二级学院	经济贸易学院		
专业名称(含专业方向)	市场营销		
制定方案负责人	王娜玲	日期	2018.7.10
二级学院负责人(审校)	谢虎军	日期	2018.7.15
教务处教学干事		日期	
教务处长		日期	
教学副院长		日期	

湖南商务职业技术学院

2018级三年制高职市场营销专业

人才培养方案

一、专业名称

市场营销（专业代码：630701）

二、专业简介

市场营销专业创办于1993年,属财经贸易大类,于2005年开始招收三年制高职学生。本专业现有专任教师13名，副高及上职称9名，省级专业带头人2名。现有10个校内实训室，13个校外实习基地，学生先后在全国营销技能大赛决赛中获优异成绩。现为湖南省重点发展的“示范性特色专业”，主持制订了湖南省高职市场营销专业学生技能抽查标准和湖南省中职市场营销专业教学标准，2013年和2014年连续主持湖南省高职市场营销专业学生技能抽考。

三、招生对象

普通高中毕业生/中等职业学校毕业生

四、学制与学历

学制：全日制三年

学历：专科

学历提升：专升本、自考本科

五、培养目标

（一）培养目标

本专业面向各类工商企业第一线岗位培养德、智、体全面发展，具有良好的职业道德素质和行为规范，掌握必需的本专业基础知识，具备较强的实践能力与一定的创新、创业能力，能胜任企业销售业务、市场部门等岗位业务操作的高素质营销人才。

（二）就业面向

1．就业岗位

（1）产品销售类：包括企业销售经理助理、销售主管、业务代表、销售顾问等；

（2）市场运作类：包括调研专员、市场策划专员、销售管理专员、广告宣传专员、市场推广专员、渠道专员等；

（3）市场服务类：客服专员、客服代表等。

2．发展岗位

企业销售经理、市场部主管、客服经理

3.职业迁移岗位

其他经营企业销售部门、市场部门的管理与营销服务岗位

（三）培养要求

本专业需要学习的市场调研、市场营销、经济学基础推销与商务谈判、客户服务与管理、企业管理、渠道管理、品牌经营与管理等基本知识和基础理论，需要掌握信息搜集、商品销售、文案策划、客户服务等专业基本能力，以及需要具备的人际沟通、团队合作、组织协调等专业实践工作方法与技能，达到知识、能力、素质协调发展。

1．知识要求

——专业知识

（1）市场调研的基础知识

（2）推销与商务谈判知识

（3）营销策划知识

（4）客户服务与管理知识

（5）营销知识

（6）客户消费心理与行为知识

（7）进出口贸易知识

（8）企业管理知识

（9）企业财务和商务票据知识

（10）网络销售知识

（11）品牌建设与维护知识

（12）商品知识

（13）物流知识

——基础知识

（1）计算机应用基本知识

（2）文化基础知识

（3）经济理论知识

（4）有关商务活动的法律法规政策及企业规章制度基本知识

（5）一定的专业英语知识

2．能力要求

——专业技能

（1）收集、整理、分析资料的能力

（2）依据信息进行预测、决策能力

（3）商品的鉴别能力

（4）具备与客户进行商务谈判能力

（5）销售能力

（6）营销活动文案的制作能力

（7）经济合同的拟定能力

（8）网络营销业务处理能力

（9）营销活动策划与宣传能力

（10）客户关系管理能力

（11 ）物流配送事务处理能力

（12）销售相关财务问题处理能力

（13）与相关公众关系处理能力

——社会能力

（1）较强的社会交际能力

（2）一定的组织能力和协调能力

（3）社会与具体环境的适应与应变能力

（4）良好的团队协作和人际沟通能力

（5）良好的语言文字表达能力

（6）良好的个人礼仪修养、服务意识

（7）开拓创新、严谨务实的工作作风

（8）较为宽厚的人文底蕴

——方法能力

（1）较强的企业现代化办公能力

（2）善于学习与可持续发展能力

（3）一定的对知识的抽象、概括、判断、综合运用能力

（4）对行业内兄弟企业学习借鉴的能力

（5）良好的计算机应用能力

（6）良好的获取、分析、使用信息的能力

（7）一定创新能力

（8）一定创业能力

3．素质要求

——职业道德方面

（1）具有国家有关法律法规遵守意识

（2）具有正确的世界观、人生观和价值观

（3）具有良好的社会公德和职业道德

（4）具有忠诚、勤奋好学、爱岗敬业、诚实守信、团结协作的优良品质

——身体素质方面

（1）掌握现代体育运动基本知识和基本技能，具有文体特长。

（2）身体健康、健美，达到《大学生体质健康标准》所规定的各项指标。

——心理素质方面

（1）达到教育部《普通高校大学生心理健康工作实施纲要》（试行）所规定的要求、心理健康、人格完善。

（2）具有较强的心理适应能力

（3）具有理智、真诚、坦荡的性格和良好的人际关系

（4）具有乐观、积极向上的优良品质

——企业文化方面

（1）具有较强的企业文化融入的意识

（2）具备一定的企业职业素养

（四）毕业要求

1．原则要求

（1）具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

（2）掌握高等职业学校必须的接掌文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

（3）具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业或专业方向就业面向岗位的工作；

（4）身心健康，人格健全。

2．具体要求

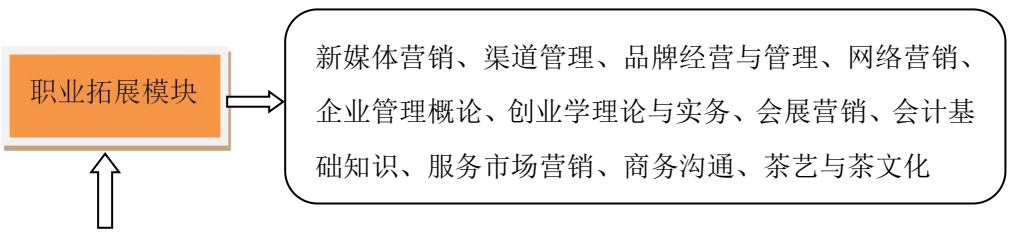
（1）修满 140 学分。其中：职业素养模块 44 学分，专业基础模块 16 学分，专业技能模块 50 学分，职业拓展模块 30 学分（含职业素养拓展课程 8 学分、专业能力拓展课程 22 学分）。

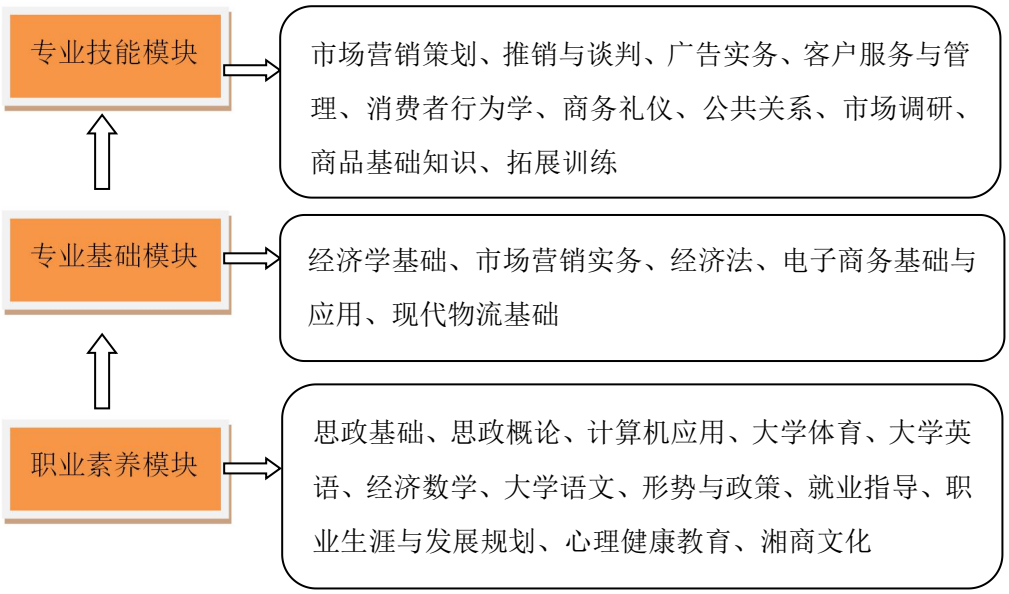
（2）顶岗实习、毕业设计评定合格。

六、课程体系

（一）课程结构

课程分为四大模块：职业素养模块、专业基础模块（专业群共享课程）、专业技能模块、职业拓展模块（职业素养拓展课、专业能力拓展课）。具体如下图所示。





市场营销专业课程体系图

（二）主干课程与职业岗位能力要求对应关系分析

主干课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

就业岗位	典型工作（项目）	核心职业能力要求	专业主干课程
销售岗位	（1）分析消费者 （2）寻找客户 （3）拜访客户 （4）业务洽谈 （5）签订合同 （6）履行协议	（1）具有根据顾客需求实现推销行为的能力；（2）掌握与客户商务谈判的能力；（3）掌握利用网络进行营销的能力；（4）具有媒体选择和广告效果评估能力，并能进行简单的广告文案写作；（5）具有良好的商务活动沟通和公关礼仪能力；（6）掌握客户心理分析的基本方法，（7）了解顾客需求，能够运用适当的销售技巧的能力。	市场营销实务 消费者行为学 推销与谈判 市场调研 公共关系 商务礼仪
市场运营岗位	（1）市场调查 （2）市场分析 （3）撰写调研报告 （4）设计营销战略	（1）具有良好的语言表达和人际沟通的能力；（2）具有根据主题设计问卷的一般能力；（3）掌握问卷访问的方法；（4）熟	市场营销实务 市场调研 广告实务 公共关系

	（5）规划营销计划 （6）策划营销策略方案 （7）指导方案实施	悉市场调查与预测的基本方法；（5）具备市场预测的能力；（6）能够对调查结果进行统计、归类；（7）掌握根据客户需要撰写广告文案的能力；（8）了解企业经营战略的能力；（9）具备对营销管理和营销策划的能力；（10）规划企业长期战略的能力。	渠道管理 市场营销策划
客户服务	（1）研究客户需求 （2）客户投诉处理 （3）客户关系维护 （4）客户关系管理	（1）具有良好的语言表达和人际沟通的能力；（2）处理顾客投诉与异议的能力；（3）具备专业的客户服务电话接听技巧；（4）敏锐的观察能力。	市场调研 市场营销实务 商务礼仪 客户服务与管理 公共关系

（三）课程描述

1．职业素养模块

（1）入学教育与军训（15 天）

通过入学教育、国防教育和军事训练，使学生理解国防建设的重大意义，培养学生爱国主义思想，增强学生团队精神，提高集体荣誉感，规范学生言行举止，增强组织纪律，培养吃苦耐劳精神；为今后的学习和将来进入社会打下良好的基础。

（2）“思政基础”（48 学时）

主要进行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。安排在第一或第二学期授课。

（3）“思政概论”（48 学时）

主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的重大理

论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义的基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。安排在第一或第二学期授课。

（4）“形势与政策”（16 学时）

按照《中共中央宣传部教育部关于进一步加强和改进高等学校学生形势与政策教育的通知》（教社政[2004]13 号）的要求进行授课，教学主要针对学生关注的热点问题，结合学生思想特点，帮助学生认清国内外形势，教育和引导学生全面准确地理解党的路线、方针和政策，包括“中国梦”、依法治国、从严治党等相关理论，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，积极投身改革开放和现代化建设伟大事业。第一、二学期分别授课 8 学时，第二学期考核。

（5）思政实践（16 学时）

学生在思政课教师的指导下，围绕思想政治理论课的教学内容，选择某些专题或某些热点问题，结合学生专业特点在中国特色社会主义的政治建设、经济建设、文化建设、社会建设和党的建设等方面开展研究性学习和研练教学，学生以小组的方式参与教学，以学生的小组成果展示来评定成绩。第一、二学期分别授课 8 学时，第二学期考核。

（6）大学体育（144 学时）

本课程通过体育与健康的基础理论和基本技能的传授，开展有效的体育实训活动，培养学生掌握健康的基本观念和锻炼身体的专项技能，促进学生身体健康发展，全面加强学生体质，养成坚持体育锻炼的良好习惯；培养学生顽强拚搏

精神，公平竞争的态度以及乐观、自信、进取的心理素质。

（7）大学英语（128 学时）

本课程以培养学生英语应用能力为教学重点，同时传授必要的语言语法知识。通过教学，对学生进行听、说、读、写的语言训练，使学生通过教育厅组织的国家英语等级考试，为学生进一步提高外语能力打好基础。

（8）大学语文（48 学时）

作为对大学生进行人文素养教育的基础课程，本课程旨在引导学生在中学语文学习的基础上进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，提高人文素养。同时帮助学生进一步贴近语言、文学，增强学生的阅读、表达和写作能力。

（9）应用文写作（16 学时）

本课程旨在使学生系统掌握常用的应用类文章的实际用途及其写作要领，获取高素质技术技能型人才所必备的应用类文章写作、分析与处理能力，并为毕业设计的写作做好充分的知识准备。

（10）经济数学（64 学时）

本课程主要讲授函数、极限、微积分及应用等内容。通过本课程的学习，掌握函数的导数、微分、积分的求法，培养学生的数学思维及利用高等数学方法进行一般计算的能力。

（11）计算机应用（40 学时）

本课程教学目标是让学生了解计算机科学基本知识，具备计算机的一般操作能力， 主要包括 Windows 系统的安装与操作、Office 软件的熟练运用、Internet 互联网基本应

用等内容，使学生能够利用计算机及网络这个工具为今后的学习、生活、工作服务。

（12）心理健康教育（32 学时）

本课程旨在帮助学生明确心理健康的标准意义，增强自我心理健康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、人际沟通能力和自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

（13）就业指导（一）（ 16 学时）

通过本课程的学习，使学生认识到确立自身发展目标的重要性，了解相关职业的特性，思考未来理想职业与所学专业的关系，逐步确立长远而稳定的发展目标，确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式，增强大学阶段学习的目的性和积极性。

（14）就业指导（二）（16 学时）

本课程的主要内容包括就业思想指导、政策指导、信息指导、心理指导、求职技巧指导和创业指导。通过理论授课、专家辅导、模拟作业等形式，帮助学生掌握求职基本技巧，培养学生良好的职业综合素质和创业意识。

（15）安全教育（16 学时）

本课程以专题讲座+实践演练的教学形式，提高大学生的安全防范意识，增强学生安全自救能力。专题讲座以身边案例为主，包括国家安全教育、人身财产安全教育、消防安全教育、交通安全教育、社交与求职安全教育；实践演练包括消防演练、应急疏散演练等。

（16）湘商文化（8 学时）

本课程旨在将湘商文化的职业意识、职业价值观、职业素养展示在学生面前，引导当代大学生树立积极向上的职业意识，培养认真踏实的劳动态度和文明经商的行为规范。

（17）创业基础（32 学时）

本课程是教育部文件规定的通识平台课程。以创建企业的过程为脉络，把创业过程中需要掌握的关键知识点和创业中容易遇到的误区和陷阱，以案例分析的形式展现给学生，全面提升学生创新创业能力。

2．专业基础模块（专业群共享课程）

（1）市场营销实务（64 学时）

本课程主要讲授市场营销环境因素的变化规律，目标市场选择，进行市场调查、预测及制定营销组合方案的方法，市场营销计划、营销组织系统与控制、营销服务管理等基本知识。

（2）经济学基础（48 学时）

本课程主要培养学生学习科学的经济分析思想和分析方法，掌握基本的经济学基础，培养学生分析和解决实际经济问题的能力，为专业课学习打下坚实的基础。使学生了解西方经济学的发展简史和一些主要的经济学派；掌握主流经济学的基本理论体系、基本概念和基本原理；掌握西方经济学的实证分析方法；提高学生应用经济学原理解决现实经济问题的能力。

（3）商务礼仪（32 学时）

本课程主要讲授商务礼仪的一些基本规范与要求，讲解仪表礼仪、社交一般礼仪、社交公务场合礼仪、商务礼仪、

涉外礼仪等内容，使学生掌握运用礼仪规范来提高自己修养的能力。

（4）现代物流基础（40 课时）

本课程讲授现代物流的基本概念、特征及发展趋势，现代物流具备哪些功能要素和如何进行业务操作，熟悉现代物流信息技术与信息管理，物流成本管理，供应链管理，国际物流和第三方物流管理，了解农产品物流、冷链物流、逆向物流、绿色物流、应急物流等现代物流发展的新趋势。

（5）经济法（40 学时）

本课程主要讲授合同法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、专利法、商标法等法律知识，让市场营销专业的学生学会怎样用法制的手段来进行营销业务，规范营销行为，怎样用法律手段保护企业的合法权益，保证企业效益的最大化，通过本课程的学习，应当掌握各类市场经济主体在各类经济活动中享有的权利和承担的义务，并能用诉讼、仲裁等手段维护其合法权益。

（6）电子商务基础与应用（32 学时）

本课程主要讲授电子商务基本概念与基本理论，主要包括电子商务的概念、形成与发展，应用范围、种类、模式、基础设施、网络安全威胁和安全措施、电子结算等问题。同时对网络营销及电子商务与物流管理、电子商务系统构建等专门问题进行介绍。

3．专业技能模块

（1）推销与谈判（64 学时）

本课程主要借助企业实际推销项目来讲授推销的基本

理论与方法，使学生掌握推销观念、推销要素、推销方式、推销接近、推销障碍、推销成交及推销管理等知识，并通过一定的实训使学生具备从事推销工作的基本知识和方法。

（2）广告实务（48 学时）

本课程主要结合企业实际广告策划项目讲授广告学的基本原理，广告的创意、策划技巧。旨在使学生掌握广告创意、文案撰写、广告媒体策划、广告预算、广告设计等能力。

（3）市场营销策划（48 学时）

本课程主要结合企业的实际策划项目讲授市场营销策划的基本知识，让学生掌握市场营销策划的基本能力，能独立完成营销活动的策划任务。

（4）客户服务与管理（48 学时）

本课程主要依据企业客服项目讲授客户关系管理的理念和方法，讲解分析客户关系管理软件的操作，使学生掌握操作和运用客户关系管理系统的能力。

（5）消费者行为学（48 学时）

本课程是营销学的重要基础，主要以消费者为核心，研究消费行为产生、发展的心理过程及其规律。课程开设的主要目的是通过学习了解消费者心理及行为活动的规律，以便能够制定出正确的营销理念与营销战略。

（6）商品基础知识（32 学时）

本课程旨在使学生掌握商品分类、商品标识的基本知识；了解商品的质量标准，增强商品的质量意识；学会分析商品的各类参数和性能，掌握使用常识、养护方法和分类方法，能熟练地向消费者介绍有关商品知识。

（7）市场调研（32 学时）

本课程主要结合企业的实际项目教授市场调查方法、调查资料搜集、整理、分析过程，使学生掌握市场调查的一般程序和基本技能。

（8）公共关系（48 学时）

本课程主要讲授公共关系的基本理论与原理、公共关系操作技能，使学生掌握运用各种传播技术实现与目标公众的双向沟通、利用沟通手段维护企业的形象、构建企业生存与发展的内外部环境以及处理危机等能力。

（9）市场数据分析（32 学时）

本课程主要讲授针对调研过程中获取的数据如何利用软件进行分析以及分析结果如何做成报告。

（10）毕业教育（1 周）

对学生生在毕业前进行的一次比较全面系统的思想教育，毕业教育质量的好坏对毕业生就业工作起着不可估量的作用。让学生树立正确的就业观、择业观，能勇敢地走向社会，融入社会。

（11）毕业实习与毕业设计（16 周）

本课程主要使学生获得所选专业方向较为全面的生产实用知识和操作技能，为进一步达到相关岗位技能要求奠定基础。并通过调查研究，综合运用所学专业知识，独立完成所选课题的毕业设计撰写任务，为进一步达到相关岗位技能要求奠定基础。

4、专业能力拓展模块

（1）渠道管理（32 学时）

本课程旨在使学生不仅系统掌握了渠道构成以及管理的基本知识,而且能够进一步理解渠道价值以及各成员对于产品价值向终端用户高效传递过程中所发挥的作用。

（2）国际贸易实务（32 学时）

本课程主要讲授国际贸易的交易条件和有关国际惯例，交易磋商、合同签订与履行的基本知识。通过本课程的教学，使学生了解国际贸易的基本知识,掌握进出口业务的实际操作程序。

（3）服务市场营销（32 学时）

本课程是市场营销学的一门分支课程,主要研究服务企业如何开展市场营销活动。其主要内容包括：服务产品的特点，服务企业的营销重点和服务企业的营销管理。

（4）企业管理概论（32 学时）

本课程主要讲授企业与现代企业制度、企业管理发展的新趋势；企业经营战略管理、企业经营环境分析；企业经营决策与计划；企业文化内涵与功能、CIS 企业形象塑造；企业竞争力概述、企业核心竞争力培育；企业创新管理；企业要素管理；企业运营管理；企业国际化经营。旨在使学生掌握现代企业生产经营管理的基本理论和方法,了解企业活动规律和发展方向。

（5）网络营销（32 课时）

本课程主要讲述企业如何利用互联网开展市场营销活动。详细介绍网络营销的五个步骤：环境分析和战略规划、网络平台建设、网络平台推广、网络平台运营、网络营销战略实施和效果评估,使学生掌握网络营销的基本理论与操作

技能。

（6）茶艺与茶文化（32 学时）

通过本课程的学习，使学生熟悉湖南各类茶叶的文化历史，了解茶叶的分类以及湖南省茶叶的主要品种与特点，掌握茶叶销售的特殊技巧，学会茶文化讲解、泡茶流程与技术，茶道的基本内容，能运用茶艺与顾客进行沟通，进行茶叶的销售。

（7）品牌经营与管理（32 学时）

本课程主要讲授品牌的概念、品牌资产的建立与管理、品牌的知识结构、品牌的营销方案、整合营销沟通、品牌资产评估体系、品牌命名战略、品牌延伸战略、品牌文化与细分市场、战略品牌管理准则等内容。本课程结合国内外成功的品牌案例，进行生动评析，对将来的经营管理工作有着最直接的指导意义。

（8）会展营销（32 学时）

本课程主要讲授市场营销与会展营销创新、会展市场分析、顾客满意与会展服务策略、会展产品策略、会展服务定价与收费、会展市场销售渠道策略、会展服务的有形展示、会展市场推广与沟通、会展市场销售技巧，会展企业员工和内部营销和会展营销管理等内容。

（9）新媒体营销（32 学时）

本课程主要讲授新媒体现状及营销新理念、微博营销、微信营销、网络视频营销、SNS（社交网络）营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、百科与知道类应用营销、网络游戏营销、博客营销等新媒体营销的现状、理念以及操作技巧。

七、教学实施

1．教学活动时间分配表（见附表 1）

2．职业素养及拓展模块教学进程表（见附表 2）

3．专业基础及技能模块教学进程表（见附表 3）

4．专业能力拓展模块教学进程表（见附表 4）

5．周课时及学时统计表（见附表 5）

八、教学建议

（一）专业教学团队

1．总体要求

（1）按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师；

（2）公共课教师应具有与任教课程对口的全日制本科及以上学历，并取得高校教师资格；

（3）专业课专任教师应具有与本专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格。专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师应是本区域或本行业的现场专家，兼职教以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务占专业课学时总数的 50%左右。

（4）实习指导教师应具有与本专业对口的专科以上学历，并取得专业职业资格。

2．对主讲教师的要求

（1）主讲教师必须具备与本专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格。

（2）主讲教师原则上要求具备讲师及以上的专业技术

职称或相应的技术职业资格证书，新进无职称教师必须在副教授以上教师的指导下授课。

（3）主讲教师必须具有企业工作或者挂职锻炼的实践经验。

3．对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和系部进行汇报交流。

（二）实习实训条件

1．校内实习实训室

校内实训实习必须具备营销策划、推销与谈判等实训室，主要设施设备及数量见下表。

序号	名称	主要功能	室内面积（M^2）
1	营销策划项目实训室	围绕营销策划工作所需，开展相关顾问事宜，切入客户营销事务。营销方案的调查、营销方案的策划。	120
2	电话营销实训室	满足市场营销和电子商务专业实训教学需要，开展电话营销、礼仪、语言沟通技巧等训练。	120
3	市场调研项目实训室	市场调研方案的设计、信息的收集、市场调研报告的撰写与汇报。	120
4	物流信息实训室	物流信息设备应用工作、物流数据统计分析等工作；物流信息数据采集技术等方面的信息技术学习。	120

5	网络推广实训室	完成SEO搜索引擎优化、网络营销、网店经营	120
6	电子商务基础实训室	培养学生从事电子商务活动的基础职业资格能力，掌握电子商务企业沙盘演练。	120
7	企业经营管理沙盘	模拟企业市场分析、产品研发、生产线的购置、产品生产、渠道策划、客户开发、销售产品、账款处理、上交利税等企业经营过程。	120
8	商务礼仪现场教室	学习商务礼仪基本技能和基本规范要求，提高学生商务礼仪素养。	120

2.校外实训基地

建立紧密的校企合作关系，通过校外实训基地建设，进一步加强与企业、行业和社会及经济实体间的联系和合作，互惠互利，共同发展。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表：

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目
1	湖南茶业集团有限公司	店长助理、业务员、售后服务专员	店面销售、客户服务、文案策划
2	湖南唐羽茶叶有限公司	店长助理、客户服务员专员	店面销售、客户服务、文案策划
3	上海晓庄公司	电话营销员、售后服务员	电话营销、客户服务
4	长沙绿叶农产品贸易有限公司	店长助理、客户服务员专员	店面销售、客户服务
5	湖南潇湘茶叶有限公司	店长助理、业务员、售后服务专员	店面销售、客户服务、文案策划

（三）专业教学资源

1.完善网站与教学资源库

不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。

2.教材要求

（1）尽可能选用优质的国家规划教材，教材内容应充分体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合市场营销专业各岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。

（2)应将本专业职业活动分解成若干典型的任务项目，按完成任务项目的需要和任务项目要求组织教材内容。通过实务操作机制，引入必要的理论知识，增加实践操作内容，强化基本理论在实际操作中的应用能力。

（3）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，使教材更贴近专业的发展和实际需要。

（4）若课程设置后找不到合适的国家规划教材建议以企业培训教材为首选，教学内容应不仅仅先于教材内容，应根据企业实际需要来增加课外内容。

（四）教学实施

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；应用操作法、案例法、任务驱动法等现代教学方法；充分利用**移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手段实施教学**，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

（五）教学质量评价

1．改革传统的学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评

价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式。

2．关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试情况，综合评价学生成绩。

3．应注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

九、其他

表一 湖南商务职业技术学院2018级教学计划表

专业名称：市场营销　　培养目标：高素质技术技能型人才

学　　制：三年　　招生对象：高中毕业生及同等学历者

表一 教学活动时间分配表

环节 / 周数 / 学期	学（理实一体）理论教	入学教育军训	课程设计大型作业	课程实训	专业技能综合实训	社会实践	考证实训	毕业设计指导	毕业教育	顶岗实习	毕业实习	毕业设计	机动	复习考试	总周数	假期	总计
1	16	2		1										1	19	6	25
2	14			5										1	19	8	27
3	15			2										1	18	6	24
4	15			3										1	19	10	29
5	12				3								3	1	19	7	26
6	0								1		10	6			17		17
合　计	**72**	**2**	**0**	**11**	**3**		**0**		**1**	**0**	**10**	**6**	**3**	**5**	**111**	**37**	**148**

备注：

1. 第五学期机动周由学院统一安排毕业生就业活动。

2. 毕业设计指导利用第五学期机动周完成。

表二 职业素养及拓展模块教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	课程代码	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
					总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
						理论学时	实验实训学时	1	2	3	4	5	6			
								16	14	15	15	12				
基本素养课程	1	入学教育与军训	0801001	2.0	56		56	2 周								15 天
	2	思政基础	0601025	3.0	48	48		4*12							1	
	3	思政概论	0601024	3.0	48	48			4*12					2		
	4	形势与政策	0601028	1.0	16	16		4*2	4*2						2	
	5	思政实践	0601065-0601066	1.0	16		16	4*2	4*2						2	①
	6	大学体育	0603001-0603004	8.0	144	20	124	2	2	2	2				1-4	②
	7	大学英语	0203001-0203002	8.0	128	96	32	4	5					2	1	③
	8	大学语文	0201039	3.0	48	48	0			4					3	
	9	应用文写作	0201039	1.0	16	16	0				2				4	
	10	湘商文化	0201232	0.5	8	8	0									
	11	数学	0602001	4.0	64	64			6					2		
	12	计算机应用	0401001	2.5	40	20	20		4*10					2		
	13	心理健康教育	0601039	2.0	32	32		2							1	
	14	就业指导（一）	0601030	1.0	16	16		1							1	
	15	就业指导（二）	0601030	1.0	16	16					1				4	
	16	创业基础	0801080	2.0	32	32					1*16				4	④
	17	安全教育	0801080	1.0	16	8	8									⑤
	小计			44.0	744	488	256	13	21	6	6	0				
基本素	1	网络通识课程														⑥
	2	校内公共选修课程														⑦

养拓展课程	小计	8.0	128	128			0	4	2	2				
合计		**52.0**	**872**	**616**	**256**	**13**	**21**	**10**	**8**	**2**	**0**			

备注:

①另安排 16 学时思政课课程实践活动,第一、二学期完成;

②其中包括课外体育活动 16 学时;

③大学英语分层授课，第一学期开设 64 节；第二学期 A 级班不开课，B 级班开设 64 节;

④创业基础，另安排选修网络课程 16 学时;

⑤安全教育，第一、二学期各完成 4 学时理论授课，第三、四学期开展比赛、讨论、演讲等多种形式安全宣传教育;

⑥⑦网络通识课程和校内公选课程详见“公共选修课程（一）（二）”。

表三 专业基础及技能模块教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	课程代码	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
					总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
						理论学时	实验实训学时	1	2	3	4	5	6			
								16	14	15	15	12				
专业基础课程	1	市场营销实务	102001	4	64	40	24	5						1		
	2	商务礼仪	102013	2	32	16	16		3						2	
	3	经济学基础	103001	3	48	32	16		4					2		
	4	经济法	301005	2.5	40	30	10			4				3		
	5	电子商务基础与应用	103003	2	32	22	10				3			4		
	6	现代物流基础	103028	2.5	40	30	10				3				4	
专业核心课程	7	消费者行为学	102067	3	48	32	16	3						1		
	8	市场调研	102002	2	32	16	16	5*7						1		
	9	商品基础知识	102008	2	32	20	12			3					3	
	10	推销与谈判	201045	4	64	36	28			5				3		
	11	广告实务	404131	3	48	28	20			4				3		
	12	会计基础知识	101028	2	32	22	10					3			5	
	13	公共关系	102006	3	48	30	18				4				4	
	14	市场营销策划	102028	3	48	20	28				4			4		
	15	市场数据分析		2	32	16	16	5*7								
	16	客户服务与管理	103011	3	48	24	24					4		5		
小计				43	688	414	274	13	7	16	14	7	0			
实践（训）环节	1	市场调研实训		1	28		28	1								
	2	推销与谈判实训	102016	2	56		56			2						
	3	市场营销沙盘实训		1	28		28		1							
	4	公共关系实训	102057	1	28		28				1					
	5	市场营销策划实训	102039	1	28		28				1					
	6	毕业教育	0801002	1	28		28						1			
	7	毕业实习	0801003	10	280		280						10			

	8	毕业设计	0102073	6	168		168						6			
	小计			23	644	0	644	1	1	2	2	0	17			
合计				**66**	**1332**	**414**	**918**									

表四 专业能力拓展模块教学进程表

课程类别	课程编号	课程名称	课程代码	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
					总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
						理论学时	实验实训学时	1	2	3	4	5	6			
								16	14	15	15	12				
专业能力拓展课程	1	渠道管理	102080	2	32	20	12				3				4	选4学分
	2	服务市场营销	202055	2	32	20	12				3				4	
	3	新媒体营销		2	32	20	12				3				4	
	4	国际贸易实务	102007	2	32	20	12				3				4	选6学分
	5	企业管理	103019	2	32	20	12					3			5	
	6	商务沟通		2	32	20	12					3			5	
	7	网络营销	102078	2	32	20	12					3			5	
	8	茶艺与茶文化	0202121	2	32	20	12					3			5	选4学分
	9	品牌经营与管理	202056	2	32	20	12					3			5	
	10	会展营销		2	32	20	12					3			5	
	合计			14	224	140	84	0	0	0	6	15				
实践（训）环节	1	电话沟通实训		4	112		112		4							
	2	新媒体营销实训		1	28		28				1					
	3	专业技能实训		2	56		56					2				
	4	专业综合实训		1	28		28					1				
	合计			8	224	0	224	0	4	0	1	3	0			
合计				**22**	**448**	**140**	**308**									

表五　周课时及学时统计表

年级 学期 / 模块 节（周）数	一年级				二年级				三年级				教学学时（节）		
	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期				
	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	理论学时	实训实验学时	合计
职业素养模块	13	2	21	0	10	0	8	0	2	0	0	0	616	256	872
专业基础与技能模块	13	1	7	1	16	2	14	2	7	0	0	17	414	918	1332
专业能力拓展模块	0	0	0	4	0	0	6	1	15	3	0	0	140	308	448
合　计	26	3	28	5	26	2	28	3	24	3	0	17	1170	1482	2652

专业课中实践学时占总学时的比例：69%

本专业应修学分总计：140