

# 2020 级市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

## 二、入学要求

高等职业学校学历教育入学要求一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学历者。

## 三、修业年限

基本学制三年，实行弹性学制，弹性学习年限为 3-6 年。

## 四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）		职业技能证书或行业企业证书举例
				初始就业岗位	3-5 年职业发展岗位	
财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	批发业（51） 零售业（52）	营业员（4-01-02-01） 电子商务师（4-01-02-02） 商品营业员（4-01-02-03） 市场营销专业人员（2-06-07-02） 商务策划专业（2-06-07-03） 品牌专业人员（2-06-07-04）	销售员 销售代表 商务代表 客服专员 文案策划助理 品牌传播助理 媒介专员	销售经理 商务主管 网店运营经理 卖场经理 市场主管 客户主管 品牌经理 新媒体运营主管	网店运营推广

市场营销涉及国民经济各行业的批发零售岗位群。

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应顺德经济发展和企业行业对营销技能人才的需要，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、较强的就业创业能力，掌握市场营销的专业知识和技术技能，面向顺德的制造业、批发和零售业，能够从事

营销策划、市场调查与分析、产品宣传推广、营销活动组织与实施、推销与谈判、拓展客户与市场等工作的高素质技术技能人才。

## （二）培养规格

培养的人才具有以下素质、知识、能力：

### 1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。

坚定拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和社会参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。

遵守、履行道德准则和行为规范；崇尚中华商人从商有为、经商有道、聚财有方的优秀传统，秉承客户至上、诚信共赢的职业信念，尊重劳动、爱岗敬业、知行合一；具有质量意识、环保意识、安全意识、创新意识和信息素养；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够理解企业战略和适应企业文化，保守商业机密；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。

达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯，具有良好的行为习惯和自我管理能力；对工作、学习、生活中出现的挫折和压力，能够进行心理调适和情绪管理；具有一定的审美和人文素养。

### 2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识；

（2）了解与本专业相关的法律法规；

（3）了解中国传统商业文化，熟悉市场经济规则；

（4）掌握商品分类与管理的基本知识与方法；

（5）掌握消费者行为分析的基本知识与方法；

（6）掌握营销活动策划与组织的基本知识与方法；

（7）掌握商务数据分析的基本知识与方法；

（8）掌握营销管理的基本知识与方法；

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

### 3. 能力

（1）通用能力：良好的口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等；

（2）专业技术技能：能够熟练使用市场营销工具软件；能够对市场营销信息进行数据收集、数据挖掘、数据分析及数据应用；能够与营销客户进行有效沟通；能够进行营销策划并撰写相关策划方案；能够组织实施营销产品的市场调查与分析；能够组织实施营销产品线上线下的宣传推广和促销活动；能够组织实施推销和商业谈判；能够对客户关系和销售进行日常管理；能够对渠道成员进行管理与评估；能够利用新媒体及网络工具推广产品。

## 六、课程设置及要求

### (一) 课程设置模块

模块	教学课程	学分	学时	占比
公共基础课程	见《教学计划进程表》	42.5	779	30
专业课程		84.5	1522	60
选修课程		14	252	10
合计		141	2553	100

### (二) 工作任务与职业能力分析

表 1 市场营销专业职业能力分析

工作领域	工作任务	职业能力	课程设置
市场调查分析	1.1 实际调查	1.1.1 能针对特定的市场营销问题开展系统性的调查研究。 1.1.2 能够正确选择、设计和使用各种调查方法 1.1.3 能够正确使用数据采集系统和统计处理意见	市场调查技术
	1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告	
	1.3 消费者分析	1.3.1 能够根据行业分析消费者购买动机和行为 1.3.2 能够分析消费者购买的决策过程	消费心理分析
	1.4 市场分析	1.4.1 能够根据行业情况分析行业的微观环境 1.4.2 能够分析行业的宏观环境	市场营销实务
	1.5 竞争者分析	1.4.1 根据给定的市场信息，判断市场营销竞争的趋势 1.4.2 能够运用 SWOT 分析法	商务数据分析与应用
2. 客户管理	2.1 客户选择	2.1.1 能够制订执行售前、售中、售后服务计划 2.1.2 能评价中间商的服务质量 2.1.3 能采取措施提高服务质量	客户开发与 管理
	2.2 客户信用管理	2.2.1 能执行实现信用管理目标 2.2.2 能选择追帐策略	
	2.3 客户关系维护	2.3.1 能进行客户分析 2.3.2 能区分不同客户的投诉 2.3.3 能分析处理客户的异议	
3. 销售与谈判	3.1 拜访客户	3.1.1 能分析顾客的心理 3.1.2 能根据顾客的心态进行推销 3.1.3 能合适当拜访顾客 3.1.3 能引起顾客兴趣	销售实务

		<p>3.1.4 能激发顾客的购买欲望</p> <p>3.1.5 能接近潜在客户</p> <p>3.1.6 能拟定拜访计划</p>	
	3.2 商务谈判	<p>3.2.1 能与顾客友好沟通</p> <p>3.2.2 能选择报价时机</p> <p>3.2.3 能正确运用常见的谈判策略</p>	
	3.3 商品推销	<p>3.3.1 能组建推销团队并进行管理</p> <p>3.3.2 能选择推销的基本模式</p> <p>3.3.2 能与客户推销洽谈</p> <p>3.3.3 能选择介绍商品的方式</p>	
4. 营销 策划	4.1 产品策略	<p>4.1.1 正确运用市场细分方法对市场进行细分、选择目标市场，进行适当的市场定位</p> <p>4.1.2 能够对企业的产品组合进行优化管理</p> <p>4.1.5 能够正确判断产品所处的生命周期阶段，并制定相匹配的营销策略</p> <p>4.1.5 能够进行品牌的推广</p>	<p>采购与供应管理</p> <p>市场营销实务</p>
	4.2 价格策略	<p>4.2.1 能够正确制定价格目标</p> <p>4.2.2 灵活运用价格策略</p> <p>4.2.5 能够正确使用产品定价方法</p>	市场营销实务
	4.3 渠道策略	<p>4.3.1 能够运用分销渠道的基本知识，执行产品分销渠道策略</p> <p>4.3.2 能够对批发商、零售商、代理商进行管理</p>	<p>营销渠道管理</p> <p>新零售营销</p>
	4.4 促销策略	<p>4.4.1 能够根据企业营销目标、资源和营销环境制定和执行促销方案</p> <p>4.4.2 根据企业的营销目标、实力和相关因素，正确选择广告代理和广告媒体组合，并能编写广告文案</p> <p>4.4.3 能从营销战略和环境出发，为特定的公共关系目标制定相应的公共关系方案</p> <p>4.4.4 能够根据销售促进对象的具体情况和销售目标，制定可行的营业推广方案</p>	<p>广告策划实务</p> <p>公共关系实务</p>
	4.5 制定计划	<p>4.5.1 能够执行企业的营销政策</p> <p>4.5.2 能根据给定的市场营销信息，制定一份完整的市场营销方案</p> <p>4.5.3 能对营销计划进行审计和修订，并合理预算分配营销费用</p>	<p>行业营销</p> <p>商业伦理</p>

	4.2 调整计划	4.5.1 能对正在执行的营销方案进行过程调整 4.5.2 能对执行的营销方案的效果进行基本评估	与社会责任
5. 互联网营销	5.1 营销型网站建设与评估	5.1.1 能对营销型网站诊断与评估 5.1.2 会做企业网站规划与首页制作	数字营销 网店运营 推广认证
	5.2 网络广告策划与投放	5.2.1 能制作网络广告策划 5.2.2 能对不同网络广告的投放策略与效果评价	广告策划 实务 商务数据分析与应用
	5.3 社交媒体营销	5.3.1 能够撰写用于博客、论坛营销的软文 5.3.2 能对社交平台的营销活动进行策划 5.3.3 能够运用微信、微博、移动终端推广产品	网店运营 推广认证  数字营销

### （三）公共基础课程

#### 1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：使大学生全面、系统地掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵；坚定马克思主义信仰，领会马克思主义中国化理论成果的精神实质，坚定“四个自信”，努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

主要内容：以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以中国特色社会主义为重点，着重讲授中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，集中阐述马克思主义中国化理论成果毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观以及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、历史地位和指导意义，涵盖历史现实未来、改革发展稳定、内政国防外交、治党治国治军各个领域。

教学要求：

（1）素质目标：树立培养学生树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定建设中国特色社会主义的理想信念，增强学生历史使命感、社会责任感以及敬业踏实的职业素质，培养社会主义现代化事业建设者所应具有的基本政治素质。

（2）知识目标：了解马克思主义中国化理论成果的深刻内涵和精神实质，学习和掌握中国特色社会主义基本理论、基本路线和基本方略，理解习近平新时代中国特色社会主义思想理论体系的理论内涵和历史地位。

（3）能力目标：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识和解决社会现实问题，提升学生独立思考和勇于创新的能力，提升学生积极投身到决胜全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴伟大事业的能力。

#### 2. 思想道德修养与法律基础

课程目标：通过课程的学习使学生比较系统地掌握思想道德修养与法律基础的基本理论，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法制观，打下扎实的思想道德和法律基础，促进大学生成长成才和全面发展。

主要内容：本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，引导大学生提高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。以人生选择——理想信念——中国精神——核心价值观——道德修养——法治素养为课程内容主线。

教学要求：

(1) 素质目标：培养大学生形成正确的道德认知，做到明大德、守公德、严私德。培养学生理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成法治思维，更好行使法律权利、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。

(2) 知识目标：以马克思主义为指导，了解社会主义道德基本理论、中华民族优良传统，以及职业、家庭、社会生活中的道德与法律规范；理解人生真谛，坚定理想信念；掌握中国精神、社会主义核心价值观、中国特色社会主义新时代的时代特点与自己的历史使命。

(3) 能力目标：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识和解决社会现实问题，学会为人处事，学会合作思考。

### 3. 形势与政策

课程目标：课程是理论武装实效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势、深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。

主要内容：进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国及广东省深化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。

教学要求：

(1) 素质目标：让学生感知世情国情民意，体会党的路线方针政策的实践，增强学生实现“中国梦”的信心信念、历史责任感及国家大局观念，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，形成正确的世界观、人生观和价值观。

(2) 知识目标：帮助学生了解重大时事、国内外形势、社会热点，正确理解党的基本路线，重大方针和政策，正确认识新形势下实现中华民族伟大复兴的艰巨性和重要性，掌握形势与政策基本理论和基础知识。

(3) 能力目标：提高学生政策分析和判断能力，学会辩证分析国内外重大时事热点；提高学生的理性思维能力和社会适应能力，学会把握职业角色和社会角色；提高学生的洞察力和理解力，学会在复杂的政治经济形势中做出正确的职业生涯规划。

#### 4. 哲学基础

**课程目标：**本课程是面向所有专业的人文素质教育类的核心课程，是一门基础性、综合性和人文性较强的课程。本课程的目标是让学生在学习马克思主义哲学的基础上，了解一般哲学的涵义、论域和功用，基本知晓中西哲学发展的历史与现状，理解哲学的基本理论，掌握哲学的思维方法，从而锻炼、发展学生的理论思维能力，丰富、提高其自身的道德精神境界，为学习其他专业课程打下良好的知识基础、思维基础和人文基础。

**主要内容：**本课程以马克思主义为指导，以马克思主义哲学为核心内容，授课内容主要包括本体论与人生之道、认识论与求真之道、道德哲学与善恶之道、美的哲学与审美之道、科技哲学与文明之道、哲学思维与辩论之道等专题。

**教学要求：**

(1) **知识目标：**通过学习让学生了解现代哲学的基础理论和基本知识，理解哲学的基本概念、基本原理、基本原则以及相关的背景知识、思想观点，掌握哲学理论和方法中的基本观点并能用以解释身边的世界和社会生活。

(2) **素质目标：**通过学习让学生感受智慧，提升境界，树立科学的世界观和高尚的人生观、价值观；培养学生的哲学智慧，使其形成理性思维、批判精神与谋善的品质。

(3) **能力目标：**通过学习让学生了解和掌握基本的哲学思维方法，能够理论联系实际，学以致用，同时提高以哲学为指导，观察、分析和解决问题的能力。

#### 5. 大学国文

**课程目标：**本课程旨在通过学习中华元典，培养人文素养，提升综合文化素质，达到传承优秀传统文化、立德树人的目的。

**主要内容：**本课程通过对先秦重要经典的学习，让学生了解中华元典的基本内涵，汲取传统文化的精华，明了社会主义核心价值观的传统文化思想源。使学生感受中华民族自强不息的奋斗精神、崇德重义的高尚情怀、整体和谐的价值取向、客观辩证的审美原则，重视家国情怀、社会关爱和人格修养的文化传统，以增强文化自信和文化自觉。

**教学要求：**

(1) **素质目标：**理解中华传统文化所蕴涵的思维方式、价值观念、行为准则，树立崇德尚能的成才思想，培养精益求精的工匠精神。

(2) **知识目标：**了解先秦历史及中华文明史，掌握讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合等中华文化基本精神。

(3) **能力目标：**具体形象地感受和认识中华优秀传统文化并将之融入综合素养的能力。

#### 6. 经济数学及数学文化（商学院等学院专业）

**课程目标：**是为高职经济管理类、财经类、金融类、国际贸易和物流等相关专业学生学习专业课程提供必需的一元函数微积分学和概率论与数理统计，数学实验与数学软件等内容，使他们具有基本的计算能力。

**主要内容：**一元函数微分学，一元函数积分学；线性代数（选学），概率论与数理统计（选学），数学实验与数学软件。

**教学要求：**

(1) **素质目标：**本课程注重科学素质教育和人文素质教育的有机融合，提高学生的数学

素养和文化素质，注重培养学生的科学精神和人文精神，同时也使学生接受数学美感熏陶。数学美也是人的审美素质的一部分，数学将杂乱整理为有序，使经验升华为规律，寻求简洁统一的数学表达等，都是数学美的体现，也是人类对美感的追求，这种追求对一个人的精神世界的陶冶起着潜移默化的影响。

(2) 知识目标：为相关专业学生学习专业课程提供必需的基础模块：一元函数微分学，一元函数积分学；选择专业应用模块：线性代数（选学），概率论与数理统计（选学），数学实验与数学软件。使他们具有基本的运算能力。

(3) 能力目标：通过学习使学生能较好地掌握后继课程中必备的与高等数学相关的常用内容，提高学生的解决问题的能力，为后续课程和今后发展需要打下必要的数学基础。

## 7. 体育

课程目标：使学生掌握科学锻炼的基础知识、基本技能和有效方法，学会至少两项终身受益的体育锻炼项目，养成良好锻炼习惯。挖掘学校体育在学生道德教育、智力发展、身心健康、审美素养和健康生活方式形成中的多元育人功能，有计划、有制度、有保障地促进学校体育与德育、智育、美育有机融合，提高学生综合素质。

主要内容：通过学习足球、篮球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、武术、游泳等基本战技术。促进力量、速度、耐力、灵敏性等身体素质的全面发展和提高内脏器官的功能；提高集中注意力的能力，提高判断能力，观察力；培养积极、果断、勇敢、顽强的作风和拼搏精神，锻炼勇敢顽强的意志品质。提高人体的力量、速度、耐力、灵敏、柔韧等身体素质，而且还能发展判断、注意、反应等心理素质，培养学生勇敢顽强、奋发向上的拼搏精神和严密的组织纪律性，培养团结协作，密切配合的集体主义精神。

教学要求：

(1) 素质目标：提高学生体质健康水平，促进学生全面发展。

(2) 知识目标：了解各单项的战技术及裁判规则并掌握其基本战技术。

(3) 能力目标：掌握两项以上健身运动基本方法和技能，能科学的进行体育锻炼，提高自己的运动能力，具有较高的体育文化素养和观赏水平。

## 8. 大学生心理健康教育

课程目标：课程旨在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，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

主要内容：第一部分：了解心理健康的基础知识，其中包括大学生心理健康导论，大学生心理咨询，大学生心理困惑及异常心理；第二部分：了解自我发展自我，其中包括大学生的自我意识与培养，大学生人格发展与心理健康；第三部分：提高自我心理调适能力，其中包括大学期间生涯规划及能力发展，大学生学习心理，大学生情绪管理，大学生人际交往，大学生性心理及恋爱心理，大学生压力管理与挫折应对，大学生生命教育与心理危机应对。

教学要求：

(1) 素质目标：通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己



并适应社会的生活状态。

(2) 知识目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。

(3) 能力目标：通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。

## 9. 职业生涯规划

课程目标：使学生对职业生涯有初步的了解，分析和发现自己的优势、弱点和差距，掌握职业生涯设计的方法和步骤，拟出自己职业生涯规划方案；同时，进行在校学习目标规划，加强专业学习，全面提高自身的综合素质，缩小自身条件和社会需求的差距，提高就业竞争力。

主要内容：专业概况、课程体系；所学专业在社会发展中的地位、作用和需求状况；专业就业动态和趋势；职业对所学专业学生综合素质和要求。

教学要求：

(1) 素质目标：通过本课程的教学，使学生在专业技能外，具有一技之长；具有正常的择业心理和心态；具有很快适应和融入工作新环境的能力；具备良好的思想品德和职业道德；具有较强的团队合作能力和敬业精神。

(2) 知识目标：通过本课程的教学，使学生了解所学专业在社会发展中的地位、作用和需求状况；社会就业形势及我院毕业生就业状况；人文素质对成功择业的重要性；社会及企事业单位的人才需求；创业的基本条件和必备素质；与就业相关的法律、法规及权益保护政策。

(3) 能力目标：通过本课程的教学，使学生掌握以下能力：制定职业目标和学习方向；制定切实可行的学业规划和职业生涯规划；制作规范、具有个人特色的求职材料；进行正常的人际沟通和合作；分析自我优劣、差距，明确奋斗方向。

## 10. 军事（含军事理论与军事技能）

课程目标：为适应立德树人根本任务和强军目标根本要求，服务军民融合发展战略实施和国防后备力量建设，增强学生国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，提高学生综合国防素质。

主要内容：第一部分：《军事理论》：（一）中国国防：国防概述、国防法规、国防建设、武装力量、国防动员等；（二）国家安全：国家安全形势、国际战略形势等；（三）军事思想：中国古代军事思想、当代中国军事思想等；（四）现代战争：新军事革命、信息化战争等；（五）信息化装备：信息化作战平台等。

第二部分《军事技能》：（一）共同条令教育与训练：共同条令教育、分队的队列动作等；（二）射击与战术训练：轻武器射击、战术等；（三）防卫技能与战时防护训练：格斗基础、战场医疗救护、核生化防护等；（四）战备基础与应用训练：战备规定、紧急集合、行军拉练等。

教学要求：

(1) 素质目标：通过军事课教学，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

(2) 知识目标：通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识。

(3) 能力目标：通过军事课教学，让学生了解掌握基本军事技能。

## 11. 高职英语

课程目标：课程培养学生的英语基础知识和语言技能，重点培养学生实际应用英语的能力，特别是听说能力。

主要内容：第一部分：了解公司和产品的英语基础知识，其中包括公司简介、公司内部简报、接待和产品安全手册等内容；第二部分：了解贸易关系的维护，其中包括贸易英语术语简介、交通工具、客户维护和售后服务等内容；第三部分：提高对商务环境的认识，其中包括英语的办公室环境介绍、商务会议、商务旅行、国际货币等内容；第四部分：深化对品牌的认识，其中包括英语的品牌知识介绍、质量认证、市场营销、创业等内容。

教学要求：

(1) 素质目标：提高学生的中西文化修养，提高学生的跨文化意识，开阔其视野，使其更好地适应多元文化的环境；提高学生的英语语言素养，具备简单涉外事务的文化素质。

(2) 知识目标：掌握用于日常交际及一般涉外业务的基本词汇以及本专业的核心词汇，掌握基础英语语法知识，掌握各种英语应用文体的写作规范和要求。

(3) 能力目标：能听懂日常和一般涉外业务活动中的英语对话和陈述，并进行简单交流；能阅读并正确理解中等难度的一般题材的简短英文资料，能填写和模拟套写简短的英语应用文，且能借助工具将中等偏下难度的一般题材文字材料译成汉语；培养学生英语自主学习能力和多元文化的适应能力。

## 12. 计算机应用基础（非计算机类专业）

课程目标：作为非计算机类专业的基础平台课程，一方面为学生后续相关专业课程的学习夯实计算机基本操作技能的基础，另一方面培养学生处理信息的实用技能和利用信息化的手段提升生产力的职业素养和能力。

主要内容：计算机基础知识、操作系统及 window 的基本操作、office（主要是 word，excel 和 PowerPoint）的基本功能及基本操作、网络及基本的操作。

教学要求：

(1) 素质目标：通过本课程的学习，培养学生利用计算机进行日常办公所需的信息素养和利用计算机进行信息处理的职业素养。

(2) 知识目标：了解计算机的历史、计算机软硬件的常见术语、计算机体系结构和各种进制等基本知识，掌握操作系统及相关组件的基本功能及操作；熟练掌握 word 的文字、段落、表格、图文混排、页面设置、邮件合并、样式、目录生成和审阅、查找/替换等日常办公相关的操作及技能；了解数据表的本质及相关术语，熟练掌握 excel 的格式设置、数据输入、数据处理和数据管理的基本操作及技能，掌握利用 excel 函数的帮助功能使用新的函数；熟练掌握利用 PowerPoint 制作演示文稿的基本操作及技能；了解网络的相关知识和基本术语，熟练掌握利用网络查找信息和传递信息的技能。。

(3) 能力目标：熟悉 window 和 office 的基本操作，具有利用相关软件按要求处理日常

办公、处理数据、制作演示文稿的能力，具有借助网络和帮助文档处理较复杂数据处理和其他办公事务的可持续发展的信息处理能力。

### 13. 创新创业基础

**课程目标：**紧密对接新的人才质量观，正确理解创新创业与职业生涯发展的关系，激发学生创新精神、创业意识、创新创业思维，培养学生的团队合作、沟通能力、领导能力等综合素养，提升学生面对不确定性风险的能力。通过课程，使学生种下创新创业种子，培养学生实践中运用创新的思维和方法创造性的解决工作生活学习中遇到的各类问题，掌握创新创业实践科学的方法论，并积极参与各类创新创业实践。

**主要内容：**课程从充满不确定的时代特征，及应对不确定性的创业思维进入，阐述大学生学习创新创业基础的意义。引导学生进行自我认知并生成创业团队，确整个课程以团队为单位推进项目并进行整体考核。进而进入探索—>创造—>创新产品—>创业项目的项目实践学习过程，学生既像设计师一样思考，又像创业者一样行动，通过“边做边学”完成一个创新创业项目原型的设计与开发，在过程中激发创新、实践创业，提升创新创业能力。具体内容包括：变化的环境与创新创业；自我认知与创业团队；问题探索与机会识别；创新思维开发；创意方案；产品原型开发与市场测试；商业模式；商业呈现；商业计划书撰写、创业竞赛等。

**教学要求：**

(1) **素质目标：**锻炼学生面对不确定性如何做决策的创业思维模式，配养创新意识与创新精神，提升问题探索的素养、锻炼在实践中学习的行为模式，种下创新创业种子，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求。

(2) **知识目标：**了解效果推理理论、设计思维、精益创业等国际先进的创新创业理论及方法论，熟悉常见的创新思维能力培养、创新思维方式训练、创新方法及其运用的内容与要求，掌握从创业团队组建，创业项目从 0 到 1 的创造性生成方法以及商业计划书的架构逻辑。

(3) **能力目标：**通过从拥有的资源出发，通过将想法和机会转化为行动的过程，培养学生想法与机会、资源、行动三大领域的 15 项核心能力，具体如下：

领域	15 项核心能力
想法与机会	发现机会
	创造力
	具有愿景
	评估想法
	职业道德与可持续发展的思考
资源	自我意识与自我效能
	动机与毅力
	调动资源
	金融与经济认知
	动员他人
行动	主动行动
	计划与管理
	处理不确定性、模糊与风险

## （四）专业课程

### 1. 管理方法与应用

课程目标：通过本课程教学培养学生的四大基本管理能力，即计划与决策能力、组织与人事能力，领导与沟通能力、控制与评价能力，培养基层管理岗位的综合管理技能与素质。

主要内容：以培养基层管理者综合管理技能与素质为目标，以管理者的四大管理职能为宏观架构，以典型管理实务与管理情景为培养媒介，构建管理职能+管理实务+管理技能的三层架构内容体系，形成六大模块，包括管理概述、计划与决策、机构与人员、指挥与激励、沟通与合作、监控与评价等六大模块。

教学要求：

（1）素质目标：具备现代管理意识和管理素养；具备勇于创新的心理品质；具有良好的团队合作精神。

（2）知识目标：理解并掌握管理的基本原理与方法，掌握管理的计划、组织、领导、控制等职能的基本内涵、科学有效实现的方法；运用所学管理知识进行具体的管理案例分析，能够对管理实践进行考察与分析。

（3）能力目标：初步具备计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力、控制与信息处理的能力。

### 2. 经济基础与应用（1）

课程目标：本课程是一门“财经常识课”、“经济素养课”，更是一门“成才专业课”。通过课程学习，能够使学生掌握经济学的基本理论、概念和方法，熟悉当前的市场规律和经济运行特点，为学习其他专业课程打下理论基础。

主要内容：本课程本着懂理论，重应用的总体思路，以完成工作项目和工作任务为主线，并配以案例分析来学习经济理论知识，内容涵盖稀缺资源与经济学、供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场理论等基础理论。

教学要求：

（1）素质目标：培养学生对问题的综合理解分析能力、解决问题能力，提高学生对于知识的归纳能力以及迁移能力。

（2）知识目标：了解经济学研究的主要内容，掌握商品的供求规律及均衡价格的形成原理，掌握消费者行为理论和生产者行为理论，掌握成本分析的基本原理，了解四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析。

（3）能力目标：具备经济分析与预测能力，能够进行市场调查，对市场供求发展趋势做出科学预测；具备经济思维和灵活运用知识的能力，能够运用经济分析方法进行消费决策和生产决策分析。

### 3. 采购与供应管理

课程目标：通过课堂教学与实践教学，培养学生系统和全面地掌握采购相关作业的业务知识及作业技能与基本方法，学会处理和解决采购作业与管理中的一般性问题，培养学生的综合应用能力。

主要内容：采购需求分析、供应商开发与选择、采购方式确定、采购价格与成本控制、采购谈判与合同订立、采购过程控制、供应商管理、采购绩效评估。

教学要求：

(1) 素质目标：培养具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质和团队协作精神。

(2) 知识目标：掌握采购管理的基本理论、采购运作流程、供应商管理、采购谈判、采购合同、采购成本、采购绩效评估、采购方式等相关理论知识与方法。

(3) 能力目标：根据不同企业/类型采购需求，初步有效完成需求分析、计划制定、供应商选择、价格与成本分析、谈判与签订合同等采购过程的实施。

#### 4. 顺商故事与顺商精神

课程目标：通过课程学习，能够使学生了解顺商文化，能讲述顺商故事与顺德故事；体现新文科建设中的专业素质与人文精神、商科素养相结合的目的；锻炼学生表达能力与沟通交流能力，提高对生活中人和事的感悟力；培养学生对顺商地方文化的认同感和自豪感；让学生在在学习过程中体验顺商文化的魅力。

主要内容：本课程采取分组读书，相互交流的方式，利用网络课程、视频资源、博物馆资源以及媒体资源等渠道，采取真人对话以及企业参观的方式，把素质教育和专业教育结合起来，通过选择一个人物精读、分组选择人物阅读、组织人物访谈、开展顺商文化大讲堂等教学组织，解读顺商故事，传承顺商精神，引导学生了解顺商是如何把经商与做人融为一体的，促使学生认识到高职院校培养的人才除了有精深的专业素质，更须具备深厚的人文素质、高度的责任感和爱国奉献精神。

教学要求：

(1) 素质目标：了解顺商的道德文化和审美情趣，传承顺商诚信、合作、负责、吃苦耐劳的精神品德。

(2) 知识目标：了解顺商文化的含义、内容和特点，了解顺商文化产生的原因与历史背景，能讲述顺商故事与顺德故事，能评价不同商帮的同与异。

(3) 能力目标：具备资料搜集整理能力、表达能力与沟通交流能力；具有对生活中人和事的感悟力，以及向生活学习的能力。

#### 5. 财务基础

课程目标：着重培养经济管理类专业学生财务知识和技术的应用能力，帮助经管类非会计专业学生在今后的经济管理工作中成为主动的财务信息使用者，在企业经济管理工作中发挥自身的作用。

主要内容：学习情景1“财务报表解读”、学习情景2“财务报表数据信息来源分析”、学习情景3“财务报表分析”。

教学要求：

(1) 素质目标：学生在今后的经济管理工作中成为主动的财务信息使用者，在企业经济管理工作中发挥自身的作用。

(2) 知识目标：能够掌握从公司的财务报表（主要是资产负债表和利润表）的基本结构，进行深入解读；基于数据信息生成过程深入了解会计账务处理程序，能看懂账簿并透过报表

数据，理清会计要素及其所属项目之间的内在联系；最终能够解决“财务报表分析”。

(3) 能力目标：“在学中做，在做中会”的学习观，使学生在“学”与“做”的体验和感悟中，夯实基础，培养思维，掌握方法，形成能力，成为具有创新精神与实践能力的职业人。

## 6. 市场营销实务

课程目标：本课程旨在培养学生发现市场、分析市场和解决营销问题的能力以及创新思维能力，让学生学会关注企业营销环境的变化，利用企业的优势，并根据各种变化做出正确的营销战略和策略。

主要内容：本课程教学内容的选取紧紧围绕顺德的主导产业，以家具、汽车、家电消费品营销方案制订的工作任务来进行，同时融合市场营销经理助理资格证书对知识、技能和态度的要求来确定内容体系。在对课程教学内容进行整合序化后形成了消费者行为分析、市场调研、确定目标市场、市场定位、制定营销策略、策略执行管理等六个模块。

教学要求：

(1) 素质目标：牢固树立以顾客为中心的营销观念，具备良好的职业素养和较强的专业技能，具备良好的沟通协调能力和创新精神。

(2) 知识目标：理解市场和营销的概念，掌握营销战略与策略制定的依据，掌握营销管理的实质，熟悉营销活动的流程及岗位要求。

(3) 能力目标：能进行营销环境分析，能以市场为导向，进行消费者分析、目标营销策略制定、营销活动策划、实施与评估。

## 7. 市场调查技术

课程目标：系统地了解 and 掌握市场调查、整理汇总、分析及预测的基本理论与方法，初步具备综合运用市场调查技术解决企业市场营销实际问题的综合能力。

主要内容：（认知市场调查的意义、掌握企业调查目标与内容、制定调查方案、设计问卷、选择抽样方式、选择调查方法、开展调查分类整理并运用分析方法、预测趋势、撰写调查报告并开展调查工作总结报告的写作）

教学要求：

(1) 素质目标：培养小组团队合作意识、较好的应变能力；综合理解分析能力、逻辑思维能力、对事物整体策划合理预算的能力、写作能力；培养科学、严谨、实事求是的工作作风；培养吃苦耐劳的从业精神。

(2) 知识目标：了解市场调查的概念、类型；了解调查报告的作用；理解问卷的不同类型；理解非随机抽样方法的概念、特点及其各自的适用情况；掌握问卷的结构及主要内容掌握交叉配额方式的确认；掌握调查资料整理的审核、录入、分类、汇总各环节；掌握分析与预测的方法；掌握调查工作总结的内容及写作。

(3) 能力目标：具有整体认知市场调查意义和内容的能力；能够制定详细的调查方案、设计调查问卷；能够承担数据的审核、数据的录入、分类汇总工作；能够应用统计知识或统计分析软件对数据按要求进行分析和预测；能够撰写调查报告。

## 8. 消费心理分析

课程目标：掌握消费心理的基本概念和理论，熟悉当前消费心理的特点，掌握消费心理

分析整个操作流程，会实际进行消费者的心理分析；并且通过实务、案例、实际调研、策划报告，培养学生发现、分析和解决问题的基本方法和手段，为学习后续课程打下坚实的基础。

**主要内容：**以消费者心理活动、行为特征及其影响因素为主线，包括消费者动机、知觉、学习与记忆、消费者态度形成，为制定合适的营销策略提供依据，激发消费者的购买意愿，改变消费者的购买行为，为企业创造利润。

**教学要求：**

(1) 素质目标：培养学生良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，能在学习过程中积极与他人合作、相互帮助，共同完成学习任务。

(2) 知识目标：了解消费者心理活动过程，理解消费心理的基本概念、基本原理，掌握消费者心理分析的方法。

(3) 能力目标：能够进行消费者心理活动的分析，并能制定出相应的营销策略。

## **9. 营销渠道管理**

**课程目标：**学生掌握渠道管理知识与方法，为企业建立或开发合理的渠道，评估企业的渠道关系，激励渠道成员，化解渠道冲突。

**主要内容：**内容包括渠道结构设计、渠道领导与激励、渠道合作与控制、渠道评估与完善、电子渠道设计及管理。

**教学要求：**

(1) 素质目标：培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力，积极乐观的心态、良好的人际关系，为培养一名高素质的从业者奠定基础。

(2) 知识目标：学生掌握渠道开发与设计的方法，评估渠道关系的技巧，化解渠道冲突的技巧，学会如何激励渠道成员的方法。

(3) 能力目标：掌握营销渠道管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业务岗位。

## **10. 销售实务**

**课程目标：**使学生掌握推销的基本概念、基本理论和基本方法，注重培养和提高学生运用基本的原理和方法解决实际问题的能力，增强学生推销的意识，训练学生推销心理、培养学生推销实战技能。

**主要内容：**以“推销”工作流程为主线，按照推销工作的七个任务划分教学内容，包括事前准备，寻找和识别顾客，约见和接近顾客，推销洽谈，处理异议，促成交易和售后服务。

**教学要求：**

(1) 素质目标：能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；能体会学习中的乐趣，培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，以及继续学习和职业发展的潜力。

(2) 知识目标：了解推销人员的素质、推销职业的特点，推销人员管理办法；理解商品推销的基本原则及模式；掌握推销工作的程序、推销各阶段策略以及各种推销技巧。

(3) 能力目标：培养学生各阶段推销能力，能熟练运用各种推销策略和技巧；协调能力、创新能力以及独立解决问题的能力；语言表达能力和沟通能力。

## **11. 广告策划实务**

**课程目标：**学生通过广告策划基本理论和基本技能的学习及训练，不仅有较扎实的从事

文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力，而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养；注重培养学生对广告传播效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。把学生培养成为既懂广告设计、广告文案撰写，又懂广告传播与活动策划、品牌管理和营销的复合型人才。

**主要内容：**课程从岗位要求出发，运用基于学习性工作任务的结构，采取以任务为驱动的教学过程，建立了四个学习情境（快消品广告策划、小家电广告策划、房地产广告策划、新媒体广告策划），预置开展广告市场调查、制定企业具体 5M 广告策略等 12 个学习任务，通过完成由理论——实训——实践的 12 个任务，强化学生们的广告策划与品牌管理意识，提升学生的广告策划实践操作技能。

**教学要求：**

(1) 素质目标：具有良好的职业道德和敬业精神；具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；具有沟通与交流能力；具有组织、协调能力；具有适应环境开拓创新的能力；具有较强的心理承受能力。

(2) 知识目标：了解广告策划外部环境分析内容；掌握目标消费者消费行为描述；学会寻找产品独特卖点；了解企业产品的市场周期和客户广告投入预算情况，沟通广告形式和效果；掌握研究广告受众心态，创意媒体策略、投放策略和整合传播策略。能够根据广告任务的要求，确定使用什么类型的媒介和作品把信息内容阐释开来、表达出去，为受众所接受和喜爱。

(3) 能力目标：通过基本理论和基本技能的学习及训练，不仅有较扎实的从事文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力，而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养；注重培养学生对广告传播效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。

## 12. 公共关系管理

**课程目标：**本课程以建立社会组织与公众之间良好的沟通关系，树立良好的组织形象为主线贯穿始终。课程主要研究社会组织与公众之间传播沟通的现象、行为、规律和方法。课程的目标是培养德智体全面发展，掌握现代公共关系专业知识和技能的公共关系专业人才。通过本课程的学习，使学生掌握公关职业应用性人才所必需的公关调查、公关活动策划、危机处理和社会交际等基本知识和技能，让学生善策划、懂管理、会传播。

**主要内容：**本课程的设计是建立在对公共关系机构或部门相应岗位工作内容层次和工作流程分解的基础上，以职业能力培养为重点来进行的。根据公共关系职业岗位对知识、技能、素质的要求，本课程有针对性地选取适用的、先进的教学内容，以公关活动为载体，设计了一般活动公关、专题活动公关以及危机公关等三大学习情境，每个学习情境都经历一个完整的工作过程，包括目标公众分析、公共关系调研、公关活动方案策划以及公关活动实施与评估等四个步骤，课程内容体现了工作过程导向的要求，由浅入深，系统提升公关职业能力。

**教学要求：**

(1) 素质目标：具备可持续发展的学习与适应能力；具备良好的职业素养；具备强烈的商业信誉观；具备较强的专业技能；具备良好的沟通协调能力；具备良好的团队协作意识；具备较强的社会交往和适应能力；具备吃苦耐劳的意志品质；具备创新精神。



(2) 知识目标：掌握收集信息及公关调查研究的基本原则和方法；掌握公关策划的内容与程序、基本方法和技巧；熟悉公关传播与沟通的类型和特点；掌握公关实施与评估的方法；掌握公关专题活动的类型，熟悉 CIS 战略；掌握公关危机处理方法等。

(3) 能力目标：能独立进行公关调研，撰写调研报告；能策划并组织实施小型公关活动，能开展组织形象策划；能开展一般的公关传播活动和运用内外公关协调技巧；能进行一般的公关危机管理并制定预案；能进行自身形象管理等。

### 13. 客户开发与管理

课程目标：学生掌握客户管理的基本概念和理论，熟悉当前客户管理的特点，掌握客户管理整个操作流程，会实际进行客户关系的建立与维护，培养客户忠诚。

主要内容：内容包括客户关系管理的产生、功能、分类，客户管理的营销策略、客户开发与实施、数据仓库及数据挖掘技术，以及呼叫中心的实施与应用，CRM 基本运行与操作等。

教学要求：

(1) 素质目标：培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，理解他人的情感，以及继续学习和职业发展的潜力。

(2) 知识目标：掌握客户管理的基本概念、基本原则、管理流程和管理技巧，牢固树立以“客户为中心”的管理理念，解决客户管理的理论和实际问题。

(3) 能力目标：培养学生客户开发的技能、客户满意的技能、客户忠诚管理的技能。

### 14. 商科类顶岗实习

课程目标：在顶岗实习中发展知识和技能，深化对专业的认识，在实习工作岗位中形成对工作相关事项的基本理解，获取与专业相关的工作经验，达到理论学习与企业实践操作的相结合。

主要内容：由实习企业的工作需要和学生可尝试进行的项目来确定，由学生和企业双方协调在实习期间的目标和负责事项。实习生在实习工作岗位上需要完成所要求的实习内容，并在自己的实习工作和生活中进行反思，完成实习周记、实习报告、毕业论文。

教学要求：

(1) 素质目标：培养吃苦耐劳、敬业的劳动精神，适应职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱。

(2) 知识目标：了解企业运作流程；理解企业文化；掌握企业管理技能。

(3) 能力目标：能完成实习文书撰写，完成实习周记、实习报告；完成学院和企业规定的实习时数和工作安排。

### 15. 商科类毕业论文

课程目标：通过毕业论文和毕业设计，使学生能够理论联系实际，进一步巩固和掌握所学的专业理论知识，适应职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱，为毕业后的工作和进一步学习打下坚实的基础。

主要内容：联系实习内容自行确定毕业论文题目，报指导老师审核。选题必须结合实习（就业）单位及岗位，分析所在单位及所从事岗位的现状、问题，并结合专业提出相应的对策。

教学要求：

(1) 素质要求：树立诚信，不抄袭；培育知识产权意识，保守商业机密。

(2) 知识要求：掌握管理工作流程，掌握常见文书写作。

(3) 能力要求：能结合实习工作，独立完成毕业论文撰写，并参加答辩。

## 16. 市场营销沙盘模拟实训

课程目标：通过直观的市场营销沙盘，模拟企业营销实战，让学生在游戏般的训练中体验完整的企业经营过程，感悟正确的营销思路和管理理念，感知市场营销的基本理论与技能。

主要内容：包括企市场调研与分析、推销技术、大客户销售、渠道管理、连锁经营管理、商品学、生产运作管理、财务管理等领域基本的知识与技能。

教学要求：

(1) 素质目标：树立共赢理念、全局观念，学会团队合作，保持诚信，帮助合理的职业定位。

(2) 知识目标：理解销售与盈利的关系、企业运作流程；掌握营销策划理论。

(3) 能力目标：会制定基本的采购计划、生产销售计划；能制定基本的采购计划、生产计划；会判断不同类型客户的价值，能够进行问题分析和方案策划。

## 17. 数字营销（2）

课程目标：本课程旨在培养学生数字时代下的营销思维能力以及发现市场、分析市场和解决营销问题的基本能力，让学生学会关注数字化转型下营销环境的变化，并根据环境的变化做出正确的营销决策。

主要内容：本课程教学内容的选取紧紧围绕顺德的主导产业，以家具、汽车、家电消费品营销方案制订的工作任务来进行，同时融合数字时代下企业对营销人员知识、技能和态度的要求来确定内容体系。在对课程教学内容进行整合序化后形成了市场调研分析、确定目标市场、市场定位、制定营销策略、策略执行管理等五个模块。

教学要求：

(1) 素质目标

建立数字时代下的营销思维，牢固树立以顾客为中心的市场营销观念，具备良好的职业素养和较强的专业技能，具备良好的沟通协调能力和创新精神。

(2) 知识目标

掌握数字营销的基础理论知识，理解市场和市场营销的概念，掌握营销管理的实质，熟悉营销活动的流程及岗位要求。

(3) 能力目标

能进行营销环境分析，能以市场为导向，进行营销活动策划、实施与评估。

## 18. 新零售营销

课程目标：通过课程学习，了解新型零售管理原理和方法，掌握零售管理的基本职能，并能运用所学知识分析和解决具体的新型零售管理问题。

主要内容：新型零售的基本理论、新型业态的分类、新型零售的选址、促销、商品管理、店铺内外部设计、店铺布局设计、商品采购、商品陈列、零售氛围设计等。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生成为具有良好职业道德的、具有新型零售管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的技能型零售管理人才。

(2) 知识目标：掌握新型零售管理理论与其发展的基本脉络。了解新型业态的分类与各自特点。掌握新型零售商品规划、组合与优化方法。掌握商品价格管理的方法。掌握新型促销策划与实施技巧等。

(3) 能力目标：能对新开业的店铺进行选址。能合理采购店铺商品，能对店铺的内部布局进行设计。能制定店铺的促销方案并能实施。能合理制定商品价格与成本控制。

### 19. 商科类跨专业综合实训

课程目标：通过实习，使学生熟练掌握企业岗位工作要求，掌握企业运作流程与规则，学会团队沟通与协作，增强学生的岗位适应能力和管理决策能力。

主要内容：主要实训任务包括企业注册、人力资源管理、市场营销、生产管理、销售管理、投融资管理、财务管理等主要业务。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生的流程意识、绩效意识、团队意识，训练学生在大的商业环境下的综合运营管理能力。

(2) 知识目标：掌握企业注册登记的流程，了解企业人员招聘流程，掌握市场营销信息收集整理程序和分析方法，理解 ERP 系统中生产管理信息流程和操作方法，掌握国际贸易单证操作流程，熟悉投资项目的融资渠道、融资方式和技巧，以及投资项目、企业对各种融资方式的运用。

(3) 能力目标：在非竞争性模式下确保企业正常运营，在竞争性模式下训练真实市场运营的能力和技巧。

### 20. 商务数据分析与应用

课程目标：要求学生掌握商务数据分析管理的主要理论，掌握零售数据、电子商务数据和市场营销数据分析的主要方法，掌握常见数据分析方法，理解并运用常见数据管理模型，对组织进行数据分析，通过数据监控、关键指标预警、趋势研判等指导业务部门工作。

主要内容：商务数据管理的涵义和商务数据管理流程；零售数据分析与管理；电子商务数据分析与管理；市场营销数据分析与管理；常见数据分析方法；常见数据管理模型。

教学要求

(1) 素质目标：培养学生的从事基层岗位商务数据分析管理的能力，提升学生从事基层管理岗位工作的兴趣。

(2) 知识目标：了解商务数据分析管理的基本流程、了解商品分类的基本方法；了解常见的销售渠道指标、了解常用的商品利润管理方法，了解常用的数据管理模板及其筛选标准。

(3) 能力目标：能够进行销售预测和销售对比；运用黄氏曲线进行零售分析；掌握数据化追踪销售方法，进行促销管理；掌握电商常用分析指标和流量分析的常用方法，对电子商务企业进行销售管理；掌握常见的数据分析方法，运用 excel 等软件进行数据演示；根据企业需求，搭建数据化管理模板。

### 21. 行业营销

课程目标：培养学生掌握家具、家电等行业市场营销活动的知识和技能。

主要内容：家具家电等行业市场与家具家电等行业品牌、家具家电等行业市场营销环境分析、家具家电等产品基本知识、家具家电等行业市场营销策略、家具家电等行业门店及营

销体系。

教学要求：

(1) 素质目标：良好的职业道德、思想修养、具备较强亲和力，具有爱岗敬业、诚实守信的良好职业素质；具有职业认同感、服务意识；具有一定的抗压能力、责任心和危机意识。

(2) 知识目标：了解家具家电等行业市场、家具家电等行业品牌、家具家电等行业消费者与销售的基本知识；掌握家具家电等行业市场环境分析的方法与步骤；掌握家具家电等行业产品基本知识；掌握家具家电等行业营销策划的知识。

(3) 能力目标：家具家电等行业消费者的开发与销售能力；家具家电等行业市场调研的能力；家具家电等行业商品渠道管理的能力；客户服务与管理能力。

## 22. 网店运营推广认证

课程目标：在实现专业培养目标中承担的任务：培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；在履行岗位职责、任务中发挥的作用：能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商；在传授知识、形成技能，提高素质中承担的任务：培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

主要内容：掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；在履行岗位职责、任务中发挥的作用：能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商；学习与网店经营相关的操作能力、营销能力，增强创新创业意识以及交流沟通能力。

教学要求：

(1) 素质目标：从沟通能力、团队协作能力、表达能力、学习与自我发展能力等方面着手，培养学生个人创业应具备的职业态度、职业素质和职业能力的迁移。

(2) 知识目标：掌握店铺美化、订单处理和售后服务等理论；掌握网店运营的基本工作流程。

(3) 能力目标：能独立设计网店运营方案，并运营一个网店店铺。

## 23. 企业案例分析

课程目标：本课程针对毕业班学生开设，通过对企业（以顺德企业为主）经营管理案例分析，让学生在离校实习前了解当前的行业环境、企业状况。深化学生对管理岗位的认识，在案例分析中形成对企业经营管理工作相关事项的基本理解，学习相关岗位的工作技能，达到理论学习与实践技能的综合提升。完善学生进入职场前的知识与技能适用性，优化学生就业竞争力。

主要内容：当前重大区域经贸环境分析与学习（如“大湾区”主题）；引入企业管理中相关案例，包括人力资源管理、市场营销、生产管理、账务管理等方面的实际案例，由学生和校内外老师共同分析管理案例；通过实战案例学习，重点掌握一些当下急需的职场技能。

教学要求：

(1) 素质目标：放眼当下经济环境，具备大局观念，适应当前职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱。

(2) 知识目标：了解若干顺德主要行业的知识和背景、懂得企业运作规则；掌握若干行业急需技能所相关的知识点或知识体系。

(3) 能力目标：能完成一些当下急需的职场技能所要求的基本操作，符合相关岗位的上岗技能要求；具备一定的对管理现象的分析能力，懂得制作 PPT 并总结汇报。

#### 24. 现代物流管理

课程目标：从专业认识的角度，搭建起一个专业入门的平台，使学生在对物流有一个基本的认识，为后续专业学习的方向、重点及个人职业规划有一个清晰的把握，培养学生建立专业自信和学习兴趣，为打造合格和优秀的物流人才打下牢固的基础。

主要内容：现代物流涵义、职能及作用；国民经济产业划分和物流行业分类及产业政策；中国物流经济环境及布局；物流系统目标及构成要素；物流市场及需求分析；物流客户开发及维护；物流职业领域、就业岗位及就业市场；物流岗位能力及测评；物流职业生涯规划。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生团队合作意识、增强承受压力的能力、养成一定的职业素养、培养一定的组织协调和管理能力、创新能力等。

(2) 知识目标：了解物流行业发展、地位及其作用，掌握物流市场定义、物流市场需求构成及分布，了解物流职业面向和职业发展、就业岗位和工作内容及要求。

(3) 能力目标：能够查阅和分析有关我国物流发展的政策和规划，能够判断我国物流行业发展趋势，能够分辨物流市场分布及需求；能够析解出各行各业中物流相关岗位及要求，能够为自己进行物流职业规划。

#### 25. 供应链管理

课程目标：本课程帮助学生掌握供应链中的基本原理和实践方法，包括供应链管理的基础理论、供应链管理的决策体系、供应链关系管理（供应商、制造商、分销商、零售商、消费者），涉及采购、生产、库存、物流配送、渠道管理等，并力争将供应链管理的思想和方法应用于实践。

主要内容：本课程主要内容包括供应链管理基础；牛鞭效应（啤酒游戏）；供应链库存控制；供应商管理库存、供应链需求计划、供应链延迟策略、越库流程及实施、供应链配送策略；跨境电商供应链等等。在教学内容选取上，基本理论以“必须够用”为度，重点突出关键能力和供应链业务处理能力的训练，并反映当前领域的最新发展动态。

教学要求：

(1) 素质目标：有热爱科学、实事求是的学风；具有团队协作、精诚奉献的意识；具备自信、开拓进取的精神和不断创新意识与团队协作精神。

(2) 知识目标：了解供应链的基本概念和供应链管理的基础理论；了解新形势下供应链管理的最新理论；了解新形势下供应链管理的最新工具和方法；了解基于工作过程的供应链管理方法。

(3) 能力目标：能够理解供应链管理基本思想、实务操作和实施原则，掌握供应链业务领域组织管理的要点和供应链流程规则的方法；可以在供应链运营中运用先进的计划、采购、库存、运输策略和技术，掌握供应链规划的方法和供应链环境下的招商、谈判、采购、库存控制、交付与回收策略；能够掌握供应链采购、物流和仓储管理等流程设计和优化的工具和方法，理解供应链管理的评估指标和模型。

#### 26. 电子商务基础

课程目标：通过本课程的学习，能正确理解电子商务的基础理论知识，了解电子商务的基础运行环境、运作模式和电子商务的一般技术以及网络营销的一般原理和方法。

主要内容：本课程是一门概括性很强，知识面覆盖较广的课程，本课程着重讲授电子商务的基本理论和应用情况，使学生从整体上掌握电子商务的知识框架。主要包括电子商务的概念、电子商务的基础运行环境、电子商务运作模式、电子商务的网络基础技术、电子商务网络安全技术、电子商务物流、电子商务网络支付以及网络营销等内容。

教学要求：

(1) 素质目标：具有较高的信息技术素质、能敏锐观察网络环境；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通，注重学以致用；及时适应环境变化，不断开拓创新。

(2) 知识目标：知道电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。

(3) 能力目标：能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

## 27. 网络营销实务

课程目标：《网络营销实务》是电子商务专业的核心课程之一，课程目标是要培养具备网络营销基本知识，掌握网络营销的常用技能，今天对口就业，明天可持续发展的网络营销实用型人才。

主要内容：本课程要求学生通过对本课程的学习，掌握网络营销的相关概念，了解网络营销的一般方法、常用的技术手段，学会进行在线市场调研、营销型网站诊断与规划、网络广告的设计与策划、社会化营销以及搜索引擎营销等基本技能。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生团队合作精神，独立思考能力，树立良好的爱岗敬业精神，并注重培养学生的创新创业意识。

(2) 知识目标：掌握网络营销相关概念，了解网络营销发展的最新动态，学会网络营销的基本原理和营销策划的基本理论。

(3) 能力目标：了解网络营销的一般方法和常用技术手段，具备网络广告策划与设计、新媒体营销运营、网络市场调研等能力。

## 28. 企业行为与管理心理

课程目标：学习该课程的目的，是在掌握组织情境中人的心理和行为规律的基础上，更好地对组织情境下人的行为进行解释、预测、控制和引导，从而有效实现组织预期目标。通过学习，学生可以系统建立分析组织情境中员工行为的框架，能够从个体、群体和组织三个层次上理解并掌握组织行为学的基本理论，并能运用所学的理论知识和相关技术去解决管理实践中遇到的员工管理方面的问题，更好地控制和引导员工行为，提高管理者的管理效果，实现组织目标。

主要内容：企业行为与管理心理是一门交叉应用性课程，该门课程综合运用了心理学、社会学、人类学、经济学和政治学等多门学科的知识，研究组织情境中人的心理和行为的规律。课程主要内容包括个体心理与行为、群体心理与行为、组织整体行为三部分。

教学要求:

(1) 素质目标: 培养学生共情的能力, 树立团队意识, 能够在组织中理解特任行为、进行沟通表达、开展团队合作。

(2) 知识目标: 掌握分析企业行为与管理心理的基础知识及理论, 包括个体心理与行为、群体心理与行为、组织行为等内容, 系统建立分析组织情境中员工行为的框架。

(3) 能力目标: 能够在企业管理环境中分析个体、群体和组织行为, 并能运用所学知识和技能模拟解决管理实践中遇到的问题, 提高管理效果, 实现组织目标。

## 29. 商业伦理

课程目标: 通过对企业在商务行为中涉及到的伦理价值观的分析, 使学生确立应有的商业伦理价值观, 并掌握企业履行社会责任的基本应用方法。

主要内容: 商业伦理的纵向理解(包括商业伦理的由来与发展、现代商业伦理); 商业伦理的横向理解(包括中西方商业伦理内涵及表现形式对比); 商业伦理与社会责任的关系; 践行商业伦理及企业社会责任的中西方经典案例; 企业社会责任的本土实践及操作指引。

教学要求:

(1) 素质目标: 认识商业伦理与企业社会责任在商务活动中的重要性, 培养具有社会责任感的职业操守。

(2) 知识目标: 系统学习商业伦理的理论基础, 企业的伦理与责任体系建设等的内容。

(3) 能力目标: 能够根据商业伦理与企业社会责任的案例分析商业伦理的基本运作, 能够根据企业履行社会责任要求实施相关策略。

## 30. 经济应用文写作

课程目标: 培养学生具备基本的应用写作理论知识、较强的专业写作能力及文章分析与处理能力的课程, 也为将来撰写毕业作业和从事学术研究作好必要的知识准备。

主要内容: 课程主要分六大部分五类文书, 包括总论、党政机关公文、事务文书、经济文书、专用文书、信函文书。

教学要求:

(1) 素质目标: 培养写作意识; 提高高职学生的核心就业能力的培养; 努力培养对学生阅读和文章分析与处理的能力。

(2) 知识目标: 了解经济应用文的内容框架; 理解了应用文文体的实际用途及其写作知识和经济应用文在工作中的重要作用; 掌握实用文体的概念、种类、特点、作用和写法。

(3) 能力目标: 具备高级应用型人才所具备的专业写作能力; 培养学生文章分析与处理能力, 为写好毕业作业和从事学术研究作好必要的知识准备。

## 31. 商务沟通

课程目标: 通过课程的学习, 使学生掌握商务沟通的基本知识、基本原理、基本方法和基本技能, 为学习其他专业课和在工作岗位上的实际运用打下基础。

主要内容: 商务沟通概述、语言沟通技巧分析、非语言沟通技巧分析、有效倾听、求职面试沟通技巧、管理沟通技巧、冲突管理技巧和基本的商务礼仪分析。

教学要求:

(1)素质目标：培养学生积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务的能力；在生活中接触到商务沟通的知识与技术时，乐于探究其实现手段、实现过程。

(2)知识目标：了解课程的体系、结构，对商务沟通有一个整体的认识；掌握商务沟通的基本概念、基本原理和基本方法；掌握商务沟通的基本内容和方法，培养一定的商务沟通能力。

(3)能力目标：培养口头沟通的能力；培养招聘与面试的能力；培养管理沟通的能力；培养书面沟通的能力；培养商务礼仪的能力；培养解决冲突的能力。

### **32. 投资理财**

课程目标：培养学生具有一定的投资理财意识，通过投资理财使学生在未来实现财务安全，最终实现财务自由。

主要内容：投资理财入门知识；现金规划；股票投资；基金投资；债券投资及其他投资；房地产投资；保险与退休规划；综合投资理财规划。

教学要求：

(1)素质目标：培养良好的纪律观念和筹划美好未来的理念；培养学生认真做事，踏实做人的态度，使学生具有敬业精神、团队精神、求索精神；培养正确的理财观念；培养学生较强的风险意识和高尚的职业道德。

(2)知识目标：理解投资理财的概念以及投资理财规划基本原理，树立科学理财观念；了解货币时间价值理论、生命周期与投资理财知识；掌握家庭现金和消费信贷知识、投资规划基础知识、房地产投资知识、保险知识、退休规划知识。掌握基本的金融知识，制定合理的个人投资理财方案。

(3)能力目标：能利用会计基础知识和财务管理基础知识，制定个人及家庭财务报表；能利用家庭资产状况与理财规划的关系，作出符合实际的投资理财方案；能利用理财计算基础知识进行投资理财决策分析；能利用证券市场如何模拟投资股票、基金、债券和期权期货；能利用综合理财分析，进行现金规划、消费支出规划、风险管理和保险规划、投资规划、退休金养老规划、财产分配与传承规划及综合理财规划。

### **33. 证券投资**

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握证券市场的运作与构成；能够运用基本面分析和技术分析方法来进行实际投资分析和投资决策，并树立正确的投资价值观。

主要内容：投资与证券投资、股票、债券、基金、证券市场及中介机构、证券投资的基本面分析与技术分析。

教学要求：

(1)素质目标：具备创新思维和灵活运用知识的能力；具有良好的职业态度和职业道德。

(2)知识目标：了解证券投资的品种；掌握股票、债券、基金的特征；掌握影响股票价格变化的相关因素；了解证券投资的基本面分析的内容；掌握技术分析方法的理论基础及主要方法；能够进行简单的证券投资分析。

(3)能力目标：能够独立进行证券投资分析；具有正确的投资理念；能够根据相关的资料、信息做出简单的投资分析。

### **34. 会计报表分析**



课程目标：掌握资产负债表、利润表和现金流量表的编制方法，熟悉企业常用的财务分析方法和分析指标，能进行基本财务分析。

主要内容：学习编制资产负债表、利润表和现金流量表及报表附注，学习财务分析的基本方法和技巧。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生独立思考问题的习惯，养成团结协作的精神，能主动搜集、检索、获取信息，培养灵活的思维方式。

(2) 知识目标：理解《报表编制与分析》课程的基本理论、基本内容和基本方法，掌握编制三大报表、附注以及财务报表主要指标的计算和分析方法。

(3) 能力目标：具备编制企业财务报表以及对报表进行计算分析的能力，能够运用所学技能帮助企业对与报表相关问题进行分析、判断和处理。

### 35. 新产品开发方法与应用

课程目标：本课程对于培养市场营销专业学生拓展新产品创新思维、掌握一定的新产品开发的创新方法，培养学生分析、解决问题的能力。同时培养学生在产品创新实践中运用创新的思维和方法创造性的解决工作、生活、学习中遇到的各类问题，进一步提升学生的专业综合能力，培养高素质的创新型人才，并提高学生对美好生活的向往，对新事物的热爱。

主要内容：主要有四个：认知新产品、寻找产品问题、开发新产品的的方法、形成新产品概念。

教学要求：

(1) 知识目标：了解新产品开发的过程，掌握常见的新产品开发不同方法的基本内容及运用的要求；学会运用新产品开发方法开发出新产品的技巧。

(2) 技能目标：能突破制约产品开发的思维障碍，发展创新思维能力，具有独立运用创新方法进行新产品开发的能力，具有采集使用信息、分析归纳、总结交流经验、技能、技巧的能力，具有较强的自学能力、理解能力与表达能力，具有将理论与实践经验结合运用的能力。

(3) 素质目标：有明确的学习目的，愿望和兴趣，乐于参与有助于提高新产品创新方法的学习与探索活动；能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务，能在学习过程中注意并理解他人的情感；遇到问题时，能主动向老师或同学请教，以取得帮助；对生活中产品出现的问题，乐于探究其改进方法、实现手段、实现过程；培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的敬业精神；具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；具有终生学习、不断创新和职业发展的潜力。

## 七、教学进程总体安排

每学年教学活动 40 周，其中专业教学总周数为 118 周（含 3 周军事课）。

学分与学时的换算。18 学时折算为 1 个学分，总学分为 141。

教学进程安排详见附件“课程教学计划进程表”。

## 八、实施保障

## （一）师资队伍

### 1. 专业负责人的基本要求

专业负责人的学历：研究生以上学历；有企业营销工作经历；教学水平在同行中认可度高、对营销领域的发展有一定见解，学术水平较高，有较高的一定专业建设能力经验。

### 2. 专任教师与兼职教师的配置与要求

专业在校 生人数	专任教师		兼职教师	
	要求	数量	要求	数量
150 人	研究生学历以上、中级职称以上，有一定工作背景，教学水平、学术水平较高。	6-8 人	本科学历以上，在企业中担当一定的营销管理职务，实战经验强，有一定的教学水平和学术水平，来自于行业企业	4-5 人

## （二）教学设施

### 1. 校内实践教学条件配置与要求

实验实训 教室	实验实训项目	设备名称、 台/套数	设备功 能与要求	职业能力培养
1. 市 场营销实训 室	市场分析预测、目标市场分析与选择、营销策略的运用等	1. 电脑（60台）	支持软件运行	市场分析、营销策略和营销决策的制定和执行管理过程，培养团队意识和协作精神。
		2. 市场营销沙盘模拟软件（1套）	营销沙盘模拟系统	
2. 调查 分析实训室	市场调查数据收集、调查方法的运用、调查报告的撰写等	1. 电脑（60台）	支持软件运行	调查数据的输入、汇总、分析、调查报告的撰写和打印工作
		2. SPSS 软件（1套）	统计数据	
3. 项目 实训室	商品认知、商品陈列、营销策划	1、电脑（60台）	上网	项目调查、营销策划
		2. 展示柜（10套）	展示商品	商品认知、商品陈列

### 2. 校外实践教学条件配置与要求

实训基地	基地功能与要求	职业能力与素质培养
1. 美的生活电器制造有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
2. 顺博家具电器有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
3. 广东新协力集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通

4. 北奥传媒有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	策划 诚信 沟通
5. 昆山润华商业有限公司顺德分公司 (大润发)	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
6. 联邦家私集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
7. 联塑集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	调查 促销 销售 诚信 沟通
8. 碧桂园集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	导购、促销 销售 诚信 沟通
9. 顺德麦当劳	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
10. 永旺购物中心	提供实习场所顶岗实习参观	导购、促销 销售 诚信 沟通

### (三) 教学资源

教材、图书和数字资源结合实际具体提出，应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度。根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。

### (四) 教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

### (五) 学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求和建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

### (六) 质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

## 九、毕业要求

### 1. 证书要求

(1) 推荐通过（获得）市场营销经理助理证书、网店运营推广职业技能等级证书。

(2) 通过高等学校计算机等级一级或二级考试（或以上）。

(3) 通过高等学校英语应用能力 A 级或 B 级。

(4) 美育课程列入人才培养方案。每位学生须修满 1 学分美育课程学分方能毕业。

## **2. 学分要求**

学生学完人才培养方案规定的课程，成绩合格，获得规定的学分，方可取得全日制高职专科毕业证书。

# **十、附录**

## **1. 教学安排进程表**

附表1: **课程教学计划进程表**  
 专业名称: 市场营销(2020级三年制) 专业方向(必须和附件1一致): 制订日期: 2019年4月

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	核心课程	总学分	总学时	计划学时		公共课	各学期课内周学时分配						考核方式	实践教学场所	学分方式	备注		
							课内总学时	课堂教学		一	二	三	四	五	六						
																				理论	实践
公共课	必修	000973	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	▲	4	72	54	54	18			54				★		百分制			
		003965	思想道德修养与法律基础	▲	3	54	42	42	12	42							★		百分制		
		000980	形势与政策		1	48	48	48		8	8	8	8	8	8				五级制	每学期8学时	
		001079	哲学基础		2.5	46	36	36	10			36					★		百分制		
		001396	大学语文	▲	2	36	36	36		36							★		百分制		
		001232	高职英语	▲	7	126	126	126		54	72						★		百分制		
		001299	体育		4.5	81	81	9	72	18	体育(1) 28学时, 1.5学分	体育(2) 36学时, 2学分			体育(3) 004004, 18学时, 1学分				百分制		
		002084	计算机应用基础	▲	2.5	46	46	24	22			46					★		百分制	非计算机类专业	
		004414	大学生心理健康教育1		2	36	36	24		12	24								百分制		
		005000	创新创业基础		2	36	36	30	6		36								百分制		
		002546	职业生涯规划		1	18	18	18			18								百分制	职业生涯规划放在第一学期, 18学时	
		004020	军事课(含《军事理论》与《军事技能》)		4	72	18	18		54	72								校内	五级制	
		001404	经济数学及数学文化		3	54	54	54			54								百分制	商学院等学院专业	
		小计2					38.5	725	631	519	100	124	344	180	44	8	8	8			选择了3学分数学课的专业
限选课		004385	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当		1	20	20	20										百分制			
			××××××		1	18	18	18				18						百分制	专业根据情况选修, 自行计算限选课的小计学分和学时, 须满足公共基础课程合计		
		小计					2	18	18	18			18					百分制	合计分数不低于36, 不高于39, 学分与学时在公共课课程选修课程中选修		
公共必修课程合计					40.5	743	649	537	100	124	344	198	44	8	8	8		百分制			
任选课		999998			2	36	36	36													
		小计					2	36	36	36											
必修	专业群平台课	003904	管理方法与应用		2	36	36	28	8		36						★	校内	百分制	各专业群平台课建议设置5-8门, 专业模组课建议设置5-8门; 专业群平台课在群内的共享率不低于80%	
		003905	经济基础与应用(1)		2	36	36	18	18			36					★	校内	百分制		
		000993	采购与供应链管理		2	36	36	18	18				36				★	校内	百分制		
		003896	顺商故事与顺商精神		1	18	18	18				18							校内		百分制
		004463	财务基础		2	36	36	18	18			36					★	校内	百分制		
		000918	市场营销实务	▲	4	72	72	44	28			72							校外		百分制
	专业模组课	000915	市场调查技术	▲	4	72	72	44	28				72						校外		百分制
		000922	消费心理分析	▲	3	54	54	36	18				54				★	校内	百分制		
		000930	营销渠道管理	▲	3	54	54	36	18				54				★	校内	百分制		
		004489	销售实务	▲	3	54	54	36	18				54						校内		百分制
		000908	广告策划实务	▲	4	72	72	44	28					72					校内		百分制
		003325	公共关系管理	▲	3	54	54						54				★	校内	百分制		
		000913	客户开发与管理	▲	4	72	72	44	28					72					校内		百分制
		004445	商科类顶岗实习		26	468	468		468										校外		五级制
004446	商科类毕业论文		2	36	36		36										36	百分制			
小计					65	1170	1170	384	732	0	36	126	324	180	0	504					
专业限选课		000955	市场营销沙盘模拟实训		1.5	28	28	0	28									过程考	校内	百分制	
		004465	数字营销(2)		3	54	54	28	26			54								百分制	
		003320	新零售营销		2	36	36	18	18				36							百分制	
		004444	商科跨专业综合实训		2	36	36	0	36					36						校内	百分制
		003952	商务数据分析与应用		3	54	54	18	36					54						百分制	
		004499	行业营销		4	72	72	28	54					72						百分制	
004502	网店运营推广认证		4	72	72	36	36						72					校内	百分制		
小计					19.5	352	352	128	234	0	0	28	54	108	162	0					
任选课		004447	企业案例分析		2	36	36	18	18											百分制	
		001034	现代物流管理		2	36	36	18	18				36							校内	
		000999	供应链管理		2	36	36	18	18					36						校内	
		001154	电子商务基础与应用		2	36	36	18	18											校内	
		000331	网络营销		2	36	36	18	18											校内	
		004448	企业行为与管理心理		2	36	36	18	18											校内	
		000360	经济应用文写作		2	36	36	18	18											校内	
		000737	商务沟通		2	36	36	18	18						36					校内	
		003957	商业伦理		2	36	36	18	18							36				校内	
		000063	投资理财		2	36	36	18	18											校内	
		000744	证券投资		2	36	36	18	18											校内	
		000036	会计报表分析		2	36	36	18	18							36				校内	
		004437	新产品开发方法与应用		2	36	36	18	18							36				校内	
		小计					14	252	252	126	126					36	216				校内
所有课程合计					141	2553	2459	1211	1192	124	380	352	422	332	386	512					
学分、学时及平均周学时统计					141	2553	2459	1211	1192	124	22.35	18.53	22.2	17.47	20.316	32					

说明: 1. ▲ 表示核心课程; ★ 表示考试, 其余为考查; w 表示集中实践教学周  
 2. 原则上公共基础必修课程和公共限选课课程合计学分不少于36, 不高于39  
 3. 美育课程列入人才培养方案。每位学生须修满1学分美育课程学分方能毕业。  
 任选课和专业任选课课程学分合计不得少于14学分, 可以超过14学分  
 5. 总学分为140学分

专业负责人签字:  
 教学副院长签字: