

# 市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

市场营销 (530605)

## 二、隶属专业群

市场营销专业群

## 三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力人员。

## 四、修业年限

基本修业年限三年，最长修业年限不超过六年。

## 五、职业面向

### (一) 职业面向

表1 职业面向一览表

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)	主要岗位类或技术领域举例		职业资格证书或技能等级证书举例
				产品销售类	市场运营类	
财经商贸大类(53)	工商管理类(5306)	零售业(52) 批发业(51) 商务服务业(72)	营销员(4-01-02-01) 商品营销员(4-01-02-03) 互联网营销师(4-01-02-07) 市场调研专业人员(2-06-07-02) 品牌专业人员(2-06-07-04)	销售代表、销售主管、销售经理、销售总监	运营专员、运营主管、运营经理、运营总监	1+X数字营销技术应用职业技能等级证书; 互联网营销师国家职业技能证书。

## (二) 典型工作任务及职业能力分析

表2 典型工作任务及职业能力分析一览表

工作项目	工作任务	职业能力
市场调查	1-1 调查方案设计	能根据调查需求, 明确调研目的和调研项目, 明确调研事项和调研所需搜集的资料;
		能针对企业资料, 根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具体单位以及调研对象;
		能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具;
		能根据调研目的确定调研内容;
		能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算。
	1-2 问卷设计	能根据问题的内容选择合适的问题类型, 要有封闭式和开放式两个类型的问题;
		能依照逻辑顺序排列问题, 先易后难, 先简单后复杂, 先一般后具体, 开放式问题放在后面;
		能切实结合问题内容设计答案, 封闭式问题答案要穷尽、互斥, 界限明确, 排列不要有倾向性;
		能根据标准格式和要求编制调查问卷。
	1-3 市场调查实施	能根据调查方案, 按规范执行现场调查;
		能识读调查问卷, 能向目标人群发放问卷, 能协助被访者完成问卷填写, 能回收有效调查问卷;
	1-4 撰写调研报告	能够对提供的调研数据进行细致分析、运用, 能很好的鉴别, 遴选数据, 能灵活运用数据说明问题;
能以调研资料为依据, 用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。		
谈判与推销	2-1 商谈判	能对谈判对手进行认真、细致的分析, 确定谈判目标, 制定各阶段谈判策略, 拟定商务谈判计划;
		能利用线上线下等多种途径进行相关信息的收集和整理, 为谈判做好

		充分的资料准备；
		能灵活运用谈判策略，有效地运用各种技巧处理谈判出现的僵局，确保谈判目标实现。
	2-2 产品 推广	能准确地分析被推销产品的优缺点，把握产品卖点；
		能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法；
		能针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，挖掘痛点，唤起顾客的购买欲望，促成交易。
营销 策划	3-1 促销 活动 策划	能对企业、竞争对手企业的产品组合、消费者特点、促销习惯等营销信息进行细致、深入分析并据此来确定明确、具体、有针对性的促销活动目标以及有吸引力的活动主题；
		能针对市场分析结论准确描述促销对象的具体特征，确定合适的参与促销商品、时间、地点等要素；
		能结合企业促销目标选择刺激程度适当、与费用相匹配的促销方式与工具；
		能选择符合促销目标以及促销对象媒体习惯的广告配合方式与媒体(新媒体)；
		能根据促销目标对策划任务的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置；
		能对活动过程中可能发生的意外问题提出处理预案；能预测促销活动将会出现的效果。
	3-2 广告 文案 策划	能对企业、竞争对手企业产品及广告现状、消费者情况等营销信息进行细致、深入分析并能据此来确定明确、具体广告目标以及广告策划思路；
		能针对市场分析结论，判断企业市场方向，明确广告产品与竞争对手相比所具备的优点与缺点，指出消费者的爱好与偏向，进而确定广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等方面内容，能综合以上内容形成一套具有一定可行性的广告策划方案。
	3-3 品牌	能够分析品牌的目前形象与现状；能够使用品牌定位工具进行品牌定位；能够使用品牌命名的技巧为品牌命名；能够使用品牌人格化工具

策划	进行品牌人格化设计；能够进行品牌广告语创作；能够进行品牌故事的撰写；
	能够根据产品五层次模型进行产品架构模式制订；能够进行自身产品特质梳理、产品定位、产品命名、广告语设计和卖点提炼；能够进行产品LOGO、包装、图片、宣传册、推送页和广告片设计；
	能够根据产品和企业资源进行渠道设计；能够撰写品牌策划方案；能够运用全媒体渠道进行宣传推广。
3-4 公关 活动 策划	能对企业的公关现状进行比较深入的分析，明确企业面临的主要问题；能根据分析结论，提炼出明确的公关活动目标；
	能根据公关的目标与企业所面临的公关问题确立公关活动的公众对象以及公关模式；能依据公关模式来确定公关活动恰当的时机与地点；
	能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意。

## 六、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业适应经济社会转型升级及数字营销蓬勃发展需要，培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展，具有较强的商品流通、营销管理、数字营销基础、市场与服务创新思维厚德明志的人文素养和立信强能、爱岗敬业、服务客户的职业道德及满足需求、开发需求、创造需求的创新创业能力，传承敢为人先、经世致用的经商文化和开拓勇毅、锲而不舍用心服务、精益求精的工匠精神，掌握市场营销、消费者行为等专业知识与市场分析、产品销售、商务洽谈、客户服务。营销策划及线上线下营销推广、数字营销、商务数据分析等技能，面向现代商贸流通的数字营销领域，服务于省区域经济社会发展、企业数字化转型需要,能够从事产品销售市场运营、新品(品牌)推广、营销策划、客户服务管理销售管理等相关工作的复合型技术技能人才。

## (二) 培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

### 1.素质

(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) 具有“心忧天下、敢为人先、自强不息”的优秀传统文化底蕴。

(3) 勇于奋斗，乐观向上，有较强的集体意识和团队合作意识，运用自己的智慧灵活处理营销工作中的各种突发事件。

(4) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力诚实守信、童叟无欺，能取得顾客信任。

(5) 具有质量意识、信息素养、营销成本控制意识，用敏锐的商业嗅觉实现双赢。

(6) 勇于决断，当遇到困境和挫折时，具有一定的抗压能力，不畏艰难险阻，始终坚持自我向正确的方向前进。

(7) 崇尚宪法、遵法守纪、严于律己，自觉遵守各种规章制度。

(8) 具有探究学习、终身学习能力，不断学习新知识和新技术，具有创新思维和创业意识。

### 2.知识

(1) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(2) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

(3) 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。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(6) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(7) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

### 3.能力

(1) 能不断学习新知识、新技能，具有探究学习、终身学习的能力，利用现代市场营销的新知识、新技术实施营销。

(2) 能分析消费者心理活动过程，洞察消费者的个性心理、群体心理和行为，把握消费流行与消费习俗，具备营销员、商品营业员、市场调查专员岗位对消费者行为分析的能力。

(3) 能借助商品的基本知识和方法，采用一定的方法和技巧组织实施推销，具备营销员、商品营业员岗位对组织实施推销的能力。

(4) 能组织实施营销产品、竞争者、客群的市场调查与分析，设计调查方案，实施市场调查，撰写调查报告，具备营销员、商品营业员、市场调查专员岗位对市场调查与分析的能力。

(5) 能规范商务礼仪，遵循商务谈判的原则、方法和技巧组织实施商务谈判，具备区域/产品销售经理、店长/卖场经理/网点经理、小微商业企业创业者、市场主管/经理岗位对商务谈判的能力。

(6) 具有客户拜访、交流与沟通的能力，能够进行产品方案演示、商务洽谈、实施推销或项目招投标，完成产品销售、签订合同。

(7) 具有数字营销技术应用能力，能够进行社交营销，小程序营销、APP营销、搜索引擎营销、推荐引擎营销，实现网站推广，能利用所掌握的数字营销技术考取数字营销职业技能证书、参加职业技能竞赛等。

(8) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(9) 能够合理运用广告媒体进行产品、品牌宣传推广。

(10) 能够完成营销活动策划、方案撰写、组织活动实施，能够进行营销活动策划并组织实施。

(11) 能够运用微博、微信、短视频、直播等新媒体与工具。

(12) 能够适应社会与市场环境的变化变化的应变能力，具备一定的创新创业能力。

## 七、课程设置及要求

### (一) 课程体系与对应能力架构

通过对从事企业的市场营销类岗位设置、每个岗位的主要工作任务以及任职要求分析，整合出具有市场营销专业特色的岗位群和典型工作任务，在此基础上进行职业能力归纳整合，确定与市场需求相适应的市场营销专业人才培养规格，构建具有职业教育特色的专业课程体系。课程体系与对应能力架构一览表如下：

表3 课程体系与对应能力架构一览表

能力架构		支撑能力的课程体系
大类	细分	
通用能力	道德素质提升与政治鉴别能力	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策
	语言、文字表达能力和沟通能力	应用文写作、演讲与口才、普通话、实用英语
	自我管理与发展能力	体育与健康、体育俱乐部、军事技能、军事理论、心理健康指导、职业生涯规划、大学生安全教育、管理学基础
	综合素养提升能力	大学生礼仪修养、大学生传统文化修养、大学生劳动教育、大学生艺术修养、大学生人文素养、大学生科技素养、大学生职业素养
	信息手段运用能力	信息技术、电子商务基础与应用
	创新创业能力	创新创业基础
	学习能力	所有课程
专业能力	销售能力	推销技巧、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、毕业综合实训、消费者行为分析
	市场调查与分析能力	市场调查与预测、营销专业基本技能实训、毕业综合实训、商务数据分析与应用
	营销策划能力	营销策划、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、毕业综合实训
	商务谈判能力	商务谈判、营销专业基本技能实训、毕业综合实训、商务礼仪
	产品和品牌的线上线下推广和促销活动能力	Photoshop图形图像处理、商品采编、广告实务、仓储与配送实务、运输实务、新媒体营销
	客户关系管理能力	客户关系管理、消费者行为分析、商务谈判、推销技巧
	销售管理能力	销售管理、推销技巧、店长实务、人力资源管理、管理学基础、营销沙盘实训、营销素养实训



学期课程分布图如下：

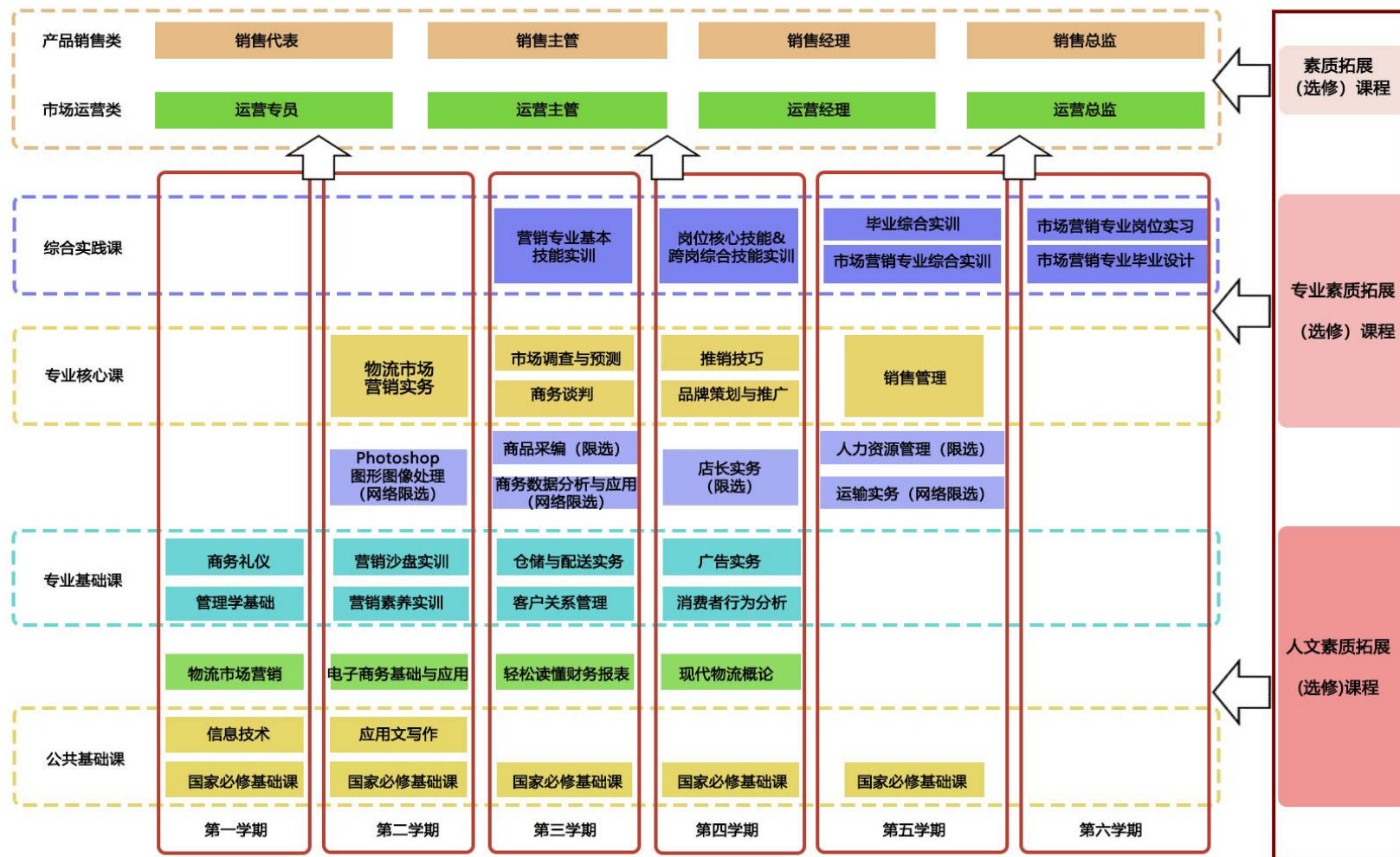


图1 学期课程分布图

课程体系按“四阶段、递进式”的课程体系结构进行设计和安排：

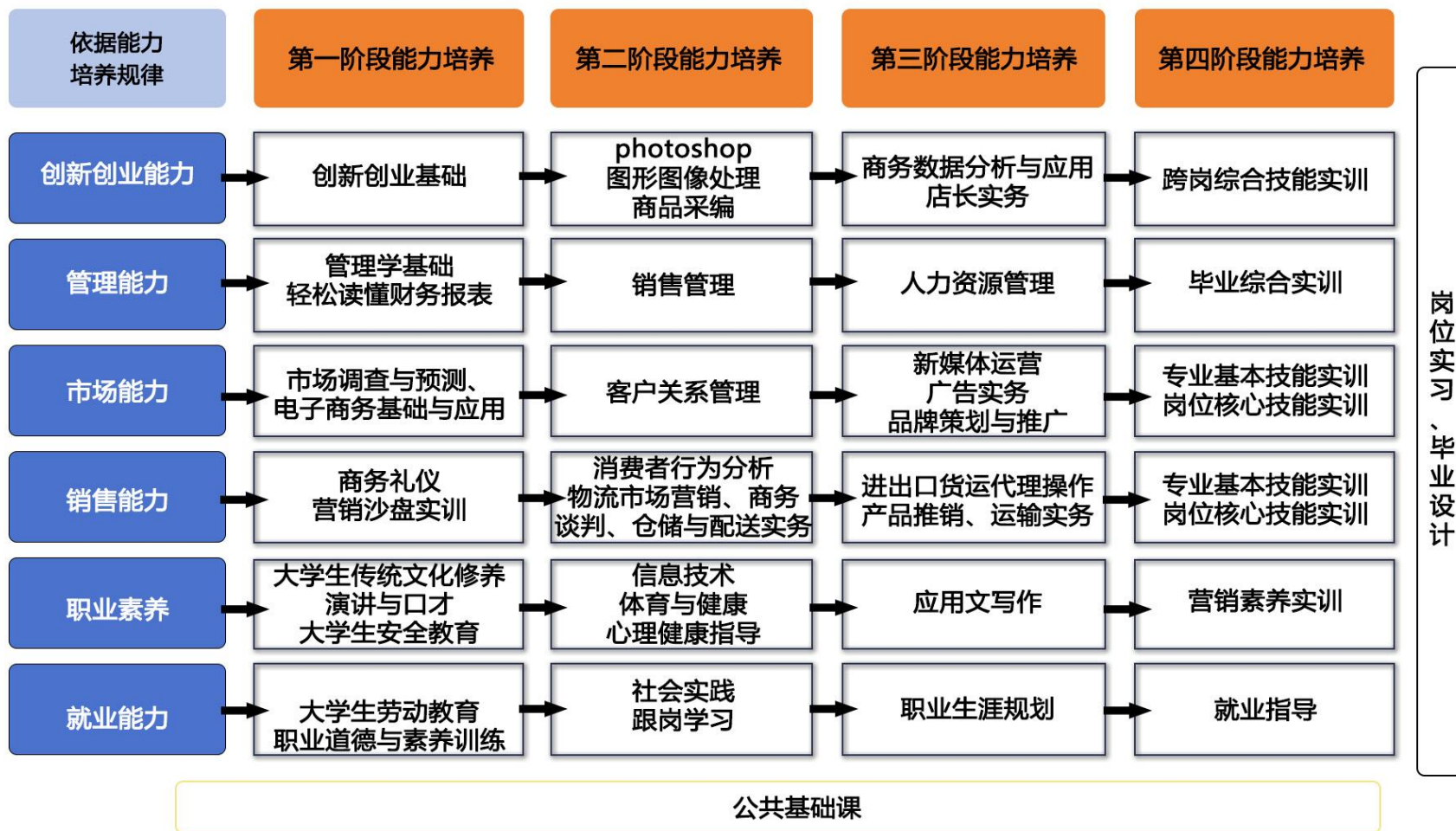


图2 四阶段、递进式课程体系结构

## (二) 课程设置与课程描述

本专业课程主要包括公共基础课程、专业（技能）课程、专业综合实践课程。专业课程对接高等职业学校市场营销专业教学标准，对接区域发展需求，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，推动课程思想政治工作体系贯穿教学体系、教材体系、管理体系，切实提升思想政治工作质量。结合一带一路、国家最新商业法规政策、市场营销职业道德与职业素养，融入课程思政因素，贯穿于专业课程教学全过程。

### 1.公共基础课程

#### (1) 公共平台课程

根据党和国家有关文件规定，将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、应用文写作、普通话、体育与健康、体育俱乐部、心理健康指导、职业生涯规划、实用英语、信息技术、入学教育与军事技能、军事理论、大学生安全教育、创新创业基础、大学生就业指导、大学生劳动教育、大学生传统文化修养等20门课程列入公共平台课程，共45个学分。

表4 公共平台课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
思想道德与法治	素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和法律素养。 知识目标：理解中国精神的基本内涵；理解社会主义法律的内涵；领会社会主义法律精神；熟悉社会主义基本道德规范；掌握中国特色社会主义法治体系以及《民法典》《刑法》相关法律常识。 能力目标：能够自觉服务他	1.人生的青春之问； 2.坚定理想信念； 3.弘扬中国精神； 4.践行社会主义核心价值观； 5.明大德守公德严私德； 6.尊法学法守法用法。	教学方式方法：以教师课堂讲授为主，采取讲授法、案例分析法、问题导向法、参与体验式、启发式教学方法等，在实践教学中注重社会调查、现场模拟、亲身体验、团队合作与比赛等多种互动式教学形式。 考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、考试）+课堂表现（课堂参与、课堂实践）20%+期末考试40%。 实训实践要求：根据课程内容设置9

	人、奉献社会；能够把道德理论知识内化为自觉意识，不断提高践行道德规范的能力；能够运用法律知识维护自身合法权益。		个实践教学任务（每年的任务会根据社会热点、教学重难点等不同适时调整更新），每个小组必须完成指定的实践教学任务才能通过实践考核。 教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，必须具有扎实的马克思主义理论基础。
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	素质目标：增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定中国特色社会主义理想信念。 知识目标：系统掌握马克思主义中国化的两大理论成果——毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成发展、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 能力目标：能够运用马克思主义的世界观和方法论去认识和分析问题，正确认识中国国情和社会主义建设的客观规律；能够自觉执行党的基本路线和基本纲领。	1.毛泽东思想模块； 2.邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观模块； 3.习近平新时代中国特色社会主义思想模块。	教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用参与式、讨论式、演讲式、辩论式、案例式、团队项目体验式等多种教学方式方法。 考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。 成绩评定线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、考试）+课堂表现（课堂参与、课堂实践）20%+期末考试40%。 实训实践要求：根据课程设置12个实践教学任务（每年的任务会根据社会热点、教学重难点等不同适时调整更新），每个小组必须完成指定的实践教学任务才能通过实践考核。 教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，必须具有扎实的马克思主义理论基础。
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	素质目标：能够洞悉国家的前途和人民的命运，更加准确找到个人奋斗的社会意义与时代坐标，能够进一步增强道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定不移走中国特色社会主义道路。 知识目标：深入了解习近平	1.总论：课程的重要性、基本内容与教学体系 2.梦想与使命（中国梦、初心使命） 3.旗帜与道路（主题、阶段、征程） 4.战略与支撑（四个全面战略布局）	教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用参与式、讨论式、演讲式、辩论式、案例式、团队项目体验式等多种教学方式方法。 考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、考试）+课堂表现

	<p>新时代中国特色社会主义思想的科学内涵、理论体系、精神实质、重大意义、实践要求等，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，正确认识当代中国的指导思想和发展道路。</p> <p>能力目标：能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，提升战略思维、历史思维、辩证思维、法治思维、创新思维、底线思维能力，站稳政治立场、分清是非界限、坚决抵制错误思想侵蚀。</p>	<p>5.理念与布局（新发展理念、新发展格局、新发展阶段、五位一体）</p> <p>6.保障与条件（总体国家安全观、习近平强军思想、习近平外交思想）</p>	<p>（课堂参与、课堂实践）20%+期末考试40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程设置12个实践教学任务（每年的任务会根据社会热点、教学重难点等不同适时调整更新），每个小组必须完成指定的实践教学任务才能通过实践考核。</p> <p>教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，必须具有扎实的马克思主义理论基础。</p>
<p>形势与政策</p>	<p>素质目标：坚定马克思主义和中国特色社会主义理想信念，树立马克思主义的形势观和政策观，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现全面建设小康社会的奋斗目标而努力奋斗。</p> <p>知识目标：了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系；理解党和国家的重大改革措施；领会国家主要外交政策；熟悉当前国际国内热点问题；掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识。</p> <p>能力目标：能够正确分析国内外形势；能够正确分析和判断国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题。</p>	<p>1.党的理论、基本路线、基本纲领和基本经验；</p> <p>2.我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就、党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施；</p> <p>3.国际形势与外交方略。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用讲授法、案例分析法、小组讨论法等多种教学方式方法，注重理论联系实际。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容每学期设置1个实践教学任务，小组采用微视频、PPT、调研报告等任意一种实践形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求：教师应具备思想政治教育、哲学、伦理学等学历背景，有扎实的马克思主义理论基础和相应的教学水平与科研能力。</p>

应用文写作	<p>素质目标：树立遵纪守法的意识，养成规范、严谨的习惯，培养学生的诚实守信品质与吃苦耐劳精神，提高团队协作精神，提高学生的综合人文素质。</p> <p>知识目标：掌握应用文写作的基本知识、基本格式和文书处理程序；掌握基础写作技巧和方法。</p> <p>能力目标：能从材料中提炼主题，能够围绕主题选择材料，合理安排文章结构；能归纳出常用文种的写作方法和写作技巧；能根据不同工作需要独立地拟写、制作各类文书。</p>	<p>1.应用文基础知识；</p> <p>2.事务文书写作；</p> <p>3.党政公文写作；</p> <p>4.传播文书写作；</p> <p>5.日常文书写作；</p> <p>6.礼仪文书写作；</p> <p>7.经济文书写作和毕业设计写作。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用案例分析法、小组讨论法、翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等多种教学方式方法，以职教云、智慧职教MOOC学院网络平台为辅，精讲多练，提升学生写作能力。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、期末考试）+课堂表现（含考勤、课堂实践）20%+期末考查40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容，提供写作材料，或修改错例,或让学生进行调查实践，完成项目任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有汉语言文学的学历背景，具有扎实的理论基础和较丰富的教学经验。</p>
普通话	<p>素质目标：让大学生充分认识、大力推广、积极普及普通话，热爱祖国的语言文字，正确使用标准的普通话和规范的汉字，提高人文素养。</p> <p>知识目标：掌握普通话语音基本理论和普通话声、韵、调、音变的发音要领；掌握朗读字、词、句、篇和话题说话的方法。</p> <p>能力目标：能够具备较强的方音辨别能力和自我语音辨正能力，以及能用标准或比较标准的普通话进行职场口语交际的能力。</p>	<p>1.普通话概况；</p> <p>2.普通话语音训练（包括普通话声、韵、调、音变的发音要领，朗读字、词、句、篇和话题说话的方法）；</p> <p>3.普通话等级测试的内容、过程及注意事项。</p>	<p>教学方式方法：以测促训，精讲多练。灵活运用翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等多种教学方式方法，教师讲解基本知识和训练方法，重点在学生练习，教师针对发音问题纠正。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置经典文化诵读、微视频拍摄、音频录制等相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：普通话水平要达到一级乙等以上，掌握相应的普通话语音知识和必要的普通话教学技能。</p>

<p>体育与健康</p>	<p>素质目标：培养终身体育意识、积极乐观的生活态度、良好体育的道德和合作精神。</p> <p>知识目标：掌握《国家体质健康标准》内容、测试方法及评价方法；掌握全面发展体能的知识与方法；掌握运动与营养知识、常见运动损伤处理方法；掌握与专业技能相结合的体能素质提高方法；掌握全民健身及全民健康之国家政策。</p> <p>能力目标：能科学进行体育锻炼；能正确评价体质健康状况，设计运动处方；能合理选择食物与营养；能正确处理常见运动创伤。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.《国家体质健康标准》的内容、测试方法及评价方法；</li> <li>2.体育运动规律，体育锻炼原则和方法；运动与营养相关知识；</li> <li>3.常见运动损伤处理方法；</li> <li>4.与专业技能相结合的体能素质提高法则；</li> <li>5.全民健身及全民健康之国家战略。</li> </ol>	<p>教学方式方法：教师指导法：讲授法、分解法、纠错法。学生练习法：游戏、比赛、循环、重复、变换等练习法。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定以课堂考勤、作业、学习态度、理论学习、社团参与、竞赛活动为依据占(50%)。期末考试占(50%)包括身体素质测试、教师课堂教授的运动技能技巧测试。</p> <p>实训实践要求：正确评价自身体质健康状况，科学设计运动处方，进行体育锻炼。</p> <p>教师要求：具备扎实的体育学科理论知识、具有示范导引能力、具有运动健康基本知识。</p>
<p>体育俱乐部</p>	<p>素质目标：塑造健康的体魄，体验体育运动项目的魅力，把体育项目运动精神内化到生活、学习中；培养职场中遵守规则、团队合作、顽强拼搏、积极向上、锐意进取的行为习惯；积极参与校园体育文化建设和社区体育服务，投身健康中国行动。</p> <p>知识目标：了解体育项目运动健康机制；掌握体育运动项目发展特点、竞赛规则与裁判法则。</p> <p>能力目标：能掌握至少两项健身运动技能；能科学运动，能以运动项目技能，提高身体健康水平，能对运动项目欣赏与评判。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.体育与健康选项项目之篮球选项、气排球选项、足球选项、羽毛球选项、乒乓球选项、健美操选项、形体选项、形体与舞蹈选项、瑜伽选项及女子防身术选项的发展及特点；</li> <li>2.选项项目竞赛规则和裁判法则；</li> <li>3.选项项目基本技术、战术以及项目运动的健康机制。</li> </ol>	<p>教学方式方法：线上：学习、讨论、测验。线下：讲授、示范、团队合作与比赛、社团拓展与延伸。</p> <p>考核方法：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定采取过程考核占40%，包括学生平时出勤、工作态度及动作掌握情况，结果考核占60%，依据“身体素质测试、技能测试”的测试结果。</p> <p>实训实践要求：运用所选运动项目开展锻炼，科学健身，参与项目活动与竞赛，积极服务社区。推动全民健身。</p> <p>教师要求：具备扎实的体育学科理论知识、具有示范导引能力、具有基本信息化教学能力。</p>
<p>心理健</p>	<p>素质目标：树立心理健康发</p>	<p>1.大学新生心理适</p>	<p>教学方式方法：通过案例讨论、混</p>

康指导	<p>展的自主意识，优化心理品质。</p> <p>知识目标：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，掌握自我探索技能、自我调适技能及心理发展技能。</p> <p>能力目标：能对自身的身心状态和行为能力等进行客观评价；能正确认识自己、接纳自己，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p>	<p>应与发展；</p> <p>2.心理健康与精神障碍；</p> <p>3.自我意识；</p> <p>4.人格塑造；</p> <p>5.人际关系；</p> <p>6.自我管理；</p> <p>7.恋爱与性；</p> <p>8.生命教育等。</p>	<p>合式教学、理实一体教学、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。</p> <p>考核方式：课程考核采用多元评估体系，形成性评价和终结性评价相结合。采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具有教育学、心理学或医学学历背景，且已获得国家三级以上的心理咨询师职业资格证书。</p>
职业生涯规划	<p>素质目标：遵纪守法、崇德向善、诚实守信、环保守时；有较强的集体意识和团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解自我分析的基本内容与要求，职业分析与职业定位的基本方法；掌握职业生涯规划与规划的格式、基本内容、流程与技巧。</p> <p>能力目标：能较好掌握职业生涯规划设计与规划的撰写格式；能撰写个人职业生涯规划设计与规划书。</p>	<p>1.职业生涯规划与职业理想；</p> <p>2.职业生涯发展条件与机遇；</p> <p>3.职业发展目标与措施；</p> <p>4.职业生涯发展与就业创业规划。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅；通过案例分析法、问题导向法、混合式教学法等教学方式方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置3个实践教学任务，小组采用微视频、PPT、头脑风暴等任意一种实践形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景。</p>
实用英语	<p>素质目标：培养学生跨文化交际意识；基本的英语语言文化素养；爱岗敬业、诚信踏实的职业道德；沟通合作、创造创新的职业素养。</p> <p>知识目标：了解中西方文化的异同；掌握英语语言基础</p>	<p>1.教学内容和训练项目围绕“听、说、读、写、译”五个方面展开；</p> <p>2.教学主题涵盖校园学习生活、毕业求职面试、商务机</p>	<p>教学方式方法：实施线上+线下混合式学习，充分利用网络教学资源 and 平台，进行自主学习；采用任务教学法、情境模拟演练等多种方法，精讲多练。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定</p>



	<p>知识和基本技能；掌握职场相关基本商务英语知识；掌握英语应用文写作方法和技巧。</p> <p>能力目标：能用英语进行生活和职场会话；能处理一般涉外业务，完成涉外交际任务；能撰写相关的英语应用文件；具备进一步学习专业英语、终身学习英语的自学能力。</p>	<p>构组织、商务办公会议、商务聚会旅游、商务产品品牌、商务物流运输、商务贸易及售后，个人职业发展与创业等领域；</p> <p>3.应用文体主要为通知报、备忘录、邀请函、会议纪要、行程安排、货运单据、商务信函等。</p>	<p>以课堂考勤、作业、学习态度为依据占(50%)。期末考试占(50%)。</p> <p>。实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、英语手抄报等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：需具有高度责任心和职业认同感；获得专业英语4级以上证书，语音语调标准；具备一定的教育科研能力，能够不断探索学科发展新趋势和新方向。</p>
信息技术	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，弘扬使用“民族软件”的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和职业素养。</p> <p>知识目标：掌握计算机基础知识；掌握计算机网络基础知识；掌握病毒的特点和防范技巧，掌握计算机信息安全知识。</p> <p>能力目标：能够自觉服务他人、奉献社会；能处理常见的办公文件和办公数据处理；能进行计算机的基本维护，同时为下一步专业学习打好基础。</p>	<p>1.计算机基础知识；</p> <p>2.操作系统（windows）；</p> <p>3.文字信息处理软件（word）；</p> <p>4.电子表格软件（Excel）；</p> <p>5.演示文稿（PowerPoint）；</p> <p>6.计算机网络基础；internet应用。</p>	<p>教学方式方法：主要采取讲授法、案例分析法、问题导向法、混合式教学法、理实一体教学法等教学方式方法；在实践教学中注重社会调查、现场模拟、亲身体验等多种互动式教学形式。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、期末考试）+课堂考勤20%+课堂表现与课堂实践作业40%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置实践教学任务，个人采用计算机操作等实践形式，完成实践教学任务。</p> <p>教师要求：教师应具备良好的思想品德，较好的专业知识以及很好的实际解决问题的能力。</p>
入学教育及军事技能	<p>素质目标：提高思想素质，具备军事素质，保持良好心理素质，培养良好身体素质。</p> <p>知识目标：了解学院规章制度及专业学习要求；熟悉掌</p>	<p>1.专业介绍，职业素养以及工匠精神培育；</p> <p>2.物院文化教育；</p> <p>3.法制安全、常见疾病防治教育；</p>	<p>教学方式方法：通过理论讲授、案例导入、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采</p>

	握单个军人徒手队列动作的要领、标准。 能力目标：具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力。	4.国防教育及爱国主义教育；5.军事训练。	取过程考核占40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占60%，依据“军事技能”的训练结果。 实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。 教师要求：入学教育教师应具有良好的综合素养，军事训练教官应具有扎实军事理论基础与军事技能素养。
军事理论	素质目标：增强学生的国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。 知识目标：了解军事理论的基本知识；理解习近平强军思想的深刻内涵；熟悉世界新军事变革的发展趋势。 能力目标：具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。	1.中国国防； 2.国家安全； 3.军事思想； 4.现代战争； 5.信息化装备。	教学方式方法：综合运用讲授法、问题探究式、案例导入法等方法，充分运用信息化手段开展教学。 考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，平时成绩占50%（考勤、作业、实验实训等）、期末考查成绩占50%。 实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。 教师要求：任课教师应具有扎实军事理论基础与军事技能素养。
大学生安全教育	素质目标：提高学生的安全文化素养，培养大学生树立安全意识，从而达到提高国民素质和公民道德素养的目的。 知识目标：了解安全教育体系知识；了解各类突发事件应对知识、求生技巧、安全培训；掌握危机防范和应对知识。 能力目标：提高大学生安全意识和各类突发事件防范和应对能力。	1.校园安全教育； 2.人身财产安全； 交通安全； 3.心理安全教育； 4.自然灾害安全教育； 5.消防安全教育； 6.职业安全教育等。	教学方式方法：综合运用讲授法、问题探究式、案例导入法等方法，充分运用信息化手段开展教学。 考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核(20%)。 实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。 教师要求：任课教师应具有安全管理相应的职业背景与知识背景基础。
创新创	素质目标：使学生具有良好	1.创新创业教育概	教学方式方法：以教师课堂讲授为

业基础	<p>的学习态度；良好的沟通能力与创新能力；培养学生吃苦耐劳的品质与团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解创新创业发展趋势；理解创新对于推动整个人类社会发展和进步的重要意义；领会创新意识和创业精神；掌握创新创业政策及技能要求。</p> <p>能力目标：使学生能用创业的思维和行为准则开展工作，并具有创造性地分析和解决问题的能力。</p>	<p>述；</p> <p>2.创新能力；3.创新思维；</p> <p>4.创业者与创业团队；</p> <p>5.创业准备和创业实施等。</p>	<p>主，实践教学、自主学习为辅，通过混合式教学、理实一体教学、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，过程性考核+实践成果汇报+笔试相结合。平时成绩（包括考勤、课堂表现等）占30%，实训考核成绩占40%，期末考试成绩占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，开展企业调研和大赛实训，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景，并熟练掌握最新相关国家政策。</p>
大学生就业指导	<p>素质目标：使学生具有良好的学习态度；良好的沟通能力、团队协作精神，能够与时俱进。</p> <p>知识目标：了解就业形势与就业市场；理解择业定位与就业准备、求职与择业技能；领会适应与发展、就业权益与法律保障；掌握求职应聘的方法。</p> <p>能力目标：培养就业市场分析、自己评估、简历编写、面试、职业生涯规划的能力。</p>	<p>1.就业形势与就业市场；</p> <p>2.择业定位与就业准备；</p> <p>3.求职与择业技能；</p> <p>4.职业适应与发展；</p> <p>5.就业权益与法律保障、实训（模拟面试）。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核(20%)。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，开展企业调研和大赛实训，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和良好的专业背景。</p>
大学生劳动教育	<p>素质目标：让大学生在当下的学习与今后的工作中，做到自觉弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。</p> <p>知识目标：强化大学生劳动观念，形成崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的氛围，并懂得劳动最光荣、劳动最崇</p>	<p>1.马克思主义劳动观；</p> <p>2.新中国劳动教育史；</p> <p>3.新时代习近平特色社会主义劳动观重要论述；</p> <p>4.高校劳动教育现</p>	<p>教学方式方法：理论课程采用讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法等教学方法，主要在教室授课；实践课程，可以选择在家庭、学校或社会方面以体力劳动为主完成至少一项劳动，体验劳动过程。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核</p>

	<p>高、劳动最伟大、劳动最美丽的道理；掌握劳动法律法规的基本内容。</p> <p>能力目标：能够形成良好的劳动意识、劳动技能与劳动习惯。</p>	<p>状；</p> <p>5.工匠与工匠精神；</p> <p>6.古今中外工匠精神典范；</p> <p>7.用劳动实现“中国梦”；</p> <p>8.高校劳动教育实施的结合点；</p> <p>9.劳动法律法规。</p>	<p>与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核(20%)。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：对我国劳动教育发展有较为扎实的理论基础。</p>
大学生传统文化修养	<p>素质目标：培养学生对中国传统文化的热爱崇敬之情，增强学生的民族自尊心、自信心、自豪感；开阔学生视野，提高文化素养,不断提高自己的文化品位，不断丰富自己的精神世界。</p> <p>知识目标：熟知并传承中国传统文化的基本精神；掌握中国传统哲学、文学、艺术、宗教、科技等方面的文化精髓。</p> <p>能力目标：能诵读传统文化中的名篇佳句；能吸收传统文化的智慧和感悟传统文化的精神内涵，从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。</p>	<p>1.高职高专大学生传统文化素养课程概述；</p> <p>2.中国传统文化走向的方位与脉络；中国传统哲学和宗教；</p> <p>3.中国传统语言文字和文学；</p> <p>4.中国传统艺术；</p> <p>5.中国传统节日习俗；</p> <p>6.中国古代生活方式；</p> <p>7.中国古代科技与教育；</p> <p>8.中国古代典章制度。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅,将传统文化素养培养与综合职业能力提升相结合。主要教学场所为多媒体教室，教学方式和手段。为讲授、多媒体音频和视频分享、实践活动组织和开展等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核(20%)。</p> <p>实训实践要求：通过优秀传统文化拓展活动课，学生参加各类优秀传统文化活动，思考中国优秀传统文化的继承和创新。</p> <p>教师要求：具有扎实中国传统文化素养和理论实践经验。</p>
大学生职业素养	<p>素质目标：引导和培养学生树立正确的职业价值观和职业道德，发扬良好的职业作风，养成正确的职业习惯，掌握通用职业技能,提升就业能力，快速适应职场。</p> <p>知识目标：熟知职业素养的基本要求及其构成要素，了解职业形象塑造提升的方法，知晓职场时间和情绪管</p>	<p>1.职业素养概述；</p> <p>2.职业意识与职业道德培养；</p> <p>3.职业适应与自我管理；</p> <p>4.职业形象塑造；</p> <p>5.职业作风培养；</p> <p>6.职业能力提升；</p> <p>7.职业行为习惯养成；</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅,提升学生的职业素养。主要教学场所为多媒体教室，教学方式和手段为讲授、多媒体音频和视频分享、实践活动组织和开展等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤等）+实践作业考核</p>

<p>理的技巧，掌握职场责任意识、团队协作、职场智慧的基本要素和要求。</p> <p>能力目标：在求职和就业过程中，能体现良好的职业素养，展现职场工作智慧，以得体的职业形象，良好的自我管理能力和责任担当意识和团队协作能力，提升职场竞争力。</p>	<p>8.通用职业技能提升。</p>	<p>(20%)。</p> <p>实训实践要求：通过职业素养拓展活动课，学生参加各类职业素养提升活动，在学中做，做中学，提升职业素养。</p> <p>教师要求：具有扎实职业素养和理论实践经验。</p>
---	--------------------	--

## (2) 公共拓展 (选修) 课程

公共拓展 (选修) 课程6门：在第2-5学期开设大学生礼仪修养、大学生艺术修养、大学生人文素养、大学生科技素养，每门课程0.5个学分，四史选修课1学分，演讲与口才2学分，共5个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的综合素养。

表5 公共拓展 (选修) 课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
大学生礼仪修养	<p>素质目标：通过自省、自律不断地提高当代大学生自身的综合修养，成为真正社会公德的倡导者和维护者。</p> <p>知识目标：了解中华民族传统礼仪文化，增强文化自信。掌握礼仪的基础知识、基本规范及流程，养成好的礼仪习惯。</p> <p>能力目标：能根据实际情况灵活、准确的运用规范的礼仪；能够展示出自己良好的基本仪态，规范的完成正式场合的迎接与拜访；能够以良好的个人风貌与人交往，成长为有较高人文素养的人。</p>	<p>1.仪容仪表与人交际；</p> <p>2.沟通礼仪；</p> <p>3.公共场所礼仪；</p> <p>4.校园交往礼仪；</p> <p>5.应酬拜访礼仪。</p>	<p>教学方式方法：采用讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法等教学方法，教师通过音频、图片、视频等各种多媒体形式对知识进行讲授，在课堂上结合实践展示行为礼仪的魅力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：通过模拟不同场合的礼仪活动，学生在参与与体验中，实现理论与实践的统一。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和较高的人文素养。</p>
大学生	素质目标：引导学生提升自身涵	1.艺术的基本知	教学方式方法：采用讲授法、问题

艺术修养	<p>养；感受艺术意境；传播中华艺术，坚持文化自信。</p> <p>知识目标：理解中国的人文哲学思想；掌握鉴赏书画艺术、音乐舞蹈艺术、中国传统曲艺和中国建筑艺术的基本方法。</p> <p>技能目标：能运用学习的艺术知识学唱中国传统民歌、区分各种民族乐器、辨别不同乐器音色；能辨认几大传统书法字体；能说出中国传统舞种；能设计简单的中国传统园林。</p>	<p>识；</p> <p>2.品鉴书画艺术；</p> <p>3.感受音乐律动；</p> <p>4.欣赏中华舞蹈；</p> <p>5.共享曲艺精粹；</p> <p>6.鉴赏东方园林。</p>	<p>导向法、启发式教学法、混合式教学法，教师通过音频、图片、视频等各种多媒体形式对知识进行讲授，结合现场展示和实地考察对方式直观呈现艺术美。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合,采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：据课程内容设置相应实训实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师需要是艺术相关专业毕业，掌握必要的艺术学教学技巧。有一定的艺术表演能力。</p>
大学生人文素养	<p>素质目标：增强大学生责任意识、协调能力和团队合作能力；培育大学生人文精神；强化大学生人文观念；提升大学生人文素养；树立正确的世界观、人生观和价值观。</p> <p>知识目标：了解中国国情；理解管理理论、领导科学相关知识；熟悉国史、党史；掌握经济、财政和金融相关知识。</p> <p>能力目标：能简单阐述中国国情；能根据经济、财政和金融相关知识解释现在发生的经济、财政和金融事件；能运用管理理论、领导科学相关知识管理自己的学习和生活；能运用心理学知识调整好自己的心理，确定人生目标。</p>	<p>1.中国国情；</p> <p>2.中国国力；</p> <p>3.中国国史；</p> <p>4.中国党史；</p> <p>5.经济与财政金融；</p> <p>6.管理、领导科学；</p> <p>7.社会责任；</p> <p>8.公民素养；</p> <p>9.生活与心理。</p>	<p>教学方式方法：以教师课堂讲授为主，灵活运用案例法、小组讨论法、任务驱动法、参观教学法等多种教学方式方法，以职教云、智慧职教MOOC学院网络平台为辅，精讲多练，提升学生写作能力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容，提供人文素养相关材料让学生讨论，或让学生对社会热点进行讨论，并总结自己的观点，完成项目任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有历史、经济学、管理学、心理学这四个专业其中一个学历背景，具有较高人文精神和素养，具有扎实的理论基础和较丰富的教学经验。</p>
大学生科技素养	<p>素质目标：确立正确的人生观、价值观，培养正确的科学发展观、科学系统性思维及科学探索精神；树立崇高的理想信念，弘</p>	<p>1.科学技术与社会，现代技术革命，科技发展现状；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政，主要采取讲授法、案例分析法、启发式讨论教学方式方法等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核</p>

	<p>扬科技兴国的爱国主义精神，培养良好的思想道德素质和职业素养。</p> <p>知识目标：走进科学技术，领略科学精神；掌握高新技术常识，感受科技的魅力；掌握科学本质，探索科学前沿。</p> <p>能力目标：能从“科学发展的视角”对比古今科技的发展与变革；能用“科学系统性的思维”分析日常生活中科学技术应用；能用“科学探索的精神”，探索科学前沿。</p>	<p>2.科学知识构成与基础科学理论；</p> <p>3.信息技术、生物技术、新材料与新能源技术、生态环保技术以及其他高新技术。</p>	<p>与终结性考核相结合，成绩评定为学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：学生通过科技活动周参与课外科技活动；参与挑战杯、建行杯等相关技能竞赛活动。</p> <p>教师要求：教师应具备良好的思想品质，渊博的科技知识，良好的科学素养及科研能力。</p>
四史选修课	<p>素质目标：强化学生对中国共产党领导的革命、建设和改革正确的政治认同，引导大学生树立正确的历史观，涵养其爱国热情，激发其报国情怀；帮助大学生牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，自觉树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，培育和践行社会主义核心价值观。</p> <p>知识目标：打牢大学生“四史”基础知识，构筑结构严密的“四史”知识逻辑体系；弄清历史事件的来龙去脉、前因后果及其路径走向，对历史发展有比较深入的认识和全景式把握；深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义道路为什么好。</p> <p>能力目标：学习“四史”，能够运用正确的党史观透过历史事件和历史细节来把握历史本质。能够研判世情、国情、党情，科学把握党和国家所处历史方位；能</p>	<p>1.社会主义发展史；</p> <p>2.中国共产党党史；</p> <p>3.新中国史；</p> <p>4.改革开放史</p>	<p>教学方式方法：主要采用讲授法、研究讨论法、情景演绎法、案例分析法等。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与结果性考核相结合,成绩评定为学习过程考核（30%）（包括课堂笔记、课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）+线上考试（50%）。</p> <p>实训实践要求：结合建党节、建军节、国庆节、青年节、中国人民抗日战争胜利纪念日等重要时间节点，开展党员知识竞赛、专题党课、重走长征路、参观调研、基层宣讲等丰富多彩的实践活动。</p> <p>教师要求：教师应具备马克思主义基本原理、思想政治教育、中共党史相关专业的理论基础，有着坚定的共产主义的理想信念、牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”的良好品质；具有较强的思辨能力和较丰富的教学经验。</p>

	够理清历史脉络，锻炼大学生思辨能力，增强战略定力，旗帜鲜明地抵制和批判历史虚无主义。		
演讲与口才	<p>素质目标：培养学生的优秀的心理素质和自信心水平。培养学生的思维素质水平。帮助学生养成热情、积极、理性、敬业等精神品质。</p> <p>知识目标：了解演讲与口才学习的基本内容；理解交际语言的特点；掌握口才训练的基本技巧与方式方法。</p> <p>技能目标：能运用口才知识于人际交往中，从而建立良好的人际关系及良好的与人合作的能力；能练好本专业的行业口才。</p>	<p>1.口才实施基础；</p> <p>2.演讲口才艺术；</p> <p>3.社交中口才艺术；</p> <p>4.说服艺术；</p> <p>5.面试中口才艺术；</p> <p>6.谈判口才艺术；</p> <p>7.辩论口才艺术；</p> <p>8.职业口才训练。</p>	<p>教学方式方法：采用项目教学、案例教学、情境教学等理实一体教学方式。</p> <p>考核方式：考核方式采用过程性考核与终结性考核相结合。成绩评定以作业、考勤、网上学习、课堂表现(50%)，期末考试(50%)作为依据。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师普通话水平要达到二级甲等以上，掌握必要的演讲与口才教学技能。</p>
大学生礼仪修养	<p>素质目标：通过自省、自律不断地提高当代大学生自身的综合修养，成为真正社会公德的倡导者和维护者。</p> <p>知识目标：了解中华民族传统礼仪文化，增强文化自信。掌握礼仪的基础知识、基本规范及流程，养成好的礼仪习惯。</p> <p>能力目标：能根据实际情况灵活、准确的运用规范的礼仪；能够展示出自己良好的基本仪态，规范的完成正式场合的迎接与拜访；能够以良好的个人风貌与人交往，成长为有较高人文素养的人。</p>	<p>1.仪容仪表与人际；</p> <p>2.沟通礼仪；</p> <p>3.公共场所礼仪；</p> <p>4.校园交往礼仪；</p> <p>5.应酬拜访礼仪。</p>	<p>教学方式方法：采用讲授法、案例分析法、问题导向法、启发式教学法、混合式教学法等教学方法，教师通过音频、图片、视频等各种多媒体形式对知识进行讲授，在课堂上结合实践展示行为礼仪的魅力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合,考核方式采用学习过程考核（80%）（包括课堂表现和考勤）+实践作业考核（20%）。</p> <p>实训实践要求：通过模拟不同场合的礼仪活动，学生在参与与体验中，实现理论与实践的统一。</p> <p>教师要求：任课教师应具有扎实理论基础和较高的人文素养。</p>

## 2.专业（技能）课程

专业课程对接行业企业最新职业要求、地区经济发展需求，以及国家市场营销职业标准，融入课程思政因素，主要包括专业群平台课程、专业基础课



程、专业核心课程。

(1) 专业群平台课程

专业群平台课程4门：分别为物流市场营销、电子商务基础与应用、轻松读懂财务报表、现代物流概论，共8个学分。采取线下与线上混合教学模式，融入课程思政因素，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业素养。

表6 专业群平台课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
物流市场营销	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于奋斗、乐观向上的习惯；培养学生沟通、团队合作能力，具备良好的职业道德和素养。</p> <p>知识目标：了解物流市场营销概念；理解物流市场分析；掌握物流目标市场营销；掌握物流市场营销组合策略。</p> <p>能力目标：能初步运用物流市场营销知识分析企业的市场营销活动；能运用SWOT进行物流市场分析；能准确进行物流目标市场营销；能准确制定物流市场营销组合策略。</p>	<p>1.认识物流市场营销；</p> <p>2.物流市场分析；</p> <p>3.物流目标市场营销；</p> <p>4.制定物流营销组合策略。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化教学模式，通过任务驱动法、情景教学方法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法线上线下融合教学法等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取线上考核40%（含线上学习参与度、单元测试、期末考试）+课堂表现30%（考勤、课堂实训作业）+期末考试30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践任务，以“学生为中心”组织实践教学实践活动，提升实践操作技能，</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和物流企业实践工作经历，且在本课程授课过程中，教师要不断培养学生赢利后为国家贡献自己力量的意识。</p>
电子商务基础与应用	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，树立互联网思维，具有电子商务法律意识及正确的电子商务从业观念，具有创新意识</p>	<p>1.初识电子商务；</p> <p>2.分享电商案例；</p> <p>3.分析电商物流；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化教学模式，主要采取案例分析法、混合式教学法、启发式教学方法等，在实践教学注重技能实操、小组协</p>

	<p>及创业思维，具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解电子商务基本概念、明确专业学习内容、掌握电商平台分析方法、掌握基本的电商物流模式及营销工具、熟悉电子商务行业新业态、新模式及新技术。</p> <p>能力目标：能运用电子商务知识与技术解决相关实践问题；能遵守电子商务法律法规；具有较好的实践能力和创新能力。</p>	<p>4.解密电商营销；</p> <p>5.体验电商应用；</p> <p>6.认知电商岗位。</p>	<p>作、头脑风暴等多种互动式教学方法。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取线上考核（含线上学习参与度、单元测试、期末考试）+课堂表现（考勤、课堂实训作业）+期末考试各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践任务及实训平台，提升教学效果，实践教学占比50%。</p> <p>教师要求：教师应具备财经类或计算机类专业学历背景，具有丰富的电子商务专业教学经验，良好的思想品质，具有电子商务企业实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
轻松读懂财务报表	<p>素质目标：具有保密严谨态度和金钱坚定立场；具有风险保护意识和遵纪守法观念；具有崇德向善、诚实守信和终身学习态度。</p> <p>知识目标：了解借贷记账法的基本内容；掌握资产负债表、利润表、现金流量表主要项目的基本含义；掌握短期偿债能力、长期偿债能力、运营能力、获利能力的分析指标的计算。</p> <p>能力目标：能够运用借贷记账法进行基本经济业务的账务处理；能够运用会计信息质量要求进行简单企业财务信息披露；能够应用财务分析基本方法简单评价企业财务质量。</p>	<p>1.财务报表的编制；</p> <p>2.财务报表的解读；</p> <p>3.财务报表的分析。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用任务驱动法、案例教学、情景教学、混合式教学、讲授法、讨论法、自主学习法、直观演示法。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践任务，以“学生为中心”组织实践教学教学活动，提升实践操作技能，</p> <p>教师要求：具有扎实的财务会计基本知识和数据分析能力，具有良好的职业道德，能为人师表、教书育人。具有较强信息化教学能力，能进行课程整体设计和项目驱动或任务引领教学方法的应用。</p>
现代物流	<p>素质目标：树立集成、精益、敏捷、多赢、绿色、共享的现</p>	<p>1.物流认知；</p> <p>2.物流系统；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任</p>

<p>概论</p>	<p>代物流理念；培养学生有关现代物流方面的基本素质；培养学生的热爱劳动品质与爱岗敬业、吃苦耐劳精神具有社会责任感和参与感。</p> <p>知识目标：了解物流的基本概念、物流系统、物流管理、企业物流、第三方物流、国际物流、智慧物流等方面的基础知识；掌握现代物流活动的基本环节、基本特征和发展趋势。</p> <p>能力目标：能运用物流知识认识、理解物流实际问题，为进一步学习其它专业课程提供理论、方法准备。</p>	<p>3.企业物流；</p> <p>4. 第 三 方 物 流；</p> <p>5.物流管理；</p> <p>6.国际物流；</p> <p>7.现代物流的发展。</p>	<p>务来设计课程教学内容，以教师课堂讲授为主，借助于现代教育技术，积极探索模块式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频、企业参观与调研、比赛与讲座等教学方法和手段，提高教学的实效性。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的物流理论基础和丰富的物流实践经验。</p>
-----------	--	---	--

## (2) 专业基础课程

专业基础课程7门：分别为营销沙盘实训、管理学基础、商务礼仪、营销素养实训、仓储与配送实务、消费者行为分析、广告实务，共13个学分。采取线下与线上混合教学模式，融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛内容以及1+X证书内容，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业基本技能。

表7 专业基础课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
营销沙盘实训	<p>素质目标：体现营销沙盘实训要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；具有信息素养、工匠精神和创新思维；在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识与掌控能力。</p> <p>知识目标：熟悉市场分析、直销部分析、批发部和生产部分析、零售部分析、财务报表分析等内容，掌握市场营销的整个运营流程。</p>	<p>1.市场分析；</p> <p>2.直销部分析；</p> <p>3.批发部和生产部分析；</p> <p>4.零售部分析；</p> <p>5.财务报表分析。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛内容以及1+X证书内容，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用游戏教学方法、角色扮演法把学生分组，每个组扮一家企业，连续经营三个会计年度。通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销能力和管理能力。</p> <p>考核方式：课程评价将形成性考核</p>

	<p>能力目标：能根据具体企业的目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等进行营销沙盘操作，能对竞争市场进行综合判断分析。</p>		<p>与终结性考核相结合，成绩评定采取过程考核占40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占60%，依据“综合对抗”的经营结果。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容采用沙盘软件和实训平台进行教学。</p> <p>教师要求：具有良好的职业道德、具有扎实理论基础，有一定的沙盘竞赛经验。</p>
管理学基础	<p>素质目标：具备不断学习新知识、接受新事物的能力；具有自我管理能力和职业生涯规划意识；具有大局观念、集体意识和执行力；善于发现问题并解决问题。</p> <p>知识目标：了解管理的基本概念，理解管理的理念，领会管理职能，掌握管理基本原理、基本思想和基本技能；掌握计划、组织、领导、控制四大关键能力。</p> <p>能力目标：能理论联系实际，运用管理的基本原理、理论、方法和技巧，观察管理活动现象、利用管理学思想分析解决身边的管理问题；能按照管理者的要求进行综合管理，具备计划、组织、领导与控制等四大关键能力。</p>	<p>1.认识管理； 2.计划；</p> <p>3.组织； 4.领导； 5.控制。</p>	<p>教学方式方法：精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业管理真实实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和企业管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力和先进管理理念，能市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
商务礼仪	<p>素质目标：具备理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度；具有质量意识、环保意识和安全意识；具有庄重大方、热情友好、贪图文雅、讲究礼貌的行为举止。</p> <p>知识目标：了解商务礼仪的基本知</p>	<p>1.商务礼仪基本认知；</p> <p>2.塑造良好的商务形象；</p> <p>3.塑造良好的仪态；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风</p>

	<p>识，理解商务礼仪的规范操作要求，掌握商务礼仪在营销活动如推销、商务谈判等中的应用。</p> <p>能力目标：能正确运用所学的礼仪知识和规范进行商务礼仪操作；能分析实际营销活动中的社交问题，并能提出解决的办法，此提升学生的自身修养和综合职业素养，增强其适应社会和职业变化的能力，增进其在就业市场的软实力。</p>	<p>4.会务礼仪规范；</p> <p>5.宴请和用餐礼仪规范；</p> <p>6.仪式礼仪规范；</p> <p>7.迎送来宾礼仪规范。</p>	<p>暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计商务礼仪实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础，形象气质佳，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>营销 素养 实训</p>	<p>素质目标：履行道德准则和行为规范，热爱劳动、崇德向善；具有大局观念、团队意识和时间观念；善于发现问题并解决问题；具备健康的体魄、心理和健全的人格。</p> <p>知识目标：领会钢笔字写字比赛的要求；熟悉沟通的方式和内容；理解时间管理、才艺、激情、和团队合作的重要性。掌握营销工作的基本礼貌与礼仪。</p> <p>能力目标：能灵活运用所学管理学基础和商务礼仪的内容进行实训操作，能通过对个人魅力培养及基本礼貌与礼仪培养的实训操作，使其具备营销工作者必备的个人魅力及基本礼貌和礼仪。</p>	<p>1.钢笔字写字比赛；</p> <p>2.沟通能力培养；</p> <p>3.时间管理能力培养；</p> <p>4.才艺展示比赛；</p> <p>5.激情培养；</p> <p>6.团队合作能力培养；</p> <p>7.基本礼貌用语与行为训练；</p> <p>8.礼仪培养。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛内容以及1+X证书内容，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用角色扮演法、模拟实验法等教学方法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的个人魅力和基本礼貌与礼仪。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业、教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定采取习过程考核占40%（含实训报告、工作态度、出勤情况）结果考核占50%，依据“综合素养”的考核结果。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计采用企业真实任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和指导竞赛的工作经历，具有良好的职</p>

			业道德，有一定的实践教学经验。
仓储与配送实务	<p>素质目标：具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；具备现代物流的理念，能在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识与掌控能力。</p> <p>知识目标：了解送货、送达服务与送货车辆的返程安排作业、补货与装卸搬运作业。理解客户订单分发作业，领会配货作业、流通加工作业、装车配载与车辆调度作业；掌握商品入库作业、商品在库作业；掌握配送路线的规划作业。</p> <p>能力目标：能编制仓储作业计划、合理利用仓储空间进行储存；能编制配送作业计划，规划配送线路，并制定配送装车计划和方案。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.商品入库作业；</li> <li>2.商品在库作业；</li> <li>3.客户订单的采集汇总、订单任务的分发作业；</li> <li>4.配货作业；</li> <li>5.流通加工作业；</li> <li>6.装车配载与车辆调度作业；</li> <li>7.配送路线的规划作业；</li> <li>8.送货、送达服务与送货车辆的返程安排作业；</li> <li>9.仓储配送中心的补货与装卸搬运作业。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，以教师课堂讲授为主，借助于现代教育技术，积极探索模块化教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频、企业参观与调研、比赛与讲座等教学方法和手段，提高教学的实效性。</p> <p>考核方式：采取形成性考核+终结性考核各占一定权重比的形式进行课程考核与评价。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置微视频、PPT、调研报告等多项实践任务，提升教学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的仓储与配送理论基础和丰富的实践经验。</p>
消费者行为分析	<p>素质目标：具有团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度；能洞察消费者的心理。</p> <p>知识目标：了解消费群体心理特征；理解消费者心理活动过程掌握消费者个性心理特征、产品的消费心理与行为、价格的消费心理与行为、渠道的消费心理与行为、促销的消费心理与行为。</p> <p>能力目标：能分析消费者心理活动过程；能分析消费者个性心理特征；能分析产品的消费心理与行为；能分析价格的消费心理与行为；能分析渠道的消费心理与行为；能分析促销的消费心理与行为。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.分析消费者心理活动过程；</li> <li>2.分析消费者个性心理特征；</li> <li>3.分析消费群体心理特征；</li> <li>4.分析消费流行与消费习俗；</li> <li>5.分析产品的消费心理与行为；</li> <li>6.分析价格的消费心理与行为；</li> <li>7.分析渠道的消费心理与行为；</li> <li>8.分析促销的消费心理与行为。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计</p>

			<p>引入消费者行为的实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，犀利的眼光，能洞察消费者，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
广告 实务	<p>素质目标：具备遵法守纪、诚实守信，具有社会责任感和社会参与意识；具有大局观念、集体意识和执行一定的审美和人文素养；具备创新思维和成本意识。</p> <p>知识目标：了解广告实务；理解选择广告媒介；领会实施广告调查、制作和发布广告、测评广告效果；掌握广告文案撰写的方法和技巧；</p> <p>能力目标：能利用广告学的一般理论、方法，选择广告媒介、实施广告调查。能根据广告营销方面的基本技能，撰写广告文案，培养既懂技术又懂市场营销的符合时代要求的人才。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.认识广告实务；</li> <li>2.选择广告媒介；</li> <li>3.实施广告调查；</li> <li>4.撰写广告文案；</li> <li>5.制作和发布广告；</li> <li>6.测评广告效果。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业广告宣传实例最为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和企业管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>

### (3) 专业核心课程

专业核心课程6门：分别为物流市场营销实务、市场调查与预测、市场营销策划、推销技巧、商务谈判、销售管理，共20.5个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业核心技能。

表8 专业核心课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
物流市场营销实务	<p>素质目标：具有成本和盈利意识；具备先进的营销理念；具备良好的抗挫折能力、团队合作能力；具备良好的营销从业者的职业道德和素养。</p> <p>知识目标：理解物流市场分析；掌握物流目标市场营销；掌握物流市场营销产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。能力目标：能运用物流市场营销知识分析企业的市场营销活动；能运用SWOT进行物流市场分析；能准确进行物流市场营销战略；能准确制定物流市场营销产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。</p>	<p>1.物流市场分析；</p> <p>2.物流目标市场营销；</p> <p>3.制定物流营销产品策略；</p> <p>4.制定物流营销价格策略；</p> <p>5.制定物流营销渠道策略；</p> <p>6.制定物流营销促销策略；</p> <p>7.营销理念与营销伦理的运用。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用任务驱动、情景教学、案例教学、角色扮演法、模拟实验法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的目标市场营销和营销策略能力。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入物流企业营销实例作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和物流市场营销的实践工作经历，具有良好的职业道德，有一定的实践教学经验。</p>
市场调查与预测	<p>素质目标：具备发展眼光和创新思维，关注物联网和新零售等行业最新发展动态；具备信息素养和查询资料、数据分析的能力；具备终身学习的观</p>	<p>1.认识市场调查；</p> <p>2.设计市场调查方案与问卷；</p> <p>3.调查方法选择与运用；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过</p>



	<p>念,为学生全面、可持续发展奠定基础。</p> <p>知识目标：理解市场调查的含义类型；熟悉市场调查的方式、方法和流程；掌握市场调查方案的内容与格式、问卷设计的技巧、市场调查报告的撰写方法与汇报技巧。</p> <p>能力目标：能够利用基本抽样方法和数据分析方法完成市场调查方案的策划；能根据调研的目的合理设计调查问卷；能够根据特定的调查目标和调查结构撰写一份市场调查报告。</p>	<p>4.组织和实施市场调查；</p> <p>5.整理市场调查数据；</p> <p>6.分析与预测；</p> <p>7.撰写调查报告。</p>	<p>任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入竞赛和企业调查作为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场调查实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>市场营销策划</p>	<p>素质目标： 具备客观公正的科学精神、吃苦耐劳的劳动精神、古法新做的创新精神、责任担当的职业精神、精益求精的工匠精神，增强责任感、法律意识和服务意识、尊重当地文化。</p> <p>知识目标：掌握市场调研与分析方法、掌握数智化用户画像方法、掌握竞品分析方法、掌握生成策划创意方法、掌握营销数据诊断方法，掌握品牌推广渠道与形式。</p> <p>能力目标：能正确分析工具和方法，对收集到的数据进行整理、分析；能为市场品牌创作文案，设计富有创意和互动性强的方案；能有效选择并整合各类推广渠道对品牌进行推广。</p>	<p>1. 制定市场调研方案；</p> <p>2.分析市场调研结果；</p> <p>3.掌握市场营销活动策划流程流程和制定品牌策划和推广方案；</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛、互联网营销师以及数字营销技术应用证书。以典型工作项目来设计课程教学内容，采用“精悉-精学-精用-精验-精延”五步设计教学内容，通过项目驱动、情景教学、案例教学、游戏挑战、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程依据素养、知识、能力评价要素，贯穿过程、结果、增值评价三大链路，企业导师、教师、学生多元矩阵，搭建“数字链路，多元矩阵”综合评价体系。以互联网营销师岗位标准、职业技能等级证书标准、市场营销大赛标准三个等级，追踪教学全过程，实现增值进阶。借助学习通平台进行教与学全过程数据采集与分析，根据系统评价反馈及时调整教学策略，促进学生三维能力全面</p>

			<p>提升。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入行业典型案例作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和品牌策划与推广实践工作经历，具有较强数智化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
推销技巧	<p>素质目标：具有爱岗敬业、诚实守信的工作作风和童叟无欺、公平交易的职业操守；树立自尊、自爱、自立、自强的品格和坚强的意志力，具备从事销售工作的综合素质。</p> <p>知识目标：了解推销；领会推销准备；掌握产品介绍；掌握目标顾客寻找的方法；掌握顾客约见和接近的方法；掌握推销洽谈技巧；掌握交易达成的内容。</p> <p>能力目标：能进行产品介绍；能根据推销品的特点准确选择目标顾客；会运用各种方法约见和接近顾客；能制定洽谈方案；能识别并及时正确的处理顾客异议；能准确地识别成交信号，运用各种成交策略和技巧与顾客达成交易。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.推销准备；</li> <li>2.目标顾客寻找；</li> <li>3.顾客约见与接近；</li> <li>4.推销洽谈；</li> <li>5.交易达成。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入推销实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和销售实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
商务谈判	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的沟通交</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.认识商务谈判；</li> <li>2.准备商务谈判；</li> <li>3.设计商务谈判过</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型</p>

	<p>流能力及语言表达能力；具有开拓创新精神和良性竞争意识。</p> <p>知识目标：了解商务谈判的基础知识；理解商务谈判的原则；掌握商务谈判准备、商务谈判开局、商务谈判磋商商务谈判僵局的处理。</p> <p>能力目标：能灵活处理商务谈判中出现的僵局；能确保商务谈判的双方实现“双赢”；能营造一个适宜的谈判气氛；能掌握商务谈判的礼仪；能掌握商务谈判的语言艺术；能掌握商务谈判的战术；能学会制定商务谈判计划书。</p>	<p>程；</p> <p>4.制定商务谈判策略；</p> <p>5.模拟商务谈判。</p>	<p>工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业商务谈判真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和商务谈判实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
销售管理	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识；具有胜任管理工作的良好的业务素质 and 身心素质；具备发展理念和竞争意识，具有开拓创新精神和可持续发展能力。</p> <p>知识目标：了解销售管理的基础知识；理解销售组织管理、货品管理掌握制定销售计划、合理分配销售定额分析销售状况和控制销售成本。</p> <p>能力目标：能制定销售计划；能合理分配销售定额；能分析销售状况；会控制销售成本。</p>	<p>1.认识销售管理；</p> <p>2.销售目标设定与分解；</p> <p>3.销售团队建设与</p> <p>管理；</p> <p>4.渠道中间商管理；</p> <p>5.客户关系管理；</p> <p>6.销售数据分析、诊断与改进。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实践要求：根据课程内容设计引入企业招聘等人力资源管理项目，以“学生为中心”组织实践教学活</p>

			提升实践操作技能。 教师要求：具有扎实理论基础和销售管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。
--	--	--	---

#### (4) 专业拓展（选修）课程

专业拓展（选修）课程13门：分别为Photoshop图像处理（网络课）、运输实务（网络课）、商务数据分析与应用（网络课）、商品采编、人力资源管理、毕业设计指导、新媒体营销、店长实务、客户关系管理、进出口货运代理操作、精品在线课程选修（该课程可根据学生的需求自行在学校的在线开放课程系统中进行选择，要求至少选择4门以上的课程进行学习），共20个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的专业综合技能。

表9 专业拓展（选修）课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
photoshop图形图像处理	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观；树立崇高的理想信念；具备良好的图形图像处理能力及美学素质；具有创新思维，具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解色彩、素描造型、构图及文字设计等知识；掌握Photoshop基础，理解图层、路径、通道等概念。</p> <p>能力目标：能运用Photoshop制作网店海报、详情页、主图等图片；能根据店铺促销活动主题设计首页效果图；具备良好的平面设计能力；具备自主学习的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.初识网店美工与Photoshop基础知识；</li> <li>2.创建与编辑选区；</li> <li>3.编辑图像；</li> <li>4.绘制、修复与修饰图像；</li> <li>5.调整图像色彩与色调；</li> <li>6.图层。</li> <li>7.路径、形状和文本；</li> <li>8.通道与滤镜。</li> </ol>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备平面设计类专业学历背景，具有丰富的平面设计及计算机类课程教学经验，良好的思想</p>

			品质，具有平面设计实践经历，以及扎实的专业知识及技能。
运输实务	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的决策能力；具有开拓创新精神和良性竞争意识。</p> <p>知识目标：理解运输基础知识；掌握公路运输、铁路运输、水路运输、航空运输。</p> <p>能力目标：能根据运输基础知识完成运输方式的选择；能准确运用公路运输的基本知识完成公路运输方式的选择与线路优化；会运输费用计算。</p>	<p>1.运输基础知识；</p> <p>2.公路运输；3.铁路运输；4.水路运输；5.航空运输。</p>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升学效果。</p> <p>教师要求：任课教师应具有高尚的品德、扎实的物流理论基础和丰富的物流实践经验。</p>
商务数据分析与应用	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；具有良好创新意识与团队合作精神，培养学生的综合分析能力、执行能力等职业能力。</p> <p>知识目标：了解商务数据分析师的基本素质要求和基本概念，掌握销售数据分析、客户数据分析、商品数据分析、网络运营数据分析、财务数据分析。</p> <p>能力目标：能利用商务数据进行销售数据分析、客户数据分析、商品数据分析、网络运营等数据分析能力；能利用软件完成数据分析和数据处理，发现存在的问题并有效解决问题的能力。</p>	<p>1.认识商务数据分析；</p> <p>2.销售数据分析；</p> <p>3.客户数据分析；4.商品数据分析；</p> <p>5.网络运营数据分析；</p> <p>6.财务数据分析。</p>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和商务数据分析实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>

商品采编	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观；树立审美能力，观察能力，创造美和表现美的能力；具有高度责任心和良好的团队合作精神；具有踏实严谨的工作态度。</p> <p>知识目标：掌握商品拍摄基础知识；掌握摄影基本理论和技巧，掌握图片的修饰和处理技术。</p> <p>能力目标：能准确地对照相机参数进行合理调整；能拍摄清晰的产品图片；能对拍摄图片进行处理，并应用到网店设计中；能恰当的运用技术手段为创作意图服务。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.关于商品拍摄；</li> <li>2.商品拍摄器材和用光；</li> <li>3.商品拍摄的基本知识；</li> <li>4.不同材质商品拍摄技巧；</li> <li>5.网店商品拍摄实战；</li> <li>6.数字图片修饰与处理。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛和技能抽查内容以及1+X证书内容，以典型工作项目来设计课程教学内容，主要采取项目驱动法、理实一体等教学方法，在实践教学注重技能实操。</p> <p>考核方式：程评价将形成性考核与终结性考核相结合，成绩评定采取平时成绩（包括考勤、课堂表现等）、实训考核成绩、期末考试成绩各占一定权重的形式进行。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入完成商品拍摄、修饰项目开展课程实践，提升教学效果。</p> <p>教师要求：教师应具备平面设计学历背景，具有丰富的平面设计教学经验，良好的思想品质，具有平面设计实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
人力资源	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的决策能力；具有开拓创新精神具备慧眼识才的能力。</p> <p>知识目标：主要包括职务分析、人力资源战略规划、员工的选聘和录用、人力资源培训与开发、人力资源的绩效考评、人力资源薪酬管理等内容。</p> <p>能力目标：能运用人力资源管理理论知识，借鉴和运用国外先进经验，来分析和解决企业人力资源管理的实际问题。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 职务分析；</li> <li>2.人力资源战略规划；</li> <li>3.员工的选聘和录用；</li> <li>4.人力资源培训与开发；</li> <li>5.人力资源的绩效考评；</li> <li>6.人力资源薪酬管理。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛内容以及1+X证书内容，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学，提升实践操作技能。</p>

			教师要求：具有扎实理论基础和人力资源管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。
毕业设计指导	<p>素质目标：具有创新意识、创新能力和获取新知识能力；具备严谨务实的治学方法和刻苦钻研、勇于探索的精神。</p> <p>知识目标：理解毕业设计格式规范要求，领会毕业设计任务书的要求和毕业设计流程，掌握毕业设计的撰写要求和主要内容。</p> <p>能力目标：能运用专业基本知识和专业基本技能，模拟解决市场营销中实际问题的能力；能综合运用专业所学知识完成毕业设计的选题、资料查找、作品的撰写和答辩。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.指导毕业设计选题；</li> <li>2.指导毕业设计资料的整理及学习；</li> <li>3.指导毕业设计的撰写；</li> <li>4.指导毕业设计答辩。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政以及工作岗位技能要求，以典型工作任务来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过任务驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、资料查询等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：将过程考核与结果考核相结合，过程考核占40%，包括学生平时出勤、工作态度及作业情况，结果考核占60%，依据“毕业设计作品”的质量进行考核。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计以毕业设计撰写为实践任务，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础，具有从事市场营销专业教学和毕业设计指导工作经验，能根据市场营销专业特点进行课程教学。</p>
新媒体营销	<p>素质目标：具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的团队意识；具有良好的决策能力；具有开拓创新精神具备慧眼识才的能力，具有新媒体运营思维。</p> <p>知识目标：了解新媒体；掌握微信、微博、抖音、快手、小红书等新媒体平台操作流程和运营策略；掌握社群的创建及商业价值变现；熟悉新媒体平台推广策划方案设计。</p> <p>能力目标：能够分析微信、微博、抖音、快手等新媒体平台在品牌推广、产品营销中的商业价</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.认识新媒体；</li> <li>2.常见新媒体平台操作；</li> <li>3.社群的创建及商业价值变现；</li> <li>4.新媒体平台推广策划方案设计。</li> </ol>	<p>教学方式方法：融入课程思政因素、工作岗位技能要求、技能竞赛内容及1+X证书内容，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练</p>

	值，能够针对某一新媒体平台设计产品推广策划方案。		项目占40%、终结性考核占30%。 实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。 教师要求：具有扎实理论基础和人力资源 管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。
店长 实务	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；善于了解连锁经营领域的新发展、新技术；培养良好的职业道德，树立管理意识、成本意识、风险防范意识，强化服务意识的能力。</p> <p>知识目标：了解店长的基本素质要求，掌握店长的门店开店管理、商品管理、销售管理、员工管理、顾客管理。</p> <p>能力目标：能根据店长的岗位要求完 成门店开发、商品、销售、团队、顾客管理；能发现、分析门店存在问题并协调解决门店问题。</p>	<p>1.店长的基本素养；</p> <p>2.店长岗位技能之开店管理技能；</p> <p>3.店长岗位技能之商品管理技能；</p> <p>4.店长岗位技能之销售管理技能；</p> <p>5.店长岗位技能之顾客管理技能。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和店长实践工作经历，具有较强信息化教学能力，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
客户 关系 管理	素质目标：具有正确的学习目的和学习态度；具有良好的职业道德和敬业精神；具有与客户和谐	<p>1.客户选择；</p> <p>2.客户关系开发；</p>	教学方式方法：融入课程思政、技能抽查内容以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，



	<p>相处的人际交往能力。</p> <p>知识目标：了解企业客户关系管理思路和相关技术；掌握客户开发策略；掌握客户分级管理；掌握客户沟通与投诉；掌握客户满意策略、客户忠诚客户流失判断、流失。</p> <p>能力目标：能准确地进行客户关系的选择；能精准地制定客户开发策略；能准确地进行客户分级；能正确地进行客户沟通；能准确地制定客户满意策略；能准确地制定客户忠诚策略；能精准地制定客户挽回策略。</p>	<p>3.客户分级；4.客户沟通；5.促成客户满意；6.推动客户忠诚；7.客户挽回。</p>	<p>采用精讲+多练、教、学、做一体化，通过项目驱动、情景教学、案例教学、课堂讲授、头脑风暴等教学方法，提高教学的时效性。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业客户管理实例最为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和客户管理实践工作经历，具有较强信息化教学能力和为顾客服务理念，能根据市场营销专业特点进行课程整体设计和课堂教学。</p>
<p>进出口货运代理操作</p>	<p>素质目标：具有良好的国际货运代理人员从业道德、严谨细致的工作态度和良好的团队合作精神；</p> <p>知识目标：了解国际货运代理人的职责范围和服务对象；明确国际货运代理公司内部岗位的职责分工；了解海运、陆运、空运及多式联运等各种运输方式的基本特点及实务运作；掌握海陆空运等重要单证的制作要领。</p> <p>能力目标：能实现在国际物流的大背景下灵活掌握综合的国际货运代理业务的能力；能熟练地掌握和运用专业外语；具有较好的语言表达和沟通能力；具备自主学习能力和解决问题的能力。</p>	<p>1.国际货运代理认知；</p> <p>2.国际货运代理业务承揽；</p> <p>3.集装箱海运代理操作业务代理；</p> <p>4.海运提单业务；</p> <p>5.国际航空货运代理操作业务；</p> <p>6.国际多式联运业务。</p>	<p>教学方式方法：融入课程思政以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，采用项目驱动法、案例教学、情景教学、混合式教学、讲授法、讨论法、自主学习法、直观演示法。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计引入企业真实实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活 动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实的国际货运代理</p>

			基础知识, 具有良好的职业道德。具有较强信息化教学能力, 能进行课程整体设计和项目驱动或项目引领教学方法的应用。
初级会计电算化	<p>素质目标: 树立认真负责、细心耐心、求真务实、勤奋学习、积极向上的精神和学习态度, 培养学生遵守会计准则、财经法规、企业规章流程的工作作风。</p> <p>知识目标: 了解财务会计核算体系的组成、管理会计基础知识; 理解企业会计准则和现行会计制度; 掌握日常经济业务的会计处理方法、财务报表的编制方法。</p> <p>能力目标: 能熟练进行一般企业日常经济业务的会计处理; 能通过初级会计师职业资格证书考试。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会计基础理论;</li> <li>2. 资产、负债、所有者权益、收入、费用和利润的会计处理;</li> <li>3. 财务报告;</li> <li>4. 管理会计基础;</li> <li>5. 政府会计基础</li> </ol>	<p>教学方式方法: 采用线上MOOC教学模式组织教学, 充分运用网络教学资源 and 平台, 引导学生自主学习; 融入课程思政, 立德树人贯穿课程始终; 教、学、做一体化教学教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学, 学、练结合。</p> <p>考核方式: 采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行, 成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分, 依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求: 根据课程内容设置相应实训实践项目, 提升教学效果。</p> <p>教师要求: 熟悉我国会计准则及最新变化, 具有扎实的专业理论知识和较强的实践操作能力。</p>
供应链金融实务	<p>素质目标: 培养商业银行供应链金融信贷的职业素养; 中小企业融资风险管理的素养; 团队协作能力; 吃苦耐劳精神。</p> <p>知识目标: 了解和掌握供应链金融的运行环境, 业务操作的基本技能, 并能将所学理论知识运用解决供应链项目中实际问题, 解决融资规模的评估、融资方式的选择、综合处理预付款融资、货权融资、应收账款融资等不同类型的业务。</p> <p>能力目标: 能够结合不同商业环境, 选择合适的供应链金融融资方式为企业解决融资需求。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 供应链金融基础;</li> <li>2. 基于预付款融资业务;</li> <li>3. 基于货权融资业务;</li> <li>4. 基于应收账款融资业务。</li> </ol>	<p>教学方式方法: 采用线上MOOC教学模式组织教学, 充分运用网络教学资源 and 平台, 引导学生自主学习; 融入课程思政, 立德树人贯穿课程始终; 教、学、做一体化教学教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学, 学、练结合。</p> <p>考核方式: 采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行, 成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分, 依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求: 根据课程内容设置相应实训实践项目, 提升教学效果。</p> <p>教师要求: 任课教师应具备金融、物流专业背景, 有扎实理论基础和丰富实践经验。</p>

网络营销	<p>素质目标：确立正确的人生观和价值观，树立崇高的理想信念，树立网络营销思维，具有创新意识及创业思维，具有良好的团队合作精神。</p> <p>知识目标：了解网络营销概念；掌握网络市场调研和营销策略知识；掌握新媒体推广、搜索引擎和网络广告推广知识；掌握营销方案和创业方案写作要求。</p> <p>能力目标：能实施市场调研；能进行新媒体推广、搜索引擎和网络广告推广；能撰写网络营销策划方案；具有较好的实践能力和创新能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.网络市场调研；</li> <li>2.网络营销策略；</li> <li>3.新媒体推广；</li> <li>4.搜索引擎和网络广告推广；</li> <li>5.网络营销策划案和创业方案的写作。</li> </ol>	<p>教学方式方法：采用线上MOOC教学模式组织教学，充分运用网络教学资源 and 平台，引导学生自主学习；融入课程思政，立德树人贯穿课程始终；教、学、做一体化教学教学方法开展教学。突出以学生为中心展开教学，学、练结合。</p> <p>考核方式：采用智慧职教MOOC学院平台在线学习与考试方式进行，成绩评定为参与度、作业、测验、在线考试四个部分，依据设定的权重自动完成在线统分。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设置相应实训实践项目，提升教学效果。</p> <p>教师要求：具有丰富的网络营销教学经验，良好的思想品质，具有电子商务企业营销实践经历，以及扎实的专业知识及技能。</p>
------	---	--	---

### 3.专业综合实践课程

专业综合实践课程5门：分别为营销专业基本技能实训、岗位核心技能和跨岗综合技能实训、营销专业综合实训、毕业岗位实习、毕业作品设计及答辩，共37个学分。采取混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的综合实践技能。

表10 专业综合实践课程设置与课程描述一览表

课程名称	教学目标	主要内容	教学要求
营销专业基本技能实训	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：掌握与市场调查项目相关的知识；掌握与商务谈判项</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.设计调研方案；</li> <li>2.制定促销策划方案；</li> <li>3.撰写商务谈判计划书；</li> <li>4.产品介绍。</li> </ol>	<p>教学方式方法：用角色扮演法、模拟实验法、测试法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的专业基本技能和核心技能。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行</p>

	<p>目相关的知识。掌握与营销策划项目相关的知识；掌握与产品推销项目相关的知识。</p> <p>能力目标：能设计调研方案；能制定促销策划方案；能撰写商务谈判计划书；能进行产品介绍。</p>		<p>职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计以营销专业基本技能作为实践项目，以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，具有良好的职业道德，具有大局意识，绝对服从教学团队的安排，有一定的实践教学经验。</p>
岗位核心技能和跨岗综合技能实训	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能力，认真的学习态度，良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标：掌握与市场调查项目相关的知识；掌握与商务谈判项目相关的知识。掌握与营销策划项目相关的知识；掌握与产品推销项目相关的知识。</p> <p>能力目标：能设计市场调查问卷；能撰写市场调查报告；能进行商务谈判；能进行产品推销；能制定广告策划方案。</p>	<p>1.设计市场调查问卷；</p> <p>2.撰写市场调查报告；</p> <p>3.商务谈判；</p> <p>4.产品推销；</p> <p>5.广告文案策划。</p>	<p>教学方式方法：用角色扮演法、模拟实验法、测试法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者的专业基本技能和核心技能。</p> <p>考核方式：课程评价采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求：根据课程内容设计以营销岗位核心技能和跨岗综合技能作为实践项目,以“学生为中心”组织实践教学活活动，提升实践操作技能。</p> <p>教师要求：具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历，具有良好的职业道德，具有大局意识，绝对服从教学团队的安排，有一定的实践教学经验。</p>
营销专业综合实训	<p>素质目标：具有正确的学习目的和学习态度，养成勤奋好学、刻苦钻研、勇于探索、不断进取的良好习惯；培养学生的交流、表达能力，团队精神及协作沟通能</p>	<p>1.市场调查；</p> <p>2.营销策划；</p> <p>3.商务谈判；</p> <p>4.产品推销。</p>	<p>教学方式方法：用实训操作法、角色扮演法、情景模拟法把学生分组，通过模拟训练参悟科学的营销和管理规律，全面提升营销工作者营销综合能力。</p>

	<p>力, 认真的学习态度, 良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>知识目标: 掌握市场调查知识; 掌握营销策划知识; 掌握商务谈判知识; 掌握与产品推销知识。</p> <p>能力目标: 能设计调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告; 能制定促销策划方案、广告策划方案; 能进行商务谈判; 能进行产品推销。</p>		<p>考核方式: 课程评价采用多元评估体系, 将形成性考核与终结性考核相结合, 对每个训练项目都要由企业教师、主讲教师、学生多方对学生进行职业素养与操作能力的评定。成绩评定为基本学习素养占30%、能力训练项目占40%、终结性考核占30%。</p> <p>实训实践要求: 借鉴省市场营销专业技能抽查标准, 利用现代物流职业技术学院学院技能抽查标准, 将实训过程考核与测试结果考核相结合。</p> <p>教师要求: 具有扎实理论基础和市场营销实践工作经历, 具有良好的职业道德, 具有大局意识, 绝对服从教学团队的安排, 有一定的实践教学经验。</p>
毕业 岗位 实习	<p>素质目标: 树立正确世界观、人生观、价值观和就业观; 具备与人相处的能力。</p> <p>知识目标: 认识社会, 熟悉自己将要从事的行业、企业的工作氛围,</p> <p>能力目标: 能更好地将所学市场营销理论和知识应用于就业后的工作实践, 进一步学生营销专业技能的训练, 提高实际工作能力, 塑造“一技之长+综合素质”的高技能人才。</p>	<p>根据企业岗位需求进行实习, 主要包括市场调查与分析、产品推销、营销策划等内容。</p>	<p>教学方式方法: 用岗位实习的方式使其体验真实的岗位操作要求。</p> <p>考核方式: 用校企二元评估方式, 将企业考核与学校考核相结合。由实习单位指导教师评定学生在岗位实习时的表现进行考核(60%), 学校实习指导教师评定岗位实习项目完成情况进行考核(40%)。</p> <p>实训实践要求: 根据实习单位的要求组织实践教学活活动, 提升岗位操作技能。</p> <p>教师要求: 熟悉学生的具体情况, 能与实习单位提前做好计划, 共同成立实习指导小组; 学院、家长与实习单位共同负责学生安全, 保证学生实习期间的人身安全; 加强对学生实习的监督管理, 保持与实习单位密切联系。</p>
毕业 作品 设计 及答	<p>素质目标: 具有创新意识、创新能力和获取新知识能力; 具备严谨务实的治学方法和刻苦钻研、勇于探索的精神。</p>	<p>1. 毕业设计选题;</p> <p>2. 根据毕业设计项目书对毕</p>	<p>教学方式方法: 指导教师全程指导学生完成毕业设计选题、制定指导计划、开展毕业设计、形成毕业设计成果、参加毕业设计答辩等; 毕业设计</p>

辩	<p>知识目标：理解毕业设计格式规范要求；领会毕业设计项目书的要求和毕业设计流程，进行调研、资料收集、加工与整理；掌握毕业设计的撰写要求和主要内容。</p> <p>能力目标：能运用专业基本知识和专业基本技能，分析解决市场营销中实际问题的能力；能综合运用专业所学知识完成毕业设计的选题、资料查找、作品的撰写和答辩。</p>	<p>业设计资料的整理及学习；</p> <p>3.到实习单位进行岗位实习，同时和指导老师反复沟通交流，撰写毕业设计；</p> <p>4.毕业设计答辩。</p>	<p>指导记录完整，指导过程真实有效。</p> <p>考核方式：毕业设计成果评价和答辩评价相结合，成绩评定包含选题、项目完成、作品质量、答辩等，成绩按照优、良、合格、不合格进行等级评定。实训实践要求：要求使用电脑或手机，利用office办公软件由学生独立完成设计项目；</p> <p>教师要求：指导教师应具有中级以上专业技术职务，扎实的市场营销理论基础和较丰富的实践工作经验，每位教师指导学生数不超过15人。</p>
---	--	---	--

### (三) 岗课赛证融通

表11 本专业岗课赛证融通一览表

职业岗位	对应课程	本专业技能竞赛对接内容	本专业职业资格证书对接内容	本专业1+X证书对接内容
产品销售类	销售管理、商务谈判、产品推销、广告实务	情景营销	商品选品	数字营销基础、数字广告营销
市场运营类	市场调查与预测、市场营销策划、新媒体营销	方案策划、情景营销、数字营销	直播销售、视频创推、平台管理	数字营销基础、数字营销效果分析

## 八、教学进程总体安排

说明：教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。以表格形式列出本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求。课程排序体现前后逻辑关系、遵循学生学习规律和职业能力成长规律，必修课与选修课安排科学合理；课时合理。

每学年安排40周教学活动，总学时数不低于2500，公共基础课程学时不少于总学时的1/4，实践性教学学时占总学时数50%以上，岗位实习时间一般为6个月，选修课教学学时数占总学时的比例不少于10%，一般以16-18学时计为1个学分。

### (一) 教学活动周数分配表

表12 市场营销专业教学活动周数分配表

单位：周

学期	入学教育、军事技能训练	课程教学	社会实践	专业综合实践	毕业设计	岗位实习	毕业教育	考试考查	合计
1	3	16						1	20
2		16	2	穿插在教学周进行				2	20
3		16	2	穿插在教学周进行				2	20
4		16	2	穿插在教学周进行				2	20
5		10		4		6		1	20+1
6					12	16	1		20+1
合计	3	74	6	4	12	22	1	8	122

备注：1.每学期一般安排20周，最后1-2周为考试周。

2.社会实践为校外人文、劳动、思政社会实践，其中第二、三学期各安排1周人文与劳动社会实践，第四学期安排1周思政社会实践；专业综合实践包括认知实习、跟岗实习、毕业综合实训等，具体内容与时长由各专业根据人才培养需要明确，若专业综合实践和岗位实习覆盖了寒暑假，则应单独计入，如表所示。

(二) 教学进程总体安排表

表13 教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	实践学时	年级/学期/课时数						承担院、系		
									一年级		暑假	二年级		暑假		三年级	
									1	2		1	2			1	2
公共基础课程	公共必修课	00011201	思想道德与法治	1	考试	3	48	18	4*12W							马克思主义学院	
	公共必修课	00011202	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	考试	2	32	12		4*8W						马克思主义学院	
	公共必修课	00011237	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	考试	2	48	16		6*8W						马克思主义学院	
	公共必修课	00011103	形势与政策1-5	1-5	考查	1	40	16	8H	8H		8H	8H		8H	马克思主义学院	
	公共必修课	00011104	普通话		考查	1	16	8	4*4W							基础教学部	
	公共必修课	00011105	应用文写作	2	考查	3	48	24		4*12W						基础教学部	
	公共必修课	00011106	体育与健康①	1	考查	2	30	27	2*15W							基础教学部	
	公共必修课	00011107	体育与健康②	2	考查	2	30	27		2*15W						基础教学部	
	公共必修课	00011208	体育俱乐部①	3	考查	1	24	24			2*12W					基础教学部	
	公共必修课	00011209	体育俱乐部②	4	考查	1	24	24				2*12W				基础教学部	
	公共必修课	00011210	心理健康指导①	1	考查	1	16	8	16H							心理咨询教研室	
	公共必修课	00011211	心理健康指导②	2	考查	1	16	8		16H						心理咨询教研室	
公共必修课	00011312	职业生涯规划	1	考查	1	16	8	16H							经济与管理学院		



	公共必修课	00011113	实用英语①	1	考试	4	64	32	4*16W							基础教学部	
	公共必修课	00011214	实用英语②	2	考试	4	64	32		4*16W						基础教学部	
	公共必修课	00011322	信息技术①	1	考试	2	32	16	4*8W							基础教学部	
	公共必修课	00011323	信息技术②	2	考试	2	32	16		4*8W						基础教学部	
	公共必修课	00011115	军事技能	1	考查	2	112	112	112H							学生工作处	
	公共必修课	00011116	军事理论	1	考查	2	36	8	4*9W							军事理论教研室	
	公共必修课	00011220	大学生安全教育	1	考查	1	16	4	8H理论 +8H讲座							安全知识教研室	
	公共必修课	00011221	创新思维与训练(网络课)	1	考查	1	16	0	16							招就处	
	公共必修课	00011224	创新创业基础	4	考查	1	16	8				16H				招就处	
	公共必修课	00011225	大学生就业指导	5	考查	1	16	8						16H		招就处	
	公共必修课	00011217	大学生劳动教育	4	考查	1	16	8				8H理论 +8H实践				基础教学部	
	公共必修课	00011236	大学生传统文化修养	1	考查	1	16	8		16H						基础教学部	
	公共必修课	00011118	大学生职业素养	2	考查	1	16	8		16H						基础教学部	
	小计						45	840	480								
专业课程	专业必修课	06021331	物流市场营销	2	考试	2	32	16		4*8W						经济与管理学院	
	专业必修课	05021225	电子商务基础与应用	2	考试	2	32	16		2*16W						基础教学部	
	专业必修课	06021321	现代物流概论	2	考查	2	32	16		2*16W						经济与管理学院	
	专业必修课	60212065	轻松读懂财务报表	3	考试	2	32	16			2*16W					经济与管理学院	
	专业必修课	06021201	营销沙盘实训	1	考查	1	24	24	8*3W							经济与管理学院	
	专业必修课	05021228	管理学基础	1	考试	3	48	24	4*12W							经济与管理学院	
	专业必修课	06021208	商务礼仪	1	考查	1.5	24	12	2*12W							经济与管理学院	

基础课程	专业必修课	06021214	营销素养实训	2	考查	1.5	32	32		8*4W							经济与管理学院
	专业必修课	05021210	仓储与配送实务	3	考试	2	32	16			2*16W						经济与管理学院
	专业必修课	05021233	消费者行为分析	2	考试	2	32	16				2*16W					经济与管理学院
	专业必修课	05021230	广告实务	4	考试	2	32	16				2*16W					经济与管理学院
	专业核心课	05021235	物流市场营销实务*	2	考试	2	32	20		4*8W							经济与管理学院
	专业核心课	05021239	市场调查与预测*	3	考试	4	64	32			4*16W						经济与管理学院
	专业核心课	05021225	商务谈判*	3	考试	4	64	32			4*16W						经济与管理学院
	专业核心课	05022217	推销技巧*	4	考试	4	64	32				4*16W					经济与管理学院
	专业核心课	020319	市场营销策划*	3	考试	3	48	38				4*12W					经济与管理学院
	专业核心课	05022214	销售管理*	4	考试	2.5	40	20							4*10W		经济与管理学院
小计							40.5	664	378								
拓展选修课程	公共限选课	05022212	演讲与口才	1	考查	2	32	16	4*8W								基础教学部
	公共限选课	05022213	大学生礼仪修养	2	考查	0.5	8	4		8H							基础教学部
	公共限选课	05022218	四史选修课	3	考查	1	16	0			4*4W						马克思主义学院
	公共限选课	05000200	大学生艺术修养	3	考查	0.5	8	4			8H						基础教学部
	公共限选课	05000200	大学生人文素养	4	考查	0.5	8	4				8H					基础教学部
	公共限选课	01000200	大学生科技素养	5	考查	0.5	8	4					8H				基础教学部
	专业限选课	03020400	进出口货运代理操作	3	考试	2	32	16			2*16W						经济与管理学院
	专业限选课	01030308	商品采编	3	考试	2	32	16			2*16W						基础教学部
	专业限选课	03020400	客户关系管理	3	考试	2	32	16			2*16W						经济与管理学院
	专业限选课	03020400	新媒体营销	4	考试	2	32	16				2*16W					经济与管理学院
专业限选课	03020401	店长实务	4	考试	2	32	16				2*16W					经济与管理学院	
专业限选课	03020400	人力资源管理	5	考试	2	32	16					4*8W				经济与管理学院	
专业必修课	03020401	毕业设计指导	5	考查	2	32	16						4*8W			经济与管理学院	

	专业限选课	00000001	Photoshop图形图像处理 (网络课)	2	考查	1	16	8		16H							教务处
	专业限选课	00000003	商务数据分析与应用 (网络课)	3	考查	1	16	8			16H						教务处
	专业限选课	00000002	运输实务 (网络课)	3	考查	1	16	8				16H					教务处
	专业任选课	01390400	精品在线课程选修	2-4	考查	3	48	24		16H	16H	16H					经济与管理学院
	小计					25	400	192									
专业 综合 实践 课程	专业必修课	030203001	营销专业基本技能实训	3	考查	2	48	48			8*6W						经济与管理学院
	专业必修课	030203001	岗位核心技能和跨岗综合技能实训	4	考查	3	72	72				8*9W					经济与管理学院
	专业必修课	030203019	毕业综合实训	5	考查	4	96	96						24*4 W			经济与管理学院
	专业必修课	030203020	岗位实习	5-6	考查	24	576	576						32*6 W	32*1 2W		经济与管理学院
	专业必修课	030203021	毕业设计	6	考查	4	96	96							24*4 W		经济与管理学院
	小计					37	888	888									
	入学教育			1		1											
	第二课堂			1-2		2											
	通用资格证			2-5		2											
	职业技能等级证			2-5		2											
	总计					154.5	2792	1938									

备注：市场营销专业总课时为2797课时，其中专业理论课时为860课时，理论课时占总课时比例为30.7%；专业实践课时为1937课时，实践课时占总课时比例为69.3%。鼓励学生在大学期间参加通用资格证考试、根据1+X证书推进情况取得职业技能等级证书，经专业建设委员会评估后可以替代相关课程内容的学分，具体根据学校学分置换关系办法执行。

表14 课时与学分分配表

学习领域	课程门数	课时分配				学分分配		备注	
		理论课时	实践课时	总课时	占总课时比例 (%)	学分	占总学分比例 (%)		
公共基础（平台）课程	20	360	480	840	30.09%	45	29.90%		
专业课程	专业群平台课程	4	64	64	128	4.58%	8	5.32%	
	专业基础课程	7	84	140	224	8.02%	13	8.64%	
	专业核心课程	6	138	174	312	11.17%	19.5	12.96%	
拓展（选修）课程	公共拓展（选修）课程	6	48	32	80	2.87%	5	3.32%	
	专业拓展（选修）课程	13	160	160	320	11.46%	20	13.29%	
专业综合实践课程	5	0	888	888	31.81%	37	24.58%		
入学教育						1	0.66%		
第二课堂						2	1.33%		
通用资格证						2			
职业技能等级证						2			
总计	61	854	1938	2792	100%	150.5	100%		

备注：公共基础课840学时，占总学时的比例为30.09%，拓展（选修）课程为400学时，占总学时的比例为14.33%，实践性教学1938学时，占总学时比例为69.4%。

## 九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

### （一）师资队伍

#### 1.队伍结构

班级采用教师与企业导师共同授课，引进企业导师不少于10人。学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1，双师素质教师占专业教师比例不低于80%，专兼职教师比例要达到1:1.5，高级职称的比例要达到20%以上，专任教师年龄结构合理，成梯队结构。

#### 2.双专业带头人

市场营销专业需要2名专业带头人，其中1人为行业专家，聘为兼职专业带头人，另外1人为校内专业带头人，具有副高及以上职称，并在本领域内有一定的专业影响力。双专业带头人在专业发展规划、实训基地和精品资源共享课建设、国家在线课程等方面发挥指导作用，共同引领营销专业建设与发展。

#### 3.专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念，有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的本专业理论功底和实践能力；具有较强数智化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历；新招聘的专任教师原则上从具有3年以上企业工作经历并具有硕士研究生以上学历的人员中公开招聘。

#### 4.兼职教师

建立对接产业、实时更新、动态调整的优质兼职教师资源库，利用行业优质资源，逐步提升兼职教师参与教学和人才培养的能力。兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或相应行业企业中层及以上管理岗。

### （二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所学的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

### 1.专业教室

应配备投影设备、音响设备、教学一体机等数字设备的多媒体教室，配备支撑培养专业基础能力必须的专用教室。教室应配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音像设备，互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；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.校内实训室

按照“校企共建+资源共享”原则，配备集教学、培训、生产、技术服务于一体的共享型生产性校内实训基地，营造与生产工作现场相一致的仿真、模拟及生产性实习实训职业教育环境，使校内实训基地成为学生职业技能和职业素质的训练中心，实现与企业生产现场无缝对接。校内实训室配备多媒体设备、投影设备、黑（白）板，计算机（1人一台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可以选择配备服务器、无线路由器、打印机、相关实训软件等；支持市场营销专业核心课程《推销技巧》《商务谈判》《市场调查与预测》《市场营销策划》《消费者行为分析》《物流市场营销》《销售管理》教学以及营销新技术相关实训，支持《营销专业基本技能实训》《岗位核心技能和跨岗综合技能实训》《营销专业综合实训》营销沙盘实训》、《营销素养实训》等专业实践课程教学，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。

表15 校内实训室

序号	实训室名称	主要设施设备		面积	工位	主要功能
		名称	数量			
1	物流学院菜鸟 驿站快递服务 配送中心	高拍仪	2台	120平方米	5	承担课程：《物流市场营销实务》 《仓储与配送实务》课程教学；主要 实训内容：校园快递的接入和收发， 培养学生的物流市场分析、物流目标 市场营销、物流目标市场营销策略项 目实践操作。
		派样机	1个			
		货架	40组			
		快递室内运输车	2台			
		扫描PDA	4台			
		手持终端	3台			
		打印机	3台			
		快递称	3台			
2	市场营销综合 实训室	电脑	50台	100平方米	50	承担课程：《市场营销策划》《市场 调查与预测》《销售管理》《营销专 业基本技能实训》《跨岗综合技能实 训》《营销专业综合实训》课程教 学；主要实训内容：运用Office等营 销应用软件开展仿真模拟营销策划、 市场调查与预测、物流市场营销、销 售管理项目实践操作。
		多媒体设备	1套			
		桌椅	50套			
3	营销沙盘实训 室	沙盘软件	1套	70平方 米	50	承担课程：《营销沙盘实训》课程教 学；主要实训内容：运用中教畅享的 营销沙盘实训软件开展仿真模拟营销 运营项目。
		多媒体设备	1套			
		电脑	6台			
		沙盘桌	6张			
		椅子	50张			
4	智慧物流仿真 实训室	叉车	2台	210平方 米	50	承担课程：《仓储与配送实务》《现 代物流概论》课程教学；主要实训内 容：运用智慧物流软件开展仿真模拟 仓储（储存、上架等）、配送（分 拣、打包等）、供应链运营项目。
		自动堆垛机	3台			
		高层货架	8个			
		RFID电子标签分拣 设备	1台			
		仓储配送软件	1套			
		打包机	1台			
5	商务谈判实训 室	多媒体设备	1套	40平方 米	12	承担课程：《商务谈判》《营销专业 基本技能实训》《营销专业综合实 训》课程教学；主要实训内容：商务 谈判等内容实践操作。
		谈判桌	1张			
		椅子	12张			
		绿植	若干			
		座位牌	12个			
6	校园实训超市	超市货架	若干	300平方	20	承担课程：《推销技巧》《店长实

		货柜	若干	米		务》《消费者行为分析》《客户关系管理》课程教学；主要实训内容：运用POS		
		收银机	3台					系统软件开展真实的产品推销、店长岗位技能操作（选品采购、商品管理、价格管理、销售管理等）、消费者行为分析、客户关系管理项目实践操作。完成产品推销等学习情境的学习，掌握产品推销等营销基本技能训练。
		POS系统	1套					
		电脑	2台					
		监控设备	1套					
		商品	若干					
7	推销技能训练室	电脑	3台	50平米	50	承担课程：《推销技巧》《岗位核心技能实训》课程教学；主要实训内容：开展仿真模拟产品推销项目实践操作。		
		推销桌	1张					
		供推销的商品	若干					
8	形体训练室	镜子	若干	50平方米	50	承担课程：《商务礼仪》《营销素养实训》教学；主要实训项目：商务礼仪等项目实践操作。		
		形体训练器材	若干					
		多媒体设备	1套					
9	新媒体营销实训室	电脑	50台	100平米	50	承担课程：《商品采编》《图形图像处理》《新媒体营销》《市场营销策划》课程教学；主要实训内容：运用PS、AR等新媒体营销软件开展仿真模拟、商品采编、图形图像处理、新媒体营销项目实践操作。		
		商品拍摄设备	1套					
		手机直播设备	20套					
		商品	若干					
		货架	1个					
		新媒体营销系统	1套					
10	虚拟仿真实训室	电脑	1台	60平米	50	承担课程：《市场营销策划》《新媒体营销》《物流市场营销》《推销技巧》《商务谈判》；主要实训内容：运用虚拟成像系统，VR技术，开展品牌策划、产品推销、商务谈判、新媒体营销项目实践操作。		
		头戴式显示设备	50套					
		VR	50套					
		虚拟成像系统	1套					

### 3.校外实习实训基地

校外实训基地基本要求为：具有稳定的仿真、模拟及生产性实习实训校外基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与预测、营销策划、商务谈判等实训活动，可接纳一定规模的学生进行认知实习、社会实践、跟岗实习、岗位实习等实践教学需求，匹配工学交替、分段式、学徒制要求；



能够配备相应数量的指导老师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，实习实训基地有资质、诚信状况良好、管理水平较高和一定的企业兼职教学师资，工作环境和生活环境等有安全、有保障。

表16 校企主要合作单位一览表

序号	合作企业	合作内容						
		人才培养方案制定	实习实训	学生就业	人才互派	课程建设	技术服务	项目开发
1	XXX	√	√	√	√	√	√	
2	XXX	√	√	√	√	√		
3	XXX	√	√	√	√	√		√
4	XXX	√	√	√	√	√	√	
5	XXX	√	√	√	√	√		√
6	XXX	√	√	√	√	√	√	
7	XXX	√	√	√	√	√		√
8	XXX	√	√	√	√	√		√
9	XXX	√	√	√	√	√	√	
10	XXX	√	√	√	√	√		√
11	XXX	√	√	√	√	√	√	√

表17 校外实训室配置与要求

序号	实习实训基地类型	岗位类型	数量	实习实训项目	实践教学	一次性容纳学生人数(人)
1	物流企业	营销部	1-3	物流营销方案设计、商务谈判	认识实习	50-150
		客服部	1-3	顾客投诉处理、客户关系管理		50-150
		运营部	1-3	物流业务操作		50-150
2	零售企业	市场部	1-2	市场营销策划、产品推销、市场调查	岗位实习	50-150
		新零售	1-2	新零售运营	综合实习	50-150
3	批发企业	市场拓展部	1-2	市场营销策划、客户(中间商)关系维护与管理、市场调查		50-150

	销售部	1-2	产品推销、销售管理	50-150
--	-----	-----	-----------	--------

### (三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字资源配备等。

#### 1.教材选用

(1) 优先使用国家规划教材、全国百强出版社教材、省级优秀教材，教材设计应充分体现项目任务引领、职业能力导向的职业教育理念。同时，教材一般应配套有线上课程资源，方便学生课后线上学习。并根据教学实际需求，开发新型活页式、手册式教材，教材中文字和符号规范，图表正确、清晰、文图配合恰当。鼓励教师与企业技术人员、专家共同开发校本教材和实验实训指导书，使教学内容更好地与实践结合，以满足未来实际工作需要，使教材更贴近营销专业和地区经济的发展和实际需要。

(2) 原则上以新形态和反映新教法改革的教材为主，教材内容应体现先进性、通用性、实用性，能及时跟踪、反应行业技术最新发展成果。应将营销职业活动分解成若干典型的项目任务，按完成项目任务的需要和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。教学过程中，教学内容不仅仅限于教材内容，应根据企业实际需要和地区经济发展需要来增加课外内容。

(3) 学校建立专业教师、行业专家和教研人员参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

(4) 教材的选用既要符合教学标准的规定，又要符合学校专业培养的方向，同时兼顾学生的实际知识水平和接受能力，选用教材内容既易被学生接受，又能提高学生的知识和技能。

(5) 教材选用采取动态更新机制，每一年调整一次教材选用，优先选用近三年出版的教材，保证教材内容更有利于培养培养德智体美全面发展的高素质复合型技术技能人才。按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课

堂。

## 2.图书文献配备

(1) 图书文献配备与人文教育、专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高，保证教师与学生顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习和实训等教学活动。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销、信息技术类文献等。

(2) 图书文献配备电子图书资料库，满足师生在线搜集查阅学习，具备使用精品资源共享课资源的条件，能满足师生在线学习的需求。

按照市场营销专业人才培养要求，图书馆图书文献应该能满足人才培养、专业建设及教学科研需求，且方便师生查询、借阅。其中同市场专业相关的藏书不少于1500册，同市场营销专业相关期刊不少于20种。

## 3.数字教学资源配置

(1) 建设市场营销专业教学资源库，所有核心课程均建设在线课程资源，配备与课程相关的微课视频、音频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，

(2) 开发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样、使用便捷，

(3) 实现数字教育资源全覆盖和动态更新，每年至少更新10%，每三年全部更新一次。

## (四) 教学方法

### 1.教学模式

教学过程中强调精讲+多练，教、学、做一体化教学，实施线上+线下相结合的混合式教学、模块化教学等新型教学模式，以双师护航为主，辅以职教云、智慧职教MOOC学院等网络教学平台，充分利用网络教学资源 and 平台，鼓励学生自主学习。主要采取课堂“精讲多练+课外实训实践”的形式开展教

学，突出实训实践技能，使职业教育特色更加鲜明。每一门专业课程的教学均通过课程标准的形式规定有理论讲授、课内实训、课外实训（含集中模拟实训和校外实习两种形式）三种形式构成，将实践教学通过课内外实训完全融入到课程教学，真正做到“教、学、做”的统一，并专门设置校内外集中实训，从而凸显实践性教学特点，专业课实践教学课时超50%以上。

## 2.教学方法

普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等教学方法：教学过程中融入课程思政、技能抽查内容、以及工作岗位技能要求，以典型工作项目来设计课程教学内容，普及推广的工作过程导向的项目教学法、情景教学法、工作过程导向教学法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法、小组讨论法等教学方法。

## 3.教学手段

大力推广大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的应用，推广远程协作、翻转课堂、移动学习等数智化教学模式，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，灵活采用班级授课、分组教学、现场教学、专题讲座等形式组织教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，注重学生职业素养的养成教育、学生营销能力的锻炼教育、学生实践操作水平的提升教育，以提高教学的时效性。

## （五）学习评价

学生所修读的课程均应参加考核，考核成绩合格可获得该课程学分。对学生的学业考核评价一般采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，内容兼顾认知、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。教学实施前，先进行学情分析，对学生所做的工作任务（教师提前安排）计划进行检查，掌握学生已有的知识水平、能力情况及学习上的特点、优点和不足之处，了解学生的学习准备情况及影响学习的大致因

素，根据工作过程系统化的思路，设计学习任务、学习情境，选择学习内容、教学方法和教学组织形式，因材施教。

### 1.过程性评价

构建学生和教师共同主导的评价主体体系。采取教师评价与学生评价相结合，以通过分组教学，结合组内成员互评、组间互评、教师评价等多种方式进行过程性评价。权重灵活处理，平时做好数据采集，采用四级等级制定性评价，即A、B、C、D四级，按A=90、B=70、C=60、D=50定量赋分。过程性评价可从五个方面考查：学习状态，主要考查学生的课堂参与度，如回答问题、师生交流、课堂练习等；课外作业；课堂考勤；学习态度，主要关注课堂纪律与情感态度；自主学习，主要关注学生的课外学习活动与网络学习情况，引导学生自我管理，主动学习，提高学习效率。

### 2.终结性评价

教学实施后评定学生的学习成绩，考核学生掌握知识、技能的程度和能力水平以及达到教学目标的程度。具体体现在是否取得相应学分、获取从业资格证书情况、参加职业技能大赛情况等方面。过程性评价和终结性评价权重分配见下表。

表18 过程性评价与终结性评价权重表

课程类别	过程性评价 (%)	终结性评价 (%)
理论课程	40	60
理实一体化课程	50	50
实践	60	40

### 3.考核评价

必修、限选、任选课程成绩一般采用百分制；学生平时考核成绩是任课教师对学生的过程性评价，对不履行请假手续，擅自不参加实训、不听课（准予免修者除外）、不交作业者，任课教师有权将该生平时考核成绩评定为零分或不及格。

岗位实习、毕业设计、军事教育等实践环节的成绩可按优秀、良好、中等、合格和不合格五级制评定或百分制评定，五级制与百分制的对应关系为：优秀—95分，良好—85分，中等—75分，合格—60分，不合格—0分。

学生参加所选课程的考核，考核成绩60分（或合格）及其以上者，即取得该门课程的学分。成绩不足60分（或不合格）者，不能取得学分。凡未参加选课或未选上课者，不得参加该门课程的考核，擅自参加考核者不记成绩和学分；选定的课程必须参加考核，选课后不参加考核的课程视为旷考。

采用“绩点”和“平均学分绩点”的方法衡量学生学习质量。学分绩点反映学生学业水平的差异。平均学分绩点（GPA）用于评价同一时段内学生学习质量的优劣，可用作对学生进行排名、奖励、评价和推荐选拔的依据，必修课程和限选课程参与计算。课程绩点=(课程成绩÷10)-5，课程成绩不足60分的，课程绩点为0。课程学分绩点=课程绩点×课程学分数  
平均学分绩点：平均学分绩点=符合条件的课程学分绩点之和÷相同条件的课程学分数之和。

## （六）质量管理

为保证人才培养质量，市场营销教研室主任、专业带头人优先由中共党员担任，且市场营销教研室主任、专业带头人中至少保证有1人为中共党员，专任教师中，中共党员比例控制在80%以上。

### 1.学校建立专业人才培养方案调整机制

学校通过开展多层次和角度的专业调研，形成调研报告，根据调研掌握的行业发展趋势、企业技术和管理发展走向及要求，适时调整人才培养方案，专业人才培养方案的调整邀请了企业代表或行业专家参与，充分听取行业企业专家的意见，合理采纳其建议，保证所编制的专业人才培养方案紧跟企业需求。

### 2.学校建立专业建设和教学质量诊断与改进机制

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,形成“8字螺旋”，小螺旋分析预警，实时调控改进，大螺旋质量提升。加强日常教学组织运行与管理，建立健全日常教学巡查、专项检查、学生信息员、听评课等教学质量管理制度，建

立与行业企业联动的实践教学环节，强化教学组织功能，每学期开展公开示范课、集体备课等教研活动。通过专业技能抽查、毕业设计抽查以及学生技能竞赛以全面掌握学生的学习效果，达成人才培养目标。

### 3.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，达到人才培养规格。

### 4.完善教学管理机制

加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

### 5.专业建设小组建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

专业建设小组建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

### 6.专业带头人

专业带头人根据行业标准、专业教学标准、课程标准组织本专业教研组成员充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

### 7.任课教师

任课教师根据所承担课程的知识、能力、素质目标，充分进行课前学情分析，梳理自身优势、缺点和机遇，认真备课；因材施教后，做好每次课的教学反思与改进，定期进行每单元的测验与反馈、与学生座谈或问卷调研、作业等形式了解教学目标达成情况，定期进行反思与诊改。

## 十、毕业要求

### 1.具有良好的政治思想素质和职业道德素养；

2.具有良好的职业道德和职业素养，掌握推销技巧、商务谈判、市场调查与分析、营销策划等知识，具备销售、商务谈判、市场调查与分析、营销策划与执行、销售管理等技术技能，能够从事、胜任本专业就业面向岗位的工作；

3.通过体育达标、心理健康测试，身心健康，人格健全，按照学校制定的大学生综合素质测评办法进行量化测评，测评成绩在合格以上；

4.具有现代物流理念，在规定的修业年限内完成专业人才培养方案中规定的课程，取得相应学分151.5学分；

5.根据国家1+X政策的推进，取得相关的市场营销职业技能等级证书；

6.积极参加政府、学校、社会组织的各级各类专业技能、素质能力拓展等各级各类竞赛活动。按照学校制定的大学生综合素质测评办法进行量化测评，测评成绩在合格以上；

7.具备产品推销、商务谈判、市场调查与预测、营销策划等市场营销能力；

8.学生毕业前需结合专业理论和专业技能知识的认识和体验，提交1件与本专业相关的毕业设计作品，成绩评定合格以上；

10.按专业标准要求完成岗位实习，实习时间不少于6个月，实习成绩在合格以上。



## 十一、审批表

隶属专业大类	财经商贸类
<p>人才培养方案变更理由及变更内容： 1.调研行业最新需求，对课程进行相应调整； 2.对毕业条件进行完善。</p> <p>专业负责人(修订人):</p> <p style="text-align: right;">日期：2024年6月22日</p>	
<p>专业群负责人(审核人)意见:</p> <p style="text-align: right;">签字: _____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>	
<p>教务处负责人意见:</p> <p style="text-align: right;">签字: _____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>	
<p>分管教学副院长意见:</p> <p style="text-align: right;">签字: _____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>	

学院主要负责人意见:

签字:

年 月 日

注: 1.填写内容可加页。

2.本表一式两份, 教务处、专业群所在系部各留存一份。