； ②职场写作：能完成工作报告、商务函电、简历等职业文书，逻辑清晰、表达简洁实用； ③写作能力：掌握常用写作技巧，能根据场景调整语言风格，做到准确传递信息、满足沟通需求。	主要教学内容：基础写作技能模块：聚焦句子规范（主谓一致、时态语态、从句运用）、段落构建（主题句提炼、逻辑衔接词使用），纠正常见语法错误与表达不当问题。职场实用文体模块： 日常办公类：通知、备忘录、请假条、工作总结 商务沟通类：商务邮件、询价/报价函、投诉与回复函 求职应用类：英文简历、求职信、推荐信 学术基础类：课程报告、摘要、简单说明文 其他实用类：邀请函、感谢信、行程安排表 实战提升模块：包含范文解析、仿写训练、错题复盘，结合职场真实场景设计写作任务（如模拟商务洽谈邮件往来、求职申请），部分融入英语应用能力考试写作题型辅导。 要求：知识要求：掌握3000+核心词汇及职场高频词组，熟练运用基本语法规则，了解不同实用文体的格式规范与语言风格（正式/半正式/非正式）。技能要求：能在30-40分钟内完成80-120词的指定文体写作，做到格式正确、逻辑清晰；写作内容紧扣主题，无重大语法错误，用词准确、表达流畅，恰当使用衔接。
5	应用文写作	①系统掌握常用应用文体的写作规范与实务技能； ②培育情境适配能力，能按特定目的撰写文书； ③提升文书质量把控力，做到格式规范、内容清晰、表达得体； ④满足学习、工作、生活中的实际书面沟通需求。	主要教学内容：应用文写作基础（特点、格式、语体要求）；行政公文（通知、报告等）写作。事务文书（计划、总结等）写作；学业与职场相关文书（简历、求职信等）写作。 要求：课程采用讲练结合、案例分析与项目任务驱动的教学模式。要求学生掌握各类文体的规范格式，并能结合实际情境完成写作任务。考核将综合评估学生对文体规范的掌握程度、写作任务的完成质量及解决实际问题的书面表达能力。
6	中华优秀传统文化	①系统了解中华优秀传统文化的核心理念、主要精神与显著特质； ②明晰传统文化的历史脉络，理解其当代价值与时代意义； ③增强文化认同与文化自信，提升人文	主要教学内容：核心理念（如讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义等）；中华传统美德与人文精神；重要文化遗产与经典导读（如文学、艺术、科技等代表性成就）；文化传承与创新实践（传统礼仪、节日习俗、非遗项目等体验）。

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		素养： ④树立传统文化“创造性转化、创新性发展”的认知视角； ⑤培育传承与弘扬中华优秀传统文化的自觉意识。	要求：课程采用讲授、研讨、体验与实践相结合的方式。要求学生积极参与课堂互动与文化活动，完成指定的阅读与思考任务，并能结合时代要求对传统文化进行理解与阐释。考核注重过程参与、文化理解深度与实践感悟。
7	大学语文	①深化学生的语言文字运用能力，提升综合表达与有效沟通的素养； ②通过经典文本研读，提升学生的文学鉴赏能力与审美情操； ③通过文化内涵探究，增强学生的文化自觉，培养批判性思维； ④为学生专业学习与终身发展奠定坚实的人文基础。	主要教学内容：古今中外经典文学作品选读与赏析（诗歌、散文、小说等）；语言知识与实用写作训练；文学与文化专题研讨（如思想内涵、艺术特色、时代价值）；口语表达与学术写作基础。 要求：课程采用精读、研讨、写作相结合的教学模式。要求学生按时完成指定文本阅读，积极参与课堂讨论与展示，并完成规定数量的写作与表达训练。考核综合评估学生的阅读理解深度、书面与口头表达能力及人文素养体现。
8	艺术导论	知识层面： ①了解艺术的基本概念、主要门类及其发展历程； ②掌握不同艺术形式的特点及其代表性作品。 方法能力层面： ①掌握艺术鉴赏的基本方法； ②能够运用形式语言、创作背景、文化内涵等多维度知识，独立分析与鉴赏艺术作品； ③能够结合时代背景，对艺术作品进行综合评述。	主要教学内容：探索艺术的多元魅力，学习如何“感知”和“理解”艺术。了解不同艺术门类（如绘画、音乐、舞蹈等）的表现形式和审美特征，赏析中外经典艺术作品，分析艺术与社会、历史、科技发展的互动关系。 要求：引导学生完善人格修养，增强艺术创新意识，从而使学生的得到全面发展，课程内容包括美学与美育、自然美、社会美、艺术美、科技美等内容。立足以学生为中心，以基础知识和体验实践相结合。
9	音乐鉴赏	①激发学习动机，提高学生对音乐学习的兴趣与主动性； ②拓宽文化认知，拓展学生的音乐文化视野，了解多元的音乐表现形式与背景； ③提升审美素养，提高学生的音乐审美品味； ④增强学生的音乐审美感知与判断能力； ⑤加强综合素养，全面提升大学生的音乐艺术与文化修养，促进全面发展。	主要教学内容：结合学生的兴趣爱好，以欣赏国内音乐为主，国外音乐为辅，选择一些经典作品，帮助学生拓展音乐视野。 要求：增强学生对音乐鉴赏的了解，激发学生对音乐的兴趣，从而提高学生的音乐素养。
10	美术鉴赏	①提升审美素养：树立正确审美观，培养高雅品位和健全人格； ②掌握鉴赏方法：学会赏析中外经典美术作品，提高艺术鉴赏能力； ③聚焦中国文化：重点学习中国优秀美术作品，深入理解传统文化魅力； ④增强文化自信：通过对比与深度学习，最终建立坚定的民族文化自信。	主要教学内容：学习中国画鉴赏、油画鉴赏、版画鉴赏、雕塑鉴赏、中国民间美术鉴赏等内容，把不同门类的、具体的美术作品，贯穿在“赏、听、品、鉴”的主线中，提高学生感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力和创新精神。 要求：通过中外美术作品产生的不同人文背景、不同造型理念以及东西方艺术的互补与差异等方面的讲解，提高学生的艺术感知能力。
11	影视鉴赏	①掌握基础知识：使学生系统了解影视艺术的核心概念、发展脉络与表现形式，构建清晰的知识框架； ②习得鉴赏方法：引导学生掌握影视审美与批评的基本方法，能够从技术、叙事、文化等维度分析与评价作品； ③提升审美能力：通过经典与多元影视作品的赏析，增强学生的艺术感受力、判断力与表达能力，丰富其美育素养； ④培育综合素养：在知识学习与审美实践的过程中，激发学生的创造性思维、人文情怀与批判意识，促进人格的全面发展。	主要教学内容：了解影视艺术的基本特征和发展历程，掌握影视鉴赏的基本方法，运用视听语言、叙事结构、主题表达等知识独立评析影视作品，通过观影、讨论和写影评，提升审美能力。 要求：通过大量观摩，使学生增加电影阅读量，增强对电影语言的感受。学生能从专业的角度欣赏和分析电影，学会写作影视评论文章。

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
12	剪纸	①知识认知与技能掌握：使学生系统了解中国民间剪纸艺术的工艺特点与文化内涵，掌握基础剪纸技法与创作方法； ②能力与素养培养：提升学生的动手实践能力与艺术创造力，在剪纸学习过程中激发艺术感知力，培养健康的审美观念； ③个性发展与文化认同：通过剪纸艺术实践促进学生个性化表达与全面发展，增进对中华优秀传统文化的认同与热爱； ④价值引领与情怀涵育：引导学生理解剪纸艺术的文化价值与精神内涵，在传承实践中弘扬民族艺术，厚植爱国主义情怀。	主要教学内容：遵循“感知与认识、制作技法的体验与探索、创造与表现”三个模块，将教学内容分为“了解剪纸艺术、剪纸基础激发、剪纸作品训练、剪纸作品装裱、作品展示与评价”五部分，提高学生动手能力、思维能力、美学欣赏和创新能力。 要求：学生了解中国传统工艺剪纸，加深对中华优秀传统文化的认知。识别和鉴赏具有我国鲜明民族风格、地方特点、艺术特色剪纸艺术，认识其蕴含的中华民族文化价值观念、思想智慧和实践经验。结合兴趣、爱好或所学专业开展实践，运用其基本造型规律和制作技艺，制作剪纸作品，传承技术技艺，培育工匠精神。
13	合唱	①素养拓展：在合唱学习中拓宽学生的音乐艺术视野，掌握多声部合唱基础知识，提升音乐感知与表达能力； ②协作精神：通过集体排练与演出实践，培养学生的合作意识与沟通能力，强化团队责任感和集体协作精神； ③艺术实践：在合唱表演中实现音乐技能与审美素养的同步提升，增进对音乐艺术的综合理解与表现能力； ④全面发展：借助合唱艺术的集体性特征，激发学生的艺术潜能，促进情感交流与人格成长，实现个人在集体中的全面发展。	主要教学内容：通过对大量的中外合唱作品的演唱和欣赏，增强学生对多声部音乐的感受能力和理解能力，学习合唱声部的划分、训练；歌唱姿势与呼吸等各项技能。 要求：本课程要求学生树立正确的合唱理念，在掌握合唱训练的一般技巧和方法的基础上，能够系统的进行合唱训练和表演。
14	书法鉴赏	①知识奠基：系统学习中国书法艺术的发展脉络与基本特征，建立对书法文化的整体认知框架； ②鉴赏方法：掌握书法作品分析与评价的基本方法，能够从笔法、结构、章法及气韵等维度进行专业赏析； ③书体研习：研习篆、隶、楷、行、草等主要书体的风格特点与艺术规律，理解不同书体的表现语言与代表作品； ④素养提升：在理论与实践学习中，深化对中国书法艺术的理解与感知，提升审美判断力与文化修养，增强对中华优秀传统文化的认同感与传承意识。	主要教学内容：探索中国书法的艺术魅力，学习如何“读懂”书法：了解篆、隶、楷、行、草等书体的演变及特点，赏析历代名家经典作品（如王羲之、颜真卿、苏轼等）；通过临摹体验、作品解析提升书法审美能力和文化修养。 要求：从姿势与工具规范，基础笔画与结构，书写技能的进阶，作业和考核中，培养学生养成认真书写的习惯，初步欣赏优秀书法作品，感知书法的线条美与结构美。
15	摄影	①了解摄影艺术的历史与发展脉络； ②培养学生对摄影艺术的热爱与主动追求； ③认识摄影在记录历史、传承文化方面的重要社会功能； ④掌握摄影基础知识，包括摄影器材操作、曝光控制与构图原理； ⑤熟悉各类摄影语言与艺术表现手法，提升影像表达能力。	主要教学内容：了解摄影艺术的历史与原理，加深对摄影艺术文化的认知。熟练掌握各种艺术手法的运用技巧，深入理解和把握不同摄影艺术分类的审美特征，并通过实践拍摄，让学生掌握一定的摄影技巧，并能够独立完成摄影作品的创作。 要求：学会运用摄影技巧进行拍摄实践，包括人像、风景、静物等不同类型的摄影实践，提升拍摄技能和艺术表现力。
16	普通话	①系统学习普通话语音、词汇与语法的规范标准； ②有效提高普通话口语表达与交际能力； ③能够使用标准、流利的普通话进行日常交流、公开表达与工作沟通； ④注重培养学生在实际场景中的语言规范意识与应用能力； ⑤为学生参加并通过国家普通话水平测试打下坚实的语言基础。	主要教学内容：课程以普通话语音训练和口语表达为核心，主要包括：普通话语音系统训练（声母、韵母、声调、语流音变）；普通话常用词汇、语法规范与方言辨正；朗读与命题说话技巧训练；不同语境下的普通话口语应用与实践。 要求：课程采用讲练结合、示范与纠音相结合的教学模式。要求学生积极参与课堂发音练习与口语实践，完成规定的训练任务。考核将综合测评学生的语音标准度、口语流畅度及语言应用能力。

（二）专业课程

1. 专业基础课程

专业基础课程共6门，包括：管理学基础、市场营销基础、经济学基础、商品学基础、零售学管理、消费者行为分析。

表4 专业基础课程主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
1	管理学基础	①理解管理的核心概念、职能与基本原理，形成系统化的管理知识框架； ②掌握计划、组织、领导、控制等基本管理职能的具体内容与方法； ③能够运用决策工具进行简单问题分析与方案设计，培养科学决策意识； ④理解常见组织结构类型及其特点，了解组织设计、运行与变革的基本逻辑； ⑤掌握激励、沟通、团队建设等领导技能的基本理论与实用方法； ⑥培养初步的团队协作意识与角色认知，能够在小组项目中履行管理或协作职责； ⑦树立现代管理理念，具备一定的创新思维与适应市场变化的意识； ⑧能够结合专业背景，初步分析企业管理实践中的常见问题。	主要教学内容：本课程以管理四大职能为主线，系统介绍管理学基本理论、方法及应用。主要内容包括：管理学导论（内涵、发展史、管理者角色）；管理环境与企业社会责任；决策理论与方法；计划职能（目标、战略、计划制定）；组织职能（组织结构设计、部门化、职权配置、组织变革）；领导职能（激励理论、领导理论、沟通技巧、团队管理）；控制职能（控制过程、方法）。课程将穿插企业管理相关案例，重点探讨如何运用管理知识提升营销活动的计划性、组织效率与团队执行力。 要求：课程坚持“理论够用、注重实践”原则，强调案例分析与情景模拟。学生需掌握基本管理概念与工具，积极参与课堂讨论与小组任务。考核包括过程性表现（案例研讨、小组项目）与期末综合测试，重点评估学生对管理知识的理解程度及简单应用能力。
2	市场营销基础	①理解市场营销的核心概念、演进历程及在现代商业社会中的基本职能与价值； ②掌握市场营销环境分析（宏观与微观）的基本框架与主要方法，具备初步的环境洞察意识； ③理解消费者市场与组织市场的购买行为模式及其主要影响因素； ④能够运用市场调研的基本流程与主要方法，完成简单信息的收集、整理与描述性分析； ⑤掌握STP（市场细分、目标市场选择、市场定位）战略的核心内容与基本分析工具； ⑥系统掌握市场营销组合（4P：产品、价格、渠道、促销）的基本策略与常用方法； ⑦能够围绕一个具体的产品或服务，完成一份结构完整的简易市场营销策划方案； ⑧树立以顾客为中心的现代营销理念，并初步了解数字营销、社会责任营销等新趋势。	主要教学内容：本课程系统讲授市场营销的基本理论、策略与实践流程。主要内容包括：市场营销导论（核心概念、观念演进）；市场营销环境分析；消费者与组织市场购买行为分析；市场营销信息系统与调研方法；目标市场营销战略（STP）；市场营销组合策略（产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销整合策略）；市场营销计划、组织与控制概述；市场营销伦理与社会责任；数字营销发展简介。课程将贯穿案例分析，重点培养学生运用STP与4P框架分析和解决简单营销实际问题的能力。 要求：本课程强调理论与实践的紧密结合，采用“案例教学+项目实践”的模式。要求学生掌握市场营销基本知识框架，积极参与课堂研讨与案例分析。需以小组形式完成一项完整的市场调研与营销策划综合实践项目，并提交规范的策划书。考核注重过程性与应用能力，包括平时表现（案例分析、课堂参与）、小组项目成果及期末综合测评。
3	经济学基础	①理解经济学的基本问题、核心概念与研究范畴，掌握经济学的基本分析范式与思维方式； ②掌握需求、供给与市场均衡理论，并能运用该模型分析简单的市场价格形成与变动；	主要教学内容：本课程系统介绍微观经济学与宏观经济学的基础理论和核心知识。微观部分主要包括：经济学导论（稀缺性、机会成本等）、供需理论与市场均衡、消费者行为理论、生产者行为与成本分析、市场结构理论。宏观部分主要包括：国民收入核算、失业与通

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		③理解消费者行为与生产者决策的基本原理，了解不同市场结构（完全竞争、垄断等）的特征及其运行规律； ④掌握宏观经济的主要衡量指标（如GDP、通货膨胀率、失业率）及其基本内涵； ⑤理解宏观经济政策（财政政策、货币政策）的基本工具、目标及其对整体经济的调节原理； ⑥能够初步运用经济学原理，观察和解释身边常见的社会经济现象与政策； ⑦培养成本-收益分析的经济思维，并能将其初步应用于企业市场决策情境的分析； ⑧树立理性的经济观念，理解市场机制与政府干预在资源配置中的作用与局限。	货膨胀、经济增长与经济周期概述、财政政策与货币政策基础、开放经济初步。课程将注重引入现实经济案例，并引导学生运用经济学原理分析与企业经营、市场营销相关的经济环境问题。 要求：本课程注重经济思维的训练与基本原理的应用。要求学生掌握核心经济模型与概念，能够运用图形和简单计算分析基础经济问题。鼓励课堂讨论与案例分析，并需完成以市场现象分析或政策解读为主题的实践作业。考核注重对经济原理的理解与应用能力，综合平时表现（出勤、讨论、作业）、实践项目完成情况以及期末考试成绩进行评定。
4	商品学基础	①理解商品学的学科性质、研究对象及在现代市场营销与流通领域中的基础性作用； ②掌握商品的分类体系与编码原则（如国家标准商品分类），能够对常见消费品进行正确归类； ③理解商品质量的概念、构成及评价维度，掌握商品标准与质量认证（如强制性认证CCC）的基本知识； ④熟悉商品的成分、结构与性质，理解其与商品质量、用途及养护要求之间的基本关系； ⑤掌握商品包装的主要功能、基本类型及标签标识的规范要求，理解包装的营销价值； ⑥了解商品在流通与使用过程中的质量变化规律，掌握主要商品的储存、养护基本知识与方法； ⑦能够运用所学知识，对某一具体商品进行初步的品类、质量、包装及养护要点分析； ⑧树立商品全生命周期管理的意识，理解商品学知识与品牌管理、新产品开发及消费者服务之间的关联。	主要教学内容：本课程系统介绍商品学的基本理论与实务知识。主要内容包括：商品学导论（研究对象、发展、作用）；商品分类与编码；商品质量与质量管理（质量内涵、影响因素、质量评价）；商品标准与质量认证（标准体系、认证标志）；商品成分、结构与性质（重点结合食品、纺织品、日用工业品等大类）；商品包装与标识（功能、材料、技术、营销包装及法规要求）；商品储运与养护（质量变化规律、仓库温湿度管理、主要商品养护技术）；新产品开发与商品信息管理概述。课程将结合实物、案例，突出商品学知识在市场营销、商品采购、仓储管理中的应用。 要求：本课程注重理论与实践相结合，强调对商品实物的认知与分析。要求学生掌握核心概念与分类体系，能够识别主要商品的质量标志与包装标识。课程将安排商品认知、包装分析等实践环节，学生需完成至少一次商品调研或品类分析报告。考核将综合平时表现（课堂参与、实验/实践报告）与期末测评，重点评估学生对商品学知识的理解和在具体商品分析中的应用能力。
5	零售学管理	①理解零售业的性质、功能及其在国民经济与市场营销渠道中的重要作用； ②掌握现代零售业态（如百货、超市、专卖店、电商等）的主要类型、特征与发展趋势； ③理解并能够初步分析零售选址的原则、方法与评估要素； ④掌握零售企业商品结构与品类管理、采购流程及库存控制的基本知识； ⑤熟悉零售店面布局、商品陈列与视觉营销（VMD）的基本原则与常用技巧； ⑥掌握零售定价、促销策略及顾客服务管理的基本内容与方法； ⑦了解零售企业组织架构、人力资源管理及日常运营管理的基本要点； ⑧树立全渠道零售思维，了解新零售、数字化零售等创新模式与前沿动态。	主要教学内容：本课程系统介绍零售管理的基本理论与核心实务。主要内容包括：零售学导论（功能、发展史）；零售环境与消费者行为；零售业态演变与类型（实体、无店铺及全渠道零售）；零售选址与店铺开发；零售商品规划与管理（商品结构、采购、库存）；零售定价与促销策略；零售店面运营与管理（布局、陈列、视觉营销、服务）；零售组织与人力资源管理；零售信息技术与供应链管理概述；新零售与未来发展趋势。课程将结合典型案例，重点剖析实体零售的运营细节与全渠道零售的整合策略。 课程要求：本课程注重零售实务的认知与运营流程的理解。要求学生掌握核心业态与运营模块知识，能够运用基础理论分析零售案例。鼓励学生进行实地店铺观察与调研，并需完成一项零售店铺策划或促销方案设计的实践任务。考核综合课堂参与、案例分析报告、实践项目成果及期末测评，重点评估学生对零售运

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
			营逻辑的理解和应用能力。
6	消费者行为分析	①理解消费者行为分析在市场营销决策中的核心地位、基本研究范畴及其与营销策略的关联； ②掌握影响消费者行为的主要内部因素（如动机、知觉、学习、记忆、态度、个性与自我概念）； ③掌握影响消费者行为的关键外部因素（如文化、亚文化、社会阶层、参照群体、家庭、营销活动）； ④熟悉消费者购买决策过程（问题识别、信息搜集、方案评价、购买行为、购后行为）的全阶段及其特点； ⑤能够初步运用消费者行为理论模型，分析与解释特定市场中的常见消费现象与行为模式； ⑥掌握消费者行为研究的基本方法与数据获取途径（如观察法、调查法、焦点小组等）； ⑦能够将消费者洞察应用于营销组合策略（如产品设计、广告沟通、服务优化）的初步分析与建议； ⑧了解数字化环境（如社交媒体、电子商务）下的消费者行为新特征与新趋势。	主要教学内容:本课程系统阐述消费者行为的个体心理、外部环境及决策过程。主要内容包括:导论(研究意义、基本模型);消费者内部影响因素(动机与需要、知觉、学习与记忆、态度形成与改变、个性与生活方式);消费者外部影响因素(文化与亚文化、社会阶层、参照群体与意见领袖、家庭、情境因素);消费者决策过程(问题识别、信息搜寻、方案评估与选择、购买行为、购后过程与顾客忠诚);消费者行为调研方法概述;网络与数字化消费行为特征;基于消费者洞察的营销应用。课程将结合大量本土化案例,引导学生运用理论模型解读消费现象。 要求:本课程强调理论联系实际,注重培养学生的洞察与分析能力。要求学生掌握核心概念与模型,积极参与课堂案例讨论与情景模拟。需以个人或小组形式完成一项针对特定产品或品牌的消费者行为观察与访谈分析实践项目,并提交分析报告。考核注重过程性评价,综合课堂参与、案例分析作业、实践项目报告及期末考试成绩进行评定。

2. 专业核心课程

专业核心课程共7门,包括销售管理、数字营销、智能客户服务管理、品牌策划与推广、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通、营销渠道管理。

表5 专业核心课程主要教学内容

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	销售管理	①客户拜访 ②产品方案设计与演示 ③商务洽谈 ④项目招投标 ⑤销售管理	①掌握销售计划制订的方法和技术技能 ②掌握客户开发的方法和技术技能 ③掌握客户拜访的方法和技术技能 ④掌握产品方案设计与演示的方法和技术技能 ⑤掌握商务洽谈的方法和技术技能 ⑥掌握项目招投标的方法和技术技能 ⑦掌握销售团队管理的方法和技术技能 ⑧掌握销售渠道管理的方法和技术技能
2	数字营销	①数字营销策划 ②数字广告营销 ③数字互动营销 ④数字营销效果分析和优化	①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识 ②认知数字营销岗位 ③掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识 ④掌握数字营销策划的方法和技术技能 ⑤掌握数字广告营销的方法和技术技能 ⑥掌握数字互动营销的方法和技术技能 ⑦掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能
3	智能客户服务与管理	①售前售中售后服务管理体系建设 ②客服团队组建 ③客户投诉监控和危机事件处理 ④智能客服应用场景设计及开发	①掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能 ②掌握客服团队组建的方法和技术技能 ③掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
			④掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能 ⑤掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能 ⑥掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能
4	品牌策划与推广	①品牌调研与分析 ②品牌定位与设计 ③品牌传播与推广	①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识 ②认知数字营销岗位 ③掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识 ④掌握数字营销策划的方法和技术技能 ⑤掌握数字广告营销的方法和技术技能 ⑥掌握数字互动营销的方法和技术技能 ⑦掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能
5	商务数据分析与应用	①商务数据收集 ②商务数据处理 ③商务数据分析 ④商务数据可视化	①掌握商务数据收集的方法和技术技能 ②掌握商务数据处理的方法和技术技能 ③掌握商务数据分析的思路、方法和技术技能 ④掌握商务数据可视化的方法和技术技能
6	商务礼仪与沟通	①职业形象礼仪 ②商务交往礼仪 ③人际沟通礼仪 ④会务宴请礼仪	①掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪 ②掌握见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪 ③掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪 ④掌握位次、会议、宴请等会务宴请的礼仪
7	营销渠道管理	①渠道规划与拓展 ②渠道运营管理 ③渠道绩效评估	①渠道规划与拓展：调研市场与竞品渠道、选适配类型（如经销商、电商）、筛合作方并签约、搭建基础渠道网 ②渠道运营管理：定供货、定价、促销规则，协调整合库存物流，处理窜货等冲突，保渠道运转 ③渠道绩效评估：设销量、回款率等指标，定期统计分析数据，优化低效渠道、扩大优质渠道

3. 专业拓展课程

专业拓展课程共6门，包括营销法律法规、新媒体运营、商务谈判、直播营销、社群营销、短视频策划与制作。

表6 专业拓展课程主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
1	营销法律法规	①树立营销合规意识：深刻理解法律法规在规范市场营销行为、防范商业风险中的基石作用，树立诚信经营与依法营销的基本职业观念； ②掌握市场主体法规：了解《公司法》等涉及企业设立与运行的基本法律，明确不同市场主体的法律地位与责任； ③精通合同法律实务：掌握《民法典》合同编的核心原则，具备起草、审查常见营销合同（如经销、广告、服务合同）关键条款及识别履约风险的基本能力； ④熟悉市场规制法律：系统掌握《反不正当竞争法》、《广告法》、《价格法》、《商标法》的核心规定，能在策划与执行营销活动时有有效识别合规边界； ⑤贯彻消费者权益保护：深入理解《消费者权益保护法》、《产品质量法》的核心要求，能在营销全流程中落实消费者权益保护责任；	主要教学内容：本课程紧密围绕市场营销业务流程，系统讲授相关法律规范。主要包括：法律基础知识与营销法律环境概述；营销主体法律制度（企业组织形式与责任）；营销合同法律实务（合同的订立、效力、履行、违约救济，重点解析营销类合同）；市场竞争行为规制（反不正当竞争法禁止的行为、广告内容准则与审查、价格违法行为、商标注册与保护）；消费者权益与产品质量法律责任（消费者权利、经营者义务、产品责任）；数字营销相关法律（电子商务经营者义务、网络广告规范、个人信息保护与数据安全）。课程将贯穿大量真实或模拟的营销案例，重点剖析广告发布、促销方案、合同签订、客户数据使用等环节的法律风险与合规要点。 课程要求：本课程坚持“案例驱动、实务导向”，强调法律知识的理解与应用。要求学生掌握核心法律概念与关键法条，积极参与课堂案例研讨与情景模拟。需完成如合同条款审查、广告合规性判断、营销活动法律风险排查等实务性作业。考核将综合课堂表现、案例分析报告、实务作业完成情况及期末测试

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		⑥了解数字营销法律环境：认识《电子商务法》、《网络安全法》、《数据安全法》等对网络营销、个人信息处理的基本规范要求； ⑦初步应用法律分析：能够运用相关法律知识，对营销实践中常见的简单法律纠纷与潜在风险进行初步分析和判断。	评，重点评估学生在模拟营销场景中运用法律进行风险识别与合规判断的能力。
2	新媒体运营	①理解行业生态与核心思维：理解新媒体营销的本质、主流平台特点与最新发展趋势，树立用户思维、内容思维与数据驱动的运营思维； ②掌握平台运营实务：掌握主流新媒体平台（如微信公众号、短视频平台、社交社区等）的运营规则、内容分发机制与账号基本操作； ③具备内容策划与创作能力：能够根据平台特性与目标用户，进行图文、短视频等多媒体内容的创意策划、脚本撰写与基础制作； ④掌握用户互动与增长方法：熟悉用户拉新、促活、留存与转化的基本策略，能够策划并执行线上互动活动，维护社群活跃度； ⑤具备基础数据分析能力：能够运用平台工具解读关键运营数据（如阅读量、互动率、转化率），并据此优化内容与运营策略； ⑥树立合规与品牌意识：了解新媒体运营相关的法律法规与伦理规范，能在运营中维护品牌形象，防范内容与传播风险； ⑦完成综合性项目实践：能够独立或协同完成一项从定位策划、内容生产到发布推广、效果复盘的全流程新媒体运营项目。	主要教学内容：本课程聚焦主流新媒体平台的实战运营技能。主要内容包括：新媒体运营概述（概念、生态、岗位与核心能力模型）；主流平台（微信、抖音、小红书等）运营规则与策略；新媒体内容策划与创作（选题、文案、视觉设计、短视频脚本与拍摄剪辑基础）；用户运营与社群管理（用户画像、增长策略、互动策划、社群运维）；新媒体数据分析（核心指标解读、工具使用、优化反馈）；新媒体广告推广基础（信息流广告、KOL合作逻辑）；新媒体运营的伦理、法规与品牌风险管理。课程将以项目任务驱动，贯穿各平台的实操演练与案例分析。 要求：本课程为实践性核心课程，强调“做中学、学中做”。要求学生必须实际创建并维护一个模拟运营账号，完成规定频次与质量的内容创作与发布任务。课程考核以过程性项目成果为主，重点考察账号的运营策划、内容质量、用户互动效果及数据分析报告，并结合期末综合方案答辩进行评定。课堂将采用工作坊形式，强调工具实操、案例研讨与方案优化。
3	商务谈判	①理解谈判核心与原则：理解商务谈判的本质、基本原则、主要类型及其在商业活动中的战略价值； ②掌握标准谈判流程：系统掌握商务谈判从准备、开局、磋商、妥协到签约的全流程关键环节与工作要点； ③运用基础策略与技巧：能够初步运用信息搜集、报价、让步、僵局处理等基本策略，以及有效的倾听、提问、说服与沟通技巧； ④培养心理素质与礼仪：培养在谈判中的情绪管理能力、应变能力及基本的商务礼仪与职业形象； ⑤具备情景模拟与团队协作能力：能够在模拟谈判情景中进行角色扮演，具备团队内部分工协作与策略执行的初步能力； ⑥分析典型案例并进行复盘：能够运用理论框架分析经典谈判案例，并对自身参与的模拟谈判进行总结与反思。	主要教学内容：本课程系统讲授商务谈判的理论、策略与实务技巧。主要内容包括：商务谈判概述（概念、要素、类型、原则）；谈判前的信息准备与方案制定（目标设定、人员组织、情境分析）；谈判开局策略与气氛营造；实质性磋商阶段的报价、讨价还价、让步与僵局突破策略；谈判中的沟通艺术（倾听、提问、答复、说服）与心理战术；合同条款谈判与签约要点；谈判礼仪与文化差异。课程将通过大量情景模拟、角色扮演和案例分析，将理论融入实战训练。 要求：本课程是一门高度互动的实践性课程，采用“理论讲授+模拟实训”的教学模式。要求学生必须积极参与课堂案例分析、情景模拟与角色扮演谈判。课程考核将以过程性评价为主，重点考察学生在模拟谈判中的流程熟悉度、策略运用能力、团队协作表现及谈判方案撰写水平，结合期末综合模拟谈判表现或案例分析报告进行评定。
4	直播营销	①理解直播生态与核心价值：理解直播营销在数字营销体系中的定位、商业模式、主流平台特点及发展趋势； ②掌握全流程策划能力：能够独立完成一场标准直播活动的全流程策划，包括主题定位、选品策略、脚本撰写与宣传预热； ③具备现场执行与互动能力：掌握直播前、中、后的标准操作流程，能够运用专业话术、镜头表现力及互动工具有效推进销售与维护氛围； ④熟悉后台操作与团队配合：熟悉主流直播	主要教学内容：本课程以直播营销的实战技能训练为核心。主要内容包括：直播营销概述（发展、模式、平台规则与生态）；直播团队构建与岗位职责；直播全流程策划（目标设定、人货场策划、脚本撰写、预热方案）；直播运营实操（开播流程、商品讲解与展示FAB、互动话术与促单技巧、后台工具应用）；直播流量获取与推广（自然推荐与付费投流基础）；直播数据复盘与分析（核心指标解读、优化策略）；直播合规与风险管控（广告法、消费者权益、产品宣传规范）。课程将结合大量案例分析与分阶段的模拟/真实直播项目进行教学。

序号	课程名称	课程目标	主要内容及要求
		播平台的后台基本操作（商品上架、优惠设置、数据查看），理解直播团队各岗位职责并能进行基础配合； ⑤掌握基础数据分析与优化：能够解读直播核心数据（如观看、互动、转化），并据此对后续直播内容与策略提出优化建议； ⑥树立风险与合规意识：熟悉直播营销相关的法律法规、广告合规要求及舆情风险，具备基本的危机预防与应对意识； ⑦完成综合性直播项目实践：能够以团队形式，完整执行一场从策划、筹备、直播执行到复盘总结的模拟或真实直播项目。	要求：本课程为高强度实践课程，坚持“项目驱动、实战演练”。要求学生必须分组完成规定场次与质量的模拟或真实直播项目，并提交完整的策划案、执行记录与复盘报告。课堂以实训室操作为主，强调在真实或高度仿真的环境中学习。考核以过程性项目成果为核心，重点评估直播策划的完整性、现场执行的流畅度与互动效果、团队协作能力及复盘分析深度，结合期末综合答辩进行评定。
5	社群营销	①理解核心价值与生态：理解社群营销的本质、商业价值、主要类型及在私域流量体系中的核心地位； ②掌握社群规划与搭建能力：能够基于明确的目标和用户画像，完成社群的定位、规则设计、平台选择与冷启动策划； ③具备日常运营与内容策划能力：能够制定社群日常运营SOP，策划并执行能促进互动、增强粘性的话题与内容； ④掌握用户激活与增长策略：熟悉用户分层管理、核心用户（KOC）培养、氛围营造及通过裂变等方式实现用户增长的方法； ⑤具备数据监测与转化设计能力：能够监控社群活跃度、转化率等核心数据，并设计有效的社群转化路径与活动； ⑥树立风险管控与合规意识：了解社群运营中的言论管理、舆情风险及广告合规要求，具备基本的危机预防与处理意识； ⑦完成全周期项目实践：能够独立或协作完成一个社群从0到1的搭建、运营、促活及转化评估的全流程模拟项目。	主要教学内容：本课程系统讲授社群营销的体系化运营策略与实操方法。主要内容包括：社群营销概述（定义、价值、类型与演变）；社群战略定位与模型设计（目标设定、用户画像、IP打造、规则与视觉体系）；社群组建与冷启动策略；社群日常运营与内容规划（SOP制定、内容矩阵、互动话题策划、活动设计）；社群用户深度运营（用户分层、KOC培育、氛围营造、促活与留存）；社群增长与裂变方法；社群商业转化路径设计；社群数据分析与优化；社群风险管控与合规要点。课程将通过大量案例分析，并引导学生进行分阶段的社群运营模拟项目实践。 要求：本课程为实践性课程，采用“理论+模拟项目”驱动的模式。要求学生以小组为单位，围绕一个明确主题，完整运营一个模拟社群，并提交包括定位方案、运营日历、核心内容、活动策划及数据复盘在内的项目报告。考核以过程性项目成果为主，重点评估社群的定位清晰度、内容与互动质量、用户活跃表现及运营策略的完整性，并结合期末项目答辩进行综合评定。
6	短视频策划与制作	①理解平台特性与营销价值：理解主流短视频平台的内容生态、推荐机制及在品牌传播与营销转化中的核心作用； ②掌握内容策划与创意方法：能够根据营销目标与受众分析，进行短视频的选题策划、内容定位与创意构思； ③具备专业脚本撰写能力：能够熟练撰写结构完整、镜头语言清晰的短视频分镜头脚本及拍摄清单； ④掌握基础拍摄与制作技能：掌握使用手机或基础设备进行短视频拍摄的构图、布光、收音等技巧，并能运用主流剪辑软件完成基础的剪辑、包装与合成； ⑤熟悉发布与推广优化要点：掌握短视频标题、封面、描述、话题标签的优化技巧，了解平台发布规则与基础推广策略； ⑥具备数据分析与优化思维：能够解读短视频播放、互动、转化等核心数据，并基于数据反馈优化内容策略； ⑦完成全流程项目实践：能够以小组形式，独立完成从创意策划、脚本、拍摄、剪辑到发布复盘的全流程短视频项目。	主要教学内容：本课程是一门集策划、制作与运营于一体的实战技能课程。主要内容包括：短视频营销概述（平台生态、内容类型、商业模型）；内容策划与创意开发（选题挖掘、受众分析、人设/IP打造、爆款内容逻辑）；短视频脚本写作（文案、分镜头、节奏设计）；拍摄实务（设备基础、构图、运镜、布光、录音）；后期制作（剪辑软件基础操作、剪辑逻辑、字幕、音效、包装）；发布与运营（标题封面优化、发布策略、平台算法初探）；短视频数据分析与优化；版权与伦理规范。课程将通过案例拆解与分阶段的实战项目，贯穿“策、拍、剪、发、析”全流程训练。 要求：本课程为高强度实践课程，坚持“项目导向，动手实操”。学生需分组完成一系列规定主题的短视频作品，并提交完整的策划脚本、成片及项目复盘报告。课堂以实训室操作为主，强调技术练习与创意执行。考核以过程性作品集（策划案、分镜头脚本、成片）为核心，重点评估作品的创意性、技术完成度、营销契合度及团队协作表现，并结合期末综合项目答辩进行评定。

（三）实践性教学环节

实践性教学贯穿于市场营销专业人才培养全过程。实践性教学主要包括实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程紧密结合市场营销行业加强实践性教学，着力培养学生市场洞察、策略执行、客户服务等核心职业能力。

1. 实训

在校内外开展市场调研与分析、品牌定位与推广、整合营销传播、新媒体营销运营、客户关系管理、营销活动策划与执行、销售策略制定与优化、市场数据监测与分析、线下促销活动组织、营销方案提案演示等实训，涵盖单项技能实训（如市场问卷设计、短视频营销内容创作）、综合能力实训（如全案营销策划落地）、生产性实训（如企业真实营销项目执行）等类型。

通过模拟企业真实营销场景（如快消品新品推广、零售品牌节日促销）、搭建校内营销实训平台（如营销沙盘实训室、新媒体运营工坊），让学生在实践中掌握从市场需求挖掘到营销方案落地的全流程技能。

2. 实习

在快消品、零售、互联网、广告传媒、母婴等行业的若干企业中，开展市场专员、营销策划专员、新媒体运营专员、客户关系维护专员、销售支持专员、品牌推广助理等岗位进行实习，包括认识实习（行业认知、企业运作流程了解）和岗位实习（真实岗位任务执行）。

学校建立稳定、适配的实习基地（如知名快消企业区域分公司、本地头部零售连锁品牌、专业营销服务机构），选派具备行业实践经验的实习指导教师，结合市场营销岗位能力要求，组织开展专业对口实习。实习过程中加强对学生的过程性指导（如营销方案修改建议、客户沟通技巧指导）、安全管理与考核评价（如实习日志检查、企业导师反馈、实习成果答辩），确保实习质量。

实习实训既是市场营销专业实践性教学的核心载体，也是专业课教学的延伸与深化，注重“理论+实践”一体化教学。学校可根据市场营销行业淡旺季规律（如电商大促期、传统节日营销期）、企业项目周期，灵活调整学期安排（如在大促前增设短期实训模块、在企业项目高峰期安排岗位实习），提升实践教学的针对性与实效性。同时，严格执行《职业学校学生实习管理规定》及市场营销相关岗位实习标准，保障学生实习权益与实践效果。

表7 专业实践课程主要教学内容

序号	实践课程名称	主要内容及要求
1	文案撰写实训	主要内容：本课程是面向实战的技能训练课程，核心围绕各类商业文案的创作流程与技巧展开。主要内容包括：商业文案基础（作用、类型、与营销策略的关系）；文案策略与创意发想（目标设定、受众分析、卖点提炼、创意方法）；文案结构与说服逻辑；不同媒介文案专项训练（重点涵盖品牌口号、平面广告文案、电商详情页文案、微信公众号推文、社交媒体短文案及短视频脚本）；文案的视觉化配合与排版基础；文案效果评估与优化方法；文案伦理与版权基础。课程将通过大量真实案例解析与分阶段、分类型的写作项目进行实操训练。 要求：本课程为高强度实践课，坚持“以练促学、项目驱动”。学生需完成从策略构思到成品撰写的完整项目作业，覆盖至少3种主要媒介类型。课堂将以案例分析、工作坊、小组研讨与个人实操为主要形式，强调在修改与反馈中提升。考核以过程性作品集（占主要权重）和最终综合文案策划案为核心，重点关注文案的策略性、创意性、执行完成度及修改迭代过程。
2	销售管理综合实训	主要内容：本课程以模拟真实销售管理场景为核心，进行全流程、项目化的综合训练。主要内容与实训模块包括：销售目标制定与计划分解；销售组织结构设计与角色扮演；销售区域规划与客户档案建立；销售流程标准化演练（客户开发、拜访、谈判、促成、回款）；销售团队日常管理（早会、例会、报表填写与审阅）；销售数据监控与分析；销售绩效考核与激励方案设计；销售团队建设与沟通模拟；客户关系维护与投诉处理模拟。课程将通过贯穿始终的模拟销售项目，分组进行竞争与管理实践。 要求：本课程是高度仿真的综合性实训，全程采用“模拟公司+项目驱动”模式。学生将分组组建模拟销售团队，在设定的市场环境中完成全周期销售管理任务。要求深度参与角色扮演、决策制定与团队协作，提交完整的销售计划、过程记录、数据分析报告及总结复盘报告。考核以团队综合业绩（模拟）与过程管理成果为主，结合个人在项目中的贡献度与最终答辩表现进行综合评定。
3	模拟推销实训	主要内容：本课程是一门高度仿真、以角色扮演和情景模拟为核心的能力训练课。主要内容围绕推销流程展开系统性实训：推销原理与职业素养准备；客户开发与拜访预约模拟；开场白技巧与建立信任训练；客户需求深度探询与倾听技巧；FABE法则等产品价值呈现与演示技巧；客户常见价格、产品、服务异议的处理与转化技巧；识别购买信号与有效促成交易的方法；售后服务与客户关系维系模拟。课程将设置由易到难的多类模拟场景（如实体商品、服务产品、店内销售、陌生拜访），通过反复演练、录像回放分析、小组互评等方式进行强化训练。 要求：本课程为全实践课程，强调“在模拟中学习，在反馈中成长”。要求学生必须全程投入角色扮演，完成规定数量的模拟推销演练与情景挑战。课程考核以过程性表现为主，重点考察学生在模拟场景中的流程规范性、技巧运用熟练度、临场应变能力及职业态度。成绩将综合课堂模拟演练表现（个人与小组）、分析报告及期末综合情景考核进行评定。
4	岗位实习	主要内容：本课程是学生进入真实职场环境的综合性实践教学环节，围绕学生在签约实习单位的具体营销岗位展开，包括：参与企业岗前培训，了解企业文化与规章制度；在指导老师带领下，承担市场调研、客户开发、销售执行、新媒体运营、活动协助等一项或多项具体营销工作任务；学习使用行业相关工具与系统；撰写每周实习日志，记录工作内容、问题与心得；定期返校或在线上集中汇报与问题研讨；最终基于实际工作成果，撰写并提交完整的实习总结报告。 要求：学生须在专业教师与企业导师双重指导下，全职在岗完成实习。要求严格遵守实习单位纪律，主动学习，积极实践，确保实习过程的真实性与有效性。考核将综合企业导师评价、实习过程材料（日志、周报）、实习总结报告质量及返校答辩表现，重点评估学生在真实工作环境中的职业素养、岗位适应能力、专业知识和技能的应用能力。
5	毕业设计	主要内容：本课程是学生在在校期间综合知识与技能系统化、项目化总结与应用。教学内容围绕一个完整的“营销策划项目”展开，要求学生独立或组建小组完成：选题立项（选择具体企业/产品/品牌作为研究对象）；综合运用所学知识进行全面的市场环境分析（宏观、行业、竞争、消费者）；确定目标市场与定位（STP）；设计并详细阐述一套具有可操作性的整合营销策略组合（4P/新4C等）；进行初步的财务预算与效果预测；最终将全部研究成果系统化、规范化地整理并撰写成《营销策划案》。

序号	实践课程名称	主要内容及要求
		要求：毕业设计原则上要求学生独立完成。学生需在指导教师全程指导下，按时提交开题报告、中期检查报告及完整的最终成果。考核采取过程性与终结性评价相结合的方式，重点评估策划案的系统性、逻辑性、创新性、可行性及格式规范性，并通过最终的方案陈述与答辩，综合考察学生分析问题、整合知识与专业表达的综合职业能力。严禁抄袭等学术不端行为。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技能人才培养，教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

本专业总学时2780学时，总学分160学分，每16-18学时折算1个学分。其中，公共基础课总学时为920学时，占总学时的33.09%；实践性教学学时为1458学时，占总学时的52.45%；选修课教学学时为448学时，占总学时的16.12%。本专业教学进程的总体安排，以表格的形式清晰地列出本专业开设的课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。见附表1-4。

八、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

本专业学生数与专任教师数比例为24:1，师生配比科学，满足个性化教学需求。专任教师18人，均具有本科及以上学历，其中副高职称4人，讲师5人，助教9人；具备双师素质的教师12人，占专任教师比例为66.67%，能有效对接行业实践需求；年龄结构呈现老中青结合，比例协调，形成合理的学术与教学梯队，保障教学与科研可持续发展。兼职教师3人，主要来自企业一线技术人员及行业专家，承担学生实习实践指导等任务，强化实践教学环节。本专业师资队伍结构合理、专兼结合，建立定期教研机制，推动教学内容与行业需求深度融合，提升教师队伍整体专业素养与实践教学能力。

（二）专业带头人

专业带头人具有副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业、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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起到引领作用。

（三）专任教师

专任教师均具有高校教师资格证书；具有管理科学与工程、工商管理、计算机科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专任教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

兼职教师从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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专业教学任务。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室配有黑板、多媒体计算机、投影设备、多功能电子屏（触碰一体）、互联网接入或WIFI环境；安装应急照明装置并保持良好状态。

2. 校内外实训室场所

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，能够顺利开展需求洞察、品牌策划、商务礼仪与沟通、数字营销等实训活动。在实训中运用大数据、云计算、人工智能等前沿信息技术。

（1）营销业务综合实训室

营造职场氛围，配备多媒体设备，投影设备，白板计算机路由器等常用办公软件，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，综合实训等。

（2）品牌策划实训室

配备品牌策划实训软件等设备设施，用于品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等实训教学。

（3）商务礼仪与沟通实训室

配备镜墙、课桌椅、会议沙发套装等设备设施，用于职业形象、商务交往、商务沟通、商务宴请、会务服务等实训教学。

（4）数字营销实训室

配备数字营销实训软件等设备设施，用于人群画像分析、数字化信息触达策划、客户关系连接规划、营销交易与回报策划、搜索引擎品牌传播、推荐引擎品牌传播、客户开发计划与实施、客户关系分层与分析、客户互动营销计划与实施等实训教学。

校外具有稳定的实训基地，能够开展销售管理、市场调查等实训活动，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。

3. 实习场所

实习场所实际运营场景如：电商企业（店铺运营、直播营销部门）、连锁零售品牌（门店管理、市场推广部门）、广告公司（策划、客户服务部门）、新媒体营销机构（内容运营、社群营销板块）、快消企业（品牌推广、渠道管理部门）等。符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，具备合法运营资质，实习单位需为依法注册的市场营销相关企业或机构，提供有效的营业执照、行业经营许可（如涉及特殊行业需提供对应资质）等，确保合作的合法性。与学校建立合作机制，实习场所需与学校签订正式实习合作协议，明确双方权责（如实习期限、岗位任务、学生日常管理、安全责任划分等），并接受学校对实习过程的监督与评估。实习场所须具备完善的的安全管理制度，如办公安全规范、数据信息保护流程、消防安全设施等，指定专人负责实习生管理（如企业导师、部门负责人），明确实习任务清单、技能考核标准及权益保障（如劳动保护、实习补贴、意外伤害保障等），且需对实习生进行岗前安全与岗位技能培训，确保学生人身安全与实习工作规范开展。

（二）教学资源

主要包括能满足学生专业学习、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

本专业以《郑州电子信息职业技术学院教材管理办法》为依据，严格遵循国家高职高专教材选用规范，在教材选用中优先选用国家级规划教材、精品教材、获奖教材及行业权威教材，使教材内容符合市场营销学科前沿动态与产业发展趋势。执行校、院、教研室三级教材选用审核把关制度，即：教研室初选，二级教学单位审查，学校教材工作领导小组审定，从而有效保障了教材选用的质量及思想性、合规性。

2. 图书文献配备

紧扣人才培养的技能导向，满足专业教学、实训及师生科研需求。文献重点覆盖市场营销原理、消费者行为学等基础理论类图书，以及数字营销（含社交媒体、内容营销）、电商运营、广告策划、营销数据分析、客户关系管理等实务操作与工具应用类核心资源，同时配备经济学、管理学等关联领域文献及相关学术期刊；紧跟行业动态，及时补充新消费趋势、AI营销、私域运营等前沿技术与新型营销模式相关的实用图书，助力学生对接岗位需求。

3. 数字资源配备

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。

（三）教学方法

紧密贴合高等职业教育专业特性，以“立德树人、岗课赛证融通、理实一体”为根本遵循，构建贯通“基础-核心-技能-拓展”四类课程的多元化方法体系。专业基础课侧重案例教学与情境讨论，结合行业情境以夯实理论认知；专业核心课推行项目驱动与任务导向教学，引入项目任务，进行工学结合；专业技能课注重仿真实操、角色扮演与岗位实战，有机融入技能竞赛集训与职业资格证书考核标准，在“做中学”中锤炼技艺；专业拓展课则注重创新与协作，鼓励学生通过探究式学习与混合式工作坊拓展职业边界。系统化运用线上线下混合式教学、翻转

课堂等现代模式，通过企业导师协同授课、动态对接产业需求，实现学生知识、能力与素养的融合发展。

(四) 学习评价

1. 公共基础课程

公共基础课程旨在全面培育学生核心素养与关键能力，重点关注有效沟通、团队协作、信息整合与应用、批判性思维与实际问题解决等综合能力的养成。课程评价将依据不同课程性质与教学目标，采取相应的评价方式：考试课程采用“过程性考核与期末考核相结合”的综合评价模式，关注学习全程表现与知识整合运用能力；考查课程采用过程性评价，围绕上课出勤、学习态度、课堂参与、作业与测试等多维度展开。各课程可根据自身特点，对评价维度设置合理权重。所有课程的评价方案均在开课向学生公布，确保评价导向清晰、过程透明，有效促进学生综合能力发展与学习成效提升。

2. 专业基础课程

以知识理解与应用为核心，采用“过程性评价40%+终结性评价60%”。过程性评价包含课堂出勤、课堂纪律、课堂活动表现、作业完成、小组研讨等；终结性评价以试卷考试、案例分析、实践报告等方式，将基础理论与行业认知结合考评。

3. 专业核心课程

突出岗位能力导向，实行“过程性评价40%+终结性评价60%”。过程性评价包括学习态度、课堂表现以及课后任务完成情况等；终结考核通过试卷考试、项目报告、课程小论文等考察学生知识掌握、实践感悟与行业通用基本素养等。以上比例根据不同课程适当调整。

4. 专业技能课程

以实操能力提升为目标，将学生对知识应用和岗位适应度作为考核依据。含项目参与度、操作规范、熟练程度、创新应用等内容。结合职业技能等级标准，通过现场实操、技能竞赛、岗位模拟等方式评定，强化职业适配性。

十、质量保障和毕业要求

(一) 质量保障

1. 夯实校企共建人才培养质量保障机制

依托学院现有合作企业，构建“产教融合、校企协同”的人才培养共同体，与行业优秀企业、优质用人单位建立常态化校企沟通协商机制，搭建质量问题反馈通道，一方面通过线上平台线下座谈会等方式，定期召开人才培养研讨会，随时反馈教学与人才培养中的共性问题；另一方面建立企业对实习学生的专项评价反馈机制，企业结合岗位实操要求、职业素养标准，从专业技能掌握、实践能力、行业行为规范等维度对实习生进行阶段性与终结性评价及时反馈，学院根据评价结果，动态对接行业岗位需求与技术发展趋势，共同完善专业资源库建设，确保人才培养目标与教学实施全过程贴合行业实际与企业用人需求。

2. 健全校院协同教学质量保障机制

（1）学校牵头制定全校质量保障总章程与标准，明确人才培养方案、课程标准、实践教学、实习实训、毕业设计等核心环节的质量要求。完善人才培养质量年度报告制度，定期开展专业人才培养状态数据采集与分析，充分发挥数据平台在专业建设与教学质量监控中的作用。构建内部质量保证体系，形成常态化、周期性的教学质量自我诊断与改进机制，持续提升人才培养质量。

（2）学院遵守学校课程管理、教学运行、实训实践、学业考核、教学督导等关键环节的教学管理制度。建立教学质量动态监控机制，通过定期教学检查、听课评课、教学进度跟踪、学生反馈收集等固定方式，督导项目化教学、信息化教学等方式的应用成效，同时强化实践教学管理，规范实习实训流程，保障学生实践技能培养质量。

（3）结合校院二级督导重点方向制定教研室活动计划，定期开展教研例会，聚焦教学质量开展专题研讨，确保教研成果有效服务于质量管控目标。建立线上线下相结合的集中备课制度，严格执行“以学生为中心”的原则，共同研讨实施项目化、案例式、情景式等适配职业教育的方法，强化课堂互动与实践导向。教师在教学全过程中引导学生运用自主学习、合作探究、实训操作等方法，提升学习时效性。

3. 构建多元综合学业质量评价机制

学业质量评价以立德树人为根本遵循，融入增值评价理念，采用“考试与考查相结合、过程性考核贯穿全程”的综合评价方式，全面衡量学生学业成效与成长进步。考试课成绩按“平时成绩 40%+期末考试成绩 60%”核算，其中平时成绩涵盖课堂表现、作业完成、实训操作、阶段性测验及职业素养、品德表现等维度；考查课

实行 100%过程性考核，通过项目任务、实践操作、案例分析、阶段性汇报、岗位模拟等多样化形式，同步考察学生知识应用、技能提升与价值塑造情况。通过多元评价实现对学生知识掌握、技能运用及职业素养的全面评价，确保学业质量评价科学精准且兼具育人导向。

4. 完善毕业生跟踪评价与反馈机制

完善“全程跟踪、科学评价、闭环改进”的毕业生跟踪评价体系。通过问卷调查、企业访谈、校友回访、行业调研等固定方式，常态化跟踪毕业生就业质量、岗位适配度、职业发展潜力、行业认可度及用人单位满意度。由学院、企业、行业专家组成的评价小组系统分析跟踪结果，准确定位人才培养中教学方式与岗位需求的契合度、评价体系对能力培养的支撑度等核心问题。建立评价结果反馈与应用的固定机制，将跟踪结论及时转化为优化教学方式、调整评价细则的具体举措，形成“培养—评价—改进—提升”的良性循环，持续保障人才培养的针对性与实效性。

(二) 毕业要求

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

本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程2780学时160学分，其中公共基础课程920学时53学分，专业课程1860学时107学分，且符合相关要求方准予毕业。

1. 毕业要求与课程对应关系

表8 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	政治素养	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。 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、数字素养、工匠精神、创新思维。勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，具有较强的集体意识和团队合作精神。 ④ 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。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。	思想道德与法治、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、形势与政策、大学生心理健康教育、劳动教育、中华优秀传统文化

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
2	专业能力	①培养适应市场需求、拥有扎实职业能力的应用型营销人才，侧重一线实操能力，能快速适应中小企业、零售业、服务行业等领域的营销工作，在注意职业素养培养的同时树立终身学习的意识。 ②能够设计基础调研方案、分析数据并撰写报告，同时运用经济学思维评估营销活动中的成本、收益及供需关系，完成商品分析、采购、销售及质量管理。 ③能制定营销目标、策划基础活动方案并推动执行，掌握销售流程、商务沟通技巧及客户关系维护方法，并熟练操作主流数字平台，完成基础推广与内容创作。 ④要了解预算控制、效果评估与渠道管理流程，并具备商业敏感度、团队协作能力及行业趋势洞察力，以适应快速变化的市场需求。	经济学基础、商品学基础、品牌策划与推广、销售与管理、商务谈判、数字营销、营销渠道管理、大学生职业生涯规划
3	方法能力	①围绕“科学思维+工具应用+实战能力”三大维度展开。在科学思维层面，着重培养学生运用逻辑框架分析营销问题，制定可行解决方案并评估效果的能力，掌握基础调研方法，形成数据驱动的决策思维。 ②在工具应用方面，能够通过数字化工具进行数据处理和可视化呈现，熟练操作主流数字营销工具和平台。在实战能力培养上，提高信息收集、处理与分析能力，强调学生的适应性学习能力，培养学生快速掌握新兴营销技术和平台规则的能力，以及团队协作和跨部门沟通技巧。 ③突出“学用结合”的特色，采用“理论教学-工具实训-项目实战”的三段式培养路径，使学生具备发现问题、分析问题和解决问题的综合能力，拥有自主获取行业新知识的能力，能提出基础创新方案并迭代优化。	计算机应用基础、数字营销、创业基础、商务谈判
4	社会能力	①职业沟通与表达能力，着重培养学生清晰陈述营销方案的专业素养、有效倾听客户需求的沟通技巧，以及规范撰写商务文书的职业写作能力； ②团队协作与领导力，通过项目制教学强化学生的责任担当意识、冲突协调能力和目标推动力，使其在团队环境中能够有效发挥作用； ③职业道德与责任感，重点培育学生遵守行业规范的职业操守、诚信经营的专业理念，以及保护客户隐私的数据安全意识； ④抗压与跨文化适应力，通过模拟真实工作场景，锻炼学生适应高强度工作节奏的心理素质，以及理解不同文化背景消费群体的沟通技巧。	商务礼仪与沟通、商务谈判、智能客户服务管理、消费者行为分析、品牌策划与推广、营销法律法规、心理健康教育
5	可持续发展能力	①强调绿色营销理念的塑造，重点培养学生理解ESG（环境、社会 and 治理）原则。 ②掌握可持续产品推广策略和绿色消费行为分析方法。具有数字化持续学习能力，能够自主跟踪数字营销技术迭代，适应AI、大数据等新技术变革。 ③注重职业发展韧性培养与跨领域迁移力的提高，着重培育学生的跨界思维和创业意识，通过“专业+电商+新媒体的复合能力”建设，增强其在行业变革中的职业转型能力，具备适应未来市场变化的长期竞争力。	经济学基础、大学生职业生涯规划、创业基础、心理健康教育

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
6	创新创业能力	①具有创新思维，培养市场机会洞察力，通过行业趋势分析、消费者行为研究等课程训练，使其能够敏锐识别新兴市场机会和潜在消费需求重点。 ②增强创业实战，通过“课程－竞赛－孵化”三级培养体系，强化学生的商业模式创新、商业计划书撰写、路演展示、资源整合等创业核心技能，特别注重电商运营、社群营销等轻创业模式的实操训练。 ③提高商业机会把握能力，具有识别市场趋势、评估商业价值的专业敏感度，拥有自主创业的基本素质，能够在数字经济时代抓住新兴市场机遇。培育风险管控与迭代能力，使学生具备风险评估意识和快速调整策略的应变能力。 ④培养完整的创新创业思维体系和实战能力，为其未来职业发展或自主创业奠定坚实基础。	营销法律法规、消费者行为分析、职业生涯规划、创业基础、品牌策划与推广

2. 毕业证书要求

毕业证书。鼓励学生在校期间根据自身情况，考取与专业相关的职业资格证书或技能等级证书的一种或几种：如初级/中级经济师证书、全媒体运营师证书、1+x数字营销技能证书、经济专业技术资格证书。

附表：1. 各教学环节教学周数安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课程安排表

4. 课程结构、学时与学分分配表

附表1 各教学环节教学周数安排表

学年	学期	课堂教学	军事技能训练	劳动教育	实习与实训	岗位实习	毕业设计	考试	机动	合计
1	一	16	3	0	0	0	0	1	1	21
	二	16	0	0	2	0	0	1	0	19
2	三	17	0	1	2	0	0	1	0	21
	四	16	0	0	2	0	0	1	0	19
3	五	8	0	0	0	12	0	1	0	21
	六	0	0	0	0	13	6	0	0	19
合计		73	3	1	6	25	6	5	1	120

附表2教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
公共基础课程	思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
	形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3			3*16				考试	
	中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1				2*8			考查	
	国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	
	军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	3*12						考查	
	军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3w							包含新生入学教育
	体育1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
	体育2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
	体育3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	
	体育4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	
	劳动教育	ZD000032	必修	30	8	22	2			1w					
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2		2*16					考查	
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践不占教学正常课时
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践教学不占正常课时
	创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践教学不占正常课时

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	英语1	ZD000111	必修	64	64	0	4	4*16						考试	2*16线下 2*16线上
	英语2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	高等数学1	ZD000101	必修	32	32	0	2	2*16						考试	
	小计			792	454	338	45	20	10	7	10				
	高等数学2	ZD000102	选修	64	64	0	4		4*16					考试	线下课
	数学文化	ZD000103	选修	32	0	32	2			2*16				考查	线上线下相结合
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	16	16	2		2*16					考查	线上线下相结合
	应用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	线上线下相结合
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	线上线下相结合
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	线上线下相结合
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	线上线下相结合
	普通话	ZD000122	选修	16	8	8	1	2*8						考查	
	公共艺术课	—	选修	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	见附表3
	公共基础选修课选修8学分，128学时（其中公共艺术课选修2学分，其余课程选修6学分）														
	合计			920	582	338	53	17	14	7	10				
专业基础课程	管理学基础	ZD051002	必修	64	52	12	4	4*16						考查	
	市场营销基础	ZD050151	必修	64	56	8	4	4*16						考试	
	经济学基础	ZD050130	必修	64	48	16	4		4*16					考查	
	商品学基础	ZD050131	必修	64	56	8	4				4*16			考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	零售学管理	ZD050108	必修	64	48	16	4				4*16			考试	
	消费者行为分析	ZD050153	必修	64	48	16	4		4*16					考试	
	小计			384	308	76	24	8	8		8				
专业核心课程	数字营销	ZD050113	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	销售管理	ZD050107	必修	64	48	16	4		4*16					考试	
	品牌策划与推广	ZD050152	必修	64	48	16	4				4*16			考试	
	智能客户服务管理	ZD050154	必修	64	32	32	4			4*16				考试	
	商务数据分析与应用	ZD050402	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	商务礼仪与沟通	ZD050233	必修	32	16	16	2		2*16					考查	
	营销渠道管理	ZD050105	必修	64	48	16	4			4*16				考试	
	小计			416	256	160	26		6	16	4				
专业技能课程	文案撰写实训	ZD050124	必修	40	0	40	2		2w						
	销售管理综合实训	ZD050120	必修	40	0	40	2			2w					
	模拟推销实训	ZD050121	必修	40	0	40	2				2w				
	岗位实习	ZD050227	必修	500	0	500	25					12w	13w		
	毕业设计	ZD050219	必修	120	0	120	6						6w		
	小计			740		740	37		2w	2w	2w	12w	19w		
专业拓展课程	营销法律法规	ZD050129	选修	32	32	0	2				2*16			考查	
	商务谈判	ZD050118	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	新媒体运营	ZD050156	选修	64	32	32	4				4*16			考查	
	直播营销	ZD050158	选修	64	32	32	4					8*8		考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	短视频策划与制作	ZD050159	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	社群营销	ZD050160	选修	64	32	32	4					8*8		考查	
	小计			320	176	144	20			2	6	24			

备注：课程性质分为必修、选修，考核方式分为考试、考查

附表3公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程代码	建议学时	理论学时	实践学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个生在校期间，至少要在公共艺术课程中任选2门并且取得2学分

附表4课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别	课程性质					
必修课程	公共基础课程		792	28.49%	45	28.12%
	专业基础课程		384	13.81%	24	15.00%
	专业核心课程		416	14.96%	26	16.25%
	专业技能课程		740	26.62%	37	23.12%
选修课程	公共基础选修课程		128	4.60%	8	5.00%
	专业拓展课程		320	11.51%	20	12.50%
总学时			2780	总学分	160	
理论学时	1322	理论 :实践	1:1.10			
实践学时	1458					