

2022 级市场营销专业人才培养方案

（中高职衔接两年制）

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

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

基本学制两年制，实行弹性学制，弹性学习年限为 2-6 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）		职业资格证书或 技能等级证书举 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	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	数字营销技术应 用（中级）

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，熟练掌握市场营销、网络推广、商务策划等专业知识和技术技能，面向商务服务业、电子商务服务业、现代物流业等生产性服务业，能够从事市场营销、网店运营、商务策划等相关工作岗位，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，具有深厚的爱国情感、国家认同感、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 and 参与意识；

（3）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；

（4）勤于劳动、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，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；

（5）具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯；

（6）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一两项艺术特长或爱好；

2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、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信息技术、绿色生产、环境保护、安全等相关知识；

（3）了解中国传统商业文化，熟悉市场经济规则；

（4）掌握消费者行为分析的基本知识与方法；

（5）掌握营销活动策划与组织的基本知识与方法；

（6）掌握商务数据分析的基本知识与方法；

（7）掌握数字营销的基本知识与方法；

（8）掌握网店运营推广的基本知识与方法；

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

（1）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）具有数字技能，适应数字经济发展新需求；

（4）能够熟练使用市场营销软件工具；能够对市场营销信息进行数据收集、数据分析及应用；能够与客户进行有效沟通；能够进行营销策划并撰写相关策划方案；能够组织实施市场调查与分析；能够组织实施线上线下的宣传推广和促销活动；能够组织实施推销和商业谈判；能够对客户关系和销售进行日常管理；能够对渠道成员进行管理与评估；能够利用新媒体及网络工具推广产品。

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	20.5	372	21.02%	见《课程教学计划进程表》
	公共限选课	5	92	5.20%	
专业课	专业群平台课（必修）	5	90	5.08%	
	专业模组课（必修）	48	864	48.81%	
	专业限选课	9.5	172	9.72%	
	专业任选课	10	180	10.17%	
合计	必修课	73.5	1326	74.92%	
	选修课（限选+任选）	24.5	444	25.08%	

(二) 工作任务与职业能力分析

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	精准调研
	1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告	
	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	消费心理分析
	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	市场营销实务
	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	客户开发与管理
	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	

	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 能有效拜访顾客 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	销售实务
	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	
	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 4.1.3 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 4.1.4 能够进行品牌的推广	市场营销实务
	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 4.2.3 能够正确使用产品定价方法	市场营销实务
	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	营销渠道管理

	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	广告策划实务 公共关系管理
	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	市场营销实务
	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 能对营销型网站进行诊断与评估 5.1.2 会做企业网站规划与首页制作	数字营销技术应用
	5.2 网络广告策划与投放	5.2.1 能进行网络广告策划 5.2.2 能制定不同网络广告的投放策略 5.2.3 能进行网络广告效果评价	广告策划实务
	5.3 社交媒体营销	5.3.1 能够撰写用于新媒体营销的软文 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	数字营销技术应用

(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	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	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	(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

<p>国特色社会主义思想概论</p>	<p>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”。</p>	<p>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>	<p>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>
<p>2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论</p>	<p>通过整体阐述马克思主义基本原理在中国的实际运用和具体发展，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。</p>	<p>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>	<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胜全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴伟大事业的能力。</p>
<p>3. 思想道德与法治</p>	<p>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</p>	<p>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，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</p>	<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</p>

	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。	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。	法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。 (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。 (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。
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。	(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。 (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。 (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。
5. 大学国文	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。	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、	(1) 素质：理解中华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。 (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、

		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。	崇正义、尚和合等中华文化基本精神。 (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。
6. 体育	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。	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。	(1) 素质：提高学生体质健康水平，促进学生全面发展。 (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。 (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。
7. 大学生心理健康教育	使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我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。	第一部分：了解心理健康的基础知识，其中包括大学生心理健康导论，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。	(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。
8. 职	使学生对职业生涯	专业概况、课程体系；所学专业	(1) 素质：通过本课程的教学，使学

业 生 涯 规 划	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。	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。	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。
9. 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)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。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。	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。
10. 创	紧密对接新的人才	课程从充满不确定的时代特征,	(1)素质:锻炼学生面对不确定性如

<p>新 创 业 基 础</p>	<p>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>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。具体内容包括: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>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>
<p>11. 劳 动 教 育</p>	<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创意思识。</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</p>

			发展。
--	--	--	-----

(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. 经济基础与应用 (1) *	课程紧密贯彻“基础理论够用、实用，强化实践环节，突出实际运用”的原则，使学生能自主、系统地掌握经济学的基本理论、知识和方法，培养学生运用经济理论分析问题和解决问题的能力，为学习其他专业课程奠定深厚的理论基础。	课程采用项目导向和任务驱动方式，通过完成工作项目和工作任务，并配以案例分析来学习，内容涵盖稀缺资源、供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场理论等基础理论。	(1) 素质目标：培养学生分析问题、解决问题的能力，提高学生对于知识的归纳能力以及迁移能力。 (2) 知识目标：了解经济学的定义和研究的主要内容，掌握商品的供求规律，理解均衡价格的形成原理，掌握消费者行为理论和生产者行为理论，掌握成本分析的基本原理，了解四种市场类型。 (3) 能力目标：具备分析问题和解决问题的能力，能够综合运用实证分析法来分析解决经济社会实际问题。	36
2. 新媒体技术	围绕当前新媒体技术应用的发展趋势，通过新媒体技术应用概念、基本原理、操作方法、案例演示等，让学生由简到繁、由浅入深地掌握新媒体技术及其日常应用，培养学生在新媒体领域的创新。	从新媒体技术的概念、特征等方面着手，主要学习数字图像处理技术、数字音频处理技术、数字视频处理技术、数字动画处理技术、虚拟现实处理技术等新媒体内容制作技术。	(1) 素质目标：具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范；能灵活处理新媒体技术应用过程中的特殊情况，具有合作精神和协调能力，善于交流，诚信、开朗。 (2) 知识目标：了解新媒体技术的概念、主要形式与特点等。 (3) 能力目标：能够运用新媒体技术进行营销策划、活动安排等。	54

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. 市场营销实务	本课程旨在培养学生发现市场、分析市场和解决营销问题的能力以及创新思维能力，	本课程教学内容的选取紧紧围绕顺德的主导产业，以家具、汽车、家电消费品营销方案制订的工作任务来进行，同时融	(1) 素质目标：牢固树立以顾客为中心的市场营销观念，具备良好的职业素养和较强的专业技能，具备良好的沟通协调能力和创新精神。 (2) 知识目标：理解市场和市场营销的概	72

	让学生学会关注企业营销环境的变化,利用企业的优势,并根据各种变化做出正确的营销战略和策略。	合职业技能等级证书对知识、技能和态度的要求来确定内容体系。在对课程教学内容进行整合序化后形成了消费者行为分析、市场调研、确定目标市场、市场定位、制定营销策略、策略执行管理等六个模块。	念,掌握营销战略与策略制定的依据,掌握营销管理的实质,熟悉营销活动的流程及岗位要求。 (3)能力目标:能进行营销环境分析,能以市场为导向进行消费者分析、目标营销策略制定、营销活动策划、实施与评估。	
2. 精准调研	系统地了解 and 掌握市场调查、整理汇总、分析及预测的基本理论与方法,初步具备综合运用市场调查技术解决企业市场营销实际问题的综合能力。	认知市场调查的意义、掌握企业调查目标与内容、制定调查方案、设计问卷、选择抽样方式、选择调查方法、开展调查分类整理并运用分析方法、预测趋势、撰写调查报告并开展调查工作总结报告的写作。	(1)素质目标:培养小组团队合作意识、较好的应变能力;综合理解分析能力、逻辑思维能力、整体策划、合理预算的能力、写作能力;培养科学、严谨、实事求是的工作作风;培养吃苦耐劳的从业精神。 (2)知识目标:了解市场调查的概念、类型;了解调查报告的作用;理解问卷的不同类型;理解非随机抽样方法的概念、特点及其各自的适用情况;掌握问卷的结构及主要内容掌握交叉配额方式的确认;掌握调查资料整理的审核、录入、分类、汇总各环节;掌握分析与预测的方法;掌握调查工作总结的内容及写作。 (3)能力目标:具有整体认知市场调查意义和内容的能力;能够制定详细的调查方案、设计调查问卷;能够承担数据的审核、数据的录入、分类汇总工作;能够应用统计知识或统计分析软件对数据按要求进行分析和预测;能够撰写调查报告。	72
3. 消费心理分析	掌握消费心理的基本概念和理论,熟悉当前消费心理的特点,掌握消费心理分析整个操作流程,会实际进行消费者的心理分析;并且通过实务、案例、实际调研、策划报告,培养学生发现、分析和解决问题的	以消费者心理活动、行为特征及其影响因素为主线,包括消费者动机、知觉、学习与记忆、消费者态度形成,为制定合适的营销策略提供依据,激发消费者的购买意愿,改变消费者的购买行为,为企业创造利润。	(1)素质目标:培养学生诚信品格和吃苦耐劳的精神,能在学习过程中积极与他人合作、相互帮助,共同完成学习任务。 (2)知识目标:了解消费者心理活动过程,理解消费心理的基本概念、基本原理,掌握消费心理分析的方法。 (3)能力目标:能够进行消费者心理活动的分析,并能制定出相应的营销策略。	54

	基本方法和手段，为学习后续课程打下坚实的基础。			
4. 营销渠道管理	学生掌握渠道管理知识与方法，为企业建立或开发合理的渠道，评估企业的渠道关系，激励渠道成员，化解渠道冲突。	内容包括渠道结构设计、渠道领导与激励、渠道合作与控制、渠道评估与完善、电子渠道设计及管理等等。	<p>(1) 素质目标：培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力，积极乐观的心态、良好的人际关系，为培养一名高素质的从业者奠定基础。</p> <p>(2) 知识目标：学生掌握渠道开发与设计的方法，评估渠道关系的技巧，化解渠道冲突的技巧，学会如何激励渠道成员的方法等。</p> <p>(3) 能力目标：掌握营销渠道管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业务岗位的能力要求。</p>	54
5. 销售实务	使学生掌握推销的基本概念、基本理论和基本方法，注重培养和提高学生运用基本的原理和方法解决实际问题的能力，增强学生推销的意识，训练学生推销心理、培养学生推销实战技能。	以“推销”工作流程为主线，按照推销工作的七个任务划分教学内容，包括事前准备，寻找和识别顾客，约见和接近顾客，推销洽谈，处理异议，促成交易和售后服务。	<p>(1) 素质目标：能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；能体会学习中的乐趣，培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，以及继续学习和职业发展的潜力。</p> <p>(2) 知识目标：了解推销人员的素质、推销职业的特点，推销人员管理办法；理解商品推销的基本原则及模式；掌握推销工作的程序、推销各阶段策略以及各种推销技巧。</p> <p>(3) 能力目标：培养学生各阶段推销能力，能熟练运用各种推销策略和技巧；协调能力、创新能力以及独立解决问题的能力；语言表达能力和沟通能力。</p>	54
6. 广告策划实务	学生通过广告策划基本理论和基本技能的学习及训练，不仅有较扎实的从事文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力，而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养；注重培养学生对广告传播	课程从岗位要求出发，运用基于学习性工作任务的结构，采取以任务为驱动的教学过程，建立了四个学习情境（快消品广告策划、小家电广告策划、房地产广告策划、新媒体广告策划），预置开展广告市场调查、制定企业具体 5M 广告策略等 12 个学习任务，通过完成由理论——实训	<p>(1) 素质目标：具有良好的职业道德和敬业精神；具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；具有沟通与交流能力；具有组织、协调能力；具有适应环境开拓创新的能力；具有较强的心理承受能力。</p> <p>(2) 知识目标：了解广告策划外部环境分析内容；掌握目标消费者消费行为描述；学会寻找产品独特卖点；了解企业产品的市场周期和客户广告投入预算情况，沟通广告形式和效果；掌握研究广告受众心态，创意媒体策略、投放策略和整合传播策略。能够根据广告任务的要求，确定使用什么类型的媒</p>	72

	效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。把学生培养成为既懂广告设计、广告文案撰写,又懂广告传播与活动策划、品牌管理和营销的复合型人才。	——实践的12个任务,强化学生们的广告策划与品牌管理意识,提升学生的广告策划实践操作技能。	介和作品把信息内容阐释开来、表达出去,为受众所接受和喜爱。 (3)能力目标:通过基本理论和基本技能的学习及训练,不仅有较扎实的从事文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力,而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养;注重培养学生对广告传播效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。	
7. 经管类顶岗实习	在顶岗实习中发展知识和技能,深化对专业的认识,在实习工作岗位中形成对工作相关事项的基本理解,获取与专业相关的工作经验,达到理论学习与企业实践操作的相结合。	由实习企业的工作需要和学生可尝试进行的项目来确定,由学生和企业双方协调在实习期间的目标和负责事项。实习生在实习工作岗位上需要完成所要求的实习内容,并在自己的实习工作和生活中进行反思,完成实习周记、实习报告、毕业论文。	(1)素质目标:培养吃苦耐劳、敬业的劳动精神,适应职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱。 (2)知识目标:了解企业运作流程;理解企业文化;掌握企业管理技能。 (3)能力目标:能完成实习文书撰写,完成实习周记、实习报告;完成学院和企业规定的实习时数和工作安排。	324
8. 经管类毕业论文	通过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坚实的基础。	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)素质要求:树立诚信,不抄袭;培育知识产权意识,保守商业机密。 (2)知识要求:掌握管理工作流程,掌握常见文书写作。 (3)能力要求:能结合实习工作,独立完成毕业论文撰写,并参加答辩。	36

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
公共关系管理	本课程以建立社会组织与公众之间良好的沟通关	本课程的设计是建立在对公共关系机构或部门相应岗位工作内容层次	(1)素质目标:具备可持续发展的学习与适应能力;具备良好的职业素养;具备强烈的商业信誉观;具备较强的专业技能;具备	54

	<p>系，树立良好的组织形象为主线贯穿始终。课程主要研究社会组织与公众之间传播沟通的现象、行为、规律和方法。课程的目标是培养德智体全面发展，掌握现代公共关系专业知识和技能，成为公共关系专业人才。通过本课程的学习，使学生掌握公关职业应用性人才所必需的公关调查、公关活动策划、危机处理和社会交际等基本知识和技能，让学生善策划、懂管理、会传播。</p>	<p>和 workflow 分解的基础上，以职业能力培养为重点来进行的。根据公共关系职业岗位要求对知识、技能、素质的要求，本课程有针对性地选取适用的、先进的教学内容，以公关活动为载体，设计了一般活动公关、专题活动公关以及危机公关等三大学习情境，每个学习情境都经历一个完整的工作过程，包括目标公众分析、公共关系调研、公关活动方案策划以及公关活动实施与评估等四个步骤，课程内容体现了工作过程导向的要求，由浅入深，系统提升公关职业能力。</p>	<p>良好的沟通协调能力；具备良好的团队协作意识；具备较强的社会交往和适应能力；具备吃苦耐劳的意志品质；具备创新精神。</p> <p>(2) 知识目标：掌握收集信息及公关调查研究的基本原则和方法；掌握公关策划的内容与程序、基本方法和技巧；熟悉公关传播与沟通的类型和特点；掌握公关实施与评估的方法；掌握公关专题活动的类型，熟悉 CIS 战略；掌握公关危机处理方法等。</p> <p>(3) 能力目标：能独立进行公关调研，撰写调研报告；能策划并组织实施小型公关活动，能开展组织形象策划；能开展一般的公关传播活动和运用内外公关协调技巧；能进行一般的公关危机管理并制定预案；能进行自身形象管理等。</p>	
客户开发与管	<p>学生掌握客户管理的基本概念和理论，熟悉当前客户管理的特点，掌握客户管理整个操作流程，会实际进行客户关系的建立与维护，培养客户忠诚。</p>	<p>内容包括客户关系管理的产生、功能、分类，客户管理的营销策略、客户开发与实施、数据仓库及数据挖掘技术，以及呼叫中心实施与应用，CRM 基本运行与操作等。</p>	<p>(1) 素质目标：培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，理解他人的情感，以及继续学习和职业发展的潜力。</p> <p>(2) 知识目标：掌握客户管理的基本概念、基本原则、管理流程和管理技巧，牢固树立以“客户为中心”的管理理念，解决客户管理的理论和实际问题。</p> <p>(3) 能力目标：培养学生客户开发的技能、客户满意的技能、客户忠诚管理的技能。</p>	72
市场营销沙盘模拟	<p>通过直观的市场营销沙盘，模拟企业营销实战，让学生在游戏般的训练中体验完整的企业经营过程，感悟正确的营销思路和管理理念，感知市场营销的基</p>	<p>包括企市场调研与分析、推销技术、大客户销售、渠道管理、连锁经营管理、商品学、生产运作管理、财务管理等领域基本的知识与技能。</p>	<p>(1) 素质目标：树立共赢理念、全局观念，学会团队合作，保持诚信，帮助合理的职业定位。</p> <p>(2) 知识目标：理解销售与赢利的关系、企业运作流程；掌握营销策划理论。</p> <p>(3) 能力目标：会制定基本的采购计划、生产销售计划；能制定基本的采购计划、生产计划；会判断不同类型客户的价值，能够进行问题分析和方案策划。</p>	28

	本理论与技能。			
情境营销技能实训	培养学生在营销过程中进行调查、营销策划、产品促销、线上线下推广、客户关系管理等各类典型职业活动的方案设计、组织落实、过程管理等基本专业技能，以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素质。	针对选定的真实产品或项目，对指定市场进行某一营销典型职业活动的方案设计、组织落实、监督管理。	<p>(1) 素质目标：树立职业道德、商业伦理观念，诚信经营，践行社会主义核心价值观。</p> <p>(2) 知识目标：理解市场调查、营销策划、产品促销、全渠道推广、客户关系管理等各类典型职业活动方案设计的原理。</p> <p>(3) 能力目标：会制定市场调查、营销策划、产品促销、全渠道推广、客户关系管理等方案设计；能组织落实上述策划方案并进行过程管理。</p>	72
数字营销技术应用	本课程的设计思路是以培养应用型专科人才为指导思想，通过本门课程的学习，使学生在掌握数字营销技术应用知识的同时，能够掌握更多相关技能，使学生不仅可以面向基层应用岗位，也可以面向企业的中高阶数字营销管理岗位。	本课程紧紧围绕营销推广、品牌推广、网络推广、网站推广、网络渠道推广、SEO优化、SEM推广、信息流优化、品牌营销、品牌宣传等岗位（群）的职业技能，通过课堂教学与实践教学，使学生系统和全面地掌握数字营销技术应用相关的业务知识、技能与基本方法，学会处理和解决数字营销管理中的一般性问题，培养学生的综合应用能力。	<p>(1) 素质目标：具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范；能灵活处理数字营销策划方案实施过程中的特殊情况，具有合作精神和协调能力，善于交流，诚信、开朗。</p> <p>(2) 知识目标：理解搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术应用的方法；了解人群画像的含义与用途，掌握建立标签体系与分析人群画像的方法；了解数字化信息触达的方式，掌握数字化信息触达方案设计的方法与流程。</p> <p>(3) 能力目标：能根据数字营销策划方案，使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作；能融合数字营销技术与思维，针对目标受众进行大数据追踪，融合标签体系与人群画像分析，打通产业环节；能进行未知受众的品牌传播与触达策划、已知受众的关系连接与互动营销策划、营销交易与回报策划，完成整体数字营销方案的策划工作。</p>	72

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
现代物流管理	从专业认识的角度，搭建起一个专业入门的平台，使学生在对物流有	现代物流含义、职能及作用；国民经济产业划分和物流行业分类及产业政策；中国物流经济环境	(1) 素质目标：培养学生团队合作意识、增强承受压力的能力、养成一定的职业素养、培养一定的组织协调和管理能力、创新能力等。	36

	一个基本的认识，为后续专业学习的方向、重点及个人职业规划有一个清晰的把握，培养学生建立专业自信和学习兴趣，为打造合格和优秀的物流人才打下牢固的基础。	及布局；物流系统目标及构成要素；物流市场及需求分析；物流客户开发及维护；物流职业领域、就业岗位及就业市场；物流岗位能力及测评；物流职业生涯规划。	<p>(2) 知识目标：了解物流行业发展、地位及其作用，掌握物流市场定义、物流市场需求构成及分布，了解物流职业面向和职业发展、就业岗位和工作内容及要求。</p> <p>(3) 能力目标：能够查阅和分析有关我国物流发展的政策和规划，能够判断我国物流行业发展趋势，能够分辨物流市场分布及需求；能够析解出各行各业中物流相关岗位及要求，能够为自己进行物流职业规划。</p>	
供应链管理	本课程帮助学生掌握供应链中的基本原理和实践方法，包括供应链管理的基础理论、供应链管理的决策体系、供应链关系管理（供应商、制造商、分销商、零售商、消费者），涉及采购、生产、库存、物流配送、渠道管理等，并力争将供应链管理的思想和方法应用于实践。	本课程主要内容包括供应链管理基础；牛鞭效应（啤酒游戏）；供应链库存控制；供应商管理库存、供应链需求计划、供应链延迟策略、越库流程及实施、供应链配送策略；跨境电商供应链等等。在教学内容选取上，基本理论以“必须够用”为度，重点突出关键能力和供应链业务处理能力的训练，并反映当前领域的最新发展动态。	<p>(1) 素质目标：有热爱科学、实事求是的学风；具有团队协作、精诚奉献的意识；具备自信、开拓进取的精神和不断创新意识与团队协作精神。</p> <p>(2) 知识目标：了解供应链的基本概念和供应链管理的基础理论；了解新形势下供应链管理的最新理论；了解新形势下供应链管理的最新工具和方法；了解基于工作过程的供应链管理方法。</p> <p>(3) 能力目标：能够理解供应链管理基本思想、实务操作和实施原则，掌握供应链业务领域组织管理的要点和供应链流程规则的方法；可以在供应链运营中运用先进的计划、采购、库存、运输策略和技术，掌握供应链规划的方法和供应链环境下的招商、谈判、采购、库存控制、交付与回收策略；能够掌握供应链采购、物流和仓储管理等流程设计和优化的工具和方法，理解供应链管理的评估指标和模型。</p>	36
电子商务基础与应用	通过本课程的学习，能正确理解电子商务的基础理论知识，了解电子商务的基础运行环境、运作模式和电子商务的一般技术以及网络营销的一般原理和方法。	本课程是一门概括性很强，知识面覆盖较广的课程，本课程着重讲授电子商务的基本理论和应用情况，使学生从整体上掌握电子商务的知识框架。主要包括电子商务的概念、电子商务的基础运行环境、电子商务运作模式、电子商务的网络基础技术、电子商务网络安全	<p>(1) 素质目标：具有较高的信息技术素质、能敏锐观察网络环境；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通，注重学以致用；及时适应环境变化，不断开拓创新。</p> <p>(2) 知识目标：知道电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。</p>	36

		技术、电子商务物流、电子商务网络支付以及网络营销等内容。	(3) 能力目标：能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。	
数据可视化	本课程的主要目的是培养学生的信息数据可视化处理能力。通过本课程的教学，使学生掌握数据可视化的一般原理和处理方法，能使用数据可视化工具对数据进行可视化处理。	介绍数据可视化的基础理论和概念，针对实际应用中遇到的不同类型的数据介绍相应的可视化方法，并介绍可视化综合应用及实用系统。	(1) 素质目标：培养学生的信息处理能力、信息分析与应用力、信息表达能力。 (2) 知识目标：了解数据可视化基本概念；理解视觉感知和认知的基本原理和可视化编码原则；理解数据定义、组织、管理、分析、挖掘等及数据 workflow。 (3) 能力目标：掌握不同类型数据的可视化法；掌握常用的可视化软件使用。	36
企业行为与管理心理	学习该课程的目的，是在掌握组织情境中人的心理和行为规律的基础上，更好地对组织情境下人的行为进行解释、预测、控制和引导，从而有效实现组织预期目标。通过学习，学生可以系统建立分析组织情境中员工行为的框架，能够从个体、群体和组织三个层次上理解并掌握组织行为学的基本理论，并能运用所学的理论知识和相关技术去解决管理实践中遇到的员工管理方面的问题，更好地控制和引导员工行为，提高管	企业行为与管理心理是一门交叉应用性课程，该门课程综合运用了心理学、社会学、人类学、经济学和政治学等多门学科的知识，研究组织情境中人的心理和行为的规律。课程主要内容包括个体心理与行为、群体心理与行为、组织整体行为三部分。	(1) 素质目标：培养学生共情的能力，树立团队意识，能够在组织中理解特任行为、进行沟通表达、开展团队合作。 (2) 知识目标：掌握分析企业行为与管理心理的基础知识及理论，包括个体心理与行为、群体心理与行为、组织行为等内容，系统建立分析组织情境中员工行为的框架。 (3) 能力目标：能够在企业管理环境中分析个体、群体和组织行为，并能运用所学知识和技能模拟解决管理实践中遇到的问题，提高管理效果，实现组织目标。	36

	理者的管理效果，实现组织目标。			
经济应用文写作	培养学生具备基本的应用写作理论知识、较强的专业写作能力及文章分析与处理能力的课程，也为将来撰写毕业作业和从事学术研究作好必要的知识准备。	课程主要分六大部分五类文书，包括总论、党政机关公文、事务文书、经济文书、专用文书、信函文书。	<p>(1) 素质目标：培养写作意识；提高高职学生的核心就业能力的培养；努力培养对学生阅读和文章分析与处理的能力。</p> <p>(2) 知识目标：了解经济应用文的内容框架；理解了应用文文体的实际用途及其写作知识和经济应用文在工作中的重要作用。；掌握实用文体的概念、种类、特点、作用和写法。</p> <p>(3) 能力目标：具备高级应用型人才所具备的专业写作能力；培养学生文章分析与处理能力，为写好毕业作业和从事学术研究作好必要的知识准备。</p>	36
商务沟通	通过课程的学习，使学生掌握商务沟通的基本知识、基本原理、基本方法和基本技能，为学习其他专业和在工作岗位上的实际运用打下基础。	商务沟通概述、语言沟通技巧分析、非语言沟通技巧分析、有效倾听、求职面试沟通技巧、管理沟通技巧、冲突管理技巧和基本的商务礼仪分析。	<p>(1) 素质目标：培养学生积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务的能力；在生活中接触到商务沟通的知识与技术时，乐于探究其实现手段、实现过程。</p> <p>(2) 知识目标：了解课程的体系、结构，对商务沟通有一个整体的认识；掌握商务沟通的基本概念、基本原理和基本方法；掌握商务沟通的基本内容和方法，培养一定的商务沟通能力。</p> <p>(3) 能力目标：培养口头沟通的能力；培养招聘与面试的能力；培养管理沟通的能力；培养书面沟通的能力；培养商务礼仪的能力；培养解决冲突的能力。</p>	36
商业伦理	通过对企业在商务行为中涉及到的伦理价值观的分析，使学生确立应有的商业伦理价值观，并掌握企业履行社会责任的基本应用方法。	商业伦理的纵向理解（包括商业伦理的由来与发展、现代商业伦理）；商业伦理的横向理解（包括中西方商业伦理内涵及表现形式对比）；商业伦理与社会责任的关系；践行商业伦理及企业社会责任的中西方经典案例；企业社会责任的本土实践及操作指引。	<p>(1) 素质目标：认识商业伦理与企业社会责任在商务活动中的重要性，培养具有社会责任感的职业操守。</p> <p>(2) 知识目标：系统学习商业伦理的理论基础，企业的伦理与责任体系建设等的的内容。</p> <p>(3) 能力目标：能够根据商业伦理与企业社会责任的案例分析商业伦理的基本运作，能够根据企业履行社会责任要求实施相关策略。</p>	36
投资理财	培养学生具有一定的投资理财意	投资理财入门知识；现金规划；股票投资；基金投	(1) 素质目标：培养良好的纪律观念和筹划美好未来的理念；培养学生认真做事，踏	36

	识,通过投资理财使学生在未来实现财务安全,最终实现财务自由。	资;债券投资及其他投资;房地产投资;保险与退休规划;综合投资理财规划。	实做人的态度,使学生具有敬业精神、团队精神、求索精神;培养正确的理财观念;培养学生较强的风险意识和高尚的职业道德。 (2)知识目标:理解投资理财的概念以及投资理财规划基本原理,树立科学理财观念;了解货币时间价值理论、生命周期与投资理财知识;掌握家庭现金和消费信贷知识、投资规划基础知识、房地产投资知识、房地产投资知识、保险知识、退休规划知识。掌握基本的金融知识,制定合理的个人投资理财方案。 (3)能力目标:能利用会计基础知识和财务管理基础知识,制定个人及家庭财务报表;能利用家庭资产状况与理财规划的关系,作出符合实际的投资理财方案;能利用理财计算基础知识进行投资理财决策分析;能利用证券市场如何模拟投资股票、基金、债券和期权期货;能利用综合理财分析,进行现金规划、消费支出规划、风险管理和保险规划、投资规划、退休金养老规划、财产分配与传承规划及综合理财规划。	
证券投资	通过本课程的学习,使学生掌握证券市场的运作与构成;能够运用基本面分析和技术分析方法来进行实际投资分析和投资决策,并树立正确的投资价值观。	投资与证券投资、股票、债券、基金、证券市场及中介机构、证券投资的基本面分析与技术分析。	(1)素质目标:具备创新思维和灵活运用知识的能力;具有良好的职业态度和职业道德。 (2)知识目标:了解证券投资的品种;掌握股票、债券、基金的特征;掌握影响股票价格变化的相关因素;了解证券投资的基本面分析的内容;掌握技术分析方法的理论基础及主要方法;能够进行简单的证券投资分析。 (3)能力目标:能够独立进行证券投资分析;具有正确的投资理念;能够根据相关的资料、信息做出简单的投资分析。	36
会计报表分析	掌握资产负债表、利润表和现金流量表的编制方法,熟悉企业常用的财务分析方法和分析指标,能进行基本财务分析。	学习编制资产负债表、利润表和现金流量表及报表附注,学习财务分析的基本方法和技巧。	(1)素质目标:培养学生独立思考问题的习惯,养成团结协作的精神,能主动搜集、检索、获取信息,培养灵活的思维方式。 (2)知识目标:理解《报表编制与分析》课程的基本理论、基本内容和基本方法,掌握编制三大报表、附注以及财务报表主要指标的计算和分析方法。	36

			(3) 能力目标: 具备编制企业财务报表以及对报表进行计算分析的能力, 能够运用所学技能帮助企业对与报表相关问题进行分析、判断和处理。	
--	--	--	---	--

七、教学进程总体安排

每学年教学活动 40 周, 专业教学总周数为 78 周 (含 3 周军事课)。

学时与学分换算。18 学时折算为 1 学分, 两年制总学分为 97。

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

专业负责人的学历: 研究生以上学历; 有企业营销工作经历; 教学水平在同行中认可度高, 对营销领域的发展有一定见解, 学术水平较高, 有一定的专业建设经验。

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
200 人	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。	8 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	4-5 人

(二) 教学设施

1. 校内实践教学条件配置与要求

校内实训室包括市场营销实训室、调查分析实训室、项目实训室, 能够满足校内教学需求。

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、目标市场分析与选择、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	1、电脑 (60 台)	上网	项目调查、营销策划

	列、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

目前建有 11 家校外实训基地，能够满足学生校外实习的需求，帮助学生不断提升职业素养与实践能力。

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. 顺博家具电器有限公司	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. 北奥传媒有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	策划 诚信 沟通
5. 昆山润华商业有限公司顺德分公司（大润发）	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
6. 联邦家私集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
7. 联塑集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	调查 促销 销售 诚信 沟通
8. 碧桂园集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	销售 诚信 沟通
9. 顺德麦当劳	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
10. 永旺购物中心	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
11. 广东萌客网络科技有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	客服 运营 诚信 沟通

（三）教学资源

多门专业核心课程建立了在线教学资源库，基于工作过程系统化，开发教学资源，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。课程的选用教材严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度，并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	市场营销实务	市场营销基础与实务	机械工业出版社	高凤荣	是	传统教材
2	精准调研	市场调查与预测（修订本）	北京交通大学	刘红	是	传统教材
3	消费心理分析	消费者行为分析	高等教育出版社	林海	否	新形态
4	广告策划实务	广告策划与品牌管理	暨南大学出版社	陈俊宁	是	传统教材
5	销售实务	现代销售技术	机械工业出版社	江帆	是	新形态
6	客户关系	客户管理	暨南大学出版社	陈俊宁	是	传统教材

	管理		社			
7	公共关系 管理	公共关系实用 教程	高等教育出版 社	李兴国	否	传统教材
8	营销渠道 管理	营销渠道管理	高等教育出版 社	庄贵军	否	传统教材

（四）教学方法

依据专业培养目标、课程教学要求，结合课程教学目标和课程特点以及有关学情和教学资源，综合采用课堂讲授、混合教学、分组讨论、案例教学、任务教学、角色体验、情境教学等方法。以学生为中心，坚持学中做、做中学，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略。专业核心课程采用基于工作过程设计理念，以真实工作任务为载体设计教学过程和教学内容，注重培养学生的实操技能和职业素养，强化理论实践一体化。主要教学方法如下：

1. 混合式教学，拓展学习时间和空间

一方面，通过网络教学平台（电脑和手机端），将课程动画、微课视频提前发布给学生，并通过布置任务，指导学生课外学习，拓展学生学习的时间。开放讨论区，设置问卷调查，增加师生的沟通，以便教师调整课堂内的活动。另一方面在课堂内，通过学生的展示汇报、游戏测试，教师的讲解演示，突破重难点，巩固理论知识，同时可以锻炼学生的展示能力。通过设计案例教学、任务驱动等多种教学方法，提高学生兴趣，掌握重难点。

2. 自主探究与小组合作相结合，培养学生实际动手能力

学生通过网络教学平台上推送的教学资源先进行自学，教师再在课堂上进行点拨，反复实践练习，培养学生学习能力，提高自主学习积极性；另一方面，学生通过小组组内合作、组间竞争的方式，激发学生的斗志和好胜心，同时培养学生团队合作的能力。

（五）学习评价

转变单一评价模式。注意使用多元评价方式，结果性评价与过程性评价相结合；个体评价与小组评价相结合；理论学习评价与实践技能评价相结合。

建立多样化评价方式。除书面考试以外，还可采用观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定、提交案例分析报告等方式，进行整体性、过程性和情境性评价。有条件的课程，可与社会性评价相结合，如参加 1+X 考证等。

加强评价结果的反馈。通过及时反馈，更好地改善学生的学习，有效地促进学生发展。在反馈中要充分尊重学生，以鼓励、肯定、表扬为主。

（六）质量管理

成立市场营销专业教学指导委员会，每年召开一次会议，审议和完善专业人才培养方案。委员会专家发挥指导和引领作用，指导专业教师团队，深入企业开展岗位工作群工作任务调研分析，剖析专业人才所需的职业技能与知识，构建适应区域地方经济的专业特色课程体系，指导制定专业人才培养方案及其实施细则。

成立院系两级督导组，加强对教学的管理和教学质量的监控指导。学校成立由学校主管教学副院长任组长，教务处、校督导室相关负责人员负责实施的教学管理与质量监控机构，执行过程中依靠各班级学生纪检信息员和院系教学信息员参与，对课程教学进行监督和评估。

成立由商学院院长任组长、教学副院长主管、专业教研室主任具体实施、教学管理办公

室和实训中心协同参与的教学执行组织，负责对专业任课教师的教学工作进行检查、教学质量评价等管理工作。

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) 推荐通过（获得）数字营销技术应用职业技能证书（中级）。

(2) 推荐通过高等学校计算机等级一级考试（或以上）。

(3) 推荐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

教学安排进程表

课程教学计划进程表

专业名称: 市场营销 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
								理论讲授	课程实践								
公共课	必修	003251	形势与政策(两年制)		1	32	32	32	0	0	8	8	8	8	五级制		考试
		005278	军事(含《军事理论》与《军事技能》)*		4	72	24	24	0	48	72	0	0	0	五级制		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	48	0	0	0	百分制		考试
		005282	创新创业基础*		2	36	10	10	0	26	36	0	0	0	百分制		考查
		005669	思想道德与法治(两年制)	是	2	32	24	24	0	8	32	0	0	0	百分制		考试
		005281	劳动教育		1	18	6	6	0	12	3	3	12	0	五级制		考查
		007654	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(两年制)	是	1	16	12	12	0	4	16	0	0	0	百分制	校内	考试
		005260	体育*		2.5	46	16	6	10	30	0	46	0	0	百分制		考查
		001396	大学国文	是	2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	百分制		考试
		005294	大学生心理健康教育与职业规划*		2	36	12	12	0	24	0	36	0	0	百分制		考查
小计					20.5	372	208	198	10	164	215	129	20	8			
限		006390	摄影艺术 1		2	36	18	18	0	18	36	0	0	0	百分制		考查
		004385	马克思主义中国化进程与青年		1	20	20	20	0	0	20	0	0	0	百分制		考试

选		学生使命担当														
	005558	音乐鉴赏*		2	36	18	18	0	18	0	0	36	0	百分制	考查	
小计				5	92	56	56	0	36	56	0	36	0			
限选	005535	市场营销沙盘模拟实训*		1.5	28	18	8	10	10	28	0	0	0	百分制	考试	
	005536	情境营销技能实训		4	72	46	6	40	26	0	72	0	0	百分制	考查	
	005555	数字营销技术应用		4	72	54	24	30	18	0	0	72	0	百分制	考试	
小计				9.5	172	118	38	80	54	28	72	72	0			
任选	005682	商务沟通实践*		2	36	24	12	12	12	36	0	0	0	百分制	考试	
	006197	经济应用文写作(1)*		2	36	24	12	12	12	36	0	0	0	百分制	考查	
	006473	数据可视化		2	36	24	12	12	12	0	36	0	0	百分制	考查	
	005276	投资理财*		2	36	24	12	12	12	0	0	36	0	百分制	考查	
	006180	供应链管理*		2	36	24	12	12	12	0	0	36	0	百分制	考查	
	005321	现代物流管理(一)*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	五级制	考查	
	005392	证券投资*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	百分制	考试	
	005688	电子商务基础与应用*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	百分制	考查	
	006187	会计报表分析*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	百分制	考查	
	006196	企业行为与管理心理(1)*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	百分制	考查	
006199	商业伦理*		2	36	24	12	12	12	0	0	0	0	百分制	考查		
小计				10	180	120	60	60	60	72	36	72	0			
专业群平	005136	经济基础与应用(1)*		2	36	28	18	10	8	0	36	0	0	百分制	考试	
	006471	新媒体技术		3	54	46	22	24	8	0	0	54	0	百分制	考查	
小计				5	90	74	40	34	16	0	36	54	0			
专业模组	000918	市场营销实务	是	4	72	72	44	28	0	72	0	0	0	百分制	考查	
	000913	客户开发与管理		4	72	72	44	28	0	0	72	0	0	百分制	考查	
	000908	广告策划实务	是	4	72	72	44	28	0	0	72	0	0	百分制	考查	
	006472	精准调研	是	4	72	60	32	28	12	0	72	0	0	百分制	考查	
	004489	销售实务	是	3	54	54	26	28	0	0	0	54	0	百分制	考查	
	000922	消费心理分析	是	3	54	54	36	18	0	0	0	54	0	百分制	考查	
	000930	营销渠道管理	是	3	54	54	36	18	0	0	0	54	0	百分制	考查	
	003325	公共关系管理		3	54	54	46	8	0	0	0	54	0	百分制	考查	
	003360	经管类毕业论文(一)		2	36	36	0	36	0	0	0	0	36	五级制	考查	
003426	经管类顶岗实习(两年制)		18	324	324	0	324	0	0	0	0	324	五级制	考查		
小计				48	864	852	308	544	12	72	216	216	360			
公共课合计				25.5	464	264	254	10	200	271	129	56	8			
专业课合计				72.5	1306	1164	446	718	142	172	360	414	360			
学分、学时及平均周学时统计				98	1770	1428	700	728	342	26.06	25.74	24.74	23.00			