



重庆航天职业技术学院
Chongqing Aerospace Polytechnic

高等职业教育2024级 专业人才培养方案



重庆航天职业技术学院教务处制



2024 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销 (530605)

二、入学要求

高中毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

基本修业年限 3 年，根据学生灵活学习需求可拓展到 5 年。

四、职业面向

(一) 职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	就业岗位(群)	就业岗位所在企业工单举例(链接)	职业资格证书
财经商贸大类(53)	工商管理(5306)	批发业、零售业(51、52)	营销员(4-01-02-01) 商品营业员(4-01-02-03) 摊商(4-02-02-05) 市场营销专业人员(2-06-06-02)	销售代表 销售经理 区域销售经理 卖场经理 小微商业企业创业者 市场主管 市场经理 市场调研专员	江西建奇有限责任公司 工单： 销售工单 市场部经理工单 市场调研专员工单	经济专业技术资格 1+X 数字营销应用职业技能等级证书(中级) 1+X 网店运营推广职业技能等级证书(中级)

(二) 接续学习专业

接续高职本科专业：市场营销

接续普通本科专业：市场营销、市场营销教育、工商管理、零售业管理

(三) 职业发展或典型工作任务解析

就业岗位	典型工作任务	工作任务解析
互联网营销师	制定营销策略；市场调研分析；营销活动策划；实施营销活动	(1) 策划与实施营销策略；(2) 市场调研与分析；(3) 网络广告活动的策划与执行；(4) 网络推广渠道的管理与优化；(5) 品牌形象的建立与维护；(6) 数据分析与报告撰写；(7)



		团队协作与沟通；（8）客户管理与维护
品牌专业人员	品牌策划与设计；市场调研与分析；品牌推广与营销；形象管理与维护；合作与关系管理	（1）品牌定位与规划；（2）品牌形象塑造；（3）品牌目标制定；（4）品牌推广与维护；（5）品牌组合与延伸；（6）危机处理与声誉管理；（7）市场调研与分析；（8）合作与资源管理（9）数据分析与优化
市场策划主管	市场调研与分析；营销计划制定；品牌策划与宣传；销售渠道建设；营销活动执行	（1）整合品牌传播资源；（2）制定行销推广策略；（3）策划销售宣传活动；（4）开拓并维护销售渠道；（5）进行市场调研与分析；（6）宣传资料策划完善；（7）策划执行营销活动；（8）团队培训与指导；（9）数据分析与优化
客户服务主管	客户关怀与回访；投诉处理与跟进；数据管理与分析；团队建设与管理；服务质量提升；与其他部门协作	（1）客服部门管理；（2）客户投诉处理；（3）客户关系管理；（4）客服人员选拔与培训；（5）制定客服制度；（6）制度执行与监督；（7）收集服务数据；（8）监控服务质量；（9）识别与评估风险；（10）制定风险应对策略；（11）与其他部门保持良好沟通；（12）制定客户关系策略；（13）执行与评估策略效果

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。



(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识目标

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力目标

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

(14) 具有绿色低碳理念，具有适应产业数字化发展需求的能力；

(15) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求



（一）课程设置

本专业的课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家相关文件规定，本专业开设思想道德与法治、毛泽东思想与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、航天精神与航天文化、形势与政策、军事理论、军事训练、体育、信息技术、就业指导与职业发展、创新创业教育、心理健康教育、中国传统文化概况、劳动教育、英语、高等数学等 16 门公共基础必修课程。

开设中国共产党党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、遨游电世界、航空航天概论、生活中的大数据思维、大学美育、趣味编程、钢笔淡彩、体育与健康、多媒体软件制作等 12 门公共选修课。

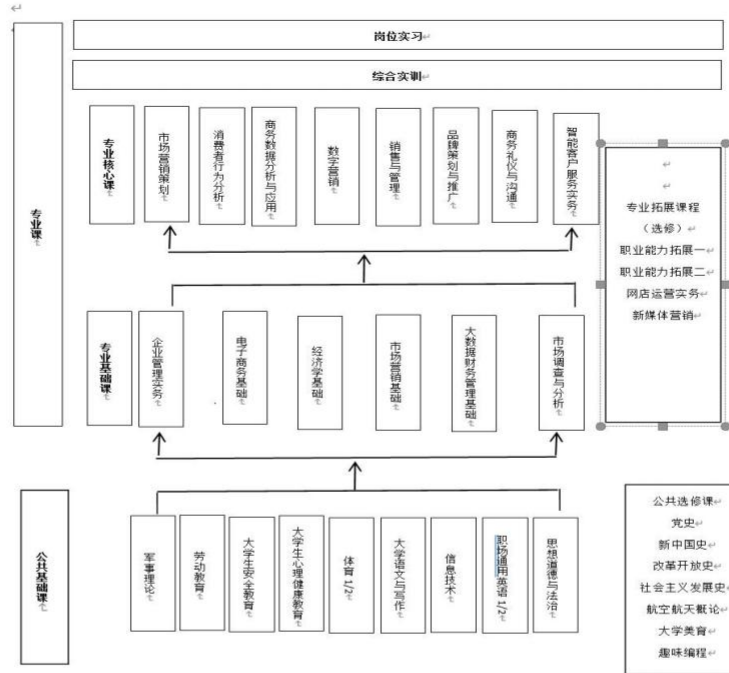
2. 专业课程

（1）专业基础课包括：管理学基础、电子商务基础、经济学基础、市场营销基础、大数据财务管理基础、市场调查与分析

（2）专业核心课包括：市场营销策划、消费者行为分析、商务数据分析与应用、数字营销、销售与管理、智能客户服务实务、商务礼仪与沟通、品牌策划与推广

（3）专业拓展（或选修）课包括：网店运营实务、新媒体营销、现代推销技术、网络营销、直播营销、跨境电商实务

（4）实践教学环节（实习实训课程）包括：职业岗位认知、数字营销综合实训、毕业设计、顶岗实习



(二) 课程内容及要求

1. 公共基础课程

(1) 公共基础必修课

序号	课程名称 (学时/学分)	课程目标，主要内容和教学要求
1	思想道德与法治 (48 学时/3 学分)	<p>课程目标: 掌握社会主义核心价值观的内容; 掌握基本道德规范; 了解我国重要的法律制度; 培养运用理论知识分析、解决社会现实问题的能力, 提高社会实践能力; 培养民族自尊心、自豪感, 树立国家意识;</p> <p>主要内容: 本课程主要学习和思考关于爱国主义、人生观、价值观、道德观、文化认同和法律意识等方面的知识。理解并建立对国家、民族的崇高理想和对社会、个人的执着信念。弘扬中华民族的优秀传统和精神。学习和理解社会主义核心价值观, 包括富强、民主、文明、和谐等价值观念。了解社会公德、职业道德、家庭伦理道德以及法律基础知识, 包括权利与义务, 法律体系, 法律程序与公正等。</p> <p>教学要求: 通过理论学习和实践体验, 帮助大学生形成崇高的理想信念, 加强自我修养, 弘扬爱国主义精神, 牢固树立正确的世界观、人生观、价值观和社会主义荣辱观, 培养良好的思想道德素质和法律素养, 提高分辨是非、善恶、美丑的能力, 使其成为具有较高素质的、全面发展的现代职业人奠定坚实的基础。</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>课程目标: 准确的把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果; 对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识; 对</p>



	<p>(32 学时/2 学分)</p>	<p>中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解；对运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助，不断提高政治理论素养和思维能力；</p> <p>主要内容：本课程全面系统展示了毛泽东思想的主要内容和历史地位；阐述邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位；阐述习近平新时代中国特色社会主义思想。</p> <p>教学要求：课堂教学与课外读书相结合，特别重点强调增加“红色经典”阅读；课堂专题教学与课后服务相结合。社会实践教学改革，建立实践教学基地，参观考察，网络实践及课后社会调查等方式。最终目标提高学生运用马克思主义的思维观点分析问题解决问题，提高大学生自身的道德修养、职业关键能力等综合素质，实现大学生的全面发展。</p>
<p>3</p>	<p>习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (48 学时/3 学分)</p>	<p>课程目标：旨在帮助大学生深入学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，进一步增强大学生的“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。</p> <p>主要内容：本课程主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的最新理论成果，重点包括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、坚持和加强党的领导。</p> <p>教学要求：以教材为根，以学生为本，注重课堂教学设计，强化实践教学，组织学生讨论，提高分析问题、解决问题的能力，组织学生积极参与思政课学习竞赛活动，提升学生的理论水平和思想境界。</p>
<p>4</p>	<p>形势与政策 (40 学时/1 学分)</p>	<p>课程目标：了解国家政策以及国际和国内形势，开拓视野、构建科学合理的知识体系，培养关心时事政策的良好意识；能够正确认清社会形势，领会党的路线方针政策，培养学生敏锐的洞察力和深刻的理解力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。</p> <p>主要内容：本课程主要学习党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验；党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施；对当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场；马克思主义形势观、政策观。</p> <p>教学要求：认真研读、领会教材内容和教育部颁发的教学要点，并且紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程。注重考</p>



		核学生对马克思主义中国化最新成果的掌握水平，考核学生对新时代中国特色社会主义实践的了解情况。
5	大学生心理健康教育 (32 学时/2 学分)	<p>课程目标: 了解心理健康常识、能全面正确认识自我, 掌握常见的情绪调节方法, 有效处理人际沟通中的差异和冲突, 掌握人际交往技巧, 树立健康的恋爱观和性观念, 能正确应对压力, 提高挫折承受能力和生命韧性。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习心理健康的概念、标准, 心理异常的识别, 正确认识心理咨询, 我校心理健康教育资源介绍; 情绪的概念、意义及功能, 大学生常见情绪困扰, 如何正确表达情绪和管理情绪; 人际关系的建立及发展过程, 大学生人际交往技能培养; 沟通的要素及内在过程, 有效沟通的原则及基础, 正确处理沟通中的差异和冲突。</p> <p>教学要求: 通过本课程的学习学生应能够正确地认识自我, 并愉快地接纳自己, 了解自己的优点和不足, 从而更好地完善自己。学生能够感受到学习知识的乐趣, 并掌握一些学习的策略, 从而更加主动地去学习。学生通过激发广泛的情趣和引导学生自觉锻炼健康的体魄, 享受高质量的家庭生活, 从而更加快乐地生活。</p>
6	军事理论 (36 学时/2 学分)	<p>课程目标: 掌握军事基础知识和基本军事技能; 培养基本的防护、生存能力以及战斗素养; 强化纪律意识, 增强集体观念; 提高综合国防素质。深入理解总体国家安全观的理论基础, 掌握维护国家安全的理论知识, 特别是与军事安全相关的具体内容, 以及理解“以人民安全为宗旨”的国防理念。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习中国国防的内涵、历史, 国家战略和国防政策以及国防成就; 国家安全的内涵和国家总体安全观, 当前国家安全形势和国际战略形势; 军事思想的内涵和形成与发展历程, 外国代表性军事思想, 以及我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义。</p> <p>教学要求: 军事理论教学应与军事技能训练紧密结合, 使学生在在学习基础理论的同时, 通过实际操作提高应用能力和实践技能。课程内容应涵盖从基本军事理论到先进军事技术的知识体系, 同时引入当代军事科技的最新成果和发展动态。除了专业技能的训练外, 还应注重培养学生的团队协作能力、领导能力以及快速反应能力。</p>
7	军事技能 (36 学时/2 学分)	<p>课程目标: 掌握军事基础知识和基本军事技能; 培养基本的防护、生存能力以及战斗素养; 强化纪律意识, 增强集体观念; 提高综合国防素质。深入理解总体国家安全观的理论基础, 掌握维护国家安全的理论知识, 特别是与军事安全相关的具体内容, 以及理解“以人民安全为宗旨”的国防理念。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习中国国防的内涵、历史, 国家战略和国防政策以及国防成就; 国家安全的内涵和国家总</p>



		<p>体安全观，当前国家安全形势和国际战略形势；军事思想的内涵和形成与发展历程，外国代表性军事思想，以及我国军事思想的主要内容、地位作用和现实意义。</p> <p>教学要求：军事理论教学应与军事技能训练紧密结合，使学生在在学习基础理论的同时，通过实际操作提高应用能力和实践技能。课程内容应涵盖从基本军事理论到先进军事技术的知识体系，同时引入当代军事科技的最新成果和发展动态。除了专业技能的训练外，还应注重培养学生的团队协作能力、领导能力以及快速反应能力。</p>
8	劳动教育 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：理解劳动教育的内涵、特征及意义。了解当前劳动教育的主要途径和措施。</p> <p>主要内容：本课程主要学习劳动教育的内涵、特征。</p> <p>教学要求：通过教与学，提升大学生的劳动意识，使其在态度、知识和技能三个层面达到相应的目标。</p>
9	航天精神与航天文化 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：通过全面介绍航天领域知识、发展历程及国家相关政策，培养学生的航天情怀与高尚品质，提升其综合素质。课程不仅注重理论与实践的结合，还融入了思政元素，旨在增强学生的社会责任感与使命感，为国家的航天事业和现代化建设培养具有坚定理想信念、扎实专业知识及优秀综合素质的优秀人才。</p> <p>主要内容：该课程全面覆盖航天基础、精神文化、未来展望及思政教育，旨在通过理论与实践结合，培养学生航天情怀、高尚品质与综合能力。</p> <p>教学要求：理论与实践结合，注重思政融入，培养航天情怀与素养。</p>
10	大学生安全教育 (36 学时/2 学分)	<p>课程目标：理解安全教育的内涵、特征及意义。了解当前安全教育的主要途径和措施。掌握基本的安全知识，包括生活安全、交通安全、网络安全、心理安全等方面的知识，提高学生的安全素养。掌握大学生如何提高自身的安全防范意识。</p> <p>主要内容：本课程主要学习安全教育的内涵、特征。日常生活安全教育，包括防触电、防煤气中毒、防火、家务劳动安全、饮食卫生安全等。网络与公共安全，避免网络诈骗，交通与旅游安全，确保在旅途中的人身和财产安全。同时关注学生的心理健康，提供必要的心理安全教育和应对策略。</p> <p>教学要求：通过教与学，使学生理解安全问题的社会、校园环境，了解安全问题的基本内容和分类知识以及安全保障的基本知识。提升大学生的安全防范意识，使其在态度、知识和技能三个层面达到相应的目标。</p>
11	职业发展与就业指导 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：能够全面掌握职业的基本知识，为符合职业要求做准备。全面了解面试的考核内容和必要的面试的技巧；了解大学生就业形势和现行政策。运用职业测评系统，</p>



		<p>进行自我认知，了解个人优势和不足，合理定位并做好职业生涯规划。</p> <p>主要内容：本课程主要学习职业与职业生涯规划设计，职业的特征和发展趋势、职业生涯规划的基本步骤；人职匹配和职业测评的方式方法，职业兴趣与气质性格以及价值观的常用测评工具使用；我国就业形势与政策对就业影响的优势和劣势。</p> <p>教学要求：理解当前高校毕业生的就业形势，包括对整体就业市场、不同专业领域的就业趋势和特点等方面的了解。求职材料准备的基本要求，包括简历撰写、求职信写作、面试准备等内容。学生需要了解就业信息的特性和作用，以及如何获取、整理和使用就业信息。</p>
--	--	---

(2) 公共基础选修课

序号	课程名称 (学时/学分)	课程目标，主要内容和教学要求
1	党史 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：了解中国共产党的建立和发展历程，系统把握中国共产党领导中国人民从站起来、富起来到强起来的奋斗历程及其内在规律，深刻领会马克思主义普遍真理与中国革命、建设、改革实践相结合的一系列重大理论成果。</p> <p>主要内容：本课程主要涵盖了中国共产党的历史上的重要人物和重大历史事件，以及中国共产党成立的重大意义，还有中国共产党领导人民进行革命和建设道路艰辛探索的历史过程及取得的重大成就等。</p> <p>教学要求：通过教学，要培养学生正确认识和评价中国共产党历史上的重要人物和重大历史事件的能力，同时也要让学生运用所学的理论知识联系实际分析问题和解决问题的能力。</p>
2	新中国史 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：掌握中国近现代史的主要事件和人物的历史背景和历史意义。理解中国近现代史的进程和发展，认识现代化建设的历史经验和教训。培养学生的历史思维能力，提高历史素养和文化素质。</p> <p>主要内容：本课程主要学习中国近现代史的重大事件和人物。中国近现代史的进程和发展。现代化建设的历史经验和教训。历史素养与文化素质的培养。</p> <p>教学要求：通过本课程的学习使学生系统掌握中国近现代史的基本知识，包括主要事件、人物、进程和发展等。能够理解和分析中国近现代史中的重要问题，如现代化建设的历史经验和教训。能够提高历史素养和文化素质，具备对历史事件的独立思考能力和判断力。</p>
3	改革开放史	<p>课程目标：旨在帮助学生正确把握中国共产党领导人</p>



	(16 学时/1 学分)	<p>民进行改革开放的历史进程及其内在的规律性，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想，激发学生爱党爱国，勇担民族复兴大任的紧迫感和使命感。</p> <p>主要内容：本课程系统讲解党和国家改革开放理论和内容等基本知识；正确地评价改革开放中的重要人物和重大历史事件；探讨中国共产党领导人民进行改革开放道路艰辛探索的基本规律；分析总结中国共产党领导人民取得改革开放的伟大功绩和经验教训。</p> <p>教学要求：学习重大历史节点、历史事件、历史人物、历史环境、历史思想、历史影响，同时将历史与现实结合开展教学，有效提升学生的政治认同、思想认同、情感认同。</p>
4	社会主义发展史 (16 学时/1 学分)	<p>课程目标：促进学生了解社会主义在磨难和淬炼中奔涌向前之路，引导学生讲信念、讲信心，树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想。</p> <p>主要内容：结合学生的需要，围绕马克思主义理论的传播历史，社会主义运动波澜壮阔、跌宕起伏的发展历程，重点突出“信念”主题，讲好“信念”的故事。</p> <p>教学要求：学习重大历史节点、历史事件、历史人物、历史环境、历史思想、历史影响，同时将历史与现实结合开展教学，有效提升学生的政治认同、思想认同、情感认同。</p>
5	创新创业教育 (32 学时/2 学分)	<p>课程目标：了解创新创业的基本知识和理论，掌握创新创业的基本流程和方法，理解创新创业的法律法规和相关政策。具备创新创业的各项能力，包括批判性思维、洞察力、决策力、组织协调能力和领导力等。</p> <p>主要内容：本课程主要学习创业的概念、要素、特征等，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。创新创业基本流程和方法：包括商业模式开发的过程、策略及技巧等，创新创业的基本流程和方法。创新创业法律法规和相关政策。</p> <p>教学要求：通过本课程的学习，使学生系统掌握创新创业的基本知识和理论，能够理解和分析创新创业中的重要问题。具备必要的创新创业能力，能够应用所学知识和理论进行实践操作。熟悉创新创业的基本流程和方法，能够掌握创业过程中的关键步骤。</p>

2. 专业课程

(1) 专业基础课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	管理学基础 48 学时	<p>课程目标：掌握管理的基本知识、掌握管理的基本技能以及使用管理的基本工具和软件；能够应用计划、组织、领导、控制或创新等融合到企业的经营管理、营销管理、生产管理、人力</p>



	3 学分	<p>资源管理、财务管理、创业管理等具体实务活动中。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习企业的组建, 企业战略的确定, 企业组织结构设置, 企业人力资源管理, 企业生产运作管理, 企业物流与供应链管理, 企业市场营销管理, 企业质量管理。</p> <p>教学要求: 以任务驱动的项目教学模式, 对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、辩论讨论、自主学习等方法, 对于项目任务部分的教学主要采用实地调查、角色扮演、汇报交流、体验实战等方案进行。教学项目尽可能来自企业, 使教学内容能充分体现工学结合。</p>
2	电子商务基础 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 掌握电子商务运营和管理的相关知识, 认识电子商务业务的流程, 能够开设网络店铺、管理网络店铺。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习电子商务认知, 网络商务信息搜集与整理, 网上开店, 网络营销, 电子商务支付与结算, 电子商务物流, 电子商务网站建设, 电子商务安全管理。</p> <p>教学要求: 与行业企业合作课程开发, 设计以职业能力为导向的学习情景, 依托校内实训室和校外实训基地, 创造最佳的学习环境和实训条件, 调动学生的学习积极性, 培养学生自主学习、分析问题和创新的能力, 不断提高学生的就业竞争力。</p>
3	经济学基础 48 学时 3 学分	<p>课程目标: 掌握现实社会、生活中熟悉的现象或案例, 得出经济学中一般的结论或规律; 能应用得出的结论或规律解释相应的经济现象。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习熟悉市场运行, 分析消费者行为, 透视生产者行为: 技术与投入, 透视生产者行为: 成本分析, 探析市场结构, 收入分配, 市场缺陷与政府干预, 了解国民收入核算, 失业与通货膨胀, 经济周期与经济增长, 宏观经济政策。</p> <p>教学要求: 以就业为导向, 在工作任务引领下以情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等形式展开教学, 使学生真切体会到会计人员在会计循环中所需的职业能力和实际动手能力。要求学生做学结合、边学边做, 以培养学生胜任会计业务操作的职业能力, 提高学生分析和解决问题的实际操作能力, 适应该岗位实际运用需要。</p>
4	市场营销基础 64 学时 4 学分	<p>课程目标: 掌握市场调研、市场分析、市场开发、产品销售、渠道管理、价格策略和促销策略, 能胜任企业营销或与营销相关的其他技术、管理与服务工作。</p> <p>主要内容: 本课程主要学习市场营销观念, 拟定调研计划、制定调查问卷、实地问卷调查、整理、分析资料、撰写市场营销调研报告; 确定市场细分指标、选择目标市场、市场定位设计; 设计品牌名称标志、制定产品营销方案、设计企业产品价格方案、设计企业产品分销方案、设计企业产品促销方案、完成企业营销计划; 市场后勤管理、市场营销控制。</p> <p>教学要求: 教学应体现项目式、情景化教学。项目驱动实践, 任务导向学习, 案例分析研讨深化理解。情景模拟演练增强实</p>



		战能力，理论与实践融合，学做结合提升技能。德育技能并重，综合素养培养，造就全面发展的市场营销人才。
5	大数据财务管理基础 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握财务管理基本理论，筹资基本技能、投资基本技能、营运资金管理基本技能、利润分配管理基本技能；能进行资金需要量计算、筹资方式、成本的比较，能进行证券投资收益评价、计算、项目投资评价指标的计算，能对营运资金进行计算。</p> <p>主要内容：本课程主要学习财务管理基础工作准备，财务管理基本技能，项目投资管理，证券投资管理，流动资产投资管理，资金筹集方案筹划，利润分配管理，财务预算，财务控制，财务分析。</p> <p>教学要求：以财务管理岗位需求为导向，以国家职业资格标准为依据，以仿真企业的情景资料为载体，通过与合作企业进行课程设计。该课程打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以工作项目与任务为中心组织课程内容，在邀请企业财务专家对会计专业所涵盖的业务岗位群进行任务与职业能力分析的基础上，以就业为导向，以财务管理岗位为核心，以财务管理实务工作内容为主体，按照高职学生认知特点，让学生在完成具体任务过程中来构建相关理论知识，并发展职业能力。</p>
6	市场调查与分析 64 学时 4 学分	<p>课程目标：掌握认知市场状况，研究市场发展变化规律；通过实践性教学环节，培养学生进行调查的基本技能，掌握把握市场机会的技巧。能够制定调查计划、选择调查方法、分析调查资料、撰写调查报告。</p> <p>主要内容：本课程主要学习市场调查目标的确定；市场调查方案及问卷设计。撰写市场调查方案，设计市场调查问卷；市场调查与资料整理。选择调查方式，选择调查方法，整理市场调查资料；市场调查资料的分析与预测。</p> <p>教学要求：市场调查教学需紧密结合理论与实践，确保学生学以致用，在做中学。通过案例分析研讨和实地调研操作，加强技能操作训练，提升技术应用能力。同时，注重德育与技术双提升，培养学生的团队协作与沟通能力。教学中强调职业道德培养，确保学生在技能提升的同时，具备良好的职业素养。</p>

(2) 专业核心课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	市场营销策划 64 学时 4 学分	<p>课程目标：掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程，熟悉不同主题策划内容的特点和要求，理解不同主题策划的方法和要求，对整体市场营销活动或某专项的市场营销活动进行分析、构思、设计和制定市场营销策划方案，能按要求撰写相关营销策划方案。</p> <p>主要内容：市场营销策划课程主要内容涵盖市场分析与定位、产品策略、价格策略、渠道管理、促销策略、市场调研方法、策划执行与评估。</p>



		<p>五新内容：新技术 数字营销与社交媒体营销技术，如搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销（SMM）、电子邮件营销等。这些技术随着互联网的普及而逐渐成为市场营销的重要组成部分。数据分析技术，用于市场调研、消费者行为分析和市场趋势预测，提高市场营销的精准性和效率。</p> <p>教学要求：以市场营销专业学生将进入的相关工作岗位——零售终端销售管理岗位、企业企划部专员岗位为基点，以该类岗位的工作任务和职业能力分析为依据，设计本课程。学生以模拟角色和公司的形式，采用项目载体、任务驱动，“教、学、做”三者结合以“做”为主的教学方式，使学生掌握市场营销策划的基本思路和撰写营销策划方案的基本方法和技巧，并能按要求撰写营销策划方案。</p>
2	<p>消费者行为分析 64 学时 4 学分</p>	<p>课程目标：掌握消费者决策过程的心理机制和行为模式，能够深入分析消费者的需求、动机和态度，理解社会文化、经济、技术等因素对消费者行为的影响。通过该课程的学习，学生能够运用消费者行为学的理论知识，为企业制定市场策略、产品设计、价格定位、渠道选择和促销策略等提供科学依据，</p> <p>主要内容：消费者需求与动机：分析消费者的购买意愿、动机和个体需求；行为影响因素：研究个人心理因素（如个体特征、价值观）、群体影响（如家庭、文化、社会类别）以及市场环境对消费者行为的影响；市场研究方法：学习问卷调查、访谈、观察和实验等方法，以获取和分析消费者信息；实践应用：通过市场调研项目，应用理论知识，提高市场分析和调研能力。</p> <p>五新内容：新技术 大数据分析技术：介绍如何运用爬虫、日志分析等手段收集消费者在互联网上的行为数据，并通过统计学、机器学习等方法进行深度挖掘和分析。 情感分析技术：讲解运用自然语言处理、语音识别等技术对消费者评论和反馈进行情感分析，以了解消费者对产品或服务的情感态度。</p> <p>教学要求：本课程实施项目教学以改变学与教的行为。每个项目的学习都按以消费者心理及行为的工作任务为载体设计情境来进行，以工作任务为中心整合理论与实践，实现理论与实践的一体化的教学。课程重在概念的引用，基本实践性综合性和应用性很强的课程和背景应用的讲解以及典型消费者行为分析工作任务的展开，教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。</p>
		<p>课程目标：掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。能够构建商务数据分析的整体知识框架、能够运用常用分析模型与分析工具</p>



<p>3</p>	<p>商务数据分析 与应用 64 学时 4 学分</p>	<p>主要内容：数据分析基础：介绍数据分析的基本概念、方法和原理，包括统计学原理、数据收集和处理能力等；数据分析工具：教授 Excel 等常用数据分析软件的操作和应用，提升学生数据处理和分析的能力；商务应用：结合市场营销等商务领域，教授如何利用数据分析进行市场预测、产品销售分析、用户行为分析等，以提高商务运营效益。</p> <p>五新内容：新方法</p> <p>合成数据分析：探讨在隐私保护日益重要的背景下，如何使用合成数据进行商务数据分析，以保护用户隐私，同时保持数据分析的准确性和有效性。</p> <p>数据驱动的营销策略：介绍如何基于商务数据分析结果制定精准的市场营销策略，包括个性化推荐、精准广告投放等。</p> <p>教学要求：打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以项目任务为中心，按照数据分析的工作流程和几大功能模块组织课程内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要。教学过程中，采用“教-学-做一体”的教学方式教学，旨在培养学生就业所需的职业岗位技能，提升职业素质与专业技能，以满足企业迫切需要大量数据分析人才的现实需求。</p>
<p>4</p>	<p>数字营销 64 学时 4 学分</p>	<p>课程目标：掌握数字营销的基本理论和基本策略技巧，全面实践营销职业岗位所需的相关知识和技能，强化学生市场意识和创新意识，重点培养学生的专业意识和职业素质，能够针对已知受众，开展互动营销，形成数字营销策划方案，</p> <p>主要内容：数字化营销基础知识：介绍数字营销的概念、发展趋势以及行业应用现状；营销技能与策略：详细讲解搜索引擎优化 (SEO)、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销等多种营销手段；数据化营销：教授数据收集、整理、分析与可视化呈现的技能。</p> <p>五新内容：新技术</p> <p>客户关系管理 (CRM) 系统：强调 CRM 系统在数字营销中的核心作用，如客户信息管理、销售机会跟踪、客户服务等。展示 CRM 系统如何帮助企业更好地了解客户需求，提升客户满意度和忠诚度。</p> <p>内容管理系统 (CMS)：介绍 CMS 在数字营销中的应用，如网站内容管理、社交媒体内容发布等。讨论 CMS 如何帮助企业提升内容生产效率，优化用户体验。</p> <p>教学要求：本课程根据高等职业教育“以服务为宗旨，以就业为导向，积极为现代化建设培养和造就数以千万计的高技能应用型人才”的办学方针及高等职业教育“培养学生服务意识，提高岗位适应能力”的任务，实行课证融通，采用“任务驱动”</p>



		式教学模式进行职业技能的培养，为学生“岗位能力”和“就业能力”的全面形成与提高提供保障，充分体现高职教育“职业性”、“实践性”和“开放性”的要求。
5	销售与管理 64 学时 4 学分	<p>课程目标：掌握销售管理与客户管理的内容，掌握销售管理的方法、准则、手段，能行使和运用销售管理活动工作职能和技巧，能够解决销售管理与客户管理方面实际问题，</p> <p>主要内容：销售管理基础：介绍销售管理的概念、职能及其发展趋势，如多分销渠道、客户关系销售等模式；销售组织建设：详细讲解销售组织的建立原则、影响因素及职责，包括寻找客户、信息沟通等；销售规划与预测：教授如何制定销售计划、设计销售组织，并探讨影响销售预测的因素，如市场需求、政治环境等；销售过程管理：包括销售流程、技巧及客户关系管理。</p> <p>五新内容：新技术</p> <p>沟通技巧与谈判策略：销售过程中有效的沟通和谈判技巧至关重要。课程将教授学员如何提升沟通技巧和谈判策略，包括倾听、表达、反馈和策略制定等方面的知识和技能。</p> <p>数字营销技能：数字营销技能在现代销售中越来越重要。课程将介绍数字营销的基本知识和技能，如社交媒体营销、搜索引擎优化、内容营销等，帮助学员更好地利用数字渠道进行销售推广。</p> <p>教学要求：以企业销售管理工作环节的需要为依据，以销售管理各岗位工作任务和职业能力、销售经理的工作职责与功能为主线构建教学内容，把销售管理工作分为四个教学情境：销售规划管理、销售人员管理、销售过程管理和客户管理，同时以岗位及岗位群要求的实际工作能力为依据、以培养应用性销售管理人才为目标，建立三位一体（即课堂案例分析讨论、角色扮演、模拟公司演练、实战营销管理活动）的实践教学体系。</p>
6	品牌策划与推广 64 学时 4 学分	<p>课程目标：掌握品牌推广与管理的基本知识，熟悉品牌建立、传播、提升的基本过程，掌握全局规划、细节把控、持续优化的基本技能和基本思维，能够运用品牌推广管理知识和相关课程知识发现、分析、解决现有企业品牌推广与管理方面的问题。</p> <p>主要内容：品牌认知与定位：介绍品牌的基本概念、重要性及目标市场的选择，分析目标消费者的需求和行为；品牌推广策略：讲解广告营销、公关营销、内容营销等多元化的品牌推广策略，并结合实例探讨如何运用这些策略提高品牌知名度和美誉度；数字化品牌推广：教授利用互联网媒体、社交媒体等数字渠道进行品牌推广的方法和技巧，包括 SEO、SEM、社交媒体广告等；品牌危机管理：分析品牌可能面临的危机和挑战，并教授应对策略和危机公关技巧。</p> <p>五新内容：新技术</p> <p>大数据与 AI 应用：利用大数据和 AI 技术，分析消费者行为，实现精准营销和个性化推荐。</p>



		<p>社交媒体与内容营销:通过社交媒体平台,发布有价值的内容,增强品牌与消费者的互动和连接。</p> <p>教学要求: 课程设计坚持以服务为宗旨,以促进就业为导向的专业建设方针,坚持“工学结合”的高职人才培养模式,依托校内实训室和校外实训基地,创造最佳的学习环境和实训条件,调动学生的学习积极性,培养学生自主学习、分析问题和创新的能力,培养学生理论联系实际和学以致用用的能力,提高学生的管理基本技能和职业素质,为进一步学习专业课和为日后的实际管理工作奠定理论基础。</p>
7	<p>智能客户服务 实务 64 学时 4 学分</p>	<p>课程目标: 掌握客户服务核心理念,能够熟练运用沟通技巧,提供优质服务,解决客户问题,构建良好客户关系,实现客户满意度与忠诚度的持续提升。</p> <p>主要内容: 客户服务基础:包括客户服务定义、原则和基本要素;客户沟通与关系管理:涉及有效沟通技巧和客户关系维护策略;客户投诉与纠纷处理:教授解决投诉和纠纷的方法。</p> <p>五新内容:新方法</p> <p>客户行为数据分析:教授如何使用数据分析工具对客户行为进行深入分析,以优化服务流程,提高客户满意度。</p> <p>情感分析与情绪识别:介绍情感分析技术如何帮助智能客服系统识别客户情绪,提供更具同理心的服务。</p> <p>教学要求: 以校企合作为切入点,以培养职业能力为核心,以项目教学为主要手段,积极探索教学方法与成绩评价方法的创新,保证课程目标的实现。以职业能力培养为核心的课程设计 在重视学生专业能力的同时,重视方法能力与社会能力的培养。学生通过课程学习通过典型案例的分析,以课堂互动性提问,模拟情景式的课堂思考,实践加强训练相结合的模式,使学生掌握相关的分析技能,其中要尤为注重学生的实践训练,</p>
8	<p>商务礼仪与沟通 64 学时 4 学分</p>	<p>课程目标: 掌握有效沟通的基本原理和技巧,能够清晰表达、准确理解,构建良好人际关系,提升个人和团队效能。</p> <p>主要内容: 沟通基础:理解沟通的定义、重要性及基本元素(听、说、写、读),分析常见的沟通障碍;非语言沟通技巧:学习肢体语言、眼神交流、声音语调等,了解非语言沟通在信息传递中的重要作用;口头沟通技巧:掌握积极倾听、清晰表达、非暴力沟通等技能,学习如何有效处理冲突;书面沟通技巧:学习写作规范、正式信函撰写、职场文档编辑等,提高书面表达能力。</p> <p>五新内容:新方法</p> <p>数字化商务沟通:学习如何有效利用电子邮件、社交媒体、视频会议等数字化工具进行高效的商务沟通,包括信息的撰写、发送和接收等。</p> <p>在线会议礼仪:随着远程办公的普及,在线会议成为重要的商务沟通方式。本课程将教授在线会议的基本礼仪,如准时参加、</p>



		<p>有效发言、尊重他人等。</p> <p>教学要求：本课程设计以专业需求为出发点，进行教学内容选择；以效果提升为目的，创新教学模式，确定了“以能力本位构建课程体系；以行动导向组织教学活动；以综合性任务的完成为评估依据。”的教学模式，实现“教学做”一体，为学生“岗位能力”和“就业能力”的全面形成与提高提供了保障。</p>
--	--	--

(3) 专业拓展课（或专业选修课）

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求
1	<p>网店运营实务</p> <p>64 学时</p> <p>4 学分</p>	<p>课程目标：通过系统的学习与实践，学员将掌握网店运营的全面技能，包括店铺规划、商品管理、营销推广和客户服务等，能够独立完成网店策划与运营，有效提升店铺流量和转化率，进而实现销售业绩的显著提升和顾客满意度的不断增长。</p> <p>主要内容：网店规划与建设：学习如何选择合适的电商平台，进行网店定位、目标客户分析，以及店铺的搭建和装修；商品运营：涉及商品的选品、采购、定价及库存管理，以及如何通过优化商品详情页提高转化率；营销推广：掌握 SEO 优化、社交媒体营销、广告投放等推广技巧，提升网店的曝光度和销量；客户服务与管理：学习如何建立有效的客户服务体系，处理客户投诉和纠纷，提升客户满意度和忠诚度。</p> <p>教学要求：强调案例教学，通过真实案例的剖析，使学生深入理解网店运营的各个环节。同时，注重培养学生的职业道德和实操技能，确保他们在未来的工作中能够恪守诚信、专业高效。在教学中，通过模拟实战和角色扮演等形式，让学生在实践中学、在学习中实践，真正掌握网店运营的核心技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。</p>
2	<p>新媒体营销</p> <p>48 学时</p> <p>3 学分</p>	<p>课程目标：掌握新媒体营销的基本理论和策略，能够独立策划并执行新媒体营销活动，提升品牌影响力和营销效果，同时能够利用数据分析和市场洞察不断优化营销策略，为企业创造更多价值。</p> <p>主要内容：解析新媒体营销的基本概念、原则和重要性，介绍新媒体营销的最新趋势和前沿技术。营销策略：详细讲解内容营销、社交媒体营销、KOL 营销等多种营销策略，结合实际案例，分析各策略的应用场景和效果。实操技能：培养学生的新媒体营销实操能力，包括文案创作、数据分析、平台运营等，并通过模拟项目和团队合作的方式，锻炼学生的协作能力和解决问题的能力。</p> <p>教学要求：以实例为主的项目教学方法，通过大量的典型项目方案策划与设计实例，让学生从内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要。项目设计以由针对新</p>



		<p>媒体媒介为线索来进行。教学过程中，要通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。</p>
3	<p>网络营销 48 学时 3 学分</p>	<p>课程目标：掌握网络营销的核心策略与技巧，能够熟练运用各种网络营销工具和方法，独立策划并实施有效的网络营销活动，提高品牌曝光度和销售业绩，同时能够持续跟踪和优化营销效果。</p> <p>主要内容：网络营销的基本概念、发展历程及主要模式，包括搜索引擎营销、社交媒体营销等。网络营销策略：详细讲解网络营销策略的制定与实施，包括市场分析、目标定位、内容策划、渠道选择等。网络营销工具与技术：教授学生使用各种网络营销工具，如 SEO、SEM、数据分析工具等，并介绍最新的网络营销技术。网络营销实战：通过案例分析、模拟项目等方式，让学生参与网络营销活动的实际操作，提升实战能力。网络营销效果评估与优化：教授学生如何评估网络营销效果，并根据评估结果进行策略优化，提升营销效果。</p> <p>教学要求：坚持工学结合，确保理论与实践深度融合；强调德技并修，在传授技术的同时注重品德培养；推行情景化教学，模拟真实工作场景，让学生在实践中提升能力；实施项目化教学，通过实际项目操作，培养学生团队协作与创新能力。全方位打造德才兼备的网络营销人才。</p>
4	<p>直播营销 48 学时 3 学分</p>	<p>课程目标：掌握直播营销的基本理论、策略和技巧，具备开展直播营销活动的专业能力。能够独立策划并执行直播营销方案，包括直播内容设计、平台选择、观众互动等。</p> <p>主要内容：直播平台与工具：详细解析主流直播平台的特点、功能和操作技巧，以及必要的营销工具，如数据分析软件、互动插件等；直播营销策略：包括内容策划、目标受众分析、互动设计以及直播过程中的销售技巧等，帮助学生制定有效的直播营销计划；实战案例与演练：通过分析成功的直播营销案例，让学生理解策略与操作的结合，同时提供模拟实战机会，让学生亲身参与直播营销的全过程；法律法规与风险规避：强调在直播营销中需遵守的法律法规，如知识产权保护、广告法等，并教授风险规避的策略和方法。</p> <p>教学要求：课程以实际工作任务为导向，通过设计具体任务，让学生在完成任务的过程中学习和掌握直播营销的知识和技能。注重学生在学习过程中的实践操作，确保理论学习与实际操作相结合，使学生在“做中学，学中做”，提升实战能力。将理论教学与实践操作紧密结合，通过案例分析、模拟演练等方式，让学生在理解理论知识的同时，能够熟练应用于实际情境中，实现知识的内化与迁移。</p>
5	<p>跨境电商实务 48 学时</p>	<p>课程目标：掌握跨境电商实务的基本理论、运营模式和关键流程，熟悉跨境电子商务的发展趋势和前景。能够独立进行市场分析、选品、采购、报价、推广以及客户服务，完整进行跨境</p>



	3 学分	<p>电商实务的业务操作。</p> <p>主要内容：运营实务：深入讲解跨境电商实务的运营模式、关键流程，如市场分析、选品策略、跨境物流等；营销策略：教授跨境电商实务的市场推广方法，包括社交媒体营销、搜索引擎优化（SEO）、内容营销等。法律法规：介绍跨境电商实务相关的国际贸易法规、税收政策及平台规则，确保合规经营。</p> <p>教学要求：基于网络销售工作过程，结合学生智能特点，遵循先易后难的原则。活动设计的目的在于有效组织课堂，充分利用灵活多样的教学方法和教学手段，激发学生的学习积极性与能动性，做中学、学中做，真正体现教师为主导、学生为主体的职业教育特点。</p>
6	现代推销技术 48 学时 3 学分	<p>课程目标：掌握推销的基础理论、策略与技巧，熟悉推销全过程的关键环节。能够有效运用沟通技巧和策略，建立并维护良好的客户关系。</p> <p>主要内容：推销基础：介绍推销的基本概念、原则、要素和模式，使学生掌握推销的本质和理论基础。</p> <p>推销技巧：详细讲解推销的步骤流程，包括寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、成交与售后服务等，让学生掌握各个环节的实战技能。</p> <p>客户管理：通过实际案例分析，让学生了解如何建立和维护客户关系，提升客户满意度和忠诚度。</p> <p>教学要求：本课程把理论教学体系与实训模块结构连接成完整的高职课程体系。理论教学的三个单元与六大实训模块相对应，理论传授在先，技能训练接后。学生的课程学习和实训紧密相连，采用“实践课业”作为职业能力培养的载体和手段。实践课业是指能够体现专业技能培养目标要求，需要联系实践，需要通过学生自己动手操作方能完成的技能训练项目与实践课题。</p>

(4) 实践教学环节（整周运行的实习实训课程，表结构有所不同）

序号	实践环节名称	主要内容、课程目标和教学要求	周数	学分
1	职业岗位认知	<p>课程目标：掌握本专业对应职业岗位、工作内容、需要技能等；能够模拟岗位实践工作。</p> <p>主要内容：本课程主要学习到校企合作企业参观学习，邀请企业进校园讲座，介绍企业的具体部门（岗位）设置、工作流程、工作内容、岗位要求等，邀请优秀毕业生返校分享交流，岗位模拟实践。</p> <p>教学要求：接触本行业工作流程，认识行业规范和行业配置，了解本行业的工作岗位和工作内容，以及对应岗位所需的知识与技能。</p>	1	1
2	数字营销综合	<p>课程目标：掌握数字营销的基础理论与知识，包括数字营销的核心概念、原理、策略以及各类营</p>	1	1



	实训	<p>销工具的应用。同时，通过实践操作和案例分析，能够熟练运用这些知识和技能，制定并执行有效的数字营销计划，能够提升个人在数字营销领域的实战能力和综合素质。</p> <p>主要内容：数字营销的定义、发展历程及未来趋势，确保学生构建坚实的理论基础。同时，课程将详细介绍数字营销的核心策略，如搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销（SMM）、内容营销（CM）等，并通过案例分析、实战演练等方式，让学生深入理解并掌握这些策略的实际应用。此外，课程还将关注数字营销工具与技术的使用，如数据分析工具、自动化营销软件等，</p> <p>教学要求：紧密对接真实职业场景和工作情境，强调在校内外进行的实训教学。课程引入具有较高复杂性的企业真实项目，通过模拟或实际参与企业的数字营销工作过程，让学生在实际操作中深入理解数字营销策略的执行与优化。教学过程遵循企业项目执行的标准和流程，注重培养学生的团队协作能力、问题解决能力以及创新思维。同时，课程还着重培养学生的劳动态度和工匠精神，使其在学习专业技能的同时，也形成良好的职业素养和职业道德，</p>		
3	毕业设计	<p>课程目标：掌握毕业设计撰写方法；能够独立自主完成毕业设计。</p> <p>主要内容：本课程主要学习毕业设计选题（学生自主选题），接受任务书，查阅相关资料，撰写毕业设计提纲，修改毕业设计提纲，撰写毕业设计，修改毕业设计，毕业设计定稿。</p> <p>教学要求：确定符合本专业的培养目标的选题，选题应能够达到培养学生知识综合能力和运用所学知识解决具体问题能力的目的；选题采取指导教师自报、教学小组集体讨论研究、教研室主任签字并报系（学院）审批的方式；贯彻因材施教的方针，发挥学生的创造性，允许少数优秀学生自拟或自选学科相近的课题，经教研室主任审核并报系（学院）审批后执行。</p>	8	8
4	岗位实习	<p>课程目标：掌握本专业实际工作岗位知识及技能；能够胜任本专业工作岗位。</p> <p>主要内容：本课程主要学习了解实习单位、实习岗位的基本情况，了解实习单位的管理过程、运营方式，了解实习单位管理人员和第一线的技术人员应具备的基本素质，学习实习岗位的专业技能，具有较强的动手能力。</p>	16	16



		<p>教学要求：能够尽快将所学专业知识与能力和生产实际相结合，实现在校期间与企业、与岗位的零距离接触，使学生快速树立起职业理想，养成良好的职业道德，练就过硬的职业技能，从根本上提高人才培养质量。</p>		
--	--	--	--	--

七、教学进程总体安排

(一) 教学周安排表

学期 活动名称	一	二	三	四	五	六	合计	备注
入学教育	0.5						0.5	
军训	2						2	
理论教学	16	18	18	17	10		79	
综合实训				1			1	
认识实习	0.5						0.5	
岗位实习						16	16	
毕业教育					8	1	9	
考试周	1	1	1	1	1		5	
机动周		1	1	1	1	3	7	
合计	20	20	20	20	20	20	120	



(二) 教学计划 (进程) 表

重庆航天职业技术学院高等职业教育

2024级市场营销专业教学计划进程表

课程类别	课程代码	课程名称	课程类别	考试/考查	学分	课程学时	理论学时	实践学时	学期 (理论教学周数) 学期总课时数						开课部门	
									1	2	3	4	5	6		
公共基础必修课程	11030003	思想道德与法治	必修	考查	3	48	48									马克思主义学院
	11020010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考查	2	32	24	8								马克思主义学院
	11030010	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	考查	3	48	48		48							马克思主义学院
	00010017	形势与政策1	必修	考查	0.2	8	8		8							马克思主义学院
	00010018	形势与政策2	必修	考查	0.2	8	8			8						马克思主义学院
	00010019	形势与政策3	必修	考查	0.2	8	8				8					马克思主义学院
	00010020	形势与政策4	必修	考查	0.2	8	8					8				马克思主义学院
	00010021	形势与政策5	必修	考查	0.2	8	8						8			马克思主义学院
	00010022	航天精神与航天文化	必修	考查	1	16	16			16						马克思主义学院
	00021078	大学生安全教育	必修	考查	2	36	16	20	16							武装部
	00021085	军事理论	必修	考查	2	36	16	20	16							武装部
	00021086	军事技能	必修	考查	2	2W			2W	2W						武装部
	00010005	职业发展与就业指导	必修	考查	1	16	16						16			就业处
	00010025	劳动教育	必修	考查	1	16	16		16							学生处
	00021087	大学生心理健康教育	必修	考试	2	32	32		32							学生处
	10030010	体育1	必修	考查	1.5	24		24	24							基础学科部
	10030011	体育2	必修	考查	1.5	24		24	24	24						基础学科部
10030014	经济数学	必修	考试	3	48	40	8	48							基础学科部	
10030013	信息技术	必修	考试	3	48	48		48							基础学科部	
10040002	职场通用英语1	必修	考试	4	64	48	16	48							基础学科部	
10040003	职场通用英语2	必修	考试	4	64	48	16		48						基础学科部	
00010006	国家安全教育	必修	考查	1	16	16		16							教务处	
公共基础必修课小计					38	640	464	176	328	192	8	24	8			
公共选修课程	创新创业教育模块		限选	考试/考查	2	32	12	20	/						/	教务处
	四史之一		限选	考试/考查	1	16	16		/						/	马克思主义学院
	四史之二		限选	考试/考查	1	16	16		/						/	马克思主义学院
	科学与人文素质模块		任选	考试/考查	2	32	12	20	/						/	教务处
应修公共选修课小计					6	96	56	40							/	
专业基础课程	03031183	管理学基础	必修	考试	3	48	24	24	24							财经商贸学院
	03031184	电子商务基础	必修	考试	3	48	24	24	24	24						财经商贸学院
	03031185	经济学基础	必修	考查	3	48	24	24	24	24						财经商贸学院
	03041070	市场营销基础	必修	考试	4	64	32	32	24							财经商贸学院
	03041072	市场调查与分析	必修	考查	4	64	32	32			32					财经商贸学院
	03031186	大数据财务管理基础	必修	考查	3	48	24	24				24				财经商贸学院
专业基础课小计					20	320	160	160								
专业核心课程	03041073	销售与管理	必修	考试	4	64	32	32			32					财经商贸学院
	03041061	市场营销策划	必修	考试	4	64	32	32			32					财经商贸学院
	03041074	消费者行为分析	必修	考查	4	64	32	32			32					财经商贸学院
	03041075	商务数据分析与应用	必修	考试	4	64	32	32				32				财经商贸学院
	03041076	数字营销	必修	考试	4	64	32	32				32				财经商贸学院
	03041077	品牌策划与推广	必修	考试	4	64	32	32				32				财经商贸学院
	03041078	商务礼仪与沟通	必修	考查	4	64	32	32					24			财经商贸学院
	03041079	智能客户服务实务	必修	考试	4	64	32	32					18			财经商贸学院
专业核心课小计					32	512	256	256								
专业拓展课程(选修)	03041080	网店运营实务	必修	考试	4	64	32	32			32					财经商贸学院
	03031187	新媒体营销	必修	考查	3	48	24	24			32					财经商贸学院
	03031188	网络营销	选修	考查	3	48	24	24			24					财经商贸学院
	03031189	现代推销技术	选修	考查	3	48	24	24			24					财经商贸学院
	03031190	直播营销	选修	考查	3	48	24	24				24				财经商贸学院
	03031191	跨境电商实务	选修	考查	3	48	24	4					24			财经商贸学院
应修专业拓展(选修)课小计					13	208	104	104								
实践教学环节	03011025	职业岗位认知(市场营销专业)	必修	考查	1	20	0	20	1W							财经商贸学院
	03011023	数字营销综合实训	必修	考查	1	20	0	20				1W				财经商贸学院
	03161008	顶岗实习(市场营销专业)	必修	考查	16	480	0	480						24W		财经商贸学院
	03081004	毕业设计(市场营销专业)	必修	考查	8	240	0	240							8w	财经商贸学院
实践教学环节小计					26	760	0	780								
素质拓展教育					6					至少取得6学分				学生处		
合计					141	2536	1040	1496								



八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本团队师资队伍稳定，现有专业带头人 1 名、专业负责人 1 名；专业拥有专任教师 13 人，专任教师 7 人，兼职教师 6 人，其中教授 1 人，副教授 8 人，讲师 3 人，助教 1 人；“双师”教师 13 人，双师比例 100%。

2. 专任教师

具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具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；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、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，教学设计、专业研究能力强组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

（二）教学设施

1. 专业教室

教室类别	主要设备	座位数	教室数
多媒体教室	配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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	40	10
智慧教室	具备各类移动设备并能安装软件运行环境，提供快速运行软件环境，还要求安装多媒体教学软件，方便下发教学任务和收集学生课堂实践任务	40	15

2. 校内实训室

实训室名称	主要功能	主要设备、规格、数量	面积	工位数
-------	------	------------	----	-----



市场营销模拟实训室	集市场环境模拟、策略制定、销售实训、客户关系管理、数据分析、团队协作、策略评估及案例研究于一体，全面提升学生综合能力。	多媒体电脑	90	40
商务谈判实训室	提供仿真模拟环境，支持策略演练、角色扮演，强化谈判技巧，案例分析，团队协作，评估反馈，助力实战模拟。	多媒体电脑	110	45
数字营销实训室	提供全面的技能实训与模拟演练，支持课程教学与竞赛，促进创业实践与校企合作，强化数据分析，设备齐全满足多样化需求。	多媒体电脑	82	35
营销创意实训室	专注于技能训练、活动策划、营销推广，加强用户管理，模拟实战环境，促进团队合作，深入市场分析，激发创新思维，培养创新营销人才。	多媒体电脑	110	40
推销实训室	模拟销售场景，提供技能实训平台，通过案例分析、角色扮演体验团队协作，效果评估反馈及时，追踪行业前沿动态，打造资源共享平台，助力推销人才培养。	多媒体电脑	100	30

3. 校外实习（实训）基地

基地名称	主要功能和作用	接收人数
沃尔玛超市	为学生提供真实的工作环境，促进学校与企业间的紧密合作，为学生的全面发展和社会适应能力的提升提供有力保障。	20
儿童天堂摄影有限公司	学生可以深入企业一线，参与实际工作，将所学知识应用到实际生产中。这不仅有助于学生积累实践经验，提升就业竞争力，还有助于企业选拔优秀人才，实现校企共赢。	30
长安公司	培养良好的职业素养和团队合作精神。通过与企业员工的交流互动，学生可以学习到职场上的沟通技巧、团队协作能力和职业道德等方面	30



	的知识	
诚祥地产	学生可以了解企业的用人需求和招聘流程，掌握求职技巧和方法，同能够学习到专业技能，还能够培养良好的职业素养和团队合作精神。	20

(三) 教学资源

1. 教材选配

按照国家规定选用高等职业院校规划教材中的优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、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教材。

2. 图书文献

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

资源类型/名称	地址链接
智慧职教平台	https://vocational.smartedu.cn/
超星学习通	https://passport2.chaoxing.com/
ITMC 电子商务运营沙盘	10. 10. 3. 173
ITMC 市场营销沙盘	10. 10. 3. 173

(四) 教学方法

1. 专业人才培养模式

市场营销专业旨在培养具备扎实理论基础、创新思维和实践能力的高素质营销人才。在课程设置上，注重理论与实践的结合，涵盖市场营销基础、消费者行为学、数字营销等多门课程。实践教学环节强调校企合作，提供实习实训机会，使学生能在真实环境中应用所学知识。能力培养上，着重培养学生的市场分析能力、营销策划能力和团队协作能力。同时，鼓励学生创新创业，通过各类竞赛和创业实践活动，提升学生的综合素质和竞争力。就业指导方面，学校提供个性化服务，帮助学生明确职业定位，顺利走向社会。



2. 教学方法

(1) 任务驱动式教学与项目化教学

通过给学生布置具有挑战性的任务，激发学生的学习兴趣 and 主动性。通过任务驱动教学，学生可以更加深入地了解市场营销的实际操作流程和技巧，提升自己的实践能力和创新能力。项目化教学是一种以项目为核心的教学方法，通过组织学生进行实际项目的开发和实践，培养学生的综合素质和创新能力。通过项目化教学，学生可以在实践中锻炼自己的团队合作能力、沟通能力和创新能力，提升综合素质。

(2) 引入“慕课”和“翻转课堂”的教学手段

建成“云端+移动端”课程体系，形成“慕课+翻转课堂”的课程教学模式。翻转课堂的实施使得师生角色互换，教师成为学生学习的指导者与帮助者；使得教学目标更加注重过程、方法以及情感、态度与价值观。翻转课堂更多地采用讨论法与探究法，这些方法针对特定问题，刺激学生思考与交流，使学生获得多元化的思维空间，从而培养其情感、态度与价值观。而慕课实现了包括学习进度管理、在线交流答疑、作业批改等覆盖教学全过程的新型在线教育，教学互动性强，将极大地促进师生间的互动教学以及生生间的互动协同学习。

(3) 通过“赛教结合”和“工学结合”的教学方式

职业技能大赛开创性地把高校、学生、企业、互联网商务平台进行充分整合，把企业的真实商务问题作为比赛题目，鼓励大学生主动学习，广泛参与和应用软件工具来解决企业问题。以竞赛为契机，有计划、系统地组织学生参赛，“以赛促教、以赛促学、以学促赛、以赛促训”，带动财会人才培养“工学结合”教学环节的开展。

(4) 推行有效课堂，提高课堂教学质量

制定和完善有效课堂标准，推行专业群各专业核心课程有效课堂试点，并逐步推进专业群其它课程有效课堂认证。有效课堂的实施过程中，课堂设计富于变化，能激发学生的学习兴趣 and 积极性；能关注差异，精心设计师生互动，课堂节奏连贯紧凑，课后教学反思及时有效。

(五) 学习评价

1. 考核方式：

理论与实践一体化评价。本专业大部分课程考核采用过程考核和目标考核相结合的评价方法，过程考核主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、课堂讨论、作业



等情况进行的评价；目标考核是在课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。以公平地评价学生学习的效果。也使学生更注重学习过程，提高了学生学习兴趣。

2. 考核比例及要求：

(1) 平时成绩占 30%。主要包括对课堂提问、讨论、作业及单项实训等情况进行评价计分；

(2) 综合实训占 20%。采用学生自评、学生互评、教师评价方式对学生进行评价，学生提交实训报告，其中包括学生自评成绩、实训小组评定成绩，教师给出综合成绩。

(3) 期末考试成绩占 50%。采用闭卷形式，建试题库，从中抽取，并结合职业资格考试内容进行笔试。

(六) 质量管理

教学管理是在主管院长的领导下，实行学院、分院（系）两级负责，学院是教学管理的主体力量，主要通过以下形式进行：

1. 建立教学管理组织协调系统，专业教研室配合教务处、各分院（系）对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控，及时解决教学中出现的问题。

2. 学院、分院（系）两级督学系统，聘请有丰富教学经验和教学管理经验的老教师与其他教学管理人员组成校院两级科学小组，实现“督教、督学、督管”。

3. 分院（系）同行教师评价系统，由分院（系）进行主讲教师的聘任，教师试讲和教学效果评价工作。

4. 学生信息员系统，聘任学生担任本专业的教学质量监督言息员，及时掌握专业的教学信息，对教学中存在的问题及时向分院（系）、学院进行反馈。

5. 教师—学生双向课堂教学效果反馈系统，每天组织学生填写《课堂教学反馈》小程序，对所有上课教师的教学效果进行反馈。同时，教师每学期应至少填写一次《课堂教学信息卡》，将课堂教学过程出现的问题（如学生的学习效果、学习风气、教学条件、教学设备的使用情况）反馈给学院督导。

6. 网络教务反馈系统，通过网络获取教学信息。

为了达到全面控制教学过程、提高教学质量的目的，进行课堂教学检查时，各类检查人员应填写相应的评估表和反馈表，及时对评估表和反馈表进行统计处理，将结果反馈给教师所在的教研室，并以适当的方式反馈给教师。每学期以分院（系）为单位，综合各种渠道的检查结果和反馈结果，采取先定量后定性的办法，对所有任课教师的教学



效果和质量进行评价。评价结果经分院（系）审核后，将结果存入教师教学工作档案，作为教师晋职、评优的重要依据。每学期，学院教务处对教学质量方面存在的共性问题采取简报、总结等形式，对存在的个性问题采取座谈会、个别交流、文字材料等形式，以随时总结经验，改进教学。

九、毕业要求

（一）学分要求

毕业前至少取得 134 学分。（其中公选课学分不低于 6 学分，素质拓展教育学分不低于 6 学分）。

（二）取证要求

获得以下职业技能证书的至少一项：

1. 1+X 数字营销应用职业技能等级证书（中级）
2. 1+X 网店运营推广职业技能等级证书（中级）
3. 其他职业技能证书。

（三）其他要求