

2019 级市场营销（TAFE 项目）专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销（TAFE 项目）。

专业代码：630701C。

二、入学要求

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 （63）	市场营销 类 （6307）	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）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，具有国际化视野，较高英语水平，良好职业素养，掌握扎实专业知识技能，高度团队协作能力、创新精神及持续学习能力，面向制造业、批发和零售业营销策划、市场拓展、产品推广、营销活动组织等领域的高素质、复合型技术技能人才。

（二）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) 掌握必备的思想政理论、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	教学课程	学分	学时	占比
----	------	----	----	----

公共基础课程	见《教学计划进 程表》	37	700	27
专业课程		89	1608	63
选修课程		14	254	10
合计		140	2562	100

(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	市场调查（双） 消费者行为（双） 直接营销（双）
	1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告	媒体计划与广告调查基础与实务（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	商务数据分析与商务智能（双） 战略市场营销（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	预算管理 with 财务计划（双） 电子商务营销项目（双）
	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	整合营销沟通计划制定（双） 营销计划实施基础与实务（双）
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） 演讲与辩论（双） 工作过程数字化应用（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	营销概论（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	营销沟通（双） 财务活动报告（双） 营销审计基础与实务（双）
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	

		<p>3.1.4 能激发顾客的购买欲望</p> <p>3.1.5 能接近潜在客户</p> <p>3.1.6 能拟定拜访计划</p>	
	3.2 商务谈判	<p>3.2.1 能与顾客友好沟通</p> <p>3.2.2 能选择报价时机</p> <p>3.2.3 能正确运用常见的谈判策略</p>	
	3.3 商品推销	<p>3.3.1 能组建推销团队并进行管理</p> <p>3.3.2 能选择推销的基本模式</p> <p>3.3.2 能与客户推销洽谈</p> <p>3.3.3 能选择介绍商品的方式</p>	
4.营销策划	4.1 产品策略	<p>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</p> <p>4.1.2 能够对企业的产品组合进行优化管理</p> <p>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</p> <p>4.1.5 能够进行品牌的推广</p>	
	4.2 价格策略	<p>4.2.1 能够正确制定价格目标</p> <p>4.2.2 灵活运用价格策略</p> <p>4.2.5 能够正确使用产品定价方法</p>	
	4.3 渠道策略	<p>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</p> <p>4.3.2 能够对批发商、零售商、代理商进行管理</p>	
	4.4 促销策略	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>	
	4.5 制定计划	<p>4.5.1 能够执行企业的营销政策</p> <p>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</p> <p>4.5.3 能对营销计划进行审计和修订，</p>	

		并合理预算分配营销费用	
	4.2 调整计划	4.5.1 能对正在执行的营销方案进行过程调整 4.5.2 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	
	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）公共基础课程

1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：使大学生全面、系统地掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵；坚定马克思主义信仰，领会马克思主义中国化理论成果的精神实质，坚定“四个自信”，努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

主要内容：以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以中国特色社会主义为重点，着重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，集中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、科学发展观以及习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、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。

教学要求：

（1）素质目标：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。

（2）知识目标：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、基本路线和基本方略，理解习近平新时代中国特色社会主义思想体系的理论内涵和历史地位。

（3）能力目标：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。

2. 思想道德修养与法律基础

课程目标：通过课程的学习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。

主要内容：本课程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。

教学要求：

(1) 素质目标：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。

(2) 知识目标：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) 能力目标：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。

3. 形势与政策

课程目标：课程是理论武装实效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是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的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，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。

主要内容：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。

教学要求：

(1) 素质目标：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) 知识目标：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) 能力目标：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。

4. 大学国文

课程目标：本课程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。

主要内容：本课程通过对先秦重要经典的学习，让学生了解中华元典的基本内涵，汲取传统文化的精华，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。

教学要求：

(1) 素质目标：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) 知识目标：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。

(3) 能力目标：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。

5. 体育

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：

(1) 素质目标：提高学生体质健康水平，促进学生全面发展。

(2) 知识目标：了解各单项的战技术及裁判规则并掌握其基本战技术。

(3) 能力目标：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。

6. 大学生心理健康教育

课程目标：课程旨在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。

主要内容：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。

教学要求：

(1) 素质目标：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) 知识目标：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) 能力目标：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。

7. 职业生涯规划

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：

(1) 素质目标：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) 知识目标：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) 能力目标：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。

8. 军事（含军事理论与军事技能）

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求:

(1) 素质目标: 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。

(2) 知识目标: 通过军事课教学, 让学生了解掌握军事基础知识。

(3) 能力目标: 通过军事课教学, 让学生了解掌握基本军事技能。

9. 计算机应用基础 (非计算机类专业)

课程目标: 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。

主要内容: 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。

教学要求:

(1) 素质目标: 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。

(2) 知识目标: 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。。

(3) 能力目标: 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。

10. 创新基础

课程目标: 初步了解创新及创新思维, 掌握基本的激发创新意识、训练创新思维、应用创新方法、提升创新能力的原理和方法, 使学生逐步有意识地开发自身的创新潜能, 提高创新素质, 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, 进一步提升学生的专业综合能力, 培养高素质的创新型人才。

主要内容: 本课程以培养学生创新意识、创新精神和创新能力为主线, 从创新活动的一般过程与逻辑规律出发, 遵循高职教育教学规律和学生的认知规律, 内容包括: 创新认知、创新思维训练、创新方法、设计思维、创新产品的开发、创新成果的保护等教学项目与教学任务。

教学要求:

(1) 素质目标: 初步具备创新意识与创新精神, 培养学生的创新能力、动手能力、多向思维能力、分析解决问题的能力、团队合作力, 提升学生的专业素质。

(2) 知识目标: 掌握创新基础知识, 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, 学会运用创新思维及方法解决现实问题。

(3) 能力目标: 能突破思维障碍, 发展创新思维能力, 初步形成创造性思维品质, 在实

践中能够熟练使用不同的创新思维和创新技法解决某些实际问题，并在实践中有所发明、创造。

11. 创业基础

课程目标：使学生了解创业的概念、创业与人生发展的关系，培养学生的创业思维，增强学生团队协作能力，锻炼学生应对不确定性的思维模式与能力。使学生了解开展创新创业活动所需要的基本知识和流程，认知创新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。

主要内容：课程关注创业者思维模式的培养，并提供国际先进的创业方法论。内容包括：创业与人生方向、包括创业思维与管理思维的比较；自我认知与有价值的想法的产生，挖掘自身资源，探索自身价值创造并产生有价值的想法；创业团队如何生成及其重要性，创业团队的内涵特征；问题探索，探索用户需求，掌握定义问题的技巧；创意方案，包括学习发散聚敛的集体创造方法，提出创意的解决方案，形成解决问题的初步方案。市场测试，了解精益创业的概念，掌握市场测试的基本要求，并将自己的方案做成原型，面向用户进行内部和外部测试；商业模式，组成商业模式的各个要素，设计适合自己项目的商业模式；商业呈现，学生了解商业的运行需要资源的支撑，并且通过了解资源的获取渠道，掌握一定的商业路演技能，对自己的项目进行路演展示。

教学要求：

(1) **素质目标：**锻炼学生面对不确定性如何做决策的创业思维模式，培养学生创新创业精神，树立科学的创新创业观，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。

(2) **知识目标：**使学生了解开展创业活动所需要的基本知识和流程，掌握创业的广义和狭义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。

(3) **能力目标：**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，初步了解商业模式。

(四) 专业课程

1. 营销概论(双) Marketing profile

课程目标：通过本课程使学生掌握分析目标市场、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。

主要内容：包括市场概况以及产品与服务推广两部分内容，涵盖目标市场分析、细分市场、制定市场定位战略、组织产品推广绩效评估等。

教学要求：学生了解组织促销的策划过程，掌握定位目标市场和细分市场的技能，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。

2. 营销沟通(双) Marketing Communication

课程目标：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。

主要内容：包括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，以及研究、分析和应用市场传播行业知识所需的技能。

教学要求：学生能掌握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，适用于从事各种初级市场沟通及营销传播岗位工作。

3. 消费者行为（双） Consumer Behavior

课程目标：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。

主要内容：包括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。

教学要求：学生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；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。

4. 直接营销（双） Direct Marketing

课程目标：通过本课程的学习使学生掌握以营销为目标的数据收集、维护、分析和使用；掌握设计、实施和评估直接营销方案；针对企业的营销目标解决营销问题。

主要内容：包括营销数据的收集、维护、分析和使用的方法与流程；设计直接营销方案要素、测试直接营销方案、制定合适的直接营销价格策略、根据不同的顾客服务要求设计和选定直接营销方案。

教学要求：学生掌握以营销为目标的数据处理流程和直接营销的方案设计、实施和评估的方法，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项目。

5. 财务活动报告(双) Report on Financial Activity

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：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。

6. 营销审计基础与实务（双） Marketing audit

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：学生应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，营销规划内容和相关立法的基本规定。根据相关规定，学生将能够进行和审查营销过程和操作，并能够对营销工作的绩效进行评估。

7. 媒体计划与广告调查基础与实务（双） Media Plan & advertising research

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：学生能界定媒体需求、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。

8. 商务数据分析与商务智能（双） Business Data Analysis & Decision Making

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：学生对商务背景知识有基本了解，能够使用常见的数据处理软件。能够在案例化教学中学习实践商务数据分析基本能力，以数据的角度优化商务决策。

9. 战略市场营销（双） Strategic Marketing

课程目标：学生了解网络营销的内容以及网络营销的沟通策略，能根据企业的商业背景，设计和开发电子商务解决方案。

课程内容：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。

教学要求：学生将熟悉传统营销和网络营销的概念，了解网络营销的特点以及网络营销与传统营销的差异。能够设计和实施网络营销战略和计划，并能够实施该战略。

10. 预算管理 with 财务计划（双） Manage Budgets and Financial Plans

课程目标：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。

主要内容：本单元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。

教学要求：学生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，财务管理的基础知识。能有效利用财务资源、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。

11. 电子商务营销项目（双） E-marketing Communications and Solutions

课程目标：学生了解电子商务市场的特点，了解消费者行为。会设计和调整适合于业务的营销策略。

课程内容：营销策略、营销组合以及 4P 或 6P “S”，外部环境因素及其对企业的影响，B2B 和 B2C 营销需求的不同特性，消费者行为的特点以及整合营销组合以适应消费者需求。

教学要求：学生应熟悉基本的营销概念，了解企业、法规和消费者之间的关系，通过背景知识的掌握与理解，能运用于营销整合过程以满足消费者的期望。

12. 整合营销沟通计划制定（双） Design and Develop an Integrated Marketing Communication Plan

课程目标：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市场营销观念，系统掌握市场营销学的基本原理和方法。

主要内容：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。

教学要求：学生能掌握分析市场环境、分析消费者购买行为、分析竞争者的策略。能够

制定 4ps 策略并能够应用及管理营销活动，切实提高分析问题、解决问题的能力，能对企业的营销决策提出咨询建议，应用于产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动。

13. 市场调查（双） Market Research

课程目标：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。

主要内容：包括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。

教学要求：学生能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的调研工作。

14. 营销计划实施基础与实务（双） Implement and Monitor Marketing Activities

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：学生掌握谈判与推销的原理、策略、技巧，能够胜任谈判与推销的决策与管理工

15. 项目管理（双） Undertake Project Work

课程目标：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，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。

主要内容：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。

教学要求：学生了解项目管理设计的基本知识点，理解有效组织项目资源、控制项目流程与进度的方法与原理，能根据目标制定项目任务书与方案书，监控项目实施进度与流程，对项目进行总结与评估。适用于从事项目管理工作。

16. 演讲与辩论（双） Articulate, Present and Debate Ideas

课程目标：本课程旨在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。

主要内容：包括演讲与辩论的基本知识与技巧，批判性分析、反思和评价他人的方法，提高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。

教学要求：学生掌握演讲与辩论的策略与技巧，能分析提炼演讲主题，思路清晰的表达阐述立场与观点。适用于从事市场拓展、客户资源管理等工作。

17. 工作过程数字化应用（双） Apply Digital Solutions to Work Processes

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：使学生了解数字信息技术的发展变迁、应用技巧、拓展空间，使其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。

18. 求职技能

课程目标：通过本课程学习学生掌握在求职过程中所需要的有效的口头、书面和人际沟通技巧，通过研究以及在适合的工作情景中的应用来评估个人的求职表现，实现在求职过程中的训练和能力提升。课程适合与初次或者再次进入职场的人士。

主要内容：课程主要的学习内容包括求职者自我认知、行业企业认知、招聘信息来源、雇佣条件、简历格式、求职形式、面试技巧、沟通等

教学要求：学生能够充分获取及评估招聘信息，熟练运用简历及沟通技巧准备及申请工作、作为应聘者参加面试，并通过效评估个人在面试中的表现实现个人能力提升。

19. TAFE 专业衔接课程

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：

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。

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。

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。

20. 商务英语基础

课程目标：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。

主要内容：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。

教学要求：

(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。

(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。

(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。

21. LCCI 商务英语 (LCCI Business English)

课程目标：LCCI 商务英语以普通英语为基础，使学生具备一定的英语听、说、读、写、

译能力的基础上，力争通过 LCCIEB 工商管理或商务英语证书。

主要内容：在学习普通英语的基础上，以商务为特色，学习包括普通英语中所没有的具有行业特征的商务理论、商务知识。

教学要求：

(1) 素质目标：培养勇于创新、专注目标的办事精神，形成勤于思考、做事认真的良好作风。

(2) 知识目标：熟悉一般商务业务活动的工作过程，掌握基本的商务谈判的理论知识；具备一定的英语听、说、读、写、译能力，熟悉 LCCI 商务英语考证的基本内容和大纲。

(3) 能力目标：围绕商务类场景，培养学生运用英语进行日常涉外业务活动情景对话的能力，帮助学生掌握基本的会话策略，能就一定的专业性话题较为流利、准确地进行对话、翻译或写作。

22. 综合英语 (I, II)

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。

主要内容：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，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。

教学要求：

(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。

(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。

(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。

23. 英语听说 (I, II, III, IV)

课程目标：本课程系统地训练和培养学生的英语听说及表达能力，有计划地提高学生的听力理解能力，引导学生逐渐形成英语思维。让学生在学英语的过程中一面吸收书面的语言知识，一面进行听和说的实践，从而能避免哑巴英语。本课程突出语言的技能的培养，旨在通过本课程的学习和训练后，学生能障碍地进行英语会话。

主要内容：本课程着重于学习区别容易混淆的音素、单词及句型结构，能听懂、理解英语国家人士的难度不超过所学语言知识的口头表达，能辨别说话人的态度和语气，听懂 VOA 特别英语。学习选择关键词句，归纳大意，能听懂英语国家人士日常生活和社会生活口头表达，听懂中等难度的材料，理解所听材料的中心意思，领会作者的态度，感情和真实意图，并能用英语做相应笔记。

教学要求:

(1) 素质目标: 遵循“以人为本”, 能够在职场环境下, 有效地和外商沟通; 遵循“沟通为先”, 能够分析职场英语听力问题和解决问题; 遵循“客户至上”, 能够养成良好的服务意识及对外接洽的商务礼仪意识。

(2) 知识目标: 系统地训练和培养学生的英语听说及表达能力, 有计划地提高学生的听力理解能力, 引导学生逐渐形成英语思维。

(3) 能力目标: 能听懂基本商务英语涉外业务活动的一般交谈和简短讲话, 辨别商务谈判活动中讲话人的态度和语气, 理解特定情景中语言的含义。

24. 英语写作

课程目标: 本课程以应用能力培养为目标, 通过任务设定, 情景设计, 网络应用, (写作) 过程控制等多种方法, 再现写作真实情境, 让学生从中感受写作的实用性, 把握真实工作环境中由准备、起草、修改到编辑排版的写作循环, 进而积极地运用书面写作技能去开展相关的“业务”活动。

主要内容: 该课程围绕涉外岗位的职业标准, 通过典型的工作任务将写作知识与写作技能结合起来实施教学。内容包括基本的句法知识、句子的扩展、段落的基本划分和组织结构, 比较、描述、议论、分析、概括、定义和释意的基本方法, 标点使用的基本规则, 写作构思与排版的基本过程, 不同体裁的文章的特点和风格。

教学要求:

(1) 素质目标: 培养良好的职业精神和求真务实的工作态度, 形成跨文化沟通意识和文化敏感性以及书面交往礼仪。

(2) 知识目标: 掌握英语写作的 5C 原则: 准确、清晰、简约、具体、礼貌, 形成较强的读者意识, 了解正式与非正式文体的差异及其特点, 把握写作基本过程和步骤(准备、起草、修改、定稿, 编辑和排版)。

(3) 能力目标: 能就工作中日常事务, 选择相应的形式, 撰写书面通知, 根据不同会议的性质, 完成会议议程和会议纪要的写作, 采用备忘录形式提出问题和解决问题, 就目前所进行的工作, 完成概括性或阶段性的书面工作(汇报)报告, 在工作中通过信件或邮件, 完成请求、拒绝、感谢、邀请或投诉等活动, 在商务环境下进行市场调研, 并完成较为正式调查报告。

25. 英语口语

课程目标: 本课程注重培养和训练学生语言知识转换的能力, 帮助学生养成良好的口头交际的习惯: 清晰、流畅、达意, 帮助学生建立起交际信心; 能在日常生活背景和商务工作背景下进行恰当交谈; 能就所听读的材料和熟悉的题材进行对话、连贯发言并能进行较有深度的思想表达。

主要内容: 本课程主要围绕日常话题, 逐步培养学生用英语就日常生活中的一般情景进行恰当的交谈的基本口头交际的能力。要求学生能比较准确地表达思想, 做到语音、语调、语法基本正确, 语言运用基本得体。同时, 帮助学生了解主要英语国家的文化背景和生活习俗, 为后续课程提供文化输入的准备。

教学要求:

(1) 素质目标: 培养勇于创新、专注目标的办事精神, 形成勤于思考、做事认真的良好作风。

(2) 知识目标：熟悉一般商务业务活动的工作过程，掌握基本的商务谈判的理论知识

(3) 能力目标：围绕商务类场景，培养学生运用英语进行日常涉外业务活动情景对话的能力，提高学生口头表达的流利性和准确性，帮助学生掌握基本的会话策略，能就一定的专业性话题较为流利、准确地进行对话或讨论，同时能就熟悉的话题经准备后作出简短的发言。

26. 顶岗实习与毕业设计(论文)

课程目标: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。

主要内容：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。

教学要求：

(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 workflows，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。

七、教学进程总体安排

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

学分与学时的换算。18 学时折算为 1 个学分，总学分为 140。

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
120	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	6-8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	2-3人

(二) 教学设施

1. 校内实践教学条件配置与要求

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、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

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	导购、促销 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	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。

（四）教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

（五）学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求和建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

（六）质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。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。

九、毕业要求

1. 证书要求

（1）推荐通过（获得）市场营销经理助理证书、国际商务单证员资格证书、通用管理能力证书、人力资源管理员资格证书。

（2）通过高等学校计算机等级一级或二级考试（或以上）。

（3）通过高等学校英语应用能力 A 级或 B 级。

（4）美育课程列入人才培养方案。每位学生须修满 1 学分美育课程学分方能毕业。

2. 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。

十、附录

1. 教学安排进程表

2. 人才培养方案变更审批表

课程教学计划进程表

专业名称: 市场营销 TAFE中澳合作办学 2019注册全日制

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						考核方式	实践教学场所	备注		
							课内总学时	课堂理论讲授	课程实践	一	二	三	四	五	六					
																			17	19
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			
		004020	军事(含军事理论与军事技能)		4	72	18	18	0	54	72	0	0	0	0	0	0	五级制		
		003965	思想道德修养与法律基础(I)		3	54	42	42	0	12	54	0	0	0	0	0	0	百分制		
		001250	英语口语(外教)(1)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		
		002238	英语听力(1)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		
		001297	体育(1)		1.5	28	28	4	24	0	28	0	0	0	0	0	0	百分制		
		001397	大学生心理健康教育		1.5	28	24	24	0	4	28	0	0	0	0	0	0	百分制		
		002546	职业生涯规划		1	18	0	0	0	18	18	0	0	0	0	0	0	五级制		
		000973	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	是	4	72	54	54	0	18	0	72	0	0	0	0	0	百分制		
		002084	计算机应用基础	是	2.5	46	46	24	22	0	0	46	0	0	0	0	0	百分制		
		001251	英语口语(外教)(2)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		
		001298	体育(2)		2	36	36	4	32	0	0	36	0	0	0	0	0	百分制		
		001396	大学国文	是	2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		
		002242	英语听力(2)		2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制		
		002564	创新基础		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	0	五级制		
		002565	创业基础		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	0	五级制		
		001276	英语听说III		2	36	36	18	18	0	0	36	0	0	0	0	0	百分制		
		001277	英语听说IV		1.5	28	28	14	14	0	0	0	28	0	0	0	0	百分制		
		004004	体育(3)		1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0	0	百分制		
				小计		37	682	576	466	110	106	280	306	44	36	26	8			
限选		004041	声乐艺术		2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	0	0	百分制			
		小计		2	36	36	36	0	0	0	36	0	0	0	0					
专业课	必修	004145	LCCI商务英语(1)(双)		3	54	54	54	0	0	54	0	0	0	0	0	五级制			
		004146	LCCI商务英语(2)(双)		3	54	54	54	0	0	0	54	0	0	0	0	0	五级制		
		003758	合作办学顶岗实习(一)		2	36	36	0	36	0	0	36	0	0	0	0	0	五级制		
		000926	营销概论(双)		4	72	72	54	18	0	0	0	72	0	0	0	0	五级制		
		000927	营销沟通(双)	是	3.5	64	64	28	36	0	0	0	64	0	0	0	0	五级制		
		000911	市场调查(双)	是	3	54	54	26	28	0	0	0	54	0	0	0	0	五级制		
		004108	演讲与辩论*(双)		3	54	54	54	0	0	0	0	54	0	0	0	0	五级制		
		000906	工作过程数字化应用(双)	是	2.5	46	46	10	36	0	0	0	46	0	0	0	0	五级制		
		003759	合作办学顶岗实习(二)		6	108	108	0	108	0	0	0	108	0	0	0	0	五级制		
		000924	消费者行为(双)		3	54	54	45	9	0	0	0	0	54	0	0	0	五级制		
		000935	直接营销(双)		3	54	54	28	26	0	0	0	0	54	0	0	0	五级制		
		000941	媒体计划与广告调查基础与实务(双)		3	54	54	26	28	0	0	0	0	54	0	0	0	五级制		
		000968	营销审计基础与实务(双)		3	54	54	26	28	0	0	0	0	54	0	0	0	五级制		
		004096	商务数据分析与商务智能(双)		3	54	54	36	18	0	0	0	0	54	0	0	0	百分制		
		000989	财务活动报告(双)		2.5	46	46	28	18	0	0	0	0	46	0	0	0	五级制		
		004110	项目管理*(双)		2.5	46	46	46	0	0	0	0	0	46	0	0	0	五级制		
		000928	营销计划实施基础与实务(双)	是	4	72	72	54	18	0	0	0	0	0	72	0	0	五级制		
		000933	战略市场营销(双)		4	72	72	54	18	0	0	0	0	0	72	0	0	五级制		
		000905	电子商务营销项目(双)		3	54	54	26	28	0	0	0	0	0	54	0	0	五级制		
		000948	求职技能(双)		3	54	54	36	18	0	0	0	0	0	54	0	0	五级制		
		004109	整合营销沟通计划制定*(双)		2.5	46	46	46	0	0	0	0	0	0	46	0	0	五级制		
		004112	预算管理 with 财务计划*(双)		2.5	46	46	46	0	0	0	0	0	0	46	0	0	五级制		
		004150	毕业论文(合作办学)		2	36	36	0	36	0	0	0	0	0	0	36	0	五级制		
		003760	合作办学顶岗实习(三)		18	324	324	0	324	0	0	0	0	0	0	324	0	五级制		
				小计		89	1608	1608	777	831	0	54	90	398	362	344	360			
任选		004147	综合英语1		2.5	46	46	46	0	0	46	0	0	0	0	0	百分制			
		001208	英语写作		2	36	36	18	18	0	36	0	0	0	0	0	百分制			
		000987	TAFE专业衔接课程(双)		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	五级制			
		004148	综合英语2		3.5	64	64	64	0	0	0	64	0	0	0	0	百分制			
		004107	商务英语基础		3	54	54	54	0	0	0	0	0	54	0	0	0	五级制		

课程教学计划进程表

专业名称: 市场营销 TAFE中澳合作办学 2019注册全日制

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						考核方式	实践教学场所	备注	
							课内总学时	课堂教学		课外实践	一	二	三	四	五				六
								理论	课程实践										
			小计		12	218	218	200	18	0	100	64	0	54	0	0			
			公共课合计		39	718	612	502	110	106	280	342	44	36	26	8			
			专业课合计		101	1826	1826	977	849	0	154	154	398	416	344	360			
			学分、学时及平均周学时统计		140	2544	2438	1479	959	106	25.53	26.11	23.26	23.79	19.47	23.00			