



河南职业技术学院

HENAN POLYTECHNIC

电商物流学院
市场营销专业人才培养方案
(2022 版)

专业负责人	杨 静
研制团队	杨 静 赵丽英 张梦冰 高浩（企业）
二级学院审核人	鲁 冬
修订时间	2023.07

二〇二二年七月

目 录

一、专业描述	1
二、职业面向及职业能力要求	1
三、培养目标	3
四、培养规格	4
五、人才培养模式和教学模式	5
六、课程设置及要求	6
七、实施保障	17
八、毕业及证书要求	21
附 表	23

市场营销专业人才培养方案

一、专业描述

专业名称：市场营销

专业代码：530605

入学要求：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

二、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

表 1 专业面向的职业

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 或技术领域	职业技能等级证书 或职业资格
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	零售业 (F51) 批发业 (F52) 商务服务业 (L72)	市场营销专业人员 (2-06-07-02) 商务策划专业人员 (2-06-07-03) 品牌专业人员(2-06-07-04) 销售人员 (4-01-02) 互联网营销师(4-01-06-02)	1. 营销策划 2. 数字营销 3. 电商运营 4. 销售人员	1+X 网店运营推广 (中、高级) 1+X 数字营销技术 (中、高级) 互联网营销师

（二）职业能力分析及要求

就业主要面向的行业：商贸服务业、食品、汽车、家电等行业

主要就业单位类型：经营服务类企业、工贸一体化企业等

主要就业部门：销售部、市场营销部、电商运营部等

从事的工作岗位：

1. 销售代表→区域销售主管→销售经理→销售总监
2. 市场专员→企划主管→企划经理
3. 数字营销策划专员/内容营销专员/互动营销专员→数字营销策划经理
4. 电商客服→电商运营助理→电商运营项目主管→电商运营经理

调研结果显示社会对市场营销类人才的需求主要聚焦在营销策划、数字营销、销售与管理、电商运营等职业岗位，其职业能力要求可以从知识、技能、价值观和性格 4 个维度来描述。知识

维度就是要求营销从业人员掌握市场调研与数据分析、消费者行为分析与客户画像、营销策划、数字营销、推销与谈判、销售管理、网店运营与管理等知识；技能维度主要强调营销从业人员应具备良好的商机洞察能力、营销策划能力、数字营销技术应用能力、销售业务达成与销售管理能力以及电商运营管理能力等；价值观维度则主要强调营销从业人员应具备高尚职业道德、高情商和良好的人际关系处理能力、积极心态与抗挫抗压能力、良好的团队合作意识与沟通表达能力、善于学习和适应能力强等；性格维度主要强调营销从业人员应具备强烈的成功欲望、认真负责、诚实守信、胆大心细、不惧挑战、富有激情、勇于创新等。具体岗位能力分析见表2。

表2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位典型任务描述	岗位核心能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	营销策划	企划专员	企划经理 市场营销经理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场研究及发展趋势预测 2. 参与企业整体形象的策划工作，负责企业整体形象的维护 3. 协助市场经理或企划经理或企划经理组织编制企业所有产品的市场策划方案： 4. 协助市场经理或企划经理或企划经理负责营销及推广活动实施 5. 协助市场经理或企划经理参与营销策略的制订和调整 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调研与商务数据统计分析能力 2. 公关关系与宣传推广能力 3. 市场营销方案策划与撰写能力 4. 营销及市场推广活动组织实施能力 5. 根据市场调研与预测结果，进行营销策略的制订与调整的能力和
		营销数据分析专员 网络营销策划专员 数字营销策划专员	营销策划经理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查研究，营销数据跟踪监控与分析 2. 项目活动提报、效果跟踪及优化 3. 营销数据分析与改进 4. 营销制度和流程制定 5. 各渠道营销整体规划及开发推广 6. 人群画像分析 7. 客户数字营销方案的策划和撰写 8. 各类网络广告宣传文案的撰写 9. 策划网络推广主题 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查和数据分析 2. 各渠道营销整体规划及开发推广 3. 客户数字营销方案的策划和撰写
2	数字营销	内容策划专员 内容营销专员	内容策划营销经理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 海报内容策划支持 2. 活动方案整体方向把控 3. 用户及数据分析，合理优化方案 4. 文案策划、撰写营销推广计划及内容营销创意 5. 客户的采访、文案撰写、案例见证等 6. 市场洞察 7. 公司营销推广管理 8. 品牌宣传信息收集、撰稿，撰写、审核公司内外部新闻稿件 9. 公司官网、内部企业文化的内容运营管理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活动方案定向、文案策划 2. 撰写营销推广计划及内容营销创意 3. 公司营销推广管理 4. 企业文化的内容运营管理
		社群运营专员 客户关系管理员 用户运营专员 口碑营销专员	互动营销主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社群整体搭建及深度运营用户 2. 制定并完善社群运营规则 3. 实施相应的社群（线上）营销活动 4. 客户的开发与关系维护（沟通互动） 5. 建立客户信息档案和管理 6. 市场数据分析 7. 完善和运用用户画像，制定策略、执行落地 8. 制定运营策略 9. 进行用户精细化运营及用户生命周期管理 10. 找出符合品牌理念的意见领袖 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社群整体搭建及深度运营用户 2. 实施相应的社群（线上）营销活动 3. 完善和运用用户画像，制定策略、执行落地

				11. 营销话题创造、营销话题引爆 12. 高效的口碑传播渠道的选择	
		SEO 专员 SEM 专员 信息流推广专员	广告经理	1. 公司网站 SEO 优化规划 2. 关键字优化、策划相关产品，制定分析报告 3. 网站内部优化 4. 公司业务相关高价值关键词的挖掘 5. 百度竞价账户、360 账户、神马账户、搜狗账户的管理和优化 6. 根据公司情况制定推广计划 7. 分析推广效果并进行管理和调整 8. 账户后台的管理和数据统计分析 9. 各平台信息流的投放计划制定以及日常投放 10. 各类平台的信息流的数据分析投放效果并优化 11. 拓展信息流推广渠道，争取推广资源	1. 公司网站及店铺 SEO 优化规划 2. 各平台信息流的投放计划制定以及日常投放 3. 各类平台的信息流的数据分析投放效果并优化
3	电商运营	网店运营助理	网店运营经理	1. 根据公司营销战略，制定店铺年度、季度、月度运营策略计划并有效执行； 2. 企业服务号等媒体平台的管理维护； 3. 用户意见的收集和反馈，负责竞争对手调研分析、店铺运营数据分析； 4. 制定产品推广方案并实施，根据推广效果完善推广方案； 5. 进行各类运营活动的组织及话题事件营销，针对微博，微信，社区做产品推广，提升产品用户量及用户口碑。	1. 市场调研与商务数据统计分析 2. 编制年度、季度、月度电商运营策略计划的能力 3. 新媒体运营与维护能力 4. 各类电商运营活动的组织与实施 5. 对运营的效果进行评估，修订和完善运营策略和市场推广方案
4	销售人员	销售代表 直播销售员	销售经理	1. 协助总经理制定公司的发展战略，销售战略，制定并组织实施完整的销售计划，领导团队将计划转变为销售结果； 2. 制定全年销售费用预算，引导和控制市场销售工作的方向和进度； 3. 分解销售任务指标，制定责任、费用评价办法，制定、调整销售运营政策； 4. 组织部门开发多种销售渠道建立，完成销售计划及回款任务； 5. 销售团队建设，补充、员工发展方向规划、团队培养建立完善； 6. 进行客户分析，挖掘用户需求，开发新的客户和新的市场领域。	1. 寻找潜在客户的能力； 2. 与客户进行商务谈判并签订销售合同的能力； 3. 编制并实施销售计划、销售目标的分解落地执行能力； 4. 全年销售预算的编制与分配； 5. 制定适宜的区域销售政策引导和控制工作方向和进度； 6. 销售团队的建设（招聘、培训、选拔晋升等）能力 7. 销售渠道建设、评估与优化能力 8. 区域客情关系维护与管理能力

三、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、较强的就业创业能力，具有支撑终身发展、适应数字经济时代要求的能力素质，掌握市场调研、商务数据分析、消费行为分析与客户画像、新媒体数字互动营销、数字广告营销、营销策划、销售与管理、品牌策划推广、数字营销、网店运营推广等知识和技能，面向新兴服务业（新零售）、工贸一体化企业的营销岗位群，能够从事市场调查与分析、营销策划与执行、品牌推广、销售与管理、数字营销策划、电商运营、客户关系管理等工作的高素质技术技

能人才，3至5年后毕业生可以胜任营销策划经理、数字营销经理、网店运营经理、销售经理等岗位。

四、培养规格

（一）知识要求

1. 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 熟悉经济学和管理学的基本原理,有助于学生建立科学的思维方式和分析逻辑；
3. 熟悉本专业相关法律法规（合同法、电子商务法、消费者权益保护法等）及现代市场规则；
4. 熟悉商品质量、标准、检验、分类、包装、养护、安全等的基本知识和方法；
5. 熟悉营销的基本原理、观念，掌握营销计划、组织、实施与控制等营销管理基本过程；
6. 掌握数字经济时代营销活动策划与组织的基本内容和方法；
7. 熟悉销售经理的工作职责、工作流程和方法等；
8. 熟悉数字营销的新知识、新技术、新应用等。

（二）能力要求

专业能力：

1. 能够组织实施市场调研活动，并具有商务数据分析和市场调研报告撰写的能力；
2. 能够运用大数据对市场发展趋势进行预测，对竞争者和客户需求进行分析，并能绘制客户画像，为开展数字化的营销奠定基础；
3. 灵活地运用各种新媒体开展数字互动营销的能力；
4. 能够进行广告创意与策划，具备一定的数字广告营销能力；
5. 具备营销策划方面的应用能力和创新能力，能够组织实施线上线下的营销策划活动；
6. 能够灵活运用推销与谈判的原理，与客户达成交易，完成企业规定的销售任务；
7. 能够策划、组织实施品牌的线上线下推广和促销活动；
8. 能够对客户关系管理和销售进行日常管理；
9. 具备短视频与直播策划、制作、营销变现等职业技能；
10. 具备整体的网店运营能力和操作技能，学会通过数据分析提升网店运营效率。

方法能力：

1. 能够熟练进行口语和书面表达与交流
2. 具备一定的商业信息技术与办公工具软件的应用能力；
3. 具备数据意识和商务数据分析应用能力；

社会能力：

1. 具有团队合作精神与沟通协调能力；
2. 具有较高的情商和构建和谐人际关系的能力；

3. 具有良好的行为习惯和自我管理能力；
4. 具有运用《经济法》等解决营销管理相关问题能力。
5. 熟悉商务礼仪规范，具备良好的礼仪形象和商务礼仪交往的应用能力。

可持续发展能力：

1. 具有文献资料的检索与获取能力；
2. 具有探究学习和终身学习的能力。

创新与创业能力：

1. 具有使用专业知识和技能能力；
2. 具有主动满足经济社会发展需求能力；
3. 具有较强的创新、创业的意识、精神和品质。

（三）素质要求

基本素质：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和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；遵守、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯；具有一定的审美和人文素养。

职业素质：具有职业生涯规划意识、终身学习的意识和能力；具有较强的集体意识和团队合作精神，具有良好的行为习惯和自我管理能力；崇德向善、诚实守信、尊重劳动、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养和创新思维。

五、人才培养模式和教学模式

（一）人才培养模式

为了更好地适应数字经济持续增长发展的需要，根据市场营销专业人才培养目标要求，为能更精准地引导学生结合自己的职业规划找到学习动力，让课程教学更精准地对接行业企业岗位要求，解决学生个体差异、学习需求差异、就业差异及人才需求多样化等关键问题，市场营销专业采用了需求导向、双元共育、项目主导、能级递进、素质贯穿、精准施教的“1+1+0.5+0.5”现代学徒制人才培养模式。市场营销专业与坚朗集团、京东新零售、双汇集团、河南好想你健康食品股份有限公司、郑州丹尼斯、中海企业集团、北京大能手科技教育有限公司等知名企业签订协议，通过第一、二、三课堂为学生提供深入的工学交替的现代学徒制人才培养模式。

（二）教学模式

在学院“学做融通、双元结构”合作式教学模式基础上形成适合本专业教学特点的教学模式。

以营销岗位群的职业技能升级需求细化分析为根据，构建课堂教学、实践教学和社会实习相结合的教学环境，从“学生为主体、就业为导向、能力为本位”的人才培养目标出发，采用“讲—演—练—评”四位一体教学模式，将教学目标、教学过程、教学内容、教学方法和教学评价集合在一起，形成全面发展学生职业技能的教学方法群，同时构建工作过程项目导向、任务驱动的情境

式教学，将传统教学法与信息化教学方法相结合，开展以落实“立德树人”为根本任务，强化学生职业素养养成和专业技术技能积累，提高学生德技双修的课程思政改革，组织校企课程专家和经验丰富的一线教师采用“理论教学—案例教学—模拟教学—实习教学”教学体系，强调学生主动参与、小组协作、应用实习与课堂教学并重的教学方式，对标职业资格等级的相关标准，将项目课程体系所属行动领域的工学模块单元项目任务，转化为专业学习领域所需的知识、技能和素质，进而整合转换成项目课程。提高学生的实践操作能力和职业素养，实现与企业零对接，适应企业岗位需求。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程概述

表 3 公共基础课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	教育引导加强自身道德修养，提高思想道德素质；加强法律观念和法律知识教育，提高法律素养；培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质	主要包括社会主义道德教育和法制教育，帮助学生增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	引导学生更加准确地把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；提高大学生对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力	以马克思主义中国化为主线，以毛泽东思想以及邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等马克思主义中国化理论成果为主要内容，帮助学生理解和掌握马克思主义中国化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	引导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好地把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命担当，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去	围绕马克思主义中国化最新理论成果，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，全面解读习近平总书记关于重大时代课题的一系列原创性治国理政新理念新思想新战略。使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中
4	形势与政策	引导学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点等问题的思考、分析和判断能力	着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育
5	大学生心理健康教育	培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质	包括心理健康基础知识，了解自我、发展自我，提高自我心理调适能力，如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等，注重培养学生实际应用能力
6	体育	引导学生正确认识体育锻炼目的意义，了解基本的体育理论知识，掌握必要的运动技术和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成锻炼身体的良好习惯	篮球、排球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动（任选一项）概述、竞赛规则、各种球类的技战术；武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等
7	公共英语	培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、	包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元，通过视听说、精读、翻译写作

		跨文化交流能力、学生未来职业发展和英语终身学习能力	等模块,全面提高学生听、说、读、写、译各方面英语能力
8	大学语文	培养学生阅读和理解文学作品的能力,提高学生文学鉴赏水平和文化修养,提升写作能力,以适应学习和工作的需要	散文阅读与欣赏;诗歌阅读与欣赏;小说阅读与欣赏;影视与戏剧欣赏;语言表达能力与技巧;实用写作训练
9	高等数学	培养学生可持续发展的能力;提高学生数学素养和文化素养。为后续专业课程的学习打下坚实数学基础	函数极限与连续;一元函数微分学;一元函数积分学;常微分方程;一些数学问题、典故、观点中的数学文化
10	劳动教育	通过本课程学习,能使學生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识,理解和形成马克思主义劳动观,树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌,促进学生德智体美劳全面发展	着重讲授劳动教育基础知识和技能,以劳动教育为主,兼具我校特色专业教育、实习实训、社会实践、创新创业等各学科的联动性教育。建立以提升劳动素养为核心的“三大教学任务”——劳动情感、品德为主体的思政教育,劳动知识、技能学习的劳动实践,实验研究、分析探索的劳动创新
11	中华优秀传统文化	系统认识中国传统文化的内容、性质、特点等,提升学生人文素质和個人修养,提升民族自信心和凝聚力。培养学生把传统文化融入专业学习的意识和能力	中华优秀传统文化性质和特点、各文化领域的发展脉络(传统思想、传统艺术、传统科技、政治制度、婚姻文化、建筑文化、饮食文化、传统节日等)、传统文化现代化、传统文化与专业学习等
12	信息技术	使学生理解计算机系统与计算环境基本原理,理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力,形成分析和解决问题的计算思维与素养	包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合,同时兼顾计算机应用领域的前沿知识,采用理论教学与实验教学方式
13	大学生职业发展与就业指导	了解生涯规划意义和方法,引导学生认识自我和职业世界,了解职业素养和职业能力要求,了解就业形势和就业创业政策,掌握求职材料和面试技巧,提高依法维权意识,培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力	职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、创业概述、商业计划书撰写、商业路演 PPT、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容
14	创新创业教育(含创新创业基础和创新创业与创业)	培养学生创新思维,提升学生创新能力,以创新促进创业;提升创业能力,培育创客精神,以创业带动就业	主要包括创新能力培养和开展创业活动所需要的基本知识,包括创新思维训练、创新技法讲授和实践;创业的基本概念、基本原理、基本方法和相关理论,涉及创业者、创业团队、创业机会、创业资源、创业计划、政策法规、新企业开办与管理,以及社会创业的理论和方法,系统培养学生整合创业资源、设计创业计划以及创办和管理企业的综合素质,重点培养学生识别创业机会、防范创业风险、适时采取行动的创业能力
15	军事理论	了解军事基础知识,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容
16	军事技能	掌握基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等方面的相应训练

(二) 专业（技能）课程概述

表 4 专业（技能）课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	经济学基础	掌握经济学的基本原理为学好与运用财经管理类专业知识和技能服务，能够根据经济学的基本理论知识和技能对市场供求发展趋势做出科学合理的预测，具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分析解决社会经济现象和具体问题。最后达到学生能够具有热爱科学实事求是学风和创新意识创新精神，树立正确的职业观念	经济学课程包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学研究家庭、厂商和市场合理配置经济资源的科学以单个经济单位的经济行为为对象；以资源的合理配置为解决的主要问题；以价格理论为中心理论；以个量分析为方法；其基本假定是市场出清、完全理性、充分信息。宏观经济研究国民经济的整体运行中充分利用经济资源的科学—以国民经济整体的运行为对象；以资源的充分利用为解决的主要问题；以收入理论为中心理论；以总量分析为方法，其基本假定为市场失灵、政府有效
2	管理学基础	学生对管理的基本知识体系和基本框架有一个完整的了解。《管理学》学习领域主要培养学生掌握管理的基本理论、基本方法。对管理框架“计划、组织、领导、控制、创新”等多方面知识有较深刻的理解；了解管理对国家、组织、个人等的影响，对管理的信息化有较好把握；熟知全球化背景下的管理。通过本课程的信息，提高学生在未来工作岗位的职业化定位	要求学生理解管理的产生与发展，掌握管理的基本职能。通过本课程的学习，学生应具备一定的环境分析、组织设计、沟通协调等能力，对接专业人才培养目标，应该能运用管理学知识提高其实际管理工作水平。经过学习，学生应具有理论联系实际的能力，具有实事求是的学风和创新意识及精神并具有较高的职业道德素质。
3	电子商务基础	通过本课程的学习，学生对电子商务的基本知识体系和基本框架有一个完整的了解。电子商务学习领域主要培养学生掌握电子商务的基本理论、基本方法。对电子商务概念模型、体系结构、实现技术及其应用等多方面知识有较深刻的理解；了解电子商务对消费者、企业、市场和整个社会的影响，对电子商务发展的现状和趋势有较好把握；熟练掌握电子商务所涉及的B2B、B2C、C2C、O2O等模块的平台操作。提高学生在未来电子商务岗位的职业化定位，达到电子商务及相关岗位对从业人员的技能与职业的要求	对接专业人才培养目标，面向电子商务管理、运营与营销工作岗位，培养学生互联网思维和岗位职业素质，具备从事电子商务工作的综合职业能力、商务创新能力与可持续发展能力。同时，为顺应互联网的迅猛发展，不断更新教学内容，即时补充新的理念与应用，为学生掌握网络环境下现代企业管理和信息系统的运作、考取职业资格证以及为后继专业课程的学习奠定一个坚实的基础。要求教师具有经济管理类本科以上学历，具备电子商务师级以上资格证书
4	市场营销	使学生掌握扎实的市场营销基本理论、培养开阔的市场营销视野以及辩证的市场营销观念，培养的学生既具有牢固的基本理论素养，又能够主动汲取前沿理论，既能	内容：市场营销学的基本理论、市场营销环境分析与SWOT、消费者市场与组织市场购买行为分析、市场调查与预测、STP战略与竞争战略选择、营销组

		够对营销战略层面的问题有宏观的思考和把握，又能够对营销定位和营销策略层面地问题有清晰的认识和操作能力。同时提高学生对数字营销的基本认知，为后续课程学习及推动岗课赛证奠定基础	合策略（4P/10P、4C、4R）、市场营销计划、组织、执行与控制、市场营销创新、数字营销原理的发展与演变、数字营销技术的应用、数字营销效果优化等。要求教师具有经济管理类本科以上学历，具备营销师级以上资格证书
5	商品学基础	掌握质量与商品质量的含义，熟练掌握商品的一般质量要求和国际贸易对商品质量的要求；掌握决定和影响商品质量的主要因素；掌握商品分类的方法、商品的化学成分与结构、商品的物理、机械及化学性质。 掌握商品分类的概念；熟练掌握商品的分类标志及常见的分类方法；掌握商品包装、商品养护、商品条形码等内容	质量与商品质量的含义，商品的一般质量要求和国际贸易对商品质量的要求；决定和影响商品质量的主要因素；商品分类的方法、商品的化学成分与结构、商品的物理、机械及化学性质；商品分类的概念；商品的分类标志及常见的分类方法；商品包装、商品养护、商品条形码等内容。 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
6	会计学基础	能规范开展会计基础工作；能合理选用会计资料并整理归档保管；能理解并严格执行小型企业内部会计控制制度；能熟练应用账务处理程序；能分析简单经济业务；能对小型企业进行全套账务处理	掌握资金平衡原理及企业经济业务的九大类型；会计对象、会计要素及会计科目的具体内容及其关系；复式记账中有关记账符号、账户结构、记账规则、会计分录及试算平衡原理；了解账务处理程序类型，掌握科目汇总表账务处理程序及记账凭证账务处理程序；了解会计凭证类型，掌握记账凭证编制方法；了解会计账簿类型，掌握会计账簿登记方法；了解会计报表类型，掌握资产负债表、利润表编制方法。 要求教师具有经济管理类本科以上学历，具备会计师中级以上资格证书或从事会计或财务管理工作3年以上工作经验
7	中国商业文化	阐述在商业经营中“家是最小国、国是千万家”的家国情怀和货殖有道的商业智慧。课程以中华商业文化的传承与光大为主线，融入社会主义核心价值观，为新时代商人提出了情怀和智慧兼备、传承与创新并蓄、素养和行为俱进的成长目标	说文解“商”、古今华商、多态市场、华商名品、商行天下、商术商俗、中华商帮、先哲商论、商德商道9个专题展示了灿烂的中华商业文化，情致、趣味、知识相结合，博古论今。旨在培养我们正确的价值观、优良的职业道德、高尚的人格素养、健康的审美情趣，帮助我们学会诚信、务实、仁爱，实现求知、做事和做人的有机统一，纵横捭阖新时代新商界
		主要学习如何通过各种调研的手段和技术方法，获取进行市场研究所需要的数据信息，并学习如何对市场数据进行分析研	市场调研的涵义及内容、市场调研流程、市场调研的类型、调查方案设计、二手资料调查、定性、定量调查方法及

8	市场调研与商务数据分析	究，为企业市场决策提供支持。这是一门应用性极强的课程，强调市场调研技术与方法的应用，通过课程的学习，力求学生掌握并熟练运用几种主要的市场调研技术和方法，并了解随着互联网及数据分析技术的发展，市场调研技术的发展动态，使学生掌握顺应时代要求的市场调研的知识和技能，提升学生发现问题、分析问题和解决问题的能力	其选择、调查问卷设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。商品销售情况管理、买家购买情况分析与评估、商品销售情况统计与分析、商品采购成本分析与控制、商品库存数据管理与分析、畅销商品统计与分析、竞争对手与行业状况分析、销售市场预测分析等。 要授课教师具备（累计）2年以上行业工作实践经验，具备经管类本科以上学历，最好采用双元结构教师小组授课
9	经济法	通过本课程学习，可以帮助每位具有不同身份的人掌握相关法律技巧，保护自己的权益不受损害，同时做到遵法、学法、守法、用法。本课程打破法律知识体系，选取与经济生活密切相关的法律，遵循“实用、有趣”原则，通过生动的动画案例解读抽象的法律知识，解决经济生活中的各种法律问题	经济法基础理论、企业法、公司法、物权法律制度、合同法律制度、电子商务法、工业产权法、消费者权益保护法、票据法、劳动法、票据法等
10	新媒体营销与数字互动营销	本课程服务于新媒体营销人才培养，通过讲授和实践新媒体工具，帮助学生了解新媒体基本特点、培养营销技能、掌握新媒体传播规律、提升学生网络新媒体运营能力。通过带领和指导学生参加新媒体制作和传播，使学生熟悉新媒体营销的全过程，并且可以结合行业特点和企业自身指定营销方案，使学生能够在新媒体营销上综合发展知识、能力、素质，最终完成新媒体营销熟练掌握并能自主学习并能完成项目任务。同时促进岗课赛证融通，为考取1+x数字营销技术证书初级奠定基础	新媒体营销认知、新媒体营销定位、新媒体营销策划、新媒体营销文案创作、微博营销、微信营销、软文营销、音频营销、社群营销、短视频营销、直播营销、互动营销策划、数字化客户开发、数字化留存营销、数字化营销转化、数字化营销裂变、数字互动营销效果分析与优化。 授课需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
11	消费心理与购买行为分析	加深学生对消费者行为基本规律的理解与领会，掌握影响消费者消费心理的因素和主要的消费者行为分析的工具，能对消费者心理和行为做出一定的预测，掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为，达到市场营销及相关岗位对从业人员的技能与职业的要求	能够运用所学知识，分析影响消费者购买行为的内外部因素；能根据消费者在购买决策各环节中的行为特点采取相应的营销策略；能运用所学的知识来分析市场和预测消费者购买行为；能运用所学的消费者心理理论，为目标顾客提供更好的售前售中售后服务
12	广告与数字广告营销	使学生在掌握广告学的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，能从事一般广告营销，有掌握数字广告营销方面的基本技能，培养既懂技术又懂市场营销的符合数字经济时代要求的营销人才。为促进岗课赛证融通，便	广告学理论、广告媒介选择、广告调查、广告受众分析、广告创意与广告文案撰写、广告的制作发布与效果测评。数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销、广告效果分析与综合应用。需要校企双元导师授

		于学生考取 1+x 数字营销技术中级证书	课, 项目化、工作过程化教学方式
13	营销策划实务	使学生掌握营销策划的基本原理, 策划思维与模型、创意的方法、明确企业战略策划、产品策划、价格策划、销售渠道策划、促销策划, 掌握营销策划书的写作及营销策划方案的实施和控制的有关内容。能够结合相关案例进行分析、研究, 结合相应的实践进行教学, 培养学生在营销策划方面的应用能力和创新能力。同时落实岗课赛证融通, 培养学生运用数字媒体技术进行营销策划的能力, 为学生将来考取 1+x 数字营销技术高级证书奠定基础	认知营销策划与数字营销策划、企业战略策划、STP 战略策划、产品策划、价格策划、促销策划、分销渠道策划、数字营销策划的实施(目标客户洞察、品牌价值构建、营销内容策划、品牌传播策划、客户互动营销策划)。需要校企二元导师授课, 项目化、工作过程化教学方式
14	推销与谈判实务	熟知现代推销的基本原理, 基本模式以及基本方法, 能灵活地运用所学理论知识指导自己的推销实践活动; 熟悉并遵守现代推销的职业道德和现代推销操作原则; 熟悉企业对现代推销员的素质、能力、形象礼仪等要求, 并在学习中不断修炼提升自己的综合素养和能力	现代推销观念、现代推销的职业道德、现代推销的基本原则; 制订推销计划的方法; 寻找顾客步骤及方法; 约见及接近顾客的方法及注意的问题; 介绍与展示产品的原则、方法及需要注意的问题; 顾客异议处理的原则、策略和方法; 各种实战的成交方法等。需要校企二元导师授课, 项目化、工作过程化教学方式
15	品牌策划与推广	旨在使学生了解品牌管理的基本理论以及品牌管理过程经常遇到的问题和阻碍, 培养学生的品牌意识, 强化学生对品牌形象、品牌定位、品牌个性、品牌发展、品牌资产以及品牌名延伸等管理技能的应用能力。通过多种教学方法, 引导学生用品牌管理的思维和行为开展工作, 强化创造性的分析和解决问题的能力	这是一个理论性与实践性相结合的学科。通过学习让学生理解品牌的构成、品牌与市场、品牌与企业等相关要素的关系以及品牌运营规律。阅读一定数量的营销学经典原著; 陈述品牌管理的基本观点、基本理论和思维方法; 运用品牌知识分析企业品牌管理过程中存在的问题、提出解决问题的方案、前瞻性地规避品牌发现和品牌危机
16	短视频与直播营销	学生将会在思维层面可以了解、掌握短视频的规律及特点, 能对短视频进行拆解与品评, 在实践层面能够独立或联合进行短视频的策划、拍摄、制作及传播与运营。通过对本课程地学习学生可以熟知短视频与直播地运营流程, 具备短视频与直播策划、制作、营销、变现等职业技能	了解短视频与直播, 直播与短视频地区别与融合特征, 以与直播风险与其防范措施。视频内容策划地方法、短视频拍摄与后期编辑、封面设计, 标题设置, 标签设置、短视频电商变现与广告变现、直播内容策划、直播间环境布置、主播 IP 塑造、直播话术与控场。需要校企二元导师授课, 项目化、工作过程化教学方式
17	客户关系管理	从企业实践和案例入手, 使学生熟悉企业是如何认识客户、如何与客户互动、如何获得客户满意、如何处理客户投诉等问题, 从而使学生树立客户关系管理新理念、掌握 CRM 的理论、方法与应用技术,	CRM 的概念与特点、CRM 系统介绍、CRM 开发及战略、客户画像、客户互动、客户获取、客户满意与客户忠诚、客户投诉处理、客户关系维护、电商运营中的 CRM 应用及案例分析等。

		初步具备 CRM 战略制定及项目管理控制能力	需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
18	销售管理	《销售管理》课程定位为学生的纵向提升课程，发展岗位：销售主管/销售经理，为学生的职业发展服务。 通过本课程学习，学生基本能胜任销售经理岗位职能：能独立完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务	包括销售目标设定与分解、销售计划编制与执行、销售定额的分配与管控、构建销售组织、销售区域管理、渠道中间商的选择、激励与管理、企业信用管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
19	网店运营与管理	通过本课程的学习，帮助学习者掌握新零售背景下网店运营与管理的内容、流程和方法，培养学习者整体的网店运营能力和实践操作技能，让学习者学会通过数据分析提升网店运营效率和管理效果。为促进岗课赛证融通落地，为学生考取+x 网店运营推广中高级证书奠定基础	网上开店的基本素质和基本条件、网上开店的基本流程、网上店铺推广的主要方法、网店客服的主要方法、网店物流解决办法、店铺定位、开设店铺、网店装修、店铺日常管理、店铺营销推广等。 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
20	数字化营销与运营新实战	使学生透彻地理解数字化营销与运营的本质，使学生了解企业应该如何利用数字化技术获取消费者在数字世界中的各种数据，并将这些数据应用于更前沿的数字广告投放、消费者的个性化触达、数字渠道效果的评估与优化、消费者数字体验优化、消费者转化优化，以及更深入的消费者深度营销与运营等领域的诸多关键方法	教学内容：数字时代的营销与运营、正确的数据观与数据获取、数字时代的消费者与数字营销模式与市场运营、企业数字化战略升级转型、品牌建设的数字化、市场营销产品的数字化、市场营销价格的数字化、市场传播与营销的数字化、营销渠道的数字化、数字化的流量运营与消费者交互、数字化的消费者深度运营。 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
21	营销应用文及软文写作	使学生快速掌握软文写作的核心技巧，成为软文写作高手，增强毕业生未来职场的核心竞争力，使学生以低廉的宣传成本，吸引用户主动了解、关注、购买，让营销的效果更优化，从而帮助企业通过软文来提升品牌知名度和影响力	教学内容：从软文的力量、软文撰写前的精心准备、软文创意 24 招、软文撰写技巧、软文营销的力量和微商软文营销几个方面系统讲解了软文写作的步骤、方法、策略；更从实操的角度，介绍了常用软文营销的书写、推广、营销技巧，以及风险防范、误区规避、常见问题。 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
22	跨境电商理论	(1) 熟悉国内外常用的跨境电子商务出口平台，合理选择跨境电子商务平台，独立完成注册账号、开设店铺等活动；(2) 掌握跨境电商第三方平台的规则及平台基本	教学内容：主要包括跨境电商平台的介绍与选择、全球开店注册业务流程、全球开店卖家账户运营管理、全球开店国际物流、全球开店跨境支付与结算、商

	与实务	操作，利用跨境电子商务平台进行海外市场调研、市场选品、产品发布和交易管理；（3）掌握国际物流与跨境支付的知识与业务技能；（4）熟练运用跨境电商出口平台软件进行网络营销推广与数据分析；（5）掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务流程，以及海外客户服务与维护等技能。	品详情页及购物车、跨境网络营销推广、客户服务与维护、账户绩效、拓展全球业务 需要校企双元导师授课，项目化、工作过程化教学方式
23	人力资源管理	掌握人力资源管理的基本职能、基本概念、基本原理和基本方法、强化实践技能，让学生在掌握人力资源开发与管理基本理论的基础上，注重结合人力资源开发与管理经典案例，把理论知识与现实的管理实践相结合，培养学生利用理论和方法分析问题和解决问题的能力。为将来有意从事人力资源管理或行政工作的考取人力资源管理师三级奠定基础	人力资源管理的基本原理、原则和方法,系统阐述人力资源开发与管理的各个职能,并就人力资源管理学科前沿问题和最新思潮进行介绍。具体来讲,主要包括人力资源开发与管理概论、人力资源管理的理论基础、工作分析、员工招聘、员工培训与人力资源开发、绩效考核、薪酬管理、劳动关系、职业生涯、团队管理。 需要教师(本科以上学历)具有人力资源管理专业背景、从事人力资源工作2年以上或具有人力资源管理师二级以上职业资格证书
24	金融与保险	运用所学的金融知识,可以解决金融工作中的实际问题,为专业课程的深入学习奠定基础,同时培养面向保险业务员、银行客户经理、债券销售交易员、理赔员、诉讼受理员、理财产品营销员、报单员及各岗位后续的相应晋升岗位。	教学内容:货币与货币制度、信用与信用工具、利息与利息率、金融机构与三大支柱、商业银行与派生存款、中央银行与货币政策、货币供求均衡与通货、金融市场与衍生金融工具、金融风险与金融监管。需要教师(本科以上学历)具有金融或保险专业背景、从事金融保险银行工作2年以上或具有金融从业资格资格证书
25	职业素质拓展训练	正确地认知自我,为其职业生涯规划奠定基础; 挖掘潜能,增强自信心,培养积极的心态; 提高自制力,学会目标管理与高效执行; 提高情商,学会处理人际关系; 建立良好的思维习惯和双赢的心智模式; 提高沟通表达能力及组织协调能力; 提高主动学习力和环境适应能力 培养良好的团队合作精神; 培养创新意识和创新能力	教学内容:认知素质拓展训练、认知自我训练、心理素质训练(积极心态训练、自信心训练、自制力与时间管理训练、宽容与关爱训练、建立双赢的心智模式训练)、沟通素质与能力训练、团队合作、创新思维训练、设立目标与坚定理想信念训练。 拓训讲师必须是职业道德高尚、心理健康,形象阳光的“担负培训项目研发、教学实施、分析归纳,安全保护等多重责任于一身”的素质教育工作者,要求本科学历以上,从事素质拓展训练培训累计工作2年以上,或具有素质拓展训练师证书

26	信息技术与办公自动化实训	<p>通过学习，使学生了解办公自动化的基本理论，较系统地掌握办公自动化软件的基本操作方法和技巧，使之具有良好的计算机实际应用能力和相应的计算机文化素质，具备较强的文字处理、报表打印、图形编辑、表格处理等技术能力，为今后能够迅速地适应营销销售和管理工作的需要奠定了基础</p>	<p>掌握 Word 的主要功能；窗口组成；文档编辑与基本排版；表格处理、各类图示处理、图文混排与高级操作等综合运用；掌握 Excel 的主要功能；窗口组成；工作簿、工作表、单元格的基本操作；数据的录入及格式处理；数据的计算、排序、筛选、汇总及数据透视表等高级操作；掌握 PowerPoint 的基本功能及窗口组成；演示文稿的设计与动画效果、设计模板、动作设置等设计</p>
27	企业经营管理沙盘	<p>使学生能熟练掌握企业经营管理沙盘运作的主要构成内容，初步具有分析和掌握企业经营管理沙盘操作过程的能力；能简单分析企业经营管理沙盘运作宏观环境及对现代企业经营发展有一定的预测判断能力；能够根据市场需求的变化和企业竞争环境的变化做出企业相应的调整；能够较熟练地进行利润表和资产负债表的计算，并对模拟企业的管理做出适当的操作。为学习营销技能沙盘实训奠定基础</p>	<p>企业经营管理沙盘的组织准备工作、企业经营管理沙盘操作简介、沙盘竞争规则介绍、每年年初工作、每季度工作、每年年末工作、企业模拟经营（第 0 年、第 1-2 年、第 3-4 年、第 5-6 年）、企业模拟经营常见的产品组合策略、企业模拟经营中常见的注意点、沙盘运行工作总结。</p> <p>要求授课教师熟练掌握该实训软件的功能使用，具有企业经营管理沙盘竞赛的经历。</p>
28	大学生创新创业实训	<p>本课程服务于创业人才培养，通过创新教育模式和实践，帮助学生增强创业意识、培养创业品质、掌握创业知识、提升创业能力的教育。通过带领和指导学生参加企业的模拟创建活动，使学生熟悉商业部门经营与运作的全过程，知识、能力、素质协调发展，规范化与创新能力培养并重。</p>	<p>本课程以创业过程逻辑为脉络，旨在培养学生的创新精神、创业能力和社会责任感。通过该课程的实训，使学生更好地理解企业运营的规律，掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，加深对商业社会的认识，激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观和创业观，促使学生理性规划自身未来，促进学生知识、能力、人格协调发展，并努力在学习过程中自觉的提高就业能力和职业生涯管理能力。既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展</p>
29	市场调研实训	<p>通过实训，加深对市场营销调研理论知识的理解，并且灵活的加以应用；结合企业市场调研的任务，熟悉市场营销调研工具和方法的使用，进一步提高学生市场调研的操作技能；通过专项实训和实战训练，提高学生的动手能力，提高分析问题和解决问题的能力；提高文档资料的写作能力。</p>	<p>要求学生掌握调研课题的界定、生成调研设计；问卷的设计、预先测试与修订、印刷；市场调研的实施和控制；学生分别进行实践市场调查；整理和分析问卷资料；形成市场营销调研报告。需要教师（本科以上学历）具有人力资源管理专业背景、从事市场调研工作 2 年以上，最好二元结构教师小组共同授课</p>

30	项目化营销策划实训	以职业岗位专业素养与能力培养为导向，从企业真实营销问题出发，设计六大实训项目（每个实训项目由2~4个培养专业素养与能力的基本工作任务构成），使学生在工作任务的引导下，学会用营销思维模式解决所面临的各种营销障碍问题。通过模拟实战或实战演练，加强学生对具有创造性魅力的营销管理艺术的感悟。	营销共赢理念运用能力训练、顾客购买行为辨析与市场商机捕捉能力训练、营销策划能力训练、公共关系活动策划能力训练、广告活动管理与鉴赏能力训练、营业推广策划能力训练。 授课最好采用二元结构教师小组方式进行，教师具备本科以上学历，从事营销策划工作2年以上工作经验。
31	营销综合技能沙盘实训	通过仿真模拟，可促进学生综合运用各种知识，帮助学生透视企业管理经营系统，了解企业业务的基本流程，理解企业运营管理各个方面的内在逻辑联系；营销各种渠道成员的控制管理，让学生真正做到学以致用、活学活用，	培养学生的市场经济意识、创业创新能力、分析市场、制定战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，提高学生思维能力、计算能力、动手能力，培育团队精神，强化沟通与协作训练，全面提升管理能力。
32	商务礼仪实训	了解商务人员个人形象礼仪，了解企业商务活动的主要类型，了解商务礼仪的基本原则和国际惯例，熟悉各类商务活动的工作流程，掌握商务活动各环节礼仪规范要求	商务人员个人形象礼仪，企业商务活动的主要类型，商务礼仪的基本原则和国际惯例，各类商务活动的工作流程，商务活动各环节礼仪规范要求
33	演讲口才与管理沟通实训	《演讲口才与管理沟通实训》是《管理学》的后续课程，旨在通过对“管理”和“沟通”进行深入的剖析，经过“管理能力提升”训练、“人物或事件访谈”训练、“演讲”训练、“论辩”训练等四个模块，帮助学生掌握管理知识、增强管理意识、培养管理品质，从而提高个人乃至整个团队的执行力。通过观视频、老师教、学生练、走出去请进来等手段，使学生熟悉管理的全过程，进而知识、能力、素质协调发展，规范化与创新能力培养并重	以管理过程逻辑为脉络，旨在培养学生的管理能力和沟通能力。通过该课程的实训，使学生更好地理解管理规律，掌握管理的基础知识和基本理论，熟悉管理与沟通的基本方法，激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的管理观，促进学生知识、能力、人格协调发展，并努力在学习过程中自觉的提高沟通能力和管理能力，关注学生的全面发展和终身发展
34	短视频与直播营销实训	通过本课程地学习，学生可以熟知短视频与直播地运营流程，具备短视频与直播策划，制作，营销，变现等职业技能，锻炼学生踏实肯干，做事严谨，敢于创新等基本素质；让学生学会持续自主学习实践地能力，让学生具备自学能力，岗位迁移能力与可持续发展能力。	教学内容：短视频内容策划训练、短视频制作训练、短视频营销实训、短视频商业变现实训、短视频运营实战训练、直播内容策划实训、直播实战技能训练、直播运营综合实战技能训练。 授课最好由企业短视频/直播运营经理或专职短视频/直播营销培训师完成
35	数字营销技术	根据数字营销策划方案，利用数字化社交网络、APP、小程序等移动端数字营销技术建立并维护与已知受众的连接关系，开展客户的拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作；使用搜索引擎、推荐引擎	主要教学内容：社群营销、粉丝营销、口碑营销、APP推广、APP广告、APP客户营销、小程序推广、广告、客户营销；关键词挖掘、网页信息优化、网页优化分析、网页竞价推广、品牌营销推

	实训	等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作；融合数字营销技术与思维，针对目标受众进行大数据追踪，融合标签体系标绘与人群画像分析，打通产业环节，进行未知受众的品牌传播与触达策划、已知受众的关系连接与互动营销策划、营销交易与回报策划，完成整体数字营销方案的策划工作。	广、.搜索竞价营销分析、.推荐引擎推广、推荐引擎推广数据分析、推荐引擎推广优化、目标受众进行大数据追踪、融合标签体系标绘与人群画像分析、未知受众的品牌传播与触达策划、已知受众的关系连接与互动营销策划、营销交易与回报策划。 需要校企二元导师授课，项目化、工作过程化教学方式。
36	情商培养与人际交往能力训练	通过这些训练活动，学生不但可以深入理解每种情商能力，而且可以挖掘和创造自身潜能，从而培养高效的情商能力。掌握处理和经营人际关系的要领，并与伦理道德融合，帮助学生营造健康、的人际关系。	教学内容：认知情商、培养情商的方法、情商的16种能力、提高情商能力的训练活动。讲师必须是职业道德高尚、心理健康，形象阳光的“担负培训项目研发、教学实施、分析归纳，安全保护等多重责任于一身”的素质教育工作者，要求本科学历以上，从事素质拓展训练培训累计工作2年以上，或具有素质拓展训练师证书

（三）专业（技能）课程体系构建

1. 专业课程体系设计思路

市场营销专业课程设置依据职业岗位工作需要；课程体系与结构设计充分体现就业导向、以“职业素质+操作技能”培养为中心的人才培养特点，并形成职业素质与能力培养系统化课程，技术应用性人才的特征明显。具体说来，体现在以下几个方面：

（1）课程结构设计合理，符合高职教育培养技术应用性人才的目标。

（2）课程体系体现以就业为导向，以“职业素质+操作技能”培养为中心的人才培养特点，并形成职业素质与能力培养系统化课程。

（3）实践课程体系突出，项目实训教学与理论教学相辅相成，符合技术应用性人才培养规律。

（4）有一套科学、规范、稳定的专业教学计划，能够根据产业和经济结构变化适时调整更新。

2. 专业课程体系构建

（1）课程体系构建的目标

能力本位，强化技能。坚持“宽基础、多方向、厚基础、强能力”的原则，实现“以一技之长为主，兼顾多种能力”的培养目标，实现从业者在相应职业岗位范围内能力的转移，达到上岗无过渡。

就业导向，多元整合。以市场需求为基础，以就业目标为导向的课程设置直接与就业目标挂钩。以适应社会不同层次的需求，应对岗位、职业的变化需求。

模块设计，动态管理。根据社会需求，确定职业方向及其所需的基本能力、核心职业能力及相关的应变转化能力，将其对应的支撑课程设计为不同的模块，并根据市场情况和行业需求实行

动态管理，如果要改变某一职业方向或职业岗位，可以对与该职业方向或岗位要求相匹配的课程模块及时调整，机动管理。

(2) 市场营销专业课程体系

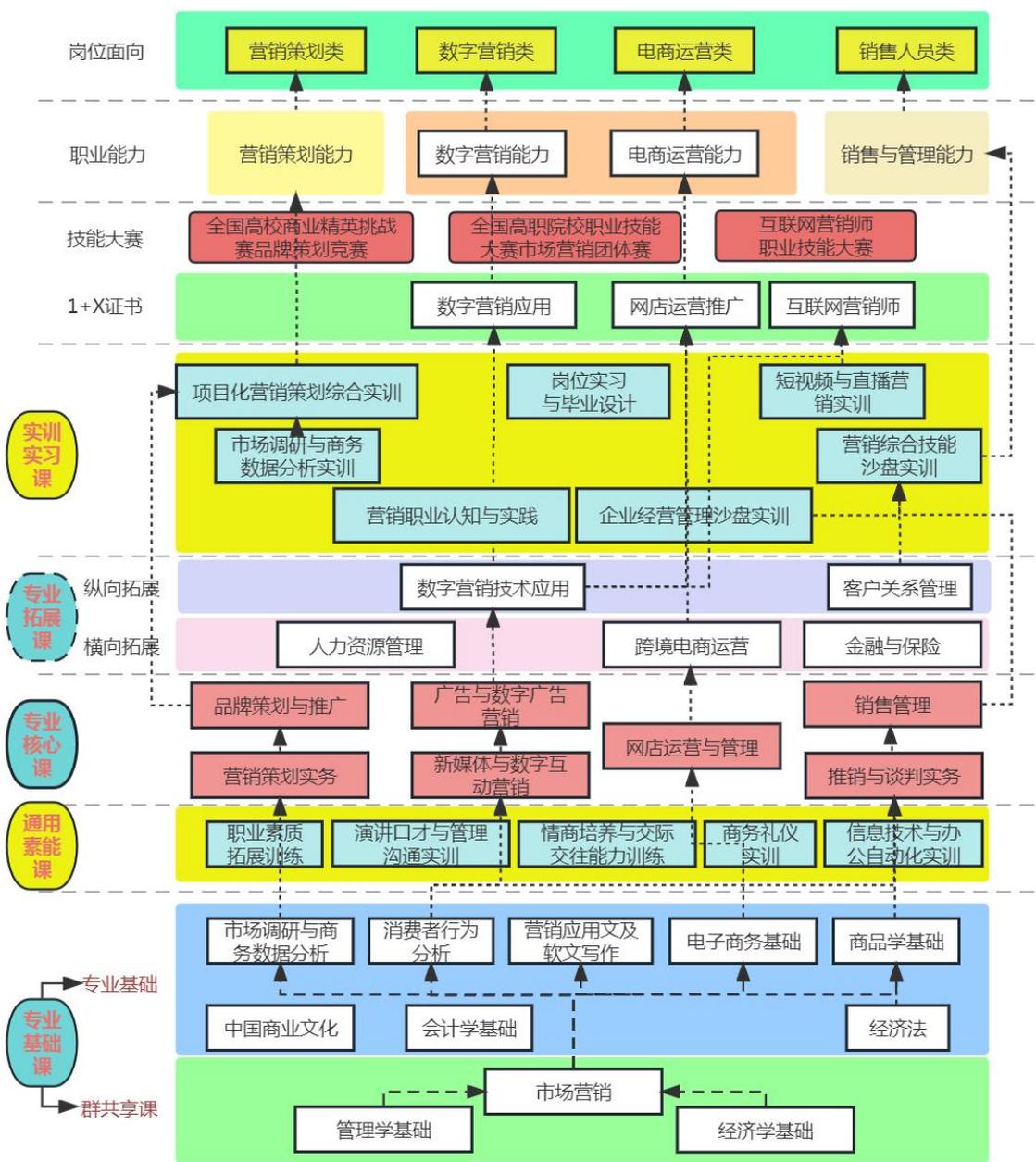


图 1 专业课程体系逻辑关系图

七、实施保障

(一) 师资队伍要求

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。市场专业现有学生 600 人左右，要求生师比不高于 20:1，专任教师

不低于 10 人，且满足每 5 年 6 个月的企业实践要求，专兼职教师数量不低于 25 人。市场营销专业现有专任教师 10 名，兼职教师 15 名，企业导师 8 名，其中博士 3 名，正教授 2 人，副教授 2 名，硕士学位教师 7 名。“双师”教师比例达到 60%，现已初步形成了一支结构合理、专业教学经验丰富、教科研能力较强的师资队伍。年龄结构、学历结构、职称结构合理，教师具有专业能力、企业实践能力和职业教育教学能力，专业教学团队始终紧跟市场需求，实施校企合作、工学结合，形成具有订单特色的“项目主导、多元共育、订单培养”人才培养模式。

(二) 教学设施

1. 教室要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室要求

表 5 校内实训条件

序号	实训室	主要设备及数量	主要实训内容	职业能力培养
1	营销综合实训室	多媒体 1 套、交换机云终端 72 个、计算机 1 台、服务器 2 台、交换机 4 台，百度推广沙箱软件一套工位 72 个	市场调查、SWOT 分析、撰写 STP 报告以及营销策划书等	结合市场调研制定并实施营销方案等训练，能全面了解各种营销技能和策略，并体会营销策略实施对公司经营产生的影响，从而在实训中综合所学的各种营销理论知识，从自发到自觉地加以运用，实现理论到实践的转化
2	企业经营管理沙盘模拟实训室	中教畅想企业经营管理沙盘 1 套；中教营销技能沙盘 1 套，工位 60 个	战略规划、市场营销、生产组织、采购管理、库存管理、财务管理实训、营销技能沙盘实训	通过观察思考、协同操作、决策规划、经营体验，学习营销和财务及企业经营管理知识和技能，培养学生的团队协作精神
3	VBSE 跨专业综合实训室	新道 VBSE 先天特质沙盘 1 套；VBSE 营销综合实训软件 1 套，计算机 60 台、交换机 2 台、投影仪 1 台，工位 60 个	VBSE 先天特质沙盘实训、VBSE 营销综合实训	学生通过 VBSE 先天特质沙盘实训，以提升自我认知，实现知己识人，训练人际敏感度与职场沟通能力。VBSE 营销综合实训系统通过对真实商业社会环境中典型单位、部门和岗位的系统模拟，贯通甲方企业采购和乙方供应商销售全流程。实训采用销售案例实战对抗形式，学生通过模拟企业真实 B2B 复杂销售流程和完成典型任务，掌握市场推广、挖掘商机、激发客户兴趣、销售沟通、招投标流程及技巧；培养独立拜访客户、完成 B2B 复杂销售的能力。
		多媒体 1 套，投桌椅、话筒、音响等设	职业素质拓展实训（室内）商务礼仪实训：个	使学生正确地认知自我，为其职业生涯规划奠定基础；挖掘潜能，增强自

4	职业素养训练中心实训室	备, 工位 90 个	人礼仪、办公室礼仪、日常见面礼仪、商业接待拜访礼仪、通讯礼仪、位次礼仪、商务宴请礼仪、商务旅行礼仪、商务送礼礼仪等训练	信心, 培养积极的心态; 提高自制力, 学会目标管理与高效执行; 提高情商, 学会处理人际关系; 建立良好的思维习惯和双赢的心智模式; 提高沟通表达能力及组织协调能力; 提高主动学习力和环境适应能力; 培养良好的团队合作精神; 培养创新意识和创新能力。 让学生掌握最新的、适用的现代商务礼仪的规范、原则和技巧, 结合课堂讲解中国与世界其他国家的基本礼仪规范, 指导学生在未来的商务活动中减少失误和误会, 赢得更多商机
5	电子商务数据分析实训室	网店运营推广教学软件系统 1 套, 计算机 80 台、交换机 1 个、智慧黑板 1 个, 工位 80 个	网店运营推广实训、数字营销技术应用实训、市场调研实训	使学生掌握网店运营推广的理论和实操技术, 便于考前 1+X 网店运营推广中高级证书。使学生掌握数字营销技术应用的理论和实操技术, 便于学生考取 1+X 数字营销技术初中高级证书。使学生进行市场调研各项专业技能训练和综合调研能力训练。

3. 校外实习基地要求

本着“资源共享、合作双赢”的原则, 与行业企业密切合作, 建立相对稳定的校外实习基地, 实习基地不少于 9 个。校外实习由企业教师进行指导, 学生以企业准员工的角色进行拓展实习和顶岗实习。建立和完善校外实习管理制度, 学院与企业共同管理, 学生在企业顶岗实习达到 100%。

表 6 校外实训基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度要求
1	坚朗销售工程师实训实习基地	广东坚朗五金制品股份有限公司	认知实习、岗位实习	深度合作
2	丹尼斯实习实训基地	郑州丹尼斯百货有限公司	认知实习、岗位实习	紧密合作
3	京东新零售顶岗实习基地	京东商城	认知实习、岗位实习	紧密合作
4	好想你营销实习实训基地	好想你健康食品股份有限公司	认知实习、岗位实习	深度合作
5	海一云商数字营销实训实习基地	河南海一云商实业集团有限公司	认知实习、岗位实习	紧密合作
6	思念食品营销实训实习基地	河南思念食品股份有限公司	认知实习、岗位实习	初步合作
7	双汇食品营销实训实习基地	双汇集团河南分公司	认知实习、岗位实习	紧密合作

8	中海房地产行业营销实训实习基地	中海企业集团郑州分公司	认知实习、岗位实习	紧密合作
9	易居房地产行业营销实训实习基地	河南易居房地产营销策划有限公司	认知实习、岗位实习	紧密合作
10	浙江人本新零售实训实习基地	浙江人本超市有限公司	认知实习、岗位实习	紧密合作

（三）教学资源

1. 教材选用要求

认真贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神、高校思想政治工作和全国教育大会会议的要求，落实立德树人根本任务，培养合格社会主义建设者和接班人的基本要求，必须严格执行国家有关规定，对于所选教材涉及国家主权、国家安全、海洋权益、社会安定、民族宗教、重大革命题材和重大历史题材等方面内容要严格审查把关。

严格按照《河南职业技术学院关于修订〈河南职业技术学院教材选用与管理办法〉的通知》院字（2017）39号执行。

2. 图书文献配备要求

营销、经济、管理、人文、科技类的中外文专业图书期刊、电子数据库、工具书等符合要求，能满足学生的学习和教师教学科研的需要。

3. 数字资源配备要求

表-7 数字资源配备要求

序号	数字化资源名称	素材	资源网址
1	爱课程	资源共享课	http://www.icourses.cn
2	全国职业院校信息化大赛官网	视频课程	http://www.nvic.com.cn
3	销售与市场	中国营销实践与理论	https://www.cmmo.cn/
4	新媒体营销	新媒体营销课程资源	http://222.22.99.222:8408
5	中国营销传播网	综合营销资讯	http://www.emkt.com.cn
6	TB 电子商务推广实训系统	电商运营实训操作	http://222.22.99.222:9288/YX030202
7	BD 搜索引擎推广实训系统	搜索引擎推广实操	http://222.22.99.222:9288/YX030301
8	网店运营实训系统	网店运营推广实操	http://222.22.99.222:9288/DS0104
9	1+X 网店运营推广初中高级	网店运营推广理论	http://222.22.99.222:9318/QT0401

（四）教学方法

为保证市场营销专业人才培养目标的实现，提高毕业生的就业率和就业质量，市场营销教研室不断深化教育教学改革，瞄准社会需求，调整专业设置，优化课程内容，聘请校企合作单位有教学能力的能工巧匠任兼职教师；针对网店运营推广实训、数字营销技术应用实训、推销与谈判实

务等课程，实施“讲—演—练—评”四位一体的实践教学模式，实现培养高素质复合型技术技能人才的目标。

（五）学习评价

对学生学习效果的评价采用过程性评价、学生自评、小组互评、教师和企业导师评价等相结合的方式进行，同时注重评价主体的多元化。

1、专业基础课程评价体系为：学生出勤占 10%+案例分析及平时成绩（作业、课堂讨论）20%+期末考试占 70%

2、采用二元结构教师小组的专业核心课和实训课程，企业导师评价占 45%，校方教师评价占 35%，学生评价占 20%。评价项目维度分别为：独立探究能力、合作交流能力、实践操作能力、市场评价、情感与态度、增值评价等。

3、对学生岗位实习的评价

校方指导教师评价占 40%，主要根据学生的实训日记、周志、月报告等（要求内容详尽、充实，每天记一次）、实训报告（总结）以及学生在实训过程中的纪律表现情况等综合评定成绩，企业导师评价占 60%，评价根据学生的出勤、实习工作态度、实习工作产出贡献等进行综合评定。

（六）质量管理

1. 过程监控体系

要求通过课程平台的学习，积累大量课堂的过程性数据并分析数据，引入教学督导制度、企业考评制度，实现教学考核评价体系的开放与融合。通过多维度进行质量管理，保证学生达到培养目标，实现“零距离”就业。

2. 诊断与改进机制

对教学质量进行诊断与改进，要求：（1）教师使用课堂教学平台，积累数据；（2）使用教学管理平台定期进行及时性分析、阶段性分析、结果性分析；（3）使用专业管理系统平台将培养方案、课程体系、教学标准等数据同步到教学的组织、实施、质量分析过程中。

3. 毕业生跟踪调研

通过市场营销专业毕业生跟踪调查，掌握毕业生的就业状况，了解了该专业就业市场的基本行情，根据其所反馈的信息，作为专业设置、专业结构调整和制定下一年度招生计划的重要参考依据。要求：（1）制定专业毕业生和用人单位的调查内容；（2）专人负责协调各部门有目的、有计划地开展毕业生跟踪调查工作；（3）定期到毕业生工作单位调研，主动获取信息；（4）建立与用人单位良好的合作伙伴关系，合理利用企业的人才和设备资源。使教学内容与社会生产现状同步。

4. 第三方评价

引入企业对学生的评价、家长对学生的评价，第三方教育数据咨询和评估机构（麦克斯公司）评价，社会及家长对学生的满意度。

八、毕业及证书要求

(一) 毕业要求与课程对应关系

表-8 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	专业能力	1. 能够组织实施市场调研活动，并具有商务数据分析和市场调研报告撰写的能力； 2. 能够运用大数据对市场发展趋势进行预测，对竞争者和客户需求进行分析，并能绘制客户画像，为开展数字化的营销奠定基础； 3. 灵活地运用各种新媒体开展数字互动营销的能力； 4. 能够进行广告创意与策划，具备一定的数字广告营销能力； 5. 具备营销策划方面的应用能力和创新能力，能够组织实施线上线下的营销策划活动； 6. 能够灵活运用推销与谈判的原理，与客户达成交易，完成企业规定的销售任务； 7. 能够策划、组织实施品牌的线上线下推广和促销活动； 8. 能够对客户关系管理和销售进行日常管理； 9. 具备短视频与直播策划、制作、营销变现等职业技能。 10. 具备整体的网店运营能力和操作技能，学会通过数据分析提升网店运营效率和管理效果。	市场调研、营销策划、消费行为分析、推销与谈判实务、销售管理、电子商务、品牌策划与推广、广告与数字广告营销、营销策划与数字营销策划、新媒体数字互动营销、营销技能沙盘综合实训、网店运营与管理、数字营销技术应用实训等
2	方法能力	1. 能够熟练进行口语和书面表达与交流 2. 具备一定的商业信息技术与办公工具软件的应用能力； 3. 具备数据意识和商务数据分析应用能力；	高等数学、大学语文、公共英语、信息技术与办公自动化实训、演讲口才与管理沟通实训、市场调研实训等
3	社会能力	1. 具有团队合作精神与沟通协调能力； 2. 具有较高的情商和构建和谐人际关系的能力； 3. 具有良好的行为习惯和自我管理能力； 4. 具有运用《经济法》等解决营销管理相关问题能力。 5. 熟悉商务礼仪规范，具备良好的礼仪形象和商务礼仪交往的应用能力。	职业素养拓展训练、演讲口才与管理沟通实训、商务礼仪实训、经济法
4	可持续发展能力	具有文献资料的检索与获取能力； 具有探究学习和终身学习的能力。	电子商务基础、市场营销调研、职业发展与就业指导
5	创新创业能力	具有使用专业知识和技能能力； 具有主动满足经济社会发展需求能力； 具有较强的创新、创业的意识、精神和品质。	大学生创业实训、新媒体营销与数字互动营销、职业发展与就业指导

（二）毕业学分及证书要求

表-9 毕业学分及证书要求

应修学分		应取得的证书	
公共基础课	44	证书名称	发证机构
专业基础课	22.5	1. 毕业证 2. 网店运营推广职业技能等级证书 3. 数字营销技术职业技能等级证书 4. 互联网营销师 （2-4 证书任选其一）	1. 河南职业技术学院 2. 北京鸿科经纬科技有限公司 3. 北京中教畅享科技有限公司 4. 人力资源和社会保障部 中国互联网协会
专业核心课	22.5		
专业拓展课	7.5		
实践技能课	40		
公共选修课	19		
活动类课程	2		
合计	157.5		

附表：

1. 各教学环节教学周总体安排表
2. 各教学环节教学周具体安排表
3. 课堂教学环节教学进程安排表
4. 课堂教学环节信息明细表
5. 集中实践环节教学经常安排表
6. 公共选修课要求及安排表
7. 学时与学分分配表

附表 1:

各教学环节教学周总体安排表

学期	课堂教学环节	集中实践环节			复习考试 (其他)	集中教学研讨	合计
		军事训练	集中实践	岗位实习			
一	14	2	1		2	1	20
二	14		4		1	1	20
三	14		4		1	1	20
四	14		4		1	1	20
五	11			8		1	20
六				17	2	1	20
合计	67	2	13	25	7	6	120

附表 2:

各教学环节教学周具体安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	教学准备	军事技能训练 2 周	课堂教学 14 周															集中实践 1 周	复习考试	教学研讨
二	课堂教学 14 周														集中实践 4 周				复习考试	教学研讨
三	课堂教学 14 周														集中实践 4 周				复习考试	教学研讨
四	课堂教学 14 周														集中实践 4 周				复习考试	教学研讨
五	课堂教学 11 周										岗位实习 (含毕业设计及论文) 8 周									教学研讨
六	岗位实习 (含毕业设计及论文) 17 周																	办理离校 2 周	教学研讨	

附表 3:

课堂教学环节教学进程安排表

类别	序号	课程编码	课程名称	学分	课程学时分配				统考方式		上课学期	落实标准及课证融通情况	
					总计	课堂教学	实践教学	线上教学	校考	院考			
公共基础课	1	Z110010061-2	思想道德与法治	3	54	48	6		1		1、2	①	
	2	Z110010020	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	32	4		3		3	2	
	3	Z110010070	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	46	8		4		4	3	
	4	Z110010031-4	形势与政策	1	32	32					1-4	①	
	5	Z110010051-2	大学生心理健康教育	2	32	32					1、2	①	
	6	Z100010091-2	公共英语	7	128	108		20	1、2		1、2	①	
	7	Z100010101-4	体育	6	108		84	24			1-3、5	①	
	8	Z100010030	大学语文	3	56	40		16			2	①	
	9	Z100010040	高等数学	2.5	44	44					2	①	
	10	Z100010060	劳动教育	1	16	16					2	①	
	11	Z140010020	中华优秀传统文化	2	38	6		32			2	①	
	12	Z050010010	信息技术	3.5	60	26	18	16	1		1	①	
	13	Z120010011-2	大学生职业发展与就业指导	2	38	20		18			1、4	①	
	14	Z150010011-2	创新创业教育(含创新创业基础和创新创业)	2	32	8		24			2	①	
	15	Z130010010	军事理论	2	36	8		28			1	①	
专业基础课	群共享课	16	Z180323010	管理学基础	3	56	30	26			1	1	①
		17	Z180320020	经济学基础	3	56	32	24				1	①
		18	Z180323040	市场营销	3	56	30	26			1	1	①
		19	Z180320110	电子商务基础	1.5	28	20	8				2	①
	本专业基础课	20	Z183320010	商品学基础	1.5	28	20	8				3	①
		21	Z180320030	会计学基础	1.5	28	16	12				4	①
		22	Z183320030	中国商业文化	1.5	28	20	8				5	①
		23	Z183320040	市场调研与商务数据分析	3	56	36	20			2	2	①
		24	Z183320060	消费者行为分析	1.5	28	20	8			2	2	①
		25	Z183320070	经济法	1.5	28	20	8				4	
专业核心课	26	Z183350010	企业经营管理沙盘	1.5	28	8	20				1		
	27	Z183320050	营销应用文与软文写作	1.5	28	16	12				3		
	28	Z183330010	新媒体数字互动营销	3	56	30	26				3	②	
	29	Z183330020	广告与数字广告营销	3	56	30	26			3	3	①②	
	30	Z183330030	营销策划实务	3	56	30	26			3	3	①②	
	31	Z183330040	推销与谈判实务	3	56	30	26			3	3	①	
	32	Z183330050	品牌策划与推广	3	56	28	28			4	4	①	
	33	Z183330060	销售管理	3	56	28	28			4	4	②	
专业拓展课	纵向提升	34	Z183330070	网店运营与管理	3	56	32	24			4	4	①②
		35	Z183340010	短视频与直播营销	3	52	28	24				5	①②
		36	Z183340020	数字营销技术应用	3	52	28	24				5	①②
	横向复合	37	Z183340030	客户关系管理	1.5	28	16	12				5	①
		38	Z183340040	人力资源管理	3	52	28	24				5	②
		39	Z183340050	跨境电商理论与实务	3	52	28	24				5	②
40	Z183340060	金融与保险	1.5	28	16	12				5			
合计				94.5	1736	1014	544	178	6	10			

注：“落实标准及课证融通情况”部分，落实职业教育国家教学标准等要求的填“①”、融入职业技能等级证书或职业资格证书要求填“②”。

附表 4：课堂教学环节信息明细表

序号	课程类型	课程	考试课	考查课	学期学时安排						
		门数	门数	门数	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	小计
1	公共基础课	27	6	21	382	354	52	80	8		876
2	专业基础课	10	4	6	196	112	28	56	28		420
3	专业核心课	8	6	2	0	0	252	168	0		420
4	专业拓展课	3		3	0	0	0	0	132		132
学期学时小计					578	466	332	304	168		1848
学期课内学时小计					378	370	332	296	168		1514
学期课堂教学周数					14	14	14	14	11		67
课堂教学周学时					27.00	26.43	23.71	21.14	15.27		
考试课程门数					5	3	4	4			16

注：课内学时包括课堂教学和相应实践教学，不含线上自学学时。

附表 5：

集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程编码	课程名称	学 分	学 时	周学时/周数					
						第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期
校 内	1	Z130050010	军事技能	2	112	56/2					
	2	Z183350100	营销职业认知与实践	1	28	28/1					
	3	Z183350020	营销职业素质拓展训练	2	56		28/2				
	4	Z183350030	信息技术与办公自动化实训	1	30		30/1				
	5	Z183350040	情商培养与人际交往能力训练	1	30		30/1				
	6	Z183350050	大学生创新创业实训	1	28			28/1			
	7	Z183350060	市场调研与商务数据分析实训	1	28			28/1			
	8	Z183350070	演讲口才与管理沟通实训	1	28			28/1			
	9	Z183350080	营销综合技能沙盘实训	1	30			30/1			
	10	Z180350250	商务礼仪实训	1	28				28/1		
	11	Z183350090	项目化营销策划实训	1	28				28/1		
	12	Z183350100	短视频与直播营销实训	1	28				28/1		
	13	Z183350110	网店运营推广技术实训	1	28				28/1		
校 外	1	Z180050030	岗位实习	25	600					24/8	24/17
2	Z180050040	毕业设计及论文（顶岗实习期间开展）	2	30							30
实践技能课总计				42	1112	140	116	114	112	192	438
集中实践周数						3	4	4	4	8	17

注：集中实践环节课程均安排为考查课。

附表 6:

公共选修课选修要求及安排表

序号	课程类型		选修学时	选修学分	备注
1	人文素养类	公共艺术课程（含美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类、艺术体验和实践类等 3 类）	32	2	3 类课程中任选 2 门（其中美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类课程至少 1 门）
2		马克思主义理论类课程	16	1	任选 1 门
3		党史国史类课程	16	1	任选 1 门
4		健康教育方面课程	16	1	任选 1 门
5		国家安全教育方面课程	16	1	任选 1 门
6		职业素养方面课程	16	1	任选 1 门
7	科学素养类	节能减排方面课程	32	2	任选 1 门
8		绿色环保方面课程	32	2	任选 1 门
9		金融知识方面课程	32	2	任选 1 门
10		社会责任方面课程	32	2	任选 1 门
11		管理方面课程	32	2	任选 1 门
12		营销方面课程	32	2	任选 1 门
合计			304	19	

注：公共选修课原则上要求在第四学期结束前完成，课程编码由学生实际选修课程决定。

附表 7:

学时与学分总体分配表

课程类别	课程	考试课	考查课	学时	学时百分比 (%)	学分	学分百分比 (%)	
	门数	门数	门数					
公共基础课	27	6	21	876	27.51%	44	27.94%	
专业基础课	11	4	7	420	13.19%	22.5	14.29%	
专业核心课	8	6	2	420	13.19%	22.5	14.29%	
实践技能课	14		14	1000	31.41%	40	25.40%	
选修课	专业拓展课	3		3	132	4.15%	7.5	4.76%
	公共选修课	13		13	304	9.55%	19	12.06%
活动实践类课程	1		1	32	1.01%	2	1.27%	
合 计	77	16	61	3184	100.00%	157.5	100.00%	
理论教学总学时		1496		实践教学总学时		1688		
理论教学总学时与实践教学总学时比例				0.47：0.53				

注：公共基础课在统计时需将“集中实践环节”的军事技能相应学时学分计算在内，实践技能课不再统计军事技能学时学分。