

2021 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称

市场营销（专业代码：530605）

二、教育类型及学历层次、学制

教育类型：高等职业教育

学历层次：普通专科

学制：五年一贯制

三、招生对象

应届初中毕业生

四、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，掌握管理学、经济学、市场营销学的基本理论和市场营销专业技能，具备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，具有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，面向工商企业、服务行业职业群，能够从事市场调研、市场开发、营销管理、营销策划、提供咨询服务等工作的高素质技术技能人才。

五、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

根据行业人才需求，市场营销专业毕业生主要职业面向是服务区域经济中的生产型、服务性行业，如各类分销代理机构、中介服务机构、市场研究及广告咨询机构、房地产、保险、汽车等行业。毕业生主要就业的岗位是市场开发、市场调研、客户关系管理、广告策划、营销策划、销售管理、直播电商等岗位。

表 1 主要职业面向一览表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业	主要职业类别	主要岗位群或技术领域	职业资格（职业技能等级）证书举例
财经商贸大类（53）	工商管理类（6307）	批发业（51） 零售业（52） 互联网与相关服务（64） 商务服务业（72）	销售人员 商务专业人员	销售代表 销售经理 客户代表 市场主管 市场调研员 营销策划专员 直播电商从业者	市场营销经理助理资格证书 网络营销师资格证书 网店运营推广职业技能等级证书

可从事的工作岗位及职业能力要求如表 2 所示。

表2 岗位工作任务与职业能力分析表

序号	核心工作岗位及相关工作岗位	工作任务	技能、知识与素质要求
1	销售业务岗位 (核心岗位)	(1) 制定年度营销目标计划; (2) 建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统; (3) 负责产品的市场渠道开拓与销售工作, 执行并完成公司产品年度销售计划; (4) 根据公司市场营销战略, 提升销售价值, 控制成本, 扩大产品在所负责区域的销售, 积极完成销售量指标, 扩大产品市场占有率	具备推销与沟通技巧能力
2	市场调研工作岗位 (核心岗位)	(1) 对竞争品牌产品的性能、价格、促销手段等的收集、整理和分析; (2) 对竞争品牌广告策略、竞争手段的分析; (3) 对消费者购买心理和行为的调查; (4) 做出销售预测, 提出未来市场的分析、发展方向和规划; (5) 动态把握市场价格, 提供市场分析 & 预测报告。	具备市场信息的收集整理与统计分析能力
3	营销活动策划工作岗位 (核心岗位)	(1) 制定产品企划策略; (2) 新产品上市规划; (3) 制定分销渠道计划及各阶段实施目标; (4) 促销活动的策划及组织; (5) 合理进行广告媒体和广告代理商的挑选及管理; (6) 制定及实施市场广告推广活动和公关活动; (7) 实施品牌规划和品牌的形象建设	具备营销策划的基本方法及创新能力
4	网络营销岗位 (核心岗位)	(1) 负责制定渠道网络营销发展计划, 提升网站的销售力及传播力; (2) 制定营销推广方案, 策划线上平台的专题和活动, 提升用户粘性和活跃度; (3) 负责网络广告的投放, 并能不断创新有效的推广方案	具备市场分析、网络技术、文字表、沟通、团队合作、组织规划、不断学习等多方面能力
5	产品及服务咨询、售后服务岗位 (相关岗位)	(1) 与客户保持良好沟通, 实时把握客户需求, 为客户提供主动、热情、满意、周到的服务; (2) 维护和开拓新的销售渠道和新客户, 自主开发及拓展上下游用户, 尤其是终端用户; (3) 收集一线营销信息和用户意见, 对公司营销策略、售后服务、等提出参考意见	具备较强的沟通能力及处理抱怨的能力

（二）能力结构总体要求

表3 能力结构分析表

专业能力	社会能力	方法能力
(1) 具备市场调研能力, 收集、整理、分析资料以及市场预测、决策能力的能 力; (2) 具备一定的推销能力和商务谈判技 巧; (3) 具备营销活动文案及经济合同的写 作能力; (4) 具备营销策划的能力; (5) 具备公共关系业务处理能力; (6) 具备沟通、协作能力; (7) 具备一定的网络营销业务处理的能 力; (8) 具备客户关系管理的基本能力; (9) 具备物流配送的基本操作能力; (10) 具备一定的企业管理的能力。	(1) 具备良好职业道德 和敬业精神。 (2) 具备诚信守法、礼仪 修养的能力。 (3) 具备人际交往能力、 公共关系处理能力和团 队协作精神的能力。 (4) 具备较强的表达能 力、沟通能力、组织实 施能力。 (5) 有集体意识和社会 责任心。 (6) 乐观向上的进取精 神和奉献精神。	(1) 掌握收集、整理、 分析资料以及市场预 测、决策的方法 (2) 掌握推销和商务 谈判的方法 (3) 掌握营销活动文 案及经济合同写作的 方法 (4) 掌握营销策划基 本方法 (5) 掌握客户关系管 理的基本 (6) 掌握网络营销

（三）证书要求

表4 技能证书要求一览表

序号	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	市场营销经理助理	中国市场学会、教育部考试 中心	初级	必备 其一
2	互联网营销师	中国轻工业联合会	中级	
3	网店运营推广职业技能等级 证书(1+X)	北京鸿科经纬科技有限公司	中级	

备注：如因政策原因，证书取消，将酌情处理。

六、课程方案与课时分配

1.课程方案与课时分配表见附表

2.课程结构分析见表5

表5 课程结构分析表

课程类别		学 分	百分比 (占总学 分比例)	学 时	百分比 (占总学 时比例)	实践性 教学学时	百分比 (占总学 时比例)
必修 课	公共基础课	110	39.7%	1796	35.4%	394	7.8%
	专业(群)平台课	26	9.4%	444	8.8%	308	6.1%
	专业课	100	36.1%	2048	40.4%	1520	30.0%
选修 课	公共(限)选修课	11	4.0%	184	3.6%	0	0%
	专业(方向)选修 课	20	5.3%	346	6.8%	218	4.3%
	素质拓展课	10	3.6%	252	5.0%	216	43%

总学分	277		
教学活动总学时	5070	实践性教学总学时	2656
实践学时比例	52.4%		

七、各教学环节周数分配

表 6 各教学环节周数分配表

学期	学期周数	教学周数	实训教学		入学教育与军训	考试周数	机动周数
			内容	周数			
一	20	15	专业认知	1	2	1	1
二	20	15	沙盘模拟企业经营	2		1	1
			社会实践	1			
三	20	16	网店装修设计	2		1	1
四	20	16	直播运营实务	2		1	1
五	20	17	无人机技术与智能飞行实训	1		1	1
六	20	16	营销案例设计	2		1	1
七	20	16	市场营销软件应用	2		1	1
八	20	16	市场调研设计与实施	2		1	1
九	20	12	毕业设计	6		1	1
十	20	0	岗位实习（含毕业教育）	18		1	1
总计	200	139		39	2	10	10

八、主要课程及课程目标

本专业主要课程体系架构如下：

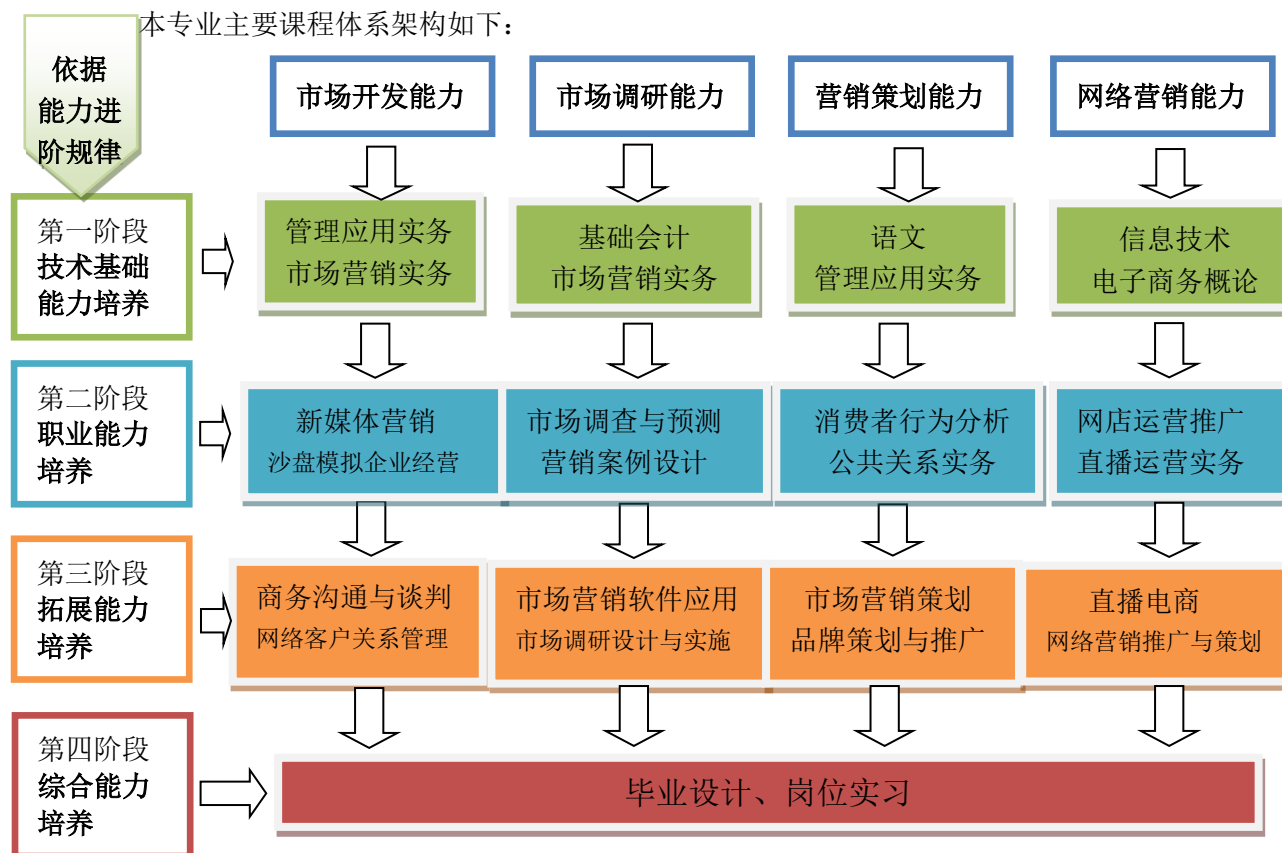


图 1 主要课程体系架构

(一) 主要公共基础课程教学内容及目标要求

根据党和国家有关文件规定，学校将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、体育、军事理论与军事训练、心理健康等课程列为公共基础必修课程，并将国家安全教育、劳动教育、英语、语文、数学、就业与创业指导等课程列为必修课程。

学校开设职业与技能类、社会科学类、人文科学类、科学技术类、艺术类、四史类等六类素质教育选修课程，学生应选修学分总量为 10 学分，要求至少从艺术类和四史类课程中各选修一门课程。

(二) 专业核心课程教学内容及目标要求

表 7 核心课程教学内容及目标要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	市场营销 实务 (64)	市场营销的对象的方法；市场营销的宏观环境；市场营销调研；市场营销产品定价策略；营销策略；国际市场营销等。是从事营销工作必备的营销基础知识。	通过本课程的教学，使学生掌握市场营销的基本原理、基本方法和基本技能，为进一步学习专业课及从事市场营销的实际工作打下基础。
2	经济学基础 (64)	市场供求的基本规律、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场结构理论、经济的外部性与市场失灵、国民收入决定理论、经济周期理论、失业理论、经济增长理论以及宏观经济政策。	通过本课程的学习，一方面使学生掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习财经类的专业课程及将来从事经济工作奠定基础；另一方面使学生能分析和运用现代经济学知识，即根据实际情况有分析地把这些知识运用于实际工作中。
3	市场调查与预测 (64)	市场调查与预测的主体、客体及对象；市场调查内容、方法及程序；市场调查与预测案例分析。是从事营销工作必备的营销基础能力。	通过本课程的学习，使学生掌握市场调查与预测的基本理论和技巧。在介绍市场分析的具体内容、调研的环节以及市场预测做法的同时，以案例为切入点，加强了学生的应用能力培养。
4	管理应用 实务 (64)	管理应用实务概述、管理思想的产生与发展、计划管理实务、组织管理实务、领导管理实务、管理控制实务、企业创新实务和企业管理实务。	本课程旨在让学生树立现代管理的思想观念，掌握和运用管理学的基本原理和方法，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生生活和工作打下坚实的理论基础和职业基础。

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
5	市场营销策划 (64)	了解市场营销策划的产生和发展,理解市场营销策划的含义。了解市场环境、消费者心理和购买行为及其影响因素,掌握市场机会和威胁,正确运用市场细分、目标市场选择、市场调研和市场预测等市场研究和策划方法,并据此制定企业战略和市场营销策略。了解市场营销计划、组织和控制,提高市场营销管理效率。	本课程的教学目的是使学生掌握现代市场营销策划的基本理论、基础知识和基本方法,提高学生对企业经营活动的分析、判断和策划能力。以课堂教学与实验相结合,辅以课堂讨论、课后练习,同时要求学生大量阅读有关书籍,关注现实企业操作,按时提交策划报告及作业。
6	消费者行为分析 (64)	本课程的研究对象是了解消费者心理,解释消费者行为,最终能通过企业的营销手段引导消费者的消费行为。本课程所包含的消费者行为理论及分析技术已经成为营销、管理及传播等专业学生的必备知识和技能,能够帮助企业更好地把握消费者的心理特点和规律,根据不同消费者的心理需求,制定营销策略方案,提高营销工作的针对性和有效性。	本课程以学生较全面掌握消费心理学和消费行为学的基本知识和技能为主要任务。要求学生通过消费心理学和消费行为学理论的学习和实际操作,掌握一定的心理学和消费行为学的基础知识,提高运用消费行为学从事相关工作的能力。
7	网络营销推广与策划 (64)	初识网络营销、分析网络营销市场、网络营销策划、企业网站推广、网上开店与网店推广、搜索引擎营销、网络文字营销、病毒营销与网络事件营销、网络社区营销、网络会员制营销与无线网络营销、网络营销效果评价与控制。	培养市场营销专业人才掌握网络营销的具体方式和基本方法,增强学生在具体电子商务实践中的营销能力。首先根据学生毕业后在网络营销方面所需要的能力以及所从事的岗位,整理出这些岗位所需要的网络营销知识点。然后针对每个典型工作任务进行细化、分解形成对应的学习内容,再针对每个学习内容形成学习单元及教学单元。最后进行综合实训以及根据情况参与具体的企业网络营销。
8	营销职业资格证书培训 (64)	中国市场营销经理助理资格证书由中国市场协会和教育部考试中心鉴定,人力资源和社会保障部核发相应的国家职业资格证书。该证书考核主要有营销原理和营销实务两大模块构成:理论知识部分,包括职业道德和营销专业知识;技能操作部分:包括书面技能案例分析和方案策划。	学生参加中国市场营销经理助理资格证书考试,以证书获取为课程鉴定结果。专业教师结合考证要求进行培训,邀请校外市场营销资格证书考试(CMAT)培训专家根据实践经验开展专题辅导讲座。

（三）主要专业方向课程教学内容及目标要求

表 8 直播营销方向课程教学内容及目标要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	网店运营推广 (64)	本课程基于网店运营的工作过程设计,从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容,该课程的学习强调实战化,所有教学项目基于电子商务平台开展。主要教学内容包括市场调研、网上店铺开设、网店装修、网店经营管理、网店推广等几个项目。	本课程根据学生就业创业的需求,结合网店创业经营的经验,以网店的实际操作流程为主线,培养学生掌握网上创业技能知识。指导学生快速掌握在网上开店的流程和方法,总结了很多卖家在实际经营、推广、营销活动策划、客户服务等中所需要具备的专业技能知识。
2	直播运营实务 (60)	本课程围绕当前直播电商的发展现状与趋势,系统全面地讲解了直播电商运营的操作思路、工具与方法,包括直播运营团队的组建、直播间的搭建、直播流程规划、直播控场策略、直播间大型活动策划、选品、引流、商品上架与讲解、气氛维护、粉丝运维、后期管理等环节的运营策略	本课程旨在让学生了解和掌握电商直播的基本理论和基本方法,通过直播训练,让学生掌握直播营销的知识,懂得直播营销方案策划、人员配置、直播话术、设计直播间、直播选品、引流互动、数据分析。
3	短视频创作与运营 (64)	短视频制作流程、短视频的构图原则与方法、抖音短视频的录制与制作、移动端短视频的后期制作、PC端短视频的后期制作、使用Premiere 编辑与制作短视频、Premiere 制作短视频实训案例	通过对本课程的教学,让学生能够熟知短视频的创作流程,具备短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。

九、“形势与政策”课说明

- 1.“形势与政策”课由省校马克思主义学院依据教育部每学期印发的《高校“形式与政策”课教学要点》统一安排教学内容,办学点做好具体教学运行及教学管理工作。
- 2.“形势与政策”课 7-9 学期开设专题讲座,每学期开课不低于 8 学时,共计 1 学分。

十、第二课堂活动的设计与安排

表 9 第二课堂活动的设计与安排表

学期	形式(社团、讲座、参观、实践活动)	主要内容
1	讲座	社会主义发展史

2	社团	舞蹈鉴赏
3	讲座	党史
4	讲座	改革开放史
5	社团	双创社团
6	社团	非遗社团
7	社团	书法鉴赏
8	讲座	新中国史
9	社团	影视鉴赏

备注：素质拓展课和第二课堂共计 10 学分，其中第二课堂 2 学分。

十一、毕业要求

学生满足如下条件，准予毕业：

1. 思想品德鉴定合格；
2. 修完规定课程，达到最低毕业总学分 277 学分。
3. 按照“职业资格”的要求，取得相应的技能证书，具体要求见本方案表 3 “技能证书要求一览表”。

十二、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业现有专任教师 13 人，专任教师与在校生人数比为 1:10.2；拥有硕士及以上学历的教师占比 92.3%；高级职称占教师比例为 38.5%；双师素质教师占比 80%以上；兼职教师 4 人，占专业教师比例为 23.5%，且均具有中级以上技术职称。

2. 专任教师

本专业专任教师均具备良好师德和较高教学水平，专业背景涵盖市场营销、工商管理、经济学等领域，具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力。多数教师具有丰富的教学经验，能够运用现代教育技术和方法开展教学活动，积极推进课程教学改革和科学研究工作，部分教师还具备企业实践经历，能将实际案例融入教学，提高学生实践能力。

3. 专业带头人

市场营销专业负责人***副教授，工商管理专业经济师，教学和科研成果丰硕，对市场营销专业领域有深入研究和丰富经验，能较好地把握国内外行业、专业发展趋势，教学设计和专业研究能力全面，在本地区和本领域具有一定的专业影响力，能够有效引领专业发展方向和教学团队建设。

4. 兼职教师

本专业兼职教师主要从相关行业企业聘任，他们在市场营销领域具有丰富实践经验和专业技术专长，均具有中级以上技术职称。

兼职教师聘任、管理和考核办法完善，聘任条件明确、职责清晰、手续完备，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，为学生提供与市场实际紧密结合的教学内容和实践指导，增强学生对行业实际的了解和实践能力的提升，兼职教师承担专业课程教学（包括校内实践性教学、校外实习）达到专业课总学时的一定比例，有效补充了专任教师队伍，丰富了教学资源。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

一般配备黑板（白板）、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

（1）市场营销综合实训室

能够营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机 1 人/台、路由器、常用办公软件、讨论工位。并配备交换机、服务器、营销业务相关实训软件。支持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、综合实训。

（2）ERP 综合实训室

能够让学生进行企业经营模拟，包括生产、采购、财务、市场营销等知识链条的体验式学习。配备新道新商战系统 V5.0（软件）、新道新商战系统 V5.0（物理沙盘），多媒体设备、投影设备、白板、计算机 1 人/台、路由器、常用办公软件、讨论工位。

3. 校外实习基地基本要求

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。

4. 支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书文献以及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

健全教材选用制度，本专业在教学实施中优先选用国家规划教材，优先选用校企合作编写和开发的，符合生产实际和行业最新趋势，能够反映本专业最新知识以及新工艺、新规范和新标准的高质量教材。

2. 图书文献配备基本要求

学校的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，适合五年制高职学生学习需求。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. 数字教学资源配备基本要求

针对教学的需要和难点，加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的教学资源，开发相应的影像资料、多媒体课件、网络资源、仿真软件、模拟校外企业实施场所

等，发挥学校当地环境优势或者特色，逐步实现资源共享，创新服务供给模式，服务学生终身学习。

（四）教学方法

构建“学做思创”理实一体化教学模式，实现理论教学与实践教学的高度融合。制定“学做思创”课程标准，推行课证融合，力求实现人才培养与企业需求的无缝对接。在教学设计与教学组织中，以工作坊为载体，组建学习团队，合理设置情境，充分运用任务驱动教学法、案例教学法，突出学生为主角，教师为配角。通过案例引入，创设情境，提高“教中学”的效果；参照岗位标准，确定工作任务，实现“学中做”与“做中学”；创设工作坊，突出自主学习，团队协作，集思广益，举一反三，实现“做中思”。

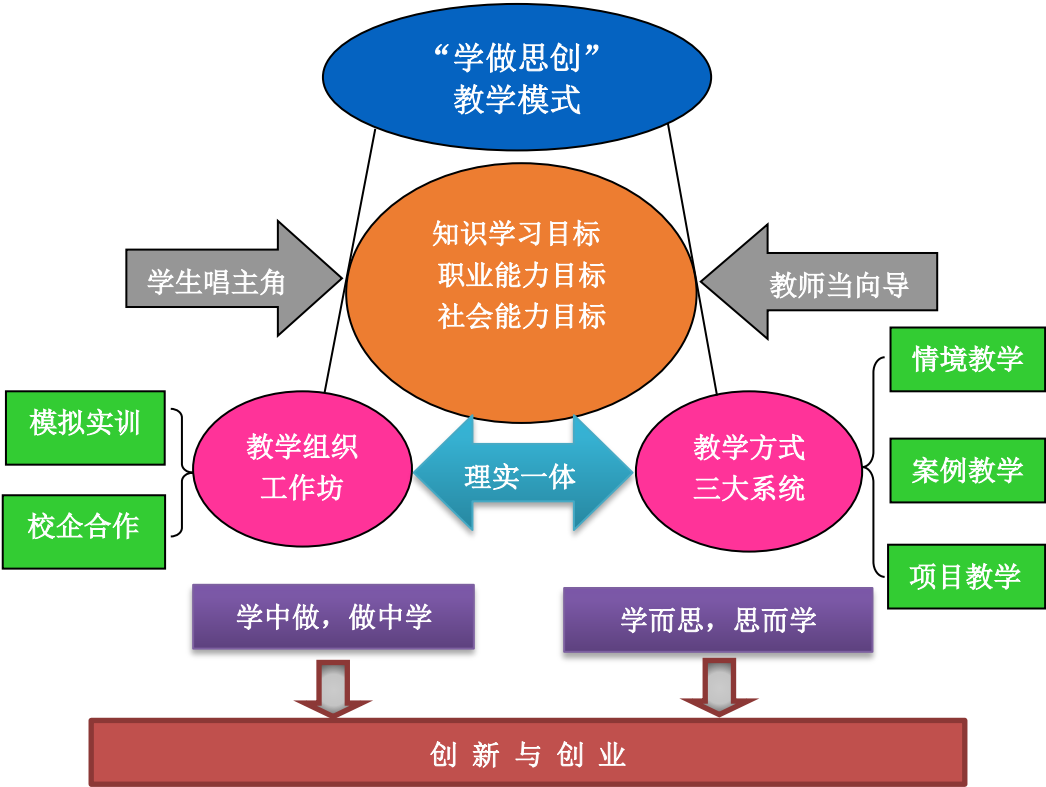


图2 “学做思创”教学模式

（五）学习评价

1. 严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，构建更加科学的学业评价体系。深入推进“教考分离”改革，强化考试纪律建设，严格考试过程管理，深入开展诚信教育，推动形成公平公正、诚实守信的考试风气。
2. 严格成绩管理制度，规范成绩登记、修改、提交、锁定、出具工作。完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。
3. 关注评价的多元性，积极引入行业、企业生产过程中的考核、管理办法，体现评价特色性。评价建议自我评价、小组评价和教师（或企业专家）评价相结合，建议按学习能力、知识点掌握、作业完成情况完成自我评价；按安全规范、团队协作、知识掌握完成小组评价；按学习态度、课堂表现、知识点掌握情况等完成教师（或企业专家）评价。

（六）质量管理

1. 建立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行与管理，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. 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. 专业教研室组织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。

5. 建立人才培养方案实施的监管体系，加强对人才培养方案实施情况的检查视导和必要的质量监测。

十三、课程方案与课时分配表

市场营销专业课程方案与课时分配表见附表

附件：

2021 级市场营销专业教学实施进程表

课程类别			序号	课程代码	课程名称	课时	学分	课时分配		开课学期及学时										课程管理
								理论	实践	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	
										15+3	15+3	16+2	16+2	17+1	16+2	16+2	16+2	12+6	18+0	
公共基础课程	思想政治课	必修课	1	5000A01	中国特色社会主义	36	2	36		2										
			2	5000A02	心理健康与职业生涯	36	2	36			2									
			3	5000A03	哲学与人生	36	2	36				2								
			4	5000A04	职业道德与法治	36	2	36					2							
			5	5000A05	思想道德与法治	48	3	48						3						省
			6	5000A06	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	32								2				省
			7	5000A07	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	3	48									3			省
			8	5000A08-5000A10	形势与政策 1-3 (专题讲座)	24	1	24								总 8	总 8	总 8		
			9	5000A11	国家安全教育	32	2	32			2									
		限选课	10	5000A12	职业健康与安全	32	2	32						2						
			11	5000A13	就业与创业指导	32	2	32							2					
			12	5000A14-5000A16	中华优秀传统文化教育 1-3(专题讲座)	24	1	24							总 8	总 8	总 8			

	文化 课	必修课	1	5000A31- 5000A36	语文 1-6	288	18	288		4	4	4	2	2	2				
			2	5000A41- 5000A46	数学 1-6	256	16	256		4	4	2	2	2	2				
			3	5000A51- 5000A56	英语 1-6	256	16	256		4	4	2	2	2	2				
			4	5000B01- 5000B08	信息技术 1-8	192	12	48	144	3	3	1	1	1	1	1	1		
			5	5000B09	艺术 1	36	2	18	18				2						
			6	5000B11- 5000B19	体育与健康 1-9	288	18	72	216	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
			7	5000A61- 5000A62	历史 1-2	72	4	72				2	2						
			8	5000B41- 5000B42	地理 1-2	64	4	64		2	2								
		限选课	9	5000B43	地理 3	32	2	32				2							
		选修课	10	5000A37	语文 7	32	2	32								2			
			11	5000A57	英语 7	32	2	32								2			
	劳动教育		1	5000C00	劳动教育	16	1		16	1									
	小计					1980	121	1586	394	22	23	17	15	14	11	9	6	2	0
专业(技能) 课程	专业(群) 平台课	必修课	1	5304B01	photoshop 图形图像处理	64	4	16	48			4							
			2	5304C01	网店装修设计	60	2		60			2W							
			3	5304B02	设计构成	64	4	32	32				4						
			4	5304B03	摄影摄像技术	64	4	16	48				4						

			5	5304B33	智能营销策略	64	4	32	32					4					
			6	5304B05	广告实务	64	4	24	40							4			
			7	5304B06	直播电商	64	4	16	48							4			
			小计			444	26	136	308	0	0	4	8	4	0	8	0	0	0
	专业课	必修课	1	5306B01	市场营销实务	64	4	32	32	4									
			2	5306B02	管理应用实务	64	4	32	32	4									
			3	5306B03	基础会计	64	4	32	32		4								
			4	5306B04	电子商务概论	64	4	32	32			4							
			5	5306B05	市场调查与预测	64	4	32	32				4						
			6	5306B06	经济学基础	64	4	32	32					4					
			7	5306B09	消费者行为分析	64	4	32	32						4				
			8	5306B10	网络营销推广与策划	64	4	16	48						4				
			9	5306B11	公共关系实务	64	4	32	32						4				
			10	5306B13	消费心理学	64	4	32	32							4			
			11	5306B15	现代推销实务	64	4	32	32							4			
			12	5306B16	国际市场营销	64	4	32	32								4		
			13	5306B17	营销职业资格证书培训	64	4	32	32								4		
			14	5306B18	市场营销策划	64	4	32	32								4		
			15	5306B14	商务沟通与谈判	64	4	32	32								4		
			16	5306B19	演讲与口才	64	4	32	32									6	
			17	5306B20	商务礼仪训练	64	4	32	32									6	
			18	5306C01	沙盘模拟企业经营	60	2		60		2W								
			19	5306C03	营销案例设计	60	2		60						2W				
			20	5306C04	市场营销软件应用	60	2		60							2W			
			21	5306C05	市场调研设计与实施	60	2		60								2W		

			22	5306C19	毕业设计	180	6		180								6W				
			23	5306C20	岗位实习（含毕业教育）	540	18		540									18W			
				小计				2048	100	528	1520	8	4	4	4	4	12	8	16	12	0
	直播营销方向	限选课	1	5306B22	网店运营推广	64	4	32	32			4									
			2	5306C06	直播运营实务	60	2		60				2W								
			3	5306B23	短视频创作与运营	64	4	32	32					4							
		任选课	4	5306B31	产业与产业经济	64	4	32	32						4						
			5	5306B28	文案创意与撰写	32	2	16	16									2			
			6	5306B30	人工智能应用	32	2	16	16										3		
			7	5000C11	无人机技术与智能飞行实训	30	2	0	30						1W						
		小计					346	20	128	218	0	0	4	0	4	4	0	2	3	0	
		专业（技能）课学分合计					2838	146	792	2046	8	4	12	12	12	16	16	18	15	0	
		素质拓展课	1	5000C01	入学教育及军训	60	2		60	2W											
2	5000C02		专业认知	30	1		30	1W													
3	5000C03		社会实践	30	1		30		1W												
4	5000B10		艺术 2	36	2	18	18					2									
5	5000B93		改革开放史	36	2	18	18									2					
6	5000C04		社团（第二课堂）1	30	1		30	参加至少 2 个职业与技能类、社会科学类、人文科学类、科学技术类等 社团（第二课堂）活动													
7	5000C05		社团（第二课堂）2	30	1		30														
小计				252	10	36	216	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0				
素质拓展合计（不低于 10 学分）				252	10	36	216	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0				
总计				5070	277	2414	2656	30	27	29	27	28	27	25	26	17	0				