



河南林业职业学院

HENAN FORESTRY VOCATIONAL COLLEGE

市场营销专业 人才培养方案

所在学院 : 商务学院

专业名称 : 市场营销

编写负责人: 牛永超

编写成员 : 孙长平、黄华鸣、石琚

合作企业 : 洛阳众芳牡丹产业集团有限公司
洛阳航天牡丹园有限公司
洛阳市神州牡丹生态文化旅游有限公司

审核人员 : 宋猛、韩韧

编写日期 : 2025. 08

教务处

编制说明

2025 年市场营销专业按照《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）、《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）、《教育部关于印发〈职业教育专业目录（2021 年）〉的通知》（教职成〔2021〕2 号）、《职业教育专业教学标准（2025 年）》等文件要求，与洛阳众芳牡丹产业集团有限公司、洛阳航天牡丹园有限公司、洛阳市神州牡丹生态文化旅游有限公司等合作企业专家共同对我院 2025 级市场营销专业人才培养方案进行了修订完善。

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	2
六、课程设置与要求及学时安排	4
七、教学进程总体安排	9
八、实施保障	11
九、毕业要求	17
十、附录	19

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

基本修业年限 3 年

四、职业面向

市场营销专业职业面向如表 1 所示。

表 1 市场营销专业职业面向一览表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）；零售业（F52）；商务服务业（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。
职业类证书	经济专业技术资格；电子商务数据分析与应用；数字营销技术应用； 新媒体营销。

市场营销专业学生应取得职业资格证书或职业技能等级证书如表 2 所示。

表 2 市场营销专业职业资格技能等级证书一览表

序号	证书名称	等级	对应专业课程	颁发单位	备注
1	电子商务数据分析与应用	中级	商务数据分析	北京博导前程信息技术股份有限公司	必考
2	数字营销技术应用职业技能等级证书	中级	数字营销	中教畅享（北京）科技有限公司	选考

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展，适应社会岗位不断发展的需要，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，掌握农林产品新媒体营销技能，能运用沟通技巧介绍商品、解决客户异议、收集客户资料，能运用商务洽谈技巧开展项目销售，会撰写营销活动策划方案与书面调查报告，面向市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、客户服务等工作岗位的高技能人才。

（二）培养规格

根据对市场营销专业典型职业面向、职业能力的调研分析，本专业应具有以下职业素质、专业知识和技能：

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）爱岗敬业、吃苦耐劳、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、公共卫生意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好；

（7）具有积极向上的心态，勇于应对工作中的各种挑战，能够进行自我调节；

（8）能够与他人、社会、自然和谐共处；

（9）具有同理心，能够换位思考；

（10）具有记录笔记、善于积累经验意识；

（11）能够快速融入工作团队，塑造阳光积极的外表形象，对组织忠诚；

（12）具有较强的法律意识；

- (13) 遵守市场营销道德，具有较好的契约精神；
- (14) 奉行节约资源、保护生态环境的绿色营销理念。

2. 知识

- (1) 掌握科学文化基础知识和中华民族优秀传统文化知识；
- (2) 掌握计算机应用、英语的基础知识；
- (3) 熟悉本专业所需的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识；
- (4) 掌握经济学、市场营销、商务礼仪与沟通、管理学等专业基础理论知识；
- (5) 掌握中华优秀商业文化守诚信、崇正义、尚勤俭、重创新的思想精髓；
- (6) 掌握农林产品消费者行为分析的基本知识和分析方法；
- (7) 掌握农林产品推销和商务洽谈的原则、方法和技巧；
- (8) 掌握市场调查和数据分析方法及书面调查报告的撰写方法；
- (9) 掌握商务数据收集、处理、分析和数据可视化的方法；
- (10) 掌握服务营销策划与组织的基本内容和方法；
- (11) 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；
- (12) 掌握商务办公软件高级应用技能；
- (13) 掌握农林产品直播营销、短视频策划与制作等现代营销新知识、新技术；
- (14) 掌握现代客户服务与关系管理的方法与技巧。

3. 能力

- (1) 具有较强的口语、文字表达能力和人际沟通能力；
- (2) 具有一定的抗压和心理自我调节能力；
- (3) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题能力；
- (4) 具有本专业必备的信息技术应用能力，能进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；
- (5) 具有使用 AI 工具进行营销文案辅助创作的能力；
- (6) 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等消费者行为分析的能力；
- (7) 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务谈判等商品销售的能力；
- (8) 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等数字营销的能力；

- (9) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等品牌策划的能力；
- (10) 具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理等客户服务的能力；
- (11) 具有商务数据收集、处理、分析和数据可视化等商务数据分析的能力；
- (12) 具有以客户利益为中心，不断提升客户价值的服务营销能力；
- (13) 具有直播营销、短视频策划与制作、公众号排版与推送等新媒体营销能力；
- (14) 具有营业推广、公共关系等方案的策划与实施能力。

六、课程设置与要求及学时安排

(一) 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

将大学英语 1、大学英语 2、体育 1、体育 2、体育 3、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、大学生心理健康教育、劳动教育、军事理论、军事技能、大学生职业发展与就业指导等列为公共基础必修课程。将党史国史、创新与创业教育、大学生生态文明教育、中华优秀传统文化、信息技术与人工智能、公共艺术、大学英语（拓展模块）、音乐鉴赏、美术鉴赏、舞蹈鉴赏等列为公共选修课程。

2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展选修课程。

(1) 专业基础课程

主要包括：经济学基础、中华商业文化、市场营销、管理学、市场调查与预测、商务办公软件高级应用。

(2) 专业核心课程

主要包括：数字营销、消费者行为分析、服务营销、品牌策划与推广、客户服务与管理、商务数据分析、商务礼仪与沟通。

表 3 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	数字营销	①数字营销策划。 ②数字广告营销。 ③数字互动营销。 ④数字营销效果分析和优化。	①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。 ②认知数字营销岗位。 ③掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。 ④掌握数字营销策划的方法和技术技能。 ⑤掌握数字广告营销的方法和技术技能。 ⑥掌握数字互动营销的方法和技术技能。 ⑦掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。
2	消费者行为分析	①竞争调研。 ②行业调研。 ③用户调研。 ④产品调研。 ⑤用户行为分析。	①掌握竞争调研的方法和技术技能。 ②掌握行业调研的方法和技术技能。 ③掌握用户调研的方法和技术技能。 ④掌握产品调研的方法和技术技能。 ⑤掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为分析、用户画像解读等方法和技术技能。
3	服务营销	①了解顾客需求。 ②建立顾客关系。 ③服务创新与设计。 ④服务场景搭建。 ⑤服务补救。	①了解服务营销的理念。 ②理解顾客服务期望。 ③掌握顾客关系建立的策略。 ④掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 ⑤了解服务标准的定义。 ⑥掌握服务补救等方法和技术技能。
4	品牌策划与推广	①品牌调研与分析。 ②品牌定位与设计。 ③品牌传播与推广。	①掌握品牌现状分析的方法和技术技能。 ②掌握品牌定位的方法和技术技能。 ③掌握品牌人格化的方法和技术技能。 ④掌握品牌命名的方法和技术技能。 ⑤掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。 ⑥掌握品牌故事写作的方法和技术技能。 ⑦掌握品牌 logo 设计的方法和技术技能。 ⑧掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。 ⑨掌握品牌感官设计的方法和技术技能。 ⑩掌握品牌推广的方法和技术技能。
5	客户服务与管理	①售前售中售后服务管理体系建设。 ②客服团队组建。 ③客户投诉监控和危机事件处理。 ④智能客服应用场景设计及开发。	①掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。 ②掌握客服团队组建的方法和技术技能。 ③掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能。 ④掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能。 ⑤掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。 ⑥掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能。

6	商务数据分析	①商务数据收集。 ②商务数据处理。 ③商务数据分析。 ④商务数据可视化。	①掌握商务数据收集的方法和技术技能。 ②掌握商务数据处理的方法和技术技能。 ③掌握商务数据分析的思路、方法和技术技能。 ④掌握商务数据可视化的方法和技术技能。
7	商务礼仪与沟通	①职业形象礼仪。 ②商务交往礼仪。 ③人际沟通礼仪。 ④会务宴请礼仪。	①掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪。 ②掌握见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪。 ③掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪。 ④掌握位次、会议、宴请等会务宴请的礼仪。

(3) 专业拓展选修课程

主要包括：营销法律法规、商务文案策划与撰写、农林产品短视频策划与制作、农林产品直播营销、商务谈判、网络营销、新媒体运营、海外营销。

3. 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式。

表 4 集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程名称	课程代码	学分	学时	周学时/周数					
						第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
校内	1	入学教育		0.5	16	16/0.4					
	2	军事技能	12020002	2	112	56/2					
	3	劳动教育	22020016	1	16	4/0.2	4/0.2	4/0.2	4/0.2		
	4	市场营销沙盘认知实习	04011022	2	60		30/2				
	5	农林产品直播营销实训	04011023	1	30			30/1			
校外	1	专业考察	04011010	0.5	16		8/0.2	8/0.2			
	2	牡丹文化节岗位实习	04011024	5	120				24/5		
	3	岗位实习	04011025	46	744					24/16	24/15
	4	毕业设计或成果	04011027	1	24						24/1
实践技能课总计				59	1138						
集中实践周数						2.6	2.4	1.4	5.2	16	16

（二）教学要求

除了以上公共课和专业课以外，还要认知学习、企业实践、社会活动等等。

1. 认知学习

（1）校企合作单位专业考察。为了让学生更好地了解市场营销专业，增强学生对专业的认识，提高学生对专业学习的兴趣，每学期安排一天时间组织学生到洛阳众芳牡丹产业集团有限公司等相关企业进行观岗实训，让学生对企业文化知识、岗位能力基本要求、商品知识等有一定的认知，能较直观地了解相关的工作岗位，增强学生学习专业知识和掌握专业技能的信心，为后继学习专业知识和专业技能奠定坚实的基础。

（2）市场营销沙盘认知实习。为了增强学生对市场营销全过程工作的了解，提高学生在全国职业院校市场营销技能竞赛的成绩，在第二学期，安排2周市场营销沙盘软件认知实习。

（3）农林产品直播营销实训。为了适应互联网经济的特点，提高“新林人”专业技能，在第三学期引入校企合作单位真实项目，安排一周的农林产品直播营销实训。

2. 岗位实习

（1）牡丹文化节岗位实习。为了服务地区经济建设，凝练市场营销专业办学特色，在第四学期中国洛阳牡丹文化节期间，安排5周牡丹文化节岗位实习。实习单位为洛阳航天牡丹园有限公司、洛阳市神州牡丹生态文化旅游有限公司、洛阳众芳牡丹产业集团有限公司、百胜餐饮集团郑州公司洛阳肯德基门店等。学生通过从事牡丹文化传播、牡丹特色产品销售等工作，提高服务意识、人际沟通能力、人际关系能力、应变能力、客户服务与管理能力、推销与洽谈能力、心理抗压能力等。

（2）岗位实习。在第5、6两学期，学生可到校企合作企业（或自主选择实习单位）学习，企业采用岗位、导师指导、岗前培训等形式对学生进行实践性教学，学校教师指导学生参与企业的培训学习和管理工作，让学生顺利转变角色，把学校所学与企业要求结合起来，最快速度适应企业需求，为岗位实习打下基础。

在学校和实习单位的共同组织下，学生到牡丹产品经营、服饰经营、餐饮经营、养发护发等相关企事业单位，如洛阳众芳牡丹产业集团有限公司、郑州巨木服饰有限公司、百胜餐饮集团郑州公司、丝域养发集团有限公司等单位对应岗位实习，使学生了解牡丹产品、服饰、快餐、养发护发等行业一线生产、服务和人文环境，能运用所学知识和技能完成岗位工作任务，初步具备项目销售能力。岗位实习和毕业实习注重培养学生的人际沟通能力、心理抗压能力、团队合作能力和营销职业技能，提高市场分析能力和解决问题的能力。

3. 社会活动

组织学生参与生产劳动性活动，既有专业调研、劳动实践、创新创业实践活动，又有志愿服务及其他社会公益实践活动等。在社会实践中，引导学生适应社会、服务发展，培养学生的社会责任感和动手能力，促进学生“德智体美劳”全面发展。

（三）学时安排

总学时为 2791 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。其中，公共基础课程学时为 747 学时，占总学时的 26.76%；实践性教学学时为 1864 学时，占总学时的 66.79%；各类选修课程学时为 468 学时，占总学时的 16.77%。军训、入学教育、劳动教育、市场营销沙盘认知实习、牡丹文化节岗位实习、专业考察、农林产品直播营销实训、毕业设计或成果等活动共 13 周 13 学分。

表 5 市场营销专业课程学时构成表

课程 \ 学期		一	二	三	四	五	六	小计	合计
公共基础课程	必修课	336	140	12	77	0	0	565（其中实践 266）	747
	选修课	16	64	34	68	0	0	182（其中实践 46）	
专业课程	基础课	128	64	34	52	0	0	278（其中实践 120）	1034
	核心课	64	64	238	104	0	0	470（其中实践 244）	
	拓展选修课	0	64	170	52	0	0	286（其中实践 178）	
实训实习		16	68	38	120	384	384	1010	1010
小计		560	464	526	473	384	384	2791	2791

表 6 市场营销专业教学周数安排表

学 期	课堂 教学 环节	集中实践环节			复习 考试 (其他)	合 计
		军事 训练	集中 实践	岗位 实习		
一	16	2	0.6		1.4	20
二	16		2.2		1.8	20
三	17		1.2		1.8	20
四	13		5.2		1.8	20
五				16	4	20
六			1	15	4	20
合计	62	2	10.2	31	14.8	120

七、教学进程总体安排

表 7 市场营销专业教学进程安排表

课程性质	课程属性	序号	课程名称	课程代码	考核方式	学时			学分	学期与学时分配（周）					
						总学时	理论	实践		一	二	三	四	五	六
										18	18	18	18	16	16
										每周学时数					
必修课	公共基础课	1	思想道德与法治	11010008	考试	48	40	8	3	4/12					
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	11050001	考试	32	24	8	2		2				
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	11040002	考试	39	33	6	3				2/单周、4/双周		
		4	形势与政策	11030001	考查	32	32	0	2	2/4	2/4	2/4	2/4		
		5	大学英语 1	00050002	考查	64	48	16	4	4					
		6	大学英语 2	00050057	考查	32	24	8	2		2				
		7	体育 1	12010301	考查	32	4	28	2	2					
		8	体育 2	12010302	考查	32	4	28	2		2				
		9	体育 3	12010303	考查	26	4	22	2				2		
		10	大学生心理健康	11020001	考查	32	26	6	2		2				

选修课		教育														
		11	军事理论	12020003	考查	36	36	0	2	线上						
		12	劳动教育	22020016	考查	16	0	16	1	4/0.2	4/0.2	4/0.2	4/0.2			
		13	军事技能	12020002	考查	112	0	112	2	56/2						
		14	大学生职业发展与就业指导	11010007	考查	32	24	8	2	2						
		小计				565	299	266	31							
	专业基础课	1	商务办公软件高级应用	04011004	考查	32	4	28	2	2						
		2	中华商业文化	04011002	考查	32	24	8	2	2						
		3	市场营销	04011003	考试	64	32	32	4	4						
		4	管理学	04011019	考试	52	40	12	3				4			
		5	经济学基础	04011017	考查	34	26	8	2			2				
		6	市场调查与预测	04011007	考试	64	32	32	4		4					
		小计				278	158	120	17							
	专业核心课	1	商务礼仪与沟通	04011005	考试	64	32	32	4	4						
		2	消费者行为分析	04011011	考试	68	34	34	4			4				
		3	商务数据分析	04011014	考试	102	42	60	6			6				
		4	品牌策划与推广	04011008	考试	64	32	32	4		4					
		5	服务营销	04011020	考试	52	26	26	3				4			
		6	数字营销	04011015	考试	68	34	34	4			4				
		7	客户服务与管理	04011021	考试	52	26	26	3				4			
		小计				470	226	244	28							
	必修课小计					1313	683	630	76							
		专业拓展选修课	1	农林产品直播营销	04011013	考查	68	14	54	4			4			
			2	农林产品短视频策划与制作	04011018	考查	52	10	42	3				4		
			3	商务谈判/海外营销（二选一）	04011012/ 04023018	考查	68	34	34	4			4			
			4	网络营销/新媒体运营（二选一）	04011006/ 04022019	考试	32	12	20	2		2				
			5	商务文案策划与撰写	04011009	考试	32	12	20	2		2				
			6	营销法律法规	04011016	考查	34	26	8	2			2			
			7	“GAGA 店长定向培养班”课程	学生自主报名，利用课余或周末时间上课，不计入学分和总学时。											
		小计					286	108	178	17						
		公共选修课	1	大学生生态文明教育	01081888	考查	16	10	6	1	线上+ 线下					
			2	公共艺术/美术鉴赏（二选一）	10030001/ 10030006	考查	32	16	16	2		2				
			3	党史国史	11050002	考查	18	18	0	1			线上			
			4	创新与创业教育	00220006	考查	16	16	0	1				线上		
			5	中华优秀传统文化	00010001	考查	16	16	0	1			线上			
			6	信息技术与人工智能	03020002	考查	32	16	16	2		线上+				

										线下				
	7	大学英语（拓展模块）	00520004	考查	26	18	8	2				2		
	8	音乐鉴赏/舞蹈鉴赏（二选一）	10030005/ 10030002	考查	26	26	0	2		线上				
	网上任选课		6 学分											
	小计				182	136	46	18						
	选修课小计				468	244	224	35						
实 训 实 习	入学教育			考查	16	0	16	0.5	16/0.4					
	市场营销沙盘认知实习		04011022	考查	60	0	60	2		30/2				
	专业考察		04011010	考查	16	0	16	0.5		8/0.2	8/0.2			
	牡丹文化节岗位实习		04011024	考查	120	0	120	5				24/5		
	农林产品直播营销实训		04011023	考查	30	0	30	1			30/1			
	岗位实习		04011025	考试	744	0	744	46					16周	15周
	毕业设计或成果		04011027	考查	24	0	24	1						1周
	应修学分与课时合计				2791	927	1864	167						
	各学期开课门数								14	15	13	11	1	2

备注：

1. 任意选修课程不少于 6 学分。
2. 考核方式填写：考查/考试。

八、实施保障

（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。

1. 队伍结构

- （1）本专业学生数与本专业专任教师数比例为 16:1；
- （2）具有硕士学位教师占专任教师的比例为 80%；高级职称以上教师占专任教师比例为 35%，“双师型”教师占专任教师比例为 75%；
- （3）兼职教师承担专业课时比例 25%以上；
- （4）选聘 2 名企业高级技术人员担任产业导师；
- （5）35 岁以内青年教师占专任教师比例为 25%。

2. 专业带头人

- （1）具有研究生以上学历或副高级以上职称，为“双师型”教师；

(2) 能够较好把握行业动态和专业发展趋势，在市场调研和营销策划行业和当地具有一定的影响力；

(3) 具有先进的教育理念、扎实的理论基础、丰富的实践经验；

(4) 具有较强的教学能力、研究能力和服务能力，主持参与过国/省重大教学建设项目或省级以上科研项目，主持参与过企业技术攻关、技术服务和职业培训；

(5) 在河南省高职院校市场营销专业教学领域具有一定的影响力；

(6) 指导学生在省级以上高职院校市场营销项目技能大赛中获得三等奖以上成绩。

3. 专任教师

(1) 具有硕士以上学位，与本专业相同或相近的教育背景；

(2) 具有高校教师任职资格，并取得相关的职业资格证书或专业技术资格证书；

(3) 教育理论扎实，专业基本技能和教育教学技能娴熟，知识结构合理，教学经验丰富；

(4) 具有较强的市场营销专业能力、教学建设、教学改革、教学研究能力。具有较强的教研能力和较丰富的教研经验，教研成果突出；

(5) 具有 6 个月以上企业实践经历；

(6) 能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政元素，开发专业课程思政教育资源；

(7) 能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；

(8) 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。

4. 兼职教师

(1) 具有本科以上学历，中级以上专业技术职务资格；

(2) 具有五年以上与本专业相关的行业企业工作经历；

(3) 具有较强的教学建设、教学改革、教学研究或科学研究、竞赛指导、社会服务能力等；

(4) 具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验；

(5) 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教学任务。

(二) 教学设施

市场营销专业教学设备和场地条件能满足理实训一体化教室教学要求。

1. 专业教室要求

根据专业需求，建立满足教学的专业多媒体教室，具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。专业教室配备有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全保护措施；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. 校内实验实训室要求

为完成本专业的实训课程要求，已经建设市场营销实训室、摄影实训室、商务数据分析实训室、新商科实训室、直播实训室等。

表 8 市场营销专业校内实验实训室一览表

序号	实验实训室名称	主要设备	配置需求和功能	主要实训内容
1	市场营销实训室	计算机及配套桌椅	电脑能够联网，安装有常用办公软件、商务数据分析软件、数字营销软件，满足数字广告营销、商务数据分析等教学及学生考证需要。	1. 商务文案策划； 2. 市场营销沙盘认知实习； 3. 市场营销技能大赛赛前训练。
		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统、电脑系统、电视系统、电子白板及音响融为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	
2	摄影实训室	单反相机	专业单反相机使用 15-80mm 变焦镜头，满足商品及人物拍摄需要。	1. 商品静物图片拍摄； 2. 人像拍摄； 3. 后期 ps 修图； 4. 主图、banner、详情页等的设计制作。
		笔记本电脑	能够满足 Photoshop、Lightroom 等专业修图软件需求。	
		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统、电脑系统、电视系统、电子白板及音响融为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	
		多媒体中控台	满足使教师授课声音传送、课堂控制达到理想效果所必须的综合控制台。	
		静物拍摄棚	满足棚拍商品布景需要。	
		多色背景幕布	幕布尺寸≥宽 2m×高 3.2m 满足拍摄抠像背景需要。	
		商品陈列架	满足拍摄商品陈列需要。	
3	商务数据分析实训室	计算机及配套桌椅	电脑能够联网，安装有常用办公软件及中教畅享市场营销沙盘软件，主要用于学生上课与练习使用。	1. 商务数据分析实训； 2. 电子商务数据分析职业技能等级证书(中

		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统、电脑系统、电视系统、电子白板及音响融为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	级）认证。
4	新商科实训室	计算机及配套桌椅	电脑能够联网，安装有常用办公软件及中教畅享市场营销沙盘软件，主要用于学生上课与练习使用。	1. 商务办公软件操作； 2. 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）认证。
		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统、电脑系统、电视系统、电子白板及音响融为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	
5	直播实训室	计算机及配套桌椅	电脑能够联网，安装有常用办公软件、短视频剪辑软件，满足短视频策划与制作教学需要。	1. 新媒体排版、微信公众号推送； 2. 农林产品直播营销； 3. 农林产品短视频策划与发布； 4. 牡丹产品营销。
		交互式一体机	采用液晶触摸屏技术，将投影系统、电脑系统、电视系统、电子白板及音响融为一体的触控设备，主要用于智慧化、数字化教学使用。	
		直播设备	直播设备含摄像机或摄像头、免干扰话筒或麦克风、视频采集卡、电脑、灯光设备、背景绿幕等，满足直播营销教学实训需要。	

3. 校外实习基地要求

校外实习基地主要以真实的生产任务训练为主，对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。依据专业人才培养方案的要求，贯彻以服务就业提高专业实践技能为中心的教学理念，选择那些适合本专业学生特点，能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作，需要同校外其他实习单位联合管理学生。

表9 市场营销专业校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	实习项目	实习内容	合作深度要求
1	洛阳航天牡丹园有限公司	1. 牡丹文化节岗位实习； 2. 牡丹产品营销实习。	1. 牡丹园售票、检票； 2. 牡丹文化讲解； 3. 牡丹产品销售。	1. 直播营销牡丹花期播报； 2. 共同开发牡丹产品营销相关教材； 3. 吸纳学生就业。
2	洛阳市神州牡丹生态文化旅游有限公司	1. 牡丹文化节岗位实习； 2. 牡丹产品营销实习。	1. 牡丹园售票、检票；	1. 直播营销牡丹花期播报；

	司		2. 牡丹文化讲解; 3. 牡丹产品销售。	2. 共同开发牡丹产品营销相关教材; 3. 吸纳学生就业。
3	郑州巨木服饰有限公司	1. “GAGA 店长定向培养班”技能实训; 2. 服饰销售实习。	1. 服饰销售; 2. 服饰库存管理; 3. 服饰选品; 4. 服饰营销客户服务与管理。	1. 共同开发订单班课程; 2. 共同开发订单班教材; 3. 吸纳更多学生就业。
4	百胜餐饮郑州市场 (郑州肯德基有限公司)	1. 牡丹文化节岗位实习; 2. 岗位实习。	1. 快餐点餐、配送; 2. 快餐营销客户服务与管理。	1. 在校内开设订单班; 2. 吸纳更多学生就业。
5	洛阳众芳牡丹产业集团有限公司	1. 专业认知考察; 2. 岗位实习。	1. 牡丹产品认知; 2. 牡丹产品销售。	1. 合作开展牡丹产品直播营销; 2. 合作开展牡丹产品短视频营销; 3. 吸纳学生就业。

(三) 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学科研和教学实施需要的教材、图书及教学资源等。

1. 教材选用要求

按照《职业教育教材管理办法》，优先选用高职高专国家级、省级规划教材、新形态教材和近三年出版的教材；适应市场营销教学需求，专业教师与行业专家、技术骨干联合开发实训教材，将行业职业鉴定标准和新技术、新方法、新设备等相关知识融入教材。

2. 图书文献配备要求

根据专业特点，学校图书管配有大量的市场营销、工商管理、经济学、网络营销、数字营销、直播运营、短视频运营、商务数据分析与应用等图书资源，引导学生查阅资源，了解市场营销行业新技术、新规范、新标准、新形态，养成关注行业发展动态的良好习惯，增强学生自主学习能力。结合专业发展和教学改革需要，收集专业规范、参考书籍等资料，丰富与新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字资源配备要求

(1) 加强专业及课程的网络教学资源建设，满足数字化专业学习要求；

(2) 根据专业教学改革需求，共享本专业教学资源库相关教学资源，建设在线开放课程，开发文本类、图形/图像类、音频类、视频类、动画类、虚拟仿真类以及微课、课件等教学资源。优化教学过程，提高教学质量和效率，以利于规范学生操作流程，有利于培养学生

专业素质；

(3) 开发本专业课程思政素材库，包含专业课程思政元素融入表、专业课程思政教学案例集、专业课程思政教学视频案例等。

表 10 市场营销专业教学资源网站一览表

序号	资源名称	教学平台	网址
1	《市场营销》在线精品开放课程	学银在线	https://www.xueyinonline.com/detail/204536173
2	《管理学》在线精品开放课程	超星	http://mooc1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/222888350.html

(四) 教学方法

结合本专业课程的学习特点，建议专业课教师主要采用以下教学方法：

构建基于市场营销过程的课程体系，实现教学目标能力化，实践教学全程化，课程体系项目化，教学环境职业化，教学手段多元化。做到教学内容与岗位职能对接，教学项目与生产任务对接，教学环节与工作过程对接，教学效果与就业质量对接，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学、混合式教学等方法，坚持学中做、做中学。

普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广混合式教学、理实一体化教学等新型教学模式在专业教学中的应用，强化职业能力、创新能力和就业能力的培养。

(五) 学习评价

凡列入人才培养方案的课程均要进行考核，实行考试、考查与实践操作相结合的考核办法。凡实践、实训、实习成绩达不到合格要求者，需重修。方案中不允许补考的课程考核不合格者需重修，重修不合格者按学院有关文件规定处理。

公共基础课考核评价参照《河南林业职业学院课程考核与成绩管理办法》执行。

理实一体化课程考核采用过程性评价与综合性评价相结合的方法。考试成绩的比例是：过程性评价占 60%-80%，综合性评价占 20%-40%。过程性评价的组成：平时考核 20%-30%，含课堂表现、出勤、作业等；实训考核 40%-50%，含 3-5 次专业技能考核，可以采用口试、提交专业作品、实验（实训）报告、考察分析报告等考核形式。综合性评价以考核课程核心技能掌握情况为主，可采用 PPT 汇报、书写执行方案、小论文等方式。

实训课程考核主要方式及考核比例构成采用过程评价和结果评价相结合的方法，过程评价占 70%，结果评价占 30%。（1）过程考核评价内容为职业素质、生产流程的掌握程度、产品质量、分析解决问题的能力、与同学之间团结协作和组织协调能力等综合能力。过程评价包括考勤分（30%）和过程评价分（40%）。其中，过程评价分的组成教师评价占 20%、小组评价占 20%。（2）结果评价包括实习实训报告、设计、作品或成果，占 30%。

校外岗位实习考核实行以企业为主、学校为辅的校企双方考核制度。岗位实习成绩总分为 100 分，由实习报告评价、实习过程评价和实习单位评价三部分组成，分别占总成绩的 20%、30%和 50%。实习报告和实习过程评价由校内指导教师评定，实习单位评价由企业兼职指导教师评定。岗位实习总成绩不合格者，不能取得毕业资格。

毕业设计（总结）的成绩评定采取指导教师审核评分办法，根据真实性、规范性、可读性、简洁性、原创性等，判定毕业设计（总结）成绩与评语。

（六）质量管理

建立健全校（院）两级的质量保障体系，在贯彻执行学校相关管理制度精神的基础上，制订和完善商务学院教学管理制度，使教学组织、实施和管理制度化、合理化、科学化。

紧跟产业发展趋势和市场营销人才需求，建立健全企业、第三方评价机构等多方参与的专业人才培养方案动态调整机制，强化教师参与教学和课程改革的效果评价与激励，做好人才培养质量评价与反馈。

建立校企合作的长效机制，以专业资源为平台，实现专业与企业“资源共享、人才共育、过程共管、成果共享、责任共担”。定期搜集高职教育、商业经济及职业发展相关政策、法规文件、技术标准，开展商业经济发展调研，及时掌握商业经济发展动态。

建立建设多方评价制度，真实评估市场营销专业建设质量、课程建设质量及专业人才培养质量。全面采集学生（毕业生）、教师、管理人员日常学习、教学、工作、培训信息，在数据分析基础上实现科学决策专业设置、人才培养方案调整、制度设计、办学成本核算等功能。

建立学校与家长沟通制度、学生评教制度、师生座谈会制度。开通质量反馈信箱，全面畅通信息渠道。

九、毕业要求

本专业学生在规定的学习期限内，修完专业人才培养方案规定的学习内容，修满规定学分，准予毕业。

本专业毕业学分规定为必修课程 76 学分(含军训及军事理论 4 学分,劳动实践 1 学分);限定选修课程 29 学分;任意选修课程 6 学分;入学教育、专业考察、牡丹文化节岗位实习、市场营销沙盘认知实习、农林产品直播营销实训、岗位实习与毕业设计或成果等 56 学分。总计 167 学分。

要求学生参加电子商务数据分析与应用技能等级(中级)考核,取得相应技术等级证书,获得相应学分;鼓励学生参加数字营销技术应用职业技能等级(中级)考核,取得相应技术等级证书,获得相应学分;鼓励学生参加世界职业技能大赛、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动,获得相应学分;鼓励学生发表论文、参与教改科研课题,获得相应学分。其他依据《河南林业职业学院学生管理规定》执行。

十、附录

附录 1

公共基础（必修）课程

1. 思想道德与法治

课程编码	11010008				学分		3	
开设学期	1	总学时	48	理论学时	40	实践学时	8	
课程类型	(理论+实践) 课							
职业能力要求	1. 培养学生良好的思想品德、心理素质； 2. 培养学生良好的职业道德，包括爱岗敬业、诚实守信、遵守相关的法律法规等； 3. 培养学生良好的团队协作、协调人际关系的能力； 4. 培养大学生具备完善的法律知识和法治观念。							
课程目标	教育引导树立正确世界观、人生观、价值观，坚定中国特色社会主义理想信念；培养学生社会公德、职业道德、个人品德，提升道德判断与实践能力，养成良好行为习惯；增强学生法治观念与规则意识，使其能依法办事、维护权益；助力学生明确职业责任，树立正确职业观。							
项目/模块 安排	模块一 时代之托 做担当民族复兴大任的时代新人 模块二 人生之思 确立高尚的人生追求 模块三 青春之歌 科学应对人生的各种挑战 模块四 理想之光 理想信念的内涵与作用 模块五 精神之钙 确立崇高科学的理想信念 模块六 强国之魂 中国精神的科学内涵和现实意义 模块七 家国情怀 弘扬新时代的爱国主义 模块八 精神引领 坚定社会主义核心价值观自信 模块九 知行合一 践行社会主义核心价值观的基本要求 模块十 传承之道 社会主义道德的形成及其本质 模块十二 向上向善 在实践中养成良好道德品质 模块十一 德行天下 社会主义道德的核心、原则及其规范 模块十四 良法善治 坚持全面依法治国 模块十五 法治之思 培养社会主义法治思维 模块十六 守法之路 依法行使权利与履行义务							
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合，采用多元化评价体系，以过程性评价、教师评价和学生互评相结合为主。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准 注重对学生在知识、技能和素质的综合考核以及学生解决问题能力的考核，强化过程考核、实践考核。							

	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核（40%）
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试
		10%	20%	20%	10%	40%
	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程编码	11050001			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	24	实践学时	8
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 培养学生良好的思想品德、心理素质； 2. 培养学生良好的职业道德，包括爱岗敬业、诚实守信、遵守相关的法律法规等； 3. 培养学生良好的团队协作、协调人际关系的能力； 4. 培养对学生坚定走社会主义道路的信念。						
课程目标	教育引导了解国情，增长才干、奉献社会，锻炼能力、培养品格，增强社会责任感具有不可替代的作用。旨在帮助学生正确认识马克思主义中国化的理论成果及其在指导中国革命和建设中的重要历史地位和作用，掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质，正确认识社会发展规律，认识国家的前途和命运，认识自己的社会责任，培养学生确立科学社会主义信仰和建设中国特色社会主义的共同理想，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性，承担起对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务。						
项目/模块安排	模块一 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果 模块二 毛泽东思想及其历史地位 模块三 新民主主义革命理论 模块四 社会主义改造理论 模块五 社会主义建设道路初步探索的理论成果 模块六 中国特色社会主义理论体系的形成发展 模块七 邓小平理论 模块八 “三个代表”重要思想 模块九 科学发展观 模块十 实践教学一：毛泽东诗词朗诵 模块十一 实践教学二：观看电影《建国大业》 模块十二 实践教学三：分享改革开放后身边的变化 模块十三 实践教学四：走进洛阳红色景点						

考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合，采用多元化评价体系，以过程性评价、教师评价和学生互评相结合为主。				
	2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。				
	3. 评价标准 考核学生是否掌握了习近平新时代中国特色社会主义思想的理论内容，是否对国情、社情、民情、党情和世情有所了解，从而提高大学生的理论素养、提高分析解决问题的能力。				
	考核方式及权重	过程性考核（60%）			结果性考核（40%）
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业
		10%	20%	20%	10%
	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	包括课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。
					综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程编码	11040002			学分	3		
开设学期	3	总学时	39	理论学时	33	实践学时	6
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 培养学生树立正确的世界观、人生观和价值观； 2. 培养学生良好的职业道德，包括爱岗敬业、诚实守信、遵守相关的法律法规等； 3. 培养学生良好的团队协作、协调人际关系的能力； 4. 培养学生成为实现中华民族伟大复兴的合格建设者和新时代中国特色社会主义伟大事业合格的接班人。						
课程目标	教育引导學生增進對习近平新时代中国特色社会主义思想系統性科學性的把握，提高學習和運用蘊含於其中的世界觀和方法論的自覺，提升以中國式現代化全面推進中華民族偉大復興的使命感、責任感，增強“四個意識”、堅定“四个自信”、做到“兩個維護”、捍衛“兩個確立”，立志聽黨話、跟黨走、感黨恩，厚植愛國主義情懷，把愛國情、強國志、報國行自覺融入建設社會主義現代化強國、實現中華民族偉大復興的奮鬥之中。						
項目/模塊安排	模塊一 馬克思主義中國化時代化的新飛躍 模塊二 新時代堅持和發展中國特色社會主義 模塊三 以中國式現代化全面推進中華民族偉大復興 模塊四 堅持黨的全面領導 模塊五 堅持以人民為中心 模塊六 全面深化改革開放						

	<div>模块七 推动高质量发展</div> <div>模块八 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略</div> <div>模块九 发展全过程民主</div> <div>模块十 全面依法治国</div> <div>模块十一 建设社会主义文化强国</div> <div>模块十二 以保障和改善民生为重点加强社会建设</div> <div>模块十三 建设社会主义生态文明</div> <div>模块十四 维护和塑造国家安全</div> <div>模块十五 建设巩固国防和强大人民军队</div> <div>模块十六 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一</div> <div>模块十七 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体</div> <div>模块十八 全面从严治党</div> <div>模块十九 实践教学一：经典著作阅读</div> <div>模块二十 实践教学二：热点分析</div> <div>模块二十一 实践教学三：参观考察</div> <div>模块二十二 实践教学四：作品展示</div>																						
考核方式	<div>1. 考核方式</div> <div>采取过程性考核与结果性考核相结合，突出评价主体的多元性、评价方式的多样性、评价过程的开放性、评价内容的全面性、评价结果的科学性，注重对学生在知识、技能和素质的综合考核以及学生解决问题能力的考核，强化过程考核、实践考核。</div> <div>2. 成绩构成</div> <div>课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。</div> <div>3. 评价标准</div> <div>主要考核学生是否掌握了习近平新时代中国特色社会主义思想的理论内容，是否对国情、社情、民情、党情和世情有所了解，从而提高大学生的理论素养、提高分析问题解决问题的能力。</div> <table><tr><th rowspan="3">考核方式及权重</th><th colspan="4">过程性考核（60%）</th><th>结果性考核（40%）</th></tr><tr><th>出勤率</th><th>课堂互动</th><th>课堂实践</th><th>作业</th><th>综合测试</th></tr><tr><td>10%</td><td>20%</td><td>20%</td><td>10%</td><td>40%</td></tr><tr><td>考核实施</td><td>根据学生出勤情况进行考评。</td><td>课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。</td><td>个人+小组等实践性学习任务的完成情况。</td><td>各项作业的完成情况进行考评。</td><td>综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。</td></tr></table>	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核（40%）	出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	10%	20%	20%	10%	40%	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。
考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核（40%）																		
	出勤率		课堂互动	课堂实践	作业	综合测试																	
	10%	20%	20%	10%	40%																		
考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。																		

4. 形势与政策

课程编码	11030001			学分	2		
开设学期	1-4	总学时	32	理论学时	32	实践学时	0
课程类型	理论课						
职业能力要求	1. 认知国内外重大时事，为分析国际、国内形势积累必要的知识和阅历； 2. 认同党和国家的大政方针和政策，从而激发投身我国社会主义建设的热情； 3. 认清国际、国内形势的发展大局和大趋势，对未来形势的趋向有一定的前瞻性； 4. 关注国际国内大事，有较强的社会责任感。						
课程目标	教育引导学生全面、正确地认识党和国家当前所面临的政治、经济形势和国家发展所处的国际环境、时代背景，自觉拥护党的基本路线、重大方针和政策，深刻理解党和政府治国方略，积极关注社会热点、焦点问题，科学分析我国和平发展进程中的国际环境和社会特征，冷静思考国际阵营面对中国崛起的种种反应，主动增强实现中国特色社会主义现代化建设宏伟目标的国家荣誉感、社会责任感和民族自信心，刻苦学习、勤奋求实、不断进取、开拓创新、主动成才、报效祖国，全面实现中华民族伟大复兴。						
项目/模块安排	模块一 国内时政与政策解读 模块二 国际形势与外交战略 模块三 社会热点与价值引领 模块四 思想理论与形势分析方法						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合，注重对学生在知识、技能和素质的综合考核以及学生解决问题能力的考核。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准 主要考核学生的马克思主义立场观点方法，掌握分析形势、理解政策的逻辑，提升对时政信息的辨别和解读能力，是否对国情、社情、民情、党情和世情有所了解，分析问题解决问题的能力。						
	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核(40%)	
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	
		10%	20%	20%	10%	40%	
	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生重在考核学生以理论认识问题和分析问题的能力。	

5. 大学生心理健康教育

课程编码	11020001				学分		2	
开设学期	2	总学时	32	理论学时	26	实践学时	6	
课程类型	(理论+实践) 课							
职业能力要求	1. 具有职业压力与情绪管理能力，能识别职业场景中的压力源，掌握情绪调节方法，避免因压力或负面情绪影响职业任务执行与职业心态； 2. 具有职业人际关系适应能力，具备与同事、领导、客户等职业相关对象的沟通技巧，能处理职场中的合作、冲突等关系问题，快速适应不同职业环境的人际氛围； 3. 具有职业挫折应对与心理韧性构建能力，面对职业发展中的挫折，能理性归因，主动调整目标与行动策略，具备从职业困境中恢复并持续投入的心理韧性； 4. 具有职业角色认知与心理调适能力，能清晰认知自身专业对应的职业角色的职责与要求，能协调从“学生”到“职业人”的角色转变，避免因角色模糊或角色冲突产生心理困扰。							
课程目标	教育引导树立科学心理健康观念，掌握基础心理调适方法，能识别自身与职业场景中的心理问题。引导学生精准认知专业对应的职业角色，缓解“学生-职业人”角色转变焦虑，提升职业压力与情绪管理能力。培养学生职场人际沟通、合作及冲突处理技巧，增强面对求职失败、技能不足等职业挫折的心理韧性。最终助力学生构建积极心理品质，既保障日常心理健康，又能以良好心态适配职业岗位要求，为顺利步入职场、实现职业发展奠定坚实心理基础。							
项目/模块 安排	模块一 心理健康认知与自我探索 模块二 情绪与压力管理 模块三 职业人际关系与沟通 模块四 职业挫折应对与心理韧性 模块五 职业角色适应与生涯规划 模块六 常见心理问题识别与求助							
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合的方式。							
	2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。							
	3. 评价标准							
	考核方 式及权 重	过程性考核（60%）				结果性考核(40%)		
	出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试			
	10%	20%	20%	10%	40%			
	考核 实施	根据学 生出勤 情况进 行考 评。	包括课堂提问、 抢答、主题讨 论、问卷等课堂 互动参与情况。	个人+小 组等实践 性学习任 务的完成 情况。	各项作 业的完 成情况 进行考 评。	评估学生将心理 健康知识 with 职业 发展需求结合的 实践能力。		

6. 大学生职业发展与就业指导

课程编码	11010007			学分	2		
开设学期	4	总学时	26	理论学时	16	实践学时	10
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	1. 具备清晰的自我认知能力，能够通过分析自身兴趣、性格、价值观及能力特点做出个性化职业选择； 2. 掌握职业规划的系統方法，具备制定并落实个人职业发展计划的能力； 3. 具备信息收集与处理能力，能够有效获取和分析行业动态、岗位需求及薪资水平等关键就业信息； 4. 精通简历撰写、面试应答及职场沟通等求职表达技巧，充分展现个人优势； 5. 具有职业适应能力，包括心理调适、团队协作与时间管理等职场生存技能，确保能够快速融入工作环境并持续发展。						
课程目标	教育引导學生增强职业规划意识，认识职业规划的重要性并掌握具体规划方法；引导学生了解职业世界特征，提升职业探索能力；注重求职技能的培养，通过简历撰写、面试技巧等训练提升就业竞争力；强调职业道德、职业精神及团队协作等职业素养的塑造；建立正确职业观念、明确发展目标，为其职业生涯奠定坚实基础。						
项目/模块安排	理论模块： 模块一 启航——职业生涯规划导论与自我探索初识 模块二 知己——深度自我认知与职业价值观探索 模块三 知彼——职业世界认知与信息收集方法 模块四 对话——职业访谈与专业技能认知实践 模块五 决策——生涯决策与目标设立 模块六 规划——撰写个人职业生涯规划书 模块七 评估与调整——职业规划的评估与反馈 模块八 核心能力——职业通用能力训练（团队与沟通） 模块九 求职准备——就业政策、权益与信息分析 模块十 敲门砖——AI 赋能下的简历制作技巧 模块十一 实战演练——求职面试全方位攻略 模块十二 决胜时刻——模拟面试实战工作坊 模块十三 签约与启航——就业手续办理与职场适应 实践模块： 模块十四 成果展示与大赛预热——职业规划大赛模拟 模块十五 职业素质拓展训练 模块十六 模拟招聘会实战 模块十七 简历制作大赛 模块十八 就业信息检索竞赛 模块十九 职场角色扮演						
考核方式	1. 考核方式 采用过程性考核、综合性考核与实践性考核相结合。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*70%+综合性考核*20%+实践性考核*10%。竞赛获奖额外加 10 分。 3. 评价标准						

	考核项目		评价主体	分值
	过程性考核	课堂表现与课程参与度	教师+平台	10
		个人职业生涯规划书	教师+学生	20
		个人简历	教师+企业	20
		模拟面试	教师+企业	20
	综合性考核	实践项目	教师+学生+企业	20
	实践性考核	职业规划/简历大赛参与度	教师	10
		职业规划/简历大赛获奖加分	教师	10

7. 大学英语 1

课程编码	00050002			学分	4		
开设学期	1	总学时	64	理论学时	48	实践学时	16
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 掌握与高职院校学生生活和今后工作环境相关的词汇表达； 2. 掌握基本的英语阅读技能； 3. 树立文化自信意识，养成良好的职业道德素养； 4. 具备创新、竞争、合作的自主学习能力和团队合作精神。						
课程目标	教育引导系统学习英语基础语音、基础词汇、基本语法规则；了解中华文化和世界文化的基础知识，认识多元文化的重要性。能够进行简单的英语听说读写，完成日常基础沟通；掌握并运用基础的英语学习策略，如词汇记忆技巧、基础语法应用。						
项目/模块安排	模块一 Reception 模块二 Exposition 模块三 Travel 模块四 Transportation 模块五 Automation 模块六 Low-carbon Life 模块七 Fashion 模块八 Media						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准						
	考核方式及权重	过程性考核 (60%)				结果性考核 (40%)	
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	
		10%	20%	20%	10%	40%	
	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	包括课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生对英语基础的掌握及语言应用能力。	

8. 大学英语 2

课程编码	00050057			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	24	实践学时	8
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 正确看待中西文化的差异，形成正确的世界观、人生观和价值观； 2. 具备英语自学的能力和未来可持续发展的能力； 3. 树立文化自信意识，养成良好的职业道德素养； 4. 具备创新、竞争、合作的自主学习能力和团队合作精神。						
课程目标	教育引导了解不同文化背景下的交流方式，学习跨文化交际的基本策略；扩大词汇量，掌握更复杂的语法结构，学习基础的英语语法知识；提高英语听说读写能力，能够在多样化的语境中进行有效沟通；掌握并运用高级英语学习策略，如通过上下文理解词义、分析文章结构。						
项目/模块安排	模块一 Automobiles 模块二 Community Service 模块三 Financial Management 模块四 Food Processing 模块五 Advertising 模块六 Public Relations 模块七 Study Abroad 模块八 Career Planning						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准						
	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核（40%）	
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	
	考核实施	10%	20%	20%	10%	40%	
		根据学生出勤情况进行考评。	包括课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生对英语基础的掌握及语言应用能力。	

9. 体育 1

课程编码	12010301			学分	2		
开设学期	1	总学时	32	理论学时	4	实践学时	28
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 初步掌握体育的基本理论知识、基本运动技能和正确锻炼身体的方法； 2. 能够结合自身专业发展，深度了解与本专业相关的体育知识，并能够通过实际运用来规避职业因素带来的运动损伤以及其他疾病；						

	<p>3. 树立健康的人生观、价值观，具有自我管理能力、团队协作能力以及解决问题的能力；</p> <p>4. 养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，身体素质能够胜任市场营销工作。</p>
课程目标	教育引导學生初步了解田径、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、健美操、武术等的锻炼方式方法、锻炼价值、锻炼功效等，提高身体素质，为体测达标打基础。
项目/模块 安排	<p>模块一 体育课程基本介绍</p> <p>模块二 科学体育锻炼、全面发展</p> <p>模块三 田径基本知识</p> <p>模块四 三大球基本运用以及规则</p> <p>模块五 达标测试专项练习</p> <p>模块六 跑、跳、投动作基本运动以及锻炼方法</p> <p>模块七 小球类运动基本介绍</p> <p>模块八 体育游戏、接力</p> <p>模块九 中国传统体育</p> <p>模块十 运动项目扩展</p>
考核方式	<p>1. 考核方式</p> <p>采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成</p> <p>课程总成绩=平时考核*40%+身体素质考核*30%+运动技能考核*30%。</p> <p>3. 评价标准</p> <p>①上课出勤情况；</p> <p>②体育运动参与情况；</p> <p>③运动技能测试情况。</p>

10. 体育 2

课程编码	12010302			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	4	实践学时	28
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	<p>1. 初步掌握体育的基本理论知识、基本运动技能和正确锻炼身体的方法；</p> <p>2. 能够结合自身专业发展，深度了解与本专业相关的体育知识，并能够通过实际运用来规避职业因素带来的运动损伤以及其他疾病；</p> <p>3. 树立健康的人生观、价值观，具有自我管理能力、团队协作能力以及解决问题的能力；</p> <p>4. 养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，身体素质能够胜任市场营销工作。</p>						
课程目标	<p>教育引导學生初步了解武术、太极拳等的基本理论知识和基本锻炼方式方法，进一步掌握田径、篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、健美操等的锻炼方法，形成良好的体育锻炼习惯，重点发展学生 1-2 项的体育特长。</p>						

项目/模块 安排	模块一 力量素质练习 模块二 耐力素质练习 模块三 速度素质练习 模块四 灵敏度、柔韧度素质练习 模块五 运动损伤、职业疾病预防 模块六 技术类素质练习
考核方式	1. 考核方式 过程性考核与综合性考核相结合 2. 成绩构成 课程总成绩=平时考核*40%+身体素质考核*30%+运动技能考核*30%。 3. 评价标准 ①上课出勤情况； ②体育运动参与情况； ③运动技能测试情况。

11. 体育 3

课程编码	12010303			学分	2		
开设学期	4	总学时	26	理论学时	4	实践学时	22
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 基本掌握篮球、排球、羽毛球、乒乓球、健美操、啦啦操、八段锦、太极拳等体育项目的技术动作和锻炼方法； 2. 具有一定兴趣爱好的体育运动项目专长； 3. 养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，身体素质能够胜任市场营销工作。						
课程目标	教育引导學生基本能够掌握篮球、排球、羽毛球、乒乓球、健美操、太极拳、啦啦操、八段锦等体育项目的基本技术动作，形成良好的体育锻炼习惯，身体素质得到较大幅度提高，体质健康测试向良好和优秀靠拢。						
项目/模块 安排	模块一 篮球运动 模块二 排球运动 模块三 乒乓球运动 模块四 羽毛球运动 模块五 太极拳运动 模块六 健美操运动 模块七 啦啦操运动 模块八 八段锦运动 选择一个体育专项进行学习和锻炼。						
考核方式	1. 考核方式 过程性考核与综合性考核相结合。 2. 成绩构成 课程总成绩=平时考核*40%+身体素质考核*30%+运动技能考核*30%。 3. 评价标准 ①上课出勤情况； ②体育运动参与情况； ③运动技能测试情况。						

公共选修课程

1. 大学生生态文明教育

课程编码	01081888			学分	1		
开设学期	1	总学时	16	理论学时	10	实践学时	6
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 树立协调人与自然、人与社会和谐关系的价值观念； 2. 成为美丽中国的播种者、建设者，低碳生活的倡导者、实践者； 3. 做生态文明宣传者、实践者和监督者； 4. 能够与他人、社会、自然和谐共处； 5. 奉行节约资源、保护生态环境的绿色营销理念。						
课程目标	教育引导學生掌握习近平生态文明思想、生态文明的内涵、特征、时代与环境、生态文明的内容及建设原则；能通过学习、阅读、实践等认识到人类活动对环境的影响，增强生态意识，践行大学生生态文明职责；能在日常生活中养成节约的习惯，如减少用水、用电，减少食物浪费，选择环保的交通方式等；能通过实践活动如植树造林、清理垃圾、推广节能减排，提高资源利用效率等，以实际行动改善环境；能通过社交媒体、校园论坛等方式宣传绿色生活的理念，鼓励新时代的大学生可以积极参与到生态文明建设中来，为保护地球环境做出贡献。						
项目/模块安排	理论模块 项目一 生态文明——美丽中国梦的基石 项目二 生态文明的理论基础：生态学基本原理 项目三 生物多样性视角下的生态文明之路 项目四 多功能农业与美丽乡村建设 项目五 循环经济与低碳农业 项目六 生态城市：中国城镇化建设的必然选择 项目七 生态林业：生态文明需要“生态树” 项目八 森林生态旅游：释放山村发展正能量 实践模块 项目一 洛阳周边生态文明乡村、美丽乡村实践活动 项目二 洛阳周边乡村振兴基地实践活动 项目三 洛阳周边生态农业基地、生态林果业基地实践活动 项目四 孟津湿地生态建设调查 各专业根据情况安排 1 天，完成 1-2 个项目调研实践。						
考核方式	1. 考核方式 采取线上学习考核与专项实践活动考核相结合的方式。 2. 成绩构成 课程总成绩=线上学习*40%+专项实践活动表现及调查报告质量*60%。 3. 评价标准 注重对学生在知识、技能和素质的综合考核以及学生解决问题能力的考核，强化过程考核。						

2. 公共艺术

课程编码	10030001			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	16	实践学时	16
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	1. 具有一定的艺术鉴赏能力，包括作品分析能力和审美评价能力； 2. 具有一定的艺术史知识应用能力，能够掌握历史脉络，识别风格流派； 3. 具有创意启发与创新能力，激发创意思维和创新实践能力； 4. 具有跨学科融合能力，包括跨领域知识应用和跨文化沟通能力； 5. 具有技术理解与应用能力，包括制作技术认知和技术实践能力； 6. 具有职业素养与团队协作能力。						
课程目标	教育引导掌握音乐、美术、舞蹈、戏剧、电影艺术的基础知识与鉴赏技巧，通过实践项目锻炼创作能力与团队协作能力，鼓励学生发挥个性，勇于表达，最终培养出具有深厚艺术底蕴和创新精神的复合型人才。						
项目/模块安排	模块一 音乐艺术鉴赏（音乐史迹追踪、名曲赏析会、音乐创作工坊） 模块二 美术艺术彩绘视界（名画复刻挑战、风格探索展、美术馆实地探访） 模块三 舞蹈艺术舞动灵魂（舞蹈流派工作坊、情感舞蹈创作） 模块四 戏剧艺术舞台人生（剧本研读会、戏剧创作工坊、） 模块五 电影艺术光影梦想（电影大师课、经典电影解析、微电影创作） 模块六 艺术鉴赏报告/创意作品展览						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合的方式。采用多元化评价体系，以过程性评价、教师评价和学生互评相结合为主；以企业指导教师评价为辅，重点考查学生应用文写作能力以及不同场合的审美能力。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准						
	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核（40%）	
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	
		10%	20%	20%	10%	40%	
	考核实施	根据学生出勤情况进行考评。	包括课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生的分析能力、报告的质量、分析深度、鉴赏能力。	

3. 信息技术与人工智能

课程编码	03020002			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	16	实践学时	16
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	1. 掌握计算机基础知识、操作系统及办公软件（如 WPS）的基本操作技能； 2. 理解并初步应用信息技术与人工智能的基础知识； 3. 具备基本的信息处理能力、数字化办公能力和对人工智能应用的初步认知； 4. 掌握 AI 工具在学术研究、内容创作、数据分析等场景中的创新应用方法； 5. 具备适应智能化社会发展需求的基础职业能力。						
课程目标	教育引导學生掌握计算机基础知识、操作系统与办公软件的基本操作技能，理解信息技术与人工智能的基本概念与应用，提升信息处理与智能工具使用能力；通过实践训练，增强学生解决实际问题的能力，培养良好的信息素养、技术伦理意识与团队协作精神，为后续专业学习和未来从事数字化与智能化相关工作打下坚实基础。						
项目/模块安排	模块一 计算机基础知识 模块二 操作系统基础 模块三 文本处理技能训练 模块四 表格处理与数据计算 模块五 演示文稿制作与展示技巧 模块六 网络与信息安全基础 模块七 人工智能基础认知 模块八 人工智能应用						
考核方式	1. 考核方式 本课程采用过程性考核与终结性考核相结合的方式，注重学生学习过程中的实践能力和综合应用能力，突出职业技能导向，体现“教、学、做”一体化特点。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+终结性考核*40%。 3. 评价标准 ①平时作业与项目任务（30%）：每个模块设计对应的任务或项目，评估完成情况、正确性与规范性。 ②课堂表现与技能实操（20%）：包括技能训练环节表现、课堂互动、协作情况、出勤率等。 ③阶段性测验与小测试（10%）：覆盖基础知识、办公软件操作、AI 应用基础等内容，检验阶段学习效果。 ④期末学习成果展示（20%）：采取分组或个人展示形式，考查计算机基础知识、操作系统概念、人工智能认知等掌握情况。 ⑤期末技能考核（20%）：模拟办公或 AI 应用情境，进行文档排版、数据处理、图表生成或智能识别操作任务。						

4. 大学英语（拓展模块）

课程编码	00520004			学分	2		
开设学期	4	总学时	26	理论学时	18	实践学时	8
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 掌握高职院校学生专升本英语词汇语法句法； 2. 掌握英语阅读理解完型填空翻译和写作的基本技能； 3. 树立文化自信意识，养成良好的职业道德素养。						
课程目标	教育引导系统学习英语基础语音、基础词汇、基本语法规则；了解专升本英语基础知识和专升本的重要性；能够完成英语听说读写，完成英语阅读翻译及写作；掌握并运用基础的英语学习策略，如词汇记忆技巧、基础语法应用。						
项目/模块安排	模块一 基本词汇、语法和句法 模块二 同步单元练习 模块三 同步测试卷 模块四 专升本必刷 2000 题 模块五 历年真题汇编 模块六 河南专升本英语圈定考点分析 模块七 精选必刷题选讲						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与结果性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 课程总成绩=过程性考核*60%+结果性考核*40%。 3. 评价标准						
	考核方式及权重	过程性考核（60%）				结果性考核(40%)	
		出勤率	课堂互动	课堂实践	作业	综合测试	
	考核实施	10%	20%	20%	10%	40%	
		根据学生出勤情况进行考评。	包括课堂提问、抢答、主题讨论、问卷等课堂互动参与情况。	个人+小组等实践性学习任务的完成情况。	各项作业的完成情况进行考评。	综合测试学生对英语基础的掌握及语言应用能力。	

专业基础课程

1. 商务办公软件高级应用

课程编码	04011004			学分	2		
开设学期	1	总学时	32	理论学时	4	实践学时	28
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 能够熟练掌握 Word、Excel、PowerPoint 等办公软件的常规操作, 包括文件的打开、关闭、另存、打印等; 2. 能够进行文档的编辑、排版、表格制作、图形处理、打印预览和打印等; 3. 能够使用 Excel 进行数据的输入、编辑、计算、统计、图表制作等, 并能够进行数据的保护和简单的模板使用; 4. 能够使用 PowerPoint 制作演示文稿, 包括文本输入、图片插入、动画设置、幻灯片布局等; 5. 了解办公软件中信息安全和保密的重要性, 并能够采取相应的保护措施; 6. 了解云办公的基本概念和操作, 能够利用云服务进行文件的备份、同步、共享等; 7. 具备一定的信息技术应用和加工能力; 8. 具有运用计算机处理工作领域内的信息和技术交流能力。						
课程目标	教育引导学生掌握计算机的基本操作, 了解网络、数据库、多媒体技术等计算机应用方面的知识和相关技术, 学会使用 Word、Excel、PowerPoint 等基本办公软件, 具备良好的信息收集、信息处理、信息呈现的能力。						
项目/模块安排	模块一 文字处理应用 模块二 电子表格应用 模块三 演示文稿创建与应用 模块四 云服务和移动办公						
考核方式	1. 考核方式 以过程性考核为主 2. 成绩构成 平时考核 30% (含出勤、课堂表现、作业); 项目考核 70% (含 Office 打字、Word 排版、Excel 计算、PPT 设计等四个项目)。 3. 评价标准 ①打字速度在 50 字/每分钟以上, 准确率在 80%以上; ②Word 排版格式符合要求; ③Excel 公式应用合理, 结果正确; ④PPT 结构分布美观, 内容展示清晰完整。						

2. 中华商业文化

课程编码	04011002			学分	2		
开设学期	1	总学时	32	理论学时	24	实践学时	8
课程类型	(理论+实践) 课						

职业能力要求	1. 能够传承和弘扬中华优秀传统文化的思想精髓，坚持诚信营销； 2. 具备一定的创新创业能力，能够积极开展营销创新； 3. 树立正确的义利观，能够积极承担社会责任； 4. 具有勤俭创业精神，奉行节约资源、保护生态环境的绿色营销理念； 5. 具有团队协作能力； 6. 培养家国情怀，增强文化自信。
课程目标	教育引导树立树立正确的商业价值观、义利观、创新意识和品牌意识；坚定文化自信，养成优良的职业道德和高尚的人格素养；坚持诚信、勤俭、仁爱，实现求知、做事和做人的有机统一。
项目/模块安排	模块一 理解商业文化 模块二 了解我国的商业经济 模块三 弘扬中华商德商道
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核*30%（含出勤、课堂表现、作业等）； 项目考核*50%（含洛阳牡丹瓷博物馆考察、万里茶道博物馆考察、隋唐大运河文化博物馆考察、树立诚信价值观演讲、培养正确的义利观辩论/视频观后感等项目）； 综合性考核*20%（讲述古今知名商人的经商故事，分析其经营理念对自己的教育影响）。 3. 评价标准 ①考察分析报告观点明确，有自己的见解； ②演讲观点明确，举例恰当，语言有感染力； ③辩论观点明确，条例清晰，有说服力； ④经商故事讲解清晰完整，分析观点正确。

3. 市场营销

课程编码	04011003			学分	4		
开设学期	1	总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 能够进行市场调研，分析市场需求、竞争态势和消费者行为； 2. 能够进行市场细分、目标市场选择和市场定位； 3. 能够根据产品开发流程和产品生命周期理论，进行产品定价、新产品推广及产品线管理； 4. 能够运用广告、营业推广、人员推销和公共关系等促销手段，制定并执行有效的整合营销传播策略； 5. 能够在定价的基础上选择合适的分销渠道，并进行有效管理，确保产品顺利到达消费者手中； 6. 树立诚信营销理念，具有公平竞争意识； 7. 遵守市场营销道德，积极承担社会责任。						
课程目标	教育引导学生深入理解市场营销的基本概念、原理和方法，掌握市场营销环境分析的方法，了解市场动态，识别市场机会和威胁；熟悉消费者市场的特点，						

	运用影响消费者购买行为的因素进行消费者行为分析；学会对市场进行细分，并合理选择目标市场，制定目标市场营销战略；掌握市场竞争战略的类型和选择，了解市场竞争的实质和规律；掌握产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略的制定方法，能够根据市场情况灵活调整。
项目/模块安排	模块一 认知市场 模块二 分析市场 模块三 占领市场 模块四 开发市场
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时成绩（30%）：（含出勤、课堂表现、作业、课程视频观看学习等）； 项目考核（50%）：（以农林产品营销为主题，包含认知市场、分析市场、开发市场、占领市场四个项目）； 综合性考核 20%（以招聘会自我推销/卖场销售商品为题，设计推销文案，并录制成短视频）。 3. 评价标准 ①市场认知全面、客观；营销观念正确，企业营销道德和社会责任意识明显； ②分析农林产品市场的目标明确、SWOT 分析法运用得当、内容完整、条理清晰； ③开发农林产品市场细分准确、目标选择恰当、市场定位合理，该项目以团队方式制作一份市场开发方案； ④占领农林产品市场选品科学、定价合理、渠道多样、促销新颖，该项目以团队形式制作一份市场推广方案； ⑤短视频时长 2-3 分钟，内容完整，脚本文案精炼，符合现实情境。

4. 经济学基础

课程编码	04011017			学分	2		
开设学期	3	总学时	34	理论学时	26	实践学时	8
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 能够运用经济学原理分析市场现象和经济问题，透过现象看本质，加深对经济管理工作的理解； 2. 具备在营销决策中考虑经济因素的决策能力； 3. 理解政府经济政策对市场的影响； 4. 了解国际贸易和经济全球化对经济管理、市场营销的影响。						
课程目标	教育引导系统掌握经济学的基本概念和基本理论，了解市场经济运行的一般原理和政府对于国民经济进行宏观调控的依据与方法手段，帮助学生利用所学到的经济学知识，解决真实世界中遇到的各种复杂问题，并作出正确选择。						
项目/模块安排	模块一 企业运营中的经济学 模块二 企业面对的市场 模块三 企业与消费者的行为 模块四 企业的经济决策 模块五 政策与法规影响下的企业经营 模块六 宏观经济状况与企业的应对						

考核方式	<p>1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 40%（含出勤、课堂表现、个人作业）； 项目考核 40%（侧重考察经济学基本思维、供需知识、就业知识和宏观经济知识。含小组讨论、项目报告、PPT 汇报）； 综合性考核 20%（制作对生活中的经济学理解的 PPT，口头报告）。</p> <p>3. 评价标准 ①知识掌握：对经济现象的理解程度； ②应用能力：基于经济现象模拟做出企业应对行为； ③批判性思维：透过经济现象看本质，独立见解与深入分析； ④沟通与表达：对经济现象的书面与口头表达能力； ⑤办公软件应用：各考核项目 PPT 内容完整且制作美观。</p>
------	--

5. 管理学

课程编码	04011019			学分	3		
开设学期	4	总学时	52	理论学时	40	实践学时	12
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	<p>1. 具备制定明确、可行的计划和做出科学决策的能力；</p> <p>2. 能够有效地组织人力、物力和财力等资源，以实现组织目标；</p> <p>3. 能够引领团队，激发团队成员的积极性和创造力；</p> <p>4. 学会建立有效的控制系统，对组织的活动进行监督和评估；</p> <p>5. 具备良好的沟通技巧，能够准确地传达信息和理解他人的意见；</p> <p>6. 能够敏锐地察觉市场变化和内部问题，提出创新的想法和解决方案。</p>						
课程目标	教育引导理解管理学的基本概念、管理思想和管理学科的发展历史；掌握管理的决策、计划、组织、领导、控制、创新职能及应用方法。						
项目/模块安排	<p>模块一 认识管理</p> <p>模块二 了解管理环境</p> <p>模块三 开展自我管理</p> <p>模块四 开展组织管理</p>						
考核方式	<p>1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 40%（含 3 次项目考核，包括**企业管理环境分析报告、个人十年计划制定、**企业组织结构调研与汇报）； 综合性考核 30%（完成一份创新创业策划书，制作 PPT，并进行项目汇报）。</p> <p>3. 评价标准 ①报告格式正确、结构完整，内容设计科学且具有逻辑性； ②个人十年计划目标合理、明确，行动计划具体可行并具有灵活性； ③组织结构调研报告格式正确、内容完整，并能够运用相关理论知识进行评价与总结； ④创新创业项目能够解决市场痛点，策划书内容完整、商业模式清晰，PPT 内容完整且展示效果良好，路演汇报思路清晰，语言表达流畅。</p>						

6. 市场调查与预测

课程编码	04011007			学分	4		
开设学期	2	总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	1. 能够根据经营管理问题确定市场调查目标和内容； 2. 能够选择适当的调查方法收集市场资料； 3. 能够进行市场信息的整理分析并撰写提交市场调查报告； 4. 能够根据数据分析结论进行市场问题的预测； 5. 具备通过不同途径获取信息的能力； 6. 具有较强的集体意识和团队协作意识； 7. 具有敬业精神、诚信意识和科学探索精神； 8. 具备独立思考、逻辑推理能力； 9. 具有探究学习、终身学习的能力； 10. 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。						
课程目标	教育引导了解并掌握市场调查的基本工作流程；掌握市场调查的方式与方法；能够开展资料收集、数据分析和预测市场问题，以适应信息时代企业经济活动对市场信息的收集和分析的需要。						
项目/模块安排	项目一 组建市场调查团队 项目二 策划市场调查 项目三 实施市场调查 项目四 形成市场调查结果 项目五 进行市场预测						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30% (含出勤、课堂表现、作业等)； 项目考核 50% (以农林产品营销调研为主题，含组建市场调查团队、制定市场调查方案、收集汇总市场资料、整理分析调查数据、撰写市场调查报告等五个项目)； 综合性考核 20% (制作市场调查 PPT，进行口头报告)。 3. 评价标准 ①调查方案格式正确、结构完整，内容设计科学且具有逻辑性和可操作性； ②线上、线下收集市场资料方法得当，有效数据回收率达 80%以上； ③数据整理方法正确，统计表格格式正确、数据准确，统计图能够反映数据特性； ④调查报告格式正确、内容完整，分析方法科学，结论科学，建议具有可行性； ⑤PPT 内容完整且制作美观，口头报告思路清晰，语言表达流畅。						

专业核心课程

1. 商务礼仪与沟通

课程编码	04011005			学分	4		
开设学期	1	总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 掌握商务礼仪的基本理论知识; 2. 掌握塑造个人形象、处理日常事务、职场沟通、商务见面、商务推销、商务会议谈判、商务宴请及涉外商务等礼仪与技巧; 3. 掌握倾听、表达、阅读、写作等商务沟通能力; 4. 日常人际交往中言行符合礼仪要求; 5. 能够和他人进行相应的交谈和交流; 6. 遇到问题能及时反馈; 7. 能够明白上级意图,在指导之下,对工作后果有一定的了解。						
课程目标	教育引导学生掌握仪容礼仪、仪表礼仪、仪态礼仪等职业形象的礼仪;掌握见面、介绍、握手、名片、送行等商务交往的礼仪;掌握位次礼仪、会议礼仪、宴请礼仪等会务宴请的礼仪;掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通技巧。						
项目/模块安排	模块一 塑造商务人士形象 模块二 掌握商务交往礼仪 模块三 运用职场沟通礼仪 模块四 运用商务活动礼仪 模块五 掌握商务沟通技巧						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30% (出勤、课堂表现、作业等); 项目考核 50% (制作商务拜访方案、制定商务推销方案、设置商务会议流程、制定中餐宴请方案等四个项目); 综合性考核 20% (商务会面综合演练。要求学生分组设计会面场景,制作个人名片,考查握手、交换名片、站姿、落座、问候等礼仪规范)。 3. 评价标准 ①方案格式正确、内容完整,且具有可操作性; ②团队协作,方法科学; ③会面场景设计合理,举止得体,会面礼仪符合规范。						

2. 消费者行为分析

课程编码	04011011			学分	4		
开设学期	3	总学时	68	理论学时	34	实践学时	34
课程类型	(理论+实践) 课						

职业能力要求	1. 掌握消费者行为分析的方法与策略； 2. 能够探究社会关系中的消费者行为的规律； 3. 能够分析社会环境、消费情景对消费者行为的影响； 4. 掌握分析产品和品牌策略对消费行为影响的方法； 5. 掌握利用广告与营销刺激消费者行为的策略与方式； 6. 掌握分析消费者购买全过程的方法； 7. 具有服务地区经济建设的意识，培养家乡自豪感。
课程目标	教育引导学生在掌握消费者行为分析理论与方法的基础上，对接农林产品营销岗位，掌握农林产品营销决策技能；根据洛阳区域特色对牡丹籽油、牡丹花茶等农林产品进行客户画像、客户分析，促进农林产品销售。
项目/模块安排	项目一 消费者行为分析 项目二 社会环境、消费情景对消费者行为影响的分析 项目三 产品和品牌对消费者行为影响的分析 项目四 广告与营销对消费者行为影响的分析 项目五 消费者购买全过程行为分析
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 50%（含 5 次项目实训考核，涉及书写农林产品消费者行为分析报告；农林产品社会环境、消费情景对消费者行为影响的分析报告；农林产品和品牌对消费者行为影响的分析报告；农林产品广告与营销对消费者行为影响的分析报告；实地考察洛阳本地牡丹产品营销场所并加以分析等）； 综合性考核 20%（针对各分析报告进行现场汇报）。 3. 评价标准 ①分析报告要求结构合理、内容详尽、图文并茂、格式美观； ②实地考察图片要求清晰、具有代表性； ③口头汇报思路清晰，逻辑严谨，与分析报告内容契合。

3. 品牌策划与推广

课程编码	04011008			学分	4		
开设学期	2	总学时	64	理论学时	32	实践学时	32
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 能够深入分析目标受众的心理和需求，并及时了解市场趋势和竞争对手的动态； 2. 能够为品牌创造出独特的卖点和记忆点，在消费者心中留下深刻的印象； 3. 具有远见和战略思维，能够从宏观的角度审视市场和品牌，制定切实可行的长期和短期策略； 4. 能够用简洁明了的方式描述和传达品牌的形象和价值； 5. 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等品牌策划的能力； 6. 品牌意识强，能够自觉维护品牌形象。						

课程目标	教育引导学生理解品牌的作用、目标、定位和价值，并能将其应用于实际的品牌策划推广中；培养学生在分析市场形势、竞争对手、消费者需求等市场相关因素的基础上，为品牌创造出独特的卖点，制定差异化的品牌战略，并选择恰当的方式对品牌进行整合营销活动。
项目/模块安排	项目一 品牌认知 项目二 品牌定位 项目三 设计品牌形象 项目四 产品策划 项目五 品牌推广
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 20%（出勤、课堂表现、作业等）； 项目考核 50%（包含品牌构建、品牌定位、品牌形象设计、产品开发及形象设计、整合营销活动策划等五个项目）； 综合性考核 30%（撰写品牌策划与推广方案，并进行 PPT 展示汇报）。 3. 评价标准 ①方案的原创性及创新性； ②方案完整，格式正确，应符合商业文案的撰写要求及规范，页面编排合理、美观，语句通顺，无错别字等； ③PPT 布局合理美观，图、文、表混排，文字、颜色符合基本审美； ④PPT 汇报思路清晰，仪态端庄大方，与 PPT 内容契合。

4. 商务数据分析

课程编码	04011014			学分	6		
开设学期	3	总学时	102	理论学时	42	实践学时	60
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 能够合理选择数据采集工具及数据渠道进行数据采集并撰写数据采集方案； 2. 能够根据获取的数据进行行业集中度分析，并进行市场容量分析及预测； 3. 能够进行竞店和竞品分析； 4. 能够进行客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析及供应链数据分析； 5. 能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析； 6. 能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写。						
课程目标	教育引导学生通过构建电子商务数据分析的整体知识框架，包括电子商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写，掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，能够胜任大数据时代电子商务数据化运营工作。						
项目/模块安排	模块一 电子商务数据化运营概述 模块二 数据采集与处理方案的制定 模块三 市场数据分析 模块四 运营数据分析 模块五 产品数据分析 模块六 数据监控与数据分析报告撰写						

考核方式	<p>1. 考核方式 以过程性考核为主。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 70%（含数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写五大模块的实操训练）。</p> <p>3. 评价标准 ①数据处理正确； ②实训操作结果正确； ③能选择合适的图表进行数据可视化； ④对得出的数据进行准确分析并提出合理建议； ⑤取得电子商务数据分析与应用技能等级（中级）证书的学生，总分加 5 分。</p>
------	--

5. 服务营销

课程编码	04011020			学分	3		
开设学期	4	总学时	52	理论学时	26	实践学时	26
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	<p>1. 能够提供优质的客户服务，包括客户需求的识别、满足和服务后的跟进；</p> <p>2. 具备良好的口头和书面沟通能力，能够清晰地表达思想，有效地与客户沟通；</p> <p>3. 能够迅速识别问题并提出合理的解决方案，处理客户投诉和不满；</p> <p>4. 了解销售原理和方法，能够有效地推销产品或服务；</p> <p>5. 能够分析市场趋势和竞争对手情况，为企业制定合适的市场策略；</p> <p>6. 能够在团队中发挥作用，与同事协作，共同达成目标；</p> <p>7. 能够合理安排时间，高效地完成工作任务；</p> <p>8. 具有持续学习的能力。</p>						
课程目标	<p>教育引导掌握服务营销的基本概念、基本原理，学会运用所学原理和方法来分析服务市场、进行服务市场的定位、服务营销组合的设计和服务营销的规划；掌握不同的服务营销策略特点与方案策划，能够将营销战略管理的基本方法运用到服务市场上，为将来的营销实践打下基础。</p>						
项目/模块安排	<p>项目一 认知服务营销</p> <p>项目二 制定服务营销战略</p> <p>项目三 服务设计与开发</p> <p>项目四 管理服务质量</p> <p>项目五 制定服务营销策略</p> <p>项目六 管理顾客关系</p>						
考核方式	<p>1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 50%（以餐厅服务营销为主题，包含调查餐饮消费市场、制定服务营销战略、制定服务营销策略等三个项目）； 综合性考核 20%（服务营销技能演示）。</p> <p>3. 评价标准</p>						

	<p>①调查问卷设计合理，数据分析满足要求，调查报告结构完整，内容饱满；</p> <p>②服务营销策略切合项目一的调查结果，分析得当，撰写详略得当；</p> <p>③服务营销策略围绕 7p 策略展开分析，内容完整，逻辑清晰，撰写有条理；</p> <p>④根据案例情景使用服务营销技能分析客户需求，提供解决方案，展示服务特点和优势，处理客户异议，技能使用合理，展示过程娴熟。</p>
--	--

6. 客户服务与管理

课程编码	04011021			学分	3		
开设学期	4	总学时	52	理论学时	26	实践学时	26
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	<p>1. 能够深刻理解客户服务在企业运营中的重要性，树立客户至上的服务观念，始终以客户为中心，提供优质的客户服务；</p> <p>2. 具备良好的职业道德和职业素养，遵守行业规范和法律法规，维护企业和客户的合法权益；</p> <p>3. 具备良好的心理素质，能够承受工作压力和挑战，保持积极乐观的心态；</p> <p>4. 具备客户信息管理能力，能够收集、整理和分析客户信息，为制定客户服务策略提供依据；</p> <p>5. 具备问题解决能力，能够快速分析问题并提供合适的解决方案，有效处理客户投诉和纠纷。</p>						
课程目标	<p>教育引导掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能；掌握客服团队组建的方法和技术技能；掌握监控客户投诉并处理危机事件的方法和技术技能；掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能；掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能；掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能。</p>						
项目/模块安排	<p>项目一 认知客户服务</p> <p>项目二 分析目标客户</p> <p>项目三 沟通客户需求</p> <p>项目四 处理客户投诉</p> <p>项目五 培育忠诚客户</p> <p>项目六 管理客户关系</p>						
考核方式	<p>1. 考核方式</p> <p>采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成</p> <p>平时考核 40% (含出勤、课堂表现、作业)；</p> <p>项目考核 30% (含 3 次项目考核)；</p> <p>综合性考核 30% (要求学生撰写客服市场调查报告，制作 PPT，口头汇报)。</p> <p>3. 评价标准</p> <p>①基本素质评价：主要包括品德素养、团队合作、敬业精神、组织协调等方面。依据学校学生评价标准执行，成绩评定由学生课程学习表现评价；</p> <p>②专业素质评价：主要包括文化知识、专业基础、专业技能等方面。主要通过学生课程学习的作业、课堂提问、出勤、考试、技能考核等进行过程评价和结果评价；</p> <p>③综合能力评价：主要包含知识掌握与应用能力，沟通与协作能力，创新能力与实践经验，结合过程性评价和结果性评价，形成学生的综合评价报告。并根据学生在各个评价维度上的表现，给出针对性的建议和指导。</p>						

7. 数字营销

课程编码	04011015			学分	4		
开设学期	3	总学时	68	理论学时	34	实践学时	34
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 数据化洞察能力：通过用户行为数据识别高价值触点； 2. 全渠道策划能力：设计跨平台互动营销组合方案； 3. 精准获客能力：制定潜在客户开发策略并实施定向转化； 4. 客户运营能力：基于价值分层设计留存激励体系； 5. 裂变引擎搭建能力：策划具有病毒传播特性的营销活动； 6. 效果归因能力：使用漏斗分析定位转化瓶颈。						
课程目标	教育引导掌握客户生命周期管理（AARRR 模型）各阶段核心策略的方法和技术技能，理解裂变营销中口碑传播、社交裂变和利益驱动三大模式的应用方法和技术技能，熟悉数字化营销分析工具矩阵的操作方法和技术技能，具备从客户洞察到渠道策划再到效果分析的完整营销闭环构建方法和技术技能，掌握直播营销动线设计及促销活动 ROI 测算的方法和技术技能，以及运用 CRM 工具实施客户分层运营（RFM 模型应用）的方法和技术技能，全面提升数字营销实战能力。						
项目/模块安排	项目一 数字互动营销策划 项目二 数字化客户开发 项目三 数字化留存营销 项目四 数字化营销转化 项目五 数字化裂变营销 项目六 数字营销效果分析						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 40%：含出勤、课堂表现、作业； 实训考核 40%：含 4 次实训考核，涉及数字化客户开发、数字化留存营销、数字化营销转化、数字化裂变营销； 综合性考核 20%：综合案例—数字营销效果分析可视化展现及数据分析报告撰写。 3. 评价标准 ①客户开发、留存、转化和裂变方案接地气、可执行、可行性强； ②模型选用恰当，数据分析准确； ③能运用可视化的方法展现营销结果； ④对营销数结果进行正确分析，找出问题； ⑤提出切实可行的优化建议。						

专业拓展选修课程

1. 农林产品直播营销

课程编码	04011013			学分	4		
开设学期	3	总学时	68	理论学时	14	实践学时	54
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 能够完成直播平台的选择, 团队的构建; 2. 能够根据直播主题和产品完成直播内容的策划与筹备; 3. 能够熟练掌握直播间的营销管理; 4. 做到诚信营销, 不夸大其词, 不诱导顾客购买。						
课程目标	教育引导了解农林产品的特点与目标人群, 熟悉直播营销的基本理论和政策法规; 根据各直播平台的规则, 制定有针对性的直播营销策划方案; 掌握农林产品直播营销策划、引流、直播间营销管理和复盘等技能, 最终使学生能够独立策划直播营销活动, 熟练操作直播设备和开展直播活动的执行及复盘。						
项目/模块安排	项目一 农林产品直播认知 项目二 农林产品直播策划 项目三 农林产品直播实施 项目四 农林产品直播优化						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30% (含出勤、课堂表现、作业); 项目考核 40% (含 3 次项目考核, 包括直播策划案、直播场地布置、直播带货彩排); 结果性考核 30% (直播带货出单数量、直播引流视频的播放量和点赞量、直播推广视频的播放量和点赞量、直播的实际销售数据等)。 3. 评价标准 ①直播策划方案的合理性欲可行性; ②直播销售的规范性、直播环节的流畅度; 直播间的互动和控场程度; 直播间的观看数和互动数; ③直播引流视频的播放量和点赞量; 直播推广视频的播放量和点赞量; 直播的实际销售数据; ④直播复盘报告的完整度、可执行度、落地性。						

2. 商务文案策划与撰写

课程编码	04011009			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	12	实践学时	20
课程类型	(理论+实践) 课						
职业能力要求	1. 具备创新思维和丰富的想象力, 能够提出新颖、独特的文案创意; 2. 能够根据不同的商务场合和目标受众, 撰写符合规范的商务文案; 3. 善于从市场趋势中捕捉商机, 为文案创作提供有力的市场支持; 4. 熟练掌握写作技巧, 能够清晰、准确地表达商务信息;						

	5. 能够使用 AI 工具进行营销文案辅助创作； 6. 策划方案时能够换位思考； 7. 具备讲解、说明商务文案的能力。
课程目标	教育引导掌握文案策划、创意、撰写的能力，以确保他们在未来能够胜任商务文案的相关工作；能够根据客户需求和市场状况，对市场进行深入研究；能够提出新颖、独特的文案创意，提升文案的转化率和效果，策划出符合品牌属性的市场策略文案。
项目/模块安排	模块一 项目定位 模块二 撰写商务文案 模块三 项目执行
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 50%（含 4 次以上项目实训考核，涉及市场调研与分析报告、项目定位与目标计划撰写、产品文案撰写、广告文案撰写、营销文案撰写、项目执行计划、项目评估与反馈等内容）； 综合性考核 20%（针对各实训考核内容进行现场汇报）。 3. 评价标准 ①文案是否具有创新性，是否能够吸引目标受众的注意； ②文案内容是否准确、无误，是否符合项目定位和目标； ③文案结构是否合理、条理清晰，是否易于理解和接受； ④项目执行计划是否合理、可行，是否能够确保项目的顺利推进； ⑤是否积极收集反馈意见，是否能够对文案和项目执行进行持续改进； ⑥文案讲解是否条理清晰、逻辑思维紧密、语言流畅、肢体语言恰当、有良好的应变等。

3. 农林产品短视频策划与制作

课程编码	04011018			学分	3		
开设学期	4	总学时	52	理论学时	10	实践学时	42
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	1. 了解短视频的基础知识； 2. 掌握短视频脚本撰写、拍摄、剪辑技能； 3. 具备短视频策划和创作等能力，能够针对不同产品及要求创作出高质量的短视频。						
课程目标	教育引导能够根据农林产品的特点和目标受众，制定有针对性的短视频策划方案；掌握农林产品短视频脚本撰写、拍摄、制作等实操技能，并能够熟练运用短视频方式进行推广与营销活动，最终使学生具备独立策划、拍摄和制作农林产品短视频的能力。						
项目/模块安排	项目一 了解短视频 项目二 策划农林产品短视频 项目三 拍摄农林产品短视频 项目四 制作农林产品短视频						

	项目五 推广农林产品短视频
考核方式	<p>1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 30%（含出勤、课堂表现、作业）； 项目考核 40%（含短视频脚本、短视频的拍摄、短视频的制作、短视频的推广）； 综合性考核 30%（本课程核心技能测试，提交短视频平台）。</p> <p>3. 评价标准 ①根据不同的直播主题和产品撰写脚本，格式正确、内容完整，且具有可操作性； ②根据脚本进行拍摄（景别、画面构成、拍摄角度、构图方式、布光方式、色彩渲染等）； ③对拍摄的素材进行剪辑（调色、背景音乐、音效、字幕等）； ④短视频的发布及推广效果（作品描述、发布时间、话题标签、推广渠道及技巧）； ⑤农产品短视频的推广效果（短视频平台的点赞量、浏览量）。</p>

4. 商务谈判

课程编码	04011012			学分	4		
开设学期	3	总学时	68	理论学时	34	实践学时	34
课程类型	（理论+实践）课						
职业能力要求	<p>1. 能够有效进行口头和书面沟通，理解并回应对方的需求和立场；</p> <p>2. 掌握并运用各种谈判策略和技巧，以达成最有利的协议；</p> <p>3. 具备分析和解决谈判过程中出现的问题的能力；</p> <p>4. 能够在压力下保持冷静，有效管理自己的情绪和应对对方的情绪波动；</p> <p>5. 了解相关法律法规和商业伦理，确保谈判过程的合法性和道德性；</p> <p>6. 在团队环境中工作，能够与他人协作以实现共同目标。</p>						
课程目标	教育引导學生正确认识商务谈判，能够进行顾客接近、商务洽谈、合同的签订与履行，具备从事市场开发、与客户沟通、洽谈、签订协议等推销谈判能力。						
项目/模块安排	<p>模块一 企业的商务谈判行为</p> <p>模块二 企业人员的商务沟通技巧</p> <p>模块三 企业的谈判策略</p> <p>模块四 模拟企业谈判</p> <p>模块五 企业谈判的法律与伦理</p>						
考核方式	<p>1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成 平时考核 40%（含出勤、课堂表现、个人作业）； 项目考核 40%（主要考察国际商务谈判模拟练习、商务谈判的准备模拟练习、商务谈判开局与报价角色扮演练习、商务谈判谈判稿的撰写写作练习。含小组讨论/项目报告、PPT 汇报）； 综合性考核 20%（模拟谈判实践）。</p>						

	<p>3. 评价标准</p> <p>①理论知识：评价学生对商务谈判理论、原则和流程的理解程度；</p> <p>②沟通能力：评估学生的口头和书面沟通技巧，包括表达清晰、倾听有效和说服力；</p> <p>③谈判技巧：考查学生在模拟谈判中运用谈判策略和技巧的能力；</p> <p>④团队合作：评估学生在模拟谈判中的协作和领导能力。</p>
--	--




5. 营销法律法规

课程编码	04011016			学分	2		
开设学期	3	总学时	34	理论学时	26	实践学时	8
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	<p>1. 能够理解并掌握公司法律制度，能够依法管理公司；</p> <p>2. 能够签订合同，能够根据合同维护合法利益；</p> <p>3. 能够理解并掌握担保法律制度；</p> <p>4. 能够理解并掌握知识产权法律制度。</p>						
课程目标	教育引导學生掌握与企业市场营销相关的法律法规，增强诚信合法经营意识，学会用法律维护自己的合法权益。						
项目/模块安排	<p>模块一 公司法律制度</p> <p>模块二 合同法律制度</p> <p>模块三 担保法律制度</p> <p>模块四 知识产权法律制度</p>						
考核方式	<p>1. 考核方式</p> <p>采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。</p> <p>2. 成绩构成</p> <p>平时考核 30%（出勤、课堂表现、作业等）；</p> <p>项目考核 50%（以公司调研为主题，含公司运行机制、合同管理、合同纠纷处理、知识产权保护等四个项目）；</p> <p>综合性考核 20%（以某企业涉法经济案件为例，运用经济法知识进行分析，制作 PPT，口头汇报）。</p> <p>3. 评价标准</p> <p>①合同格式正确、内容完整，且具有可操作性；</p> <p>②法律纠纷诉讼思路清晰，PPT内容完整且制作美观；</p> <p>③口头汇报思路清晰，语言表达流畅。</p>						

6. 网络营销

课程编码	04011006			学分	2		
开设学期	2	总学时	32	理论学时	12	实践学时	20
课程类型	(理论+实践)课						
职业能力要求	1. 了解网络营销常用的如微博、微信、短视频、直播等主流工具； 2. 掌握网络营销常用的事件营销、病毒式营销等营销策略； 3. 能够根据企业的需求选择合适的网络营销工具； 4. 能够根据企业的实际情况选择合适的网络营销方法； 5. 能够对网络营销的效果进行跟踪、评估并修正； 6. 具有较强的网络安全意识； 7. 以客户利益为中心，自觉维护客户隐私权。						
课程目标	教育引导學生能够从互联网技术、市场营销等多学科角度了解和掌握网络营销的核心内容；能够运用网络营销工具；掌握网络营销策略；具备从事网络营销的基本职业能力。						
项目/模块安排	项目一 认知网络营销 项目二 网络广告营销 项目三 微信营销 项目四 微博营销 项目五 短视频营销 项目六 直播营销 项目七 APP、二维码营销 项目八 O2O、大数据营销 项目九 病毒式营销 项目十 事件营销						
考核方式	1. 考核方式 采取过程性考核与综合性考核相结合的方式。 2. 成绩构成 平时考核 30% (含出勤、课堂表现、作业)； 项目考核 40% (含网络广告拍摄、公众号软文写作、微博每日任务、拍摄一日 vlog 等)； 综合性考核 30% (选取一个主题，策划网络营销策略方案，使之成为网络热点。制作 PPT，进行口头汇报)。 3. 评价标准 ①网络广告在网络上的推广效果 (点赞量、浏览量)； ②公众号文章的推广效果 (在看数量)； ③微博每日任务的完成情况； ④vlog 在短视频的推广效果 (点赞量、浏览量)； ⑤策划案 PPT 内容完整且制作美观，论据充分，口头报告思路清晰，语言表达流畅。						

表 11 2025 级市场营销专业人才培养方案审批表

专业名称	市场营销
专业代码	530605
专业负责人	牛永超
<p>人才培养方案制定简要说明：</p> <p>根据《职业教育专业目录(2021 年)》和《市场营销专业教学标准（高等职业教育专科，2025 年）》，市场营销专业人才培养方案是在进行了中小批发、零售企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析农林产品产业发展趋势和行业企业人才需求的基础上，由商务学院市场营销专业建设委员会全体成员共同制订。人才培养方案以职业教育国家专业教学标准为依据，紧跟产业发展趋势引入农林产品直播营销、短视频策划与制作、数字营销技术，服务农林经济发展对人才的需求，将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，适应河南地区经济社会发展需求和我院“新林人”培养办学特色，具有一定的适应性和可操作性。</p>	
<p>学院（部）审核意见：</p> <div style="text-align: right;">  学院院长签字 <u>朱强</u> 2025 年 8 月 22 日 </div>	
<p>教务处审核意见：</p> <div style="text-align: right;">  教务处处长签字 <u>王明</u> 2025 年 8 月 31 日 </div>	
<p>学校审核意见：</p> <div style="text-align: right;">  主管校长签字 <u>王明</u> 2025 年 8 月 31 日 </div>	