

2022 级市场营销（中外合作办学）专业人才培养方案

（三年制）

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销(中外合作办学)

专业代码：B530605C

二、入学要求

高等职业学校学历教育入学要求一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

基本学制三年，实行弹性学制，弹性学习年限为 3-6 年。

四、职业面向

所属专业 大类（代 码）	所属专业 类 （代码）	对应 行业 （代 码）	主要职业类别 （代码）	主要岗位类别（或技术领域）		职业技能证 书或行业企 业证书举例
				初始就业岗位	3-5 年职业发 展岗位	
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业 (51) 零售业 (52)	营业员（4-01-02-01） 电子商务师 (4-01-02-02) 商品营业员 (4-01-02-03) 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 商务策划专业 (2-06-07-03) 品牌专业人员 (2-06-07-04)	销售员 销售代表 商务代表 客服专员 文案策划助理 品牌传播助理 媒介专员	销售经理 商务主管 网店运营经理 卖场经理 市场主管 客户主管 品牌经理 新媒体运营主 管	市场营销经 理助理(证 书)、TAFE 市场营销资 格证书

市场营销涉及国民经济各行业的批发零售岗位群。

五、培养目标与培养规格

（一）学校培养目标

落实立德树人根本任务，培养适应新技术变革与产业转型升级需要，具有坚定理想信念，崇实向善、尚美养德、身心健康的发展型、复合型和创新型高素质技术技能人才。

（二）专业培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，熟练掌握市场调研与分析、客户管理、销售与谈判、营销策划、互联网营销等专业知识和技术技能，面向制造业、批发和零售业，能够从事营销策划、市场拓展、产品推广、营销活动组织等相关工作岗位，崇实向善、尚美养德、身心健康的发展型、复合型和创新型高素质技术技能人才。

（三）培养规格

培养的人才具有以下素质、知识、能力：

1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。

坚定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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和社会参与意识。

（2）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；崇尚中华商人从商有为、经商有道、聚财有方的优秀传统，秉承客户至上、诚信共赢的职业信念，尊重劳动、爱岗敬业、知行合一；具有质量意识、环保意识、安全意识、创新意识和信息素养；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够理解企业战略和适应企业文化，保守商业机密；具有职业生涯规划意识。

（3）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》，具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯，具有良好的行为习惯和自我管理能力；对工作、学习、生活中出现的挫折和压力，能够进行心理调适和情绪管理；具有一定的审美和人文素养。

2. 知识

1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识；

2) 了解与本专业相关的法律法规

3) 了解中国传统商业文化，熟悉市场经济规则

4) 掌握商品分类与管理的基本知识与方法；

5) 掌握消费者行为分析的基本知识与方法；

6) 掌握营销活动策划与组织的基本知识与方法

7) 掌握商务谈判的基本知识与方法

8) 掌握营销管理的基本知识与方法；

9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

1) 能够熟练使用市场营销工具软件；

2) 能够对市场营销信息进行数据收集、数据挖掘、数据分析及数据应用；

3) 具有良好的口语表达和书面写作能力，能够与营销客户进行有效沟通；

4) 能够进行营销策划并撰写相关策划方案；

5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

6) 能够组织实施营销产品线上线下的宣传推广和促销活动；

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) 能够对渠道成员进行管理与评估；

10) 能够利用新媒体及网络工具推广产品。

11) 具有探究学习和终身学习的能力

六、课程设置及要求

（一）课程设置模块

模块	课程类型	学分	学时	占比	教学课程
公共课	公共必修课	38.5	730	27.51%	见《课程教学计划进程表》
	公共限选课	4	74	2.79%	
	公共任选课	1	18	0.68%	

专业课	专业群平台课(必修)	15.5	280	10.55%	
	专业模组课(必修)	56	1010	38.06%	
	专业限选课	16	290	10.93%	
	专业任选课	14	252	9.50%	
合计	必修课	110	2020	76.11%	100%
	选修课(限选+任选)	35	634	23.89%	

(二) 工作任务与职业能力分析

表 1 市场营销专业职业能力分析

工作领域	工作任务	职业能力	课程设置
1 市场调查分析	1.1 实际调查	1.1.1 能针对特定的市场营销问题开展系统性的调查研究。 1.1.2 能够正确选择、设计和使用各种调查方法 1.1.3 能够正确使用数据采集系统和统计处理意见	市场研究与报告(双)
	1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告	商务数据分析与商务智能(双)
	1.3 消费者分析	1.3.1 能够根据行业分析消费者购买动机和行为 1.3.2 能够分析消费者购买的决策过程	消费者行为(双)
	1.4 市场分析	1.4.1 能够根据行业情况分析行业的微观环境 1.4.2 能够分析行业的宏观环境	
	1.5 竞争者分析	1.4.1 根据给定的市场信息,判断市场营销竞争的趋势 1.4.2 能够运用 SWOT 分析法	
2.客户管理	2.1 客户选择	2.1.1 能够制订执行售前、售中、售后服务计划 2.1.2 能评价中间商的服务质量 2.1.3 能采取措施提高服务质量	项目管理(双)
	2.2 客户信用管理	2.2.1 能执行实现信用管理目标 2.2.2 能选择追帐策略	营销沟通(双)
	2.3 客户关系维护	2.3.1 能进行客户分析 2.3.2 能区分不同客户的投诉 2.3.3 能分析处理客户的异议	
3.销售与谈判	3.1 拜访客户	3.1.1 能分析顾客的心理 3.1.2 能根据顾客的心态进行推销 3.1.3 能合适当拜访顾客 3.1.3 能引起顾客兴趣 3.1.4 能激发顾客的购买欲望 3.1.5 能接近潜在客户 3.1.6 能拟定拜访计划	营销沟通(双) 演讲与辩论(双)
	3.2 商务谈判	3.2.1 能与顾客友好沟通 3.2.2 能选择报价时机 3.2.3 能正确运用常见的谈判策略	营销基础与实务(双)

	3.3 商品推销	3.3.1 能组建推销团队并进行管理 3.3.2 能选择推销的基本模式 3.3.2 能与客户推销洽谈 3.3.3 能选择介绍商品的方式	
4.营销策 划	4.1 产品策略	4.1.1 正确运用市场细分方法对市场进行细分、选择目标市场，进行适当的市场定位 4.1.2 能够对企业的产品组合进行优化管理 4.1.5 能够正确判断产品所处的生命周期阶段，并制定相匹配的营销策略 4.1.5 能够进行品牌的推广	营销策略制定与实施（双） 整合营销沟通计划制定（双） 市场营销战略（双） 初创企业营销（双）
	4.2 价格策略	4.2.1 能够正确制定价格目标 4.2.2 灵活运用价格策略 4.2.5 能够正确使用产品定价方法	
	4.3 渠道策略	4.3.1 能够运用分销渠道的基本知识，执行产品分销渠道策略 4.3.2 能够对批发商、零售商、代理商进行管理	
	4.4 促销策略	4.4.1 能够根据企业营销目标、资源和营销环境制定和执行促销方案 4.4.2 根据企业的营销目标、实力和相关因素，正确选择广告代理和广告媒体组合，并能编写广告文案 4.4.3 能从营销战略和环境出发，为特定的公共关系目标制定相应的公共关系方案 4.4.4 能够根据销售促进对象的具体情况和销售目标，制定可行的营业推广方案	
	4.5 制定计划	4.5.1 能够执行企业的营销政策 4.5.2 能根据给定的市场营销信息，制定一份完整的市场营销方案 4.5.3 能对营销计划进行审计和修订，并合理预算分配营销费用	
	4.6 调整计划	4.6.1 能对正在执行的营销方案进行过程调整 4.6.2 能对执行的营销方案的效果进行基本评估	
5.互联网 营销	5.1 营销型网站建设与评估	5.1.1 能对营销型网站诊断与评估 5.1.2 会做企业网站规划与首页制作	跨境电商营销推广 媒体计划与广告调查基础与实务（双）
	5.2 网络广告策划与投放	5.2.1 能制作网络广告策划 5.2.2 能对不同网络广告的投放策略与效果评价	

	5.3 社交媒体营销	5.3.1 能够撰写用于博客、论坛营销的软文 5.3.2 能对社交平台的营销活动进行策划 5.3.3 能够运用微信、微博、移动终端推广产品	
--	------------	---	--

(三) 公共课

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	使学生全面系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主题主线、科学体系、内在逻辑、基本内容和实践要求。引导大学生从根本上不断提高自己的思想理论水平和辨别是非能力，增强认识世界和改造世界的能力素质，进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。	全面介绍与阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、科学内涵、历史地位和实践要求，以及在马克思主义发展史、中华民族复兴史、人类文明进步史上具有特殊重要地位，牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场观点方法。	<p>(1) 素质：帮助大学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，在知行合一、学以致用上下功夫，增长知识、锤炼品格。</p> <p>(2) 知识：帮助大学生深入地理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义，理解习近平新时代中国特色社会主义思想与马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观既一脉相承又与时俱进的关系，以及在马克思主义发展史、中华民族复兴史、人类文明进步史上具有特殊重要地位。</p> <p>(3) 能力：帮助大学生，不断提高科学思维能力，增强分析问题、解决问题的实践本领，自觉运用马克思主义基本立场、观点和方法分析当代中国基本国情和世界形势，积极投身民族复兴的伟大事业。</p>
2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通过整体阐述马克思主义基本原理在中国的运用和具体发展，使学生全面、系统地掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，从而领会马克思主义中国化理论成果的精神实质，进一步坚定对共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想的信念和对中华民族伟大复兴中国梦的信心。	讲授中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，阐述马克思主义中国化理论成果毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，涵盖历史现实未来、改革发展稳定、内政国防外交、治党治国治军各个领域。	<p>(1) 素质：树立培养学生树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定建设中国特色社会主义的理想信念，增强学生历史使命感、社会责任感以及敬业踏实的职业素质，培养社会主义现代化事业建设者所应具有的基本政治素质。</p> <p>(2) 知识：了解马克思主义中国化理论成果的深刻内涵和精神实质，学习和掌握中国特色社会主义基本理论、基本路线和历史地位。</p> <p>(3) 能力：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识和解决社会现实问题，提升学生独立思考和勇于创新的能力，提升学生积极投身到决</p>

			胜全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴伟大复兴伟大事业的能力。
3. 思想道德与法治	使学生比较系统地掌握思想道德修养与法律基础的基本理论，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法制观，打下扎实的思想道德和法律基础，促进大学生成长成才和全面发展。	针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，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，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。以人生选择——理想信念——中国精神——核心价值观——道德修养——法治素养为课程内容主线。	<p>(1) 素质：培养大学生形成正确的道德认知，做到明大德、守公德、严私德。培养学生理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成法治思维，更好行使法律权利、履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。</p> <p>(2) 知识：以马克思主义为指导，了解社会主义道德基本理论、中华民族优良传统，以及职业、家庭、社会生活中的道德与法律规范；理解人生真谛，坚定理想信念；掌握中国精神、社会主义核心价值观、中国特色社会主义新时代的时代特点与自己的历史使命。</p> <p>(3) 能力：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识和解决社会现实问题，学会为人处事，学会合作思考。</p>
4. 形势与政策	帮助大学生正确认识新时代国内外形势、深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。	进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国及广东省深化改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行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教育；进行马克思主义形势观、政策观教育。	<p>(1) 素质：让学生感知世情国情民意，体会党的路线方针政策的实践，增强学生实现“中国梦”的信心信念、历史责任感及国家大局观念，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，形成正确的世界观、人生观和价值观。</p> <p>(2) 知识：帮助学生了解重大时事、国内外形势、社会热点，正确理解党的基本路线，重大方针和政策，正确认识新形势下实现中华民族伟大复兴的艰巨性和重要性，掌握形势与政策基本理论和基础知识。</p> <p>(3) 能力：提高学生政策分析和判断能力，学会辩证分析国内外重大时事热点；提高学生的理性思维能力和社会适应能力，学会把握职业角色和社会角色；提高学生的洞察力和理解力，学会在复杂的政治经济形势中做出正确的职业生涯规划。</p>
5. 哲学基础	培养高职学生掌握马克思主义哲学基本原理、观点、方法，了解中西方哲学	以马克思主义为指导，以马克思主义哲学为核心内容，授课内容主要包括哲学概	(1) 知识：了解现代哲学的基础理论和基本知识。理解哲学的基本概念、基本原理、基本原则以及相关的背景知识、

	<p>的基本概念、内涵、功能，能够用辩证的、全面的、发展的、创新性的思维方式来认识问题、分析问题、解决问题，避免工具化、功利化倾向，让学生感受智慧，提升境界，树立正确的世界观、人生观、价值观，为学习专业课程打下良好的知识、思维和人文基础。</p>	<p>述、本体论与求真之道、道德哲学与向善之道、美的哲学与审美之道、科技哲学与文明之道、人生哲学与修身之道、哲学思维与辩论之道等专题。</p>	<p>思想观点。掌握哲学理论和方法中的基本观点并能用以解释周围的世界和社会生活。</p> <p>(2) 素质：通过学习让学生感受智慧，提升境界，树立科学的世界观和高尚的人生观、价值观；培养学生的哲学智慧，使其形成理性思维、批判精神与谋善的品质。</p> <p>(3) 能力：通过学习让学生了解和掌握基本的哲学思维方法，能够理论联系实际，学以致用，同时提高以哲学为指导，观察、分析和解决问题的能力。</p>
6. 大学 国 文	<p>旨在通过学习中华元典，培养人文素养，提升综合文化素质，达到传承优秀传统文化、立德树人的目的。</p>	<p>通过对先秦重要经典的学习，让学生了解中华元典基本内涵，汲取传统文化精华，明了社会主义核心价值观的传统文化思想源。使学生感受中华民族自强不息的奋斗精神、崇德重义的高尚情怀、整体和谐的价值取向、客观辩证的审美原则，重视家国情怀、社会关爱和人格修养的文化传统，以增强文化自信和文化自觉。</p>	<p>(1) 素质：理解中华优秀传统文化所蕴涵的思维方式、价值观念、行为准则，树立崇德尚能的成才思想，培养精益求精的工匠精神。</p> <p>(2) 知识：了解先秦历史及中华文明史，掌握讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合等中华文化基本精神。</p> <p>(3) 能力：具体形象地感受和认识中华优秀传统文化并将之融入综合素养的能力。</p>
7. 体 育	<p>使学生掌握科学锻炼的基础知识、基本技能和有效方法，学会至少两项终身受益的体育锻炼项目，养成良好锻炼习惯。挖掘学校体育在学生道德教育、智力发展、身心健康、审美素养和健康生活方式形成中的多元育人功能，有计划、有制度、有保障地促进学校体育与德育、智育、美育有机融合，提高学生综合素质。</p>	<p>通过学习足球、篮球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、武术、游泳等基本战技术。促进力量、速度、耐力、灵敏性等身体素质的全面发展和提高内脏器官的功能；提高集中注意力的能力，提高判断能力，观察力；培养积极、果断、勇敢、顽强的作风和拼搏精神，锻炼勇敢顽强的意志品质。提高人体的力量、速度、耐力、灵敏、柔韧等身体素质，而且还能发展判断、注意、反应等心理素质，培养学生勇敢顽强、奋发向上的拼搏精神和严密的组织纪律性，培养团结协作，密切配合的集体主义精神。</p>	<p>(1) 素质：提高学生体质健康水平，促进学生全面发展。</p> <p>(2) 知识：了解各单项的战技术及裁判规则并掌握其基本战技术。</p> <p>(3) 能力：掌握两项以上健身运动基本方法和技能，能科学的进行体育锻炼，提高自己的运动能力，具有较高的体育文化素养和观赏水平。</p>
8. 大 学 生	<p>使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我</p>	<p>第一部分：了解心理健康的基础知识，其中包括大学生</p>	<p>(1) 素质：通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自</p>

心理 健康 教育	心理保健意识和心理危机预防意识,掌握并应用心理健康知识,培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,切实提高心理素质,促进学生全面发展。	心理健康导论,大学生心理咨询,大学生心理困惑及异常心理;第二部分:了解自我发展自我,其中包括大学生的自我意识与培养,大学生人格发展与心理健康;第三部分:提高自我心理调适能力,其中包括大学期间生涯规划及能力发展,大学生学习心理,大学生情绪管理,大学生人际交往,大学生性心理及恋爱心理,大学生压力管理与挫折应对,大学生生命教育与心理危机应对。	身的心理特点和性格特征,能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价,正确认识自己、接纳自己,在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助,积极探索适合自己并适应社会的生活状态。 (2)知识:通过本课程的教学,使学生了解心理学的有关理论和基本概念,明确心理健康的标准及意义,了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现,掌握自我调适的基本知识。 (3)能力:通过本课程的教学,使学生掌握自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。
9. 职业 生涯 规划	使学生对职业生涯有初步的了解,分析和发现自己的优势、弱点和差距,掌握职业生涯设计的方法和步骤,拟出自己职业生涯规划方案;同时,进行在校学习目标规划,加强专业学习,全面提高自身的综合素质,缩小自身条件和社会需求的差距,提高就业竞争力。	专业概况、课程体系;所学专业在社会发展中的地位、作用和需求状况;专业就业动态和趋势;职业对所学专业学生综合素质和要求。	(1)素质:通过本课程的教学,使学生在专业技能外,具有一技之长;具有正常的择业心理和心态;具有很快适应和融入工作新环境的能力;具备良好的思想品德和职业道德;具有较强的团队合作能力和敬业精神。 (2)知识:通过本课程的教学,使学生了解所学专业在社会发展中的地位、作用和需求状况;社会就业形势及我院毕业生就业状况;人文素质对成功择业的重要性;社会及企事业单位的人才需求;创业的基本条件和必备素质;与就业相关的法律、法规及权益保护政策。 (3)能力:通过本课程的教学,使学生掌握以下能力:制定职业目标和学习方向;制定切实可行的学业规划和职业生涯规划;制作规范、具有个人特色的求职材料;进行正常的人际沟通和合作;分析自我优劣、差距,明确奋斗方向。
10. 军事(含 军事 理论 与 军事 技能)	为适应立德树人根本任务和强军目标根本要求,服务军民融合发展战略实施和国防后备力量建设,增强学生国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,提高学生综合国防素质。	第一部分:《军事理论》: (一)中国国防:国防概述、国防法规、国防建设、武装力量、国防动员等;(二)国家安全:国家安全形势、国际战略形势等;(三)军事思想:中国古代军事思想、当代中国军事思想等;(四)	素质:通过军事课教学,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。 知识:通过军事课教学,让学生了解掌握军事基础知识。 能力:通过军事课教学,让学生了解掌握基本军事技能。

		<p>现代战争：新军事革命、信息化战争等；（五）信息化装备：信息化作战平台等。</p> <p>第二部分《军事技能》：（一）共同条令教育与训练：共同条令教育、分队的队列动作等；（二）射击与战术训练：轻武器射击、战术等；（三）防卫技能与战时防护训练：格斗基础、战场医疗救护、核生化防护等；（四）战备基础与应用训练：战备规定、紧急集合、行军拉练等。</p>	
11. 高职英语	<p>全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，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。通过本课程学习，学生应该能够达到《高等职业教育专科英语课程标准（2021年版）》所设定的四项学科核心素养的发展目标。</p>	<p>第一部分：了解公司和产品的英语基础知识，其中包括公司简介、公司内部简报、接待和产品安全手册等内容；第二部分：了解贸易关系的维护，其中包括贸易英语术语简介、交通工具、客户维护和售后服务等内容；第三部分：提高对商务环境的认识，其中包括英语的办公室环境介绍、商务会议、商务旅行、国际货币等内容；第四部分：深化对品牌的认识，其中包括英语的品牌知识介绍、质量认证、市场营销、创业等内容。</p>	<p>（1）素质：a. 职场涉外沟通目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段，根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。在沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心；践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。b. 多元文化交流目标：能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，形成正确的世界观、人生观、价值观；通过文化比较加深对中华文化的理解，继承中华优秀传统文化，增强文化自信；坚持中国立场，具有国际视野，能用英语讲述中国故事、传播中华文化；掌握必要的跨文化知识，具备跨文化技能，秉持平等、包容、开放的态度，能够有效完成跨文化沟通任务。c. 语言思维提升目标：通过分析英语口语和书面话语，能够辨析语言和文化中的具体现象，了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法，辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平。锤炼尊重事实、谨慎判断、公正评价、善于探究的思维品格。d. 自主学习完善目标：认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有明确</p>

			<p>的英语学习目标，能够有效规划学习时间和学习任务，运用恰当的英语学习策略，制订学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。能根据升学、就业等需要，采取恰当的方式方法，运用英语进行终身学习。</p> <p>(2) 知识：掌握用于日常交际及一般涉外业务的基本词汇以及本专业的核心词汇，掌握基础英语语法知识，掌握各种英语应用文体的写作规范和要求。</p> <p>(3) 能力：能听懂日常和一般涉外业务活动中的英语对话和陈述，并进行简单交流；能阅读并正确理解中等难度的一般题材的简短英文资料，能填写和模拟套写简短的英语应用文，且能借助工具将中等偏下难度的一般题材文字材料译成汉语；培养学生英语自主学习能力和多元文化的适应能力。</p>
<p>12. 计算机应用基础（非计算机类专业）</p>	<p>作为非计算机类专业的基础平台课程，一方面为学生后续相关专业课程的学习夯实计算机基本操作技能的基础，另一方面培养学生处理信息的实用技能和利用信息化的手段提升生产力的职业素养和能力。</p>	<p>计算机基础知识、操作系统及 window 的基本操作、office(主要是 word, excel 和 PowerPoint)的基本功能及基本操作、网络及基本的操作。</p>	<p>(1) 素质：通过本课程的学习，培养学生利用计算机进行日常办公所需的信息素养和利用计算机进行信息处理的职业素养。</p> <p>(2) 知识：了解计算机的历史、计算机软硬件的常见术语、计算机体系结构和各种进制等基本知识，掌握操作系统及相关组件的基本功能及操作；熟练掌握 word 的文字、段落、表格、图文混排、页面设置、邮件合并、样式、目录生成和审阅、查找/替换等日常办公相关的操作及技能；了解数据表的本质及相关术语，熟练掌握 excel 的格式设置、数据输入、数据处理和数据管理的基本操作及技能，掌握利用 excel 函数的帮助功能使用新的函数；熟练掌握利用 PowerPoint 制作演示文稿的基本操作及技能；了解网络的相关知识和基本术语，熟练掌握利用网络查找信息和传递信息的技能。</p> <p>(3) 能力：熟悉 window 和 office 的基本操作，具有利用相关软件按要求处理日常办公、处理数据、制作演示文稿的能力，具有借助网络和帮助文档处理较复杂数据处理和其他办公事务的可持续发展的信息处理能力。</p>

13. 创新创业基础	<p>紧密对接新的人才质量观，正确理解创新创业与职业生涯发展的关系，激发学生创新精神、创业意识、创新创业思维，培养学生的团队合作、沟通能力、领导能力等综合素养，提升学生面对不确定性风险的能力。通过课程，使学生种下创新创业种子，培养学生在实践中运用创新的思维和方法创造性的解决工作生活学习中遇到的各类问题，掌握创新创业实践科学的方法论，并积极参与各类创新创业实践。</p>	<p>课程从充满不确定的时代特征，及应对不确定性的创业思维进入，阐述大学生学习创新创业基础的意义。引导学生进行自我认知并生成创业团队，确整个课程以团队为单位推进项目并进行整体考核。进而进入探索—>创造—>创新产品—>创业项目的项目实践学习过程，学生既像设计师一样思考，又像创业者一样行动，通过“边做边学”完成一个创新创业项目原型的设计与开发，在过程中激发创新、实践创业，提升创新创业能力。具体内容包：变化的环境与创新创业；自我认知与创业团队；问题探索与机会识别；创新思维开发；创意方案；产品原型开发与市场测试；商业模式；商业呈现；商业计划书撰写、创业竞赛等。</p>	<p>(1) 素质：锻炼学生面对不确定性如何做决策的创业思维模式，配养创新意识与创新精神，提升问题探索的素养、锻炼在实践中学习的行为模式，种下创新创业种子，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求。</p> <p>(2) 知识：了解效果推理理论、设计思维、精益创业等国际先进的创新创业理论及方法论，熟悉常见的创新思维能力培养、创新思维方式训练、创新方法及其运用的内容与要求，掌握从创业团队组建，创业项目从0到1的创造性生成方法以及商业计划书的架构逻辑。</p> <p>(3) 能力：通过从拥有的资源出发，通过将想法和机会转化为行动的过程，培养学生想法与机会、资源、行动三大领域的15项核心能力。</p>
14. 劳动教育	<p>增益学生的劳动观念、磨练意志品质、树立艰苦创业的精神以及促进学生多方面的发展，促使劳动教育与技术、职业教育紧密地联系在一起，使学生获得终身进行技术劳动和技术学习的能力，成为未来的合格劳动者。重点增益学生的创新精神和实践能力，培养当代社会需要的高素质人才和创新型劳动者。</p>	<p>本课程通过促使学生参加综合实践活动，让劳动与技术教育有机结合到一起的重要学习过程。学生通过强调动手与动脑相结合参与各种探究性、操作性的劳动体验，以此形成良好的技术素养，从而实现形成创新精神和提升实践能力。</p>	<p>(1) 素质目标：通过劳动体验，让学生在劳动中感受生活的乐趣。同时，使之形成良好技术素养，正确认识劳动的价值，开阔学生社会、经济、环境、法律、伦理、心理与健康等方面的教育视野，形成正确的人生观、世界观。</p> <p>(2) 知识目标：让学生了解各学科基础知识如何与实际工作场景进行综合运用，理解劳动与技术教育紧密结合后，能够丰富专业的学习内容，最终能够完成巩固知识、提升能力并形成创新意识。</p> <p>(3) 能力目标：学生通过把技术学习以劳动的形式进行综合运用，具备提升专业学习的能力。劳动教育让学生在“做中学”和“学中做”，让学生在在操作过程中能够形成技术意识、技术思维和提升技术能力，因而能够改进学生的学习方式，促进学生全面发展。</p>

(四) 专业课

1. 专业群平台课

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时安排
1. 实用商务英语	本课程以话题为单元，以语言和商务技能为主线，从听力，词汇、阅读和交际技能等几个方面，综合培养学生的语言能力和商务能力。	本课程在基础英语教学的基础上，进一步巩固、扩大学生的语法、词汇等语言知识的同时，帮助学生了解真实的商务环境和话题，学习地道的商务英语；也可以帮助学生掌握从事各种经济活动的语言技能综合训练，较快地提高语言能力。通过学习话题紧跟国际经济发展形势的语言素材，循序渐进地训练学生用英语进行调研分析、归纳总结和使用正确语体作书面或口头表述的能力。	<p>(1) 素质目标：培养良好的敬业精神和诚实守信的品质以及良好的沟通与团队协作意识。</p> <p>(2) 知识目标：了解现代国际商务的现状，掌握基本的英语语言能力，具备一定的商务交际知识。</p> <p>(3) 能力目标：能掌握商务有关的重点词汇，填写和翻译一般性的商务材料，形成基本的商务沟通表达的语言技巧。</p>	36
2. 综合英语 I	本课程教学把听、说、读、写、译五个方面技能的培养贯穿于整个教学中，注意五个方面的平衡发展。学生既要掌握语言知识、又具有灵活运用英语语言的能力，还需具备一定的文化素养。在语言运用能力方面要取得口头表达能力和笔头表达能力两者的平衡发展。	本课程着重于加强和提高学生的综合技能训练，听说读写能力不能再割裂开作为单项技能训练，而应该作为一个统一体进行训练。听、说、读、写应相互配合，相互关联，相互影响。口头讨论要有阅读的基础，但又能加深阅读理解，提高写作水平。写的能力来自于阅读，也有助于口语能力的提高。阅读为学生提供语言素材，是语言学习的源泉。	<p>(1) 素质目标：培养良好的思想品德、职业道德和文化修养，强化创新意识、进取精神和吃苦耐劳的精神，形成良好的团队合作精神。</p> <p>(2) 知识目标：通晓英语语言基础知识：英语语音、语法、词汇、句法、篇章结构等，掌握英语阅读、写作和翻译的基本原则和方法。</p> <p>(3) 能力目标：掌握一定的英语基础知识和技能，能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行口头和书面交流，并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础。</p>	54
3. 国际贸易基础	本课程让学生从整体上对国际贸易的基本业务流程既能形成全景的认识，又能独立地进行具体业务操作，使学生具备从事外贸业务、跟单、单证、报关、报检、船务和货代等专门化业务的基本职业能力，并为后续学习专门化课程作前期准备。	本课程要求学生认识国际贸易的产生和发展，掌握国际贸易的基本概念及分类，了解相关的贸易原理；了解在国际贸易中各国管制商品进口和鼓励商品出口的主要措施以及主要的具体做法，掌握约束国际贸易行为的有关国际协定和国际贸易组织的基本原理；了解国际贸易受国际贸易惯例、国际公约等的约束，掌握与	<p>(1) 素质目标：培养与时俱进、大胆创新与敬业的精神，认真负责的工作态度、严谨细致的工作作风以及团队协作精神。</p> <p>(2) 知识目标：掌握进出口工作的内容与步骤、进出口合同形式和法律法规以及履行程序和相关单证的填制。</p> <p>(3) 能力目标：能进行独立交易磋商，填制合同，进行汇付、托收和信用证结算，履行货运、报检和报关手续，完成出口收汇核销退税和</p>	82

		<p>国际货物买卖合同有关的货物的品质、数量、包装、价格的几个知识要点，掌握国际商会的六个重要的贸易术语；掌握国际货物运输、保险和货款支付方面的基本知识；掌握货物检验、违约赔偿、不可抗力、仲裁和世贸组织争端解决程序方面的实务知识，了解世贸组织成员间争端解决机制的原理；了解国际货物贸易前的一系列准备工作；掌握国际货物交易的洽商和国际货物贸易合同签订的业务内容；学习、理解国际商务交易中的进出口合同的一般履行程序、具体内容和相关的单证。</p>	<p>进口付汇核销。</p>	
4. 演讲与辩论 (双)	<p>使学生了解演讲与辩论的基本知识与技能，能就特定主题进行演讲和辩论并根据反馈意见进行改进。掌握有效的表达策略和沟通原则。支持演讲的辅助工具和材料。适用于从事市场拓展、客户资源管理等工作。</p>	<p>包括演讲与辩论的基本知识与技巧，受众对关键概念理解力的技巧，演示活动中小组角色分配与组织。使用创造性的技巧来表达、提出和辩论观点，以引起反应和批判性讨论所需的技能和知识。</p>	<p>(1) 素质目标：培养学生敏捷的思维、团队合作精神与良好的沟通能力。</p> <p>(2) 知识目标：掌握演讲与辩论的策略与技巧，批判性分析、反思和评价他人的方法。</p> <p>(3) 能力目标：能分析提炼演讲主题，思路清晰的表达阐述立场与观点。</p>	54
5. 项目管理 (双)	<p>通过本课程使学生掌握现代项目管理的基本概念、工作流程和评估方法，能运用原理分析项目管理实践案例，掌握制订初级项目方案书并予以实施的技能。</p>	<p>项目管理目标、利益相关者、成本、风险控制等基本要素，项目方案制定策略与原则，项目资源的有效组织，项目实施过程与控制，项目评估与反馈。</p>	<p>(1) 素质目标：有高度的事业心和责任感，能在项目进展过程中，及时地发现问题和矛盾，准确地提出见解和解决的办法，具有一定的管理才能。</p> <p>(2) 知识目标：通过本课程使学生掌握现代项目管理的基本概念、工作流程和评估方法、项目管理设计的基本知识点，掌握有效组织项目资源、控制项目流程与进度的方法与原理，了解项目管理目标、利益相关者、成本、风险控制等基本要素，掌握项目方案制定策略与原则。</p> <p>(3) 能力目标：能根据目标制定项</p>	54

			目任务书与方案书，运用项目资源有效组织项目实施过程与控制，并对项目进行评估与反馈。	
--	--	--	---	--

2. 专业群模组课

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时安排
1. 营销沟通 (双)	通过本课程使学生了解市场传播行业的结构、组织和职能，掌握整合市场传播行业中有效工作所需的技能和知识。适用于从事各种初级市场沟通及营销传播岗位工作。	整合营销沟通与营销传播两部分，涵盖了营销、广告、公共关系的基本知识点，以及研究、分析和应用市场传播行业知识所需的技能。	<p>(1)素质目标：培养学生爱岗敬业、细心踏实、思维敏锐、善于沟通、勇于创新以及敏锐市场洞察力。</p> <p>(2)知识目标：了解市场传播行业的结构、组织和职能，掌握整合市场传播行业中有效工作所需的技能和知识，以及研究、分析和应用市场传播行业知识所需的技能。</p> <p>(3)能力目标：根据市场传播行业的特点与发展趋势，能够运用营销传播知识与方法，研究与分析市场，对营销活动提供指导建议。</p>	64
2. 消费者行为 (双)	通过本课程的学习使学生掌握分析购买决策流程、影响消费行为的内外环境因素、成功发掘目标市场和目标消费需求的能力。	根据消费需求确定产品或服务的市场需求；评估各类目标消费群体的消费倾向原由；针对目标消费产品或服务制定有效的营销策略。	<p>(1)素质目标：培养学生正确的世界观、人生观、价值观和消费观。</p> <p>(2)知识目标：了解个人消费者和商业消费者的决定流程，掌握个人消费者和商业消费者决定流程的联系与区别，掌握针对目标消费产品或服务进行定位目标市场和目标消费群体的原理与方法。</p> <p>(3)能力目标：能分析购买决策流程、影响消费行为的内外环境因素、成功发掘目标市场和目标消费需求的能力，能根据特定的产品分析各类消费需求，并能制定相应有效的营销策略。能评估各类目标消费群体的消费倾向原由。</p>	54
3. 营销基础与实务 (双 语)	通过本课程使学生掌握谈判与推销基本理论与技巧，并能运用谈判与推销的方法和技巧对案例进行分析和模拟练习。	本课程包括商务谈判和推销技巧两个部分。推销技巧强调以满足顾客需求为前提、以顾客满意为目标作为现代推销活动的核心观念，使市场营销理论与策略在现代推销学当中得到更好的贯彻；商务谈判的主要内容包括商务谈判的概念、原则、基本理念、过程与组织	<p>(1)素质目标：培养学生的团队协作、团队互助等意识，具备尊重客观、遵循科学的严谨态度，具有敬业精神以及敏锐市场洞察力。</p> <p>(2)知识目标：掌握分析目标市场、制订市场定位战略、以及评估产品推广效果的基本知识与技能，掌握定位目标市场和细分市场的技能，了解组织促销的策划过程。</p> <p>(3)能力目标：能组织促销的策划</p>	72

		以及谈判的基本策略、方法和技巧。	过程,对目标市场进行定位和细分,能进行数据收集和分析、设计促销策略、撰写促销报告、批判性地评估促销对公司销售的影响、评估和报告客户满意度等能力,能从事商业发展以及市场部相关的营销和市场推广工作。	
4. 媒体计划与广告调查基础与实务 (双)	通过本课程使学生掌握界定媒体需求、选择媒体载体、确定媒体活动时间表、制定媒体计划的知识与技能,了解对媒体计划与广告效应进行绩效评估的方法。	包括媒体计划与广告调查两部分。涵盖进行初级和二级广告研究以测试广告主题和想法所需的技能和知识。	<p>(1) 素质目标:具有一定的文案能力、创意能力、执行能力以及逻辑思维能力。具有法律意识、有媒体合作渠道开拓的能力以及对产品优势策划创意的能力。</p> <p>(2) 知识目标:掌握界定媒体需求、选择媒体载体、确定媒体活动时间表、制定媒体计划的知识与技能,掌握进行初级和二级广告研究以测试广告主题和想法所需的技能和知识。了解对媒体计划与广告效应进行绩效评估的方法。</p> <p>(3) 能力目标:能界定媒体需求、选择媒体载体、制定媒体计划,能根据广告活动制定基本的媒体计划,使用基本媒体术语创建媒体活动时间表和基本预算计划,能从事在广告团队或媒体组织内担任监督或管理广告角色。</p>	54
5. 初创企业营销 (双)	通过本课程使学生掌握以营销为目标的数据处理流程和营销方案设计、实施和评估的方法,掌握初创企业实施营销战略所需的技能和知识。能设计、实施和评估营销方案;能分析和利用市场数据将企业的营销目标整合到商业计划中。	以营销为目标的数据处理流程; 营销方案设计、实施和评估的方法; 初创企业营销战略实施。	<p>(1) 素质目标:培养学生较强的营销观念和市场意识,善于沟通、勇于创新以及较高的情商和良好的职业道德。</p> <p>(2) 知识目标:掌握以营销为目标的数据处理流程和营销方案设计、实施和评估的方法,掌握初创企业实施营销战略所需的技能和知识。</p> <p>(3) 能力目标:能够设计、实施和评估营销方案;能分析和利用市场数据将企业的营销目标整合到商业计划中。能根据不同的营销目标采用适合的营销渠道进行营销数据处理和制定、实施和评估特定的营销方案。</p>	46
6. 市场营销战	通过本课程使学生了解网络营销的内容以及网络营销的沟通策	电子商务基本知识,电子营销与传统营销的比较以及优势,网络营销的特点、优	(1) 素质目标:具备以客户为中心的服务意识,具有市场调研的能力,具有一定的创新意识、洞察力、识	54

略(双语)	略, 能根据企业的商业背景, 设计和开发电子商务解决方案。	势和劣势, 通过电子平台与客户进行有效地沟通的技巧, 网络营销的市场机会, 为企业设计电子商务解决方案的技能。	别力和决断力。 (2) 知识目标: 了解市场细分、选择目标市场和定位的关系, 掌握市场细分的概念, 市场细分思想的形成, 熟悉市场细分的原则和方法, 掌握目标市场营销三种战略及各自的优缺点; 掌握市场定位的步骤和依据。 (3) 能力目标: 能运用市场细分的原理, 综合考虑外部市场机会及内部资源状况, 确定目标市场, 选择相应的市场营销策略组合, 能够设计和实施营销战略和计划, 并能够评估该战略的有效性。	
7. 整合营销沟通计划制定(双)	通过本课程使学生理解营销理念和营销管理技巧, 了解市场营销实务的知识体系, 牢固树立以顾客为中心的营销观念, 系统掌握市场营销学的基本原理和方法。	市场营销的核心概念及各种营销观念、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、竞争者分析、市场细分战略、产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等。	(1) 素质目标: 牢固树立以顾客为中心的营销观念。 (2) 知识目标: 了解市场营销的核心概念、营销理念和营销管理技巧, 了解市场营销实务的知识体系, 系统掌握市场营销学的基本原理和方法, 了解市场细分战略、产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等。 (3) 能力目标: 能在产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动中运用营销原理与策略, 对市场环境、消费者购买行为、竞争者进行系统分析, 能够制定 4ps 策略并应用于分析问题、解决问题, 能对企业的营销决策提出咨询建议。	36
8. 市场研究与报告(双)	通过本课程使学生掌握使用访谈、数据统计、问卷设计等调查方法进行市场研究的技能和知识, 以及撰写市场调查报告分析结果的技能。	研究设计市场调查策略, 实施市场调查工具, 科学记录市场研究活动及结果, 人际沟通技能, 分类、储存和检索市场信息, 定性和定量问卷及其他调查工具的创新; 编写市场调查报告。	(1) 素质目标: 具备尊重客观、遵循科学的严谨态度, 具有敬业精神以及敏锐市场洞察力。(2) 知识目标: 掌握访谈、数据统计、问卷设计等调查方法进行市场研究的技能和知识, 以及撰写市场调查报告分析结果的规范与要求。 (3) 能力目标: 学生能够使用市场调查工具进行案头调查, 收集市场背景信息, 制定市场研究方法和目标, 掌握市场调查中与人沟通的技巧, 能收集整理数据和信息用于市场分析, 并形成研究报告。能从事营销、战略规划和组织发展等领域	72

			的调研工作。	
9. 营销策略制定与实施(双)	通过本课程使学生掌握谈判与推销基本理论与技巧,并能运用谈判与推销的方法和技巧对案例进行分析和模拟练习。	本课程包括商务谈判和推销技巧两个部分。推销技巧强调以满足顾客需求为前提、以顾客满意为目标作为现代推销活动的核心观念,使市场营销理论与策略在现代推销学当中得到更好的贯彻;商务谈判的主要内容包括商务谈判的概念、原则、基本理念、过程与组织以及谈判的基本策略、方法和技巧。	(1)素质目标:具有细致的观察力,能获取准确的信息并加以分析,能够胜任谈判与推销的决策与管理工作。 (2)知识目标:掌握商务谈判和推销技巧。其中推销技巧强调以满足顾客需求为前提、以顾客满意为目标作为现代推销活动的核心观念;商务谈判包括商务谈判的概念、原则、基本理念、过程与组织以及谈判的基本策略、方法和技巧。 (3)能力目标:通过本课程使学生能运用谈判与推销基本理论与技巧对案例进行分析和模拟练习,并在现代营销中进行灵活的运用。	54
10. 顶岗实习(TAFE)	通过顶岗实习与毕业论文和毕业设计,使学生能够理论联系实际,进一步巩固和掌握所学的专业理论知识,适应职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱,为毕业后的工作和进一步学习打下扎实的基础。	联系实习内容自行确定毕业论文题目,报指导老师审核。选题必须结合实习(就业)单位及岗位,分析所在单位及所从事岗位的现状、问题,并结合专业提出相应的对策。	(1)素质目标:树立诚信意识,不抄袭;培育知识产权意识,保守商业秘密。 (2)知识目标:通过顶岗实习与毕业论文和毕业设计,学生能够理论联系实际,掌握基本管理工作流程,掌握调研报告写作技巧与规范,掌握分析所从事行业岗位的现状及问题的调研方法、研究思路及写作技巧。 (3)能力目标:能结合实习工作进行选题调研,能独立完成调查报告及毕业论文撰写。	468

3. 专业限选课

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时安排
1. 财务活动报告(双)	通过本课程使学生掌握在企业财务活动中完成财务报告所需的技能和知识、了解相关的财务法律法规。	包括财务业务相关的立法、法规和惯例的关键条款,预测和分析财务活动的技术,扣减、收益和折旧的办法、方法和做法;汇编财务信息和数据;撰写财务报告、提供财务业务建议。	(1)素质目标:培养学生敬业爱岗,熟悉法律法规、依法办事、保密意识和良好的职业道德。 (2)知识目标:掌握在企业财务活动中完成财务报告所需的技能和知识、了解相关的财务法律法规:包括财务业务相关的立法、法规和惯例的关键条款,预测和分析财务活动的技术,扣减、收益和折旧的办法、方法和做法;汇编财务信息和数据;撰写财务报告、提供财务业务建议。	46

			(3) 能力目标：能制订流程/利润报告、资产负债表、财务年度报表、营业报表、支出和损益表等业务活动报表，能够根据企业财务活动的要求，分析成本和现金流，识别审计线索、记录收入和支出，提供财务业务建议。	
2. 营销审计基础与实务（双）	通过本课程学生能够理解营销审计的基本定义，并能够根据营销审计要求向利益相关方出具审计报告。	包括营销审计基本概念，两种类型的营销审计及辨别方法；营销审计基本流程步骤，根据利益相关方的要求撰写审计报告的基本要求与。	<p>(1) 素质目标：培养学生大公无私、端庄正派的优良作风、自我批评的可贵精神以及良好的思维品质。</p> <p>(2) 知识目标：了解营销审计的基本定义、两种类型的营销审计及辨别方法，掌握营销审计基本流程步骤。熟悉各种形式的审计规定、实务守则和可能影响经营活动的国家标准，以及营销规划内容和相关立法的基本规定。</p> <p>(3) 能力目标：能运用所学知识审查营销过程和操作，能够对营销工作的绩效进行评估，能够根据营销审计要求向利益相关方出具审计报告。</p>	54
3. 预算管理	通过本课程使学生掌握基础财务预算知识，能够阅读及理解简单的财务计划。	描述在一个组织的工作团队中进行财务管理所需的技能和知识，包括预算管理和实施财务管理方法，涉及财务运作业务的团队管理，监测和控制财务以及审查和评估财务管理过程的有效性。	<p>(1) 素质目标：爱岗敬业，提高法制观念。熟悉财经法律、法规和国家统一的会计制度，在处理各项经济业务时知法依法、知章循章，具有职业道德操守。</p> <p>(2) 知识目标：掌握预算管理系统及会计基础知识，掌握预算制定、执行及监督控制的基础操作规范。掌握在一个组织的工作团队中进行财务管理所需的技能和知识，包括预算管理和实施财务管理方法，涉及财务运作业务的团队管理，监测和控制财务以及审查和评估财务管理过程的有效性。</p> <p>(3) 能力目标：能够阅读及理解简单的财务计划，能够进行预算管理和实施财务管理，能够有效利用财务资源、并按照团队和组织的财务目标进行管理，能够从事组织和部门的财务管理工作，能监测财务审查、评估财务管理过程的有效性。</p>	36

<p>3. 工作过程数字化应用（双）</p>	<p>学生了解数字技术与数字信息基本原理、知识与技术，并运用于营销渠道拓展、市场调查、客户资源管理等营销活动中，掌握数字信息资源的识别与获取途径，并能在数字信息维护、存储、整合领域进行创新性的探索与实践。</p>	<p>数字技术与数字信息基本原理、知识与技术，数字信息资源的识别与获取途径，数字信息维护、存储、整合技术。</p>	<p>（1）素质目标：学生能在数字信息维护、存储、整合领域进行创新性的探索与实践。</p> <p>（2）知识目标：学生掌握数字信息技术的发展变迁、应用技巧、拓展空间，了解数字技术与数字信息基本原理、知识与技术，掌握数字信息资源的识别与获取途径。</p> <p>（3）能力目标：学生能将数字技术与数字信息基本原理运用于营销渠道拓展、市场调查、客户资源管理等营销活动中，在实际工作中能根据具体情况科学地选择数字信息技术与方法，制定营销实施方案，系统管理营销活动并取得实际效益。</p>	<p>46</p>
<p>4. 商务数据分析与商务智能（双）</p>	<p>通过本课程使学生掌握商务数据的分析处理方法和技巧，能运用 EXCEL、R 或 Tableau 等数据分析处理软件进行商务数据的全过程处理，提取数据中隐含的商务信息情报，辅助商业决策。学生通过本课程将认知到数据信息时代，商务数据及商务智能的重要性、基本过程、基本方法，并具有初步的商务数据处理实践能力。</p>	<p>本课程包括基础理论和实务操作两个部分。基础理论介绍商务数据分析及商务智能的基本概念、流程、方法等；实务操作包含学习商务数据及商务智能软件的基本功能模块的使用，结合典型商务数据案例，学习数据收集、数据整理、模式分析、分析结果解读、数据图表等内容。</p>	<p>（1）素质目标：具备诚信为本、操守为重、坚持准则的职业道德，有良好的沟通能力和理解能力、良好的分析判断能力以及信息化能力。</p> <p>（2）知识目标：掌握商务数据的分析处理方法和技巧，掌握 EXCEL、R 或 Tableau 等数据分析处理软件的技巧，了解商务数据及商务智能的重要性、基本过程、基本方法。</p> <p>（3）能力目标：能够运用商务数据及商务智能软件的基本功能模块，结合典型商务数据案例，对数据进行收集、整理、模式分析，并能分析解读结果、数据图表等内容。能提取数据中隐含的商务信息情报，辅助商业决策。</p>	<p>54</p>
<p>5. 跨境电商营销推广*</p>	<p>通过本课程使学生能根据市场调研方案协助做好信息收集和分析工作。能根据调研信息正确进行市场定位。能结合自身产品的特点选定推广平台、充分利用网络营销工具进行目标客户的锁定及推广。</p>	<p>全球跨境电商贸易市场概况及特点； 跨境电子商务市场调研及分析； 目标客户的选择与锁定； 产品、价格、渠道、促销策略； 跨境电子商务网络推广的主要平台和工具、跨境电子商务网络推广。</p>	<p>（1）素养目标：培养学生的友好互助的合作意识，使学生在实际工作过程中能充分发挥团队合作精神。培养学生终身学习的心态，能利用互联网不断学习新知识、新技术，有一定的创新精神；</p> <p>（2）知识目标：了解全球跨境电商贸易市场概况及特点；掌握跨境电子商务市场调研及分析的基本理论和方法。掌握目标客户的选择与锁定的基本方法；熟悉产品、价格、渠道、促销等主要营销策略。熟悉</p>	<p>54</p>

			<p>跨境电子商务网络推广的主要平台和工具；掌握跨境电子商务网络推广的基本方法；</p> <p>(3) 能力目标：能根据市场调研方案协助做好信息收集和分析工作。能根据调研信息正确进行市场定位。能根据跨境电子商务的市场特点，结合自身产品的特点选定推广平台；能充分利用网络营销工具进行目标客户的锁定及推广；能采用产品、价格、渠道、促销策略并进行组合；能识别和防范跨境电子商务网络营销推广中的风险。</p>	
--	--	--	--	--

4. 专业任选课

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求	学时安排
1. 组织管理	通过本课程使学生掌握确定组织战略方向、评估营销绩效、捕捉市场机会以及制定营销目标的知识与能力。它适用于组织和行业中的高级管理人员。	<p>沟通组织使命和目标的能力；</p> <p>影响团体和个人；</p> <p>建立和支持团队；</p> <p>展示个人和专业能力。</p>	<p>(1) 素质目标：培养学生团队合作能力。</p> <p>(2) 知识目标：掌握沟通组织使命和目标的技巧，建立与支持团体，进行角色分工与合作的原则与流程，展示个人和专业能力的内容。</p> <p>(3) 能力目标：能使用逻辑规划流程和对背景的理解来提取相关信息，进行战略分析，能制定和评估备选策略，能做出一系列关键和非关键的决定</p>	54
2. 综合英语 2	课程目标：本课程教学把听、说、读、写、译五个方面技能的培养贯穿于整个教学中，注意五个方面的平衡发展。学生既要掌握语言知识、又具有灵活运用英语语言的能力，还需具备一定的文化素养。在语言运用能力方面要取得口头表达能力和笔头表达能力两者的平衡发展。	本课程着重于加强和提高学生的综合技能训练，但本课程不是基础阶段综合技能训练的简单重复。听说读写能力不能再割裂开作为单项技能训练，而应该作为一个统一体进行训练。听、说、读、写应相互配合，相互关联，相互影响。口头讨论要有阅读的基础，但又能加深阅读理解，提高写作水平。写的能力来自于阅读，也有助于口语能力的提高。阅读为学生提供语言素材，	<p>(1) 素质目标：培养良好的思想品德、职业道德和文化修养，强化创新意识、进取精神和吃苦耐劳的精神，形成良好的团队合作精神。</p> <p>(2) 知识目标：通晓英语语言基础知识：英语语音、语法、词汇、句法、篇章结构等，掌握英语阅读、写作和翻译的基本原则和方法。</p> <p>(3) 能力目标：掌握一定的英语基础知识和技能，能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行口头和书面交流，并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础。</p>	72

		是语言学习的源泉。综合英语课应遵循精讲多练，讲练结合，以练为主的原则，着重培养学生实际运用英语的能力。		
3. TAFE 专业衔接课程	该课程旨在让学生了解澳大利亚 TAFE 课程体系，掌握学习和完成 TAFE 课程所需的基本技能，为今后学习 TAFE 课程打下良好的基础。	介绍澳大利亚 TAFE 课程体系及课程安排，指导学生如何进行英语学习，有效地管理时间。以 TAFE 课程中某一模块为例，介绍 TAFE 课程业要求及参考文献的标准格式，使学生了解和掌握 PPT 制作的方法。	<p>(1) 素质目标：了解并掌握获取外方 TAFE 证书及中方毕业证书所需完成的课程及学分要求。</p> <p>(2) 知识目标：掌握完成 TAFE 课程的基本技能，如英语的听说读写、PPT 制作、文献搜索及参考文献格式。</p> <p>(3) 能力目标：了解什么是澳大利亚 TAFE 课程及其应用，理解 TAFE 课程各模块的课业的要求，为完成 TAFE 课程学习打下基础。</p>	18

七、教学进程总体安排

每学年教学活动 40 周，其中三年制专业教学总周数为 118 周（含 3 周军事课）。

学时与学分换算。18 学时折算为 1 学分，三年制总学分为 144。

教学进程安排详见附件“课程教学计划进程表”。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业负责人的基本要求

(1) 35 岁以下具有硕士学位和中级以上职称，具有“双师”素质或 35 岁以上具有高级职称，从事本专业教学工作 5 年以上。特殊情况，可适当放宽；

(2) 具有较高的思想素质，热爱教育事业，具有开拓和奉献精神，治学严谨，具有良好的职业道德和团结协作精神；

(3) 具有扎实的专业理论知识，有较强的实践动手能力，教学经验丰富，教学水平高，教学效果好，科研能力强。

职责

(1) 主持专业人才培养方案的制定与完善，具体负责实施专业建设与评估工作；

(2) 根据专业课程师资的具体情况，提出师资培养建议，指导青年教师及外籍教师工作；

(3) 主持专业教、科研活动及校内专业实训建设，校外实训基地的联系；

(4) 主持专业教学文件、教材与教辅资料建设，推动教学内容、教学方法和教学手段改革；

(5) 具体负责专业各课程（专业课、基础课）课程教学大纲的初审；

(6) 教研室主任应制定任期内的专业建设与管理方案，以及年度工作计划，经系审核，并由系督促实行。

2. 专任教师与兼职教师的配置与要求

专业在校生人数	专任教师		兼职教师	
	要求	数量	要求	数量

106	研究生学历以上、中级职称以上，有一定工作背景，教学水平、学术水平较高	6人	本科学历以上，在企业中担当一定的营销管理职务，实战经验强，有一定的教学水平和学术水平，来自于行业企业	2人
-----	------------------------------------	----	--	----

(二) 教学设施

1. 校内实践教学条件配置与要求

专业拥有校内合作办学育人基地，设在教学区 5-4-108，该基地有满足学生自主学习的中外文图书资料室、多媒体课室以及开展小组学习活动的小型会议室，并配备相应的硬件和软件等。可满足专业以“小组合作、基于项目的案例教学、团队任务协作”为主的学习活动的开展，贯彻“以学生为中心”的育人理念。

实验实训室	实验实训项目	设备名称、台/套数	设备功能与要求	职业能力培养
1. 市场营销实训室	市场分析预测、目标市场分析、选择、营销策略的运用等	1. 电脑(60台)	支持软件运行	市场分析、营销策略和营销决策的制定和执行管理过程，培养团队意识和协作精神。
		2. 市场营销沙盘模拟软件(1套)	市场营销沙盘模拟系统	
2. 调查分析实训室	市场调查数据收集、调查方法的运用、调查报告的撰写等	1. 电脑(60台)	支持软件运行	调查数据的输入、汇总、分析、调查报告的撰写和打印工作
		2. SPSS 软件(1套)	统计数据	
3. 项目实训室	商品认知、商品陈列、营销策划	1、电脑(60台)	上网	项目调查、营销策划
		2. 展示柜(10套)	展示商品	商品认知、商品陈列

2. 校外实践教学条件配置与要求

专业与企业合作，共同实施“以岗位需求为导向，以行企标准为参照，以过程考核为评价”的工学结合的人才培养模式。通过任务式、项目制课程、校企双导师教学团队来培养学生，培养学生创新精神和专业实践能力，提升就业能力，实现毕业就能上岗。

实训基地	基地功能与要求	职业能力与素质培养
1. 美的生活电器制造有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
2. 碧沃丰生物科技(广东)股份有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
3. 广东新协力集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
4. 深圳帝德教育科技有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	策划 诚信 沟通
5. 广东德冠包装材料有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
6. 联塑集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
7. 顺德麦当劳	提供实习场所顶岗实习参观	调查 促销 销售 诚信 沟通
8. 永旺购物中心	提供实习场所顶岗实习参观	导购、促销 销售 诚信 沟通

(三) 教学资源

教材、图书和数字资源结合实际具体提出，应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度。根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。

课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材	出版社	主编	是否本校教师	教材形态（数字、新形态、传统教材等）
1	综合英语 1*	新职业英语基础篇-职业综合英语 1 智慧版	外语教学与研究出版社	徐小贞	否	传统教材
2	实用商务英语	体验商务英语综合教程 1	高等教育出版社《体验商务英语》改编组改编	科顿, 法尔维, 肯特编;	否	新形态
3	国际贸易基础*	进出口贸易实务教程（第八版）	格致出版社	吴百福	否	传统教材
4	英语口语（1）外教	学术英语情境口语（配 MP3）	外语教学与研究出版社	Kenneth Anderson	否	传统教材
5	营销会计基础	会计学	清华大学出版社	姚荣辉, 陈红	否	传统教材
6	营销基础与实务	国际市场营销（双语版）	人民邮电出版社	陈秀梅、吴含、冯克江	否	传统教材
7	英语写作	走进职场英语写作（第 2 版）	外语教学与研究出版社	叶红	是	传统教材
8	市场研究与报告	市场调查与分析	高等教育出版社	宋文光	否	传统教材
9	项目管理	项目管理	清华大学出版社	许鑫	是	传统教材

（四）教学方法

贯彻“以学生为中心”的育人理念。依据专业培养目标与课程教学要求，着眼于培养学生的自主学习能力和学生之间互相学习的能力，课程设计基于学生的学习需求和学情分析，对学习过程进行整体设计与监控，根据学生学习的效果调整教学计划进度安排。采用多种教学方法如案例教学、项目教学、任务驱动式教学等方法，坚持学中做、做中学。将理论与实践相结合，教学过程以学生为主体，既注重实践性，又兼顾开放性，重点突出职业能力的培养，例如“以项目为主线、教师为引导、学生为主体”的小组合作项目制教学法，以项目为载体对专业知识和技能进行综合运用。

（五）学习评价

专业建立了模块化专业课程体系，引进了 TAFE 课程考核标准，采用灵活多样的考核方式，对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，采用过程考核、阶段考核，提倡形成性评价。评价方式多样化，包括观察、口试、笔试、总结报告、视频、小组作业、知识测验等，将学生职业技能大赛、创新创业大赛、职业资格等评价结果纳入考核体系，形式上采用线上、线下考核相结合的方式。

（六）质量管理

专业采用“事前有标准、有计划；事中有监控、有记录；事后有审核、有反馈”的全过程质量管理模式，兼顾中外双方的质量管理标准，形成了中外合作、共同监管的教学质量监控体系，在日常运作中严格执行中外双方签署的合作协议的教学质量标准，由中外教学督导监控指导运行，明确了每门课程的教学计划、教学要求、课业设计及评改标准等，通过全过程对项目整体运行状态的监督，确保教学质量达到预定标准。质量监控体系除了全校性适用的督导听课、教师授课计划制定、期中教学检

查、学生评分外，还包括：项目外方主导的外部审核、课业设计审核、课业批改审核、外方教学督导面谈、澳大利亚政府不定期课业抽查与质量评估反馈等。按照协议，合作办学专业每年需进行两次教学质量评估，由外方派遣的教学督导对课程考核情况进行审核，并组织与学生及所有授课教师的一对一访谈，举行有关课程设计、教学组织、课业质量与考核等主题的研讨会。

九、毕业要求

1. 学分要求

学生学完人才培养方案规定的课程，成绩合格，获得规定的学分，方可取得全日制高职专科毕业证书。

美育课程列入人才培养方案。每位学生须修满2学分美育课程学分方能毕业。

2. 证书要求

(1) 建议通过（获得）TAFE 市场营销资格证书、市场营销经理助理证书、通用管理能力证书、人力资源管理员资格证书。

(2) 建议通过高等学校计算机等级一级或二级考试（或以上）。

(3) 建议通过高等学校英语应用能力认证。

3. 其他要求

在校期间至少参加 1 次“三下乡”或“返家乡”等社会实践。

十、附录

课程教学计划进程表

专业名称: 市场营销(中外合作办学) 2022 注册全日制
 修订日期:

状态: 正在处理中

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	核心课程	总学分	总学时	计划学时			各学期课内周学时分配						计分方式	实践教学场所	考核方式		
							课内总学时	课堂教学理论讲授	课程实践	课外实践	一	二	三	四	五				六	
																				17
公共课	必修	000980	形势与政策		1	48	48	48	0	0	8	8	8	8	8	8	百分制		考查	
		005278	军事(含《军事理论》与《军事技能》)*		4	72	24	24	0	48	72	0	0	0	0	0	0	五级制		考查
		005146	计算机应用基础*	是	2.5	46	24	24	0	22	46	0	0	0	0	0	0	百分制		考试
		001221	英语写作(1)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		考查
		001250	英语口语(外教)(1)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		考查
		005281	劳动教育		1	18	6	6	0	12	3	3	3	3	6	0	0	五级制		考查
		005166	体育(1)*		1.5	28	14	2	12	14	28	0	0	0	0	0	0	百分制		考查
		005288	职业生涯规划*		1	18	8	8	0	10	18	0	0	0	0	0	0	五级制		考查
		005287	思想道德与法治	是	3	48	42	42	0	6	0	48	0	0	0	0	0	百分制		考试
		001222	英语写作(2)		2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考查
		001251	英语口语(外教)(2)		2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考查
		001396	大学国文	是	2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考试
		005167	体育(2)*		2	36	18	4	14	18	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考查
		005290	大学生心理健康教育*		2	36	12	12	0	24	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考查
		005282	创新创业基础*		2	36	10	10	0	26	0	36	0	0	0	0	0	百分制		考查
007655	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	是	3	48	36	36	0	12	0	0	48	0	0	0	0	百分制		考试		
007653	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(三年制)	是	2	32	24	24	0	8	0	0	32	0	0	0	0	百分制		考试		
005363	哲学基础*		2.5	40	30	30	0	10	0	0	0	40	0	0	0	百分制		考试		
005168	体育(3)*		1	44	0	0	0	44	0	0	0	0	44	0	0	百分制		考查		
		小计		38.5	730	476	450	26	254	247	275	91	51	58	8					
限选		005572	电影美学*		2	36	18	18	0	18	36	0	0	0	0	0	百分制		考查	
		004385	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当		1	20	20	20	0	0	20	0	0	0	0	0	百分制		考试	
		006350	中国共产党党史		1	18	18	18	0	0	0	18	0	0	0	0	百分制		考查	
		小计		4	74	56	56	0	18	56	18	0	0	0	0					
任		999998	公共任选		1	0	0	0	0	0	18	0	0	0	0	五级制				
		小计		1	18	18	18	0	0	0	18	0	0	0	0					
专业课	限选	005837	工作过程数字化应用(双)*		2.5	46	30	22	8	16	0	0	46	0	0	0	百分制		考查	
		005663	商务数据分析与商务智能(双)*		3	54	46	28	18	8	0	0	0	54	0	0	百分制		考查	
		005845	营销审计基础与实务(双)*		3	54	40	28	12	14	0	0	0	54	0	0	百分制		考查	
		005844	财务活动报告(双)*		2.5	46	30	22	8	16	0	0	0	46	0	0	百分制		考查	
		005667	跨境电商营销推广*		3	54	40	20	20	14	0	0	0	0	54	0	百分制		考查	
		005855	预算管理 with 财务计划(双)*		2	36	30	20	10	6	0	0	0	0	36	0	百分制		考查	
			小计		16	290	216	140	76	74	0	0	46	154	90	0				
	任选		005790	TAFE 专业衔接课程(双)*		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	百分制		考查	
			005305	综合英语I*		4	72	52	52	0	20	0	72	0	0	0	0	百分制		考试
			005799	营销会计基础(双)		3	54	40	20	20	14	0	54	0	0	0	0	百分制		考查
			005825	ERP 基础实操		3	54	40	20	20	14	0	0	54	0	0	0	百分制		考查
			005678	组织管理(双)*		3	54	40	40	0	14	0	0	0	0	54	0	百分制		考查
			小计		14	252	190	150	40	62	18	126	54	0	54	0				
	专业群		005931	综合英语I*		3	54	40	20	20	14	54	0	0	0	0	0	百分制		考试
			005832	演讲与辩论(双)*	是	3	54	40	28	12	14	0	0	54	0	0	0	百分制		考查
		005904	实用商务英语*		2	36	28	14	14	8	0	0	36	0	0	0	百分制		考查	
		005906	国际贸易基础*		4.5	82	60	30	30	22	0	0	0	82	0	0	百分制		考试	
		005835	项目管理(双)*	是	3	54	40	28	12	14	0	0	0	54	0	0	百分制		考查	
		小计		15.5	280	208	120	88	72	54	0	90	136	0	0					
专业模组		005826	营销基础与实务(双)*	是	4	72	60	36	24	12	0	0	72	0	0	0	百分制		考查	
		005828	营销沟通(双)*	是	3.5	64	54	36	18	10	0	0	64	0	0	0	百分制		考查	
		005833	消费者行为(双)*	是	3	54	40	28	12	14	0	0	54	0	0	0	百分制		考查	
		005847	媒体计划与广告调查基础与实务(双)*		3	54	40	28	12	14	0	0	0	54	0	0	百分制		考查	
		005843	初创企业营销(双)*		2.5	46	30	22	8	16	0	0	0	46	0	0	百分制		考查	
		005853	市场研究与报告(双)	是	4	72	60	36	24	12	0	0	0	0	72	0	百分制		考查	
		005857	营销策略制定与实施(双)*	是	3	54	40	28	12	14	0	0	0	0	54	0	百分制		考查	

课程教学计划进程表

专业名称: 市场营销(中外合作办学) 2022 注册全日制

状态: 正在处理中

修订日期:

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	核心课程	总学分	总学时	计划学时			各学期课内周学时分配						计分方式	实践教学场所	考核方式	
							课内总学时	课堂教学		课外实践	一	二	三	四	五				六
								理论讲授	课程实践										
		005849	市场营销战略(双)*	是	3	54	40	28	12	14	0	0	0	0	54	0	百分制		考查
		005851	整合营销沟通计划制定(双)*	是	2	36	30	20	10	6	0	0	0	0	36	0	百分制		考查
		004588	顶岗实习(TAFE)		26	468	468	0	468	0	0	0	0	0	468		五级制		考查
		004150	毕业论文(合作办学)		2	36	36	0	36	0	0	0	0	0	36		五级制		考查
		小计			56	1010	898	262	636	112	0	0	190	100	216	504			
		公共课合计			43.5	822	550	524	26	272	303	311	91	51	58	8			
		专业课合计			101.5	1832	1512	672	840	320	72	126	380	390	360	504			
		学分、学时及平均周学时统计			145	2654	2062	1196	866	592	22.06	23.00	24.79	23.21	22.00	32.00			