



市场营销专业 2023 级人才培养方案

编制（修订）负责人：	沈婷婷
二级学院书记、院长：	谭燕、晏榆洋
专业建设委员会主任：	晏榆洋
编制修订时间：	2023 年 6 月 30 日
教务处审核：	
分管校领导审查：	
校长审定：	
审定时间：	

广安职业技术学院

编印

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	- 1 -
六、课程设置及要求	- 3 -
(一) 课程体系构建思路	- 3 -
(二) 课程设置	6
(三) 课程思政总体要求	29
七、教学总体安排	30
(一) 学分学时要求	30
(二) 课堂教学安排	32
八、实施保障	36
(一) 人才培养模式构建	36
(二) 人才培养实施流程	37
(三) 人才培养实施保障	38
九、毕业要求	46

广安职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销(530605)

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专业 类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例	职业资格证书或职业技能 等级证书或行业企业证书 举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业、零 售业 (51、52) 商务服 务业(72)	营销员 (4-01-02-01) 市场营销专业 人员 (2-06-07-02)	销售经理 市场主管 市场经理	数字营销技术应用 网店运营推广 自媒体运营职业技能证书 互联网营销师 市场营销经理助理 营销策划经理助理 客户服务管理师

1.职业领域

本专业毕业生就业面向营销行业及其他相关行业。

2.工作岗位

本专业的初始岗位包括销售等一线生产及服务岗位，发展岗位是区域销售经理等工作岗位。

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业立足广安面向川渝地区，服务成渝双城经济圈建设，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的职业素养、人文素养和创新意识，

有一定的科学文化水平，且有较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销专业的新知识和新技术，具备商务数据分析、营销策划、新媒体营销、数字营销、客户服务与管理等方面能力，满足批发零售行业及相关服务业的一线需要的销售、市场推广等岗位群，能推广会传播、懂数据善策划的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1.素质目标

1.1 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定拥护中国共产党领导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；

1.2 崇尚宪法、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；

1.3 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

1.4 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；

1.5 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

1.6 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，有一定的审美和人文素养；

1.7 有良好的抗压能力和坚强的意志、坚韧的品质。

2.知识目标

2.1 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2.2 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

- 2.3 掌握市场调查的方式、方法、流程，调查报告的撰写方法；
- 2.4 掌握商务数据的获取和和挖掘，熟悉在产品、消费者、竞争者、财务管理方面对数据进行分析的工具和方法；
- 2.5 掌握网络营销、新媒体营销的基本方法和技能；
- 2.6 掌握全渠道的现代推销方法和技巧；
- 2.7 掌握数字营销的方法和技巧；
- 2.8 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- 2.9 掌握营销活动策划、视频策划、直播策划的方法和技巧；
- 2.10 熟悉数字化营销新知识、新技术，善于自学，不断更新知识。

3.能力目标

- 3.1 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- 3.2 具有良好的语言、文字表达能力、沟通能力、汇报答辩等能力；
- 3.3 能熟练掌握 EXCEL、BI 工具对数据进行整理、分析、挖掘和呈现，具有数据意识和商务数据分析应用的能力；
- 3.4 具有组织实施营销环境的市场调查与分析；
- 3.5 能够组织实施推销，尤其是在新媒体平台；
- 3.6 能够组织实施品牌和产品在新媒体平台的推广和促销；
- 3.7 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- 3.8 熟练掌握常用办公软件的使用，能结合项目制作精美宣传图片、汇报 PPT 和营销方案等；
- 3.9 具备敏锐的市场洞察力和创新创业能力；
- 3.10 具备营销沙盘的思维和管理能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系构建思路

以国务院发布的《国家职业教育改革实施方案》《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》为指导，落实教育部2019年13号、61号文件精神，全面贯彻《中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教

育的意见》以及教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》、教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要的通知》、教育部办公厅关于印发《关于开展“网上重走长征路”既推动“四史”学习教育的工作方案》的通知等文件精神，对接教育部颁布的《高等职业教育市场营销专业教学标准》和行业企业制定的《“1+X”数字营销职业技能等级标准》《“1+X”网店运营推广职业技能等级标准》；明确专业培养目标 and 规格，制定《岗位（群）工作任务及职业能力分析报告》。

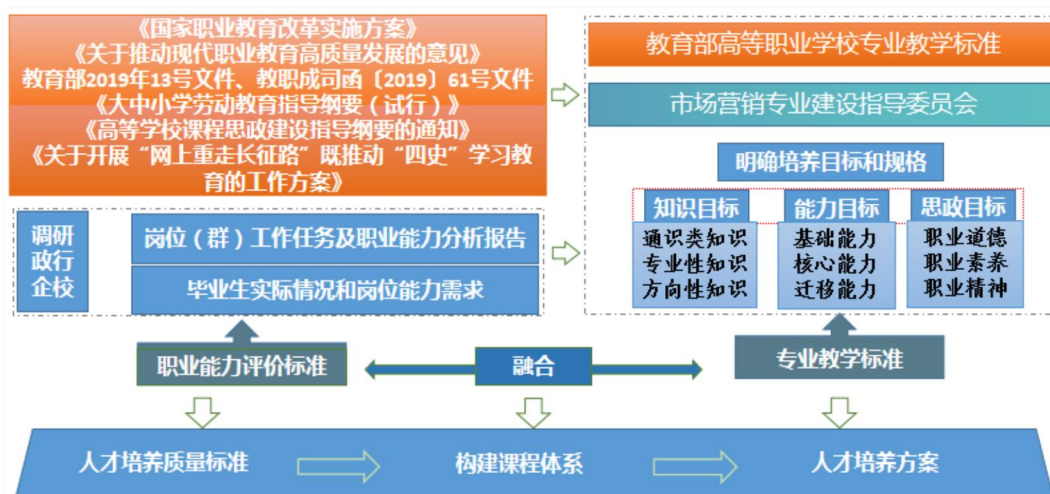


图6.1 人才培养方案开发思路框架图

深入分析学生就业需求，全面落实大中小学思想政治工作总体要求，强化“中国共产党党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史”教育，明确专业知识目标、能力目标、思政目标，制定《专业人才培养质量标准》《毕业生质量标准》。依据《专业人才培养质量标准》（《毕业生质量标准》），构建“公共基础平台课程+公共选修模块课程+专业基础平台课程+专业核心模块课程+专业综合实践课程+专业拓展模块课程”的课程体系，切实做到“岗课赛证四融通”。

市场营销专业服务地方经济发展，以市场营销专业人才培养目标为依据，以毕业生就业为导向，突出产教融合，从典型岗位能力需求出发，构建了培养学生通用能力和专业技术技能相结合的基于“立德树人”的实践课程体系。详见图 6.2 和 6.3。

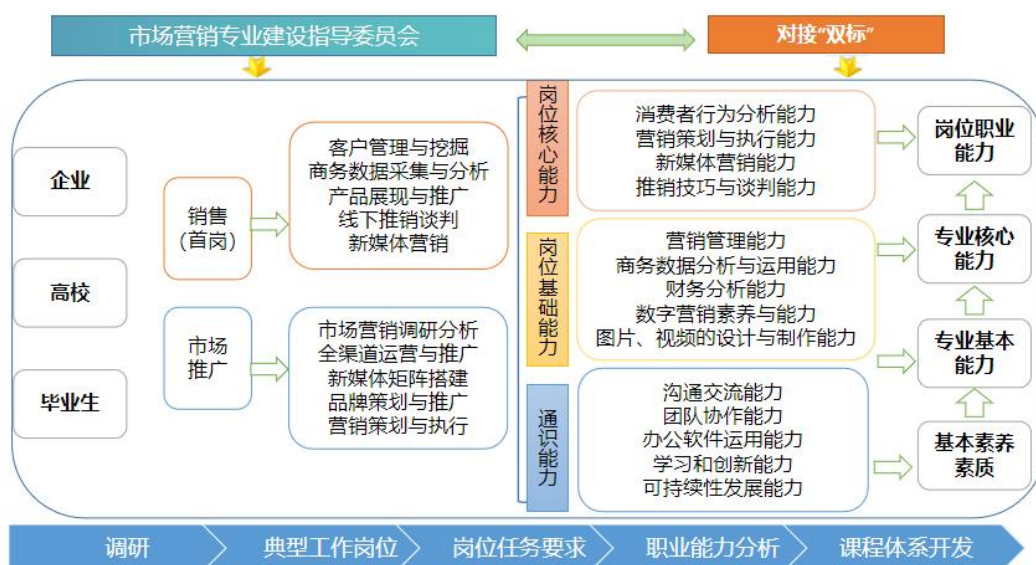


图 6.2 岗位“能力本位”课程开发图

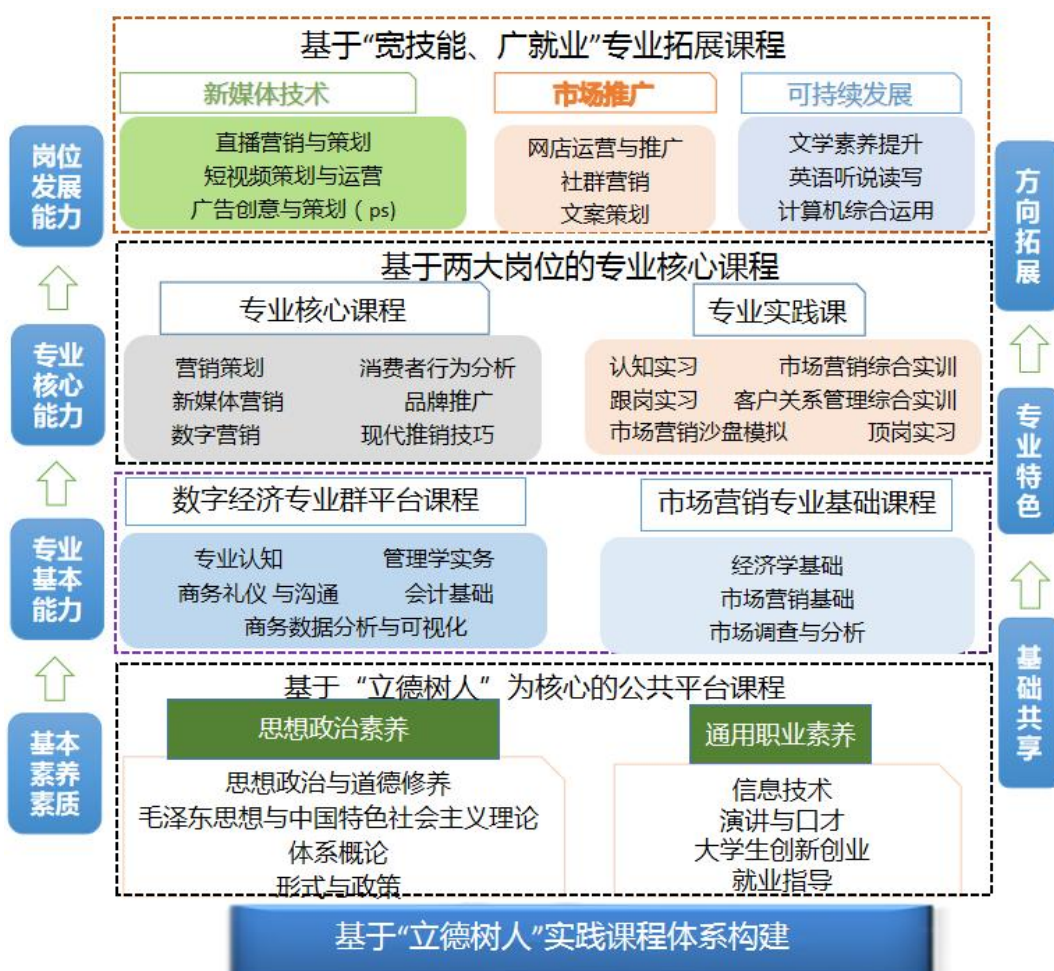


图 6.3 岗位“能力本位”课程体系构建图

(二) 课程对培养规格的支撑

市场营销专业课程由公共必修课程、专业必修课程、公共选修课、专业拓展课组成，其中专业必修课程由专业基础课、专业核心课组成。其课程与培养规格的对应关系矩阵图见表 4 所示。

表 6.1 课程与培养规格对应关系支撑矩阵图

培养规格 课程名称	素质目标							知识目标										能力目标										
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	
思想道德与法治		H							H																			
毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	H							H																				
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H							H																				
形势与政策	H							L																		M		
大学生心理健康				M	H		M																		M			
大学体育				H																								
信息技术										M	M										M	M				H		
劳动教育		H		M																								
军事理论	H				M		M																					
军事技能				M	H																							
大学英语						M		H																				
职业生涯发展与规划				H																								
就业指导				H			M																					
大学生创新创业基础				H				L																				
四史专题	H							M																				
中华优秀传统文化			M			M		H	H																			
演讲与口才						M		H												H								
大学语文	M							H												M								
专业认知		M	H	M		M												M										
经济学基础		M						H	M																			
市场营销基础		L	L				L		H	M	M	M	M	M	M						H	H	M	M				
市场营销沙盘模拟										H	M		L					M	M							L	M	H
基础会计			L							H	H				M			L			M		M	M				
市场调查与分析			L							H	M		L					M	M	M	H					L	M	
Excel在市场营销工作中的典型应用			L							M	H							M	M	M	H					L	M	
商务数据分析与可视化			L	M						M	H							M	M	H					M			
管理学实务				M	M		M											H	H		M				M			
商务礼仪与沟通											H		H		M	M									M			

消费者行为分析		M	M	L						M	H		M				M		L				M	M	H					
营销策划		M	M	L						M	M				H	H			L					H	H					
新媒体营销											H					M								H	M					
数字营销			L								H	M		H	M						M	M								
品牌推广		L	L	L		M				M	M				H	H								M	H	M				
现代推销技巧		L	M	M		M							H											H	M	M				
劳动教育(1)		H		M		L																								
劳动教育(2)		H		M		M																								
认知实习		M		H			M					M	M	M	M	M	M			H						L	L	L	L	M
市场营销综合实训										H					H	H	M	H	M	M	M	M	M	M	L	L			L	
企业跟岗实践		M	M	M			H		H											H									M	M
客户关系管理综合实训				M	M			H		H		H								H								M	M	M
毕业设计		M	M	L						L	H	M													L			M		H
岗位实习				M	L		L			L		H																		
直播营销与策划												H					H		M						M	M				
广告创意与策划(ps)				M			H									M	M										M		H	M
文案策划				M			M	M				H	H		M	M	L			H					M	M		M		
短视频策划与运营												H					H								M	M				
网店运营与推广												H					H								M	M	M			
商务PPT创作与路演							M		M	M											H								H	
经济法		M	L							H										M										H
社群营销												M	H													M	M	H		
英语听说读写								H																	M					
文学素养拓展								H		M															M					
计算机综合运用				M				H																						H

(三) 课程设置

主要包括公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程、毕业实训、岗位实习。

1. 公共基础课程

1.1 公共基础平台课程

公共基础必修课以培养学生的职业思想素养、职业能力为主要目的，旨在帮助学生对自己的兴趣、性格、能力和价值观等因素进行探索，对职业世界进行探索，提升重要的职业素质，使学生拥有良好的职业素养。

表 6.2 公共基础平台课程一览表

序号	课程名称	课程教学目标	主要教学内容与要求	课程思政要点	备注
1	思想道德与法治(1)	<p>知识目标: 掌握思想道德有关知识; 了解基本法律知识。</p> <p>能力目标: 培养学习生涯和职业生 涯的规划设计能力; 提高学习、交 往及自我心理调节的能力, 培养合 理生存和职业岗位的适应能力; 提 升实践中德行规范意识和能力; 培养成功就业和自主创业的意识 和能力; 具有依法行使法律权利和 履行法律义务的能力</p>	<p>主要教学内容: 时代新人的 历史担当; 在正确人生观指 引下创造有意义的人生; 树 立崇高的理想信念, 放飞青 春梦想; 弘扬中国精神, 做 忠诚的爱国者, 做改革创新 的生力军; 做社会主义核心 价值观的积极践行者。道德 基本理论; 吸收借鉴优秀道 德成果; 遵守公民道德准则;</p>	<p>文化传承, 爱党护 党, 核心价值观, 文明礼貌, 爱岗敬 业, 职业道德, 互 助金属, 履职尽责。 生命意义和人生价 值, 健康文明行为 和习惯养成, 自信 乐观, 调节情绪, 正确评估, 培养终 身学习意识和能 力, 诚实守信, 培 养兴趣, 坚定理想 信念等。</p>	<p>参加省级 及以上思 政课比 赛, 获得 省三、二、 一等奖分 别互换1 次当年思 政课 1.2.3学 分; 当年 互换的思 政课成绩 80-85; 85-90; 90-95 分。国赛 不分等 次, 互换 3学分, 互换的思 政课成绩 95分。</p>
2	思想道德与法治(2)	<p>素养目标: 帮助大学生树立正确的 世界观、人生观、价值观, 培养大 学生的健全人格以及良好的思想道 德素质和法律素质, 使大学生逐渐 成长为德、智、体、美、劳全面发 展的中国特色社会主义伟大事业的 合格建设者和可靠接班人。</p>	<p>社会主义法律的特征和运 行; 建设社会主义法律体系、 法治体系; 坚持走社会主义 法治道路; 培养法治思维; 依法行使权利与履行义务。 教学要求: 做到理论与实践 教学相统一。</p>	<p>自尊自律, 感恩, 主动作为, 明辨是 非, 规则意识和法 治意识, 公民权利 和义务, 自由平等, 可持续发展, 人的 尊严和基本人权, 生存、发展和幸福, 安全意识和自我保 护能力, 伟大复兴 梦等。</p>	<p>80-85; 85-90; 90-95 分。国赛 不分等 次, 互换 3学分, 互换的思 政课成绩 95分。</p>
3	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	<p>知识目标: 准确把握马克思主义中 国化进程中形成的两大理论成果; 深刻认识中国共产党领导人民进行 的革命、建设、改革的历史进程、 历史变革、历史成就; 透彻理解中 国共产党在新时代坚持的基本理 论、基本路线、基本方略。</p> <p>能力目标: 树立历史观点、世界视 野、国情意识和问题意识, 增强分 析问题、解决问题的能力; 不断提 高理论思维能力, 更好地把握中国 的国情、中国社会的状况和自己的 生活环境, 以自己的实际行动为中 国特色社会主义事业和中华民族伟 大复兴做贡献。</p> <p>素养目标: 坚定“四个自信”, 在 实现中华民族伟大复兴的征程中放 飞青春梦想, 书写绚丽的人生华章。</p>	<p>主要教学内容: 马克思主义 中国化的必要性, 厘清各大 理论成果间的逻辑关系。毛 泽东思想的主要内容, 特别 要将新民主主义革命理论、 社会主义改造理论讲透彻; 讲清邓小平理论、“三个代 表”重要思想和科学发展观 的形成和主要内容。习近平 新时代中国特色社会主义思想, 重点讲解新时代新矛盾、 总任务、“五位一体”总体 布局、“四个全面”战略布 局、习近平强军思想、中国 特色的大国外交和党建等内 容。</p> <p>教学要求: 结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知 识传授与价值引领同步。</p>	<p>革命和斗争, 人类 社会发展规律, 党 的历史和传统, 爱 党、护党行动, 国 家意识、国情历史, 国家安全与稳定, 核心价值观, 三个 代表, 共同富裕, 改革创新精神, 尊 重事实, 问题导向, 辩证分析, 寻求问 题解决办法和能 力, 尊重劳动, 中 国特色社会主义共 同理想等。</p>	<p>参加省级 及以上思 政课比 赛, 获得 省三、二、 一等奖分 别互换1 次当年思 政课 1.2.3学 分; 当年 互换的思 政课成绩 80-85; 85-90; 90-95 分。国赛 不分等 次, 互换 3学分, 互换的思 政课成绩 95分。</p>

4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>知识目标：整体掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论逻辑、历史逻辑与实践逻辑，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想是以习近平同志为核心的党中央坚持解放思想、实事求是、守正创新，坚持用马克思主义之“矢”去射新时代中国之“的”的重大理论创新成果。</p> <p>能力目标：注重将党的创新理论教育与大学生的成长特点和认知规律结合起来，在知行合一、学以致用上下功夫，大力弘扬理论联系实际的优良学风，更加自觉用这一思想指导解决实际问题。</p> <p>素养目标：教育引导学生在人生抱负落实到脚踏实地的实际行动中来，把学习奋斗的具体目标同中华民族伟大复兴的伟大目标结合起来进一步增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，增强政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，努力成长为担当民族复兴重任的时代新人。</p>	<p>主要教学内容：突出中国特色社会主义新时代这个重点，系统讲解党的十八大以来原创性思想、变革性实践、突破性进展和标志性成果，讲深讲透“两个结合”“两个确立”“十个明确”“十个方面的历史经验”“十四个坚持”“马克思主义中国化新的飞跃”</p> <p>教学要求：以专题式讲授为主，辅以案例式、研讨式教学。</p>	<p>全球意识，人类命运共同体，人类文明进程，世界发展动态，多重文化，国家意识，党的领导和政治方向，爱党爱国，贯彻新发展理念，践行以人民为中心发展思想和生态文明建设，坚持一国两制，推进祖国统一，坚持全过程人民民主和法治中国建设，落实全面从严治党，以中国现代化实现共同富裕。辩证思考，健康审美，改革创新，网络安全与道德，科学解决问题，人类文明与技术联系等。</p>	
5	大学生心理健康	<p>知识目标：了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。</p> <p>能力目标：掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能等。</p> <p>素养目标：能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。</p>	<p>主要教学内容：健全和谐的人格；认识自我学会调适；大学生学习心理；大学生的人际关系；大学生的情绪调适；大学生性心理及调适；择业就业规划人生。</p> <p>教学要求：尽量降低理论深度，力求生动形象；密切联系生活实际，用实例丰富教学，力求生动有趣。</p>	<p>和而不同，诚信、友善的价值行为，自尊自信、乐观向上、积极进取的人生态度，正确的幸福观、得失观、顺逆观、生死观、荣辱观，健康的个人发展观，身心和谐，筑牢理想信念，健全和谐人格。</p>	
6	形势与政策（1）	<p>知识目标：了解国内外市场营销行业的发展动态。正确认识新时代国内外形势、教育形势，关注热点焦点，掌握理论创新成果；正确理解党的基本理念、基本路线基本方略。</p>	<p>主要教学内容：聚焦国内经济、政治、文化、社会、生态“五位一体”的建设发展以及治党建军的内容；聚焦国际经济政治形势、大国关</p>	<p>国家和世界发展形势，全球性调整，和平与发展，国家安全和主权，经济全球化，政治多极</p>	

7	形势与政策(2)	<p>能力目标: 具有认清市场营销专业不同阶段的发展需求的能力。认知事实, 认同政策, 认清趋势, 能运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力。提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力, 传承中国共产党在长期奋斗中形成的伟大建党精神, 善于从历史中深刻领会“马克思主义为什么行, 中国共产党为什么能, 中国特色社会主义为什么好”, 在实践中坚定正确的政治立场和政治站位。</p>	系、周边关系以及国际热点问题, 教育学生用马克思主义世界观和政治价值观来看待世界, 分析形势, 以辩证唯物主义和历史唯物主义作为科学的方法论指导和研判营销行在国家发展过程中的重要作用。重点讲授党的理论创新最新成果, 新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践, 世界和中国发展大势, 关注国际、国内形势与政策及国家早期教育。	化, 人类文明进程, 中国传统文化继承和发扬, 绿色生活方式和生态文明建设, 求真精神, 科学态度, 辩证思考, 保持好奇心与想象力, 寻求真理, 数字赋能与社会发展趋势, 掌握新技术的愿望, 有探索精神, 人类文明与进步关系等。
8	形势与政策(3)			
9	形势与政策(4)	<p>素养目标: 热爱祖国, 正确认识国内外形势, 教育形势, 提高思想政治素质, 坚定政治方向, 理解党和国家方针政策, 分清是非, 积极思考和回答自己所面临的现实问题能力, 成为一个眼界开阔、有大局观、有责任感、有思想境界的合格大学生。</p>	<p>教学要求: 依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学, 采用线上线下混合式教学, 构建“课堂讲授”+“专题讲座”+“教学实践活动”三位一体的教学模式, 以增强课程实效性。</p>	
10	形势与政策(5)			
11	大学体育(1)	<p>知识目标: 学习和掌握体育与健康的基础知识、技能与方法。学会锻炼身体的技能与方法, 掌握部分体育项目的基本技术。</p> <p>能力目标: 能够初步运用获得的知识技能锻炼身体, 进行自我调控, 自我检测和自我评价。熟练掌握两项以上健身运动基本方法和技能, 能科学地进行体育锻炼, 提高自己的运动能力, 掌握常见运动创伤的处置方法。</p> <p>素养目标: 养成主动、积极锻炼身体的意识, 提高体育文化素养; 加强独立从事体育锻炼的意识; 培养“终身体育”的思想, 为身心的全面发展打下基础。</p>	<p>主要教学内容: 以篮球、足球、羽毛球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、武术、健美操、健身健美、拉丁舞、休闲运动等多个项目的基本技术为教学内容, 学生通过选课分入不同项目班级学习, 学生在学习过程中, 初步掌握技术并提高身体素质。</p> <p>教学要求: 结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>始终坚持将马克思主义基本理论作为实施体育课程思政的价值导向和行动指南, 不断提升学生认识运动规律和身体改造的能力, 提高学生的综合体育素养, 引导学生在体育学习进程中勇于探索运动真理、追求身心和谐、点燃青春梦想, 形成家国情怀、使命担当和行动自觉。</p>
12	大学体育(2)	<p>知识目标: 学习和掌握体育与健康的基础知识、技能与方法。学会锻炼身体的技能与方法, 掌握部分体育项目的基本技术。</p> <p>能力目标: 能够初步运用获得的知识技能锻炼身体, 进行自我调控, 自我检测和自我评价。熟练掌握两项以上健身运动基本方法和技能, 能科学地进行体育锻炼, 提高自己的运动能力, 掌握常见运动创伤的处置方法。</p> <p>素养目标: 养成主动、积极锻炼身体的意识, 提高体育文化素养; 加</p>	<p>主要教学内容: 以篮球、足球、羽毛球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、武术、健美操、健身健美、拉丁舞、休闲运动等多个项目的基本技术为教学内容, 学生通过选课分入不同项目班级学习, 学生在学习过程中, 初步掌握技术并提高身体素质。</p> <p>教学要求: 结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>始终坚持将马克思主义基本理论作为实施体育课程思政的价值导向和行动指南, 不断提升学生认识运动规律和身体改造的能力, 提高学生的综合体育素养, 引导学生在体育学习进程中勇于探索运动真理、追求身心和谐、点燃青春梦想, 形</p>

		强独立从事体育锻炼的意识；培养“终身体育”的思想，为身心的全面发展打下基础。		成家国情怀、使命担当和行动自觉。	
13	信息技术	<p>知识目标：掌握汉字输入方法、Windows 文件（文件夹）相关操作及功能设置、Windows 运行环境设置和应用软件安装与卸载，熟练运用 Word 进行文档编辑和排版操作、Excel 表格图表操作、PowerPoint 演示文稿制作。</p> <p>能力目标：计算机软硬件系统的安装、调试、操作与维护能力。利用 office 工具进行项目开发文档的整理、报告的演示、格的绘制与数据的处理的能力，利用建模软件绘制软件开发相关图形的能力，具备微机系统的简单维护能力，使用计算机网络等现代通信手段和应用技术的初步能力。</p> <p>素养目标：学会使用办公自动化软件及一些常用工具软件，提高信息技术素养。</p>	<p>主要教学内容：常用办公软件及其他工具软件的使用；通过案例式教学，将日常工作和学习当中会用到的一些常用软件，特别是办公自动化软件的使用进行讲解和练习，使学生熟练掌握常用工具软件的使用，具备一定的用计算机解决问题的能力。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>“没有信息化就没有现代化，没有网络安全就没有国家安全。”</p> <p>自主创新、科技强国。</p> <p>信息技术服务社会、造福人民。正确使用互联网资源，尊重知识产权，保护个人隐私。</p>	全国计算机一级及以上证书，该课程成绩评定为 90 分
14	军事理论	<p>知识目标：掌握基本军事理论与军事技能</p> <p>能力目标：运用所学理论思考、分析解决实际问题的能力。</p> <p>素养目标：增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实的基础。</p>	<p>主要教学内容：中国国防、军事思想、国家安全、现代战争、信息化装备</p> <p>教学要求：以课堂教学和教师面授为主，应用微课、视频公开课等在线课程。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	军事思想、军事文化、现代国防发展历程、军事领域的新技术和新成果等，同时将马克思主义战争观、无产阶级军事观、社会主义核心价值观和爱国主义精神融入教学。	网课
15	军事技能	<p>知识目标：掌握基本军事知识和军事技能。</p> <p>能力目标：培养责任感，集体荣誉感和良好的生活习惯。</p> <p>素养目标：提高政治觉悟，激发爱国热情，发扬革命英雄主义精神，培养艰苦奋斗，刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，增强国防观念和集体主义精神。</p>	<p>主要教学内容：队列训练；内务训练与考核；防卫技能与战时防护训练；射击与战术训练、战备基础与应用训练</p> <p>教学要求：坚持按纲施训、依法治训原则，积极推广仿真训练和模拟训练。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	理想信念、爱国情怀、品德修养、中国精神、奉献精神、奋斗精神等	

16	体育健康测试(1)	<p>知识目标: 为了贯彻落实健康第一的指导思想,切实加强学校体育工作,促进学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平制定。</p> <p>能力目标: 促进学生体质健康发展、激励学生积极进行身体锻炼。</p> <p>素养目标: 使学生和社会能够对影响身体健康的主要因素有一个更明确的认识和理解,引导人们去积极追求身体的健康状态,实现学校体育的目标。</p>	<p>主要教学内容: 学生身高、体重、肺活量、50米跑、立定跳远、坐位体前屈、800米跑、1000米跑、一分钟仰卧起坐、引体向上、左眼视力、右眼视力,反映与身体健康关系密切的身体成分、心血管系统功能、肌肉的力量和耐力、以及关节和肌肉的柔韧性等要素的基本状况,促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平制定使大学生养成体育锻炼的生活习惯,提高大学生身体素质。</p> <p>教学要求: 促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平。</p>	<p>始终围绕立德树人的根本任务,强化体育课程思政目标的导向性,即“树立健康第一的教育理念,注重爱国主义教育 and 传统文化教育,培养学生顽强拼搏、奋斗有我的信念,激发学生提升全民族身体素质的责任感”。</p>	
17	体育健康测试(2)	<p>知识目标: 为了贯彻落实健康第一的指导思想,切实加强学校体育工作,促进学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平制定。</p> <p>能力目标: 促进学生体质健康发展、激励学生积极进行身体锻炼。</p> <p>素养目标: 使学生和社会能够对影响身体健康的主要因素有一个更明确的认识和理解,引导人们去积极追求身体的健康状态,实现学校体育的目标。</p>	<p>主要教学内容: 学生身高、体重、肺活量、50米跑、立定跳远、坐位体前屈、800米跑、1000米跑、一分钟仰卧起坐、引体向上、左眼视力、右眼视力,反映与身体健康关系密切的身体成分、心血管系统功能、肌肉的力量和耐力、以及关节和肌肉的柔韧性等要素的基本状况,促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平,制定使大学生养成体育锻炼的生活习惯,提高大学生身体素质。</p> <p>教学要求: 促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平。</p>	<p>始终围绕立德树人的根本任务,强化体育课程思政目标的导向性,即“树立健康第一的教育理念,注重爱国主义教育 and 传统文化教育,培养学生顽强拼搏、奋斗有我的信念,激发学生提升全民族身体素质的责任感”。</p>	

18	体育健康测试(3)	<p>知识目标: 为了贯彻落实健康第一的指导思想,切实加强学校体育工作,促进学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平制定。</p> <p>能力目标: 促进学生体质健康发展、激励学生积极进行身体锻炼。</p> <p>素养目标: 使学生和社会能够对影响身体健康的主要因素有一个更明确的认识和理解,引导人们去积极追求身体的健康状态,实现学校体育的目标。</p>	<p>主要教学内容: 学生身高、体重、肺活量、50米跑、立定跳远、坐位体前屈、800米跑、1000米跑、一分钟仰卧起坐、引体向上、左眼视力、右眼视力,反映与身体健康关系密切的身体成分、心血管系统功能、肌肉的力量和耐力、以及关节和肌肉的柔韧性等要素的基本状况,促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平制定使大学生养成体育锻炼的生活习惯,提高大学生身体素质。</p> <p>教学要求: 促进大学生积极参加体育锻炼,养成良好的锻炼习惯,提高体质健康水平。</p>	<p>始终围绕立德树人的根本任务,强化体育课程思政目标的导向性,即“树立健康第一的教育理念,注重爱国主义教育 and 传统文化教育,培养学生顽强拼搏、奋斗有我的信念,激发学生提升全民族身体素质的责任感”。</p>	
19	大学英语(1)	<p>知识目标: 掌握日常生活类话题相关的英语词汇及表达;掌握较为简单的英语语言知识运用方法。</p> <p>能力目标: 能听懂话题相关的英文对话及其它相关内容;能围绕日常生活类话题用英语进行口头交流和书面交流。</p> <p>素养目标: 培养学生英语学习兴趣,增强语言表达自信及文化素养,提升学生综合素质。</p>	<p>主要教学内容: 日常生活话题,如自我介绍、问路指路、看病就医、接打电话、购物、旅游等;职场话题,如接送客人、日程安排、活动组织、产品介绍、主持会议、招聘面试等</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>弘扬中华优秀传统文化,传授有关国家法律、行政法规和社会道德规范等知识,强化国家对学生的责任感,介绍国际政治、经济、文化、科技等领域的最新发展和世界主要国家的文化背景、历史和社会</p>	<p>四川省大学生英语新三级考试、全国大学生英语等级考试四级互换课程,可根据考试等级合格、良好、优秀对</p>
20	大学英语(2)	<p>知识目标: 掌握职场类话题相关的英语词汇及表达;掌握基础的英语语言知识运用方法。</p> <p>能力目标: 能听懂话题相关的英文对话及其它相关内容;能围绕职场类话题用英语进行口头交流和书面交流。</p> <p>素养目标: 培养学生英语学习兴趣,增强语言表达自信及文化素养,提升学生综合素质。</p>	<p>主要教学内容: 日常生活话题,如自我介绍、问路指路、看病就医、接打电话、购物、旅游等;职场话题,如接送客人、日程安排、活动组织、产品介绍、主持会议、招聘面试等</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>变迁,拓展学生的知识体系和视野,增强全球意识和全球竞争力,传达正确的道德观、价值观和行为规范,加强社会主义核心价值观教育,培养创新精神和实践能力</p>	<p>良好、优秀对期末成绩 80-100 区间分值进行替换。</p>
21	职业生涯规划	<p>知识目标: 掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法。</p> <p>能力目标: 形成职业生涯规划的能力,增强提高职业素质和职业能力的自觉性,做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。</p> <p>素养目标: 增强职业意识,形成正确的职业观,明确职业理想对人生发展的重要性。</p>	<p>主要教学内容: 职业生涯规划探索、自我探索、职业社会认知、确立职业生涯规划目标、大学生职业生涯规划的制定与实施。</p> <p>教学要求: 结合专业实际和个人能力实际,合理进行生涯发展规划。</p>	<p>家国情怀与个人价值实现,个人成长、专业选择和职业发展与“国强民富”的国家战略发展目标相结合,新时代劳动者对职业应有的正确认知等。</p>	

22	就业指导	<p>知识目标：了解职业、职业素质、职业道德、职业个性、职业选择、职业理想的基本知识与要求。</p> <p>能力目标：提高职业道德实践能力，具备依法择业、依法从业能力和职业生涯规划设计能力。</p> <p>素养目标：树立正确的职业观和就业观，养成适应职业要求的行为习惯，提高个人综合素养。</p>	<p>主要教学内容：就业形势与就业政策、就业观念、就业心态与职业道德、职业生涯规划、人才测评与自我认知、求职方法与技巧、就业基本权益保护。</p> <p>教学要求：结合专业实际和个人能力实际，合理进行就业和择业规划。</p>	<p>了解就业形势及基本国情，获得客观、准确的职业期待；具备良好的职业精神及高尚的职业道德，更好的服务社会，实现自我价值；树立正确“三观”和正确开展自我认知，理性选择专业方向、职业领域，满足国家重大战略发展布局对人才的需求等。</p>	
23	大学生创新创业基础	<p>知识目标：熟悉掌握创新思维的基本方法；了解创业的基本概念、原理和方法；掌握创业资源整合与创业计划书撰写方法；熟悉新企业开办流程。</p> <p>能力目标：形成创新创业者的科学思维，能进行创新应用；通过加强社交能力，提升信息获取与利用能力；能够独立撰写创业计划书等创业就业文件。</p> <p>素养目标：激发学生的创新创业意识，提高学生的社会责任感和创业精神，树立科学的创新创业观促进学生创业、就业和全面发展。</p>	<p>主要教学内容：本专业就业发展方向及知识技能准备；职业道德及就业素质要求；职业生涯规划；就业制度与形势、政策；知识产权；就业准备；求职过程及就业面试技巧；求职策略；就业权益保护；自主创业；就业签约与派遣。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>艰苦奋斗、奋勇争先的革命精神与当代青年敢闯敢干的创业精神之间一脉相承；国家社会经济发 展与当代创业青年自我价值实现；当代青年应有的社会责任、家国使命感等</p>	<p>获得各级创新创业大赛获奖兑换该课程对于的分数： 校级一等奖80分； 省级金奖90分、银奖85分、铜奖80分； 国家级金奖95分、银奖90分、铜奖85分。</p>
24	四史专题	<p>知识目标：围绕马克思主义经典著作，传承小平精神，融合广安红色基因、革命传统、地域文化和发展成就，了解党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史。</p> <p>能力目标：提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，传承中国共产党长期奋斗的伟大精神，提高工作本领，勇于担当作为。</p> <p>素质目标：深刻领悟中国共产党领导和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同。</p>	<p>主要教学内容：围绕马克思主义经典著作，传承小平精神，融合广安红色基因、革命传统、地域文化和发展成就，学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史。</p> <p>教学要求：全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>人类文明进程和命运共同体内涵与价值，国家意识，国情、党情历史，爱党、护党意识，人文思想认识和实践，社会进步与发展，改革创新、不懈追求的探索精神。坚持党的领导和政治方向，深刻领悟事物发展的前进性和曲折性，坚持走中国特色社会主义道路，国家主权及捍卫，将马克思主义与中国实际和中国传统文化相结合，坚定共产主义信念等。</p>	

25	中华传统文化 (传统商业文化)	<p>知识目标: 能掌握比较全面地了解中国悠久的商业文化内容; 认识中国商业文化的基本特征。</p> <p>素养目标: 培养学生对中华商业文化兴趣, 增强中华商业文化自信及文化素养, 提升学生综合素质。</p> <p>能力目标: 能拓展知识、理清脉络, 在进一步。</p>	<p>主要教学内容: 远古文明的商业曙光; 先秦经典中的商业清音; 秦汉兴替的商业华章; 唐宋盛世的商业奏鸣; 传统文化中的商业音符; 近代文明的商业交响; 崭新时代的商业旋律; 改革开放的商业新曲。</p> <p>教学要求: 结合知识传授, 讲练结合, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。知商业人物, 学丰富专题, 思商业事件, 品商业文化内涵, 承优秀传统, 扬文化力量。</p>	爱国主义教育、中国特色社会主义理论教育、道德与法治教育、职业素养教育和创新创业教育等。	网课
----	--------------------	---	---	---	----

1.2 公共选修模块课程

公共选修课程以培养学生的身体素质、语言交流沟通技巧、营销资料书写及法律观念和意识的 ability 为主要目的, 旨在帮助学生树立文化自信, 注重内外兼修, 提升学生的人文素质。

表 6.3 公共选修课程一览表

序号	课程名称	课程教学目标	主要教学内容与要求	课程思政要点	备注
1	演讲与口才	<p>知识目标: 了解言语交际的重要作用、基本原则、习得方法, 理解言语交际必备的心理素质、思维素质、应变能力及倾听素养。</p> <p>能力目标: 掌握有声语言、态势语言、社交语言、求职口才、即兴演讲、服务口才等贴近学生未来工作岗位与日常生活实践需要的言语口才基本技巧与方法。做到敢说话、愿说话, 其次做到能说话, 会说话。</p> <p>素养目标: 在不同交际交往场合, 与不同交往对象, 能自信、准确、清晰、流畅、贴切的表情达意并有效达成日常交际交往目的, 形成良好的言语交际意识与习惯。</p>	<p>主要教学内容: 演讲口才的概述、演讲和辩论的语言主要构成要素、演讲和辩论的非语言主要构成要素、不同场合的演讲辩论运用、演讲辩论中的角色分析、演讲和辩论中的论证方法、演讲和辩论中的逻辑谬误</p> <p>教学要求: 培养学生的今后步入教师行业之后和学生进行交流沟通的演讲和辩论能力, 提升师范类学生的专业技能和职业素养。注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>树立正确的人生观、价值观、世界观。开展演讲训练活动, 收集有关爱国主义素材, 如爱国故事, 英雄事迹, 升华对国家、社会的认知, 提升爱国主义情怀。</p>	公共限选课由各专业根据专业教学标准和专升本需求选择性开设, 专业教学标准中要求开设的课程必须开设, 至少开设4学分以上。《高等数学》根据专业特色进行修改
2	大学语文	<p>知识目标: 学习古今中外的名家名作, 了解文化的多样性、丰富性, 尤其是了解并继承中华民族的优秀文化传统, 培养高尚的思想品质和道德情操。掌握一定的文学基本知识, 特别是诗歌、散文、戏剧、小说四种主要文体特点及发展简况。</p> <p>能力目标: 能通畅、准确地阅读一般文</p>	<p>主要教学内容: 以中国优秀文学作品为重点, 通过对中国优秀文学作品的鉴赏分析, 提高学生的审美鉴赏能力; 通过对文学作品承载的文化内涵及其意义的品味, 理解中华民族的民族精神和审美趣味, 提高学生的文化修养。</p> <p>教学要求: 服务学生的专业学</p>	<p>建立正确的文史观, 对古今中外文学史上的各种现象有正确的认识, 注重健全人格的养成, 增强文化自信, 自觉弘扬革命文化、</p>	

		章、学术论著和文学作品，能读懂难度适中的文言文，具有把握主题、辨析文路，感受形象的能力。掌握一定的文学基础知识，具有分析、评价文学作品的初步能力。掌握运用汉语言文字的规范，具有较好的口头和书面表达能力。 素养目标： 通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力，激发学生的想象力与创造力，倡导学生的独立精神与合作意识，培育和滋养其健全的人格与社会关怀意识以及社会责任感。	习，把语文能力训练与专业的“职业化”训练紧密结合。	社会主义先进文化，弘扬爱国主义精神，增强使命意识和责任担当。	课程目标，教学内容和要求
3	《红色旅游与文化传承》等超星尔雅通识课	知识目标： 强调共识性教育，围绕人文素质、科学思维能力、道德和价值观等方面开展。 能力目标： 使学生拓宽视野、避免偏狭，培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。 素质目标： 健全学生人格，培养学生的社会责任感、培养全面发展的人才。	主要教学内容： 主要包括提高学生的文化品位、审美情趣和文化素养等内容。 教学要求： 结合知识授课，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。	爱国主义教育、中国特色社会主义理论教育、道德与法治教育、职业素养教育和创新创业教育等。	公共选修课可课赛、课项互换，在超星尔雅 360 余门通识课程里任选 6 学分课程进行修读

2. 专业基础平台课程

以“平台+模块”课程体系为基础，市场营销专业基础课与大数据与会计、物流管理、电子商务专业共同设置平台课程，帮助学生建立扎实的基础知识，为后续的专业课程学习做好准备。通过学习专业基础课，学生可以更好地理解和掌握专业课程的知识，为将来的工作和学习做好准备。

表 6.4 专业基础（平台）课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	课程思政要点	备注
1	专业认知	知识目标： 了解营销岗位工作项目与专业课程教学内容；熟悉营销专业课程体系的结构框架。 能力目标： 认识营销专业的整体概况，理解营销专业人才培养计划，明白营销专业课程设置与人才培养方案形成过程，理解营销专业培养目标和岗位定位。 素质目标： 营销行业发展现状和前景，营销专业的就业方向，制定自身职业定位和职业发展规划。	主要教学内容： 介绍专业整体情况、发展前景、开设课程、能力培养、岗位定位、就业去向等 教学要求： 结合专业介绍，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。	通过对营销行业的发展和专业岗位的职责认知，让学生了解责任意识，培养学生的爱国主义情怀，进行职业道德和职业发展教育。	

2	经济学基础	<p>知识目标: 理解市场经济的基本原理和运作机制,掌握微观经济学和宏观经济学的基本概念、理论和方法。</p> <p>能力目标: 能够运用所学知识分析和解决实际问题,具备较强的数据处理能力和信息获取能力,具有创新思维和批判性思维能力。</p> <p>素养目标: 培养学生的人文精神和社会责任感,增强学生的社会参与意识和公民素质,提高学生的国际视野和跨文化交流能力。</p>	<p>主要教学内容: 主要包括微观经济学和宏观经济学两个方面,具体包括市场供求关系、消费者行为、生产者行为、市场失灵、政府干预等微观经济学理论和经济政策;经济增长、通货膨胀、失业、货币政策等宏观经济学理论和经济政策。</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,掌握基本概念和理论,具备数据处理、信息获取和创新思维能力;培养人文精神和社会责任感,提高国际视野和跨文化交流能力。</p>	<p>培养学生的社会主义核心价值观,强调公平、效率与可持续发展。通过学习市场经济原理,引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观,为国家发展和社会进步贡献力量。</p>	
3	市场营销基础	<p>知识目标: 掌握系统化的市场营销基础知识和能力,包括市场营销观念、营销环境分析、目标市场战略、市场营销组合策略如产品、品牌、价格、渠道、传播策略的知识和技巧等。</p> <p>能力目标: 能敏锐地发现市场需求的能力;快速熟悉所经营的产品及行业或企业背景的能力;对具体的市场需求进行细分并有效选择目标市场的能力;针对目标市场根据具体的营销环境有针对性地策划、组织营销活动的的能力;有效地组织和控制营销活动,并对营销活动进行客观地评估的能力。</p> <p>素质目标: 具备自我调整与管控能力;具备主动观察、分析问题的能力;具备加强的语言表达和管理沟通能力。</p>	<p>主要教学内容: 市场营销基础、市场环境分析、市场定位战略、产品策略、品牌策略、价格策略、渠道策略、传播策略、市场营销新观念等九大模块。</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>培育和践行爱国、敬业、诚信、公正、法治等社会主义核心价值观;理解中华优秀传统文化,讲好中国品牌;牢固树立法治观念,恪守做人经商底线;增强职业责任感,爱岗敬业,无私奉献。</p>	
4	市场营销沙盘模拟	<p>知识目标: 掌握市场调研、SWOT分析的方法;掌握市场定位及4PS在模拟市场中的应用;在动态竞争环境中合理运用资金,开展营销活动的基本规则和方法;具备战略管理、生产运作管理、市场营销管理、财务管理的基本知识。</p> <p>能力目标: 提高运用所学知识和理论解决实际问题的能力;提高自主意识,帮助学生实践和体验竞争的环境。</p> <p>素养目标: 利用企业经营管理沙盘系统熟练完成企业经营过程,进行市场营销管理、采购管理、质量管理</p>	<p>主要教学内容: 战略管理、生产运作管理、市场营销管理、财务管理的基本知识,营销数据的动态分析和营销战略决策。</p> <p>教学要求: 结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>全面增强学生企业意识、创业团队意识、风险意识和市场意识;培养学生遵纪守法、诚实守信的职业道德和职业精神。</p>	<p>课证互换:市场营销大赛省三以上替换本课程。课程成绩对应为:省三85分;省二90分;省一95分;国三以上95-100分。</p>

		理、生产管理、财务管理活动，具备处理解决企业中的实际问题的能力。			
5	基础会计	<p>知识目标：掌握会计的基本理论和方法，了解会计要素、会计科目、会计凭证、主要经济业务账务处理、会计账簿的基本理论知识，掌握会计报表的编制和数据分析；</p> <p>能力目标：具备会计最基本的凭证填制、账簿登记及会计报表的编制等方面会计核算和会计监督能力；</p> <p>素养目标：培养学生严谨、诚信的职业品质和良好的会计职业道德。</p>	<p>主要教学内容：会计要素、会计科目、会计凭证、主要经济业务账务处理、会计账簿、会计清查。</p> <p>教学要求：讲练结合，理实一体。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	培养学生的职业道德和社会责任感；树立诚实守信、爱岗敬业、吃苦耐劳的工匠精神；增强学生团结合作和互助精神。	课证互换：会计初级。课程成绩对应为：初级 80-85 分。
6	市场调查与分析	<p>知识目标：掌握市场调查与分析的基础概念、市场调查常用方法的使用、市场调查设计与整理、处理市场信息和抽样调查技术与误差处理等；掌握商务数据分析的原理、工具。</p> <p>能力目标：达到掌握市场调查与分析的基本原理和技能；具备从事营销数据调查、整理和分析的基本职业能力。</p> <p>素质目标：具备营销数据的敏锐洞察力；具备主动观察、分析问题的能力；具备加强的语言表达和管理沟通能力。</p>	<p>主要教学内容：包括调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作；商务数据分析的意义、作用、流程、分析任务和分析方法、数据查询和分析工具的使用。</p> <p>教学要求：理论与实务相结合，把教学活动置于职业情景智障，以学生为主体，以教师为主导，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。</p>	树立爱岗敬业、诚实守信的职业道德；培养学生踏实务实、精益求精的工作作风；培养学生大胆创新、科学探索精神。	课证互换：CMAU 市场研究与商业策划大赛。课程成绩对应为：省三 85 分；省二 90 分；省一 95 分；国三以上 95-100 分。
7	Excel 在市场营销工作中的典型应用	<p>知识目标：掌握 EXCEL 对各类相关报表的统计和分析方法，如常见的函数应用、数据分析工具、规划求解、图表，数据透视表等功能。</p> <p>能力目标：能利用 Excel 工具在市场营销、销售管理工作中的常用表格和各种数据分析技巧进行归纳整理，能对宏观数据做预测分析和公司营销决策分析和可视化数据呈现。</p> <p>素养目标：具有清晰的数据整理思路，一定的数据敏感性，具有工匠精神和精益求精的工作态度。</p>	<p>主要教学内容：常用销售表单、客户资料管理、销售任务管理、销售数据统计分析、销售收入统计分析、销售利润统计分析、销售成本统计分析、销售报表、往来账款管理、销售业绩考核与管理、采购与库存管理、销售预测分析和公司营销决策分析和呈现。</p> <p>教学要求：引导学生掌握 Excel 制作、运用与创新，培养学生掌握 Excel 制作的高级运用；引导学生掌握路演方法，提高路演的效果。</p>	培养学生爱岗敬业、注重诚信的职业素养；培养学生求真务实、精益求精的职业精神；培养学生团结合作、吃苦耐劳的职业态度；增强学生的使命感和责任感。	课证互换：全国大学生商务数据分析大赛。课程成绩对应为：省三 85 分；省二 90 分；省一 95 分；国三以上 95-100 分。
8	商务数据分析与可视化	<p>知识目标：了解数据的基本概念；了解常用数据分析软件；掌握大数据在市场营销中的应用。</p> <p>能力目标：实施基本的商务数据分析，支持企业数据化运营；能</p>	<p>主要教学内容：数据认知、数据软件分析工具安装和使用、数据获取与整理、数据建模、可视化营销数据内容。</p>	培养学生的社会责任感和创新精神，注重数据伦理和隐私保护，倡导公正、公平、公开的商业环境，强	课赛互换：全国大学生商务数据分析大赛。课程成

		<p>够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、存储、管理各类数据；能够计划和实施行业数据采集与分析，支持企业战略目标制定与改进；能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销；能够根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营；能够根据企业需求，编写数据分析报告，并进行可视化展示；通过软件操作、情景模拟、案例研讨、汇报点评等教学情景提高沟通技巧和分析问题解决问题的能力</p> <p>素质目标：具备岗位的学习能力和适应能力、具备初步的辩证思维能力；具备大数据分析视野、顺应市场发展趋势的应变能力。</p>	<p>教学要求：讲练结合，理实一体。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>调数据驱动的决策过程中的公共利益和社会效益，培养学生的团队合作和沟通能力。</p>	<p>绩对应为：省三 85 分；省二 90 分；省一 95 分；国三以上 95-100 分。</p>
9	管理学实务	<p>知识目标：掌握管理学实务的基本原理、理论知识、方法和技巧。</p> <p>能力目标：掌握现代管理的基本理论和方法，明确管理的四项职能相关内容和相互关系，各项职能的相关方法和技术，能结合相关案例进行分析、研究。</p> <p>素养目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德，良好的心理素质和身体素质，具备企业管理的基本能力，具有较强的开拓创新能力。</p>	<p>主要教学内容：管理概述、计划与决策、机构与人员、指挥与激励、沟通与合作、监控与评价。</p> <p>教学要求：结合知识授课，注重知识传授与价值引领同步；灵活采取讲授、问题探究、任务驱动等教学方法，使学生掌握企业经营管理的的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，为提高学生综合运用专业知识技能奠定基础。</p>	<p>强调企业家精神和创新意识的培养，引导学生树立正确的价值观和人生观；注重培养学生的团队合作能力和领导才能，强调社会责任感和公共利益意识；关注企业的社会责任和可持续发展；引导学生正确处理企业与员工、企业与社会的关系，强调公平、公正、公开的原则。</p>	
10	商务礼仪与沟通	<p>知识目标：学习商务礼仪的基本知识和技巧，掌握人际沟通的技能。</p> <p>能力目标：培养学生掌握社交礼仪的基本知识和口语交际的基本技巧，有效提升其职场竞争力，以适应未来工作、学习和生活的需要，并为社交礼仪和人际沟通能力的进一步提高奠定良好的基础。</p> <p>素质目标：塑造良好的个人职业形象，成为具有高雅的气质、得体的举止、娴熟的人际交流技能，能直接胜任用人单位管理和服务的综合型人才。</p>	<p>主要教学内容：礼仪文化、个人形象礼仪、日常交往礼仪、职场礼仪、商务礼仪、交际沟通礼仪，日常茶礼仪，涉外礼仪，沟通技巧和方法。</p> <p>教学要求：讲练结合，理实一体。讲练结合，理实一体。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>坚持社会主义核心价值观，注重尊重、礼貌、公平的原则；培养正确的职业道德和职业操守，注重诚信、正直、谦虚；强调团结合作和互助精神，培养良好的人际关系和团队合作能力；关注社会责任，培养公民意识和社会责任感；注重跨文化交流，培养包容、理解和尊重不同文化的能力。</p>	

3. 专业核心模块课程

根据岗位核心能力培养要求，设置了营销策划、数字营销方向的专业核心课程，是学生职业发展的重要内容。

表 6.5 专业核心课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	课程思政要点	备注
1	消费者行为分析	<p>知识目标：掌握消费者行为基本规律的理解与领会；熟悉掌握影响消费者消费心理的因素和主要的消费者行为分析的工具；</p> <p>能力目标：能对消费者心理和行为做出一定的预测，掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为；</p> <p>素养目标：培养学生有敏锐的消费者洞察力，提高其在未来营销类岗位的职业化定位。</p>	<p>主要教学内容：认识消费者行为分析、消费者购买决策、影响和决定消费者行为的个人与心理因素、影响消费者行为的外部因素、消费者体验与消费者满意。</p> <p>教学要求：采用理实一体方式，结合知识传授，要求学生掌握消费者行为分析的基本框架；消费者购买决策过程；影响和决定消费者行为的个人与心理因素；影响消费者行为的外部因素。</p>	<p>积极培育和践行爱国敬业、诚信公正的社会主义核心价值观；牢固树立法治治理观念，深化市场营销相关的法治理念，恪守做人经商的底线；增强职业责任感，自觉践行职业精神和职业规范。</p>	
2	营销策划	<p>知识目标：掌握营销策划的基本理论与方法；</p> <p>能力目标：理论联系实际，根据市场情况进行营销整体策划、营销战略策划，新产品推广策划、新媒体营销策划等；</p> <p>素养目标：能敏锐地把握市场方向；具备自我发展能力，处理有关实际问题的能力。</p>	<p>主要教学内容：能对单项或综合的活动进行方案的策划和实施，对接数字营销方向，增加内容策划与营销、视频策划与制作等内容。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>注重培养学生创造性地完成营销策划活动的的能力，使之具备国际视野，提升政治认同、责任意识、文化自信，传承文化基因，根植家国情怀，践行社会主义核心价值观。</p>	<p>课赛互换：省营销策划大赛、品牌策划大赛。课程成绩对应为：省三85分；省二90分；省一95分；国三以上95-100分。</p>
3	新媒体营销	<p>知识目标：掌握新媒体营销的基本知识、最新发展状况，熟练掌握门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、移动自媒体营销和音视频营销等新媒体营销的概念、特征、技巧和方法。</p> <p>能力目标：能够结合项目或产品情况，选择合适的新媒体，能遵循新媒平台的规则并采取新媒体技术和方法在新媒体矩阵下开展营销的方法和能力。</p> <p>素质目标：具有发现、研究、创新新媒体运用的基本素养。</p>	<p>教学主要内容：微博营销、微信营销、APP营销、社群营销、新兴自媒体营销以及户外新媒体营销等各个微博营销、微信营销、应用程序营销、社群营销、新兴自媒体营销以及户外新媒体营销等各个新媒体平台营销的概念、特征、营销方式。</p> <p>教学要求：讲练结合，理实一体。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>具有爱国主义精神，厚植家国情怀；拥有正确的人生观、价值观和世界观；形成新时代精益求精的工匠精神、吃苦耐劳的劳模精神；具备开拓创新的创新意识；建立崇信守法的法治精神；形成开放包容的商业伦理观。</p>	<p>课证互换：新媒体运营1+X证书。初级80分，中级85分，高级90分。</p>

4	数字营销	<p>知识目标: 掌握数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及广告效果分析与综合应用等基础知识和方法。</p> <p>能力目标: 目标客户洞察、品牌价值构建、营销内容策划、品牌传播推广、客户互动运营进行数字营销策划;面向品牌传播渠道,围绕搜索引擎和推荐引擎开展数字广告营销;聚焦客户分析、方式方法和实施操作,进行数字互动营销。</p> <p>素质目标: 具备良好网页审美与设计的能力,具有良好的数据分析和创新性的素养。</p>	<p>主要教学内容: 数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及广告效果分析与综合应用等知识和技能。</p> <p>教学要求: 在教学中应注重启发学生的思维,将学生潜在的问题和能力充分展现,以利于教师在此基础上进行总结分析,及时调整教学进度和教学内容。</p>	<p>培养学生勇于探索、不断创新的科学精神,能够适应现代数字化营销需求,精益求精、严谨细致的工匠精神;增强学生的社会责任感和使命感。</p>	<p>课证互换: 数字营销1+X证书。初级 80分,中级 85分,高级 90分。</p>
5	品牌推广	<p>知识目标: 掌握品牌的内外显要素、品牌价值、品牌设计、品牌传播、品牌体验和品牌维护等理论知识。</p> <p>能力目标: 能够针对具体产品进行品牌定位、分析出其品牌形象、品牌文化,对品牌进行品牌整合,传递清晰一致的品牌文化,提升品牌价值,能够及时不断地进行品牌维护。</p> <p>素养目标: 能够运用品牌创新理论分析品牌经营实践中的一些重要现象。</p>	<p>主要教学内容: 引导学生学习品牌建设和经营的观念与技能,教授品牌宣传、品牌管理、品牌营销等内容。</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>具有全球意识和国际化视野,弘扬民族精神,培养学生的时代精神;激发和增强学生的民族自豪感,培养学生的社会责任感和爱国情怀;增强和提升中国特色社会主义道路自信和文化自信;培养学生遵纪守法和诚实守信的营销职业道德和职业精神。</p>	<p>课赛互换: 省品牌策划大赛。课程成绩对应为:省三 85分;省二 90分;省一 95分;国三以上 95-100分。</p>
6	现代推销技巧	<p>知识目标: 掌握推销的基本理论、技巧和方法。</p> <p>能力目标: 能面对在实践中灵活使用各种推销技巧,实现产品交易,尤其针对渠道客户,能科学的制定推销方案,实施谈判推销活动。</p> <p>素养目标: 能科学地运用推销方法和技巧解决实际问题。</p>	<p>主要教学内容: 能完成销售工作的推销技巧和方法、策略。</p> <p>教学要求: 讲练结合,理实一体。结合知识传授,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>培养学生的事业心和责任感;培养勤奋努力与坚持不懈的工匠精神;培养诚实守信、文明友善与遵纪守法的职业规范;培养终身学习的意识和能力。</p>	

4. 综合实践教学环节表

专业综合实践课程以实践技能培养为主,采用专周教学的形式,集中时间按照岗位工作要求,全过程、全流程训练学生实践技能,培养学生发现问题、解决问题的能力。

表 6.6 专业综合实践课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求	课程思政要点	备注
1	劳动教育 (1)	<p>知识目标: 把握劳动教育基本内涵,明确劳动教育总体目标。</p> <p>能力目标: 结合专业特色,以体力劳动为主,注意手脑并用、安全适度,强化实践体验,让学生亲历劳动过程,提升育人实效性。</p> <p>素养目标: 树立正确的劳动观点和劳动态度,热爱劳动和劳动人民,养成劳动习惯。</p>	<p>主要教学内容: 以实习实训课为主要载体开展劳动教育,包括劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育</p> <p>教学要求: 通过劳动教育,使学生能够理解和形成马克思主义劳动观,体认劳动不分贵贱,热爱劳动,尊重普通劳动者,培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神;具备满足生存发展需要的基本劳动能力,形成良好劳动习惯。</p>	<p>培养学生艰苦奋斗的优良品质;在劳动实践中不断发现和改进劳动的方法;通过劳动锻炼提高身体的协调性、增强体力和耐力,树立以劳动为美、以健康为美的审美观。</p>	
2	劳动教育 (2)	<p>知识目标: 把握劳动教育基本内涵,明确劳动教育总体目标。</p> <p>能力目标: 结合专业特色,以体力劳动为主,注意手脑并用、安全适度,强化实践体验,让学生亲历劳动过程,提升育人实效性。</p> <p>素养目标: 树立正确的劳动观点和劳动态度,热爱劳动和劳动人民,养成劳动习惯。</p>	<p>主要教学内容: 以实习实训课为主要载体开展劳动教育,包括劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育</p> <p>教学要求: 通过劳动教育,使学生能够理解和形成马克思主义劳动观,体认劳动不分贵贱,热爱劳动,尊重普通劳动者,培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神;具备满足生存发展需要的基本劳动能力,形成良好劳动习惯。</p>	<p>培养学生艰苦奋斗的优良品质;在劳动实践中不断发现和改进劳动的方法;通过劳动锻炼提高身体的协调性、增强体力和耐力,树立以劳动为美、以健康为美的审美观。</p>	
3	认知实习	<p>知识目标: 了解营销岗位工作项目与专业课程教学内容;熟悉营销专业课程体系的结构框架。</p> <p>能力目标: 认识营销专业的整体概况,理解营销专业人才培养计划,明白营销专业课程设置与人才培养方案形成过程,理解营销专业培养目标 and 岗位定位。</p> <p>素质目标: 营销行业发展现状和前景,营销专业的就业方向,制定自身职业定位和职业发展规划。</p>	<p>主要教学内容: 介绍专业整体情况、发展前景、开设课程、能力培养、岗位定位、就业方向等</p> <p>教学要求: 结合专业介绍,全面实施课程思政,注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>敬业奉献、科学探索、吃苦耐劳、积极乐观的伟大精神。树立探究营销学科理论的学习意识,培养严谨求实的科学态度。</p>	

4	专周实训 (市场营销综合实训)	<p>知识目标: 掌握营销类综合知识, 形成专业知识框架;</p> <p>能力目标: 能在实战中综合运用营销调研、分析、策划、推广、运营等方面的专业技能。</p> <p>素质目标: 具有良好的职业道德与职业操守; 具有较强的组织观念和集体意识; 具有诚信、敬业、科学、严谨的工作态度; 具有较高的工作效率和安全意识。</p>	<p>主要教学内容: 市场营销基础、营销调研与分析、营销策划等专业核心知识的综合运用。</p> <p>教学要求: 能综合运用学科知识, 形成自己的专业知识体系, 并可以将调研分析、营销策划、推广推销技巧等运用于实践。</p>	<p>增强和提升中国特色社会主义道路自信和文化自信; 培养学生的社会责任感和爱国情怀, 弘扬企业家精神和中国精神; 树立现代市场营销品牌经营意识; 遵纪守法、诚实守信的营销职业精神和职业道德。</p>	<p>课赛互换: 社科联奖市场营销大赛。课赛互换: 省营销策划大赛、品牌策划大赛。课程成绩对应为: 省三85分; 省二90分; 省一95分; 国三以上95-100分。</p>
5	企业跟岗 实践	<p>知识目标: 掌握岗位中必要的商品知识、平台规则、客服技巧和话术等。</p> <p>能力目标: 培养学生正确认识岗位, 理解岗位功能和岗位职责, 学会角色转换和适应工作环境的能力; 培养学生团队协作、谈判沟通、抗压适应等职业能力。</p> <p>素质目标: 培养学生抗压和爱岗敬业的职业素养; 培养学生正确认识岗位职能和利用专业技能完成任务的能力。</p>	<p>主要教学内容: 培训岗位中必要的商品知识、平台规则、客服技巧和话术等。</p> <p>教学要求: 具备进入社会成为“工匠”的职业技能和专业素养。</p>	<p>职业责任感与自豪感、家国情怀、服务意识、爱国爱岗; 培养学生严于律己, 遵纪守法的职业习惯; 培养学生持续学习, 敢于创新的职业素养。</p>	
6	客户关系 管理综合 实训	<p>知识目标: 掌握在客户关系管理的基本知识和技巧、平台客户关系管理、客服技巧和话术等。</p> <p>能力目标: 提高角色转换和环境适应的能力; 培养学生团队协作能力和沟通能力。</p> <p>素质目标: 培养学生抗压和爱岗敬业的职业素养; 培养学生正确认识岗位职能和利用专业技能完成任务的能力。</p>	<p>主要教学内容: 培训岗位中必要的商品知识、平台规则、客服技巧和话术等。</p> <p>教学要求: 双师指导, 符合学校教学目标, 达标企业业务标准。</p>	<p>培养学生爱岗敬业、开拓创新、职业责任感和服务意识; 培养学生严于律己, 遵纪守法的职业习惯; 培养学生的团队协作、锐意进取、持续创新的精神。</p>	

7	毕业设计	<p>知识目标: 综合运用所学专业独立完成毕业设计, 巩固专业知识。</p> <p>能力目标: 依据任务书收集资料, 思考研究, 提高学生账务处理能力。</p> <p>素质目标: 培养学生理论联系实际和深入实际的工作作风, 同时引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观和就业观, 为就业做好心理准备, 为实现毕业与就业的零距离过渡奠定良好的基础。</p>	<p>主要教学内容: 综合运用所学专业独立完成的任务。提高学生账务处理能力, 培养学生理论联系实际和深入实际的工作作风, 使学生完成一次会计工作的综合训练。</p> <p>教学要求: 做到理论与实践的有机融合。结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>打造追求真知、精益求精的专业素养与勇于创新、工匠精神的职业素养, 增强学生的社会责任感和历史使命感, 培养学生的科学精神、人文精神和家国情怀; 培养勇于探索、勇于担当的时代青年。</p>
8	岗位实习	<p>知识目标: 熟悉营销岗位工作职责, 将所学的营销专业知识和技能熟练运用于实际工作。</p> <p>能力目标: 培养学生将所学的营销知识和熟练的营销处理技能运用于实际工作的能力; 融会贯通能力</p> <p>素质目标: 培养学生良好的职业素养, 增强沟通、团队协作能力。自觉形成良好的职业素养和求真务实的工作作风; 同时引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观和就业观, 为就业做好心理准备, 为实现毕业与就业的零距离过渡奠定良好的基础。</p>	<p>主要教学内容: 顶岗实习动员; 单位报到; 企业规章制度及安全生产要求学习; 岗位技能的学习和实践; 实习情况汇报; 撰写实习总结; 企业鉴定。</p> <p>教学要求: 根据广安职业技术学院学生顶岗实习管理办法执行。</p>	<p>爱岗敬业、开拓创新、职业责任感、服务意识; 培养学生严于律己, 遵纪守法的职业习惯; 培养学生的团队协作、锐意进取、持续创新的精神。</p>

4. 专业拓展模块课程

专业拓展课程根据专业人才培养目标和课程体系要求, 设置了以就业为导向的专业素质拓展课程和培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程两个方向, 其中以就业为导向的专业素质拓展课程包含了新媒体营销模块、新媒体技术模块, 以拓展学生就业方向, 确保学生跟上行业发展。

本模块课程开设在第五学期, 分为两个方向, 学生根据自身专业发展规划进行方向选择, 在方向内选修共计 10-12 学分的课程进行修读。方向一为以就业为导向的专业素质拓展课程体系, 共计 7 门课程, 学生需要选修 5 门课程; 方向二为以培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程体系, 共计 7 门课程, 根据专业对应的专升本考试科目开设《英语听说读写》《数学素养拓展》《计算机综合运用》课程, 再在其余 4 门专业拓展课中选择 2 门课程进行修读。

表 6.7 专业综合实践课程一览表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求（其他专业）	课程思政要点	备注
方向一（以就业为导向的专业素质拓展课程）					
1	直播营销与策划	<p>知识目标：系统地掌握直播营销的环境构建、直播人设打造、直播流量获取、维护与转化、直播转化技巧。</p> <p>能力目标：具备直播营销的营销策划、直播技巧和直播运营和管理的能力；具备直播带货盈利模式及运营攻略等能力。</p> <p>素质目标：具备清晰的直播策划思路，良好的直播间互动沟通和产品展示能力，有一定的抗压能力和抗挫折能力；使学生具有良好的职业道德和人生态度。</p>	<p>主要教学内容：直播营销的环境构建、直播人设打造、直播流量获取、维护与转化、直播转化技巧的基本理论、基本方法和应用原则与技巧。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>具有爱国主义精神，厚植家国情怀；强调创新、实践和服务意识；树立正确的职业道德和价值观，为未来职业发展做好准备。</p>	<p>课证互换：直播营销初级以上，互联网营销师四级以上；课赛互换：直播比赛省2以上</p>
2	广告创意与策划（ps）	<p>知识目标：掌握广告创意理论、思维、设计的基本理论和方法，掌握广告视觉设计工具，如PS的平面设计功能和技巧。</p> <p>能力目标：能够运用策划和创意理论进行实际创作，具有一定的平面设计视觉设计，能结合实际案例运用平面设计软件、文案和策划思路创作广告作品。</p> <p>素养目标：培养学生提高其广告鉴赏、创造和设计创造设计的能力。</p>	<p>主要教学内容：广告设计、广告文案写作、广告文化、平面广告设计软件、经典广告案例分析等。</p> <p>教学要求：从图片设计和文案创意方面指导学生能制定与市场、产品、消费者相适应的经济有效的广告创意和策划方案并加以评估、实施和检验，为营销活动提供良好的支持。</p>	<p>培养学生的民族自豪感，培养学生的社会责任感和爱国情怀；增强和提升中国特色社会主义道路自信和文化自信；培养学生遵纪守法和诚实守信的营销职业道德和职业精神。</p>	
3	文案策划	<p>知识目标：系统地掌握新媒体平台文案策划的基本理论、基本方法和应用原则与技巧。</p> <p>能力目标：具备文案创作的创新意识、文案标题设计技巧和高效引流文案的创作与策划的能力。</p> <p>素质目标：具备良好的文字表现素养，具备良好的人文修养；使学生具有良好的职业道德和人生态度。</p>	<p>主要教学内容：文案策划的基本理论、基本方法和应用原则与技巧。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>培养学生的团队协作精神，培养良好的职业道德；培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风，社会责任心。</p>	
4	短视频策划与运营	<p>知识目标：系统地掌握短视频策划与运营的基本理论和应用技巧，短视频拍摄于剪辑，短视频脚本创作。</p> <p>能力目标：具备短视频营销运作的的能力，短视频拍摄制作能力及实战策略能力。</p> <p>素质目标：具备良好的短视频营销策划的思维，具备良好的人际沟通和产品展示能力，具有一定的抗压能力和抗挫折能力；使学生具有良好的职业道德和人生态度。</p>	<p>主要教学内容：短视频策划与运营的基本理论和应用技巧，短视频拍摄于剪辑，短视频脚本创作基本理论、基本方法和应用原则与技巧。</p> <p>教学要求：结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>具有爱国主义精神，厚植家国情怀；强调创新、实践和服务意识；树立正确的职业道德和价值观，为未来职业发展做好准备。</p>	<p>课证互换：新媒体运营初级及以上</p>

5	网店运营与推广	<p>知识目标: 掌握包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析等基础知识和方法。</p> <p>能力目标: 可以进行网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群,完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务,具备开好店的能力。</p> <p>素质目标: 具备良好的网页审美与设计的能力,具有良好的客户沟通和客户关系维护的素养。</p>	<p>主要教学内容: 网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群,完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理等知识和技能。</p> <p>教学要求: 应注重启发学生的思维,将学生潜在的问题和能力充分展现,以利于教师在此基础上进行总结分析,及时调整教学进度和教学内容</p>	<p>培养学生良好的职业道德、专业的职业素养和爱岗敬业的职业精神;理解网店运营推广岗位的角色和责任,诚信经营;理解网店运营推广相关的社会管理机制及法律法规,培养学生做遵纪守法的电商运营从业人员。</p>	课证互换:网店运营初级以上
6	商务 PPT 创作与路演	<p>知识目标: 掌握掌握 PPT 制作与运用的知识和技能,路演设计与路演展示能力的方法与技巧。</p> <p>能力目标: 能结合项目进行 PPT 方案的制作,并能结合 PPT 进行项目汇报和路演。</p> <p>素养目标: 具有一定的审美鉴赏、创造和设计创造的能力,有良好的语言表达和表现力。</p>	<p>主要教学内容: PPT 制作的基本方法、PPT 颜色搭配。PPT 图片设计、路演演示文件的制作、路演场控技巧。</p> <p>教学要求: 引导学生掌握 PPT 制作、运用与创新,培养学生掌握 PPT 制作的高级运用;引导学生掌握路演方法,提高路演的效果。</p>	<p>坚持社会主义核心价值观,遵守法律法规,坚持守正创新,坚持崇高的价值引领,重视团队写作</p>	
7	社群营销	<p>知识目标: 掌握社群营销的基本概念、构成、价值,引导同学全面认识社群及社群营销;掌握社群营销的数据分析工具、设置社群运营 KPI 以及评估社群质量的模型。</p> <p>能力目标: 认识社群的价值和运营技巧,具备社群运营的规划和运营策划能力,能组件社群团队、发挥社群优势,能开展社群营销与运用的相关活动。</p> <p>素质目标: 培养学生有意识的实践体验社群的开展,激发学生对社群营销与运营的强烈兴趣,培养学生的实践精神。</p>	<p>主要教学内容: 社群的实质与特征,社群营销与运营的基本模式,和组织结构设计以及其主要的管理系统。</p> <p>教学要求: 在教学中倡导素质教育,把传授社群运营与管理专业知识和提高学生的素质相结合。</p>	<p>树立诚信经营、守正创新的精神;维护市场秩序和公平竞争;注重职业道德,保持诚信,严守职业操守。</p>	
方向二 (培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程)					
1	英语听说读写	<p>知识目标: 掌握并运用一定的语言基础知识;能读懂各类题材、体裁的文章,并从中获取相关信息;能完成一般性话题的中英文互译及写作任务。</p> <p>能力目标: 理解主旨要意和文中具体信息;分析文章的基本结构;根据上下文猜测单词短语的意思和推断隐含的意义。在翻译写作时,能做到正确有效地运用所学语言知识,完整、清楚、连贯地传递信息或表达思想,做到语句通顺、文体</p>	<p>主要教学内容: 遵照《四川省普通高校专升本考试要求大学英语》文件的指导思想结合学生升本需要,设置升本英语词汇、语法学习,如掌握并运用考纲附录中列出的约 3500 个常用单词及其搭配;掌握并运用考纲附录中列出的语法项目。以及阅读技巧和大量阅读材料的理解训练还有翻译技巧的运用和实践,最后包括应用文、论说文、图表作</p>	<p>弘扬中华优秀传统文化,传授有关国家法律、行政法规和社会道德规范等知识,强化国家对学生的责任感,介绍国际政治、经济、文化、科技等领域的最新发展和世界主要国家的文化背景、历史和社会变迁,拓展学生的知识体系和视野,增强全球意识和</p>	方向二(培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程体系)

		规范。 素养目标: 强化学业提升意识, 遵循素质教育规律, 落实立德树人根本任务, 促进技术技能人才成长, 增强语言表达自信, 具有一定语言学习素养, 树立中国文化自信。	文等文体的写作技巧和时事热点内容的挖掘。 教学要求: 讲练结合, 理实一体, 线上与线下融合。结合升本英语知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与职业价值引领同步。	全球竞争力, 传达正确的道德观、价值观和行为规范, 加强社会主义核心价值观教育, 培养创新精神和实践能力。	
2	文学素养提升	知识目标: 掌握系统的汉语言文学基础知识, 具有正确处理古今汉语文字材料的能力, 能准确地阅读、理解现当代作品, 能读懂难度适中的文言文, 并能解释常见的字词和语言现象。掌握常用文体的写作知识, 具备扎实的写作功底。 能力目标: 针对专升本语文考试自2023年起由四川省统一命题的新情况, 围绕新考试大纲, 以时间线索为纵轴, 知识模块分类为横轴, 展开讲授, 辅以真题和模拟练习, 提高应对专升本考试的能力, 奠定学生未来进一步求学的基础。 素质目标: 掌握马克思主义的立场、观点和方法, 具有正确的文艺观、语言文字观, 学习古今中外的名家名作, 尤其是学习并继承中华民族的优秀文化传统, 培养高尚的思想品质和道德情操, 提高大学生的语文能力和综合人文素养。	教学内容: 中国古代文学、中国现当代文学、中国当代文学、外国文学等具有代表性的文学作品; 写作包括通知、函、自荐书、倡议书等常见应用文的写法和记叙、说明、描述、议论、抒情等各种常见文章写作手法。 教学要求: 适合想通过学习增加语文素养, 增强应对专升本语文考试能力的学生。要求学习中知识、能力、素养不可偏废, 刻苦识记和融会理解、动手练习做题相结合。	建立正确的文史观, 对古今中外文学史上的各种现象有正确的认识, 注重健全人格的养成, 增强文化自信, 自觉弘扬革命文化、社会主义先进文化, 弘扬爱国主义精神, 增强使命意识和责任担当。	方向二(培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程体系)
3	计算机综合运用	知识目标: 掌握汉字输入方法、Windows 文件(文件夹)相关操作及功能设置、Windows 运行环境设置和应用软件安装与卸载, 熟练运用 Word 进行文档编辑和排版操作、Excel 表格图表操作、PowerPoint 演示文稿制作。 能力目标: 计算机软硬件系统的安装、调试、操作与维护能力。利用 Office 工具进行项目开发文档的整理、报告的演示、表格的绘制与数据的处理的能力, 利用建模软件绘制软件开发相关图形的能力, 具备微机系统的简单维护能力, 使用计算机网络等现代通信手段和应用技术的初步能力。 素养目标: 学会使用办公自动化软件及一些常用工具软件, 提高信息技术素养。	主要教学内容: 常用办公软件及其他工具软件的使用; 通过案例式教学, 将日常工作和学习当中会用到的一些常用软件, 特别是办公自动化软件的使用进行讲解和练习, 使学生熟练掌握常用工具软件的使用, 具备一定的用计算机解决问题的能力。 教学要求: 结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。	培养学生认识到“没有信息化就没有现代化, 没有网络安全就没有国家安全。”自主创新、科技强国。信息技术服务社会、造福人民。正确使用互联网资源, 尊重知识产权, 保护个人隐私。	方向二(培养学生可持续发展能力为主的综合素质拓展课程体系)
4	短视频策划与运营	知识目标: 系统地掌握短视频策划与运营的基本理论和应用技巧, 短视频拍摄于剪辑, 短视频脚本创作等。 能力目标: 具备短视频营销运作的的能力, 短视频拍摄制作能力及实战策略能力。 素质目标: 具备良好的短视频营销策划的思维, 具备良好的人际沟通	主要教学内容: 短视频策划与运营的基本理论和应用技巧, 短视频拍摄于剪辑, 短视频脚本创作基本理论、基本方法和应用原则与技巧。 教学要求: 结合知识传授, 全面实施课程思政, 注重知识传授与价值引领同步。	具有爱国主义精神, 厚植家国情怀; 拥有正确的人生观、价值观和世界观; 形成新时代精益求精的工匠精神、吃苦耐劳的劳模精神; 具备开拓创新的创新意识。	课证互换: 新媒体运营初级及以上

		和产品展示能力，具有一定的抗压能力和抗挫折能力；使学生具有良好的职业道德和人生态度。			
5	网店运营与推广	<p>知识目标：掌握包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析等基础知识和方法。</p> <p>能力目标：可以进行网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备开好店的能力。</p> <p>素质目标：具备良好网页审美与设计的能力，具有良好的客户沟通和客户关系维护的素养。</p>	<p>主要教学内容：网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理等知识和技能。</p> <p>教学要求：应注重启发学生的思维，将学生潜在的问题和能力充分展现，以利于教师在此基础上进行总结分析，及时调整教学进度和教学内容</p>	<p>培养学生良好的职业道德、专业的职业素养和爱岗敬业的职业精神；理解网店运营推广的角色和责任，诚信经营；理解网店运营推广相关的社会管理机制及法律法规，培养学生做遵纪守法的电商运营从业人员。</p>	课证互换：网店运营初级以上
6	社群营销	<p>知识目标：掌握社群营销的基本概念、构成、价值，引导同学全面认识社群及社群营销；掌握社群营销的数据分析工具、设置社群运营KPI以及评估社群质量的模型。</p> <p>能力目标：认识社群的价值和运营技巧，具备社群运营的规划和运营策划能力，能组建社群团队、发挥社群优势，能开展社群营销与运用的相关活动。</p> <p>素质目标：培养学生有意识的实践体验社群的开展，激发学生对社群营销与运营的强烈兴趣，培养学生的实践精神。</p>	<p>主要教学内容：社群的实质与特征，社群营销与运营的基本模式，和组织结构设计以及其主要的管理系统。</p> <p>教学要求：在教学中倡导素质教育，把传授社群运营与管理专业知识和提高学生的素质相结合。</p>	<p>树立诚信经营、守正创新的精神；维护市场秩序和公平竞争；注重职业道德，保持诚信，严守职业操守。</p>	
7	经济法	<p>知识目标：掌握经济法的基本理论与方法；</p> <p>能力目标：理论联系实际，学会运用经济法的基本原理分析现实的市场法律问题，并形成经济法的体系与架构；</p> <p>素养目标：指导自我发展，具备防范和处理市场中经济相关的现实问题的能力。</p>	<p>主要教学内容：经济法总论、企业法、公司法、消费者权益保护法、劳动合同与社会保险法律制度、合同发与公司法相关内容。</p> <p>教学要求：讲练结合，理实一体。结合知识传授，全面实施课程思政，注重知识传授与价值引领同步。</p>	<p>坚持社会主义核心价值观，遵守法律法规，维护社会公平正义；加强法治意识，了解和遵守经济法律法规，维护市场秩序和公平竞争；注重职业道德，保持诚信，严守职业操守，不参与经济犯罪行为；关注国家经济发展大局，了解国家政策，积极参与经济建设。</p>	

3. 综合实践教学环节表

以一主线（实践育人主线）、两主体（校企合作实践育人双主体）、三体系（“岗课融合”实践教学体系、“赛证结合”能力提升体系、实践育人

平台体系)、四交替实践育人模式为指导,以专周集中实训为方式,连续三年不断线的开展实践教学,不断提升学生专业实践能力。

表 6.8 专业实践教学环节安排表

序号	环节名称	学期	周数	学分	备注
1	军事技能课	1	2	2	
2	认知实习	1	1	1	
3	劳动教育	2	1	1	
4	市场营销综合实训	3	2	1	
5	劳动教育	4	1	1	
6	企业跟岗实践	4	4	4	
7	客户关系管理综合实训	5	4	1	
8	毕业设计	5	2	2	
9	岗位实习	6	24	24	

(四) 课程思政总体要求

市场营销专业人才培养的课程思政要突出培育**诚实守信、实践创新、精益求精的工匠精神**,培养学生**遵纪守法、吃苦耐劳、追求卓越**等优秀品质,树立心系国家和社会并有**时代担当**的精神追求。

1.服务国家战略。市场营销专业的人才培养是服务国家战略,课程思政也是应该服务国家战略,课程应该增加对国家的政治认同,扛起时代担当。深刻理解市场营销在推动经济社会高质量发展战略、创新驱动发展战略、双循环战略、优化和稳定产业链、供应链战略、人和自然和谐共生战略等国家战略作用,增强使命感。

2.增强文化自信。弘扬中华优秀传统文化,讲好中国品牌故事,增强文化自信。密切关切国潮热、国货崛起、新经济下的中国新品牌问世与成长等营销现象,紧密结合中国优秀文化的文脉传承和社会主义核心价值观的内在要求,紧密结合中国企业营销管理的优秀理论与实践成果,讲好中国品牌的中国故事、中国特色、中国味道。

3.恪守商业道德。强化法制观念,恪守商业道德,树立做人经商的底线思维。引导学生切实遵守与营销有关的法律法规、商业规范、契约精神和规则

意识，做好合规经营，彰显社会公平。与此同时，承担社会责任，在创造利润、对股东承担法律责任之外，承担对员工、消费者、社区和环境等利益相关者的责任。

4.经世济民。践行社会主义核心价值观，在营销实践中彰显经世济民的家国情怀。将营销的核心和宗旨上升到中国梦以及新时代我国社会主要矛盾的解决上，追求经济价值与社会价值同构；传递正能量、公平公正、诚实守信、合作共赢等；引导学生了解世情国情党情民情，培育学生对于国家的热爱和对于社会民生的关怀。

七、教学总体安排

（一）学分学时要求

序号	课程分类	课程性质	学分	学时	理论	实践	占总课时比例
1	必修课	公共必修课（含公共限选课）	37	648	408	240	25.16%
		专业基础课	25	400	204	196	15.53%
		专业核心课	21	336	152	184	13.04%
		专业综合实践课	39	936	0	936	36.34%
2	选修课	公共选修课	6	96	96	0	3.73%
		专业拓展课	10	160	80	80	6.21%
3		操行学分	6				0.00%
合计			144	2576	940	1636	100.00%
理论课、实践课占总课时比例					36.49%	63.51%	100.00%

表 7.1 专业学时学分统计表

其中，公共基础课（公共必修课程和公共选修课）学时占总学时的25%，选修课（公共选修课和专业拓展课）学时占总学时10%。

操行学分：每学期 1 学分，共计 6 学分。主要对学生思想品德进行考核、

鉴定。每学期采取个人小结、师生民主评议等形式进行，由学工部统筹安排。

(二) 课堂教学安排

根据专业课程内容及学生认知规律，合理安排课程进程，见下表：

表 7.2 专业课堂教学安排表

开课学期	课程名称	课程代码	课程性质	课程类别	考核方式	学分	课内学时		周学时	开课周数	开课单位
							总学时	其中实践学时			
1	思想道德与法治(1)	D1100137	公共必修课	A	试	1.5	24	4	2	12	马克思主义学院
2	思想道德与法治(2)	D1100138	公共必修课	A	试	1.5	24	4	2	12	马克思主义学院
3	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	D1100145	公共必修课	A	试	2	32	4	2	16	马克思主义学院
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	D1100164	公共必修课	A	试	3	48	6	3	16	马克思主义学院
1	形势与政策(1)	D1100140	公共必修课	A	查	0.2	8	4	2	2	马克思主义学院
2	形势与政策(2)	D1100141	公共必修课	A	查	0.2	8	4	2	2	马克思主义学院
3	形势与政策(3)	D1100142	公共必修课	A	查	0.2	8	4	2	2	马克思主义学院
4	形势与政策(4)	D1100143	公共必修课	A	查	0.2	8	4	2	2	马克思主义学院
5	形势与政策(5)	D1100144	公共必修课	A	查	0.2	8	4	2	2	马克思主义学院
1	大学生心理健康	D1100002	公共必修课	A	查	2	32	16	2	8	学工部
1	大学体育(1)	D1300002	公共必修课	B	查	2	32	24	2	16	艺术学院

2	大学体育(2)	D1300003	公共必修课	B	查	2	32	30	2	16	艺术学院
1	信息技术	D1200043	公共必修课	B	查	3	48	24	3	16	电信学院
1	军事理论	D1100101	公共必修课	A	查	2	32	0	2	16	教务处
1	军事技能	D1100110	公共必修课	C	查	2	48	48	24	2	武装部
1	体育健康测试(1)	D1300004	公共必修课	B	查	1	24	24	3	8	学工部
3	体育健康测试(2)	D1300005	公共必修课	B	查	0.5	12	12	2	6	学工部
5	体育健康测试(3)	D1300006	公共必修课	B	查	0.5	12	12	2	6	学工部
1	大学英语(1)	D1200044	公共必修课	A	试	2	32	0	2	16	师范学院
2	大学英语(2)	D1200045	公共必修课	A	试	2	32	0	2	16	师范学院
2	职业生涯发展与规划	D1100112	公共必修课	A	查	0.5	8	2	2	4	招就处
5	就业指导	D1100031	公共必修课	A	查	0.5	8	2	2	4	招就处
2	大学生创新创业基础	D1100001	公共必修课	B	查	1	16	8	2	8	招就处
5	四史专题	D1100139	公共必修课	A	试	1	16	0	2	16	马克思主义学院
2	中华传统文化	D1100162	公共必修课	A	查	2	32	0	2	16	教务处
1	大学语文	D3100392	公共限选课	B	查	2	32	0	2	16	师范学院
2	演讲与口才	D1200028	公共限选课	B	查	2	32	0	2	16	师范学院

	公共选修课		公共选修课	A	查	6	96	0	2	48	教务处
1	专业认知	D3100422	专业基础课	A	查	1	16	0	16	17	经济与旅游管理学院
1	经济学基础	D3201709	专业基础课	A	试	2	32	4	4	8	经济与旅游管理学院
1	市场营销基础	D3200663	专业基础课	B	试	4	64	32	4	16	经济与旅游管理学院
1	市场营销沙盘模拟	D4300278	专业基础课	B	查	2	32	32	4	8	经济与旅游管理学院
2	基础会计	D3201370	专业基础课	B	试	2	32	16	2	16	经济与旅游管理学院
2	市场调查与分析	D3201608	专业基础课	B	试	4	64	36	4	16	经济与旅游管理学院
2	Excel在市场营销工作中的典型应用	D4200811	专业基础课	B	试	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
3	商务数据分析与可视化	D3201869	专业基础课	B	试	4	64	32	4	16	经济与旅游管理学院
3	管理学实务	D3100053	专业基础课	B	试	2	32	12	2	16	经济与旅游管理学院
4	商务沟通与礼仪	D3201607	专业基础课	B	查	2	32	16	2	16	经济与旅游管理学院
2	消费者行为分析	D3201609	专业核心课	B	试	2	32	16	2	16	经济与旅游管理学院
3	营销策划	D3200874	专业核心课	B	试	4	64	36	4	16	经济与旅游管理学院
3	新媒体营销	D4200658	专业核心课	B	试	4	64	40	4	16	经济与旅游管理学院
4	数字营销	D3201912	专业核心课	B	试	4	64	32	4	16	经济与旅游管理学院
4	品牌推广	D3201738	专业核心课	B	试	4	64	32	4	16	经济与旅游管理学院

5	现代推销技巧	D3200787	专业核心课	B	查	3	48	28	4	12	经济与旅游管理学院
2	劳动教育(1)	D3301049	专业综合实践课	C	查	1	24	24	24	1	经济与旅游管理学院
4	劳动教育(2)	D3301146	专业综合实践课	C	查	1	24	24	24	1	经济与旅游管理学院
1	认知实习	D3301032	专业综合实践课	C	查	1	24	24	24	1	经济与旅游管理学院
3	市场营销综合实训	D3300385	专业综合实践课	C	查	2	48	48	24	2	经济与旅游管理学院
4	企业跟岗实践	D3301397	专业综合实践课	C	查	4	96	96	24	4	经济与旅游管理学院
5	客户关系管理综合实训	D3301330	专业综合实践课	C	查	4	96	96	24	4	经济与旅游管理学院
5	毕业设计	D4300262	专业综合实践课	C	查	2	48	48	4	12	经济与旅游管理学院
6	岗位实习	D3301406	专业综合实践课	C	查	24	576	576	24	24	经济与旅游管理学院
5	直播营销与策划	D3201913	专业拓展课 (方向一)	B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	广告创意与策划(ps)	D4200892		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	文案策划	D4200813		B	试	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	短视频策划与运营	D4100166		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	网店运营与推广	D4200893		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	商务PPT创作与路演	D4200812		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	社群营销	D4200682		B	试	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院

5	英语听说读写	D4100172	专业拓展课 (方向二)	B	查	2	32	16	2	16	师范学院
5	文学素养提升	D4100171		A	查	2	32	0	2	16	师范学院
5	计算机综合运用	D4200870		B	查	2	32	16	2	16	电信学院
5	短视频策划与运营	D4100166		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	网店运营与推广	D4200893		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	社群营销	D4200682		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院
5	经济法	D3100457		B	查	2	32	16	4	8	经济与旅游管理学院

备注：公共任选课原则上开课学期为2、3、4学期，每期2学分。

八、实施保障

(一) 人才培养模式构建

本专业以国务院发布的《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》等政府文件精神为指导，通过行业企业调研、川渝区域人才需求调研、企业专家座谈研讨、毕业生沟通交流等形式，围绕岗位典型工作任务梳理、岗位能力分析、专业课程体系构建、人才培养机制与保障，对接教育部颁布的《高等职业市场营销专业教学标准》和行业企业制定的《“1+X”数字营销职业技能等级标准》《“1+X”网店运营推广职业技能等级标准》，以就业为导向，以市场需求为准则，以岗位实践能力培养为主线，形成了的“一中心三体系五双育人”人才培养模式。

“一中心三体系五双育人”人才培养模式是指：“一个中心”即“立德树人”；“三体系”即岗课融合实践教学体系、赛证结合能力提升体系、校企生产性实践育人平台体系；“五双育人”即：校企培育“双主体”、企

业业务骨干和校内教师形成的育人“双师团队”、学生员工“双身份”、教室和生产性实训基地育人“双场所”、学校的专业人才培养标准和企业的岗位要求“双标准”融合成为专业人才培养课程标准。如图所示：

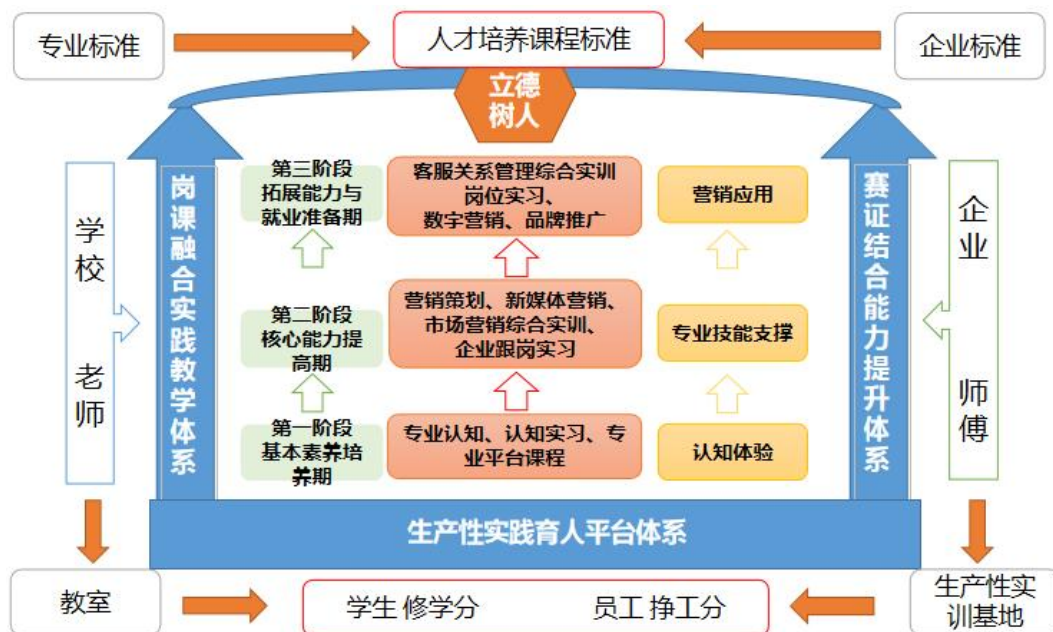


图 8.1 市场营销专业“一中心三体系五双育人”育人模式

在人才培养过程中，以职业活动为导向、职业技能培养为核心、项目驱动为载体，将“做中学，学中做”贯穿于整个培养过程；加强教学环节的实践性、创新性和职业性，在实践教学中营造职业情境，实现理论教学和实践教学一体化，体现学做合一。

(二) 人才培养实施流程

1. 实践育人。在人才培养过程中，以职业活动为导向、职业技能培养为核心、项目驱动为载体，将“做中学，学中做”贯穿于整个培养过程；加强教学环节的实践性、开放性和职业性，在实践教学中营造职业情境，实现理论教学和实践教学一体化，体现学做合一。

2. 本专业基于该人才培养模式创建了“校企合作、双师共育、校企互动”的高技能人才培养路径，让学生在校便实现身份转换，进入企业真实岗位和平台工作，即“修学分”，也“赚工分”，实训期间则以公司的考核制度要求和考核“员工”工作，与校内课程和课程实训的考核实行不用标准，采用“双标准”育人，充分体现了学训循环、校企互动、工学结合

特征：“职业岗位的技能、素养、考证等要求和教学任务、过程、内容、情景相融合”体现学校教育和职业实践并重的特点。

3.专业人才培养方案具体实施



图 8.2 人才培养方案实施流程

（三）人才培养实施保障

1.师资队伍

（1）师资信息

师资队伍总体情况（综述情况）。市场营销专业教学团队共 18 名专业教师，其中校内教师 10 名，外聘兼职教师 8 名。具有硕士学位的有 7 人，占总人数的 39%。校内双师素质教师 8 人，占总人数的 80%。团队成员中，副高级职称 4 人，中级职称 7 人，初级职称 1 人。从 2018 年到 2020 年，专业教师中增加两名硕士研究生，每年都有助教晋升讲师；平均每年新增企业导师 3 至 4 名。详见下表：

表 8.1 师资信息表

校内教师				校外兼职教师			
序号	姓名	职称	学历	序号	姓名	职位	学历
1	沈婷婷	讲师	本科	1	刘瑶（川财）	教授	研究生
2	钟玲	讲师	研究生	2	王鸿华（企业）	讲师	本科
3	陈美璇	讲师	研究生	3	金星星（企业）	项目经理	研究生
4	吕浩铭	讲师	研究生	4	宋滔（企业）	区域经理	本科

5	唐杨	助教	研究生	5	鲜磊（企业）	项目经理	本科
6	谭燕	副教授	研究生	6	冯朝阳（企业）	项目经理	本科
7	喻忠	讲师	本科	7	鞠明兴（企业）	项目经理	本科
8	罗春玲	副教授	本科	8	唐巧玲（企业）	人事经理	本科
9	徐娟	讲师	本科				
10	许道琼	副教授	本科				

(2) 师资队伍结构

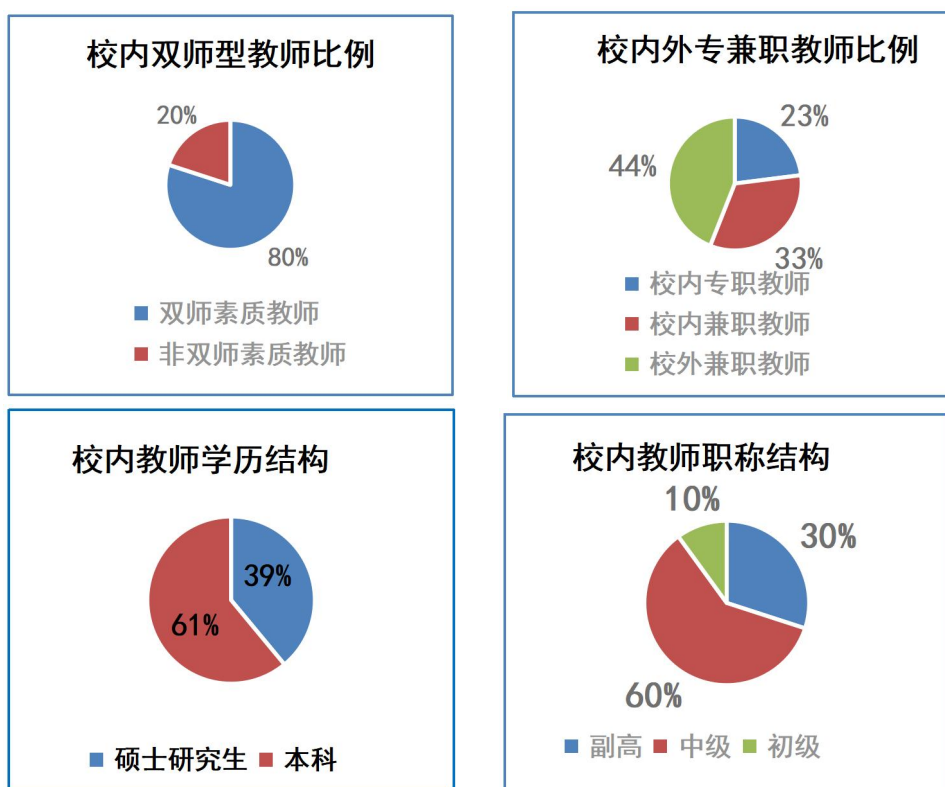


图 8.3 师资队伍结构图

2. 教学设施

(1) 校内实践教学条件

经济现象遍布我们身边每一处，学校食堂、超市、商业街，学生的学习、生活场所等各方面都可以为我们的学习提供相关的经济数据，为我们的调研和营销活动提供丰富的要素；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像资料；再次，市场营销综合实训室可以开展营销沙盘模拟实训、商务谈判和现代推销技巧等实训项目。

在校企双主体培养的指导思想下，京东生产性实训基地建设已于2019年5月建成并投入使用。商务营销实训室已于2023年申报入库。现校内实训室现状如下表：

表 8.2 校内实训室信息表

序号	实训室名称	主要实训项目
1	市场营销综合实训室	市场调研与预测、现代推销技巧、营销策划、新媒体全渠道营销
2	京东生产性实训基地	客户服务与客户关系管理、市场营销综合实训、中期跟岗实训、商务数据分析与可视化实训
3	沙盘实训室	市场营销沙盘模拟
4	会计手工实训室	凭证、账簿、报表的填制
5	财税一体化实训室	新媒体营销

(2)校外实训条件

校外实习实训基地将服务于市场营销专业的实训类课程，如行业认知、中期（跟岗）实训、集中顶岗实习；还能支撑市场营销基础、市场营销调研、营销策划、网络营销等课程的实训教学。

实训基地代表：京东零售有限责任公司、永辉超市、华润超市、广安天下有赞有限责任公司、博森农业发展有限公司。

表 8.3 校外实训基地信息表

序号	基地名称	建立时间	主要实习实训项目
1	京东零售有限公司	2020.01	客户关系管理综合实训、现代推销技巧、中期（跟岗）实训
2	四川永辉超市有限公司	2019.05	认知实习、新媒体营销、市场调查与分析
3	京东金融-北京网银科技有限公司	2018.05	商务数据分析与可视化、中期（跟岗）实训
4	广安天下有赞有限责任公司	2017.09	新媒体营销实训、营销策划实训

5	华润万家超市	2016.04	行业认知实训、营销策划实训
6	大地保险公司广安中心支公司	2015.04	现代推销技巧、市场营销综合实训
7	中国人民财产保险公司广安支公司	2014.03	现代推销技巧、市场营销综合实训
8	广安诚信化工有限责任公司	2013.03	现代推销技巧、营销策划实训
9	广安市汇丰财务咨询有限责任公司	2013.03	会计基础实训、营销策划实训

具有稳定的校外实习基地。能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.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)教材选用基本要求

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

(2)图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

(3)数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

4.教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议,指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源,采用适当的教学方法,以达成预期教学目标。倡导因材施教、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、项目教学等方法,坚持学中做、做中学。依据市场营销人才培养方案的培养目标和课程教学目标,综合学生学情,倡导因材施教、按需施教,鼓励创新教学方法和策略,采用建议以项目教学法理实一体化教学、案例教学法、头脑风暴法等方法引导学生、项目教学等方法,坚持学中做、做中学。

在课程教学中,突出以学生为主体,努力突破学生单一受教者的角色;对学习内容的教学设计应遵循由浅入深、由简单到复杂的循序渐进的教学过程;在教学中,强调教学内容和方法的参与性、趣味性、激发性、引导性,让学生在学习过程中,能够系统和完整地掌握不多、但够用的基本经济理论,还培养了学生自主学习、善于思辨的优秀品质;加大网络课程资源建设,合理运用信息化教学手段、突破学生学习时间和空间的限制,使学生可以通过网络课程自主学习。

5.学习评价

(1)教师质量评价及考核办法

由学生评价、同行评价、市场营销职教联评价共同评价,以学生评价为主,通过打分形式来完成评价及考核。

(2)学生质量评价及考核办法

对学生的考核主要采用形成性考核与终结性考核相结合的考核方式,根据课程的性质决定两者的比例并采用不同的考核与认证方法。专业基本技能课程由校内教师考核为主,包括形成性考核与终结性考核,形成性考核主要考核作业、课堂表现、课堂模拟实训、考勤记录等方面;终结性考核以笔试、答辩、总结、报告等形式来完成。单项实训、综合实训课程由校内外指导教师共同考核,以校内教师为主。着重考核学生的实训成果、平时表现、操作能力、总结报告及综合评价学生营销技能。顶岗实习由校

外指导教师考核为主，主要考核学生在实训期间运用所学专业知识与技能解决实际问题的能力，及职业素质提高情况进行综合评价。

6. 质量管理

（1）学校教学质量

学校建立了“1234”教学质量监控体系，通过搭建一个集信息采集、处理、反馈于一体的教学质量综合信息平台；实现对教学过程和质量标准“双向监控”；形成学校、二级学院、教研室的“三级”教学监督机构；对教学目标、条件、过程、效果进行“四维”评价，最终形成“组织严密、标准明确、监管得力、反馈及时、成效显著”的教学质量监控体系。

（2）教学质量诊改

自上而下贯通形成目标链和标准链，明确专业建设任务。专业以学校“十四五”发展规划为重要目标，依据学院“十四五”规划、学院专业发展规划，制定市场营销专业建设方案，再结合产业需求，编制出专业课程建设方案。本专业依据市场营销行业的发展情况，按照可持续发展的基本思想，以产教融合为主要手段，在人才培养模式、师资队伍、课程资源、实训条件和社会服务等方面加强诊改。

依据国家专业教学标准和国家高职院校实训条件标准，以学校层面的专业建设标准为指导，结合行业层面的市场营销行业岗位职业标准，制定专业层面的市场营销专业建设标准。

针对专业建设目标，依据专业建设标准，成立专业诊改工作小组，制定年度建设任务和计划，并逐条明确责任人。在智能化信息平台的支持下围绕年度计划开展专业建设工作，并适时完成数据采集，依托平台进行数据分析，对未完成的质控点发布预警，及时调整年度建设计划，实现专业建设的常态化纠偏，构建专业自主诊改的小循环。

采用3年一个大周期、1年一个小周期诊改模式，自主诊改与外部监控相结合的质量改进8字螺旋，依托智能化信息平台的数据采集与分析功能，完成专业建设的汇总分析做出诊断与考核，利用校级职称评审、评优

评先、绩效考核等手段对专业建设的情况进行正向激励，促使专业及时总结与反思，创新工作方法和总结办学特色，同时找出问题与改进方向，对计划目标进行调整完善，以此构建专业建设外部监控大循环。

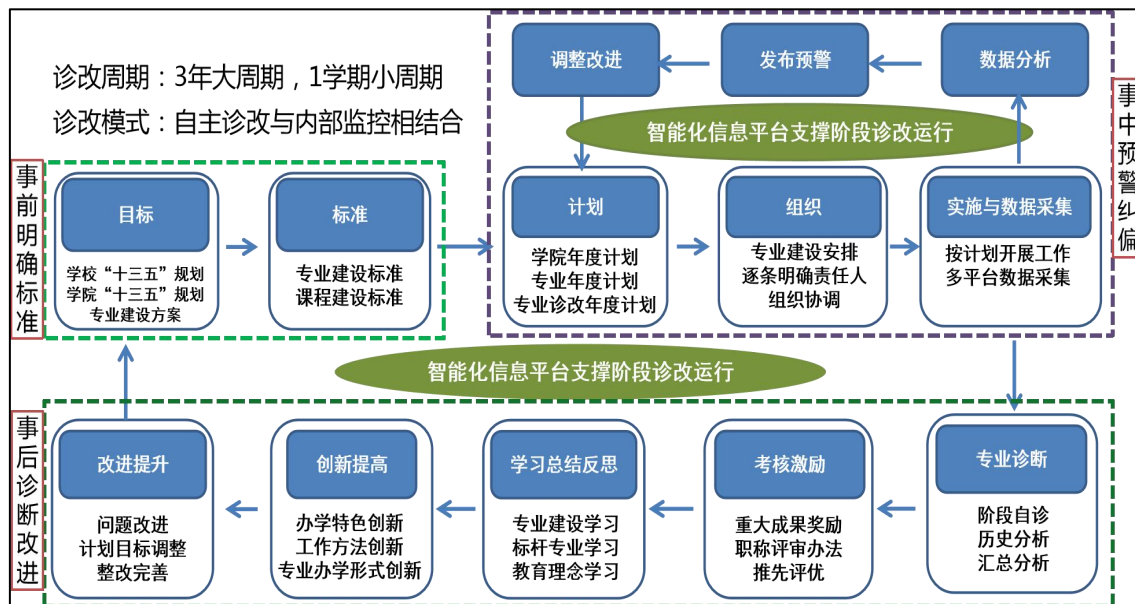


图 8.4 专业建设质量诊改 8 字螺旋图

(3) 二级学院教学质量

1) 制度建设。我院为提高课堂教学水平，保障人才培养质量，制定了《经济与旅游管理学院教师管理制度》，《经济与旅游管理学院绩效管理办法》等各项规章制度，从制度上保障教学工作顺利开展，教学质量逐步提升。

2) 组织机构建设。我院成立教学督导组，每天对教师的上课情况(包括教师迟到、早退现象，学生出勤、课堂纪律等情况)进行检查，杜绝各种违规违纪现象。

3) 过程管理。抓好教学每一个环节，对教师备课、上课、辅导、实训、作业、考试等各环节进行监督检查，使每位教师的教学、管理围绕质量展开。

(4) 教研室教学质量

1) 加强师资队伍建设。结合教研室实际情况，制定教师发展规划及具体措施，努力打造一支师德师风好、教学水平高、专业技能强的教师队

伍。坚持听课制度，教师互相听课相互学习，取长补短，汲取经验，促进青年教师的进步。坚持培训学习制度，采用自学与送培相结合，充分利用线上网络资源参加学习培训，提高教师职教水平与专业技能。鼓励教师参加各类技能大赛，以赛促教，加强院校沟通与交流，查找差距与不足，促进教师学习与成长。

2) 加强教学过程监控。加强教师职业道德教育，杜绝出现迟到、早退的现象，尤其是上午、下午的第一节课及上午第五节课。加大对教学环节的常规管理，在期初、期中、期末常规检查教师教学文件（包括：教案、授课计划、教学课件、听课记录）以及作业批改情况。不定期对专业教师实行“推门听课”，检查教学情况及资料准备情况，发现问题及时提出、及时修正。

3) 坚持学生反馈制度。与学生增加沟通和交流，了解本教研室各位教师的教學态度、教學能力等，将了解到的情况通报给教师，增强教师的紧迫感，促进教师改进教学中存在的不足。

4) 探索教学改革。加强课程建设，改革教学方法。探索“翻转课堂”，“混合式教学”等教学方法在课程教学中的运用，加大课程建设力度，丰富课程资源，不断推进教学改革。

九、毕业要求

专业名称		市场营销				
思想素质基本要求		操行评定合格				
身体素质基本要求		达到《国家学生体质健康标准》要求				
毕业条件之学业要求	应修总学分	144 学分	其中	公共基础课	公共必修课	33 学分
					公共限选课	4 学分
					公共任选课	6 学分
				专业(技能)课	专业基础课	25 学分
					专业核心课	21 学分
					专业实践课	39 学分
					专业拓展课	10 学分
						操行学分
备 注	除学业要求之外的其他毕业条件参见本校《学籍管理规定》					

附件 1

2023 级市场营销专业人才培养方案制修订说明

经过调研，2023 级人才培养方案与 2022 级人才培养方案相比，有如下变化：

1. 学分、课时变化：

总分增加 4 分，公共基础课（公共必修课程和公共选修课）学时占总学时的 25%，选修课（公共选修课和专业拓展课）学时占总学时 10%。

2. 课程变化

课程类型	课程名称	学分变化	课时变化	变动类型	变动原因
专业拓展课	Excel 在市场营销工作中的典型应用	0—2	0—32	调整为专业基础课	对接行业发展对营销工作人员的数字化能力要求，为《商务数据分析与可视化》的学习奠定基础。
专业拓展课	品牌推广	2—4	32—64	调整为专业核心课	对接行业发展对营销工作人员的数字化营销能力要求
专业拓展课	专升本进阶课程	0—6	0—96	新增	服务学生专升本学习需求和能力要求

3. 重视思政育人

从课程设计到每一门课程都贯穿“家国情怀”“政治立场”“文化自信”“商业道德”“职业操守”“诚实守信”“守正创新”“吃苦耐劳”等思政元素，将育人从宏观设计到微观落地全面实施。

广安职业技术学院市场营销专业调研报告

调研人：沈婷婷、钟玲、陈美璇、吕浩铭、唐杨

一、调研设计

（一）总体思路

以《国家职业教育改革实施方案》、《广安职业技术学院专业建设质量标准（试行）》为指导，根据行业用人单位对生产与服务一线高素质技术技能人才的客观要求，结合市场营销专业毕业生就业状况及职业发展需求，以就业为导向，以能力为本位，以岗位群的需要和职业标准为依据，适应行业企业对专业知识、能力、素质要求，明晰专业课程设置与教学改革的思路 and 措施，为人才培养方案制定和修订提供科学依据。

（二）调研内容

区域行业发展状况，重点是根据国家、省、市及行业改革与发展“十四五”规划，分析确定对接行业企业发展动态与趋势；用人单位人才结构现状与人才需求状况；职业岗位对从业人员的知识、能力、素质要求；全省同类专业分布情况，省内外标杆院校专业人才培养和专业建设情况；毕业生就业状况及就业岗位发展调查分析；用人单位对毕业生质量反馈。

（三）调研方式

1. 问卷调查

通过问卷调查用人单位的岗位设置、人才需求、能力要求和毕业生的工作岗位、支撑岗位需求和职业发展的职业资格证书、专业能力、专业课程、职业素质等。

2. 电话访谈

通过电话访谈企业负责人、同类院校教师，了解用人单位对人才的需求情况和能力要求，了解同类院校学生培养、师资和实训条件。

3. 文献、网站评阅

对省内外高职院校市场营销专业建设情况进行调研，包括学校简况、专业基本数据（学生数、师资、实训条件）、专业建设和发展成效，对标找准差距。

（四）调研范围及对象

- 1.国家级、省级、市级行业协会的行业专家，以及行业协会和管理部門相关人员；
- 2.对口用人单位、企业的负责人、人事主管、品牌经理、营销经理及销售区域主管，以及销售、运营业务骨干；
- 3.专业历届毕业生与在校生；
- 4.区域内人才交流中心及行业主管部门；
- 5.省内同类院校。

（五）调研过程

自2023年3月开始，至2023年5月30日结束。主要内容包括调研内容、访谈对象、访谈方式、取得效果，最终形成本调研报告，制定专业人才培养方案。

表1 调研基本情况

调研单位名称	体制背景				所属行业	访谈对象	单位基本状况
	国有	民营	外资	其他			
江苏京东信息技术有限公司		1			服务行业	金星星	公司员工2100余人，经营线上商品销售类
四川永辉超市有限公司广安市滨河分公司		1			零售行业	孙瑜霞 唐巧玲	公司员工300余人，经营百货类综合商超
阳光人寿保险股份有限公司成都分公司	1				保险行业	陈明	公司员工200余人，经营人寿保险
网银在线(北京)科技有限公司		1				朱文凤	公司员工500余人，经营京东白条等金融产品和客户维护服务等
北大方正人寿四川分公司		1			保险行业	吕宇鹏	公司员工200余人，经营人寿保险

成都伴茶空间连锁餐饮管理有限公司		1			餐饮连锁	郑显科	公司员工 182 余人，经营连锁茶楼，茶叶销售，代理西岭小雪纯净水销售，管理课程销售
成都链家地产中华锦绣门店		1				王玉琼	公司员工 16 人，主要经营房产营销、二手房销售、房地产网络营销
成都冉城旅游开发有限公司		1				肖科	公司员工 60 人，主要经营旅游资源开发、旅游景区服务、观光度假业务、旅游产品营销等
成都润恒富房地产经纪有限公司		1				灌高强	公司员工 5 人，主要经营房地产中介，营销策划
成都统一企业食品有限公司北碚营销部		1				穆翔	公司员工 187 人，主要经营快消品。
四川润扬建设集团有限公司		1				唐伟泉	公司员工 310 人，主要经营房地产投资开发及营销、商场运营。
松潘县亚日国际大酒店		1				刘光钊	公司员工 40 人，主要经营团（散）住宿、餐饮、会议。
中国平安人寿成都分公司	1					宋海荣	公司员工 1802 人，主要经营人寿保险，综合金融，财产保险等金融产品

二、区域产业发展与人才需求调研

（一）人才需求的宏观背景

从 2020 年 1 月党中央做出“推动成渝地区双城经济圈建设”的重大决策部署，到同年 10 月 16 日中共中央政治局召开会议审议成渝双城经济圈发展，到 2021 年 10 月中共中央、国务院印发《成渝双城经济圈规划发展纲要》，标志着成渝双城经济圈建设进入了黄金时代。

广安是四川距离重庆主城区最近的市州。今年以来，广安对照“规划图”制定“施工图”，在基础设施建设、产业发展、文化旅游方面持续用力，广安要融入重庆都市圈，力争在成渝地区双城经济圈建设中打头阵、作示范。深度融入成渝世界级产业集群，广安右连重庆，左牵成都。

《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》明确提出：推动广安融入重庆都市圈，打造川渝合作示范区。广安是四川省距离重庆主城区最近、川渝边界接壤最长的市，50%的工业为重庆配套，60%的游客来自重庆，75%的农产品销往重庆。在成渝地区双城经济圈建设的背景下，广安全面融入重庆都市圈，打造川渝合作示范区，占天时、得地利、享人和，其势已成、前景可期、大有可为。

（二）行业发展现状

1. 行业现状数据

从行业角度来看，2021年，川渝地区招聘需求排名前三的行业分别为交通运输、仓储和邮政业，制造业，批发和零售业。川渝是全国重要的制造业基地，汇聚了大型汽车生产基地、全国第二大手机生产基地以及全球最大的笔记本电脑制造基地。2020年重庆笔记本电脑产量完成7882.21万台，占全球比重约40%，连续7年排名全球第一。2021年，川渝制造业招聘需求环比上升88.76%，交通运输、仓储和邮政业招聘需求环比上升超过40%，表现出了积极的行业态势。

2. 区域行业发展优势

川渝求职需求排名前三的行业分别为批发和零售业，住宿和餐饮业，交通运输、仓储和邮政业。作为西南地区的中心城市之一，重庆、成都拥有良好的经济表现，居民消费意愿也相对更高，这些都为零售业发展提供了根基；而作为新晋崛起的网红城市、旅游胜地，重庆、成都表现出了巨大的消费市场潜力，进一步为零售行业带来广阔前景。旅游产业发展的同时带动了住宿和餐饮业等相关行业的迅猛发展，吸引了大量相关行业求职者。

3. 区域行业发展制约因素分析

区域行业发展制约因素关键在于要素市场化配置体制机制亟待健全和完善。《中共中央国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》发布，指出要素自主有序流动有利于提高配置效率，进一步激发全社会的创造力和市场活力，推动经济发展三大变革。从推动要素合理流动和高效集聚这个角度来思考，成渝双城经济圈先行建设要素市场化配置体制机制，可以

实现区域共赢。

（三）行业发展新趋势

1. 数字营销成为数字经济的重要一环

清华经管学院发布的《中国经济的数字化转型:人才与就业》,从产品与服务价值链供应端的数字化转型角度出发,将数字人才分为数字战略管理、深度分析、产品研发、先进制造、数字化运营和数字营销。数字营销主要涉及到产品和服务的营销、商务服务,特别是利用互联网和社交媒体等新型渠道进行营销和推广。数字营销作为数字经济的重要一环,已成为企业数字化转型升级中最关键、市场受众最广、发展潜力和空间最大的一个领域。

2. 数字营销成为主流营销方式

数字化早已成为人们生活的常态,企业广告投放的渠道也必然随着消费者注意力的转变而发生变化。调查显示,45.3%的广告代理公司全年开展数字营销业务,35.7%的广告主以数字营销为主、传统营销为辅,32.9%的广告主全面开展数字营销。

3. 数字营销热度不减,企业预算不断增加

数字营销凭借更低的成本、更快更广的传播速度、更精准的营销方式、更个性化的服务,吸引了近七成广告主追加投入。调查显示,69.3%的广告主预计2020年数字营销预算高于2019年,其中23.1%的广告主预计比2019年增长50%,15.4%的广告主预计比2019年增长30%-50%或10%以内,7.7%的广告主预计比2019年增长20%-30%或10%-20%。

4. 数字营销专业人才匮乏,企业诸多困惑

调查显示,关于数字营销中面临的困境和挑战,66.7%的代理商认为专业人才严重匮乏,45.6%的代理商认为品牌对转化率的要求越来越高;相比之下,84.6%的广告主认为专业人员严重匮乏,46.2%的广告主认为品牌对转化率的要求越来越高。

（四）行业从业人员基本情况

1. 从业人员现状数据

从川渝人社部门公布数据显示,从专业需求看,市场营销专业人才需求

旺盛，连续 9 个季度排名专业需求前三位；从学历分布看，进入人力资源市场求职者文化程度有所提高。大专及以上学历求职者占 47.26%，环比上升 7.61 个百分点。

根据数字营销企业年龄分布数据显示,21-30 岁年龄段人数占比高达 74.5%，说明 90、95 后已经成为数字营销的主力。从学历分布来看，拥有专科学历的数字营销人才占比最高，其次为本科和硕士学历，学历的分布在一定程度上反映出数字营销作为一个注重理论与实践结合的行业，是专科院校培养学生的一个方向。

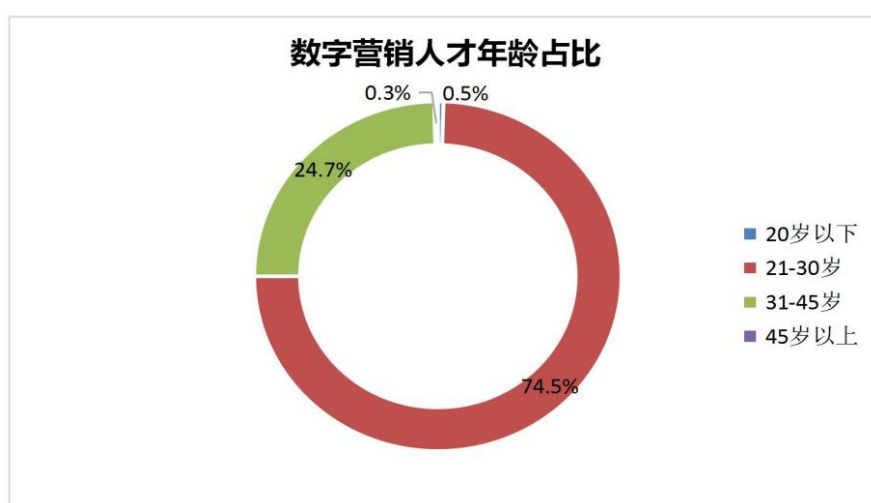


图 1 数字营销人才年龄占比

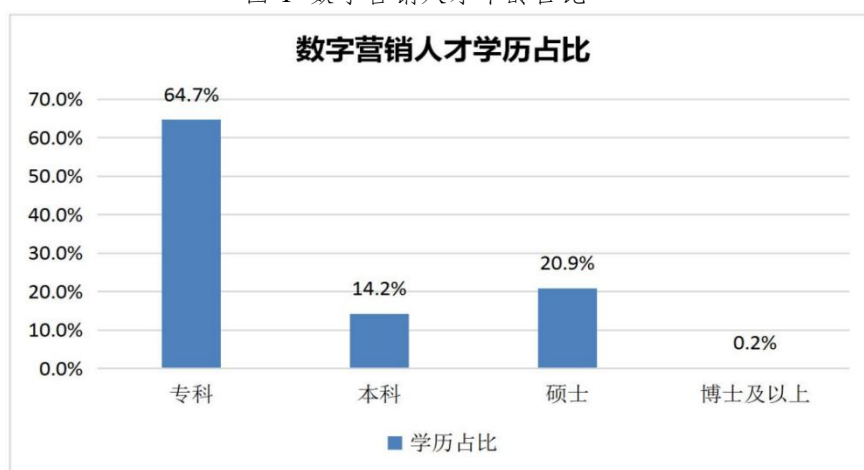


图 2 数字营销人才学历占比

2. 从业人员状况分析

据智联招聘发布的《新零售产业人才发展报告》中看到，新零售产业平均招聘薪酬 11488 元/月，是全国平均水平 1.3 倍。从各地招聘市场活跃度来看，

新一线城市的新零售人才招聘数量在全国的占比超过一线城市。其中，成都势头汹涌，招聘数量在新一线城市中排在第二位，在全国城市中排名第六位。

调查显示，数字营销岗位的薪资主要集中在 6k-15k，其中 6k-12k 占比 42.9%；12k-15k 占比 40.4%；6k 及以下占比 10.2%；15k 以上占比 6.5%。

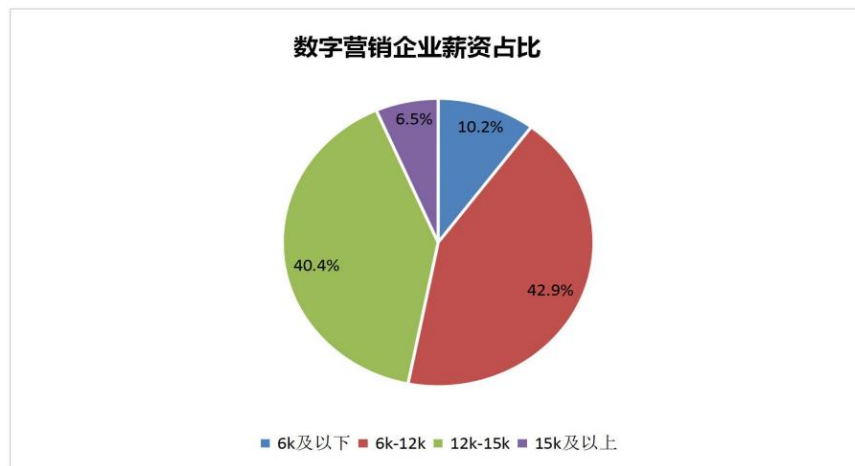


图3 数字营销岗位薪资分布情况

3.行业人才缺口情况

据川、渝人才市场发布的人才供需报告，近两年管理类人才需求最大的是销售经理，招聘人数为 4.4 万，其次是客户经理 4.0 万的数字位列前二。在需求 TOP15 的岗位中基本都是供过于求，仅有少数岗位的需求量大过求职量，如客户经理岗位就出现了 8.3 千的用人缺口。据专业人才市场发布的人才供需报告，其中企业针对销售人员发布的职位量最大，达到了近 2 万个，占总量的 10.5%，相比 4 年前增加了 25.3%，从人才需求排行榜的第二位上升到第一位。

其次是数字营销人才需求呈不断上升趋势。根据数据显示，市场对数字营销人才的需求呈上升趋势，特别是 2020 年第 2 季度，市场对于数字营销人才的需求同比增长超过一倍。在一定程度上反映了后疫情时代，数字营销在企业营销中的地位进一步提高。

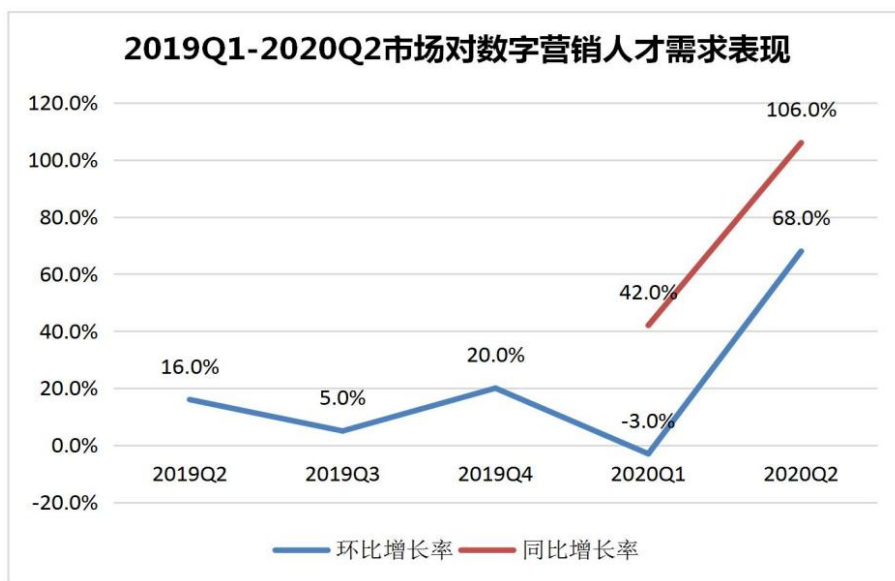


图4 2019Q1-2020Q2 市场对数字营销人才需求表现

数字经济时代，数字营销企业及服务商需要满足多元化的营销需求。因此，数字营销岗位多元，包括营销策划、广告推广、内容策划、品牌运营、互动营销等，涉及范围广阔。调查显示，数字营销相关岗位中，73.7%的代理商提供了广告推广类岗位，68.4%的代理商提供了品牌运营类岗位，64.9%的代理商提供了内容策划类岗位，63.2%的代理商提供了互动营销类岗位，54.4%的代理商提供了app运营类岗位，53.6%的代理商提供了营销策划类岗位，14.0%的代理商提供了其他类岗位。

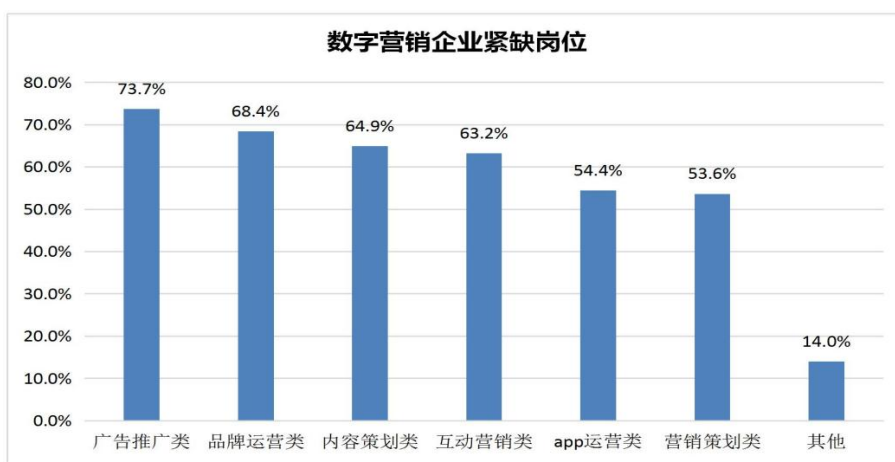


图5 数字营销企业紧缺岗位

(五) 企业用人的素质与能力要求

1. 企业用人数据

根据 58 同城招聘研究院发布的川渝人才流动报告数据，2021 年 4 月，川渝招聘需求在全国排名第四位；求职需求全国排名第三位。重庆、成都作为西部大城市，已经被国家明确为五大国家中心城市，引领西部发展，发挥着

中心城市的带动、引领作用，推动川渝经济圈的建设发展，有明显的辐射效应和聚集效应，也吸引了大量企业以及人才流入。

2. 企业用人的素质与能力要求分析

对川渝的保险业、房地产业、酒店业、零售业等行业企业调查，用人企业对能力的需求大致集中在：市场调查与分析能力、营销策划能力、公共关系能力、新媒体运营能力、新媒体文案写作能力、渠道管理能力、商务谈判能力、客户关系管理能力、品牌推广能力等方面。

表 2 岗位能力要求

序号	岗位群	职业能力要求
1	新零售类	要求具备一定的新零售技能，具体包括：市场调研与分析、新零售营销、连锁经营等。
2	市场推广类	要求具备一定的市场推广技能，具体包括：市场调查与分析、目标客群分析、品牌塑造与推广、媒体矩阵搭建、视频制作策划。
3	新媒体营销类	要求具备一定的新媒体运营、新媒体文案创作与传播技能，具体包括：新媒体营销策划、Excel 运用、商务 PPT 创作于路演、广告创意与策划(PS)、新媒体文案撰写与传播等。
4	数字营销类	要求具备一定的数字营销技能，具体包括：数字营销策划、社群营销、网络渠道推广、营销数据分析等。

通过调查川、渝地区八家典型企业，从企业对营销人才能力的评价中可以看出，企业很重视营销人才的商务谈判能力、客户关系管理能力，其次是渠道管理能力、策划能力。

表 3 企业从业人员的基本能力要求统计

序号	能力	评价维度			
		很重要	重要	不重要	说不清
1	市场调查与分析能力	6	5	2	
2	营销策划能力	7	4	2	
3	公共关系能力	8	3	2	
4	新媒体运营能力	6	5	2	
5	新媒体文案写作能力	3	3	2	

6	渠道管理能力	9	4		
7	商务谈判能力	10	3		
8	客户关系管理能力	10	3		
9	品牌推广能力	6	5	2	

三、省内外市场营销专业发展现状

(一) 四川省高职院校同类专业现状调研

全省高职院校同类专业布点及招生人数状况及分析。

表4 市场营销专业布点统计表

序号	专业名称	学校	当年招生人数
1	市场营销	四川邮电职业技术学院	100
2	市场营销	泸州职业技术学院	125
3	市场营销	四川工程职业技术学院	73
4	市场营销	四川商务职业学院	130
5	市场营销	四川化工职业技术学院	50
6	市场营销	成都航空职业技术学院	80
7	市场营销	成都职业技术学院	80
8	市场营销	南充职业技术学院	40
9	市场营销	内江职业技术学院	48
10	市场营销	四川机电职业技术学院	60
11	市场营销	四川交通职业技术学院	120
12	市场营销	四川工商职业技术学院	55
13	市场营销	四川托普信息职业技术学院	300
14	市场营销	四川国际标榜职业学院	100
15	市场营销	成都农业科技职业学院	80

16	市场营销	眉山职业技术学院	100
17	市场营销	宜宾职业技术学院	45
18	市场营销	广安职业技术学院	40
19	市场营销	四川职业技术学院	100
20	市场营销	四川信息职业技术学院	50
21	市场营销	四川文化传媒职业学院	250
22	市场营销	四川华新现代职业学院	150
23	市场营销	四川铁道职业学院	23
24	市场营销	四川文化产业职业学院	65
25	市场营销	四川城市职业学院	300
26	市场营销	四川现代职业学院	250
27	市场营销	民办四川天一学院	165
28	市场营销	四川财经职业学院	90
29	市场营销	四川希望汽车职业学院	170
30	市场营销	四川电子机械职业技术学院	240
31	市场营销	天府新区通用航空职业学院	200
32	市场营销	四川文轩职业学院	280
33	市场营销	德阳科贸职业技术学院	190
34	市场营销	南充文化旅游技术学院	50
35	市场营销	长江职业技术学院	150

（二）省内外标杆专业调研

选取省内外高职院校对标专业建设情况进行调研，包括学校简况、专业基本数据（学生数、师资、实训条件）、专业建设和发展成效，对标分析找准差距。

表 5 本专业与标杆专业对比分析表

类别	四川财经职业学院市场营销专业	本专业	差异分析
人才培养目标与规格	<p>市场营销专业本着“立足成都、面向四川、辐射西部”的发展思路，服务我省“4+6”现代服务业体系对高素质人才提出的新需求，培养智慧商贸类数字营销人才，培养具有一定的文化水平、良好的职业道德和人文素养，具备能够借助现代信息技术从事推销、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等职业新技能，能分析会销售、能管理会沟通、能创新会策划的高素质技术技能人才。</p>	<p>本专业立足广安面向川渝地区，培养营销行业第一线需要，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的人文素养、吃苦耐劳、诚实守信的职业素养和创新意识，且有较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销专业的知识和技术，具备市场调查与分析、营销策划、市场开发与管理等方面能力，面向批发和零售业，能够从事销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微商业企业创业者、市场主管、市场经理等岗位的高素质技术技能人才。</p>	<p>地域差别，资源优势不同；</p>
专业核心课程开设	<p>市场营销基础及实务、统计实务、营销沟通、营销策划、市场调查与预测、客户管理实务、零售企业管理实务、供应链管理沙盘实训、网络营销实训、营销计划写作实训、模拟企业综合管理实训、会展营销实训、多专业综合实训。</p>	<p>市场营销基础、市场调查与分析、营销策划、网络营销、现代推销技巧、品牌推广、市场营销综合实训、认知实训、跟岗实训、京东实训月。</p>	<p>人才培养课程体系不同，财经职业技术学院的专业实训课程丰富，并列为了专业核心课程，而本专业核心课程显得较少。</p>
近三年专业建设取得的标志性成果	<p>2014年6月市场营销专业成功立项为四川省首批省级重点专业，2017年顺利通过省级重点专业验收。市场营销专业依托优质校高水平专业群建设，重点打造引领协同工商、电商、移商专业共同发展的数字营销专业群建设，并在2019年被评为国家骨干专业。</p> <p>教育部学校规划建设发展中心公布了“新商科智慧学习工场”项目2020年第三批试点院校名单，全国共有9所高职院校入选，其中该校是四川省唯一入选的高职院校。</p> <p>中共四川省委教育工作委员会公布了第二批“三全育人”综合改革试点高校和试点院（系）名单，</p>	<p>市场营销专业参与四川省优质专业群建设，近年来获得丰硕成果，学生国家专业技能比赛二等奖3项、三等奖5项，省级专业技能比赛一等奖1项，二等奖12项、三等奖9项、省级双创项目4项等；教师教学成果奖省级1项，教师教学能力比赛省级一等奖一项、市级一等奖一项。</p>	<p>在横向建设项目方面本专业比较欠缺，横向课题资源较少，科研项目及科研成果较少。</p>

	该校工商管理学院申报的《以义立信，以商载道，构建新商科特色的三全育人体系》成功立项。		
人才培养模式创新	<p>双师型教学团队，专任教师+企业专家做学生学业上的领路人；</p> <p>三维共育模式，多方位人文关怀，让学生度过快乐向上的校园生活，多姿多彩的校内外实践活动，学生心理辅导活动；</p> <p>赛证融合、订单化校企合作，保证学生顺利步入职场。</p> <p>省级国家级营销技能大赛佳绩频传，人才培养质量稳步提高；</p> <p>永辉、京东订单培养全面开展，为学生顺利步入职场保驾护航；</p>	<p>本专业以就业为导向，以市场需求为准则，以岗位能力培养为主线，形成了“一中心三体系五双育人”人才培养模式，培养服务地方经济的高素质技能型人才。</p> <p>“一中心三体系五双育人”人才培养模式是指：“一个中心”即“立德树人”为中心；“三体系”即岗课融合实践教学体系、赛证结合能力提升体系、校企生产性实践育人平台体系；“五双育人”即：校企培育“双主体”、企业业务骨干和校内教师形成的育人“双师团队”、学生员工“双身份”、教室和生产性实训基地育人“双场所”、学校的专业人才培养标准和企业的岗位要求“双标准”。</p>	<p>产教融合方面，财职院的合作企业多，订单培养可选择方向多；学校重视技能比赛，历年来国家级的大赛成果丰富。相比而言，本专业的产教融合项目实施和成果良好，但是实际合作的项目偏少，实践活动项目较单一。</p>
人才培养保障体系	<p>专任教师7人，兼职教师2人，副高级职称3人，讲师6人，70%以上拥有硕士研究生学历；</p> <p>专业带头人校内1人，校外1人，院内骨干教师3人；</p> <p>聘请了12名中高层管理者和一线骨干担任兼职教师，任课比例达30%以上。</p>	<p>市场营销专业教学团队共17名专业教师，其中校内教师9名，外聘兼职教师8名。具有硕士学位的有7人，占总人数的44%。校内双师素质教师7人，占总人数的78%。团队成员中，副高级以上职称3人，中级职称6人，初级职称1人。</p>	<p>高级职称没有；</p> <p>企业兼职教师数量少。</p>

四、专业人才培养基本现状调研

(一) 入口情况——招生情况调研

表6 近三年专业招生情况

年级	具体数据	
2022级	总人数	44人
	报考率	60%
	报到率	97.73%
2021级	总人数	96人

年级	具体数据	
	报考率	62%
	报到率	91.4%
2020 级	总人数	92 人
	报考率	96.8%
	报到率	92%

2018 级年市场营销专业计划招生人数 100 人，录取人数 95 人，实际报到人数 84 人，报到率为 98.42%；2019 级年市场营销专业计划招生人数 90 人，录取人数 73 人，实际报到人数 69 人，报到率为 94.52%；2020 级年市场营销专业计划招生人数 100 人，录取人数 100 人，实际报到人数 93 人，报到率为 93%。2022 年因专业招生指标调减，所以总人数只有 43 人，报到率为 97.73%。

（二）出口情况——毕业生与用人单位反馈情况调研

1. 用人单位对毕业生质量评价

对毕业生社会能力、专业能力和方法能力进行调研分析，确定毕业生总体评价状况。

表 7 毕业生质量评价表

评价项目	评价维度			
	好 (%)	较好 (%)	一般 (%)	差 (%)
社会能力	55	38	7	0
专业能力	62	25	13	0
方法能力	45	35	20	0

2. 毕业生反馈信息

表 8 近三届毕业生工作岗位发展情况统计表

就业岗位	2020 级	2019 级	2018 级
销售业务类	63%	58%	53%

管理类	33%	36%	38%
自主创业	4%	6%	9%

（三）本专业软件基本状况调研

为建设一支结构合理、素质优良的师资队伍，学院制定了《广安职业技术学院专业带头人、中青年骨干教师选拔与管理办法》（修订）、《关于做好学院第三批专业带头人、中青年骨干教师申报、选拔工作的通知》、《广安职业技术学院高层次人才引进管理办法（暂行）》、《广安职业技术学院教师到行业企业实践锻炼管理办法(试行)》等师资队伍建设制度，积极推进师资队伍建设的六大计划，切实保障师资队伍建设的有序、高效、科学运行。

1. 师资队伍情况

（1）专兼职师资信息

师资队伍总体情况（综述情况）。市场营销专业教学团队共 18 名专业教师，其中校内教师 10 名，外聘兼职教师 8 名。具有硕士学位的有 7 人，占总人数的 39%。校内双师素质教师 8 人，占总人数的 80%。团队成员中，副高级职称 4 人，中级职称 7 人，初级职称 1 人。从 2018 年到 2022 年，专业教师中增加两名硕士研究生，每年都有助教晋升讲师；平均每年新增企业到任 3 至 4 名。详见下表：

表 9 专兼教师信息表

校内教师				校外兼职教师			
序号	姓名	职称	学历	序号	姓名	职位	学历
1	沈婷婷	讲师	本科	1	刘瑶（川财）	教授	研究生
2	钟玲	讲师	研究生	2	王鸿华（企业）	讲师	本科
3	陈美璇	讲师	研究生	3	金星星（企业）	项目经理	研究生
4	吕浩铭	讲师	研究生	4	宋滔（企业）	区域经理	本科
5	唐杨	助教	研究生	5	鲜磊（企业）	项目经理	本科
6	谭燕	副教授	研究生	6	冯朝阳（企业）	项目经理	本科

7	喻忠	讲师	本科	7	鞠明兴（企业）	项目经理	本科
8	罗春玲	副教授	本科	8	唐巧玲（企业）	人事经理	本科
9	徐娟	讲师	本科				
10	许道琼	副教授	本科				

(2) 师资队伍结构

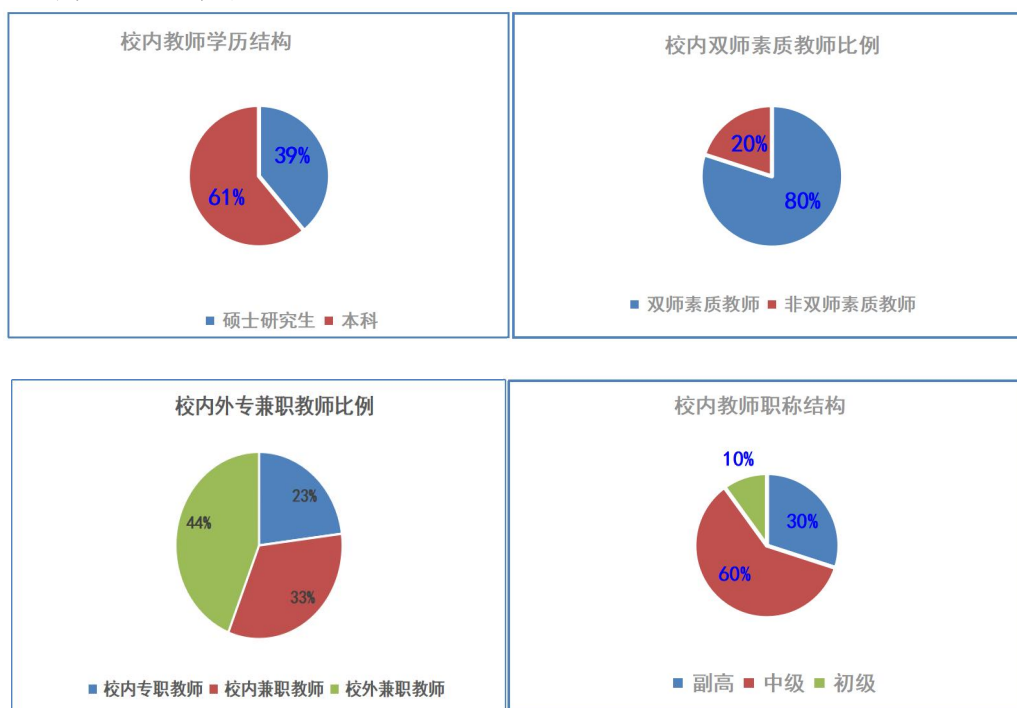


图 6 师资队伍结构图

2. 实验实训条件

(1) 校内实践教学条件

经济现象遍布我们身边每一处，学校食堂、超市、商业街，学生的学习、生活场所等各方面都可以为我们的学习提供相关的经济数据，为我们的调研和营销活动提供丰富的要素；其次，多媒体教室、实训室等也能提供教学相关的影像资料；再次，市场营销综合实训室可以开展营销沙盘模拟实训、商务谈判和现代推销技巧等实训项目。

在校企双主体培养的指导思想下，市场营销生产性实训室建设已于 2019 年 5 月建成并投入使用。现校内实训室现状如下：

表 10 校内实训室信息表

序号	实验实训室名称	主要实验实训项目
1	会计手工实训室	凭证、账簿、报表的填制
2	财税一体化实训室	网络营销
3	沙盘实训室	市场营销沙盘模拟
4	市场营销综合实训室	市场调研与预测、商务谈判与沟通、营销策划、新媒体全渠道营销
5	市场营销生产性实训基地	客户服务、客户关系管理、沟通技巧、中期跟岗实训

(2) 校外实训条件

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。校外实习实训基地将服务于市场营销专业的实训类课程，如行业认知、中期（跟岗）实训、集中顶岗实习；还能支撑市场营销基础、市场营销调研、营销策划、网络营销等课程的实训教学。

实训基地代表：京东金融-北京网银有限责任公司、永辉超市、华润超市、广安天下有赞有限责任公司、博森农业发展有限公司。

表 11 实训基地信息表

序号	基地名称	建立时间	主要实习实训项目
1	京东零售有限公司	2020.01	京东实训月、商务沟通、中期（跟岗）实训
2	四川永辉超市有限公司	2019.05	认知实习、现代推销技巧、市场调查与分析
3	京东金融-北京网银科技有限公司	2018.05	京东实训月、商务沟通、中期（跟岗）实训
4	广安天下有赞有限责任公司	2017.09	网络营销实训、新媒体营销实训、营销策划等课程实训
6	华润万家超市	2016.04	行业认知实训、促销实训、现代推销技巧、营销策划实训
7	大地保险公司广安中心支公司	2015.04	商务谈判、金融产品营销实训
8	中国人民财产保险公司广安支公司	2014.03	商务谈判、现代推销技巧、金融产品营销实

			训
9	广安诚信化工有限责任公司	2013.03	现代推销技巧、营销策划实训

具有稳定的校外实习基地。能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.专业建设现状

本专业于2013年设立，旨在培养一批适应营销行业一线需要，掌握市场营销专业必备的基础理论和专业技能，具备从事市场分析、营销管理、营销执行、营销策划和自主创业能力，具有团队合作、吃苦耐劳、诚实守信的职业素养和创新意识的职业素养和创新意识的高素质技术技能人才。

本专业积极探索工学结合的人才培养模式，从2017年起开始与京东金融探索校企合作育人模式，2019年建成校内第一个校企共建、共育、共享的生产性实训室，随后京东物流、京东零售等紧密合作，推进育人项目，形成了京东生产性实训基地，科学地推进校内实训和顶岗实习。并与永辉超市、阳光保险等知名企业开展专业认知实训、顶岗实习等项目。

2018年以来，教师参加省、市、校级教师教学技能大赛（含中职）获得省一等奖1项、市一等奖1项、校二等奖1项；学生参加市场营销专业技能比赛、营销策划比赛等国省市各类技能大赛分别获得奖项43项，其中：团体全国一等奖4，二等奖5项，全国三等奖6项，四川省团体奖一等奖1项，二等奖13项，三等奖14项。

4.招生情况

2018级年市场营销专业计划招生人数100人，录取人数95人，实际报到人数84人，报到率为98.42%；2019级年市场营销专业计划招生人数90人，录取人数73人，实际报到人数69人，报到率为94.52%；2020级年市场营销专业计划招生人数100人，录取人数100人，实际报到人数93人，报到率为93%。2021级年市场营销专业计划招生人数96人，录取人数96人，实际报到

人数 93 人，报到率为 91%；2022 年市场营销专业计划招生人数 44 人，录取人数 44 人，实际报到人数 43 人，报到率为 97.73%。

5. 就业情况

市场营销专业 2019 届应届毕业生学生 81 人，初次就业率达 100%；市场营销专业 2020 届毕业生学生 78 人，初次就业率达 100%；市场营销专业 2021 届应届毕业生学生 67 人，初次就业率达 100%；市场营销专业 2022 届应届毕业生学生 63 人，初次就业率达 95.31%；市场营销专业 2023 届应届毕业生学生 89 人，初次就业率达 97.73%。

五、专业培养目标定位分析

（一）就业岗位分析

本专业的就业岗位主要为销售代表、卖场经理、客户经理、新媒体文案、新媒体运营经理、数字营销策划、商务数据分析师等，具体比例及岗位描述见下表：

表 12 典型就业岗位、要求描述及所占比例

序号	岗位类	分岗位	岗位描述	比例
1	新零售	销售岗	负责外协项目对接、内部执行、商品对接、流程管理、活动申请、产品定价、订单跟踪、售后服务、门店对接。	30%
		市场推广岗	目标区域内商家拓展；负责区域服务商策划活动；负责新零售渠道运营及管理；利用网络进行公司品牌及活动等的推广；整理并进行销售数据分析，通过数据分析对运营情况进行有效调整。	10%
		运营岗	对接代理商各项市场工作，负责品牌相关营销方案的计划筹备、执行实施；负责对潜在目标代理群体协商；负责各代理商管理与招商工作。	5%
2	新媒体营销	销售岗	负责新媒体平台整体运营和推广；负责各新媒体平台粉丝招募和维护；负责微博/微信活动策划与执行,吸引、挖掘客户并签约,完成销售指标；负责新媒体平台推广效果的跟踪、数据分析和反馈及优化调整等工作。	20%

		市场推广岗	负责新媒体文案的撰写、投放、内容策划、热点事件跟进及评价工作效果。	10%
		运营岗	负责新媒体日常运营及推广；策划并提供优质、有高度传达力的内容；创新新媒体运营模式；	5%
3	数字营销	市场推广岗	日常 PR 稿、产品软文、广告语撰写；数字营销策划、客户数字营销方案的策划和撰写、策划网络推广主题、网络各类网络广告宣传文案的撰写。	10%
		运营岗	制定官方微信、网站等的推广策略与运营策略；统筹线上广告投放计划行；营销数据分析。	10%

（二）岗位工作任务与职业能力分析

通过调研发现企业对于市场营销人才营销综合素养要求高，不但要求具备基本的市场营销理论知识和技能，还要具有专门的素质和能力：市场调查与分析能力、营销心理能力、市场推广与管理能力、营销策划能力、商务谈判能力、客户服务与管理能力、新媒体运营能力、数字营销能力。这就需要为市场营销专业学生规划更加全面的营销管理和服务知识，加强营销所需基本功的学习和锻炼，具体见表 13。

表 13 典型工作任务、工作过程、能力与素质要求

工作岗位	典型工作任务	工作过程	能力与素质要求
销售	<ol style="list-style-type: none"> 1.客户管理与挖掘 2.收集和整理销售资料 3.产品展现与推广 4.线下推销谈判 5.新媒体营销 6.直播营销策划与运营 	<ol style="list-style-type: none"> 1.市场调查； 2.做好心理、资料的准备； 3.熟悉产品的特点、价值； 4.销售过程中时刻留意客户需求； 5.顺利成交。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.市场调查与分析能力：设计调查问卷能力、撰写市场调查报告能力、根据调研数据进行销售预测能力、组织市场调研能力； 2.推销谈判能力：制定推销访问和商务谈判方案； 3.沟通协作能力：与消费者、媒体能有效沟通、合作互利。 4.商务数据分析与运用能力； 5.新媒体营销能力 6.直播策划与运营能力 7.图片、视频设计与制作能力：能制作商务 PPT 及短视频。
市场	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场数据的调研分析 2. 全渠道运营与推广 3. 新媒体矩阵搭建 	<ol style="list-style-type: none"> 1.用大数据去分析用户的爱好、兴趣领域、购买习惯； 2.做出创意理论与实 	<ol style="list-style-type: none"> 1.消费者洞察与分析能力； 2.营销策划与执行能力 3..推销谈判能力：制定推销访问和商务谈判方案；

推广	4. 品牌策划与推广 5. 营销策划与执行	践相结合的营销方案； 3.与消费者进行产品信息间有趣互动； 4.不断利用自身软实力输出产品文化。	4.沟通协作能力：与媒体交往能力。 5.商务数据分析与运用能力 6.新媒体营销能力 7.营业管理能力； 8.图片、视频设计与制作能力
营销策划	1.市场数据的调研与分析 2.消费者行为分析 3.营销战略制定 4.活动策划 5.品牌推广 6.文案写作 7.ppt制作与汇报	1.搜集基础数据； 2.明确策划目标； 3.撰写方案（包括活动内容和活动流程、制定官方微信、网站等的推广策略与运营策略）； 4.方案汇报与审议 5.方案执行； 6.执行效果跟进； 7.复盘总结。	1.市场调查与分析、营销数据分析能力； 2.确定目标客户画像的能力； 营销策划能力； 3.办公软件运用能力； 4.优秀的协调与管理能力，高度的敬业精神与团队合作精神； 5.亲和力强、富有执行力、重视团队协作。
新媒体营销	1.营销数据分析 2.网络宣传文案的撰写 3.营销平台选择 4.内容策划 5.视频策划与制作 6.广告推广	1.用户调查； 2.内容制作； 3.投放渠道； 4.数据分析； 5.调整优化。	1.店铺数据跟踪监控与分析、项目活动提报,效果跟踪及优化、营销数据分析与改进； 2.网络营销策划活动的制度和流程制定、市场调查和分析、各渠道店铺的整体规划及开发推广、电子商务平台的维护及运营； 3.社会化媒体营销、制定官方微信、网站等的推广策略与运营策略、日常PR稿、产品软文、广告语撰写、统筹线上广告投放计划和执行； 4.网络各类网络广告宣传文案的撰写； 6. Excel 运用、商务 PPT 创作于路演、广告创意与策划（PS）。
数字营销	1.网络数据分析 2.社群整体搭建及运营 3.客户的开发与管理 4.APP 活动运营 5.SEO 优化 6.SEM 推广 7.信息流推广 8.网站推广	1.数字营销策划； 2.利用互联网和社交媒体等新型渠道进行营销和推广； 3.产品和服务的营销、商务服务； 4.营销数据分析。	1.公司网站 SEO 优化规划 关键字优化、策划相关产品，制定分析报告； 2.各类平台的信息流的数据分析投放效果并优化； 3.百度竞价账户、360 账户、神马账户、搜狗账户的管理和优化； 4.主流媒体信息流广告创意优化； 5.APP 应用商店 ASO 优化、竞价推广。

（三）培养目标与规格

1.培养目标

本专业立足广安面向川渝地区，培养营销行业第一线需要，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的人文素养、吃苦耐劳、诚实守信的职业素养和

创新意识，且有较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销专业的知识和技术，具备市场调查与分析、营销策划、市场开发与管理等方面能力，面向批发和零售业，能够从事销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微企业创业者、市场主管、市场经理等岗位的高素质技术技能人才。

2.素质目标

(1) 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定拥护中国共产党领导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) 崇尚宪法、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、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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，有一定的审美和人文素养；

(7) 有良好的抗压能力和坚强的意志、坚韧的品质。

3.知识目标

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(5) 掌握网络营销、新媒体营销的基本方法；

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

- (7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，市场调查报告的撰写方法；
- (8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- (9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术，善于自学，不断更新知识。

4.能力目标

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
- (3) 能够与客户进行有效沟通；
- (4) 能够对客群和竞争者进行分析；
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判；
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- (9) 能够为小微创业企业或特定产品进行营销活动策划并组织实施；
- (10) 具备一定的线上平台的操作应用能力；
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。

六、专业人才培养方案制定及课程教学改革的建议

(一) 人才培养目标

以京东、永辉等合作企业为基础，依托旅游管理、数字经济专业群的资源，推进校企合作的人才培养新进程，突出新媒体营销、数字营销、商务数据分析三个培养方向，加强实践教学，使毕业生更加适应区域经济发展需要。在共建单位的共同努力下，力争把我校市场营销专业打造成为四川省有一定影响力的特色专业。

(二) 专业建设方案设计

通过调研市场营销专业在广安及川渝地区的经济现状，大致了解人才需求量情况、学历需求情况、岗位需求情况、企业对市场营销专业人才素质、能力要求情况等，在保证专业教学符合人才市场需求，适应广安地方经济发

展需要的基础上，制定了专业建设方案。

（三）人才培养课程改革建议

（1）教学团队建设

围绕《消费者行为分析》、《营销策划》、《现代推销技巧》、《新媒体营销》、《数字营销》等专业核心课程群，以专业带头人为核心，努力培养专业骨干教师，建设一支热爱教学、改革意识强、结构合理、教学质量高的优秀教学团队。努力提升专业教师的学历和职称水平，2023到2025，每年一名专业老师成功竞聘为副高，2024年引进研究生一名。

（2）课程与教学资源建设

结合人才培养模式改革，制定特色鲜明的市场营销专业人才培养方案，更新课程体系。加强校企合作，突出金融营销、旅游服务营销、新媒体营销特色。

创新信息化教学环境，以数字化教学平台为基础，校企共建市场营销专业教学资源，汇集电子教案、电子课件、教学素材等教学资源，为营造智能学习的环境，构建多元化的学习方式奠定基础。2018年申报建设专业核心课程网络教学平台，积极打造精品课程，2020年成功验收《市场营销基础》校级网络精品课程建设；2023年立项校级精品资源课程《营销策划》《品牌推广》、《网络营销》等多门专业课程，充分利用线上线下学习特点，优化学生学习体验，提高学生学习效率。

结合专业培养方向，不断更新和完善核心课程的教学内容，根据行业需要，对现有教学内容进行及时调整，提升学生的专业能力。

（3）改革教育教学方式

加强教育教学方法研究，积极探索启发式、项目小组式、讨论式、参与式等教学方法，充分调动学生学习积极性。强调学生的全程参与和自主设计与创新，促进科研与教学互动，力争将科研成果转化为教学内容。鼓励教师和学生积极参加专业竞赛，以赛促教、以赛促学。

（4）强化实践教学环节

建立与培养目标相适应的实践教学体系，增加实践教学比重，改善实践

教学条件，创新实践教学模式，增加综合性、设计性、协作性实验，提高学生的创新和团队协作能力。加强实践课教师队伍建设，邀请合作企业营销经理担任部分实践教学任务。依托京东、永辉等著名企业营销平台，加强实习实训基地建设，提升学生实践操作技能。继续加强校企合作，探索完善适合本专业特点的“工学结合”、“工学交替”的教学模式，目前已有部分实训项目进入企业，如市场营销专业技能实训专周、市场营销专业实训专月，后期将会把引企入校、实训项目入企业等“工学结合”、“工学交替”的教学模式常规化、流程化。

（5）教学管理改革

更新教学管理理念，加强教学过程管理。改革教学质量监控与评价机制，邀请校外实践经验丰富的专业人才担任教学督导工作。积极探索“企业进学校，课堂进企业”的教学管理新模式，目前已经实现“京东大讲堂”等企业课程进入学校，未来将实现师资、课程、实训等校企合作项目的规范化管理和运作。