

# 湖北轻工职业技术学院 专业人才培养方案

专业（方向）名称     市场营销    

所 在 院 部     工商管理学院    

专 业 负 责 人     沈 静    

适 用 年 级     2021 级    

制 定（修 订）日 期     2021 年 3 月 20 日    

湖北轻工职业技术学院教务处制

# 2021 级市场营销专业人才培养方案

## 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

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

高等职业学校学历教育修业年限以 3 年为主

## 四、职业面向

| 所属专业大类<br>代码    | 所属专业类<br>(代码)             | 对应行业<br>(代码)                       | 主要职业类别<br>(代码)                                                                               | 主要岗位类别<br>(或技术领域)           |
|-----------------|---------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 经商<br>大类<br>53) | 市场营<br>销类<br>(53060<br>5) | 批发和零<br>售 F51/52;<br>商务服<br>务业 L72 | 营销员 (4-01-02-01)<br>商品营业员<br>(4-01-02-03)<br>摊商 (4-02-02-05)<br>市场营销专业<br>人员<br>(2-06-07-02) | 商品购销人员;<br>营销策划人员;<br>电子商务师 |

本专业的职位岗位分析如下:

| 序号 | 职业岗位                                                 | 岗位描述 (典型工作任务)                                             | 职业能力要求                           |
|----|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------|
| 1  | 商品销售方向—销售代表、业务员、销售工程师、采购主管、采购员、仓管员、店长、现场促销员、服务业营销人员等 | 能够根据客户需要进行商品推销,完成商品售前、售中、售后服务工作;能够根据不同商品种类、促销主题进行区域内陈列与展示 | 较好的语言表达能力;<br>商务礼仪能力;<br>基本的销售能力 |

|   |                                      |                                                               |                                                      |
|---|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 2 | 市场推广方向—市场主管、广告策划、客户经理、市场主管、市场专员、公关人员 | 能够制定广告计划、策划广告方案、具备媒体公关能力、商务谈判能力                               | 宣传推广策划能力、商务谈判能力                                      |
| 3 | 调研分析方向—市场调研员                         | 能够制定调研方案、进行调研活动、编制调研报告、对调研资料整理分析                              | 能够根据调研方案进行市场调查、能够对调研问卷进行数据分析、能够对竞争对手、宏观环境、目标顾客进行调研分析 |
| 4 | 网络营销方向—电子商务营销员、网站运营管理员、电子商务客服员       | 熟悉计算机网络技术和网络营销运行规则与特点,具备电商运营能力;网站美工设计、图形图像处理、新媒体推广能力;网站内容编辑能力 | 能在淘宝、天猫等电商开店运营;能进行网店专题页、海报设计、详情页设计、店面装修;能进行平台内部活动策划  |

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展,适应社会主义市场经济发展需要,具有市场营销、电子商务基本素质,掌握网店开设和运营、市场调研、广告策划、产品销售、商务洽谈、客户服务、营销管理、网络营销等知识和技术技能,面向各行业商品购销领域的高素质劳动者和技术技能人才。

### (二) 培养规格

#### 1. 素质

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;崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪;具有社会责任感 and 参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业,具有精益求精的工匠精神;尊重劳动、热爱劳动,具有较强的实践能力;具有质量意识、

绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具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；具有职业生涯规划意识。

具有良好的身心素质和人文素养。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；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

## 2. 知识

| 要素 | 基本要求          | 具体内容                                               | 相应课程或教学环节 |
|----|---------------|----------------------------------------------------|-----------|
| 知识 | 掌握经济学、管理学基本理论 | 了解经济原理和社会经济活动尝试                                    | 经济学       |
|    |               | 掌握管理活动的基本规律和一般方法，掌握企业类型、结构、运作等管理知识                 | 管理学       |
|    | 掌握必备的英语、计算机知识 | 掌握英语综合应用能力，提高学生在生活中应用英语的能力；掌握一定词汇量，具备阅读、听说和写作技巧和方法 | 英语、商务英语   |
|    |               | 提高对计算机和信息技术的认知，掌握应用计算机解决问题的能力                      | 计算机应用基础   |

## 3. 能力

通用能力包括口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。

| 要素   | 基本要求     | 具体内容                         | 相应课程或教学环节 |
|------|----------|------------------------------|-----------|
| 能力要求 | 基础英语应用能力 | 词汇量基础、阅读技巧与方法、听说技巧与方法、写作基础知识 | 英语、校园英语角  |

|  |             |                                                     |                                 |
|--|-------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------|
|  | 语言表达和书面写作能力 | 语言表达的逻辑、书面写作的知识                                     | 多媒体汇报、财经应用文写作、网站内容编辑、课堂实训策划文案撰写 |
|  | 营销管理能力      | 制定营销策划方案、企业战略制定                                     | 市场营销实务、连锁经营、物流管理                |
|  |             | 品牌定位能力、产品开发、差异化定位                                   | 市场营销实务                          |
|  |             | 产品价格管理能力、设计定价方案、价格管理                                | 市场营销实务、商务谈判与推销技巧                |
|  | 市场调研与分析能力   | 制定设计调查问卷能力、市场预测能力、数据分析能力                            | 市场调查与预测                         |
|  | 网络营销能力      | 网络推广运营能力、新媒体宣传能力、网络文案撰写                             | 电子商务、新媒体推广、网页美工设计、网站内容编辑、图形图像处理 |
|  | 渠道管理能力      | 渠道设计能力、销售渠道知识、物流知识、终端销售知识、客户管理能力、客户信息管理知识、销售战略、策略知识 | 分销渠道管理、物流管理                     |
|  | 销售促进能力      | 广告策划与文案、广告管理能力、广告效果测定能力                             | 广告策划、公共关系与商务礼仪、消费心理学            |
|  |             | 销售促进组织与策划、选择运用销售促进工具、销售队伍设计能力、人员推销能力                | 营销渠道管理、现代推销实务、消费心理学             |
|  |             | 营销公关的基本能力                                           | 公共关系与商务礼仪、广告策划                  |
|  | 岗位适应与拓展能力、  | 综合运用所掌握知识和技能最快适应岗位需要和适应相关岗位能力                       | 分类实训、社会实践、综合实训项目、跟岗实习、顶岗实习      |
|  | 解决实际问题的能力   | 解决问题，处理问题的能力                                        | 推销实训、职业技能大赛、文化周                 |

## 六、课程设置

课程主要包括公共基础课程和专业课程。

## （一）公共基础课程

根据党和国家有关文件明确规定,和学校的总体安排,设置公共基础课程如下:

| 课程名称                 | 课程类型 |
|----------------------|------|
| 军训与入学教育              | B类   |
| 军事理论                 | A类   |
| 思想道德修养与法律基础          | A类   |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | A类   |
| 英语                   | A类   |
| 体育                   | C类   |
| 形式与政策                | A类   |
| 大学生心理健康              | A类   |
| 职业生涯规划、就业指导与创新创业教育   | A类   |
| 毕业教育                 | B类   |

说明: A类为纯理论课; B类为理论与实践综合课程; C类为纯实践课

## （二）专业课程

### 1、理论课程

#### （1）专业课程介绍

专业课程分为专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

专业基础课程的学习是学生掌握专业核心技能的前提,对核心课程的开设起到铺垫作用,专业基础课程如下:

| 课程名称      | 课程类型 |
|-----------|------|
| 管理学原理     | A类   |
| 经济学       | A类   |
| 电子商务概论    | A类   |
| 基础会计      | A类   |
| 商品学       | A类   |
| 办公及商务软件应用 | B类   |

专业核心课程是实现培养目标的重要部分。通过核心课程的学习,学生可以胜任相关岗位职业。专业核心课程如下:

| 课程名称    | 课程类型 |
|---------|------|
| 市场营销实务  | B类   |
| 消费心理学   | B类   |
| 市场调查与预测 | B类   |

|         |    |
|---------|----|
| 网络营销    | B类 |
| 现代推销实务  | B类 |
| 广告策划    | B类 |
| 分销渠道管理  | B类 |
| 新媒体营销   | B类 |
| 客户服务与管理 | B类 |

专业拓展课程的开设有利于提高学生职业技能，增强职业发展潜力，促进学生全方位发展，三个部分互相补充，公共基础课程和专业基础课程为专业核心课程学习和专业拓展课程打好基础；同时专业拓展课程和综合素质培养课程贯穿于全部教学过程中。专业拓展课程如下：

|           |      |
|-----------|------|
| 课程名称      | 课程类型 |
| 图形图像处理    | B类   |
| 互联网视觉营销   | B类   |
| 经济法基础     | B类   |
| 网店运营      | B类   |
| 连锁经营      | B类   |
| 物流管理      | B类   |
| 财税与金融     | B类   |
| 公共关系与商务礼仪 | B类   |
| 投资与理财     | B类   |

## (2) 专业核心课程描述

### 《市场营销实务》 课程描述

|      |      |                                                                                                                                                                                                                                                     |    |      |        |
|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|--------|
| 课程名称 |      | 市场营销实务                                                                                                                                                                                                                                              |    | 课程代码 | 203143 |
| 参考学分 | 3    | 参考课时                                                                                                                                                                                                                                                | 60 | 开课学期 | 2      |
| 课程目标 | 知识目标 | (1) 树立以客户为中心的营销观念，理解营销是系统工程，营销是艺术也是科学；<br>(2) 熟练陈述营销宏观、微观环境要素，消费者购买行为特点和过程；<br>(3) 理解市场调研的重要意义和基本程序、方法；<br>(4) 掌握市场细分、目标市场选择、市场定位含义；<br>(5) 理解产品整体概念、产品生命周期理论和新产品研发程序<br>(6) 熟练掌握定价的方法以及价格调整策略<br>(7) 理解营销渠道的类型以及懂得如何建立渠道优势<br>(8) 掌握促销的含义、了解促销主要方式 |    |      |        |

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 能力目标                                                                                                                                                                                                                                                                   | (1) 具有编制可操作的调研计划, 撰写营销活动总结、小型调研报告商业计划书的能力;<br>(2) 具有营销策划能力, 能够设计可操作的营销策划方案;<br>(3) 具有运用基本的销售沟通技巧, 进行有效商品销售或服务的能力;<br>(4) 具有运用多媒体汇报展示调研报告或产品推介的能力<br>(5) 具备客户关系管理的能力<br>(6) 具备新媒体推广、网店运营、网店装饰、网络营销的能力 |
|                | 素质目标                                                                                                                                                                                                                                                                   | (1) 具备良好的价值观;<br>(2) 具备职业道德、职业精神;<br>(3) 具备分析问题、解决问题的能力;<br>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;<br>(5) 具有较高的情商和逆商;<br>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;<br>(7) 具备自主、开放的学习能力<br>(8) 能够以良好的人品、礼仪、信誉和言谈举止赢得顾客新任                 |
| 主要<br>教学<br>内容 | 项目一: 市场营销认知<br>项目二: 营销环境分析<br>项目三: 市场调研<br>项目四: 目标市场选择与市场定位<br>项目五: 产品策略<br>项目六: 价格策略<br>项目七: 渠道策略<br>项目八: 营销管控                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |
| 教学<br>方法<br>建议 | 1、教学过程中, 要大量引用案例, 创设工作情景, 加大实践实操的力度<br>2、教学过程中, 应用多媒体、音像等教学资源辅助教学, 加强课堂生动性<br>3、要通过典型的活动项目, 组织学生以项目团队形式活动。让学生在“说”“演示”“陈述答辩”的过程中增强团队合作意识、言语表达能力, 职业素养<br>4、在教学过程中, 要重视营销领域新技术、新方法的发展趋势。为学生提供职业生涯发展指导, 培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力<br>5、主要教学方法有: 讲授法、案例分析、演示法、团队活动法、陈述答辩法、角色扮演法 |                                                                                                                                                                                                      |
| 课程<br>考核<br>建议 | 1、过程评价。采用分项学习任务完成情况评价、结合课堂提问、学生作业、平时测验、课堂实训、考试成绩综合评定<br>2、全员评价。小组评价教师评价相结合<br>3、鼓励创新。在课堂活动、实训活动中有创新表现的学生或团队应给予特别鼓励                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                      |

### 《广告策划》 课程描述

|                  |      |                                                               |    |      |        |
|------------------|------|---------------------------------------------------------------|----|------|--------|
| 课程名称             |      | 广告策划                                                          |    | 课程代码 | 203321 |
| 参考学分             | 3    | 参考课时                                                          | 56 | 开课学期 | 3      |
| 课<br>程<br>目<br>标 | 知识目标 | (1) 了解广告策划的基本概念;<br>(2) 理解广告策划的基本类型和特征;<br>(3) 掌握广告策划的一些简单技巧; |    |      |        |



|                |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                 |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 能力目标                                                                                                                                                   | (1) 能够根据噶昂高策划理论, 根据要求设计广告创意;<br>(2) 能够编写广告文案;<br>(3) 能够根据所学广告理论, 独立应用;                                                                                                          |
|                | 素质目标                                                                                                                                                   | (1) 具备良好的价值观;<br>(2) 具备职业道德、职业精神;<br>(3) 具备分析问题、解决问题的能力;<br>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;<br>(5) 具有较高的情商和逆商;<br>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;<br>(7) 具备自主、开放的学习能力<br>(8) 能够培养思辨能力、独立探索能力、创新能力 |
| 主要<br>教学<br>内容 | 项目一: 广告策划基本理论<br>项目二: 整合营销传播与广告策划<br>项目三: 广告策划中的市场调查与分析<br>项目四: 目标市场策略的确定<br>项目五: 广告诉求策略<br>项目六: 广告表现策略<br>项目七: 广告媒体策略<br>项目八: 企业形象广告策划<br>项目九: 品牌经营策划 |                                                                                                                                                                                 |
| 教学<br>方法<br>建议 | 1、作为一门实践性突出的专业课程, 在教学过程中, 强调突出实践性教学、研究性学习结合的教学模式。所有学习任务通过多媒体演示、案例教学、情境模拟、上机操练等有机结合来完成。<br>2、教学重点放在广告创意、广告文案编辑的能力培养                                     |                                                                                                                                                                                 |
| 课程<br>考核<br>建议 | 1、过程评价。采用分项学习任务完成情况评价、结合课堂提问、学生作业、平时测验、课堂实训、考试成绩综合评定<br>2、全员评价。与小组评价教师评价相结合<br>3、鼓励创新。在课堂活动、实训活动中有创新表现的学生或团队应给予特别鼓励                                    |                                                                                                                                                                                 |

### 《市场调查与预测》 课程描述

|              |                                                                                                                                                                                   |           |    |      |        |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----|------|--------|
| 课程名称         |                                                                                                                                                                                   | 市场调研与预测分析 |    | 课程代码 | 303038 |
| 参考学分         | 3                                                                                                                                                                                 | 参考课时      | 56 | 开课学期 | 3      |
| 课程<br>目<br>标 | 知识目标<br>(1) 掌握市场调研的相关概念、内容、市场调研方案的构成;<br>(2) 掌握问卷设计的基本结构和内容;<br>(3) 了解市场调研的四种基本方式: 重点调查、普查、典型、抽样;<br>(4) 理解市场调研的方法: 文案调查法、观察法、实验法、网络调查;<br>(5) 掌握定量、定性分析的步骤<br>(6) 掌握市场调研报告的结构和内容 |           |    |      |        |

|                |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                      |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 能力目标                                                                                                                            | (1) 具备进行设计市场调研方案的能力;<br>(2) 具备进行问卷设计的能力;<br>(3) 具备进行市场信息收集、整理的能力;<br>(4) 具备市场调研报告撰写、市场分析的能力                                                                                          |
|                | 素质目标                                                                                                                            | (1) 具备良好的价值观;<br>(2) 具备职业道德、职业精神;<br>(3) 具备分析问题、解决问题的能力;<br>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;<br>(5) 具有较高的情商和逆商;<br>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;<br>(7) 具备自主、开放的学习能力<br>(8) 能够以良好的人品、礼仪、信誉和言谈举止赢得顾客新任 |
| 主要<br>教学<br>内容 | 项目一：市场调查基础知识、市场调查方案的设计、<br>项目二：市场调查方法介绍、选择，市场调查测量技术、市场调查现场实施<br>项目三：市场调查资料整理、程序<br>项目四：市场预测、定性预测法、定量预测法<br>项目五：市场调研报告重要性、调研报告撰写 |                                                                                                                                                                                      |
| 教学<br>方法<br>建议 | 1、按照理论教学和实践教学形结合思路，通过课堂讲授、课件演示、案例讲评、模拟实战等路径进行教学<br>2、通过企业实习等参与市场调研活动，反复练习掌握市场调查方法和程序                                            |                                                                                                                                                                                      |
| 课程<br>考核<br>建议 | 1、注重能力水平考核。增加实践训练考核比重。在书面考试中设置案例分析、情境题、操作题等<br>2、注重过程考核。在教学过程中布置设计方案、撰写报告的作业，作为考核项目之一<br>3、鼓励创新 在课堂活动、实训活动中有创新表现的学生或团队应给予特别鼓励   |                                                                                                                                                                                      |

### 《消费心理学》 课程描述

|              |      |                                                                                                                       |    |      |        |
|--------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|--------|
| 课程名称         |      | 消费心理学                                                                                                                 |    | 课程代码 | 203126 |
| 参考学分         | 3    | 参考课时                                                                                                                  | 56 | 开课学期 | 4      |
| 课程<br>目<br>标 | 知识目标 | (1) 了解营销活动中顾客、营销者持有的各种心理现象;<br>(2) 理解影响顾客、营销者心理的各种因素;<br>(3) 掌握企业营销活动中适应和引导消费心理的基本方法;<br>(4) 熟练运用营销心理学理论解决营销实践中出现的问题; |    |      |        |
|              | 能力目标 | (1) 具备对消费者某项消费心理调查的能力;<br>(2) 具备进行消费者购买心理活动分析;<br>(3) 具备在销售实际场地，准确判断消费者心理活动的能力;<br>(4) 具备现场观察能力、组织管理能力及协调能力           |    |      |        |

|        |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | 素质目标 | <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 具备良好的价值观;</li> <li>(2) 具备职业道德、职业精神;</li> <li>(3) 具备分析问题、解决问题的能力;</li> <li>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;</li> <li>(5) 具有较高的情商和逆商;</li> <li>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;</li> <li>(7) 具备自主、开放的学习能力</li> <li>(8) 能够以良好的人品、礼仪、信誉和言谈举止赢得顾客新任</li> </ul> |
| 主要内容   |      | 项目一：消费心理学概论<br>项目二：消费者个性心理、群体心理与行为<br>项目三：消费者购买心理、购买动机、行为、决策<br>项目四：商品设计、价格心理、制定价格的心理策略<br>项目五：广告心理、人员推销心理，广告创意与诉求对消费心理的影响<br>项目六：购物环境、营销谈判心理，商场内外环境心理、商品陈列心理<br>项目七：营销人员心理，营销人员心理素质、工作心理<br>项目八：消费心理新变化与新营销                                                                     |
| 教学方法建议 |      | 1、理论与实践相结合的教学方法。如课堂讲授、案例分析法、讨论法、视频教学法<br>2、加强实践教学。通过前往具体营销场所，实地体验销售环境。                                                                                                                                                                                                           |
| 课程考核建议 |      | 1、阶段评价。采用过程性评价与目标评价相结合方法<br>2、关注评价的多元性。将学习态度、课堂提问、学生作业、平时测验、技能目标考核作为平时成绩，再结合考试成绩，对学生进行考核评价                                                                                                                                                                                       |

### 《现代推销实务》 课程描述

| 课程名称 |      | 现代推销实务                                                                                                                                                                                                                                                                      |    | 课程代码 | 203243 |
|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|--------|
| 参考学分 | 3    | 参考课时                                                                                                                                                                                                                                                                        | 56 | 开课学期 | 3      |
| 课程目标 | 知识目标 | <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 理解谈判与商务谈判的内涵;</li> <li>(2) 理解商务谈判的步骤与原则;</li> <li>(3) 了解推销的含义、特点和原则;</li> <li>(4) 了解谈判议程、开场陈述的技巧、报价的含义和原则</li> <li>(5) 掌握推销的各种模式和促成交易的方法</li> <li>(6) 掌握寻找和接近顾客的各种方法、推销洽谈的原则和方法</li> <li>(7) 掌握顾客异议的概念及类型、明确顾客异议处理的方法</li> </ul> |    |      |        |
|      | 能力目标 | <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 具备制定商务谈判方案的能力;</li> <li>(2) 具备商务谈判开局、磋商、成交的能力;</li> <li>(3) 具备寻找、接近客户的能力;</li> <li>(4) 具备推销洽谈的能力</li> <li>(5) 具备处理客户异议的能力</li> <li>(6) 具备推销管理各环节实际操作的能力</li> </ul>                                                               |    |      |        |

|        |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | 素质目标 | (1) 具备良好的价值观;<br>(2) 具备职业道德、职业精神;<br>(3) 具备分析问题、解决问题的能力;<br>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;<br>(5) 具有较高的情商和逆商;<br>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;<br>(7) 具备自主、开放的学习能力<br>(8) 能够以良好的人品、礼仪、信誉和言谈举止赢得顾客信任                                                                                                                                           |
| 主要内容   |      | 项目一：商务谈判概述。商务谈判特点、内涵、步骤、模式<br>项目二：商务谈判准备阶段。商务谈判信息收集、整理、谈判人员素质、谈判方案的内容及制定<br>项目三：商务谈判开局阶段策略。商务谈判策略的定义及分类，商务谈判的开局、报价策略、还价策略<br>项目四：商务谈判磋商阶段策略。让步策略，避免和突破僵局策略<br>项目五：商务谈判成交策略及合同签订。成交的策略、合同的概述、合同的签订。<br>项目六：商务谈判语言艺术。商务谈判中的语言表达、沟通技巧、非语言沟通<br>项目七：商务谈判心理。商务谈判心理动力、心理挫折、心理素养<br>项目八：商务谈判礼仪<br>项目九：推销概述。推销过程、推销模式、推销洽谈、顾客异议处理、推销管理 |
| 教学方法建议 |      | 1、综合采用各种教学方法。如引导教学法、角色扮演法、案例教学法、情境教学法、分组讨论法、实训作业法、社会实践和各种信息化教学手段                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 课程考核建议 |      | 1、阶段评价。采用过程性评价与目标评价相结合方法<br>2、关注评价的多元性。将学习态度、课堂提问、学生作业、平时测验、技能目标考核作为平时成绩，再结合考试成绩，对学生进行考核评价                                                                                                                                                                                                                                     |

### 《新媒体营销》 课程描述

|      |      |                                                                                                                                     |    |      |        |
|------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|--------|
| 课程名称 |      | 新媒体营销                                                                                                                               |    | 课程代码 | 203287 |
| 参考学分 | 4    | 参考课时                                                                                                                                | 56 | 开课学期 | 4      |
| 课程目标 | 知识目标 | (1) 树立现代移动互联网微营销理念;<br>(2) 掌握新品上市各阶段微博引爆策略;<br>(3) 掌握微信营销工作的核心和本质;<br>(4) 掌握多媒体营销多元化发展新模式;                                          |    |      |        |
|      | 能力目标 | (1) 掌握不同电商平台的营销模式;<br>(2) 具备建设和规划企业微信营销的能力;<br>(3) 具备实施微信营销的八大步骤;<br>(4) 能够打造微博、微信自媒体;<br>(5) 具备网店销售推广技巧;<br>(6) 具备有针对性精准投放推广信息的能力; |    |      |        |

|        |      |                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | 素质目标 | (1) 语言表达、社会交往和沟通能力；<br>(2) 具备职业道德、职业精神；<br>(3) 具备分析问题、解决问题的能力；<br>(4) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；<br>(5) 具有较高的情商和逆商；<br>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；<br>(7) 具备自主、开放的学习能力；<br>(8) 培养全心全意为客户服务、让客户满意的意识；                                                    |
| 主要内容   |      | 项目一：微博营销<br>项目二：企业微博技巧<br>项目三：微信公共账号<br>项目四：会员关系管理。客户管理、等级设置，客户分析，客户营销<br>项目五：站内站外推广营销。卖家活动、淘宝客推广、媒介推广<br>项目六：电商 SEO 推广。影响宝贝主要因素，影响人气主要因素，关键词推广流量，会员营销流量<br>项目七：移动媒体营销。二维码生成、手机端店铺装修<br>项目八：数据化运营。销售数据分析、评价数与促销效果分析<br>项目九：淘宝客引流，钻石展位，打造爆款 |
| 教学方法建议 |      | 1、特别重视加强实践性环节教学<br>2、开设较多课时上机课程                                                                                                                                                                                                            |
| 课程考核建议 |      | 1、阶段评价。采用过程性评价与目标评价相结合方法<br>2、关注评价的多元性。将学习态度、课堂提问、学生作业、平时测验、技能目标考核作为平时成绩，再结合考试成绩，对学生进行考核评价                                                                                                                                                 |

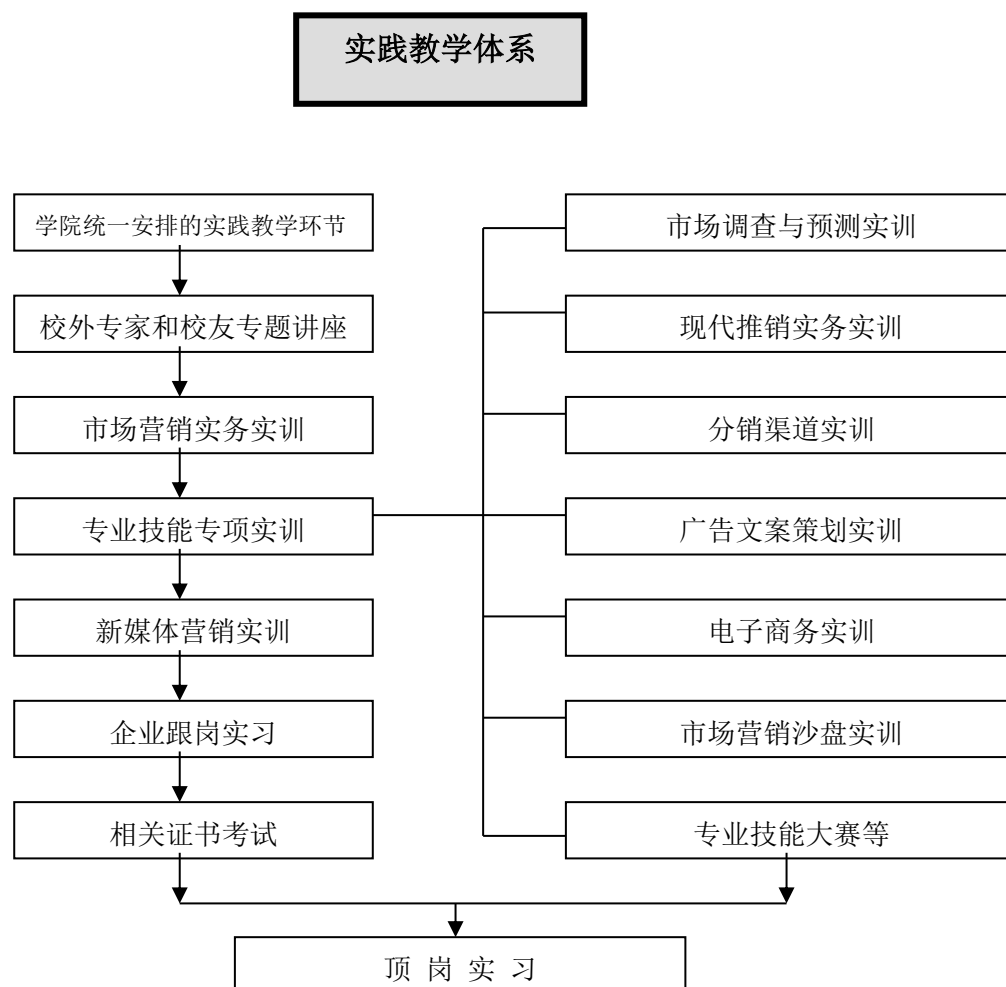
### 3、实践课程

实践课程分为课堂实训、课程实训、企业讲座、跟岗实习、顶岗实习等。

课堂实训是理论教学过程中的实操练习；课程实训是实践性强的课程会有一周的实训；企业讲座是专业与企业合作，邀请企业负责人前来学校进行职业道德、专业素养方面的培训；跟岗实习是第五学期从第十一周开始学生从与专业有合作的企业中任选其一，前往企业实训，专业教师也要跟岗指导；顶岗实习安排在第六学期。

实践教学体系与理论教学体系既相对独立又相辅相成。针对学生实际应用能力的培养，以实际工作岗位所需高素质技能型人才为培养目标构建实践教学体系。实践教学环节与理论教学环节二者有机结合，相互渗透。通过由基础技能到专业技能循序渐进的实践教学训练，培养学生的市场分析与策划能力、市场运营管理

能力、组织协调能力、市场拓展能力。依据营销专业人才培养对职业能力的要求，以专业技能形成“一条主线”，重点训练学生专业综合应用能力。



## 七、学时安排

本专业属于三年制高职，总学时：2690，其中理论学时 1267，实践学时 1423。公共基础课程学时 470，专业基础课程学时 330，专业核心课程学时 520，专业拓展课程学时 440。公选课程学时 90，综合实践学时 432，顶岗实习学时 408 学时。

## 八、教学进程总体安排

本专业参考教学计划包括教学时间安排一览表、教学进程表、实践教学进程表、教学环节分配表。

- 1、教学时间安排表（见附表 1）
- 2、教学进程表（见附表 2）
- 3、实践教学进程表（见附表 3）
- 4、教学环节分配表（见附表 4）

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1、基本情况

包括专任教师和兼职教师。现有专任教师 7 人，其中副教授职称三人，讲师 4 人。“双师型”教师比例超过 70%。兼职教师有来自沃尔玛、百胜餐饮集团、链家、今日头条、娃哈哈等企业的讲师。

#### 2、专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的营销专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

#### 3、企业兼职教师

主要从校企合作企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和职业能力，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

### （二）教学设施

#### 1、校内实践教学条件：

现有营销电商实训室一间，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机 45 人台、路由器、常用办公软件、讨论工位。配备交换机服务器、无线路由器、市场营销沙盘等实训软件。支持本专业核心课程实训。

#### 2、校内实训活动

开展文化周网店装修大赛；组织面向大一新生的校园推销活动。此外与多家企业合作开展校内实训活动。如与娃哈哈合作开展创意营销大赛；参与先锋公司市场调研活动；参与雪花啤酒分销商调研工作。部分实训课程采用前往企业参观，

短期实习等形式。

### 3、校外实训基地

具有稳定的校企合作校外实训基地。能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。学生已在湖北沃尔玛、武商量贩、中百仓储、黄鹤楼酒业、雪花啤酒、百胜餐饮集团、湖北链家、中原地产、今日头条等企业完成跟岗实习和顶岗实习。

## （三）教学资源

以《市场营销》、《市场调查与预测》、《电子商务》、《新媒体推广》、《推销与谈判》、《广告策划》等课程核心，建立专业课程教学资源库，其中包括电子教案、电子教材、课件、教学视频、多媒体素材库、习题库、试题库、案例库、在线测试、网络自主学习课程等，为实现学生自主学习和相互交流提供优质的共享资源平台。

## （四）教学方法

### 1、案例教学法

案例教学能提供给学生具体的商业场景，给学生创造接触和解决问题的机会，使学生能了解现实企业中需要解决的问题及解决方案。案例选取上倾向于选择易于被学生接受的、具有时代感的、有代表性的案例。具体可分为两种形式：一是案例讨论法。由学生阅读现成案例后进行分组讨论，得出结论，教师进行点评。二是学生自讲案例法。由学生收集整理感兴趣的案例素材，进行课堂讲授。

### 2、模拟情境法

教师利用视频、讲授等方法将企业营销活动展现在学生面前，使学生身临其境并进入角色，真正站在企业营销者角度思考问题，针对企业面临问题提出解决方案。

### 3、实践教学法

由学生亲自参加市场营销系列活动，从中积累学习经验。主要为三种形式：一是根据课程内容带领学生到企业进行参观，实地感受具体销售环境。二是由学生自己策划执行销售活动，教师给予指导和点评。三是利用校外实训基地，采用



跟岗实习形式，使学生切身参与和感受企业运营和销售等活动。

#### 4、讨论教学法

主要用在知识学习和问题分析中，是由单纯的教师占主导地位的讲授，变为学生为课堂的主体。

#### 5、任务驱动法

主要表现在各科的教学设计、教学活动设计中，是职业教育的总指导。学生在目标任务的驱动下，学习知识掌握技能，化被动接受为主动学习。

### **(五) 教学评价**

对学生的评价表现在丰富性和多元化。具体有以下方式：

- 1、课程评价包括：平时到课率、课堂表现，包括课堂测试、课程设计表现和期末考试成绩。
- 2、实训课程评价包括：创新能力、团队协作能力和 PPT 演讲演示能力
- 3、文化周职业技能大赛，对表现优异的学生给予物质奖励
- 4、跟岗实习、顶岗实习学生企业导师根据在岗表现打分

对教师教学评价体现在全面控制，以确保教学质量，表现在：

- 1、学期初，教学设计、教案等文件的检查
- 2、教研室教师每学期听 2—3 次其他教师课，并给出评分
- 3、学生评教打分
- 4、学院督导不定期对教师进行听课
- 5、鼓励教师在教材编写、专业文章发表方面做出努力
- 6、要求教师积极带学生参加职业技能大赛
- 7、实训课程要求教师做好环节控制，确保在实训环节增强教师指导学生的比例和提高指导的针对性。
- 8、要求教师多参加专业类和教学方法类培训

### **(六) 质量管理**

教学质量管理工作是在主管院长的领导下，实行学院、分院(系)两级负责，学院是管理的主体力量，主要通过以下形式进行。

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

- 2、学院、分院(系)两级督学系统，聘请有丰富教学经验和教学管理经验的老教师退休的教学管理人员组成校院两级督学小组，实现“督教、督学、督管”。
- 3、分院(系)同行教师评价系统，由分院(系)进行主讲教师的聘任，教师试讲和教学效果评价工作。
- 4、学生信息员系统，聘任学生担任本专业的教学质量监督信息员，及时掌握专业教师教学信息，对教学中存在的问题及时向分院(系)、学院进行反馈。
- 5、教师—学生双向课堂教学效果反馈系统，每学期期中，由学生会组织学生填写《课堂教学效果反馈表》，对所有上课教师的教学效果进行反馈。同时，教师每学期应至少填写一次《课堂教学信息卡》，将课堂教学过程出现的问题(如学生的学习效果、学习风气，教学条件、教学设备的使用情况)反馈给学院督导。
- 6、网络教务反馈系统，通过网络获取教学信息。

为了达到全面控制教学过程、提高教学质量的目的，进行课堂教学检查时，各类检查人员应填写相应的评估表和反馈表，及时对评估表和反馈表进行统计处理，将结果反馈给教师所在的教研室，并以适当的方式反馈给教师。每学期以分院(系)为单位，综合各种渠道的检查结果和反馈结果，采取先定量后定性的办法，对所有任课教师的教学效果和质量进行评价。评价结果经分院(系)审核后，将结果存入教师教学工作档案，作为教师晋职、评优的重要依据。每学期，学院教务处对教学质量方面存在的共性问题采取简报、总结等形式，对存在的个性问题采取座谈会、个别交流、文字材料等形式，以随时总结经验，改进教学。

## 十、毕业要求

学生需要通过三年的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分共 137 分，跟岗实习、顶岗实习成绩合格，方认为达到本专业人才培养目标和培养规格，允许毕业。

## 十一、专业指导委员会组成

| 专业建设指导委员会名称 |     |       | 市场营销专业建设指导委员会 |       |     |                 |
|-------------|-----|-------|---------------|-------|-----|-----------------|
| 专业          | 姓名  | 职务/职称 | 工作单位          | 专业特长  | 签名  | 联系电话            |
| 建设          | 顾璐璐 | 经理    | 沃尔玛光谷店        | 销售、客服 | 顾璐璐 | 134371256<br>96 |

|                        |     |           |         |       |     |                 |
|------------------------|-----|-----------|---------|-------|-----|-----------------|
| 指 导<br>委 员<br>会 成<br>员 | 余帅  | 华中区人力资源经理 | 京东      | 物流、电商 | 余帅  | 134196022<br>79 |
|                        | 瞿巍  | 餐厅经理      | 百胜餐饮集团  | 营销策划  | 瞿巍  | 138861615<br>59 |
|                        | 张首杰 | 院长        | 工商信息学院  | 营销    | 张首杰 | 135071671<br>36 |
|                        | 沈静  | 教师        | 市场营销教研室 | 营销    | 沈静  | 139712433<br>34 |

## 十二、专业人才培养方案编制团队成员

专业人才培养方案编制团队成员有：

工商管理学院院长 张首杰

市场营销教研室教师：沈静、胡珊珊、梁蓓

附表 1、教学时间安排表

| 学年   | 八月           | 九月           |               |               |               | 十月           |              |               |               |               | 十一月          |               |               |               | 十二月          |               |               |               | 一月           |             |    |    |    | 二月 |    |    |
|------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|----|----|----|----|----|
| 周次   |              | 1            | 2             | 3             | 4             | 5            | 6            | 7             | 8             | 9             | 10           | 11            | 12            | 13            | 14           | 15            | 16            | 17            | 18           | 19          | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 日期起止 |              | 31<br>/<br>4 | 7<br>/<br>11  | 14<br>/<br>18 | 21<br>/<br>25 | 28<br>/<br>2 | 5<br>/<br>9  | 12<br>/<br>16 | 19<br>/<br>23 | 26<br>/<br>30 | 2<br>/<br>6  | 9<br>/<br>13  | 16<br>/<br>20 | 23<br>/<br>27 | 30<br>/<br>4 | 7<br>/<br>11  | 14<br>/<br>18 | 21<br>/<br>25 | 28<br>/<br>1 | 4<br>/<br>8 |    |    |    |    |    |    |
| 一    | ×            | △            | ♠             | ♠             | □             | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | □             | □            | :           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |
| 三    | ×            | □            | □             | □             | □             | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | □             | //           | //            | //            | //            | //           | :           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |
| 五    | ×            | □            | □             | □             | □             | □            | □            | □             | □             | □             | □            | //            | //            | //            | //           | //            | //            | //            | //           | :           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |
| 学年   | 二月           | 三月           |               |               |               |              | 四月           |               |               |               | 五月           |               |               |               | 六月           |               |               |               | 七月           |             |    |    | 八月 |    |    |    |
| 周次   | 26           | 27           | 28            | 29            | 30            | 31           | 32           | 33            | 34            | 35            | 36           | 37            | 38            | 39            | 40           | 41            | 42            | 43            | 44           | 45          | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 |
| 日期起止 | 25<br>/<br>1 | 4<br>/<br>8  | 11<br>/<br>15 | 18<br>/<br>22 | 25<br>/<br>29 | 1<br>/<br>5  | 8<br>/<br>12 | 15<br>/<br>19 | 22<br>/<br>26 | 29<br>/<br>3  | 6<br>/<br>10 | 13<br>/<br>17 | 20<br>/<br>24 | 27<br>/<br>31 | 3<br>/<br>7  | 10<br>/<br>14 | 17<br>/<br>21 | 24<br>/<br>28 | 1<br>/<br>5  |             |    |    |    |    |    |    |
| 二    | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | //            | :            | ×           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |
| 四    | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □            | □             | □             | □             | □            | □             | □             | □             | □            | □             | //            | //            | :            | ×           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |
| 六    | //           | //           | //            | //            | //            | //           | //           | //            | //            | //            | //           | //            | //            | //            | //           | //            | //            | //            | ▲            | ×           | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  | ×  |

注：□== 理论教学； : ==考试； ○==实践教学； △==入学教育； ♠==军训； ×==寒暑假； //==各类实训、毕业实训； ∧==机动； ▲==毕业鉴定； ●==技能鉴定； ※==课程设计。

附表 2 教学进程表

| 课程结构   | 序号 | 课程代码   | 课程名称                 | 课程类型 | 课程性质 | 考核方式 | 学分 | 课内学时分配 |      |       |     | 周学时数分配 |     |    |     |    |    | 实验  |   |   |   |  |
|--------|----|--------|----------------------|------|------|------|----|--------|------|-------|-----|--------|-----|----|-----|----|----|-----|---|---|---|--|
|        |    |        |                      |      |      |      |    | 理论学时   | 实践学时 | 理实一体化 | 总学时 | 一      | 二   | 三  | 四   | 五  | 六  |     |   |   |   |  |
|        |    |        |                      |      |      |      |    |        |      |       |     | 15     | 18  | 18 | 18  | 18 | 17 |     |   |   |   |  |
| 公共基础课程 | 1  | 000002 | 军训与入学教育              | B    | 必修   | 考查   | 3  | 18     | 36   |       | 54  | 3W     |     |    |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 2  | 800071 | 军事理论                 | A    | 必修   | 考查   | 1  | 18     |      |       | 18  |        | 1周  |    |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 3  | 106011 | 思想品德修养与法律基础          | B    | 必修   | 考查   | 3  | 40     | 8    |       | 48  | 2      | 2   |    |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 4  | 106012 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | B    | 必修   | 考查   | 4  | 56     | 8    |       | 64  |        |     | 2  | 2   |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 5  | 106003 | 英语                   | A    | 必修   | 考试   | 6  | 96     |      |       | 96  | 4      | 4   |    |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 6  | 106005 | 体育                   | C    | 必修   | 考试   | 4  | 0      | 76   |       | 76  | 2      | 2   |    | 2   |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 7  | 106020 | 形势与政策                | A    | 必修   | 考查   | 1  | 16     | 16   |       | 32  |        |     | 讲座 |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 8  | 103004 | 大学生心理健康              | A    | 必修   | 考查   | 2  | 16     | 16   |       | 32  |        | 2   |    |     |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 9  | 106021 | 职业生涯规划、就业指导与创新创业教育   | A    | 必修   | 考查   | 2  | 16     | 16   |       | 32  | 1      |     |    | 1   |    |    |     |   |   |   |  |
|        | 10 |        | 毕业教育                 | B    | 必修   | 考查   | 1  | 10     | 8    |       | 18  |        |     |    |     |    |    | 2*9 |   |   |   |  |
| 小计     |    |        |                      |      |      |      |    |        |      |       | 27  | 286    | 184 |    | 470 | 9  | 10 | 2   | 5 | 0 | 0 |  |
| 基础     | 11 | 303019 | 管理学基础                | A    | 必修   | 考试   | 3  | 60     |      |       | 60  | 4      |     |    |     |    |    |     |   |   |   |  |

|                |    |        |           |   |    |    |    |     |     |   |     |    |   |    |    |   |   |
|----------------|----|--------|-----------|---|----|----|----|-----|-----|---|-----|----|---|----|----|---|---|
|                | 12 | 203037 | 经济学       | A | 必修 | 考查 | 3  | 60  |     |   | 60  | 4  |   |    |    |   |   |
|                | 13 | 203020 | 电商概论      | A | 必修 | 考查 | 3  | 60  |     |   | 60  | 4  |   |    |    |   |   |
|                | 14 | 303024 | 基础会计      | A | 必修 | 考试 | 3  | 60  |     |   | 60  | 4  |   |    |    |   |   |
|                | 15 | 303034 | 商品学       | B | 必修 | 考试 | 3  | 40  | 20  |   | 60  |    | 4 |    |    |   |   |
|                | 16 | 106019 | 办公及商务软件应用 | B | 必修 | 考查 | 1  | 15  | 15  |   | 30  |    | 2 |    |    |   |   |
| 小计             |    |        |           |   |    |    | 16 | 295 | 35  | 0 | 330 | 16 | 6 | 0  | 0  | 0 |   |
| 专业<br>技能<br>课程 | 17 | 203143 | 市场营销实务    | B | 必修 | 考试 | 3  | 40  | 20  |   | 60  |    | 4 |    |    |   |   |
|                | 18 | 203020 | 消费心理学     | B | 必修 | 考查 | 3  | 40  | 20  |   | 60  |    | 4 |    |    |   |   |
|                | 19 | 303038 | 市场调查与预测   | B | 必修 | 考试 | 3  | 40  | 16  |   | 56  |    |   | 4  |    |   |   |
|                | 20 | 203323 | 网络营销      | B | 必修 | 考试 | 3  | 40  | 16  |   | 56  |    |   | 4  |    |   |   |
|                | 21 | 203243 | 现代推销实务    | B | 必修 | 考查 | 3  | 40  | 16  |   | 56  |    |   | 4  |    |   |   |
|                | 22 | 203321 | 广告策划      | B | 必修 | 考试 | 4  | 40  | 24  |   | 64  |    |   |    | 4  |   |   |
|                | 23 | 203074 | 分销渠道管理    | B | 必修 | 考试 | 4  | 40  | 24  |   | 64  |    |   |    | 4  |   |   |
|                | 24 | 203287 | 新媒体营销     | B | 必修 | 考试 | 4  | 40  | 24  |   | 64  |    |   |    | 4  |   |   |
|                | 25 | 203044 | 客户服务与管理   | B | 必修 | 考查 | 2  | 20  | 20  |   | 40  |    |   |    |    |   | 4 |
| 小计             |    |        |           |   |    |    | 29 | 340 | 180 |   | 520 | 0  | 8 | 12 | 16 | 4 |   |
| 专业<br>拓展<br>课程 | 26 | 203288 | 图形图像处理    | B | 必修 | 考查 | 4  | 32  | 32  |   | 64  |    |   |    | 4  |   |   |
|                | 27 | 203126 | 互联网视觉营销   | B | 必修 | 考查 | 3  | 40  | 16  |   | 56  |    |   | 4  |    |   |   |
|                | 28 | 303028 | 经济法基础     | A | 必修 | 考试 | 3  | 40  | 16  |   | 56  |    |   | 4  |    |   |   |
|                | 29 | 203126 | 网店运营      | B | 必修 | 考查 | 4  | 44  | 20  |   | 64  |    |   |    | 4  |   |   |
|                | 30 | 303031 | 连锁经营      | B | 必修 | 考试 | 2  | 20  | 20  |   | 40  |    |   |    |    | 4 |   |
|                | 31 | 203065 | 物流管理      | B | 必修 | 考试 | 2  | 20  | 20  |   | 40  |    |   |    |    | 4 |   |
|                | 32 | 203352 | 财税与金融     | A | 必修 | 考查 | 2  | 20  | 20  |   | 40  |    |   |    |    | 4 |   |

|         |    |        |           |   |    |    |      |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
|---------|----|--------|-----------|---|----|----|------|----|------|-----|-----------------------------------|------|----|----|----|----|----|--|--|--|
|         | 33 | 203076 | 公共关系与商务礼仪 | A | 必修 | 考试 | 2    | 20 | 20   |     | 40                                |      |    |    |    | 4  |    |  |  |  |
|         | 34 | 203061 | 投资与理财     | B | 必修 | 考查 | 2    | 20 | 20   |     | 40                                |      |    |    |    | 4  |    |  |  |  |
| 小计      |    |        |           |   |    |    |      | 24 | 256  | 184 | 0                                 | 440  |    | 0  | 8  | 4  | 20 |  |  |  |
| 总计      |    |        |           |   |    |    |      | 96 | 1177 | 548 | 0                                 | 1760 |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 每周学时数   |    |        |           |   |    |    |      |    |      |     |                                   |      | 25 | 24 | 22 | 25 | 24 |  |  |  |
| 理论教学总时数 |    |        |           |   |    |    | 1760 |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 公选课课时   |    |        |           |   |    |    | 90   |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 实践教学课时  |    |        |           |   |    |    | 840  |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 总课时     |    |        |           |   |    |    | 2690 |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 课程门数    |    |        |           |   |    |    | 34   |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 课程学分    |    |        |           |   |    |    | 96   |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 实践教学学分  |    |        |           |   |    |    | 35   |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 综合素质模块  |    |        |           |   |    |    |      |    |      | 6   | 从学院公选课中任选约 90 学时在 3-5 学期完成，学分 6 分 |      |    |    |    |    |    |  |  |  |
| 总学分     |    |        |           |   |    |    | 137  |    |      |     |                                   |      |    |    |    |    |    |  |  |  |

附件 3：实践教学进程表

| 序号 | 实践项目      | 周数 | 学时  | 学分 | 时间安排 |     |     |     |     |     | 实践地点 |    | 备注 |     |
|----|-----------|----|-----|----|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|----|----|-----|
|    |           |    |     |    | 一学期  | 二学期 | 三学期 | 四学期 | 五学期 | 六学期 | 校内   | 校外 |    |     |
| 1  | 市场营沙盘销实训  | 1  | 24  | 1  |      | √   |     |     |     |     |      | √  |    |     |
| 2  | 电子商务实训    | 1  | 24  | 1  | √    |     |     |     |     |     |      | √  |    |     |
| 3  | 市场调查与预测实训 | 2  | 48  | 2  |      |     | √   |     |     |     |      |    | √  |     |
| 4  | 现代推销实务实训  | 1  | 24  | 1  |      |     | √   |     |     |     |      | √  |    | 第一周 |
| 5  | 新媒体推广实训   | 1  | 24  | 1  |      |     |     | √   |     |     |      | √  |    |     |
| 6  | 广告策划实训    | 1  | 24  | 1  |      |     |     | √   |     |     |      | √  |    |     |
| 7  | 分销渠道管理实训  | 1  | 24  | 1  |      |     |     | √   |     |     |      | √  |    |     |
| 8  | 跟岗实习      | 10 | 240 | 10 |      |     |     |     | √   |     |      |    | √  |     |
| 9  | 毕业顶岗实习    | 17 | 408 | 17 |      |     |     |     |     | √   |      |    | √  |     |
|    | 合计        | 35 | 840 | 35 |      |     |     |     |     |     |      |    |    |     |



附表 4：教学环节分配表

| 总学时      | 教学环节类别       |         | 学时     | 占总学时百分比 | 理论教学学时 | 实践教学学时 | 理、实百分比 |
|----------|--------------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|
| 2690     | 公共基础课程       | 理论学时    | 286    | 11%     | 1267   | 1423   | 52.90% |
|          |              | 实训学时    | 184    | 7%      |        |        |        |
|          | 基础技能课程       | 理论学时    | 295    | 10.97%  |        |        |        |
|          |              | 实训学时    | 35     | 1%      |        |        |        |
|          |              | 一体化学时   | 0      | 0%      |        |        |        |
|          | 专业技能（学习领域）课程 | 理论学时    | 340    | 13%     |        |        |        |
|          |              | 实训学时    | 180    | 7%      |        |        |        |
|          |              | 一体化学时   | 0      | 0%      |        |        |        |
|          | 专业拓展课程       | 理论学时    | 256    | 10%     |        |        |        |
|          |              | 实训学时    | 184    | 7%      |        |        |        |
|          |              | 一体化教学学时 | 0      | 0%      |        |        |        |
|          | 公选课程         |         | 90     | 3%      |        |        |        |
| 综合实践环节   |              | 432     | 16.06% |         |        |        |        |
| 顶岗实习等学时数 |              | 408     | 15.17% |         |        |        |        |