



市场营销 专业人才培养方案

(2025 级)

专业代码： 530605

所属学院： 经济管理学院

教学院长： 杨晓娜

专业负责人： 路娟

专业建设委员会主任： 路娟

专业论证组组长： 闫静

2025 年 6 月

目 录

概述	1
一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	错误！未定义书签。
五、培养目标	2
六、培养规格	2
七、课程设置	4
（一）课程体系结构图	5
（二）公共基础课程	5
（三）专业课程	40
（四）实践性教学环节	67
八、教学进程总体安排	70
（一）教学计划进程表	70
（二）教学环节分配表	70
（三）理论教学与实践教学比例配置表	70
九、师资队伍	70
（一）队伍结构	70
（二）专业带头人简介	71
（三）专任教师	72
（四）兼职教师	73
十、教学条件	74

(一) 教学设施	74
(二) 教学资源	78
(三) 教学方法	79
十一、质量保障和毕业要求	79
(一) 质量保障	79
(二) 毕业要求	80
十二、附表	81
十三、附录	81

天津交通职业学院

市场营销专业 2025 级人才培养方案

概述：

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等岗位（群）的新要求，不断满足数字化转型背景下行业企业市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家专业教学标准，制订本人才培养方案。

一、专业名称及代码

市场营销（530605）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）

主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管
职业类证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训的基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并且能够实际运用岗位（群）所需的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展所必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

（6）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

（7）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

（8）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

（9）掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

（10）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设

计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

（11）掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

（12）掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

（13）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（14）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（15）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（16）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置

（一）课程体系结构图

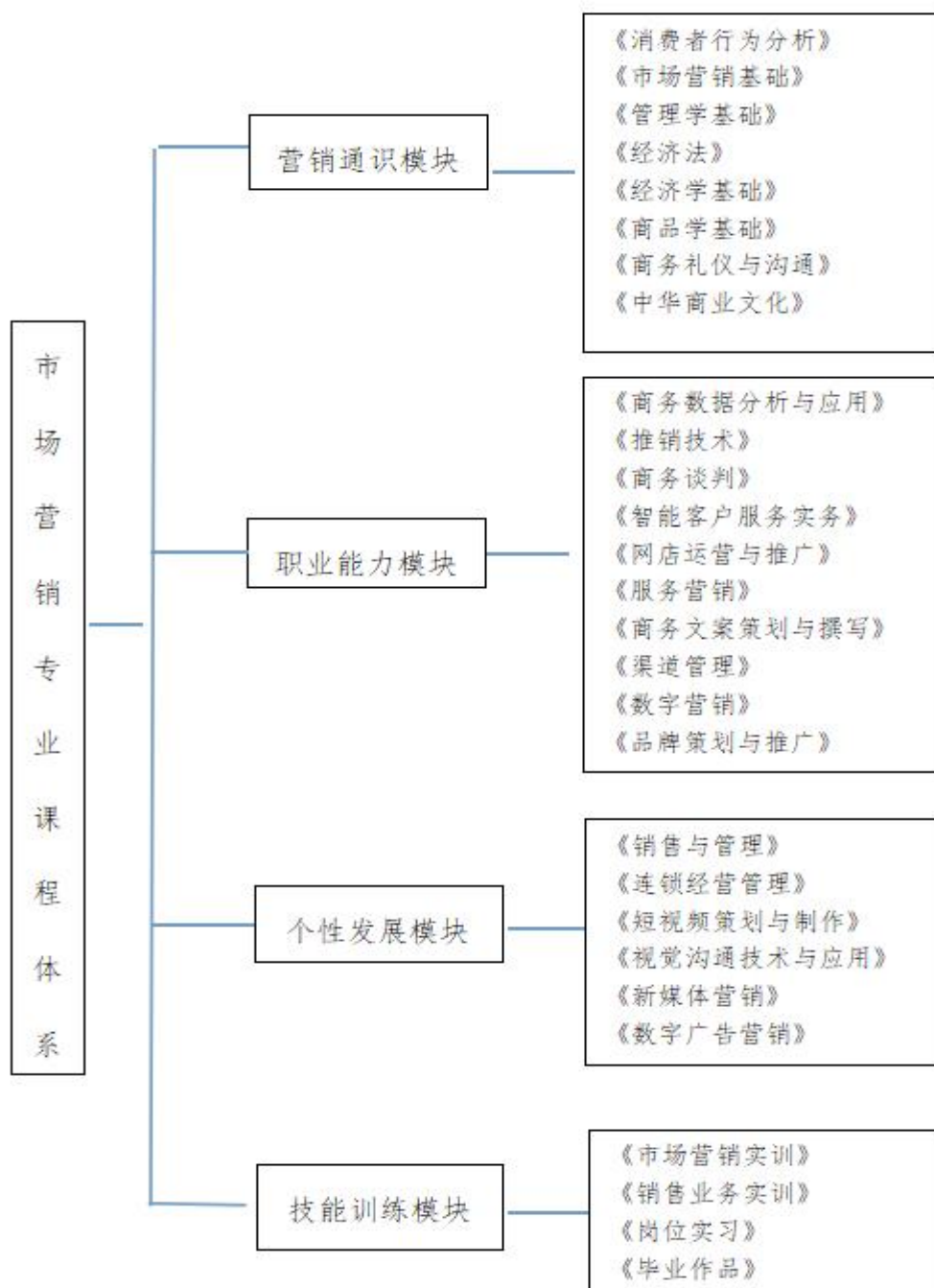


图 1：课程体系结构图

（二）公共基础课程

1. 思想道德与法治（课程代码：999999140，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，引导大学生领悟人生真谛，坚

定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革开放的生力军；引导大学生形成正确的道德认知，积极投身道德实践，做到明大德、守公德、严私德；引导大学生全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

（3）课程内容：“思想道德与法治”课程融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体，有助于大学生领悟人生真谛、把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，广泛践行社会主义核心价值观；有助于大学生遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践结合起来，引领好的社会风尚；有助于大学生学习法治思想、养成法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

（4）教学要求：本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。通过大班授课和小组研讨结合模式进行教学。教学方法采取案例式教学、探究式教学和专题式教学等方法。教学采用多媒体课件、线上平台资源等形式。考核评价多元化，平时成绩和期末成绩相结合，平时成绩包括考勤、课堂表现、学习笔记、章节测试和实践项目，期末成绩为期末考试总评。

（5）考核方式：考试课

2.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（课程代码：9999990210，32学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，使大学生对中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；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有更加明显地提升。

(3) 教学内容：“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验、集中阐述马克思主义中国化时代化最新成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。系统阐述毛泽东思想的形成和发展、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。

(4) 教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化为主线，通过大班授课与小组研讨结合模式，系统讲授毛泽东思想、邓小平理论等理论成果的核心内容与历史逻辑，融入党史案例与实践教学。教学采用多媒体课件、线上平台资源及互动辩论等形式，注重理论联系实际，培养学生运用马克思主义立场分析问题的能力。

(5) 考核方式：考试课

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论（课程代码：

9999990120, 48 学时)

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。

(3) 课程内容：“习近平新时代中国特色社会主义思想概论”课程以马克思主义中国化时代化最新成果为重点，系统阐明习近平新时代中国特色社会主义思想时代背景、新时代坚持和发展中国特色社会主义、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、全面深化改革开放、推动高质量发展、社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、以保障和改善民生为重点加强社会建设、建设社会主义生态文明、维护和塑造国家安全、建设巩固国防和强大人民军队、坚持“一国两制”和推进祖国统一、中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体、全面从严治党。

(4) 教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化最新成果为重点，系统阐明习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、精神实质、丰富内涵、实践要求，揭示和阐释这一思想的立论基础、时代背景、主题主线、历史贡献，以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、本质特征、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，培养学生运用马克思主义立场分析问题的能力。

(5) 考核方式：考试课

4.形势与政策教育（课程代码：9999990600，48 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，适时地进行形势与政策教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，正确认识世情、国情和党情。使大学生在新时代深化改革的环境下具有坚定的立场，学会用正确的观点和方法分析形势，掌握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，激发爱国主义热情，增强民族自信心和社会责任感，具有坚定走中国特色社会主义道路的信心。

(3) 课程内容：“形势与政策教育”课程着重进行党的基本理论、基本路线、基本方略和基本经验教训；进行我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育；进行马克思主义形势观、政策观教育。增强学生爱国主义责任感和使命感，明确自身的人生定位和奋斗目标的课程。

(4) 教学要求：本课程依据课程属性、教学目标和学习对象分析，准确把握本门课程的重点和难点，并对本课程教学内容、教学资源、教学手段、考核办法等进行总体规划。综合优化教学内容，科学设计教学流程，高效利用教学资源，合理选择教学手段和方法，及时开展考核评价与反馈。

(5) 考核方式：考查课

5.军事理论（课程代码：9999991200，36 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，使学生能够理解国防历史，了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就，熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容。围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观,使学生树立正确的国防观，激发学生的爱国热情，增强学生的国防意识，提高学生的综合国防素质。

(3) 教学内容：“军事理论”课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，以提升学生国防意识和军事素养为重点，引导学生理解国防内涵和国防历史，熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容，掌握机械化、信息化战争的形成、形态和发展趋势，同时凝练学院人才培养特色，全面提高学生的综合素质发展，实现学院人才培养目标。

(4) 教学要求：本课程以“课堂教学+网络教学”为主要课程形式，重视信息技术和慕课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，坚持启发式教学、教与学互动，配合军事实例的讲解及适当的思考题，多采用提问式、思考式，激发学生学习兴趣，增加课堂互动性,考核评价方法采用多维评价标准,多角度全方位的提升国防意识，筑牢国防观念。

(5) 考核方式：考查课

6.军事技能（课程代码：9999991220，3周）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过军事技能训练，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以国防教育为主线，使学生通过军事训练了解掌

握基本军事技能，进行革命英雄主义和人民军队的传统教育，激发学生爱国主义热情，提升学生国防意识和军事素养。

（3）教学内容：“军事技能”以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，掌握队列动作的基本要领，养成良好的军事素养，了解格斗、防护的基本知识，熟悉卫生、救护基本要领，掌握战场自救互救的技能，提高学生安全防护能力，熟知战备规定，紧急集合，徒步行军、野外生存的基本要求、方法和注意事项，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

（4）教学要求：本课程以实践教学为主要课程形式，在学期初开展为期 21 天的基本军事训练，注重集体实训与个别指导相结合，因材施教，针对学生个性差异实施训练，必要时可实行分开训练，重视安全训练，加强预防措施，通过小组展示、团队协作和方队演练等形式加强军事理论与实践的有机结合，形成有计划、有重点、有针对性的讲解技术，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。

（5）考核方式：考查课

7. 国家安全教育（课程代码：9999991222，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在引导学生牢固树立“大安全”理念，理解国家安全的重要性，充分认识国家安全面临的复杂形势，不断增强国家安全意识，为国家和社会的稳定与发展贡献力量，使关心国家安全、维护国家安全成为学生的思想共识和行动自觉，为维护国家长治久安、培养担当民族复兴大任的时代新人奠定坚实基础。

(3) 课程内容：“国家安全教育”课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以总体国家安全观为统领，紧密结合国家安全的形势任务，重点讲解总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，我国新时代国家安全的形势与特点，国家安全重点领域的基本内容、重要性、面临的机遇与挑战、维护的途径与方法等。包含导论；完整准确领会总体国家安全观；在党的领导下走好中国特色国家安全道路；更好统筹发展和安全；坚持以人民安全为宗旨；坚持以政治安全为根本；坚持以经济安全为基础；坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障；坚持以促进国际安全为依托；筑牢其他各领域国家安全屏障；争做总体国家安全观坚定践行者。结合案例分析、实践教学等方式，帮助学生掌握应对国家安全风险的方法和策略，沉浸式提升维护国家安全的能力。

(4) 教学要求：本课程采用“案例分析法”解析国际安全热点事件，实施“任务驱动法”完成国家安全实践任务，引导学生把握总体国家安全观，增强国家安全意识。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，考核学生对课程的整体把握和理解程度。

(5) 考核方式：考查课

8. 中华民族共同体概论（课程代码：9999991223，16 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，引导学生树立正确的中华民族历史观，铸牢中华民族共同体意识，自觉促进各民族之间的交流和融合，铸就中国心、铸造中华魂，并不断增强对国家的归属感和责任感，立足中国历史实践和当代实践，坚持走自己的路，为实现中华民族伟

大复兴的中国梦团结奋斗。

(3) 课程内容：“中华民族共同体概论”课程以中华民族共同体理论为统领，通过阐述中华民族的历史演进、多元文化交融、民族关系发展等内容，重点讲述中华民族共同体的形成过程、特征及其在现代社会的重要性。包含：中华民族共同体基础理论；树立正确的中华民族历史观；文明初现与中华民族起源（史前时期）；天下秩序与华夏共同体演进（夏商周时期）；大一统与中华民族共同体初步形成（秦汉时期）；“五胡”入华与中华民族大交融（魏晋南北朝）；华夷一体与中华民族空前繁盛（隋唐五代时期）；共奉中国与中华民族内聚发展（辽宋夏金时期）；混一南北与中华民族大统合（元朝时期）；中外会通与中华民族巩固壮大（明朝时期）；中华一家与中华民族格局底定（清前中期）；民族危亡与中华民族意识觉醒（1840—1919）；先锋队与中华民族独立解放（1919—1949）；新中国与中华民族新纪元（1949—2012）；新时代与中华民族共同体建设（2012—）；文明新路与世界命运共同体。

(4) 教学要求：本课程采用“理论+实践”双模块结构，引导学生树立正确的中华民族历史观，自觉担当起中华民族伟大复兴的青年使命。结合案例分析、实践活动等形式，让学生深入理解中华民族共同体的丰富内涵和实践要求。采用“案例分析法”分析中华民族共同体的丰富内涵和实践要求，开展“民族故事我来讲”主题实践活动。教学采用多媒体课件、线上平台资源及社会实践等形式，注重理论联系实际，考核学生对课程的整体把握和理解程度。

(5) 考核方式：考查课

9. 职场通用英语（课程代码：9999990590-9999990591，128 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用，为后续专业学习奠定职业发展基石。

(3) 课程内容：“职场通用英语”课程以中等职业学校和普通高中的英语课程为坚实基础，与本科教育阶段的英语课程紧密衔接，旨在系统培养学生的英语学习与应用能力，为其未来的持续学习和终身发展奠定坚实的英语基础。学生将全面掌握英语语音、词汇、语法、语篇及语用等核心知识，具备熟练的英语听、说、读、看、写、译等综合能力，并能够灵活运用体态语言和多媒体手段，根据具体语境采取恰当策略，准确理解和有效表达口头及书面话语的深层意义，从而能够胜任日常生活和职场情境中的各类沟通任务。课程分为 12 个单元，主要从校园生活、社会问题、人生规划、求职、面试、实习、入职、职场礼仪、职业规划等主题，引导学生学会交流，学会思考，学会表达，帮助学生规划职场，规划未来，确定人生的发展方向。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践结合，教学方法创新实践，融合案例分析、角色扮演等多元模式，全面提升职场英语沟通能力。考核评价全面细致，结合项目作业、口语测试及职场情境模拟，准确评估学生职场英语应用水平，为后续专业学习助力。

(5) 考核方式：第一学期考查课，第二学期考试课

10.信息技术（课程代码：9999990830，60 学时）

(1) 课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习、技能训练和综合应用实践，使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

（3）课程内容：“信息技术”课程包括基础模块和拓展模块。基础模块包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。拓展模块包含信息安全等内容。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

（5）考核方式：考试课

11.人工智能技术与应用（课程代码：9999990840，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，激发学生对人工智能的兴趣，提高学生对 AI 的认识，培养学生的创新思维，鼓励学生探索人工智能的新应用领域。培养学生具有精益求精、严谨、刻苦钻研的品质。

（3）教学内容：“人工智能技术与应用”课程全面涵盖人工智能的起源与发展历程、核心原理及其在实际领域中的广泛应用。课程将

深入剖析人工智能的技术基础，同时着重探讨 AI 如何有效辅助科研过程，具体包括确定研究课题的方向与思路、高效搜集并整理相关资料、撰写规范且深入的实践报告，以及制作专业且富有表现力的 PPT 展示材料。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和考核相结合方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

12.体育（课程代码：9999991140，108 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生了解各项体育项目起源和文化；掌握基本练习方法，协调发展人体各部位肌肉群，使人体均匀和谐的发展，帮助形成正确优美的身姿体态；缓解心理压力。实现高等职业院校公共体育课程立德树人、强健体魄、满足兴趣、发展体能、提升素养、服务专业的目标定位，具体为培养顽强的意志品质，良好的风度素养，陶冶美的情操；培养良好的体育锻炼与行为能力。

（3）教学内容：“体育”课程以学生为主体，实现在校期间掌握篮球、足球、乒乓球等两项及以上运动技能，掌握各项运动技能的基础理论知识、技术动作要领、基本身体素质练习方法、专项身体素质练习方法、竞赛规则以及提高运动欣赏能力。

（4）教学要求：本课程在教学组织过程中严谨、步骤清晰、安排有序、科学合理；教学实践注重集体教学与个别指导相结合，因材施教，针对学生个性差异进行教学；重视安全教育，加强预防措施。

（5）考核方式：考试课

13.劳动教育（课程代码：9999991221，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，树立正确劳动观，尊重并热爱劳动，培养专业适配的劳动素养，弘扬劳模、劳动及工匠精神，倡导劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

（3）课程内容：“劳动教育”课程旨在培养马克思主义劳动观，树立劳动最崇高、最光荣、最伟大、最美丽的理念。弘扬劳模与工匠精神，引导学生树立正确劳动观，增强诚实劳动意识。通过学习，积累职业经验，提升就业创业力，树立正确择业观，增强职业荣誉感，培育勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。

（4）教学要求：本课程以“网课+面授”的授课方式，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

14.心理健康教育（课程代码：9999991330，32 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，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，培育学生热爱生活、珍视生命、自尊自信、理性平和、乐观向上的心理品质和不懈奋斗、荣辱不惊、百折不挠的意志品质，促进学生思想道德素质、科学文化素质和身心健康素质协调发展，切实提高学生心理素质，促进学生全面发展。

（3）教学内容：“心理健康教育”课程是一门集心理健康知识传

授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。本课程以学生心理素质培养为主线，秉持以人为本、立德树人、助人自助的理念，围绕“适应大学、走向健康、认识自我、调控情绪、应对挫折、优化个性、和谐交往、探索爱情”贴近学生生活的教学主题，汲取中华优秀传统文化与思想，有效融入思政元素，传授心理健康知识，教授心理自助技能，发掘心理潜能优势，切实提高学生心理素质，促进学生全面发展。

（4）教学要求：本课程充分发挥课堂教学在大学生心理健康教育工作中的主渠道作用，根据学生心理健康教育的需要，采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，如课堂讲授、案例分析、小组讨论、心理测试、团体训练、情境表演、角色扮演、体验活动等，充分运用各种资源，利用相关的图书资料、影视资料、心理测评工具等丰富教学手段，尊重学生的主体性，充分调动学生参与的积极性，注重培养学生实际应用能力。

（5）考核方式：考查课

15.职业生涯与发展规划（课程代码：9999990510，24 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，引导大学生激发职业生涯发展的自主意识，推动学生理性规划未来发展，在学习过程中主动提升就业能力与生涯管理能力；帮助大学生建立生涯与职业意识，全面了解自我、职业以及所处环境，熟练掌握决策方法，初步形成职业发展规划；协助学生确定人生不同阶段的职业目标，并规划与之对应的生活模式，实现可持续的职业生涯发展。

（3）课程内容：“职业生涯与发展规划”课程系统地讲解职业生涯规划的基本理论等内容，让学生掌握生涯规划的基本方法与工具，

不同职业的发展路径、行业趋势以及就业市场动态等信息，拓宽学生职业视野。通过自我评估等活动帮助学生建立生涯与职业意识，使学生了解自我、了解职业，了解环境，学习决策方法，形成初步的职业发展规划，从而确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式。

（4）教学要求：本课程充分发挥课堂教学主渠道作用，结合专业属性、特点与职业发展需求；针对性设计教学活动及教学案例，融合案例教学、小组讨论、情景模拟等多元模式，结合职业测评工具，将参与“职业规划大赛”作为阶段性实践任务融入课程，引导学生主动探索职业方向，提升职业规划实操能力，增强课堂互动性与趣味性。借助“学职平台”等专业化学习资源，开展线上测评、职业信息查询等教学活动。考核评价采用过程性考核与学期末考核相结合方式进行，从多维度评估学生学习效果，促进学生全面发展。

（5）考核方式：考查课

16.就业指导（课程代码：9999990520，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，助力学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观，使其深刻理解职业价值与个人发展的紧密联系；让学生清晰了解就业形势，精准把握学习与工作、学校与职场的差异，顺利实现生涯角色的转换；掌握职业前景和入职规范，提升通用技能、求职技能以及心理调适能力，实现对求职过程的有效管理。

（3）教学内容：“就业指导”课程通过讲解当前就业形势与政策，剖析学习和工作、学校和职场在环境、目标、评价体系等方面的差异，引导学生进行角色转变。利用各渠道、多手段的形式对就业信息进行搜集，结合实际案例展开就业信息的解读与甄别，通过模拟面试，撰

写求职简历，职场礼仪训练等，使学生掌握求职技能。

（4）教学要求：以专业特性为锚点，解析就业形势与行业发展趋势，系统讲解求职就业全流程。融合政策解读、案例剖析、模拟面试、小组研讨，同步开展岗位适配测评与就业技能实操训练，将参与“职业规划大赛”作为阶段性实践任务融入课程，强化学生求职实战能力，培育理性就业观、择业观与价值观。联动“学职平台”“24365就业服务平台”等资源，构建线上线下融合的教学场景，实时对接就业资讯与岗位信息。考核评价采取过程性考核与学期末考核相结合的方式，科学量化学习成效，推动学生就业素养全面进阶。

（5）考核方式：考查课

17.创新创业教育（课程代码：9999990500，16 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：通过课程学习，培养学生创新创业能力，使学生具有创业精神和团队精神，提高学生的创新创业能力、动手操作能力、团结协作能力、规划设计能力和组织运作能力，以及创业竞赛水平，成为能够直接独立地开拓事业，将知识和技术转化为社会生产力的创业者或在特定岗位上具有创新精神和创业技能的复合型、应用型专门人才。

（3）教学内容：“创新创业教育”课程通过开设职业规划、创新思维、创新方法、精益创业、创新创业大赛等模块的基础理论知识的讲授，要求学生熟悉创业环境，培养学生善于思考、敢为人先的创新意识，培养创新思维、锻炼创业能力等，不断提高自身素质，培养分析问题、解决问题的能力。通过参加创新大赛、挑战杯、创青春、等各类大型赛事等，多途径开展实践应用能力训练，全面提升实践、实

训类课程的质量。

（4）教学要求：本课程旨在提高学生的各种创新技能熟练运用，针对大学生的创新意识的强化和创新精神的凝练问题，使学生在创新意识 and 创新能力得到很好的提升。课程紧紧围绕如何提高高职学生的创新竞争力和发展力，利用情景模拟、案例分析等引导学生思考创新方法，激发学生内在的学习动力和创新的激情。不断提高学生解决问题、团队建设、沟通交流等能力，使学生具备开展创新创业训练与实践的能力。

（5）考核方式：考查课

18.新青年习党史（课程代码：777777w223，16 学时）

（1）课程性质：选择性必修课

（2）课程目标：通过课程学习，将党史作为大学生思想政治教育的重要内容，内涵丰富、具有凝聚亲和、导向指引、激励塑造和道德示范等育人作用，对加强和改进大学生思想政治教育具有重要意义。

（3）课程内容：“新青年习党史”课程记录了从中国共产党的创立和投身大革命的洪流开始，直到夺取新民主主义革命的全国胜利，最终带领中国人民进入社会主义建设、改革开放和现代化建设新阶段的发展壮大的过程。

（4）教学要求：本课程按“重大事件－精神谱系－青年担当”三大模块编排，采用“问题链教学”破解历史虚无主义认知误区，课程成绩按照视频学习任务 and 党史闯关任务完成情况统计。

（5）考核方式：考查课

19.新中国史（课程代码：777777w224，16 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，以中国特色社会主义的奠基、开创、坚持和发展为主线，全方位、多层次展现新中国发展的光辉历程，突出思想性、政治性和理论性特点，注重体现社会风貌和人民生活的变化，努力引导学生坚定不移听党话、跟党走，在全面建设社会主义现代化强国的伟大实践中建功立业。

(3) 教学内容：“新中国史”课程主要讲授新中国成立以来中国社会发展的历史，特别是全国各族人民在中国共产党的领导下，探索、开创、坚持和发展中国特色社会主义，为实现中华民族伟大复兴不懈奋斗的历史。教学内容按照时间发展脉络，包含了新中国成立和社会主义基本制度的确立、社会主义建设的艰辛探索和曲折发展、改革开放和中国特色社会主义的开创、中国特色社会主义的跨世纪发展、新世纪新阶段中国特色社会主义的坚持和发展、中国特色社会主义进入新时代和开启全面建设社会主义现代化国家新征程。

(4) 教学要求：本课程以新中国成立以来历史发展为主线，聚焦关键事件，通过案例导学，生动还原新中国以来的各领域发展状况，特别是探索、开创、坚持和发展中国特色社会主义的丰富实践。课程成绩按照视频学习任务 and 闯关任务完成情况统计。

(5) 考核方式：考查课

20. 新时代交通强国战略（课程代码：777777w221，16 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在引领学生坚定“四个自信”，凝聚起投身新时代交通强国建设的磅礴力量，站在新的历史起点，为交通强国发展注入新动能，谱写更为耀眼的新华章。

(3) 课程内容：“新时代交通强国战略”课程落实加快建设“交通强国”要求，讲述了交通发展的成就和未来交通发展的建设框架，通过榜样人物的引领，展现交通人奋进新时代的精神风貌。包含：从交通大国向交通强国迈进的交通；便捷高效的交通；开放融合的交通；智慧创新的交通；赞中华大美交通。

(4) 教学要求：本课程按“政策解读－技术前沿－职业素养”三大模块编排，课程成绩按照视频学习任务和闯关任务完成情况统计。

(5) 考核方式：考查课

21. 交通文化与交通工匠（课程代码：7777770125，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在服务交通强国文化建设目标，立足交通院校办学特色，汇聚传播交通运输正能量，多载体讲好交通故事，推进优秀交通文化传承创新，引导学生传承工匠精神，提升学生投身交通强国建设的历史使命感和责任感。

(3) 课程内容：“交通文化与交通工匠”课程通过对交通文化历史、感动交通人物、智慧创新交通、绿色低碳交通、惠民共享交通、胸怀天下的交通的介绍，展现交通运输领域发生的重大事件，特别是改革开放 40 多年来交通建设取得的巨大成就，以及交通服务经济社会发展的辉煌历程，引导学生了解交通文化的内涵、历史沉淀和现代发展。

(4) 教学要求：本课程按照学、思、践、悟四种方式融合线下、线上课程内容，思考交通历史的当代价值，思考交通文化对社会发展的影响，思考交通工匠精神的意义。实地考察交通历史遗迹、探访交

通工匠、感悟智慧交通的创造性等，亲身体会交通文化的魅力，提升综合素质。将交通文化的精髓和工匠精神的真谛内化为自身的素养，在交通强国建设的新征程中，交出青年人的青春答卷。

（5）考核方式：考查课

22.交通史话（课程代码：777777w226，32 学时）

（1）课程性质：选择性必修课

（2）课程目标：本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，回应了当代交通教育必须面对的重大课题：如何以两千多年的中国交通发展，尤其是新时代以来中国交通事业取得的辉煌成就，引领学生坚定“四个自信”，深入理解交通发展的历史使命、时代内涵和战略定位。

（3）教学内容：“交通史话”课程通过“历史叙事+价值引领”的双维架构，将交通发展史升华为中华民族交通奋斗史，实现知识传授与价值引领的统一，为培养新时代交通领域技术技能人才提供兼具学术深度与育人温度的课堂内容。以“古代—近代—现代—当代—未来”为时间主线，注重交通技术突破与社会文化发展的双重阐释。以两千多年的中国交通发展，尤其是新时代以来中国交通事业取得的辉煌成就，展现交通运输服务经济社会发展的辉煌历程。

（4）教学要求：本课程以时间为主线，聚焦关键事件，通过详实史料与案例导学，生动还原交通发展历史，课程成绩按照视频学习任务闯关任务完成情况统计。

（5）考核方式：考查课

23.经典诵读（课程代码：7777770100，16 学时）

（1）课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，以经典作品中传递出的爱国主义精神对学生进行审美和道德净化。

(3) 教学内容：“经典诵读”课程重点介绍中国古今优秀的经典文学作品，通过文本细读、背景导读、合作探究、涵咏吟诵等方式指导学生精心阅读和品鉴，既提高学生的文学素养，又提升学生的诵读能力。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，适配不同水平；采用诵读示范、情境演绎法；营造书香文化环境；考核融合课堂表现、诵读成果与理解深度综合评定。

(5) 考核方式：考查课

24.传统木工（课程代码：7777770223，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在向学生传承传统木工技艺，培养学生的动手操作能力，进一步提升审美鉴赏力和创造力。能够掌握如何使用各种相关工具，学会如何将一块普通的木头转化为一件木工作品，培养学生的工匠精神。

(3) 课程内容：“传统木工”课程涵盖木工基础、工具使用、木艺设计、实践操作等，包含从基础的木工知识到制作技巧，旨在激发学生对传统手工艺的兴趣和热爱，让学生在实践中学习和成长。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践结合，强调安全规范，鼓励创新思维。通过作品展示、技能测试及平时表现进行综合评定。

(5) 考核方式：考查课

25.生态文明——撑起美丽中国梦（课程代码：777777w201，16

学时)

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：通过课程学习，让学生熟知推进生态文明是建设美丽中国，同心共筑中国梦的重要任务，提高民族素质的重要举措，具有极为重要的现实意义。

(3) 教学内容：“生态文明——撑起美丽中国梦”课程讲授工业文明之后的世界伦理社会化的文明形态，是和谐社会可持续发展为基本宗旨的文化伦理形态。本课程紧扣时代主题，内容丰富，结构新颖；注重融会贯通，从多个角度深入浅出地阐述了生态文明与美丽中国梦的关系。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

26. 数字时代的智能技术（课程代码：7777777335，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握人工智能、大数据等核心技术原理，理解其与行业场景的融合路径；形成对技术发展的批判性思维，平衡创新驱动与风险防控意识；提高学生的国际化视野。

(3) 教学内容：数字时代的智能技术”课程以科技史的视角为切入点，介绍科技发展对人类社会的重要影响，引入人工智能（AI）的发展、应用，以及对社会影响。引导学生了解关于 AI 的相关原理、概念、发展趋势以及应用方向；能够判断在实际工程应用中 AI 技术的潜在应用场景，并结合所学的知识、技能进行分析、建模和求解等，

进一步加强工程化思维能力。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

27. 大学数学（课程代码：7777777002，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，拓展学生数学思维，提升数学素养及跨学科应用能力，培养学生的逻辑推理、问题解决及数学建模能力。

(3) 教学内容：“大学数学”课程旨在深入系统学习数学基础理论与应用技能。课程内容涵盖数学分析、代数、几何等核心领域，理论讲授与实例演练相结合的方式，讲解数学转化与应用。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

28. 前进中的物理与人类文明（课程代码：777777w010，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，培养学生的科学思维和跨学科应用素养，培养学生的物理问题认知和解决机械物理等基础问题的能力。

(3) 教学内容：“前进中的物理与人类文明”课程旨在引领学生从物理学的起源出发，从通俗的角度讲解了物理学中若干重大问题，

包括电磁场、现代光技术、磁学基础、量子力学与量子信息学、狭义相对论、固体物理基础与现代科技、夸克、粒子物理及粒子实验简介、磁性材料中的磁畴、实验与物理学发展以及新能源与物理。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

29.化学与人类（课程代码：7777777003，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，为学生提供系统而深入的化学知识学习体验培养学生的科学思维方式和跨学科应用能力。

(3) 教学内容：“化学与人类”课程介绍了化学在人类的生存、发展中的重要地位以及提高人类生活质量做出的贡献，帮助学生对化学中的一些基本原理和知识产生进一步的了解和认识。此外也提供了一些易燃易爆及有毒物质的知识，只有掌握了它们的规律才能防患于未然。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

30.地理（课程代码：7777777004，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生具备地理基础理论知识。能够运用地理思维分析地球表层系统的相互作用及变化规律。了解地

理学在城乡规划、区域发展、环境保护等领域的应用实践。具备初步的地理野外考察技能和地理信息技术应用能力。

(3) 教学内容：“地理”课程旨在拓宽学生的地理知识视野，深化对地球表层系统及其相互关系的理解，培养学生的地理思维能力和实践应用能力。通过系统的理论讲授、案例分析、实地考察等多种教学方式，引导学生探索地理科学的奥秘，为未来的学术研究、职业规划及终身学习奠定坚实的基础。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

31. 中国画（课程代码：7777770334，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，开展中国工笔画线描实践，使学生在实践中感悟中国绘画精神，锻炼操作中的耐心细致，领悟精益求精的中国艺术追求。

(3) 课程内容：“中国画”课程重点介绍中国传统绘画背景知识及技法常识，注重学生动手实践。激发学生对于中国传统绘画的浓厚兴趣。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，兼顾不同基础；运用示范、实践、讨论法；营造传统艺术氛围的教学环境；考核结合课堂表现、作品成果与文化理解，综合评价。

(5) 考核方式：考查课

32. 书法（课程代码：7777777330，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，以汉字为载体，培养学生具有良好书写习惯、书写态度和一定汉字审美情趣的一门课。

(3) 课程内容：“书法”课程通过对汉字笔顺、笔画、大小、位置、整体形态和间架结构的学习，促进学生写一手好字。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，兼顾不同基础；运用示范、实践、讨论法；营造传统艺术氛围的教学环境；考核结合课堂表现、作品成果与文化理解，综合评价。

(5) 考核方式：考查课

33.传统图案（课程代码：7777770335，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生在理解图案的设计背景的基础上，掌握图案的变化规律和形式美感的原理。

(3) 教学内容：“传统图案”课程以我国传统图案为主线，分别介绍图案的基础知识、图案构成的形式美法则、中国传统图案等。

(4) 教学要求：本课程教学组织分层分组，运用案例剖析、实操训练法；营造传统美学氛围；考核结合课堂参与、设计成果与文化解读，多元评定。

(5) 考核方式：考查课

34.民间工艺（课程代码 7777770211，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，传承民间工艺精髓，培养学生审美情趣与手工技艺，弘扬传统文化。

(3) 课程内容：“民间工艺”课程涵盖民间工艺历史、技艺介绍、

实践操作、创新设计等多个方面。

（4）教学要求：本课程教学组织分层分组，注重理论与实践相结合，强调工艺技巧与创意并重，确保教学安全有序。通过作品展示、技艺演示及课堂参与度进行综合评定，全面考察学生学习成果。

（5）考核方式：考查课

35.中国戏曲（课程代码：7777770161，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，学生在实践中感悟中国传统文化的魅力，锻炼身形姿态，领悟中国传统文化的博大精深。

（3）教学内容：“中国戏曲”课程重点介绍中国戏曲的形成与发展以及国粹京剧，注重学生实践。我们将开展京剧服饰展示实践与身形组合实践。

（4）教学要求：本课程教学组织按行当分组，差异化教学；采用观摩模仿、身段实践法；打造戏曲主题沉浸环境；考核结合唱念做打表现、理论认知综合评定。

（5）考核方式：考查课

36.中国近代歌曲合唱与指挥（课程代码：777777w211，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生对音乐形成完整的概念，并能理解和掌握合唱的训练方法和手段、组织和指挥合唱队演唱中、小型作品，用正确指挥图示和准确的指挥手势引导合唱队表现作品。

（3）教学内容：“中国近代歌曲合唱与指挥”旨在使学生提高演唱多声部合唱作品的能力、培养学生的多声（和声、复调）音乐思维和感觉。

(4) 教学要求：本课程教学组织分声部训练与整体合排；运用示范讲解、分层次练习法；布置专业合唱排练环境；考核结合演唱表现、指挥技巧及团队协作综合评价。

(5) 考核方式：考查课

37. 非遗文化欣赏（课程代码：7777777332，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，旨在传承与弘扬中华非物质文化遗产，提升学生对传统文化的认知与尊重。

(3) 课程内容：“非遗文化欣赏”课程涵盖传统戏曲、传统茶艺、传统年画和传统木工四个模块。课程以在线上带领学生身临其境走进博物馆，感知非遗文化精髓，从课程非物质文化遗产的概述、分类、保护原则、传承方式以及具体案例分析等多个方面。通过理论讲解与实践操作相结合的方式，让学生全面了解非遗文化的魅力与独特之处。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

38. 美术欣赏（课程代码：7777770030，32 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，本着根植中华优秀传统文化深厚土壤，汲取人类文明优秀成果为原则，引领学生树立正确的审美观念。

(3) 教学内容：“美术欣赏”课程内容主要涵盖绘画，建筑，雕

塑等方面的内容，提升学生美术作品鉴赏能力。

（4）教学要求：本课程采用分层与专题结合的教学组织，满足多元学习需求。运用案例分析、对比鉴赏与观摩教学法，深化理解。打造艺术氛围浓厚的教学环境，使用多媒体设备辅助教学。考核以课堂表现、赏析报告、小组研讨成果等多维度综合评价，提升审美素养。

（5）考核方式：考查课

39.音乐欣赏（课程代码：7777770040，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生接受真善美的熏陶，激发爱国情感，民族自豪感油然而生，世界观、价值观、人生观由此受到影响，从而坚定文化自信，道路自信，中国传统文化发扬光大。

（3）教学内容：“音乐欣赏”课程内容包括音乐常识、中国民歌欣赏、中国民族器乐欣赏及西方经典音乐赏析。

（4）教学要求：本课程按音乐类型与风格组织教学模块，兼顾学生兴趣差异。采用作品赏析、视听结合、对比讨论的教学方法，增强参与感。使用音响设备与多媒体的沉浸式教学环境。考核通过课堂发言、赏析报告、小组展示进行综合评定，全面考查音乐鉴赏能力。

（5）考核方式：考查课

40.传统文化与现代经营管理（课程代码：777777w211，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，引导学生领悟传统智慧，通过传统文化的熏陶，培养学生的文化素养和哲学思维。同时，让学生掌握现代管理的理论与实践技能，提升其经营能力，为未来的职业生涯打下坚实的基础。

（3）教学内容：“传统文化与现代经营管理”课程主要以现代经营管理为主线，伴以中国传统文化中的史例实例，从传统文化、诸子百家和传统文学等多个角度了解和分析管理学的基本概念，并探讨商业发展中创新创业、团队建设、诚信建设、损益权衡和科学管理等现代经营管理面临的问题。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

41.文学欣赏（课程代码：7777770050，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生接受艺术理论和艺术鉴赏活动的熏染，有助于学生树立正确的人生观、世界观、价值观。

（3）教学内容：“文学欣赏”课程通过对中国古代文学经典与近现代优秀作品的感知鉴赏和中国文学史的梳理，使学生熟知悠久灿烂的中国文化与文学，培育学生的爱国情怀和民族自豪感，增进其文化自信。

（4）教学要求：本课程教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用情境教学、比较分析等方法，激发审美感知；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、作品赏析报告与期末大作业，全面考量文学鉴赏能力与批判性思维。

（5）考核方式：考查课

42.公文写作规范（课程代码：7777777336，16 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：通过课程学习，教会学生掌握应用文写作规范，提高学生公文写作的文字表达能力。

（3）教学内容：“公文写作规范”课程内容涵盖通知、报告、计划等文书写作，注重实战演练。

（4）教学要求：本课程教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用案例教学、比较分析等方法；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、随堂应用文作品与期末主题大作业，全面考量应用文写作能力。

（5）考核方式：考查课

43.大学语文（课程代码：7777777001，32 学时）

（1）课程性质：限选课

（2）课程目标：强化阅读与鉴赏能力，深入理解文学经典与文化内涵。提高写作与表达能力，掌握实用文体的规范与技巧。培养批判性思维，增强语言逻辑与文化自信。

（3）教学内容：经典文本解析：精选古今中外文学名篇，探讨主题思想、语言艺术及社会价值。写作技能训练：涵盖议论文、应用文等文体写作，注重逻辑结构与语言表达。语言实践拓展：通过演讲、辩论等活动，提升口语表达与沟通能力。

（4）教学要求：本课程安排在第五学期，教学组织采用分层分组模式，兼顾个体差异与合作探究；运用情境教学、比较分析等方法；营造开放包容的课堂环境，鼓励多元解读；考核评价结合课堂表现、课程报告与期末大作业，全面考量语文能力。

（5）考核方式：考查课

44.团队管理（课程代码：7777777333，16 学时）

(1) 课程性质：限选课

(2) 课程目标：通过课程学习，帮助学生掌握团队协作的核心技能，培养领导力与组织协调能力，为未来职业发展奠定基础。

(3) 教学内容：“团队管理”课程围绕项目或工作团队在管理过程中的理论基础、实践技能、案例分析、模拟演练四个方面内容递进式进行讲授。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

45. 安全生产教育（课程代码：7777777337，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握安全生产的基本知识、法规要求及应急处理技能。增强安全生产意识，严格遵守安全规范，有效预防和控制安全事故的发生。提升在安全生产中的实际操作能力，能够迅速、有效地应对各类突发情况。

(3) 教学内容：“安全生产教育”课程专注于提升学生安全生产意识与技能的实用性课程。通过系统的理论讲解、实例分析和实践操作，旨在帮助学生全面掌握安全生产的基本知识、法规要求及应急处理技能，确保员工在工作中能够严格遵守安全规范，有效预防和控制各类安全事故的发生。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

46.企业文化与职业素养（课程代码：7777777338，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

(2) 课程目标：通过课程学习，提升学生个人职业素养，包括职业道德、职业态度、职业技能等。教会学生如何根据企业文化要求，调整个人行为，促进个人与企业和谐发展。为职业生涯的长远发展奠定坚实基础，提升职场竞争力。

(3) 教学内容：“企业文化与职业素养”课程旨在提升职场人士对企业文化的理解力与职业素养，通过深入剖析企业文化的内涵、特点及其对职场发展的重要性，结合职业素养的全面提升，帮助学生更好地融入企业环境，促进个人职业成长与企业发展和谐统一。

(4) 教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

47.创新思维（课程代码：777777w061，16 学时）

(1) 课程性质：公选课

(2) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握创新思维的核心理念和方法技巧，具备创新思维能力。提升观察力、想象力、联想力等创新基础能力，为创新实践提供有力支持。增强创新意识和创新精神，敢于尝试新事物，勇于挑战传统观念。为未来的学习、工作和生活奠定坚实的创新基础，提升竞争力。

(3) 教学内容：课程通过系统的理论讲解与实践案例分析，引导学生掌握创新思维的核心理念、方法技巧，以及在实际问题中的应

用，为未来的学习、工作和生活奠定坚实的创新基础。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

48.健康教育（课程代码：7777777005，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，使学生掌握健康的基本知识和技能，具备自我保健的能力。树立正确的健康观念，形成良好的卫生习惯和生活方式。提高心理素质和应对压力的能力，保持身心健康。为未来的学习和生活奠定坚实的健康基础。

（3）教学内容：“健康教育”课程旨在全面提升学生健康素养与自我保健能力的专业教育课程。通过系统的教学安排和科学的实践指导，帮助学生掌握健康的基本知识、技能和行为方式，培养健康的生活方式和良好的卫生习惯，为终身健康奠定坚实基础。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

49.沟通与表达（课程代码：7777777006，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，旨在全面提升学生的沟通交流能力和语言表达艺术。课程将理论与实践紧密结合，通过系统化、结构化的教学，引领学生掌握有效沟通的核心秘诀与实战技巧，助力他

们在各类场合中自信、精准地展现自我。

（3）教学内容：“沟通与表达”课程内容丰富全面，涵盖沟通的基础理论框架、倾听与反馈的深奥艺术、口头与书面表达的提炼技巧，以及非言语沟通的微妙作用。学生将深入学习如何构建逻辑清晰的沟通框架，如何运用恰到好处的语言和语气传递信息，如何在多变情境中灵活应对、游刃有余，以及如何利用非言语信号增强沟通的感染力和说服力。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

（5）考核方式：考查课

50.个人形象设计（课程代码：7777777007，16 学时）

（1）课程性质：公选课

（2）课程目标：通过课程学习，提升学生独立进行个人形象设计的能力，无论是在职场、社交还是日常生活中，都能以得体的形象展现自我，提升自信与魅力。

（3）教学内容：“个人形象设计”课程内容涵盖形象设计的基本原理、色彩搭配技巧、服饰风格选择、妆容与发型设计，以及仪态与气质培养等多个方面。通过系统的学习，学生将深入了解自身特点，如肤色、体型、气质等，并学会如何根据这些特点进行个性化的形象设计。

（4）教学要求：本课程以在线课程为学习载体，灵活便捷，适应现代学生的学习习惯。考核形式采用线上学习和线上考核相结合的方式，全面评价学生的学习效果和应用能力。

(5) 考核方式：考查课

(三) 专业课程

1. 专业基础课

1.1 市场营销基础（课程代码：5306051211，60 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：涉及市场调研与分析技术、营销环境、营销战略、4P、客户服务等领域。

(3) 对应的典型工作任务：

①理解市场营销的含义、核心概念、认知市场营销，了解市场营销。

②掌握市场营销的环境、购买者行为、竞争者和市场预测的相关核心概念。

③掌握目标市场策略的相关理论知识。

④熟悉产品、定价、促销、营销渠道的相关理论知识。

⑤熟悉客户关系、营销机会、组织与控制的相关理论知识。

(4) 课程目标：通过课程学习、在多元化的社会环境下，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。尤其是社会用人标准的不断提升，要求高校必须加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。利用新颖渠道辅助思政教学，借助新媒体平台与学生开展线上交流，建立微信公众号，给学生分享思政知识，引用与市场营销基础有关的思政案例与学生共同探讨和学习，培养学习在实践中精益求精，一丝不苟的做事态度和工匠精神。符合新发展理念先进生产力质态。

(5) 课程内容：“市场营销基础”课程包括基础模块和拓展模块。

本课程是一门应用性较强的课程，主要讲授市场营销环境分析方法，STP 分析技巧，4P 策略分析技巧，通过课程的学习能够帮助学生夯实理论基础，激发学习兴趣和求知欲。对于市场营销专业的学生而言，通过该课程的学习将有利于市场营销后续课程的学习打下基础。

（6）教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

（7）考核方式：考试课

1.2 经济学基础（5306051240，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：数学、统计学、计量经济学等。

（3）对应的典型工作任务：

①市场分析与供需研究。

②投资项目的可行性分析。

③资源的优化配置。

④收集经济数据。

⑤行业研究与报告撰写。

⑥宏观经济政策分析。

（4）课程目标：本课程是面向本专业开设的一门必修专业基础课程，旨在引导学生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；培养学生德智体美劳全面发展、掌握扎实的经济学基础知识；具有行业调研、用户调研、用户行为分析的能力；具备对新知识、新技能的学习能力、较强的就业创业能力和可持续发展的能力；为学

生将来从事营销类相关工作岗位奠定基本的经济学知识基础。

（5）主要内容：市场经济中产品的需求和供给、消费者行为分析、生产者行为分析、成本与收益分析、市场结构分析、国民收入决定理论、宏观经济政策等。

（6）教学要求：本课程教学方法采用互动研讨、案例分析、探究式教学、项目式教学等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、能力提升等进行全面考核。

（7）考核方式：考试课

1.3 中华商业文化（课程代码：5306051244，30 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：商业文化传承、商业伦理、营销文化应用

（3）对应的典型工作任务：

- ①中华老字号品牌文化内涵挖掘。
- ②商业文化故事的新媒体传播方案设计。
- ③古代商帮经营理念的现代营销转化。
- ④商业文化价值观在品牌建设中的贯彻。
- ⑤传统文化元素融入产品包装设计。

（4）课程目标：通过课程学习，学生掌握中华商业文化发展脉络，了解古代商业思想、商业制度、商业活动的基本特征；熟悉传统商业文化中的诚信经营、义利观等核心价值观；理解中华商业文化在现代市场营销活动中的传承与创新应用。帮助学生从商业文化视角分析市场营销现象和问题的能力；提升学生将传统商业文化理念融入现代营销策划、客户服务等实践环节的能力；增强学生对商业文化资源

的挖掘、整合和应用能力，为职业发展奠定文化基础。使学生树立正确的商业伦理和职业道德观念，增强文化自信与民族自豪感；培养学生的跨文化沟通与创新意识，使其具备适应多元商业环境的职业素养；激发学生传承和弘扬中华优秀商业文化的责任感和使命感。

（5）主要内容：《中华商业文化》课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含中华商业文化发展历程、传统商业思想与价值观、古代商业制度与商业活动、中华老字号与传统商帮文化四部分内容。拓展模块包含中华商业文化与现代市场营销、区域商业文化特色与差异、商业文化遗产保护与开发、全球视野下的中华商业文化交流四部分。

（6）教学要求：采用案例教学法，选取中华老字号发展、传统商帮经营等典型案例，引导学生分析讨论；运用情境教学法，模拟古代商业交易场景、现代商业策划活动等，让学生直观感受商业文化氛围。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

（7）考核方式：考查课

1.4 管理学基础（课程代码：5306051241，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：工商管理

（3）对应的典型工作任务：

- ①模拟组建公司。
- ②企业文化调查分析。
- ③建立组织结构制定规章制度。
- ④设计激励方案。

⑤编制计划书。

(4) 课程目标：通过学习，使学生在掌握管理理论框架基础上，认识管理活动的各项职能，树立科学的管理理念，并能运用所学的管理思想和管理方法分析实际问题；了解管理学发展的新趋势及其面临的挑战，为进一步学习其他专业课和为日后的实际管理工作奠定理论基础。通过课程中“爱国、敬业、奉献”的元素、“自律守时、诚信友善”的相关案例，对学生的思想理念进行潜移默化的引导教育。强化学生政治认同，坚定学生理想信念，增强学生政治意识、大局意识、树立正确的劳动观、价值观、人生观，职业道德、社会责任感，养成认真负责、谦虚谨慎的工作作风，以及在困难面前，勇于坚持，迎难而上的工作精神。培养学生决策和管理的能力以及创新思维，以适应新质生产力的发展要求。

(5) 主要内容：管理的四项基本职能——计划、组织、领导和控制职能，包括管理学的基本概念及管理理论的发展与演变脉络，管理活动的基本规律、管理学的一般原理以及管理技术和方法。

(6) 教学要求：本课程教学方法采用互动研讨、案例分析、探究式教学、项目式教学等多元化教学模式。本课采用过程性评价与终结性评价相结合的方式考核学生对知识和技能的掌握程度。

(7) 考核方式：考查课

1.5 商品学基础（课程代码：5306051253，36 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：商品质量管理

(3) 对应的典型工作任务：

①各类商品属性分析。

②商品分类与编码分析。

③食品质量分析。

④识别认证标识。

⑤商品包装设计。

（4）课程目标：使学生具备从事市场营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品；恰当评价商品质量，保护消费者利益；科学进行包装和储运，使商品质量得到保护；搞好商品信息反馈，促进商品生产发展；科学进行商品分类，利于经济管理现代化；正确指导消费，充分发挥商品更大作用。为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

（5）主要内容：商品的分类、各类商品的特性、商品标准与认证、商品质量管理、商品检验与包装。

（6）教学要求：

本课程教学方法采用互动研讨、案例分析、探究式教学、项目式教学等多元化教学模式。本课采用过程性评价与终结性评价相结合的方式考核学生对商品学知识的理解与应用能力。

（7）考核方式：考查课

2.专业核心课程

2.1 商务数据分析与应用（课程代码：5306051214，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：商务数据分析领域

（3）对应的典型工作任务：

①商务数据收集。

②商务数据处理。

③商务数据可视化。

④商务数据分析。

⑤场景化综合实训。

（4）课程目标：通过课程学习，使学生掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力，具备针对不同业务场景选择分析工具完成可视化报告的能力，培养学生数据驱动决策思维，树立数据安全与合规意识，提升商业场景化分析的能力。

（5）主要内容：本课程包括基础能力模块和场景化模块。基础模块包含数据收集、数据处理、数据分析、数据可视化，场景化模块包括营销活动分析、经营环境分析和商品销售分析等，让学生掌握商务分析的技术和方法。

（6）教学要求：本课程教学场地为理实一体化教室和商务数据分析实训室，以多种数据处理软件 and 平台为工具，开展实训教学，将理论学习与实践操作融为一体。考核形式采用理论考核和实操考核相结合方式，评价学生学习效果。

（7）考核方式：考试课

2.2 商务礼仪与沟通（课程代码：5306051215，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：商务礼仪规范、沟通技巧、跨文化商务交流

（3）对应的典型工作任务：

① 职业形象礼仪。

② 商务交往礼仪。

③ 人际沟通礼仪。

④ 会务宴请礼仪。

(4) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握商务礼仪的基本规范，包括仪表仪态、商务会面、宴请接待、会议礼仪等内容；理解商务沟通的原理、原则与技巧，熟悉不同商务场景下的沟通方式及语言表达规范；了解跨文化商务礼仪与沟通的差异和要点。帮助学生在商务活动中规范得体地展现个人形象与企业风貌的能力；提升学生在商务谈判、客户接待、产品推介等场景中的沟通与协调能力；增强学生应对商务冲突、处理客户投诉的沟通应变能力，助力其在职业活动中建立良好的商务关系。从而树立尊重他人、注重细节的职业素养，强化学生的职业形象意识和礼仪规范意识；培养学生积极主动、真诚友善的沟通态度，提升人际交往的亲和力与团队协作能力；塑造学生在商务活动中自信、专业的职业气质，增强其职业认同感与责任感。

(5) 课程内容：《商务礼仪与沟通》课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含商务礼仪基础、商务沟通基础两部分内容。拓展模块包含会议与活动礼仪、商务冲突处理与客户关系维护、团队商务沟通三部分内容。

(6) 教学要求：本课程教学方法采用互动研讨、案例分析、探究式教学、项目式教学等多元化教学模式。本课采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括课堂表现、情景模拟实践、小组作业完成情况、案例分析报告等；终结性评价通过理论考试考查学生对商务礼仪与沟通知识的掌握程度。

(7) 考核方式：考试课

2.3 消费者行为分析（课程代码：5306051213，36 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：消费者行为的竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等领域。

(3) 对应的典型工作任务：

① 掌握竞争调研的方法和技术技能。

② 掌握行业调研的方法和技术技能。

③ 掌握用户调研的方法和技术技能。

④ 掌握产品调研的方法和技术技能。

⑤ 掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为分析、用户画像解读等方法和技术技能。

(4) 课程目标：通过本课程的教学，使学生系统地了解市场营销过程中影响消费者心理的内外因素，在营销战略与策略的制定与实施中，更多地考虑目标顾客的心理特点，提高营销战略与策略的科学性与合理性，从而高效能、高质量的提升市场营销能力。同时在教学过程中融入更多的人生观，价值观，学生可以就自身遇到专业性难题向老师请教，从思政角度分析消费者心里及消费行为，融入更多的心里健康教育，使学生在学习和工作中保持健康的心态，可以快速的从消极的情绪中解放出来。结合新质生产力观点培训学生将专业变成爱好，学到极致，爱到极致，精益求精，将这种思想贯彻于内心，在将来的工作岗位成就一番事业。

(5) 课程内容：“消费者行为分析”课程包括基础模块和拓展模块。本课程主要讲授消费行为概述，消费者个性心理特征分析，消费者需要、动机与购买行为关系，消费者的学习与行为，消费者购买决策，消费者态度与消费行为，外部环境与消费行为，群体的消费心理与消费行为等。

（6）教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

（7）考核方式：考查课

2.4 智能客户服务实务（课程代码：5306051227，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：智能客服系统操作、数据分析、客户关系管理技术

（3）对应的典型工作任务：

- ① 售前售中售后服务管理体系建设。
- ② 客服团队组建。
- ③ 客户投诉监控和危机事件处理。
- ④ 智能客服应用场景设计及开发

（4）课程目标：通过课程学习，使学生掌握智能客户服务的基础理论，包括智能客服系统架构、工作原理及核心技术；熟悉智能客服工具的功能和操作流程；了解智能客户服务在市场营销领域的应用场景与发展趋势。培养学生熟练操作智能客服系统，完成客户咨询解答、问题受理、工单处理等基础服务工作的能力；提升学生运用数据分析工具挖掘客户需求、优化服务流程、制定个性化服务策略的能力；增强学生应对智能客服系统突发故障、复杂客户问题的应急处理与沟通协调能力。从而树立以客户为中心的服务理念，强化职业责任感和服务意识；培养学生的创新思维和持续学习能力，适应智能客户服务技术快速发展的行业需求；提升学生的数据安全与隐私保护意识，以及团队协作与跨部门沟通能力。

（5）课程内容：《智能客户服务实务》课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含智能客户服务基础认知、智能客服工具操作与应用两部分内容。拓展模块包含 智能客户服务数据分析与优化、智能客户服务场景化应用、智能客户服务创新与发展三部分内容。

（6）教学要求：本课程教学方法采用互动研讨、案例分析、探究式教学、项目式教学等多元化教学模式。本课采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括项目式教学、案例教学、虚拟仿真教学等；终结性评价通过理论考试和综合实训项目答辩，考查学生对知识和技能的掌握程度。

（7）考核方式：考试课

2.5 销售与管理（课程代码：5306051229，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：销售与管理

（3）对应的典型工作任务：

- ① 客户拜访。
- ② 产品方案设计与演示。
- ③ 商务洽谈。
- ④ 项目招投标。
- ⑤ 销售管理。

（4）课程目标：使学生能系统地了解作为销售主管面临的问题和挑战，全面掌握企业销售管理和销售主管应具备的理念、知识和基本技能为学生今后从事市场营销管理工作打下良好的基础。通过本课程的学习使学生树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识，树立正确择业观。通过学习培养学生的整合思维，提升学生的综合能力，能够透

过问题表象看到本质问题，构建全面、辩证的思维，培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风，端正学生销售管理态度，塑造良好的管理人员职业形象。培养学生科技创新思维，以适应新质生产力的发展要求。

（5）主要内容：销售计划制订、客户开发、客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售团队管理、销售渠道管理。

（6）教学要求：

本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。采用过程性评价与终结性评价相结合的方式进行考核。过程性评价包括案例教学、情景模拟教学、小组讨论等；终结性评价通过试卷与方案撰写相结合的方式进行。

（7）考核方式：考试课

2.6 数字营销（课程代码：5306051228，36 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：数字策划、数字互动、数字广告等领域。

（3）对应的典型工作任务：

- ①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。
- ②认知数字营销岗位。
- ③掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。
- ④掌握数字营销策划的方法和技术技能。
- ⑤掌握数字广告营销的方法和技术技能。
- ⑥掌握数字互动营销的方法和技术技能。

⑦掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。

(4) 课程目标：本课程是研究和解决大数据时代营销问题的一门学科，是市场营销专业的一门专业必修课，是该专业的核心课程之一。本课程是依据高职专业人才培养目标和相关职业岗位(群)的能力要求而设置的,对本专业所面向的岗位所需要的企业战略管理知识、技能和素质目标的达成起支撑作用。培养学生将专业知识融入 1+X 证书培训，将数字营销知识融入市场营销技能大赛，培养学习树立一丝不苟的做事态度和精益求精工匠精神。

(5) 课程内容：“数字营销”课程包括基础模块和拓展模块。通过本课程的教学，要求学生能够了解数字营销发展的现状，理解数字营销课程与教学的研究意义，掌握其研究方法；在课程标准的指导下，理解数字营销课程目标、课程内容，及其发展历程与意义，熟悉数字营销的相关理论与规律。通过该课程的学习，通过本课程的学习，培养学生树立正确的价值观、劳动观和择业观；培养学生敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的职业道德素养。

(6) 教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

(7) 考核方式：考试课

2.7 品牌策划与推广（课程代码：5306051225，64 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：品牌策划、品牌定位、品牌识别、品牌命名、品牌推广等领域。

(3) 对应的典型工作任务：

- ① 掌握品牌现状分析的方法和技术技能。
- ② 掌握品牌定位的方法和技术技能。
- ③ 掌握品牌人格化的方法和技术技能。
- ④ 掌握品牌命名的方法和技术技能。
- ⑤ 掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。
- ⑥ 掌握品牌故事写作的方法和技术技能。
- ⑦ 掌握品牌 logo 设计的方法和技术技能。
- ⑧ 掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。
- ⑨ 掌握品牌感官设计的方法和技术技能。
- ⑩ 掌握品牌推广的方法和技术技能。

（4）课程目标：本课程主要讲授品牌策划与推广的基本原理与策略，以及品牌构建、策略规划和整合传播的基本流程、分析工具和创意方法通过教学使学生掌握品牌识别，产品定位以及品牌定位、品牌推广的方法和手段，培养学生在企业实际实践过程中能独立完成品牌识别，提升品牌知名度及影响力，进而赢得消费者信任和青睐，把企业的品牌核心价值，利益诉求点信息反馈给消费者的能力。通过本课程的学习，培养学生树立正确的价值观、劳动观和择业观；培养学生敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的职业道德素养。培养学生将专业知识融入企业文化，将工匠精神融入企业建设，提高学生素质，助力企业发展。

（5）课程内容：“品牌策划与推广”课程包括基础模块和拓展模块。本课程是一门融理论性与实践性为一体的新兴学科，为探索适合不同企业的品牌策划与推广方式，通过品牌策划与推广的学习使学生品牌识别系统、品牌定位、品牌策划与推广、品牌战略管理等各

方面的基础理论知识在品牌管理及推广中的重要性,在结合实践课题进行品牌策划与推广,帮助企业品牌管理有序进行,实现企业品牌价值,从而使具备从理论到实践的能力。

(6) 教学要求:本课程教学组织分层分组,教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

(7) 考核方式:考试课

2.8 服务营销(5306051554, 64 学时)

(1) 课程性质:必修课

(2) 涉及的主要技术领域:数据分析与定价及客户管理与体验

(3) 对应的典型工作任务:

- ①了解顾客需求。
- ②建立顾客关系。
- ③服务创新与设计。
- ④服务场景搭建。
- ⑤服务补救。

(4) 课程目标:该课程目标在于帮助学生深入理解服务行业的独特性及其与传统产品营销的差异,掌握以客户为中心的服务设计与交付策略。课程通过系统讲解服务营销理论和数字化时代的新趋势,培养学生运用数据分析和创新工具解决服务场景中的痛点,提升客户满意度与忠诚度。同时,课程注重培养学生在服务补救、关系营销和跨渠道整合中的实践能力,使其能够设计具有竞争力的服务产品组合,并通过价值共创理论推动服务创新。最终目标是使学生具备在动态市场环境中构建可持续服务竞争优势的战略思维,适应从传统服务

业到新兴平台经济的多元化职业需求。

（5）主要内容：该课程围绕服务行业的特殊性展开，系统讲授服务产品无形性、异质性、不可储存性和同步性等核心特征，重点解析服务质量差距模型、服务利润链、客户管理等理论框架，指导学生掌握服务蓝图设计、客户体验优化等实操工具。课程融合数字化趋势，探讨社交媒体互动、智能客服系统、全渠道服务整合等新兴场景，强化数据驱动的客户洞察与个性化服务设计能力。同时，通过案例分析和补救策略训练，培养学生解决服务失误、提升客户忠诚度的实战思维，最终构建以价值共创为核心的服务创新体系，为零售、金融、医疗、平台经济等多领域培养复合型服务营销人才。

（6）教学要求：该课程聚焦于培养学生系统掌握服务经济时代的营销思维与实践能力，强调理论联系实际、问题驱动创新。学生需深入理解服务的无形性、异质性、同步性及不可储存性特征，熟练运用服务质量差距模型、服务利润链、客户管理等理论框架，掌握服务蓝图设计、客户体验优化等工具方法；能够结合数字化场景创新服务策略，通过案例分析、情景模拟与项目实践，提升服务补救、客户忠诚度管理及价值共创能力。课程注重跨学科思维融合，要求学生在真实商业场景中解决服务设计、流程优化与客户满意度提升等复杂问题，最终形成以数据驱动、客户为中心的服务营销决策能力。通过学生的课程表现、平时作业成绩和期末考核成绩综合评价学生的知识掌握、技能应用与职业发展潜力。

（7）考核方式：考试课

3.专业拓展课程

3.1 商务文案策划与撰写（课程代码：5306051263，48 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：文案策划、创意写作、营销内容制作与传播技术

(3) 对应的典型工作任务：

- ① 产品宣传文案策划与撰写。
- ② 品牌故事及企业文化文案创作。
- ③ 社交媒体营销文案创意设计。
- ④ 促销活动方案及宣传文案编写。
- ⑤ 广告文案撰写与投放策略制定。
- ⑥ 活动邀请函与商务信函制作。
- ⑦ 电商平台商品详情页文案优化。
- ⑧ 活动邀请函与商务信函制作。

(4) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握商务文案的基础理论与分类体系，熟悉不同类型文案的写作规范与格式要求；理解文案策划的核心要素、流程与创意方法；了解市场营销理论与消费者心理对文案创作的影响机制。培养学生根据不同营销场景与目标，独立完成商务文案策划与撰写的能力；提升学生运用创意策略、数据分析和市场调研结果优化文案内容的能力；增强学生对文案的审美鉴赏、修改润色及跨媒介适配能力。帮助学生树立严谨负责、注重细节的职业态度，强化文案创作中的版权意识与合规意识；培养学生的创新思维与文化敏感性，提升文字表达的感染力和说服力；激发学生对商务文案策划工作的职业认同感与团队协作意识。

(5) 课程内容：该课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含商务文案基础理论与规范、常见商务文案撰写两部分内

容。拓展模块包含文案策划与创意进阶、商业文案实战与创新两部分内容。

（6）教学要求：本课程采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括任务驱动教学、案例教学、工作坊教学等；终结性评价通过综合文案策划项目考核与理论考试，考查学生的知识应用与实践能力。

（7）考核方式：考查课

3.2 网店运营与推广（课程代码：5306051264，48 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：网站建设、网站维护、网店设计、运营、推广相关领域。

（3）对应的典型工作任务：

① 掌握网站运营机会和策划方案。

②掌握网络企业网站建设、网上店铺的开通、网络商品的发布的相关知识。

③掌握企业网站建设、管理与推广工具。

④掌握客户需求和客户服务的相关知识。

（4）课程目标：通过课程学习、在多元化的社会环境下，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。尤其是社会用人标准的不断提升，要求高校必须加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。利用新颖渠道辅助思政教学，借助新媒体平台与学生开展线上交流，建立微信公众号，给学生分享思政知识，引用与市场营销基础

有关的思政案例与学生共同探讨和学习,培养学习在实践中精益求精,一丝不苟的做事态度和工匠精神。符合新发展理念的先进生产力质态。

(5) 课程内容:“网店运营与推广”课程包括基础模块和拓展模块。具体包括四个部分:一是网店运营与推广的基本理论,二是网店运营与推广的环境,主要涉及微观环境、宏观环境、对策分析;三是企业网站的建设与推广,主要涉及企业网站的功能、内容、建设、推广等;四是网络营销工具,主要涉及搜索引擎营销、网络广告、移动营销、博客营销、免费营销策略、线下营销等。

(6) 教学要求:本课程教学组织分层分组,教学方法采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

(7) 考核方式:考查课

3.3 渠道管理(课程代码:5306051262, 48 学时)

(1) 课程性质:必修课

(2) 涉及的主要技术领域:市场策划领域

(3) 对应的典型工作任务:

- ①销售渠道认知。
- ②销售渠道识别。
- ③渠道设计准备。
- ④渠道结构设计。
- ⑤渠道开发。
- ⑥渠道管理。
- ⑦渠道体系设计。
- ⑧渠道体系设计成员管理。

（4）课程目标：通过课程学习、技能训练和综合应用实践，让学生掌握市场营销渠道的种类和应用，学会市场营销渠道结构设计、渠道开发与管理、渠道商体系设计。

（5）主要内容：本课程基于市场营销原理、市场营销策划、市场调查与预测等课程，讲授销售渠道重要功能、渠道设计方法原则、渠道开发与渠道成员管理、渠道体系设计。

（6）教学要求：本课程采用线上教学平台和教学资源，进行教学讲授和教学组织，教学方法采用项目驱动、案例分析、实践研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力进行考核。

（7）考核方式：考查课

3.4 视觉沟通技术与应用（课程代码：530605155a，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：市场策划领域

（3）对应的典型工作任务：

①品牌符号设计。

②营销海报创作。

③信息图表制作。

④短视频创作。

⑤案例改造实战。

（4）课程目标：通过课程学习让学生掌握视觉设计基础原理、熟悉视觉叙事逻辑与传播规律、了解主流视觉设计工具操作要点，使学生具备独立完成基础营销物料设计的能力、具备视觉营销案例分析的能力，掌握移动端简易设计工具操作。培养学生视觉审美与信息提

炼的能力，强化营销传播中的视觉思维，提升团队协作与创意表达能力。

（5）主要内容：“信息技术”课程主要内容包括视觉沟通基础、设计要素解析、工具技术基础和营销应用场景。实训模块包括等，让学生掌握视觉沟通技术。

（6）教学要求：本课程教学场地为理实一体化教室，开展理论教学、案例分析和视觉沟通实训。考核形式采用过程考核和实操考核相结合方式，综合评价学生学习效果。

（7）考核方式：考查课

3.5 数字广告营销（课程代码：530605155b，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：数字营销、广告

（3）对应的典型工作任务：

①广告营销策划。

②搜索排名优化。

③搜索竞价营销。

④推荐引擎营销。

⑤广告效果分析与综合应用。

（4）课程目标：通过课程学习，使学生掌握通过数字渠道(如互联网、移动设备、社交媒体等)进行广告宣传和营销活动,包括搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销的知识和技能。

（5）课程内容：广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及广告效果分析与综合应用。

（6）教学要求：本课程教学组织分层分组，教学方法采用项目

驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式。通过多种形式对学生的知识掌握程度、实践能力和创新思维进行全面考核。

(7) 考核方式：考查课

3.6 经济法（课程代码：5306051210，32 学时）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：经济法律法规应用、合同管理、市场监管实务

(3) 对应的典型工作任务：

- ① 不正当竞争行为识别与应对处理。
- ② 企业设立中的工商登记与合规操作。
- ③ 知识产权侵权风险排查与防范。
- ④ 电商平台交易规则法律条款分析。

(4) 课程目标：通过课程学习，使学生掌握经济法基础理论，明确经济法在市场经济中的地位与作用；熟悉市场主体法、市场规制法、宏观调控法等核心法律制度，理解合同法、消费者权益保护法等与市场营销活动密切相关的法律条款；了解经济纠纷解决途径及法律责任承担方式。培养学生运用经济法知识分析和解决市场营销实践中法律问题的能力，如识别合同风险、规避不正当竞争行为；提升学生在市场调研、产品推广、客户服务等环节中依法依规开展业务的能力；增强学生运用法律手段维护企业与消费者合法权益的能力。树立法治思维和法律风险防范意识，强化诚实守信、依法经营的职业操守；培养学生严谨认真、尊重规则的工作态度，提升依法决策和合规管理的职业素养；增强学生的社会责任感，促进其理解法律对市场经济秩序和社会公平的保障作用。

（5）课程内容：该课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含经济法基础理论、市场主体法律制度、市场交易法律制度、市场规制法律制度四部分内容。拓展模块包含宏观调控与行业监管法律制度、经济纠纷解决与法律实务两部分内容。

（6）教学要求：本课程采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式，采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括案例教学、情景模拟教学、小组讨论等；终结性评价通过案例分析考查学生对法律知识的理解与应用能力。

（7）考核方式：考查课

3.7 推销技术（课程代码：5306051220，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：销售业务领域

（3）对应的典型工作任务：

①店堂推销。

②上门推销。

（4）课程目标：通过课程学习使学生掌握推销的基本方法和技术。了解新技术、新业态下的推销场景和推销工具，增强学生沟通洽谈的能力和专业素养。引导学生将人员推销的黄金准则贯穿于职业生涯，使学生树立正确的价值观、择业观，树立从业中遵纪守法、崇德向善、诚实守信的职业准则，具备榜样意识和正确的劳动观念。

（5）主要内容：本课程主要讲授推销的基本理论、原则和方法、典型推销场景的工作流程和推销技巧，使学生掌握客户拜访、商业洽谈、商品销售的方法和技巧。

（6）教学要求：本课程教学场地为理实一体化教室，开展理论

教学、案例分析和推销实训。考核形式采用过程考核和实操考核相结合方式，综合评价学生学习效果。

(7) 考核方式：考查课

3.8 商务谈判（课程代码：5306051224，32 学时）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：谈判策略制定、沟通技巧、冲突管理与协议签署

(3) 对应的典型工作任务：

- ① 客户异议处理与谈判僵局破解。
- ② 合作协议关键条款协商与争取。
- ③ 谈判目标设定与策略方案制定。
- ④ 产品价格、合作条款谈判方案设计。

(4) 课程目标：通过课程学习，学生掌握商务谈判的基本概念、构成要素及核心原则；熟悉商务谈判的流程与常见策略；了解谈判心理学、合同法等相关知识在商务谈判中的应用；明确不同行业、场景下商务谈判的特点与规范。培养学生独立策划商务谈判方案、组织谈判流程的能力；提升学生在谈判中的沟通表达、利益协调、僵局突破及应变能力；强化学生运用法律知识保障谈判权益、撰写谈判协议的实践能力；增强学生通过谈判建立长期合作关系、实现互利共赢的能力。树立诚信合作、互利共赢的谈判价值观；培养学生冷静理性、灵活应变的职业心理素质；强化学生的团队协作意识与跨文化沟通素养；提升学生尊重商业规则、维护企业形象的职业责任感。

(5) 课程内容：《商务谈判》课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含商务谈判基础理论、商务谈判流程与策略、商务

谈判沟通与心理三部分内容。拓展模块包含行业化与场景化谈判实务、谈判方案策划与综合实训、谈判关系管理与长期合作三部分内容。

（6）教学要求：本课程采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式，采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括情景模拟教学、案例教学、角色扮演与对抗训练等；终结性评价通过综合谈判项目考核与理论笔试，考查学生知识运用与实践能力。

（7）考核方式：考查课

3.9 新媒体营销（课程代码：5306051557，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：市场推广领域

（3）对应的典型工作任务：

①新媒体社群营销。

②新媒体短视频营销。

③新媒体直播营销。

（4）课程目标：通过本课程的学习，让掌握科技创新下新媒体营销的新模式和新工具，进一步培养学生的创新思维和团队合作精神，增进学生新媒体从业人员的法治意识与职业道德，引导学生通过不同新媒体平台输出更多弘扬正能量和真善美的内容，弘扬社会主义核心价值观。

（5）主要内容：本课程主要讲授新媒体营销的要求、方法与技巧，包括新媒体营销认知、新媒体营销定位与策划、新媒体社群搭建与运营、新媒体短视频营销的策划与短视频制作、新媒体直播活动策划与实施等内容。通过学习使学生具有新媒体营销的系统化思维与实

践方法，同时掌握新媒体营销的核心知识与核心技能，拓展学生新商业环境下的职业能力。

（6）教学要求：本课程教学场地为理实一体化教室，开展理论教学、案例分析和新媒体营销实训。考核形式采用过程考核和实操考核相结合方式，综合评价学生学习效果。

（7）考核方式：考查课

3.10 连锁经营管理（课程代码：5306051558，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：零售、连锁经营

（3）对应的典型工作任务：

- ①组织结构设计。
- ②商品采购与定价。
- ③商品管理。
- ④门店运营。
- ⑤网点开发与选址分析。

（4）课程目标：通过课程学习，使学生初步掌握连锁经营管理的起源、特征和类型以及经营战略、总部管理、门店开发、商品采购、连锁物流、管理信息系统、门店管理、连锁促销和顾客服务等方面的基本概念和主要知识点。明确连锁经营管理的主要内容及相应的操作流程，为今后的顶岗实习打好基础。

（5）课程内容：零售与连锁经营认知、连锁经营业态、连锁经营模式、连锁企业组织结构、连锁企业经营过程与连锁经营发展。

（6）教学要求：本课程采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式，采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程

性评价包括项目式教学、案例分析等；终结性评价通过实地调查撰写调查报告形式进行考查学生综合分析能力。

（7）考核方式：考查课

3.11 短视频策划与制作（课程代码：530605155c，32 学时）

（1）课程性质：选修课

（2）涉及的主要技术领域：短视频策划、拍摄剪辑、运营推广及数据分析技术

（3）对应的典型工作任务：

- ① 短视频账号人设与内容方向规划。
- ② 产品卖点提炼及短视频创意脚本撰写。
- ③ 短视频数据监测与用户反馈分析。
- ④ 基于营销目标的短视频优化迭代方案设计。

（4）课程目标：通过课程学习，学生掌握短视频行业发展趋势、平台运营规则及受众特点；理解短视频策划、拍摄、剪辑、发布全流程的基础理论与技术原理；熟悉脚本撰写、镜头语言、色彩构图等专业知识；了解短视频营销与品牌传播的策略及方法。培养学生独立完成短视频选题策划、脚本撰写、拍摄执行及后期剪辑的能力；提升学生运用短视频平台工具（如抖音、快手、视频号）进行账号运营、内容推广与数据分析的能力；增强学生结合市场营销需求，将产品卖点转化为短视频创意内容的能力。树立创新意识与审美能力，培养对短视频内容创作的热情与责任感；强化版权意识与合规运营理念，遵守平台规则与社会公序良俗；提升团队协作能力与沟通表达能力，适应短视频制作的分工协作模式；培养持续学习能力，紧跟短视频行业技术迭代与内容创新趋势。

（5）课程内容：《短视频策划与制作》课程包括理论基础模块和实训拓展模块。基础模块包含短视频行业认知与平台分析、短视频策划与脚本撰写、短视频拍摄基础与设备应用、短视频剪辑与后期制作四部分内容。拓展模块包含短视频创意与营销实战、短视频账号运营与数据分析、短视频技术进阶与跨平台应用三部分内容。

（6）教学要求：本课程采用项目驱动、案例分析、互动研讨等多元化教学模式，采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括项目式教学、案例分析、工作坊教学等；终结性评价通过综合项目答辩、理论笔试及作品传播效果（播放量、点赞评论数）考查学生能力。

（7）考核方式：考查课

（四）实践性教学环节

1.实训

1.1 市场营销实训（课程代码 5306051351，60 学时）

（1）课程性质：必修课

（2）课程类型：综合能力实训

（3）课程目标：通过软件操作竞赛的方式让学生在模拟企业经营决策的过程中，体验得失、总结成败，对企业的运作有一个感性认识。要求学生在经营决策中能够发现企业经营中常出现的典型问题，能够发挥团队协作精神，一同发现机遇，分析问题，制定决策，使模拟公司保持成功及不断成长。

（4）主要内容：

企业整体战略、产品研发、生产、市场、销售、财务管理、团队协作、绩效考核。

(5) 教学要求：分组教学，通过教学软件操作竞争的方式，让学生在训练中体验完整的企业经营过程，感悟正确的经营思路和管理理念。每个学生完成多个职务的轮岗操作，熟练掌握企业经营管理的流程，期末考核以多组竞争经营的操作分数为考核主要依据。

(6) 考核方式：考查课

1.2 销售业务实训（5306051364，60 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程类型：生产性实训

(3) 课程目标：熟悉现代市场营销的新知识、新技术；对市场营销职业技能的系统强化；对专业核心能力、关键能力与综合素质的系统培养；树立勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；培养对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力；培养诚信、合作、敬业的职业素质和极高的法律意识。

(4) 主要内容：心理素质训练、商务礼仪训练、市场调查分析、客户管理训练、网络营销训练、营销实战。

(5) 教学要求：用以竞争机制为核心的多元、动态训练方式。在训练中采用案例分析、项目训练、角色扮演等多种训练方式与手段。引进竞争机制，让学生通过实战训练，深切地体会竞争的压力与营销的艰难，以有效提高其实际营销技能，考核采用企业实践分析形式进行。

(6) 考核方式：考查课

2. 实习

2.1 岗位实习（课程代码：530605136a/b，720 学时）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过本课程的学习使学生树立正确的劳动观，增强学生职业荣誉感，使学生具有勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；培养学生良好的身心素质、适应工作环境和社会生活的能力。培养优质的销售人才以适应新质生产力的发展要求。

(3) 主要内容：到营销企业各职责岗位亲自实践实习。

(4) 教学要求：边学习边实践，将理论知识学习与专业技能实践融会贯通，在掌握理论知识的同时做到实操能力的把握与提高，以增强学生的职业技能。考核采用企业实践总结形式进行。

(5) 考核方式：考查课

2.2 毕业作品（课程代码：5306051362，120 学时）

本课程是学生毕业环节的实训课程，根据学院毕业岗位实习工作条例，考虑市场营销专业特点及毕业生的实习业务情况，对市场营销专业毕业实践作品的形式进行具体安排。是学生结束全部课程学习后，结合岗位实习实践，运用所学理论知识和工作技能，分析、研究和解决实际问题，使学生巩固、扩大和深化所学知识，对能力进行更高层次的综合训练。通过本课程的学习培养学生树立社会主义核心价值观和正确的世界观、人身观、价值观，具有鲜明的是非观、具有健全的人格；培养学生的整合思维，提升学生的综合能力，能够透过问题表象看到本质问题，构建全面、辩证的思维，培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风。

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过本课程的学习培养学生树立社会主义核心价值观和正确的世界观、人身观、价值观，具有鲜明的是非观、具有

健全的人格；培养学生的整合思维，提升学生的综合能力，能够透过问题表象看到本质问题，构建全面、辩证的思维，培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风。

（3）主要内容：结合岗位实习实践撰写调研报告。

（4）教学要求：根据学院毕业岗位实习工作条例，考虑市场营销专业特点及毕业生的实习业务情况，以对实践企业的调研报告的形式进行考核。

（5）考核方式：考查课

八、教学进程总体安排

（一）教学计划进程表

具体教学计划进程安排详见附表 1《市场营销专业教学计划进程表（2025 级）》。

（二）教学环节分配表

具体教学环节分配情况详见附表 2《市场营销专业教学环节分配表》。

（三）理论教学与实践教学比例配置表

具体理论教学与实践教学学时及占总学时比例详见附表 3《市场营销专业理论教学与实践教学比例配置表》。

九、师资队伍

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。

（一）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25 :1,“双师型”

教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

目前，本专业现有任课教师 11 人，其中，专任教师 8 人；兼职教师 3 人，占比 27%；双师型教师 7 人，占比 64%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

（现有师资队伍情况概述，应对应专业教学标准有关要求填写）

表 1 专业师资队伍一览表

专任教师					兼职教师		
总数	双师型 教师比例	研究生以上 教师比例	高级职 称比例	高级职业 技能比例	总数	双师型 教师比例	高级职业 技能/职称比例
8	100%	63%	25%	33%	3	0	67%

（二）专业带头人简介

现任专业带头人，路娟，市场营销专业，副教授，双师资格，行业企业社会兼职，主要业绩成果如下

指导学生参加 2021 年度天津市职业院校技能大赛学生赛高职组“市场营销”比赛，荣获一等奖 3 项，三等奖 1 项，三名学生推免升本，本人获得“优秀指导教师”；指导学生参加 2022 年度天津市职业院校技能大赛学生赛高职组“市场营销”比赛，荣获二等奖 2 项，三等奖 2 项；指导学生参加 2023 年度天津市职业院校技能大赛学生赛高职组“市场营销”比赛，荣获二等奖 4 项； 指导学生参加 2024 年

度天津市职业院校技能大赛学生赛高职组“市场营销”比赛，荣获三等奖1项。

担任学院企业承办的新型学徒制项目的任课教师，为5个企业的多岗位人员进行营销员中级培训。

2021年度天津市职业院校技能大赛学生赛高职组“市场营销”比赛“优秀指导教师”。

2020年“课程思政”教师教学能力评比——精品课赛项三等奖；2020年度院级教师教学能力大赛三等奖。

主编《市场营销理论与实训》，撰写字数五万字以上，由北京大学出版社出版；参编《汽车营销技术》（第一版）撰写单元1、单元9合计五万字以上，《汽车营销技术》（第二版）撰写单元1、单元9合计五万字以上，由中国铁道出版社有限公司出版。

（三）专任教师

专任教师，应具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

（可根据实际情况修改，原则上不得低于国家专业教学标准要求）

表2 专任教师情况一览表

序号	姓 名	最高学历	职 称	技能证书/等级	是否双师
1	路娟	本科	副教授	高级营销师/高级	是

序号	姓 名	最高学历	职 称	技能证书/等级	是否双师
2	杨颖	硕士研究生	副教授	工程师	是
3	潘璐璐	硕士研究生	讲师	人力资源管理师/中级	是
4	赵霞	硕士研究生	讲师	律师/初级	是
5	付建伟	硕士研究生	讲师	保险从业人员/无	是
6	吕赢	本科	讲师	营销师/中级	是
7	成夏愉	硕士研究生	助教	无	否
8	阿依努尔·买买提	本科	助教	无	否

（四）兼职教师

兼职教师，主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）、高级工及以上职业技能等级或企业中高级管理经历，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。鼓励聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

表 3 兼职教师情况一览表

序号	姓 名	工作单位	职务	职称/职业技能/ 管理职务	承担任务	是否双师
1	张志洵	天津市融耀律师事务所	律师	律师（四级）	教学	是
2	闫静	天津市津乐园食品股份有限公司	人资总监	人资总监	教学	否

序号	姓 名	工作单位	职务	职称/职业技能/ 管理职务	承担任务	是否双师
3	李昊阳	伟联（天津）资产管理有限公司	营销总监	营销总监	教学	否

十、教学条件

（一）教学设施

1.专业教室

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。（可根据实际情况修改，原则上不得低于国家专业教学标准要求）

2.校内外实训场所

为了进一步提高专业实践教学水平，更好地开展人才培养，促进职业教育改革不断深入。学院深化产教融合，不断完善集实践教学、社会培训、企业真实生产和社会技术服务于一体的综合职业教育实训基地，同时利用校外企业实训基地搭建优质育人的实践教学平台。

表 4 校内实训场所一览表

序号	实训室名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位数量
					名称	数量	
1	跨专业综合实训室	287	商务数据分析与应用、智能客户服务实务、数字营销、市场营销实训	商务数据收集；客服团队组建-“智能客户服务综合项目实战”；数字营销效果分析和优化；模拟沙盘对抗。	电脑	51	51

表 5 校外实训场所一览表

序号	基地名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位数
					名称	数量	
1	天津市津乐园食品股份有限公司	1000	销售业务实训	心理素质训练、商务礼仪训练、客户管理训练、营销实战。	门店	10	20
2	北京铭新电子产品有限公司	1000	销售业务实训	心理素质训练、商务礼仪训练、客户管理训练、营销实战。	门店	5	15
3	天津市津汇通投资有限公司	1500	销售业务实训	心理素质训练、商务礼仪训练、客户管理训练、营销实战。	门店	5	15
4	深圳市中港恒服家具有限公司	200	销售业务实训	心理素质训练、商务礼仪训练、客户管理训练、营销实战。	门店	2	15

3. 实习场所

在批发、零售、商务服务、制造行业的企业进行市场营销、数字营销、品牌策划、销售与管理等实习，包括岗位实习。学校建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

表 6 实习场所一览表

序号	实习单位	主要实习岗位	接纳学生数	指导教师数
1	天津市津乐园食品股份有限公司	销售、数字营销	20	5
2	北京铭新电子产品有限公司	销售、数字营销	15	4
3	天津市津汇通投资有限公司	销售、品牌策划	15	4
4	深圳市中港恒服家具有限公司	销售、市场营销	15	4

（二）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1.教材选用

按照国家规定，依据《天津交通职业学院教材管理办法》（津交职院党〔2024〕5号）严把意识形态观，按照规范程序进行教材的选用，思政类课程必须使用国家统编的思想政治理论课教材，公共基础课教材由开课部门按教育部、教委文件要求组织选用，原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。专业课教材优先选用近三年出版的高职高专层次国家及省市级规划和获奖教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

表 7 专业核心课程参考书目

序号	课程名称	教材名称	ISBN 书号	是否规划教材
1	商务数据分析与应用	商务数据分析与应用	9787115611819	国家级
2	商务礼仪与沟通	商务礼仪与沟通	9787568415422	国家级
3	消费者行为分析	消费者心理与行为分析	9787040562248	国家级
4	智能客户服务实务	客户关系管理应用	9787111639404	国家级
5	销售与管理	销售管理（第 5 版）	9787121481949	
6	数字营销	数字营销基础	97870405573121	国家级

序号	课程名称	教材名称	ISBN 书号	是否规划教材
7	品牌策划与推广	品牌策划与推广	9797300315775	国家级
8	服务营销	服务营销理论与实务	9787518421909	国家级

2. 图书文献配备

根据专业需要，配备专业主干课程所涉及到的参考书目。围绕专业新技术、新业态、新工艺，向师生推荐有影响力的、有价值的、前瞻性的专业期刊等参考文献。

表 8 主要图书文献

序号	类型	图书文献名称
1	纸质	服务营销：人·技术·战略
2	纸质	胖东来：向善而生
3	纸质	参与感 小米口碑营销内部手册
4	纸质	服务设计：用极致体验赢得用户追随
5	纸质	深度粉销 高转化 高复购的用户运营黄金法则
6	纸质	营销和服务数字化转型 M3.0 时代的来临
7	纸质	极致服务：创造不可思议的客户体验
8	纸质	服务的细节 009：摸过顾客脚，才能卖对鞋
9	纸质	连接：顾客价值时代的营销战略
10	纸质	定位

3. 数字资源配置

加快建设专业智能化教学支持环境，校企共建能够满足多样化需求的课程资源库，开发在线精品课程资源，促进优质教学资源共建共享，为学生、教师、企业搭建互通的桥梁，

推动校企合作、专兼职教师共同备课，促进学生混合式学习，不断提高专业人才培养质量。资源库建设包括如下资源：

表 9 学习资源一览表

序号	学习资源要求	备注
1	课程的教学资源需要包含：课程标准、课程教学设计、课程考核方案、课件，以及教学视频、微课、动画、虚拟仿真等资源中的至少两种，总数量要大于项目数或课时数	
2	教学资源要求意识形态正确，符合专业教学内容需要	
3	教学资源要保证质量，即视频、动画、图片等资源要符合大众审美，视频、动画等画面和音效清晰稳定、音画同步	
4	教学资源必要的字幕和文字描述，要严谨、科学，不得存在专业性错误和错别字等基础性错误	
5	教学课件每个章节、项目保证至少一个，内容设计正确、合理	
6	教学资源中不涉及敏感词汇，如有中国地图要清晰完整	
7	每门课程的教学资源中视频、动画、虚拟仿真资源占比要大于总资源数的 50%	
8	建设课程题库，按照章节、项目设计包含选择、判断、案例分析等多种题型的课程题库，核心课程题库数量要>300 题，其他专业课程题库数量要>200 题	
9	应用线上教学平台（包括专业资源库、MOOC、云课堂、虚拟仿真平台）按照章节、项目设计发布任务（包括作业、测验、考试、讨论等）	
10	建设实训项目指导手册和配套实训资源，每个实训项目一份实训指导书，要求包含实训内容、实训条件、实训步骤、实训评价标准等内容	

（三）教学方法

本专业从“知行合一”的人才培养模式入手，采用“理实一体教学、校内仿真实训、校外岗位实习”的递进形式组织教学。理论教学部分以专任教师为主，组织课堂教学，强调案例教学的运用和推广；实践教学环节以校内专职教师和校外兼职教师相结合的方式，通过与实习企业产教融合，将企业实际工作内容融入实训操作训练；通过对市场营销实训、

销售业务实训相结合的形式以及在生产、经营、管理一线进行岗位实习来组织教学。

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1.质量保障机制

学院和二级学院建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度。成立院级督导委员会，统筹监督专业质量标准；二级学院成立督导组，落实专业建设、课程实施等环节监督。

2.学习评价制度

针对学生学习评价的方式和方法进行完善，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

3.教学管理机制

学院和二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

4.教科研工作机制

专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

5.毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈及社会评价机制，对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（二）毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，学生毕业时，必须完成培养方案中的学习任务和实习实训任务，全部课程考核合格，需修满 2594 学时，142.5 学分，其中必修课程 114.5 学分,选择性必修课不少于 2 学分，限选及公共选修课程至少 6 学分，专业及专业群选修课程至少 10 学分，必须按照学院学工部规定至少获得 10 分素质学分,具体学时学分要求如下表所示：

表 10 毕业学分要求

序号	课程属性与类别	课程性质	学分要求
1	公共基础课	必修课	41.5
2		选择性必修课	不少于 2
3		限选及公共选修课程	不少于 6
4		其中，限选课模块 1	不少于 2
5		限选课模块 2	不少于 2
6		限选课模块 3	不少于 1
7	专业课	必修课	41
8		选修课	不少于 10
9	实践性教学环节	实训	4

序号	课程属性与类别	课程性质	学分要求
10		岗位实习	24
11	毕业环节	毕业作品	4
合计			132.5

依据《天津交通职业学院学生素质教育学分制实施办法》等文件要求，学生在校期间需组织实施或参加各种课外实践教育活动，至少获得 10 素质学分，其中思想政治素质学分不少于 3 分，科技能力素质学分不少于 2 分，人文素质学分不少于 1.5 分，身心素质学分不少于 1.5 分，劳动素质学分不少于 2 分。

在校期间学生《国家学生体质健康标准》测试成绩必须为 50 以上方可毕业，如因病或残疾，需提供医院证明向学校提出申请，审核后可准予毕业。

十二、附表

- 1.教学进程表
- 2.教学环节分配表
- 3.教学比例配置表
- 4.实践教学安排表

十三、附录

- 1.人才需求调研报告
- 2.能力图谱
- 3.修订说明（人才培养方案审批表）

附表1：市场营销专业教学计划进程表（2025级）

课程属性与类别	课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配						
				合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年		
											1	2	3	4	5	6	
											15/20	18/20	18/20	18/20	18/20	20/20	
公共基础课	9999990140	必修课	思想道德与法治	48	40	8		3	1		4/12						
	9999990210		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8		2	2		4/8						
	9999990120		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	40	8		3	4				4/12				
	9999990340		形势与政策教育	48	48			1		1-6	4/2	4/2	4/2	4/2	4/2	4/2	
	9999991200		军事理论	36	36			2		1	4/9						
	9999991220		军事技能	3周				3		1	3周						
	9999991222		国家安全教育	16	16			1		2		4/4					
	9999991223		中华民族共同体概论	16	16			1		2		4/4					
	9999990590		职场通用英语1	60	60			4		1	4/15						
	9999990591		职场通用英语2	68	68			4	2			4/17					
	9999990830		信息技术	60	20	40		4	2			4/15					
	9999990840		人工智能技术与应用	16	16			1		2		2/8					
	9999991140		体育	108	8	100		6	1-4		2/12	2/14	2/14	2/14			
	9999991221		劳动教育	16	16			1		1	2/8						
	9999991330		心理健康教育	32	32			2		2		2/16					
	9999990510		职业生涯规划与发展规划	24	12	12		1.5		1	8/3						
	9999990520		就业指导	16	8	8		1		4				4/4			
	9999990500		创新创业教育	16	8	8		1		1	2/8						
	777777w223		选择性必修课	新青年学党史	16	16			1		3			2/8			
	777777w224			新中国史	16	16			1		3			2/8			
	777777w221	新时代交通强国战略		16	16			1		3			2/8				
	7777770125	交通文化与交通工匠		32	32			2		3			2/16				
	777777w226	交通史话		32	32			2		3			2/16				
	7777770100	经典诵读		16	16			1		3			2/8				
	7777770223	传统木工		32	32			2		3			2/16				
	777777w201	生态文明——撑起美丽中国梦		16	16			1		3			2/8				
	必修课小计			692	500	192		43.5			18	14	8	8			
	7777777335	限选课模块1	数字时代的智能技术	32	32			2		2		2/16					
	7777777002		大学数学	32	32			2		2		2/16					
	777777w010		前进中的物理学与人类文明	32	32			2		2		2/16					
	7777777003		化学与人类	32	32			2		2		2/16					
	7777777004		地理	32	32			2		2		2/16					
	7777770334	限选课模块2	中国画	16	16			1		4				2/8			
	7777777330		书法	16	16			1		4				2/8			
	7777770335		传统图案	16	16			1		4				2/8			
	7777770211		民间工艺	16	16			1		4				2/8			
	7777770161		中国戏曲	16	16			1		4				2/8			
	7777777331		中国近代歌曲合唱与指挥	16	16			1		4				2/8			
	7777777332		非遗文化欣赏	32	32			2		4				2/16			
	7777770030		美术欣赏	32	32			2		4				2/16			
7777770040	音乐欣赏		32	32			2		4				2/16				
777777w211	限选课模块3	传统文化与现代经营管理	16	16			1		5					2/8			
7777770050		文学欣赏	32	32			2		5					2/16			
7777777336		公文写作规范	16	16			1		5					2/8			
7777777001		大学语文	32	32			2		5					2/16			
7777777333		团队管理	16	16			1		5					2/8			
7777777337	公选课	安全生产教育	16	16			1		5					2/8			
7777777338		企业文化与职业素养	16	16			1		5					2/8			
777777w061		创新思维	16	16			1		5					2/8			
7777777005		健康教育	16	16			1		5					2/8			
7777777006		沟通与表达	16	16			1		5					2/8			
7777777007		个人形象设计	16	16			1		5					2/8			
选修课小计			96	96			6				2		2	2			
合计			788	596	192		49.5			18	16	8	10	2	8		

XXX专业教学环节分配表（单位：周）

学期	课程教学	其中，集中实践教学			考试	军训	毕业教育	机动	合计
		集中实训	实习环节	毕业环节					
一	15				1	3		1	20
二	18				1			1	20
三	18				1			1	20
四	18	2			1			1	20
五	18	2	10		1			1	20
六	18		14	4			2		20
总计	105	4	24	4	5	3	2	5	120
说明	1.合计=课程教学+考试+军训+机动								

附表4： 市场营销 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	对应证书技能点	虚拟仿真技术点
市场营销基础	20	第1学期	在多元化的社会环境下，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。培养学习在实践中精益求精，一丝不苟的做事态度和	4	市场状况分析及行业状况分析报告			
				4	客户调查及调查方案的撰写	○		
				4	撰写调研报告			
				2	客户细分（市场细分表）			
				2	目标客户的选择			
				4	4P营销策略实战及营销方案撰写	○		
经济学基础	18	第1学期	锻炼学生运用经济学工具分析问题，引导学生尊重客观规律与发挥主观能动性相结合，学会在工作、学习和生活中抓住主要矛盾，并树立正确的金钱观和人生观。培养学生就业创业能力和可持续发展的能力	4	市场供求分析和价格决策			
				4	消费者行为分析			
				3	适当产量决定			
				3	判断最低成本			
				4	国内经济环境分析			