



**湛江幼儿师范专科学校**  
**ZhanJiang Preschool Education College**

# 2023 级市场营销专业 人才培养方案

经济管理系

二零二三年 六月





陈子欣（毕业生）	广州普星药业有限公司/职员
邓桂平（在校生）	市场营销专业/21 级/2 班
施茂城（在校生）	市场营销专业/21 级/2 班



## 经济管理系

### 2023 级市场营销专业（530605）人才培养方案

#### 一、专业名称与代码

专业名称：市场营销；代码：530605

专业群：电子商务(530701)

#### 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

学制三年，修业年限六年

#### 四、职业面向

表 1 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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业 (51) 零售业 (52)	营销员 (4121) 商品营业员 (4123) 摊商 (4225) 市场营销专业人 员 (2672)	市场调研 市场开发 销售管理 营销策划 售后服务	大学英语四/六级证书、计算机二级证书、普通话证书、助理营销师（国家职业资格三级）、汽车营销师、汽车经纪人、房地产职业经理人、初级会计师、人力资源管理师、教师资格证、1+X 数字营销师、1+X 商务数据分析师等。

#### 五、培养目标与培养规格

##### （一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应现代市场经济需要，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识、精益求精的工匠精神、较强的就业能力和可持续发展的能力，熟练掌握本业知识和技术技能，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

(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) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(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，基本抽样方法和数据分析方法，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。

### 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。

## 六、课程设置及要求

### (一) 课程类别和结构比例表



课程类别		学分	学时	占比%	备注	
公共基础课	人文素养课程	必修（限选）	34	548	37%	
		任选	2.5	40		
		小计	36.5	588		
	科学素养课程	必修（限选）	6.5	104		
		任选	3	48		
		小计	9.5	152		
	综合实践课程	必修（限选）	5	176		
		任选	1	40		
		小计	6	216		
合计		52	956			
专业课	学科素养课程	基础课（共享课程）	17	272	63%	
		核心课（分立）	33	528		
		拓展课（互选）	15	240		
	实习实训课程	22	552			
合计		87	1592			
总计		139	2548			

## （二）课程设置安排

### 1. 公共基础课

公共必修课旨在培养学生的综合素质，为人文素养课程、科学素养课程和综合实践课程，每个课程分别分为必修、限选和任选三种类型，共 52 学分。

#### （1）人文素养课程（35.5 学分）

人文素养课程旨在培养学生的思想品德与综合素质，包含两大类课：思想政治类和其他人文素养类，共计 39 门课程，必修（限选）34.5 学分，任选 2 学分，共计 39.5 学分。

#### （2）科学素养课（9.5 学分）

科学素养课旨在培养学生分析问题、解决问题的能力，包含两大类信息素养类和其他自然科学类，共有 21 门课程，必修（限选）6.5 学分，任选 3 学分，共计 9.5 学分。

#### （3）综合实践课（6 学分）

综合实践课共有 7 门，共 6 学分。综合实践课主要包括必修 5 学分，课程有：大学生职业生涯规划、学生创新创业教育、就业指导、入学教育与军事训练、大学生劳动教育，任选 1 学分，社会实践、志愿服务课程 2 选 1。

### 2. 专业课

专业课以电子商务专业群为单位安排，分为专业群共享课程、专业方向课（大数据与会计专业必修课）、拓展课程（专业群互选课程）和实践性教学课程。其中专业群共享课程（必修）旨在培养专业群素养；方向课，来确定学生具体在专业群哪个方向，分商务英语、电子商务、现代物流管理、大数据与会计、市场营销 5 个方向；互选课，为专业群内通用素质拓展课程，旨在启发学生以专业群为核心的一专多能意识。专业实践



课则分为实训课程、实习课程两部分。

**(1) 学科素养类课程 (65 学分)**

专业群共享课 (必修, 共 5 门, 17 学分): 包括管理学基础、电子商务基础与实务、国际贸易理论与实务、微观经济学、人力资源管理。

专业群方向课 (共 8 门, 33 学分): 包括市场营销学、统计学基础、会计学基础、消费者行为分析、数字营销技术与应用、店面销售与管理等 8 门课程;

专业群互选课 (选修, 18 选 6 门课, 共 15 学分): 包括直播营销、商务数据分析与应用、客户关系管理与实务、谈判与推销实务、营销策划等 18 门课程。

**(2) 专业实践课程 (22 学分)**

专业技能实训课程 (共修 7 门课, 15 学分): 包括必修形体训练、谈判与推销综合实训、市场营销综合实训、创新创业训练市场营销项目实践 4 门, 限选市场营销沙盘模拟、ERP 企业经营沙盘模拟 2 门, 普通话和商务口才与沟通任选 1 门课程。

专业实习课程 (共修 5 门课, 7 学分): 包括必修岗位实习与毕业设计 2 门课程, 毕业教育与专业研习 2 门课程, 专业考察与见习与认识实习任选 1 门课程。

**(三) 专业核心课程主要教学内容和要求**

序号	课程名称	主要教学内容及要求
1	市场营销学	通过本课程的学习, 使学生认识市场营销环境, 掌握市场营销环境分析的基本策略; 理解顾客价值理论, 掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法; 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略; 掌握 4P 策略的主要内容; 了解市场营销战略和营销控制的相关内容。学生初步掌握市场营销环境的分析方法; 能够运用市场细分的若干种方法, 推出相应的目标市场策略和市场定位策略; 能够采取相应的营销策略; 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略; 基本上能够设计和践行相关的营销活动; 可以根据市场条件选择与设计促销策略, 组织参与促销活动。
2	电子商务与基础实务	通过教学, 要求学生了解电子商务的基础知识, 具备网络营销策略与网络品牌战略制订、网络营销管理等方面的知识与能力; 具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力, 具有网络市场调研方案策划与实施的能力, 掌握一定的网络促销技巧
3	消费者行为学	了解市场营销策略与消费者行为的相互关系, 熟悉影响消费行为的各种因素, 掌握消费者个体心理特征对购买行为的影响与制约作用。通过学习, 学生能结合市场调查课程所学的技能, 能够进行消费者的某项消费心理调查; 结合商店的季节销售实际, 能够进行消费者购买行为分析、用户画像; 能在销售实际场地, 能够准确判断出消费者的心理活动; 培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。
4	客户关系管理	通过本课程的学习, 学生掌握客户关系管理理论, 掌握客户组合分析、客户



		信息库构建、客户价值设计、客户周期管理的方法和思路，具备分析客户组合、构建客户信息库、设计客户价值、管理客户周期的能力。
5	市场调研与预测	通过本课程的学习，要求学生掌握调查方案的设计知识；掌握调查问卷的设计；掌握调查资料的收集、整理和分析的有关知识；掌握调查报告撰写；掌握各种预测方法。本课程旨在培养学生的认识问题、分析问题、解决问题的能力。注重学生实际应用技能，倡导学生在项目活动中学会分析研究的技巧，培养学生具备市场调查分析的基本职业能力。
6	品牌策划与推广	通过系统的理论学习、案例教学和实践，使学生能全面深入地理解品牌理论及基本常识，包括品牌的定义及其构成要素、品牌价值的界定及其构成品牌定位原理、品牌个性识别、品牌形象识别、品牌传播的基本概念、品牌延伸的原理、品牌营销战略、品牌推广活动等，并能够综合运用上述品牌理论知识，且有针对性有创意的运用在具体的企业策划过程中。
7	谈判与推销实务	推销与谈判的基本原理——理解现代主要的推销理念，熟悉几种典型的推销模式，掌握推销方格理论与顾客方格理论，理解什么是双赢谈判，掌握谈判计划制定方法。推销与谈判实务——熟悉寻找顾客、约见顾客、接近顾客的方法与策略，掌握商务谈判主要策略，掌握各种成交方法，了解收回货款的方法技巧；有效地留住顾客。

## 七、教学进程总体安排

表 2 教学活动周数分配表（单位：周）

项目周数 学期、年	教育和教学实践活动										总计
	上课	机动 复习	考试	社会实践 志愿服务	专业研习、考察 与见习	岗位实习	军训、入 学教育	毕业 设计	毕业 教育	寒暑假	
一	1	16	1	1	0	0	0	2	0	4	24
	2	16	1	1	1	1	0	0	0	7	27
二	3	16	1	1	1	1				4	24
	4	16	1	1	1	1				7	27
三	5	16	1	1	1	1				4	24
	6	0	0	0		6	8		2	4	20

注：每学期共有 20 周，其中教学周 16 周，机动周或复习周 1 周，考试周 1 周，社会实践（志愿服务）1 周；第 2-5 学期各专业可根据人才培养需要开展 1-2 周专业研习、考察与见习活动；第六学期第 1-16 周为专业研习、专业考察与见习、岗位实习、毕业设计等，第 17-20 周为毕业教育周。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍



市场营销专业已形成一支能满足理论和实践教学、技能考证、教改科研能力较强、职称、年龄结构较为合理的师资队伍。本专业教学团队目前拥有专兼职教师 10 人，其中副高级以上职称 1 人，硕士学位或研究生学历 9 人。市场营销专业积极采取措施多方面提高现有教师的双师素质，保证专业教学的质量。通过顶岗实践、为合作企业提供技术服务、挂职锻炼等形式，本专业专任教师中具备“双师”素质资格的教师有 4 人，占专任教师总数的 40%。

## （二）教学设施

现有的软硬件教学设施和办学条件比较充分。学校建有多个多媒体教室和实训室，能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和实习实训基地，为该专业开设提供了硬软件支持。签订了沃尔玛、乐游等营销企业实训基地。根据专业建设规划，先后建成会计电算化实训室、国际商务情景仿真实训室、办公自动化实训室、国际贸易模拟教学实训室、ERP 沙盘模拟实训室等校内专业实训室，总建筑面积达 1800 平方米，专业生均实践基地建筑面积约 3 平方米。

## （三）教学资源

学校建成面积约 1.64 万平方米的图书馆，生均馆舍面积达 3.1 平方米，文献数量实现 80 册/生，纸质图书达到 42 万册以上，各类电子图书达到 60 万册以上，中外文报刊达到 1100 种以上，各种资源数据库达到 25 个以上；现有多栋教学楼，能满足包含商务英语专业在内的所有学生的授课要求，且所有教室均配备多媒体辅助教学设备设施，建成的标准化考场教室可供 6000 名以上学生同时进行各类考试，完全满足了多样化教育的需求。学校将逐步加大本专业日常教学经费、专业建设和教学改革经费的投入，在图书采购、课程建设、学术科研、师资队伍建设、实训室及实习基地建设等方面增加投入，保证专业建设不断完善。

## （四）教学方法

根据市场营销专业要求实践性强的特点，要充分对照岗位技能标准和要求，本着“岗位怎么做，课堂就怎么教”的出发点，充分采用职业体验法、项目教学法、案例教学法等教学方法，将课程思政融入教学，将经济新业态、营销新技术融入教学，结合“三教”改革，构建“三全”育人，体现营销教学新要求。

## （五）学习评价

以教师评价为主，广泛吸收就业单位、合作企业参与学生学习质量评价，建立多方共同参与评价的开放式综合评价制度。对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。后续工作中将继续加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

## （六）质量管理

建立健全校系两级的质量保障体系，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。

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。专业教研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。

以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

建有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。

## 九、毕业要求

1. 学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的最低学分 139 学分，完成规定的教学活动，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。
2. 本专业学生毕业前可根据自己具体情况考取得下表中职业资格证书。

表 3 市场营销专业职业资格证书要求

证书名称		要求
全国计算机等级考试一级证书		选考
全国四六级英语		选考
普通话二级乙等及以上证书		选考
1+X 数字营销技术与应用		选考
1+X 电子商务数据分析		选考
1+X 直播电商		选考
1+X 网店运营推广		选考
职业资格证书	高级营销员	可考取其中之一
	营销师	

3. 推行证书学分互认制度，学生获得如下证书可自动获取相应学分：

(1) 获得国家普通话水平测试二乙等级或以上证书者，可凭证书自动获得 2 学分，相当于完成课程《普通话》；

(2) 获得英语应用能力考试大学英语等级证书者，可凭证书获得 8 学分，相当于完成课程《大学英语 I》和《大学英语 II》；

(3) 获得全国高校计算机等级考试证书一级或以上等级证书者，可凭证书获得 3 学分，相当于完成课程《信息技术基础》；



(4) 获得 1+X 电子商务数据分析证，可凭证书获得 3 学分，相当于完成课程《商务数据分析与应用》课程；

(5) 获得 1+X 数字营销技术与应用证书，可凭证书获得 4 学分；相当于完成数字营销技术与应用课程；

(6) 获得直播相关证书，可凭证书自动获得 3 学分，相当于完成课程《直播营销》课程。

4. 本专业学生可以通过专插本、专升本、国际交流、网络学院学习、自觉考试等方式继续学习，接受更高层次的教育，其专业面向主要为市场营销、工商管理、电子商务、物流管理等。

## 十、教学进度表



课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	周学时	开课学期	授课时数			考核方式	学分要求	所占比例 (%)		
							讲授学时	实践学时	总学时					
思想政治类	必修	1	14090001	思想道德与法治	2	2	2	24	8	32	考查	52	36.1	
		2	14090003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	3	20	12	32	考试			
		3	14090002	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	4	32	16	48	考试			
		4	14090004	思政课实践教学	1	1	2	0	16	16	考查			
	限选	5	14090005	形势与政策 I	1	2	1	4	0	16	考查			
			14090006	形势与政策 II		2	2	4	0					
			14090007	形势与政策 III		2	3	4	0					
			14090008	形势与政策 IV		2	4	4	0					
	6	14090009	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	1	1	2	16	0	16	考查				
	任选	7		四史课程4选1	0.5	2	2-4	8	0	8	考查			
	小计				10.5			116	52	168				
	人文素养类	必修	11	14050001	大学英语 I	4	4	1	48	16	64			考查
			12	14050002	大学英语 II	4	4	2	48	16	64			考试
			13	14070001	体育与健康教育 I	2	2	1	2	30	32			考查
14			14070002	体育与健康教育 II	2	2	2	2	30	32	考查			
15			14010001	心理健康教育 I	2	2	1	8	0	32	考查			
			14010002	心理健康教育 II		2	2	8	0					
			14010003	心理健康教育 III		2	3	8	0					
			14010004	心理健康教育 IV		2	4	8	0					
16		14070003	军事理论	2	2	1	28	8	36	考查				
限选		17	14030001	大学语文 I	2	2	3	28	4	32	考查			
		18	14070004	体育与健康教育 III	2	2	3	2	30	32	考查			
		19	14070005	体育与健康教育 IV	2	2	4	4	28	32	考查			
		20	14030003	中华优秀传统文化概论	1	1	1	9	7	16	考查			
		21	14010013	奥尔夫音乐(慕课)/大学美育	1	2	1	16	0	16	考查			
任选	22		其他人文选修课程20选1	2	2	3	17	15	32	考查				
小计				26			236	184	420					
小计				36.5			352	236	588	考查				
自然科学素养类	信息素养类	必修	40	14100001	信息检索与网络安全	0.5	2	2-3	8	0	8	考查		
		限选	41	14100002	信息技术基础	3	3	1	20	28	48	考查		
		任选	42		信息素养类课程14选1	2	2	2-5	16	16	32	考查		
	其他自然科学	必修	52	14080002	大学生健康教育	1	1	2-3	8	8	16	考查		
		限选	53	14080003	高等数学	2	2	1-2	24	8	32	考试		
		任选	54		其他自然科学类课程6选1	1	1	2-3	10	6	16	考查		
小计				9.5			86	66	152					



综合实践课	必修	61	14010009	大学生职业生涯规划	0.5	2	1	8	0	8	考查
		62	14100017	大学生创新创业教育	0.5	2	2	8	0	8	考查
		63	14010008	就业指导	1	4	5	16	0	16	考查
		64	14070006	入学教育与军事训练	2	64	1	16	112	128	考查
		65	14080008	大学生劳动教育	1	1	1-4	8	8	16	考查
	任选	66		综合实践类课程2选1	1	10	1-4	0	40	40	考查
小计					6			56	160	216	
合计					52			494	462	956	



公共基础课任选课程

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	周学时	开课学期	授课时数			考核方式	学分要求	所占比例 (%)
							讲授	实践学时	总学时			
思想政治类	1	34090010	中国共产党党史	0.5	2	2-4	8	0	8	考查		
	2	34090011	新中国史									
	3	34090012	改革开放史									
	4	34090013	社会主义发展史									
小计			0.5			8	0	8				
人文素养类 其他人文素养类	1	34030003	应用写作	2	2	3-5	17	15	32	考查		
	2	34030004	唐诗宋词欣赏									
	3	34030005	大学生礼仪									
	4	34030006	演讲与口才									
	5	34090014	世界文化史									
	6	34030007	影视鉴赏									
	7	34060001	音乐艺术									
	8	34060002	舞蹈艺术									
	9	34110004	人力资源管理概论									
	10	34030009	书法艺术									
	11	34080001	大学生棋艺									
	12	34110005	金融投资与理财									
	13	34030010	文学鉴赏									
	14	34090015	中国近现代史纲要									
	15	34090016	马克思主义基本原理									
	16	34030011	大学语文II									
	17	34050003	大学英语III									
	18	34110003	茶文化与茶艺									
	19	34110006	电子商务基础(慕课)									
	20	34060003	歌舞礼乐									
小计			2			17	15	32				
信息素养类	1	34100003	摄影与摄像技术	2	2	2-5	16	16	32	考查		
	2	34100004	网页设计									
	3	34100005	Photoshop平面图像处理									
	4	34100001	边缘计算与职能视觉应用(慕课)									
	5	34100014	二维动画设计与制作									
	6	34100008	STEAM创客教育									
	7	34100009	人工智能技术导论									
	8	34100010	机械识图与机械基础									
	9	34100011	现代科技概论									
	10	34100013	Python程序设计									
小计			2			16	16	32				
自然科学												



学 素 养 类		11	34100012	信息素养			2	2-5					
		12	34040002	统计初步			2	2-5					
		13	34040003	Excel 数据分析			2	2-5					
		14	34040004	网络数据采集			2	2-5					
	其他自然科学	任选	1	34080013	安全与国家安全教育	6选1	1	1	2-3	10	6	16	考查
			2	34080012	人口资源与海洋科学				2-3				
			3	34080011	节能减排与绿色环保				2-3				
			4	34080010	饮食营养与健康				2-4				
			5	34080009	大学生性健康修养				2-4				
			6	34080008	保育理论与实践				2-4				
	小计					3			26	22	48		
	综合实践课	任选	1	34050006	社会实践	2选1	1	10	1-4	0	40	40	考查
			2	34050007	志愿服务								
	小计					1			0	40	40		



课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	周学时	开课学期	授课学时			考核方式	学分要求	所占比例 (%)	
							讲授学时	实践学时	总学时				
专业共享课	共享课程	1	24110253	管理学基础	4	4	1	32	32	64	考试	87	62.5
		2	24110026	电子商务基础与实务	3	3	2	28	20	48	考试		
		3	24110167	微观经济学	4	4	3	32	32	64	考试		
		4	24110088	国际贸易理论与实务	3	3	3	28	20	48	考查		
		5	24110136	人力资源管理	3	3	4	28	20	48	考试		
小计				17					272				
专业核心课	市场营销方向	1	24110028	市场营销学	4	4	1	32	32	64	考试		
		2	24110020	经济法概论	3	3	1	32	16	48	考试		
		3	24110165	统计学基础	3	3	2	24	24	48	考试		
		4	24110092	会计学基础	3	3	2	32	16	48	考试		
		5	24110161	数字营销技术与应用 (1+X证书)	4	4	2	32	32	64	考试		
		6	24110180	消费者行为分析	3	3	3	32	16	48	考试		
		7	24110140	商品学概论	3	3	3	24	24	48	考试		
		8	24110372	营销策划	4	4	4	32	32	64	考试		
		9	24110150	市场调研与预测	3	3	5	24	24	48	考试		
		10	24110371	品牌策划与推广	3	3	5	24	24	48	考试		
小计				33					528				
专业拓展课	互选课程	1	24110143	商务数据分析与应用 (1+X证书)	3	3	2	24	24	48	考试		
		2	24110207	直播营销 (1+X证书)	3	3	3	32	16	48	考试		
		3	24110037	Excel财务应用	4选1	3	3	4	24	24	48	考查	
		4	24110111	客户关系管理与实务									
		5	24110197	运筹学基础									
		6	24110370	区块链技术基础									
		7	24110085	管理会计实务	5选1	2	2	4	16	16	32	考查	
		8	24110428	会计电算化									
		9	24110162	谈判与推销实务									
		10	24110427	英语听力和口语	3选1	2	2	5	16	16	32	考查	
		11	24110373	服务心理学									
		12	24110132	汽车市场营销实务									
		13	24110077	房地产市场营销实务									
		14	24110053	茶文化与茶营销 (茶艺证)	2选1	2	2	5	16	16	32	考查	
		15	24110185	新零售运营									
		16	24110074	店面销售与管理									
小计				15					240				
实践性教学课程	实训课程	必修	1	24060002	形体训练	2	2	1	0	32	32	考查	
			2	24110231	普通话 (普通话证)	2	2	1	16	16	32	考查	
			3	24050033	商务礼仪	2	2	2	16	16	32	考查	
		限选	4	24110151	市场营销沙盘	2	2	2	0	32	32	考查	
			1	24110035	ERP企业经营沙盘	2	2	4	0	32	32	考查	
			2	24110154	市场营销综合实训	3	3	5	24	24	48	考查	
	任选	1	24110379	数字互动营销实训	2选1	2	2	5	0	32	32	考查	
		2	24110144	商务英语									
	实习课	必修	1	24110363	岗位实习	4	4	6	0	128	128	考查	
			2	24110362	毕业综合鉴定 (毕业论文/设计)	1	1	6	0	16	16	考查	
		限选	1	24110361	毕业教育	0	2周	6	40	0	40	考查	
			2	24110360	专业研习	1	2周	6	0	64	64	考查	
任选		1	24110378	专业考察与见习	1	2周	5/6	0	64	64	考查		
		2	24110424	认识实习									
小计				22			96	456	552				
合计				87			660	932	1592				



执笔人：宣芳敏

审核人：林慧君

分管校领导：李相文