



三明医学科技职业学院

Sanming Medical And Polytechnic Vocation College

人才培养方案

专业名称：_____
市场营销

专业代码：_____
530605

学 制：_____
全日制、三年

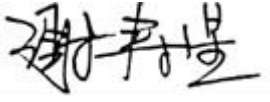
专业带头人：_____
杨敏

二级院系：_____
经济与管理系

二〇二五年 二月 制订

人才培养方案审核意见表

本专业人才培养方案适用于 2025 年全日制高职专业，由市场营销专业建设委员会与沃尔玛（福建）商业零售有限公司福州大利嘉分店、永安目夕子科技有限公司等共同制订，经专业建设委员会论证后，于 2025 年 5 月上报院学术委员会评审，提出评审及修改意见，并根据专家评审意见进行修改，形成此稿，于 2025 年 6 月经院党委会审议通过。

专业名称				市场营销		
课程门数				50	总学时数	2621
实践课时比例				63.33%	毕业学分	153
专业 建设 委员会	序号	姓 名	性 别	单 位	职称/职务	委员属性
	1	巫小明	男	深圳沃尔玛百货零售有限公司福州长城分店	人资总监	主任委员
	2	杨敏	女	三明医学科技职业学院	讲师	副主任委员
	3	叶郡君	男	永安目夕子科技有限公司	总经理	委员
	4	王盛勇	男	三明医学科技职业学院	教授	委员
	5	陈雯	女	三明医学科技职业学院	讲师	委员
	6	刘庆	女	三明医学科技职业学院	研究实习员	委员
	7	胡熊智	男	厦门循之教育咨询有限公司	运营总监	委员
专业建设 委员会 论证意见		市场营销专业人才培养方案密切围绕专业特色和优势，在人才培养、课程体系、师资队伍、实习基地等方面进行合理规划，人才培养目标和定位符合福建省营销人才培养需求。 一致同意 2025 级市场营销专业人才培养方案，建议按照方案组织实施。 负责人签字：  2025 年 4 月 26 日				
二级院系 审核意见		市场营销专业人才培养方案，围绕专业特色和优势，在人才培养、课程体系、师资队伍等方面进行规划，目标明确，总体符合培养目标和要求。 负责人签字（盖章）：  2025 年 5 月 6 日				

市场营销专业人才培养方案

【专业名称】市场营销

【专业代码】530605

【学 制】全日制，三年

【招生对象】中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

【简史与特色】市场营销专业从 2006 年起开始招生，是福建省现代学徒制试点专业。

本专业聚焦数字经济时代需求，构建“产教创一体、岗课赛贯通”的育人体系，形成三大特色：一是携手沃尔玛等龙头企业，联合打造产教融合基地，构建“认知实践—项目实战—岗位实习”的三段式成长路径，企业导师全程参与课程开发与教学；二是强化数字化营销能力，开设数字营销、直播营销、短视频策划与制作等前沿课程，打造“短视频工坊+虚拟仿真平台”沉浸式教学场景；三是聚焦创新创业能力培养，依托校电商产业学院，构建“产教创融合”育人体系。通过校企共建实战孵化基地，指导学生团队开展企业真实项目运营，形成区域商业领域创新型人才的重要培养基地，持续为三明市产业升级输送新鲜血液。

一、专业介绍与人才培养方案说明

（一）专业背景

在数字经济浪潮推动下，数字化营销人才需求呈现指数级增长。据权威机构 2023 年统计数据显示，市场营销岗位已连续 5 年位列全国紧缺型人才 TOP10，行业需求占比突破 20%，其中具备短视频运营、智能营销分析等数字化能力的复合型人才缺口尤为突出。回溯近四十年人才市场发展轨迹可见，营销岗位供需比长期维持在 1:2.5 以上，且随着传统企业数字化转型加速，具备“互联网+营销”双核能力的高职毕业生正成为企业竞相争夺的优质人力资源。

同时，针对闽中地区特色产业转型升级需求，三明市在电商产业布局中面临双重挑战：一方面山区特色产品存在“优质难优价”的流通困境，工商登记数据显示本地企业网络营销投入回报率较沿海地区低 40%；另一方面产教协同度不足导致人才供给侧结构性失衡，市工信局调研表明 76% 企业存在直播运营、品牌 IP 打造等新型岗位人才断层。在此背景下，构建“本地化数字营销人才培养体系”具有战略价值——通过产教融合模式培育既掌握区域产业特性、又精通流量运营的“本土化数字营销专才”，不仅能破解企业“有货难销”困局，更可形成山区特色产业数字化转型的人才支点，据测算此类人才本地就业留存率可达 82%，薪资水平较传统岗位高出 35%，形成职业教育服务区域经济发展的良性闭环。

（二）专业发展历程与特色

市场营销专业自 2006 年创办以来，经过 18 年的建设与发展，已成为我院特色鲜明、成果显著的优势专业。本专业始终秉持“服务区域经济、对接产业需求”的办学理念，累计为社会输送了数百名高素质营销技能人才，与三明及周边地区多家企业建立了深度校企合作关系。在专业建设方面，我们创新性地采用“学做互动推进，技能递进提升”的人才培养模式，2018 年成功入选福建省现代学徒制试点专业，彰显了专业的示范引领作用。

近年来，专业建设成果尤为突出：在国家级职业技能竞赛中，荣获沙盘模拟经营大赛一等奖 5 项、二等奖 2 项；市场营销大赛团体三等奖 1 项；在省级竞赛中，斩获市场营销大赛团体二等奖 7 项、三等奖 2 项、优秀奖 1 项。这些优异成绩充分体现了专业“实境、实体、实战”人才培养模式的显著成效。当前，专业正以实战项目为引领，全面推进项目化教学改革，着力培养适应数字经济时代需求的高技能人才。

（三）人才培养方案说明

本专业通过设置《市场营销专业人才需求与人才培养调查问卷》以及《市场营销职业能力调查问卷》对三明地区以及省内多家企业进行调研，《市场营销专业人才需求与人才培养调查问卷》重点了解了企业的主要业务、专业相关岗位（群）、职业岗位（群）需求能力等，《市场营销职业能力调查问卷》对典型工作任务和职业基本能力做了调研。通过调研，充分了解了三明乃至福建省企业对本专业人才需求状况，确定了本专业面向的岗位群和岗位群职业能力，并对职业能力进行分析，构建市场营销专业课程体系。

经专业建设委员会组织专家进行了评审，提出了评审及修改意见，根据专家评审意见进行了修改，形成此稿。

（四）人才培养方案设计理念

认真学习领会国务院《国家职业教育改革实施方案》（职教 20 条）、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》《高等学校课程思政建设指导纲要》、中共中央办公厅国务院办公厅《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》。贯彻落实职业教育实现 5 个对接：“服务经济社会发展和人的全面发展，推动专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接”的指导思想，以教促产、以产助教、产教融合、产学合作，功能定位由“谋业”转向“人本”，设计 2025 级市场营销专业人才培养方案。

（五）主要衔接专业

序号	层次	专业大类	专业名称	专业代码
1	中职	财经商贸类	市场营销 商品经营 电子商务	121000 120700 121100
2	技校	商贸旅游类	市场营销 电子商务 客户服务	0603 0604 0605
3	高职本科	财经商贸类	市场营销 电子商务 零售业管理	530605 530701 530604
4	普通本科	工商管理类	市场营销 电子商务 国际商务	120202 120801 120205
5	专业硕士	工商管理类	工商管理市场营销方向	125100

二、职业面向

市场营销专业对接三明绿色农业、文旅康养、机械制造行业发展，面向营销策划、营销推广、客户服务、互联网营销等岗位。本专业职业面向如下表：

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)、商业服务业 (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)、客户服务管理人员 (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、市场推销主管、销售业务主管、客户服务主管等
职业类证书	数字营销技术应用 (中级) (1+X)、跨境电商 B2B 数据运营 (1+X) ; 网店运营推广 (1+X)

三、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，团队协作和精益求精的职业精神，较强的就业创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、商业服务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、数字营销、项目销售、品牌策划与推广等工作的高技能人才。

四、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要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：

（一）素质

1. 在思想政治素质方面，践行社会主义核心价值观，具备社会责任感。传承工匠精神，树立质量意识和品牌意识，培养绿色营销理念和可持续发展意识。

2. 在职业素质方面，具备诚信经营、客户至上的职业操守，培养创新思维和创业精神，形成团队协作和沟通协调的职业习惯。

3. 在人文素质方面，具备良好的文化修养和审美能力，培养跨文化理解和国际视野，形成终身学习和自我提升的积极态度。

（二）知识

1. 在专业基础知识方面，掌握市场营销、消费者行为学等理论基础，熟悉经济法律法规和商业伦理，了解企业管理等基础知识。

2. 在核心专业知识方面，精通市场调研与数据分析方法，掌握营销策划与品牌管理知识，熟悉数字营销和新媒体运营技术。

3. 在行业拓展知识方面，了解批发零售业、商业服务业等行业特点，掌握区域经济发展和产业政策，熟悉跨境电商和国际贸易规则。

（三）能力

1. 在专业核心能力方面，具备市场调研与分析能力、营销策划与执行能力、客户开发与维护能力、品牌建设与推广能力。

2. 在数字营销能力方面，具备电商平台运营管理能力、新媒体内容创作与传播能力、大数据分析与应用能力、网络营销策划与执行能力。

3. 在可持续发展能力方面，具备自主学习和知识更新能力、创新创业和实践能力、跨领域融合和资源整合能力以及危机处理和应变决策能力。

五、课程设置与要求

（一）公共基础课模块

公共基础课程是培养学生人文素质、职业素质、思想道德、人文基础、沟通交流及职业自我发展能力的课程。

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
1	思想道德与法治	1. 素质目标：树立科学的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。 2. 知识目标：理解科学世界观、人生观和价值观的主要内容；把握中国精神和社会主义核心价值观的内涵；掌握社会主义道德的核心与原则；了解法治思想，掌握法律基础理论知识。 3. 能力目标：能尽快适应大学生活；能正确对待人生矛盾，践行社会主义核心价值观；能按基本道德规范正确判断是非、善恶、美丑，形成良好道德行为；能自觉尊法学法守法用法。	1. 担当复兴大任成就时代新人； 2. 领悟人生真谛把握人生方向； 3. 追求远大理想坚定崇高信念； 4. 继承优良传统弘扬中国精神； 5. 明确价值要求践行价值准则； 6. 遵守道德规范锤炼道德品格； 7. 学习法治思想提升法治素养。	1. 师资要求：主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2. 教学方法：根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法。 3. 考核评价：本课程为考试课程，采取过程性考核55%+终结性考核45%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现。实践教学单独考核。	
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1. 素质目标：(1)提高学生的思想政治理论水平和社会实践能力；(2)扩展学生的知识面和视野，提高学生的思想政治素质和文化素质；(3)结合我院的办学定位：“立足三明，面向海西，服务区域和地方经济社会发展”，把培育学生的职业道德、诚信品质、敬业精神、责任意识等寓于教学全过程。 2. 知识目标：(1)了解中国化马克思主义理论的时代背景与基本概念；(2)理解中国化马克思主义理论的基本原理；(3)掌握中国化马克思主义理论精髓之实事求是、解放思想、与时俱进、求真务实的思维方法。 3. 能力目标：(1)培养学生对中国化马克思主义理论的认识能力。(2)能够对中国化马克思主义理论的相关论述有正确与错误的辨别和判断能力。(3)能够独立地从所学知识中对中国化马克思主义理论的精髓进行多角度多层面的把握。	1. 马克思主义中国化的历史进程与理论成果； 2. 毛泽东思想及其历史地位； 3. 新民主主义革命理论； 4. 社会主义改造理论； 5. 社会主义建设道路初步探索的理论成果； 6. 邓小平理论； 7. “三个代表”重要思想； 8. 科学发展观	1. 师资要求：主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2. 教学方法：采用问题教学法、案例分析法、互动式教学法、探究式教学法等多种教学方法。 3. 考核评价：本课程为考试课程，采取过程性考核55%+终结性考核45%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现。实践教学单独考核	
3	国家安全教育	1. 素质目标：增强爱国主义情感和民族自豪感，树立正确的国家观、安全观和价值观；培养责任意识和担当精神，自觉履行维护国家安全的义务；提高综合素质，成为合格的社会主义建设者和接班人。 2. 知识目标：了解国家安全的基本概念、主要内容和重要意义；熟悉我国国家安全战略、政策法规和相关制度；掌握不同领域国家安全的基本知识模块，如政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、信息安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全等。 3. 能力目标：能够运用所学知识分析国家安全问题，提高辨别安全风险的能力；具备在日常生活和学习中维护国家安全的意识和行动能力；能够积极参与国家安全教育宣传活动，传播	1. 导论,2. 完整准确领会总体国家安全观,3. 在党的领导下走好中国特色国家安全道路,4. 更好统筹发展和安全,5. 坚持以人民安全为宗旨,6. 坚持以政治安全为根本,7. 坚持以经济安全为基础,8. 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障,9. 坚持以促进国际安全为依托,10. 筑牢其他各领域国家安全屏障,11. 争做总体国家安全观坚定践行者。	1. 教学方法：以学生为中心，充分利用智慧职教平台等线上线下教学资源，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。重视学生在校学习与实际工作的一致性，有针对性地采取混合式教学、理实一体化教学等教学模式。 2. 课程思政：通过案例分析让学生明白国家安全的重要性，培养学生的国家安全意识、责任感和使命感，增强学生的爱国主义情怀，使学生能够正确认识国家安全的重要性，掌握维护国家安全的基本知识和技能。 3. 考核评价：过程性考核：平时学习30%(其中作	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		国家安全知识。		业30%、考勤20%、表现20%，小组30%)，线上自学20%，模块测试10%，终结性考核:终结性考核:期末考试40%（闭卷），总评成绩=过程性考核(60%)+终结性考核(40%)	
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1. 素质目标：增强对中国特色社会主义的信仰，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，自觉投身中国特色社会主义伟大实践；提升社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质，牢牢站稳人民立场。 2. 知识目标：了解习近平新时代中国特色社会主义思想“十个明确”和“十四个坚持”义的总任务；科学把握“五位一体”总体布局和理解“四个全面”战略布局以及两者之间的关系；理解中国共产党在新时代的基本理论、基本路线和基本方略。 3. 能力目标：能用马克思主义的立场、观点和方法认识问题、分析问题；能运用马克思主义中国化理论成果指导具体实践，达成“求懂、求用、求信、求行”四求能力目标；能养成良好的学习能力、沟通能力及团队协作能力；具有一定的创新思维。	1. 马克思主义中国化时代化新的飞跃；2. 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴；3. 坚持党的全面领导；4. 坚持以人民为中心；5. 全面深化改革开放；6. 推动高质量发展；7. 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略；8. 发展全过程人民民主；9. 全面依法治国；10. 建设社会主义文化强国；11. 以保障和改善民生为重点加强社会建设；12. 建设社会主义生态文明；13. 维护和塑造国家安全；14. 建设巩固国防和强大人民军队15. 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一16. 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体17. 全面从严治党	1. 师资要求：主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2. 教学方法：课堂教学与实践教学相结合，线下教学与网络教学相结合，灵活采用问题教学法、案例分析法、互动体验式教学法、探究式教学法等多种教学方法。 3. 考核评价：本课程为考试课程，采取过程性考核55%+终结性考核45%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤15%、课堂表现20%、作业20%。	
5	形势与政策	1. 素质目标：提升关心国家大事的政治素养，维护国家安全与统一，树立马克思主义形势观，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。 2. 知识目标：了解国内外重大时事，认识和正确理解党的路线、方针和政策，认清形势和任务，掌握时代脉搏。 3. 能力目标：在错综复杂的国内外形势中，具有明辨是非的能力，有坚定的立场、较强的分析能力和适应能力，能正确分析和认清国内外形势中的热点难点，解决实际的思想困惑。	1. 国内形势； 2. 国际形势。（根据教育部、省教育厅下发的每学期“形势与政策教育教学要点”以及结合我院教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定）	1. 教学方法：开展专题化教学，采用专题授课、线上线下相结合等方法实施。 2. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。	
6	军事理论课	1. 素质目标：具有大学阶段的国防观念、国家安全意识和忧患危机意识；强化爱国主义、集体主义观念、传承红色基因、提高学生综合国防素质。 2. 知识目标：贯彻落实习近平强军思想，全面了解我国国防体制，国防战略，国防政策和国防历史。正确理解我国总体安全观，把握新形势下我国安全环境的新特点，树立正确的国防观。 3. 能力目标：具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传	1. 中国国防和国家安全； 2. 军事思想； 3. 现代战争； 4. 信息化装备； 5. 共同条令教育； 6. 防卫技能与战时防护； 7. 战备基础与应用。 8. 武器常识及军事技能篇总结。	1. 教学方法：根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法、情景模拟法等多种教学方法。 2. 课程思政：引导学生建立正确的国防观念，提高军事理论素养。以史为鉴，将强烈的理想信念教育融入文化自信中，引导学生树立高度的文化自信，自觉践行中国特色社	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		的能力。通过学习，达到和平时时期，积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。		会主义文化，提高人文素质和涵养，厚植爱国主义。 3.考核评价：本课程为考试课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。	
7	五史	1.素质目标：（1）树立正确历史观与价值观，培养家国情怀，增进对中华民族多元一体格局的认同，传承红色基因，弘扬爱国主义精神。 （2）养成学生积极思考，善于理性分析，以史为鉴的习惯。 2.知识目标：系统掌握“五史”核心脉络，理解其中的历史规律与现实意义。 3.能力目标：（1）能够提升历史思维能力，运用唯物史观分析历史现象，揭示历史发展的客观规律。通过史料实证等方法还原历史真实，培养批判性思维和独立判断能力。 （2）将历史视角融入现实问题分析，提升实践能力，解决在日常学习、生活中遇到的问题。	（1）中国共产党成立、发展以及领导新民主主义革命和社会主义革命、改革、建设的历史过程。 （2）新中国成立以来，社会主义探索、建设的历史过程。 （3）社会主义发展五百年来的历史过程。 （4）中国改革开放以来的历史过程。 （5）中华民族发展史，涵盖中华民族从远古时期到现代的漫长历史，记录了中华民族在政治、经济、文化、科技等方面的辉煌成就，以及在不同历史时期所经历的挑战和变革。	1.师资要求：本课程的主讲教师必须是中共党员，具备本科及以上学历。 2.教学条件：多媒体教室，超星学习通等网络教学平台。 3.教学方法：利用现代信息技术，不断创新改进教育教学方法，根据教学内容灵活采用问题教学法、多媒体演示法、案例分析法等多种教学方法。 4.考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨论、纪律、作业等日常表现。	
8	英语	1.素质目标：具有敬业勤业精神、良好的职业道德和文化意识，提升职业综合素质；具有创新、竞争与合作意识，较强的爱国主义精神和家国共担的责任感，提高文化自信。 2.知识目标：掌握必须的、实用的英语语言知识和语言技能：如词汇、语法、句型、文化等，为全球化环境下的创新创业打好人文知识基础。 3.能力目标：在日常生活中、职场中用英语进行必要交流的口语交际能力，并具备一定的阅读能力和写作能力，培养他们的跨文化交际能力，能以正确的立场鉴别、处理涉外事务的能力。	基础模块：主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略	1.教学要求：坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能；落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程；突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面发展。 2.教学方法：采用任务驱动法、问题引入法、情景教学法、角色扮演法、小组合作法、讲练结合法、案例教学法、游戏法等多种教学方法相结合。 3.课程思政：培养学生爱国情怀、文化自信、传统礼仪、敬业勤业精神、良好的职业道德、较高的职业素养、且能用英语表达中国文化。 4.考核评价：本课程为考试课程，采用过程性考核50%，终结性考核50%的形式，进行考核评价。	
9	信息技术	1.素质目标：增强学生的信息意识，提升计算思维，促进数字化创新与发展能力，树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、服务社会和终身学习奠定基础。	一、基础模块1、认识计算机2、图文编辑3、电子表格4、演示文稿制作5、计算机网络与Internet应用二、拓展	1.教学方法：采用理论讲授与案例分析相结合，通过任务驱动、问题引导、案例分析等教法和自主、合作、探究式学法，	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		2. 知识目标：熟悉信息技术的基本知识，掌握常用工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、云计算等新兴信息技术。 3. 能力目标：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，以适应现代化办公对计算机能力的要求。	模块1、信息安全2、项目管理3、机器人流程自动化4、程序设计基础5、大数据6、人工智能7、云计算8、现代通信技术9、物联网10、数字媒体11、虚拟现实12、区块链	2. 课程思政：了解我国的新技术、新发展，注重工匠精神的培养，提高信息安全意识。将时事新闻的文字、图片及数据形成素材，进行文档编辑和处 理，加强思想政治教育。 3. 考核评价：本课程平时考核采用作业、课堂提问、实验成绩及计算机电子作品相结合的考核方法。实践成绩占40%，平时成绩占30%，期末考试成绩占30%。	
10	体育	1. 素质目标：打造坚韧意志品质，树立“终身体育”意识，发展体育文化自信，提高体育文化素养，成长为全面发展的创新型高素质专业技能人才。 2. 知识目标：形成正确的身体姿势；懂得营养、环境和不良行为对身体健康的影响；了解常见运动创伤的紧急处理方法；掌握体育运动与体能训练项目基本知识。 3. 能力目标：培养科学健身、发展身体素质的能力，培养活动组织交往能力和规则纪律意识，使学生具有较好的适应未来职业工作需要的社会适应能力、职业礼仪和职业气质等社会服务规范，表现出良好的道德素质和团队合作精神，正确处理竞争与合作的关系。并通过体质测试考核标准。	1. 体能训练理论。2. 职业体能需求。3. 运动损伤的预防及功能性康训练。4. 热身与动作准确。5. 力量训练基本原理与训练方法。6. 速度训练基本原理与方法。7. 耐力训练基本原理与方法。8. 柔韧训练基本原理与方法。9. 灵敏与协调训练方法。10. 动作评价方法。11. 再生恢复训练。12. 科目训练内容：引体向上、双杠、爬绳（矿山、消防）立定跳远、原地跳高、俯卧撑、屈膝仰卧起坐、中长跑、折返跑、负重跑等技术技能和拓展训练游泳知识。	1. 教学方法：教学上采教师讲解、示范，纠错相结合。通过分析示范和练习等手段，找出教学中的优化和偏差的原因，引导学生自己去纠正错误动作，采用集体练习和分组练习相结合。科学锻炼身体。 2. 课程思政：培养学生树立“健康第一”的指导思想，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志。 3. 考核评价：本课程为考试课程。由平时成绩和期末考试二部分构成。其中平时成绩占30%（含体质测试成绩占10%），期末考试成绩占70%。	
11	大学生心理健康教育	1. 素质目标：增强心理保健意识和心理危机预防意识，心理健康素养普遍提升；培育和弘扬社会主义核心价值观，坚持育心与育德相统一，促进学生心理健康素养与思想道德素养、科学文化素养协调发展。 2. 知识目标：了解心理学的有关理论和基本概念；明确大学生心理健康的标准及意义；掌握自我调适的基本心理知识；了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，能预防、识别、干预常见精神障碍和心理和行为问题。 3. 能力目标：掌握自我探索技能，建立自尊自信态度；掌握心理调适技能，培养理性平和心理；掌握心理发展技能，塑造积极向上心态。	1. 大学新生心理适应与发展； 2. 人际关系； 3. 恋爱与性； 4. 生命教育； 5. 压力与挫折； 6. 人格塑造。	1. 教学方法：采用启发式、研讨式、案例分析、角色扮演等教学方法。 2. 课程思政：将育心与育德相结合，加强心理育人；将心理健康教育与思想道德修养有机结合起来，在心理教育的同时关注大学生健康向上的世界观、人生观、价值观形成，培育和弘扬社会主义核心价值观。 3. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核40%+终结性考核30%+线上课程30%的形式，进行考核评价。	
12	创新创业教育与职业生涯规划	1. 素质目标：1能够认识到创新创业的价值和意义，树立正确的创新观、创业观，加强创新创业意识，树立法制意识，不断提升个人能力；2能够主动通过自身的创新创业活动，为国家现代化建设和中华民族伟大复兴做出贡献。	1大学生创新创业概述 2创新意识与创新思维 3创新方法、能力与精神 4创新成果保护与转化 5创业者与创业团队 6创业机会与风险防范	1. 教学方法：采用启发式、研讨式、案例分析、现场路演等教学方法。 2. 课程思政：将育心与育德相结合，加强以德育人；将创新创业与思想道德修养有机结合起来，在	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		2. 知识目标：1掌握创新创业的内涵及二者关系，创新意识与思维的重要性；2掌握创新方法、能力与精神的内涵，创新成果的内涵；3掌握创业者与创业团队的基本知识，创业机会、创业风险的内涵；4掌握创业资源的含义与类型，商业模式的含义与要素；5掌握创业规划与创业计划书的基本内容；6掌握企业创办流程以及企业管理基础；7掌握“双创”大赛的类型。 3. 能力目标：1能够使用不同的创新方法进行创新实践；2能够选择合适的方法保护和转化创新成果；3能够组织创业团队，识别和评估创业风险；4能够整合创业资源，设计商业模式；5能够完成创业规划并编制创业计划书；6能够独立创办企业并进行基础管理；7能够自主设计项目参加“双创”大赛。	7创业资源与商业模式 8创业规划与创业计划书 9新企业的创办与管理 10“双创”大赛政策与案例分析	教育的同时梳理大学生健康向上的择业观、世界观、人生观、价值观形成，培育和弘扬社会主义核心价值观。 3. 考核评价：本课程采取过程性考核和终结性考核相结合的评价方式，平时过程性考核分值占比40%，期末终结性考核分值占比60%，期末考试为现场路演及答辩。	
13	大学生就业指导	1. 素质目标：树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的职业发展和社会发展主动付出积极地努力。 2. 知识目标：基本了解就业形势与政策法规；掌握职业生涯规划的方法，提升自己的适应能力、学习能力、人际交往能力，信自感处理能力，团队精神，学会写求职信和制作简历，掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识，就业过程中基本的权益保护。 3. 能力目标：使大学生掌握信息搜索与管理技能、简历制作的技巧、求职面试的技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。	1、认识大学生就业。 2、规划职业生涯。 3、提升就业能力 4、准备求职面试 5、迈好职场第一步 6、保障就业权益	1. 师资要求：本课程的主讲教师必须具备本科及以上学历，有过指导学生就业或从事过学生管理的工作经历。 2. 教学条件：采用线上线下相结合的方式，线上主要是基本理论内容的学习，线下主要通过多媒体教室小班授课。 3. 教学方法：采用理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与求职就业实践相结合的教学方法。 4. 课程思政：能够结合社会主义核心价值观引导学生树立“爱岗”“敬业”“诚信”“守信”等良好品质。 5. 考核评价：本课程为考查课程，采取大作业性质，两次作业，各占50%进行考核评价。	
14	公共艺术	1. 素质目标：通过艺术教育强化真、善、美的价值导向，帮助学生形成适应现代社会需求的人生观、世界观和职业素养。培养学生对艺术基本原理、发展规律及创作特征的理解，增强文化自觉与自信，丰富人文素养与精神世界，形成积极健康的审美观。 2. 知识目标：引导学生结合专业背景探索艺术创作方法，开发创新思维，培养合作意识与批判性分析能力，促进艺术理论与实践的融合。 3. 能力目标：通过赏析经典艺术作品和参与实践活动，掌握不同艺术门类的基本知识、技能与原理，提高审美判断力和生活品质意识。	1. 艺术基础理论：涵盖艺术本质论、门类论、发展论、创作论、作品论、接受论六大方向，解析艺术的社会功能、审美特征及发展规律。 2 艺术史与分类：包括中西方艺术史脉络、不同艺术门类（绘画、雕塑、建筑、音乐、舞蹈、戏剧等）的表现形式与美学原则，强调经典性与时代性作品的对比分析。	1. 教师能力要求：需具备跨学科知识储备，能结合社会艺术发展动态设计教学内容，并灵活运用案例教学法激发学生。 2. 教学方法：以课堂讲授为主，辅以讨论、作业、艺术欣赏、讲座、学生演示等，注重互动与实践。 3. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。过程性考核包括考勤、课堂讨	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
			3. 将艺术与职业发展、社会生活结合:例如通过案例教学探讨艺术在专业领域中的应用,提升综合素养。	论、纪律、作业等日常表现。实践教学单独考核	
15	中华优秀传统文化	1. 素质目标: ①感受中华优秀传统文化之美。②树立民族自豪感和爱国情操。③树立正确的文化观。④培养保护中华优秀传统文化的责任感和使命感。 2. 知识目标: ①了解中华优秀传统文化概念、中国古代史以及汉字。②了解中国古代诗歌、散文、戏曲、小说的文化内涵。③了解中国传统艺术的各大门类及其变迁和代表作品。④了解中国古代哲学的主要特点和价值取向,熟悉中国古代哲学的代表人物及其思想。⑤了解中国古代的食文化、茶文化、酒文化等生活方式。 3. 能力目标: ①能够用文学的眼光品味现代生活。②能够结合所学专业,以文化为话题展开讨论。③能够用诗歌、散文、戏曲、小说为切入点解读现代社会生活中的文化现象。④掌握中国古代诗歌的鉴赏方法⑤能够运用较为专业的语言鉴赏中国传统艺术。⑥通过学习得到智慧的熏陶,并能够运用中国古代哲学分析解释现实生活中的现象和问题。⑦能够品味欣赏茶文化,把茶道贯穿到生活中去,追求高品味的生活。	1. 中国古代哲学; 2. 中国汉字文化; 3. 中国古代文学; 4. 中国传统艺术; 5. 中国古代生活方式。	1. 教学方法: 讲授法、鉴赏法、讨论法等教学方法。 2. 课程思政: 传播中国传统文化,弘扬中华民族精神,提高学生文化素养,增强学生民族自豪感和爱国情怀。 3. 考核评价: (1) 平时成绩: 60%; (出勤率30%, 作业30%) (2) 期末成绩: 40% (学习通考试)	
16	劳动教育	1. 素质目标: 学生通过参与劳动与职业素养的学习和实践,获得直接劳动体验,促使学生主动认识并理解劳动世界,逐步树立正确的劳动价值观。遵守劳动纪律;养成热爱劳动、珍惜劳动成果的良好习惯;培养学生正确的劳动价值观和良好的劳动品质,弘扬劳模精神,引导学生崇尚劳动、尊重劳动,增强对劳动人民的感情,报效国家,奉献社会。 2. 知识目标: 掌握相关劳动内容、劳动安全知识、绿色环保及垃圾分类常识;劳动工具、劳保用品的使用方法;掌握校园文明监督员、宣传员的工作任务和工作规范;了解职业道德基本内涵,理解爱岗敬业的职业素质要求。 3. 能力目标: 具备正确使用和维护劳动工具、劳保护品的能力;具备垃圾分类的能力;具备校园环境卫生、寝室环境卫生宣传、维护、监督的能力;提高学生的就业能力和职场的适应能力。	1. 劳动教育理论课程; 2. 公益劳动体验教育; 3. 职业劳动体验教育; 4. 社会服务劳动教育。	1. 教学方法: 内容讲授与案例分析讨论、故事解读、实践体验等有效结合,深刻理解劳模精神、劳动精神、工匠精神。 2. 课程思政: 教学过程中,弘扬劳模精神,引导学生崇尚劳动、尊重劳动,增强对劳动人民的感情,报效国家,奉献社会。 3. 考核评价: 本课程为理实一体化课程,不同阶段、模块的学习的考核方式不同。劳动教育理论课程采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式,进行考核评价。劳动体验校内期间每学期3次,采用过程性考核40%,终结性考核60%进行考核评价。	
17	消防安全教育	1. 素质目标: 增强学生的消防安全意识,提高自我保护能力和灭火技能。 2. 知识目标: 掌握逃生、自救、互救等基本防火技能。 3. 能力目标: 能够正确使用灭火器、	消防灭火器、消火栓等设施设备的使用,逃生技能要点及初期火灾扑救方法等。	1. 教学方法: 教学安排上采用情境设置、任务驱动、现场示范等形式来营造职场的工作环境,把教学内容放到相应的管理	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		消火栓等设施设备		工作环境去，完成能力的培养。 2. 课程思政：课程思政元素与课程内容链接，技能培养与立德树人融合。 3. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核40%+终结性考核的形式进行考核评价。	
18	大学语文	1. 素质目标：①养成实事求是、崇尚真知的科学态度。②汲取仁人志士的智慧、襟怀和品质。③培养职业情感和敬业精神。④具有仁爱、孝悌、向善、进取的人文情怀。⑤养成谦让、诚信、刚毅的品格，形成豁达、乐观、积极的人生态度。⑥弘扬爱国主义为核心的民族精神和自主创新为核心的时代精神，树立正确的世界观、人生观、价值观。 2. 知识目标：①通过本课程的学习，具备基本的语文常识，掌握诗歌特点，了解中国文学发展概况，尤其是课文所涉及的重要作家作品。②积累一定汉语知识，具有良好的阅读习惯和较强的母语驾驭能力，能够正确地理解和运用祖国语言文字进行表达和交流。③具有较高的审美鉴赏能力，能够运用文学知识阅读、欣赏文章与作品，能够正确描述、评价文学现象，准确抒发对自然、社会、人生的感受。④具有时代必须的信息素养，能够应用现代信息技术和传播媒介收集、处理相关信息。 3. 能力目标：①注重文化的传承与甄别，引导学生积极思考知人与自知在现代社会的重要意义。②注重教学内容的典范性和审美性，使学生受到语言方面的规范训练、文学方面的审美熏陶。③注重教学内容的人文内涵和时代气息，引导学生在审美体验和价值观引导中怀敬畏之心，夯实价值基座；怀恻隐之心，丰富人文情怀，怀向善之心，养成理性思维。怀自省之心，恪守道德底线；怀进取之心，校正人生坐标。④注重教学方法的多样化和灵活性，引导学生在探究性、体验性、自主性学习中激发学习兴趣，掌握科学、正确的学习方法。⑤注重语文知识的实践与应用，引导学生结合专业学习和职场实践，提高与人沟通交流、团队合作等能力。	1. 文学阅读与鉴赏 2. 职场交流与写作	1. 教学方法：通过任务驱动、问题引导、案例分析等教法和自主、合作、探究式学法，提高学生的参与度，实现知行合一。运用有效的信息化手段如学习通、为你读诗、鸿合教学软件等APP辅助教学，激发学生学习兴趣。 2. 课程思政：教学中以“一个目标”——责任与担当，引领“五个思政点”——民族精神、文化自觉、语言运用、审美鉴赏、思考辨析，分别从“人文底蕴”（如何做）和“社会参与”（如何做事）两个层面融入课堂教学。 3. 考核评价：本课程为考查课程，采取过程性考核50%+终结性考核50%的形式，进行考核评价，其中过程性考核由考勤20%、课堂表现40%、作业40%构成。	分上、下两学期授课
19	CPR（心肺复苏）	1. 素质目标：①能独立完成心肺脑复苏的技能操作。②能够养成有时间就是生命的急救意识。③能够养成有受伤观念、团队合作的能力，以病人为中心的理念。④能够以关心、爱护及尊重教育对象的态度开展徒手心肺复苏术操作；⑤能与相关人员良好协	徒手心肺复苏术	1. 教学方法：讲授法、理实一体化结合法、案例教学法、讨论法等教学方法。 2. 课程思政：培养学生良好的人文素养、严谨的工作态度、处理紧急突发事件	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		作。 2. 知识目标：①掌握心搏骤停、心肺复苏、基础生命支持、高级生命支持和延续生命支持的概念。②能说出心搏骤停的原因、类型。③知道心搏骤停和心肺复苏的最新进展。 3. 能力目标：①熟练掌握徒手心肺复苏术；②通过实践操作教学环节，培养学员独立准确应用心肺复苏术。③能够在学习中养成观察、发现、引申问题，自觉运用所学知识分析、解决问题的良好习惯④能够具备一定的独立思考、分析概括和创新能力，具有一定的科研能力和思维。		件的应变能力，鼓励救死扶伤、护佑生命，激励大学生社会责任感，为人民健康保驾护航的精神。 3. 考核评价：过程性考核成绩占课程总成绩30%（平时考核成绩占50%，其中课堂考勤占20%、作业占20%、课堂互动、讨论占10%）+终结性考核占70%。	

（二）专业(技能)课模块

本专业专业(技能)课程是培养学生专业知识、行业素养、岗位技能和职业道德及职业自我发展能力的课程。建议采用讲授法、演示法、练习法、任务驱动法、案例分析法、小组讨论法、自主学习法等教学方法。采用过程性评价与考试结合的方式对学生进行考核评价，探索多元、多维、增值等评价方式，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，从知识、能力、素质多维度进行考核，注重学生学业成就影响的增值的评价，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。

1. 专业基础课程

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
1	管理学原理	1. 素质目标：具有强烈的社会责任感、团队精神和协作精神，具有管理专业基本素养及分析技能，正确的工作信念与态度；具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。 2. 知识目标：了解管理要解决的基本矛盾、管理的含义、管理的基本原理、管理的作用、管理者、西方管理思想的演变。了解组织环境的概念与分类、组织与外部环境之间的关系，掌握计划职能的基本要素、战略规划管理的主要内容、决策与问题解决的方法和技巧。掌握组织工作的性质、管理幅度与管理层次、部门化、直线与参谋的关系、组织结构形式、组织的变革。掌握控制的概念、控制系统的基本内容、控制与计划的关系、控制的过程以及控制的基本方法。 3. 能力目标：能掌握管理的基本原理，能运用所学知识进行具体的管理案例分析，并能够在学完课程后对管理实践进行考察，能通过管理学知识的学习真正学会并运用自己的头脑来思考管理学理论与实践问题。	“一条主线”：即以培养基层管理岗位综合管理技能为主线“两大基础”：使学生掌握两大基础，一是管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法，管理职能等；二是管理理论，包括管理理论的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等。 “六大关键能力”：即企业环境分析能力、目标管理与计划能力、决策与战略选择能力、组织设计与协调能力、领导与激励沟的能力、控制与信息处理能力。	1. 教学方法：在整个教学中，我们始终将启发式教学做为主要的教学方法，同时采用衔接式教学法、拓展式教学法、师生共同参与研讨法等教学方法。 2. 课程思政：通过案例引导突出现代企业管理人员应具有强烈的社会责任感、严谨、诚信的职业品质。 3. 考核评价：主要遵循以核心能力考核为中心，以形成性考核为课程评价指导思想，期末以闭卷笔试结合平时成绩的方式进行，其中：平时考核：50%，包括课堂练习测验20%、考勤10%、作业20%；期末考核：闭卷考试50%。	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
2	市场营销实务	1. 素质目标：培养学生的职业素养，包括诚信、敬业、团队合作和沟通能力；增强学生的社会责任感，使其在市场营销活动中能够秉持对社会和消费者的负责态度；培养学生的创新思维和批判性思维能力，以适应市场营销领域的不断变化；提高学生的道德意识，使其能够在市场营销实践中遵守法律法规和商业道德。 2. 知识目标：掌握市场营销的核心概念及基本理论；熟悉市场调研的一般方法；了解营销环境因素以及营销消费者购买行为的因素；掌握目标市场营销策略以及营销组合策略，包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略；熟悉市场营销的最新发展趋势，如数字化营销、社交媒体营销等。 3. 能力目标：具备市场分析能力，能够对市场环境、竞争对手和目标消费者进行分析；具备营销策划能力，能够制定有效的市场营销计划和策略；具备营销沟通能力，能够与不同利益相关者进行有效的沟通和协调；具备营销创新能力，能够在市场营销实践中提出新的想法和解决方案。	市场营销理论基础、市场营销调研、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、竞争者分析、STP目标市场营销策略、营销组合策略（产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略）。	1. 教学方法：任务驱动法、案例教学、情景模拟教学法、小组讨论法、互动式教学法等。 2. 课程思政：培养学生的社会主义核心价值观，强化爱国主义情怀，提升职业道德素养，引导学生树立正确的市场观念和职业道德，注重诚信营销，倡导公平竞争，鼓励创新精神，同时培养学生的社会责任感和公民意识，使他们能够在市场营销实践中坚持法律法规，积极服务社会，为社会经济发展贡献自己的力量。 3. 考核评价：主要遵循以核心能力考核为中心，以形成性考核为主的课程评价指导思想。总评成绩=过程性考核（60%）+期末考核（40%）。其中过程性考核：由考勤10%，学习通作业20%，测验20%，课堂表现10%构成；期末考核：以不超过4个人为单位组成一个团队完成一份营销策划书，电子档上传至学习通，并且每个团队上交一份纸质档。同时完成该策划PPT并以团队形式进行演讲。最终成绩40%包含两个部分，策划案成绩占20%，演讲成绩占20%。	
3	经济学基础	1. 素质目标：树立正确的社会主义经济观与价值观，具有强烈的资源稀缺意识，指导自己的理性消费和高效的资源配置；培养关心时事政治和经济政策的浓厚兴趣，能够从社会资源有效配置和激励效率的角度理解和应用经济政策和制度。 2. 知识目标：了解经济学基本概念、掌握理解价格理论、消费者理论、生产者理论、成本收益理论、市场结构理论、国民收入核算理论、失业与通货膨胀理论及宏观经济政策等。 3. 能力目标：学会观察并解释经济现象、识别并分析宏观经济指标、查找并评析经济热点、分析并解决日常经济问题、指出并批判西方经济学中的问题。	西方经济学理论与中国实际相结合，通过大量中国特色社会主义经济理论的成果和实践案例，引导学生形成并保持正确的价值判断，在讲好中国经济故事的同时，提高学生的综合分析能力和解决各种实际经济学问题的能力。	1. 教学方法：任务驱动法、案例教学、情景教学、混合式教学、讲授法、讨论法、自主学习法。 2. 课程思政：培养学生树立正确的社会主义核心价值观，强化爱国主义、集体主义和社会主义教育，关注经济发展与国家战略，提升经济伦理与道德素养，培育创新精神与工匠精神，引导学生正确规划职业生涯，增强社会责任与公民意识，关注心理健康与心理素质，同时提高对国内外经济政策与法律法规的认识，全面提高学生的思想政治素养和职业素养，为成为具有社会责任感和国际视野的经济管理人才奠定基础。	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
				3. 考核评价：平时成绩：70%+期末考核30%。	
4	电子商务基础	1. 素质目标：培养学生独立思考，发散思维的能力，学会将实际生活中的前沿科技与文化与所学知识结合起来；具备商业意识，用行业从业者的态度考虑问题，分析问题，并提出解决方案；培养学生缜密思考，大胆实践的素质，同时锻炼学生的服务意识和应变能力；具备风险意识，并能够运用基本技术和法律武器来保护权益。 2. 知识目标：了解电子商务的概念、发展现状和基本组成，了解移动电子商务特点及服务；熟悉电子商务的功能特性、分类，掌握电子商务的主要模式；熟悉电子支付与结算方法，熟悉电子商务的物流管理；掌握电子商务的营销理论，并可以对实际案例进行分析，了解电子商务的安全及法律建设。 3. 能力目标：具备开设网店的基本技术和思路，能够对网店进行规划和定位，了解后台数据分析和配置，掌握购物流程和订单处理，并具备服务意识，能从商业角度思考网店的运营；熟悉网络营销的方法，能够分析市场，并选择运用合适的营销方式；具备物流管理基本知识，懂得处理退货和提供客户支持；了解电子支付的手段，能够实际操作；了解电子商务风险，具备安全管理意识，并掌握应对网络风险的基本技术；了解电子商务法律法规，能够分析相应问题。	在基于电子商务总体框架的基础上，采用大量详实的案例，系统地阐述电子商务从技术基础到商业模式应用的主要内容。通过本课程的学习，把握电子商务的基本概念、基本思想和基本分析方法，对电子商务运行有较全面的了解，加强对电子商务领域及职业岗位的认知，培养电商思维及职业素养。	1. 教学方法：采用多元化的教学方法，包括理论讲授、案例分析、小组讨论、实操演练等，旨在通过生动、互动的教学手段，激发学生的学习兴趣，培养学生的实际操作能力和创新思维，使学生在实践中掌握电子商务的基本知识和技能。 2. 课程思政：融入社会主义核心价值观教育，强调诚信、法治、公正等原则，通过案例分析、角色扮演等方式，培养学生的职业道德和法律责任意识，使其在未来的电子商务实践中能够遵循法律法规，坚守商业道德，为社会经济发展贡献正能量。 3. 考核评价：课程考核由形成性过程考核和终结性考核两种部分组成。其中，形成性过程考核：采取平时学习考核，占课程总成绩的60%。终结性考核：采取闭卷答题的形式，占课程总成绩的40%，在学期末进行。	
5	统计学原理与实务	1. 素质目标：通过统计学学习，学生将掌握数据分析基本技能，培养问题解决思维；具备数字感知和信息意识的数字素养；树立正确价值观，遵守职业道德，提升综合职业素质；通过分析国计民生数据，激发学生爱国情怀，树立正直可靠的精神品格。 2. 知识目标：理解统计学的核心概念；熟悉统计工作的流程（包括数据采集、数据整理、数据分析）；掌握时间序列分析的基本原则和技巧，能够进行指标分析和因素分析；理解指数的定义和计算方法；掌握一元线性相关分析和回归分析的方法。 3. 能力目标：能够设计调查方案以满足特定主题的需求，并有效采集数据信息；具备整理和分析调查数据的能力，并熟练使用Excel进行统计图表和表格的编制；能够使用Excel工具进行描述统计分析；能够从相对数和绝对数两个维度对社会现象进行因素分析；能够运用Excel进行简单相关分析和直线回归分析。	1. 统计认知； 2. 统计数据采集； 3. 统计数据整理； 4. 统计数据分析； 5. 时间序列分析； 6. 统计指数应用； 7. 相关与回归分析。	1. 教学方法：通过多媒体教学、案例分析法、调查与访问、课堂讨论法、实训练习法等结合起来，使学生掌握统计学的基本理论和方法。 2. 课程思政：在教学过程中，培养学生的决策思维能力、数字素养，帮助他们树立正确的价值观和职业道德观念，同时弘扬爱国精神，并引导他们树立正直可靠的精神品格。 3. 考核评价：本课程为理实一体化课程，不同阶段、模块的学习的考核方式不同。统计学课程采取过程性考核60%+终结性考核40%的形式，进行考核评价。	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
6	商品学	1. 素质目标：能通过分组完成情景任务，培养学生合作精神，树立诚信意识，锻炼学生的沟通交流、自我学习的能力。 2. 知识目标：掌握货物的分类、特性、包装、标志、积载因素、堆垛、货物丈量与衡量方法等基本知识；熟悉不同类别货物的性质、保管及运输要求；了解常见大类货物知识；知道货物学的基本概念、基本原理以及研究方法。 3. 能力目标：能对货物进行合理的分类；会鉴别相关货物的质量；对不同货物进行不同养护，能制定合理的储存方案。能对不同货物制定运输方案，并能快速查别货物的相关信息；会对货物进行合理的包装。	以物流中的货物为中心，以货物的物流业务运行为主线，全面地介绍了货物的性质、分类、质量、标准、检验、包装、储存、养护等环节的基本理论与基本技能，对危险货物、冷藏货物、集装箱货物进行了专题介绍。	1. 教学方法：讲授法、讨论法、直观演示法、任务驱动法。 2. 课程思政：严谨细致、精益求精、职业素养、家国情怀。 3. 考核评价：(1)平时成绩：60%；(2)期末考核：40%	

2. 专业核心课程

序号	课程名称	典型工作任务	教学内容	教学要求	备注
1	数字营销	1. 数字营销策划。 2. 数字广告营销。 3. 数字互动营销。 4. 数字营销效果分析和优化。	1. 理论模块 数字营销基础：AARRR模型、营销漏斗理论等； 技术工具：搜索引擎优化（SEO）、推荐引擎算法逻辑、数字营销平台规则（如抖音、淘宝）。 2. 实操模块 搜索竞价实战：百度推广后台操作、关键词质量得分优化； 推荐引擎应用：抖音巨量引擎广告投放、用户画像与标签匹配策略； 活动策划案例：双十一营销全流程复盘、直播话术设计与流量转化技巧。 3. 证书考核衔接：融入1+X中级证书考试内容。	1. 教学方法：任务驱动法、情景模拟法、工具实操训练。 2. 课程思政：强调数字营销行业的规范和伦理，培养学生诚实守信、合法合规的职业操守，引导学生树立正确的价值观和职业观；鼓励学生在数字营销实践中勇于创新，关注社会热点和民生问题，通过数字营销活动为社会创造价值，增强学生的社会责任感；结合中国数字营销行业的发展成就，增强学生的民族自豪感和文化自信，引导学生关注国家发展战略，为推动数字经济发展贡献力量 3. 考核评价：过程性考核（60%）：包括平时课堂表现、作业完成情况、小组讨论参与度、项目实训成果等，重点考察学生在学习过程中的学习态度、学习能力和实践能力。 数据分析与报告撰写（40%）：要求学生根据数据分析结果撰写数字营销效果分析报告，考察学生的数据分析能力和文字表达能力。	
2	消费者行为分析	1. 竞争调研。 2. 行业调研。 3. 用户调研。 4. 产品调研。 5. 用户行为分析。	1. 理论模块 消费者心理基础：消费者感知、学习与记忆机制，态度形成与改变模型（如AIDA模型）； 行为影响因素：社会环境（家庭、	1. 教学方法：任务驱动法、案例分析法、角色扮演法。 2. 课程思政：强调消费者权益保护（如《消费者权益	

序号	课程名称	典型工作任务	教学内容	教学要求	备注
			参照群体）、文化价值观（如国潮文化）对消费行为的作用。 2. 技能模块 调研工具应用：问卷设计、焦点小组访谈实施、消费者行为实验设计； 数据分析技术：消费数据清洗、聚类分析、购买决策路径可视化； 策略设计能力：基于RFM模型的客户分层管理、个性化营销方案撰写。 3. 案例教学 解析经典案例，结合本土企业实践。	益保护法》解读），倡导诚信经营与数据隐私合规；结合“乡村振兴”政策，设计助农电商消费行为分析专题。 3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）。	
3	服务营销	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。	1. 理论模块 服务营销基础：服务特性（无形性、不可分割性）、服务营销7Ps理论、服务价值链模型； 数字时代挑战：服务数字化转型（如智能客服）、人工智能在服务场景中的应用。 2. 技能模块 服务设计能力：服务蓝图绘制工具、服务场景模拟与客户旅程地图设计； 数据分析能力：客户满意度调查（NPS工具）、服务绩效指标（如响应率、解决率）统计分析； 策略制定能力：服务定价模型（成本加成法）、服务创新提案（如“服务+公益”跨界联名）。 3. 案例教学：解析经典案例，结合本土实践。	1. 教学方法：任务驱动法、案例分析法、情景模拟法。 2. 课程思政：强调服务伦理与法律合规，杜绝虚假宣传与数据滥用；结合“乡村振兴”政策，设计助农服务专题。 3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）。	
4	销售与管理	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。	围绕销售管理的关键领域展开，包括销售计划的制定与执行、销售区域与团队管理、促销与激励方案设计、客户关系维护、交易促成与异议处理、货品与信用管理、客户服务提供，以及销售罗盘分析应用。	1. 教学方法：采用案例教学、项目驱动、小组讨论等教学方法。 2. 课程思政：在思政方面，融入诚信、责任和社会服务意识教育，以确保学生在成为专业销售人员的同时，也是具有良好社会责任感的公民。 3. 考核评价：采用多元化的考核方式，包括平时作业、课堂表现、小组项目和期末考试等，全面评价学生的学习效果。	
5	品牌策划与推广	1. 品牌调研与分析。 2. 品牌定位与设计。 3. 品牌传播与推广。	1. 理论模块 品牌基础理论：品牌生命周期、品牌资产模型（如Aaker模型）、品牌定位方法论（STP理论）； 营销策略工具：4P/4C理论、整合营销传播（IMC）、数字营销工具（短视频、直播）应用。 2. 技能模块 设计能力：AI辅助设计工具操作、品牌视觉系统制作；	1. 教学方法：任务驱动法、情景模拟法。 2. 课程思政：强调品牌传播中的知识产权保护（如商标注册规范）、诚信经营意识（杜绝虚假宣传）；结合“文化自信”政策，鼓励学生挖掘本土文化元素融入品牌设计（如非遗IP联名）。	

序号	课程名称	典型工作任务	教学内容	教学要求	备注
			策划能力：活动方案撰写（含预算编制）、传播渠道组合策略设计； 分析能力：品牌传播效果评估（如曝光量、转化率）、消费者情感分析。 3. 案例教学 解析国内外经典品牌案例（如可口可乐、李宁国潮复兴），结合本土企业实践（如茶颜悦色）。	3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）	
6	智能客户服务实务	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。	1. 售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。 2. 客服团队组建的方法和技术技能。 3. 客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能。 4. 智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能。 5. 智能客服人机对话设计的方法和技术技能。 6. 智能客服数据分析优化的方法和技术技能。	1. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、任务驱动教学法、模拟教学法等。 2. 课程思政：职业道德教育：强调智能客户服务人员应具备的诚信、耐心、责任心等职业道德品质，引导学生树立正确的职业价值观。服务意识培养：通过案例分析和实践活动，让学生深刻理解客户服务的重要性，培养学生全心全意为客户服务的意识。创新精神激发：介绍智能客户服务领域的创新成果和发展趋势，鼓励学生勇于探索和创新，为行业发展贡献力量。 3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）	
7	商务数据分析与应用	1. 商务数据收集。 2. 商务数据处理。 3. 商务数据分析。 4. 商务数据可视化。	1. 核心知识模块 数据技术基础：Python数据处理、Excel高级分析函数等； 分析方法论：描述型分析（频数、均值）、诊断型分析（方差、标准差）、预测型分析（回归模型）； 业务场景应用：市场渗透率计算、客户RFM模型、供应链周转率优化。 2. 技能训练项目 企业沙盘模拟：通过虚拟企业经营数据，分析销售策略效果并优化； 真实案例实战：如电商平台“双十一”活动数据复盘，提炼流量转化规律。	1. 教学方法：任务驱动法、案例教学法、工具实操训练。 2. 课程思政：强调数据伦理（如《个人信息保护法》合规要求）、职业责任感（如报告真实性）；培养科学严谨的实证精神。 3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）	
8	商务礼仪与沟通	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。	1. 仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪。 2. 见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪。 3. 语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪。 4. 位次、会议、宴请等会务宴请的	1. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、情境模拟法、小组讨论法等。 2. 课程思政：职业道德教育：强调商务沟通与礼仪中的诚信、尊重、责任等职业道德原则，培养学生良好的职业操守和商业道	

序号	课程名称	典型工作任务	教学内容	教学要求	备注
			礼仪。	德。文化自信教育：在跨文化商务沟通教学中，引导学生了解和弘扬中华优秀传统文化，增强文化自信，同时尊重其他国家和民族的文化。团队合作精神培养：通过小组项目和模拟活动，培养学生的团队合作意识和协作能力，让学生明白在商务活动中团队合作的重要性。社会责任感教育：使学生认识到商务活动对社会的影响，培养学生的社会责任感，鼓励学生在商务沟通和交往中积极传播正能量。 3. 考核评价：过程性考核（60%）+终结性考核（40%）	

（三）专业拓展课程

本类课程侧重于岗位职业能力的提升及培养学生的可持续发展能力。专业拓展课程为选修课程，学生可根据自己职业发展规划及个人兴趣进行选修。

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
1	Python程序设计	1. 素质目标：培养学生的创新思维和逻辑分析能力，使其能够在跨境电商领域运用Python编程解决实际问题；强化学生的自主学习能力和终身学习意识，以适应快速变化的跨境电商行业和技术发展；培养学生的团队合作精神和沟通能力，使其能够在多学科交叉的项目中有效协作和贡献自己的专业技能。 2. 知识目标：掌握Python语言的基本语法、数据结构、控制流程和面向对象编程等基础知识；理解Python在跨境电商数据分析、自动化脚本编写和网络爬虫等领域的应用；学习Python相关的库和框架，如Pandas、NumPy、Matplotlib、Scrapy等，以及它们在数据处理和可视化中的应用；了解跨境电商平台的基本原理和API使用，能够进行简单的数据交互和集成。 3. 能力目标：能够运用Python语言编写简洁、高效的程序代码，解决跨境电商领域中的数据处理和分析问题；能够利用Python进行自动化脚本编写，提高跨境电商业务的运营效率；能够使用Python进行网络数据的爬取和清洗，为跨境电商市场分析提供数据支持；能够通过Python的数据分析和可视化技术，为跨境电商决策提供	Python编程基础；数据结构与算法；面向对象编程；异常处理与文件操作；数据库交互；数据分析与可视化；跨境电商应用案例。	1. 教学方法：基础知识教学采用任务驱动方式、注重课堂实操训练。项目教学要尽量采用分组模式。注重学生自主编程的培养，避免养成抄写代码的习惯。使用通俗易懂的跨境电商案例，化解抽象枯燥的课堂教学。 2. 课程思政：遵守国家法律法规和行业规范，培养学生诚信、守法的职业素养；教育学生尊重知识产权，严禁盗版和侵犯他人代码；强调网络安全，教育学生在编写代码时注意数据保护和用户隐私；引导学生理解并遵循科技伦理，合理使用技术；鼓励学生的创新思维和创业实践，培养敢于尝试、勇于探索的精神；引导学生结合Python技术优势，为跨境电商行业提供创新的解决方案。 3. 考核评价：本课程考核成绩由过程性考核及期末考核组成，分数比例为：过程性考核：考勤	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		数据依据和可视化报告；能够在跨境电商项目中运用Python进行简单的API交互和系统集成，支持业务流程的自动化。		40%+课堂表现40%+平时作业20%； 期末考核： 期末考试。课程考核总成绩= 过程性考核（40%）+期中考试（20%） +期末考核（40%）。	
2	视觉沟通技术与运用	1. 素质目标：培养学生具有创新意识和审美素养，能够敏锐捕捉市场动态和消费者喜好，将创新理念融入视觉沟通作品中，提升作品的吸引力和独特性。增强学生的团队协作精神和沟通能力，在项目实践中学会与团队成员有效交流、分工合作，共同完成视觉沟通任务。树立学生的责任意识和职业道德，确保视觉沟通作品符合法律法规和道德规范，真实、准确地传达信息。培养学生的自主学习能力和自我管理能力，能够主动关注行业前沿动态，不断学习和掌握新的视觉沟通技术和方法。 2. 知识目标：掌握视觉沟通的基本概念、原理和流程，理解视觉元素（如色彩、图形、文字等）在信息传达中的作用和意义。熟悉常见的视觉沟通工具和软件，如 Adobe Photoshop 等的基本操作和功能。了解不同营销场景下视觉沟通的特点和要求，如广告、包装、品牌形象设计等。掌握视觉沟通效果评估的方法和指标，能够对自己和他人的视觉作品进行客观评价。 3. 能力目标：具备运用视觉元素进行创意构思和设计的能力，能够根据营销目标和受众需求，创作出具有吸引力和说服力的视觉沟通作品。熟练使用视觉沟通工具和软件进行图像编辑、图形绘制、排版设计等操作，实现创意构思的可视化呈现。能够分析和解读市场上的视觉营销案例，从中汲取灵感和经验，提升自己的视觉沟通水平。具备良好的表达和展示能力，能够清晰、准确地向客户和团队成员阐述自己的设计思路和作品意图。	1. 视觉沟通基础理论：视觉沟通的概念、特点和作用；视觉元素（色彩、图形、文字、空间等）的运用原则；视觉感知原理和受众心理分析。 2. 视觉沟通工具与软件应用：Adobe Photoshop：图像编辑、调色、合成等基本操作 3. 不同营销场景下的视觉沟通设计：广告设计：海报设计、宣传单页设计、广告视频制作等；包装设计：产品包装设计、包装视觉设计等；品牌形象设计：标志设计、品牌视觉识别系统（VI）设计等；网页设计：网页布局设计、界面设计、交互设计等。 4. 视觉沟通效果评估与优化：视觉沟通效果评估的指标和方法；根据评估结果对视觉作品进行优化和改进。 5. 项目实践：以实际营销项目为载体，让学生分组完成从创意构思、设计制作到展示汇报的全过程，培养学生的综合实践能力	1. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、项目驱动教学法、小组讨论法和实践教学法。 2. 课程思政：培养学生的爱国情怀；在教学过程中，结合优秀的中国传统文化元素和现代设计理念，引导学生将爱国情怀融入到视觉沟通作品中，弘扬中华民族优秀传统文化。 强化学生的职业道德：通过案例分析和讨论，引导学生树立正确的职业道德观念，强调视觉沟通作品的真实性、准确性和合法性，杜绝虚假宣传和不良信息传播。 培养学生的社会责任感：鼓励学生关注社会热点问题和民生需求，运用视觉沟通技术为社会公益事业服务，培养学生的社会责任感和奉献精神。 激发学生的创新精神：通过介绍国内外优秀的设计案例和创新思维方法，激发学生的创新意识和创新精神，鼓励学生勇于尝试和探索新的设计理念和方法。 3. 考核评价：本课程考核成绩由过程性考核及期末考核组成，分数比例为：过程性考核（70%）+期末考核（30%）：要求学生在规定时间内完成一个综合性的视觉沟通设计项目，根据作品的创意性、专业性、实用性等方面进行评价。	
3	短视频策划与制作	1. 素质目标：培养学生的创新思维和审美能力，能够紧跟短视频行业潮流，创作出具有独特创意和高观赏性的作品。强化学生的团队协作与沟通能力，使其明白在短视频项目中各环节人员配合的重要性，学会与团队成员有效交流。树立学生的职业道德和社会责任感，确保所制作的短视频内容合法合规、积极健康，传递正确的	本课程教学充分利用短视频综合实战系统软件，从短视频行业认知、短视频策划、短视频拍摄、短视频剪辑与后期制作、短视频营销与运营等方面让学生分组完成短视频的策划、拍摄、制作和推广运营全过程。	1. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、项目驱动教学法、小组协作学习法和现场教学法。 2. 课程思政：弘扬社会主义核心价值观；引导学生从短视频创作中传递积极向上的价值观，传播正能量，抵制不良信息。培养学生的工匠精神：强调短	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		价值观。培养学生的自主学习和自我提升能力，能够及时关注行业动态，不断学习新的短视频制作技巧和理念。 2. 知识目标：掌握短视频策划的基本理论和方法，包括选题策划、脚本撰写、拍摄方案制定等。熟悉短视频制作的流程和规范，涵盖拍摄、剪辑、特效制作、音频处理等环节。了解不同类型短视频（如产品推广、品牌宣传、知识科普等）的特点和受众需求。知晓短视频营销的基本策略和方法，以及如何通过短视频实现营销目标。 3. 能力目标：具备独立进行短视频选题策划和脚本创作的能力，能够根据营销需求和受众特点制定出有吸引力的方案。熟练运用各类拍摄设备和软件进行短视频的拍摄和制作，包括画面拍摄、素材剪辑、特效添加、音频合成等操作。能够对短视频的传播效果进行分析和评估，根据数据反馈调整策划和制作方案，提高短视频的影响力和营销效果。掌握短视频营销的推广和运营技巧，能够利用各大短视频平台进行有效的内容分发和粉丝运营。		视频制作过程中的严谨态度和精益求精的精神，鼓励学生追求高质量的作品。增强学生的文化自信：结合中国传统文化元素进行短视频创作，让学生了解和传承优秀传统文化，增强民族自豪感。 培养学生的社会责任感：鼓励学生关注社会热点问题，通过短视频作品反映社会现实，为社会发展贡献力量。 3. 考核评价：本课程考核成绩由过程性考核及期末考核组成，分数比例为：过程性考核（70%）+期末考核（30%）：学生在抖音账号上完成并发布一个完整的短视频作品，根据作品的创意性、专业性、营销效果等方面进行评价。	
4	直播营销	1. 素质目标：培养学生的职业道德和诚信意识，在直播营销活动中遵循法律法规和商业道德规范，保障消费者权益，维护市场秩序。增强学生的应变能力和抗压能力，能够在直播过程中应对各种突发状况，如观众刁难、设备故障等，保持冷静并有效解决问题。提升学生的团队协作精神和沟通能力，与直播团队成员（如主播、助播、运营等）密切配合，共同完成直播营销任务。激发学生的创新精神和创业意识，鼓励学生在直播营销领域探索新的模式和方法，为未来自主创业或从事相关工作奠定基础。 2. 知识目标：掌握直播营销的基本概念、特点、发展历程和行业趋势。了解直播营销的平台规则、运营机制和盈利模式。熟悉直播营销的策划流程，包括选题策划、脚本撰写、产品选品、活动策划等。掌握直播营销中的话术技巧、互动策略和客户服务方法。了解直播营销的数据统计和分析方法，能够根据数据优化直播效果。 3. 能力目标：具备独立策划和组织直播营销活动的的能力，包括确定主题、制定方案、安排流程等。熟练运用直播设备和软件进行直播的拍摄、录制和推流操作。能够担任主播或助播角色，进行流畅、生动、有感染力的直播带货表演，吸引观众并促成交易。掌握直播营销中的数据分析能力，通	本课程教学充分利用直播电商综合实战平台，从直播营销的概述、直播营销平台与规则、直播营销策划、直播营销技巧、直播营销运营与管理等方面展开教学，同时结合直播营销实战项目，以实际产品或品牌为背景，组织学生进行直播营销实战项目，从策划、准备到执行全程参与，积累实践经验。	1. 教学方法：采用讲授法、案例教学法、项目驱动教学法、小组协作学习法和现场教学法。 2. 课程思政：爱国主义教育：引导学生关注国货品牌，通过直播营销推广优秀的民族企业和产品，增强民族自豪感和爱国情怀。职业道德教育：强调直播营销中的诚信经营、公平竞争和保护消费者权益的重要性，培养学生的职业道德和社会责任感。劳动教育：让学生了解直播营销行业的辛勤付出和努力，培养学生的劳动观念和敬业精神。创新教育：鼓励学生在直播营销中勇于创新，探索新的模式和方法，培养学生的创新意识和创新能力。 3. 考核评价：本课程考核成绩由过程性考核及期末考核组成，分数比例为：过程性考核（70%）+期末考核（30%）。	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		过分析观众数据、销售数据等，调整直播策略和选品方向。具备直播营销的客户服务能力，能够及时处理观众咨询、投诉和售后问题，提高客户满意度。			
5	跨境电子商务	1. 素质目标：结合国家政策、跨境电商专员的岗位职责、数据选品、运营等课程内容培养学生责任意识和守约精神；结合海外市场发展等课程内容让学生了解国家基本国情，培养学生的爱国精神；学生通过完成各种项目实训，培养学生的职业道德以及热爱岗位、精益求精的精神，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质。 2. 知识目标：了解我国跨境电商发展现状及有关政策；了解常见第三方跨境电商平台（速卖通、Wish、敦煌网、亚马逊等）的相关知识、规则与操作；熟悉不同跨境电商平台、海外仓等的物流运费的计算及物流方案选择；掌握海外市场调研方法、熟悉调研各工作流程以及调研报告的撰写；掌握跨境店铺选品、产品信息化操作、定价、刊登、发布、店铺优化、推广等基本流程及方法；掌握跨境店铺订单处理、发货以及货物出境报检报关的有关操作；熟悉收款、售后服务、客户维护等有关操作；了解相关的跨境电商法规。 3. 能力目标：学生能顺利开通跨境电商店铺账号；能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式；能使用Google系列工具调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告；能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布工作；能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广；能及时处理订单、提升客户体验感和满意度；能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。	1. 跨境店铺注册操作； 2. 跨境物流与海外仓操作； 3. 海外消费者习惯调研操作； 4. 数据化选品和视觉设计操作； 5. 跨境产品刊登和发布操作； 6. 跨境店铺运营与推广操作； 7. 订单处理操作； 8. 客户服务操作。	1. 教学方法：以学生为主体，职业能力培养为本位，以工作过程和工作任务为主线，任务驱动，融“教、学、做、创业”为一体的项目教学法。教学通过项目导入、学生操作、教师示范、归纳总结、能力实训等五个环节循序渐进，让学生以职业人身份进行业务操作，突出学生主体地位，实现课堂与实习地点一体化教学模式，实习与创业相结合，让学生在学中做，教师在教中做，融“教、学、做、创业”为一体。教学中通过项目教学、案例教学、翻转课堂等，融入互联网思维能力和培养家国情怀等精神的培养； 2. 课程思政：教学过程中，培养和践行社会主义核心价值观，培养互联网思维和大数据思维，强化数字素养，提升数字技能，培养遵纪守法、遵守平台规则和知识产权等意识，育成长初心。 3. 考核评价：本课程采用过程考核与结果考核相结合的考核评价体系。总评成绩=过程性考核（70%）+期末考核（30%）。其中过程性考核由考勤10%、作业20%（包含学习通APP和跨境软件平台作业）、速卖通平台模拟操作20%，测验20%构成；期末考核：软件实操30%（利用跨境电商软件完成速卖通平台店铺运营操作）。	
6	茶艺基础	1. 素质目标：培养学生自然、得体、高雅的外形形象；培养学生拥有平和、谦恭的处事心态；培养学生正确运用茶艺礼仪。 2. 知识目标：了解中国茶文化发展演变及其精神的内涵、了解各类茶的冲泡技巧、了解茶具知识和健康饮茶常识。	中国茶文化、健康饮茶、认识茶叶品种、茶叶的鉴别和评审、茶事服务礼仪、绿茶行茶法、乌龙茶行茶法、红茶行茶法、黑茶行茶法、花茶行茶法、以茶待客、茶具的选用	1. 教学方法:TSFC: 即“Tell you, Show you, Follow me and Check you”, 主要适用是岗位技能教学。通过现场操作示范和纠正性指导, 确保学生无论资质高低都能掌握岗位基本操作技能。	

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	备注
		3. 能力目标：能鉴别六大类茶叶及再加工茶，能对不同配置茶叶进行审评，能根据各类茶叶选配品茗茶具，会演示多种茶品的冲泡、调制，会进行简单的茶艺表演。		2. 课程思政：通过对世界遗产茶叶加工及冲泡技艺的学习，树立学生文化自信。 3. 考核评价：知识测试70%+技能测试30%。	

（四）实践教学环节

实践教学环节主要包括实验、实训、认识实习、岗位实习、社会实践等。实践教学环节主要在校内实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、岗位实习由学校组织在本专业相关企业开展完成。应严格执行教育部等八部门关于印发《职业学校学生实习管理规定》的通知和《市场营销专业岗位实习标准》。具体实践性教学环节要求如下表。

序号	课程名称	内容与要求	教学场地	考核方式
1	市场营销沙盘	通过在让学生以团队的方式经营同一出发点的某一企业，通过小组人员的分工与合作，完成某企业4-6年的经营。实训要求学生通过仿真模拟，能够快速经营企业，重点培养学生的营销战略规划能力、市场研究及预测能力、市场开拓及运作能力、广告投放及市场销售能力。	校内实训机房	过程性考核+总结性评价
2	电子商务模拟仿真实训	掌握模拟电商软件的运营流程，在操作中加深对电子商务的基本概念和理论的理解，从而提高学生的综合职业能力。	校内实训机房	过程性考核+总结性评价
3	公共礼仪实训	介绍个人礼仪、会面礼仪、位次礼仪、餐饮礼仪、政务礼仪、销售礼仪、会务礼仪、仪典礼仪、服务礼仪、外事礼仪、求职面试礼仪等，让学生掌握接人待物的礼仪技巧。	校内礼仪实训室	过程性考核+总结性评价
4	多岗位综合实训	让参与同学在仿真企业环境中扮演不同角色，体验不同岗位职能进行工作的实践训练。	校内实训机房	过程性考核+总结性评价
5	市场调研实训	重点培养学生四大基本能力：市场认识能力、调查设计能力、调查资料处理与分析能力、调查报告撰写能力。实现从认识——设计——实施——运用的一体化训练。	校内实训机房	过程性考核+总结性评价
6	企业综合实践教学	以企业真实项目为载体，设置市场调研、数字营销、综合实战三大模块，采用项目化教学，实现“做中学、学中做”的产教深度融合。	企业	校内形成性评价+总结性评价
7	岗位实习	根据市场营销实习任务展开岗位实习	企业	校内导师+企业指导老师共同评价

六、教学进程总体安排

（一）教学进程表（见附表）

（二）学时分配表

学时分配汇总表

课程类别	学时						学分	备注
	总学时	比例	理论	理论比例	实践	实践比例		
公共基础课	786	29.99%	534	20.37%	252	9.61%	51	不少于总学时的1/4
其中:公共选修课	152	5.80%	128	4.88%	24	0.92%	9.5	
专业(技能)课程	680	25.94%	312	11.90%	368	14.04%	39	
专业拓展课程	279	10.64%	115	4.39%	164	6.26%	16	
实践教学环节	876	33.42%	0	0.00%	876	33.42%	47	
合 计	2621	100%	961	36.67%	1660	63.33%	153	
其中:选修课程	431	16.44%	243	9.27%	188	7.17%	25.5	不少于总学时的10%

七、大学生德育课程

学生德育课程成绩由学生处具体负责考评办法的制定、完善和实施指导。德育课程成绩由学生处负责考核评定，学生德育课程以学期为单位，每学期测评一次，学生德育课程满分为100分，及格分为60分。

八、成绩考核与毕业

(一) 修完规定课程，成绩合格，修够153学分。

(二) 职业资格证书要求：鼓励学生（工作后）考取互联网营销师职业资格证书，在校期间职业资格证书要求如下表：

序号	类别	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	技能等级证书	全国计算机等级考试（NCRE）证书	教育部考试中心	一级	自选
2	1+X证书	数字营销技术应用职业技能等级证书	中教畅享（北京）科技有限公司	中级	自选
3	1+X证书	跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	中级	自选
4	1+X证书	网店运营与推广	阿里云计算（北京）有限公司	中级	自选

(三) 体质健康测试达标：按照《国家学生体质健康标准（2014年修订）》测试的成绩达不到50分者按结业或肄业处理。符合免测条件、按规定提交免测申请并获得批准者不受本条毕业资格的限制。

(四) 德育合格：学生处规定的德育课程成绩合格，没有处分，或者处分已经撤销。

九、教学条件

(一) 教学团队建设

1. 专业建设委员会

由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成专业建设委员会，开展专业行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，结合实际落实专业教学标准，明确专业人才培养目标与培养规格，合理构建课程体系、安排教学进程，明确教学内容、教学方法、教学资源、教学条件保障等要求，制（修）订专业人才培养方案。专业人才培养方案经专业建设委员会论证后，提交院党委会审定。

2. 专业负责人简介

杨敏，研究生学历，工商管理硕士，讲师，双师型教师，曾获省教师教学能力大赛三等奖；先后指导学生团队参加省高职报关技能赛获三等奖1次，指导学生团队参加高职市场营销技能大赛获得省赛二等奖2次，指导学生参加海峡两岸暨港澳大学生职业技能大赛新媒体直播赛项获得三等奖1次、互联网营销创推员赛项三等奖1次、企业经营与营销决策赛项二等奖2次；主持并完成校级课题3项、主持并完成校级课程思政项目2项、参与并完成校级课程思政项目2项，参与并完成省级精品课程建设1门，发表论文4篇。

3. 专业教学团队

本专业拥有结构合理、素质优良、教学与实践经验丰富的教学团队，够胜任本专业主要课程的教学和实践指导工作。市场营销专业的教师团队共13人，从学历层次来看，硕士9人；从职称结构来看：教授2人，副教授8人，讲师3人；从年龄结构来看，50岁以上5人，40-49岁以上4人，39岁以下4人。教师队伍中具有硕士研究生学历9人，1位老师正在攻读博士学位，“双师型”教师占比100%。专任教师以中青年教师为主，教学经验丰富。企业兼职教师4人，均为企业现任高管，具有丰富的行业经验。

(二) 教学设施

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

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、视频设备、音响设备、校园网接入及WIFI；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. 校内实验、实训设施

序号	名称	实验、实训设施	备注
1	企业经营模拟实训室	计算机131台、市场营销沙盘模拟系统	
2	电子商务实训室	计算机107台、电子商务模拟仿真实训	
3	跨专业综合实训中心	计算机150台、多岗位综合实训软件	

序号	名称	实验、实训设施	备注
4	物流多功能实训室1、2	计算机61台、62台	
5	电子商务产业学院、电子商务校企共建产教融合实践教学基地	电子商务产教融合实践教学软硬件	

3. 校外实训基地

序号	企业名称	实训项目	备注
1	深圳沃尔玛百货零售有限公司福州长城分店、上海目夕子科技有限公司、上海青浦区信息科技有限公司、永安目夕子科技有限公司、永安市美宁电子商务有限公司、厦门擎瀚物流有限公司、福州众事达信息技术有限公司、三明市同道网络科技有限公司等	产教融合实践教学、岗位实习	

(三) 教学资源

1. 教材建设：成立三明医学科技职业学院教材建设与选用管理委员会，制定《三明医学科技职业学院教材建设与选用管理办法》，规范教材选用制度。意识形态课程选用国家统编教材，其它公共基础课程，专业核心课程选用国家职业教育规划教材；公共选修课程、专业（技能）课程、专业方向课程可采用校本教材。

2. 课程建设：完善“岗课赛证”综合育人机制，按照生产实际和岗位需求设计开发课程，开发模块化、系统化的实训课程体系，提升学生实践能力。及时更新教学标准，将新技术、新工艺、新规范、典型生产案例及时纳入教学内容。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新。必修课程、专业核心要有配套数字资源，支持线上教学，满足教学要求，并融入课程思政，要求课程思政全覆盖。

3. 专业图书资料建设：图书馆和系部专业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，方便师生查询、借阅。建设满足本专业师生需要的电子图书、期刊、在线文献检索等电子阅览资源和设备。

十、质量保障

（一）学校和二级院系应建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（二）学校和二级院系及专业应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开

课、示范课等教研活动。

（三）学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（四）专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十一、附表：市场营销专业教学进程表

课 类	序 号		课 程 名 称	性 质	学 分	学 时	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数						备 注
							理论 教学	实践 教学	一		二		三		
									1	2	3	4	5	6	
公 共 基 础 课	思 政 课	1	思想道德与法治	必/试	3	48	44	4	3						
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必/试	2	36	32	4	2						
		3	国家安全教育	必/查	1	16	14	2		1					
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必/试	3	48	42	6		3					
		5	形势与政策	必/查	1	30	30		3 次	3 次	3 次	3 次	3 次	(3 次)	
		6	军事理论课	必/查	2	36	36		2						
		7	五史	限选	1	16	16			(1)					线上课程
	8	英语	必/试	8	64+（64）	41+（41）	23+（23）	2+（2）	2+（2）						
	9	信息技术	必/试	4	72	36	36		4						
	10	体育	必/试	6	108	6	102	2	2	(2)					
	11	大学生心理健康教育	必/查	2	16+（16）	16	(16)		1+（1）						
	12	创新创业教育与职业生涯规划	必/查	2	36	24	12	2							
	13	大学生就业指导	必/查	1	16	16						1			
	14	公共艺术	限选	2	32	16	16		2						
	15	中华优秀传统文化	限选	2	32	32			(2)					线上课程	
	16	劳动教育	必/查	2	36	8	28	9 学时	9 学时	9 学时	9 学时				
	17	消防安全教育	必/查	0.5	8	5	3			4 次					
	18	大学语文	必/试	4	64	56	8	2	2					2+2	
	19	CPR（心肺复苏）	限选	0.5	8		8	2 次							
	20	线上美育选修课程	限选	4	64	64				(2)				线上课程	
小计：786 学时，51 学分，占总学时 29.99%					51	786	534	252	15	17	0	0	1	0	
其中选修课程最少修满 152 学时，9.5 学分，占 5.80%															
专 业 （ 技 能 ） 课	专 业 基 础 课	1	管理学原理	必/试	3	52	26	26	4						
		2	市场营销实务	必/试	3	52	20	32	4						
		3	经济学基础	必/试	4	68	38	30		4					
		4	电子商务基础	必/查	4	68	28	40		4					
		5	统计学原理与实务	必/查	3.5	60	30	30			4				
		6	商品学	必/试	1.5	30	20	10			2				
	专 业 核 心 课	1	数字营销	必/试	3.5	60	25	35			4				
		2	消费者行为分析	必/试	1.5	30	15	15			2				
		3	服务营销	必/查	1.5	30	15	15			2				
		4	销售与管理	必/试	3.5	60	25	35			4				
5	品牌策划与推广	必/试	2	34	14	20				2					

课 类	序 号		课 程 名 称	性 质	学 分	学 时	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数						备注
							理论 教学	实践 教学	一		二		三		
									1	2	3	4	5	6	
		6	智能客户服务实务	必/查	2	34	14	20				2			
		7	商务数据分析与应用	必/试	4	68	28	40				4			
		8	商务礼仪与沟通	必/查	2	34	14	20				2			
小计：680 学时，39 学分，理论 11.90%，实践 14.04%					39	680	312	368	8	8	18	10	0	0	
专 业 拓 展	1		Python 程序设计	选/查	2.5	45	25	20			3				
	2		视觉沟通技术与运用	选/查	3	51	20	31				3			
	3		短视频策划与制作	选/查	3	51	20	31				3			
	4		直播营销	选/查	3	51	20	31				3			
	5		跨境电子商务	选/查	3	51	20	31				3			
	6		茶艺基础	选/查	1.5	30	10	20			2				
小计：最少修满 6 门，279 学时，16 学分，占 10.64%					16	279	115	164	0	0	5	12	0	0	
实 践 教 学 环 节	1		入学教育及军事训练	必/查	3	120		120	3 周						
	2		毕业教育	必/查	1	(26)		(26)					(1 周)		
	3		认识实习	必/查	1	(26)		(26)	(1 周)						
	4		市场营销沙盘实训	必/查	1	26		26	1 周						
	5		电子商务模拟仿真实训	必/查	1	26		26		1 周					
	6		公共礼仪实训	必/查	1	26		26			1 周				
	7		多岗位综合实训	必/查	2	52		52			2 周				
	8		市场调研实训	必/查	1	26		26				1 周			
	9		企业综合实践教学	必/查	12	240		240					12 周		
	10		岗位实习	必修	24	360+(120)		360+(120)					(6 周)	18 周	
小计：876 学时，47 学分，占 33.42%					47	876		876							
合 计					153	2621	961	1660	23	25	23	22	1	0	
其中：选修课程 431 学时，25.5 学分，占 16.44%															

备注：①表中（）数字是指课外时间实践或线上教学；②心理健康、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教育、美育课程、职业素养等列为必修课或限定选修课；③线上美育选修课程由教务处统一组织开课（理工类专业 2 学分，文科类专业 4 学分）；④五史（中国共产党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史）五门课程，学生至少选其中一门。