



三門峽職業技術學院

2025版市场营销专业人才培养方案

制定院部：经济管理学院
专业名称：市场营销
专业代码：530605
专业大类：财经商贸大类
专业类：工商管理类
适用学制：三年
制定时间：2004年6月
修订时间：2025年6月
制定人：李金秋
修订人：马红军
审定负责人：吕帆

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学基本要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	1
1. 素质	1
2. 知识	2
3. 能力	2
六、人才培养模式或教学模式	2
七、课程设置及要求	3
(一) 通识教育课程概述	4
(二) 专业课程概述	10
1. 专业群基础课	10
2. 专业基础课	11
3. 专业技能课	13
4. 专业拓展课	17
5. 专业阶段实践课	18
6. 专业综合实践课	19
八、教学进程总体安排	22

(一) 教学周数安排表	22
(二) 集中性实践教学环节安排表	22
九、实施保障	23
(一) 师资队伍	23
(二) 教学条件	24
(三) 教学资源	26
(四) 教学方法	26
(五) 学习评价	26
(六) 质量保障	27
十、毕业要求	27
(一) 学分要求	27
(二) 职业技能证书要求	27
(三) 其他要求	27
十一、继续专业学习和深造建议	27
十二、附录	28
(一) 教学计划进程表	29
(二) 互联网营销师职业技能等级证书职业功能与课程对照表	30
十三、人才培养方案审核	31

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：市场营销

(二) 专业代码：530605

二、入学基本要求：中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、基本修业年限：三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	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）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管、数字营销专员、智能客服运营专员……
职业类证书	互联网营销师、电子商务师、新媒体营销师、数字营销职业资格证……

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，立足豫晋陕等中部城市社会经济发展的总体要求，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，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. 素质：

(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) 掌握与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；

2.知识：

(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、销售管理等技术能力，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、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

3.能力：

(12) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(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、人才培养模式或教学模式

本专业立足区域经济发展需求，结合市场营销行业特点，构建“岗课赛证融通、产教深度融合”的人才培养模式。

“岗课赛证融通”方面，以市场营销岗位需求为导向，深入调研企业岗位能力要求，将岗位核心技能融入课程体系。依据岗位工作流程和典型工作任务，开发专业课程，确保课程内容与岗位需求无缝对接。同时，积极组织学生参加各类市场营销技能竞赛，以赛促学、以赛促教，提升学生实践能力和创新

思维。此外，将互联网营销师、电子商务师等职业资格证书考核内容融入教学，实现课证融通，增强学生就业竞争力。

“产教深度融合”方面，与本地知名企建立长期稳定的合作关系，共建校外实习实训基地。企业参与人才培养方案制定、课程设置和教学过程，为学生提供真实的工作环境和项目实践机会。学校聘请企业专家担任兼职教师，定期开展讲座和实训指导，使学生及时了解行业动态和前沿技术。同时，学校为企业提供员工培训、技术咨询等服务，实现校企资源共享、优势互补。

通过这种人才培养模式，培养出具有扎实专业知识、较强实践能力和创新精神的高素质市场营销人才，满足区域经济发展对市场营销专业人才的需求。

七、课程设置及要求

构建“平台+模块”的“矩阵式”专业群课程体系。即构建“四平台、八模块”的课程体系，四平台包括：通识教育课程平台、专业基础教育课程平台、专业教育课程平台、专业实践教育环节平台。八模块包括：通识教育课程模块、素质教育实践模块、专业群基础课程模块、专业基础课程模块、专业技能课程模块、专业拓展课程模块、专业阶段实践模块、专业综合实践模块。课程体系形似四行八列的矩阵，称为矩阵式专业群课程体系。具体课程设置见下表。

课程平台	课程模块	课程类别	课程性质	课程名称
通识教育课程平台	通识教育课程	思想政治	必修	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、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、“四史”教育
		安全教育		军事理论、国家安全教育、大学生安全教育
		英语		高职公共英语
		体育		高职体育
		信息技术		现代信息技术
	素质教育实践	素质教育	必修	职业规划与职业素养养成训练、就业与创业指导、劳动教育专题、高职生心理健康、人文社科类或自然科学类跨专业修够4学分，艺术类教育课程2学分
		军事技能训练		军事技能训练
		劳动教育实践		劳动教育实践
		创新创业实践		创新创业教育活动、创新创业竞赛、创新创业经营实践
	课外素质培养实践			暑期社会实践、学生社团及专业协会活动、志愿者服务、思想品德与行为习惯养成、素质拓展

专业基础教育课程平台	专业群基础课程		管理学基础、市场营销、财务管理
	专业基础课程	必修	企业文化概论、电子商务实务、经济法、广告理论与实务、消费者行为分析
专业教育课程平台	专业技能课程	必修	数字营销、市场调查实务、推销技术、营销公共关系、智能客户服务实务、商务礼仪沟通、品牌策划与推广、新媒体营销、市场营销运营技能
	专业拓展课程	选修	商务数据分析与应用、AI 人工智能应用、直播电商、视频剪辑与制作、商务文案策划与撰写、创新思维与创造力开发
专业实践教育环节平台	专业基础实践		数字营销实训、营销策划实训、直播营销运营综合实训、专业认知实践
	专业综合实践	必修	岗位技能综合实训、岗位实习、毕业论文

(一) 通识教育课程概述

1.思想道德与法治

课程目标：通过教学引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定理想信念，把个人理想融入社会理想，自觉弘扬中国精神，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知，积极投身道德实践；掌握基本的法律知识，增强法治素养，成为能担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：理论教学涵盖人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、道德观、法治观教育等内容。实践教学则是开展主题演讲、实践调研、情景剧、法院庭审旁听等项目。

教学要求：秉持“以学生为中心”的理念，紧密对接专业，坚持“知情意行”相统一原则和“八个相统一”要求，采用多种信息化资源和手段辅助教学，改革教学模式和方法，不断提升学生的思想道德修养和法治素养。

2.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：了解马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质和历史地位；增强学生的马克思主义素养，使其能用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题；坚持正确的政治立场，坚定四个自信，立志为实现第二个百年奋斗目标和中国梦贡献力量。

内容简介：理论教学包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系两大部分，重点介绍马克思主义中国化的理论成果，尤其是习近平新时代中国特色社会主义思想；实践部分则是开展经典诵读、参观党史馆、主题调研等项目。

教学要求：坚持课堂面授与实践相结合，深刻认识中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的发展历史；正确理解中国共产党在新时代的基本理论、基本路线、基本方略，使学生们坚定信仰信念信心。

3.习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标：准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、重大意义、丰富内涵、理论创新和实践要求；能用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题；正确认识世界和中国的发展大势，正确认识中国特色和国际比较，积极承担时代责任和历史使命。

内容简介：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、实现中华民族伟大复兴的重要保障、中国特色大国外交、坚持和加强党的全面领导等。

教学要求：紧密结合高职学生的学习特点，遵循学生认知规律，坚持“八个相统一”要求，采用理论讲授、案例分析、经典诵读、情境表演、实践调研等方法，丰富和完善教学资源，讲深讲透讲活习近平新时代中国特色社会主义思想。

4.形势与政策

课程目标：使学生了解国内外重大时事，正确理解党的基本路线、重大方针和政策，认清形势和任务，把握时代脉搏，引导自觉肩负起民族复兴的大任。同时使学生掌握该课程基本理论观点、分析问题的方法，把理论渗透到实践中。

内容简介：该课程具有很强的现实性和针对性，教学内容因时而异，紧密围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》，根据形势发展要求，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践，回应学生关注的热点问题。

教学要求：联系当前热点问题和学生实际，分析当前形势，解读国家政策；围绕专题实施集体备课；运用现代化教学手段，采用讨论、辩论等多种教学形式。

5.“四史”教育

课程目标：旨在引导学生把握党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史核心脉络，深刻认识党的领导必然性与中国特色社会主义道路正确性。帮助学生树立正确历史观，增强“四个自信”，厚植爱国情怀与担当意识，培养历史思维能力，推动其将个人发展融入国家大局，成长为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：课程以“四史”内在逻辑为主线分模块教学。党史模块聚焦党的奋斗历程与精神谱系；新中国史模块阐述国家建设探索与成就；改革开放史模块解析改革实践与时代变革；社会主义发展史模块追溯理论渊源，明晰中国特色社会主义历史方位，结合史料与现实热点展开。

教学要求：教师需以理论阐释为基础，融合史料分析、专题研讨，引导学生主动思考。要求学生课前预习、课上参与、课后完成研读与心得。采用课堂讲授、线上学习、现场教学等形式，运用多媒体辅助教学，建立综合考核机制，考察知识掌握与价值认同情况。

6.军事理论

课程目标：认识国防、理解国防；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。

内容简介：国防概述、国防法规、国防动员、国防建设、武装力量建设；中国古代军事思想、毛泽

东军事思想、习近平强军思想等当代中国军事思想；国际战略形势与国家安全形势；新军事革命、信息化战争；信息化作战平台、信息化杀伤性武器。

教学要求：采用以学生为中心，以教师为主导，理论与实践相结合、线上与线下相结合、课内与课外相结合的方式，通过案例解析、小组讨论、社会调查、时政问题大家谈、课堂演讲等多种形式开展教学，帮助学生了解国防、认识国防，深刻认识国际国内安全形势，引导学生自觉提高国防意识与国家安全意识，积极投身国防事业。

7. 国家安全教育

课程目标：帮助学生重点理解中华民族命运与国家关系，系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系；牢固树立国家利益至上的观念，树立国家安全底线思维，践行总体国家安全观；帮助学生增强安全防范意识，培养学生自我防范、自我保护的能力，提高学生的综合安全素质。

内容简介：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规；国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法；从大学生人身财产安全、就业求职安全、社交活动安全、消防安全、交通安全等多个方面进行安全教育。

教学要求：密切联系学生实际，紧贴世情国情社情，与学生专业领域相结合，采用线上与线下相结合的方式，通过案例解析、小组讨论、社会调查等多种形式开展教学。通过安全教育，全面增强学生的安全意识，提升维护国家安全能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。

8. 大学生安全教育

课程目标：培养学生树立安全第一、生命至上意识，掌握必要的安全基本知识，了解安全问题相关的法律法规，掌握安全防范技能，养成在日常生活和突发安全事故中正确应对的习惯，增强自我保护能力，最大限度地预防安全事故发生和减少安全事故造成的伤害。形成科学安全观念，培养安全态度、掌握现代安全技能。

内容简介：课程主要内容包括国家安全教育、生命安全教育、法制安全教育、心理安全教育、消防安全教育、食品安全教育、网络安全教育、交通及户外安全教育，以及实习就业和实践。涵盖大学生学习、生活、工作、娱乐中可能遇到的主要安全问题。

教学要求：将采取理论与实践相结合、专业与思想相结合的方式进行。

9. 高职公共英语

课程目标：掌握语音、词汇语法、基本句型结构和基本行文结构；认知英语基本词汇2700至3000个，专业词汇500个；职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维及自主学习等能力培养，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。

内容简介：包括英语语言知识、语用知识、文化知识和职业英语技能，具体内容为英语语言词汇、语法、语篇阅读及翻译、情境听力及口语，实用写作五个模块。

教学要求：通过对语音、词汇、语法等知识的学习，使学生能进行一般话题的日常及入门职业背景下英语交流，能套写通知、留言、贺卡、感谢信等实用写作，能借助词典阅读和翻译一般题材的简短英文资料。

10.高职体育

课程目标：了解常见体育运动项目与健康保健的基本理论知识；熟练掌握一到两项体育运动技术和技能；培养学生终身体育锻炼的习惯，以及沟通、协调能力、组织管理能力和创新意识。

主要内容：由基础教学模块和选项教学模块两部分组成。第一学期是基础模块，具体内容包括身体素质和24式简化太极拳；第二学期至第四学期是选项模块，具体内容包括篮球、排球、足球、乒乓球、网球、羽毛球、武术、健美操、跆拳道、体育舞蹈、形体、瑜伽、街舞、女子防身术、毽球、健身气功、柔力球等17项。学生依据个人兴趣爱好，每学期从中选择1个项目进行学习。

教学要求：应根据学生的专业身体素质需求，按不同运动项目的特点和运动规律，采取区别对待的原则进行技能教学。学生每学期体育课程的考核项目和评分标准是根据教育部《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和《国家学生体质健康标准》的要求结合我院具体情况制定的；学生毕业时，体育课和《标准》必须同时合格，缺一不可，否则作肄业处理。

11.信息技术与人工智能

课程目标：认识信息技术对人类生产、生活的重要作用；了解现代社会信息技术的发展趋势；了解大数据、人工智能、云计算等新兴信息技术；理解信息社会特征，遵循信息社会规范；掌握常用的工具软件和信息化办公技术；拥有团队意识和职业精神；具备独立思考和主动探究能力。

内容简介：基础模块包含计算机操作基础、办公软件、信息检索、BI数据智能、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容；拓展模块包含信息安全、大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟现实等内容。

教学要求：通过贴近生活、贴近学习、贴近工作的教学项目和教学任务的学习，使学生具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题。

12.劳动教育专题

课程目标：树立正确的劳动观念，全面理解劳动是社会进步的根本力量，树立劳动最光荣、劳动最美丽的思想观念；全面理解劳动精神、劳模精神、工匠精神的时代内涵，积极践行劳动精神、劳模精神、工匠精神，养成良好的劳动习惯；树立劳动安全意识，掌握最基本的劳动知识和技能。

内容简介：新时代大学生的劳动价值观；劳动精神、劳模精神、工匠精神的内涵以及时代意义，践行劳动精神、劳模精神、工匠精神，养成良好的劳动习惯和品质；树立劳动安全意识；掌握最基本的劳动知识和技能。

教学要求：要结合专业特点讲授劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动安全等教学内容；围绕专题实施集体备课，充实教学资源；运用现代化的教学手段，采用讨论、辩论等多种教学形式。

13.高职生心理健康

课程目标：通过本课程的学习，使学生明确心理健康的标淮及意义，增强自我心理保健的意识和心理危机预防意识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，掌握并应用心理调适的方法，尽快适应大学生活，提高心理素质，健全心理品质，为今后的成长成才打下良好的基础。

内容简介：内容包括心理健康与心理咨询、学习心理、适应心理、自我意识与人格发展、情绪情感与健康、人际交往、爱情与性心理健康、挫折应对、网络心理健康、生命教育与危机干预等10个专题，涵盖了个人层面、社会层面、国家层面，构成了符合社会主义核心价值观要求的以“预防为主，教育为本”的《大学生心理健康教育》内容体系。

教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，引导学生“在学中练”“在练中悟”，在实践中充分体验、感悟，然后融入自己的人生观、价值观和日常行为习惯中，真正做到学有所获、学有所用。

14.职业规划与职业素养养成训练

课程目标：使学生通过探索自我，探索职业，能运用科学决策方法确定未来职业目标并进行职业生涯规划，能结合职业发展需要掌握职业需要的具备的职业道德、职业素质。

内容简介：职业生涯初识、探索自我、探索职业、职业决策与行动计划、职业意识与职业道德、职业基础核心能力、职业拓展核心能力。内容分布在第一学期和第二学期。

教学要求：采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用课堂讲授、项目活动、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、社会调查实习见习方法，引导学生认识到个人的优势与独特性，职业发展的趋势，能用职业生涯规划的步骤方法对个人未来职业进行科学规划，在日常学习中自觉提升个人职业素质。

15.就业与创业指导

课程目标：能结合个人优势和就业形势、确定求职目标，引导学生做好就业前的简历、求职书的准备；掌握一般的求职应聘、面试技巧和合法权益的维护。引导学生认知创新创业的基本知识和方法，能辩证地认识和分析创业者应具备的素质、创业机会、商业模式、创业计划、创业项目；科学分析市场环境，根据既定的目标，运用合理的方法制定创新创业计划；正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

内容简介：就业认知择业定位、就业准备、简历撰写技巧、面试技巧、求职礼仪、劳动权益、职场适应、创业精神和创业者素质、创业机会识别、创业团队组建、商业模式设计、商业计划。

教学要求：采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式进行。采用课堂讲授、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、实习见习等方法，引导学生合理确定个人求职目标、并运用求职技巧方法顺利就业。通过了解创业理论知识的学习，培养学生的创新精神、创业意识和创业能力。

16.艺术类课程、人文及自然科学类课程

课程目标：为学生提供多学科交叉综合的选修类课程，培养学生健全人格，人文情怀、科学素养和终身学习能力，拓宽知识视野，为未来的职业生涯和人生发展奠定基础。

内容简介：课程主要内容包括艺术类课程、人文、自然科学类课程。

教学要求：紧密结合高职学生特点与未来职业场景进行课程设计，强化过程性考核，引导学生主动参与、动手实践、跨界思考，确保通识教育能切实内化为学生的综合素养与职业能力。

17.军事技能训练

课程目标：通过军事技能训练，帮助学生锻炼良好的体魄，掌握基本军事技能，培养学生严明的纪律性、强烈的爱国热情和善于合作的团队精神，培养学生良好的军事素质，为建设国防后备力量打下坚实的基础。

内容简介：包括共同条令教育（内务条令、纪律条令、队列条令）、分队队列动作训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练等。

教学要求：以集中实践方式进行。

18.劳动教育实践

课程目标：通过系统的劳动实践与理论教学，引导学生树立正确的劳动观念（懂劳动）、掌握必要的劳动技能（会劳动）、锤炼积极的劳动精神（爱劳动）。

内容简介：组织学生走向社会，以校外劳动锻炼为主。结合暑期自主、顶岗实习实践开展劳动教育实践。

教学要求：集中劳动教育实践和自主实践等形式。

29.创新创业实践

课程目标：创新创业教育融入职业发展全过程，培养学生形成强烈的创新意识、科学的创业思维与关键的创业能力。

内容简介：主要包括学生参加学科竞赛或创新创业竞赛、获得发明专利、参加研究项目或创新创业训练等创新创业实践活动。

教学要求：采用案例研讨、项目驱动与实战指导相结合的教学方法。在真实任务中锤炼创新思维与创业能力。

20.课外素质培养实践

课程目标：通过系统化的实践活动，引导学生在体验中成长、在服务中学习、在协作中进步，有效培养其社会责任感和公民意识，锤炼其关键通用能力和积极心理品质，实现知识、能力、人格的协调发展。

内容简介：主要包括主题教育活动、党团组织活动、文化艺术体育活动、学生社团活动、志愿服务活动、素质拓展、社会实践活动和日常管理活动等。

教学要求：自主选择并深度参与各项活动，完成从实践到认知的深度反思。

（二）专业课程概述

1.专业群基础课

（1）管理学基础

课程目标：通过学习，让学生系统掌握管理学基本概念、原理与方法，理解管理活动规律与管理职能特点。能运用管理学知识分析实际问题，把握组织内外部环境对管理的影响，具备制定计划、组织资源、领导团队及有效控制的能力，胜任基层管理岗位，为职业发展筑牢根基。

内容简介：课程深度融合理论与实践，涵盖多方面内容。管理学概述介绍管理发展历程、学科特点与研究方法；管理职能阐述计划、组织、领导、控制的内涵与关系；管理环境分析探讨组织内外部环境的构成及影响；决策理论与方法讲解决策类型、过程与技术；组织行为基础分析个体与群体行为对组织管理的作用；人力资源管理基础涉及人员招聘、培训、绩效评估等要点；沟通与协调技巧介绍有效沟通方式及冲突处理；创新管理理念强调创新的重要性与途径。通过模拟企业管理项目实战、经典案例研讨，训练学生全流程管理能力，掌握有效开展管理活动的核心方法。

教学要求：学生要掌握管理学基础理论体系，能准确分析实际管理场景。熟练运用管理工具方法，制定简单管理计划并组织资源。精准制定与执行领导策略，提升团队凝聚力与执行力。有效运用沟通协调技巧处理组织关系，提高管理效率与满意度。运用数据分析和管理评估工具洞察问题，结合实际设计并实施管理改进方案。通过项目实践与案例考核，验证其管理实践与决策支持能力，具备初步管理思维和解决实际问题的能力。

（2）财务管理

课程目标：本课程旨在让学生系统掌握财务管理核心知识，理解其在企业运营中的关键作用。学生能精准把握财务活动规律，熟练运用财务分析工具评估企业财务状况与经营成果。具备独立制定科学财务决策的能力，涵盖投资、融资及利润分配决策，助力企业实现价值最大化。同时，培养风险意识，掌握风险应对策略，提升学生在复杂商业环境下的财务管理能力，为从事财务分析师、财务经理等岗位筑牢专业根基。

内容简介：课程聚焦理论与实操融合。财务管理基础阐述目标、环境与价值观念，搭建理论框架。财务活动分析深入剖析筹资、投资及营运资金管理，比较不同筹资方式成本风险，讲解投资评估与策略。财务分析介绍指标与方法，洞察企业偿债、营运、盈利和发展能力。财务预算与控制讲解预算编制、执行与控制流程。此外，涉及财务风险管理，包括风险识别、评估与应对，以及国际财务管理特殊问题。通过案例分析、模拟决策项目，训练学生全流程财务管理能力。

教学要求：要求学生扎实掌握财务管理基础理论，能准确分析实际财务问题。熟练运用分析工具评估企业财务。精准制定并执行财务决策。具备风险意识，有效识别、评估与应对风险。结合企业实际制定财务战略规划。运用沟通技巧，与各方良好协作。通过数据分析发现问题并提出改进措施。最终经项目实践与案例考核，验证其财务管理与决策支持能力。

（3）市场营销

课程目标：本课程旨在培养适应市场需求的实用型营销人才。让学生系统掌握市场营销基础理论与技能，具备敏锐的市场洞察力，能精准分析消费者需求与市场趋势。能够熟练运用多种营销手段制定有效的营销策略，提升企业产品或服务的市场竞争力。同时，培养学生良好的沟通协作、创新创意能力，使其毕业后能迅速胜任市场营销相关岗位，如市场专员、销售代表、营销策划助理等，为企业开拓市场、提升业绩贡献力量。

内容简介：课程围绕市场营销核心展开。市场营销基础介绍市场、市场营销的概念及营销观念的演变。市场环境分析涵盖宏观与微观环境，让学生了解影响营销的各类因素。消费者行为分析深入探究消费者购买决策过程与影响因素。目标市场选择与定位，教导学生如何细分市场并确定目标客户群体。产品策略讲解产品组合、品牌建设等内容；价格策略涉及定价方法与价格调整策略；渠道策略介绍分销渠道的类型与管理；促销策略包含广告、公关、销售促进等手段。此外，还设有市场营销策划实务，通过实际案例让学生进行营销方案策划与撰写。

教学要求：要求学生掌握市场营销基础理论知识，能运用所学分析实际市场问题。具备市场调研能力，能收集、整理与分析市场信息。能根据市场情况制定简单的营销策略与方案。提升沟通表达能力，能有效与客户、团队成员交流。通过课程实践与项目作业，培养学生创新与实践能力，使其具备解决营销实际问题的初步能力。

2. 专业基础课

(1) 企业文化概论

课程目标：学生通过本门课程的学习，能深入理解市场营销专业文化的内涵与价值，树立正确的职业观和商业伦理观念。学生将了解市场营销行业的发展历程、前沿趋势及核心职业规范，明确营销人员的角色定位与社会责任；培养强烈的专业认同感、职业道德感和客户服务意识；初步具备从文化视角分析营销现象的能力，并为后续专业课程的学习奠定坚实的文化与思想基础。

内容简介：本课程是市场营销专业的启蒙与素养奠基课程。主要内容包括：市场经济的演进与营销理念的变迁、中外商业文化比较、市场营销职业道德与法律法规意识、企业文化建设与品牌价值观塑造、营销人员的职业素养与职业生涯规划、可持续营销与社会责任、数字时代的营销新伦理等。课程旨在构建学生的专业文化知识框架，激发其从事营销事业的内部驱动力。

教学要求：采用理论与案例相结合、课堂讲授与小组研讨相交替的教学方式。运用现代化教学手段，引入丰富的行业案例、企业家访谈和纪录片等影像资料，组织学生进行主题研讨、职业角色辩论、企业文化建设方案设计等活动，强化学生的情感体验和价值认同。

(2) 电子商务实务

课程目标：学生通过本门课程的学习，使学生系统掌握电子商务领域核心概念、运营模式及关键技术，深入理解电子商务生态系统构成，能够熟练运用电子商务平台操作技能（如商品上架、营销推广、客户服务），精准把握消费者行为与市场趋势，具备电子商务项目策划、运营管理及数据分析能力，助

力学生胜任电子商务运营、网络营销、电商客服等岗位，为未来在电子商务领域的职业发展奠定坚实基础。

内容简介：本课程聚焦电子商务基础理论与实践融合，涵盖电子商务概述、平台操作实务、新媒体营销、客户服务技巧及数据分析应用，通过模拟电商项目实战、案例研讨等方式，系统训练学生从店铺运营到营销推广、从客户服务到数据洞察的全流程能力，掌握电子商务项目策划与高效运营的核心方法。

教学要求：要求学生通过课程掌握电子商务基础理论体系，熟练运用主流电商平台完成店铺搭建与运营管理，精准制定并执行营销推广策略，有效提升客户服务质量和满意度，能够运用数据分析工具洞察业务现状与趋势，结合实际业务场景设计并实施完整的电子商务项目方案，最终通过项目实践与案例考核验证其电商运营与决策支持能力。

（3）经济法

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够掌握与市场营销活动密切相关的法律法规知识，树立牢固的法律风险防范意识。学生将了解公司法、合同法、广告法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、产品质量法等核心法律内容；能够识别企业经营与市场营销活动中的常见法律风险点；初步具备运用法律知识分析商业案例、规范营销行为、维护企业及消费者合法权益的能力；培养学生诚信经营、合法营销的职业素养。

内容简介：本课程是市场营销专业重要的法律基础课程。内容紧密结合营销实践，主要包括：经济法基础理论、企业法律形式（公司与合伙企业）、合同法律制度（特别是买卖合同）、市场竞争法律制度（反垄断与反不正当竞争）、广告内容合规与知识产权保护、消费者权益保护与产品质量责任、网络交易的法律规制等。课程将通过大量真实商业法律纠纷案例来解析法律条文的应用。

教学要求：采用案例教学法为主导，将法律规定融入具体的商业场景中进行讲解。运用现代化教学手段，提供丰富的案例库、法规数据库和模拟法庭资源。采用小组案例分析、课堂辩论、模拟合同撰写与审查、角色扮演（如模拟调解消费纠纷）等多种形式，提升学生理解和应用法律知识的能力。

（4）广告理论与实务

课程目标：学生通过本门课程的学习，各学习小组能依托一个完整的广告项目，完成市场分析、广告策划、创意构思、媒体计划及效果评估方案的制定。学生能系统掌握广告学的基本理论、原则与方法，了解广告运作的全过程；初步具备进行广告创意表现、媒体组合策划及广告预算编制的基本技能；培养学生创造性思维、审美判断力以及基于市场策略进行广告决策的能力；强化学生的团队协作精神和广告社会责任意识。

内容简介：该课程兼具理论性与实践性。课程内容依据广告活动的工作流程展开，包括：广告学基本原理、广告调查与策略规划、广告创意理论与方法、广告文案写作、广告设计与表现、广告媒体类型与选择策略、广告预算与效果评估、整合营销传播概览等。课程将经典广告理论与当代数字广告实践相结合。

教学要求：根据广告公司或企业市场部广告岗位的工作流程，确定学习任务，以任务单引导教学。

运用现代化教学手段，展示大量国内外优秀广告案例。采用小组项目制教学，组织学生进行广告策划案竞标、创意头脑风暴、广告作品评析、模拟提案比稿等多种实践形式，全面提升学生的广告综合实战能力。

（5）消费者行为分析

课程目标：本课程的总目标是加深学生对消费者行为基本规律的理解与领会，掌握影响消费者消费心理的因素和主要的消费者行为分析的工具，能对消费者心理和行为做出一定的预测，掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为，提高学生在未来营销类岗位的职业化定位，达到市场营销及相关岗位对从业人员的技能与职业的要求。

内容简介：通过本课程的学习，培养学生掌握营销活动中消费者心理活动现象及行为规律，使学生掌握从事营销或销售岗位工作的职业技能。本课程强调理论与实践的高度融合，要求学生掌握消费者行为分析的概述、组织、方法等。在此基础上对各种消费者行为分析表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价，使学生充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程。从而培养学生从事市场营销的岗位职业能力，同时养成较强的工作岗位适应能力、分析和解决实际问题的能力以及创新意识和职业道德意识。

教学要求：灵活运用多种先进的教学方法，有效调动学生的学习积极性，促进学生积极思考，发展学生的学习能力。充分发挥教师的指导作用与学生的主体作用，采用了“讨论式”“研究式”“问题式”等多种能够启发学生思维的教学方法。变“灌输”为“引导”，启发学生思考，培养学生“自主学习”“协作学习”和“发现式学习”的能力。变“讲解”为“应用”，采用案例教学、实验教学等多种教学形式，理论联系实际。

3. 专业技能课

（1）数字营销

课程目标：本课程旨在培养学生掌握数字营销核心技能，使其能够独立完成搜索引擎优化（SEO）与付费推广（SEM）的全流程操作，包括关键词策略制定、网站结构优化、内容优化及数据分析；能够熟练运用智能建站工具、广告投放平台及创意设计工具，构建企业互联网营销体系；具备解决优化推广中技术问题的能力，并通过团队协作完成数字营销项目策划与执行，提升市场分析与跨部门协作能力。

内容简介：该课程具有很强的理论性和实践性，使学生知道关键词选择与布局、页面因素优化、配置优化、内容优化、链接优化、SEO工具应用、SEO诊断与策划、SEO站群优化、SEM账户搭建、信息流广告账户搭建、营销落地页设计、数据分析、编写SEM策划方案、创意与快速建站部署。

教学要求：以“数字营销岗位能力模型”为导向，采用任务驱动教学法，通过任务单分解学习模块；结合“1+X”数字营销证书标准，融入行业认证考核要求；要求学生掌握搜索引擎优化与付费推广的相关知识和技能，能根据搜索引擎推广规则，利用各种搜索引擎优化推广工具，进行PC及移动端网站优化与推广工作，并能解决优化推广过程中常见的技术问题；能灵活运用搜索引擎服务商提供的数据分析、快速建站、智能创意设计、广告投放以及营销服务等工具，协同构建企业的网络营销链。

(2) 市场调查实务

课程目标: 学生通过本门课程的学习,各学习小组能依托调研项目来设计调查方案、设计调查问卷、组织实施调查、对调查数据进行系统分析,撰写调查报告,能比较全面系统地了解市场调查的工作流程,掌握市场调查的基本理论与方法;初步具备利用市场调研的技能和具体操作方法组织实施市场调查活动的能力;培养学生具有通过开展市场调查来分析、预测和解决企业相关市场问题的意识和能力;提高学生依靠团队力量来解决市场问题的意识。

内容简介: 该课程具有很强的理论性和实践性,《市场调查实务》这门课依据市场调查的工作流程设计了:市场调查的认知、调查方案的设计、调查问卷的设计、调查方式的选择、调查方法的选择、调查资料的整理、调查资料的分析、调查报告的撰写8个教学项目。

教学要求: 根据市场调研岗位的工作流程,确定学习任务,以任务单的形式引导学生学习。运用现代化教学手段,采用小组讨论、角色扮演等多种教学形式。

(3) 推销技术

课程目标: 学生通过本门课程的学习,各学习小组能依托推销任务项目来设计推销准备内容、接近顾客方案、推销洽谈、顾客异议处理、推销成交,能比较全面系统地了解推销活动的工作流程,掌握推销技术的基本理论与方法;初步具备利用推销技能和具体操作方法组织实施推销活动的能力;培养学生具有通过开展客户调查来分析、预测和解决企业相关销售问题的意识和能力;提高学生依靠团队力量来解决问题的意识。

内容简介: 该课程具有很强的理论性和实践性,使学生知道推销的一些基本概念、基本理论和方法,能够运用推销中常用的方法、策略与技巧,结合具体情况进行推销的实践活动,使学生达到理论联系实际、活学活用的基本目标,并使学生养成善于观察、独立思考的习惯;通过教学过程中的案例分析及工作任务的实施及操练,提高其实际应用技能;通过参与企业的实际推销实践,强化学生的职业道德意识和职业素质养成意识。

教学要求: 根据推销岗位的工作流程,确定学习任务,以任务单的形式引导学生学习。运用现代化教学手段,采用小组讨论、角色扮演等多种教学形式。

(4) 营销公共关系

课程目标: 让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。加强学生对公共关系的感知和操作,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。

内容简介: 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,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,要求文秘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。基本内容: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：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。

（5）新媒体营销

课程目标：通过本课程的学习，在能够掌握新媒体营销基本理论与研究方法的基础上，能够与企业相关实际工作的具体实践相结合，树立现代的移动互联网新媒体营销理念；掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够系统运营企业微博；能够成功打造微博自媒体；掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧；能够全面构建微信营销系统；能够掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。并培养学生的自学和动手解决问题的能力。

内容简介：了解并掌握新媒体营销的基本知识，最新发展以及相关原理，熟练掌握并了解门户网站营销，网络视频营销，搜索引擎营销，电子邮件营销，网上论坛营销，博客营销，微博营销，微信营销，手机媒体营销以及数字媒体营销等新媒体营销的概念，特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。

教学要求：校内教学场地配备良好电脑及多媒体设备，并确保实训室能连接互联网，满足教学需要，教学过程中要准备好相关教辅资料。电脑装有常用办公软件及新媒体应用软件。

（6）商务礼仪与沟通

课程目标：通过本课程学习，学生将系统掌握有效沟通的核心原则与实用技巧，包括倾听艺术、清晰表达、非语言沟通、冲突调解及跨文化沟通等，能够根据不同场景和对象灵活调整沟通方式，提升人际互动质量与工作效率，培养具备同理心、说服力与团队协作能力的职场沟通达人。

内容简介：本课程围绕提升个人与职场沟通能力展开，系统讲授沟通基础理论（如沟通模型、信息传递原理）、核心技巧（积极倾听、精准表达、提问策略、非语言信号识别）、实用场景训练（职场汇报、团队协作、客户谈判、跨部门沟通）及冲突化解方法，结合角色扮演、案例分析、模拟演练等互动形式，帮助学员掌握在不同情境下建立信任、化解分歧、推动合作的沟通策略，最终实现高效表达与人际关系的良性发展。

教学要求：需配备多媒体教室及模拟沟通场景的实训设备（如角色扮演道具、视频录制设备），积极参与课堂互动、案例分析与小组讨论，掌握沟通理论并熟练运用至职场沟通、团队协作、客户谈判等实际场景，同时须具备反思与自我提升能力，通过课后作业与模拟演练反馈不断优化沟通策略。

（7）品牌策划与推广

课程目标：本课程旨在培养学生对具体品牌营销活动的策划操作能力。营销策划建立在市场营销学理论基础之上，以市场营销的基本理论为基础，广泛汲取现代新兴学科（如消费者行为学、战略管理等）的精华，形成了自己的体系和框架。

内容简介：本课程是营销专业的一门专业核心课程，是市场营销专业学生综合运用专业知识能力的

职业技能课程，也是培养学生职业综合能力和岗位技能的岗前训练课程和培养学生创新创业能力的指导课程。

教学要求：学习领域课程标准以遵循职业性、开放性、实践性为原则，以“校企合作、工学结合”思想为指导，以通过完成整体化工作任务培养训练学生的“综合职业能力”为核心，以“工作内容”来组织课程内容为着眼点，以学习性工作任务为教学活动载体，使学生在尽量真实的职业情境中“学中做、做中学”。

（8）智能客户服务实务

课程目标：通过本课程教学，培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神，熟练掌握客户服务部对客户服务技能，逐步形成管理能力和创新能力，为在行业中的发展奠定坚实的基础。

内容简介：了解客户关系管理的基本知识、要素，掌握客户关系管理的基本方法，掌握客户关系管理的主要工作任务和流程，掌握客户细分及其管理策略等内容，了解数据挖掘方法在客户关系管理中的基本应用。通过本课程的学习，使学生掌握客户关系管理的理论渊源、M系统的构成、M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M系统奠定坚实的基础。

教学要求：依据职业教育特点突出实践教学环节，培养学生具有较强的规范操作能力和个性化服务能力；掌握现代客户服务管理的基本理论和方法，把握客户服务业务经营的发展趋势和科学管理方法的运用，力求培养具有较高素质的既懂理论又会操作的实用型服务管理人才。

（9）市场营销运营技能

课程目标：使学生了解、熟悉市场营销的基本原理、基本知识和基本理论；以职业能力培养为重点，树立现代经营理念，初步掌握市场营销的各项专业技能和具体操作方法；通过有目的、有步骤地推行岗位主导，项目带动的实践教学，培养学生自主学习、团结协作的能力以及良好的沟通与表达能力，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。

内容简介：在教学中要向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的市场营销理念，在实践中能以市场为导向进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使社会生产适应市场需求的变化。

教学要求：以完成模拟项目小组的各项营销活动的工作任务为教学内容。重点是教会学生如何完成工作任务，知识、技能学习结合任务完成过程来进行；围绕工作任务学习的需要，以典型产品或服务为载体设计“工作项目”，组织教学。

4. 专业拓展课

（1）商务分析与应用

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够掌握商务数据分析的基本流程与方法。各学习小组能依托企业真实业务场景，完成数据收集与清洗、多维度数据描述性分析、数据可视化呈现，并最终形成

具有商业洞察力的分析报告。学生将系统了解数据驱动决策的价值，掌握Excel、SPSS或类似数据分析工具的核心功能；初步具备利用数据分析发现商业问题、优化营销策略的能力；培养学生形成以数据为依据、以逻辑为基础的商业决策思维；增强学生依靠团队协作解决复杂商业问题的意识。

内容简介：该课程具有很强的应用性和工具性。课程依据商务数据分析的工作流程，设计了以下教学项目：商务数据分析认知、数据来源与收集方法、数据清洗与整理、描述性统计分析、数据可视化、初步的关联与趋势分析、数据分析报告撰写。课程将重点培养学生从海量商业数据中提取有价值信息，并支持营销决策的综合能力。

教学要求：根据商务数据分析岗位的工作流程，确定学习任务，以任务单和项目案例的形式引导学生学习。教学应在机房进行，确保每位学生可使用安装有专业分析工具（如Excel高级功能、SPSS、Power BI等）的计算机。采用案例教学、软件实操、小组项目等多种教学形式，强调理论与实践的结合。

（2）直播电商

课程目标：学生通过本门课程的学习，各学习小组能依托直播电商项目，完成直播策划、直播场景搭建、直播话术设计与演练、直播控场与互动，以及直播后的数据复盘与优化。学生将全面系统地了解直播电商的完整运营流程，掌握直播带货的基本理论与实战技巧；初步具备独立或团队协作开展直播营销活动的能力；培养学生敏锐的市场洞察力、镜头前的表达能力以及应对直播突发状况的应变能力；强化学生的团队协作精神和网络营销职业道德。

内容简介：该课程具有极强的实践性和时效性。主要内容包括：直播电商生态认知、直播平台规则与选品策略、直播脚本策划、直播间场景与设备准备、主播形象塑造与话术技巧、直播互动与促销玩法、粉丝运营维护、直播数据指标分析与优化等。通过模拟直播和真实项目演练，使学生掌握直播电商的核心技能。

教学要求：根据直播电商运营的核心环节，确定学习任务，以项目驱动教学。需配备具备直播条件的实训室（包括灯光、声卡、摄像设备、背景等）。采用角色扮演（主播、助播、运营等）、真实平台模拟操作、经典案例复盘、邀请行业专家分享等多种教学形式，注重学生实操能力的培养。

（3）AI人工智能应用

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够了解人工智能的基本概念及其在市场营销领域的广泛应用。各学习小组能依托具体营销任务，初步应用主流AI工具完成智能客服模拟、AI辅助内容创作、用户画像分析、简易营销数据分析及初步的营销自动化流程设计。培养学生对AI技术的敏感度和应用意识，掌握几种常见营销类AI工具的使用方法；初步具备利用AI技术提升营销效率与效果的创新能力；引导学生思考AI营销的伦理边界。

内容简介：本课程是一门前沿性的应用课程。内容涵盖：AI营销概述、AI在营销中的典型应用场景（如智能推荐、程序化广告、内容生成、语音识别等）、常见AI营销工具（如ChatGPT、Midjourney等生成式AI，及各类数据分析平台）的实操、AI营销的伦理与未来趋势。课程将通过大量案例分析与工具实操，使学生直观感受AI为营销带来的变革。

教学要求：教学以案例引入和任务驱动为主，引导学生探索和体验。校内教学场地需确保流畅的互联网接入，并提供主流AI工具的体验账号或平台。采用小组研讨、工具实操、方案设计、行业案例解读等教学形式，重点激发学生的创新思维和解决实际问题的能力。

（4）视频剪辑与制作

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够掌握视频内容创作的基本流程与核心技能。能依托产品推广或品牌宣传项目，完成短视频策划、脚本撰写、素材拍摄、视频剪辑、音频处理、特效添加与成品输出等一系列任务。学生将系统了解视听语言的基本规律，掌握至少一款主流视频剪辑软件（如剪映、Premiere等）的核心操作；初步具备独立制作满足新媒体平台传播要求的营销视频的能力；培养学生的审美能力、创意策划能力和精益求精的工匠精神。

内容简介：该课程是一门技能性与艺术性相结合的实践课程。主要内容包括：视听语言基础、视频策划与脚本写作、拍摄技巧与器材使用、视频剪辑流程、转场与特效应用、音频处理与配乐、字幕与标题设计、调色基础、成品输出与格式设置。课程将通过模仿案例和创作原创营销视频，强化学生的动手能力。

教学要求：根据视频制作的工作流程，确定阶段性学习任务，以作品产出为导向。教学必须在高性能计算机机房进行，确保电脑安装有专业视频剪辑与处理软件。采用演示教学、随堂练习、项目小组创作、作品点评互评等多种形式，鼓励学生从模仿到创新，逐步提升视频制作水平。

（5）商务文案策划与撰写

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够系统掌握商务文案策划与撰写的理论和核心技能。各学习小组需依托真实或模拟的商业项目，完成市场分析、文案策略制定、多类型商务文案（如产品文案、品牌文案、广告文案、新媒体文案、营销活动文案等）的策划与撰写任务。学生将理解文案在商业传播中的战略价值，掌握不同类型商务文案的写作规范、创意方法与传播逻辑；初步具备根据营销目标、产品特性及受众心理，独立策划并撰写具有销售力与传播力的专业文案的能力；培养学生的市场洞察力、逻辑思辨能力、创意表达能力和精准沟通能力；同时强化其团队协作意识与职业文案工作者的责任感。

内容简介：本课程是一门兼具高度实用性与策略性的核心技能课程。课程内容依据商务文案创作的工作流程与知识体系构建，主要包括：商务文案的认知与战略作用、文案策划的前期调研与策略构思、文案的消费心理与行为洞察、文案的创意发想与诉求方式、核心文案要素（标题、正文、口号）的写作技巧、产品与品牌文案策划、广告文案（平面、视频脚本）撰写、新媒体环境下的社交媒体文案、电商详情页文案、营销活动文案、公关软文撰写以及文案效果的评估与优化。课程注重经典文案法则与数字化传播新语境的结合。

教学要求：根据企业市场部、品牌部或广告公司文案岗位的工作任务，设计系列化的写作任务单驱动教学。运用现代化教学手段，分析大量国内外优秀与失败文案案例。采用“讲练评”一体化的教学模式，通过小组研讨、文案工作坊、情境模拟、实战项目撰写、文案互评与修改等多种实践形式，强化学生的实际动手能力和策略思维。鼓励学生参与企业真实项目或专业竞赛，以提升其综合职业素养。

（6）创新思维与创造力开发

课程目标：学生通过本门课程的学习，能够系统理解创新思维的基本原理与创造力开发的核心方法，打破常规思维定势。各学习小组需围绕具体的商业或社会问题，运用所学思维工具，完成从问题洞察、创意发想、方案构思到原型设计的全过程。学生将掌握多种经典的创新思维方法及创意激发工具；初步具备在营销策划、产品开发、服务设计及解决复杂商业问题中系统性应用创新方法的能力；培养学生敏锐的观察力、开放的探索精神、敢于试错的风险意识以及将抽象创意转化为具体方案的执行力；增强团队在创新过程中的协同共创能力。

内容简介：本课程是一门注重心智模式训练与实战演练的赋能型课程。课程内容围绕“认知-方法-应用”的逻辑展开，主要包括：创新与创造力的核心认知、思维定势的识别与突破、创造性思维的主要模式(发散与收敛思维、逆向思维、联想思维等)、结构化创新方法(如设计思维的双钻模型、SCAMPER技法、头脑风暴及其变式)、创意筛选与评估工具、创新方案的原型化与快速测试、创新文化的培育与团队创新管理。课程将结合大量商业创新案例，引导学生将思维训练应用于市场营销、创业实践等具体领域。

教学要求：本课程强调“做中学”与“心智体验”，采用工作坊和项目式学习为主的教学模式。根据创新解决问题的流程，设计一系列渐进式的思维训练任务与挑战课题。运用现代化教学手段，创设开放、平等的创新课堂环境。采用案例分析、思维游戏、跨界观摩、情景模拟、团队共创工作坊、创新项目路演等多种互动形式，鼓励学生大胆想象、动手实践。考核应侧重于创新过程的参与度、思维工具的掌握情况及创新方案的质量。

5. 专业阶段实践课

（1）数字营销实训

课程目标：学生通过本门课程的高强度、综合性实训，能够将《新媒体营销》《直播电商》《商务分析与应用》等前序课程所学的分散技能进行整合与升华。各学习小组需在模拟或真实的企业项目背景下，制定完整的数字营销推广方案，并实际运营一个品牌（或产品）的多个数字媒体矩阵（如微信公众号、微博、短视频平台、小红书等）。学生将掌握数字营销项目的全流程管理，从目标设定、内容规划、渠道部署、执行监控到数据复盘与优化；显著提升其内容创作、渠道运营、数据驱动决策以及跨平台整合营销的实战能力；培养学生面对真实市场环境的应变能力、团队协作精神及职业素养。

内容简介：本课程是一门综合性、项目化的实战训练课程。课程以一个核心项目贯穿始终，主要内容模块包括：数字营销环境分析与目标设定、品牌数字形象定位与内容日历规划、多渠道（社交、视频、搜索、内容平台）内容创作与发布、线上活动策划与执行、KOL/KOC合作模拟、付费广告投放策略初探（如信息流广告）、数据监控平台使用与核心KPI分析、营销效果评估与优化报告撰写。

教学要求：本课程采用“项目驱动”教学模式，完全以小组形式进行。指导教师扮演项目总监或客户角色。实训必须在具备高性能计算机和畅通网络的实训室进行，配备必要的账号与软件资源。教学过程中需引入企业真实案例或参与校企合作项目，鼓励学生参加各类数字营销竞赛。考核以过程考核与

项目最终成果汇报相结合的方式进行。

（2）营销策划实训

课程目标：学生通过本门课程的训练，能够系统完成一份结构完整、论证充分、可执行性强的整合营销策划方案。各学习小组需针对一个真实或模拟的企业及产品，全面经历从市场调研、环境分析、STP战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）到营销组合策略制定的全过程。学生将全面巩固和运用市场调查、消费者行为学、广告、推销等核心课程知识；掌握营销策划的系统思维方法和专业文案撰写规范；初步具备担任营销策划助理岗位的能力；并通过模拟提案答辩，大幅提升其专业表达能力、逻辑思维能力和团队协作能力。

内容简介：本课程是市场营销专业知识的集大成式综合实训。课程核心是完成一份《整合营销策划方案书》。实训内容严格遵循专业策划流程：项目启动与背景分析、宏观与微观环境分析、消费者洞察与竞争对手分析、SWOT分析总结、STP战略制定、营销目标设定、基于4P理论的整合营销策略设计、广告与促销活动专项策划、策划方案预算编制与效果预测、策划书的撰写与装帧、策划方案的PPT制作与现场模拟提案。

教学要求：本课程采用“模拟公司”与“项目小组”相结合的形式运作。指导教师作为评审专家或客户代表。教学过程中应提供大量优秀的国内外营销策划案例作为参考。采用集中辅导、小组研讨、方案迭代、模拟提案等多种形式。课程最终考核以小组提交的完整《整合营销策划方案书》和现场提案汇报的表现为主，重点考察方案的创新性、系统性、可行性和团队的专业呈现能力。

（3）直播营销运营综合实训

课程目标：培养学生掌握直播营销运营的核心知识与技能，能够独立策划与执行直播活动，提升直播带货能力；熟悉主流直播平台规则与运营机制，具备团队协作与沟通能力，形成良好的职业道德与规范意识，为未来从事直播电商相关岗位奠定基础。

内容简介：涵盖直播电商概述、主流平台特点与入驻流程、直播团队组建与分工、直播选品与商品规划、直播场景搭建与设备配置、直播活动策划与脚本编写、直播互动技巧与粉丝管理、直播数据分析与优化等。通过模拟直播实战，让学生亲身体验直播全流程，掌握直播营销运营的核心技能。

教学要求：要求学生掌握直播营销运营的基础理论知识，能够熟练运用所学知识策划与执行直播活动；具备良好的沟通协作能力与应变能力，能够处理直播中的突发状况；通过项目实践与考核，验证其直播营销运营能力，具备初步的直播电商职业素养。

（4）专业认知实践

课程目标：帮助高职市场营销专业学生建立对市场营销行业的初步认知，了解现代市场营销的基本架构、运作模式与发展趋势。让学生熟悉校内市场营销相关实训环境与资源，明确专业学习方向，激发对市场营销的兴趣，为后续专业课程学习奠定良好的认知基础。

内容简介：安排学生参观校内市场营销实训基地，了解市场调研、广告策划、销售促进、数字营

销等不同功能区的运作。邀请行业专家或企业营销负责人开展讲座，介绍当前市场营销环境、主流营销渠道的特点与规则。组织学生参与简单的市场模拟活动，如品牌形象初步设计、模拟产品推广、基础市场问卷调查等，让学生亲身体验市场营销的核心环节。

教学要求：要求学生积极参与各项实习活动，认真观察、记录所学内容。能够结合所见所闻，初步阐述对市场营销行业的理解。在模拟活动中，遵守实训规则，认真完成指定任务。实习结束后，提交认识实习报告，总结收获与体会，体现对市场营销专业的初步思考。

6.专业综合实践课

(1) 岗位技能综合实训

课程目标：通过校外专业实习，使学生深入了解市场营销的实际运作，将校内所学理论知识与企业营销实践紧密结合。增强学生在市场调研、营销策划、品牌推广、销售管理及数字营销等方面的实际操作能力。培养学生解决实际市场问题的能力、客户沟通能力与团队协作精神，帮助学生初步适应营销职场环境，为毕业后从事相关工作积累实践经验，提升就业竞争力。

内容简介：学生将进入合作企业，参与具体的市场营销活动。内容包括：协助执行市场调研项目、参与营销活动策划与落地、进行社交媒体内容创作与发布、协助管理企业品牌形象、参与销售数据的基础分析等。

教学要求：要求学生严格遵守企业规章制度，在实习指导教师的带领下认真完成实习任务，定期提交实习日志与阶段性报告。企业指导教师与校内指导教师共同监督指导，确保学生实习质量。实习结束后，学生需提交实习总结，并进行实习答辩，展示实习成果与个人成长。

(2) 岗位实习

课程目标：通过在企业营销岗位上的深度实习，使学生全面融入企业营销团队，熟悉市场营销的业务流程与岗位操作规范。重点培养学生独立完成市场分析、制定营销策略、执行推广项目以及管理客户关系等核心职业能力。提升学生解决复杂市场问题的能力、跨部门沟通协作能力与综合职业素养，实现从学校到营销职场的无缝过渡，显著增强其就业竞争力。

内容简介：学生进入合作企业，在特定营销岗位上承担实际工作任务。深度参与市场调研与分析、年度/季度营销计划的制定与执行、线上线下整合营销活动的策划与推广、品牌传播管理、关键客户维护与销售跟进等工作。同时，学习运用数据分析工具评估营销效果，并据此优化营销策略。

教学要求：要求学生以准员工的身份严格遵守企业规章制度，独立或主导完成部分实习任务，定期提交详实的实习日志与报告。企业指导教师与校内指导教师实行双重管理，定期考核学生实习表现。实习结束后，学生需提交全面的实习总结，进行高标准的实习答辩，充分展示其解决实际问题的能力和岗位胜任能力。

(3) 毕业设计

课程目标：培养学生综合运用市场营销专业知识，针对真实市场现象或企业具体问题，进行系统性分析、策划与论证的能力。提升其市场洞察力、逻辑思维、创新策划及专业文案撰写能力。使学生能

够独立完成一份完整的营销策划方案或学术研究报告，为其未来在营销领域的职业发展奠定坚实的经验基础。同时，引导学生恪守学术与职业规范，培养严谨、务实的专业态度。

内容简介：涵盖选题指导，帮助学生结合电商热点与自身兴趣确定合适论文题目；文献检索与综述，教授学生查找、整理和分析相关文献的方法；研究方法讲解，如案例分析、问卷调查等；论文写作指导，包括结构安排、内容撰写、格式规范等；还会安排答辩模拟，让学生熟悉答辩流程。

教学要求：要求学生积极参与全过程指导，按时完成各阶段任务。选题须具备明确的现实意义与应用价值。方案设计或论文研究要求结构完整、逻辑清晰、数据翔实、论证充分、策略可行，符合专业规范。最终答辩时，学生需表达流畅，能准确阐述其设计/论文的核心内容并有力回答提问，展现出对所选课题的深入理解和解决实际问题的专业潜力。

八、教学进程总体安排

(一) 教学周数安排表 (单位: 周)

学期	理实 一体 化教 学	集中性实践环节							考试	节假 日及 机动	教学 活动 总周 数	
		专业 阶段 实践	岗 位 技 能 综 合 实 训	岗 位 实 习	毕 业 设 计	毕 业 答 辩	劳 动 实 践	入 学 教 育 及 军 事 技 能 训 练				
第一 学期	14							3		1	2	20
第二 学期	16	1					1			1	1	20
第三 学期	16	2								1	1	20
第四 学期	13	5								1	1	20
第五 学期			4	8	5	1				1	1	20
第六 学期				16					3	1		20
合计		8	4	24	5	1	1	3	3	6	6	120

(二) 集中性实践教学环节安排表

类型	序号	实践训 练 项目	学期	时间 (周)	主要内容及要求	地点
校内集 中实训	1	入学教 育及军 事训练	第1学 期	3	大学生入学教育、专业教育，熟悉学校及专业情况，通过军事训练，培养坚韧不拔的意志品质，增强体质的同时，促进精神品格的形成与发展。	校内

2	劳动教育实践	第2学期	1	通过校内劳动实践，达到以劳树德、以劳增智、以劳强体、以劳育美。	校内
3	数字营销实训	第3学期	2	依托中教畅享数字营销平台，开展多维度实训。涵盖 SEO 优化，如关键词挖掘、页面代码及内容优化；SEM 广告投放，包括账户搭建、关键词出价与创意撰写；信息流广告运营，涉及不同平台账户设置与定向投放。同时，进行营销数据分析，利用平台工具剖析流量、转化等数据。此外，还有营销落地页设计、社交媒体营销推广等项目，模拟真实营销场景，提升综合实践能力。	校内实训室
4	直播营销运营综合实训	第4学期	2	通过直播平台营销与运营综合实训，掌握直播营销的基本知识，积累直播营销经验和主流电商平台规则，提高实战能力。	校内实训室
5	营销策划实训	第4学期	3	通过营销策划实训，学生认知营销策划文案的写作准备，营销策划文案的整体构思和思维激发等知识的学习，找到营销策划文案的写作切入点，能初步进行线上和线下的营销策划的创意、文案、设计、执行、复盘等活动。	校内实训室
6	毕业设计	第5学期	5	毕业论文格式、毕业论文内容的论证	校内
7	毕业论文答辩	第5学期	1	毕业论文答辩	校内
8	毕业鉴定	第6学期	3	毕业手续办理等	校内
校外集中实习	1	专业认知实践	第2学期	1 通过认识实习周，学生们到三门峡骏通车辆有限公司进行实地调查和学习，学习客户服务、文案策划、直播营销等技能。	校外实习基地
	2	岗位技能综合实训	第5学期	4 根据实际情况，由专业指导教师带领学生到浙江人本集团、上海锦明房地产有限公司等校外实习基地进行见习，重点对客户服务管理、网络营销、营销策划等岗位进行对接。	校外实习基地
	3	岗位实习	第5-6学期	24 由企业指导教师对在浙江人本集团、上海锦明房地产有限公司等校外实习基地进行岗位实习的学生进行指导，重点对客户服务管理、网络营销、营销策划等岗位进行实习。	校外实习基地
合计			49		

九、实施保障

(一) 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。

1. 队伍结构

本专业有专兼职教师10人，生师比例为16:1。副高级以上职称5人，占教师总数比例为50%，“双师

型”教师7人，占教师总数比例为70%。该专业拥有省级教学名师1人，省级骨干教师2人。

2.专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业发展新趋势，能广泛联系行业企业，了解行业和用人机构对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，在本区域或本领域有一定的专业影响力。

3.专任教师

具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学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；专业教师每年至少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。

4.兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应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教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学条件

1.教学设施

（1）专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

表9-1 教室基本配置表

序号	教室名称	功能	座位
1	理实一体化实训室（教室）41401（多媒体）、42314（多媒体）、41404（多媒体）	开展理论知识讲授与实践技能训练深度融合的理实一体化教学	60位/间
2	智慧教室4号楼41311、41312	开展交互式课堂教学、实现情景式个性化、开放式教学	60位/间

（2）校内外实验、实训场所基本要求

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。以服务本校为主，并向社会、行业提供技术服务，可为市场营销人才继续教育、技能考核和比赛提供场所、技术与装备，成

为集教学、培训、教研、职业技能鉴定和技术服务为一体的校内实训基地。

市场营销专业具备稳定的校外实习基地。选择综合技术力量雄厚、管理规范的浙江人本集团、上海锦明房地产有限公司、河南美道家实业有限公司作为毕业实习合作单位，这些实习基地能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，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，具有安全、保险保障，保证学生实习的效果。

表9-2校内实训室基本配置表

序号	实训室名称	功能	工位
1	市场营销综合实训与竞赛实训室	模拟企业市场分析、企业内外部环境分析，生产决策、营销决策、财务决策等经营决策。	60位/间
2	直播营销实训室	完成“教学演练—品牌直播—竞赛路演”三大场景的无缝切换，支持真实带货与数据复盘。	30位/间
3	网络营销实训室	用于网络营销、互联网销售、新媒体营销等实训教学	60位/间

(3) 实习场所基本要求

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，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

表9-3 校外实训基地配置表

序号	实训室名称	功能
1	三门峡骏通车辆有限公司	运营助理、美工、客服、主播、新媒体运营
2	河南帅华果醋有限公司	品牌推广、客户服务、新媒体运营
3	杭州兆海文化传媒有限公司	品牌推广、直播营销、客户关系管理

表9-4 校外实习基地基本配置表

序号	合作企业	基地功能
1	河南美道家实业有限公司	师资队伍建设、学生岗位实习、学生就业等
2	福建邻几便利店有限公司	师资队伍建设、学生岗位实习、学生就业等
3	中国平安郑州分公司	师资队伍建设、学生岗位实习、学生就业等

（三）教学资源

1.教材选用情况

按照国家规定，经过学校教材管理规定，采用规范程序选用教材，优先选择国家规划教材和国家优秀教材。自选、自编教材均立项审批审核通过后使用。现用规划教材有《电子商务基础与实务》《消费心理学》国家规划2部，《新媒体营销》《商务谈判》《现代推销技术》省级规划3部。同时备有其他出版社优秀教材和本科教材作参考。教材能够充分体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2.图书文献配备情况

学院图书馆馆藏资源丰富，载体形式多样。目前馆藏纸质图书约97万册，订阅当年期刊、报纸66种。专业类图书文献涵盖专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书等，包含财经类、商贸类、管理类、工学类图书资源约38万册，并及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献，每学期根据专业建设要求购置相关书籍，能满足学生专业学习、查阅资料和阅读需求。

2. 数字教学资源配置情况

学校引进有CNKI中国知网全文数据库、移动图书馆、超星电子书、博看电子期刊、百度文库等各类国内优秀的数据库资源，学习通、精品在线开放课程、专业资源库等。本专业目前拥有新媒体营销、营销策划、市场营销、推销与谈判、消费心理学、营销公共关系等系列在线课程资源库，课程资源库中包含有微课视频、电子教案、多媒体教学课件、题库、案例库、拓展教学资源等内容，式样多、使用便捷、动态更新，为开展混合式教学提供了支撑和保障

（四）教学方法

在教学方法上，注重调动学生学习积极性，充分利用信息技术和各类教学资源，开展线上线下混合式教学模式改革。根据学生认知特点及课程特点，采取项目教学、任务驱动、情景模拟、角色扮演、分组探究、行动导向教学等多种教学方法，培养学生的职业能力、自主学习能力、评判性思维能力、社会适应能力与创新能力；强调理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职教特色；注意要把思想政治、职业道德、职业素养引入到课堂中去。

（五）学习评价

1.评价原则

对学生的评价实现评价主体、评价方式、评价过程的多元化。不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，重视学生职业素质的形成。另外，参加各类社会活动、比赛等，取得良好效果及成绩的，以不同标准，以奖励形式计入学生的学业成绩中。

2.评价标准

(1)过程性评价（占比50%）

通过过程性评价，可以更为全面和客观地考查学生的学习效果和学习能力；在教学的过程中适时地

把评价的结果反馈给学生，可以使学生根据阶段性的评价结果了解自己阶段性的学习效果，鞭策自己及时地调整学习方式，更好地达成课程的教学目标。

①职业素质养成：仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、安全意识、环保意识、职业态度。

②平时过程评价：课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操训练、课后实操训练、实训报告等。

(2) 总体性评价（占比50%）

期末考试、学期技能综合测评或校内技能大赛情况等，由任课教师综合裁定。

3. 考核形式

实操考核、理论考核等。

（六）质量保障

1.质量保障机制：学校和经济管理学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.教学管理机制：学校和经济管理学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，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.集中备课制度：建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

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

十、毕业要求

遵纪守法，在校期间操行评语成绩合格。学生通过规定年限的学习，须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，并取得学院规定的必须考取的各类等级证书及职业资格证书，达到全国大学生体育达标要求。具体要求如下：

（一）学分要求

最低毕业总学分为143学分，其中必修课129学分、选修课14学分。

（二）职业技能证书要求

获得互联网营销师（直播销售员）职业资格证书；鼓励获得与专业有关的技能证书，如：数字营销1+X职业资格证。

（三）其他要求

1.获得大学生体质健康测试合格证书；

2.获得普通话水平测试等级证书；

3.获得全国计算机等级考试（二级B）或全国计算机应用水平考试合格证书；

4. 高职英语考试成绩合格，鼓励考取英语等级证书。

十一、继续专业学习和深造建议

学习，不断提升自身知识和技能水平，提高学历层次，为将来从业人员的考试晋升奠定基础，从而能很好地适应未来的职业环境，面对新的挑战。

十二、附录

(一) 教学计划进程表

(二) 互联网营销师职业技能等级证书职业功能与课程对照表

课程平台	课程模块	课程类别	课程序号	课程名称	学分	学时			课程类别	考试	考查	各学期授课周数及学时分配						修读方式		备注								
						计划学时	理论学时	实践学时				第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		必修	选修					
												17	18	18	18	18	16	限选	任选									
通识教育课程平台 27.9%	思想政治	00290379	思想道德与法治	3	48	42	6	B		1	42								✓									
		00290380	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	B	2			28							✓									
		00300005	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	42	6	B	3			42							✓									
		00270009	形势与政策	1	32	32	0	B		1-4	8	8	8	8					✓									
		03140100	“四史”教育	1	16	16	0	A		4					16				✓									
	安全教育	00300006	军事理论	2	36	28	8	B		2		36							✓									
		00300004	国家安全教育	1	16	8	8	B		1	16								✓									
		00002195	大学生安全教育	2	32	16	16	B		1-4	8	8	8	8					✓									
	英语	00230646	高职公共英语	6	96	80	16	B	1	2	48	48							✓									
	体育	03100127	高职体育	4	128	18	110	C		1-4	32	32	32	32					✓									
	信息技术	03080235	信息技术与人工智能	2	64	32	32	B		1	64								✓									
	素质教育	00060003	劳动教育专题	1	16	16	0	A		2.3		8	8						✓									
		00270097	高职生心理健康	2	32	24	8	B		1	32								✓									
		00080338	职业规划与职业素质养成训练	1.5	24	16	8	B		2		24							✓									
		00080335	就业与创业指导	1.5	24	16	8	B		4				16					✓									
			艺术类课程	2	32	32	0	A											✓									
			人文或自然科学类	4	64	64	0	A											✓									
	素质教育实践 7.7%	01030130	入学教育与军事技能训练	3	128	16	112	C		1	3周								✓									
		00300003	劳动教育实践	1	24	0	24	C				1周							✓									
		01030132	创新创业实践	3				C											✓									
		01030133	课外素质培养实践	4				C											✓									
专业基础教育课程平台 14.3%	专业群基础课程 5.6%	00052497	管理学基础	3	48	40	8	B	3			48							✓									
		00221570	财务管理	2	32	24	8	B		4			32						✓									
		00032086	市场营销	3	48	40	8	B	1		48								✓									
	专业基础课程 8.7%	00220942	专业文化概论	1	16	16	0	A		1	16								✓									
		00220888	电子商务实务	3	48	32	16	B	2			48							✓									
		00221501	经济法	2.5	40	40	0	A		2		40							✓									
		00221588	广告理论与实务	2.5	40	32	8	B	3			40							✓									
		00221594	消费者行为分析	2.5	40	32	8	B	3			40							✓									
专业教育课程平台 22.7%	专业技能课程 17.1%	03050225	数字营销	3	48	30	18	B		3		48							✓		专业核心课程							
		03050195	市场调查实务	2	32	24	8	B	2			32							✓		专业核心课程							
		00221589	推销技术	2.5	40	32	8	B	3			40							✓		专业核心课程							
		00031785	营销公共关系	3	48	30	18	B	4			48							✓		专业核心课程							
		00221593	新媒体营销	3	48	30	18	B	3			48							✓		专业核心课程							
		03050226	商务礼仪与沟通	2.5	40	32	8	B	3			40							✓		专业核心课程							
		03050227	品牌策划与推广	3	48	40	8	B		4			48						✓		专业核心课程							
		00221503	智能客户服务实务	2	32	20	12	B	2			32							✓		专业核心课程							
		00221591	市场营销运营技能	2.5	40	0	40	C		4			40						✓									
	专业拓展课程 5.6%	03050228	商务数据分析与应用	2	32	20	12	B		4			32								任意选修 4门课程							
		03050117	直播电商	2	32	20	12	B		4			32															
		03050196	AI 人工智能应用	2	32	20	12	B		2		32																
		03050129	视频剪辑与制作	2	32	24	8	B		4			32															
		03050229	商务文案策划与撰写	2	32	24	8	B		4			32															
专业实践教育平台 27.3%	专业基础实践 4.1%	03050230	创新思维与创造力开发	2	32	24	8	B		4			32															
		03050231	数字营销实训	2	48	0	48	C		3		2周							✓		项目式集中授课							
		03050222	直播营销运营综合实训	2	48	0	48	C		4			2周						✓		项目式集中授课							
	专业综合实践 23.3%	03050232	营销策划实训	3	72	0	72	C		4			3周						✓		项目式集中授课							
		03050223	专业认知实践	1	24	0	24	C				1周							✓		项目式集中授课							
		03050224	岗位技能综合实训	4	96	0	96	C										4周	✓									
	03050148	岗位实习	24	576	0	576	C											8周	16周	✓								
	00031266	毕业设计(毕业论文)	5	120	0	120	C											5周		✓								
合 计					142	2692	1104	1588			372	424	448	464	432	384			160	64								
比例									59%											10.2%								
周课时										22	23	24	25	24	24													

(二) 互联网营销师职业技能等级证书职业功能与课程对照表

所属院部：经济管理学院 专业名称：市场营销 对应职业（工种）：互联网营销师

职业编码：4-01-02-07 级 别：三级工

职业功能	工作内容	开设课程
1. 工作准备	1.1 宣传准备	企业文化概论、市场营销运营技能
	1.2 设备、 软件和材料准备	
	1.3 风险评估	
2. 产品信息收集	2.1 市场信息管理	商务数据分析与应用、市场调查实务
	2.2 市场信息分析	
3. 产品确定及规划	3. 1 竞品比对	品牌策划与推广、市场营销
	3. 2 确定合作方式	
4. 直播营销	4. 1 直播预演	直播电商、新媒体营销
	4. 2 直播销售	
5. 视频创推	5. 1 视频制作	视频剪辑与制作
	5. 2 视频推广	
6. 技术支持与互动管理	6. 1 技术支持	数字营销、现代信息技术
	6. 2 运维管理	
7. 售后与复盘	7. 1 售后	直播电商、营销策划实训
	7. 2 复盘	

十三、人才培养方案审核

拟定/审批部门	拟定/审批人	拟定/审批时间
专业负责人拟定	马红军	2025年5月26日
教研室初审	马红军	2025年6月10日
专业(群)建设指导委员会论证	薛丽 贾小四 于海波 任晶洁 王俊文 孟媛 吕帆 张宇 张敏 王存	2025年6月26日
院部党政联席会审议	孟媛 吕帆	2025年9月18日
教务处复核	刘丰年	2025年9月25日
学校审定	校党委会	2025年9月29日