



烟台工程职业技术学院
Yantai Engineering & Technology College

市场营销（新媒体运营与直播方向） 校企合作专业人才培养方案

专业代码：530605

专业负责人：王彬彬

系负责人：李莉莉

烟台工程职业技术学院

二〇二三年九月 一日

市场营销专业建设指导委员会

校企合作专业建设指导委员会成员

序号	姓名	职称	委员会职务	工作单位	职务	电话
1	李莉莉	教授	主任	烟台工程职业技术学院	系副主任	13305355159
2	王彬彬	副教授	委员	烟台工程职业技术学院	系副主任	13589834265
3	李灿	副教授	委员	烟台工程职业技术学院	教研室主任	18705357988
4	姜琳琳	副教授	委员	烟台工程职业技术学院	教研室副主任	17853541266
5	孔谓东	工程师	委员	烟台市商务局科长	科长	05356251739
6	边楠	经济师	委员	青岛校企英才教育科技有限公司	总经理	15066395136
7	邓玉娟	高级讲师	委员	青岛校企英才教育科技有限公司	新媒体总监	15376718450
8	刘丽莎	人力资源师	委员	烟台喜旺食品有限公司	人资总经理	18653500981
9	王利	人力资源师	委员	山东家家悦集团股份有限公司	人力资源科长	13396388577
10	张玲	工程师	委员	锦江麦德龙现购自运有限公司	总经理	15106596636
11	杜洋	人力资源师	委员	百胜中国青岛市场人力资源部	招聘经理	15898860528
12	姜琳	副教授	委员	烟台理工学院	工商管理系主任	18605351715
13	朱正建 (毕业生代表)	助理营销师	委员	烟台喜旺食品有限公司	大区督导	18653500981

目 录

一、专业名称	1
二、专业代码	1
三、入学要求	1
四、基本修业年限	1
五、职业面向及职业能力要求	1
(一) 职业面向	1
(二) 典型工作任务及其工作过程	5
六、培养目标与培养规格	7
七、毕业要求	9
八、 毕业要求指标点	11
九、专业课程体系	13
(一) 课程体系框架	13
(二) 课程体系与岗位典型工作任务对应关系	14
(三) 课程矩阵	15
十、教学时间安排及课时建议	22
十一、 主要课程内容	33
十二、专业教学基本要求	45
(一) 专业教学团队基本要求	45
(二) 实践教学条件基本要求	46
(三) 使用教材、数字化(网络)资料等学习资源	51
十三、继续专业学习深造的途径	52

市场营销专业（新媒体运营与直播方向） 人才培养方案

一、专业名称

市场营销

二、专业代码

530605

三、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

四、基本修业年限

三年

五、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

1. 职业面向（如表 1 所示）

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 ¹ （代码）	所属专业类 ² （代码）	对应行业 ³ （代码）	主要职业类别 ⁴ （代码）	主要岗位类别 ⁵ （或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例 ⁶
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业(51)、 零售业(52)、 互联网和相关服务(64)	营销员 (4-01-02-01) 互联网营销师 (4-01-02-07) 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 商务策划专业人员 (2-06-07-03)	新媒体运营员； 直播销售员； 直播运营员； 小微商业企业创业者；	1+X 电子商务 数据分析师、 1+X 直播营销 师

2. 可从事的岗位（如表 2 所示）

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述 ¹	岗位能力要求 ²
		初始岗位	发展岗位		
1	新媒体文案运营专员 (核心岗位)	☒	☐	设计及撰写平台文案，吸引和维护粉丝，维护良好的互动氛围，紧跟行业热点新闻，提升内容质量和传播度，策划与执行平台推广活动，达到企业宣传效果。	1. 能在网站、微信、微博、论坛、APP 等平台上策划输出优质内容文案、广告文案和新闻稿，提高阅读量与转发； 2. 能利用平台数据分析用户需求和行为特征，精准定位，优化关键词； 3. 能跟踪并分析平台活动数据和推广效果，撰写运营报告； 4. 能定期构思和编写在线产品的促销策划方案，并执行互动活动，推广企业产品，提升顾客粘性和转化率； 5. 能寻找多渠道合作互推，增加粉丝量和活跃度，促进用户参与和传播； 6. 能够提炼产品卖点，对产品页面进行文案描述
2	新媒体文案运营主管 (核心岗位)	☐	☒	负责建设与优化企业自媒体平台矩阵，把控品牌运营的整体风格和个性，培养团队进行优质文案输出，分析平台数据并监控竞方，以有效手段提升流量，提高活跃度和粘性，策划并实施主题活动，整合资源，拓展渠道。	1. 能结合品牌定位与产品诉求，负责公司所有媒体渠道的建立及日常运营，输出高质量内容，并有效推广； 2. 能带领团队规划、制定并执行各媒体渠道的日常互动活动及专题活动，增加粉丝数量，建设粉丝群，提升粉丝活跃度和忠诚度，对结果负责； 3. 能研究新媒体发展应用趋势，定期撰写分析报告，为推广方向提供支持； 4. 熟悉各类平台规则，能与第三方平台进行商务合作，整合资源； 5. 能准确分析各平台的运营数据，提出推广方案，个性化精准营销。

3	新媒体短视频运营专员 (核心岗位)	☒	☐	负责各类视频账号的日常维护和更新，记录短视频账号数据并分析反馈运营问题，通过有效手段推短视频各项运行数据的良性增长，保证粉丝数量及活跃度，实现流量转化。	1. 能够对公司的产品进行卖点分析，根据视频选题收集素材、编写脚本，保持内容整体风格和话题性； 2. 能够自主运用软件制作小视频，协调短视频专业拍摄和后期制作，保证高效稳定的短视频作品输出。 3. 能够熟悉各短视频平台的规则，及时发布作品，宣传推广，增加视频浏览量，引流注册用户，提升活跃度； 4. 能够快速响应热点话题，准确判断抖音的热门视频趋势，二次加工成引流短视频，有效吸引粉丝增长 5. 能够监控短视频账号的运营数据，及时反馈问题，并撰写分析报告。
4	新媒体短视频运营主管 (核心岗位)	☐	☒	负责结合行业及企业特点，制定新媒体短视频平台内容建设方案、推广策略及运营策略并实施，并对运营数据负责。负责新媒体传播受众的拓展，实现品牌口碑和活动广宣的传播，及客户转化。	1. 能够搭建并带领团队完成短视频脚本创作与推广方案，产生高质量的短视频内容产品，并获取较高的流量； 2. 能够快速判断和跟进热点，通过运营手段为短视频账号进行增流变现。 3. 能够利用专业运营数据分析工具分析粉丝商业化运营指标，提高运营效率与效果； 4. 能够沟通和协调货品资源，品类数据分析，打造品类的爆款，挖掘品类的突破； 5. 能够探索新媒体行业新趋势，了解用户需求动态，并根据销售情况及时调整视频结构和运营策略。
5	带货主播 (核心岗位)	☒	☐	负责参与直播选品、稿件准备、流程设计，在各平台出色完成每场带货直播，销售产品，引导用户下单转化，提升销售业绩，同时，优化直播内容、提高用户参与度、吸引粉丝、增强粉丝粘性。	1. 能够根据用户需求挖掘产品卖点，把握直播节奏，介绍展示产品，积极解答问题，引导转化成交； 2. 能够配合直播所需的上播前准备及下播后复盘，不断根据数据反馈优化直播内容，改善用户体验，提升直播间粘性； 3. 能够输出自我内容（直播、图文、视频等），并与粉丝建立良好关系； 4. 能够配合运营部门相关营销促销活动，完成粉丝增长任务或销售任务； 5. 能够完成公司抖音短视频拍摄、音频录制、和其它形式自媒体的传播。

6	KOL 网络红人 (相关岗位)	☐	☒	负责直播执行，监控直播及店铺数据，与团队共同策划，制定和执行促销和推广活动，追踪效果，对方案不断优化，完成 GMV 指标任务。	1. 能够精通平台直播规则，清楚了解网络客户购物习惯以及购物心理，高效高质完成的直播，达成销售目标； 2. 能够根据本人属性，精准选品，与平台、商户有效沟通，对直播提出持续改进意见。 3. 能够结合各种平台资源、定制爆款单品，提升店铺吸引力、产品销量 4. 能够每月策划并执行 1-2 场 S 级直播，有效驾驭社会化媒体传播力。
7	直播运营专员 (相关岗位)	☒	☐	负责对接平台达人和机构，沟通合作形式及优惠方案；安排主播的直播排期、行程，并进行后台操作；负责直播平台的日常运营，提升直播在线人数，提高活跃度，负责直播数据统计分析。	1. 能够分析规划主播人设并有效引流，策划和安排直播策略，提高直播间的流量及转化率，完成销售目标； 2. 能够根据粉丝画像进行风格定位及选品，为主播做好宣传，提高主播的知名度。 3. 能够监控直播数据并复盘分析，汇总统计数据，并调整直播运营策略。 4. 能够做好粉丝群体维护，跟进粉丝的咨询、投诉、建议，反馈，有效处理并提出合理的解决方案； 5. 能够关注直播及品类行业的市场动态和走向，直播竞品分析，提高直播用户留存率和粘度。 6.
8	直播运营主管 (相关岗位)	☐	☒	负责公司直播项目运营，创意策划直播活动，把控节奏，根据数据提供优化方案，实施风控管理，负责运营端各板块人员技能培训，并对商品销售进行分析复盘，打造爆款和活动效果优化。	1. 能够快速理解用户群体，包括用户分层、兴趣爱好、消费习惯等，挖掘分析用户网购需求和痛点； 2. 能够通过数据分析主播营策略，引导直播产生优质内容，增强互动性； 3. 独立策划直播活动和促销方案，不断发掘并包装有价值的优质内容，组织策划热点话题，策划活动； 4. 能够精通直播运营流程和操作规则，以成熟的方法体系带领团队完成直播销售目标及运营计划。

（二）典型工作任务及其工作过程

表 3 典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务 ³	工作过程 ⁴
1	市场分析	1. 与平台方、商家沟通，明确活动目的、内容、范围； 2. 制定市场调查计划，确定经济有效的调研方法，合理安排分工和进度、做好预算和应急预案； 3. 深入市场，使用访谈法、问卷法、座谈会有效调查，收集市场信息； 5. 运用软件工具对市场环境、消费特征和竞争对手的经营情况进行数据统计分析，收集行业发展信息，关注政策法规的新动向，查找机会点； 6. 撰写市场调查报告，对企业进行分析，并提出可行性建议； 7. 根据调查报告，制作 PPT，向委托方汇报调研结论。
2	文案创作	1. 明确文案写作目的，分析目标人群阅读兴趣点，确定写作主题； 2. 围绕写作主题，研究行业和社会热点、新闻，寻找可结合热点，广泛收集并采编文案创作素材； 3. 紧跟文化热点，构思写作创意，策划写作专题，制定写作提纲； 4. 进行内容初稿的撰写，把控文案整体内容质量和写作风格； 5. 在编辑器上对文案内容进行排版，达到视觉呈现效果； 6. 优化标题和文案的关键词，提高阅读量与转发； 7. 通过新媒体渠道提高用户互动率，促进用户参与与传播，根据平台数据报表，分析推广效果并优化。
3	短视频运营	1. 沟通企业诉求，对之前视频的播放量、粉丝量、关注量等进行数据分析；根据视频号的 IP 定位和平台特点，确定短视频的内容主题和拍摄风格； 2. 组建短视频制作团队，讨论明确创作意图和拍摄主题及分工； 3. 编写短视频拍摄脚本，对题材主题、拍摄风格、内容环节、视频时长、台词布景、演员要求进行具体的文字表述； 4. 组织拍摄团队，选择合适的拍摄器材，实施短视频素材拍摄； 5. 跟进拍摄以及后期，剪辑包装短视频，保证成片高质量； 6. 要根据平台的用户习惯确定短视频发布时间，增加流量曝光度； 7. 发布后对视频数据做复盘分析，反馈问题，改进优化作品。
4	平台推广	1. 利用平台数据分析用户需求和行为特征，挖掘用户诉求，精准定位； 2. 在网站、微信、微博、论坛、APP 等平台上发布文案、广告文案和新闻稿，吸引流量，提升曝光； 3. 在抖音、快手、淘宝等相关平台上发布短视频，吸引粉丝，提升活跃度； 4. 策划并执行主题活动，推广企业产品，提升顾客粘性和转化率； 5. 寻找并洽谈多渠道方合作方案，增加粉丝量和活跃度； 6. 跟踪并分析平台活动数据和推广效果，撰写运营报告； 7. 研究新媒体发展应用趋势，更新业务知识和技能。

序号	典型工作任务 ³	工作过程 ⁴
5	活动策划	1. 与委托方沟通，落实活动目的、目标和预算情况； 2. 根据委托方要求，结合消费者需求和市场状况，初步策划活动方案（包含主题、内容、形式、流程、预算等）； 3. 向委托方展示活动策划方案，洽谈并签订业务合同； 4. 提供详尽的执行方案，制定活动进程表、人员分工表、财务预算表； 5. 策划丰富有效的活动内容和形式，推广品牌，吸引客流，提升销售； 6. 按计划协调活动实施，在终端布展宣传活动内容，提供广宣素材； 7. 管理及内审推广物料和人力安排，合理利用资源，达成促销效果； 8. 借助平台引流和宣传，扩大活动宣传力度和影响力。 9. 向委托方总结汇报活动实施效果
6	直播销售	1. 与委托方沟通，确定直播目的、使用平台、主播内容，参与选品； 2. 熟悉商品信息、企业信息和竞品信息，充分挖掘产品卖点； 3. 与客户有效地交流沟通，了解并挖掘顾客需求，匹配商品，建立信任； 4. 策划直播流程、环节、人员，制定方案，准备相关物品、设备、道具等； 5. 向直播观众专业地讲解商品，解决顾客疑问，促成购买，诚信经营； 4. 及时回答顾客疑问，对内外部异常情况及时分析沟通，提升顾客满意； 5. 与销售团队成员有效沟通，保证工作效率和信息畅通，合理管控销售费用，保证销售计划完成； 6. 监控直播数据并复盘分析，汇总统计数据，并调整直播运营策略。
7	数据分析	1. 研究分析市场状况、行业发展趋势、竞争对手动态和政府相关法规； 2. 监控新媒体账号、短视频平台、直播平台等每日、每周、每月的数据，细致记录营销数据、交易数据、商品管理数据、顾客管理数据等对决策起到重要作用的数据。 3. 对收集数据进行分析，制定新媒体运营、推广和内容输出的相关政策； 4. 直播数据监控及复盘分析，数据汇总统计，并根据数据分析调整直播运营策略 5. 分析挖掘渠道推广的大数据，分析粉丝、效果、品类等相关数据，评估效果并进行优化；
8	团队建设	1. 制定项目团队规章制度，合理分配任务，带领团队完成工作目标； 2. 明确各岗位职责，实施有效的绩效评价和激励约束； 3. 定期组织召开会议，布置、督查、总结工作，指导队员作业方向和技巧； 4. 培训工作方法行业动态，并进行考核，促进团队提高业务水平； 5. 做好团队成员的思想工作，化解团队矛盾，有效完成工作； 6. 报批成员的升职、加薪、奖励和处分，发放福利； 7. 组织团队成员进行业务和职业操守的学习，增强团队凝聚力； 8. 保证团队人员编制的健全，人员流失时主动进行招聘； 9. 按时保质地完成团队建设报告，及时准确地向上级汇报；

六、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想理念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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，面向互联网和相关服务业、批发和零售业的销售人员、商务专业人员等职业群，能够从事新媒体文案运营、新媒体短视频运营、直播销售、直播运营等工作的高素质技术技能人才；能够胜任商贸类企业产品销售、客户开发、市场维护、新媒体运营和平台直播等岗位的高素质技能型基层业务管理人才。

表 4 市场营销专业培养目标

序号	具体内容
A	理想信念坚定，能够自觉践行社会主义核心价值观，具有很高的道德和伦理水准。
B	能够洞察市场变化，向顾客销售产品并提供服务，合法经营业务，与客户建立稳定信任的合作关系，树立并推广良好的企业品牌形象，具备创新创业的能力。
C	能够在大商科的跨团队合作领域中发挥有效的领导、沟通、协作作用。
D	能够通过继续教育和职业培训提升自身的能力和素养，具备终身学习的意识。
E	立足烟台市，能够为山东半岛的经济和社会发展做贡献

（二）培养规格

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。

(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。

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) 掌握新媒体文案写作的方法，内容策划的技巧；

(6) 掌握直播销售和短视频制作的原则、方法和技巧；

(7) 掌握短视频运营的方式、方法、流程，短视频平台数据分析方法，平台数据报告的撰写方法；

- (8) 掌握直播营销活动策划与组织的基本内容和方法;
- (9) 熟悉新媒体营销的新知识、新技术。

3. 能力

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析解决问题的能力;
- (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) 能够组织实施直播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) 能够组织实施直播带货和直播活动策划;
- (8) 能够对编写新媒体文案, 进行有效发布;
- (9) 能够为小微创业企业进行短视频策划并组织实施;
- (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。

七、毕业要求

(一) 毕业基本要求

- 1. 必修课(公共必修和专业课)全部修完并及格;
- 2. 公共选修课修满学分;
- 3. 实习实践和毕业设计(论文)达到合格标准;
- 4. 必修课与选修课学分相加达到 140 学分及以上。

(二) 市场营销专业毕业要求(表5)

表 5 市场营销专业毕业要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
1	政治素养： 能够理想信念坚定，热爱祖国，拥护党的领导，拥护社会主义，践行社会主义核心价值观，具有社会责任感和社会参与意识。	A
2	知识/技能： 能够运用人文知识、科学知识和市场营销专业相关知识和方法，发现并解决商业经济领域中市场营销和企业运营的综合问题。	ABD
3	问题分析： 能够准确地分析顾客需要，洞察市场最新变化，表达和分析经营中存在的问题，获得有效结论。	ABCE
4	制定方案： 能够针对运营和营销中的变化和问题制定解决方案，制定满足市场需求的营销和运营计划，体现创新意识，考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。	ABCD
5	调查研究： 能够对商业领域中的中等复杂问题开展调查研究，从法律法规、行业案例和文献资料中收集相关信息数据，组织实地调查，综合信息、分析评价，得出结论，撰写报告，为决策提供依据。	ABCD
6	使用现代工具： 能够运用商业信息技术和文字图像编辑工具，在收集市场信息和大数据基础上，设计制作美观、有吸引力的文案、图像海报和短视频具备良好的人文素养和审美品味。	ABCD
7	判断决策： 能够独立思考，实时、准确地分析和解决问题，并对解决问题中涉及到的相关事项承担全部决策责任。	ABC
8	活动组织： 能够整合专业知识进行营销活动和商务活动的策划并组织实施，具备得体规范的商务礼仪素养。	ABCE
9	运营管理： 能够对直播运营和平台客户进行日常管理，化解顾客异议，控制成本，提高效益，具备质量意识、安全意识和成本意识。	ABCE
10	职业道德和工匠精神： 能够在商业活动的实践中理解并遵守商业道德和职业规范，诚实守信，爱岗敬业，具备精益求精的工匠精神。	AB
11	个人和团队： 能够在商科多学科背景下的团队中个体、团队成员以及负责人的角色，具备较强的集体意识和团队合作精神。	ABC

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
12	沟通协作： 能够针对商业领域的理论和技术问题与行业企业同行、社会公众和的相关人员进行有效沟通和跨文化交流，撰写报告、设计文稿、陈述发言，并清晰表达、发出及回应指令。	ABC
13	终身学习： 能够认识到自主学习和终身学习在商业领域中的必要性，不断学习商业发展的最新理论、技术及国际前沿动态，主动学习以适应社会经济、技术发展的需要。	AD
14	创新创业意识： 能够创新地运用和整合相关知识建立和发展个人事业，具备首创精神、创业意识、创业能力、独立工作能力。	ABCE
15	环境保护与可持续发展： 能够持续关注自然和科技发展，实现个人与自然和社会的和谐相处，具备环保意识和科学意识。	ABDE

八、毕业要求指标点（如表6所示）

表 6 市场营销专业毕业要求指标点

序号	毕业要求	能力要求 指标点序号	对应的指标点
1	政治素养	1.1	理想信念坚定，热爱祖国，拥护党的领导，拥护社会主义。
		1.2	能够遵纪守法，诚信经营，践行社会主义核心价值观。
		1.3	能够热爱优秀的传统文化，履行道德准则和行为规范。
2	知识/技能	2.1	能够运用市场调查的基本知识，组织实施市场调研活动。
		2.2	能够运用直播和运营的基本知识，与客户进行有效沟通。
		2.3	能够运用文案写作和短视频制作的知识，良好运营公众号。
		2.4	能够运用策划推广的知识，组织线上线下推广促销活动。
3	问题分析	3.1	能够细心观察消费者行为，准确分析消费心理，挖掘需求。
		3.2	能够分析行业、客群、竞争者和政策法规，得出有效结论。
		3.3	能够发现并分析经营、营销中存在的问题，获得有效结论。

序号	毕业要求	能力要求 指标点序号	对应的指标点
4	制定方案	4.1	能够制定满足市场需求的营销和运营计划。
		4.2	能够根据顾客的需求，匹配商品，提供有效的解决方案。
		4.3	能够针对运营和营销中的变化和问题制定解决方案。
5	调查研究	5.1	能够从法律法规、行业案例和文献资料中收集信息数据。
		5.2	能够组织实施问卷调查、座谈调查等直接调查活动。
		5.3	能够运用工具和模型，综合信息、分析评价，得出结论。
6	使用现代工具	6.1	能够熟练运用商业信息技术与工具收集并分析市场信息。
		6.2	能够熟练运用办公软件，制作有吸引力的文案和 PPT。
		6.3	能够运用信息化手段，制作美观的图文和短视频并推广。
7	判断决策	7.1	能够独立思考，综合分析判断方案设计及实施中的问题。
		7.2	能够衡量判断影响结果的主要因素，并采取实施步骤。
8	活动组织	8.1	能够整合知识，策划并组织实施营销活动和商务活动。
		8.2	能够运用规范的商务礼仪，提供细致专业的直播销售服务。
		8.3	能够组织实施线上线下推广和促销活动，提升企业形象。
9	运营管理	9.1	能够对销售运营和客户关系进行管理，化解顾客异议。
		9.2	能够控制成本，提高经营效益，具备质量意识和安全意识。
		9.3	能够遵守商业经济的法律法规、环境和安防的条例规定。
10	职业道德和工匠精神	10.1	能够践行爱岗敬业，诚实守信，奉献社会的职业道德。
		10.2	能够践行追求卓越、精益求精、用户至上的工匠精神。
11	个人和团队	11.1	能够养成良好的健康习惯和自我管理能力。
		11.2	能够拥有勇于奋斗、乐观向上的人生态度和健全的人格。
		11.3	能够团队合作完成任务，具备较强的集体意识和合作精神。
12	沟通协作	12.1	能够在组织内准确地传递信息，沟通感情，做好情绪控制。
		12.2	能够进行和跨文化交流，陈述发言，并清晰表达观点。

序号	毕业要求	能力要求 指标点序号	对应的指标点
		12.3	能够与同行、公众和相关人员有效沟通商业问题。
13	终身学习	13.1	能够持续学习，具备良好的人文素养和审美品味。
		13.2	能够不断学习商业发展的最新理论、技术及国际前沿动态。
		13.3	能够通过不断实践，丰富理论认识，提升综合技能。
14	创新创业意识	14.1	能够创新地运用和整合相关知识建立和发展个人事业。
		14.2	能够创造性地独立工作，具备创业意识。
		14.3	能够运用财务和经济知识，合理规划和经营企业的发展。
15	可持续发展	15.1	能够合理规划个人的职业生涯，树立远大理想。
		15.2	能够自觉维护良好互信的商业环境，促进经济的健康发展。
		15.3	能够关注自然和科技发展，具备环保意识和科学意识。

九、专业课程体系

本专业课程体系包含文化素质课程体系和专业课程体系两大类，课程思政等立德树人育人理念贯穿两大体系课程教育教学之中。

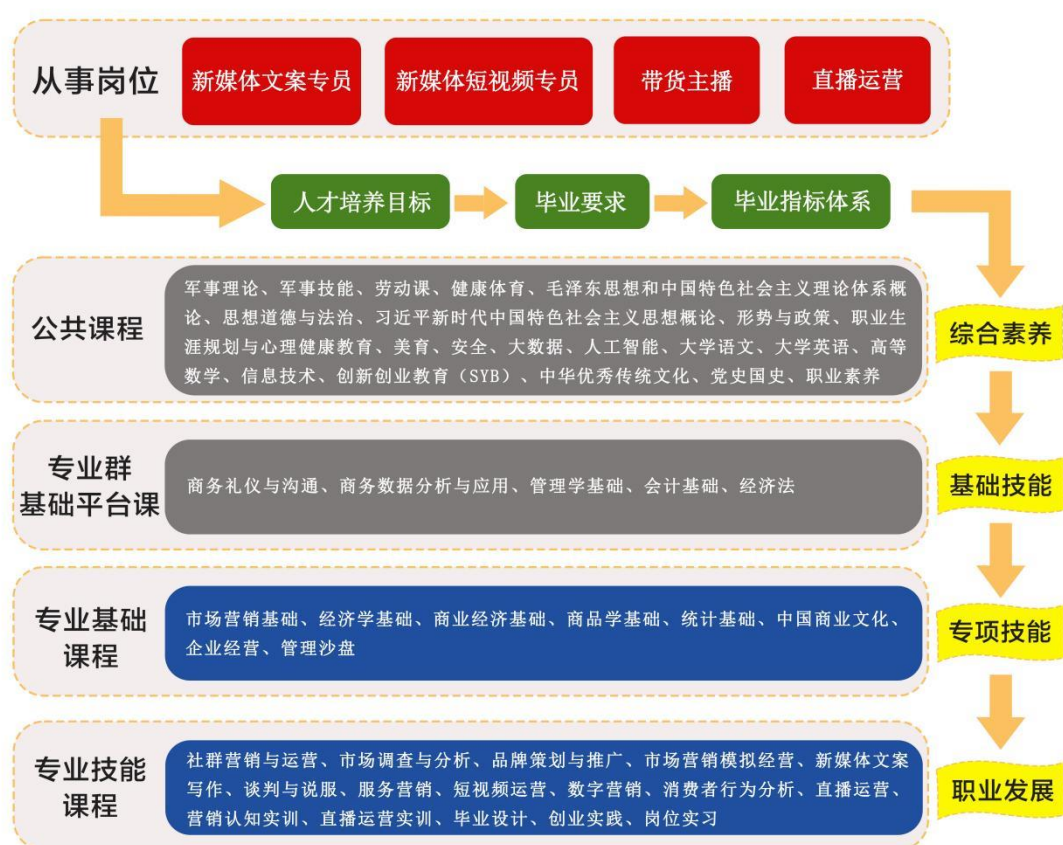
文化素质课程体系包含包含军事理论、健康体育、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业生涯规划与心理健康教育、大学语文、大学英语、高等数学、计算机文化基础、创新创业教育、中华优秀传统文化、马克思主义理论类课、信息技术、美育、职业素养、党史国史等公共基础课。

专业课程体系包含专业群平台课、专业技能课、专业拓展课，并涵盖有关实践性技能环节。

（一）课程体系框架

本课程体系把立德树人放在首位，把思想政治教育与专业技能培养有机结合起来实现课程思政；课程融入社会主义核心价值观、商业道德、工匠精神；课程体系体现学徒制特色，在第二学期安排营销认知实训，在第四学期安排4个周学徒制实训课程，强化学生的专业技能。课程体系内容体现商贸流通专业群特点，开设物流管理、会计学、跨境电子商务等课程，实现商科的综合能力。课程结构框架如图1所示。

图1 市场营销专业（新媒体运营与直播）课程体系框架图



（二）课程体系与岗位典型工作任务对应关系（如表7所示）

表 7 市场营销专业课程体系

序号	课程名称	对应的典型工作任务
1	市场营销基础、经济学基础、商业经济基础、商务数据分析与应用、市场调查与分析	市场分析
2	营销心理学、中国商业文化、新媒体文案写作	文案创作
3	品牌策划与推广、短视频运营、经济法、服务营销	短视频运营
4	社群营销与运营、经济法、公共关系、品牌策划与推广	平台推广
5	新媒体文案写作、品牌策划与推广、谈判与说服	活动策划
6	数据分析与应用、商务礼仪与沟通、直播运营、直播运营实训	直播销售
7	商务数据分析与应用、经济学基础、统计基础、数字营销	数据分析
8	管理学基础、谈判与说服、创新创业教育	团队建设

（三）课程矩阵

市场营销专业课程体系涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，课程矩阵体现课程-毕业要求-指标点三者之间的对应关系，具体可见表 8 描述。

表 8 市场营销专业课程矩阵

毕 业 要 求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业 经营 管理 沙盘	课程 2 互联 网商 业模 式	会 计 学	经 济 学	管 理 学	课程 6 商 务 礼 仪	经 济 法	课程 8 营 销 认 知 实 训	课程 9 市 场 营 销 基 础	课程 10 消 费 者 行 为 分 析	课程 11 谈 判 与 说 服	课程 12 推 销 技 巧	课程 13 短 视 频 运 营	课程 14 新 媒 体 文 案 写 作	课程 15 直 播 营 销 策 划	课程 16 公 共 关 系	课程 17 直 播 营 销 师	课程 18 项 目 综 合 实 训	毕 业 设 计	课程 20 毕 业 顶 岗 实 习
1. 政 治 素 养	理想信念坚定，热爱祖国，拥护党的领导，拥护社会主义。	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	能够遵纪守法，诚信经营，践行社会主义核心价值观。		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	能够热爱优秀的传统文化，履行道德准则和行为规范。		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
2. 知 识 / 技 能	能够运用市场调查的基本知识，组织实施市场调研活动。	√	√		√				√	√	√	√		√		√	√			√	√
	能够运用直播和运营的基本知识，与客户进行有效沟通。								√			√	√			√		√	√	√	√
	能够运用文案写作和短视频制作知识，良好运营公众号。		√						√	√	√			√	√			√	√	√	√
	能够运用策划推广的知识，组织线上线下推广促销活动。								√	√					√	√	√				

毕业要求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业经营 管理沙盘	课程 2 互联网商 业模式	课程 3 会计学	经济学	课程 5 管理学	课程 6 商务礼仪	经济法	课程 8 营销认知 实训	课程 9 市场营销 基础	课程 10 营销心理 学	课程 11 谈判与 说服	课程 12 推销技 巧	课程 13 短视频运 营	课程 14 新媒体文 案写作	课程 15 直播营销 策划	课程 16 公共关系	课程 17 直播营销 师	课程 18 项目综合 实训	课程 19 毕业设 计	课程 20 毕业顶岗 实习
3. 问题分 析	能够细心观察消费者行为，准确分析消费心理，挖掘需求。		√		√				√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	能够分析行业、客群、竞争者和政策法规，得出有效结论。	√			√				√	√		√		√	√	√	√	√		√	√
	能够发现并分析经营、营销中存在的问题，获得有效结论。	√		√	√	√			√	√				√	√	√		√	√	√	√
4. 制定方 案	能够制定满足市场需求的营销和运营计划。			√		√			√	√					√	√	√			√	√
	能够根据顾客的需求，匹配商品，提供有效的解决方案。	√	√							√	√		√	√	√	√		√	√	√	√
	能够针对运营和营销中的变化和问题制定解决方案。	√		√	√	√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
5. 调	能够从法律法规、行业案例和文献资料中收集信息数据。		√		√	√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√

毕业要求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业经营 管理沙盘	课程 2 互联网商 业模式	课程 3 会计学	经济学	课程 5 管理学	课程 6 商务礼仪	经济法	课程 8 营销认知 实训	课程 9 市场营销 基础	课程 10 营销心理 学	课程 11 谈判与 说服	课程 12 推销技 巧	课程 13 短视频运 营	课程 14 新媒体文 案写作	课程 15 直播营销 策划	课程 16 公共关系	课程 17 直播营销 师	课程 18 项目综合 实训	课程 19 毕业设 计	课程 20 毕业顶岗 实习
查 研 究	能够组织实施问卷调查、座谈调查等直接调查活动。		√		√						√			√		√	√	√		√	
	能够运用工具和模型，综合信息、分析评价，得出结论。	√		√	√	√								√	√	√		√		√	
6. 使 用 现 代 工 具	能够熟练运用商业信息技术与工具收集并分析市场信息。	√	√							√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√
	能够熟练运用办公软件，制作有吸引力的文案和 PPT。		√		√	√		√	√	√	√			√		√	√			√	√
	能够运用信息化手段，制作美观的图文和短视频并推广。		√							√					√	√	√	√		√	√
7. 判 断 决 策	能够独立思考，综合分析判断方案设计 及实施中的问题。	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	能够衡量判断影响结果的主要因素，并 采取实施步骤。	√			√	√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

毕 业 要 求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业经营 管理沙盘	课程 2 互联网商 业模式	课程 3 会 计 学	经 济 学	课程 5 管 理 学	课程 6 商 务 礼 仪	经 济 法	课程 8 营 销 认 知 实 训	课程 9 市 场 营 销 基 础	课程 10 营 销 心 理 学	课程 11 谈 判 与 说 服	课程 12 推 销 技 巧	课程 13 短 视 频 运 营	课程 14 新 媒 体 文 案 写 作	课程 15 直 播 营 销 策 划	课程 16 公 共 关 系	课程 17 直 播 营 销 师	课程 18 项 目 综 合 实 训	课程 19 毕 业 设 计	课程 20 毕 业 顶 岗 实 习
8. 活 动 组 织	能够整合知识，策划并组织实施营销活动和商务活动。					√	√					√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	能够运用规范的商务礼仪，提供细致专业的活动服务。						√					√		√		√		√	√	√	√
	能够组织实施线上线下推广和促销活动，提升企业形象。									√					√	√	√		√	√	√
9. 运 营 管 理	能够对销售运营和客户关系进行管理，化解顾客异议。					√	√			√	√	√	√						√		√
	能够控制成本，提高经营效益，具备质量意识和安全意识。				√	√			√	√						√		√	√	√	√
	能够遵守商业经济的法律法规、环境和安防的条例规定。				√	√		√	√	√		√		√	√	√	√		√	√	√
10. 职	能够践行爱岗敬业，诚实守信，奉献社会的职业道德。	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

毕业要求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业经营 管理沙盘	课程 2 互联网商 业模式	课程 3 会计学	经济学	课程 5 管理学	课程 6 商务礼仪	经济法	课程 8 营销认知 实训	课程 9 市场营销 基础	课程 10 营销心理 学	课程 11 谈判与 说服	课程 12 推销技 巧	课程 13 短视频运 营	课程 14 新媒体文 案写作	课程 15 直播营销 策划	课程 16 公共关系	课程 17 直播营销 师	课程 18 项目综合 实训	课程 19 毕业设 计	课程 20 毕业顶岗 实习
业 道 德	能够践行追求卓越、精益求精、用户至上的工匠精神。	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
11. 个 人 和 团 队	能够养成健康习惯和自我管理能力。						√		√			√	√					√	√		√
	能够拥有勇于奋斗、乐观向上的人生态度和健全的人格。						√		√		√	√	√			√	√	√	√	√	√
	能够团队合作完成任务，具备较强的集体意识和合作精神。	√	√			√				√	√	√		√	√	√	√	√	√		√
12. 沟 通 协 作	能够在组织内准确地传递信息，沟通感情，做好情绪控制。	√				√			√	√	√	√		√		√			√		√
	能够进行和跨文化交流，陈述发言，并清晰表达观点。		√		√	√			√	√				√	√	√	√			√	
	能够与同行、公众和相关人员有效沟通商业问题。								√					√				√	√		√
13. 终	能够持续学习，具备良好的人文素养和审美品味。		√			√			√	√					√	√	√			√	

毕业要求	毕业要求指标点 ⁵	课程 1 企业经营 管理沙盘	课程 2 互联网商 业模式	课程 3 会计学	经济学	课程 5 管理学	课程 6 商务礼仪	经济法	课程 8 营销认知 实训	课程 9 市场营销 基础	课程 10 营销心理 学	课程 11 谈判与 说服	课程 12 推销技 巧	课程 13 短视频运 营	课程 14 新媒体文 案写作	课程 15 直播营销 策划	课程 16 公共关系	课程 17 直播营销 师	课程 18 项目综合 实训	课程 19 毕业设 计	课程 20 毕业顶岗 实习
身 学 习	能够不断学习商业发展的最新理论、技术及国际前沿动态。			√					√	√					√	√	√	√		√	√
	能够通过不断实践，丰富理论认识，提升综合技能。								√										√		√
14. 创 新 创 业 意 识	能够创新地运用和整合相关知识建立和发展个人事业。																		√		√
	能创造性地独立工作，具备创业意识。																	√	√		√
	能够运用财务和经济知识，合理规划和经营企业的发展。			√	√	√														√	
15. 可 持 续 发 展	能够合理规划个人的职业生涯，树立远大理想。								√											√	√
	能够自觉维护良好互信的商业环境，促进经济的健康发展。		√	√	√	√				√		√		√	√	√		√	√		√
	能够关注自然和科技发展，具备环保意识和科学意识。		√							√				√	√	√	√		√	√	√

十、教学时间安排及课时建议

表 9 教学时间安排建议表

周数 学年	内容 教学（含理实一体教学 及专门化集中实训）	复习 考试	机动	假期	全年 周数
一	36	2	2	12	52
二	36	2	2	12	52
三	38（其中，毕业岗位实习 24周）	1	1	5	45

表 10 授课计划安排建议表

课程类别		课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注
								（周学时/教学周数）						
				第一学年		第二学年		第三学年						
				1	2	3		4	5	6				
				总学时	理论学时	实践学时		18 (16)	18 (16)	18 (16)	20 (16+4)	18	20	
公共基础课程	公共必修课程	04061011	军事理论	32	32	0	2	2/16						
		04066011	军事技能	40	0	40	1	20/2						
		04066024	劳动课 1	24	10	14	0.5		24/1					
		04066025	劳动课 2	24	10	14	0.5			24/1				
		04061024	健康体育 1	32	10	22	2	2/16						
		04061025	健康体育 2	32	10	22	2		2/16					
		04061026	健康体育 3	16	2	14	0.5			2/8				
		04061027	健康体育 4	28	10	18	1.5				2/14			
		04061044	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	20	12	2		2/16					社会实践 12 课时
		04061032	思想道德与法治	48	32	16	3		4/12					
		04061068	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	32	16	3	4/12						
		04061051	形势与政策 1	8	8	0	0.25	4/2						每学期 8 课时
		04061052	形势与政策 2	8	8	0	0.25		4/2					
		04061053	形势与政策 3	8	8	0	0.25			4/2				
		04061054	形势与政策 4	8	8	0	0.25				4/2			

课程类别	课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注
							(周学时/教学周数)						
							第一学年		第二学年		第三学年		
			1	2	3		4	5	6				
			18 (16)	18 (16)	18 (16)		20 (16+4)	18	20				
	04061061	职业生涯规划与心理健康教育 1	16	12	4	1	2/8						

课程类别		课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注	
								(周学时/教学周数)							
				第一学年		第二学年		第三学年							
				1	2	3		4	5	6					
				总学时	理论学时	实践学时		18 (16)	18 (16)	18 (16)	20 (16+4)	18	20		
公共限选模块课程		04061062	职业生涯规划与心理健康教育 2	16	12	4	1		2/8						
		04061065	职业生涯规划与心理健康教育 3	14	10	4	0.5			2/7					
		04061064	职业生涯规划与心理健康教育 4	8	6	2	0.5				2/4			第四学期 8 课时	
		04061066	美育	32	12	20	2	2/16						网络课程	
		04061067	安全	16	6	10	1	2/8						每学期保 证间周 1 课时的安 全教育	
		小计（占总课时比例）18.85%			490	258	232	25	224	160	62	44	0	0	
		04061071	大学语文	32	24	8	2	2/16							
		04061081	大学英语 1	32	24	8	2	2/16							
		04061082	大学英语 2	32	24	8	2		2/16						
		04061091	高等数学1（财经类）	32	32	0	2		2/16						
		04061102	信息技术	64	12	52	4	4/16							
		04061302	中华优秀传统文化	16	16	0	1	2/8							
		04061206	创新创业教育（SYB）	60	56	4	4		4/15						
		04061103	大数据	16	10	6	1		2/8						
		04061104	人工智能	16	10	6	1		2/8						
		04061303	党史国史	16	16	0	1				2/8				
		04061304	职业素养	16	16	0	1				2/8				
			小计（占总课时比例）12.84%			332	240	92	21	144	154	0	32	0	0
		04061401	诗词鉴赏	32	28	4	2		2/16						任选
		04061402	大学生人际关系与沟通技巧	32	28	4	2	2/16							
		04061403	音乐（乐器）欣赏	32	28	4	2		2/16						
		04061404	创新思维	32	28	4	2				2/16				
		04061405	当代大学生国家安全教育	16	14	2	1		2/8						
		04061406	中华文明礼仪	32	28	4	2	2/16							
		04061091-2	高等数学Ⅱ	32	28	4	2			2/16					

课程类别	课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注	
							(周学时/教学周数)							
			第一学年		第二学年		第三学年							
			1	2	3		4	5	6					
			总学时	理论学时	实践学时		18 (16)	18 (16)	18 (16)	20 (16+4)	18	20		
	04061407	古埃及文明	48	42	6	3				3/16				
	04061408	心理、行为与文化	48	42	6	3		3/16						
	04061409	诵读毛泽东诗词，学习中共党史	32	28	4	2			2/16					
	04061410	像经济学家那样思考：信息、激励与政策	32	28	4	2				2/16				
	04061411	舞台人生：走进戏剧艺术	48	42	6	3		3/16						
	04061412	聆听心声：音乐审美心理分析	48	42	6	3	3/16							
	04061413	职业压力管理	16	14	2	1			2/8					
	04061414	智能文明	32	28	4	2	2/16							
	04061415	毒品危害与防范	16	14	2	1			2/8					
	04061416	食品营养与食品安全	16	14	2	1				2/8				
	04061417	经济学百年	32	28	4	2		2/16						
	小计（占总课时比例）2.4%			64	56	8	4							
专业群基础平台课	04063063	商务礼仪与沟通*	32	10	22	2	2/16							
	04067001	商务数据分析与应用*	32	10	22	2		2/16						
	04063053	管理学基础	32	10	22	2		2/16						
	04063032	会计基础	32	10	22	2			2/16					
	04063074	经济法	32	10	22	2				2/16				
	小计（占总课时比例）6.15%			160	50	110	10	32	64	32	32	0	0	

课程类别		课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注	
								（周学时/教学周数）							
				第一学年		第二学年		第三学年							
				1	2	3		4	5	6					
					总学时	理论学时	实践学时	18 （16）	18 （16）	18 （16）	20 （16+4）	18	20		
专业课程	专业基础课程	04064011	市场营销基础	32	12	20	2	2/16							
		04063042	经济学基础	32	12	20	2	2/16							
		04067002	商业经济基础	32	12	20	2		2/16						
		04063021	商品学基础	32	12	20	2	2/16							
		04067003	统计基础	32	12	20	2				2/16				
		04067004	中国商业文化	32	12	20	2				2/16				
		04063011	企业经营管理沙盘	32	12	20	2	2/16							
		小计（占总课时比例）8.61%			224	84	140	14	128	32	0	64	0	0	
	专业技能课程	04065114	社群营销与运营*	32	12	20	2	2/16							
		04064053	市场调查与分析*	32	12	20	2		2/16						
		04067005	品牌策划与推广*	32	20	12	2			2/16					
		04065032	市场营销模拟经营	64	20	44	4		4/16						
		04065093	新媒体文案写作*	64	36	28	4		4/16						
		04064034	谈判与说服	32	12	20	2			2/16					
		04067008	服务营销	64	24	40	4			4/16					
		04064054	短视频运营*	64	20	44	4			4/16					
		04065084	数字营销*	64	40	24	4			4/16					
		04063042	消费者行为分析*	64	22	42	4				4/16				
		04065115	直播运营*	64	24	40	4				4/16				
		04063082	营销认知实训	34	0	34	2		17/2						含职业技能培训
		04064094	直播运营实训	80	0	80	4				20/4				
		04064115	毕业设计	80	0	80	4					20/4			
		04064127	创业实践	80	0	80	4						20/4		
		04064105	岗位实习 1	240	0	240	12						20/12		
		04064126	岗位实习 2	240	0	240	12							20/12	
		小计（占总课时比例）51.15%			1330	242	1088	74	32	258	238	220	320	320	
	专业课程拓展	04065011	实用口才艺术	32	16	16	2	2/16							限选2门
		04065052	营销文案写作	32	16	16	2		2/16						
		04065124	人力资源管理	32	16	16	2		2/16						
		04065104	视觉营销	32	16	16	2			2/16					
		04062014	电子商务概论	32	16	16	2			2/16					

课程类别	课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注
							(周学时/教学周数)						
							第一学年		第二学年		第三学年		
							1	2	3	4	5	6	
			18 (16)	18 (16)	18 (16)		20 (16+4)	18	20				
	04065243	跨境客户关系管理	32	16	16	2				2/16			
课程类别	课程代码	课程名称	学时			学分	按学年、学期教学进程安排						备注
							(周学时/教学周数)						
							第一学年		第二学年		第三学年		
							1	2	3	4	5	6	
			18 (16)	18 (16)	18 (16)		20 (16+4)	18	20				
		04067011	汽车营销	32	16	16	2				2/16		
		04067012	项目运营管理	32	16	16	2			2/16			
		04067013	精艺生产物流管理	32	16	16	2				2/16		
		小计（占总课时比例）2.46%		64	32	32	4	32	64	96	96	0	0
其他	04066040	综合素质养成	社会实践、志愿服务、社团活动合计学分为 4-6										
	04066051	入学教育					讲座						
	04066065	毕业教育									讲座		
	周课时及学分合计			2600	906	1694	148	624	668	332	412	320	320

注：标注“*”的课程为专业核心课。加粗的为企业授课。企业授课周课时安排以课程表为准

表 11 教学进程安排表

单位：周

周 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22~26
一	☆	☆	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	※	*	*
二	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	□	○	○	※	*	*
三	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	□	※	*	*
四	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	※	*	*
五	⊙	⊙	⊙	⊙	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	*	*

六	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	*	*
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

注：“●”为理论周、“○”为实习周、“☆”为军训周、“※”为考试周、“*”为假期周、“◎”为毕业设计周、“△”为机动周、“▲”为顶岗实习周、“□”为劳动周

表 12 课类比例统计表

课程类型	总学分	总学时	实践学时	备注
公共基础课	46	822	324	
专业课程	102	1778	1370	
其他	4	0	0	第二课堂
合计	152	2600	1694	
实践课时比例			65.15%	

表 13 认证时间安排

序号	证书类别	证书等级	认证时间	备注
1	普通话等级证书	二级乙等	第二学期	必考
2	1+X 直播营销证书	中级	第五学期	必考
3	1+X 阿里巴巴跨境电商	初级、中级	第二学期	每年 3 月、6 月、9 月、12 月选考
4	1+X 网店运营管理	初级、中级	第五学期	每年 3 月、6 月、9 月、12 月选考
5	1+X 电子商务数据分析师	初级、中级	第二、四学期	每年 3 月、6 月、9 月、12 月选考

十一、课程设置及要求

（一）平台课程

1. 公共必修平台课程

包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、健康体育、美育、安全等课程。

表14 公共必修平台课程内容及要求介绍表

序号	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程以马克思主义中国化为为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，引导学生坚定“四个自信”。	指导学生系统掌握马克思主义中国化的理论成果，掌握马克思主义的基本立场和辩证思维方法，形成正确的世界观、人生观、价值观，自觉投身于中华民族伟大复兴历史征程。	32
2	思想道德与法治	本课程主要针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养。	结合我院高职各专业人才培养目标，通过绪论、人生观等专题教学，培养学生正确的人生观价值观、较高的法治素养等，引导他们成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。	48
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	本课程以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映实现全面建设社会主义现代化强国、中华民族伟大复兴中国梦的战略部署。	引导学生全面深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、主要内容和历史地位，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信和文化自信。	48
4	形势与政策	本课程根据《高校“形势与政策”课教学要点》具体安排，主要涵盖以下四个专题：“加强党的建设”、“经济社会发展”、“涉港澳台事务”、“国际形势政策”。	采用专题教学模式，并根据专题教学内容灵活选用系统讲授法、案例教学法、实践教学法等多种教学方法，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程。深入阐释党和国家重要会议精神；深入阐释国内经济社会发展的形势与政策以及经济发展态势；深刻阐释港澳台工作形势与政策的专题教育；深入阐述国际形势与外交方略。	32
5	军事技能	解放军条令条例教育与训练、轻武器射击、战术、军事地形学、综合训练	在组织军事技能训练时，要以中国人民解放军的条令、条例为依据，严格训练，严格要求，培养学生良好的军事素质	1周

6	军事理论	中国国防、军事思想、世界军事、军事高级技术、高技术战争。	在完成规定的学时之外，应积极开设选修课和举办讲座。在军事理论教学中，要掌握好深度和广度，不断改进教学方法，积极采用以计算机为中心的多媒体教学，确保教学质量。	32
7	健康教育	掌握基本知识，科学参与运动，提高运动技能。培养运动的兴趣，养成锻炼的习惯，具有终身体育意识，形成健康的生活方式；具有良好的心理素质，表现出交流沟通合作竞争精神，拥有积极进取、乐观开朗的生活态度；提高体育素养，培养专业素养和职业素养。	完成国家体育达标项目测试，提高综合素质；具备田径的基本常识和竞赛规则，考核跑跳投能力；掌握篮排足乒羽健美操基本技术、战术运用、竞赛规则及组织比赛能力。	108
8	职业生涯规划与心理健康教育	职业规划的类型和基本步骤；如何正确客观地对待自我，提高社会适应能力；了解所学专业的特点和优势，合理规划职业发展道路；自我意识与心理健康；就业心理适应、择业心理辅导；大学生恋爱心理辅导；就业形势与政策；简历撰写、面试技巧；维护个人就业权益；创新创业。	使学生掌握职业生涯规划、就业与心理健康的基本知识，及时给予学生积极的职业生涯规划、就业与心理方面的指导，帮助大学生在正确认识自我的基础上对自我的人生做出合理的规划，树立健康的就业观与创业观，使学生逐渐地完善自我、发展自我、优化心理素质，促进全面发展。	54
9	劳动	日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。	持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；定期开展校内外公益服务性劳动，培育社会公德；依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育工匠精神，坚信“三百六十行，行行出状元”，体认劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。	48（每学期24，其理论10，实践14）
10	美育	至少包含艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、舞蹈鉴赏、书法鉴赏、戏曲鉴赏八类课程中的一类。	树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位，提高人文素养；发展形象思维，培养创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，促进德智体美全面发展。	32
11	安全	社会安全；校园生活安全；；交通、消防、食品、卫生安全常识；防盗、防意外伤害等技能外；防诈骗、防性骚扰以及社交安全、网络安全等。	结合案例，尤其是各高校校园内发生的案例，对学生进行直观教育。使大学生安全教育走向制度化、规范化、系统化进而达到普及安全知识，提高学生安全防范意识、法制意识和自我保护意识，增强防范能力的目的，同时也为今后大学生走向社会，成为一名正直守法公民打下基础。	16

2. 公共限选模块课程

包括大数据、人工智能、创新创业教育（SYB）、信息技术、语文、数学、英语、党史国史、中华优秀传统文化、职业素养等课程。

表15 公共限选模块课程内容及要求介绍表

序号	课程名称	主要教学内容与要求	考核项目与要求	参考学时
1	党史国史	主要教学内容：中国共产党的创建和投身大革命的洪流；掀起土地革命的风暴；全民族抗日战争的中流砥柱；夺取新民主主义革命的全国性胜利；中华人民共和国的成立和社会主义制度的建立；社会主义建设的探索和曲折发展；伟大历史转折和中国特色社会主义的开创；把中国特色社会主义全面推向21世纪。 教学要求：本课程教学旨在学生重温中国共产党走过的百年历程，帮助学生知史爱党、知史爱国；引导学生学习英雄、铭记英雄，自觉反对历史虚无主义和文化虚无主义，提高学生运用科学的历史观和方法论分析和评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力，帮助学生提升境界、涵养气概、激励担当，激发学生的爱党爱国情怀和民族自豪感。	形成性考核和终结性考核相结合考核。形成性考核占总成绩的60%，重点考核课堂出勤、课堂互动、课堂纪律、平时个人作业、小组合作项目活动汇报，线上资源完成情况等。期末终结性考核：占总成绩40%。考核通过线上学习通平台进行闭卷考试。	16
2	大数据（必选）	主要教学内容：大数据的基本概念、结构类型、核心特征、时代背景、应用场景和发展趋势；大数据系统架构基础知识；与传统数据库工具在应用场景上的区别，大数据处理的基本流程；典型的大数据可视化工具及基本使用方法；大数据安全防护的基本方法。 教学要求：立德树人，加强对学生的情感态度和社会责任的教育；突出技能，提升学生的信息技术技能和综合应用能力；创新发展，培养学生的数字化学习能力和创新意识。	过程考核+阶段考核。过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	16
3	人工智能（必选）	主要教学内容：人工智能的定义、基本特征、社会价值、发展历程、典型应用和发展趋势；人工智能技术应用的常用开发平台、框架和工具及应用的基本流程和步骤；人工智能涉及的核心技术及部分算法，使用人工智能解决实际问题；人工智能在社会应用中面临的伦理、道德和法律问题。 教学要求：立德树人，加强对学生的情感态度和社会责任的教育；突出技能，提升学生的信息技术技能和综合应用能力；创新发展，培养学生的数字化学习能力和创新意识。	过程考核+阶段考核。过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	16

4	创新创业教育 (SYB)	主要教学内容：基于实际创业者在创业过程中的实际操作环节的工作任务，进行企业创办的全过程培训。 教学要求：创新创业课是一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的课程，应遵循教学规律，把知识传授和实践体验有机统一，调动学生积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。	过程考核+阶段考核。 过程考核占包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核对学生能力与素质进行总结性考查。	60
5	信息技术	主要教学内容：信息新技术以及其对人类生产、生活的影响；文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、信息安全、数字多媒体技术、信息素养与社会责任。 教学要求：在全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务的基础上，突出职业教育特色，提升学生的信息素养，培养学生的数字化学习能力和利用信息技术解决实际问题的能力。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	64
6	语文	主要教学内容：包括口语交际、阅读欣赏、文学实践。 教学要求：树立正确的人生观、价值观，完成学生文化人格的塑造；品读文学经典，传承优秀传统文化，提高文学欣赏水平及写作水平；讲好普通话，正确理解和运用母语表情达意，提高口语交际水平。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	32
7	数学	主要教学内容：包括函数、导数与微分、积分、微分、复数、向量代数与空间解析几何等。 教学要求：通过本课程的学习使学生了解微积分的背景思想，较系统地掌握高等数学的基础知识、必需的基本理论和常用的运算技能，了解基本的数学建模方法，使学生具备逻辑推理能力、基本运算能力、自学能力、数学建模的初步能力、应用数学知识解决实际问题的能力。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查	32
8	英语	主要教学内容：本课程兼具工具性与人文性双重性质，基于学生职业成长将教学内容分为大学活动篇、职场生活篇和跨文化交流篇三个模块。 教学要求：在提高学生的语言能力和跨文化交际能力的同时，致力于培养具有中国情怀、国际视野和跨文化沟通能力的高素质技能型人才。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	64
9	中华优秀传统文化	主要教学内容：讲授中华优秀传统文化的特征和基本精神、儒释道思想、中国古代文学、中国传统艺术、中国古代科技、中国传统节日和古代礼仪及生活方式等。 教学要求：使学生了解中华优秀传统文化的内容，理解中华文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，提升文化涵养，丰富校园文化。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查。	16

10	职业素养	职业素养概括地说包含以下四个方面： （一） 职业道德 （二） 职业思想（意识） （三） 职业行为习惯 （四） 职业技能 前三项是职业素养中最根基的部分。而职业技能是支撑职业人生的表象内容。 教学要求：让学生了解社会对职业人的要求，明确就业的角色定位，有利于学生角色的转换。	过程考核+阶段考核。 过程考核占60%，包括出勤、课堂表现、作业及成果展示。阶段考核占40%，对学生能力与素质进行总结性考查	16
----	------	---	--	----

（二）专业课程

本专业方向专业核心课程有《社群营销与运营》、《新媒体文案写作》、《短视频运营》、《直播运营》、《市场调查与分析》、《品牌策划与推广》、《数字营销》、《消费者行为分析》。表16-1到表16-8是对专业核心课程内容的详细介绍。

表16-1 社群营销与运营

课程名称	社群营销与运营		
开设学期	第一学期	基准学时	32
职业能力要求： 1. 能根据企业现状选择合适的社群平台； 2. 能根据社群营销与运营现状分析品牌形象的优劣，有针对性的开展社群的竞品分析、制作用户画像、制定群规则； 3. 能针对社群运营现状开展新用户增长和用户情感培养，能够在社群运营的过程中做好用户的新增与维系； 4. 能根据社群运营实际运用内容平台、社交平台的推广方式，能够通过免费流量平台和KOL引流推广社群 5. 能根据社群运营现状分析社群营销转化的各种模式，搭建社群会员体系； 6. 能够团队协作分析、解决问题和主动学习、具有较强的沟通能力和现代信息技术的应用能力。			

课程目标：

通过该课程的学习，让学生们了解并掌握社群营销运营所需的技能，由浅入深，层层深入地学习。了解并掌握社群定义、社群平台、社群的基础运营、社群的用户运营、社群的推广拉新、社群的营销转化、社群工具、社群数据分析等内容。结合相关案例，以图文形式讲解实操技能，使得学生更容易掌握实操技术，应用到实际工作中。

课程内容：

序号	教学项目	课程内容与教学要求
1	项目一 社群概述及社群平台	课程内容： 1. 社群由来与发展 2. 社群概念及组成要素 3. 社群的价值 4. 微信群、QQ群、微博群 教学要求： 1. 了解社群的发展史，掌握相关概念等，加深对社群的理解，了解其社群规律及需求层次理论，便于为以后的社群运营打下基础。 2. 能够比较分析不同社群平台特点并根据社群需求选择合适的平台。
2	项目二 基础运营	课程内容： 1. 社群定位 2. 社群的运营阶段 3. 社群常规运营方法 4. 社群活动 教学要求： 1. 能够搭建社群 2. 掌握实施竞品分析、制作用户画像、制作群规则等运营方法
3	项目三 用户运营	课程内容： 1. 用户增长 2. 用户培养 3. 用户维系 教学要求： 1. 掌握新用户增长和用户情感培养方法，能够在社群运营的过程中做好用户的新增与维系 2. 理解并能够独立构建积分体系。
4	项目四 社群推广	课程内容： 1. 免费流量渠道推广 2. KOL引流 3. 活动推广 4. 付费广告推广 教学要求： 1. 了解并掌握内容平台、社交平台的推广方式和利用KOL的推广方式。 2. 能够通过免费流量平台和KOL引流推广社群

5	项目五 营销转化	课程内容： 1. 商品销售 2. 知识付费 3. 会员收费 教学要求： 1. 能够分析社群营销转化的各种模式。 2. 搭建社群会员体系。
---	-------------	---

表16-2 新媒体文案写作

课程名称	新媒体文案写作		
开设学期	第二学期	基准学时	64
职业能力要求： 1. 能够随时对市场环境的变化进行分析；（毕业要求指标点 3.1、3.2、3.3） 2. 能掌握并运用新媒体文案写作的方法；（毕业要求指标点 5.1、5.2） 3. 能设计合理的市场调查问卷和小组座谈提纲；（毕业要求指标点 5.2） 4. 能组织实施市场调查活动；（毕业要求指标点 2.1） 5. 能及时的搜集市场信息，整理信息，形成调查报告；（毕业要求指标点 5.3） 6. 能对发现的问题提出解决的建议或方案。（毕业要求指标点 3.1、3.2、3.3）			
课程目标： 通过课程的学习，培养学生们具有思想理念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，能够在熟悉市场调查方法、技术和编写调研报告规范的基础上，从事市场调查的计划、组织、控制活动，完成有关案例的市场调查活动，进而解决企业市场调查工作中发生的实际问题，具备诚实守信的品质、较高的团队合作的能力，形成坚忍不拔的毅力，具有创新的意识的高素质技能型人才。			

课程内容：

序号	教学项目	课程内容与教学要求
1	项目一 制定新媒体文案 创作计划	课程内容： 新媒体文案创作目标、内容和结构； 教学要求： 1. 初步运用与决策者沟通的方法； 2. 能够营销问题的背景分析，科学确定新媒体文案目标 3. 能够制定新媒体文案方案。
2	项目二 新媒体内容运营	课程内容： 掌握内容规划、内容选题、排版美化的能力； 教学要求： 1. 可以制定全年度的内容（如文章、短视频、广告、直播等等）选题；
3	项目三 内容设计、形式创意 与素材整理	课程内容： 1. 掌握微信平台运营、微博平台运营、自媒体平台运营的能力； 2. 2. 掌握 10W+爆文的撰写技巧。 教学要求： 能够根据企业实际需求，制定微信、微博、自媒体（如今日头条）的运营策略。
4	项目四 组织实施新媒体文案	课程内容： 1. 掌握微信公众号的各种推广拉粉方法与技巧； 2. 2. 熟练应用微博推广的各种方法技巧。 教学要求： 1. 能够利用自有资源，为企业快速实现品牌推广和吸引粉丝的目的， 2. 能够助力企业快速实现原始种子用户的积累。
5	项目五 微信公众号涨粉攻略	课程内容： 1 推广与拉粉的方法， 2. 推广和吸引粉丝的目的， 教学要求： 能够利用自有资源，为企业快速实现品牌
6	项目六 新媒体运营数据分析	课程内容： 1. 数据分析报告的作用； 2. 数据分析报告的内容和结构； 教学要求： 能够把控运营质量、预测运营方向、控制运营成本。

表16-3 短视频运营

课程名称	短视频运营										
开设学期	第三学期	基准学时	68								
职业能力要求： 1. 能通过网络收集相关资料、对短视频进行前期策划，制定脚本和拍摄方案 2. 能够熟练掌握拍摄技巧，能独立完成拍摄计划 3. 能够按要求剪辑视频，熟悉剪辑软件，有完整清晰的剪辑思路。 4. 能够清楚各短视频平台运营规则，熟悉引流推广策略 4. 能够坚定理想信念，爱岗敬业											
课程目标： 通过对该课程的学习，培养学生对短视频运营重要性的认识，使学生能够系统掌握短视频运营的基本原理和方法，灵活掌握运用短视频运营的基本工具和方法，开展短视频运营各项职能，从而在实践中有效帮助企业进行有效的网上经营活动，是企业切实以顾客为导向，提高企业短视频运营经营管理水平，最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的市场营销专业的应用型专门人才。											
课程内容：											
	<table><tr><th>序号</th><th>教学项目</th><th>课程内容与教学要求</th></tr><tr><td>1</td><td>项目一 短视频运营概述</td><td>课程内容： 1. 短视频运营发展历程 2 主流短视频平台特点及运营规则 教学要求： 1. 能够按时间顺序梳理短视频发展历程 2. 能够区分不同平台特点</td></tr><tr><td>2</td><td>项目二 短视频内容策划</td><td>课程内容： 1. 短视频选题 2. 脚本写作</td></tr></table>	序号	教学项目	课程内容与教学要求	1	项目一 短视频运营概述	课程内容： 1. 短视频运营发展历程 2 主流短视频平台特点及运营规则 教学要求： 1. 能够按时间顺序梳理短视频发展历程 2. 能够区分不同平台特点	2	项目二 短视频内容策划	课程内容： 1. 短视频选题 2. 脚本写作	
序号	教学项目	课程内容与教学要求									
1	项目一 短视频运营概述	课程内容： 1. 短视频运营发展历程 2 主流短视频平台特点及运营规则 教学要求： 1. 能够按时间顺序梳理短视频发展历程 2. 能够区分不同平台特点									
2	项目二 短视频内容策划	课程内容： 1. 短视频选题 2. 脚本写作									
		教学要求： 1. 能够根据不同要求提出多个角度选题 2. 能够写出不同类型短视频脚本文案									
	3 项目三 短视频拍摄	课程内容： 1. 短视频手机拍摄技巧 2. 短视频相机拍摄技巧 教学要求： 1. 能够独立完成脚本拍摄 2. 掌握不同景别及运镜方式									
	4 项目四 短视频剪辑	课程内容： 1. 短视频软件的使用 2. 不同类型视频的剪辑思路 教学要求： 能够按要求独立完成剪辑									

	5	项目五 短视频引流与推广	课程内容： 1. 短视频运营广告分类 2. 短视频运营广告渠道 教学要求： 1. 能够选择合适的短视频运营广告 2. 能够监测短视频运营广告效果	
--	---	-----------------	---	--

表16-4 直播运营

课程名称	直播运营		
开设学期	第四学期	基准学时	56
职业能力要求： 1. 能够收集直播运营策划企业消费状况信息，并对信息进行处理、分析和总结，会根据信息处理结果书写消费情况调查分析书（毕业要求 3.1、5.1、5.2、5.2） 2. 能够对认识直播间的物品并正确使用，开播。（毕业要求 3.2、3.3、6.2） 3. 能够根据定位要求做出产品策划，并能够运用品牌策略理论对同类直播运营策划企业品牌进行对比分析，会制定产品策划书与品牌定位策划书。（毕业要求 4.1、4.2、7.1） 4. 能够运用价格理论对直播运营策划企业价格进行分析，会制定价格调整方案。（毕业要求 7.2） 5. 能够运用促销策略原理对直播运营策划企业的销售宣传活动进行分析，会书写直播运营策划销售方案诊断报告，并会制定销售策划案。（毕业要求 12.2、14.3、15.2）			
课程目标： 通过对该课程的学习，培养学生了解营销策划的流程及各种策划方案的内容和侧重点，初步具备创新思维和分析问题、解决问题的能力，能制定具体的市场调研策划、营销战略策划、产品上市及品牌策划、营销策略组合策划和各种促销活动策划，切实提高实际动手能力和处理实际问题的综合能力，能够树立以顾客为中心理念，具备审时度势、表达流利、高效协作的职业素养；培养诚信品格、坚强意志，踏实肯干的工作作风与敢闯敢干的创新意识。			
课程内容：			
	序号	教学项目	课程内容与教学要求
	1	项目一 认识直播平台	课程内容： 1. 电商直播宏观环境分析 2. 电商直播平台环境分析 教学要求： 1. 能根据所学知识了解分析电商直播环境 2. 能够对电商直播进行再定位

2	项目二 直播间布置与装修	课程内容： 1. 筛选并采购直播间设备 2. 完成直播间的装修与陈列 教学要求： 1. 能认识各个直播设备，了解各直播设备的特点与用途。 2. 能够完成直播间的装修与陈列
3	项目三 直播策划与实施	课程内容： 1. 选品 2. 策划商品脚本 3. 策划并实施直播 教学要求： 1. 能分析选品 2. 能根据商品编写脚本，进行直播
4	项目四 主播讲解技巧	课程内容： 1. 熟悉消费者心理特征 2. 了解主播讲解步骤 3. 掌握主播讲解技巧与话术 4. 熟悉好用的直播玩法 教学要求： 1. 能根据了解到的消费受众编写合适的话术 2. 能使用更多好用的直播玩法
5	项目五 直播团队组建	课程内容： 1. 组建直播运营团队 2. 制定并实施团队管理与绩效体系 教学要求： 1. 能根据不同的特点组建一个直播运营团队 2. 制定一个适合的管理与绩效制度
6	项目六 直播复盘与数据运营	课程内容： 1. 解读直播数据指标 2. 优化直播效果 教学要求： 1. 能了解直播数据代表的含义 2. 能根据直播数据指标对直播进行优化

表16-5 市场调查与分析

课程名称	市场调查与分析		
开设学期	第2学期	基准学时	64
职业能力要求： 1. 能够随时对市场环境的变化进行分析；（毕业要求指标点3.1、3.2、3.3） 2. 能掌握并运用市场调查与分析的方法；（毕业要求指标点5.1、5.2） 3. 能设计合理的市场调查问卷和小组座谈提纲；（毕业要求指标点5.2） 4. 能组织实施市场调查活动；（毕业要求指标点2.1） 5. 能及时的搜集市场信息，整理信息，形成调查报告；（毕业要求指标点5.3） 6. 能对发现的问题提出解决的方案或建议。（毕业要求指标点3.1、3.2、3.3）			
课程目标： 通过课程的学习，培养学生具有思想理念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，能够在熟悉市场调查方法、技术和编写调研报告规范的基础上，从事市场调查的计划、组织、控制活动，完成有关案例的市场调查活动，进而解决企业市场调查工作中发生的实际问题，具备诚实守信的品质、较高的团队合作的能力,形成坚忍不拔的毅力,具有创新的意识的高素质技能型人才。			
课程内容：			
序号	教学项目	课程内容与教学要求	
1	项目一 制定市场调查方案	课程内容： 市场调查目标、内容和结构； 教学要求： 1. 初步运用与决策者沟通的方法； 2. 能够营销问题的背景分析，科学确定市场调查目标 3. 能够制定市场调查方案。	
2	项目二 选择市场调查方法	课程内容： 1. 二手资料收集的方法； 2. 小组座谈提纲、观察表； 3. 抽样调查的操作； 4. 调查问卷的设计和编排 教学要求： 1. 能够收集二手资料； 2. 能够设计简单小组座谈提纲、观察表、调查问卷； 3. 能够进行抽样调查的操作；	
3	项目三 培训调查人员队伍	课程内容： 1. 调查人员的意义； 2. 培训市场调查人员的特点； 3. 调查人员培训的内容和要点。 教学要求： 1. 能够制定市场调查人员培训计划； 2. 能够实施调查人员的培训。	
4	项目四 组织实施市场调查	课程内容： 1. 观察记录技术； 2. 街头拦截访问、小组座谈法；	

		3. 管理控制市场调查人员。 教学要求： 1. 能运用观察记录技术简单进行观察； 2. 能顺利进行街头拦截访问； 3. 能运用小组座谈法进行调查。
5	项目五 分析市场调查资料	课程内容： 1. 问卷登记、审核与分组； 2. 编码和录入数据的要点； 3. 定性分析的操作要领； 4. 对数据进行简单描述分析。 教学要求： 1. 能够行问卷登记、审核与分组； 2. 能够列示市场调查资料； 3. 能够对数据进行描述分析。
6	项目六 编写市场调查报告	课程内容： 1. 调查报告的作用； 2. 调查报告的内容和结构； 教学要求： 1. 能够编写调查报告； 2. 能够汇报调查报告。

表16-6 品牌策划与推广

课程名称	品牌策划与推广		
开设学期	第2学期	基准学时	32
职业能力要求： 1. 能够收集行业企业消费状况信息，并对信息进行处理、分析和总结，会根据信息处理结果书写消费情况调查分析书（毕业要求3.1、5.1、5.2、5.2） 2. 能够对行业企业进行有效的市场细分、目标市场选择和定位策划，会制定STP策划书。（毕业要求3.2、3.3、6.2） 3. 能够根据定位要求做出产品策划，并能够运用品牌策略理论对同类行业企业品牌进行对比分析，会制定产品策划书与品牌定位策划书。（毕业要求4.1、4.2、7.1） 4. 能够运用价格理论对行业企业价格进行分析，会制定价格调整方案。（毕业要求7.2） 5. 能够运用促销策略原理对行业企业的销售宣传活动进行分析，会书写行业销售方案诊断报告，并会制定销售策划案。（毕业要求12.2、14.3、15.2）			
课程目标： 通过该课程的学习，培养学生了解营销策划的流程及各种策划方案的内容和侧重点，初步具备创新思维和分析问题、解决问题的能力，能制定具体的市场调研策划、营销战略策划、产品上市及品牌策划、营销策略组合策划和各种促销活动策划，切实提高实际动手能力和处理实际问题的综合能力，能够树立以顾客为中心理念，具备审时度势、表达流利、高效协作的职业素养；培养诚信品格、坚强意志，踏实肯干的工作作风与敢闯敢干的创新意识。			

课程内容：

序号	教学项目	课程内容与教学要求
1	项目一 营销策划创意训练	课程内容： 1. 营销策划创意操； 2. 营销策划案例讨论； 3. 营销策划创意训练个人总结。 教学要求： 1. 能够启发创意思维；撰写营销策划创意训练个人总结 2. 通过营销策划案例分析，能够初步了解营销策划的流程；
2	项目二 营销环境分析	课程内容： 1. SWOT分析； 2. 市场营销环境分析报告。 教学要求： 1. 能够运用环境分析工具完成对市场营销环境的分析； 2. 能够对市场营销环境相关信息进行总结和分析； 3. 撰写企业市场营销环境分析报告。
3	项目三 STP营销策划	课程内容： 1. 市场细分、市场选择、市场定位； 2. STP策划并展示策划方案； 教学要求： 1. 能够进行有效市场细分； 2. 能够进行有效的市场选择和定位策划；撰写STP策划书。
4	项目四 形象导入策划	课程内容： 1. CIS分析； 教学要求： 1. 能够识别行业企业形象； 2. 对行业企业形象系统进行简单设计；撰写企业CIS分析。
5	项目四 产品及品牌上市策划	课程内容： 1. 价格状况，总结价格变动情况，预测产品价格走势 2. 产品策略、价格策略、渠道策略、品牌策略； 教学要求： 1. 能够对行业企业产品策略进行调查； 2. 能够对行业企业价格进行分析，并提出价格调整方案； 3. 能够对行业企业销售渠道及物流建设状况有效分析； 4. 撰写企业4P策略分析报告。
6	项目六 产品促销策划	课程内容： 1. 营业推广内容及策略； 2. 公共关系内容及策略； 教学要求： 1. 能够完成行业企业销售策划案制定； 2. 能够对行业企业销售活动进行分析总结；撰写促销策划

表16-7 数字营销

课程名称	数字营销		
开设学期	第3学期	基准学时	68
职业能力要求： 1. 能对企业进行品牌定位，完成企业产品结构、产品生命周期和产品价值分析；（毕业要求3.1、4.1、5.3） 2. 能掌握目标受众分析，并能对企业竞争对手进行分析；（毕业要求3.2、5.3） 3. 能完成网页搜索排名优化（包括内容优化、链接优化和关键词优化）；（毕业要求4.3） 4. 能完成未知受众品牌推广及认知阶段品牌推广；（毕业要求3.1、6.3） 5. 能掌握推荐引擎广告排名与扣费规则，利用推荐引擎进行推广；（毕业要求3.3、4.3、6.3） 6. 树立数据合规意识和公平竞争意识，能够合法合规的获取、分析、使用数据，营造健康的网络营销环境。（毕业要求1.2、9.3、15.2）			
课程目标： 通过本课程的学习，使学生能够根据数字营销策划方案，熟练地使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作。			
课程内容：			
序号	教学项目	课程内容与教学要求	
1	项目一 数字广告营销策划	课程内容： 1. 广告营销市场分析 2. 广告内容策划 3. 广告实施策划 教学要求： 1. 能根据所学知识完成企业产品分析、目标受众分析和竞争对手分析 2. 能够完成广告创意策划和落地页策划	
2	项目二 搜索排名优化	课程内容： 1. 网页分析 2. 关键词分析与挖掘 3. 搜索排名优化 教学要求： 1. 能借助搜索排名分析工具，完成自身网页和竞争对手网页的搜索排名分析 2. 能够利用数据处理工具与关键词挖掘工具完成关键词词库的清洗与筛选 3. 能够结合搜索引擎营销排名规则与关键词优化的方法，完成网页搜索排名优化并分析优化效果	
3	项目三 搜索竞价营销	课程内容： 1. 搜索竞价排名广告营销 2. 固定广告位品牌营销 3. 搜索竞价营销效果分析与优化 教学要求： 1. 能够结合搜索引擎广告规则、关键词添加与设置的方法以及目标受众定向和创意设置的方法，完成搜索竞价排名广告营销 2. 能够结合不同阶段目标受众搜索词的特点，完成面向不同阶段受众的品牌推广	

4	项目四 推荐引擎营销	课程内容： 1. 推荐内容推荐 2. 推荐引擎广告营销 3. 推荐引擎广告数据分析与优化 教学要求： 1. 能够根据内容推荐原理，运用内容优化技巧，完成不同类型的内容优化 2. 能够根据目标受众定向及出价原理，运用目标受众定向及出价的技巧，制定有针对性的目标受众策略，完成目标受众定向及出价 3. 能够根据创意编辑的原则，结合创意编辑技巧，编辑有吸引力的创意并完成创意标签设置
5	项目五 广告效果分析与综合应用	课程内容： 1. 效果分析与评估 2. 数字广告综合应用 教学要求： 1. 能够借助搜索引擎进行搜索排名优化与搜索竞价排名广告营销 2. 能够结合效果分析方法完成不同渠道的广告效果综合评估

表16-8 消费者行为分析

课程名称	消费者行为分析		
开设学期	第4学期	基准学时	84
职业能力要求： 1、能够通过观察，分析判断出顾客的个体和群体的心理特征（毕业要求 3.1） 2、能够分析出企业制定营销策略的心理依据（毕业要求 3.3） 3、能够具备运用多种营销要素和手段影响顾客消费心理，促使其购买的能力（毕业要求 4.2） 4、能够具备制定满足顾客消费心理需求的营销策略和服务措施，使顾客满意的能力（毕业要求 4.2） 5、能够具备准营销人员的较强的心理素质和团队合作的能力（毕业要求11.3） 6、培养学生们爱国敬业、遵纪守法、诚信经营意识（毕业要求10.1）			
课程目标： 通过对《消费者行为分析》课程的学习，培养学生能够观察、分析出企业制定营销策略的心理依据，并能够分析和根据顾客的消费心理，结合市场营销等相关专业知识和技能， 创新性的进行营销策划、商品销售与客户关系管理等活动。			
课程内容：			
序号	教学项目	课程内容与教学要求	
1	项目一 营销心理学认知	课程内容： 1. 营销心理学的基础知识 2. 正确认识营销心理学 教学要求： 1. 能够了解营销心理学在企业运营中的作用 2. 能够掌握营销心理学的研究方法 3. 能够树立用营销心理学知识和技能诚信经营观念	

2	项目二 顾客消费心理分析	课程内容： 1. 顾客个体消费心理，包括顾客在购买中的心理过程、气质和性格、需要与动机等的个性心理 2. 顾客群体消费心理，包括不同年龄阶段和不同性别的消费心理特征、不同文化以及不同家庭和参照群体下的消费心理特征等 教学要求： 1. 能够在营销活动中调动顾客的感知觉 2. 能够在营销活动中调动顾客产生积极的情绪情感 3. 能够通过观察，分析判断出顾客的气质和性格 4. 能够通过观察和互动，分析判断出顾客的需求与购买动机 5. 能够为不同气质和性格的顾客提供令其满意的销售服务 6. 能够满足，甚至调动顾客的需求与购买动机 7. 能够通过调研，分析出不同群体的消费心理特征 8. 能够运用文化、家庭、参照群体等环境因素，对顾客产生积极的消费心理影响
3	项目三 企业营销策略制定的心理依据	课程内容： 1. 企业产品策略制定的心理依据 2. 企业价格策略制定的心理依据 3. 企业渠道策略制定的心理依据 4. 企业促销策略制定的心理依据 教学要求： 1. 能够分析企业制定产品策略的心理依据 2. 能够根据顾客消费心理，制定产品策略 3. 能够分析企业制定渠道策略的心理依据 4. 能够根据顾客消费心理，制定线上线下的销售渠道 5. 能够分析企业制定价格策略的心理依据 6. 能够根据顾客消费心理，制定价格策略 7. 能够分析企业制定促销策略的心理依据 8. 能够根据顾客消费心理，合理采取促销策略
4	项目四 企业管理营销人员的心理依据	课程内容： 1. 营销人员自身心理素质 2. 营销人员的管理心理 教学要求： 1. 能够有效提高营销人员心理素质 2. 能够增强营销人员自身的心理素质 3. 能够有效积极营销人员工作积极性的方法

十二、专业教学基本要求

（一）专业教学团队基本要求

为了达成人才培养目标围绕课程设置，参照《高等职业学校 市场营销专业教学标准》、《山东省高等职业学校教师水平评价 基本标准

条件》（试行）、《2016 年山东省高等职业院校教学团队评审指标体系》，按本专业在校生 400 人为核算基数配备师资。

（具体内容如表 17）

表 17 市场营销专业师资队伍配备表

专任 教师	数量		不低于 16 人		
	生师比		25:1		
	教师资格		100%		
	专业教师双师比例		不低于 60%		
	职称结构		中高级不低于 60%		
	学历结构		本科 100%，研究生不低于 70%		
	年龄结构		45 岁以上不超过 25%		
专业专任教师基本要求					
类别	数量	基本能力要求		具体要求	团队能力目标
专业带头人	1	能较好地把握国内外行业、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，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。		原则上具有副高及以上职称，具有企业挂职锻炼经历和专业背景；能承担省级教学或科研课题不少于 1 项；能够整合和利用社会资源，用于专业建设，带领教学团队积极开展社会技术服务。能及时跟踪市场营销技术发展趋势，准确把握市场营销技术专业教学改革方向，具有较高课程设计能力和协调管理能力。	团队凝聚力强，富有活力和创新精神，工作效率高； 专兼结合，优势互补，掌握市场营销行业、企业发展的最新动态及岗位所需职业技能； 专项能力突出，团队专业优势明显，具备较强的综合社会服务能力； 团队科研能力强，能够共同
骨干教师	3	具备营销行业的专业知识、掌握职业教育教学方法； 具备课程开发和教学实施的能力； 具备调查研究、项目开发的能力、技术服务能力。		能够承担 2~4 门专业课程的教学任务；负责或参与专业人才培养模式、人才培养计划和课程教学大纲的制订与编写；承担课程、教材等建设任务；能够完成对学生基础知识、技能及专业能力、社会能力和方法能力的培养任务。	
专任教师	9	具有高校教师资格证、有理想信念、有道德情操、有仁爱之心；具有扎实的市场营销、企业管理等专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能，能够开展课程教学改革和科学研究；		具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；有每年累计不少于 6 个月的企业实践经历。能够承担 1~3 门专业课程的教学任务；参与课程、教材等建设任务；能够完成对学生基础知识、技能及专业能力、社会能力和方法能力的培养任务。	
兼职教师					
类别	数量	基本能力要求		具体要求	

校外 兼职 教师	4	具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验具备市场营销行业的专业知识、了解职业教育教学方法； 具备市场营销行业运营和管理的经验； 具备组织教学实施的能力。	具有中级及以上相关专业职称，或从事本专业相关行业规模企业 5 年以上专业工作经历的专业技术人员，能够承担专业课程的理论、实践教学，参与专业课程建设，承担顶岗实习教学任务。 从事生产、管理、科研工作 3 年以上，具有高级职业资格的能工巧匠，具备较强的技术革新能力，能够承担专业课程的实践教学、实习实训指导、学生发展规划指导和顶岗实习等教学任务。	参与专业建设，成效显著； 在行业中有较强的影响力，与企业建有长期、有效、稳固的合作关系。
----------------	---	--	---	--

（二）实践教学条件基本要求

1. 校内实训室基本要求

按照同时满足 40 人/教学班，配置实训（实验）室及设备。企业管理综合实训室、市场营销综合技能实训室和新媒体直播运营基地为本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、营销新技术实训综合实训提供校内实训场所。

表 18-1 市场营销综合技能实训室

实训室名称		市场营销综合技能实训室	面积要求	130m ²
序号	核心设备		数量要求	备注
1	多媒体设备		2 台	
2	投影设备		2 台	
3	黑板		1 个	
4	计算机		60 台	
5	路由器		1 个	
6	讨论工位		70 个	
7	常用办公软件		1 套	OFFICE2016
8	服务器		1 套	
9	交换机		1 套	
10	市场营销沙盘模拟		1 套	
11	PS 图形图像处理软件		1 套	
12	打印机		1 台	

13	麦克及扩音设备	1 套	
14	会议桌	1 套	
15	演讲台	1 台	
16	形体镜	1 副	
17	微信公众号	1 个	

表 18-2 市场营销模拟运营实训室

实训室名称		市场营销模拟运营实训室	面积要求	80m ²
序号	核心设备		数量要求	备注
1	多媒体设备		1 台	
2	投影设备		1 台	
3	黑板		1 个	
4	计算机		15 台	
5	路由器		1 个	
6	讨论工位		40 个	
7	常用办公软件（Office2016）		1 套	
8	企业管理沙盘		1 套	
9	中教畅想企业经营管理沙盘软件		1 套	
10	因纳特市场营销模拟平台软件		1 套	
11	PS 图形图像处理软件		1 套	

“新媒体运营直播基地”为企业捐赠校内生产性实训基地，划分为两个区域——“办公区”、“直播区”。办公区用于直播运营、商务洽谈，实训基地整体满足学生的实战实训需求和老师的管理实践要求。直播板块划分为7个直播间，分别以“美妆直播、美食直播、服装直播、助农直播、教育直播、生活直播、才艺直播”为主题，可用于直播带货实训、产品拍

摄与后期处理实训、短视频拍摄与后期处理实训，活动策划与文案编辑实训，企业管理综合实训。能进行团队项目运营，也能进行个人直播带货实践。

表 18-3 新媒体运营直播基地

实训基地名称	新媒体运营直播基地 (京东直播基地)		300 m²
序号	设备	规格及要求	数量
1	办公桌、椅	现代风格	2
2	休闲桌椅	现代风格	2
3	娱乐电竞椅	蓝色 1 个、白色 1 个，均无搁脚	2
4		经典粉色无搁脚	1
5	娱乐沙发椅	2 个白色，2 个粉色	4
6	电商直播桌子	白色	7
7	化妆镜	台式带灯	7
8	落地镜		1
9	补光灯	每个房间安置 2 个套装、7 个房间	7
10	面灯	每个房间安置 1 个，共 7 个房间	7
11	球形柔光灯	每个房间放置 1 个，共 2 个房间	2
12	摄像头	高清教学 1 个	1
13		直播用摄像头	3
14	麦克风	服装直播间/	1
15	声卡	服装直播间	1
16	手机支架	每个房间放置 1 个，共 7 个房间	7
18	展示柜	美妆	1
19		食品	1
20		助农	1

21		其他	4
22	衣架	服装直播间	2
23	货架	选品区放置货物、布置	6
24	站台	服装直播间	2
25	服装直播间	壁画	4 副画
26		墙贴	1
27	生活直播间	钟表	1
28		齿轮	1
29	助农直播间	增加花架	1 对
30	才艺直播间	壁画	1
31		地毯	1
32	背景布	红、绿各一个	2
33	可移动试衣间	黑、红各一个	2
1	人像静物摄影棚灯套装	优质	1
2	加大悬臂话筒架	优质	2
3	折叠拍摄台	优质	1
4	方灯	套装、专业级别、可户外	3
5	面灯（桌面）	3 个挂架	7
6	超长背景布	模特拍摄专用	1

2. 校外实习基地基本要求

校外实训基地具有稳定的校外实训基地。能够开展销售、直播带货、短视频运营、新媒体运营、客户关系管理、新媒体文案写作等实训活动，实训设施齐备，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。

表 19 市场营销专业校外实习基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途 6	合作深度要求
1	烟台影响力影视有限公司校外实训基地	烟台影响力影视有限公司	生产性实训 顶岗实习	深度合作
2	烟台星脉跳动网络科技有限公司校外实训基地	烟台星脉跳动网络科技有限公司	生产性实训 顶岗实习	深度合作
3	新视线文化传媒（烟台）有限公司校外实训基地	新视线文化传媒（烟台）有限公司	生产性实训 顶岗实习	深度合作
4	青岛古麦佳禾科技有限公司校外实训基地	青岛古麦佳禾科技有限公司	认识实习 顶岗实习	深度合作
5	青岛深度传媒有限公司校外实训基地	青岛深度传媒有限公司	顶岗实习	紧密合作
6	青岛视觉志文化传媒有限公司校外实训基地	青岛视觉志文化传媒有限公司	顶岗实习	紧密合作
7	中译文娱科技有限公司（青岛）分公司校外实训基地	中译文娱科技有限公司（青岛）分公司	认知实习 生产性实训 顶岗实习	紧密合作
8	青岛校企英才教育科技有限公司校外实训基地	青岛校企英才教育科技有限公司	认知实习 生产性实训 顶岗实习	紧密合作
9	国梦（青岛）科技发展有限公司校外实训基地	国梦（青岛）科技发展有限公司	认识实习 生产性实训 顶岗实习	紧密合作
10	烟台姬辕网络科技有限公司校外实训基地	烟台姬辕网络科技有限公司	顶岗实习	紧密合作

（三）使用教材、数字化（网络）资料等学习资源

教材类型包括国家、省高职高专规划教材、精品教材、重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。

表 20 市场营销专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	智慧职教网站	https://www.icve.com.cn/portal_new/search/search.html?keyvalue=%E6%B6%88%E8%B4%B9%E5%BF%83%E7%90%86%E5%AD%A6
2	中国大学MOOC(慕课)	https://www.icourse163.org/
3	爱课程	www.icourses.cn
4	烟台工程职业技术学院院级在线开放课程——市场营销策划	https://mooc1.chaoxing.com/mooc-ans/course/206034670.html
5	烟台工程职业技术学院院级在线开放课程——市场调查与分析	https://mooc1.chaoxing.com/mooc-ans/course/214231205.html
6	烟台工程职业技术学院院级在线开放课程——新媒体营销	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/212703860

十三、继续专业学习深造的途径

高职高专的学生教育，既要满足当代对人才的需求，更要考虑学生的长远发展。市场营销专业一方面在课程设置和教学中考虑学生可持续发展，另一方面给学生提供了多样化的专科升本科的平台和教育机会。主要深造学习方式如下：

（一）自学考试

学生可报与市场营销相近的专业，如工商企业管理、人力资源管理、市场营销、国际贸易等。学生在校期间任何一个学期均可申请入学。按照自考本科院校的修读课程规定，自学并参加省统一考试。各科成绩合格，学生持专科毕业证可申请毕业和学历。

（二）专升本

参加山东省每年普通高等教育专升本考试。学生在大三学年以应届毕业生的身份，通过网络平台报考有专升本招生计划的院校；通过入学考试获得入学通知书，持入学通知书等报考学校规定材料进入本科院校学习，全日制，学制一般为 2 年；各课程合格，并达到毕业要求水平，即可获得本科毕业证书。

（三）函授

学生在校期间通过网络完成课程的学习和考试，考试合格后，持专科毕业证可申请毕业和学历。

（四）技术技能提升

通过学习互联网传播原理，了解新媒体运营实务，兼具了新媒体的运营管理、策划、文案编辑、设计等相关的内容能力，能将新媒体、传播、理论与实务、媒介经营管理、内容策划与开发、市场分析、调查、专题、企业新媒体传播模式与策略等融合为一体，成为新媒体时代的网络传播人才。即可根据条件考取人社部门颁发的《互联网营销师》初级、中级、高级登记证书和 1+X 直播营销职业初级、中级职业技能证书。