**山西国际商务职业学院**

**2023级市场营销(3+2)专业**

**人才培养方案**

****

**二〇二三年九月印制**

编制说明

专业人才培养方案是职业院校落实党和国家关于技术技能人才培养总体要求，组织开展教学活动、安排教学任务的规范性文件，是实施专业人才培养和开展质量评价的基本依据。为推动学院教育事业高质量发展，切实提高人才培养质量，强化教育链、产业链、人才链、创新链的“四链融通”，促进就业创业，根据《中华人民共和国职业教育法》、《国家职业教育改革实施方案》、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）和《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函 〔2019〕61号）等文件精神，参照教育部《高等职业学校专业教学标准》，结合我院教学和管理实际，组织开展2023级各专业人才培养方案的制订工作。学院严格按照教育部规定的制订程序，一是完成了人才培养方案制订的规划与设计工作。由分管教学的副院长牵头，教务部拟定制订2023级专业人才培养方案指导性意见，专业建设委员会负责具体的制订工作；二是完成了调研与分析工作。开展了行业企业、在校生及毕业生的调研工作，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成专业人才培养调研报告；三是完成了起草、制订与审定工作。专业建设委员会完成了专业人才培养方案的制订工作，并组织了专家论证。

2023年 7月6日学院党委会审议并通过了2023级专业人才培养方案，现印发，望各部门在2023级专业中严格按照本方案实施教育教学工作。

编制部门：市场营销教研室

负责人： 葛文全

审批人： 李莤 姚腊梅

公示网站：http://www.sxibs.com/

反馈邮箱：y1974731@qq.com

2023 年7 月10 日

目录

[**一、专业名称及代码 1**](#_Toc2811)

[二、入学要求 1](#_Toc10286)

[三、学历层次及修业年限 1](#_Toc26465)

[四、职业面向 1](#_Toc24211)

[**五、培养目标与培养规格 1**](#_Toc12044)

[（一）培养目标 1](#_Toc24094)

[（二）培养规格 1](#_Toc24672)

[**六、课程体系构建 2**](#_Toc28287)

[（一）思想政治教育教学体系 2](#_Toc29312)

[（二）创新创业教育教学体系 3](#_Toc20046)

[（三）劳动教育教学体系 4](#_Toc27300)

[（四）书证融通教育教学体系 5](#_Toc4306)

[（五）大学生社会实践 5](#_Toc19816)

[（六）职业分析与专业学习领域构建 6](#_Toc26680)

[（七）课程体系构建 7](#_Toc19517)

[（八）课程内容和基本要求 8](#_Toc20545)

[**七、教学进程总体安排 22**](#_Toc2990)

[（一）专业教学计划 22](#_Toc15339)

[（二）学时安排说明 25](#_Toc6361)

[（三）课程结构学时比例 25](#_Toc14735)

[（四）教学环节分配表 25](#_Toc28574)

[**八、实施保障 25**](#_Toc2254)

[（一）师资队伍 26](#_Toc16209)

[（二）教学设施 27](#_Toc14594)

[（三）教学资源 27](#_Toc18929)

[（四）教学方法 28](#_Toc23563)

[（五）学习评价 29](#_Toc23097)

[（六）质量管理 29](#_Toc30896)

[**九、职业资格证书 30**](#_Toc28413)

[**十、毕业要求 30**](#_Toc240)

**市场营销(3+2)专业人才培养方案**

一、专业名称及代码

市场营销

530605

二、入学要求

中等专业学校毕业生或者具有同等学力者

三、学历层次及修业年限

学历层次：专科

修业年限: 2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）** | **主要岗位群或技术领域** |
| 财经商贸大类（53） | 市场营销类  （5306） | 市场营销  （05） | 市场专业人员  （53-06-05-01） | 市场开发  市场营销 |

**表4-1职业岗位群与工作任务分析**

| 岗位名称 | 岗位职责描述 |
| --- | --- |
| 市场开发岗位 | 主要从事市场调研、市场开发、项目策划、具体实施，并对具体的市场开展前期的开发。 |
| 市场营销岗位 | 主要收集并整理市场基础数据，对企业战略进行确定，对产品、价格、分销渠道、促销手段进行研究与策划，结合企业特点与产品优势进行市场营销活动。 |

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持以市场需求为导向，立足于各类工商企业发展需要,主动适应区域经济转型发展新要求，培养拥护党的基本路线，牢固树立社会主义核心价值观，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，培养德、智、体、美、劳全面发展的，具有良好职业道德和敬业精神，熟练掌握市场开发与营销专业岗位所需的基础理论和专业技能，能从事各类企业管理、产品销售、营销策划、市场调查与预测、公关策划、广告策划、商务谈判等工作的高素质技术技能型人才。

**（二）培养规格**

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1、知识结构

(1)掌握一定的人文社会科学知识；

(2)掌握本专业必备的自然科学基础知识；

(3)掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识；

(4)掌握本专业必备的经济学、管理学、金融学的基本知识；

(5)掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者行为学、商品学、广告学、分销渠道、商务谈判、公共关系等知识；

2、能力结构

* + - 1. 专业能力

具有英语、计算机应用能力；

具有商务谈判及书面写作的能力；

具有本专业所必需的各类营销策划能力；

具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力；

具有营销管理能力；

具有广告策划能力；

具有分销渠道的管理能力；

* + - 1. 方法能力

具备一定继续学习能力，拓展、延伸知识与技能的能力；

具有综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力；

具有制定工作计划的能力；

具有查找、阅读工程资料与文献的能力；

具有职业生涯规划能力；

具有判断决策能力；

* + - 1. 社会能力

团结协作的能力，沟通和交往能力；

具备新工作环境的适应能力；

具备良好的团队合作、交流沟通及组织协调能力；

批评与自我批评的能力；

具备较强的社会活动能力和公共交往能力；

3、素质结构

(1)思想政治素质：具有马克思主义科学的世界观、人生观和价值观；具有爱国主义精神，有热爱祖国、服务人民的理想信念，具有责任心和社会责任感，有法律意识，能积极践行社会主义核心价值观，拥有能够支撑职业和人生发展的思想政治素质。

(2)文化科技素质：具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有不断更新知识和自我完善的能力；具有持续学习和终身学习的能力；具有较强的创新意识、创新精神及创新能力；具有一定的人文和艺术修养。

(3)专业素质：掌握从事市场营销相关工作所必须的专业知识；具有较强的组织、领导、设计、策划能力；具有较好的客户意识和产品意识。

(4)职业素质：具有良好的职业道德和职业操守，敬业爱岗、依法守法、按章行事、热情服务、保守国家秘密和商业秘密；具有较强的组织观念和集体意识；具有良好的人际沟通能力。

(5)身心素质：具有健康的体魄和良好的身体素质；具有积极的人生态度和良好的心理调适能力。

(6)探索改革精神：具有锐意改革、大胆创新意识和勇于开拓的精神。

六、课程体系构建

**（一）思想政治教育教学体系**

1、主要目标

引导学生系统掌握马克思主义基本原理和马克思主义中国化理论成果，了解党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，认识世情、国情、党情，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想，培养运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力；自觉践行社会主义核心价值观，尊重和维护宪法法律权威，识大局、尊法治、修美德；矢志不渝听党话跟党走，争做社会主义合格建设者和可靠接班人。

2、课程思政课程体系

（1）思政课程：

开设毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论课程、习近平新时代中国特色社会主义思想概论课程、思政课实践课程。两年均开设形势与政策。围绕马克思主义经典著作，党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化，宪法法律等，开设选择性必修课程，要求学生至少从“四史”中选修1门课程。

（2）综合素养课程：以培养大学生价值观为目标，将社会主义核心价值观和中华优秀传统文化融入综合素养课程教育教学，强化政治方向和思想引领，深入发掘综合素养课程的育人资源，着力实现全过程、全方位育人。

（3）专业课程：以专业技能知识为载体加强大学生思想政治教育，打破原先思政教育和专业教育“两张皮”的困境，让课堂主渠道功能实现最大化。结合本专业人才培养特点和专业素质、知识和能力要求，善于挖掘专业课程中生成的人文背景与社会价值，将思想政治教育“润物细无声”地融入专业课程教学，把对真、善、美的追求贯穿于学生专业学习的全过程，增强学生对“技术与社会”“技术与人”关系的进一步认识。推动专业课程教学与思想政治理论课教学紧密结合，相互配合，推动专业类课程与思政课建设形成协同效应。

3、落实立德树人根本任务，完善三全育人格局

思想政治教育融入学生学习生活的各个环节、渗透到教学、管理、服务的各个方面和各个层面。认真搞好新生入学教育、日常课堂教学、课外活动、志愿者服务、社会实践、专业实践、就业指导等各个环节。使学生在大学期间受教育、经锻炼、提素质、增才干。

**（二）创新创业教育教学体系**

贯彻《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》（国办发〔2015〕9号）和《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》（国办发〔2015〕36号）精神，落实素质教育与创新创业教育的融合。

1、主要目标

（1）形成行之有效的创新创业教育体系。进一步完善人才培养质量，组织制订创新创业教育教学质量标准，使创新创业教育融入各专业人才培养中；进一步构建创新创业教育课程体系，形成多层次、立体化创新创业教育课程体系；进一步改革教学方法和考核机制，调动师生参与创新创业教育的积极性；进一步加强教师创新创业教育教学能力建设，提高教师教育教学水平。

（2）构建比较完善的创新创业实践平台体系。不断扶持大学生创新创业类学生社团，鼓励大学生组建各种创新创业社团，开展创新创业实践活动；在校内组织一系列创新创业专项竞赛，积极鼓励学生参加各种创新创业大赛，提高学生实践水平。

（3）建设科学有效的创新创业运行和保障体系。不断加强宣传报道和政策引导，营造学院创新创业良好文化氛围。

2、主要内容

（1）理论学习。创新思维培养，创业认知、创业团队、风险识别、商业模式、创业资源、计划书拟写、创业管理等。

（2）创业实践。专门针对在校学生开展SYB创新创业培训，主要为创新创业意识激发，创业模拟，商业机会发现，团队协作，流程完善等。

（3）职业素养。以企业家讲座，创新创业讲座，企业参观，毕业生报告，校内活动，各级各类比赛等形式开展，增强学生的实践能力。

（4）专业提升。通过企业实习，以校企协同育人的方式来推进教学，侧重于专业能力培养，工作流程认知，标准化认知等。

3、实施途径

（1）将创新创业教育贯穿人才培养全过程。每个专业开设创新创业相关课程，完成一份创业调研报告，提交一份创业计划书或创意设计，参加至少一次创新创业类竞赛。

（2）构建创新创业教育课程体系。面向全体学生开设创新创业课程、开展创新创业培训或讲座。

（3）扶持大学生创新创业类学生社团。

（4）开展一系列高水平创新创业竞赛。以“互联网+”“挑战杯”“创青春”大赛等为龙头推动开展丰富多彩的创新创业竞赛，推进创新创业竞赛全员化、多样化、常态化等。

（5）营造创新创业文化氛围。不断加强宣传报道和政策引导，定期组织大学生创新创业竞赛作品展；宣传树立大学生创新创业成功典型；每年举办创新创业论坛；借助新媒体构建完善创新创业公众平台、微讲堂等。通过多种方式，大力培育企业家精神和创客文化，发挥创业成功案例的示范引领作用，形成创新文化和创业文化。

## （三）劳动教育教学体系

深入贯彻习近平总书记关于教育的重要论述，全面贯彻党的教育方针，落实《中共中央 国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》，加快构建德智体美劳全面培养的教育体系，培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。强化劳动观念，弘扬劳动精神。强调身心参与，注重手脑并用。承优良传统，彰显时代特征。发挥主体作用，激发创新创造。

1、主要目标

准确把握社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，全面提高学生劳动素养。

2、主要内容

结合市场营销专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。具体为：

（1）日常生活劳动。劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等，围绕劳动为什么、是什么问题，让学生懂得劳动的意义和价值。

（2）服务性劳动。敬业精神，吃苦耐劳、团结合作、严谨细致的工作态度等，注重劳动价值体认，引导学生从现实生活中发现需求，选择和确定劳动项目。强化规划设计意识，充分发挥学生的主动性、积极性、创造性，引导学生对项目实践进行整体构思，综合运用所学知识、技术，不断优化行动方案。

（3）生产劳动。劳动知识技能的讲解，让学生认清事理，掌握实践操作的基本原理、程序、规则，正确使用工具的方法和技术。

（4）专业化的技术性劳动。在专业课程教学中、在职业教育活动周和我院的劳动教育周、在认识实习和岗位实习中，将创新性、服务性等特点与教育教学紧密结合。

3、实施途径

将劳动教育纳入人才培养全过程，丰富、拓展劳动教育实施途径。

（1）开设劳动教育理论课,培养学生正确的劳动观念和劳动态度。

（2）开展专题教育，邀请企业导师、企业劳模、毕业学生进行劳动专题教育，培养学生奉献精神和精益求精的品质。

（3）在专业教育教学中有机渗透劳动教育，通过营销策划、国际营销等专业课中融入劳动教育，培养学生正确的劳动观念和劳动意识，在专业课程实训环节注重学生劳动技能的培养，让学生养成严谨认真的劳动态度和吃苦耐劳、团结协作的劳动精神。

（4）课外校外活动中安排劳动实践，通过制定营销策划战略等形式丰富的岗位劳动实践，鼓励学生参与社会劳动实践，感受劳动创造的价值，增强学生劳动荣誉感。

（5）校园文化建设中强化劳动文化，利用学校广播站、图书馆等场所，强化劳动教育宣传；通过宿舍文化、传统手工制作、劳动专题摄影展等活动，让学生感知劳动价值。

（6）实习实训中强化能力培养，通过参加职业技能大赛，培养学生的操作能力与专业劳动技能。

## （四）岗课赛证综合育人体系

1、主要目标

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》，积极推动学历证书+若干职业技能等级证书制度，夯实学生可持续发展基础，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓展就业创业本领，缓解结构性就业矛盾, 紧贴市场营销行业岗位发展需求及新要求，承担立德树人根本任务，弘扬工匠精神，提高学生的实践技能，从而为学生知识、能力的拓展和终身学习提供支持，创建适合复合型技术技能人才成长的专业课程体系。

2、主要内容

根据1+X证书等级标准及相关职业资格要求，参照行业发展和岗位需求，结合各级各类市场营销专业技能比赛的赛项和内容，对专业课程进行优化和调整。一方面对现有课程进行梳理和改善；另一方面，要根据市场营销行业相关岗位生产或服务的新技术、产业的新业态、劳动生产方式的新变化、工作岗位对技术技能的新要求及时跟进、补充最新知识、技能，开设与新技术相关的课程，不断提高技术、技能的先进性、实用性和发展性，构建合理的书证融通课程体系。

3、实施途径

（1）修订人才培养方案。

在大职教观视野下，加强职业教育“岗课赛证”综合育人。根据专业特点和行业职业资格认证的实际情况，将学生可获取的各类职业资格标准和专业标准有机融入人才培养方案，把职业资格证书的相关考点融入课程内容。优化课程设置和教学内容，统筹教学组织与实施，深化教学方式方法改革。根据学院学分认证和互换规定，替换相应课程学分，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极参加各类职业资格培训和考核认证，取得多类职业技能等级证书，并确定相应的学分。

（2）有序开展有关师资培训。

依托有关师资项目做好1+X证书制度试点师资培训，将职业技能等级证书有关师资培训纳入院校教师素质提高计划项目，对接市场营销相关职业技能等级证书和标准，结合学院教育教学改革项目实施，统筹各方资源，及时调整培训计划、培训内容，积极开展师资培训工作。

（3）基于企业岗位标准深化专业课程改革，精准促进“岗课”融合。

实施“岗课赛证”综合育人，必须构建符合大职教观、适应产业与市场需求的课程体系。首先，依据行业企业岗位标准，建立专业课程标准。要树立科学的课程开发理念，合理规划专业课程的建设思路，围绕企业岗位的胜任能力设计课程教学目标，依据企业岗位的技术技能需求制定课程教学内容，按照“工学结合、学做一体”的原则安排和组织教学。其次，以岗位能力培养为主线，创新专业课程教学模式。大力推进在岗教学、模拟教学、案例教学、项目教学等教学方法，提升专业课程教学的实践性和有效性，确保“岗课”融合得到有效落实。在实训教学体系建设上，以岗位工作流程与典型工作任务实训为切入点，优化实训教学体系，实现教学过程职业化、教学内容实践化、教学模式综合化。

**岗课融合**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主要岗位** | **岗位职责** | **课程设置** |
| 市场营销 | 1、制订全年销售任务；  2、在线专业咨询，系统方案推荐，完成订单；  3、协同设计全年活动方案；  4、执行活动方案及完成销售任务；  5、与团队一起执行订单，确保用户满意度和好评率。 | 市场营销概论、网络营销、国际营销 |
| 市场客服 | 1、负责客户服务，通过在线聊天工具及电话与客户沟通，处理日常用户产品咨询、流程讲解、订单查询、投诉退款及售后服务等；  2、负责处理日常事务，包括留言回复、订单管理、到货跟踪、评价管理、售后服务等工作；  3、负责对用户进行日常回访和数据整理反馈。 | 电子商务概论、客户关系管理、网络营销、品牌运营推广 |
| 市场运营管理 | 1、熟悉市场的运营规则，负责日常运营，制定运营销售目标，规划、执行、实现各项运营目标；  2、负责全线的商品管理；  3、挖掘客户需求，对客户体验进行优化，对店铺的装修、编辑、单品爆款推广营销提出优化方案和改进建议；  4、负责店铺的全面数据分析，对市场行情深入了解，为产品促销策略、全店产品布局、店铺规划做出建设性方案和建议；  8、定期针对推广效果进行跟踪、评估，及时提出营销改进措施。 | 产品开发管理、营销策划实务、网络营销 |

（4）积极参加职业技能大赛，大力推进“以赛促学”、“以赛促教”。

职业技能大赛既是“风向标”，引领职业教育教学改革的方向；又是“撬杆”，撬动着职业教育教学模式的变革。实施“岗课赛证”综合育人要提高重视程度，强化资源倾斜，鼓励师生积极参与，大力推进“以赛促学”、“以赛促教”。

首先，积极参加多层次、高水平的职业技能大赛。职业教育实施“岗课赛证”综合育人应在国家级、地区级和校级等层次的职业技能大赛工作中同步发力，构建全面促进职业教育教学改革创新的多层次、高水平职业技能大赛赛事体系。

其次，以赛促教，以赛促学。鼓励师生积极参与职业技能大赛，激励在职教师强化专业知识学习，重视实操技能训练，研究技能竞赛的比赛内容，了解行业发展动态、企业岗位对学生能力的具体要求等，达到以赛促教的目的。同时，学生通过了解和参与各级职业技能大赛，能够更准确、更清晰地认知到所学专业领域的新技术、新工艺、新方法，切身感知到行业发展和企业岗位对专业技术技能人才的能力素质要求，从而明确学习的方向和重点。有利于其在日后改进学习方法、提高学习成效，实现以赛促学的目的。

**赛课融合**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主要参赛项目** | **竞赛主要内容** | **课程设置** |
| 山西省高职院校市场营销职业  技能大赛 | 产品开发、市场营销 | 产品开发与管理、市场营销、营销策划实务 |

（5）将职业资格证书融入人才培养方案，打造“课证”融合的教学体系

职业资格证书是劳动者个体直接从事某种职业的凭证，是技术技能人才综合职业能力的证明。大职教观视野下，加强职业教育“岗课赛证”综合育人应积极将职业资格证书融入人才培养方案，打造“课证”融合的教学体系。

目前，根据我院实际和学生情况，市场专业的1+X证书主要是助理营销师等级证书。通用资格证书主要有计算机、英语、普通话等方面的证书。

**课证融合**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **类别** | **资格证名称** | **课程设置** |
| 通用  资格 | 全国计算机等级考试 | 信息技术 |
| 1+X实用英语交际职业技能等级考试（初、中级） | 英语 |
| 普通话水平测试等级证书 | 大学语文 |
| 职业  资格 | 助理营销师等级证书 | 市场营销、产品开发、分销渠道 |

**（五）大学生社会实践**

以团委暑期社会实践为依托，每年组织开展大学生社会实践活动。丰富社会实践的内容与形式，促进学生了解国情、了解社会，增强社会责任感和使命感。通过社会实践活动，让学生了解自身素质与市场需求之间的差距，看到自身知识和能力上存在的不足，客观地去重新认识、评价自我。促进学生对理论知识的转化和拓展，增强运用知识解决实际问题的能力。增强学生适应社会、服务社会的能力。发展学生的组织协调能力和创新意识。

**（六）职业分析与专业学习领域构建**

1、典型工作任务与知识能力分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 行动（工作）领域 | 典型工作任务 | 职业技能要求 | 知识要求 |
| 1.商务类工作领域 | 1.市场营销 | 1、制订全年销售任务；  2、在线专业咨询，系统方案推荐，完成订单；  3、协同设计全年活动方案；  4、执行活动方案及完成销售任务；  5、与团队一起执行订单，确保用户满意度和线上好评率。 | 1.营销的产生与发展、营销理念；  2.营销市场环境概况；  3.市场选择及营销策略；  4.营销工具：  5.电子邮件营销、搜索引擎营销、病毒式营销等；  6.市场及其特征；  7.市场细分；  8.网络市场调研。 |
| 2.营销策划 | 1、负责相关产品与服务的策划与推广；  2、提升企业的社会知名度与业界影响力； | 1.熟悉产品推广；  2.了解企业运营模式；  3.熟练使用推广工具；  4.制定推广策略和计划；  5.推广效果评估知识；  6.推广改进和优化知识。 |
| 2.管理类工作领域 | 3.企业管理 | 1、熟悉企业的运营规则，负责日常运营，制定运营销售目标，规划、执行、实现各项运营目标；  2、负责线下的商品管理；  3、挖掘客户需求，对客户体验进行优化，对店铺的装修、编辑、单品爆款推广营销提出优化方案和改进建议；  4、负责与相关客户对接，配合会展活动，争取最大资源； | 1.管理认知；  2.职业规划；  3.运营流程；  4.运营与推广； |

2. 专业学习领域

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 职业行动领域 | 专业学习领域 |
| 1 | 商务类工作领域 | 市场营销概论、产品开发与管理、现代推销技术、消费心理学、营销策划实务 |
| 2 | 管理类工作领域 | 管理学基础、公共关系、跨文化交际学 |

1. **课程体系构建**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 结构模块 | 学习领域 | | 课程名称 | | 课程代码 | 学时 | 学分 |
| **专业群平台课程** | **公共学习**  **领域** | | 四史 | | 999999030A | 36 | 2 |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | | 999999002A | 36 | 2 |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论  义义思想概论 | | 999999028A | 54 | 3 |
| 形势与政策 | | 999999003A | 32 | 1 |
| 心理健康教育 | | 999999004A | 36 | 2 |
| 军事理论+军事技能 | | 999999005A | 36 | 4 |
| 安全教育 | | 999999023A | 24 | 1 |
| 劳动教育 | | 999999024A | 38 | 2 |
| 思政课实践课 | | 999999026A | 12 | 1 |
| 信息技术 | | 999999010A | 72 | 4 |
| 英语 | | 999999013A | 72 | 4 |
| 体育 | | 999999014A | 72 | 4 |
| 大学语文 | | 999999011A | 36 | 2 |
| 职业发展与创新创业 | | 999999025A | 36 | 2 |
| **基本能力**  **学习领域** | | 客户关系管理 | | 530605120A | 36 | 2 |
| 营销策划实务 | | 530605114A | 72 | 4 |
| **岗位核心课程** | **岗位能力**  **学习领域** | | 分销渠道管理 | | 530605107A | 36 | 2 |
| 营销综合实训 | | 530605118A | 72 | 4 |
| 消费心理学 | | 560605111A | 36 | 2 |
| 现代推销技术 | | 530605110A | 36 | 2 |
| **综合能力**  **学习领域** | | 认识实习 | | 999999018A | 48 | 2 |
| 学训 | | 999999029A | 192 | 8 |
| 岗位实习 | | 999999020A | 576 | 24 |
| 毕业设计 | | 999999021A | 48 | 2 |
| **选**  **修**  **课** | **专业选修** | 公共关系 | 二选一 | 530605109B | 36 | 2 |
| 商务策划 | 530605108B | 36 | 2 |
| 品牌运营与推广 | 限选 | 530605113B | 72 | 4 |
| 跨文化交际 | 二选一 | 530605106B | 36 | 2 |
| 办公自动化 | 530605104B | 36 | 2 |
| **公共选修** | 美术鉴赏 | 五选一 | 999999001B 9999001B | 36 | 2 |
| 书法鉴赏 | 999999002B | 36 | 2 |
| 音乐欣赏 | 999999003B | 36 | 2 |
| 影视鉴赏 | 999999009B | 36 | 2 |
| 舞蹈鉴赏 | 999999010B | 36 | 2 |
| 山西故事 | 限选 | 999999008B | 36 | 2 |
| **总计：** | | | **学时：1948 学分：98** | | | | |

**（八）课程内容和基本要求**

**1、专业群平台课程**

**（1）公共学习领域**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程** | **毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论** | | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | | 36 | |
| **教学目标** | 帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 突出本课程的思想政治理论功能，以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；课堂教学延伸到课外，实现学生的自我教育；引导学生了解社会现实，关注社会热点，为未来更好地适应社会做准备。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **习近平新时代中国特色社会主义思想概论** | | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | | 54 | |
| **教学目标** | 全面准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求。大学生通过系统学习、全面掌握和有效运用这一马克思主义中国化最新理论成果，树立正确的世界观、人生观和价值观；使大学生能自觉运用马克思主义的立场、观点和方法，提高分析解决新时代中国特色社会主义建设过程中出现的现实问题的能力；使大学生确立新时代中国特色社会主义的共同理想和信念,树牢“四个意识” ，坚定 “四个自信” ，坚决做到“两个维护” ，不断提高运用科学理论武装头脑、指导实践、推动工作的能力和水平。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 系统论述习近平新时代中国特色社会主义思想的科学理论体系，通过马克思主义中国化新的飞跃、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、以新发展理念引领高质量发展、全面深化改革、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、加强以民生为重点的社会建设、建设社会主义生态文明、把人民军队全面建设成为世界一流军队、全面贯彻落实总体国家安全观、坚持“一国两制”和推进祖国统一、推动构建人类命运共同体、全面从严治党、在新征程中勇当开路先锋、争当事业闯将等专题内容。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 突出本课程的思想政治理论功能，以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；课堂教学延伸到课外，实现学生的自我教育；更好地实现习近平新时代中国特色社会主义思想“进头脑”。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **形势与政策** | | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | | 48 | |
| **教学目标** | 帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观、政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 不仅帮助学生把握基本原理、坚定理想信念；更要坚持理论联系实际、贴近实际、贴近生活、贴近学生，充分发挥理论的力量，培养学生科学地认识和分析复杂的社会现象的能力。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **思政课实践课** | | | **学时** | | | | | | | | | | | **18** | | | | | | | |
| **教学目标** | 思政课实践教学目标一是使学生深刻认识和领会马克思主义理论，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质及指导意义；二是培养学生运用马克思主义基本原理观察问题、分析问题和解决问题的能力；三是通过参与实践体验，使学生养成了解国情党情、关心社情民情、奉献社会，把自身发展与国家发展紧密联系起来，找到人生的正确发展方向，成长为对国家和社会有用之人；四是增强学生的国家认同感、社会责任感和历史使命感，牢固树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，使之成为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 爱国主义教育考察参观、社会调查及视频拍摄、企业调研及报告 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 爱国主义基地参观，旁听法庭庭审，企业调研，爱国主义影片观赏，制作相关视频作业。要求选择性参加其中三项实践课程，并完成要求的成果。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **心理健康教育** | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | 36 | | | | | |
| **教学目标** | 宣传普及心理保健知识，使大学生认识健康心理对成长成才的重要意义。指导大学生树立心理保健意识，认识心理活动的规律和自身个性特点，掌握心理健康知识和心理调适方法，学会化解心理困扰。指导大学生拥有乐观向上、积极进取的人生态度，开发心理潜能，促进全面成才。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 心理健康为大学生活保驾护航；了解自我、提升自我；学会交往、开心生活；认识情绪、管理情绪；享受真爱、完善自我；巧对挫折、走向成功；职业生涯、合理规划。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 课程采取理论与体验教学相结合，讲授与训练相结合的教学方法；在教学过程中，要充分运用各种资源，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；也可聘请有关专家、举办专题讲座等各类活动补充教学形式。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **军事理论+军事技能** | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | 36\*2周 | | | | |
| **教学目标** | 普通高等学校通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，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。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 《军事理论》课程内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备；《军事技能》内容：共同条令教育、分队的队列动作、现地教学、轻武器射击、战术、格斗基础、战场医疗救护、核生化防护、战备规定、紧急集合、行军拉练等。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。课程内容含“必讲（必训）”内容（以“\*”标识）和“选讲（选训）”内容（其他未标识者），根据实际情况在确保完成“必讲（必训）”内容的基础上，灵活选择“选讲（选训）”内容，但必须完成总学时。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **安全教育** | | | | | | **学时** | | | | | | | | | | | 24 | | | | |
| **教学目标** | 使学生自主掌握安全知识，增强安全防范能力。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 关注与维护国家安全；真爱生命与人身安全；防范侵害与财产安全；防火知识与消防安全；突发公共事件与安全；网络侵害与安全预防；大学生心理健康与安全；学习、社交与求职安全；自护自救常识。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 线上教学与安全教育知识讲座相结合，使学生牢固树立安全意识。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **体育** | | | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | 108 | | | |
| **教学目标** | 树立“健康第一”的观念，增强学生体质健康水平，激发学生参与体育活动的兴趣，培养学生终身体育锻炼的习惯；培养竞争意识和顽强的意志品质；培养团结合作和自控自律的优良品质。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 公共体育、足球、篮球、排球、瑜伽、健美操、体育舞蹈、啦啦操、羽毛球、毽球、武术  本课程从基础入手，按照大纲要求，掌握基本知识点，基本技战术动作要领，简单的比赛规则等。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 本课程围绕职业教育，以专业项目选修课为主，采用理论与实践相结合的教学形式。运用观摩教学法，讲练结合，分层教学法等手段，综合评价学生学习成果，为适应社会实践的需求奠定良好基础。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **劳动教育** | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | | 38 | | |
| **教学目标** | 使学生能够深刻认识人类劳动实践的创造本质，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，树立正确的劳动意识，形成正确的劳动观；真正在思想意识层面切实认识和领会习近平总书记反复强调的“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的深刻道理及其重大意义，从而真正树立尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 马克思主义劳动观；日常生活中的劳动意识；劳模精神传承；新时代劳动者的责任与担当；服务劳动中体会劳动价值；专业实践中发展劳动能力。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 本课程采用理论与实践结合的形式推进教学，开课形式每学期主要以专题的形式开展劳动理论讲授和劳动实践，每学年开展一周劳动周活动。综合评价劳动课程学习效果。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **大学语文** | | | | | | | | | | | | **学时** | | | | | | | | | 36 |
| **教学目标** | 本课程从职业教育的培养目标出发，重在培养学生的书面表达及实用写作能力。通过学习本课程，使学生掌握应用文书写作的基本理论和一般规律，养成良好的应用写作思维，能够写出规范的、常用的应用文书，为将来在实际工作中完成相关的应用写作任务奠定基础。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 行政公文、事务性文书、职场文书、传播文书、财经文书、法律文书、科技文书。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 以各专业人才培养方案为依据，结合学生的智能水平，遵循写作能力培养规律，切实提高学生应用写作水平，满足学生职业生涯发展和终身学习的需求。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **英语** | | | | **学时** | | | | | | | | | | **144** | | | | | | | |
| **教学目标** | 全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务。掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华，增强文化自信；坚持中国立场，具有国际视野，能够有效完成跨文化沟通任务。通过分析英语口头和书面话语，能够辨析语言和文化中的具体现象，了解分析与综合、比较与分类等思维方法，锤炼尊重事实、善于探究的思维品格。认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有明确的英语学习目标，能够有效规划学习时间和学习任务，运用英语进行终身学习。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 教学内容由主题类别、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六要素组成。主题类别为职业相关的教学主题。语篇类型包括口头、书面、新媒体等多模态语篇，涵盖不同类型的体裁，为语言学习提供素材。语言知识是职场涉外沟通的重要基础，重点突出应用性。文化知识包括世界多元文化和中华文化，尤其是职场文化和企业文化。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 充分发挥英语课程的育人功能，将课程内容与育人目标相融合，积极培育和践行社会主义核心价值观。依据教学目标、围绕教学内容，设计符合学生情况的教学活动，全面促进学生英语学科核心素养的提升，有效促进学业目标的达成。突出职业特色，通过设计语言教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养。注重现代信息技术在英语教学中的应用。根据学生认知特点和能力水平组织教学，构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程** | **信息技术** | | | | | | **学时** | | | | | | | | | 72 | | | | | | |
| **教学目标** | 通过理论知识学习、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。  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；使用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。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 信息技术概述、计算机办公基础、文字处理、数据处理、演示文稿制作、互联网应用和IT新技术包括云计算、大数据、物联网和人工智能。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 立德树人，加强对学生的情感态度和社会责任的教育，引导学生关注信息、发现信息的价值，提高对信息的敏感度，培养学生的信息意识，形成健康的信息行为；突出技能，提升学生的信息技术技能和综合应用能力，使学生形成运用信息技术解决问题的综合能力；创新发展，培养学生的数字化学习能力和创新意识，使学生能将信息技术创新应用于日常生活、学习和工作中。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **四史** | **学时** | | | | 36 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学目标** | 通过本门课程的教学，使学生从宏观上对党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史（简称“四史”）有一个基本的认识，了解中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的奋斗历史；帮助学生正确总结经验，认识国情，提高学生的历史逻辑思维能力，学会全面地分析矛盾，解决问题；培养学生的爱国主义精神，使学生树立道路自信、理论自信、制度自信和文化自信，知史爱党、知史爱国，以饱满的精神状态担负起实现中华民族伟大复兴的重任。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 系统介绍中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的奋斗历史。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢牢把握中国共产党百年奋斗史的主题和主线、主流和本质，站在实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的高度，站在历史和时代进步、党和国家未来发展的高度，以准确、系统、完整、生动为原则，以严谨、流畅、受学生欢迎为目标，突出主题主线，注重夹叙夹议、史论结合，力求准确、简明阐述中国共产党百年奋斗的壮阔实践史，深刻、辩证、重点概括中国共产党奋斗史蕴涵的丰富治国理政智慧和历史经验。引导学生深刻认识“马克思主义好”“中国共产党好”“社会主义好”“改革开放好”的深刻内涵。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 突出本课程的历史属性，通过通俗易懂、生动有趣的历史史实和故事使学生了解中国共产党奋斗的历史过程；体现本课程的思想政治理教育功能，通过课程教学，使学生了解中国站起来、富起来、强起来的历史性成就离不开中国共产党的正确领导，从而拥护中国共产党的领导、拥护改革开放、拥护中国特色社会主义道路，自觉承担中华民族伟大复兴的历史责任。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | **职业发展与创新创业** | | **学时** | | | | | | | | | | | 36 | | | | | | | | |
| **教学目标** | 通过本门课程的学习，使学生了解职业发展的特点，了解自身角色特性，了解就业形势和政策法规，了解就业创业基本知识；从而树立正确的职业态度和就业观念，把个人发展与国家发展、社会需要相结合，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力的积极态度。使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识；使学生具备创新意识和创业能力；使学生树立科学的创新创业观念。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | 职业发展与规划导论；影响职业发展的因素；认识自我；了解职业；职业发展决策；提高就业能力；简历撰写；面试技巧；就业心理；就业权益保护；创业教育。创业概论；当代大学生创业现状；创业、创新与创业管理；创新与创业者的源头；创业团队管理；创业项目书；创业融资、创业风险与危机管理。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | 在教学中使用互动教学法，充分发挥学生在教学中的主动性和创造性，引导学生认识到职业生涯规划和就业的重要性；通过教师的讲解和引导，学生积极开展自我分析、职业探索、社会实践与调查、小组讨论等活动，提高对自我、职业和环境的认识。本课程采用课堂教学与课外训练相结合的方式，主要采取案例分析、情境模拟、小组讨论、师生互动、角色扮演、社会调查和第二课堂比赛等教学方法充分调动学生的积极性。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**（2）基本能力学习领域**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课 程** | **客户关系管理** | | **学时** | | 36 |
| **教学目标** | 客户关系管理课程坚持以职业岗位为课程目标，以职业能力为课程核心，以学生为主体，打破传统的理论教学模式，从全过程的客户关系管理体系着手，以模块的形式组织课程体系，在教学设计中依据企业要求的知识、能力、职业素养与理论知识相结合，通过案例教学、实景演练等多样的教学方式，让学生在学中做、做中学，使学生全面掌握理论知识，强化职业技能。 | | | | |
| **教学内容** | 通过本门课程的学习，让学生了解客户关系管理的产生与发展、理解客户关系管理的理论、方法与策略，掌握寻找潜在客户、提升客户满意度管理的基本方法以及保持客户忠诚度的管理办法，学会优化客户资源，提升企业的获利价值，保持企业长期稳定的发展。 | | | | |
| **教学要求** | 通过本门课程的学习，让学生在掌握有关客户关系管理基本理论和内容的基础上，能够合理的进行客户关系的维护，具备客户管理的能力，并且使学生具备良好的沟通协调能力、团队协作能力，为后续从事客户管理的相关工作奠定良好的基础。 | | | | |
| **课 程** | **营销策划实务** | **学时** | | 72 | |
| **教学目标** | 按照市场营销策划岗位能力、营销工作流程和学生逻辑思维设计教学内容和教学活动，以理论与实务相结合为特色，把教学活动置于职业情景之中，以学生为主体，以教师为主导，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。 | | | | |
| **教学内容** | 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略。理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法。掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略。 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。了解市场营销战略和营销控制的相关内容。 | | | | |
| **教学要求** | 课程教学采取任务驱动、项目导向，选用营销策划实务业务的具体实例为载体；学生提问与教师解答有机结合，使学生“边学边做”以此来提高业务技能。 | | | | |

**2、岗位核心课程**

**（1）岗位能力学习领域**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课 程** | | **分销渠道管理** | | | | **学时** | | 36 |
| **教学目标** | | 通过本课程学习，了解销售渠道的基本概念，学会渠道的开发和管理，掌握渠道管理的系统方法和工具；认识分销渠道管理体系的主要问题，把握未来销售渠道有效的管理趋势认识销售渠道结构及渠道成员的角色定位；熟悉销售渠道的开发战略定位和策略实施及管理技巧；掌握了解、甄别分销商的方法、技巧；通过案例分析与讨论，培养学生应用这些概念、理论与方法分析问题和解决问题的实际操作能力。 | | | | | | |
| **教学内容** | | 渠道认知：认识分销渠道的概念、功能、特点、地位、作用及新变化；以及经销商、代理商、零售商、制造商与消费者等渠道成员，能够正确选择渠道战略模式。渠道建设：理解设计渠道结构的概念、内涵、原则、目标、影响因素、策略和方法；了解选择渠道成员的原则，确立选择标准、途径和方法：认识实施渠道激励的意义、作用、内容、形势、策略方法。渠道管理：熟悉渠道权利与控制的方法、掌握解决渠道冲突的类型、处理策略、认识窜货的治理方法。渠道维护：了解渠道的维护方法、渠道维护的原则与标准、分销渠道的绩效评估；学会分销渠道的调整与完善、认识渠道创新的内容。 | | | | | | |
| **教学要求** | | 采用“教与学一体化”教学模式，充分调动学生的学习主动性和创造性；采取思想引领、专题讲解、案例教学、答疑讨论、体验教学、经典导读等多种方法。 | | | | | | |
| **课 程** | **营销综合实训** | **学时** | | 36 | | | | |
| **教学目标** | 通过任务引领的项目活动，使学生具备市场开发营销的技术应用性人才所必需的专业知识与技能，同时培养学生敬业爱岗思想、团结协作精神，为提高学生综合运用专业知识的能力奠定基础。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 市场营销专业知识。经济学专业知识。管理学专业知识。财务管理专业知识。产品开发与管理专业知识。市场调研与预测专业知识。 广告学概论专业知识。分销渠道管理专业知识。营销策划与实务专业知识。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 通过营销综合实训操作的一系列训练，使学生能够做到理论联系实际，学以致用，加深对营销策划的理论认识，理解营销策划运作模式和交易流程，从而掌握市场营销基本技术和技能。 | | | | | | | |
| **课 程** | **消费心理学** | | **学时** | | | 36 | | |
| **教学目标** | 以培养高素质、高技能应用型人才为目标，通过以情境化、项目制为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按市场营销活动的规律划分为相互关联的若干学习情境，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的工作任务交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 消费心理学的基本理论。消费者个人消费心理、群体消费心理与行为。消费者购买心理。商品价格、设计心理。广告人员推销心理。购物环境、营销谈判心理。营销人员心理。消费心理新变化与新营销。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；其次，教学内容应重视与学生的生活经验相结合，加强与社会生活的联系。以心理为核心的基本理念，应贯穿于教学的全过程。 | | | | | | | |
| **课 程** | **现代推销技术** | | **学时** | | | 36 | | |
| **教学目标** | 推销技巧是一门经济管理类的应用课程，涉及许多概念、原理和方法，具有理论性、实践性和逻辑性等特点，既要掌握学术性的原理和概念，又要懂得灵活运用，还要充分理解推销技巧理论体系的整体性以及各个概念、原理、方法之间的内在联系。学习时要着重于加强理解和运用，能举一反三，把握推销技巧的内容，融会贯通这门课程的基本原理、基本知识和基本概念。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 推销的含义、原则与过程。推销方格理论、推销模式。推销人员应具备的职责、素质、职业能力。推销人员的管理方法。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 通过多个具体的工作任务开展教学，以行动为导向，强化学生的行动的主体；以引导的形式切入，理论讲授应简洁明了；知识学习与任务演练相结合；培养学生独立学习、独立工作的能力。 | | | | | | | |

**（2）综合能力学习领域**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课 程** | **认识实习** | | **学时** | 48 |
| **教学目标** | 通过参观实习企业，增加学生的感性认识、扩大视野，提高观察能力，培养学生良好的职业习惯和职业道德意识。 | | | |
| **教学内容** | 了解实习企业的发展状况、经营状况、现代化管理、产品开发、部门职责及不同岗位要求等。 | | | |
| **教学要求** | 以企业参观为主，结合其他教学方式如讲座等方式，要求学生撰写参观报告。 | | | |
| **课 程** | **学训** | **学时** | | 192 |
| **教学目标** | 通过本课程实践内容的学习，要求学生掌握电商各相关岗位的业务内容和工作职责，熟悉各个岗位的作业流程和作业规范，能完成企业不同岗位的实际工作。 | | | |
| **教学内容** | 电商各相关岗位的工作内容及工作流程 | | | |
| **教学要求** | 校企合作，根据电商各具体岗位的实际工作内容和工作流程对学生开展实训教学，以工作内容为依托，以学生为中心，培养学生的实操能力和岗位素养。 | | | |
| **课 程** | **岗位实习** | **学时** | | 624 |
| **教学目标** | 学生通过实习，熟悉实习企业工作流程及要求，能够独立上岗完成工作任务，培养学生良好的团队合租和沟通交流能力，培养学生发现问题、解决问题的能力，增强学生创新意识。 | | | |
| **教学内容** | 了解企业的工作流程；了解企业的文化背景；关注企业的发展；熟悉实习岗位和主要工作任务。 | | | |
| **教学要求** | 校内指导教师定期检查学生实习情况；学生按要求完成工作，撰写实习报告。 | | | |
| **课 程** | **毕业设计** | **学时** | | 48 |
| **教学目标** | 通过毕业设计的撰写，训练和提高学生进行调查研究、阅读文献资料、分析论证和撰写资料的能力；提高学生运用所学知识进行设计、解决实际问题的综合能力；培养学生实事求是，严肃认真、勇于创新的职业精神。 | | | |
| **教学内容** | 学生根据实习情况撰写调研报告或社会实践报告；学生也可以根据所学专业和实习岗位具体开展的某项活动撰写策划方案。 | | | |
| **教学要求** | 校内指导教师指导学生撰写开题报告、进行中期检查、修改初稿、评定成绩，给出书面意见。 | | | |

**3、拓展课程：拓展能力学习领域**

**（1）专业选修**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课 程** | | | **跨文化交际** | | | **学时** | | | | 36 | | | | |
| **教学目标** | | | 该课程主要针对商务管理系全体学生开设，主要是培养学生在不同工作岗位、不同企业文化、不同地域文化中如何更好的与不同的人沟通交流的能力，也是一种提高学生情商，让学生更好的认识世界、理解社会的方法。 | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | | | 了解东西方不同的风俗习惯、行为模式、交际特点、言语及非言语语言的使用，进一步对不同文化的深层结构、包括价值观念、宗教信仰等进行研究；掌握不同文化的特点和交际类型，分析文化冲突的原因；掌握并运用跨文化交际的基本理论，在涉外活动中能合理得分析每次跨文化交际过程中存在的问题和应注意的事项。 | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | | | 运用跨文化交际相关知识分析文化冲击的原因，克服文化障碍；能运用跨文化交际理念提高文化适应和跨文化合作的能力；提高学生的交际能力和文化欣赏能力；能够与来自不同地区和国家的人进行良好交流合作；在涉外交往中，能主动调节自己的行为方式以适合跨文化交际的需求主动做到入乡随俗。 | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | | | **公共关系** | | | **学时** | | | | 36 | | | | |
| **教学目标** | | | 通过该门课程的学习，学生要具备公共事件的组织与策划能力；具备业务洽谈和客户管理能力；具备企业形象再造能力；具备客户跟踪服务能力。 | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | | | 通过该门课程的学习，学生要明确公共关系的基本概念；了解国内外公共关系的发展历史，了解公共关系在国民经济中的地位和作用；了解公共关系的主体、机构与从业人员的相关内容；了解公共关系的传播媒介并能正确使用；理解公共关系工作的程序；能正确处理公共关系的危机；能对企业形象进行再造；掌握基本的公共关系礼仪。 | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | | | 培养在实际工作中爱岗敬业、刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德；培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神；培养分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能；培养敏锐的洞察力、应变思维、创新力；培养自我管理、自我约束能力。 | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | | | **品牌运营与推广** | | | | | **学时** | | | | | **72** | |
| **教学目标** | | | 通过教学，使学生了解品牌塑造的关键要素和品牌管理的相关工具；学习如何利用低成本打造优势品牌，并初步掌握品牌塑造过程中的关键节点，确保品牌运营和推广的科学化与标准化，在区域市场内做好品牌的传播和营销，打造强势品牌形象。 | | | | | | | | | | | |
| **教学内容** | | | 品牌基础知识、品牌设计、品牌传播、品牌营销、品牌运作、品牌管理、品牌评价。 | | | | | | | | | | | |
| **教学要求** | | | 案例讲授丰富多彩，理论与实践有机结合，全面提高教学效果。 | | | | | | | | | | | |
| **课 程** | | | **办公自动化** | | | | | **学时** | | | 36 | |
| **教学目标** | | | 通过教学，使学生掌握计算机的基本知识和基本结构，熟练掌握计算机的基本操作技能，熟练运用计算机进行文字、表格处理，能够对收集到的数据进行分析和处理，具备利用Internet进行信息检索和交流的能力。为将来从事文字、表格、数据处理等打下基础，使学生具备办公自动化应用的基本技能。 | | | | | | | | | |
| **教学内容** | | | 办公自动化基本理论，WORD、EXCEL、PPT的操作与应用，Internet在办公中的应用，常用办公设备的使用。 | | | | | | | | | |
| **教学要求** | | | 在机房进行教学，立足应用，突出实操。 | | | | | | | | | |
| **课 程** | | | **商务策划** | | **学时** | | | | 36 | | |
| **教学目标** | | | 通过本课程的学习，使学生对商务策划的发生原理、原则和程序、准备工作、的制订、策略与技巧的使用，掌握商务策划的基础知识、技巧与理论,使学生具备基本素质和条件。 | | | | | | | | |
| **教学内容** | | | 掌握商务策划的概念、分类、理念和模式。了解基本程序。掌握信息收集的内容与处理的方法。掌握商务策划的方法和策略。 | | | | | | | | |
| **教学要求** | | | 课程要面向全体学生，注重素质教育；突出学生主体，尊重个体差异；采用活动途径，倡导体验参与；注重过程评价，促进学生发展；开发课程资源，拓展学用渠道。 | | | | | | | | |

**（2）公共选修**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课 程** | **山西故事** | | | **学时** | | 36 | | |
| **教学目标** | 通过本门课程的学习，帮助学生深入了解山西的传统文化，领略传统文化的魅力，解读传统文化的精髓，从中获得人生的启迪，提升学生的民族自尊心、自信息、自豪感，引导学生形成高尚的道德情操和正确的戒指取向。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 山西历史；山西名人；晋商文化；山西传统宗教思想；语言文字；文学典籍；书法绘画；乐舞戏曲；中医养生；传统科技；节日民俗；美食名饮。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 采用“教与学一体化”教学模式，充分调动学生的学习主动性和创造性；采取思想引领、专题讲解、案例教学、答疑讨论、体验教学、经典导读等多种方法。 | | | | | | | |
| **课程** | **影视鉴赏** | | | | **学时** | | | **36** |
| **教学目标** | 通过影视艺术的基本知识、影视艺术的历史发展及其审美鉴赏方法等，丰富学生们的审美知识，提高学生对影视作品的审美感受力及鉴赏能力。通过了解影视发展的历史，结合美学理论知识，能够用艺术的眼光鉴赏影视，注重理论联系实际，具备自主学习能力。能够运用理论知识去欣赏影视艺术,用审美的眼光去发现美的生活。通过优秀影视艺术作品的鉴赏，使学生不仅了解世界的优秀文化，而且认识中国影视作品的艺术价值和中国传统文化，进而提升学生的人文素养和文化自信。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 本课程首先介绍影视鉴赏基础理论知识，讲授影视艺术的发展、影视艺术的基本语言，电影的类型和体裁、电视艺术等，结合不同地域优秀影视作品进行赏析，引领学生系统性地了解影视鉴赏相关知识，领略影视艺术佳作的恒久魅力。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 要求学生了解影视艺术的发展历史，理解和熟悉这一综合艺术的审美特征与艺术特性，掌握影视语言特点，并能根据所掌握的影视理论，学会独立进行影视鉴赏，提高学生感性和理性认识相统一的审美素质。 | | | | | | | |
| **课程** | **舞蹈鉴赏** | | | | **学时** | | | **36** |
| **教学目标** | 本课程是以舞蹈作品为欣赏对象，通过舞蹈形象的感知与人物在舞台上的动作及其所表现的思想感情，使学生受到艺术的感染，激发起情感的冲动，进而理解体会所反映的生活内容和表现的主题思想。学生在欣赏舞蹈作品的过程中通过一系列的想象、联想等形象思维活动来丰富和补充舞蹈作品中的舞蹈形象，从而能在观赏舞蹈作品的过程中体会到更为宽广的生活内容和深刻的思想意义。同时根据一定的艺术原理和美学思想对舞蹈作品和生活中的舞蹈现象进行赏析和鉴别，进一步提高欣赏者的舞蹈文化和艺术欣赏水平。 | | | | | | | |
| **教学内容** | 本课程根据课程思政与舞蹈作品鉴赏教学的内在逻辑，以及相对应的教学整体设计思路，将讲授舞蹈艺术的基础理论:舞蹈艺术欣赏法:欣赏分析中外优秀舞蹈代表作品。通过对舞蹈基本理论的讲授，使学生能够进一步了解舞蹈这一用人的身体去表达人的美感和情感的艺术形式:通过深入分析舞蹈作品，提高学生对各种舞蹈艺术风格、艺术特征的认识;介绍、欣赏、分析不同风格及种类的舞蹈艺术(苗蕾舞、现代舞、民族舞)等代表作。 | | | | | | | |
| **教学要求** | 通过独特的教学手段，(观摩、讲授、示范)等有计划、有目的、有组织的教学过程，使学生掌握舞蹈欣赏的一般知识了解舞蹈欣赏的一般规律了解中国的传统艺术以及传统文化对于舞蹈的重大影响，提高学生的文学素养，掌握舞蹈艺术评价的基本方法，培养和提高学生了解美、欣赏美和创造美的能力.进而在观摩娱乐、欣赏分析舞蹈作品的同时情感得到升华。 | | | | | | | |
| **课 程** | | **美术鉴赏** | **学时** | | | | 36 | |
| **教学目标** | | 通过本门课程的学习，使学生掌握一定的艺术常识，具备对美的感受能力、表现能力和初步的欣赏能力，提高学生的艺术修养和人文素质。 | | | | | | |
| **教学内容** | | 艺术导论；平面构成设计；立体构成设计；色彩构成设计；名画欣赏。 | | | | | | |
| **教学要求** | | 艺术选修课应充分发挥艺术特有的魅力，以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；其次，教学内容应重视与学生的生活经验相结合，加强与社会生活的联系。以审美为核心的基本理念，应贯穿于教学的全过程，在潜移默化中培育学生美好的情操、健全的人格。 | | | | | | |
| **课 程** | | **音乐影视鉴赏** | **学时** | | | | 36 | |
| **教学目标** | | 通过本门课程的学习，使学生掌握一定的艺术常识，具备对美的感受能力、表现能力和初步的欣赏能力，提高学生的艺术修养和人文素质。 | | | | | | |
| **教学内容** | | 艺术歌曲欣赏、乐器欣赏、音乐剧欣赏、交响音乐欣赏。 | | | | | | |
| **教学要求** | | 艺术选修课应充分发挥艺术特有的魅力，以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；其次，教学内容应重视与学生的生活经验相结合，加强与社会生活的联系。以审美为核心的基本理念，应贯穿于教学的全过程，在潜移默化中培育学生美好的情操、健全的人格。 | | | | | | |
| **课 程** | | **书法鉴赏** | **学时** | | | | 36 | |
| **教学目标** | | 通过本门课程的学习，使学生掌握一定的艺术常识，具备对美的感受能力、表现能力和初步的欣赏能力，提高学生的艺术修养和人文素质。 | | | | | | |
| **教学内容** | | 书法艺术的地位、性质与特点；汉字的基本结构；楷书；行书；历代书法名家及作品欣赏； | | | | | | |
| **教学要求** | | 艺术选修课应充分发挥艺术特有的魅力，以丰富多彩的教学内容和生动活泼的教学形式，激发和培养学生的学习兴趣；其次，教学内容应重视与学生的生活经验相结合，加强与社会生活的联系。以审美为核心的基本理念，应贯穿于教学的全过程，在潜移默化中培育学生美好的情操、健全的人格。 | | | | | | |

**4. 主要实践项目及基本内容**

**表6-4主要实践项目与基本内容**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实践项目名称** | **实践周数** | **基本内容和要求** |
| 1 | 认识实习 | 2周 | 企业实习，撰写实习报告 |
| 2 | 学训 | 8周 | 企业跟岗学训，撰写报告 |
| 3 | 岗位实习 | 24周 | 企业实习，撰写实习报告 |
| 4 | 毕业设计 | 2周 | 理实结合，撰写毕业论文 |
| 合计： | | 36周 | |

七、教学进程总体安排

（一）专业教学计划

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程分类** | | **序号** | **课程名称** | | **课程编码** | **总学时** | **实践学时** | **学分** | **学期分配周课时数** | | | | **考核方式** | **教学单位** | |
| 性质 | 类别 |  |  |  | 一（18） | 二  （18） | 三  （20） | 四  （20） |
| 必  修  课 | 公共学习领域 | 1 | 四史 | | 999999030A | 36 | 0 | 2 |  | 2 |  |  | 论文、作品 | 思政部 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | | 999999002A | 36 | (4) | 2 | 2 |  |  |  | 论文、报告、试卷 | 思政部 |
| 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | | 999999028A | 54 | (6) | 3 | 2 | 2 |  |  | 论文、报告、试卷 | 思政部 |
| 4 | 形势与政策 | | 999999003A | 32 | (2) | 1 | √ | √ | √ | √ | 论文、报告、试卷 | 思政部 |
| 5 | 心理健康教育 | | 999999004A | 36 | 8 | 2 | 2 |  |  |  | 考查 | 基础部 |
| 6 | 军事理论+军事技能 | | 999999005A | 36 | 2周 | 4 | 2 |  |  |  | 实践+线上 | 基础部 |
| 7 | 安全教育 | | 999999023A | 24 | 0 | 1 | √ | √ | √ | √ | 线上考试 | 基础部 |
| 8 | 劳动教育 | | 999999024A | 38 | 20 | 2 | √ | √ | √ | √ | 方案+实践 | 基础部 |
| 9 | 思政课实践课 | | 999999026A | 12 | 12 | 1 | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| 10 | 信息技术 | | 999999010A | 72 | 50 | 4 |  | 4 |  |  | 机试 | 信息系 |
| 11 | 英语 | | 999999013A | 72 | 20 | 4 | 4 |  |  |  | 笔试+实训 | 外语系 |
| 12 | 体育 | | 999999014A | 72 | 54 | 4 | 2 | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 13 | 大学语文 | | 999999011A | 36 | 14 | 2 |  | 2 |  |  | 笔试+实训 | 基础部 |
| 14 | 职业发展与创新创业 | | 999999025A | 36 | 10 | 2 |  | 2 |  |  | 论文、报告、体会 | 基础部 |
| **小计：** | | | | | **580** | **188** | **34** |  |  |  |  |  |  |
| 基本能力学习领域 | 15 | 客户关系管理 | | 530605120A | 36 | 18 | 2 | 2 |  |  |  | 试卷 | 商务管理系 |
| 16 | 营销策划实务 | | 530605114A | 72 | 30 | 4 | 4 |  |  |  | 试卷 | 商务管理系 |
| **小计:** | | | | | **108** | **48** | **6** |  |  |  |  |  |  |
| 岗位能力学习领域 | 17 | 分销渠道管理 | | 530605107A | 36 | 18 | 2 | 2 |  |  |  | 试卷 | 商务管理系 |
| 18 | 营销综合实训 | | 530605118A | 72 | 36 | 4 |  | 4 |  |  | 论文+实训 | 商务管理系 |
| 19 | 消费心理学 | | 530605111A | 36 | 18 | 2 | 2 |  |  |  | 试卷 | 商务管理系 |
| 20 | 现代推销技术 | | 530605110A | 36 | 18 | 2 | 2 |  |  |  | 试卷 | 商务管理系 |
| **小计：** | | | | | **180** | **90** | **10** |  |  |  |  |  |  |
| 综合能力学习领域 | 21 | 认识实习 | | 999999018A | 48 | 24 | 2 |  |  | 2周 |  |  | 商务管理系 |
| 22 | 学训 | | 999999029A | 192 | 192 | 8 |  |  | 8周 |  |  | 商务管理系 |
| 23 | 岗位实习 | | 999999020A | 576 | 576 | 24 |  |  | 6周 | 18周 |  | 商务管理系 |
|  | 24 | 毕业设计 | | 999999021A | 48 | 48 | 2 |  |  |  | 2周 | 论文 | 商务管理系 |
|  | **小计：** | | | | **864** | **840** | **36** |  |  |  |  |  |  |
| 选  修 | 拓展能力学习领域 | 25 | 山西故事 | 限选 | 999999008B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 论文 | 思政部 |
| 26 | 美术鉴赏 | 五选一 | 999999001B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 音乐影视鉴赏 | 999999002B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 书法鉴赏 | 999999003B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 影视鉴赏 | 999999009B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 舞蹈鉴赏 | 999999010B | 36 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 实践 | 基础部 |
| 27 | 公共关系 | 二选一 | 530605109B | 36 | 18 | 2 |  | 2 |  |  | 论文 | 商务管理系 |
| 商务策划 | 530605108B | 36 | 18 | 2 |  | 2 |  |  | 论文 | 商务管理系 |
| 28 | 跨文化交际 | 二选一 | 530605106B | 36 | 18 | 2 |  | 2 |  |  | 论文 | 商务管理系 |
| 办公自动化 | 530605104B | 36 | 18 | 2 |  | 2 |  |  | 论文 | 商务管理系 |
|  |  | 29 | 品牌运营与推广 | 限选 | 530605113B | 72 | 18 | 4 |  |  | 4 |  | 论文 | 商务管理系 |
|  | **小计：** | | | | | **216** | **70** | **12** |  |  |  |  |  |  |
| **合计：** | | | | | | **1948** | **1236** | **98** |  |  |  |  |  |  |
| **周学时：** | | | | | |  |  |  | **26** | **26** | **20周** | **20周** |  |  |

**（二）****学时安排说明**

1、学年教学时间实际安排，第一学期周26学时（其中包含军事理论与军事技能2学时，劳动教育1学时），第二学期周26学时，第三学期为企业学训，其中包括认识实习2周、理实一体化课程4周、岗位实习实训8周，岗位实习6周，共计20周。第四学期为岗位实习，其中包括岗位实习18周，毕业设计2周，共计20周。两年总共为1948学时。

2、学分与学时的换算。18学时计为1个学分，总学分98学分。

3、公共基础课程学时占总学时的29.8%。选修课课时占教学总学时的11.1%。

4、岗位实习时间为20周。

**（三）课程结构学时比例**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **课程性质** | **学时数** | **比例** | **学分** | **理论教学学时** | | **实践教学学时** | |
| **学时数** | **比例** | **学时数** | **比例** |
| **公共学习**  **领域** | **必修** | 580 | 29.8% | 34 | 392 | 67.8% | 188 | 32.2% |
| **基本能力**  **学习领域** | **必修** | 108 | 5.5% | 6 | 60 | 55.6% | 48 | 44.4% |
| **岗位能力**  **学习领域** | **必修** | 180 | 9.2% | 10 | 90 | 50% | 90 | 50% |
| **综合能力**  **学习领域** | **必修** | 864 | 44.4% | 36 | 24 | 2.8% | 840 | 97.2% |
| **拓展能力**  **学习领域** | **专业选修** | 144 | 7.4% | 8 | 90 | 62.5% | 54 | 37.5% |
| **公共选修** | 72 | 3.7% | 4 | 56 | 77.8% | 16 | 22.2% |
| **总计** | | **1948** | **100%** | **98** | **712** | **36.6%** | **1236** | **63.4%** |

**（四）教学环节分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学活动  学期 | 入学  教育 | 社会  实践 | 认识  实习 | 综合  实训 | 岗位  实习 | 毕业  设计 | 理实教  学周数 | 考试 | 学期教学  总周数 |
| 一 | 1 | 1 |  |  |  |  | 18 | 2 | 20 |
| 二 |  |  |  |  |  |  | 18 | 2 | 18 |
| 三 |  |  | 2 | 8 | 6 |  | 4 |  | 20 |
| 四 |  |  |  |  | 18 | 2 |  |  | 20 |

八、实施保障

实施保障包括师资队伍保障、教学设施保障、教学资源保障和质量保障等措施与机制。应满足培养目标、人才规格的要求，应该满足教学安排的需要，应该满足学生的多样学习需求，应该积极吸收行业企业参与。

实施保障要继续完善政策措施，调动教育教学过程中涉及人员、资源的充分投入，在教书育人、管理育人、服务育人等多方协同，形成全育人新格局，促进全员、全过程、全方位的“三全”育人机制的落实，为持续提高人才培养质量提供了政策引导和制度保障。

**（一）师资队伍**

**1.队伍结构**

本专业拥有一支专兼职结合的“双师型结构”教师队伍，为高技能人才培养提供有力保障。基于高职教师岗位职业能力和职业素质要求，建设了具有较高职业化水平、专兼结合的专业教学团队。高度重视师资队伍建设，加强了“双师”素质教学团队建设，制订了“双师”素质师资队伍建设方案和青年教师培养制度。几年来，通过“送出去、引进来”的办法，加强校内专职教师和校外兼职教师队伍的建设。通过校企合作，与企业联合培养专业教师，同时，聘请企业、行业兼职教师加入专业教学团队，提高了专兼职教师的业务能力和技能水平，专业团队成员结构合理，中青年结合，专兼结合，在课程开发、课程设计和学生应用能力训练方面形成了一套成熟的经验。

**2.专任教师**

专业现有专任教师8人，其中副教授6人，高级职称占比75%；讲师2人，中级职称占比25%；硕士学位6人，占比75%；，双师教师7人，占比88%。校内专任教师见表10-1。

表10-1 校内专任教师

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **姓名** | **学历/学位** | **职称** | **从事学科** | **承担教学任务** | **备注** | **职业资格证书** |
| 1 | 姚腊梅 | 本科 | 副教授 | 外贸外语 | 外贸函电、外贸单证 | 系主任 |  |
| 2 | 荆庆林 | 本科 | 副教授 | 数学 | 经济应用数学、管理学基础 | 教研室主任 | 品类管理师 |
| 3 | 郝洁莹 | 研究生/硕士 | 副教授 | 管理学 | 电子商务 | 继教部主任 | 经济师 |
| 4 | 张金霞 | 研究生/硕士 | 副教授 | 管理学 | 商务谈判 | 教研室主任 | 电子商务师 |
| 5 | 葛文全 | 研究生/硕士 | 副教授 | 管理学 | 营销策划实务、市场营销学 | 教研室主任 | 经济师 |
| 6 | 张强 | 研究生/硕士 | 讲师 | 管理学 | 市场调查与预测、产品开发与管理 | 骨干教师 | 营销师 |
| 7 | 白亚青 | 研究生/硕士 | 讲师 | 管理学 | 国际营销、客户关系 | 专任教师 | 营销师 |
| 8 | 许秀红 | 研究生/硕士 | 副教授 | 管理学 | 消费心理学 | 专任教师 | 国际商务师 |
| 9 | 尚红锋 | 本科 | 高级 |  |  | 校外兼职 | 人力资源师 |
| 10 | 刘建忠 | 本科 | 高级 |  |  | 校外兼职 | 人力资源师 |
| 11 | 韩丽红 | 研究生/硕士 | 副教授 | 管理学 | 市场营销 | 校内兼职 |  |

**3.专业带头人**

本专业目前有专业带头人1人，具有副高职称，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学教研成果丰富，拥有企业实际工作经验，负责市场营销核心课程标准建设、学生实习实训指导、省级课题立项等多项教学教研工作，连续多年被评为院级优秀教师，教学设计、专业研究能力、组织开展教科研工作能力强，具有一定的专业影响力。

**4.兼职教师**

本专业现有外聘兼职教师2人，兼职教师们大部分来自市场营销公司和相关企业，长期从事市场营销工作，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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教学任务,在行业内具有一定的影响力。

**（二）教学设施**

**1.专业教室基本要求**

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

**2.校内实训室基本要求**

校内需要仿真实训条件，具有岗位模拟实训的多功能实训场所；配备市场营销工作所需的各类办公设施设备及基本文具等实训工具设备和日常用品；配置有仿真实训资料；配置有营销之道模拟实训软件。实训基地能满足教学，承担相关培训的要求，满足“教学做”一体化课程实施的需要。学校目前拥有的营销之道实训室以及实训软件如下：

表10-2：营销之道实训室一览表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 主要教学设备名称 | 台(件) | 实训室功能 |
| 01 | 服务器 | 1 | 市场营销岗位实训 |
| 02 | 计算机 | 99 |
| 03 | 多媒体 | 1套 |

**3.校外实训基地基本要求**

为把我们的学生培养成“上得去、下得来”的应用型人才，我们还必须要走出校门，扩大同企业的联系，借助社会力量和有关单位的合作来建设校外实践基地。让学生亲身参与企业的经营管理活动，来培养学生的实践能力和应用能力；按照岗位实践和工学结合的要求建设稳定的校外实训基地。以企业为主，以太原、北京等主要就业区域为主，合理布局，经过下一步的努力，争取数量上尽量满足学生岗位实习的需要。充分发挥校外实训基地的功能，满足学生岗位实习、零距离就业及教师岗位实践、横向课题及专业技能开发、教学案例收集的要求，有效提高学生的综合应用能力和实践操作能力，缩短学生的岗位适应期，使岗位实习真正实现工学结合。

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **单位名称** |
| 1 | 山西岭嵘食品有限公司 |
| 2 | 山西唐久超市有限公司 |
| 3 | 杭州国际博览中心 |
| 4 | 山西独特壹家装饰工程有限公司 |

**（三）教学资源**

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

**1.教材选用基本要求**

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

**2.图书文献配备基本要求**

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

**3.数字教学资源配备基本要求**

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、满足教学。

**（四）教学方法**

依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用启发式教学法、案例分析教学法、任务驱动教学法、情景教学法等多种教学方法，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，坚持学中做、做中学。

**1、项目教学法**

项目教学法是指将教学大纲中规定的教学内容和要求按照职业需要转化成若干个教学项目，交给学生去完成，围绕着项目来组织和开展教学，使学生在完成项目的整个过程中掌握专业理论知识和培养综合能力的一种教学方法。

**2、任务驱动教学法**

任务驱动教学法是一种建立在建构主义学习理论基础上的教学法。它以建构主义学习理论为指导思想,要求学习者是学习的主动建构者,强调学生的学习主体地位,发挥教师的主导作用,突出任务的目标性和真实情境创建,使得学生带着真实的任务在探索中主动学习,培养学生从实际问题出发、提出问题、分析问题、解决问题的能力。

**3、情景教学法**

情景教学法是教师在教学过程中为学生创造一个具体、生动、直观的学习情境，让学生在具体情境的启发下有效地进行学习的方法。情景教学法的运用，以“市场营销”的定义教学，演示具体的操作过程。

**4、启发式教学法**

启发式教学指教师从学生的实际情况出发， 把学生当成学习的主体，应用各种方式方法调动学生学习的主观能动性，引导学生积极主动地掌握知识、形成技能、发展能力和促进个性健康发展。启发式教学自觉地把学生看作认识活动的主体，坚持“少而精、启发式”，“学为主、教为导”的原则，重在锻炼学生的思维能力，增强学生的参与意识，充分调动学生的学习积极性、主动性和创造性。具体可综合运用多种教学手段和方式，如多媒体教学、情景模拟教学、案例教学和课堂讨论法等。

**5、案例教学法**

案例教学法首创于美国哈佛大学。案例教学是根据教学目的及教学要求，把实际中真实的情景加以典型化处理，模拟成供学生思考分析和判断的案例，并通过独立研究和相互讨论的方式，来提高学生分析问题和解决问题能力的一种教学方法。其主要特点是把教学与实践紧密结合。它对于学生掌握学科理论，增加课堂教学信息量，提高教学质量，培养学生创新思维、实践能力和综合素质均具有较好作用。

**6、模块教学方法**

模块教学法是对市场营销教学内容按知识内在联系进行模块划分，打破学科结构和章节结构，按模块进行讲授和学习的一种教学方法

**7、全方位教学法**

全方位教学法是通过组合运用不同的教学方法，以不同的教学形式，借助不同的教学手段，对知识进行多角度、多方面、多层次的讲授，融入科研，拓展边缘，让学生全方位地把握知识，升华知识的一种教学方法。

**（五）学习评价**

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、岗位操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。

**1、公共必修课**

通过课程考试、操行评价、认证考试、运动技能及体能达标等进行测试。

**2、专业必修课**

均为项目化课程，每个课程包含若干个项目，每个项目考核涵盖知识、技能、态度三方面，考核成绩的评定以项目完成情况为基础，既重视项目成果，也重视项目实施过程中的职业态度，科学性、规范性和创造性。每门课程的每个项目都要制定详细的评分标准。课程成绩一般按照课程项目成绩、综合考试成绩综合评定。

**3、岗位实习**

岗位实习考核以企业为主。

考核内容：主要包括学生岗位实习中的岗位职业能力、职业态度、团结协作、人际沟通能力等。

考核依据：岗位实习日志、企业评价、岗位实习总结、岗位实习报告等。

考核方式：由企业指导教师、学校指导教师组成考核评价小组共同进行考核。

**（六）质量管理**

1、学院应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，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。

2、学院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。

（1）教学运行组织管理

教学运行组织与管理采取校企合作、共同管理模式，由系主任、专业带头人、骨干教师和行业企业专家组成专业建设委员会，负责专业建设，指导教学制度的制定和审核，并监控教学过程，评价人才培养质量。系负责日常教学的管理和监控，合作企业负责学生岗位实习的指导、管理和监控。完善学院、系、教研室三级教学管理体系，充分发挥教研室在专业建设和专业人才培养过程中的作用。

（2）教学质量监控评价

执行学院“三定期一随机”的教学检查制度，做好期初、期中、期末教学检查各项工作，掌握教学运行情况，搜集反馈各种信息，保证教学质量。配合学院实施“教学信息反馈” 制度，加强信息员管理。实施系督导组评价、系学生座谈会、系课堂教学情况信息反馈“三位一体”的教学质量评价体系，做好实施监控工作。通过实践专家座谈会、用人单位跟踪调查、毕业生跟踪调查征求实践专家、用人单位、毕业生意见，完善社会参与教学质量评价体系。制定执行岗位实习课程标准，建立管理制度，实现学校与企业对学生共同管理、共同育人。

（3）工学结合人才培养模式改革的支持政策措施

为了保障教学的顺利实施与运行，制定相关制度，校内教学实施制度管理，岗位实习实行柔性化管理。认真执行学校制订的统一的教学管理制度，系根据本系具体情况，制定实施相关制度。岗位实习作为工学结合人才培养模式的重要组成部分，相较于校内教学组织而言，更需规范和管理。在学院有关的规定下，制定系岗位实习制度和岗位实习课程标准，以此规范岗位实习环节管理，使岗位实习教学环节有组织、有计划、有考核，有落实，保证工学结合人才培养模式的顺利实施。

3、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。

4、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。

九、职业资格证书

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **证书名称** | **等级** | **可置换课程** | **可置换学分** |
| 1 | 助理市场营销师 | 初级 | 营销策划实务 | 4 |

十、毕业要求

学生满足以下全部条件方可毕业：

1、成绩合格，共修学分98分方达到毕业要求；

2、完成岗位实习，并撰写实习报告；

3、完成毕业设计，查重率不得高于30%；

4、鼓励学生毕业前考取公共计算机等级证书、普通话证书和各类与专业相关的职业资格证书，原则上学生毕业时至少取得1个以上职业技能等级证书。

附件3：

专家论证意见表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业名称：市场营销 | | 专业负责人：葛文全 | |
| 专家信息： | | | |
| 姓名 | 尚红锋 | 职务/职称 | 副总经理 |
| 就职单位 | 山西江南餐馆有限公司 | 联系电话 | 13393401888 |
| 人才培养方案论证意见： | | | |
| （人才培养目标及规格定位的准确性；课程体系的完整性、系统性；课程设置的科学性；课程学时分配的合理性；课程内容的全面性与现实性；教学进程安排的科学性、合理性、可行性；人才培养方案的可行性；对实现专业人才培养目标的可靠度；人才培养方案的特色与规范性）  市场营销（3+2）专业人才培养方案符合企业需求与社会需要，能与市场营销专业的发展紧密相联，真正做到理论联系实际，本校培养的毕业生能吃苦耐劳，完成本职工作，在今后的教学过程中，建议与企业加强合作，将企业所需要能力与学生日常培养实现无缝对接，培养学生的团结协作精神、创新开拓精神，真正成为企业需要的高端人才。 | | | |

专家签名： 尚红锋

2023年5月5日

附件3：

专家论证意见表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业名称：市场营销 | | 专业负责人：葛文全 | |
| 专家信息： | | | |
| 姓名 | 刘建忠 | 职务/职称 | 副总经理 |
| 就职单位 | 山西海外海餐饮有限公司 | 联系电话 | 13620612333 |
| 人才培养方案论证意见： | | | |
| （人才培养目标及规格定位的准确性；课程体系的完整性、系统性；课程设置的科学性；课程学时分配的合理性；课程内容的全面性与现实性；教学进程安排的科学性、合理性、可行性；人才培养方案的可行性；对实现专业人才培养目标的可靠度；人才培养方案的特色与规范性）  市场营销（3+2）专业人才培养方案符合企业需求与社会需要，能与会展专业的发展紧密相联，真正做到理论联系实际，本校培养的毕业生能吃苦耐劳，完成本职工作，在今后的教学过程中，建议与企业加强合作，将企业所需要能力与学生日常培养实现无缝对接，依据企业需求开设相关课程，培养学生的团结协作精神、创新开拓精神，使毕业生能成为企业真正需要的人才。 | | | |

专家签名：刘建忠

2023年5月15日

附件3：

专家论证意见

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业名称：市场营销 | | 专业负责人：葛文全 | |
| 专家信息： | | | |
| 姓名 | 贾彩琴 | 职务/职称 | 人力资源总监 |
| 就职单位 | 山西唐久连锁经营有限公司 | 联系电话 | 15235163920 |
| 人才培养方案论证意见： | | | |
| （人才培养目标及规格定位的准确性；课程体系的完整性、系统性；课程设置的科学性；课程学时分配的合理性；课程内容的全面性与现实性；教学进程安排的科学性、合理性、可行性；人才培养方案的可行性；对实现专业人才培养目标的可靠度；人才培养方案的特色与规范性）  市场营销（3+2）专业人才培养方案符合企业需求与社会需要，本校培养的毕业生能吃苦耐劳，完成本职工作，在今后的教学过程中，建议多培养学生的团结协作精神、创新开拓精神，不死板，不推迤，能够适应不同时间段企业发展的不同要求。 | | | |

专家签名：贾彩琴

2023年5月15日

教师论证意见

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业名称：市场营销 | | 专业负责人：葛文全 | |
| 专家信息： | | | |
| 姓名 | 张强 白亚青 许秀红 | 职务/职称 | 教师 |
| 就职单位 | 山西国际商务职业学院 | 联系电话 | 0351-5691277 |
| 人才培养方案论证意见： | | | |
| （人才培养目标及规格定位的准确性；课程体系的完整性、系统性；课程设置的科学性；课程学时分配的合理性；课程内容的全面性与现实性；教学进程安排的科学性、合理性、可行性；人才培养方案的可行性；对实现专业人才培养目标的可靠度；人才培养方案的特色与规范性）  市场营销（3+2）专业人才培养方案培养目标明确，定位准确，课程体系完整，课程设置科学合理，学时分配科学，能高效完成教学任务，课程内容全面，与时俱进，教学进程安排合理，教学内容符合企业需求与社会需要，在今后的教学过程中，建议多培养学生的团结协作精神、创新开拓精神，不死板，不推迤，能够适应不同时间段企业发展的不同要求。 | | | |

专家签名：张强 白亚青 许秀红

2023年5月15日

学生论证意见

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业名称：市场营销 | | 专业负责人：葛文全 | |
| 专家信息： | | | |
| 姓名 | 22级市场营销（3+2）在校生 | 职务/职称 | 在校生 |
| 就职单位 | 山西国际商务职业学院 | 联系电话 | 0351-5691277 |
| 人才培养方案论证意见： | | | |
| （人才培养目标及规格定位的准确性；课程体系的完整性、系统性；课程设置的科学性；课程学时分配的合理性；课程内容的全面性与现实性；教学进程安排的科学性、合理性、可行性；人才培养方案的可行性；对实现专业人才培养目标的可靠度；人才培养方案的特色与规范性）  市场营销（3+2）专业人才培养方案培养目标明确，定位准确，课程体系完整，课程设置科学合理，学时分配科学，能高效完成教学任务，课程内容全面，与时俱进，教学进程安排合理，教学内容符合企业需求与社会需要，在今后的教学过程中，建议多培养学生的团结协作精神、创新开拓精神，不死板，不推迤，能够适应不同时间段企业发展的不同要求。 | | | |

学生签名：22级市场营销（3+2）学生

2023年5月15日