



漯河食品工程职业大学
LUOHE FOOD ENGINEERING VOCATIONAL UNIVERSITY

市场营销专业（五年一贯制） 人才培养方案 (2025版)

教学单位	经济管理学院
制(修)订	制订
编制时间	2025年8月

二〇二五年八月

漯河食品工程职业大学

市场营销专业（五年一贯制）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：530605

二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

五年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51） 零售业（F52） 商务服务业（L72） 制造业（C）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02） 客户服务管理员（4-07-02-03） 互联网营销师 S（4-01-06-02） 品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管 市场推广主管 销售业务主管 客户服务主管
职业资格证书或职业技能等级证书	经济专业技术资格（初级） 数字营销技术应用（中级） 新媒体营销（中级） 网店运营推广（中级） 跨境电商 B2B 数据运营（中级） 呼叫中心客户服务与管理（中级）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业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、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等职业领域工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，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：

1. 素质要求

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

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德

德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具有较强的集体意识和团队合作意识；

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

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

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

2. 知识要求

（1）了解中共党史国史，掌握必备的思想政治理论，了解中华优秀传统文化；

（2）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识；

（3）掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

（4）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等理论知识；

（5）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等理论知识；

（6）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目

招投标、销售管理等理论知识；

（7）掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等理论知识；

（8）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等理论知识；

（9）掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等理论知识；

（10）掌握信息技术基础知识。

3.能力要求

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

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

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

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

（5）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

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

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

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

(9) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力和沟通合作能力。

表 2 职业岗位、典型工作任务及职业能力分析

岗位（群）	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
1. 市场策划主管	1. 市场调研与数据分析； 2. 品牌定位与战略策划； 3. 年度/季度营销战略规划； 4. 营销活动创意与方案撰写； 5. 营销预算编制与效果预估。	1. 能运用各种调研工具与方法，进行市场环境、竞争对手及消费者洞察分析； 2. 能进行品牌诊断、定位，并制定品牌发展战略； 3. 能根据企业战略目标，制定系统的、可执行的营销计划； 4. 具备创意构思和文案撰写能力，能完成完整的营销策划方案； 5. 具备成本效益分析能力，能合理编制预算并评估投资回报。	食品营销 商业经济基础 经济学基础 中华商业文化 消费者行为分析 品牌策划与推广 数字营销 商务数据分析与应用 经济法律知识 数字广告营销	数字营销技术应用（中级） 新媒体营销（中级） 跨境电商 B2B 数据运营（中级）
2. 市场推广主管	1. 线上线下整合营销活动执行； 2. 新媒体平台运营与内容创作； 3. 数字广告投放与优化； 4. 公关活动与	1. 能高效执行营销活动，管理活动全流程； 2. 能运营主流新媒体平台，策划高互动性内容； 3. 能操作主流广告后台，进行投放、监控与优化；	品牌策划与推广 数字营销 服务营销 商务礼仪与沟通 商务数据分析与应用 数字广告营销 经济法律知识 商务谈判	数字营销技术应用（中级） 网店运营推广（中级） 跨境电商 B2B 数据运营（中级）

	<p>媒介关系维护；</p> <p>5.推广效果监控与复盘报告。</p>	<p>4.具备良好的沟通协调能力，能策划公关事件，维护媒体关系</p> <p>5.能运用数据分析工具监控推广效果，撰写复盘报告并提出优化建议。</p>		
3. 销售业务主管	<p>1.销售目标制定与任务分解；</p> <p>2.销售渠道开发与管理；</p> <p>3.大客户开发与关系维护；</p> <p>4.销售团队组建、培训与激励；</p> <p>5.销售数据统计分析与管理。</p>	<p>1.能根据市场情况制定销售计划，并合理分解至团队与个人；</p> <p>2.能开拓新的销售渠道，并对现有渠道进行有效管理和支持；</p> <p>3.掌握大客户销售技巧，能独立进行商务洽谈和客户关系维护；</p> <p>4.具备团队领导力，能进行人员招聘、培训、绩效考核与激励；</p> <p>5.能熟练分析销售数据，发现问题并提出解决方案，完成销售目标。</p>	<p>食品营销 食品商品学基础 大数据财务管理基础 食品销售与管理 智能客户服务实务 消费者行为分析 数字营销 商务数据分析与应用 商务礼仪与沟通 商务谈判 渠道管理</p>	<p>经济专业 技术资格（初级） 数字营销技术应用（中级） 新媒体营销（中级）</p>
4. 客户服务主管	<p>1.客户服务体系建设与流程优化；</p> <p>2.客户投诉与危机事件处理；</p> <p>3.客户满意度调研与分析；</p> <p>4.智能客服系统规划与管理；</p>	<p>1.能设计并优化客户服务标准流程（SOP），提升服务效率与质量；</p> <p>2.能快速响应并妥善处理重大客户投诉和公关危机；</p> <p>3.能设计调研方案，分析客户满意度数据，并推动服务改进；</p>	<p>食品营销 管理学基础 消费者行为分析 智能客户服务实务 服务营销 商务礼仪与沟通 商务数据分析与应用 经济法律知识 商务谈判</p>	<p>呼叫中心 客户服务与管理（中级） 网店运营推广（中级） 跨境电商 B2B数据运营（中级）</p>

	5.客服团队管理与培训。	4.了解智能客服技术，能参与系统需求调研、对话设计与效果优化；5.能管理客服团队，进行排班、培训、质量监控和绩效评估。		
--	--------------	---	--	--

六、课程设置及要求

本专业基于职业岗位和典型工作任务构建课程体系，将职业能力要求融入课程，设置公共基础课程、专业课程及集中实践教学环节，形成理论与实践紧密结合的教学框架。

（一）公共基础课程

1.公共必修课程

公共必修课主要包括思想政治类课程、心理健康与职业生涯、国家安全教育、语文、数学、英语、体育与健康、音乐鉴赏与实践、美术鉴赏与实践、国学经典诵读、中华优秀传统文化、历史、信息技术基础、高等数学、大学英语、劳动教育、创新思维训练、就业指导与创业教育等。

2.公共选修课程

包含公共限选与公共任选课程。公共限选课程包含语文职业模块、英语职业模块、数学拓展模块、食品概论、食品技术发展史、成果转化实务等课程。公共任选课程包括语文拓展模块、英语拓展模块、信息技术拓展模块、历史拓展模块、物理基础模块、化学基础模块、物理拓展模块二、学校公共选修课程库课程等。

（二）专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1.专业基础课程

是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，为专业核心课程提供理论和技能支撑。主要包括食品商品学基础、中华商业文化、商业经济基础、管理学基础、大数据财务管理基础、经济学基础等领域的内容。

2.专业核心课程

根据岗位工作内容、典型工作任务设置，培养学生核心职业能力。主要包括商务礼仪与沟通、食品营销、市场调查实务、消费者行为分析、电子商务基础、推销技术、智能客户服务实务、营销策划、互联网营销实务、数字营销、智能客服数据标注、食品销售与管理、品牌策划与推广、服务营销、商务数据分析与应用、智慧物流与供应链管理、商务谈判、零售管理等领域的内容。

3.专业拓展课程

根据学生发展需求，通过横向拓展和纵向深化设计课程，是提升学生综合职业能力的延展课程。主要包括经济法律知识、渠道管理、数字广告营销、食品企业管理、市场营销沙盘模拟、人力资源管理、人工智能+企业数字化管理、人工智能+数智营销、人工智能+平台运营等领域的内容。

（三）集中实践环节

集中实践性教学环节主要包括实习、实训、毕业设计（论文）、其他社会实践活动等。

七、教学进程总体安排

（一）课程设置及教学学时分配

表 3 课程设置及教学学时分配表

项目		学时				学分	
		理论教学		实践教学			
		学时	占总学时比例	学时	占总学时比例		
公共基础课程	公共必修课程	1136	23.08%	432	8.78%	1568	89
	公共选修课程	226	4.59%	36	0.73%	262	15
专业课程	专业基础课程	198	4.02%	198	4.02%	396	22
	专业核心课程	648	13.17%	648	13.17%	1296	72
	专业拓展课程（限选）	180	3.66%	268	5.44%	448	25
集中实践教学安排	军事技能训练	0	0.00%	112	2.28%	112	2
	专业认识实习（含入学教育）	0	0.00%	24	0.49%	24	1
	劳动周（同时开展技术创新成果转化实践活动）	0	0.00%	48	0.98%	48	2
	专业综合实训	0	0.00%	144	2.93%	144	6
	岗位实习、毕业设计（论文）、毕业教育	0	0.00%	624	12.68%	624	26
合计		2388	48.52%	2534	51.48%	4922	260
公共基础课学时占总学时比例: 37.18% (1830/4922)							
选修课学时占总学时比例: 14.43% (710/4922)							
实践性教学学时占总学时比例: 51.48% (2534/4922)							

注: 军事技能训练 112 学时, 记 2 学分; 岗位实习记 17 学分; 其它集中实践教学环节每周折合 24 学时, 记 1 学分。

（二）教学进程安排

表 4 教学进程表

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)										
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
								20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	
公共必修课程	W00001M	中国特色社会主义	考试	2	36	36		36										
	W00002M	心理健康与职业生涯	考试	2	36	36			36									
	W00003M	哲学与人生	考试	2	36	36				36								
	W00004M	职业道德与法治	考试	2	36	36					36							
	W00005M	思想道德与法治	考试	3	48	32	16								48			
	W00006M	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	2	32	32										32		
	W00007M	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	3	48	48									48			
	W00008M	中共党史	考查	1	16	16										16		
	W00009M	形势与政策	考查	1	16	16									4	4	4	4
	W00008A	国家安全教育	考查	1	16	16		16										
	W00005A	军事理论	考查	2	36	32	4	36										
	W00003A	语文基础模块上	考试	4	72	72		72										
	W00009A	语文基础模块下	考试	4	72	72			72									

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)									
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周
	W00001A	数学基础模块上	考试	3	54	54	0	54									
	W00010A	数学基础模块下	考试	3	54	54	0		54								
	W00002A	英语基础模块上	考试	3	54	54	0	54									
	W00011A	英语基础模块下	考试	3	54	54	0		54								
	W00004A	体育与健康 1	考查	2	36	4	32	36									
	W00012A	体育与健康 2	考查	2	36	4	32		36								
	W00013A	体育与健康 3	考查	2	36	4	32			36							
	W00014A	体育与健康 4	考查	2	36	4	32				36						
	W00015A	体育与健康 5	考查	2	36	4	32					36					
	W00016A	体育与健康 6	考查	2	36	4	32						36				
	W00017A	体育与健康 7	考查	2	36	4	32							36			
	W00018A	体育与健康 8	考查	2	36	4	32								36		
	W00006A	音乐鉴赏与实践	考查	2	36	18	18	36									
	W00019A	美术鉴赏与实践	考查	2	36	18	18		36								
	W00020A	国学经典诵读	考查	2	36	18	18			36							
	W00021A	中华优秀传统文化	考查	2	36	36	0				36						

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)									
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周
公共限选课程	W00022A	历史 1	考试	2	36	36	0			36							
	W00023A	历史 2	考试	2	36	36	0			36							
	W0501001A	信息技术基础模块上	考查	2	36	18	18	36									
	W0501003A	信息技术基础模块下	考查	4	72	36	36		72								
	W00024A	高等数学 (I)	考试	2	36	36	0							36			
	W00025A	高等数学 (II)	考试	2	36	36	0								36		
	W00026A	大学英语 (I)	考试	2	36	36	0							36			
	W00027A	大学英语 (II)	考试	2	36	36	0								36		
	W00007A	劳动教育	考查	2	32	16	16	32									
	W00028A	创新思维训练	考查	2	32	0	32			32							
	W00029A	就业指导与创业教育	考查	2	32	32	0								32		
	小计				89	1568	1136	432	408	360	144	176	36	36	208	192	
	W00030A	语文职业模块	考试	3	54	54				54							
	W00031A	英语职业模块	考试	2	36	36				36							
	W00032A	数学拓展模块	考试	2	36	36				36							
	W00033A	食品概论	考试	2	32	32									32		

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)										
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周	
公共任选课程	W00034A	食品技术发展史	考试	1	16	16								16				
	W00035A	成果转化实务	考查	1	16	16	0										16	
	小计			11	190	190	0	0	0	126	0	0	16	0	32		16	
	W00001X	语文拓展模块	考查	1	16	8	8					16						
	W00002X	英语拓展模块	考查	1	16	8	8					16						
	W0501001X	信息技术拓展模块	考查	2	36	18	18				36							
	W00003X	历史拓展模块	考查	1	18	18							18					
	W0301001A	物理基础模块	考查	3	48	36	12	48										
	W0201002B	化学基础模块	考查	3	48	36	12	48										
	W00004X	物理拓展模块二	考查	1	18	18	0				18							
专业课程	GX001-GX009	学校公共选修课程库课程	8 门公共艺术课中最低选修 2 学分															
	小计 (最低选修要求)			4	72	36	36											
专业课程	课程基础	W070101B	食品商品学基础	考试	4	72	36	36	72									

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)									
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周
专业核心课程	W070102B	中华商业文化	考试	2	36	18	18	36									
	W070103B	商业经济基础	考试	4	72	36	36				72						
	W070104B	管理学基础	考试	4	72	36	36			72							
	W070105B	大数据财务管理基础	考试	4	72	36	36							72			
	W070106B	经济学基础	考试	4	72	36	36							72			
	小计			22	396	198	198	108	0	72	72	0	0	144	0		
	W070101C	商务礼仪与沟通	考试	4	72	36	36	72									
	W070102C	食品营销	考试	4	72	36	36			72							
	W070103C	市场调查实务	考试	4	72	36	36		72								
	W070104C	消费者行为分析	考试	4	72	36	36		72								
	W070105C	电子商务基础	考试	4	72	36	36			72							
	W070106C	推销技术	考试	4	72	36	36				72						

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)										
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周	
	W070107C	智能客户服务实务	考试	4	72	36	36					72						
	W070108C	营销策划	考试	4	72	36	36					72						
	W070109C	互联网营销实务	考试	4	72	36	36					72						
	W070110C	数字营销	考试	4	72	36	36					72						
	W070111C	智能客服数据标注	考试	4	72	36	36					72						
	W070112C	食品销售与管理	考试	4	72	36	36								72			
	W070113C	品牌策划与推广	考试	4	72	36	36								72			
	W070114C	服务营销	考试	4	72	36	36					72						
	W070115C	商务数据分析与应用	考试	4	72	36	36							72				
	W070116C	智慧物流与供应链管理	考试	4	72	36	36					72						
	W070117C	商务谈判	考试	4	72	36	36					72						
	W070118C	零售管理	考试	4	72	36	36					72						

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)										
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
								1 20周	2 20周	3 20周	4 20周	5 20周	6 20周	7 20周	8 20周	9 20周	10 20周	
专业拓展课程		小计		72	1296	648	648	72	144	144	216	432	144	0	144			
	W070101D	经济法律知识	考试	4	72	36	36					72						
	W070102D	渠道管理	考试	4	72	36	36										72	
	W070103D	数字广告营销	考试	4	72	36	36						72					
	W070104D	食品企业管理	考试	4	72	36	36							72				
	W070105D	市场营销沙盘模拟	考查	4	72	0	72								72			
	W070106D	人力资源管理	考试	4	72	36	36										72	
	W070208D	人工智能+企业数字化管理	考试	1	16	0	16								16			
	W070209D	人工智能+数智营销	考试	1	16	0	16								16			
	W070210D	人工智能+平台运营	考试	1	16	0	16								16			
《人工智能+数智营销》《人工智能+企业数字化管理》《人工智能+平台运营》至少选一门																		
小计				25	448	180	268	0	0	0	0	72	72	72	88			216

课程类别及性质	课程编码	课程名称	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/学期学时)										
								第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
								20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	20周	
集中实践	W00001S	军事技能训练	平时表现、考勤、测试	2	112	0	112	2周										
	W070105S	专业认识实习 (含入学教育)	企业评定	1	24	0	24	1周										
	W070106S	劳动周(含技术创新成果转化实践活动)	平时表现、考勤、成果评定	2	48	0	48	分配在每学期,采用专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践等形式										
	W070107S	专业综合实训		6	144		144							4周	1周	1周		
	W070101S	岗位实习	成果评定、企业评定	17												20周	6周	
	W070102S	毕业设计 (论文)	成果评定、答辩	8	624	0	624									8周(与岗位实习同时进行)		
	W070104S	毕业教育	平时表现、考勤、测试	1													1周(与岗位实习同时进行)	
小计				37	952	0	952											
合计				260	4922	2388	2534											

注: 1.考查: 开卷考试/闭卷考试/小论文等; 2.考试: 笔试/笔试+实践技能考核/实践技能考核。

表 5 教学时间分配表

教学内容 \ 学期	1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期	7 学期	8 学期	9 学期	10 学期
课堂教学	16 周	18 周	18 周	18 周	18 周	14 周	17 周	17 周	/	12 周
军事技能训练	2 周	/	/	/	/	/	/	/	/	/
专业认识实习 (含入学教育)	1 周	/	/	/	/	/	/	/	/	/
劳动周	分配在每学期，采用专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践等形式									
专业综合实训	/	/	/	/	/	4 周	1 周	1 周	/	/
岗位实习	/	/	/	/	/	/	/	/	20 周	6 周
毕业设计	/	/	/	/	/	/	/	/	8 周（与岗位实习同时进行）	
毕业教育	/	/	/	/	/	/	/	/	/	1 周（与岗位实习同时进行）
复习考试	1 周	2 周	2 周	2 周	2 周	2 周	2 周	2 周	/	2 周
合计	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周

八、学分置换

根据《漯河食品工程职业大学课程置换与学分认定管理办法》（漯食职大〔2025〕46号）执行，鼓励学生参加各类职业技能竞赛、学科竞赛、创新设计、科技活动、艺术实践、社团活动、志愿服务等，提高学生的综合能力和职业素养。

九、实施保障

主要包括师资队伍、实践教学环境、教学资源、考核评价、质量保障等方面。

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。已组建一支结构合理、专兼结合、教科研水平较高的专业教学团队。

1.队伍结构

市场营销专业现有专任教师17人，师生比1:21.47，其中高级职称教师6人，占专任教师的35.29%；“双师型”教师14人，占专任教师的82.35%。专任教师队伍在职称、年龄、工作经验等方面，形成合理的梯队结构。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立了定期开展专业教研机制。

2.专业带头人

市场营销专业带头人苏会侠，硕士研究生，副教授，经济师，高级“双师型”教师，河南省职业院校省级骨干教师。主持完成市厅级以上教科研项目14项，发表学术论文20余篇。能够较好

地把握国内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起到引领作用。

3. 专任教师

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

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。本专业兼职教师6人，主要来自河南双汇投资发展股份有限公司、漯河市卫龙商贸有限公司、江苏京东信息技术有限公司、河南银鸽实业投资股份有限公司、河南三剑客农业股份有限公司等合作企业。

（二）教学设施

以成果转化引领，结合我校“产学研转创”办学模式和校企融合“五共”发展模式，将本专业人才培养融入成果转化过程中，充分利用校内外“产学研转创”育人环境，将知行合一、工学结合贯穿于人才培养的全过程、各环节。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、实验室、实训室和实习实训基地。

1.专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备。为了满足专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽要达到千兆速率传输能力，专业教学场所达到百兆速率到桌面，确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源，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，安防标志明显，逃生通道畅通无阻。

2.校内实训场所

学校深化校企合作和产教融合，逐步形成了“产学研转创”融合发展办学模式，打破传统单一的知识型学习环境，利用中原食品实验室、河南省食品科创园、河南省食品加工中试基地、漯河市食品产业公共研发平台、漯河市食品产业技术市场、众创空间、孵化器、成果转化基地、生产性实训基地、食品企业等打造的成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产业孵化实践环境，以食品产业发展为使命，激发学生学习的内生

动力。

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准，实验、实训环境与设备设施应对接真实职业场景或工作情境，项目设计注重工学结合、理实一体，指导教师配备合理，相关管理与实施的规章制度齐全，能够顺利开展需求洞察、品牌策划、商务礼仪与沟通、数字营销等实验、实训活动。在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

表 6 校内主要实训室一览表

实训室名称	数量(个)	实验实训项目	主要设备
需求洞察实训室	1	行业分析、用户分析、竞争者分析、产品分析	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、服务器等设备；需求分析与洞察实训软件
品牌策划实训室	1	品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、服务器等设备；品牌策划实训软件
商务礼仪与沟通实训室	1	职业形象、商务交往、商务沟通、商务宴请、会务服务	镜墙、课桌椅、会议沙发套装
数字营销实训室	1	人群画像分析、数字化信息触达策划、客户关系连接规划、营销交易与回报策划、搜索引擎品牌传播、推荐引擎品牌传播、客户开发计划与实施、客户关系分层与分析、客户互动营销计划与实施	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、服务器等设备；数字营销实训软件等
智能客服实训室	1	客户关系管理、智能客服	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、服务器等设备；客户关系管理、智能客服等教学软件
商务数据分析室	1	商务数据分析	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、分组研讨桌等

3. 校外实训基地

依据《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习实训单位的有关要求，与合作企业河南双汇投资发展股份有限公司、漯河市卫龙商贸有限公司、江苏京东信息技术有限公司、河南银鸽实业投资股份有限公司、河南三剑客农业股份有限公司等建立了稳定合作关系，并成为实习实训基地，以上企业合法经营、管理规范，实习实训条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，并签署了学校、学生、实习单位三方协议。满足学习专业认知、技能实训、顶岗实习等实践教学的要求。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，具有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材、河南省规划教材。校企合作编写适合我校实际的校本教材，如与双汇集团合作编写了《管理学基础》《食品营销》《食品企业管理》等。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

将食品技术创新成果转化案例、课程思政成果引入课堂，积极开发行动导向的双创通识课、专创融合课活页教材和食品安全控制新技术、新工艺、新规范活页教材。

2. 图书文献

图书馆现有馆藏图书 107.18 万册，电子图书 100 多万种，专业期刊 800 多种。拥有超星读秀、百链学术搜索等专业科研文献数据库 6 个。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，其中营销管理、品牌策划、智能客服、营销案例等专业类图书 3 万余册，并配置有新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关图书文献，能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要。

3. 数字教学资源

配备了与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库；建有食品营销、食品企业管理、客户服务与管理、人力资源管理等精品在线开放课程；同时利用国家智慧教育公共服务平台、中国大学 MOOC、超星云课程平台、学习强国等公共资源，数字教学资源种类丰富、形式

多样、使用便捷，并及时动态更新，满足教学要求。

（四）教学方法

依托人工智能技术和大数据分析技术，建设基于智慧教室的教学信息化生态系统。运用现代化教学手段有效支持整个教学过程，激发学生的学习积极性，强化学生创新意识，提升学生自主思考与学习能力。依托智慧教室，开展线上线下混合式教学模式改革，所有学生参与线上线下混合式学习，促进自主、个性化学习，实现时时学、处处学的教学目标，拓展教学时空，提升教学质量。

采用岗位实习、项目导向、任务驱动及工学结合的人才培养及教学模式，灵活运用案例分析、角色扮演、任务驱动、项目导向、个人经验分析、职场人物访谈、课堂与实习地点一体化等教学方法，对本专业学生的专业技术能力、行业通用能力、核心竞争能力、团队合作能力进行培养。在专业技术能力方面，通过引入企业成功的实训项目与案例，使学生每个阶段达到指定目标，训练学生网络营销能力，通过校企合作开发项目训练培养学生良好的职业素质。

在各类课程中，强化课程思政，践行社会主义核心价值观，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学、互联网+线上线下混合式教学等教学方式，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学、虚拟仿真教学等新型教学模式，打造优质课堂。

（五）学习评价

1. 严格落实培养目标和培养要求，落实“以人为本”的评价导向，将社会主义核心价值观贯穿人才培养全过程，加大过程考核、

实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，健全教师、学生和社会等参与的多元化考核评价体系，强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

2.对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、实践等方面，根据课程的不同特点实行多元化考核方式，综合运用诊断性、形成性、总结性与增值性四大评价，构建科学、多元、闭环的学习评价体系，多元化和个性化地衡量学生的学习成果，以全面保障并持续提升人才培养质量。

3.课程考核方式、方法与成绩评定按《漯河食品工程职业大学考试管理工作规范》（漯食职大教〔2024〕7号）执行。逐步推广“知识+技能”的考察考试方式，根据考试科目和内容不同，科学确定考核形式，理论性知识和部分能力课程用笔试形式考核，如管理学基础、经济学基础等课程；需要动手操作的实践技能考核则在实训室或实训现场，进行考核。

4.评价方式灵活，根据评价内容和条件，灵活采用闭卷、开卷、笔试、实操和演示等方式进行评价；考核内容职业化。根据课程目标不同，考核内容重点突出职业知识、职业能力、专业能力和综合素质。职业素质类课程侧重考核职业能力、职业知识和职业素养；专业核心课程和能力训练课侧重考核专业能力、专业知识和专业素质。

5.试题来源多元化，教师根据课程知识内容与企业实际需要，将职业标准纳入考试范围，实行“教-学-考-用-创”统一的教学模式。

（六）质量保障

1.学校和二级学院建立专业人才培养质量保障机制,健全专业教学质量监控管理制度,改进结果评价,强化过程评价,探索增值评价,吸纳行业组织、企业等参与评价,并及时公开相关信息,接受教育督导和社会监督,健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,达到人才培养规格要求。

2.学校和二级学院完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,建立与企业联动的实践教学环节督导制度,严明教学纪律,强化教学组织功能,定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.专业教研室建立线上线下相结合的集中备课制度,定期召开教学研讨会议,利用评价分析结果有效改进专业教学,持续提高人才培养质量。

4.学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析,定期评价人才培养质量和培养目标达成情况;通过问卷调查、座谈会等方式对在专业建设委员会单位就业的毕业生进行跟踪调查,直接了解毕业生工作情况及用人单位对学校的意见和建议,适时调整专业结构,修订教学计划,改革课程内容体系,优化学生知识能力和素质结构,确保人才培养质量。

5.实施“学生评教、教师评学、同行评课、专家评质、企业评

人”的五评综合素质评价制度。把学生综合素质和技能水平作为质量评价的重要指标。严格过程考核评价，加强对学生学习过程的监测。加大学生校内实训、校外实习的考核比重，改革实践教学考核评价方式，把做出真实产品、提供真实服务、产出真实效果作为关键评价指标，把从事科技成果转化、实验成果转化、提供中高端服务、解决较复杂问题、技能竞赛成绩、获得职业资格证书等作为学生技能考核的重要内容。对毕业设计选题、开题、答辩等环节实行全过程管理，基于真实的岗位项目，校企合作、产教融合，共同提高毕业设计质量。根据企业调研更新课程内容，培养学生运用数字工具解决现场问题的能力，适应行业数字化升级趋势。

十、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，在规定学习年限内修完全部课程，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满 260 学分，准予毕业。

（一）学分要求

表 7 毕业学分构成一览表

最低毕业学分	毕业学分构成					
	公共基础课程		专业课程			集中实践环节
	公共必修课程	公共选修课程	专业基础课程	专业核心课程	专业拓展课程	
260	89	15	22	72	25	37

（二）课程成绩要求

所修课程（包括实践环节）考核合格（60 分及以上）。

（三）证书要求

至少取得经济专业技术资格（初级）、数字营销技术应用（中级）、新媒体营销（中级）、网店运营推广（中级）、跨境电商B2B数据运营（中级）、呼叫中心客户服务与管理（中级）等职业类证书中的1项。

（四）实习实训要求

完成岗位实习实训任务并通过考核鉴定。

附件 1：主要课程简介

主要课程简介

一、公共必修课程简介

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
W00001M	中国特色社会主义	<p>素质目标：厚植爱国主义情怀，增强国家认同感与自豪感。引导学生理解中国特色社会主义历史必然性和制度优越性，树立正确的世界观、人生观和价值观，坚定“四个自信”。推动思政素养与职业道德融合，培育学生爱岗敬业、服务社会等职业操守，树立技能成才、技能报国的崇高理想，为成长为新时代的社会主义建设者和接班人奠定基础。</p> <p>知识目标：明晰中国特色社会主义从萌芽、形成到发展的历史脉络及各阶段的理论成果；理解道路、理论体系、制度、文化的科学内涵与关联；掌握社会主义本质、初级阶段基本路线等核心理论；结合河南地方实践，了解我国和我省各领域的建设成就及“四个自信”的内涵。</p> <p>能力目标：培养学生结合社会热点、职业场景及案例分析问题和解决问题的能力；提升学生自主梳理理论脉络的信息搜集与归纳能力；强化学生清晰阐述观点的语言表达与逻辑思辨能力；培养学生理论和实践结合及团队协作能力。</p>	<p>主要内容：梳理中华民族从站起来、富起来、强起来的历史脉络，阐释中国特色社会主义的开创、坚持、捍卫和发展过程，以及在不同阶段的理论成果。按照“五位一体”总体布局，阐明中国特色社会主义经济、政治、文化、社会和生态文明建设等基本内容。以实现中华民族伟大复兴中国梦为切入点，引导学生在实现中国梦的伟大实践中创造精彩人生。</p> <p>教学要求：厘清教材内容和知识架构，使学生深刻领会中国特色社会主义理论体系的相关内容；培养学生运用所学理论分析问题和解决问题的能力；培养学生坚定“四个自信”、树立正确的世界观、人生观、价值观，将爱国情、强国志、报国行自觉融入实践中，做堪当民族复兴重任的时代新人。</p>
W00002M	心理健康与职业生涯	<p>素质目标：涵养积极乐观的心理品质，增强心理调适与抗压能力。树立正确职业观、劳动观和人生理想，培育诚信敬业的职业素养与社会责任感。将个人职业追求融入社会发展与时代需求，强化家国情怀，塑造自尊自信、理性平和的健全人格，为职业长远发展筑牢素养根基。</p> <p>知识目标：掌握心理健康核心知识，包括情绪管理、压力应对、人际交往等关键内容。熟知职业生涯规划的基本原理与流程，了解职业分类、行业发展趋势及河南本地重点产业人才需求。明晰职</p>	<p>主要内容：课程以活动体验为核心，整合心理健康教育与职业生涯指导两大模块。心理健康模块涵盖自我认知、情绪管理、社会适应、人际交往、抗挫折能力培养及学习能力优化等核心内容。职业生涯模块包括职业认知、职业探索、职业规划、职业适应及职业理想培育等关键领域，并融入河南省各地市产业案例以增强适配性。</p> <p>教学要求：遵循“体验式+实践性”原则，落实核心素养培育要求。采用案例分析、情景模拟、小组合作等方</p>

		<p>业发展与社会进步的关联，掌握适配自身的职业探索与调整的基础常识。</p> <p>能力目标：具备识别自身心理状态并开展自我调适的能力，提升人际沟通与协作能力。能结合自身特质与职业需求制定合理职业生涯规划，学会依据行业变化和社会需求灵活调整职业发展策略，增强职业适应与可持续发展能力，适配未来职业岗位要求。</p>	<p>法，引导学生主动参与体验。心理健康模块需强化实操训练，使学生掌握自我调适与人际互动技能；职业生涯模块需结合河南产业发展动态，开展职业调研、规划设计等实践活动。注重差异化指导，关注学生特质与职业倾向；建立家、校、社协同机制，整合职业资源。通过过程性评价强化技能落地，确保学生提升心理韧性与职业规划执行能力。</p>
W00003M	哲学与人生	<p>素质目标：以立德树人为根本，引导学生树立正确世界观、人生观、价值观。培育积极向上的人生态度与自强不息的实干精神，强化职业道德素养与健全人格的养成。树立崇高理想，明晰个人价值与社会价值的统一关系，坚定为社会主义事业奋斗的信念，筑牢成长成才的思想根基。</p> <p>知识目标：掌握马克思主义哲学的基本常识，理解与人生发展密切相关的基本概念、原理及方法等核心内容。理解人生本质、价值与意义的深刻内涵，明晰顺境逆境、理想现实等人生问题的哲学逻辑，把握实践与理论、个人与社会的辩证关系。</p> <p>能力目标：培养学生运用马克思主义哲学的基本观点分析职业场景与人生问题的能力。提升其应对挫折、自我认知与管理的实践能力，强化明辨是非与价值判断的能力。通过案例分析与实践体验，实现理论向人生发展能力的转化。</p>	<p>主要内容：马克思主义辩证唯物主义与唯物辩证法的核心原理，包括世界的物质统一性、实践的本质、社会存在与社会意识的辩证关系，以及唯物辩证法的总特征和基本规律等内容；将马克思主义哲学基本原理应用于对人生重大问题的分析中；引导学生科学理解人的价值在于对社会的责任和贡献，探讨如何树立崇高的理想信念，并运用哲学思维处理人际交往、人生矛盾以及进行人生规划。</p> <p>教学要求：坚持立德树人，将价值塑造融入知识传授和能力培养的全过程。在帮助学生掌握马克思主义基本哲学概念的同时，引导其内化为正确的世界观、人生观、价值观。通过思维训练，提升学生的哲学思辨能力。鼓励学生坚持知行合一，引导其将课堂所学应用于现实生活，科学看待人生矛盾，树立积极人生态度，以实际行动规划人生。</p>
W00004M	职业道德与法治	<p>素质目标：培养学生树立社会主义职业道德和法治观念，形成敬业爱岗、诚信公道、服务奉献的职业道德品质，增强政治认同与法治意识，培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，养成健全人格。</p> <p>知识目标：培养学生掌握职业道德的基本规范和社会主义核心价值观的深刻内涵；理解与职业活动及日常生活密切相关的法律常识，包括宪法、民法、劳动合同法等核心法律知识。</p> <p>能力目标：培养学生自觉践行职业道德规范，依法从事职业活动；具备辨识职业风险、依法维护自身合法权益、解决矛盾纠纷的实践能力；形成尊法学法守</p>	<p>主要内容：围绕社会主义职业道德与法治素养双核心，阐释爱岗敬业、诚实守信等职业道德基本规范，明确行业伦理特殊要求，并融入劳动精神教育；解读宪法核心要义与地位，聚焦民法、刑法中与职场权益、责任相关的法律常识，同时通过职业场景典型案例，解析道德与法律的辩证关系，搭建理论与实践衔接桥梁。</p> <p>教学要求：引导学生深刻理解职业道德核心规范与职业相关法律关键条文，明晰宪法基本精神；能结合专业对应的职业场景精准分析案例，运用道德规范与法律知识解决实际问</p>

		法用法的行为习惯，做到知行合一。	题，提升法治实践应用能力；践行社会主义职业道德观，增强法治意识与职业精神，树立正确价值观，达成知识掌握、能力提升与素养培育的统一，落实立德树人根本任务。
W00005M	思想道德与法治	<p>素质目标：增强对祖国的认同感和归属感，弘扬爱国主义精神。自觉践行社会主义核心价值观，养成良好的道德品质和文明行为习惯。树立尊重法律、信仰法律、遵守法律的意识，成为法治社会的积极建设者。培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，树立爱岗敬业、精益求精的职业信念。</p> <p>知识目标：了解正确的世界观、人生观、价值观的基本内容。理解理想信念、中国精神、社会主义核心价值观对个人成长成才的重要意义知晓与日常生活和未来职业相关的宪法法律基础和基本法律常识。</p> <p>能力目标：具备辨别和抵制错误思潮和行为的初步能力。具备运用相关法律知识维护自身合法权益、履行公民义务的初步能力。培养良好的职业认同感和职业精神，为顺利适应职场生活打下基础。</p>	<p>主要内容：本课程内容以学生成长和职业需求为中心，突出职业教育特色，主要涵盖以下三个模块：在思想教育模块，重点讲授树立正确人生观的方法，将个人理想融入国家和民族事业的意义，以及弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；在道德教育模块，核心在于践行社会主义核心价值观，并重点突出职业道德教育，深入阐释劳模精神、劳动精神、工匠精神，引导学生遵守职业规范，锤炼高尚品格；在法治教育模块，重点学习习近平法治思想的核心要义，理解宪法权威，并紧密结合职业场景和生活实际，学习《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国民法典》等与未来工作生活密切相关的法律知识，提升法治素养。</p> <p>教学要求：本课程坚持理论精讲与实践强化相结合，积极开发和利用校内外实践教学基地，紧密结合产教融合、校企合作的职业教育理念，利用校内外资源，通过社会调查、志愿服务、榜样访谈、模拟法庭等多种形式，引导学生在“做”中学，在“行”中悟。</p>
W00006M	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>素质目标：引导学生树立对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，立志肩负起实现中华民族伟大复兴的时代重任；培养学生将爱国主义情怀融入职业理想，树立爱岗敬业、精益求精、报效祖国的工匠精神；引导学生自觉践行社会主义核心价值观，在日常学习与未来职场中遵守职业道德、社会公德、家庭美德；培养学生形成正确的集体主义观念和自觉的法治观念，懂得在集体中成长，在法律框</p>	<p>主要内容：本课程以马克思主义中国化两大理论成果的形成背景、核心要义与实践价值为主线，一方面，系统梳理毛泽东思想的形成发展脉络，聚焦新民主主义革命道路、社会主义改造理论等核心内容，结合近代中国救亡图存与建设探索的历史实践，阐释其对中国革命和建设的指导意义；另一方面，重点讲解中国特色社会主义理论体系的演进逻辑，从邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发</p>

		<p>架内行事。</p> <p>知识目标：使学生了解马克思主义中国化时代化的历史进程、主要成果及其内在联系；掌握毛泽东思想的主要内容和活的灵魂；深刻理解邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的基本问题和主要内容；系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质与基本方略及其作为党和国家必须长期坚持的指导思想的重大意义；了解党和国家在新时代的重大战略部署、基本路线和方针政策，特别是与经济社会发展、职业教育、技术创新等领域相关的政策内容。</p> <p>能力目标：学会运用马克思主义中国化时代化的立场与观点分析在专业学习、职业实践和社会生活中遇到的实际问题；能够运用科学理论辨别和抵制各种错误社会思潮与价值观，在复杂的社会现象面前保持清醒头脑，做出正确的价值选择；能够将理论学习与专业实训、社会实践结合起来，提高参与社会主义现代化建设的实践能力和职业适应能力；培养学生关注时事政治、持续学习党的理论创新成果的习惯，为其终身学习和可持续发展奠定必要的思想理论基础。</p>	
W00007M	<p>习近平新时代中国特色社会主义思想概论</p>	<p>素质目标：能够增进对中国式现代化道路的认同感，初步树立投身国家建设的责任感，并愿意在未来的就业岗位和社会生活中，为民族复兴贡献自己的力量。</p> <p>知识目标：能够基本理解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心内容，初步掌握“五位一体”总体布局与“四个全面”战略布局的基本构成及其重大意义。</p> <p>能力目标：能够初步运用“六个必须坚持”的基本立场与方法，认识和理解国家发展大政方针，具备运用党的科学理论观察分析社会现实、指导自身学习和实践的基础能力。</p>	<p>主要内容：本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义与实践要求为主线，结合高职高专学生职业发展与认知特点，聚焦三大核心模块：一是理论根基与核心要义，阐释“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”的核心内容，解读马克思主义中国化时代化最新成果的理论逻辑；二是国家发展与战略部署，结合高职相关专业领域，讲解高质量发展、共同富裕、乡村振兴、科技自立自强等国家战略的实践路径，关联产业升级、职业教育改革等现实议题；三是青年担当与职业践行，围绕“中国梦与青年梦”，结合工匠精</p>

			<p>神、劳模精神、职业道德建设，引导学生将个人职业规划与国家发展需求相结合，明确高职学生在基层岗位、产业一线的使命责任。</p> <p>教学要求：本课程采用专题教学、案例分析、实践教学等方法，以教育部统一课件为依据，结合党的创新理论进展动态更新内容，讲清思想的历史、理论与实践逻辑，阐明核心内涵与方法论。帮助学生掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容与科学体系，把握立场观点方法，结合职业场景提升理论应用能力；增强“四个自信”，坚定理想信念，树立“技能成才、技能报国”理念，提升政治素养与实践能力，成长为爱国奉献、担当民族复兴大任的时代新人。</p>
W00008M	中共党史	<p>素质目标：引导学生深刻理解“中国共产党为什么能”，厚植家国情怀，强化责任担当，自觉践行社会主义核心价值观，坚定中国特色社会主义信念。</p> <p>知识目标：使学生了解中国共产党的奋斗历程、重大成就和历史经验，掌握党史上的重大事件、重要会议和重要人物，理解党的光荣传统、宝贵经验和伟大成就。</p> <p>能力目标：培养学生运用马克思主义立场观点方法分析问题的能力，使其能够正确认识党情国情，提高政治判断力、政治领悟力和政治执行力。</p>	<p>主要内容：以中国共产党的百年发展历程为主线，突出职业教育特色，从以下模块展开：1.党的创建与新民主主义革命：包括中国共产党的创立、投身大革命的洪流、掀起土地革命的风暴、全民族抗日战争的中流砥柱以及夺取新民主主义革命的全国性胜利。2.社会主义革命与建设：涵盖中华人民共和国的成立和社会主义制度的建立，以及社会主义建设的探索和曲折发展。3.改革开放与现代化建设：讲解伟大历史转折和中国特色社会主义的开创、发展及推进。4.中国特色社会主义新时代：深入探讨中国特色社会主义进入新时代的历史方位、理论创新、实践成就及其重大意义。5.中国共产党人的精神谱系：专题学习焦裕禄精神、红旗渠精神、大别山精神等，传承红色基因。</p> <p>教学要求：本课程综合运用史料研读、专题研讨、红色资源情境教学等方法，帮助学生梳理党的百年发展脉络与关键节点；培养运用历史唯物主义分析党史事件、解读经验的思辨能</p>

			力,提升从党史中汲取智慧指导职业实践的能力;引导学生深刻认识党的领导是历史和人民的选择,坚定理想信念与“四个自信”,强化“技能报国”使命担当,落实立德树人根本任务。
W00009M	形势与政策	<p>素质目标: 在理解国家发展大政方针的基础上,自然生发出对中国特色社会主义的道路认同与职业自信。能将“劳模精神、工匠精神”内化为具体的职业操守和求职、创业中的实际行动。</p> <p>知识目标: 能独立梳理国家与地方的产业政策、人才政策与行业法规,理解其出台背景与战略意图。能研判这些政策对自身所学专业、目标行业及未来职业发展的具体影响。</p> <p>能力目标: 能洞察全球经济与技术变革对就业市场和职业技能的冲击与重塑。能基于形势分析,主动调整个人学习路径与职业规划,增强在不确定环境中的适应性与韧性。</p>	<p>主要内容: 本课程依据教育部发布的《高校“形势与政策”课教学要点》进行动态更新,一方面紧跟党的理论创新步伐,系统解读习近平新时代中国特色社会主义思想最新发展,围绕国内重大时事热点与发展战略,涵盖政治、经济、文化、社会、生态等关键领域,聚焦高质量发展、制造强国、乡村振兴、现代服务业升级、职业教育改革等核心议题。另一方面关注国际形势演变与全球治理格局变化,针对全球产业链重构、跨境电商发展、技能人才国际交流、“一带一路”沿线产业合作等议题。</p> <p>教学要求: 本课程参照教育部教学要点动态调整内容,引入行业专家参与教学,结合专业实训分析政策落地路径。帮助学生掌握与专业、岗位相关的政策要点,提升结合行业动态规划职业路径。引导学生认识职业教育的国家战略价值,树立“技能成才、技能报国”理想,强化社会责任感,将时政认知转化为服务行业发展的行动。</p>
W00008A	国家安全教育	<p>素质目标: 通过本课程的学习,帮助大学生深刻领会总体国家安全观,增强自身的国家安全意识,增强安全文化素养,自觉用总体国家安全观武装头脑、淬炼思想,以强烈的历史主动精神不断加强维护和塑造国家安全的责任意识和使命担当,成为担当民族复兴大任的时代新人。</p> <p>知识目标: 通过本课程的学习,帮助大学生系统掌握总体国家安全观主要内容和国家安全的基本知识,深刻领悟总体国家安全观蕴含的道理学理哲理,培养理论思维、增进思想智慧。</p>	<p>主要内容: 主要包括政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。主要学习国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。</p> <p>教学要求: 坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,落实立德树人根本任务,牢固树立和全面践行总体国家安全观,构建具有中国特色</p>

		<p>能力目标: 通过本课程的学习,帮助大学生灵活运用本课程的知识分析和解决现实问题,增强维护国家安全的意识,提高维护和塑造国家安全的能力,切实做到学思用贯通、知信行统一,成为有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代应用型人才。</p>	<p>色的国家安全教育体系,全面增强大学生的国家安全意识,提升维护国家安全能力,为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。坚持理论讲授与案例警示相结合,采用权威解读、情景模拟、小组研讨等多种教学方法。注重课堂的思想性与引导性,营造严肃认真的学习氛围,强化学生的情感认同与行为塑造,确保教学入脑入心。</p>
W00005A	军事理论	<p>素质目标: 树立正确的国防观与总体国家安全观,激发深厚的家国情怀与爱国热情,增强忧患意识与国防观念,提升学生防间保密意识与维护国家安全的使命感。</p> <p>知识目标: 了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就,了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响,熟悉世界主要国家信息化装备的发展情况,理解习近平强军思想的科学含义和主要内容。</p> <p>能力目标: 具备对国际战略环境和我国安全形势的基本分析能力,能够运用科学的战争观与方法论认识当代军事问题,初步掌握辨识军事现象和理解国防政策的能力。</p>	<p>主要内容: 课程内容涵盖中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备等板块。通过系统学习,学生能够全面了解我国国防历史、法规、战略及武装力量建设,掌握国家安全形势与国际战略格局,深入理解毛泽东军事思想、习近平强军思想等重要理论,洞悉现代战争特点与信息化装备发展趋势。</p> <p>教学要求: 根据军事理论课的特点,合理编排教材内容和架构,使学生学习和掌握最新的军事知识,做到既有一定的广度,也有一定的深度,同时又注意系统性、理论性和实用性。要把素质教育作为军事理论教育的首要目的,培养学生主动学习、独立思考的能力,不断增强学生的国防观念、国家安全意识。</p>
W00003A	语文基础模块	<p>素质目标: 着力于引导学生树立积极的人生观、价值观,培育良好的职业道德与人文情怀。通过贴近学生生活的优秀文本,激发其对真善美的追求,增强民族认同感与文化感知力,养成耐心、细致、负责地学习与工作态度,为未来的职业生涯和终身发展奠定坚实的品格基础。</p> <p>知识目标: 帮助学生扎实掌握语文基础核心知识。系统梳理并巩固汉语语法、修辞、文学常识;熟悉中外文学名家名篇,建立初步的文学史概念;重点掌握与生活、职场紧密相关的常用应用文写作格式与规范,构建完整、实用的语文知识框架。</p>	<p>主要内容: 本课程教学内容注重基础性与衔接性。一是夯实语言基础,系统强化字词、语法与修辞知识。二是阅读鉴赏引导,精选贴近青少年生活的古今中外佳作,培养阅读兴趣与文本分析能力。三是实用写作与表达,重点训练记叙文、说明文及日常应用文的写作,并结合情境进行基础的口语交际练习,全面提升语文综合素养。</p> <p>教学要求: 本课程教学要求注重基础性、趣味性与成长性。教师需根据学生认知特点,灵活运用多种教学手段,激发学习兴趣,耐心引导,强化基础知识的掌握与巩固。学生应养成</p>

		<p>能力目标: 核心在于全面提升学生的语言实际运用能力。重点培养其准确、流畅的阅读理解能力,能独立分析一般性文本;强化其书面与口语表达能力,能够清晰、得体地进行日常与职场沟通,规范书写常用文书。同时,注重培养其基础的信息整合与逻辑思维能力,以应对未来的学习与工作挑战。</p>	<p>良好的学习习惯,主动参与课堂互动,勇于表达,逐步提升语文应用信心。师生共同营造积极的学习氛围,注重学习过程的引导与激励,切实提升学生的语文综合素养。</p>
W00001A	数学基础模块	<p>素质目标: 通过数学课程的学习使学生获得继续学习及未来工作和发展所必须的数学基础知识、基本技能、基本思想和基本活动经验。</p> <p>知识目标: 掌握函数、几何与代数、概率与统计的基本知识、基本思想和基本运算方法。</p> <p>能力目标: 具备一定的从数学角度发现和提出问题的能力、运用数学知识和思想方法、分析和解决问题的能力。</p>	<p>主要内容: 数学课程分三个模块:基础模块上、基础模块下和拓展模块。基础模块包括基础知识、函数、几何与代数、概率与统计。拓展模块是基础模块内容的延伸和拓展,包括基础知识、函数、几何与代数、概率与统计。</p> <p>教学要求: 教学要遵循数学教育规律,围绕课程目标,发展和提升数学学科核心素养,按照课程内容确定教学计划,创设教学情境,完成课程任务;教学要体现职教特色,遵循技术技能人才的成长规律;教学中要合理融入思想政治教育,引导学生增强职业道德修养,提高职业素养。</p>
W00002A	英语基础模块	<p>素质目标: 引导学生学会自主学习,学会多角度思考,学会有效交流。培养学生正确面对校园生活、社会问题和国际文化差异;培养学生成为有梦想、有本土情怀和国际视野,有专业知识又有人文素养的融通型人才。</p> <p>知识目标: 在日常英语的基础上,围绕职场相关主题,能运用所学英语知识理解不同类型语篇所传递的意义和情感;能以口头或书面形式进行基本的沟通;能在职场中综合运用语言知识和技能进行交流。</p> <p>能力目标: 培养和发展学生用英语进行听、说、读、写、译方面的情境交流能力,促进其沟通能力、分析问题与解决问题的能力、跨文化理解与表达能力、思辨能力的提升。</p>	<p>主要内容: 英语课程由基础模块、职业模块和拓展模块三个模块构成。基础模块是各专业学生必修的基础性内容,教学内容由主题、语篇类型、语言知识、文化知识、语言技能和语言策略六部分构成,内容涵盖人与自我、人与社会和人与自然三大主题范围。</p> <p>教学要求: 应全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,发展和提升学生英语学科核心素养;应围绕课程标准规定的学科核心素养与目标要求,遵循教学规律,制定教学计划,创设教学情境,完成教学任务;应体现职教特色,注重实践应用。在教学中合理融入德育教育,引导学生树立积极的世界观、人生观、价值观。</p>

W00004A	体育与健康	<p>素质目标: 遵守体育道德规范和行为准则, 发扬体育精神, 塑造良好的体育品格。增强责任意识、规则意识和团队意识, 帮助学生在体育锻炼中享受乐趣。提高身体机能、改善身体形态、加强身体素质。达到国家学生体质健康标准的合格及以上水平。</p> <p>知识目标: 通过学习本课程, 学生能够喜爱并积极参与体育运动, 享受体育运动的乐趣, 提高职业体能水平, 树立健康观念。掌握健康知识和与职业相关的健康安全知识, 形成健康文明的生活方式,</p> <p>能力目标: 增强体质、健全人格、锤炼意志, 学会锻炼身体的科学方法, 掌握1-2项体育运动技能, 提高体育运动能力。使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。</p>	<p>主要内容: 包括基础模块和拓展模块。基础模块包括体能、健康教育; 拓展模块包括球类运动、田径类运动、体操类运动、武术与民族民间传统体育类运动、新兴体育类运动。</p> <p>教学要求: 突出体育与健康课程以身体练习为主, 实践性强等特点, 同时满足学生学习生活和职业发展的多样化需求。</p>
W00006A	音乐鉴赏与实践	<p>素质目标: 提升学生对艺术的追求和鉴别眼光, 提升音乐基础知识与素养, 培养音乐视野与艺术修养, 加强民族文化自信, 培养尊重与包容的艺术态度。激发对多元化音乐文化的热爱。</p> <p>知识目标: 了解音乐创作方式以及地方风格, 掌握不同声乐、器乐舞蹈类的知识, 以及其发展的历史。能够从旋律、节奏、音色等要素剖析作品的情感与艺术特色。</p> <p>能力目标: 能够对不同音乐做出鉴赏, 能对歌曲(器乐或舞蹈)意境有个人的见解。培养创新思维, 将理论知识转化为审美体验能力。</p>	<p>主要内容: 本课程的教学内容由第一部分声乐、第二部分器乐和第三部分舞剧、音乐剧、流行音乐构成。由浅入深地阐述每一种体裁和类别的概念、表现特征和风格, 列举古今中外具有代表性和较为典型的曲目, 欣赏戏曲、曲艺唱段, 欣赏中外优秀声乐曲, 配合音像资料进行讲解欣赏。将聆听与对音乐的分析、指导和相关知识背景相结合。通过欣赏我国丰富多彩的民族民间音乐、戏曲、曲艺, 弘扬民族艺术, 振奋民族精神, 增强学生的民族自豪感和自信心。</p> <p>教学要求: 理论知识与实际操作相结合的教学模式, 通过多样化的实践活动, 提升学生的音乐素养、创作能力和表演技巧。以古今中外的优秀音乐作品为基础, 扩大学生的音乐视野, 提高学生的音乐感受能力、想象能力、理解能力和鉴赏能力, 掌握多方面的音乐表现形式、音乐体裁等知识, 从学生审美和艺术修养的实际出发, 提高本校学生的音乐鉴赏能力和培养高尚的审美情趣。</p>

W00019A	美术鉴赏与实践	<p>素质目标:激发学生的创新意识和创造力,鼓励个性化表达。引导学生了解艺术史和文化遗产,增强文化认同感。</p> <p>知识目标:培养学生的审美能力,使其能够感受和理解艺术作品的美感。</p> <p>能力目标:提高学生的美术实践技能,掌握基本的绘画、手工等创作技巧。</p>	<p>主要内容:本课程围绕美术鉴赏与实践主题,强调对学生“视觉素养”的培养。选取中西方经典作品进行讲解,通过对中西方不同美术形式与发展演变进程的介绍,带领学生掌握美术作品的欣赏方法,有效地引导学生掌握视觉审美的技能,从而快速提升美术素养。教材还加入了实践环节以增加学生的实践能力,符合学生的学习特点,体现了通过美术鉴赏与实践等活动,使学生发展艺术感知、审美判断、创意表达和文化理解等艺术核心素养的目标。</p> <p>教学要求:合理安排教学时间,确保鉴赏与实践内容的平衡;引导学生将美术学习与生活实际相结合,提高应用能力;培养学生的团队合作精神,通过集体项目促进交流。</p>
W00020A	国学经典诵读	<p>素质目标:本课程致力于引导学生深刻感悟中华优秀传统文化中厚德载物、自强不息的精神内核,重点培育其仁爱孝悌的道德品质、和谐包容的处世哲学、心怀家国的责任担当以及崇真向善的审美情趣。</p> <p>知识目标:要求学生循序渐进地系统诵读经典篇章以及精选的古代诗词、名篇佳作。构建起对中华传统哲学、伦理、文学与历史的基本认知框架,了解国学经典的整体脉络与精髓。</p> <p>能力目标:着重训练并提升学生准确、流利、有感情地诵读与背诵经典篇目的能力,克服畏难情绪,养成良好的诵读习惯。鼓励学生提升语言表达与逻辑思维水平。</p>	<p>主要内容:1.经典篇目诵读:以短篇精粹为主以及唐诗宋词中的励志、家国主题作品。2.文化背景解读:简要讲解作品时代背景、作者生平及核心思想。3.诵读技巧训练:通过教师示范、分组练习、音频跟读,教授节奏把控、情感表达等基础技巧,提升学生参与感。</p> <p>教学要求:《国学经典诵读》教学要求以“诵读”为核心,兼顾文化认知与职业素养培育。同时要求学生积累诗、词、文、赋等体裁的经典篇目,了解作者生平、创作背景及作品地位,掌握相关传统文化常识。</p>
W00021A	中华优秀传统文化	<p>素质目标:引导学生深刻理解并认同中华优秀传统文化的核心价值,自觉传承仁爱、孝悌、忠信、礼敬等传统美德树立坚实的文化自信与民族自豪感,为其人格的全面发展和幸福人生奠定根基。</p> <p>知识目标:初步阶段掌握传统民俗节庆、礼仪规范等基础文化常识;理解儒家仁政思想、道家辩证智慧、古典诗词意境等哲学与文学精髓;了解古代科技</p>	<p>主要内容:课程分为三大模块:一是文化精神与职业素养模块,重点讲授仁爱、诚信、敬业、和谐等思想,结合古代工匠精神、商业伦理进行阐释;二是智慧传承与处世实践模块,涵盖传统礼仪、家训家规、兵家谋略与管理智慧等内容;三是艺术体验与审美熏陶模块,通过书法、节气、茶文化等实践活动,培养学生的审美情</p>

		<p>成就、艺术特色形成对传统文化多维度的立体认知。</p> <p>能力目标：培养学生具备一定的经典文本阅读理解能力与审美鉴赏能力。能够运用传统文化智慧分析、应对现实生活中的道德情境与挑战，进行有效地沟通与协作。</p>	<p>趣和文化认同。</p> <p>教学要求：以“认知+践行”为核心，立足职业教育特点，兼顾文化传承与素养培育。让学生了解传统文化核心内容，涵盖思想流派、民俗礼仪、文学艺术、科技成就等领域，掌握代表性文化符号与常识。</p>
W00022A	历史	<p>素质目标：以立德树人为根本，培育社会主义核心价值观，厚植家国情怀与民族认同感，弘扬爱国主义精神与改革创新精神。树立正确的历史观、国家观、文化观，养成爱岗敬业、诚信协作的职业精神，增强历史使命感与社会责任感，塑造健全人格，树立正确的世界观、人生观、价值观，为职业发展奠定品格基础。</p> <p>知识目标：掌握人类社会从低级到高级发展的基本脉络与规律，熟知中外历史关键史实、制度变革及文明成果。了解中华文明的传承脉络、民族交融历程及优秀传统文化，明晰中国共产党领导的革命与建设历程，知晓世界历史发展主线与不同文明特色，夯实历史知识根基。</p> <p>能力目标：初步运用唯物史观分析历史现象与现实问题，具备时空观念与史料实证意识，能辨析史料并解释史事。学会用历史唯物主义的分析方法分析问题、解决问题。</p>	<p>主要内容：本课程分基础模块与拓展模块。基础模块为中国历史，涵盖古代史（史前至明清，聚焦大一统格局、民族交融及文明成果）、近代史（晚清至民国，核心为民族危机与救亡运动）、现代史（新民主主义革命至改革开放，突出中国共产党的领导和国家的发展），增设近代以来职业教育兴起与技术技能人才贡献等内容。拓展模块为世界历史，包括古代史（东西方文明起源）、近代史（资产阶级革命、工业革命等）、现代史（两次世界大战、冷战及当代世界发展），兼顾亚非拉民族解放运动等主线。</p> <p>教学要求：以唯物史观为指导，落实时空观念、史料实证等核心素养。基础模块需强化家国情怀的培育，引导学生认知中华文明与民族精神；拓展模块侧重培养国际视野，理解文明多样性。教学中需结合史料辨析、时空定位等方法，使学生能解释史事因果；通过中外历史比较，关联职业场景与现实问题。注重结合河南地方史等素材，增强教学针对性，确保学生夯实历史基础，提升历史解释与现实关联能力。</p>
W0501001A	信息技术基础模块	<p>素质目标：引导学生增强信息意识，树立正确的信息社会价值观和责任感，自觉规范信息行为，为职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。</p> <p>知识目标：掌握信息技术的基本概念与核心规范；了解计算机操作系统基础；学习文档处理、电子表格处理和演示文稿制作等办公软件的核心功能；掌握信息检索的基本方法；了解新一代信息技术的发展概况。</p> <p>能力目标：能够熟练运用办公软件处理</p>	<p>主要内容：包括信息素养与社会责任、操作系统基础、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术等内容。</p> <p>教学要求：采用任务驱动、案例教学等模式，注重在计算机实训环境中精讲多练。强调技能掌握与信息应用能力并重，促进学生数字化适应能力提升。</p>

		日常学习与工作任务；具备利用网络进行高效信息检索、甄别与利用的能力；初步形成计算思维，并能运用信息技术工具解决简单的实际问题。	
W00024A	高等数学	<p>素质目标：具备理性思维、逻辑思维的数学素养；养成精益求精、求真务实的工匠精神；养成团结协作、勇于探索的职业精神。</p> <p>知识目标：掌握微积分的基本知识、基本思想和基本运算方法；</p> <p>能力目标：培养基本运算技能，抽象思维能力、几何直观和空间能力；培养逻辑推理能力、抽象思维能力和应用数学的能力；培养用数学建模及其方法解决专业应用问题的能力。</p>	<p>主要内容：教学内容主要包括函数的极限、导数、微分、积分等，是培养学生科学思维的重要载体，对培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力及空间想象能力、创新能力具有重要的作用，也为后继课程的学习提供必要的数学基础。</p> <p>教学要求：本课程要求学生学会利用数学知识和分析方法去解决实际中的具体问题，提升学生利用数学知识解决实际问题的能力和用数学建模解决专业问题的能力，以实现高等职业教育对学生的专业能力、社会能力和职业能力三大核心能力的培养。</p>
W00026A	大学英语	<p>素质目标：引导学生学会自主学习，学会多角度思考，学会有效交流。培养学生正确面对校园生活、社会问题和国际文化差异；培养学生成为有梦想、有本土情怀和国际视野的，有专业知识又有人文素养的融通型人才。</p> <p>知识目标：主要围绕求职、面试、实习、入职、职场礼仪、职业规划等职业相关主题，巩固和延伸相关的英语知识（词汇、语法、翻译等）。引导学生要掌握一定的英语基础知识和技能，具有一定的听、说、读、写、译的能力。</p> <p>能力目标：培养和发展学生用英语进行听、说、读、写、译方面的情境交流能力，促进其沟通能力、分析问题与解决问题的能力、跨文化理解与表达能力、思辨能力的提升。</p>	<p>主要内容：本课程的教学内容主要包含英语常用词汇、短语、习惯用法、常用实义动词及名词的用法、祈使句、情态动词、非谓语动词、定语从句、形容词后缀等，能够用英语表达观点，评价他人的观点；了解文章概要及作者的观点。通过巩固和延伸所学的英语知识（词汇、语法、翻译等），梳理自己的英语知识系统，培养和发展学生用英语进行听、说、读、写、译方面的情境交流能力，促进其沟通能力、分析问题与解决问题的能力、跨文化理解与表达能力、思辨能力的提升。本课程主要围绕求职、面试、实习、入职、职场礼仪、职业规划等职业相关主题。</p> <p>教学要求：引导学生学会自主学习、学会多角度思考、学会有效交流，培养学生正确面对校园生活、社会问题和国际文化差异，培养学生成为有梦想、有本土情怀和国际视野的，有专业知识又有人文素养的融通型人才。</p>
W00007A	劳动教育	素质目标： 通过劳动理论学习及参与劳动实践，学生树立起崇尚劳动、尊重劳动、诚实劳动、合法劳动的观念，懂得劳动最光荣、最崇高、最伟大、最美丽	主要内容： 系统学习劳动文化知识，掌握劳动实践技能，深刻理解马克思主义劳动观和社会主义劳动关系，磨练意志品质、激发创造力、促进身心

		<p>的道理，以及劳动创造价值、劳动关乎幸福人生的哲理。强化责任担当意识，树立正确的劳动观和价值观。</p> <p>知识目标：正确认识劳动现象和本质，深化对劳动内涵的理解与认识，懂得马克思主义劳动观的立场、观点和方法。具备独立思考、勇于挑战的创新能力。保持持续学习、终身学习的能力，为未来职业发展做好准备，助力正确择业，成就职业理想。</p> <p>能力目标：通过将劳动教育理论和实践融入学习、工作和生活中，提高创造性劳动的能力。通过劳动，能够解决生产生活中遇到的实际问题，具备艰苦奋斗精神和务实作风、事业心和责任感，爱岗敬业、乐于奉献。激发学生创新意识、创新精神。具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好的劳动习惯。</p> <p>健康和全面发展。</p> <p>教学要求：通过实训体悟、劳动实践等教学活动，让学生在劳动实践中进一步加深对劳动知识的理解，掌握一定的劳动技能，不断提升动手能力，通过出力流汗，磨炼意志品质，形成尊重劳动，热爱劳动，珍惜劳动成果的真挚情感。通过劳动实践，使学生具备发现、分析与解决现实问题的能力。培养学生持之以恒、锲而不舍迎难而上、不断进取的意志力。勇于表达，积极沟通协调、开展团队合作的能力。为未来职业发展做好准备，助力正确择业，成就职业理想。</p>
W00028A	<p>创新思维训练</p>	<p>素质目标：了解创新思维的核心概念和重要性，掌握创新思维的基本原则和方法，提升解决问题的创造性思维能力。</p> <p>知识目标：了解创新思维培养的方法，主动运用创新自觉，塑造创新精神和企业家精神；能够区分创意、创新、创造和创业的基本概念，并理解四者之间的相互关系。</p> <p>能力目标：能使用创新的各种方法在自身学习与生活中做出初步创新，培养团队合作和跨学科思维能力，培养自主学习和持续创新的习惯。</p> <p>主要内容：创新思维课程旨在培养学生的创新思维能力，提升学生在解决问题和面对挑战时的创造性思维水平。</p> <p>教学要求：通过课程学习，让学生掌握创新思维的基本概念、方法和工具，培养独立思考、跨学科合作的能力，为未来的创新工作和学习打下坚实基础。</p>
W00029A	<p>就业指导与创业教育</p>	<p>素质目标：培养学生树立正确的职业观、就业观与创业观；掌握面试的本质及理解工作的意义；塑造积极的求职心态与风险意识，增强社会责任感、诚信意识与团队协作精神。</p> <p>知识目标：了解国家就业形势与政策法规，熟悉求职、面试与创业流程，掌握简历撰写、商务沟通及创业计划书编制等核心知识。</p> <p>能力目标：重点培养学生进行自我认知与职业探索的能力，提升其求职技能（如面试、沟通）与职场适应能力，并初步形成机会识别、资源整合、风险评估等创业实践所需的关键能力。</p> <p>主要内容：通过本部分的学习，帮助学生掌握就业市场的基本知识和技能，培养学生良好的职业素养和职业道德，树立正确的就业观念；</p> <p>教学要求：让学生能够掌握创业的基本知识和技能，增强创业意识和能力；培养学生团队合作精神和创新精神，提高就业创业的成功率。</p>

二、专业课程简介

（一）专业基础课程简介

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
W070101B	食品商品学基础	<p>素质目标: 树立严谨的商品质量意识与诚信经营理念, 尊重商品标准与市场规则; 培养对商品市场动态的敏感度, 形成主动关注商品创新与消费需求变化的职业素养; 建立科学的商品分析思维, 摒弃主观臆断, 以客观数据和专业标准评价商品。</p> <p>知识目标: 掌握商品的基本概念、分类体系及核心属性; 理解商品质量形成的全过程及影响质量的关键因素; 熟悉商品标准、质量认证体系(如ISO系列、行业特定认证)及商品检验的基本方法; 了解商品包装、储运、养护的基础知识, 以及不同类别商品的特性差异。</p> <p>能力目标: 具备运用商品分类、编码知识, 快速查询、识别不同类别商品的能力; 能够运用商品检验基础方法, 对常见商品的外观、规格、标识等进行初步质量判断; 掌握商品信息收集与分析技巧, 能整理商品市场数据并形成简单的商品特性对比报告; 具备基本的商品问题解决能力, 如针对商品储存不当、标识不清等问题提出初步处理建议。</p>	<p>主要内容: 本课程内容围绕市场营销场景下的商品应用展开, 涵盖商品分类、编码与规格标准, 商品质量构成、评价指标及检验方法; 商品成分、结构与核心性能, 包装设计、标识规范及储运养护要点; 食品、日用品、工业品等常见品类的特性与质量要求; 结合营销实践, 阐明商品知识在采购选品、卖点提炼、销售推介及售后服务中的应用逻辑, 帮助学生建立“商品-需求”对接思维, 掌握识别商品价值、评估品质优劣的基础技能。</p> <p>教学要求: 围绕知识、能力、素养三方面展开, 通过案例分析、实训实习等实践环节, 培养学生运用商品学知识解决采购、营销、仓储等岗位实际问题的能力, 能结合具体品类分析商品特性与质量标准, 具备初步的商品鉴别和品质评估能力; 学会将商品知识与营销环节结合, 能在销售场景中精准提炼商品卖点、解答客户疑问; 培养严谨的质量意识、市场敏感度及实用操作能力, 最终实现理论与实践的结合, 为后续专业课程及职业发展奠定基础。</p>
W070102B	中华商业文化	<p>素质目标: 培养学生对中华优秀商业文化的认同感与自豪感, 树立“诚信为本、义利兼顾”的商业伦理观; 引导学生汲取传统商业智慧中的优秀养分, 塑造具有人文底蕴、社会责任感和文化自信的职业品格, 在现代商业实践中传承与弘扬中华商道精神。</p> <p>知识目标: 使学生系统了解中华商业文化的起源、发展与核心特质; 掌握历史上著名商帮(如晋商、徽商)的经营理念与管理智慧; 理解传统商业道德、招牌字号文化及老字号的经营哲学; 认知中华传统商业习俗、礼仪及消费文化的基本内涵与现代表达。</p> <p>能力目标: 能够阐释中华优秀传统商业文化对现代企业经营的启示与借鉴价值; 能够在市场营销策划中, 初步运用传统文化元素进行品牌故事创作与产品</p>	<p>主要内容: 课程以历史脉络与专题模块相结合的方式展开。首先概述中华商业文化的演进历程与核心精神。重点专题包括: 传统商帮的经营之道与管理智慧; “诚信义利”等商业伦理的古今释义; 老字号企业的品牌传承与创新; 传统商业习俗、节庆营销的文化内涵; 以及传统商业空间(如市集、庙会)与现代购物中心的文化关联。课程还将探讨如何将传统文化元素创造性地应用于现代品牌建设与营销传播之中。</p> <p>教学要求: 教学实施需注重“文化浸润”与“现代转化”。采用案例教学法, 深入剖析老字号与新国潮品牌的成功案例, 引导学生理解传统文化的当代价值。组织主题研讨, 如“传统商道对现代企业家的启示”等, 培养学</p>

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
		文化赋能；具备辨析企业经营管理中中西文化差异的初步能力，并能在商务场合展现符合传统文化精髓的职业素养。	生的批判性思维与文化洞察力。鼓励项目式学习，让学生为某一产品或品牌策划融入中华文化元素的营销方案。考核应注重学生对于文化内涵的理解与应用能力，可通过研究报告、文化营销方案策划、课堂研讨表现等进行综合评定，减少纯记忆性考核。教师应兼具文化素养与商业视野，善于引导学生发现传统与现代的商业连接。
W070103B	商业经济基础	<p>素质目标：强化市场意识与全局视角：理解企业经营与宏观经济、微观市场的关联，能从行业和市场全局视角看待商业决策；培养契约精神与合规意识：认识商业活动中产权、合同、竞争规则的重要性，树立尊重市场规则、坚守商业伦理的观念，规避违规经营风险；提升动态适应与创新感知力：对商业经济环境的变化保持敏感，具备适应市场变革的思维潜力。</p> <p>知识目标：掌握商业经济核心基础理论：包括微观经济学核心知识、宏观经济学基础；理解企业经营的经济逻辑：明晰企业的核心目标，掌握企业生产、成本、定价、营销、投融资等环节的经济原理；熟悉市场体系与商业规则：了解商品市场、要素市场的运行机制，掌握市场竞争、产权保护、消费者权益等基本商业规则，以及国际贸易的基础逻辑；了解商业经济热点与行业动态：知晓当前商业领域的关键趋势，理解不同行业的经济特征与盈利模式差异。</p> <p>能力目标：能运用经济理论解释常见商业现象；能进行简单的商业经济分析，为企业小型经营决策提供逻辑支撑；能读懂基础商业经济数据，并通过数据初步判断企业经营状况或市场趋势；具备商业问题解决思路构建能力，形成初步的解决思路框架。</p>	<p>主要内容：本课程内容围绕商业活动的核心逻辑与运行规律展开，涵盖商业经济的基础概念（如商品、价值、价格、市场等）与核心理论（如供需理论、竞争理论、消费者行为基础理论等），同时系统讲解商业组织形式（如个体工商户、企业、连锁经营等）的特点与运营模式，商业流通环节（采购、仓储、物流、销售）的基本流程与管理要点，不同商品的流通渠道、常见的零售业态和批发交易组织、常见的新型商业经营模式、商业运营全过程、商业物流的基本活动以及商业运行环境（宏观经济环境、政策法规环境、技术环境）对商业活动的影响，还会结合实际案例分析商业经济现象（如市场竞争策略、商品定价逻辑）等。</p> <p>教学要求：不仅注重理论知识的传授，还强调实践能力的培养。围绕理论加实践、案例引导、技能培养的思路展开，通过系统讲述商业原理、市场规律、经济分析等基础理论知识。结合真实商业案例，增强学生理解与应用能力，融入模拟经营、市场调研等实践活动，培养学生解决实际问题的能力与商业决策思维。同时注重培养数据分析、团队协作及创新思维等关键技能。考核评价多元化，减少纯理论记忆考核，增加基于案例分析的应用型考题比重，重点考查学生运用经济学原理理解和解释实际商业问题的能力，并结合课堂讨论和作业完成情况进行过程性评价。</p>
W070104B	管理学基础	素质目标： 培养学生形成基本的管理意识和严谨的职业态度，树立团队协作与责任担当精神。引导学生理解管理者的角色与职责，培养计划、组织、领导、	主要内容： 管理的概念、职能与性质、管理者的角色与技能、管理学的研究对象与方法；管理思想和理论；计划和决策；组织设计的原则与任务、组

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
		<p>控制的系统思维习惯，形成以人为本的管理理念和良好的沟通意识，为其未来职业发展奠定坚实的管理素养基础。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握管理的基本概念、原理与发展历程。了解管理思想的演进和主要理论流派。熟悉管理的四大基本职能——计划、组织、领导、控制的核心内容与方法。掌握决策的基本流程、组织结构的基本类型，以及激励、沟通等基本领导技能的理论知识。</p> <p>能力目标：掌握管理原理，能对现实管理现象进行正确分析判断；能够综合运用各种方法进行科学决策；能够运用组织结构设计的原则和理论，对组织进行合理的结构设计和职权配置；能够运用各种管理手段和技巧，正确处理管理工作中的一般问题；能够综合运用管理理论知识解决实际问题。</p>	<p>组织结构类型、组织文化与组织变革；领导与权力、领导理论、激励理论与应用、沟通原理与技巧；控制的类型与过程、控制的方法；管理职能的整合运用。</p> <p>教学要求：教学实施强调“知行合一”，注重将管理理论融入实践情境。采用案例教学法，通过剖析企业真实管理案例引导学生理解抽象理论；推行任务驱动教学，设计模拟管理项目，让学生在制定计划、分工协作、完成任务的过程中亲身体验管理职能；强化课堂互动与角色扮演，通过管理情景模拟训练学生的决策、沟通与协调能力。考核评价应综合化，降低期末记忆性考核权重，增加案例分析报告、管理方案设计、模拟表现等过程性评价比重，全面评估学生的管理思维与实践能力。教师应结合企业管理实践，确保教学内容的实用性与前瞻性。</p>
W070105B	大数据财务管理基础	<p>素质目标：树立严谨的财务数据伦理与合规意识，恪守数据安全、隐私保护及财务保密原则，杜绝数据造假与违规使用；培养数据驱动的财务思维，主动关注财务数据与业务场景的关联，形成以数据支撑决策的职业素养；提升财务数据敏感度与批判性思维，能够理性分析数据结论，避免盲目依赖算法或数据结果。</p> <p>知识目标：使学生掌握财务管理的基本概念和会计报表的基础知识；了解企业主要财务数据的来源和含义；掌握预算管理的基本流程和方法，认知大数据技术在财务分析、风险预警等领域的应用场景和价值。</p> <p>能力目标：能够读懂企业基本财务报表，识别关键财务数据；能够运用基础财务指标分析企业营销活动的投入产出效果，具备参与制定部门预算和进行费用管控的初步能力；能够运用大数据工具进行基础的销售预测和客户价值分析，为营销决策提供数据支持。</p>	<p>主要内容：本课程内容包括财务数据采集、清洗与可视化方法；资金时间价值、成本核算、预算管理等基础财务知识，结合营销场景拆解营收分析、费用控制、盈利评估的核心逻辑；财务大数据工具的基础操作，以及客户价值分析、营销投入产出测算、风险预警等实战场景应用；同步渗透财务合规与数据安全常识，帮助学生建立“营销决策-财务数据”联动思维，掌握用数据支撑营销成本控制、效益优化的基础技能。</p> <p>教学要求：教学实施强调业财融合和数据应用。采用案例教学法，通过真实的企业财务数据和营销场景，让学生在实际分析中掌握技能；推行任务驱动教学，设计基于大数据的财务分析项目，让学生在完成销售预测、预算编制等任务中提升实践能力；强化工具应用，训练学生使用Excel及基础BI工具进行财务数据处理和可视化分析。考核评价应注重实操能力，通过财务分析报告、预算方案等实务作品评估学习效果，弱化纯理论考核。</p>
W070106B	经济学基础	素质目标： 培养学生形成基本的经济学思维素养和敏锐的市场洞察力，能够运	主要内容： 课程内容构建“微观-宏观-应用”三位一体的知识体系。微

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
		<p>用经济学原理观察和分析现实商业现象，引导学生树立诚信经营、理性决策的市场观念，理解市场机制在资源配置中的基础性作用，培养其关注宏观经济政策变化的意识，为后续专业学习奠定坚实的思维基础。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握经济学的基本概念和核心原理，包括需求与供给、弹性理论、成本收益分析等微观经济学基础知识。了解常见的市场结构类型及其运行特征，认知宏观经济运行的主要指标（如GDP、通货膨胀率、失业率）及其相互关系，理解市场失灵与政府调控的基本原理。</p> <p>能力目标：能够运用供需原理分析商品价格波动的原因和市场趋势变化；能够结合成本收益概念对简单的营销活动进行经济效益的初步评估；能够根据市场结构特征分析不同行业的竞争格局和企业行为；具备初步解读宏观经济数据和政策简报的能力，理解宏观经济环境对企业营销决策的影响。</p>	<p>观经济学部分重点讲授需求与供给理论、消费者行为理论、生产者行为理论以及市场结构分析；宏观经济学部分主要介绍国民收入核算、经济增长、经济周期、通货膨胀与失业、宏观经济政策等；应用部分着重探讨经济学原理在市场营销决策中的实际运用，包括价格策略制定、市场环境分析和政策影响评估等。</p> <p>教学要求：教师要关注课程内容的价值取向，提炼课程思政元素，根据经济学基础学科特点，依据教学目标、围绕教学内容，合理设计教学活动，强调课程内容与专业实践、职场需求的对接，创设与行业企业相近的教学情景任务，采用案例教学、小组讨论教学模式等，引导学生运用经济学原理分析身边的商业现象，加强学生经济分析实践能力的培养。教学过程中要突出经济学思维方式的培养，弱化复杂的数学推导，强化概念理解和实际应用。考核评价应采用多元化方式，适当降低期末笔试权重，增加案例分析、经济现象解读等应用型考核的比重，重点考查学生运用经济学知识分析和解决实际问题的能力。</p>

（二）专业核心课程简介

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
W070101C	商务礼仪与沟通	<p>素质目标：培养学生塑造尊重、真诚、自信的职业素养，树立内化于心的礼仪修养与规范意识。引导学生理解商务礼仪在建立信任、展示专业形象中的核心价值，具备跨文化包容性与敏锐的共情能力，能够在各类商务场合中展现出从容得体、不卑不亢的职业风范。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握商务场合中个人职业形象塑造（仪容、仪表、仪态）的核心规范与标准。熟知商务见面、介绍、握手、递送名片及送行等交往环节的礼仪要求。掌握语言与非语言沟通、电话沟通及网络沟通的基本原则与礼仪禁忌。理解并掌握位次排列、会议组织及中西方宴请等会务活动中的关键</p>	<p>主要内容：课程内容遵循“由个人到社交，由基础到综合”的逻辑顺序展开。首先，从个人职业形象塑造入手，详细讲解仪容修饰、着装规范（正装、商务休闲装）及站姿、坐姿、走姿等仪态管理。其次，进入社交互动环节，系统训练见面问候、介绍顺序、握手礼节、名片递送及送别客人的规范。进而，课程将深入讲解语言表达的艺术、非语言信号的解读与运用、电话沟通的流程以及电子邮件、即时通讯等网络沟通的礼仪。最后，综合提升至场景应用，重点讲授轿车、会客厅、会议室的位次尊卑原则，以及会议组织、中餐宴请与西餐基础礼仪等综合</p>

		<p>礼仪知识。</p> <p>能力目标: 能够根据不同商务场景,独立完成符合职业要求的个人形象设计与打理。能够在模拟及真实的商务交往中,规范、流畅地完成见面、介绍与接待等流程。能够有效运用沟通技巧,在面对面、电话及网络等不同媒介中进行清晰、得体、高效的商务沟通。能够正确安排会议与宴请中的位次,并妥善组织或参与常见的商务活动,展现出专业的职业能力。</p>	<p>性商务活动的安排与参与要点。</p> <p>教学要求: 教学实施强调“知行合一”。一是采用情景模拟与实战演练为主的教学方法,在实训室内大量设置仿真商务场景(如客户接待、商务会议、工作餐叙),让学生在实践中固化行为习惯,教师需从旁给予即时点评与纠正。二是案例教学与行为对比分析,通过播放影像资料、分析真实案例,让学生直观感受得体与失礼行为带来的不同后果,深化理解。三是考核评价实操化,期末成绩以情景模拟实操考核为主要依据,重点评估学生在模拟场景中的综合表现,并结合其课堂演练的参与度、日常职业形象保持等过程性表现进行综合评定,确保学生能将礼仪规范转化为自然的职业行为。</p>
W070102C	食品营销	<p>素质目标: 培养学生树立“食品安全与诚信”为首要原则的营销伦理观与社会责任感。塑造严谨、规范的职业习惯,深刻理解食品营销关乎公众健康与生命安全的特殊性。培育学生具备绿色、健康的营销理念,并在所有营销决策与活动中,始终将消费者权益与食品安全置于商业利益之上。</p> <p>知识目标: 掌握食品营销的基本概念、功能及其在食品企业发展中的重要性;掌握食品营销环境的分析方法,了解食品相关的政策法规与广告规范;熟悉食品市场调研与需求预测的步骤与方法;掌握食品消费者购买行为分析模型及其影响因素;系统掌握目标市场战略及营销组合策略在食品领域的应用;了解食品营销计划的制定、组织实施与控制的基本流程。</p> <p>能力目标: 能够运用所学知识对特定食品细分市场进行调研与环境分析,并撰写报告;能够为具体食品进行目标市场选择与定位,并初步制定整合营销方案;能够参与或独立完成食品网络营销、广告创意、促销活动策划、渠道管理模拟等实战任务;在小组项目、案例研讨中,能有效沟通,团队协作完成食</p>	<p>主要内容: 食品营销内涵、食品工业概况、行业特性;宏观/微观环境分析;市场调研步骤、方法、需求预测;消费者需求与动机、影响决策因素、决策过程;食品市场细分、目标市场选择、市场定位;整体概念、生命周期、品牌、包装、新品开发;定价方法、技巧与调整策略;分销渠道类型、成员选择、新零售渠道;广告、人员推销、营业推广、公共关系;典型食品营销、线上营销、营销风险管理;营销计划、组织与控制;为某款真实或模拟食品制定全渠道市场营销方案。</p> <p>教学要求: 摒弃纯理论灌输,采用“教学做一体化”模式,交叉运用课堂讲授、个案研讨、项目导向、情境教学、角色扮演等多种方法;充分利用多媒体、5G+智慧课堂、网络教学平台等数字化资源,丰富教学手段;鼓励自主与合作学习,通过小组讨论、专题作业、营销实战等方式,培养学生的团队协作与解决问题能力;构建过程性考核与终结性考核相结合的体系;将学生的营销实战业绩(如真实销售</p>

		<p>品营销专题作业；能够关注食品营销的新模式，并具备一定的创新应变能力。</p>	<p>业绩、策划案被企业采纳）置换课程学分或相应考核评价的方式，并落实“岗课赛证”融通，鼓励学生用技能竞赛获奖、相关职业证书等置换课程部分成绩；建立并及时更新本土化、时效性强的食品企业案例库；积极与区域食品企业合作，开展校企合作工学结合实践项目，邀请企业导师参与教学或讲座，组织学生进行企业参观、实地调研。</p>
W070103C	市场调查 实务	<p>素质目标： 培养学生具备严谨求实的职业道德和科学精神，树立诚信调查、尊重数据的职业操守。增强团队协作意识与沟通能力，能够有效地在项目小组中扮演角色、承担责任。培育敏锐的市场洞察力与主动服务意识，形成以客户和市场为导向的职业素养，同时注重在实践中培养吃苦耐劳、积极应对挑战的心理素质。</p> <p>知识目标： 使学生系统掌握市场调查的基本理论与原则，理解其在企业决策中的重要作用。熟悉市场调查的完整流程，包括调查方案设计、各种调查方法（如问卷法、访谈法、观察法）的选择与应用、抽样技术的基本原理、调查数据的整理与分析思路，以及调查报告的规范撰写格式与内容要求。</p> <p>能力目标： 使学生能够独立或团队协作完成市场调查方案的设计与初步规划。具备熟练运用问卷、访谈等工具进行信息收集的能力，并能对收集到的数据进行初步的整理、甄别与描述性分析。能够运用基础的数据分析工具或软件，结合专业知识对市场现象进行解读，并撰写出结构完整、逻辑清晰、结论明确的市场调查报告，初步具备将调查结果应用于解决实际营销问题的能力。</p>	<p>主要内容：涵盖市场调查概述、调查方案设计、调查方法运用（重点包括问卷法与访谈法）、抽样设计基础、调查数据的整理与初步统计分析（如描述性统计、交叉分析），以及调查报告的撰写与成果展示。课程强调市场调查从策划、执行到总结的全过程学习。</p> <p>教学要求：本课程应坚持理论联系实际的原则，采用项目驱动、任务导向的教学方法。理论教学需精讲多练，重点讲清概念、原理与方法的应用场景。实践教学环节至关重要，应组织学生围绕真实的或高度模拟的市场问题，分组完成从方案设计、数据收集、分析到报告撰写的完整项目，使学生在“做中学”。教学中应积极引入典型案例分析，鼓励学生进行小组讨论与成果展示，提升其分析问题、解决问题及团队协作的综合能力。同时，需加强对学生调查伦理、数据保密与职业规范的教育，考核方式应结合过程性评价（如项目参与度、实践操作）与终结性评价（如报告质量）。</p>

W070104C	消费者行为分析	<p>素质目标: 培养学生形成“以消费者为中心”的营销伦理观与职业责任感,恪守调研伦理与数据隐私规范。培育学生敏锐的消费者洞察意识、严谨求真的数据思维以及深入的同理心,能够尊重并理解多元化的消费者群体与消费文化,为其未来职业发展奠定坚实的人文素养基础。</p> <p>知识目标: 掌握消费者行为的核心概念与基本框架,理解消费者决策过程的完整逻辑;熟悉影响消费者行为的关键因素:个人因素、社会因素、情境因素;理解消费者行为分析的主流理论(如需求层次理论、双因素理论、计划行为理论)及适用场景,掌握基础分析工具(如问卷调查、访谈、数据统计软件)的应用逻辑;了解消费者行为分析在商业实践中的落地场景,如产品设计、营销策略(定价、渠道、促销)、客户关系管理、品牌传播中的应用原理。</p> <p>能力目标: 能够独立或协作设计调研方案,并运用多种定量与定性工具,开展针对竞争对手、行业动态、目标用户及具体产品的市场调研;能够初步搭建用户数据分析指标体系,运用数据分析工具进行用户行为分析,并据此形成用户标签、构建清晰的用户画像,最终能将洞察结论有效应用于营销策略建议中。</p>	<p>主要内容: 课程构建以“理论认知-方法学习-洞察应用”为主线的三模块内容。首先,深入讲解消费者行为的内部动机(感知、学习、动机、态度等)与外部影响(文化、家庭、社会阶层等)及决策过程理论。其次,核心模块聚焦五大调研方法技能:涵盖竞争环境扫描、行业发展趋势研判、用户访谈与问卷设计、产品测试与反馈收集,以及从数据指标搭建到用户画像绘制的完整流程。最后,通过综合项目,训练学生将消费者洞察应用于解决实际营销问题,如新品定位、广告策划或客户关系管理优化。</p> <p>教学要求: 教学实施强调“做中学”。一是案例化与项目化驱动,采用来自零售、电商、快消等行业的典型案例引导学生讨论,并以一个贯穿学期的综合项目,让学生分组完成从调研到画像构建的全流程实践。二是强化工具与场景实训,要求学生熟练使用在线问卷工具、Excel等数据进行基本分析,并在模拟或真实的商业场景中(如门店观察、用户体验测试)应用所学调研方法。三是考核多元化,降低期末笔试权重,重点考核学生在综合项目中的表现(包括方案设计、数据报告、用户画像成果及汇报答辩),并结合其过程性任务(如访谈提纲、数据分析报告)的完成情况,全面评估其职业能力。</p>
W070105C	电子商务基础	<p>素质目标: 培养学生具备基本的互联网商业伦理与法律意识,遵守诚信经营、保护客户信息的职业道德。培育严谨细致的线上工作作风和主动适应数字技术变革的创新意识。增强团队协作精神与有效的在线沟通能力,为从事电子商务相关岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握电子商务的基本概念、主要商业模式(B2B、B2C、C2C等)及发展趋势。理解电子支付、物流配送、</p>	<p>主要内容: 本课程包括电子商务概述与商业模式、网络零售与平台规则、电子支付与网络安全、电子商务物流、网络营销基础(如SEO、社交媒体营销、内容营销简介)、网店开设与运营实务以及客户关系管理基础。</p> <p>教学要求: 本课程必须贯彻“理论够用、实践为主”的原则,紧密结合当前电商市场的发展现状。理论教学应简明扼要,重点突出其在实际应用中的指导作用。大力强化实践教学环节,积极采用项目教学法、任务驱动</p>

		<p>网络营销及电子商务安全等关键环节的基础知识。熟悉主流电子商务平台的基本运作规则与常见的网络零售流程。</p> <p>能力目标: 使学生能够初步进行网店定位与策划，具备在主流电商平台完成店铺开设与日常运营的实操能力。能够运用基础的网络营销工具与方法进行产品推广与客户服务，并具备处理简单线上交易流程的能力，包括订单处理、客户咨询及售后支持等。</p>	<p>法，例如引导学生分组完成一个模拟或真实的网店开设与运营项目，使其在实战中掌握核心技能。教学中应充分运用电商平台后台模拟、案例分析、角色扮演等多种教学手段，激发学生学习兴趣，提升其解决实际问题的综合职业能力。考核应注重过程性评价，综合考查学生的实践操作能力、项目完成情况及理论运用水平。</p>
W070106C	推销技术	<p>素质目标: 培养学生树立以客户为中心、诚信为本的职业价值观，塑造坚韧不拔、积极乐观的推销心态，具备良好的抗挫折能力与压力管理能力。培育严谨的职业形象意识、规范的商务礼仪习惯与高度的团队协作精神，为从事销售岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握推销的基本概念、原则及现代推销理念。熟悉完整的推销流程（从寻找客户至售后跟踪）各环节的核心知识与要点。掌握客户消费心理与行为分析的基本方法，以及商务沟通、产品展示、价格谈判与异议处理的关键知识。</p> <p>能力目标: 使学生能够独立完成寻找潜在客户、进行约见并做好接近前的各项准备工作。具备与客户进行有效沟通、熟练进行产品展示与说明、灵活应对并处理客户异议，以及主动促成交易与开展售后跟踪服务的能力。能够将推销流程知识综合运用于模拟或真实的销售情景中，解决实际问题。</p>	<p>主要内容: 本课程涵盖现代推销观念与职能、推销人员的职业素养要求、完整的推销流程理论（包括寻找与识别客户、接近前准备、约见与接近客户、面谈与展示、处理客户异议、促成交易、售后跟踪服务）。课程还将重点讲解客户心理分析、推销礼仪与沟通技巧、不同类型产品的推销策略等核心内容。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚持“理论与实践一体化”的教学原则，彻底摒弃纯理论灌输。理论教学应精炼、聚焦于流程与方法论的讲解，服务于技能培养。实践教学环节是课程的核心，应大量采用情景模拟、角色扮演、案例分析与实战项目等教学方法。例如，可以创设高度仿真的销售场景，让学生分别扮演推销员与不同类型的客户，反复演练从接近客户到促成交易的完整流程，并由教师与同学进行点评与指导。教学中应积极引入企业真实销售案例，组织学生进行分析与讨论，并鼓励学生利用课余时间参与销售实践活动。考核方式应注重过程性评价，将情景模拟表现、项目作业完成质量与理论考试成绩相结合，全面评估学生的综合推销技能与职业素养水平。</p>

W070107C	智能客户服务实务	<p>素质目标: 培养学生树立“以客户为中心”的现代服务理念与高度的职业责任感, 塑造严谨、耐心、高效的服务意识, 引导学生理解并恪守客户服务伦理与信息安全规范, 在面对客户投诉与危机事件时, 能保持积极心态与同理心, 并具备人机协同下的团队协作与创新精神, 以适应智能客服时代的职业要求。</p> <p>知识目标: 使学生系统理解客户全生命周期管理理论, 掌握覆盖售前、售中、售后的标准化服务管理体系的核心知识; 认知客服团队的组织架构、岗位职责与培训考核体系; 掌握客户投诉监控、预警与危机公关处理的关键流程与原则; 理解智能客服的应用边界、场景分类, 以及人机对话设计的基本逻辑与数据分析优化的知识框架。</p> <p>能力目标: 能够参与设计并优化售前、售中、售后一体化的服务流程与管理体系; 具备初步的客服团队组建、任务分配与绩效评估的实操能力; 能够有效监控客户反馈, 并按照规范流程独立处理常见客户投诉与一般性危机事件; 能够开展智能客服应用场景的需求调研, 完成基础性的人机对话脚本设计, 并能够解读智能客服系统数据报告, 提出可行的优化建议。</p>	<p>主要内容: 课程内容围绕“体系建设 - 团队管理 - 危机处理 - 智能应用”的逻辑主线展开。首先, 深入讲解如何构建贯穿客户全旅程的服务管理体系, 确保服务标准与质量。其次, 学习客服团队的架构设计、招聘、培训与激励等管理技能。重点模块涵盖客户投诉的监控机制、分级处理流程及危机公关的基本原则与应对策略。课程核心聚焦智能客服, 包括如何通过调研确定其应用场景, 如何设计逻辑清晰、用语自然的人机对话流程与知识库, 以及如何通过分析接通率、满意度、问题解决率等关键数据, 持续优化智能客服的效能与人机协作效率。</p> <p>教学要求: 教学实施强调实战导向与技术赋能, 确保教学内容与行业技术发展同步。一是采用情景模拟与项目驱动教学法, 通过角色扮演模拟售前咨询、售后投诉等真实场景, 通过项目实战提升综合应用能力, 为智能客服系统的模型训练提供可靠的结构化数据支持。二是强化工具应用, 要求学生熟悉至少一种主流的智能客服平台或仿真系统, 进行对话设计、数据看板解读等实操训练。三是考核评价多元化, 大幅降低期末笔试权重, 重点考核学生在情景模拟中的应变能力、项目成果(如对话脚本、优化报告)的质量以及过程性任务完成情况。</p>
W070108C	营销策划	<p>素质目标: 培养学生形成以市场为导向、以消费者为中心的策划思维, 树立诚信守法、注重商业伦理的职业操守。培育敢于创新、勇于实践的策划意识, 以及面对挑战时的坚韧心态。强化团队协作精神与有效沟通能力, 能够在团队项目中明确角色定位, 共同完成复杂的策划任务。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握营销策划的基本原理、完整流程与核心内容。熟悉市场环境分</p>	<p>主要内容: 本课程涵盖营销策划概述与流程、营销策划书的构成要素与撰写技巧、市场调研数据分析与运用、内外部环境分析与SWOT分析、STP营销战略的制定与阐述、4P营销组合策略的创意设计与整合运用(包括产品上市、品牌推广、促销活动等专项策划), 以及营销策划方案的预算编制与效果预估方法。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚决贯彻“项目引领、任务驱动”的教学模式, 将</p>

		<p>析（宏观、微观、SWOT）、STP 战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）以及 4P 营销组合策略（产品、价格、渠道、促销）等核心理论框架。掌握营销策划书的结构范式与撰写规范。</p> <p>能力目标：</p> <p>使学生能够运用所学知识，独立或协作完成针对某一具体产品或市场项目的营销环境分析、SWOT 分析及 STP 战略制定。具备综合运用 4P 理论，为特定企业或产品构思、设计并撰写一份结构完整、逻辑清晰、具有一定可行性的营销策划方案的能力，并能对策划方案的效果进行初步预估与评估。</p> <p>真实的或高度仿真的企业营销策划项目作为核心教学载体。理论教学应服务于实践操作，重点讲解分析工具与方法论的应用。实践环节是课程成败的关键，应组织学生成立项目小组，模拟公司策划团队，完整地经历从市场信息收集、环境分析、战略制定到策略构思与策划案撰写的全过程。教学中应大量采用案例教学、小组研讨、方案答辩等互动形式，激发学生的创新思维，提升其解决实际营销问题的综合职业能力。教师需加强对各小组项目过程的指导与监控，及时提供反馈。考核评价应侧重于过程性考核，将团队策划案的质量、项目过程中的贡献度、方案陈述与答辩的表现作为主要评价依据，全面衡量学生的策划能力与职业素养。</p>
W070109C	<p>素质目标：</p> <p>培养学生树立正确的网络营销职业道德与法律法规意识，恪守诚信推广、保护用户隐私的原则。培育主动适应互联网快速变化的创新思维与持续学习习惯，具备良好的团队协作精神和有效线上沟通能力，为从事数字营销岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标：</p> <p>使学生系统掌握网络营销的基本概念、主流模式与发展趋势。熟悉主流互联网营销渠道（如社交媒体、短视频、内容平台等）的特点与运营规则。掌握网络营销策划的基本流程、内容创意方法与数据效果分析的基础知识。</p> <p>能力目标：</p> <p>使学生能够根据企业或产品定位，初步制定切合实际的网络营销推广计划。具备运营主流社交媒体账号（如微信公众号、抖音、小红书等）进行内容创作与发布、用户互动与社群维护的实操能力。能够运用基础工具进行营销数据的采集与简单分析，并据此优化推广策略。</p>	<p>主要内容：本课程涵盖网络营销概述与核心思维、主流营销渠道（社交媒体营销、短视频营销、内容营销等）策略解析、网络营销策划流程、内容创意与文案撰写、新媒体账号运营与管理、在线社群构建与维护、营销数据监控与初步分析（如阅读量、互动率、转化率等关键指标），以及整合营销案例解读。</p> <p>教学要求：本课程必须坚持“理论与实践深度融合，技能与平台同步更新”的原则。理论教学以“必需、够用”为度，重点讲解各类网络营销模式的运作逻辑与应用场景。实践教学是课程的核心，应积极采用项目教学法、案例教学法，引导学生以小组形式，围绕一个真实或高度模拟的产品/品牌，完成从市场洞察、渠道选择、内容策划、文案创作到数据复盘的全流程实战任务。教学中应充分利用各类新媒体平台的后台模拟系统或真实账号进行实操训练，强化学生的动手能力和解决实际问题的能力。考核应注重过程性评价，将项目成</p>

			果、实操表现与数据分析报告作为主要考核依据，全面评估学生的综合职业能力。
W070110C	数字营销	<p>素质目标：培养学生树立正确的数字营销伦理观与社会责任意识，恪守法律法规与职业道德。激发学生对数字营销领域的创新热情与探索精神，具备数据驱动的思维模式、敏锐的市场洞察力以及良好的团队协作与沟通素养，为适应数字经济的快速变革奠定坚实的素质基础。</p> <p>知识目标：掌握数字营销的核心概念，理解其与传统营销的差异，熟悉数字营销的核心模块（内容营销、社交媒体营销、搜索引擎营销 SEM/SEO、直播电商营销、电子邮件营销）；熟悉主流数字营销平台的运营规则、流量机制与用户画像；理解数字营销数据指标体系：流量指标、转化指标、互动指标的定义与计算逻辑；了解数字营销工具的基础应用：如内容创作工具（Canva）、数据分析工具（百度统计、平台后台数据面板）、投放工具（巨量千川、微信广告助手）的功能与操作逻辑。</p> <p>能力目标：能够独立或团队协作完成一份完整的数字营销策划方案；具备主流数字广告平台的基本操作与投放能力；能够策划并执行社交媒体营销、内容营销等互动营销活动，以提升用户参与度；能够运用数据分析工具对营销效果进行监测、评估，并基于数据提出可行的优化策略，解决实际营销问题。</p>	<p>主要内容：本课程以数字营销核心工作流程为主线构建内容体系。首先，引导学生了解数字经济与商业模式变革，建立对数字营销的整体认知，并明晰相关职业岗位。其次，深入讲解数字营销的底层逻辑、消费者行为变化及主要技术基础。课程核心模块围绕数字营销策划展开，培养学生成目标设定、策略规划与预算制定的能力。紧接着，重点讲授搜索广告、信息流广告等主流数字广告的形式、投放平台与实操技巧。在数字互动营销部分，聚焦社交媒体平台运营、内容创意策划、KOL 合作及社群管理等方法。最后，课程将涵盖关键绩效指标的设定、数据监测工具的使用，以及基于数据分析进行营销策略优化的方法与技能。</p> <p>教学要求：教学实施强调理论与实践深度融合。采用案例教学法，通过剖析经典与实时数字营销案例，帮助学生理解抽象概念。大力推行项目驱动教学，以模拟或真实企业项目为载体，让学生在实战中综合运用所学知识，完成从策划、执行到效果评估的全流程，锻炼其职业能力。授课教师须具备丰富的数字营销实战经验或企业背景，确保教学内容紧跟行业发展趋势。考核评价应注重过程性考核，将项目成果、实验报告、平台实操表现作为重要评价依据，减少纯理论记忆性考核，全面评估学生的综合职业能力。</p>

W070111C	智能客服 数据标注	<p>素质目标: 培养学生养成严谨细致、高度负责的工作态度与质量意识,深刻理解数据安全与用户隐私保护的重要性,恪守职业道德与法律法规。培育耐心、专注的工匠精神,能够适应重复性、精细化工作的要求。增强团队协作意识与有效沟通能力,能够在数据标注项目中清晰反馈问题、协同制定标准,为从事人工智能数据服务相关岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握智能客服系统的基本工作原理及其对高质量训练数据的依赖关系。理解数据标注在人工智能产业链中的角色与价值。熟悉智能客服场景下常见的数据类型(如文本、语音)及其标注规范、分类体系与质量标准。掌握数据标注的基本流程、常用工具的使用方法以及数据清洗与质量校验的基础知识。</p> <p>能力目标: 使学生能够熟练运用一种或多种主流数据标注工具,完成对智能客服相关文本数据(如用户问句、对话日志)的准确分类、实体标注、意图识别及情感判断。具备按照既定规范,对语音数据进行转写与校对的能力。能够独立完成一定批量的数据标注任务,并能进行交叉检验与初步的质量控制,确保标注结果的准确性与一致性,满足项目交付的基本要求。</p>	<p>主要内容:课程涵盖智能客服概述与数据驱动原理、数据标注的基础概念与行业应用、数据标注的完整流程与项目管理规范、智能客服领域典型标注任务(如用户意图分类、槽位填充、情感分析、语音转写等)的标注规范与技巧、常用数据标注工具(如Label Studio等)的实操演练、数据清洗与质量评估方法,以及数据安全与隐私保护规范。</p> <p>教学要求:本课程必须坚持“标准引领、任务驱动、技能为本”的教学原则。理论教学应简明扼要,重点讲解标注规范、流程标准与工具操作要领。实践教学是课程的核心与生命线,应构建高度模拟企业真实项目的实训环境,通过引入企业真实案例脱敏后的数据或构建高度仿真的数据集,让学生以项目小组形式,完成从数据理解、规范学习、工具操作到实际标注、质量互检、问题反馈与报告输出的全流程实战。教学中应强调标准化操作与质量意识的培养,通过大量的重复性、精细化训练,使学生熟练掌握核心标注技能。考核评价应侧重于过程性考核,将标注任务的完成质量、效率、规范遵循度以及团队协作表现作为主要评价依据。</p>
W070112C	食品销售 与管理	<p>素质目标:培养学生树立诚信经营、合规守法的销售职业道德与坚韧不拔、积极进取的销售精神。塑造以客户为中心的服务意识、强烈的责任担当与团队协作精神,使其具备在面对挑战与压力时的良好心理素质和沟通同理心,为胜任销售及管理岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标:使学生系统掌握销售与管理的全流程核心知识。理解销售计划制定的目标、方法与构成要素;掌握客户开</p>	<p>主要内容:课程内容遵循“个人销售能力”与“团队渠道管理”双线并重的逻辑架构。首先,从销售管理的起点——销售计划的制订切入,讲解目标分解与策略规划。核心模块系统训练学生的个人销售技能,包括客户开发策略、标准化的客户拜访流程、基于客户需求的产品解决方案设计与演示技巧,以及商务洽谈中的报价、磋商与成交技巧。针对大客户销售,专门讲解项目招投标的基本流程与</p>

		<p>发、拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈及项目招投标等关键环节的理论模型、策略与规范流程；认知销售团队组建、激励、考核及销售渠道开发、维护与管理的基本理论与方法。</p> <p>能力目标：能够依据市场分析，参与制订切实可行的销售计划。能够有效运用多种方法开发新客户，并独立完成专业的客户拜访、需求挖掘与产品方案演示。具备参与商务谈判、处理异议并促成交易的能力，能初步应对项目招投标工作。掌握基础的销售团队日常管理与渠道支持、管控的技能，能够初步解决销售一线的实际问题。</p>
W070113C	<p>品牌策划与推广</p> <p>素质目标：培养学生建立系统性的品牌思维与强烈的知识产权保护意识，塑造对品牌塑造工作的敬畏心与创新精神，引导学生深入理解品牌的价值与责任，具备良好的审美素养、市场洞察力及团队协作能力，为其未来从事品牌相关工作奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握品牌构建及推广的全流程核心知识；理解品牌现状分析（如品牌审计、SWOT分析）的理论框架、品牌定位的核心理论与策略；掌握品牌人格化、命名、广告语创作、故事写作、Logo设计、IP构建、感官设计及整合营销推广的基本原则、方法与经典模型。</p> <p>能力目标：能够运用科学工具对品牌现状进行调研与分析，并据此完成清晰的品牌定位；能够独立或团队协作，完成包括品牌命名、广告语创作、品牌故事撰写在内的一系列核心品牌识别要素的创意产出；具备基础的品牌Logo与IP的创意构思能力，并能将品牌人格</p>	<p>标书制作要点。课程后半部分提升至管理视角，深入讲解销售团队的组建、目标设定、绩效激励方法，以及销售渠道的开发、激励、冲突解决与效能评估。</p> <p>教学要求：教学实施强调实战化与情景化。一是采用角色扮演与案例教学法，大量设置模拟商务洽谈、客户拜访、招投标答辩等情景，让学生在高度仿真的环境中演练技能、积累经验。二是推行项目贯穿式教学，以一份完整的《XX区域/产品线销售计划与管理方案》作为核心项目，要求学生将计划制定、客户开发、团队管理等知识融会贯通。三是考核评价综合化，大幅降低期末笔试权重，重点依据学生在情景模拟中的表现、项目方案的质量以及过程性任务（如洽谈方案、投标书）的完成情况进行评价，全面评估其销售实战能力与管理潜质。</p> <p>主要内容：课程遵循品牌建设的实际工作流程构建内容体系。首先，从品牌现状分析入手，教授学生如何使用调研工具评估市场环境与品牌资产。核心部分系统讲授品牌定位策略，并在此基础上，深入展开品牌人格化、命名、广告语、品牌故事等核心识别系统的创意方法与技巧。进而，课程将涵盖品牌Logo、IP及感官识别系统（视觉、听觉等）的设计理念与表达方法。最后，课程将整合前述内容，讲解如何运用线上线下多种渠道制定有效的品牌整合推广计划，将品牌核心价值传递给目标市场。</p> <p>教学要求：教学实施强调创意与实践并重。一是采用项目驱动教学法，以模拟或真实的品牌项目贯穿教学始终，要求学生分组完成从市场分析、定位到全套品牌识别系统设计及推广方案制定的全流程任务，培养其系统策划能力。二是案例教学与workshop工作坊相结合，通过剖析成</p>

		<p>与定位转化为具体的感官元素与推广方案，最终形成一份完整的品牌策划与推广方案。</p>	<p>功与失败的品牌案例启发学生，并通过广告语创作、Logo构思、故事写作等专题工作坊训练其创意执行技能。三是考核评价综合化，期末成绩以最终的品牌策划全案为主要考核依据，并结合其在各工作坊中的创意产出、课堂案例讨论的参与度进行过程性评价，全面评估学生的策划能力、创新能力与团队协作能力。</p>
W070114C	服务营销	<p>素质目标：培养学生树立“以顾客为中心”的现代服务理念与真诚利他的服务意识，塑造严谨、耐心、细致的职业品格。引导学生深刻理解服务质量对顾客忠诚与企业声誉的重要性，具备在面对服务失误时积极负责的态度与同理心，并形成持续改进的服务创新精神。</p> <p>知识目标：使学生系统了解服务营销区别于产品营销的独特理念与核心概念。深入理解顾客服务期望的形成机制、类型及其对满意度的影响。掌握建立、维护与发展顾客关系的核心策略与模型。掌握服务创新、服务蓝图设计的基本方法，了解服务标准的定义与设定原则，并熟练掌握服务补救的原则、流程与关键技巧。</p> <p>能力目标：能够运用科学工具分析与洞察顾客的服务期望。能够参与制定并实施有效的顾客关系建立与维护策略。具备初步的服务流程创新与服务蓝图绘制的能力，能参与关键服务环节的标准制定。能够遵循规范流程，独立并妥善地处理常见的顾客投诉与服务失误事件，执行有效的服务补救，化解客户危机。</p>	<p>主要内容：课程内容围绕“理念-期望-关系-设计-标准-补救”的逻辑链条展开。首先，引导学生深入理解服务营销的核心理念及其独特性。其次，重点分析顾客服务期望的构成与管理。核心模块涵盖通过服务质量提升与客户关怀来建立长期顾客关系的策略。进而，课程将讲授服务创新思维与服务蓝图的设计方法，并引导学生理解如何将蓝图转化为可执行的服务标准。最后，课程将设置关键模块，系统讲解服务补救的策略、黄金法则与标准化操作流程，包括如何道歉、紧急复原、公平补偿并从系统性层面预防问题复发。</p> <p>教学要求：教学实施强调沉浸体验与实战训练。一是采用情景模拟与案例分析法，大量设置真实的服务场景（如酒店前台、客服热线、零售现场），让学生通过角色扮演深刻体会顾客心理与服务人员的应对策略，并通过对正反面服务案例的剖析，深化理论认知。二是项目驱动，以“为某一服务企业设计服务优化方案”作为贯穿项目，要求学生完成从顾客期望分析、服务蓝图绘制到服务补救流程设计的全流程任务。三是考核多元化，降低期末笔试权重，重点考核学生在情景模拟中的应变与沟通能力、项目方案的质量以及过程性任务（如服务蓝图绘制、投诉回应文案）的完成情况，全面评估其服务营销的职业能力。</p>

W070115C	商务数据分析与应用	<p>素质目标: 培养学生形成严谨、求真的数据思维与尊重事实、客观理性的职业态度。树立数据安全与隐私保护意识,恪守职业道德与法律规范。培育学生基于数据发现问题、分析问题的意识,以及通过数据洞察支持决策的科学精神,为从事数据驱动的营销工作奠定坚实的素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统理解商务数据的主要类型、来源与价值。掌握数据收集的常用渠道与方法论。熟悉数据清洗、整理与预处理的核心原则与流程。理解描述性统计、趋势分析、对比分析等常用数据分析思路与方法。掌握数据可视化的基本原则、常用图表类型及其适用场景。</p> <p>能力目标: 能够根据给定的业务需求,制定数据收集方案并利用工具获取有效数据。能够运用 Excel 等工具对原始数据进行清洗、转换与整理,使其满足分析要求。能够运用适当的分析方法对营销数据(如销售、客户、市场数据)进行初步分析,揭示业务洞察。能够将分析结果通过数据可视化工具(如图表、仪表盘)清晰、直观地呈现,并撰写简洁的数据分析报告,支持营销决策。</p>	<p>主要内容: 课程内容构建以“数据流程”为核心的教学体系。首先,讲解商务数据的分类与来源,并学习如何通过公开渠道、平台后台及调研等方式进行有效收集。其次,重点讲授数据处理的技能,包括数据清洗、整合与格式标准化,为分析做好准备。核心模块围绕数据分析思路展开,训练学生运用多维度拆解、趋势分析、对比分析等方法解读数据。最后,课程将系统讲解数据可视化原理,训练学生选择合适的图表类型,并利用工具将分析结论转化为清晰的图表和专业的数据报告,完成从数据到决策的闭环。</p> <p>教学要求: 教学实施强调“做中学”与“业务导向”。一是采用任务驱动与案例教学法,以企业真实的业务场景(如销售复盘、用户行为分析、活动效果评估)为项目任务,让学生在解决具体问题中掌握全套数据技能。二是强化工具实操,重点围绕 Excel 及主流 BI 工具(如 Power BI 或 Tableau Public)进行高强度实训,使学生熟练掌握从数据处理到可视化的核心工具链。三是考核评价实战化,期末成绩以综合项目报告为核心考核依据,评估其数据收集、处理、分析与可视化的综合能力,并结合平时实验任务的完成情况进行过程性评价,弱化纯理论考核。</p>
W070116C	智慧物流与供应链管理	<p>素质目标: 培养学生树立全局、协同与高效的现代供应链管理思维,具备严谨、负责的质量意识与成本意识。培育在数字化环境下的团队协作精神与有效沟通能力,能够理解并尊重供应链各环节的角色与价值。增强对智慧物流新技术的敏感度与主动学习意识,形成利用数据驱动的逻辑分析与问题解决的习惯,为从事与营销紧密相关的物流、渠道管理及供应链协同岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标:</p>	<p>主要内容: 本课程涵盖供应链管理基础概念与核心流程、智慧物流的技术体系与发展趋势(包括物联网、大数据、云计算、机器人流程自动化等)、智慧仓储管理与仓储管理系统(WMS)应用、智能运输与配送管理及运输管理系统(TMS)应用、供应链需求预测与库存控制策略、供应链协同与客户关系管理,以及智慧供应链的典型应用案例分析与优化方法。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚持“理论与场景结合,认知与实践并重”的原则。</p>

		<p>使学生系统掌握供应链与物流管理的基本概念、核心流程及其在现代商业体系中的战略地位。理解智慧物流的核心技术（如物联网、大数据、人工智能等）在仓储、运输、配送等环节的应用原理与价值。熟悉典型供应链模式（如敏捷供应链、精益供应链）的特点及适用场景，掌握供应链需求预测、库存管理、客户服务水平的基本方法论。</p> <p>能力目标：</p> <p>使学生能够初步分析企业供应链的整体结构与运作流程，并识别其关键环节。具备运用基础信息技术工具（如WMS/TMS模拟系统）查询物流状态、处理基本订单流程的能力。能够结合营销数据，对市场需求进行初步预测，并理解其对库存计划和物流响应速度的影响。能够针对简单的供应链案例，提出在智慧物流技术应用或流程优化方面的初步改善建议。</p>
W070117C	商务谈判	<p>素质目标：培养学生树立“双赢合作”的现代谈判理念与诚信守约的职业操守；塑造沉着冷静、自信坚韧的心理素质，以及在压力下保持礼貌与风度的职业素养；培育学生的跨文化理解能力、沟通同理心与团队协作精神，使其能够在谈判中建立并维护长期稳定的商务关系。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握商务谈判的基本概念、类型与基本原则；理解谈判的基本流程，包括准备、开局、磋商、成交与履约各阶段的核心任务；掌握信息收集、谈判目标设定、策略选择与方案准备的知识；熟悉报价、议价、让步、打破僵局及促成协议的关键策略与技巧。</p> <p>能力目标：能够独立完成谈判前的信息搜集与分析，并制定切实可行的谈判方案；能够在模拟及真实场景中，灵活运用沟通、倾听与提问技巧，有效阐述己方观点；具备报价、讨价还价、处理异议与打破僵局的基本实操能力，并能初步识别和应对常见的谈判策略与陷阱，</p> <p>主要内容：本课程内容涵盖商务谈判的基本概念、原则与流程，包括谈判前的市场调研、目标设定、方案制定及筹码准备；讲解谈判礼仪、沟通技巧、倾听与表达方法，以及价格、条款、合作条件等核心议题的协商策略；介绍让步、妥协、僵局破解及签约履约的关键要点，同时融入营销场景中的客户需求挖掘、利益平衡点寻找、关系维护等实战逻辑；通过案例分析、模拟谈判等形式，涵盖B2B、B2C等不同营销场景的谈判差异，帮助学生掌握洞察对手心理、灵活运用谈判技巧、促成合作达成的基础能力。</p> <p>教学要求：教学实施强调“在谈判中学习谈判”。一是采用情景模拟与角色扮演为核心教学法，设计涵盖采购、销售、合作等多样化的高度仿真谈判案例，让学生分组扮演不同角色，在实战中演练策略、积累经验。二是案例分析与复盘讨论，通过对经典商业谈判案例的剖析与每次模拟</p>

		最终促成协议的达成。	谈判后的复盘，引导学生深度理解理论、反思自身不足。三是考核评价实战化，期末成绩以模拟谈判过程中的综合表现(包括方案准备、策略运用、团队协作与最终成果)为主要依据，并结合其谈判方案书的撰写质量进行评价，弱化纯理论记忆考核，全面评估其谈判实战能力。
W070118C	零售管理	<p>素质目标: 培养学生树立以客户为中心、服务为本的零售职业理念，具备严谨负责的工作态度和良好的商业职业道德。培育敏锐的市场洞察力与成本控制意识，能够主动适应零售行业快速变化的环境。增强团队协作精神、沟通能力及解决现场突发问题的应变能力，为从事零售运营、门店管理及相关岗位奠定坚实的综合职业素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握零售管理的基本概念、核心职能及零售业态的分类与发展趋势。熟悉零售门店的日常运营管理流程，包括商品结构规划、陈列与库存管理、采购与供应链基础、定价与促销策略及门店财务管理基本知识。理解零售客户关系管理、服务礼仪与销售技巧的核心要点。</p> <p>能力目标: 使学生能够初步进行零售门店的选址分析、布局规划与商品陈列设计。具备处理门店日常运营事务的能力，包括收货、验货、库存盘点、销售数据初步分析及促销活动的执行。能够有效运用客户服务技巧与沟通话术处理现场销售与基础客诉，并初步具备对零售团队进行班次安排与现场督导的基层管理能力。</p>	<p>主要内容: 本课程涵盖零售业概述与业态演变、零售战略与商业模式、门店选址与布局规划、商品管理与采购流程、零售定价与促销策略、库存控制与物流基础、零售视觉陈列与氛围营造、门店日常运营与安全管理、零售服务礼仪与销售技巧、客户关系管理与投诉处理，以及零售团队管理与绩效考核基础。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚持“理论与实践紧密结合，技能与素养同步提升”的原则。理论教学应精炼实用，紧密结合当前零售市场的最新实践，重点讲解管理流程与方法论的应用。实践教学是课程的核心环节，应积极采用情景模拟、角色扮演、案例分析与项目教学法。例如，可以引导学生分组模拟运营一家“虚拟门店”，从选址定位、商品规划、促销策划到运营管理进行全流程模拟决策；或深入分析知名零售企业的真实案例，并组织学生到合作企业进行现场观摩与教学实习。教学中应充分利用信息化教学手段，如引入POS系统模拟软件进行数据实操，强化学生对零售数据的敏感度与分析能力。考核评价应注重过程性考核，将案例分析报告、模拟项目成果、实践操作表现与理论考试相结合，全面评估学生的零售运营与管理能力。</p>

（三）专业拓展课课程简介

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
W070101D	经济法律知识	<p>素质目标: 培养学生树立牢固的法治观念与诚信守法的职业操守，在未来的市场经营活动中具备高度的社会责任感与契约精神。培育严谨、审慎的法律风险防范意识，能够自觉运用法治思维分析和应对市场经济活动中的问题。增强在商业活动中保护消费者权益、尊重知识产权和维护公平竞争的市场秩序的自觉性，为成为一名知法、懂法、守法的合格营销专业人才奠定坚实的素质基础。</p> <p>知识目标: 使学生系统掌握与市场营销活动紧密相关的基本法律原理和核心法律制度。重点熟悉市场主体法（如公司法）、市场行为法（如广告法）、权益保护法（如消费者权益保护法、产品质量法）以及竞争规制法律（如反不正当竞争法）的核心内容与法律规定。了解解决经济纠纷的基本途径与法律程序。</p> <p>能力目标: 使学生能够初步识别市场营销各环节（如合同签订、广告发布、产品销售等）中常见的潜在法律风险。具备运用相关法律知识，规范地起草与审核简单的营销业务合同、判断广告内容的合法合规性、正确处理客户投诉及应对基础消费争议的能力。能够为企业营销决策提供初步的法律合规性分析与建议，有效规避常见的法律陷阱。</p>	<p>主要内容: 本课程涵盖经济法基础理论、公司法律制度与企业形式、合同法律制度（侧重合同的订立、效力、履行、违约责任及营销合同的实务要点）、广告法律制度与合规审查、产品质量法律制度与生产者销售者责任、消费者权益保护法律制度与纠纷解决、反不正当竞争法律制度与典型行为界定、知识产权法律制度（商标权、专利权基础）以及经济纠纷的解决途径（仲裁与诉讼）。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚持“以案说法、学以致用”的原则，紧密贴合市场营销专业学生的未来职业场景。理论教学应精炼、准确，着重阐释法律条文背后的立法宗旨与商业逻辑。教学方法上应大量采用案例教学法、情景模拟法和课堂讨论法，选取真实的、具有代表性的商业法律纠纷案例（特别是营销领域的典型案例），引导学生分析讨论，将抽象的法律规定转化为具体的行动准则。鼓励学生角色扮演，模拟合同谈判、消费投诉处理等场景，在实践中深化对法律知识的理解和运用。考核评价应注重过程性考核，将案例分析报告、情景模拟表现与法律文书撰写能力作为重要评价依据，确保学生真正具备将法律知识转化为职业能力的基础。</p>
W070102D	渠道管理	<p>素质目标: 强化商业伦理与诚信意识：在渠道合作中坚守合规底线，维护各方利益；提升跨部门/跨主体协作素养：培养风险预判与抗压素质：对渠道环境变化敏感，能冷静应对渠道断链、窜货等突发问题。</p>	<p>主要内容: 本课程内容涵盖营销渠道的基本概念、类型与结构模式，包括传统渠道（经销商、代理商、零售商）与新兴渠道（电商平台、社群营销、直播带货）的特点与适配场景；讲解渠道设计、合作伙伴选择、渠道成员</p>

		<p>知识目标：掌握渠道管理核心理论：包括渠道结构设计理论、渠道行为理论、渠道权力与控制理论等；理解渠道成员类型与特性：明晰制造商、批发商、零售商、代理商、电商平台等不同成员的功能、需求及合作模式；熟悉渠道运营关键环节知识：如渠道成员选择标准、渠道定价策略、物流与库存管理、渠道促销协同、渠道绩效评估指标；了解渠道环境知识：包括行业竞争格局、政策法规、技术发展对渠道的影响。</p> <p>能力目标：渠道规划与设计能力：能结合企业产品特性、目标市场需求，设计适配的渠道结构；渠道成员管理能力：具备筛选、谈判、签约优质渠道成员的能力，同时能通过培训、激励提升成员忠诚度与执行力；渠道问题解决与优化能力：能识别并解决渠道冲突，通过数据分析优化渠道效率；数字化渠道运营能力：掌握线上渠道的运营逻辑，能利用数字化工具实现渠道数据化监控与管理。</p> <p>激励与约束机制，以及渠道铺货、价格管控、库存管理、冲突化解的核心方法；融入渠道绩效评估指标（如覆盖率、周转率、利润率）与优化策略，结合营销实践拆解渠道资源整合、线上线下渠道融合的实战逻辑；通过案例分析与场景实训，帮助学生掌握渠道规划、维护与优化的基础技能，建立“渠道-市场-客户”联动思维，理解渠道高效运转对营销目标达成的支撑作用。</p> <p>教学要求：学生系统掌握渠道设计、成员选择、冲突解决、绩效评估等核心理论知识，理解不同行业渠道模式的特点与适配逻辑；能够运用渠道规划工具、数据分析方法及谈判沟通技巧，独立完成渠道方案设计、成员协调及风险应对等实践任务；培养以市场需求为导向的渠道思维，树立诚信合作、长期共赢的渠道伦理观，具备应对数字化转型背景下渠道创新（如线上线下融合、跨境渠道运营）的适应能力与决策素养，最终实现从理论认知到实战应用的转化，为后续从事渠道开发、经销商管理、终端运营等工作奠定扎实基础。</p>
W070103D	<p>素质目标： 培养学生树立以数据驱动决策、追求投资回报的精准营销理念，恪守广告法律法规与行业伦理，高度重视用户隐私保护。培育严谨细致的广告投放操作习惯、面对投放数据的理性分析态度以及基于市场反馈的持续优化意识。增强团队协作精神与有效沟通能力，能够在广告项目中明确分工、协同完成从策划到优化的全流程任务，为从事数字广告相关岗位奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标： 使学生系统掌握数字广告的基本概念、主要类型（如搜索广告、信息流广告、视频广告等）及其展现原理。</p>	<p>主要内容：本课程涵盖数字广告概述与生态格局、主流广告类型与计费模式解析、数字广告投放全流程（目标-KPI-受众-创意-出价-预算-上线）、主流广告平台（如巨量引擎/腾讯广告）后台功能与操作实务、广告数据指标体系解读与效果分析、广告创意策划与A/B测试方法、搜索广告与信息流广告的实战策略以及广告合规与风险控制。</p> <p>教学要求：本课程必须坚决贯彻“平台实操主导、数据驱动教学”的原则。理论教学应服务于平台实操，精讲核心概念与流程逻辑。实践教学是课程的核心，必须依托主流数字广告平台的官方教学版或高度仿真的模拟系统，构建真实的广告投放环境。教学</p>

		<p>熟悉主流数字广告平台（如巨量引擎、腾讯广告等）的生态体系与基本规则。掌握数字广告投放的完整流程，包括目标设定、受众画像分析、广告创意策划、出价与预算管理、数据指标解读以及效果优化的重要知识节点。</p> <p>能力目标： 使学生能够根据营销目标，初步制定结构清晰、预算合理的数字广告投放计划。具备在主流广告平台模拟系统中完成广告账户搭建、受众定向设置、广告创意上传及上线投放的基本操作能力。能够运用平台提供的数据分析工具，对广告活动的关键绩效指标（如曝光量、点击率、转化成本等）进行监控与基础分析，并能依据数据反馈对广告出价、定向及创意进行初步的调整与优化。</p>	<p>应以项目任务为驱动，例如要求学生以小组形式，为指定产品或品牌完成一套从策略规划、账户搭建、模拟投放到数据复盘与优化的完整广告项目。教学中应大量引入行业真实案例进行剖析，并引导学生关注广告素材的最新动态与优化技巧。考核评价应侧重于过程性考核，将项目方案、平台实操记录、数据复盘报告及优化建议作为核心评价依据，确保学生真正掌握数字广告投放的关键技能。</p>
W070104D	食品企业管理	<p>素质目标：培养学生树立“食品安全重于泰山”的高度社会责任感与诚信经营的职业道德；塑造严谨、规范的质量意识与风险防控意识，深刻理解食品企业所承担的特殊社会责任；培育学生具备绿色、可持续发展理念，并在管理决策中始终将消费者健康与权益置于首位。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握食品企业管理的基本框架与核心职能，包括战略规划、生产运营、营销与财务管理等基础知识；重点理解食品行业特有的法律法规、食品安全管理体系与质量标准；掌握食品产品开发、品牌建设、渠道特性及供应链管理的特殊要求与相关知识。</p> <p>能力目标：能够初步参与食品企业市场调研、产品定位及营销策划方案的制定；具备初步的成本分析与营销预算管理能力；能够理解和应用食品安全与质量管理的核心流程，参与质量问题的初步分析与排查；能够结合食品行业特点，对供应链管理、渠道建设等提出初步的合理化建议，具备解</p>	<p>主要内容：课程内容构建以“行业特殊性”为核心的知能体系。首先，从食品行业的宏观环境与法规监管切入，阐述其高风险、强监管的特点。核心模块围绕食品企业的关键管理活动展开：包括以食品安全与质量控制为核心的生产运营管理，结合快速消费品特性的产品开发、品牌策划与全渠道营销管理，以及涵盖冷链等特殊要求的供应链与物流管理。同时，课程将贯穿成本控制与财务效益分析的基础知识，使学生理解企业管理活动的整体性与关联性。</p> <p>教学要求：教学实施强调“行业导向”与“案例引领”。一是采用案例教学法，大量选用来自饮料、乳制品、休闲食品等领域的真实企业案例，引导学生分析其成功经验与失败教训，特别是食品安全事件危机公关案例，以强化其责任意识。二是项目驱动学习，通过模拟项目（如为一款新产品制定从概念到上市的综合管理方案）让学生整合运用生产、质量、营销与供应链知识。三是考核评价综合化，期末</p>

		<p>决食品企业常见管理问题的基本能力。</p>	<p>考核以案例分析报告或项目方案为主，重点考查学生对食品行业特质的理解及其综合应用管理知识解决实际问题的能力，并结合课堂讨论与过程性任务完成情况进行综合评价。</p>
W070105D	市场营销沙盘模拟	<p>素质目标： 培养学生形成全局性、系统性的企业经营管理思维，强化在动态竞争环境下的风险意识与战略决策魄力。培育坚韧不拔、积极应对市场变化的心理素质与抗压能力，塑造诚信经营、遵守规则的职业操守与契约精神。深化团队协作精神，提升在高压决策情境下的有效沟通、冲突化解与组织协调能力，为未来胜任管理岗位奠定坚实的综合素质基础。</p> <p>知识目标： 使学生能够将《市场营销》《市场调查》《推销技术》《营销策划》等前期课程所学的分散理论知识进行系统性整合与串联。深入理解企业整体运作中市场营销与生产、物流、财务、人力资源等其他职能领域的有机联系与相互影响。掌握在模拟市场竞争环境中进行市场分析、战略定位、营销组合决策（4P）及财务盈亏分析的综合性知识体系。</p> <p>能力目标： 使学生能够以团队形式，全面负责一家模拟企业的运营与市场竞争。具备独立进行市场情报分析、预测市场需求、制定并执行年度营销战略与全面预算的能力。能够根据市场竞争态势，动态调整产品、价格、渠道与促销组合决策，并具备对经营成果进行财务分析、诊断问题并持续优化经营策略的综合运营能力。</p>	<p>主要内容：本课程涵盖市场营销沙盘模拟的规则体系与运营流程讲解、模拟企业的初始状态设定与战略环境分析、年度经营计划的制定与全面预算管理、基于动态市场需求的营销组合（4P）竞争性决策、模拟企业整体运营（涵盖生产、采购、融资等）的协调与执行、每期经营成果的财务报表解读与战略得失分析，以及多期经营后的战略复盘与优化路径探讨。</p> <p>教学要求：本课程必须坚持“学生主导、竞争驱动、复盘升华”的沉浸式教学模式。教师角色应从传统的知识传授者转变为市场环境的构建者、规则的解释者与决策过程的引导者。教学组织上，应将学生分为若干模拟企业团队，每个团队成员分别担任CEO、市场总监、财务总监等关键角色，在连续多个模拟经营年度中，与其他团队在相同的市场环境下进行激烈竞争。课程核心环节在于每一经营周期后的成果复盘，教师需引导各团队深度剖析决策背后的逻辑、成功经验与失败教训，从而实现从感性操作到理性认知的飞跃。考核应完全基于过程性评价，重点关注团队的经营业绩、战略规划的科学性、团队协作效率及最终的复盘报告质量。</p>
W070106D	人力资源管理	<p>素质目标： 培养学生树立“以人为本”的现代管理理念，具备尊重员工、公平公正的职业操守和强烈的法律意识，恪守劳动关系中的保密与诚信原则。培育良好的沟通意愿、团队协作精神及基础</p>	<p>主要内容：本课程涵盖人力资源管理概述与战略角色、人力资源规划与工作分析、员工招聘的渠道与甄选技术（重点包括面试技巧）、员工培训与开发体系的构建、绩效管理的流程与常用方法（如KPI）、薪酬福利的构</p>

		<p>的服务意识，能够从人力资源管理的视角理解团队建设与组织效能的重要性。增强在人员管理中的同理心与解决人际冲突的初步意识，为未来从事团队管理或协同人力资源部门工作奠定坚实的职业素养基础。</p> <p>知识目标： 使学生系统掌握人力资源管理的基本概念、职能模块及其在组织中的战略价值。熟悉人力资源规划、工作分析、员工招聘与配置、员工培训与开发、绩效管理、薪酬福利管理及员工关系管理等六大核心模块的基础理论知识。了解与市场营销活动密切相关的劳动法律法规、社会保险及劳动合同管理等关键知识点。</p> <p>能力目标： 使学生能够初步进行岗位工作分析说明书的解读与撰写，具备运用基本工具和方法（如结构化面试）参与销售岗位人员招聘与甄选的实务操作能力。能够初步设计针对销售新员工的培训方案，并理解绩效管理与薪酬体系的基本运行逻辑。具备处理基础员工入职、离职手续及建立与管理简单人事档案的能力，能够初步运用相关法律知识分析和处理常见的劳动关系问题。</p>
W070208D	<p>人工智能 +企业数 字化管理</p>	<p>素质目标：培养学生具备数字化转型意识，树立人机协同、数据驱动的管理理念。培育创新思维和变革精神，强化科技伦理责任意识。塑造开放包容、持续学习的工作态度，形成数字化时代的职业素养，为未来智能企业管理奠定素质基础。</p> <p>知识目标：掌握人工智能基本原理及其在企业管理中的应用场景，理解数字化转型的内涵和实施路径。熟悉智能管理系统架构，了解大数据、云计算等支撑技术。掌握数据驱动的决策方法，认识人工智能在营销、人力、财务等管理领域的应用模式。</p> <p>能力目标：能够分析企业管理需求并</p> <p>主要内容：课程系统介绍人工智能技术基础及其对企业管理的变革影响，重点讲解数字化转型的战略框架和实施路径。详细分析智能管理系统架构，包括ERP、CRM等系统与AI技术的融合应用。深入探讨数据驱动的智能决策方法，涵盖数据采集、分析和可视化技术。具体解析人工智能在企业管理各领域的应用实践，包括智能营销、智能人力资源、智能财务和智能运营等模块。通过典型案例分析，展示人工智能如何优化管理流程、提升决策效率和创造商业价值，同时探讨人工智能应用的伦理规范和管理挑战。</p> <p>教学要求：教学实施应采用理论与实</p>

		<p>提出智能化解决方案，具备智能管理工具的基本操作能力。能够运用数据分析支持管理决策，具备业务流程智能化优化的初步能力。能够参与企业数字化项目实施，具备智能系统应用的实践能力。</p>	<p>践深度融合的模式，通过真实企业案例帮助学生理解人工智能在管理中的应用价值。配备智能化管理软件实训平台，组织学生完成数据分析、流程优化等实操训练。开展数字化项目实践，培养学生解决实际问题的能力。考核应注重过程评价，结合项目方案设计、系统操作等实践成果进行综合评定。</p>
W070209D	<p>人工智能 +数智 营销</p>	<p>素质目标：培养学生建立“数据驱动、人机协同”的现代营销理念，塑造严谨求真的科学态度与开放包容的创新精神。引导学生深刻理解人工智能技术的伦理边界与社会责任，在营销活动中坚守用户隐私保护与算法公平原则，培育面对技术变革的适应能力与终身学习意识。</p> <p>知识目标：使学生系统掌握人工智能在营销领域应用的基本原理与核心概念。理解机器学习、自然语言处理、计算机视觉等关键技术及其营销价值。掌握用户画像构建、智能内容生成、精准投放与效果归因等数智化营销流程的知识体系。熟悉主流AI营销工具的平台特性与适用场景。</p> <p>能力目标：能够运用AI工具进行市场趋势预测与消费者洞察分析。具备操作智能内容生成工具创作营销素材的初步能力。能够配置和执行程序化广告投放，并运用AI数据分析工具监测和优化营销效果。初步掌握基于用户行为的个性化推荐策略设计，实现营销决策的智能化升级。</p>	<p>主要内容：课程构建“基础认知-技术应用-战略提升”三阶内容体系。首先讲解人工智能发展脉络及其重塑营销格局的核心逻辑。技术应用模块重点训练智能用户画像构建、AI内容生成（文案、图像、视频）、程序化广告投放与智能客服等实战技能。战略提升部分着重培养数据驱动的营销策略优化能力，包括智能投放效果分析、用户生命周期价值预测、个性化营销策略制定以及AI营销伦理风险评估与防范。</p> <p>教学要求：教学实施坚持“技术赋能、实战引领”原则。采用项目驱动教学法，以企业真实营销场景为课题，让学生使用AI工具完成从用户洞察到效果优化的全流程方案。强化实验教学环节，配备主流的AI营销工具与平台，通过大量的实操训练巩固技能。建立多元考核机制，以AI营销方案的质量与实操成果为主要评价依据，重点考察技术应用能力与数据思维。教师团队需具备AI营销实战经验，确保教学内容与行业技术发展保持同步，培养学生驾驭智能营销的核心竞争力。</p>
W070210D	<p>人工智能 +平台 运营</p>	<p>素质目标：培养学生树立拥抱技术变革、人机协同的智能化运营思维，具备严谨负责的数据安全意识与科技向善的职业道德。培育在AI工具辅助下的创新意识与批判性思维，能够理性看待AI生成结果并进行有效甄别与修正。增强在智能化运营场景下的团队协作与沟通</p>	<p>主要内容：本课程涵盖人工智能在平台运营中的应用概览与发展趋势、AIGC工具在营销内容（文案、图像、视频）创作中的实战技巧、基于AI的用户行为分析与画像构建、AI辅助的广告投放策略与智能出价优化、AI在客户服务（如智能客服机器人）与社群管理中的应用、平台运营数据的</p>

		<p>能力，理解并尊重人工智能的伦理边界与平台运营规范，为未来从事“AI+营销”相关岗位奠定坚实的综合素养基础。</p> <p>知识目标： 使学生系统掌握主流AI工具（如AIGC、数据分析等）在电商及社交媒体平台运营中的核心应用场景与价值。熟悉利用AI进行市场洞察、用户画像分析、内容创意生成及广告投放优化的基本流程与方法论。掌握AI驱动下的平台运营策略，包括智能客服、个性化推荐、数据驱动的决策流程以及相关的合规性与知识产权基础知识。</p> <p>能力目标： 使学生能够熟练运用至少一种主流AIGC工具（如文生文、文生图工具）高效生成及优化营销文案、图片与短视频脚本。具备利用AI数据分析工具对平台运营数据（如用户行为、商品销量）进行初步解读并生成运营洞察报告的能力。能够初步制定并执行一个整合AI工具的平台运营方案，涵盖智能内容创作、用户互动及基于数据的推广策略优化，有效提升运营效率与效果。</p> <p>AI智能解读与报告生成，以及AI运营中的伦理、合规与知识产权问题。 教学要求：本课程必须坚持“工具为用、思维为本、实战为王”的教学原则。理论教学应聚焦于AI应用逻辑与场景的讲解，避免深奥的算法原理。实践教学是课程的核心，必须确保学生有充足的上机操作时间，在真实的AI工具和平台模拟环境中进行高强度训练。教学应以项目任务驱动，例如要求学生为一个指定产品或品牌，综合运用各类AI工具，完成从市场分析、内容矩阵策划、智能生成到效果评估的完整运营周期。教学中应强调“人机协同”工作流的构建，鼓励学生探索AI工具的应用边界，并培养其对AI输出结果的审辨与优化能力。考核应侧重过程性与项目成果评价，将AI工具的操作熟练度、运营方案的质量及项目复盘报告作为核心考核依据。</p>	
--	--	--	--

三、集中实践环节简介

课程编码	课程名称	课程教学目标	主要内容和教学要求
W00001S	军事技能训练	<p>素质目标: 培养学生养成良好的军事素养, 增强组织纪律观念, 塑造令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风, 全面提升学生的综合军事素质。</p> <p>知识目标: 了解中国人民解放军《内务条令》《纪律条令》《队列条令》三大条令的主要内容; 了解轻武器的战斗性能与射击动作要领; 了解单兵战术基础动作与战斗班组攻防的基本动作和战术原则; 了解格斗与防护的基本知识; 熟悉卫生与救护的基本要领; 了解战备规定、紧急集合、徒步行军、野外生存的基本要求、方法和注意事项。</p> <p>能力目标: 掌握队列动作的基本要领; 掌握射击动作要领并能进行体会射击; 学会单兵战术基础动作; 掌握战场自救互救的技能, 提高安全防护能力; 具备分析判断和应急处置的能力。</p>	<p>主要内容: 课程内容围绕共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练四大模块展开。</p> <p>教学要求: 坚持按纲施教、施训和考核, 严格训练, 严格要求, 注重思想教育与作风养成相结合, 在实践体验中全面提升学生的综合军事素养。</p>
W070105S	专业认识实习	<p>素质目标: 树立热爱专业、献身行业职业理想, 培育严谨求实、精益求精的工匠精神, 增强对职业规范、行业标准与社会责任的感性认知, 激发专业学习的内生动力。</p> <p>知识目标: 了解本专业对应的行业现状、发展趋势与人才需求; 熟悉产业链关键环节、典型岗位群及其职责; 认知未来工作场景中所涉及的主流技术、工艺流程或服务规范。</p> <p>能力目标: 具备通过观察、调研和实践, 理解并描述典型工作任务的初步能力; 能够将专业理论知识与行业实际运作相联系, 初步形成发现和分析现场问题的能力; 提升有效沟通与团队协作的职业适应能力。</p>	<p>主要教学内容: 实践环节涵盖行业专家讲座、前沿技术展示、知名企业/机构参观、虚拟仿真体验等多种形式。组织学生深入行业一线, 通过岗位观摩、访谈交流与模拟实践, 了解职业环境, 并完成实习报告或调研方案的撰写。</p> <p>教学要求: 坚持“学生中心、行业导向、形式多样”的模式, 强化安全与纪律教育, 通过任务驱动、现场教学与反思研讨, 引导学生在真实或模拟的职业场景中主动建构认知。</p>
W070106S	劳动周	<p>素质目标: 弘扬劳动精神、工匠精神和劳模精神, 树立“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的坚定信念, 培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动习惯与品质, 增强服务他人、服务社会的情怀。</p>	<p>主要内容: 整合专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践及技术创新成果转化等多种实践活动。具体内容包括校园环境美化、后勤服务辅助、专业技能服务、社区公益劳动等集体劳动项目, 以及</p>

		<p>知识目标: 理解劳动的本质价值与人类社会发展的重要意义；掌握必要的通用劳动科学知识与安全防护规范；了解劳动法律法规与职业道德基本内容。</p> <p>能力目标: 具备完成一定复杂程度劳动任务的实践能力；掌握至少一项实用的劳动技能；能够在劳动实践中运用创新思维解决实际问题；通过团队协作共同完成大型劳动项目，提升组织协调与沟通能力。</p>	<p>与之配套的理论学习与成果反思。</p> <p>教学要求: 坚持“价值塑造、知识传授、能力培养”三者融为一体的育人理念。精心设计并组织各类劳动实践活动，强化过程指导与安全管理。建立多元化考核评价体系，注重学生在劳动过程中的表现、技能掌握程度及思想感悟深度，确保劳动教育入脑入心、见行见效。</p>
W070107S	专业综合实训	<p>素质目标: 培养学生形成全局性、系统化的营销战略思维，强化其在真实商业环境下的职业责任感、诚信守约的操守与团队协作精神。培育严谨细致的工作作风、面对复杂市场问题的抗压能力与积极寻求解决方案的坚韧心态，并增强其基于市场反馈进行持续优化与创新的意识，为顺利过渡至顶岗实习及未来职业发展奠定坚实的综合素养基础。</p> <p>知识目标: 使学生能够将前序课程所学的市场营销原理、市场调查、推销技术、营销策划、数字广告、零售管理等分散的理论知识进行深度融合与系统性串联。深入理解企业整体运营中，市场营销与供应链、财务、人力资源等其他职能的协同关系，并掌握在模拟或真实项目中制定、执行与评估整合营销传播方案的全流程知识。</p> <p>能力目标: 使学生能够以团队形式，独立完成一个完整营销项目的策划与执行。具备全面的市场环境分析、目标市场定位、整合营销策略制定、预算编制与效果预估的能力。能够熟练运用多种营销工具与渠道（包括传统与数字媒体）执行推广计划，并具备对营销活动的关键数据进行监控、分析与优化调整的综合实战能力。</p>	<p>主要内容: 本课程是构建一个高度仿真的综合营销实战项目，引导学生完成从市场洞察与机会分析、STP战略制定、整合营销传播方案策划（涵盖产品、价格、渠道、促销及数字营销策略）、营销物料设计与制作、到预算分配与项目路演的全流程。课程核心在于营销方案的实际执行与数据监控，包括线上线下推广活动的组织、社交媒体内容运营、广告投放模拟以及销售促进活动的实施。最终需要对项目成果进行全面的数据复盘、效果评估与总结汇报。</p> <p>教学要求: 本课程必须坚持“项目引领、实战主导、复盘提升”的教学模式。实训应以企业真实项目或高仿真案例为载体，将学生分为若干项目小组，模拟公司营销团队进行对抗与合作。指导教师需扮演项目甲方或顾问角色，全程跟进并提供必要的方向性指导。教学过程中应充分利用校内外实训基地及各类营销模拟软件与平台，创造逼真的商业环境。考核评价应侧重于过程性考核，将项目方案的可行性、策略执行的有效性、团队协作效率、数据复盘报告的深度及最终的路演答辩表现作为核心评价依据，全面检验学生的综合职业能力。</p>

W070101S	岗位实习	<p>素质目标: 培养爱岗敬业、诚实守信的职业道德,树立严谨负责、一丝不苟的职业态度,增强团队协作精神与行业归属感,完成从学生到准职业人的关键角色转变。</p> <p>知识目标: 深入理解实习岗位的工作流程、技术规范与管理要求;掌握将专业理论知识综合运用于解决实际问题的策略与方法;熟悉行业企业的组织文化、运营模式与创新实践。</p> <p>能力目标: 具备独立承担岗位典型工作任务的专业技能与执行力;能够发现、分析并协助解决生产、服务或管理中的实际问题;显著提升职业环境下的沟通协调、应急处理与终身学习能力。</p>	<p>主要内容: 学生在真实职业岗位上,在校企双导师指导下,全面参与企业的生产、研发、管理或服务等实际工作流程,完成规定的岗位任务,并围绕实习内容进行深度总结与反思。</p> <p>教学要求: 实行“校企双主体”育人模式,由企业导师与学校教师共同指导、管理与考核。强调过程性评价与成果性评价相结合,重点关注学生的职业素养、任务完成质量及综合实践能力的提升。</p>
W070102S	毕业设计	<p>素质目标: 培育勇于探索、敢于创新的科学精神,树立实事求是的学术态度,强化系统思维、精益求精的工程意识,提升对技术、社会、环境等因素的综合考量能力。</p> <p>知识目标: 系统掌握本领域工程项目设计、产品开发或专题研究的基本流程与方法;深入理解与毕业设计选题相关的专业理论、技术标准、行业规范与研究前沿。</p> <p>能力目标: 具备综合运用多学科知识,独立完成一项完整工程/项目任务(包括文献调研、方案设计、实验/实践实施、数据分析、成果表达)的综合能力;熟练掌握解决复杂专业问题的高级技能和现代工具。</p>	<p>主要内容: 涵盖选题论证、文献综述、方案设计(技术路线制定)、实验研究、数据分析、论文撰写或作品设计、成果答辩等毕业设计的全过程。</p> <p>教学要求: 实行导师负责制,倡导“真题真做”,鼓励选题来源于企业实际需求或模拟典型职业任务。强化各环节的过程管理与质量监控,通过开题、中期、答辩等环节,确保设计成果的科学性、规范性与应用价值。</p>
W070104S	毕业教育	<p>素质目标: 引导毕业生树立正确的择业观、成才观与价值观,厚植爱校荣校情怀,增强服务国家、奉献社会的使命感,以积极自信的心态顺利步入社会。</p> <p>知识目标: 了解当前就业形势与政策、劳动关系与权益保护等法律法规;掌握职业发展与规划的基本知识;熟悉文明离校的相关程序与要求。</p> <p>能力目标: 具备顺利完成从校园到职场过渡的心理调适与适应能力;能够有效进行求职自荐,维护自身合法权益;初步做好个人职业中长期发展规划。</p>	<p>主要内容: 教育内容包括理想信念与职业道德教育、就业政策与形势分析、求职技巧与职场礼仪指导、职业生涯规划辅导、爱校荣校与感恩教育、安全法制与文明离校教育等。</p> <p>教学要求: 坚持思想引领、人文关怀与实务指导相结合。采用专题报告、榜样示范、座谈交流、团体辅导、个别咨询等多种形式,营造温馨、有序、奋进的毕业氛围,确保毕业生安全、文明、顺利离校,自信迈向人生新阶段。</p>

附件 2：公共选修课一览表

公共选修课一览表

模块名称	课程编码	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时
国学经典与文化传承类 GX001	GX001001X	论语与人生	1	16	16	
	GX001002X	饮食文化与《说文解字》	1	16	16	
	GX001003X	老子的智慧	1	16	16	
	GX001004X	现代中国经典文学作品欣赏	1	16	16	
	GX001005X	中国古典文学欣赏	1	16	16	
	GX001006X	文学与人生	1	16	16	
	GX001007X	河南非物质文化遗产概览	1	16	16	
	GX001008X	中国传统礼仪文化	1	16	16	
	GX001009X	国学智慧与情绪管理	1	16	16	
	GX001010X	国学中的管理学	1	16	16	
	GX001011X	长征文化	1	16	16	
	GX001012X	中原文化	1	16	16	
	GX001013X	茶文化	1	16	16	
	GX001014X	世界文明史	1	16	16	
	GX001015X	演讲与口才	1	16		16
	GX001016X	普通话	1	16		16
艺术欣赏与审美体验 (含公共艺术课程)类 GX002	GX002001X	公共艺术课程	影视鉴赏	1	16	16
	GX002002X		艺术导论	1	16	16
	GX002003X		美术欣赏	1	16	16
	GX002004X		舞蹈鉴赏	1	16	16
	GX002005X		戏曲鉴赏	1	16	16
	GX002006X		书法赏析	1	16	16
	GX002007X		音乐鉴赏	1	16	16
	GX002008X		体育舞蹈	1	16	16
	GX002009X	书法艺术与《说文解字》		1	16	8
	GX002010X	歌唱艺术与训练		1	16	16
	GX002011X	有趣的身体语言		1	16	16
	GX002012X	装饰画创作		1	16	16
	GX002013X	手机摄影与后期制作		1	16	16
	GX002014X	基础乐理与吉他弹唱		1	16	16
	GX002015X	动漫艺术与美学		1	16	8

模块名称	课程编码	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时
自然科学与 工程技术类 GX003	GX002016X	数字艺术与 AI 创作	1	16		16
	GX002017X	流行音乐文化与作品赏析	1	16	16	
	GX003001X	生物安全	1	16	16	
	GX003002X	高等数学进阶	2	32	32	
	GX003003X	数学建模	2	32	16	16
	GX003004X	趣味数学与逻辑思维	1	16	16	
	GX003005X	生活中的物理学	1	16	16	
	GX003006X	奇妙的化学世界	1	16	16	
	GX003007X	能源与环境科技	1	16	16	
	GX003008X	项目管理与工程经济	1	16	16	
经济活动与 社会管理类 GX004	GX003009X	3D 打印技术与应用	2	32	16	16
	GX003010X	食品智能制造技术概论	2	32	32	
	GX004001X	组织行为学：读懂你与你的组织	1	16	16	
	GX004002X	商解孙子兵法	1	16	16	
	GX004003X	短视频创作与运营	1	16		16
	GX004004X	卓越沟通与个人品牌构建	1	16	16	
	GX004005X	食品市场营销与品牌策划	1	16	8	8
	GX004006X	当代中国经济社会热点分析	1	16	16	
	GX004007X	沟通与谈判技巧	1	16		16
	GX004008X	个人理财	1	16	16	
	GX004009X	Deepseek+新媒体电商运营进阶课	1	16	8	8
	GX004010X	创业学：从 0 到 1 的创造	1	16	16	
	GX004011X	商业模式创新与设计思维	1	16	16	
	GX004012X	商务礼仪与职业形象塑造	1	16	8	8
	GX004013X	消费者心理与行为学	1	16	16	
	GX004014X	公共关系与企业形象管理	1	16	16	
科学普及与 技术创新类 GX005	GX004015X	经济法案例分析	1	16	16	
	GX004016X	管理学基础与团队领导力	1	16	16	
	GX005001X	环境与法律保护	1	16	16	
科学普及与 技术创新类 GX005	GX005002X	和我一起学编程——Python 语言	2	32	16	16
	GX005003X	电脑使用技巧及常用软件	1	16		16

模块名称	课程编码	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时
外语交流与 跨国文化类 GX006	GX005004X	文献检索与论文写作	1	16	8	8
	GX005005X	食品安全与科学辟谣	1	16	16	
	GX005006X	食品微生物探秘	1	16	16	
	GX005007X	食品添加剂的是与非	1	16	16	
	GX005008X	诺贝尔奖背后的科学故事	1	16	16	
	GX005009X	专利申请与知识产权保护实务	1	16	16	
	GX005010X	区块链技术入门	1	16	16	
	GX005011X	食品溯源技术及应用	1	16	16	
	GX005012X	低碳生活与绿色技术	1	16	16	
	GX005013X	AI智能视频创作：AIGC 实战工作流	1	16		16
	GX006001X	大学英语进阶（I）	2	32	32	
	GX006002X	大学英语进阶（II）	2	32	32	
	GX006003X	世界历史讲座	1	16	16	
体育运动与 心理健康类 GX007	GX006004X	文化差异与跨文化交际	1	16	16	
	GX006005X	实用英语口语	2	32		32
	GX006006X	英语国家社会与文化	1	16	16	
	GX006007X	英语影视赏析	1	16	16	
	GX006008X	旅游英语	1	16	8	8
	GX006009X	商务英语入门	2	32	16	16
	GX006010X	西方饮食文化概览	1	16	16	
	GX006011X	中国饮食文化外译与传播	1	16	16	
	GX006012X	“一带一路”国家文化概览	1	16	16	
	GX006013X	翻译技巧与实践	1	16	8	8
	GX007001X	人生哲学	1	16	16	
	GX007002X	心理学与生活	1	16	16	
	GX007003X	环境与健康	1	16	16	
	GX007004X	太极拳	1	16		16
	GX007005X	人际关系学	1	16	16	
	GX007006X	恋爱心理学	1	16	16	
	GX007007X	足球竞赛与赛事鉴赏	1	16	8	8
	GX007008X	瑜伽与冥想	1	16		16
	GX007009X	篮球裁判法与竞赛组织	1	16	8	8
	GX007010X	羽毛球技术与战术	1	16		16

模块名称	课程编码	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时
生活常识与手工体验类 GX008	GX007011X	运动营养与损伤防护	1	16	16	
	GX007012X	睡眠科学与健康	1	16	16	
	GX007013X	压力管理与积极心态	1	16	16	
	GX007014X	户外运动与拓展训练	1	16		16
	GX007015X	健身与体能训练	1	16		16
	GX008001X	中医养生保健	1	16	8	8
	GX008002X	服饰搭配与个人形象设计	1	16		16
	GX008003X	压花艺术	1	16		16
	GX008004X	咖啡品鉴与制作	1	16		16
	GX008005X	插花艺术	1	16		16
	GX008006X	面塑艺术与实践	1	16		16
	GX008007X	食品雕刻技艺	1	16		16
	GX008008X	家庭急救与健康护理	1	16	8	8
	GX008009X	烘焙科学与艺术	1	16	8	8
	GX008010X	家居收纳与整理	1	16	8	8
食品营养与健康类 GX009	GX008011X	衍纸艺术	1	16		16
	GX008012X	中国结艺与手工编织	1	16		16
	GX008013X	糖画艺术	1	16		16
	GX008014X	地方风味小吃	1	16	8	8
	GX008015X	茶艺入门	1	16		16
	GX009001X	食品概论	2	32	32	
	GX009002X	中国饮食文化	1	16	16	
	GX009003X	烹饪工艺与营养配餐	1	16	16	
	GX009004X	药膳与养生	1	16	16	
	GX009005X	食品安全与日常选购	1	16	16	
	GX009006X	酒文化与鉴赏	1	16	8	8
	GX009007X	饮料工艺与品评	1	16	8	8
	GX009008X	中西点制作工艺	1	16		16

附件3：专家评审意见表

漯河食品工程职业大学
人才培养方案论证意见表

论证专业名称：市场营销 专业层次：专科(五年一贯制) 论证时间：2015年8月10日

论证专家	姓名	职称/职务	工作单位	技术专长	签名
	钱乃余	教授	漯河食品工程职业大学	经济管理	钱乃余
金焕民	教授	漯河食品工程职业大学	经济管理	金焕民	
宋沛军	教授	许昌职业技术学院	电子商务	宋沛军	
杨华伟	经济师	河南双汇投资发展股份有限公司	经济管理	杨华伟	
孙政	电子商务师	京东集团	电子商务	孙政	
董理	教授	河南工业大学漯河工学院	经济管理	董理	
张晓丽	副教授	漯河食品工程职业大学	工商管理	张晓丽	
论证意见	<p>《高等职业教育专科市场营销专业人才培养方案》目标定位准确，聚焦培养食品特色市场营销高技能人才，课程开设合理，专业能力要求切合企业的岗位能力需求。人才培养制订过程中，通过充分调研，始终将立德树人贯穿于人才培养全过程，培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业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、商务服务业等行业的市场营销专业人员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广等工作的高技能人才。该人才培养方案的结构合理，思路清晰，路径可行。经专家组充分论证，一致认为该人才培养方案制订合理，论证通过。</p> <p>专家组组长（签字）：钱乃余 2015年8月10日</p>				
论证结论	<input checked="" type="checkbox"/> 论证通过 <input type="checkbox"/> 修改后通过 <input type="checkbox"/> 不通过				