



2024 级市场营销专业 人才培养方案

制订人(签名)：孔剑

审核人(签名)：陈智毅

新商科教学部

2024 年 5 月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置及要求	4
(一) 第一阶段(1-3 学期) 课程设置及要求	4
(二) 第二阶段(第 4-5 学期) 课程设置及要求	12
(三) 第三阶段(6 学期) 课程设置及要求	22
(四) 职业技能等级(资格)证书与相关专业课程的关系	22
(五) 职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系	23
七、教学进程总体安排	24
(一) 全学程教学周分配	24
(二) 教学进程表	24
(三) 学时比例	24
八、实施保障	24
(一) 校企共育人才培养机制	25
(二) 师资队伍	25
(三) 教学设施	25
(四) 教学资源	25
(五) 教学方法	25
(六) 学习评价	25
(七) 质量管理	25
九、毕业要求	26
十、附录	28

2024 级市场营销专业 人才培养方案

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，贯彻党的二十大精神，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，根据《国家职业教育改革实施方案》、《全面推进“大思政课”建设的工作方案》、《高等学校课程思政建设指导纲要》、《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》、《深化新时代教育评价改革总体方案》、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》、《中国教育现代化2035》、《职业教育法》等文件精神，落实《广东碧桂园职业学院“创新强校工程”（2023-2025年）建设规划》，进一步深化教学改革实践，打造特色优势，紧跟产业发展趋势和行业人才需求，结合我校人才培养总体目标定位、“三段递进、校企共育”人才培养模式改革和实施“三段式”教学培养的需要，制定本专业人才培养方案。

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业方向：无

专业代码：530605

二、入学要求

高中阶段毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限3年，最长不超过6年（含休学）。

四、职业面向

专业大类 (代码)	专业类 (代码)	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别 或技术领域	职业技能等级证书、行 业企业标准和证书举例
财经商贸 大类(53)	工商管理 类(5306)	零售业(52)互 联网和相关服务 (64) 商务服务 业务(72)	商务专业人员 (2-06-07) 销售人员 (4-01-02) 市场管理服务 人员 (4-07-06)	市场营销专业人员 策划专员 互联网营销员	互联网营销师(直 播 销售员) 1+X 数字营销应用职业 技能等级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，能践行社会主义核心价值观，身心健康，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化知识，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，掌握本专业知识和技术技能，具有较强的就业能力和可持续发展的能力，能胜任数字营销、新媒体营销、直播营销、新能源汽车营销等新兴岗位的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 素质要求

(1) 坚定拥护中国共产党领导和社会主义制度，深入学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的家国情怀和中华民族自豪感，坚定“四个自信”。

(2) 具有深切的“爱心”、“责任心”，遵纪守法、诚实守信，尊重他人、心怀感恩，不非议、不抱怨，勇于担当；具有良好的职业道德、强烈的社会责任感和参与意识，“对人好，对社会好”。

(3) 具有坚定的“信心”和“进取心”，有明确的理想信念和职业生涯规划，热爱劳动、节俭自律，心态平和，乐观向上，注意

养成良好的健身与卫生习惯，锤炼健全的人格，“会做人、会做事”。

(4) 具有强烈的团队合作意识和“敬业心”，学会学习、聆听、观察、阅读、思考，爱岗敬业，勤奋努力，有较好的服务意识、质量意识、环保意识、安全意识、保密意识和工匠精神、创新思维。

(5) 具有一定的中华优秀传统文化素养和一定的审美及人文素养。

2. 知识要求

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识与方法。

(4) 掌握消费者行为分析的基本知识与方法。

(5) 掌握营销活动策划与组织的基本知识与方法。

(6) 掌握推销与谈判的基本知识与方法。

(7) 掌握市场调查与分析的基本知识与方法。

(8) 掌握营销管理的基本知识与方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术，掌握数字营销、新媒体营销、新能源汽车营销基本理论与方法。

3. 能力要求

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 能够与营销客户进行有效沟通。

(3) 能够对客群和竞争者进行分析。

(4) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(5) 能够组织实施品牌和产品的线上线下宣传推广和促销活动。

(6) 能够组织实施推销和商务谈判。

(7) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(8) 能够为小微创业企业进行营销活动策划和实施。

(9) 能够进行数字营销策划、新媒体销售和新能源汽车营销。

(10) 具备信息技术应用能力、创新创业能力、实践动手能力、沟通表达能力、团队合作能力、分析解决问题能力和终身学习的能力。

六、课程设置及要求

按照遵循规律、体现培养特色的原则，结合本专业实施“产教融合，校企共育”和采用“三段式”教学组织方式，培养理想信念坚定，身心健康，具有良好的人文素养、职业道德和创新意识的基层一线技术骨干（或管理干部）的要求，构建“三段式”课程体系：

第一阶段（第1-3学期）的公共基础课和专业技术平台课，围绕培养学生坚定的理想信念，良好的人文、职业素养和专业基础能力目标，设置公共基础课程和专业技术平台课课程模块。专业技术平台课程模块体现精准对接岗位需求特色，依据岗位需求整合传统课程，精选课程内容。

第二阶段（第4-5学期）的岗位知识深化学习和技能强化训练课程，围绕提升学生完成分流岗位典型工作任务的专业实践能力，构建以典型工作任务为载体的岗位专业知识应用深化学习和技能强化训练项目，体现聚焦学生分流岗位专业实践能力，突出专业知识应用与实践，并能过深入企业，采用工学交替的教学模式，开展企业课堂学习，从实践中及时收集并集中解决学生岗位职务工作中共性问题，培养学生职业能力与职业精神的特色。

第三阶段（第6学期）的专业岗位职务能力企业实践教学培养课程，围绕提升学生专业岗位职务能力，通过岗位实习，实现本专业培养基层一线管理干部或技术骨干的目标，并将对学生的创新思维和创新能力的培养，落实到指导学生毕业设计之中。

本专业的核心课程包括“市场营销原理与实务”“数字营销”“消费者行为分析”“数字营销策划”“销售与管理”“商务数据分析与应用”“品牌策划与推广”等课程。

（一）第一阶段（1-3学期）课程设置及要求

1. 公共基础课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德修养与法治	<p>素质目标: 树立正确的三观, 明确理想信念, 培养良好的职业道德和遵纪守法、拼搏进取意识, 做“五心”新人;</p> <p>知识目标: 掌握思想、道德与法律的内涵、作用和意义, 熟悉中国传统文化和碧桂园企业文化, 懂得青年使命与担当;</p> <p>能力目标: 学会学习、聆听、观察、阅读、思考, 分析了解自身存在的问题和不足, 依托学院特色教学全面提升自己。</p>	<p>1. 马克思主义理想信念及社会主义核心价值观;</p> <p>2. 优秀传统文化、民族精神、社会道德与职业道德。</p> <p>3. 法治的内涵、作用与意义。</p>	<p>1. 课程性质: 高校政治理论课必修核心课程;</p> <p>2. 学分学时: 3学分, 54学时;</p> <p>3. 教学方法: 基于产教融合的1235思政课创新教学;</p> <p>4. 考核方式: 平时成绩+期末论文。</p>
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>素质目标: 坚定“四个自信”, 锤炼“五心”新人, 了解国情民情, 树立强烈的社会责任感和爱岗敬业精神。</p> <p>知识目标: 掌握马克思主义中国化的历程和理论成果, 了解党的路线、方针和政策 and 企事业单位发展背景、现状与前景;</p> <p>能力目标: 学会学习、聆听、观察、阅读、观察、思考, 培养创新思维和努力习惯, 敢于直面问题和分析解决问题。</p>	<p>1. 马克思主义中国化发展历程;</p> <p>2. 马克思主义中国化列成果;</p> <p>3. 中国企事业单位发展的背景、历程与展望。</p>	<p>1. 课程性质: 高校政治理论课必修核心课程;</p> <p>2. 学分学时: 2学分, 36学时;</p> <p>3. 教学方法: 基于产教融合的1235思政课创新教学;</p> <p>4. 考核方式: 平时成绩+期末考试。</p>
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>素质目标: 增强“四个意识”坚定“四个自信”, 切实做到“两个维护”, 成长为符合“六点希望”的新一代大学生。</p> <p>知识目标: 掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的产生背景、根源、主要内容及其重要历史地位和影响;</p> <p>能力目标: 用马克思主义特别是新时代的马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己, 做新时代立志有为能担当的新青年。</p>	<p>1. 习近平新时代中国特色社会主义思想的产生背景、根源。</p> <p>2. 习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容;</p> <p>3. 习近平新时代中国特色社会主义思想的重要历史地位和影响;</p>	<p>1. 课程性质: 高校政治理论课必修核心课程;</p> <p>2. 学分学时: 3学分, 54学时;</p> <p>3. 教学方法: 基于产教融合的1235思政课创新教学;</p> <p>4. 考核方式: 平时成绩+期末考试。</p>
4	形式与政策	<p>素质目标: 关注时事热点问题, 培养“与时俱进”意识, 树立强烈的社会责任感</p>	<p>1. 时事热点解读;</p> <p>2. 着重介绍经济、政治、外交、两岸关系</p>	<p>1. 课程性质: 高校思想政治理论课必修课程;</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		<p>与使命感；</p> <p>知识目标：了解每年国家社会、经济、政治、文化、外交等大事；了解行业、职业的发展动态。</p> <p>能力目标：跟踪时政，明辨是非，拓展视野，能把握机会和条件发展自己，发挥正能量，贡献企业和社会。</p>	<p>及国际形势；</p> <p>3.当代青年当前形势下的责任与使命。</p>	<p>2.学时学分：48学时，1学分。分6学期完成；</p> <p>3.教学方法：基于产教融合的1235思政课创新教学；</p> <p>4.考核方式：考查。</p>
5	军体融合课	<p>素质目标：锤炼学生顽强的意志品质、纪律意识和拼搏进取、团结协作意识，养成良好的体育运动与卫生习惯。</p> <p>知识目标：学习基本的军事体育知识、常见的身体健康知识以及一定的安全、防护与卫生知识。</p> <p>能力目标：熟练掌握1-3项体育技能并运用于实际比赛，科学地进行体育锻炼，学会基本的防护与救援技能。</p>	<p>1.体育理论概述；</p> <p>2.专项军体体育技战术；</p> <p>3.健身、卫生基本理论与方法；</p> <p>4.安全、防护基本知识与方法。</p>	<p>1.课程性质：公共必修课；</p> <p>2.学时学分：6学分，108学时，4学期完成；</p> <p>3.教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等；</p> <p>4.考核方式：考查。</p>
6	军事技能课（军训）	<p>素质目标：培养学生纪律意识、作风意识、团结精神和集体荣誉感，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。</p> <p>知识目标：让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，以及国家安全形势。</p> <p>能力目标：熟练掌握5-7项基本军事技能，学生基本身体素质得到锻炼提高，防护与救护技能得到学习巩固，国防观念得到增强。</p>	<p>1.队列</p> <p>2.擒敌拳</p> <p>3.战术基础动作</p> <p>4.卫生与救护</p> <p>5.旗语</p> <p>6.匕首操、防暴棍</p> <p>7.国防教育</p>	<p>1.课程性质：公共必修课；</p> <p>2.学分学时：2学分，14天，112学时。</p> <p>3.教学方法：理论提示、讲解示范、组织练习，小结讲评，民主讨论等；</p> <p>4.考核方式：考评、考核。</p>
7	军事理论	<p>素质目标：培养学生严明的爱国意识、纪律意识和强烈的拼搏进取、团队协作意识，具备一定的军事理论素养。</p> <p>知识目标：学习掌握一定的军事理论和常见军事知识，了解信息化战争，懂得学校准军事化管理的作用和意义。</p>	<p>1.常见军事思想与理论概述；</p> <p>2.基本军事知识与军事技术；</p>	<p>1.课程性质：公共必修课程；</p> <p>2.学分学时：2学分，36学时；</p> <p>3.教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等；</p> <p>4.考核方式：考查。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		能力目标: 掌握基本队列技术要领,学习单人、班排战术。		
8	大学生心理健康	素质目标: 树立心理健康发展的自主意识,正确认识自己、接纳自己,培养良好心态,探索积极健康人生; 知识目标: 了解心理学的有关理论,明确心理健康的标准及意义,掌握自我调适的基本知识; 能力目标: 掌握自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能,锤炼健全人格。	1. 大学生心理健康概述; 2. 大学生心理自我探索; 3. 大学生自我心理能力提升。 4. 大学生健康人格养成。	1. 课程性质: 公共必修课; 2. 学分数: 2 学分, 36 学时; 3. 教学方法: 案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等; 4. 考核方式: 过程评价+终结评价。
9	大学生职业发展与就业指导	素质目标: 积极进取、德能导向的就业观念,团结协作,爱岗敬业的职业意识,“会做人、会做事”的职业品质; 知识目标: 熟悉行业企业对人才的需求,了解职业生涯规划的知识与方法,大学生就业政策以及面试的基本要求;以碧桂园为代表的企业文化与人才需求。 能力目标: 能根据社会需求,依托学院三段式特色教学模式,结合学院人才培养要求和学生自身条件进行职业生涯规划,掌握求职面试技巧。	1. 企业与行业的关系与特点; 2 职业内涵与分类,职业现状与发展趋势; 3. 职业探索与职业准备。 4. 企业需求与企业文化。	1. 课程性质: 公共必修课; 2. 学分数: 2 学分, 36 学时, 分 6 学期完成; 3. 教学方法: 案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等; 4. 考核方式: 考查。
10	大学生创新创业	素质目标: 拓展学生创新创业视野,培养创新创业意识,训练创新创业学思维,提高学生的社会责任感; 知识目标: 了解创新思维;明确创业的基本原理和方法;掌握基本商业模式,认识互联网经济发展趋势等; 能力目标: 具备主动创新意识,能够进行创业机会的识别和分析,能够进行相关专业领域的创新创业尝试。	1. 创新思维与创新激发; 2. 创业知识、创业素养的提升与创业机会的识别; 3. “互联网+”商业模式的设计与资源整合 4. 创业基础与创业案例。	1. 课程性质: 公共必修课; 2. 学分数: 2 学分, 36 学时; 3. 教学方法: 案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等; 4. 考核方式: 考查。
11	国家安全教育	素质目标: 培养学生的国家安全意识,提高安全责任感,激发学生的爱国情怀; 知识目标: 了解国家安全的法律法规常识,逐步掌握必	1. 国家安全的内涵及意义; 2. 国家安全形势及国家战略; 3. 国家安全管理 and 国	1. 课程性质: 公共必修课; 2. 学分数: 1 学分, 18 学时; 3. 教学方法: 讲授

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		要的安全行为的知识和技能； 能力目标： 养成安全应变能力，预防安全事故发生、减少安全事故损害。	家安全法治等； 4. 习近平总体国家安全观。	法，示范法，练习法、讨论法等； 4. 考核方式：考查。
12	劳动教育	素质目标： 能够自觉自愿、认真负责、安全规范、坚持不懈地参与劳动，形成诚实守信、吃苦耐劳的品质。珍惜劳动成果，养成良好的消费习惯，杜绝浪费。 知识目标： 正确理解劳动是人类发展和社会进步的根本力量，认识劳动创造人、劳动创造价值、创造财富、创造美好生活的道理。懂劳动之义、明劳动之理。 能力目标： 掌握基本的劳动技能，正确使用常见劳动工具，增强体力、智力和创造力，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。	1. 树立正确的劳动观和择业观。 2. 秉承劳动精神、劳模精神、工匠精神。 3. 劳动素养评价。 4. 立足专业学习提升劳动能力。 5. 立足创新与创造提升劳动能力。 6. 劳动与可持续发展。 7. 人工智能与未来劳动	1. 课程性质：公共必修课； 2. 学分学时：1 学分，18 学时； 3. 教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等； 4. 考核方式：考查。
13	体育体质健康测试	素质目标： 具备坚韧乐观、理性平和的心态，能够自我调节、管控情绪；具备正确的职业体能观念，加强与职业相关的身体素质及在不同劳动环境中的身体耐受力 and 适应能力；养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式。 知识目标： 掌握营养、作息、心理健康，以及防病的基本原理和知识，掌握有效提高身体素质、全面发展体能的知识与方法。 能力目标： 能测试和评价体质健康状况；能合理选择人体需要的健康营养食品；能根据自身锻炼需要和实际情况制订合理的健身方案，实施科学安全的体育锻炼。	1. 健康知识教育：解答学生在理解体育文化、维护身心健康、进行体育锻炼等方面的困惑，促进学生主动参与体育运动 2. 基础体能：主要包括体能的基本原理与方法、测试与评价体能水平的方法、锻炼计划制订的步骤与方法等内容。 3. 职业体能和社会适应：提高与职业相关的身体素质及在不同劳动环境中的身体耐受力 and 适应能力。	1. 课程性质：公共必修课； 2. 学分学时：0.5 学分，9 学时 3. 教学方法：讲授法，演示法等 4. 考核方式：考查 5. 体能测试成绩须达到《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》要求，成绩未达标者按结业或肄业处理。
14	美育概论	素质目标： 培养学生感受美、鉴赏美、创造美的能力，形成正确的审美观念，提升其艺术敏感性和审美修养。通过对音乐和艺术作品	1. 聆听音乐 2. 中国民歌 3. 中国民间器乐 4. 中国戏曲音乐 5. 中国舞蹈音乐	1. 课程性质：公共必修课； 2. 学分学时：1 学分，18 学时； 3. 教学方法：讲授

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		<p>的深入学习，增强学生的文化理解力和人文关怀，提升其对多元文化的尊重和包容，培养文化认同感与社会责任。通过音乐与美术的学习，激发学生的情感体验能力，增强其感知、表达和调节情感的能力。培养学生积极的情感态度与良好的心理素质，提升其情感表达的丰富性与艺术性。</p> <p>知识目标：掌握音乐的基本要素，了解不同音乐流派和风格的特点，熟悉基本的音乐理论和乐理知识。理解美术发展的基本风格与构成原理，包括线条、色彩、构图等。掌握美术欣赏、色彩表达、透视规律等美术创作的基本技巧，了解中外主要艺术流派和代表作品。理解美育在文化传承与社会发展中的作用，掌握音乐、美术作品的历史背景与文化内涵，能够结合艺术作品理解不同文化的美学特征和价值观念。</p> <p>能力目标：本课程注重培养学生的综合能力，通过实践操作与理论学习的结合，提升其艺术表现力与实际操作能力。能够鉴赏和评价不同风格和流派的音乐、美术作品，理解作品的艺术价值和内涵，培养学生独立思考 and 批判性思维能力。通过集体艺术创作、合奏或合唱等形式的实践活动，培养学生的合作意识与团队精神，提升其在艺术项目中的沟通与协作能力。</p>	<p>6. 美术概论与欣赏</p> <p>7. 构图与透视</p> <p>8. 色彩原理</p> <p>9. 美育理论与实践</p>	<p>法，示范法等；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
15	人工智能导论	<p>素质目标：提高学生自觉关注人工智能发展的意识，培养对人工智能技术各类典型应用的兴趣。了解人工智能技术的发展趋势以及对未来社会的影响。通过了解人工智能技术，提高学生的探索</p>	<p>1. 人工智能基本概念</p> <p>2. 人工智能研究领域与学派</p> <p>3. 机器学习、深度学习</p> <p>4. 机器视觉、神经网络等名词术语和典</p>	<p>1. 课程性质：公共必修课；</p> <p>2. 学分学时：1 学分，18 学时；</p> <p>3. 教学方法：讲授法，演示法等；</p> <p>4. 考核方式：考</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		<p>知识的能力和创新意识。</p> <p>知识目标：了解人工智能理论的发展历史、现状和趋势，人工智能的实现途径。了解机器学习、深度学习、机器视觉、神经网络、智能控制等名词术语和典型应用。了解人脸识别、生物信息识别、自然语言处理、智能语音等应用案例。了解云计算、大数据、物联网和片技术介绍和典型应用。</p> <p>能力目标：能熟练使用各类人工智能 APP，提升自己的额学习能力和学习技巧。利用互联网收集人工智能类专业文献，具备应用网络资源解决问题的能力。能利用各类智能设备（手机、平板电脑和其它装备）解决在生产生活中遇到的问题。</p>	<p>型应用。</p> <p>5. 人脸识别、生物信息识别</p> <p>6. 自然语言处理、智能语音等典型应用案例</p>	查。
16	碧桂园企业文化	<p>素质目标：培养学生的企业伦理意识和职业道德。提升学生的社会责任感和公民意识。增强学生的创新精神和批判性思维能力。</p> <p>知识目标：理解企业文化的基本概念、类型和功能。掌握碧桂园集团的企业文化特点和发展历程。了解企业社会责任的内涵、原则和实践案例。</p> <p>能力目标：培养学生分析企业文化对企业发展影响的能力。提高学生运用企业文化理论解决实际问题的能力。增强学生的沟通协调能力和团队合作精神。</p>	<p>1. 导论</p> <p>2. 企业文化概述</p> <p>3. 碧桂园集团简介</p> <p>4. 企业文化核心要素</p> <p>5. 碧桂园企业文化实践</p> <p>6. 企业文化与人力资源管理</p> <p>7. 企业文化与市场营销</p> <p>8. 企业社会责任与企业公民</p> <p>9. 企业文化与创新能力</p>	<p>1. 课程性质：公共必修课；</p> <p>2. 学分学时：1 学分，18 学时；</p> <p>3. 教学方法：案例教学、小组讨论、角色扮演、互动问答；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>

2. 专业技术平台课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	经济学基础	<p>素质目标：具备良好的社会公德意识和财经人员的职业道德精神；具有高度责任心和良好的团队合作精神；具有一定的科学思维方式和经济分析方法的能力；同时，</p>	<p>经济的基本问题，利益最大化与选择可能性、市场运行基本原理、成本收益基本概念思想、消费者的决策、企业生产经营基</p>	<p>1. 课程性质：专业技术平台课（必修）；</p> <p>2. 学分学时：2.5 学分，45 学时；</p> <p>3. 教学方法主要</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		<p>具有实事求是的学风和创新意识，创新精神；</p> <p>知识目标：能正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对经济学有一个整体的认识。掌握经济学的基本概念、基本原理和基本方法；</p> <p>能力目标：能够阅读理解经济方面的知识信息以及政府的政策；运用经济学的原理和方法较准确地判断分析社会经济现象和问题；能够进行基本的市场经济预测；具备较好的经济思维能力。</p>	<p>本理论、市场失灵的原因和对策、宏观经济基本理论、宏观经济政策，市场分析和成本收益分析等经济分析基本方法。</p>	<p>采用理论讲授、课程示范、案例分析、任务驱动法、小组合作探究法等方法；</p> <p>4.考核方式：考试。</p>
2	管理学基础	<p>素质目标：通过计划、组织、领导、控制等职能的实践教学，锻炼学生的团队合作能力、制定工作计划的方法能力、组织能力、领导能力、与人沟通的能力、获取新知识、新技能的学习能力；解决实际问题的能力；</p> <p>知识目标：了解掌握管理系统的基础知识，包括管理概念、属性，管理思想演进过程，管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法以及管理计划、组织、领导、控制四大职能等。</p> <p>能力目标：能观察环境，分析界定问题并进行科学决策；能科学配置资源，制定计划；能分析组织结构与职权关系，制定组织规范；能有效激励，调动被管理者的积极性；能进行有效控制；能组建团队并使之有效工作。</p>	<p>管理与管理者、管理思想的演进、管理决策、计划工作、组织工作、领导工作、控制工作等。</p>	<p>1.课程性质：专业技术平台课(必修)；</p> <p>2.学分学时：1.5学分，30学时；</p> <p>3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论等方法；</p> <p>4.考核方式：考试。</p>
3	市场营销原理与实务	<p>素质目标：培养学生树立营销服务意识，具有敬业创新的职业意识、数字营销意识及的团队合作精神；</p> <p>知识目标：掌握市场营销的主要内涵、营销理念、营销核心概念，掌握营销环境分</p>	<p>营销认知、初识市场营销、市场营销管理的演变、市场营销观念的演变、市场调研与预测、挖掘商机、市场细分、目标市场选择、市场定位、制定</p>	<p>1.课程性质：专业技术平台课(必修)；</p> <p>2.学分学时：3.5学分，60学时；</p> <p>3.教学方法：主要采用理论讲</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		析，掌握消费者行为分析，掌握市场营销战略，掌握市场营销策略，掌握初步的创新创业知识； 能力目标： 能熟练应用现代营销理念；能进行宏观环境分析；能制定 STP 目标市场营销战略；能运用一定的营销组合策略知识设计市场推广计划；具有一定创新创业能力。	营销策略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。	授、课程示范、案例分析、分组讨论等方法； 4.考核方式：考试。
4	商务礼仪与沟通	素质目标： 培养良好的职业道德和职业操守，具备良好的职业素养； 知识目标： 掌握行业礼仪与客户沟通规范的基本理论和知识；了解岗位礼仪与客户沟通的操作规范； 能力目标： 具备岗位礼仪实务接待和服务的基本技能以及与管理层、督导层和服务员有效沟通的能力；具备正确的审美能力、良好的语言表达能力、与人合作的能力。	职业礼仪概述、从业者的职业形象、从业者的礼貌语言艺术、从业者的日常交际礼仪、宴请礼仪、主要岗位接待礼仪；沟通的基本概念、倾听技巧、交谈的技巧、辩论的技巧、演讲的技巧、谈判技巧、团队沟通技巧、日常生活中的沟通、工作中的沟通、跨文化交流、现代沟通手段。	1.课程性质：专业技术平台课（必修）； 2.学分数：1.5 学分，30 学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练等方法； 4.考核方式：考查。
5	统计基础	素质目标： 培养学生求真务实的数据调查精神，科学严谨的研究精神，良好的团队合作品质； 知识目标： 掌握市场数据统计、市场调查方案设计、市场调查方法、调查问卷设计、调查数据处理、数据分析与预测等相关知识；掌握基础用户调研方法和工具，具备用户画像、用户需求分析能力，为后续解决企业产品设计、精细化运营； 能力目标： 能根据企业需求，科学合理地设计并开展市场调查与数据统计，具备根据调查数据进行统计分析，指导企业经营管理的能	数据统计概述、市场调查概述、市场调查方案设计、市场调查的主要方法、调查问卷设计、抽样调查技术、文案调查技术、调查数据处理分析、预测分析等。	1.课程性质：专业技术平台课（必修）； 2.学分数：3 学分，54 学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
6	智能客户服务实务	素质目标： 树立以客户为中心的营销服务理念，养成良好的客户服务职业习惯，具备系统的客户服务工作思	智能客户营销及服务基本概念、客户服务礼仪、客户心理与目标客户分析、观察与	1.课程性质：专业技术平台课(必修)； 2.学分数：3 学

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		维； 知识目标： 了解认识客户与客户服务的基础理论知识，掌握客户营销服务在沟通协调、关系维护、投诉处理、客户满意度提升等基本要求与技巧； 能力目标： 熟悉客户服务的工作目标、职责并能够熟悉了解客户关系管理的工作流程，熟悉提高客户满意度、忠诚度的主要措施，能熟练处理各类客户投诉事件等。	接近客户、客户沟通与协调、客户投诉处理、客户关系维系、卓越客户关系服务、客户满意度与忠诚度提升等。	分，54学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论、任务驱动等方法； 4.考核方式：考试。
7	数字营销	素质目标： 培养学生树立营销服务意识，具有敬业创新的职业意识、数字营销意识及的团队合作精神； 知识目标： 了解数字化营销的基础知识，掌握数字化营销的理念和方式方法，掌握数字化营销的方式和策略，掌握数字化营销与产业、行业、企业、实际场景相互融合的基础知识； 能力目标： 具有以新媒体手段进行营销的基本能力和技巧，具有将数字化营销应用到产业、行业、企业、实际场景的能力。	数字营销的内涵和发展历程、数字营销思维的转化路径、数字营销中的消费心理、数字化营销方式和策略、大数据在数字营销中的应用、人工智能在数字营销中的运用、VR、AR、MR在数字营销中的应用、人格化电商：网红与IP。	1.课程性质：专业技术平台课（必修）； 2.学分学时：3学分，54学时； 3.教学方法主要采用讲授法、案例教学、小组讨论法、问题导向法等方法； 4.考核方式：考试。
8	消费者行为分析	素质目标： 加强学生职业道德、职业素质、职业规范的提升和终身学习发展；学会情绪管理、正确对待挫折、进行顾客投诉处理和心理调适，学会沟通，学会做人； 知识目标： 掌握基础用户调研方法和工具，具备用户画像、用户需求分析能力，为后续解决企业产品设计、精细化运营；掌握消费者的消费心理和行为的基本规律；掌握不同消费群体的消费心理；掌握影响消费者消费心理的因素；掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为等； 能力目标： 加深学生对自己	网络消费者个体心理、网络消费群体心理、线上商品与价格心理效应、场景与网络心理效应、线上传播与广告心理效应、数字营销用户画像分析、营销心理学认知、消费者心理、影响消费者心理的因素、市场定位与消费者心理、产品心理策略、价格心理策略、购物环境心理策略、广告心理策略。	1.课程性质：专业技术平台课（必修）； 2.学分学时：4学分，72学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、任务驱动法、小组合作探究法等方法； 4.考核方式：考试。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		的了解，引导学生形成和培养一个良好的心理状态；学会辨识影响线上和线下消费者消费的心理因素，能通过对消费者心理进行分析以提高营销技巧与技能；培养学生在销售实践中的观察能力、判断能力和营销能力；强化学生的团队合作能力、人际沟通能力以及发展和谐人际关系的能力。		
9	大数据财税基础	<p>素质目标：具有团队精神和协作精神；具有依法节税的意识；具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德；</p> <p>知识目标：认识和理解会计的意义，会计法规和会计工作组织，明确会计对象、职能及会计的本质，掌握会计核算基本方法、会计核算前提、原则，及会计要素等基本理论；结合会计核算的基本经济业务，运用借贷复式记账法对发生的主要经济业务进行核算和监督，初步学习并掌握会计核算的基本方法及其基本运用；掌握会计凭证填制与审核、账簿设置与登记、财产清查方法及其结果的会计处理等，并对资产负债表和利润表的结构和编制方法有一定的认识；对账务处理程序和会计电算化等相关内容，有一个清晰的认识和基本了解，为以后从事会计工作打下坚实的基础；</p> <p>能力目标：能审核原始凭证、填制记账凭证；能设置账簿并熟练登记日记账、明细账、总账；模拟财产清查方法并能够对其结果进行会计处理；能编制资产负债表和利润表。</p>	会计要素及会计平衡式、账户和复式记账、会计凭证、会计账簿、主要经济业务的核算、财产清查、会计核算程序、财务报告、财务管理。	<p>1. 课程性质：专业技术平台课（必修）；</p> <p>2. 学分学时：4 学分，72 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练等方法；</p> <p>4. 考核方式：考试。</p>
10	数字营销策划	<p>素质目标：培养学生创新设计与市场洞察素养，科学严谨的研究精神，良好的团队</p>	数字营销策划导论、营销策划流程、营销策划创意、市场进入	<p>1. 课程性质：专业技术平台课（必修）；</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		合作品质； 知识目标： 掌握数字营销策划概念、策划创意原则、市场进入策略、4P 策略、策划书撰写要点等相关知识； 能力目标： 能根据市场需求，合理设计企业数字营销活动（线上线下），制定产品、价格、渠道、促销策略，具备营销策划书撰写与策划活动执行的能力。	策划、产品策划、价格策划、市场布局策划、市场推广策划、品牌策划、网络营销策划、营销策划书的撰写（线上线下）。	2. 学分学时：3 学分，54 学时； 3. 教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、任务驱动法、小组合作讨论法、调研策划实训等方法； 4. 考核方式：考试。
11	销售与管理	素质目标： 培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守；在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力； 知识目标： 了解销售岗位，认识各销售岗位的主要职责；掌握编制销售计划，销售任务分解与销售人员沟通；了解销售人员的观念、行为，对销售人员进行有效指导及制定激励政策等； 能力目标： 能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；能够进行销售组织建设，设计销售组织、带领团队高效运作等。	销售职业、销售过程管理、销售规划与设计、销售区域管理、销售组织建设、销售人员的甄选、销售人员的激励与绩效考核、销售货品管理、客户关系管理、销售服务管理、销售分析与评估。	1. 课程性质：专业技术平台课（必修）； 2. 学分学时：3 学分，54 学时； 3. 教学方法：主要采用讲授法、案例分析、情景模拟法、任务驱动法、小组讨论等方法； 4. 考核方式：考试。
12	新媒体制作与运营	素质目标： 学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；培养学生创新探索精神，实践探索性学习意识； 知识目标： 了解基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；掌握新媒体营销的规划设计、平台开发与渠道推广等相关知识；掌握新媒体项目制作（相关软件应用）； 能力目标： 能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付	电子商务的概念与特征、电子商务的发展与影响、电子商务模式的应用、网络支持方式的应用、电子商务的模式、电子商务平台运营软件、电子商务新技术、电子商务法与应用、新媒体营销的内容选择、数据分析、图文设计、内容优化、吸粉引流、社群构建，微信、微博、问答平台、百科平台、直播平台、视频平台、通	1. 课程性质：专业技术平台课（必修）； 2. 学分学时：3 学分，54 学时； 3. 教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、任务驱动法、小组合作讨论法及实训操练等方法； 4. 考核方式：考查。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		工具等电子支付工具；能够规划设计新媒体营销平台营销，能够开发引流、开展多平台、全渠道数字媒体营销推广；能力应用新媒体软件的应用	讯、论坛平台、相关制作软件的应用等。	
13	企业经营沙盘模拟实训	<p>素质目标：培养学生企业经营管理的全局观；培养学生的团队意识与合作精神；培养学生的风险与责任意识；全面提高学生的双赢理念、团队精神、诚信观念等综合素质；</p> <p>知识目标：能够概述一个企业的真实运作流程；总结理解企业成功运营的关键因素；总结战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识；</p> <p>能力目标：通过经营模拟，培养学生经营意识与规划能力；培养具体问题具体分析，灵活运用能力；通过分组模拟，培养沟通协作能力；通过经营方案的制定，培养组织领导能力；拓展经营管理知识体系，提升经营管理技能。</p>	人员定岗与分组、岗位规则认知、手工盘面模拟经营、电子盘面模拟经营及电子工具的设置。	<p>1. 课程性质：专业技术平台课（必修）；</p> <p>2. 学分学时：4学分，72学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用任务驱动法、小组合作探究法、实训操作法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>

（二）第二阶段（第4-5学期）课程设置及要求

1. 数字营销策划岗位限选课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	商务英语	<p>素质目标：培养学生树立诚实守信、不断进取的工作作风；培养创新意识、竞争与合作意识；</p> <p>知识目标：将商务英语基础词汇、相关商务知识及听说技能的培训置于真实地商务情境之中，使学生掌握商务英语听、说、读、写、译的基本内容，了解掌握商务知识和外贸知识；</p> <p>能力目标：全方位培养学生的语言技能和商务技能，为</p>	<p>Teamwork (团队合作)</p> <p>Brandpower (品牌魅力)、</p> <p>Manufacture Process (生产流程)</p> <p>Product presentation (产品展示)</p> <p>Company profile (公司介绍)、</p>	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：3学分，54学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		其下一阶段的专业课学习打好基础，使其能够在商务情境下，熟练运用英语进行跨文化交际和沟通。	Business negotiation (商务谈判) Entertain a client (招待客户)、 Career development (职业规划)	
2	商务数据分析与应用	<p>素质目标:树立商务数据管理的意识，培养学生分析和解决问题的能力，培育学生良好的职业道德和严谨的工作态度，形成爱岗敬业、团队协作、人际沟通、独立决策、成本控制意识；</p> <p>知识目标:了解商务数据分析的基础知识，掌握处理商务数据收集与分析的基本方法和技术，学会统计设计、资料搜集、资料整理、计算分析资料，最后撰写商务数据分析报告的工作流程；</p> <p>能力目标:能运用所学知识，完成对数据的搜集、整理和分析；结合企业生产实际，运用数据分析的方法进行经营数据的分析和解决问题的能力。</p>	商务数据收集与分析概述、商务数据资料收集与调查、商务数据资料整理与归档、商务数据指标分析、商务数据分析报告。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：4 学分，72 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、任务驱动法、小组合作讨论法及实训操练等方法；</p> <p>4. 考核方式：考试。</p>
3	品牌策划与推广	<p>素质目标:培养学生认真负责的数字化品牌管理岗位责任感，培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识；</p> <p>知识目标:掌握数字品牌定位的过程及定位策略；掌握数字品牌形象塑造的途径；掌握数字品牌文化带给品牌的价值效应；掌握数字品牌的广告传播、公共关系传播、销售促进传播、整合营销传播等传播途径；</p> <p>能力目标:能够针对具体产品进行品牌定位；能够针对具体的品牌分析出其品牌形象；能够针对具体的品牌分析出其品牌文化；能够针对具体的品牌进行品牌整合，</p>	数字化品牌管理现实概念、数字化品牌定位、数字化品牌管理形象塑造、数字化品牌管理发展战略、数字化品牌管理整合营销传播、数字化品牌管理与维护。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：4 学分，72 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用讲授法、案例分析、情景模拟法、任务驱动法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考试。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		传递清晰一致的品牌文化，提升品牌价值。		
4	社群营销与运营	<p>素质目标：培养服务意识，强化科技营销的思维，重视人本文化在营销中的价值和作用，培养社会责任感和使命感，吃苦耐劳的优良品质和团队精神；</p> <p>知识目标：了解互联网技术对社群营销的影响，掌握社群营销的新技术新方法新理念，熟悉社群营销方式，了解社群营销的多样化平台，掌握社群营销的整体性思维体系；</p> <p>能力目标：能够将社群营销的知识和思维运用到实际的营销过程中，优化传统营销方法，结合行业，提高社群营销在经营管理中的价值和用，实现社群营销的业绩。</p>	社群营销概述、构建可持续成长的社群、社群成员的招募与管理、活跃社群的运营方法、社群线下活动的策划与执行、优质运营团队的搭建、扩大社群规模的策略、社群的商业变现等。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：4 学分，72 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用讲授法、案例分析、情景模拟法、任务驱动法、实际操作法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
5	数字营销策划技能综合项目实训	<p>素质目标：培养学生具备数字营销策划技能综合素质，培养吃苦耐劳、全心全意服务顾客的职业素养、职业能力和职业精神；</p> <p>知识目标：使学生加深对市场营销理念的认识和理解，强化数字营销策划理论知识的记忆；</p> <p>能力目标：培养学生的思维能力、沟通能力、调查研究能力和根据营销环境解决营销策划问题的能力。</p>	创立数字营销策划公司、市场调查、SWOT 分析、STP 分析、竞争战略分析、产品研发、生产、企划、营销策略、营销策划项目实战。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：4 学分，72 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、实际操作法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
6	数字营销策划岗位能力强化训练	<p>素质目标：培养学生具备扎实数字营销策划技能与基层管理意识，以及明确的数字营销策划岗位职业角色认知；</p> <p>知识目标：掌握并熟练运用数字营销策划相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识；</p> <p>能力目标：具有能够胜任优秀数字营销策划岗位的工作能力，部分优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职更高级别岗位机</p>	数字营销策划机构、市场调研的内容、市场调研的方法、市场调研策划的流程、市场调研报告的撰写、市场定位策划、产品与品牌策划、渠道策划、促销策划、营业推广策划、广告策划、公共关系策划等营销策划综合能力提升实训。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分学时：18 学分，324 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗的基层管理岗位企业课堂实践学习方式；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		会的能力。		
7	岗位实践共性问题解析	<p>素质目标: 能够让学生实现从理论到实践, 从实践到理论的良性循环学习;</p> <p>知识目标: 及时解决岗位中存在的共性问题及困惑, 强化学习课程重难点;</p> <p>能力目标: 通过解决“专业岗位职务能力”企业实践培养教学中出现的共性问题, 进一步提升学生专业岗位职务能力。</p>	市场调研与分析、投诉的产生与处理、收益管理实践应用、消费者的需求分析、市场营销部门各岗位管理的共性问题分析。	<p>1. 课程性质: 岗位限选课;</p> <p>2. 学分数: 2 学分, 36 学时;</p> <p>3. 教学方法: 主要采用讲授法、案例讨论法等方法;</p> <p>4. 考核方式: 考查。</p>

2. 新媒体销售岗位限选课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	商务英语	<p>素质目标: 培养学生树立诚实守信、不断进取的工作作风; 培养创新意识、竞争与合作意识;</p> <p>知识目标: 将商务英语基础词汇、相关商务知识及听说技能的培训置于真实地商务情境之中, 使学生掌握商务英语听、说、读、写、译的基本内容, 了解掌握商务知识和外贸知识;</p> <p>能力目标: 全方位培养学生的语言技能和商务技能, 为其下一阶段的专业课学习打好基础, 使其能够在商务情境下, 熟练运用英语进行跨文化交际和沟通。</p>	<p>Teamwork (团队合作)</p> <p>Brandpower (品牌魅力)、</p> <p>Manufacture process (生产流程)</p> <p>Product presentation (产品展示)</p> <p>Company profile (公司介绍)、</p> <p>Business negotiation (商务谈判)</p> <p>Entertain aclient (招待客户)、</p> <p>Career development (职业规划)。</p>	<p>1. 课程性质: 岗位限选课;</p> <p>2. 学分数: 3 学分, 54 学时;</p> <p>3. 教学方法: 主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练等方法;</p> <p>4. 考核方式: 考查。</p>
2	商务数据分析与应用	<p>素质目标: 树立商务数据管理的意识, 培养学生分析和解决问题的能力, 培育学生良好的职业道德和严谨的工作态度, 形成爱岗敬业、团队协作、人际沟通、独立决策、成本控制意识;</p> <p>知识目标: 了解商务数据分</p>	商务数据收集与分析概述、商务数据资料收集与调查、商务数据资料整理与归档、商务数据指标分析、商务数据分析报告。	<p>1. 课程性质: 岗位限选课;</p> <p>2. 学分数: 4 学分, 72 学时;</p> <p>3. 教学方法: 主要采用理论讲授、课程示范、任务驱动法、小</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		析的基础知识，掌握处理商务数据收集与分析的基本方法和技术，学会统计设计、资料搜集、资料整理、计算分析资料，最后撰写商务数据分析报告的工作流程； 能力目标： 能运用所学知识，完成对数据的搜集、整理和分析；结合企业生产实际，运用数据分析的方法进行经营数据的分析和解决问题的能力。		组合作讨论法及实训操练等方法； 4.考核方式：考试。
3	品牌策划与推广	素质目标： 培养学生认真负责的数字化品牌管理岗位责任感，培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识； 知识目标： 掌握数字品牌定位的过程及定位策略；掌握数字品牌形象塑造的途径；掌握数字品牌文化带给品牌的价值效应；掌握数字品牌的广告传播、公共关系传播、销售促进传播、整合营销传播等传播途径； 能力目标： 能够针对具体产品进行品牌定位；能够针对具体的品牌分析出其品牌形象；能够针对具体的品牌分析出其品牌文化；能够针对具体的品牌进行品牌整合，传递清晰一致的品牌文化，提升品牌价值。	数字化品牌管理现实概念、数字化品牌定位、数字化品牌管理形象塑造、数字化品牌管理发展战略、数字化品牌管理整合营销传播、数字化品牌管理与维护。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：4学分，72学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析、情景模拟法、任务驱动法等方法； 4.考核方式：考试。
4	社群营销与运营	素质目标： 培养服务意识，强化科技营销的思维，重视人本文化在营销中的价值和作用，培养社会责任感和使命感，吃苦耐劳的优良品质和团队精神； 知识目标： 了解互联网技术对社群营销的影响，掌握社群营销的新技术新方法新理念，熟悉社群营销方式，了解社群营销的多样化平台，掌握社群营销的整体性思维体系； 能力目标： 能够将社群营销的知识和思维运用到实际的	社群营销概述、构建可持续成长的社群、社群成员的招募与管理、活跃社群的运营方法、社群线下活动的策划与执行、优质运营团队的搭建、扩大社群规模的策略、社群的商业变现等。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：4学分，72学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析、情景模拟法、任务驱动法、实际操作法等方法； 4.考核方式：考查。

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		营销过程中，优化传统营销方法，结合行业，提高社群营销在经营管理中的价值和用，实现社群营销的业绩。		
5	新媒体销售技能综合项目实训	<p>素质目标：培养学生具备新媒体营销及销售技能综合素质，培养吃苦耐劳、全心全意服务顾客的职业素养、职业能力和职业精神；</p> <p>知识目标：使学生加深对市场营销及销售理念的认识和理解，强化新媒体营销及销售理论知识的记忆；</p> <p>能力目标：培养学生的思维能力、沟通能力、调查研究能力和根据营销环境解决新媒体营销及销售问题的能力。</p>	创立新媒体营销公司、市场调查、SWOT分析、STP分析、竞争战略分析、产品研发、生产、企划、营销策略、新媒体营销、产品直播销售项目实战。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分数：4学分，72学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、实际操作法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
6	新媒体销售岗位能力强化训练	<p>素质目标：培养学生具备扎实新媒体营销及销售技能与基层管理意识，以及明确的新媒体营销及销售技能岗位职业角色认知；</p> <p>知识目标：掌握并熟练运用新媒体营销及销售技能相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识；</p> <p>能力目标：具有能够胜任优秀新媒体营销及销售技能岗位的工作能力，部分优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职更高级别岗位机会的能力。</p>	新媒体销售技能团队建设、新媒体内容策划、新媒体数据分析、微博营销、微信营销、社群营销、网络视频营销、视频拍摄与制作、直播营销与运营、娱乐媒体平台营销、新媒体营销协作、销售计划、销售目标预测、制定销售计划、销售组织设计、销售人员招聘与培训、销售人员激励与控制、销售团队建设、销售区域管理、销售渠道管理、销售货品管理等新媒体营销及销售综合能力提升实训。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分数：18学分，324学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗的基层管理岗位企业课堂实践学习方式；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
7	岗位实践共性问题解析	<p>素质目标：能够让学生实现从理论到实践，从实践到理论的良性循环学习；</p> <p>知识目标：及时解决岗位中存在的共性问题及困惑，强化学习课程重难点；</p> <p>能力目标：通过解决“专业岗位职务能力”企业实践培养教学中出现的共性问题，进一步提升学生专业岗位职</p>	市场调研与分析、投诉的产生与处理、收益管理实践应用、消费者的需求分析、市场营销部门各岗位管理的共性问题分析。	<p>1. 课程性质：岗位限选课；</p> <p>2. 学分数：2学分，36学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用讲授法、案例讨论法等方法；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		务能力。		

(三) 第三阶段（6 学期）课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	数字营销策划岗位实习与毕业设计	<p>素质目标：培养学生具备扎实数字营销策划与新媒体销售技能与基层管理意识，以及明确的数字营销策划与新媒体销售岗位职业角色认知；具有良好的职业素养、爱岗敬业、专业知识融汇贯通、分析和解决问题的素质；</p> <p>知识目标：掌握并熟练运用数字营销策划与新媒体销售相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识；掌握市场营销主要岗位工作技能、工作方法、工作流程、运营管理、职业发展等知识；</p> <p>能力目标：具有能够胜任优秀数字营销策划与新媒体销售岗位的工作能力，部分优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职更高级别岗位机会的能力；具有在实践工作中发现、分析和解决问题的能力，把理论知识应用到实践工作中进行自我总结学习能力。</p>	数字营销策划与新媒体销售机构、市场调研的内容、市场调研的方法、市场调研策划的流程、市场调研报告的撰写、市场定位策划、产品与品牌策划、渠道策划、促销策划、营业推广策划、广告策划、公共关系策划等数字营销策划与新媒体销售综合能力提升实训、毕业设计选题、毕业设计任务书撰写、毕业设计报告撰写。	<p>1. 课程性质：企业实践教学培养必修课；</p> <p>2. 学分学时：20 学分，360 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗、定岗的基层管理岗位见习锻炼方式；针对学生撰写的毕业论文进行成绩评定，成绩评定由毕业论文指导教师、企业导师、论文答辩成绩组成；</p> <p>4. 考核方式：考查。</p>
2	新媒体销售岗位实习与毕业设计	<p>素质目标：培养学生具备扎实新媒体营销及销售技能与基层管理意识，以及明确的新媒体营销及销岗位职业角色认知；具有良好的职业素养、爱岗敬业、专业知识融汇贯通、分析和解决问题的素质；</p> <p>知识目标：掌握并熟练运用新媒体营销及销相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识；掌握市场营销主要岗位工作技能、工作方法、工作流程、运营管理、职业发展等知识；</p> <p>能力目标：具有能够胜任优</p>	新媒体营销团队建设、新媒体内容策划、新媒体数据分析、微博营销、微信营销、社群营销、网络视频营销、视频拍摄与制作、直播营销与运营、娱乐媒体平台营销、新媒体营销协作、销售计划、销售目标预测、制定销售计划、销售组织设计、销售人员招聘与培训、销售人员激励与控制、销售团队建设、销售区域管	<p>1. 课程性质：企业实践教学培养必修课；</p> <p>2. 学分学时：20 学分，360 学时；</p> <p>3. 教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗、定岗的基层管理岗位见习锻炼方式；针对学生撰写的毕业论文进行成绩评定，成绩评定由毕业论文指导教师、企业导师、</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
		秀新媒体营销及销岗位的工作能力，部分优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职更高级别岗位机会的能力；具有在实践工作中发现、分析和解决问题的能力，把理论知识应用到实践工作中进行自我总结学习能力。	理、销售渠道管理、销售货品管理等新媒体营销及销售综合能力提升实训、毕业设计选题、毕业设计任务书撰写、毕业设计报告撰写。	论文答辩成绩组成； 4.考核方式：考查。

（四）职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

学生获得以下职业技能等级（资格）证书（经提交证书原件验证），可获得本专业相关1门专业课程学分。（如若有多个职业技能等级证，以最高等级核定为准）

市场营销专业职业技能等级（资格）证书与相关专业课程的关系

序号	证书名称	证书等级	颁证单位	置换课程名称	学分	备注
1	互联网营销师（直播销售员）	中级	人力资源社会保障部	《销售与管理》或《新媒体销售技能综合项目实训》	4	
2	1+X 数字营销应用职业技能等级证书	高级	中教畅享（北京）科技有限公司	《数字营销》或《数字营销策划技能综合项目实训》	4	

（五）职业院校技能竞赛与相关专业课程的关系

学生参加市级及以上职业院校技能大赛获奖，可获得本专业相关1或多门专业课程学分。（如若获多个级别职业技能大赛奖项，以最高等级核定为准）

学生参加市级及以上职业院校技能大赛获奖，如：市场营销技能大赛、短视频营销技能大赛、直播营销技能大赛、企业沙盘模拟经营技能大赛等商科类技能大赛，可获得本专业相关1或多门专业课程学分（具体以实际课标方案实行），如若获多个级别职业技能大赛奖项，以最高等级核定为准。

七、教学进程总体安排

(一) 全学程教学周分配

按学期/周数分配									
第一学年	第一学期 (20 周)				寒假 6	第二学期 (20 周)			暑假 6
	新生入学、军训及入学教育	课程教学	考试	机动		课程教学	考试	机动	
周数	3	15	1	1		18	1	1	
第二学年	第三学期 (20 周)				寒假 5	第四学期 (20 周)			暑假 7
	课程教学		考试	机动		课程教学	考试	机动	
周数	18		1	1		18	1	1	
第三学年	第五学期 (20 周)				寒假 春节 1	第六学期 (20 周)		毕业教育与离校	暑假 7
	岗位能力强化训练 (企业课堂)		岗位实践共性问题解析			岗位实习与毕业设计			
周数	18		2			20		3	

(二) 教学进程表

见附件 1。

(三) 学时比例

学时比例						
课程类别与性质		学时分配			课程类别总计	占总学时比例 (%)
		总学时	理论学时	实践学时		
公共基础课	必修课	647	348	299	791	30.92%
	限选课	72	40	32		
	任选课	72	40	32		
专业 (技能) 课	专业技术平台课 (必修)	705	366	339	1767	69.08%
	专业岗位课 (限选)	702	218	484		
	岗位实习与毕业设计	360	72	288		
学时合计		2558	1084	1474		
学时比例		100%	42.38%	57.62%		

八、实施保障

（一）校企共育人才培养机制

根据《加强“产教融合、校企共育”人才培养工作实施办法》（集团字〔2018〕255号）文件精神，建立本专业与碧桂园集团所属碧桂园品牌营销公司企业层面的校企共同育人工作机制，包括签订战略合作框架协议，建立专业教学指导委员，建立产业学院，校企共同制（修）订专业人才培养方案、岗位职责工作标准、课程标准和共同编写教材，建立企业兼职教师、岗位导师教学培训制度、企业实践教学培养教学管理和学生管理制度等，确保校企共同育人各项工作规范有序扎实推进。

（二）师资队伍

1. 专任教师

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不低于 60%。现有专任教师 8 人，其中高级职称 3 人，双师素质 8 人。

专任教师要求具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、工商管理、电子商务等相关专业本科及以上学历；具有扎实的数字营销、新媒体营销、社群营销、电子商务等相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

2. 专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外数字营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。能组织开展校企共育，专业、课程建设，技术研发，社会服务等工作。

3. 企业兼职教师

主要从碧桂园集团、各子公司和校企业合作单位聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的数字营销、

新媒体营销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中层及以上职务，能承担专业技能课程教学、企业实践教学培养、集中授课、岗位指导等教学任务。

（三）教学设施

1. 专业教室基本条件

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

2. 校内实训基地

本专业已经建成 1 个营销技能综合实训室，1 个碧职学生实践超市，1 个校内软件实训室，实训基地是集教学、实训、经营为一体的数字营销策划、新媒体销售人才培养基地，能够满足本专业实践教学、开展职业技能竞赛、开展学生创新创业训练、开展校企合作教学等需要。

3. 企业实践教学基地

碧桂园品牌营销公司、碧桂园生活服务集团股份有限公司、碧桂园文商旅集团、TCL、广汽传祺、长隆集团、唯品会、海底捞等为市场营销专业学生的企业实践教学基地。该实践教学基地能够提供数字营销策划、新媒体销售等相关实践岗位；能够配备相应数量的企业导师对学生实践学习进行指导和管理；有保证学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障等。

（四）教学资源

1. 教材选用基本要求

优先选用国家高职高专“十四五”规划教材、国家职业教育指导委员会重点建设教材等优质教材，保证教材的先进性和科学性。本专业建立了由专业教师、行业专家共同参与的教材编写团队，目前已编写市场营销综合实训指导教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括销售管理类、营销策划类、数字化营销类、新媒体营销类、市场营销素养及能力提升等类别图书和文献。

3. 数字资源配置基本要求

建设和配备了与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、录播室、数字教材等专业数字教学资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（五）教学方法

课程内容与岗位需求相对接，根据各岗位典型工作任务重组教学内容，根据每一个教学内容采用针对性最有效的教学方法，实现每次课多种教学方法相结合的灵活教学，主要采用的教学方法包括任务驱动法、小组讨论法、情景角色扮演法、案例分析法、线上线下混合法、学做一体法、小组训练法、讲授法等。

（六）学习评价

秉承深入、全面、真实的评价学生学习情况的原则，采用过程评价和结果评价相结合的方法，过程评价重视对学生整个学期学习表现的考核，具体包括出勤、平时作业、课堂表现、校内实训基地实训表现、学习态度等多方面进行考核。结果评价摆脱传统笔试为主的测试方式，根据每门课的特色采用多样测试方式，具体包括技能现场测试、情景模拟测试、小论文、主题演讲、小组报告等。采用校内教师和企业导师相结合双元评价主体模式。

（七）质量管理

本专业在学院教学质量管理机制下，严格执行教学质量监控管理制度，已经形成了常态化、可持续的教学工作诊断与改进运作模式。定期开展课程教学质量诊断与改进活动，包括每学期初、中和末期教学资料核查、专业督导巡课、专任教师互听课、专任教师互评课、学生评课、开展示范课、核心课程研讨等，并且建立了与企业联动的实践教学环节监督制度，尤其是对企业集中授课教学质量的诊断和改进，受到了学院、企业和学生的一致好评。对生源情况、

在校学生学业水平、毕业生就业情况进行分析，持续提供人才培养质量。

九、毕业要求

学生在规定的修业年限内,完成本专业人才培养方案规定的全部课程和教学环节的学习,修满专业人才培养方案所规定的学分和课外素质拓展学分,达到专业人才培养目标和培养规格的要求以及《国家学生体质健康标准》相关要求,准予毕业,颁发毕业证书。

(一) 学分要求

学生最低要求修满总学分 136 学分,其中公共限选课 4 学分,公共任选课 4 学分;此外,素质拓展学分不低于 12 分。学生可参照学校相关学分认定和转换办法获得素质拓展和课程学分。

(二) 体能测试要求

体能测试成绩须达到《国家学生体质健康标准(2014 年修订)》要求,成绩未达标者按结业或肄业处理。

十、附录

1. 专业教学进程表

广东碧桂园职业学院 2024 级 市场营销专业教学进程表

专业方向:

人才培养阶段	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	总学分	总学时	学时分配		核心课程	考核方式	学期周学时安排							
								理论学时	实践学时			1	2	3	4	5	6		
第一阶段	公共基础课	必修	991110010	思想道德与法治	A	3	54	45	9*			2	1						
			991110033	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	36	32	4				2						
			991110030	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	54	48	6						2	1			
			991110011	形势与政策	A	1	48	48					每学期 8 学时						
			981120017	军体融合课	C	6	108	8	100				3	3	1	1			
			981120008	军事技能	C	2	112		112				2w						
			981110013	军事理论	A	2	36	36							2				
			984130010	大学生心理健康教育	A	2	36	24	6+6*					2					
			981110022	大学生职业发展与就业指导	B	2	38	18	20*				每学期 6 学时						
			981130005	大学生创新创业	B	2	36	18	18*				2						
			981110012	国家安全教育	A	1	18	18								1			
			981120058	体育体质健康测试	C	0.5	9		9				每学年 3 学时						
			981120019	劳动教育	C	1	18	9	9				1						
			981110024	美育概论	A	1	18	18					1						
	111110001	人工智能导论	A	1	18	18						1							
	981110023	碧桂园企业文化	C	0.5	8	8					1								
				小计			30	647	348	299			10	9	5	3			
				---	中华优秀传统文化类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在限定课程中选择修学						
				---	创新创业类课程	A	2	36	20	16									
				小计			4	72	40	32									
				---	人文素养类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在给定范围内任选						
				---	科学素养类课程	A	2	36	20	16									
				小计			4	72	40	32									
			公共课合计			38	791	428	363			10	9	5	3				
第二阶段	专业(技能)课	专业(技术)平台课(必修)	1035109	经济学基础	A	2.5	45	36	9		▲	3							
			1035112	管理学基础	A	1.5	30	24	6			▲	2						
			1035113	市场营销原理与实务	B	3.5	60	24	36		★	▲	4						
			1035115	商务礼仪与沟通	B	1.5	30	16	14				2						
			1035116	统计基础	B	3	54	24	30					3					
			1035118	智能客户服务实务	A	3	54	38	16				▲	3					
			1035122	数字营销	B	3	54	32	22		★	▲		3					
			1035125	消费者行为分析	B	4	72	36	36		★	▲		4					
			1035126	大数据财税基础	B	4	72	36	36			▲			4				
			1035121	数字营销策划	B	3	54	32	22		★	▲			3				
			1035120	销售与管理	B	3	54	32	22		★	▲			3				
			1035133	新媒体制作与运营	C	3	54	16	38						3				
			1035135	企业经营沙盘模拟实训	C	4	72	20	52							4			
						小计			39	705	366	339			11	13	17		
				1035135	商务英语	A	3	54	42	12						3			
				1035134	商务数据分析与应用	B	4	72	36	36		★	▲			4			
				1035166	品牌策划与推广	B	4	72	42	30		★	▲			4			
				10351062	社群营销与运营	B	4	72	42	30					4				
				1035163	数字营销策划技能综合项目实训	C	4	72	20	52					4				
				1035133	数字营销策划岗位能力强化训练	C	18	324		324							18w		
				---	岗位实践共性问题解析	A	2	36	36							2w			
				小计			39	702	218	484					19				
				1035114	商务英语	A	3	54	42	12					3				
			1035119	商务数据分析与应用	B	4	72	36	36		★	▲			4				

	销售 岗位 限选 课	1035136	品牌策划与推广	B	4	72	42	30	★	▲					4		
		1035125	社群营销与运营	B	4	72	42	30							4		
		1035195	新媒体销售技能综合项目实训	C	4	72	20	52							4		
		1035136	新媒体销售岗位能力强化训练	C	18	324		324								18w	
		3133212	岗位实践共性问题解析	A	2	36	36									2w	
		小计					39	702	218	484						19	
第三 阶段 基 层 管 理 干 部 （ 技 术 骨 干 ） 岗 位 职 务 能 力 企 业 实 践 教 学 培 养	数字 营销 策 划 岗 位 企 业 实 践 教 学 培 养 （ 限 选 ）	3133236	岗位实习与毕业设计	C	20	360	72	288									20w
	新媒 体 销 售 岗 位 企 业 实 践 教 学 培 养 （ 限 选 ）	3133236	岗位实习与毕业设计	C	20	360	72	288									20w
专业（技能）课合计					98	1767	656	1111				11	13	17	19		
学时、学分及学期周学时总计					136	2558	1084	1474				21	22	22	22		

注：*表示课外实践；★表示核心课程；▲表示考试课程，其余为考查；w表示集中实践教学周
学生素质拓展贯穿全学程，素质拓展学分为12学分以上