

永州职业技术学院关于制（修）订 2019 级各专业人才培养方案的指导意见

专业人才培养方案是学校各专业组织教学、进行教学管理的基本依据，是保证教学质量和人才培养规格的纲领性、规范性文件。根据《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》（教高〔2012〕4号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《教育部关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）等文件精神，结合我校教育教学改革、内涵建设与质量工程的要求，现就我校高职专业人才培养方案的修订工作提出如下意见。

一、总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

（二）基本原则

1. 坚持立德树人、全面发展

坚持立德树人作为根本任务，不断加强学校思想政治工作，持续深化“三全育人”综合改革，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节。同时应遵循职业教育、技术技能人才成长和学生身心发展规律，积极培育和践行社会主义核心价值观，关注学生职业生涯和可持续发展需要，促进学生德智体美劳全面发展。重视学生全面发展，推进素质教育，要把社会主义核心价值观体系、现代企业优秀文化理念、工匠精神融入人才培养全过程，加强学生社会责任感、职业道德和职业素质培养，注重思想政治理论教育与实践相结合，提高思想政治教育工作的针对性和实效性。

2. 坚持课程设置紧贴技术进步和岗位需求

各专业要遵循知识为职业能力形成服务的原则，优化专业课程体系，充分考虑学生可持续发展，以培养学生的职业能力为主线，融理论与实践一体，构建专业群

课程平台、专业课程平台、专业方向课模块、选修课模块、素质拓展模块的课程结构，专业课程内容应对接最新职业标准、行业标准和岗位规范，紧贴岗位实际工作过程，调整课程结构，更新课程内容，深化多种模式的课程改革。

3. 坚持工学结合、知行合一

注重加强与企业的联系，坚持教育与生产劳动、社会实践相结合，突出做中学、做中教，增强职业教育教学的实践性和职业性，促进学以致用、用以促学、学用相长。优化实践教学体系，创建具有职场环境的实习实训条件，有效开展实践性教学，提升学生的实践能力和创新创业能力。

4. 坚持产教融合、校企合作

推动职业教育教学改革与产业转型升级衔接配套，加强行业指导、评价和服务，发挥企业重要办学主体作用，推进行业企业积极参与人才培养全过程，实现校企协同育人，形成特色人才培养模式。

二、修订专业人才培养方案的基本步骤

各教学单位认真分析以往专业人才培养方案制订和执行中的问题，总结近几年专业改革的经验，明确 2019 级（版）专业人才培养方案修订的方向和重点。

（一）社会需求分析

首先各专业建设委员会要做好行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，剖析相关行业企业岗位设置，明确工作岗位对相关人才所需具备的知识、能力、素质的要求，形成专业人才培养调研报告；然后组织由行业企业专家、一线教师和学生代表等参加的论证会，对专业人才培养方案进行论证后，确定本专业的专业方向、人才培养目标、培养规格和对应的核心岗位及拓展岗位。

各专业建设委员会要根据永州“十三五规划”和承接产业转移等区域发展战略，深入了解相关产业、行业发展状况和趋势，把握与专业相关的生产技术发展方向，认真研究企业对专业人才的能力要求，明确各专业的职业岗位技术能力标准体系，从而实现对人才培养目标准确定位。根据职业岗位能力调研，坚持能力本位原则，准确定位人才的关键能力，即基本生存能力（专业能力）和基本发展能力（方法能力和社会能力），注重设计专业能力的知识与技能结构，加强学习能力、创新创业创造“三创”能力等方法能力的培养，加强自立自律能力、交流能力和劳动能力等社会能力的培养，形成完整的岗位能力体系。

（二）工作任务分析

与行业企业专家共同进行岗位工作任务分析，在此基础上梳理和归类整合职业行动能力，确定典型工作任务，形成“职业行动领域工作任务分析表”。



（三）课程体系构建

在职业行动领域工作任务分析的基础上，明确学生应掌握的知识、技能、态度和应具备的职业能力，以及为达到培养目标所进行的教学原则、教学过程、教学方法、教学手段、教学组织形式和教学效果评价等，遵循学生认知规律和职业成长规律，确定各个专业的学习领域（课程），构建课程体系。针对 1+X 证书的书证融通、多元化生源并存的趋势，专业课程内容应对接职业技能等级标准的职业能力要求，提升人才培养的质量，同时要处理好公共基础课程与专业课程、理论教学与实践教学、学历证书与各类职业技能等级证书之间的关系。

（四）专业人才培养方案审批与调整

专业人才培养方案的制（修）订由教务处组织，二级学院、专业教研室具体负责。各学院、专业教研室按照本指导意见在专业建设指导委员会的指导下编制（修订）专业人才培养方案，方案由教务处组织专家论证审核，经学校党组织会议和校长办公会批准后实施。人才培养方案一经定稿应具有相对稳定性，由于职业发展或就业市场变化，在运行过程中必须调整的，由专业教研室提出调整意见，各学院完成调整方案，教务处审查，经学校专业建设指导委员会通过，教学副校长或校长签字批准后方可实施。

三、对 2019 版专业人才培养方案制订的几个具体问题的意见

（一）关于专业培养目标、职业面向和培养规格

1. 关于培养目标定位表述

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 xx 等基本知识，具备 xx 能力，面向 xx 岗位，从事 xx 等工作的高素质技术技能人才。

2. 专业就业范围

应列出主要的 1—2 个行业的 3—5 个主要岗位或 1—2 个岗位群。

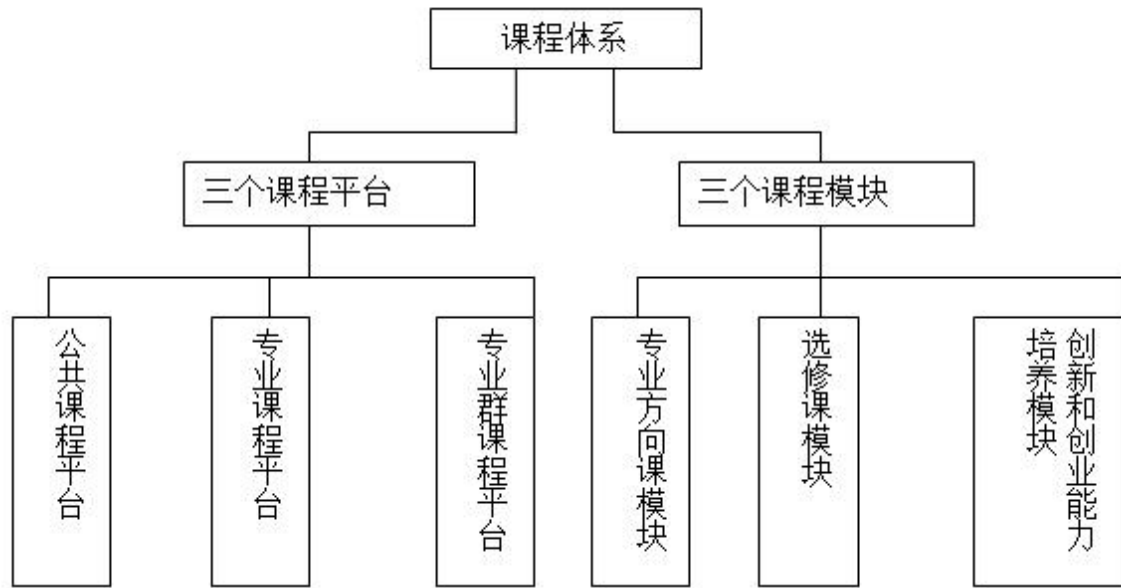
3. 人才培养规格

是对该专业毕业生培养质量的具体要求，是该专业人才培养目标的细化，应从素质、知识、能力三个方面描述。

（二）关于课程设置

1. 课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两类。

结合学校专业设置特点和适应专业群发展要求，将课程设置三个课程平台和三个课程模块。



(1) 公共课程平台：包括公共基础课程和医学基础课程，其中公共基础课程具体包括有思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、大学生心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、创新创业教育、计算机应用基础、大学英语、体育等课程；医学基础课程具体包括有人体解剖学、组织学与胚胎学、医学遗传学、细胞生物学与医学遗传学、遗传与优生、病原生物学与免疫学、生理学、病理学、护理应用药理学、生物化学、药理学、人体结构学、人体功能学等课程。

(2) 专业课程平台：包括专业基础课、专业核心课和集中实践课程，其中核心课程控制在 6—8 门，集中实践课主要包括各类课程实训、技能培训、职业考证、毕业设计、顶岗实习等

(3) 专业群课程平台（有条件的二级学院可以先行先试）：主要指面向专业群开设的通用课程，门数控制在 3—5 门。

(4) 专业方向课模块：为增强学生专业适应性和个性培养而设置的课程，方向数控制在 1—2 个，每个方向的课程一般不超过 5 门（作为专业方向设置）。

(5) 选修课模块：该模块主要由公共选修、专业拓展选修两部分组成。专业拓展选修是专业拓展岗位能力所需的课程，由各专业根据拓展岗位需求而设置，课程门数不少于 6 门，各专业学生毕业前最低选修 4 学分。公共选修包括人文科学、社会科学、自然科学、中国文化、地方传承文化等课程，根据专业已开课程和学生实际需要，至少取得 4 学分方可毕业。

(6) 创新和创业能力培养模块

创新和创业能力模块着力培养学生的创新创业能力，鼓励学生通过第二课堂活动提高创新和创业能力，学生参加技能大赛、教师科研、社团活动、社会实践活动等都以学分形式计入该部分。学生至少应获得 5 学分。

2. 专业核心课程的界定

专业核心课程是该专业开设最富有专业特色、以相对应的岗位群中最核心的理论和技能为内容的课程，着重培养学生的岗位关键能力，是学生达到“熟岗”的重要保障。专业课学习平台的核心课程一般控制在 6—8 门。专业核心课程应广泛运用模块化教学、情境教学、项目教学等教学方式，同时要安排一定的集中训练项目，根据实际情况在校内实训基地或校外实训基地开展教学，鼓励实施生产性实训，学徒制实习。推进“课程思政”，结合不同专业人才培养特点和专业能力素质要求，梳理专业核心课程所蕴含的思想政治教育元素，推动专业核心课教学与思想政治理论课教学紧密结合、同向而行。

3. 课程整合优化

为提高课程实施水平，各专业建设委员会在修订专业人才培养方案时，应根据专业的培养目标和培养规格，组织教学经验丰富的教师对专业课程内容进行研讨，集中相同和相关课程教学内容，对原分别在多门课程中安排的教学内容进行重新配置，通过教学内容整合尽量减少课程总门数，避免课程间内容的重复交叉。专业课程名称命名要规范，课程名称要用全称，不同专业（或同一专业不同专业方向）的相同课程要用统一名称。

（三）学制、学时分配及学分计算办法

1. 学制

医卫类三年制高职专业原则上实行“2+1”人才培养模式，医卫类专业必须完成在校 4 个学期的教学任务。非医卫类三年制高职专业原则上实行“2.5+0.5”人才培养模式。

2. 课时分配

（1）教学周数：三年制高职每学年安排 40 周教学活动，教学周数共 120 周。

（2）周课时数：各专业周学时安排在 28~30 学时之间。公共基础课程、专业课程安排在 1~5 学期，选修课程安排在 2~5 学期，公共选修课安排在 2~3 学期，专业选修课安排在 3~5 学期，三年制高职的公共基础课程学时应当不少于总学时的 1/4，选修课教学时数占总学时的比例均应当不少于 10%。医卫类专业第 5、6 学期为顶岗实习和毕业教育，非医卫类专业第 6 学期为顶岗实习和毕业教育。三年高职总学时数不低于 2500，总课时原则控制在（包括集中实践教学）3000~3200 课时，含

军训、综合实践、顶岗实习等。社会实践活动、公益劳动利用节假日进行，不计入教学时间。

(3) 加强实践环节。加强实践性教学，实践性教学学时原则上占总学时数 50% 以上。

3. 学分计算方法

(1) 总学分：总学分控制在 140~160 学分。

(2) 每 18 学时计 1 学分，9 学时以上不满 18 学时的计 0.5 学分，不足 9 学时者不计学分；公共选修课一般每 20 学时计 1 学分。

(3) 专业集中进行的实习实训 1 周计 1 学分，结合实习实训强化劳动教育，弘扬劳动精神、劳模精神，引导学生崇尚劳动、尊重劳动。

(4) 毕业设计计 4 学分。

(四) 关于考核

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在总集中的比重，严格考试纪律，可根据课程性质采用多种考核方式，参考相关职业资格标准的考核，将职业岗位技能的考核标准作为重要依据，组织考核内容，可以将相关课程的考核与职业技能鉴定合并进行。

1. 考核方式主要分为：全过程考核、过程考核+期末考试、证书考核代替课程考核，其中采用“过程考核+期末考试”方式考核的课程每专业每学期应安排 2~4 门。

2. 鼓励教学做一体化课程实施“全过程考核”。

3. 毕业设计考核按照毕业设计抽查标准执行。

(五) 学分认定、积累与转换

允许学生在校期间通过以下方式进行学分认定互换

1. 英语三级等级证书对应大学英语（1）、大学英语（2）课程；

2. 计算机一级等级证书对应计算机应用基础课程

3. 省级技能竞赛一等奖及以上可申请进行学分认定，互换；

4. 其他参与的项目，获奖及取得的学习成果，经申报审核批准许可进行学分认定、互换。

四、专业实践教学体系

(一) 实践教学体系构建

实践教学“技能三层次”包括基础技能层次、专业技术技能层次、综合与创新层次。即基础技能主要由教学做一体的教学模式来实现，专业技能主要由专项专业技能训练等形式的集中实践环节实现，综合技能主要由专业毕业设计、岗位综合实

训、生产性实训和顶岗实习等形式实现。专业综合实训应与专业抽考、各级技能大赛接轨，精选 1-2 个综合项目作为竞赛项目方案列入培养方案。

按照“技能多层次”的思路构建实践教学体系，具体如下表。

层次	主要目标	运行模式	要求
基础技能层次实践	掌握基本、必备的专业理论知识，并初步掌握基本操作技能，同时培养分析、解决问题的能力及严谨的科学态度。	对于专业核心课程采取教学做一体化的方式进行。	以源于生产现场的项目为载体，以工作任务为导向，以生产过程体现教学情境，
专业技术技能层次实践	熟练掌握专业所需的技能。	对于岗位核心能力课程，以课程综合实训、专业综合实训等形式实现。	以完全生产型项目开展训练，以“练”为主，让学生熟练掌握技能。
综合与创新层次实践	突出培养发现问题、提出问题、解决问题的能力，强化学生的创造性、探索性思维，能适应岗位迁移变化的现实。	以毕业设计、专业抽查、顶岗实习、创业实践、组织各类各级技能竞赛、课外及第二课堂活动的实施等为主。	以完全独立完成某一项目开展训练。

（二）实践教学安排

1. 课内实践教学环节

课内实践教学环节是指一门课程为实现课程教学目标而纳入课程授课计划的实践教学环节。校内外的集中课内实践课每周按 30 学时计算总课时，校外整周课内实践课程必须经过认真论证，并制定出实训（实验）指导计划、课程设计方案、课内外学时分配和具体的实践地点，课内实践教学原则上不超过 2 周。

2. 专业集中实践教学课程

集中实践教学课程是指为实现专业培养目标而在人才培养方案中单独设置的实践教学课程。要积极推进认知实习、跟岗实习、顶岗实习等多种实习方式，强化以育人为目标的实习实训考核评价。学生顶岗实习时间一般为 6 个月，其中，医学类专业顶岗实习累计时间不少于 10 个月，可根据专业实际需要，集中或分阶段安排实习时间。

3. 素质拓展实践环节

高职学生在校期间应积极参与劳动教育和社会实践活动。劳动教育应开设 2 个学年，计 2 学分，每学期至少参与劳动教育 4 次才能得到相应的学分；参加社会实践活动的时间累计不少于 2 周，每个学生在校期间要至少参加一次社会调查，撰写一篇调查报告。

（三）完善实践教学评价体系

对每一个实训项目，每一种实践教学环节，都要制订有明确的能力目标、详细的实训计划安排、每一个时间单位的考核标准、最终的考核标准。尽可能采用“项目评价、过程评价、综合评价”相结合的实践教学评价体系。

五、各专业人才培养方案的构成

- (一) 专业名称及代码
- (二) 入学要求
- (三) 修业年限
- (四) 职业面向
- (五) 培养目标与培养规格
- (六) 课程设置
- (七) 学时安排
- (八) 教学进程总体安排
- (九) 实施保障
- (十) 毕业要求
- (十一) 人才培养方案审定表

六、人才培养方案课程设置

课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两类。

(一) 公共基础课程

1. 思想政治理论课程

课程名称	适用学制	开设学期	周学时	上课周数	总学时	学分	考核方式	实践比例
思政基础	三年制大专	1	4	12周	48学时（含思政实践8学时）	3	考试	16%
思政概论	三年制大专	2	4	16周	64学时（含思政实践8学时）	4	考试	13%
形势与政策	三年制大专	1-2	4	4	16（每期2周8学时）	1	考查	

说明：

(1) 《思想道德修养与法律基础》简称《思政基础》，《毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论》简称《思政概论》。

(2) 《形势与政策》分别在第一、二学期与《思政基础》和《思政概论》交叉开课。

(3) 从《思政基础》和《思政概论》中各拿出0.5个学分开设《思政实践》课，《思政实践》可视情况在周末或其它时间开出。假期思政社会实践不记入课时。



2. 文化基础课程开课建议

文化基础课程包括《大学语文》（《应用写作》）、《大学英语》、《体育》、《计算机基础》、《数学》等课程。

课程名称	适用学制	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
大学语文（非医卫类专业）	三年制大专	1 或 2	2	32	2	考试	8/24	25%
医学素养语文（医卫类专业）	三年制大专	2 或 3	2	32	2	考查	12/20	38%
应用写作（非医卫类专业）	三年制大专	2 或 3	2	32	2	考试	16/16	50%
应用写作（财经类专业）	三年制大专	2 或 3	4	64	3	考试	32/32	50%
大学英语	三年制大专	1-2	4	128	7	考试	32/96	25%
体育	三年制大专	1-4	2	144	8	考查	104/40	72%
计算机应用基础	三年制大专	1 或 2	3	60	4	考查	30/30	50%
高等数学（建筑类、计算机类、机械制造类）	三年制大专	1-2	4、2	96	5	考查	16/80	16%
经济数学（财经类、营销类）	三年制大专	1-2	4、2	96	5	考查	16/80	16%
无机化学（药学、中药学、检验）	三年制大专	1	4	64	3	考试	32/32	50%
有机化学（检验、中药学）	三年制大专	2	4	64	3	考试	32/32	50%
分析化学（检验）	三年制大专	2	4	64	3	考试	32/32	50%
物理	根据专业情况开设							
专业英语								

说明：《全国高等职业（专科）院校体育课程教学指导纲要（试行）》第五条 各普通高职高专院校的一、二年级必须开设体育课程，列入课表的必修课教学时数不得少于 108 学时，修满规定学分、达到基本要求是学生毕业、评奖评优的必要条件之一。

3. 职业素质课程

职业素质课程包括《大学生心理健康教育》、《大学生职业发展与就业指导》、《创业基础》、《国防教育军事技能》、《国防教育军事理论》课程。

课程名称	适用学制	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
大学生职业发展与就业指导	三年制大专	1、4或5	2	32	2	考查	12/20	37.5%
创业基础	三年制大专	2或3	2	32	2	考查	12/20	37.5%
国防教育军事技能	三年制大专	1	2w	60	1	考查	60/0	100%
国防教育军事理论	三年制大专	1	2	36	2	考查	0/36	0
大学入学教育	三年制大专	1	讲座	12	1	考查	2/10	20%
大学生心理健康教育	三年制大专	1或2	2	32	2	考查	6/26	20%
护理心理学	三年制大专	2	2	32	2	考查	6/26	20%
医学心理学	三年制大专	2	2	32	2	考查	6/26	20%

(1) 《大学生职业发展与就业指导》总共 32 学时，分两部分内容：职业生涯规划 16 学时，第 1 学期开设，考查；就业指导 16 学时，三年制大专在第 4 或第 5 学期开设，考查。

(2) 《创业基础》总共 32 课时，三年制大专在第 2 或第 3 学期开设。

(3) 《大学生心理健康教育》总共 32 学时，医卫、护理类专业在第一学期开设，其他专业在第二学期开设，其中课堂教学 28 学时，性病、艾滋病预防知识讲座 4 学时。

4. 医学基础课程

类别		开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
人体解剖学	临床	1	7	112		考试	48/64	44%
	医学检验技术	1	3	54		考试	20/34	37%
	口腔医学	1	4	72		考试	20/50	28%
	口腔医学技术	1	3	48		考查	12/36	25%
	药学	1	3	48		考试	12/36	38%
组织学与胚胎学	临床	1	2	36		考查	8/28	22%
	口腔医学	1	1	18		考查	4/14	22%



	药学	1	1	16		考查	4/12	25%
	医学检验技术	1	2	36		考查	8/28	22%
医学遗传学	护理	1	2	24		考查	4/20	17%
	口腔医学	1	2	24		考查	4/20	17%
	医学检验技术	1	2	30		考查	6/24	20%
细胞生物学与医学遗传学	临床	1	2	36		考查	6/30	17%
遗传与优生	助产	1	2	32		考查	6/26	19%
医学生物学	药学	1	2	24		考查	4/20	16%
病原生物学与免疫学	护理（助产）	2	4	68（72）		考试	12/56（14/58）	18%
	临床	2	5	80		考试	16/64（18/62）	25%
	口腔医学	1	4	54		考试	10/44	22%
	医学影像技术	2	2	36		考查	4/32（6/30）	11%
	口腔医学技术、眼视光技术、康复治疗技术	1	2	36		考查	4/32（6/30）	11%
	药学	1	2（3）	40（54）		考查	4/36（10/44） 因食品药品法的要求，对微生物检出这块要求严格，需要增加试验和理论的课时	10%
生理学	临床	2	5	80		考试	16/64	20%
	口腔医学	2	3	48		考查	8/40	16%
	医学影像技术 口腔医学技术、眼视光技术、药学	2	2	36		考查	4/32	10%
	医学检验技术	1	3	48		考查	6/42	13%

病理学	护理（助产）	2	4	72		考试	14/58	21%
	临床	2	5	80		考试	18/62	23%
	口腔医学	2	2	36		考查	8/28	22%
	医学影像技术	2	3	54		考试	12/42	17%
	医学检验技术	2	3	54		考查	12/42	19%
	口腔医学技术	2	2	36		考查	6/30	15%
	眼视光技术	2	2	36		考查	6/30	11%
	药学	2	3	48		考查	8/40	17%
护理应用药理学	护理（助产）	2	4	72		考试	12/60	16%
生物化学	临床	1	4	54		考试	8/46	15%
	口腔医学	1	2	36		考查	4/32	11%
	医学检验技术	2	4	68		考试	8/60	12%
	药学	2	4	72		考试	18/54	25%
药理学	临床	2	5	80		考试	16/64	20%
	医学影像技术、医学检验技术、眼视光技术	2	2	36		考查	4/32	11%
	药学	2	6	96		考试	20/76	21%
人体结构学	医学影像技术	1	6	96		考试	38/58	39%
	护理（助产）	1	6	108		考试	38/70	35%
	眼视光技术	1	4	64		考试	22/42	34%
人体功能学	护理（助产）	1	6	108		考试	20/88	19%
人体断层解剖学	医学影像技术	2	3	36		考查	14/22	39%
口腔药理学	口腔医学、口腔医学技术	2	2	36		考查	6/30	17%

口腔解剖生理学	口腔医学技术	2	3	54		考试	20/34	37%
	口腔医学	2	4	72		考试	22/50	31%
口腔组织病理学	口腔医学技术	2	2	36		考试	8/28	22%
	口腔医学	2	2	54		考试	12/42	22%
人体形态与机能	康复治疗技术	1	7	112		考试	44/68	39%
人体发育学	康复治疗技术	1	2	32		考查	4/28	12%
人体运动学	康复治疗技术	1	3	48		考试	10/38	21%
基础医学概要	康复治疗技术	2	5	90		考试	10/80	11%
临床医学概论	医学影像技术、医学检验技术等	3	7	126		考试	30/96	24%

说明：各专业根据实际情况定。

(二) 专业（技能）课程

1. 专业基础课程

专业基础课程是学生学习专业课的先修课程，是与专业知识、技能直接关联的基础课程，有利于学生专业学习和毕业后适应经济社会发展的需要。各专业在充分调研的基础上，根据各专业服务面向和岗位职业能力以及学生可持续发展的要求，做好专业基础课程的确定。原则上，同一专业大类下的专业基础课程应保持其一致性。专业基础课程数量一般为6~8门。

2. 专业核心课程

专业核心课程指从事职业岗位必备的职业核心知识与技能，是居于核心位置的课程。各专业要结合岗位工作任务分析，深入把握岗位环境、岗位职责、岗位所需能力、任职资格等，提炼各个工作项目的职业核心能力，明确专业核心课程体系。专业核心课程数量一般应为6~8门。

3. 集中实践课程

各类课程实训、技能培训、职业考证由各专业自行安排，毕业设计、顶岗实习由学院统一安排。

(三) 选修课程

选修课程是以拓宽学生知识面，优化知识结构，增强学生社会适应能力，提高学生综合素养为目的而设置的课程。

1. 公共选修课程参考科目

由教务处组织，相关二级学院（教学部）具体实施，第2~3学期开设。各专业公共选修课程原则上不超过4门。

课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/ 理论课时	实践比例
公共关系与礼仪		2	32	2	考查	16/16	50%
演讲与口才		2	32	2	考查	16/16	50%
普通话		1	16	1	考查	10/6	63%
美术欣赏		1	16	1	考查	6/10	38%
音乐欣赏		1	16	1	考查	12/4	75%
文学欣赏		2	32	2	考查	6/26	19%
地方文化		2	32	2	考查	6/26	19%
书法		1	16	1	考查	12/4	75%
医疗急救常识		1	16	1	考查	12/4	75%
形体训练		2	32	2	考查	24/8	75%
健美操		2	32	2	考查	24/8	75%
篮球运动与裁判		2	32	2	考查	24/8	75%
团队合作能力		1	16	1	考查	12/4	75%
自我管理能力		1	16	1	考查	12/4	75%
解决问题能力		1	16	1	考查	12/4	75%
职业沟通能力		1	16	1	考查	12/4	75%
信息处理能力		1	16	1	考查	12/4	75%
《孙子兵法》精华思想及其应用		1	16	1	考查	4/12	25%
健康与养生		1	16	1	考查	4/12	25%

中国茶文化		1	16	1	考查	12/4	75%
摄影知识与欣赏		1	16	1	考查	12/4	75%
插花艺术		1	16	1	考查	12/4	75%
常用药物常识		1	16	1	考查	8/8	50%
生活中的法律指南		2	32	2	考查	8/24	25%

所列公共选修课程仅供参考，请选择各自专业需要选修的课程，具体开设情况可以根据专业需要进行调整，公共选修由教务处统一实施，专业选修课由各开课学院实施。

2. 专业选修课程

专业选修课程设置要与人才培养目标一致，能提高学生专业能力，促进学生职业生涯发展。专业选修课程原则上不超过 5 门，第 3~5 学期开设。

参考标准：

职业教育国家教学标准体系

高等职业学校专业教学标准 - 中华人民共和国教育部政府门户网站

教务处
二零一九年六月

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

- 1、专业名称：市场营销
- 2、专业代码： 630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或同等学力人员

三、修业年限

三年制，专科

四、职业面向

(一) 服务面向

表 1：职业岗位群描述

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	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
6307	630701	综合零售 (521) 市场管理服务 (7223)	服务业	市场调查、销售管理、客户服务、市场开发、公关谈判、营销策划、企业管理	网店运营推广(初级)

(二) 职业发展路径

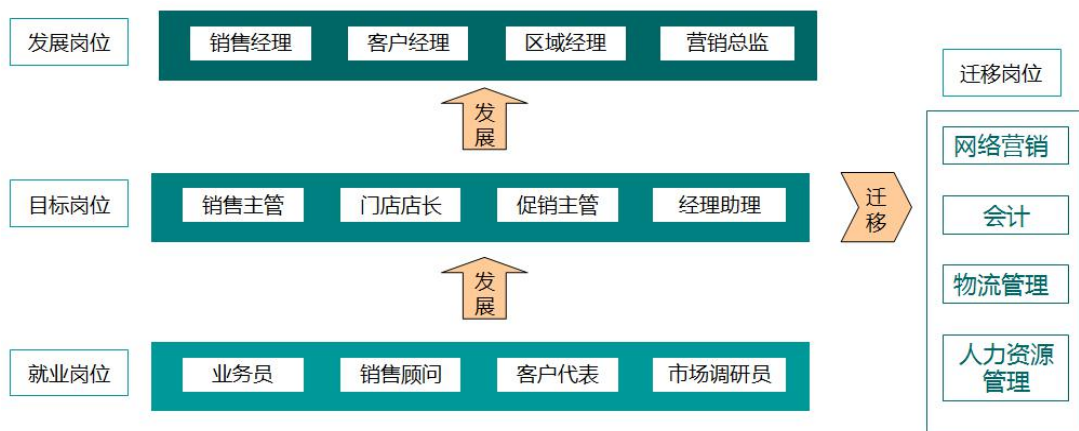


图 1：市场营销专业学生主要职业发展路径



(三) 职业岗位和职业能力分析

表 2：职业岗位能力分析表

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	对应职业能力课程	所需职业资格证书
销售顾问	确定销售政策；制订销售计划；设计销售模式；从事产品销售；对客户进行管理、建档和分析等。	销售计划编写、销售渠道设计、客户信息收集与管理、销售业务、沟通管理等能力	市场营销学、推销技巧、商务谈判、商品学、经济法、演讲与口才、客户服务实务、分销渠道管理、消费心理学、应用写作	
市场调研员	负责市场开拓的调查研究、对产品市场销售潜力的分析、对产品广告宣传效果的调研分析、对调查结果撰写可行性分析报告等	市场调查能力、预测分析能力、文字写作能力	市场调查与预测、商务谈判、商品学、统计学基础、市场营销学、消费心理学	
客户经理	负责向行业客户及大客户介绍公司产品以及提供服务；开拓客户，做好市场信息的收集、整理和反馈，提供行业方案所需基础数据信息；通过电话/面谈拜访后签单，完成公司指定销售目标。	客户服务需求挖掘、客户信息处理、客户满意度与忠诚度测评、客户关系管理等能力	市场营销学、消费心理学、计算机应用基础、市场调查与预测、商务谈判、客户服务实务	
网络营销	利用网络平台进行网店建设、网店运营、客户管理、网店推广、搜索营销等。	网店建设、网络推广工具使用、企业网站推广、网店日常运营等能力	市场营销学、消费心理学、计算机应用基础、电子商务、客户服务实务、网店运营推广、广告理论与实务、信息处理能力	网店运营推广（初级）

五、培养目标和培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握市场营销专业的基本理论和基本知识，具备较强的组织管理能力、实践能力、创新能力、创业能力，能从事产品销售、市场运营与管理、营销策划、客户服务以及自主创业等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 素质

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感，遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。遵守、履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等；具有从事相关职业应具备的其他职业素养要求。

具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养。

2. 知识

人文知识：

具备文史、哲学、法律、礼仪、艺术鉴赏等方面知识，注重学生创新能力培养，并在素质拓展教育课及其他理论与实践课中融入人文知识、人文思维和人文精神。

专业知识

- (1) 掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识；
- (2) 掌握经济学、管理学的基本内容和相关知识。
- (3) 掌握市场营销原理与实务的基本知识。
- (4) 掌握商务礼仪、推销与谈判的基本知识。
- (5) 掌握商务网络办公的基本知识。
- (6) 掌握市场调查、营销策划的基本知识。
- (7) 具有一定的经济法律知识。

社会知识：具有职业认知、道德修养、待人接物、社会实践、就业等方面的知识。

3. 能力

通用职业能力：

- (1) 具有从事市场营销行业所需的职业道德与服务意识；
- (2) 具备良好的语言表达与人际沟通能力；
- (3) 具有健康的体魄、良好的心理素质和优美的形体仪态，熟悉职业所需的礼仪规范；
- (4) 具有较强的计算机应用及一定的专业英语应用能力；
- (5) 具有知识自我更新终身学习的能力。

专业职业能力：

- (1) 具有产品推销、商务谈判及书面写作的的能力；
- (2) 具有本专业所必需的各类营销策划能力；
- (3) 具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力；
- (4) 具有营销管理能力；
- (5) 具有一定的市场营销综合技能和对社会、环境的适应能力；
- (6) 具有独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。



六、课程设置

(一) 课程结构（体系）

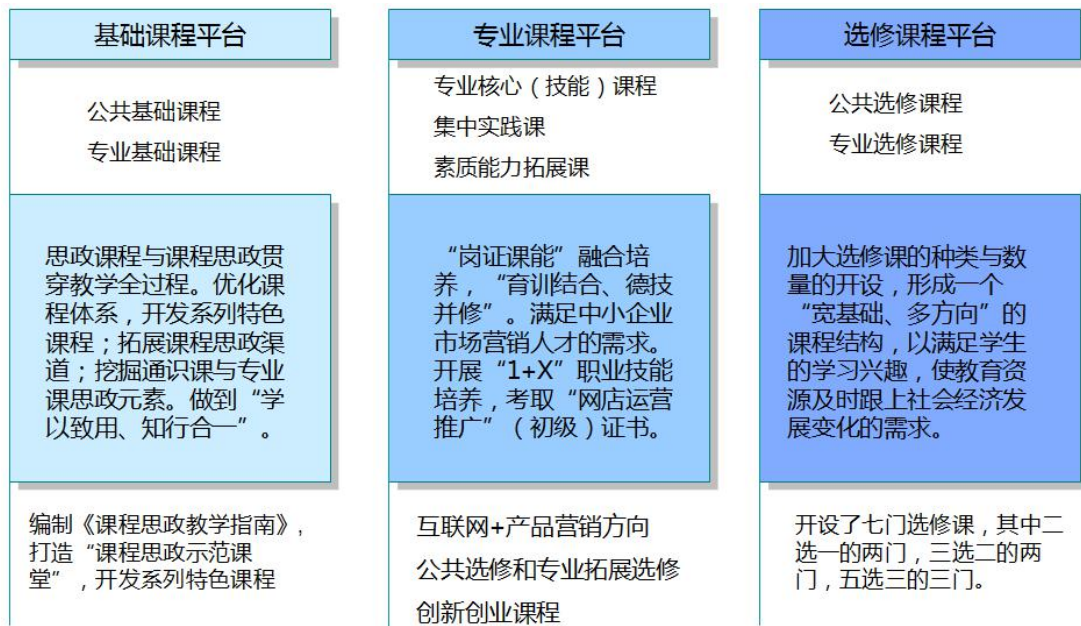


图2 市场营销专业“岗证课能”融合专业课程体系

1. 基础课程平台

(1) 公共基础课程：思想道德修养与法律基础、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、大学生心理健康、大学生职业发展规划、创新创业能力、大学生就业指导、计算机应用基础、大学英语、体育、劳动、演讲与口才、摄影知识与欣赏等课程。

(2) 专业基础课程：管理学基础、统计学基础、经济学基础、商品学基础、经济法等。

2. 专业课程平台

(1) 专业核心课：商务谈判、市场调查与预测、市场营销学、推销实务、广告理论与实务、客户服务实务。

(2) 素质能力拓展课程：公关与礼仪、电子商务、护新媒体营销、财务管理、网店运营推广。

(3) 集中实践课程：主要包括 ITMC 沙盘实训、市场营销综合实训、毕业设计、顶岗实习等。

3. 选修课程平台

(1) 公共选修：普通话、信息处理能力、《孙子兵法》主要思想及其运用、摄影知识与欣赏等。至少取得 4 学分方可毕业。

(2) 专业选修：演讲与口才、分销渠道管理、职业沟通能力、形体训练等，学生毕业前最低选修 4 学分。

4. 创新和创业能力培养平台

创新和创业能力模块着力培养学生的创新创业能力，鼓励学生通过第二课堂活动提高创新和创业能力，学生参加技能大赛、教师科研、社团活动、社会实践活动等都以学分形式计入该部分。学生至少应获得 5 学分。

表 3：公共基础课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	思政基础	1	4	48	3	考试	8/40	16.7%
2	思政概论	2	4	64	4	考试	8/56	12.5%
3	形势与政策*	1~2	4 (每学期 2 周)	16	1	考查	0/16	0
4	大学生职业发展与就业指导 (生涯规划部分)	1	2	16	1	考查	6/10	37.5%
5	大学生职业发展与就业指导 (就业指导部分)	4	2	16	1	考查	6/10	37.5%
6	创业基础	3	2	32	2	考查	12/20	37.5%
7	大学生心理健康教育	1	2	32	2	考查	6/26	18.8%
8	体育 1	1	2	32	2	考查	20/12	72.5%
	体育 2	2	2	34	2	考查	24/10	70.6%
	体育 3	3	2	34	2	考查	24/10	70.6%
	体育 4	4	2	34	2	考查	24/10	70.6%
9	大学英语 1	1	4	64	3.5	考试	16/48	25%
	大学英语 2	2	4	64	3.5	考试	16/48	25%
10	国防教育军事理论	1	2	36	2	考查	12/24	33.3%
11	计算机应用基础	1	4	52	3	考查	26/26	50%
12	应用写作	2	2	34	2	考查	14/20	37.5%
13	国防教育军事技能	1	30	60	1	考查	60/0	100%
14	大学入学教育	1	6	12	1	考查	2/10	83.3%
15	毕业设计	5/6	26	78	4	考查	78/0	100%



表 4：专业基础课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	管理学基础	1	4	52	3	考查	20/32	38.5%
2	统计学基础	2	4	64	3.5	考查	20/44	31.3%
3	经济学基础	2	4	64	3.5	考查	24/40	37.5%
4	商品学基础	3	4	64	3.5	考查	24/40	37.5%
5	经济法	3	4	64	3.5	考查	26/38	40.6%

表 5：专业核心课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	商务谈判 1★	3	4	64	3.5	考试	32/32	50%
	商务谈判 2★	4	2	32	1.5	考查	16/16	50%
2	市场调研与预测 1★	3	4	64	3.5	考试	29/35	45.3%
	市场调研与预测 2★	4	4	64	3.5	考试	29/35	45.3%
3	推销实务★	4	4	64	3.5	考试	26/38	40.1%
4	广告理论与实务★	4	4	64	3.5	考试	24/40	37.5%
5	市场营销学★	1	6	78	4	考试	28/50	35.9%
6	消费心理学★	2	4	64	3.5	考试	20/44	31.3%
7	客户服务实务★	4	4	64	3.5	考查	28/36	43.8%

表 6：素质能力扩展课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	公关与礼仪	3	4	64	3.5	考试	26/38	40.6%
2	电子商务	2	4	64	3.5	考查	32/32	50%
3	新媒体营销	4	4	64	3.5	考查	22/42	34.4%
4	财务管理	5	1.5	30	2	考试	10/20	33.3%
5	劳动教育和社会实践活动	每学期参加劳动教育不少于 4 次			2	考查		

表 7：集中实践课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	ITMC 沙盘实训	1	26	52	2	考查	52/0	100%
2	市场营销认知实训	2	26	26	1	考查	26/0	100%
3	市场营销文案制作	2	26	26	1	考查	26/0	100%
4	市场营销专业专项职业技能训练	3	26	52	2	考查	52/0	100%
5	市场营销专业跟岗实习	4	26	52	2	考查	52/0	100%
6	市场营销专业综合实训	5	26	182	7	考查	182/0	100%
7	市场营销专业顶岗实习	6	26	494	19	考查	494/0	100%

表 8：选修课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周学时	总学时	学分	考核方式	实践课时/理论课时	实践比例
1	普通话（公共选修）	1	2	26	1	考查	12/14	46.2%
2	文学欣赏（公共选修）	1	2	26	1	考查	12/14	46.2%
3	信息处理能力（公共选修）	5	4	44	2	考查	6/38	13.6%
4	《孙子兵法》精华思想及其应用（公共选修）	5	4	44	2	考查	6/38	13.6%
5	生活中的法律指南（公共选修）	5	4	44	2	考查	6/38	13.6%
6	摄影知识与欣赏（公共选修）	5	4	44	2	考查	6/38	13.6%
7	地方文化（公共选修）	5	4	44	2	考查	6/38	13.6%
8	形体训练（专业选修）	2	3	48	2	考试	22/26	45.9%
9	分销渠道管理（专业选修）	4	3	48	2	考试	10/34	45.9%
10	品牌营销（专业选修）	4	3	48	2	考试	10/34	45.9%
11	演讲与口才（专业选修）	3	4	64	3.5	考查	14/50	21.9%
12	团队合作能力（专业选修）	2	3	48	2	考试	10/34	45.9%
13	职业沟通能力（专业选修）	3	4	64	3.5	考查	14/50	21.9%



（二）公共课课程描述

1. 《思想道德修养与法律基础》简称《思政基础》。48 学时（理论 40 学时、实践 8 学时），第一学期开设。

课程目标：本课程是面向当代大学生开设的一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，是高校思想政治理论课的必修课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，旨在引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

主要内容：本课程主要包括人生价值观教育、理想信念教育、思想道德教育、法律知识和法治思想教育等教学内容，课程内容涵盖当代大学生的时代大任，领悟人生真谛、创造有意义的人，坚定理想信念，弘扬中国精神，践行社会主义核心价值观，明大德、守公德、严私德，尊法、学法、守法、用法等方面的知识和要求。

教学要求：本课程主讲教师应具有坚定的理想信念、高尚的道德情操和较为丰厚的马克思主义理论功底，具有高校思想政治理论课任教资格条件，遵守高校教师职业道德规范，热爱教育事业，有较强的专业知识和教学能力。本课程教学应坚持知识性与思想性的统一，坚持党的教育方针，立足立德树人、铸魂育人，坚持正面引导，积极开展马克思主义理论教育和社会主义思想道德教育，传播正能量、弘扬主旋律。积极开展教学创新，大力开展集体备课和团队攻关，积极探索新的教学方法和教学手段，改革课程考核方式，切实提升教学实效，注重理论教学与实践性教学的结合，引导学生在社会实践活动中开拓视野，提高认识，努力培养担当民族复兴大任的时代新人。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

2. 《毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论》简称《思政概论》。64 学时（理论 56 学时、实践 8 学时），第二学期开设。

课程目标：本课程是高校对大学生进行思想政治理论教育的核心课程和必修课程。本课程教学目标是教育引导大学生深刻把握马克思主义中国化的理论成果和科学内涵、理论体系特别是中国特色社会主义理论体系的基本观点，认识和理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成和发展、科学内涵和主要内容，科学把握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的理论意义、历史地位和指导作用，深刻认识和理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义和丰富内涵，深刻领悟习近平新时代中国特色社会主义思想是实现中华民族伟大复兴的行动指南，牢固树立中国特色社会主义的理论自信、道路自信、制度自信和文化自信，增强当代大

学生为实现中华民族伟大复兴中国梦而努力奋斗的自觉性和坚定性。

主要内容：本课程以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，阐明中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面阐述中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、指导意义和历史地位；系统阐述坚持和发展中国特色社会主义、实现中华民族伟大复兴的中国梦的总任务、总布局、战略部署和根本保证；深刻阐明当代大学生的时代使命和历史担当，教育引导大学生坚定中国特色社会主义理想信念，牢固树立中国特色社会主义理论自信、道路自信、制度自信和文化自信。

教学要求：本课程主讲教师应具有坚定的理想信念和高尚的道德情操，原则上应为中共党员，要有较高的马克思主义理论素养，要坚持正确的政治方向，坚持马克思主义立场、方法，不断完善知识结构，提高教育教学能力。本课程教学应坚持知识性与思想性的统一，坚持党的教育方针，立足立德树人、铸魂育人，坚持正面引导，积极开展马克思主义理论教育和社会主义思想道德教育，传播正能量、弘扬主旋律。积极开展教学创新，大力开展集体备课和团队攻关，积极探索新的教学方法和教学手段，改革课程考核方式，切实提升教学实效，注重理论教学与实践性教学的结合，引导学生在社会实践活动中开拓视野，提高认识，努力培养担当民族复兴大任的时代新人。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

3. 《形势与政策》16 学时（理论）。第一学期 8 学时，开设 2 周；第二学期 8 学时，开设 2 周。

课程目标：本课程是高校思想政治理论课教学的必修课程。本课程的教学目标是对大学生进行形势政策教育，帮助大学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，全面正确认识党和国家事业的新变化、新发展，及时准确把握党和国家面临的新形势、新任务、全面准确把握和理解党的路线方针、政策，培养大学生运用马克思主义立场、观点、方法分析和解决社会中的实际问题的能力，引导大学生牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。

主要内容：本课程以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表重要思想”、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密结合国内外形势，针对学生思想实际，围绕党和国家面临的新形势、新任务、新发展，开展形势政策教育教学，宣传党的大政方针，教育引导大学生正确认识世情、党情、国情，正确认识和理解党的路线、方针政策，增强大学生贯彻党的路线、方针、政策

的自觉性。具体教学内容依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”制定。

教学要求：要牢牢把握坚定正确的政治方向，把握正确的宣传导向、牢牢掌握思想宣传工作的主导权和主动权。教学内容要体现动态性时效性，要及时反映党和国家面临的新形势、新任务，及时准确宣传党的理论创新成果，传递党的大政方针。要注重培养大学生认识把握形势与政策的能力，增强大学生辨别能力和分析问题、解决问题能力。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

4. 《大学体育》第一至四学期开设，教学总学时 134 学时。

课程目标：本课程是高职院校公共基础必修课程之一，是素质教育不可缺少的重要内容。本课程教学目标是为了促进大学生身心和谐发展教育、思想品德教育、文化科学教育、生活与体育技能教育、职业素养教育于一体的教育过程，是落实立德树人根本任务、服务大学生全面成长成才、培养德智体美全面发展的技术技能型社会主义建设者、接班人的重要途径。体育包涵的竞争、勇于挑战、直面挫折、团队意识等丰富的文化内涵，对现代人重塑健康体魄，培养协作意识、沟通、创新、决策能力、吃苦耐劳具有独特作用。

主要内容：体育概述、体育与健康、高校体育、运动损伤的防治与应急处理、田径运动概述、短跑、中长跑、跳高、跳远、篮球运动、排球运动、足球运动概述、踢球技能、接球技能、运球、乒乓球运动、羽毛球运动、武术运动概述、武术基本功、组合练习、太极拳、健美操、瑜伽、健美运动等。

教学要求：在教学过程中，应采取小群体学习式、发现式、技能掌握式、快乐体育、成功体育、主动体育等多种教学模式，注重发挥群体的积极功能，提高个体的学习动力和能力，激发学生的主动性、创造性；更应融合学生今后从业的职业特点（职业能力标准、岗位能力标准），在强调全面发展学生身心素质的同时，加强了对学生今后从业、胜任工作岗位所应具有的身体素质与相关职业素养的培养，落实国家倡导的“每天锻炼一小时，健康工作 50 年，幸福生活一辈子”的理念。

5. 《大学生职业发展与就业指导》总共 32 学时，分两部分内容：职业生涯规划 16 学时，第一学期开设，考查；就业指导 16 学时，第四学期开设，考查。

课程目标：本课程是高职院校公共基础必修课程之一。本课程教学目标是引导大学生应当基本了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规，掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识；能掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，能提高各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人

际交往技能等；应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。

主要内容：本课程以激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力为主旨，引导学生思考未来理想职业与所学专业的关系，了解自我、了解具体的职业要求，能有针对性地提高自身素质和职业需要的技能，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式，注重提高学生的求职技能，增强心理调适能力，维护个人合法利益，进而能有效地管理求职过程，能了解到学习与工作的不同、学校与职场的差别，引导学生顺利适应生涯角色的转换，为职业发展奠定良好的基础。

教学要求：本课程结合学生的特性，在教学方法的选择上，采用以课堂教学为主、以个性化就业创业指导为辅的教学模式，还结合采用了案例教学法、互动教学法、情景模拟、小组讨论、测试分析法等，有效激发学生学习的主动性及参与性。同时注重第一课堂与第二课堂的紧密结合，鼓励学生积极参加就业创业讲座、职业生涯规划比赛、大学生创新创业比赛等活动。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 60%，终结性考核成绩占 40%。

6. 《创业基础》总共 32 课时，第三学期开设。

课程目标：本课程是高职院校公共基础必修课程之一。该课程以学生发展为本位，学生能认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力；能主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，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。

主要内容：本课程旨在激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。学生应了解创业的概念、要素和类型，认识创业过程的特征，掌握创业与创业精神之间的辩证关系；了解创业者应具备的基本素质，认识创业团队的重要性，了解创业机会及其识别要素，了解创业风险类型以及如何防范风险，了解创业过程中的资源需求和资源获取办法，掌握创业资源管理的技巧和策略。

教学要求：课程要遵循教育教学规律和人才成长规律，以课堂教学为主渠道，以课外活动、社会实践为重要途径，充分利用现代信息技术，创新教育教学方法。倡导模块化、项目化和参与式教学，强化案例分析、小组讨论、角色扮演、头脑风暴

等环节,充分调动学生学习的积极性、主动性和创造性。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式,过程性考核成绩占60%,终结性考核成绩占40%。

7. 《国防教育军事技能》共60学时,第一学期开设。

课程目标:本课程是高职院校公共基础必修课程之一。该课程以《高等学校学生军事训练教学大纲》为教学依托,引导学生了解我国军事前沿信息,掌握正确的队列训练和阅兵分列式训练方法,规范学生整理内务的标准;通过理论学习,增强学生对人民军队的热爱,培养学生的爱国热情,增强民族自信心和自豪感;在理论与实践相结合中,进一步提高学生的集体行动规范性和组织纪律性,调动学生参与活动的积极性,培养学生的集体荣誉感和团队协作能力。

主要内容:本课程主要包括军事前沿信息、队列和体能训练、内务整理、日常管理、素质拓展训练等教学内容,旨在增强学生的国防观念和国家安全意识,强化爱国主义、集体主义观念,加强组织纪律性,培养吃苦耐劳精神,促进学生综合素质的全面提高。

教学要求:在训练过程中要坚持“理论够用即可,突出实际讲练”的原则,以培养学生吃苦耐劳,一切行动听指挥为训练根本目的。本课程以学生出勤情况、参加训练完成情况、军训态度、遵守纪律情况、参加各项活动及理论学习情况、内务考试作为考核成绩的依据。

8. 《国防教育军事理论》共36学时,第一学期开设。

课程目标:本课程是高职院校公共基础必修课程之一。该课程以国防教育为主线,引导学生掌握基本军事理论与军事技能,达到增强国防观念和国家安全意识,强化爱国主义、集体主义观念,加强组织纪律性,促进综合素质的提高,为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础的目的。

主要内容:本课程以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表重要思想”、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,紧密联系国内外形势,集中阐述中国当代国防法规、国防建设、我国武装力量、中国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平新时期军队建设思想、江泽民国防和军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想、习近平国防和军队建设重要论述、国际战略格局、我国周边安全环境,了解精确制导技术、隐身伪装技术、侦察监视技术、电子对抗、航天技术、自动化指挥技术、新概念武器技术、信息化战争的特点、信息化战争对国防建设的要求。

教学要求:坚持以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表重要思想”、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的教

育方针，提高社会主义事业建设者和保卫者服务的素质。教学内容要体现动态性时效性，要及时反映党和国家面临的新形势、新任务，及时准确宣传党的理论创新成果，传递党的大政方针，能增强学生的国防观念和国防意识，强化爱国意识、集体主义观念。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 60%，终结性考核成绩占 40%。

9. 《劳动教育》分为《劳动教育(1)》、《劳动教育(2)》，开设两个学年。每学期参加劳动教育不少于 4 次。

课程目标：本课程是高职院校公共基础必修课程之一，是素质教育不可缺少的重要内容。该课程是一门实践活动课，学生通过亲身参与劳动获得直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动世界，逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感。

主要内容：以班队、社团等形式在非教学时间开展环境保洁、社会实践、农业生产、医卫公益、仪器设备维保等劳动实践活动。每学年组织一次劳模讲座或农业、工业生产观摩活动。

教学要求：每个学生都必须接受劳动教育，是全体学生的基本权利，注重培养学生基础能力和基本态度。学习评价以组织辅导员和相关负责人员对劳动内容和考核情况进行评价。

（三）核心课程课程描述

1. 市场营销学 共 78 课时，第一学期开设。

课程目标：本课程是市场营销专业的一门核心课程，在市场营销等专业课程体系，属于“专业能力与职业素质”模块课程。通过本课程的学习与训练，使学生完成市场营销常识知识、营销实务和营销管理等三大板块的学习任务，掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。

主要内容：本课程主要包括营销环境辨析、营销计划与战略、消费者市场及其购买行为分析、目标市场选择策略、营销 4PS 策略、营销的竞争性策略、营销的组织与控制等教学内容，通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本理论和基本方法，明确营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，了解营销管理的内容，并能结合相关案例进行分析、研究；结合相应的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。

教学要求：本课程在教学过程中，要充分利用现代教学手段，不断改进教学方式，通过多媒体、网络、营销综合实训平台、视频、动画、图片等教学资源组织学



生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，提高他们发现问题、分析问题、解决问题的能力，注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

2. 消费心理学 共 64 学时，第二学期开设。

课程目标：本课程是市场营销专业的一门核心课程，通过以情境化、项目制为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。通过本课程的学习与训练能让学生结合所学的技能，进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，进行消费者购买心理活动分析；能在销售实际场地，准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力；会运用专业术语，对任意指定展览的布置进行分析评价。切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。从而提高学生在未来营销或销售岗位上职业化定位，达到市场营销专业对学生的技能与职业的要求。

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

教学要求：本课程在教学过程中，要充分利用现代教学手段，不断改进教学方式，通过多媒体、网络、营销综合实训平台、视频、动画、图片等教学资源组织学生活学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采用互动式教学使学生得到模拟训练，并通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合、半工半读、市场调查等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

3. 商务谈判 共 96 学时（理论 48 学时、实践 48 学时），第三、第四学期开设。

课程目标：本课程是一门理论与实践紧密结合的应用性专业课程，通过理实一体的教学，让学生正确认识商务谈判，树立现代商务谈判的观念，掌握商务谈判的流程和规律，熟悉常用的商务谈判技巧。

主要内容：本课程主要研究企业如何在对外经营活动中，运用一系列的谈判技

巧和策略以取得经营活动的主动权，在市场竞争中处于优势地位。内容主要有：商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略及商务活动的相关礼仪。通过对商务谈判各环节的实训练习，使学生能够运用商务谈判的基本理论分析和解决商务谈判过程中出现的问题，提高学生商务谈判实践能力。

教学要求：本课程在教学过程中要创新商务谈判课堂理论教学模式，加强实训教学，激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力，培养学生适应今后工作的能力，真正形成“教、学、做一体化”的模式。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

4. 市场调查与预测 共 128 学时（理论 70 学时、实践 58 学时），第三、第四学期开设。

课程目标：本课程是市场营销专业的一门重要的应用性专业课程，通过本课程的学习与训练，使学生掌握市场调查与预测的基本理论和方法，能综合运用各种市场调查和预测方法以及计算机处理技术，收集、整理、分析、预测与市场营销有关的信息，为市场营销管理提供参考依据。学生通过本课程的学习，可以将市场营销学、统计学、计算机应用等方面的知识系统化，提高知识整合与信息收集、加工、利用的能力。通过本课程的学习，可以提高学生发现问题、系统收集使用信息的能力，为今后从事市场营销相关活动奠定基础。

主要内容：本课程主要包括市场调研方案的设计、市场调研方法的选择、市场调研问卷的设计、抽样方案的设计、调查数据的处理与分析、市场预测的基本理论和市场调研报告的撰写。

教学要求：本课程在教学过程中，以培养调研综合技能为主线，以“项目任务驱动式”建立教学内容体系，把调研业务知识与实践技能结合起来以设计教学内容体系。促进学生掌握市场调查与预测的专业技术培养学生较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力，以适应信息时代企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

5. 推销实务 共 64 学时，第四学期开设。

课程目标：本课程以就业为导向，是市场营销专业的一门专业核心课程，依据市场营销专业工作任务和职业能力而设置。该课程理论知识按照“必需、够用”组织突出推销技能培养，具有很强的职业岗位针对性，操作性很强，使学生明确推销在市场营销业务中的本质地位与作用，做到熟练地进行推销员相关岗位操作与管理，

培养学生独立创新、创业的精神。

主要内容：本课程主要以销售实际工作过程为主线构建课程内容，在了解推销基本礼仪，并对推销活动有初步体验认知的基础上，重点讲述推销活动的过程（寻找顾客、推销接近、推销洽谈、异议处理、推销成交）和推销管理等内容。

教学要求：本课程教学内容的选择与组织要紧贴推销员、推销管理等工作岗位需要，重点培养学生的推销能力，人际沟通能力，语言表达能力，正确运用推销技巧解决实际营销问题的技能，以便能够适应现代企业对营销人才的需求。本课程在教学过程中要按照推销工作的过程，任务驱动、项目导向设计教学培养目标，确定教学模块，每一个模块主题都要求学生以企业的真实环境为实践背景，完成寻找顾客、推销接近、推销洽谈、异议处理、推销成交等实操训练。每个项目按实践技能要求分解为几个任务，在强烈的问题、动机驱动下，激发学生的学习兴趣，让学生在真实任务中探索学习，在教学过程中体现互动、交流、协作的本质特征。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

6. 广告理论与实务 共 64 学时，第四学期开设。

课程目标：本课程是市场营销专业的专业核心课，也是相关专业的选修课。在市场营销等专业课程体系中，属于“专业能力与职业素质”模块课程。通过本课程的学习，培养学生相应的方法能力、社会能力、相互沟通和团队协作的能力，使学生能熟练掌握广告实务的基本方法，分析、解释企业中常见的广告问题，独立进行广告调研和广告策划，撰写完整的广告策划方案。

主要内容：本课程教学内容包括广告基本概念、广告基本原理、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。通过本门课程的学习，使学生对广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握，能够进行一些基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写等工作。

教学要求：本课程在教学过程中树立“以实践教学提升教学质量”的教学思路，以广告调研与策划为逻辑主线，按照够用为度的原则，根据市场营销专业职业技能课的需要选取教学内容，让学生在学学习、实践的过程中自我建构知识、技能、态度和经验，并为学生可持续发展奠定良好的基础。全程贯穿广告，使得学生在广告的顿悟中理解广告，理解广告的相关理论并能够自觉地将理论应用于实践，分析现实问题。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。

7. 客户服务实务 共 64 学时，第四学期开设。

课程目标：本课程是市场营销专业的一门核心技能课程，对学生的服务理念、客户服务执行技能的训练与养成起着关键作用，是满足学生从业需要的关键课程。通过对本课程的学习，培养学生的服务理念，帮助学生在实践活动中运用客户服务理论与技巧去寻找问题、分析问题和解决问题，使学生真正了解企业客户服务的重要性，掌握客户服务类相关岗位所需要的基本专业知识与技能。

主要内容：本课程从服务意识渗透入手，将客服专员等一线操作岗位的技能训练，以及客服主管等基层运营管理岗位的能力提升，与客户服务理论知识紧密关联在一起，设计了客户服务的基础知识、前台操作以及后台运营管理三部分内容，包括提升客户服务技能的学习、沟通技巧、呼入业务处理技能、呼出业务处理技能，现场管理、组织管理、质量管理以及信息管理等，帮助学生掌握呼入、呼出业务的处理技巧，提升客服产品开发、客户信息管理等运营管理能力。

教学要求：本课程在教学过程中，要充分利用现代教学手段，不断改进教学方式，通过多媒体、网络、营销综合实训平台、视频、动画、图片等教学资源组织学生学习鲜活的材料，突出典型案例的剖析，采取项目导向、任务驱动的教学方法，创设学习情境，通过任务布置、计划过程、实施过程、控制过程、评价过程 5 个教学环节，激发学生的思维，学生通过独立思考、与他人的互动以及亲历亲为的实践，主动建构自己的专业知识和职业经验，完成从初学者到客户服务能手的职业能力发展。教学过程中应注重培养学生良好职业道德、职业素养、爱岗敬业、创新创业、工匠精神。本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。



(四) 能力证书和职业资格证书要求

表 9: 能力证书和职业资格证书一览表

序号	职业资格名称	颁证单位	等级	备注
1	全国计算机等级考级	教育部考试中心	一级	
2	全国高等学校英语应用能力考试	高等学校英语应用能力考试委员会	A 级 (或 B 级)	
	全国大学英语四、六级	教育部考试中心		选考
3	普通话水平测试等级证	国家语言文字工作委员会	二乙及以上	
4	网店运营推广	国家教育部	初级	选考

七、学时安排

(一) 教学活动周进程安排表

表 10: 专业教学活动周进程安排表

单位: 周

分类 学期	理实一体教学	实践实训	入学教育与军训	毕业设计	顶岗实习	考试	机动	合计
第一学期	14	2	2			1	1	20
第二学期	16	2				1	1	20
第三学期	16	2				1	1	20
第四学期	16	2				1	1	20
第五学期	6	6		2	4	1	1	20
第六学期				1	19			20
总计	68	14	2	3	23	5	5	120

(二) 实践教学安排表

表 11: 实践教学安排表

单位: 周

序号	名称	总周数	第一学年		第二学年		第三学年		备注
			1	2	3	4	5	6	
1	国防教育军事技能	2	2						
2	ITMC 沙盘实训	2	2						
3	市场营销认知实训	1		1					
4	市场营销文案制作实训	1		1					
5	市场营销专业专项职业技能训练	2			2				
6	市场营销专业跟岗实习	2				2			
7	市场营销专业综合实训	6					6		
8	市场营销专业毕业设计	3					2	1	
9	市场营销专业顶岗实习	23					4	19	
总计		42	4	2	2	2	12	20	

(三) 课程模块结构表

表 12: 课程模块结构表

课程类别		课程门数	学分结构		学时结构				
			学分	占总学分比例	学时数			占总学时比例	
					合计	理论	实践	理论	实践
必修课程	公共基础课程	15	42	26.6%	662	394	268	13%	12%
	专业基础课程	5	17	10.1%	308	194	114	6.2%	3.7%
	专业核心(技能)课程	7	30	19%	558	326	232	10.5%	7.5%
	集中实践课程	7	37	23.4%	858	0	858	0	27.7%
	素质能力拓展课程	6	17.5	11.1%	286	170	116	5.5%	3.7%
选修课程	公共选修课程	7	7	4.4%	158	128	30	4.1%	1%
	专业选修课程	6	7	4.4%	160	102	58	3.3%	1.8%
总学时(学分)数		53	157.5	100	3086	1316	1770	42.6%	57.4%



(四) 考证安排

按照专业就业岗位（群）的需要，积极推行 1+X 证书教育。

1. 根据专业就业岗位分析，确定该专业必须取得和可以取得的专业资格证书的种类和级别；
2. 对相应职业资格证书要求的知识、技能、态度进行分析，融入课程体系及课程中作为课程的目标、任务；
3. 采用单独考核模式或课程考核与职业资格证书考核统一。

表 13：职业资格证书一览表

序号	职业资格证书	拟考学期	对应课程	开设学期
1	全国计算机等级考级（一级）	2	计算机基础	1
2	全国高等学校英语应用能力考试	2	大学英语	1
	全国大学英语四、六级（选考）	3		2
3	普通话水平测试等级证	2	普通话	1
4	网店运营推广（初级）（选考）	5	市场营销学	1
			消费心理学	2
			市场调查与预测	3、4
			客户服务实务信	4
			网店运营推广	4
			新媒体营销	4
			摄影知识与欣赏	5
信息处理能力	5			

八、教学进程总体安排

表 14：教学进程安排表

课程类型	序号	课程名称	课程代码	学分值	总学时	理论学时	实践学时	课程性质	考核方式	一	二	三	四	五	六	备注			
										20周	20周	20周	20周	20周	20周				
必修课	公共课	1	思政基础	G1000001	3	48	40	8	必修	考试	4						开 12 周		
		2	思政概论	G1000002	4	64	56	8	必修	考试		4						开 16 周	
		3	形势与政策*	G1000005	1	16	16	0	必修	考查	4	4						开 2 周	
		4	大学生职业发展与就业指导（生涯规划部分）	G3000001	1	16	10	6	必修	考查	2							开 8 周	
		5	大学生职业发展与就业指导（就业指导部分）	G3000001	1	16	10	6	必修	考查					2			开 8 周	
		6	创业基础	G3000002	2	32	20	12	必修	考查			2						
		7	大学生心理健康教育	G3000005	2	32	26	6	必修	考查	2								
		8	体育 1	G2000018	2	32	12	20	必修	考查	2								
			体育 2	G2000019	2	34	10	24	必修	考查		2							
			体育 3	G2000020	2	34	10	24	必修	考查			2						
			体育 4	G2000021	2	34	10	24	必修	考查				2					
		9	大学英语 1	G2000016	3.5	64	48	16	必修	考试	4								
			大学英语 2	G2000017	3.5	64	48	16	必修	考试		4							
				国防教育军事理论	G3000004	2	36	24	12	必修	考查	2							军事拓展

课程类型	序号	课程名称	课程代码	学分值	总学时	理论学时	实践学时	课程性质	考核方式	一	二	三	四	五	六	备注		
										20周	20周	20周	20周	20周	20周			
公共课程	10															4节		
	11	计算机应用基础	G2000031	3	52	26	26	必修	考查	4								
	12	应用写作	G2000009	2	34	20	14	必修	考查		2							
	13	国防教育军事技能	G3000003	1	60	0	60	必修	考查	2w							军训	
	14	大学入学教育	G3000010	1	12	10	2	必修	考查	讲座								
	15	毕业设计	ZS2731708	4	78	0	78	必修	考查						2w	1w		
	公共课程合计				42	758	392	362			20	12	4	2	2			
	专业基础课	1	管理学基础	Z2731701	3	52	32	20	必修	考查	4							
		2	统计学基础	Z2731702	3.5	64	44	20	必修	考查		4						
		3	经济学基础	Z2731703	3.5	64	40	24	必修	考查		4						
		4	商品学基础	Z2731704	3.5	64	40	24	必修	考查			4					
		5	经济法	Z2731705	3.5	64	38	26	必修	考查			4					
		专业基础课合计				17	308	194	114			4	8	8				
	专业核心课	1	商务谈判 1★	Z2731706	3.5	64	32	32	必修	考试			4					
			商务谈判 2★	Z2731707	1.5	32	16	16	必修	考查				2				
2		市场调研与预测 1★	Z2731708	3.5	64	35	29	必修	考试			4						
		市场调研与预测 2★	Z2731709	3.5	64	35	29	必修	考查				4					
3		推销实务★	Z2731710	3.5	64	38	26	必修	考试									

课程类型	序号	课程名称	课程代码	学分值	总学时	理论学时	实践学时	课程性质	考核方式	一	二	三	四	五	六	备注
										20周	20周	20周	20周	20周	20周	
													4			
	4	广告理论与实务★	Z2731711	3.5	64	40	24	必修	考试				4			
	5	市场营销学★	Z2731712	4	78	50	28	必修	考试	6						
	6	消费心理学★	Z2731713	3.5	64	44	20	必修	考试		4					
	7	客户服务实务★	Z2731714	3.5	64	36	28	必修	考查				4			
	专业核心课合计			30	558	326	232			6	4	8	18			
	1	ITMC 沙盘实训	ZS2731701	2	52	0	52	必修	考查	2w						按实际情况分组
	2	市场营销认知实训	ZS2731702	1	26	0	26	必修	考查		1w					按实际情况分组
	3	市场营销文案制作实训	ZS2731703	1	26	0	26	必修	考查		1w					按实际情况分组
	4	市场营销专业专项职业技能训练	ZS2731704	2	52	0	52	必修	考查			2w				按实际情况分组
	5	市场营销专业跟岗实习	ZS2731705	2	52	0	52	必修	考查				2w			按实际情况分组
	6	市场营销专业综合实训	ZS2731706	6	156	0	156	必修	考试					6w		按实际情况分组
	7	市场营销专业顶岗实习	ZS2731707	23	494	0	494	必修	考查					4w	19w	

课程类型	序号	课程名称	课程代码	学分值	总学时	理论学时	实践学时	课程性质	考核方式	一	二	三	四	五	六	备注	
										20周	20周	20周	20周	20周	20周		
素质拓展课程	集中实践课合计			37	858	0	858										
	1	网络运营推广	Z2731715	3.5	64	38	26	必修	考查				4				
	2	公关与礼仪	Z2731716	3.5	64	38	26	必修	考试			4					
	3	电子商务	Z2731717	3.5	64	32	32	必修	考查		4						
	4	新媒体营销	Z2731718	3.5	64	42	22	必修	考查				4				
	5	财务管理	Z2731719	1.5	30	20	10	必修	考试						2		
	6	劳动教育和社会实践活动	G3000011	2					限修	考查							每学期不少于4次
	素质拓展课合计			17.5	286	170	116				4	4	8	2			
公共选修课	1	普通话	GX000003	1	26	14	12	选修	考查	2						二选一	
	2	文学欣赏	GX000006	1	26	14	12	选修	考查	2							
	3	信息处理能力	GX000017	2	44	38	6	选修	考查					4		五选三 (实训课期间每周开2节,利用第8、9节课进行;实训课后每周开4节)	
	4	《孙子兵法》精华思想及其应用	GX000018	2	44	38	6	选修	考查					4			
	5	生活中的法律指南	GX000024	2	44	38	6	选修	考查					4			
	6	摄影知识与欣赏	GX000021	2	44	38	6	选修	考查					4			
	7	地方文化	GX000007	2	44	38	6	选修	考查					4			

课程类型	序号	课程名称	课程代码	学分值	总学时	理论学时	实践学时	课程性质	考核方式	一	二	三	四	五	六	备注
										20周	20周	20周	20周	20周	20周	
		公共选修课合计		7	158	128	30			2				12		
专业选修课	1	形体训练	ZX2731701	2	48	26	22	选修	考查		3					二选一
	2	团队合作能力	ZX2731702	2	48	26	22	选修	考查		3					
	3	品牌营销	ZX2731703	2	48	26	22	选修	考查				3		二选一	
	4	分销渠道管理	ZX2731704	2	48	26	22	选修	考查				3			
	5	演讲与口才	ZX2731705	3	64	50	14	选修	考查			4			二选一	
	6	职业沟通能力	ZX2731706	3	64	50	14	选修	考查			4				
			专业选修课合计		7	160	102	58					4	3	0	
		合计		157.5	3086	1316	1770			32	31	28	31	16		

- 注：1. 集中实践课是指独立开设的专业技能训练课程（入学教育和国防教育除外），主要有课程设计、单项（综合）技能训练、考证实训、教学课程见习、专业综合实训、顶岗（生产）实习等毕业综合实践环节；
2. 课程名称后打“★”为核心课程；
3. 实习实训环节课程不在进程表中安排固定周学时，但在对应位置填写实习周数，每周按 26 学时数计入总的计划学时；
4. 带“*”的课程一般安排在 7、8 节课或非教学时间进行；
5. 各学期周学时分配栏中的周数为课堂教学周数，周学时为课堂教学周学时，实践实训课程在对应栏中填写实习周数“X 周”。

表 15: 市场营销专业岗位群实习岗位-工作任务-实习内容

序号	实习项目	时间	工作任务	职业技能与素养
1	认知行业、企业	1 周	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行业认知; 2. 企业认知; 3. 企业文化学习; 4. 企业规章制度学习 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解实习企业所在行业发展状况; 2. 了解实习企业基本情况; 3. 熟悉企业文化; 4. 知晓企业经营管理、安全生产经营的规章制度
2	市场部实习	4 周	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉部门职责; 2. 掌握本部门工作流程、工作规范; 3. 市场调研与分析; 4. 营销环境分析; 5. 市场需求预测; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解市场行情, 根据市场行情进行市场开发; 2. 掌握市场营销管理过程, 分析企业产品营销环境; 3. 熟悉营销信息系统和营销市场调研; 4. 掌握对行业与竞争者的分析; 4. 掌握市场需求的衡量、预测及新市场的开拓; 5. 熟悉营销绩效的评估与控制方法, 把握产品销售情况
3	销售部实习	4 周	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉部门职责; 2. 掌握本部门工作流程、工作规范; 3. 销售目标制订与分解; 4. 渠道维护与开发; 5. 销售方式选择; 6. 日常销售管理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解企业的销售工作; 2. 熟悉销售渠道, 掌握渠道开发、建设及管理的相关技能; 3. 熟悉企业常用的销售方式, 正确进行销售绩效评估, 熟练使用新的销售方式, 高效完成销售活动; 4. 熟悉销售目标及日常销售工作管理
4	企划部实习	5 周	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉部门职责; 2. 掌握本部门相关工作流程、工作规范; 3. 营销战略设计; 4. 公关专题活动策划; 5. 产品的促销以及广告宣传策划 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解企划部的工作内容、职责范围、工作方法等; 2. 熟悉营销战略计划的制订流程; 3. 熟悉产品促销方式、方法; 4. 熟悉各种广告宣传方法及媒介的选择; 5. 掌握各种公关专题活动的策划、实施程序及活动经费的预算; 6. 掌握企业的终端促销技巧; 7. 实际参与各类公关策划活动
5	客服部实	4 周	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉部门职责; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户资料管理, 学习资料收集, 资料整理, 资料处理;

	习		<ol style="list-style-type: none"> 2. 掌握本部门工作流程、工作规范; 3. 客户资料管理; 4. 客户回访、客户投诉 	<ol style="list-style-type: none"> 2. 客户回访, 通过不同方式了解不同客户需求、进行市场咨询, 提高客户满意度, 熟悉客服回访流程及回访内容, 掌握回访规范及使用用语; 3. 客户投诉处理, 掌握客户投诉处理流程, 学习制订客户投诉处理方案, 具备处理客户投诉的能力; 4. 跨部门沟通, 参与营销活动
6	总结交流	1 周	<p>撰写实习总结</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 实习总结反映了顶岗实习期间知识运用、职业技能与素养提升、岗位业务创新的状况; 2. 实习总结撰写规范, 语言通顺, 逻辑清晰; 3. 实习总结字数不少于 3 000 字



九、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构。学生数与专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比不低于 60%。专任教师队伍职称、年龄结构及数量合理，聘任一定数量的兼职教师。专业教师应思想政治素质过硬、师德师风优良、专业知识扎实、专业技能精湛、爱岗敬业。

2. 专业带头人。配备专业带头人和教学管理人员，专业带头人 2 人，其中企业专业带头人 1 人。具有副高及以上职称（企业专业带头人具有中级及以上专业职称），能够较好地把握市场营销行业、专业发展，了解行业企业对市场营销专业人才的需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3. 专任教师。具有市场营销类相关专业本科及以上学历，有高校教师资格，有扎实的市场营销专业素养和实践能力，遵循高职教育规律组织实施教学，有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师。主要从相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验。具有中级及以上专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导、毕业设计、学生职业发展规划指导等教学任务。

表 16：专业技能课教学团队一览表

序号	姓名	性别	学历	职称	任教课程	双师素质	类别	备注
1	胡巧华	女	硕士	副教授/电子商务师	市场营销 市场调查与预测	是	校内专任	
2	屠纯国	男	硕士	副教授	分销渠道管理		校内专任	
3	杨海燕	女	本科	副教授/经济师	市场营销学 消费心理学	是	校内专任	
4	彭少华	男	硕士	讲师	管理学 广告学		校内专任	
5	张昭宇	女	本科	讲师	推销实务 电子商务		校内专任	
6	刘敏	女	本科	助教	商务谈判 经济学		校内专任	
7	唐林	男	本科	大区经理	客户服务实训	是	校外兼职	
8	朱鹏祥	男	本科	大区经理	营销策划实训	是	校外兼职	

（二）教学设施（实践教学条件）

1、专业教室配置。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有互联网接入或 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、校内实训设施。现有市场营销模拟实训室、市场营销专业技能实训室、电子商务实训室、礼仪实训室、形体实训室、多媒体实验室等多项专业实验室，配备 ERP 沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件、礼仪形体训练等相关设备设施，能满足市场营销类专业课程的教学需求。校内实训基地建设见表 14。

3、校外实训、实习基地

（1）具有稳定的校外实训基地，能够提供市场营销专业开展实训活动，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。

（2）具有稳定的校外实习基地且分布合理，能提供市场营销专业实习岗位，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。实训基地建设标准见表 15。

4、支持信息化教学的基本要求

落实教育信息化 2.0 行动计划，创造信息化教学的软硬件条件，营造教育信息化积极氛围，引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源库、教学平台、创新教学方法、提升教学效果。

表 17：校内实训、实验室配置一览表

序号	实验实训室名称	面积、设备配置	主要功能	对应课程
1	市场营销专业技能实训室	30 m ² 设备： 1. 谈判桌一张 2. 商品陈列架六个，陈列专业技能抽考题库中所列商品。	1. 模拟产品推销 2. 模拟谈判	产品推销商务谈判 商品学
2	市场营销多媒体实训室	30 m ² 设备： 1、电脑 40 台 2、布线、机柜 1 套 3、网络交换机 3 台 4、电子教室系统 1 套 5、市场营销专业技能抽考题库 1 套	1. 公关策划实训 2. 广告策划实训 3. 营销策划实训 4. 市场调研实训	公共关系、广告理论与实务、市场营销学、市场调查与预测



3	电子商务实训室	30 m ² 设备： 1、电脑 40 台 2、布线、机柜 1 套 3、网络交换机 3 台 4、电子教室系统 1 套 5、电子商务教学实验系统 1 套	1、网页制作与营销网站建设实训 2、网络营销工具应用实训 3、网店运营实训	市场营销学、客户服务实务、电子商务、网店运营推广
4	市场营销模拟实训室	30 m ² 设备：装有 ERP 沙盘、中教畅想市场营销综合实训与技能竞赛系统软件的电脑 40 台。	在模拟环境下进行直销、批发、零售等市场营销活动。	市场营销综合实训

表 18：校外实训、实习基地一览表

序号	实训基地名称	基本条件与要求	主要功能	接收人数
1	永州高博士孕婴童连锁	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场营销认知实训、客户服务实训、顶岗实习、毕业实习	40
2	东风日产永州高翔店	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场营销认知实训、市场调查与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、顶岗实习、毕业实习	40
3	永州商业城	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、营销策划、顶岗实习、毕业实习	40
4	湖南永州申湘汽车有限公司	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担市场营销认知实训、市场调查与预测、推销实训、营销策划、客户服务实训、顶岗实习、毕业实习	40
5	永州零陵春天广场	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、营销策划、顶岗实习、毕业实习	40
6	零陵步步高超市	管理规范、设施完备，能接受一定数量学生实习实训，按照要求提供场地和指导人员，并能满足学生食宿、学习、劳动保护、卫生等条件	承担推销实训、营销策划、顶岗实习、毕业实习	40

（三）教学资源

1. 教材选用。按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励使用与市场营销专业教学资源库配套的新形态一体化教材。

2. 图书文献与数字资源。配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作需要的图书文献，方便师生查询、借阅；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。

（1）市场营销行业资源库。包括行业介绍、行业动态、企业、专家等相关信息，方便学生了解行业动态、企业用工需求，为他们进行职业规划提供依据。

（2）市场营销专业资源库。市场营销专业资源库按照专业人才培养目标确定专业课程体系，制定课程教学设计、实施与考核评价标准，调整专业建设路径，集成涵盖市场营销专业开发与建设完整流程的过程资源、模板工具等。

（3）市场营销专业课程库。市场营销专业课程的设置以人才培养方案及行业岗位需求为基准，并随行业需求动态变化而及时更新，是一个合理而动态的课程管理过程。结合本专业优势与特色，选择专业核心课程，以核心课程为主覆盖到其余专业课程建设的专业课程资源模块，包括具体的课程简介、团队、课特色、目标、内容、教材、视频等多方面内容。

（4）市场营销实训资源库。旅游实训资源库主要解决市场营销专业学生觉得实训难、不乐学、不会学、不好学的问题，市场营销专业资源库提供实训任务书、指导书、视频与模拟软件等相关资源，帮助学生顺利完成实训项目。

（四）教学方法

（1）适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色、教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的变革。

（2）改变传统的教学模式，可采用线上线下混合式教学、理实一体化教学等，坚持学中做、做中学。改革教学方法、手段，通过智慧教育、教育信息化 2.0 行动计划，将现代信息技术运用到教学过程中，提升师生信息化素养。

（3）注意传统的教学方法、手段与现代信息技术的结合，要明白使用目的，要根据教学目的、内容、物质条件、学生实际等，合理选择，恰当运用，掌握其精髓，切忌生搬硬套。在教学中，教师不应仅传授知识和技能，更重要的是教会学生主动学习和掌握知识、能力和方法。因此，应注重所选用的教法是否充分调动学生的积



极性和主动性，达到最佳教学效果，完成教学目的。教学方法可采用多种，如讲授法、讨论法、演示法、自学辅导法、情景模拟法，角色扮演法等。既可以采用单一的方法，也可以是几种方法的综合运用。

(4) 以学生为中心，普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，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、混合式教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序。培养学生终身学习习惯，充分利用智慧职教平台及其优质资源，学生自主学习资源库中学历课程、培训课程、MOOC，学习在线精品开放课程。

(五) 学习评价

1. 评价原则。采取多元评价方式，过程性评价与终结性评价相结合，考核内容与职业岗位要求相结合，知识能力与职业素质评价相结合。改革评价模式，把线上、线下评价结合起来，加强过程评价，使线上、线下评价促进混合式教学开展，促进学生自主学习。

2. 评价方式。包括平时考核、实践考核、理论考核等形式，根据教学和学生实际制定考核办法，不同的学习内容，考核方式、计分方法可不同。

(1) 平时考核：成绩占 30%，考核内容包括课堂纪律、上课态度及作业完成情况、资源库自主学习等，不合格则不能参加下一考核。

(2) 实践考核：成绩占 30%，主要考核基本技能，如课程技能考试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等，不合格则不能参加下一考核。

(3) 理论考核：成绩占 40%，根据课程标准进行考核，采用口试、笔试（开、闭卷）等形式进行。

(4) 学分制考核：完成人才培养方案规定的课程学习，达到学时、学习效果即可获得相应学分。

(六) 质量管理

建立健全覆盖校院（系）两级，全员、全过程、全方位育人的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 学校和二级院系应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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. 学校、二级院系及专业应完善教学管理机制，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. 落实国家教育部“高等职业学校市场营销类专业顶岗实习标准”。

4. 学校应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。

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

6. 顶岗实习管理：实行校外单位与学校双重管理，以校外单位管理为主，必须遵守校外单位、学校的制度。校外单位根据专业实习大纲，安排学生实训、实习。对重大问题，学校及时与校外单位取得联系，必要时到校外单位现场解决问题。学校每年度对校外学习情况进行1~2次检查，了解学生的表现和校外单位带教情况，妥善解决一些实际性问题。

十、毕业要求


通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的154.5学分，修完规定的所有课程（含顶岗实习、毕业设计等实践教学）且成绩合格，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。



十一、人才培养方案审定意见

2019 级（版）人才培养方案制（修）订审核意见表

二级学院名称：商学院

人才培养方案专业名称		市场营销			
总课程数		53	总课时数	3086	
理论课时与实践课时比例		42.6:57.4	毕业学分	157.5	
制（修）订参与人	姓名	职称	学历学位	工作年限	备注
	杨海燕	副教授	大学、学士	21	
	张昭宇	讲师	大学、学士	13	
	郭时明	副教授	大学、硕士	35	
	唐林	大区经理	大学	20	企业
人才培养方案制（修）订依据	<p>1. 关于发布《高等职业学校种子生产与经营专业教学标准》等 347 项高等职业学校专业教学标准</p> <p>2. 教育部（教职成〔2019〕13 号）教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见</p> <p>3. 教育部（教职成司函〔2019〕61 号）关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知</p> <p>4. 教育部职业教育与成人教育司负责人就《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》答记者问</p> <p>5. 湖南省市场营销专业技能考核标准</p> <p>6. 《永州职业技术学院关于制（修）订 2019 级各专业人才培养方案的指导意见》</p>				
二级学院负责人审核意见	<p>该专业人才培养方案已经认真审核，同意从 2019 级新生开始实施。</p> <p>部门负责人（院长）签字：</p> <p>2019 年 8 月 20 日</p>				
学校教务处审核意见	<p>负责人签字：</p> <p>年 月 日</p>				
学校主管校长	<p>签字：</p> <p>年 月 日</p>				