

郑州职业技术学院
2020 级市场营销专业

人才培养方案

原代码：630701

新代码：530605

2020 年 6 月

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.....	2
七、教学进程总体安排.....	6
八、实施保障.....	6
九、毕业要求.....	9
十、附录.....	9

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

本专业基本学制为3年

四、职业面向

本专业职业面向如表1所示。

表1 市场营销专业职业面向

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	职业技能等级证书
财经商贸 大类(63)	市场营销类 (6307)	批发业、 零售业 (51.52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销专业 人员 (2-06-07-02)	销售代表 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 市场调研人员	高级营销员 数字营销师 自媒体运营师

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

落实立德树人根本任务，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系。本专业培养理想信念坚定，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的能力；掌握本专业知识和技术技能，适应各行业尤其是企业一线需要，面向批发和零售业，能够从事销售、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工作的复合型技术技能人才。

(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

(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) 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、全球视野和市场洞察力。

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具备自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合同精神。

(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。

2. 知识

- (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、安全消防信息安全等知识。
- (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) 理解营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。
- (6) 掌握市场调查的方式、方法、流程、基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(7) 掌握直播营销的方法和技巧。

(8) 掌握短视频创作策划、拍摄、剪辑技术。

(9) 了解现代市场营销知识的新知识、新技术。

3.能力

(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) 能够对客户和竞争者进行分析。

(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) 能够对小微企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据采集和商务数据分析应用能力。

(12) 具备直播间运营操作能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

1.入学教育、军训

目标：树立科学的世界观、人生观、价值观和荣辱观，增强国防观念和国家安全意识。

内容：思想教育、专业教育、国防教育、队列训练等。

要求：由学生处、武装部负责制定军训方案，入学教育由学生处、教务处、团委负责统筹安排，分系组织开展。

2.大学生安全教育

目标：树立安全观念，养成良好的安全习惯，提高安全意识，掌握安全知识和防范技能，增强自我防范、自我救护能力。

内容：人身安全、网络安全、消防安全、国家安全等。

要求：从新生开始，开展安全知识的普及，增强安全防范意识。

3.体育

目标：确立“健康第一”的指导思想，树立终生体育的概念，培养良好的运动兴趣。

内容：健康身体适应能力课、二十四式太极拳健身气功、体育健康选项等课程；

要求：严格按照体育教学常规，组织体育课堂教学，掌握好全课运动量和运动密度。

4.形势与政策

目标：正确理解党的路线方针政策，认清社会形势和历史任务，形成正确的政治观。

内容：讲授党的最新理论创新成果、新时代中国特色社会主义的生动实践和社会热点问题。

要求：认真落实教育部“教社科[2018]1号”文件要求。

5.大学生心理健康教育

目标：掌握自我调适的基本知识，培养自主自助维护心理健康的意识和能力。

内容：心理问题、人际交往问题、恋爱问题、学业及就业问题、睡眠与情绪问题、精神症问题等内容。

要求：认真落实中共教育部党组“教党[2018]41号”文件要求。

6.大学语文

目标：着重培养阅读、表达和写作能力，全面提高综合文化素养和审美品位。

内容：包括三个模块。文学欣赏模块、语言应用模块、应用写作模块。

要求：以精讲和自学相结合，切实提高学生的文学素养和语言文字应用能力。

7.高等数学

目标：理解函数、极限、导数、积分等概念，会利用所学知识进行数学建模，提升学生数学应用意识和能力。

内容：以一元函数微积分学为重点，拓展概率论与数理统计、线性代数等内容。

要求：引导自学，突出应用。

8.大学英语

目标：全方位培养听说读写的基本能力，掌握基础语法知识，会写简单的实用文体。

内容：交际口语、音频及视频学习、词汇、课文、语法、写作以及相关练习。

要求：突出英语语言基础知识学习和基本技能训练，加强英语交际能力的培养。

9.职业生涯与发展规划

目标：了解职业特征，提高职业意识，探索职业兴趣，形成初步的职业发展规划。

内容：影响职业规划的因素、认识自我、了解职业、自我管理。

要求：认真落实教育部“教高厅[2007]7号”文件要求。

10.思想道德修养与法律基础

目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，开展社会主义核心价值观教育。

内容：践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法。

要求：指导大学生确立远大目标，培养高尚情操，增强法治观念和法律意识。

11.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

目标：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的能力。

内容：毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想。

要求：理论联系实际，注重理论思考习惯培养和理论思维能力的提高。

12.军事理论

目标：以国防教育为主线，传承红色基因、提高学生综合国防素质。

内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。

要求：认真落实教育部“教体艺[2019]1号”文件要求。

13.公共艺术课：书法鉴赏/影视鉴赏

(1) 书法鉴赏

目标：提高大学生人文艺术素养、书法鉴赏能力。

内容：掌握书法的风格特点和艺术规律与鉴赏技巧，学会鉴赏不同风格的书法作品。

要求：掌握书法鉴赏的基本方法，有效提升书法素养。

(2) 影视鉴赏

目标：提高学生对影视作品的审美感受力及鉴赏能力。

内容：影视艺术简介，世界电影的发展、优秀中外电影电视剧鉴赏。

要求：掌握必要的艺术知识与欣赏方法，培育高雅的审美情趣，注重审美能力的养成。

14.就业指导与创业教育

目标：掌握简历制作、面试、签约等技巧；形成正确的创业意识，提高创业能力和技能。

内容：就业形势、求职技巧、就业权益保护、创新精神与创业素质等内容。

要求：提高就业能力，激发创新精神和创业意识。

15.计算机应用基础

目标：掌握计算机应用基础知识，提高计算机基本操作的技能。

内容：Windows 的操作方法、Word 的使用方法、Excel 的使用方法、Powerpoint 演示文稿的制作。

要求：理论教学和实践教学相结合，引导学生自主学习，加强实践教学环节。

(二) 专业课程

16.中华商业文化

目标：把握经商的规律和特征，树立商业文化的理念，提高职业素养。

内容：商史文化、商路文化、商帮文化、商号文化、商人精神、商业模式、商业转型等内容。

要求：采用多媒体教学和项目教学，给学生更多的思维活动空间。

17.市场营销基础

目标：掌握市场营销的基本原理、基本方法和基本技能，为从事市场营销的实际工作打下基础。

内容：宏微观环境分析；营销调研与战略、4P 策略；国际市场营销等。

要求：突出案例教学和任务驱动法教学促其营销才能的提升。

18.商务沟通与礼仪

目标：掌握现代礼仪的基本要求和技能，了解人际沟通的基本原则和技能，养成遵守现代礼仪基本规范和人际沟通规范的良好习惯。

内容：礼仪基础、沟通基本技巧、礼仪与沟通任务训练。

要求：以能力为本位，以训练为主线，坚持课外实践和课内教学相结合。

19.电子商务

目标：掌握电子商务交易的操作过程和后台处理流程等主要技能。

内容：电子商务技术基础；电子商务交易模式和跨境电子商务；网络营销；电子支付等。

要求：采用项目化教学方法，加强学生对电子商务领域及工作岗位的认识。

20.经济学基础

目标：学会依照经济学的一般框架和原理分析社会经济现象。

内容：供求论、消费论、生产论、成本论、市场论、要素价格论、一般均衡与福利经济学、市场失灵等内容。

要求：紧扣当前国内外的经济形势及新的发展规律，引导自助互助。

21.渠道管理

目标：培养学生解决常见营销渠道管理问题的能力。

内容：渠道战略、渠道层次设计、渠道绩效评估、渠道成员选择与激励等内容。

要求：突出任务驱动教学，通过学中做、做中学，实现理实一体化。

22.推销技术

目标：掌握推销工作的基本步骤与基本内容；熟练运用各种推销策略与技巧，有效地提高推销工作的实际工作能力。

内容：推销基本原理、方法、策略、技巧以及推销人员应具备的素质。

要求：突出案例教学和任务驱动法教学，提高学生的推销能力和沟通能力。

23.消费者行为分析

目标：掌握针对不同消费心理和行为采取的营销策略，提高营销效率。

内容：消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者行为的外在因素、消费者的购买决策过程等内容。

要求：着力提高学生的分析能力、洞察力和创新能力。

24.品牌推广

目标：具备品牌危机的处理的能力和品牌创新的能力。

内容：品牌的概念、品牌战略、品牌延伸、品牌忠诚、品牌评估等几方面。

要求：突出案例教学和多媒体教学，提升学生的实践技能。

25.广告实务

目标：培养具备广告经营管理、广告策划创意和设计制作的能力。

内容：广告概论，广告心理，广告调查，广告创意与策划，广告制作，广告策略等知识。

要求：突出课堂实训及课外实践。

26.社群营销

目标：掌握微信运营和社群运营的基础知识。

内容：利用微信来构建和运营产品型社群；吸粉的常用方法；微信分销体系；微信个人号；会员体系设计；公众号运营；内容营销等。

要求：突出课程教学的专业针对性、内容实用性、技能操作性。

27.市场调查与分析

目标：熟练应用常用统计软件进行数据的搜集、整理与分析。

内容：市场调查方案的设计、实施、数据的搜集与整理、调查报告的撰写、Excel 及 SPSS 软件的应用等。

教学要求：采用案例教学、项目化教学、角色扮演等方法，理论与实践一体化。

28.客户关系管理

目标：掌握客户关系管理的基本理论、方法与应用技术，提升对客户关系管理的能力。

内容：客户信息数据库的建立与维护、CRM 的资料挖掘、客户管理下的市场营销策略等内容。

要求：突出案例教学和任务驱动法教学，理实一体化。

29.销售管理

目标：具备解决销售管理方面问题的能力，培养学生的综合管理素质。

内容：销售计划的制订、销售组织的构建、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等内容。

要求：突出案例教学和任务驱动法教学，提高感性认识和理实结合能力。

30.直播营销

目标：掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能。

内容：直播前期准备工作、直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理、直播结束后的复盘方法等内容。

要求：突出课程教学的专业针对性、内容实用性、实战性。

31.商务数据分析与应用

目标：掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告的撰写等技能。

内容：Python 基础；Python 抓取数据；撰写数据分析报告等。

要求：采用项目导向、任务驱动、案例引导等教学方法，理实一体化教学。

32.跨境交易平台应用

目标：掌握跨境交易平台的基本日常操作、商业模式和运营成果。

内容：电子支付、第三方支付及跨境清算等有关跨境交易的相关理论；跨境交易平台需解决的问题及创新模式。

要求：利用互联网提供的各种免费平台和技术，为学生提供实操机会。

33.综合实训

目标：培养学生综合运用所学的理论知识，提高分析问题与解决问题的能力。

内容：模拟企业实际运营情况，通过组队且角色的分配进行反思性教学活动。

要求：在学校营销综合实训室或销售型企业观摩学习。

34.顶岗实习

目标：通过实习，扩大专业知识面，提高职业道德水平。

内容：理论结合实际。一方面让学生提高适应社会的能力；另一方面让学生在中学，实现理论与实践的有效结合。

要求：采取校企合作方式，师徒制教学模式，突出理论在实践中的运用。

七、教学进程总体安排

在制订专业人才培养方案过程中，突出技能型应用型人才培养目标的实现。教学计划的主要内容是围绕专业教学进行的课程安排，主要呈现形式为教学进程表。专业人才培养方案的制定依据国家教学标准，专业人才培养目标、课程体系、教学实施的总体设计，能够更好地体现全员、全方位、全过程育人，教学进程表可以更好地展示总体设计。

课程结构比例表如表 2 所示，教学进程表见附录 1。

表 2 课程结构比例表

课程结构		学时比例		实践学时数	占总学时百分比	备注
		理论学时数	占总学时百分比			
必修课程	公共基础课	406	15.41%	278	10.55%	684
	专业课	670	25.44%	1176	44.65%	1846
选修课		64	2.43%	40	1.52%	104
合计		1140	43.28%	1494	56.72%	2634

八、实施保障

(一) 师资队伍

1.队伍结构

本专业教师数与在学生数比例不低于 1: 17；兼职教师占专业教师比例约为 1/4；双师素质教师占专业教师比例为 75%；专兼职教师的数量、职称、年龄结构合理，具备优化合理的梯队结构。

2.专任教师

市场营销专业专任教师均具有高校教师资格；均具有市场营销相关专业或方向的硕士研究生学历；他们有理想信念、有道德情操，有扎实学识、有仁爱之心，具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

市场营销专业带头人具有正高职称，硕士学位，能够较好的把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4.兼职教师

市场营销专业兼职教师都从营销专业相关的行业企业聘任，他们具备良好的思想政治素质、职业道德，具有扎实的专业知识和丰富的实践工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1.专业教室基本条件

专业教室均配备黑（白）板、计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；教室照明条件良好；桌椅条件优良；窗明几净；电路线路每天有专人检查；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室

1) 营销业务综合实训室

营销业务综合实训室配备有学生机、教师机、服务器、投影装备、多功能功放及音箱设备等，计算机中安装有营销专业软件以及专业设计软件。学生机安全性好，安装有杀毒等软件，系统稳定，数量不少于学生人数。实训室网络通畅，电路稳定且安全，消防器材齐全，师生都经过消防安全培训。

主要服务课程：市场营销、广告实务、销售管理、品牌推广、中华商业文化等。

2) 营销新技术实训室

营销新技术实训室营造职场氛围，配备有多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1人/台）、路由器、交换机、多功能功放及音箱设备，计算机中安装有营销专业软件，配有二维码扫描仪、微信公众号、打印机等设备，光纤传输，网络功能强大。

主要服务课程：市场营销、电子商务、跨境交易平台应用、社群营销等。

3) 市场调查实训室

市场调查实训室配备有学生机、教师机、服务器、投影装备、多功能功放及音箱设备等，计算机中安装有市场调查软件以及电话、耳麦等市场调查操作工具。学生机安全性好，安装有杀毒等软件，系统稳定，计算机每生一台。

主要服务课程：市场调查与预测、商务数据分析与应用等。

4) 新媒体营销中心

新媒体营销中心配备直播间 6 间（每间配灯光 6 组、电脑 3 台、支架 2 个、液晶电视一台、货物陈列架三个）、方案策划室 1 间（桌子 4 张、8 台电脑、投影功放设备一套、电子显示屏 1 台）、多功能教室 1 间、工作室 6 间、无线网络全覆盖。

主要服务课程：直播电商、跨境交易平台应用、电子商务、商务数据分析与应用等。

5) 市场营销赛训一体化实训室

市场营销赛训一体化实训室配备学生用电脑（4人/台）、教师机、服务器、投影装备、多功能功放及音箱设备等，计算机中安装有 ITMC 营销模拟实训软件，学生机安全性好，安装有杀毒等软件，系统稳定。

主要服务课程：营销综合实训、企业经营管理沙盘实训等

3.校外实训基地

目前校外营销实训基地涉及新媒体、新零售、房地产、医疗卫生、汽车、家居、建材等行业，能够开展网络营销、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训项目，实训范围广而全，设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全，实训安全性好。

4.学生实习基地

有稳定的校外实习基地，能提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，能够接纳营销专业在校生的学生实习，配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，安全制度与安全设施完善、保险等相应防范机制保障有力。

5.信息化教学方面

有可利用的数字化教学资源库、文献资料、试题库、常见问题解答等网络功能齐备，学校鼓励教师开发并利用信息化教学资源、考证试题资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果，提高考证通过率。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所使用的教材、图书文献及数字资源等。

1.教材选用

教材选用遵循适用、优质和选新原则。适用是指：（1）必须适合高职高专学生使用；（2）教材名称和内容与课程目标、教学内容相符；优质是指选用国家级获奖教材、规划教材；选新是同类教材中只选用近三年新出版的教材。

按照国家规定选用优质教材，不合格的教材禁止进入课堂。学校建立专业教师、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

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。市场营销专业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

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，种类齐全、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学训练要求。

（四）教学方法

1) 所有课程所用教室最低配置为多媒体教室，既可以纯理论教学，又可以“理实一体化”教学。部分课程需要在专业实训室进行授课。

2) 专业课程在教学过程中，立足于加强学生实际操作能力的培养，采取项目教学，以任务驱动型项目提高学生学习兴趣。

3) 以学生为中心，按照“资讯—计划—决策—实施—检查—评估”六步教学法进行教学活动，将理论和实践有机结合起来。

4) 一些实践性很强的课程，进行现场教学，“教”与“学”互动，教师演示示范，学生操作，学生提问，教师现场解答，再指导。

5) 在教学过程中，创设仿真企业实际工作场景的工作环境，强化实际操作训练。

6) 在教学过程中，根据教学内容选用案例教学、任务驱动教学、小组讨论教学等方法。

7) 教师从学生的实际出发，因材施教，注重培养学生的学习兴趣和应变能力，从而提高学生学习的主动性和积极性。

8) 在任务教学中，尽量保证学生一人一任务，提高学生的自主思考能力和参与性，避免复制别人的成果。

9) 任课教师具有“双师型”教师的工作能力。能够同时进行理论讲解、实际操作和演示、讲解的能力。

（五）学习评价

1) 改革考核手段和方法, 加强过程环节以及实践性教学环节的考核, 采用过程考核和结果考核相结合的考核方法。

2) 结合出勤情况、课堂表现、作业、课堂检测、实训过程、分组讨论表现和考试情况, 综合评价学生的学业成绩。

3) 结果考核: 课程的综合考核。在期末或课程教学完成后进行综合测试, 可以是笔试的形式, 也可以是综合性操作考核的形式, 视课程性质和内容而定。

4) 注重对学生动手能力和在实践中分析问题和解决问题的能力考核, 对在学习和应用上有创新意识同学应给予表扬鼓励, 综合评价学生的能力。

(六) 质量管理

1) 学院和系建立了专业建设和教学质量诊断与改进机制, 健全专业教学质量监控管理制度, 完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设, 通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进, 达成人才培养规格。

2) 完善教学管理机制, 加强日常教学组织运营与管理, 定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进, 建立健全巡课、听课、评教、评学等制度, 建立与企业联动的实践教学环节督导制度, 严明教学纪律, 强化教学组织功能, 定期开展公开课、示范课等教研活动。

3) 学院建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制, 并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析, 定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4) 市场营销教研室应充分利用评价分析结果有效改进专业教学, 持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

通过规定年限的学习, 修满专业人才培养方案所规定的学时学分, 完成规定的教学活动, 所修课程成绩全部合格, 达到本专业培养规格对素质、知识和能力等方面要求, 并取得本专业职业技能领域相关职业技能等级证书(职业资格证书)。

十、附录

附录 1：市场营销专业教学进程表

市场营销专业教学进程表															
课程类别	序号	课程名称	学时学分分配				考试方式		各学年、学期、周学时分配						备注
			总学分	总学时	理论学时	实践学时	考试	考查	一		二		三		
									1	2	3	4	5	6	
								14	18	18	18	18	18		
公共基础课	1	入学教育、军训	3	60	10	50		√	2周						
	2	大学生安全教育	1	16	8	8		√	1	1	1	1			各4周
	3	体育	7	134	16	118		√	2	2	2	2			
	4	形势与政策	2	32	24	8		√	1	1	1	1			各8周
	5	大学生心理健康教育	2	32	16	16		√	1	1					
	6	大学语文	2	30	24	6		√	1	1					
	7	高等数学	4	62	62	0	√		2	2					
	8	大学英语	4	62	54	8	√		2	2					
	9	职业生涯规划	1	20	12	8		√	2						
	10	思想道德修养与法律基	3	48	40	8	√		4						
	11	毛泽东思想和中国特色 社会主义理论体系概论	4	72	54	18	√			4					
	12	军事理论	2	36	36	0	√			2					
	13	书法鉴赏/影视鉴赏	2	36	30	6		√			2				
	14	就业指导与创业教育	1	18	10	8		√				1			
	15	计算机应用基础	1	26	10	16		√	2						
专业课	16	中华商业文化	3	52	38	14	√		4						基础
	17	市场营销基础	3	52	38	14	√		4						核心
	18	商务沟通与礼仪	1	26	12	14	√		2						基础
	19	电子商务	4	72	50	22	√			4					基础
	20	经济学基础	4	72	52	20	√			4					基础
	21	渠道管理	4	72	52	20	√			4					核心
	22	推销技术	4	72	48	24	√				4				核心
	23	消费者行为学	4	72	50	22	√				4				核心
	24	品牌推广	4	72	52	20	√				4				核心
	25	广告实务	4	72	48	24	√				4				核心
	26	社群营销	4	72	40	32	√				4				拓展
	27	市场调查与分析	4	72	40	32	√					4			核心
	28	客户关系管理	2	36	22	14	√					2			核心
	29	销售管理	4	72	52	20	√					4			基础
	30	直播营销	4	72	36	36	√					4			核心
	31	商务数据分析与应用	4	72	30	42		√				4			基础
	32	跨境交易平台应用	2	36	10	26		√				2			拓展
	33	大学生社会实践	2	60	0	60		√		1周		1周			
	34	综合实训	10	200	0	200		√					10周		
	35	顶岗实习	26	520	0	520		√						8周	18周
合计			136	2530	1076	1454			27	27	25	24	20	20	
公共选修课	1	人文科学职业素养教育	2	32	28	4		√							1或2 学期 任选 1门
	2	中华优秀传统文化教育	2	32	28	4		√							
	3	党史国史教育	2	32	24	8		√							
	4	创新概论与实践	2	32	24	8		√							
	5	管理学	2	32	28	4		√							
专业选修课	6	公共关系	2	36	18	18		√							3或4 学期 任选 2门
	7	商业经济基础	2	36	28	8		√							
	8	演讲与口才	2	36	12	24		√							
	9	营销策划	2	36	12	24		√							
选修课合计			6	104	64	40									
总合计			142	2634	1140	1494									

注：1. 每学期计划劳动教育1周，复习考试1周。

2. 根据学校教学安排需要，部分课程可在2或4学期末设置小学期完成。