

2019 级三年制高职 市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（专业代码：630701）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

全日制三年

四、职业面向

1. 就业岗位

表1 就业岗位面向表

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)	主要就业岗位群或 技术领域举例	职业技能等级 证书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	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 (4-01-02-05)、客户 服务管理员 (4-07-02-03)、市场 营销专业人员 (2-06-07-02)、商务 策划专业人员 (2-06-07-03)、品牌 专业人员(2-06-07-04)	产品销售类:包括企业销 售经理助理、销售主管、 业务代表、销售顾问等; 市场运作类:包括调研专 员、市场策划专员、销售 管理专员、广告宣传专 员、市场推广专员、渠道 专员等;市场服务类:客 服专员、客服代表等。	茶艺师 (特色)

2. 发展岗位

表2 发展岗位面向表

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)	主要就业岗位群或技术领域举例	职业技能等级证书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销类(6307)	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(4-01-02-05)、客户服务管理员(4-07-02-03)、市场营销专业人员(2-06-07-02)、商务策划专业人员(2-06-07-03)、品牌专业人员(2-06-07-04)	企业销售经理、市场部主管、客服经理	茶艺师 (特色)

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、德智体美劳全面发展，适应现代社会的需要，结合新媒体技术、新渠道模式等营销行业变革现状，面向各类工商企业第一线岗位、具有良好的职业道德素质和行为规范，掌握必需的本专业基础知识，具备较强的实践能力与一定的创新、创业能力，能胜任企业销售、市场、客服等部门各岗位业务操作的高素质技能型营销人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

(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) 具有正确的世界观、人生观和价值观，遵循职业道德，拥有忠诚、勤奋好学、爱岗敬业、团结协作等优良品质。

(4) 掌握现代体育运动基本知识和基本技能，具有文体特长；身体健康、健美，达到《大学生体质健康标准》所规定的各项指标。

(5) 具有较强的心理适应能力，理智、真诚、坦荡的性格和良好的人际关系，乐观、积极向上的优良品质，达到教育部《普通高校大学生心理健康工作实施纲要》（试行）所规定的要求、心理健康、人格完善。

(6) 具有较强的融入企业文化的意识与良好的企业职业素养。

2. 知识要求

(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) 掌握市场调研以及商务数据分析的基础知识、推销与商务谈判知识、营销策划知识、客户服务与管理知识、营销知识、客户消费心理与行为知识、进出口贸易知识、企业营销团队管理知识、企业财务和商务票据知识、网络销售知识、品牌建设与维护知识、商品知识、物流知识等专业知识。

(3) 计算机应用基本知识、文化基础知识、经济理论知识、有关商务活动的法律法规政策及企业规章制度基本知识、一定的专业英语知识等基础知识。

3. 能力要求

(1) 专业技能

具备收集、整理、分析资料、依据信息进行预测、决策能力；商品的鉴别能力；与客户进行商务谈判完成销售能力；营销活动能力；经济合同的拟定能力；网络营销业务处理能力；营销活动策划、文案的撰写以及活动实施能力；客户关系管理能力；物流配送事务处理能力；销售相关财务问题处理能力以及与相关公众关系处理能力等。

(2) 社会能力

较强的社会交际能力、一定的组织能力和协调能力、社会与具体环境的适应与应变能力、良好的团队协作和人际沟通能力、良好的语言文字表达能力、良好的个人礼仪修养、服务意识、开拓创新、严谨务实的工作作风、较

为宽厚的人文底蕴。

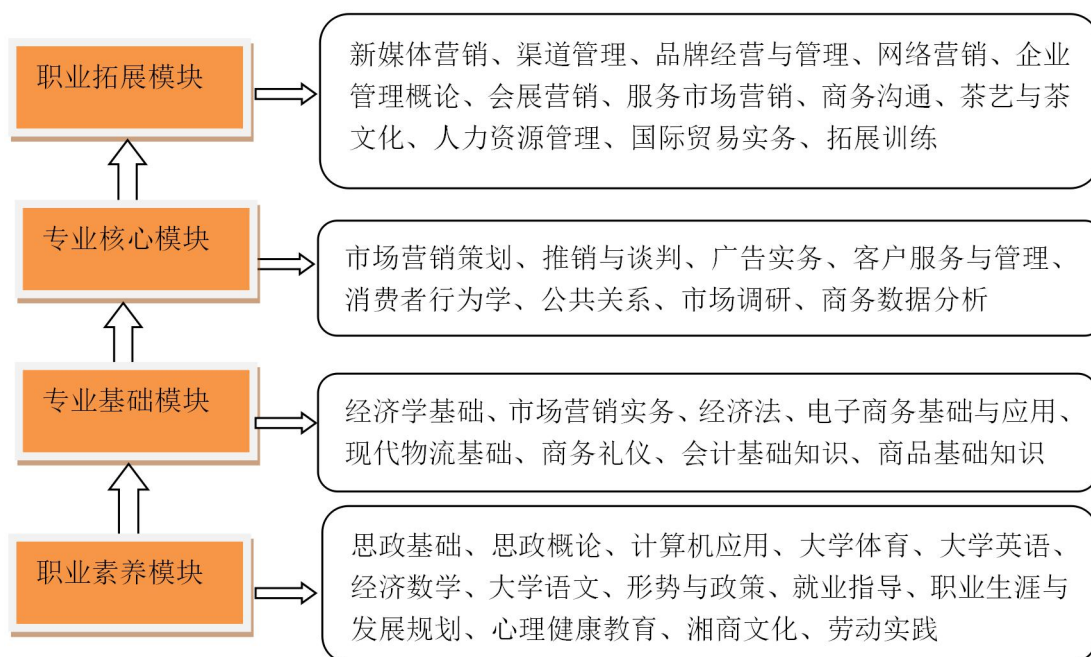
(3) 方法能力

较强的企业现代化办公能力、善于学习与可持续发展能力、一定的对知识的抽象、概括、判断、综合运用能力、对行业内兄弟企业学习借鉴的能力良好的计算机应用能力、良好的获取、分析、使用信息的能力、一定创新能力、一定创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程结构

课程分为四大模块：基本素养模块、专业基础模块（专业群共享课程）、专业核心模块、专业能力拓展模块。具体如下图所示。



(二) 主干课程与职业岗位能力要求对应关系分析

详见下表：

主干课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

就业岗位	典型工作（项目）	核心职业能力要求	专业主干课程
销售岗位	<ul style="list-style-type: none"> (1) 分析消费者 (2) 寻找客户 (3) 拜访客户 (4) 业务洽谈 (5) 签订合同 (6) 履行协议 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 根据顾客需求实现推销行为的能力； (2) 与客户商务谈判的能力； (3) 利用网络进行营销的能力； (4) 媒体选择和广告效果评估能力，并能进行简单的广告文案写作； (5) 良好的商务活动沟通和公关礼仪能力； (6) 掌握客户心理分析的基本方法， (7) 了解顾客需求，能够运用适当的销售技巧的能力。 	市场营销实务 消费者行为学 推销与谈判 市场调研 公共关系 商务礼仪 商务数据分析 商务沟通
市场运营岗位	<ul style="list-style-type: none"> (1) 市场调查 (2) 市场分析 (3) 撰写调研报告 (4) 设计营销战略 (5) 规划营销计划 (6) 策划营销策略方案 (7) 指导方案实施 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具有良好的语言表达和人际沟通的能力； (2) 具有根据主题设计问卷的一般能力； (3) 掌握问卷访问的方法； (4) 熟悉市场调查与预测的基本方法； (5) 具备市场预测的能力； (6) 能够对调查结果进行统计、归类； (7) 掌握根据客户需要撰写广告文案的能力； (8) 了解企业经营战略的能力； (9) 具备对营销管理和营销策划的能力； (10) 规划企业长期战略的能力。 	市场营销实务 市场调研 广告实务 公共关系 渠道管理 市场营销策划 商务数据分析 新媒体营销
客户服务	<ul style="list-style-type: none"> (1) 研究客户需求 (2) 客户投诉处理 (3) 客户关系维护 (4) 客户关系管理 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具有良好的语言表达和人际沟通的能力； (2) 处理顾客投诉与异议的能力； (3) 具备专业的客户服务电话接听技巧； (4) 敏锐的观察能力。 	市场调研 市场营销实务 商务礼仪 客户服务与管理 公共关系

（三）课程描述

1. 基本素养模块（公共基础课程）

（1）思政基础（48 学时，3 学分）

本课程是中宣部、教育部规定的高等学校学生的必修课，是高等学校思想政治理论课核心课程。该课程融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体，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质，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

（2）思政概论（64 学时，4 学分）

本课程是中宣部、教育部规定的高等学校学生的必修课，是高等学校思想政治理论课核心课程。课程以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义新时代理论。该课程旨在帮助大学生正确认识中国共产党的革命和建设方略，推动马克思主义中国化理论进教材进课堂进学生头脑，引导大学生热爱中国共产党、热爱祖国、热爱人民。

（3）形势与政策（40 学时，1 学分）

本课程是中宣部、教育部规定的高等学校学生的必修课，是高等学校思想政治理论课核心课程。该课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕全面从严治党、经济社会发展、涉港澳台事务、国际形势政策等 4 个专题进行展开，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》进行即时资源更新。该课程旨在帮助大学生正确认识新时代国内外形势，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。

(4) 思政实践（16学时，1学分）

为贯彻《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》，增强思想政治教育的针对性和实效性，引导大学生积极参加实践活动，特开设思政实践课。学生在思政课教师的指导下，围绕思想政治理论课的教学内容，选择某些专题或热点问题，结合专业特点开展研究性学习或其他研练活动，学生以小组的方式参与教学，以小组成果展示评定成绩。该课程旨在增强大学生的社会责任、历史使命感，培养大学生自主学习和科学研究精神。

(5) 入学教育与军训（15天，2学分）

本课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，按照《教育部 中央军委国防动员部关于印发〈普通高等学校军事课教学大纲〉的通知》（教体艺〔2019〕1号）要求，以军事理论、军事技能训练和入学教育为主要内容，从纪律、行为规范、竞赛活动等方面进行考核和评定，激发学生爱国热情，提升学生国防意识和军事素养，加强学生组织纪律性，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

(6) 军事理论（32学时，2学分）

通过本课程教学，让学生了解掌握军事理论和国防建设基础知识，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。本课程以中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备为主要内容，坚持课堂教学和教师面授的主渠道作用，坚持理论讲授与直观教学相结合，广泛运用多媒体教学，以提高学生的视、听效果，营造生动活泼的教学氛围。

(7) 大学体育（144学时，8学分）

《大学体育与健康》课程是高等学校教育的重要组成部分，是学校体育的基本组织形式，是培育学院各专业学生基本素养的公共必修课程。本课程是学院体育工作的中心环节，是学院实施素质教育和培养全面发展人才的

重要途径，也是完成体育教学任务，增强学生体质、提高学生全面素质的主要途径。本课程根据教育部颁发的《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》，围绕“终身体育”、“健康第一”主题，全面落实党的教育方针，以身体练习为主要手段，通过合理的体育理论教育和科学的体育锻炼过程，寓思想品德教育、生活劳动及体育技能教育于身体活动并有机结合，达到增强学生身体素质，促进身心和谐发展，掌握基本运动技能，提高体育素养的目的，为培养大学生“终身体育”意识奠定基础。

（8）心理健康教育（32学时，2学分）

为贯彻落实中共中央、国务院《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》（中发〔2004〕16号）、教育部办公厅《关于普通高等学校大学生心理健康教育工作实施纲要》（教思政厅〔2011〕1号）等文件精神，特设立《大学生心理健康教育》公共必修课程。课程以培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力为主要教学内容，全面提高学生的整体心理素养，为学生的终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。创设活动的情境，以体验式学习为教学模式，促使师生、生生在相互影响和相互交流的活动中产生深刻的情感体验或唤醒学生内心已有的经历和体验，激发学生产生强烈的求知欲和积极学习热情，促使学生在深刻的感悟中达到心理健康发展、提高心理素质的目的。

（9）职业发展与就业指导（一）（16学时，1学分）

本课程是为贯彻落实党中央、国务院关于切实做好毕业生就业工作的相关文件精神，提高广大学生的就业能力，开设的职业指导课程。通过本课程的学习，使学生认识到确立自身发展目标的重要性，了解相关职业的特性，思考未来理想职业与所学专业的关系，逐步确立长远而稳定的发展目标，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式，增强大学阶段学习的目的性和积极性。

(10) 职业发展与就业指导（二）（16学时，1学分）

本课程是为贯彻落实党中央、国务院关于切实做好毕业生就业工作的相关文件精神，提高广大学生的就业能力，开设的职业指导课程。本课程的主要内容包括就业思想指导、政策指导、信息指导、心理指导、求职技巧指导和创业指导。通过理论授课、专家辅导、模拟作业等形式，帮助学生掌握求职基本技巧，培养学生良好的职业综合素质和创业意识。

(11) 创业基础（32学时，2学分）

采取线上线下相结合的方式面向学生授课，线上16学时，线下16学时。

本课程是一门“双创教育”通识课，该课程是依据《教育部关于做好2016届全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》文件要求而开设，目的在于培养学生的创新创业意识，提高创新创业能力，帮助学生适应我国经济发展新常态。课程以创建企业的过程为脉络，把创业过程中需要掌握的关键知识点和创业中容易遇到的误区和陷阱，以案例分析的形式展现给学生，全面提升学生创新创业能力。

(12) 劳动实践（32学时，2学分）

为贯彻全国教育大会精神，加强大学生劳动教育，引导大学生积极参与生产劳动，树立崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的理念，特设立劳动实践课。劳动实践课以日常值班打扫宿舍、责任教室、责任公共区等卫生及承担校园文明督察员、校园卫生保洁员、校园绿化区域除草、公寓管理工作助理、食堂管理工作助理等工作为主要内容。以形式多样的劳动为载体、以分散劳动的为要方式组织教学与考核，引导学生在劳动实践中受教育、长才干、做贡献，树立正确的世界观、人生观和价值观。

(13) 马克思主义原理概述（32学时，2学分）

本课程是根据中宣部、教育部规定开设的高等学校学生的选修课。本课程紧紧围绕什么是马克思主义、为什么要始终坚持马克思主义、怎样坚持和

发展马克思主义这一主题，分绪论、马克思主义哲学、马克思主义政治经济学和科学社会主义三个部分给大学生阐述马克思主义的基本立场、基本观点和基本方法，帮助学生从整体上理解和把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，树立科学的世界观、人生观和价值观，坚定中国特色社会主义信念和共产主义崇高理想。

（14）红色潇湘（32 学时，2 学分）

本课程是根据习近平总书记关于党史研究和红色基因传承工作的重要指示及中宣部、教育部相关规定而开设的高等学校学生的选修课。本课程以湖南党史为主线，通过岁月如歌、璀璨星光、革命瑰宝等教学模块，介绍湖南共产党人领导的艰苦卓绝的革命斗争、著名红色人物、典型红色故事等，把弘扬红色文化与大学生思想政治教育结合起来。通过知识灌输、情感培育，使红色基因渗进血液、浸入心扉，引导大学生增强使命担当，矢志不渝跟党走，争做社会主义合格建设者和可靠接班人。

（15）大学英语（120 学时，8 学分）

为贯彻国家教育部《高职高专教育英语课程教学基本要求》，培养面向技术、生产、管理、服务等领域的高等应用性专门人才，特设立大学英语课。课程遵循“实用为主、够用为度”的原则，以外语教学理论为主要指导，以英语语言基础知识与英语策略和跨文化交际为主要内容，并集分层教学模式和多种教学手段为一体，旨在培养学生具有一定的听、说、读、写、译能力，掌握必要的、实用的英语语言知识和语言技能，能够在各种职业情境下灵活运用英语，基本达到全国高等学校英语应用能力考试 A 级的水平，并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础，以适应社会发展和经济建设的要求。

（16）大学语文（46 学时，3 学分）

为贯彻《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神，引导学生在中学语文学习的基础上进一步拓宽视野、启蒙心智、健

全人格，提高人文素养，特设立大学语文课。本课程以语言、文字、典籍、文学、文化等为主要内容，基本涵盖了中文世界的基本文化内涵。以探究式学习为主要方式组织教学，帮助学生提高语文水平、审美素质和文化品位，塑造大学生的人文精神。

（17）应用文写作（16学时，1学分）

为贯彻《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神，使学生了解和掌握应用文写作的基础知识，能熟练地掌握写作技巧，提高应用文的撰写能力，特设立应用文写作课。本课程以事务类文书和行政类文书写作为主要内容。以讲练结合的方式组织教学，旨在使学生系统掌握常用的应用类文章的实际用途及其写作要领，获取高素质技术技能人才所必备的应用类文章写作、分析与处理能力。

（18）中国优秀传统文化（16学时，1学分）

为贯彻《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》文件精神，帮助大学生了解祖国悠久丰厚的文化遗产，特设立中国优秀传统文化课。本课程以中国古代哲学、文学、艺术、科技等为主要内容。以中国元素为载体，以体验研讨为主要方式，提高学生的综合素质，激发爱国意识，增强文化自信。

（19）湘商文化（16学时，1学分）

为贯彻《湖南省文化强省战略实施纲要》文件精神，提高当代大学生综合素质，培育更多高素质的湘商新人，特设立湘商文化课。本课程以湘商源流、湘商风物、湘商精神为主要内容。以现场教学和理论教学相结合的方式，引导当代大学生树立积极向上的职业意识，培养认真踏实的劳动态度和文明经商的行为规范。

（20）经济数学（60学时，4学分）

本课程旨在培养学生的数理逻辑思维能力。主要讲授函数、极限、微积分及其应用等内容。通过对本课程的学习，让学生掌握函数的导数、极限、

微分、积分的求法，培养学生的数学思维能，以及利用高等数学方法进行一般计算的能力。

（21）计算机应用（40 学时，2.5 学分）

为贯彻我国《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》，在信息化时代背景下，培养学生处理各种信息的能力，特开设计算机应用课。本课程旨在让学生了解计算机的基础知识，掌握典型系统软件和应用软件的使用，具备计算机的一般操作能力。主要包括了解 Windows 操作系统的安装以及操作系统管理与维护，熟练掌握文字编辑软件（Word）、电子表格处理软件（Excel）、演示文稿制作软件（PowerPoint）的使用方法。主要培养学生的实践动手操作能力，使学生能够利用办公自动化软件，对日常事务进行信息化处理，能够利用计算机为今后的学习、生活、工作服务。

（22）信息技术（40 学时，2.5 学分）

为贯彻我国《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》，不断地加强和推进以计算机应用能力为核心的信息技术基础课程改革。使学生了解、掌握信息技术的基本概念、原理、思想，以及常用工具、手段、技术的基本操作与应用。重点培养和提高学生利用信息技术工具解决学习、工作和生活中实际问题的能力。引导学生积极探究技术应用给社会生活带来的变化，遵守相关的伦理道德与法律法规，形成与信息社会相适应的价值观和责任感，积极、负责、安全、健康地使用信息技术。

（23）安全教育（16 学时，1 学分）

根据教育部《关于加强大中小学国家安全教育实施意见》，大学生应接受国家安全系统化学习训练，增强维护国家安全的责任感和能力，特开设安全教育课。本课程主要讲授大学生安全教育的方方面面，包括大学生校园生活安全、消防安全、网络安全与计算机违法犯罪预防、人身与财产安全、交通与旅行安全、社交与求职安全、卫生健康安全、国家与社会安全、施救、

自救与安全服务等，旨在帮助大学生确立比较正确和牢固的安全理念，养成良好的安全习惯，增强自我防范能力。

（24）美育课（32学时，2学分）

为贯彻《国务院办公厅关于全面加强和改进学校美育工作的意见》文件精神，培养大学生的审美意识、审美观点，提高审美能力和创造美的能力，特设立美育课。本课程以音乐艺术、影视艺术、舞蹈艺术、美术艺术等为主要内容。以讲授与体验相结合的方式，帮助学生塑造审美的人生境界，培养和谐完美的人格。

2. 专业基础模块（专业群共享课程）

（1）市场营销实务（64学时）

为了树立学生正确的营销理念，确立精准的专业学习方向，系统认识营销全貌，从理论全局的角度对营销有清晰认识，特设立此课程。本课程以营销基础概念、营销观念、市场分析、市场细分、目标市场确定、市场定位、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等为主要内容，借助多媒体设施设备以及网络学习平台运用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法与手段，注重过程与实践考核，使学生掌握营销理论知识同时树立正确的人生观、价值观与营销岗位职业道德观，培养全局战略、合作共赢、先舍后得、敬业奉献、忠于职守等观念与优良品质。

（2）经济学基础（48学时）

为使学生系统地了解经济学发展过程、市场经济运行的一般原理和政府国民经济进行宏观调控的依据、方法与手段，获得利用微观经济和宏观经济理论与方法分析现实经济问题的习惯与能力，同时也为进一步学习其它专业知识打下一个坚实的基础，特设置此课程。本课程包含微观经济学和宏观经济学两部分，微观经济学是以供求理论、消费者行为理论、生产理论、成

本理论、市场结构理论、市场失灵理论为主要内容，而宏观经济学则以国民收入核算理论、国民收入决定理论、经济周期理论、经济增长理论、失业和通货膨胀理论、财政政策与货币政策等为主要内容。在教学时遵循“经济理论生活化”的原则，以就业为导向，结合学生实际情况，把复杂的数学推导、理论分析和数学模型分析与社会经济现象相融合，强调经济学的实用性和与生活的贴近性，突出学生的应用能力，课程渗透人文素质、诚实品质、责任心和创造能力等培养。

（3）商务礼仪（32 学时）

为了让学生树立良好的礼仪形象，使学生深入领会商务礼仪在展现个人素质、提升企业形象、展示产品信度，增强个人、企业市场竞争力方面的重要作用和意义，特设立此课程。本课程通过礼仪的概念、礼仪的发展历史、礼仪特性的讲解，让学生了解世界主要国家的礼俗风情及基本的礼仪规范，理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法。培养学生理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度；是非分明、与人为善、助人为乐的做人品行和庄重大方、热情友好、谈吐文雅、讲究礼貌的行为举止。

（4）现代物流基础（32 学时）

为提高学生对商贸流通中物流行业的认知面，丰富自身专业领域中物流管理的相关知识，特设立现代物流基础课程。主要内容分为物流理论基础、应用功能、专题物流三个环节。该课程采取任务驱动组织教学，结合典型案例进行分析，注重过程型考核，使学生掌握物流管理的基本知识，熟悉这些知识在物流管理中的应用与发展；具备物流管理的基本技能，并能有效解决物流管理中的实际问题的能力。

（5）经济法基础（40 学时）

《经济法》是商贸流通专业群各专业为培养学生掌握经济法律基础知识，

提高运用所学知识解决经济法律问题的能力而专门设置的一门专业基础课程。本课程在商贸流通专业群各专业建设发展中处于专业基础课的地位。课程内容包括有经济法律概述、合同法律制度、公司法律制度、破产法律制度、税收法律制度、劳动与社会保障法律制度、经济纠纷解决法律制度等，学习本课程需要学生具有一定的法律基础理论知识。本课程设置的目标是满足企业有关职业岗位的需求，通过课程学习，为学生毕业后在大中小型企业工作提供法律保障。

(6) 电子商务基础与应用（32 学时）

为了普及电子商务的基本知识，让学生了解电子商务的基本框架，对电子商务理论知识和当前电商平台技能有个全面的认知，开设本课程。本课程主要讲授电子商务基本概念与基本理论，主要包括电子商务的概念、形成与发展，应用范围、种类、模式、基础设施、网络安全威胁和安全措施、电子结算等问题。同时对网络营销及电子商务与物流管理、电子商务系统建设等知识进行介绍。本课程以平时综合表现和期末笔试为主要考核方式，对电子商务理论和电子商务平台认知进行考核，引导学生全面了解电子商务的基本框架、基本内容和实现方法。

3. 专业核心模块

(1) 推销与谈判（64 学时）

依据岗位职业能力要求，产品推销与业务洽谈能力是营销专业学生必备的核心岗位能力，为了让学生树立推销与谈判正确观念，掌握娴熟的产品销售与业务洽谈技能，特开设本课程。课程以推销谈判模式、谈判方案制定，推销约见与接近、洽谈过程、推销谈判障碍、推销谈判成交等为主要内容，借助企业实际推销项目、运用讲授法和项目驱动教学法等教学方法，着重考核学生的实际岗位能力与职业素养的养成过程与成果，达成培养学生具备从事推销员工作的基本知识与技能目的。

（2）广告实务（48 学时）

广告是促销策略四种重要手段之一，为了让学生树立正确的广告理念，掌握正确的广告方法与策略，为未来营销工作打下坚实的理论与实践基础，特设置《广告实务》课程。《广告实务》课程以常见的广告问题分析、广告调研、广告策划、广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的知识和方法等为主要内容，通过采用案例分析法、头脑风暴法、情景模拟法、课堂讨论等教学方法达到使学生掌握撰写完整的广告策划方案理论知识，具有进行广告分析、广告策划及解决实际广告问题的基本能力的教学目标。

（3）市场营销策划（48 学时）

市场营销由“营”与“销”所构成，市场运营岗位要求学生具备较强的营销策划与方案撰写能力，销售岗位则要求学生对企业运营的方案有较强的领悟与实施能力，为此特设置《市场营销策划》来培养学生在企业基层的市场策划能力，结合学生技能抽查的标准中有关策划部分的内容，课程标准为依据，以营销策划基本知识、营销创意、促销策划、公关策划、企业形象策划、新产品上市策划等为主要内容，借助企业项目载体，运用课堂理论学习、案例分析、项目实操训练、范例找茬和社会实习实践活动等教学方法，采取过程考核为主、辅助实操作品考核的方法，使学生能够熟练掌握岗位技能和市场营销策划的基本内容、培养良好的职业道德和职业理想，树立营销观念、服务意识和团队协作精神，为其成为一名“市场营销者”奠定良好的知识、技能基础和营销策划潜质。

（4）客户服务与管理（48 学时）

为提高学生综合营销和服务能力，以培养客户服务能力为主线，将课程教学综合为一个连贯，实际操作的业务训练，按照“客户接待礼仪—客户需求分析—客户关系的管理”三个主要步骤来设计教学。主要涉及客户满意度与忠诚度管理，客户异议与投诉的处理，客户分级管理，客户关系维护等模

块。以讲授理论为载体，结合实际案例，引导学生客户服务理念的形 成，同时做出客户服务的创新，以提高在实际工作中提供客户服务的综合能力。

（5）消费者行为学（48 学时）

为了让学生树立正确的消费观念，对消费者的行为活动规律与市场营销的关系有清晰的认识，为学生提高自身综合素质适应经济环境奠定一个良好的基础，特设立此课程。本课程以消费者在生活消费过程中消费者个性的形成及其心理特征，消费者行为的心理过程及其变化发展规律为主要内容，借助“讨论式”、“研究式”、“问题式”等多种能够启发学生思维的教学方法，使学生学会如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为，树立正确的职业道德观，具备团队合作的精神、较强的分析概括、沟通和协调能力以及创新精神。

（6）商品基础知识（32 学时）

为加强大学生的专业教育，引导大学生对商品属性的了解，为后续专业课程的学习打下基础，特设立商品基础知识课。商品基础知识课以商品分类、商品质量、商品的标准、商品质量、商品包装、各种商品性质、商品质量养护为主要内容。以理实一体化为主要方式组织教学与考核，引导学生学习理论知识和练就专业技能，为专业后续课程服务。

（7）市场调研（64 学时）

市场调研是进行市场设计营销策略的第一步，精准的调研以及数据分析为营销的后续工作提供了客观依据，为了让学生明确调研的重要性、知晓搜集信息以及处理信息的知识，拥有对市场进行调研分析的能力，特设置《市场调研》课程。此课程以设计市场调研方案、实施市场调研、整理与分析市场调研资料和撰写市场调研报告为主要教学内容。以“项目为导向，任务驱动”为主要教学方式组织教学与考核，引导学生在项目中去学、去总结，从而达到课程教学目的。

(8) 公共关系 (48 学时)

为适应世界经济全球化发展,使学生掌握利用沟通手段维护企业的形象,把握企业生存与发展的内外部环境变化,不断提升学生处理公关危机的能力。培养理论基础扎实,实践能力过硬的德才兼备的公共关系人才,特设立公共关系课。公共关系课以公共关系基本理论知识,公共关系构成要素,公共关系调查,公共关系策划,专题活动,公共关系危机处理,公共关系礼仪为主要内容。以课堂讲授,案例讨论以及角色扮演法的方式组织教学与考核。使学生在在学习时有身临其境的感觉,理论与实践相结合,激发学生的学习兴趣,培养学生的合作意识与团队精神。

(9) 市场数据分析 (32 学时)

市场数据分析可以帮助营销管理者针对营销推广、客户管理和企业运营等方面进行分析,有助于管理者做出正确的市场决策。为了培养学生进行市场数据分析与应用的能力,特设立《市场数据分析》课程。本课程以市场数据分析与应用为主线,以市场数据分析工具及应用、数据可视化、消费者行为分析、市场行情数据分析、运营数据分析以及营销推广数据分析等为主要内容。使学生掌握市场数据的分析方法,能够全面系统地对市场数据进行分析并加以运用,并培养学生数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神。

(10) 毕业教育 (1 周)

正确的就业观、择业观直接影响到毕业生能不能顺利找到合适的工作岗位,为了让学生树立正确的就业观、择业观,特在毕业之前设置了毕业教育课程,本课程采用讲座授课方式对学生在毕业前进行的一次比较全面系统的思想教育,毕业教育质量的好坏对毕业生就业工作起着不可估量的作用,在一定程度上能辅助毕业生勇敢地走向社会,融入社会。

(11) 毕业实习与毕业设计 (16 周)

毕业生在正式进入工作岗位之后从学生到企业员工角色转换过程中会

有不适应，为了给学生一个适应过程，也为了让学生在适应期内对企业情况有一个全面了解、系统梳理与应用进入工作岗位所储备知识，特开设毕业实习与毕业设计课程，本课程基本在实习单位工作过程中完成。本课程以企业实际工作岗位实习以及通过调查研究，综合运用所学专业知知识，为企业独立设计撰写营销方案（毕业设计）为主要内容，采取企业导师与学校导师相结合的“双导师制”教学模式，企业导师据工作情况+学校教师据作品的“双边”考核方式，使学生获得所选专业方向较为全面的生产实用知识和操作技能，为进一步达到相关岗位技能要求奠定基础。

4. 专业拓展模块（专业选修课程）

（1）渠道管理（40 学时）

渠道是每个企业在激烈竞争市场中生存的一个重要环节，在产品、价格高度同质化的背景下，渠道管理成为企业成功的关键点。此课程以渠道构成以及管理基本知识为主要内容，使学生能够进一步理解渠道价值以及各成员对于产品价值向终端用户高效传递过程中所发挥的作用。课程以笔试+项目方案设计+案例分析答辩为考核形式，引导学生从项目中学，从而达到渠道管理课程服务营销、服务企业的作用。

（2）国际贸易实务（40 学时）

为了开阔国际营销视野，掌握国际贸易实务知识，提升国际贸易实务技能，特设立国际贸易实务课程。本课程以国际贸易业务流程为主要线索，以主要的业务环节操作为主要内容，辅之以基本的国际贸易理论，培养学生具备处理国际贸易业务的能力。具体实施十大教学内容，即：合同中商品的品名、品质、数量与包装条款，国际贸易术语，进出口商品的价格，国际货物运输，国际货物运输保险，国际货款结算、检验、索赔、不可抗力与仲裁，交易磋商，合同的签订与履行，国际贸易方式。采用的主要教学方法及手段有：一是理论讲述结合案例分析，二是实施课堂任务，三是课堂讨论与老师

点评相结合。通过学习，引导学生一方面掌握基础国际贸易理论、政策及惯例，另一方面训练学生能较熟练地开展具体的国际贸易业务工作。

（3）服务市场营销（40 学时）

本课程是市场营销学的一门分支课程，主要研究服务企业如何开展市场营销活动，帮助市场营销专业高年级学生拓宽市场营销知识面。通过本课程的学习，培养学生对服务，服务市场营销的认知及其管理能力，培养较强的工作岗位适应能力，分析和解决实际问题的能力。其主要内容包括：服务产品的特点，服务企业的营销重点和服务企业的营销管理。在教学的过程中，以理论知识为依托，通过解剖案例的方法，同时辅以小组讨论，使学生领会服务市场营销的要领。

（4）企业管理概论（40 学时）

为了突破专业限制，赋予营销专业学生广泛、综合、系统的经验管理知识，提升学生站在企业角度的整体经营管理能力，特设立企业管理概论课程。该课程以企业管理主要职能为教学模块，以典型案例分析为载体，以基本企业管理理论为支撑，以组织管理与企业文化、企业战略管理、企业经营决策与计划管理、人力资源管理、财务管理、生产与运营管理等为主要内容，兼顾职能操作，使学生掌握主要企业管理理论，掌握基本企业管理方法，并具备基础管理能力。采用传统和现代讲授法、读书指导法，采用幻灯片、录像、多媒体课件等教学手段，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。引导帮助学生对企业的建立和基本运作有一个初步的了解并建立初步的管理思想和企业人的基本概念，形成发现问题、分析问题、解决问题的能力，为将来步入企业工作做好铺垫。

（5）网络营销（40 课时）

随着社会网络通讯技术的日新月异的发展，网络技术已经成了营销必须的工具，营销人员不懂网络营销技术就无法很好胜任未来工作，网络营销是

市场营销理论在互联网、电子商务平台上的应用，如何利用互联网提供的各种现代信息技术来管理消费者需求成为营销人员必修课，为此特设立《网络营销》课程。本课程以环境分析和战略规划、网络平台建设、网络平台推广、网络平台运营、网络营销战略实施和效果评估等网络营销的五个步骤为主要内容，采用理论与实践相结合，边学习边网络操作、案例分析等教学方法，借助网络学习平台使学生掌握网络营销的基本理论与操作技能。

（6）茶艺与茶文化（40 学时）

为适应社会发展的需求，在努力继承中华优秀传统文化，培育社会主义核心价值观，建设及弘扬国家文化软实力的精神指导下开设本课程。通过理论讲授，实践操作等多种手段的教学，使学生熟悉湖南各类茶叶的文化历史，了解茶叶的分类以及湖南省茶叶的主要品种与特点，掌握茶叶销售的特殊技巧，学会茶文化讲解、泡茶流程与技术，茶道的基本内容，能运用茶艺与顾客进行沟通，进行茶叶的销售。

（7）品牌经营与管理（40 学时）

为了企业品牌管理更有序，达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的，培养学生在品牌学科上全面的知识与能力，特设立品牌经营与管理课，品牌经营与管理课以品牌概述，品牌发展史，品牌推广的价值，品牌整合传播，品牌命名，品牌延伸，品牌文化为主要内容。利用多媒体教学，案例讨论，角色扮演等多种教学方法组织教学与考核。引导学生在学习中树立用户需求至上的意识，训练学生和客户交流的职业素养，培养学生的心理承受能力与团队合作精神。

（8）会展营销（40 学时）

本课程主要讲授市场营销与会展营销创新、会展市场分析、顾客满意与会展服务策略、会展产品策略、会展服务定价与收费、会展市场销售渠道策略、会展服务的有形展示、会展市场推广与沟通、会展市场销售技巧，会展

企业员工和内部营销和会展营销管理等内容。在教学过程中，一方面通过理论讲解，使学生了解基本的会展营销知识，认识营销的作用；另一方面，通过方法的教授与实践以及案例的分析，引导学生提高观察能力，思考能力，判断能力和营销操作能力，能运用所学知识进行实践营销活动和管理。

（9）新媒体营销（40 学时）

以数字技术和网络技术为支撑的新媒体正在日益改变我们当下的生活和获取信息的方式，社会对新媒体营销人才的需求也不断增加。为了培养市场营销专业学生利用各种新媒体开展营销活动的的能力，特设立《新媒体营销》课程，新媒体营销课程以微信营销、微博营销、社群营销、自媒体营销等为主要内容，以理论与实战相结合的方式开展教学，采用任务考核方法，围绕新媒体平台运营操作和新媒体营销策划进行考核，使学生能够灵活利用新媒体营销方式，为企业解决实际营销问题。

七、教学进程总体安排

1. 教学活动时间分配表（见附表 1）
2. 职业素养及拓展模块教学进程表（见附表 2）
3. 专业基础及技能模块教学进程表（见附表 3）
4. 专业能力拓展模块教学进程表（见附表 4）
5. 周课时及学时统计表（见附表 5）

八、实施保障

（一）专业教学团队

1. 总体要求

- （1）按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师；
- （2）公共课教师应具有与任教课程对口的全日制本科及以上学历，并取得高校教师资格；
- （3）专业课专任教师应具有与本专业对口的本科及以上学历，并取得

高校教师资格。专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师应是本区域或本行业的现场专家，兼职教以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务占专业课学时总数的 50%左右。

(4) 实习指导教师应具有与本专业对口的专科以上学历，并取得专业职业资格。

2. 对主讲教师的要求

(1) 主讲教师必须具备与本专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格。

(2) 主讲教师原则上要求具备讲师及以上的专业技术职称或相应的技术职业资格证书，新进无职称教师必须在副教授以上教师的指导下授课。

(3) 主讲教师必须具有企业工作或者挂职锻炼的实践经验。

3. 对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实习实训室

校内实训实习必须具备营销策划、推销与谈判等实训室，主要设施设备

及数量见下表。

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量
1	营销策划项目实训室(综合实训室内部分共用)	多媒体设备	1套
		电脑	60台
		桌椅	60套
2	市场调研项目实训室(公关实训教室共用)	多媒体设备	1套
		电脑	60台
		桌椅	60套
3	物流实训室	多媒体设备	1套
		物流设备	1台套
		可移动桌椅	60套
4	网络推广实训室	多媒体设备	1套
		电脑	60台
		摄录设备	1套
		桌椅	60套
5	市场营销运营沙盘	多媒体设备	1套
		沙盘软件	1套
		电脑	60台
		沙盘桌	15张
		椅子	60张
6	商务礼仪现场教室	镜子、即时录像	1套录像、镜子若干
		形体训练器材	若干
		多媒体设备	3套

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量
7	茶艺实训室	茶艺表演配套桌椅、桌布	50 套
		成套茶具	50 套
		绿茶、乌龙茶、红茶等茶叶	若干
		多媒体设备	1 套
8	推销与谈判实训室	多媒体设备	1 套
		现场录播设备	2 套
		谈判桌	1 张
		椅子	12 张
		盆花、谈判桌小旗子	若干

3.校外实训基地

建立紧密的校企合作关系,通过校外实训基地建设,进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间的联系和合作,互惠互利,共同发展。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表:

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	湖南茶业集团有限公司	店长助理、业务员、售后服务专员	销售、客户服务、文案策划	50
2	湖南唐羽茶叶有限公司	店长助理、客户服务专员	销售、客户服务、文案策划	30
3	长沙湘贵实业公司	业务员、市场专员	产品推销 活动策划与实施	50

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
4	长沙绿叶农产品贸易有限公司	店长助理、客户服务专员	销售、客户服务	30
5	湖南潇湘茶叶有限公司	店长助理、业务员、售后服务专员	销售、客户服务、文案策划	30

（三）专业教学资源

1. 完善网站与教学资源库

不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。

2. 教材要求

（1）尽可能选用优质的国家规划教材，教材内容应充分体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合市场营销专业各岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。

（2）应将本专业职业活动分解成若干典型的任务项目，按完成任务项目的需要和任务项目要求组织教材内容。通过实务操作机制，引入必要的理论知识，增加实践操作内容，强化基本理论在实际操作中的应用能力。

（3）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，使教材更贴近专业的发展和实际需要。

（4）若课程设置后找不到合适的国家规划教材建议以企业培训教材为首选，教学内容应不仅仅先于教材内容，应根据企业实际需要来增加课外内容。

3. 图书文献配备基本要求

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。专业类图书文献包括：有关市场营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；应用操作法、案例法、任务驱动法等现代教学方法；充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

（五）学习评价

1. 评价理念

坚持理论与实践相结合的理念，注重对综合素质的评价，突出专业课程与实践岗位对接的特点，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系。

2. 评价要求

（1）各课程的考核评价方式选择要符合《湖南商务职业技术学院学生成绩管理办法》（湘商职院发〔2017〕84号）的相关规定。

（2）对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。

（3）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）教学质量管

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 改革传统的学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式。

3. 关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试情况，综合评价学生成绩。

4. 应注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

九、毕业要求

1. 原则要求

(1) 具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

(2) 掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

(3) 具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业或专业方向就业面向岗位的工作；

(4) 身心健康，人格健全。

2. 具体要求

(1) 修满 142 学分。其中：基本素养模块 53.5 学分（含基本素养拓展课程 4 学分），专业基础模块 19.5 学分，专业核心模块 45 学分，专业能力拓展模块 24 学分。

(2) 顶岗实习、毕业设计评定合格。

十、附录

附录 1：教学进程安排表（见附表 2-附表 4）

附录 2：公共选修课课程表（见附表 6）

附录 3：人才培养方案变更审批表（见附表 7）

附表 1:

湖南商务职业技术学院2019级教学计划表

专业名称：市场营销

培养目标：复合型技术技能人才

学 制：三年

招生对象：高中毕业生及同等学力者

表一 教学活动时间分配表

环节 周数 学期	（理 论 教 学 实 践 一 体）	入 学 教 育 训 练	课 程 设 计 大 作 业	课 程 实 训	专 业 技 能 综 合 实 训	社 会 实 践	考 证 实 训	毕 业 设 计 指 导	毕 业 教 育	顶 岗 实 习	毕 业 实 习	毕 业 设 计	机 动	复 习 考 试	总 周 数	假 期	总 计
1	16	2												1	19	4	23
2	17			3										1	21	8	29
3	18			2										1	21	5	26
4	14			4										1	19	7	26
5	17				2									1	20	5	25
6	0								1		10	6	2	1	20		20
合 计	82	2	0	9	2		0		1	0	10	6	2	6	120	29	149

附表 2:

表二 基本素养及拓展模块教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	课程代码	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
					总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
						理论学时	实验实训学时	1	2	3	4	5	6			
						16	17	18	14	17	0					
基本素养必修课程	1	思政基础	0601025	3.0	48	48		3						1		
	2	思政概论	0601024	4.0	64	64			4					2		
	3	形势与政策	0601028	1.0	16	16		4*2	4*2						2	
	4	思政实践	0601065-0601066	1.0	16		16								2	①
	5	入学教育与军训	0801001	2.0	56		56	2周								15天
	6	军事理论	0801178	2.0	32	32					2				5	
	7	大学体育	0603001-0603004	8.0	144	20	124	2	2	2	2				1-4	
	8	心理健康教育	0601039	2.0	32	32		2							1	
	9	职业发展与就业指导(一)	0601030	1.0	16	16		1							1	
	10	职业发展与就业指导(一)	0601030	1.0	16	16				1					4	
	11	创业基础	0801080	2.0	32	32				1*16					4	②
	12	劳动实践	0801080	2.0	28		28								5	③
	小计				29.0	500	276	224	8	6	2	3	2			
基本素养限选课程	1	马克思主义原理概述	0801179	2.0	32	32		2							2	
	2	红色潇湘	0601069	2.0	32	32			2						3	
	3	大学英语	0203001-0203002	8.0	120	90	30	4	4					2	1	④
	4	大学语文	0201039	3.0	46	46				3					3	
	5	应用文写作	0201039	1.0	16	16					1				4	
	6	中国优秀传统文化	0801180	1.0	16	16					1				4	
	7	湘商文化	0201232	1.0	16	16					1					
	8	经济数学	0602001	4.0	60	60			4					2		
	9	计算机应用	0401001	2.5	40	20	20		3					2		
	10	信息技术	0801181	2.5	40	20	20	3							1	
	11	安全教育	0801080	1.0	16	8	8									⑤
	12	美育课程	0801182	2.0	32						2				2	⑥
	小计				20.5	314	256	58	4	11	3	2	0			
基本素养拓展课程	1	网络通识课程														⑧
	2	校内公共选修课程														⑨
	小计				4.0	64	64		0	0	2	2	0			
合计				53.5	878	596	282	12	17	7	7	2	0			

①思政实践第一、二学期各开设8学时；

②创业基础，另安排选修网络课程16学时；

③劳动实践课以分散劳动方式开设，根据学校相关管理办法执行；

④大学英语分层授课，第一学期开设60节；第二学期A级班不开课，B级班开设60节；

⑤安全教育，第一、二学期各完成4学时理论授课，第三、四学期开展比赛、讨论、演讲等多种形式安全宣传教育；

⑥开设《硬笔书法》《音乐鉴赏》等美育课程，由学生选修；

⑦基本素养限选课程要求学生从12门课程共30学分中，修满20.5学分；

⑧⑨网络通识课程和校内公选课程详见“公共选修课程表”。

附表 4:

表四 专业能力拓展模块教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	课程代码	课程学分	课程学时		年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
					总学时	其中	一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实验实训学时	1	2	3	4			
							16	17	18	14	14	0			
专业能力拓展课程	1	新媒体营销	0104246	2.5	40	28	12			3				2	选5学分
	2	茶艺与茶文化	0202121	2.5	40	24	16			3				4	
	3	服务市场营销	0202055	2.5	40	28	12			3				4	
	4	国际贸易实务	0102007	2.5	40	32	8			3				4	选10学分
	5	企业管理	0103019	2.5	40	28	12				3			5	
	6	人力资源管理	0103019	2.5	40	28	12				3			5	
	7	渠道管理	0102080	2.5	40	24	16				3			5	
	8	网络营销	0102078	2.5	40	28	12				3			5	选5学分
	9	品牌经营与管理	0202056	2.5	40	32	8				3			5	
	10	商务沟通	0104243	2.5	40	22	18				3			5	
		11	会展营销	0104001	2.5	40	32	8				3			5
	合计			20	320	218	102	0	0	3	6	17	0		
实践实训环节	1	新媒体营销实训	0104232	1	28	0	28			1					
	2	茶艺实训	0104165	2	56	0	56				2				
	3	专业技能综合实训	0104222	2	56	0	56					2			
	合计			4	112	218	112	0	0	1	2	2	0		
合计				24	460	218	214	0	0	3	6	17	0		

附表 5:

表五 周课时及学时统计表

模块	一年级		二年级				三年级				教学学时(节)				
	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期		理论学时	实训实验学时	合计
	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周			
基本素养及拓展模块	12	2	17	0	7	0	7	0	2	0	0	0	596	282	878
专业基础及核心模块	14	0	7	2	17	2	14	2	6	0	0	17	406	950	1356
专业能力拓展模块	0	0	0	0	3	1	6	2	17	2	0	0	218	214	432
合计	26	2	24	2	27	3	27	4	25	2	0	17	1220	1446	2666
基本素养及拓课程学时数占总学时的比例:									32.9%						
选修课课程学时占总学时的比例:									23.8%						
实践学时占总学时的比例:									54.2%						
本专业应修学分总计:									142						

附表 6:

湖南商务职院技术学院公共选修课课程表

网络课程名称	学分	学时	制作公司	讲师	讲师介绍
文化地理	2	29	尔雅	韩茂莉	北京大学城市与环境学院教授
古代名剧鉴赏	2	28	尔雅	陈维昭	复旦大学教授，博士生导师。中国金瓶梅学会副秘书长、中国古代戏曲学会常务理事、中国红楼梦学会理事。
国际经济学	2	27	尔雅	彭刚	中国人民大学国际经济系教授
世界建筑史	2	35	尔雅	陈仲丹	世界史专业教授
中西文化比较	2	32	尔雅	卓正坤	北大外语学院世界文学研究所教授、博士生导师、所长
大学生恋爱与健康	2	18	尔雅	李子勋	中日友好医院 主任医师
旅游文化学	2	32	尔雅	沈祖祥	复旦大学副教授
茶与健康	2	32	尔雅	屠幼英	浙江大学教授、博导
口才艺术与社交礼仪	2	32	尔雅	艾跃进	南开大学教授，全国著名演讲家，口才艺术、社交礼仪专家
食品安全与日常饮食	1	15	尔雅	陈芳	中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授
中华诗词之美	1	23	尔雅	叶嘉莹	南开大学中华古典文化研究所所长，博士生导师
形象管理	2	21	尔雅	王红	南开大学教授
伦理与礼仪	2	28	智慧树	孙君恒	北京大学伦理学专业的哲学博士
韩国语入门	2	30	智慧树	张英美	延边大学教学团队
中国女性文化	2	28	智慧树	赵树勤	湖南师范大学文学博士，湖南师范大学文学院教授，博士生导师
大学生创新创业指导	1	17	智慧树	姚金海	湖南师范大学招生与就业指导处副研究员、国家高级职业指导师。
中外美术评析与欣赏	2	28	智慧树	陈飞虎	湖南大学建筑学院教授、博士生导师，湖南省美术家协会副主席，中国美术家协会会员

备注：以上课程为部分网络在线课程，选修学生可以在寒暑假期间学习。每学期选修课程会进行动态调整。

附表 7:

专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属学院		使用年级	
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业带头人意见:			二级院(部)主任意见:		
签字: 年 月 日			签字: 年 月 日		
教务处审核意见:					
签字: 年 月 日					
主管教学工作副校长意见:					
签字: 年 月 日					
校长意见:					
签字: 年 月 日					

- 注: (1) 调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。
- (2) 调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。
- (3) 本表一式三份, 专业教研室、二级院(部)、教务处各存一份。