

培养方案制 (修)订和审 核人员	制(修)订人	教学部门负责人
	余彦蓉	李高峰、陈建成
	企业代表	
	胡一飞	

## 广州城市职业学院 2022 级市场营销专业人才培养方案

(3 年制)

### 一 . 【专业名称及代码】

专业名称：市场营销

专业代码：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毕业生。

### 三 . 【修业年限】

基本学制 3 年，实行弹性修业年限：3—6 年

### 四 . 【职业面向】

**职业面向分析表**

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)	职业技能等级证书
财经 商贸大类 (53)	工商 管理类 (5306)	批发零售业 (F51、 F52) 商务服务业 (L72)	营销员 (4- 01-02-01) 电子商务师 (4-01-02- 02) 市场营销专 业人员 (2- 06-07-02)	销售代表 销售主管 客服 / 客服主管 网络推广专员 电商运营专员 / 主管 市场调研专员 策划助理 研究助理	(1) 高等学校职业英语能力认证证书 (2) 高等学校计算机水平考试一级或 二级证书 (3) “1+X” 职业技能等级证书—— 商务数据分析 (初级、中级) (4) “1+X” 职业技能等级证书—— 互联网直播运营技术 (中级) 等证 书

**培养岗位与职业能力**

序号	培养岗位	岗位描述	职业专门能力	对应课程
1	销售员★ / 业务员★ / 销售及业 务主管	在企业销售部门从事销售、 终端业务推广等相关工作 及基层管理工作。	营销职业认知及规划能力；行业及 竞争对手资料收集能力；客户开发 能力；客户需求分析挖掘能力；推 销技巧；谈判能力；客户管理及销 售团队管理。	市场营销； 营销职业认知与创业训练； 国际商务沟通； 市场调查； 销售管理； 直播营销

序号	培养岗位	岗位描述	职业专门能力	对应课程
2	电商运营专员 / 新媒体（营销）运营专员★	在企业从事电商或新媒体运营推广工作。	营销职业认知及规划能力；行业及竞争对手资料收集能力；客户开发能力；客户需求分析挖掘能力；线上产品说明写作能力和图像修饰美化能力；商务数据分析能力；运用新媒体营销推广能力；线上线下推广活动策划实施能力。	市场营销； 营销职业认知与创业训练； 国际商务沟通； 市场调查； 网络营销； 营销策划实务； 商业数字图像处理； 网店运营管理； 商务数据分析； 短视频营销； 新媒体营销综合实训
3	营销活动执行督导、策划助理	在企业市场部或营销中介公司从事营销活动执行管理、策划工作。	营销职业认知及规划能力；行业及竞争对手资料收集能力；客户需求分析挖掘能力；客户导向解决问题的能力；谈判能力；营销活动策划、组织能力；利用新媒体进行产品和品牌推广的活动策划和组织能力；团队管理能力。	市场营销； 营销职业认知与创业训练； 市场调查； 网络营销； 营销策划实务
4	客服 / 网络客服 / 客服主管	在企业客户服务部门从事客户服务及基层管理工作。	营销职业认知及规划能力；客户导向解决问题的能力；客户关系维护能力、谈判能力；客户管理及服务团队管理。	市场营销； 营销职业认知与创业训练； 国际商务沟通

## 五. 【培养目标与培养规格】

### （一）培养目标

本专业立足广州，面向粤港澳大湾区，服务于本地生活商贸服务业产业，培养积极践行社会主义核心价值观、理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有积极进取、善于自我压力管理，敢于创新并承担风险的企业家精神等职业素养，具备较强的商务沟通、推销谈判、客户移情能力、商务数据分析能力、电商运营能力、营销活动策划及实施能力、客户管理及服务能力，能够从事线上线下销售推广、电商运营、营销活动策划、客户服务等岗位工作的高素质复合型技术技能人才、社会主义建设者和接班人。

### （二）培养规格

#### 1. 素质

##### （1）思想政治素质

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。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。

##### （2）职业素质

诚实守信，有责任心；积极进取、善于沟通合作及自我压力管理和情绪管理、具备职业生涯规划意识；具有持续学习、敢于创新并承担风险、百折不挠的企业家精神；有社会责任感，具备绿色环保、国家安全、遵纪守法等公民意识。

### **(3) 人文素养与科学素质**

了解粤商文化及其他商文化，吸纳、融合中华优秀传统文化精华；具有适应社会主义核心价值观体系的审美能力和方法能力；具备营销专业领域必备的信息素养，了解并运用互联网直播技术及数字营销新技术。

### **(4) 身心素质**

具有一定的体育运动和心理健康知识，养成锻炼身体的好习惯，达到国家规定的体育及心理健康标准；积极乐观，吃苦耐劳，能承受并化解岗位工作带来的身心压力；拥有良好的人际关系和健全的人格品质。

### **(5) 创新创业素质**

关注本专业领域的新发展动态，理想坚定，敢于担当，具有企业家创新精神；良好的沟通能力与心理承受能力；眼界开阔、思维活跃、行动积极，具有自我成就意识。

### **(6) 劳动素养**

注重学生在营销实践过程中的劳动心态和劳动技能的培养。包括对待销售工作的态度，服务客户的心态，对客户需求的认等，解决专业问题中劳动工具及方法的运用等。

## **2. 知识**

### **(1) 文化知识**

政治理论和形势、国家安全、绿色环保、社会责任、中华优秀传统文化等知识；英语、信息技术应用、相关法律法规知识。

### **(2) 社会知识**

了解商业社会组织及架构之间的关系，了解商业社会组织之间的利益、道德与制度相关知识。掌握商业社会人与人交往的基本准则，做事的底线。

### **(3) 专业知识**

了解相关的经管类职业基础知识，包括经济、管理、国际贸易、营销法规、会计、统计等学科的相关知识；掌握营销专业知识，包括市场营销组合、消费者行为分析方法、推销技巧、商务谈判方法、市场调查方法、商务数据分析、网络营销工具运用以及营销活动策划方法；熟悉现代营销新知识、新技术。

## **3. 能力**

### **(1) 职业通用能力**

良好商务礼仪、沟通能力、计算机商务运用能力、职业英语应用能力、初级管理能力、职业规划与实施能力。

### **(2) 职业专门能力**

营销职业认知与规划能力；行业、竞争对手、消费者等市场信息收集能力；客户需求分析及挖掘能力；新客户开发能力；推销及谈判能力；客户导向的解决问题能力、客户关系管理能力；了解各类网络营销工具和方法，能够运用新媒体进行营销推广；具有数据意识，具备初级商务数据分析能力；

线上线下推广活动策划及组织实施能力；具备一定的创新创业能力；具备一定的初级营销管理岗位能力，包括业务分析能力、团队管理能力。

### (3) 职业拓展能力

电商平台及新媒体运营能力，包括视觉传达设计与表现、数字图片处理能力、网络信息编辑、网店运营管理等；跨境电商运营能力，包括国际贸易知识、跨境电商运营等；汽车行业销售及服务，包括汽车销售服务技法、汽车保险与理赔等

## 六【课程设置及要求】

课程设置分为公共基础课程和专业课程两类

### (一) 公共基础课简介

略

### (二) 专业课

#### 1. 专业（群平台 / 基础）课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
1	市场营销	1	24	<p>1. 素质目标：良好的商业伦理道德、企业家创新精神和团队协作能力。</p> <p>2. 知识目标：掌握市场营销理念、市场营销工作的基本内容；掌握市场营销环境分析、消费行为分析理论和方法；STP内容及市场营销组合策略的知识。</p> <p>3. 能力目标：能区分不同市场营销观念，能执行STP策略和市场营销组合策略。</p>	<p>采用项目教学，创设工作情景，选用典型的案例和任务为载体。内容设计5个实训项目：组建公司、商业环境分析、STP策略制定、营销组合策略制定、撰写市场营销方案。</p>	<p>通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能开展市场营销活动分析</p>	<p>遵循商业道德伦理规范，培养学生正确的营销价值观；树立四个自信；建立正确的竞争观念，培养严谨专注的工匠精神；建立诚信和守法经营观念。具备社会责任感、职业道德和职业精神、团队合作、沟通交流和改革创新等职业素养。</p>
2	商务数据分析	3	54	<p>1. 素质目标：具备信息素养，做事认真细致的职业精神，以及敬业精神。</p> <p>2. 知识目标：掌握商务数据资料的整理、分析和运用的方法和思路；熟悉商务数据分析指标体系；掌握EXCEL进行数据分析的基本方法。</p> <p>3. 能力目标：了解电商大数据分析的工具并掌握数据解读的能力。</p>	<p>数据分析认知；数据分析基本方法；数据分析能力运用；数据分析报告的撰写。</p>	<p>通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行有效开展商务数据分析。</p>	<p>数据获取渠道和方法的教育、数据清洗规则的教育、数据使用范围的教育。培养自学学习意识职业道德、行业规范。让学生走正道、行正事，不做有违社会主义核心价值观的事，在课堂中注意数据分析用途的正能量输出，从而达到潜移默化引导学生合法、合规获取和使用数据的目的。</p>

## (二) 专业课

### 1. 专业（群平台 / 基础）课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
3	跨境电子商务	3	54	<p>1. 素质目标：团队协作精神，勤于思考，做事认真的良好作风。</p> <p>2. 知识目标：平台操作基本知识技巧。</p> <p>3. 能力目标：能在跨境电商平台上开展基本的客户服务，能运用社交媒体平台进行产品营销推介。</p>	<p>客户开发的前期准备，注册网店，熟悉平台操作规则，选定产品进行价格核算，选择产品类目，拟定产品标题，填写产品属性信息，产品发布与优化，国际物流与货物运输，营销手段，纠纷处理。</p>	<p>运用真实的平台，让学生注册店铺上传产品，进行实战教学。积极利用网络资源，不断增加教学资源的品种，不断提高教学资源的针对性。</p>	<p>激发学生关注国家跨境电商相关政策文件的法制意识，能够合法合规地独自运营跨境电商平台。</p>
4	国际商务沟通	2	36	<p>培养学生基本职业沟通技能和礼仪，并为学生更好地掌握营销岗位沟通能力奠定基础，为进一步学习推销谈判技能打好基础。</p>	<p>认识有效沟通；有效沟通的技巧；商务礼仪；商务演讲</p>	<p>通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行有效沟通</p>	<p>培养良好的职场沟通意识以及跨文化交际意识；培养团队协作精神</p>

### 2. 专业技能课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
1	营销职业认知与创业训练	2.5	45	<p>让学生了解营销职业的种类、特性、营销职业能力素质需求，了解营销专业课程体系，并让学生了解自己的职业价值观、职业兴趣、职业能力等；在此基础上，学生制定三年职业规划，对三年的学习实施目标化管理。</p>	<p>营销职业认识；认识自我；营销规划基础概念；制定个人职业规划；职业素质培养</p>	<p>通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法培养学生的营销职业素养</p>	<p>熟知商业社会伦理道德及规范，掌握营销职业岗位规范、脚踏实地做事、诚实守信、勇于创新、树立民生观念，增强回报社会的责任感。</p>
2	现代管理方法	2	36	<p>掌握管理基本原理；熟悉管理理论；能熟练使用计划、组织、协调、控制、激励、指挥等功能。掌握伦理道德、社会主义公民道德等</p>	<p>管理学概念；管理学发展；管理功能；划、组织、协调、控制、激励、指挥；企业伦理、企业社会责任</p>	<p>通过多媒体教学和网络教学使学生掌握物流岗位群工作方法</p>	<p>国家政策、法治理念、爱岗敬业，吃苦耐劳，保密，相互尊重，职业规范</p>

## 2. 专业技能课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
3	经济学基础	3	54	掌握微观和宏观经济学的基本理论和经济学的基本规律,通过学习,能对普遍的社会经济现象进行较专业的分析和判断,为学生学习经济类或管理类其它专业课程奠定基础。	经济学概念; 供给与需求的现实应用; 消费者行为理论; 生产与成本理论; 市场类型和特征; 生产要素的价格; 宏观主要经济变量及其衡量; 短期宏观经济波动的解释;	通过多媒体教学和案例讨论等教学手段使学生能运用经济学理论分析问题	遵纪守法、, 正面积极、客观公正看待、评价国内外经济社会现象; 脚踏实地做事、诚实守信、树立民生观念, 增强回报社会的责任感。
4	电子商务基础与实训	3	54	培养学生的基本职业沟通技能和礼仪, 并为学生更好地掌握营销岗位沟通能力奠定基础, 为进一步学习推销谈判盘技能打好基础。	认识有效沟通; 有效沟通的技巧; 商务礼仪; 商务演讲	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行有效沟通	具有踏实、勤奋、积极、主动、负责、良好表达、沟通的职业素养; 培养团队协作、组织、协调、决策的职业素养。
5	营销策划实务	3	54	明确营销活动策划的岗位内容及岗位要求; 熟悉营销活动策划的工作流程、方法、基本技能; 能够完成常用营销活动策划, 能撰写完整的营销策划书; 区分辨别各种营销活动策划的优劣。	岗位认知; 营销策划一般原理及营销策划书的撰写; SP 策划; 公关策划; 广告策划; 渠道策划; STP 策划; 品牌策划	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法培养学生的营销策划能力	培养团队合作精神; ②发挥主观能动性, 不断创新; 能主动学习课堂外的知识, 拓展自己的视野; 吃苦耐劳, 熟知商业社会伦理道德及规范
6	消费行为分析	3	54	理解领会消费者行为基本规律, 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, 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。	消费者研究专员岗位基础训练; 消费者研究建模岗位实务; 消费者行为分析; 消费者研究与营销建议	理解领会消费者行为基本规律, 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, 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。	有效获取、识别、评估、使用消费行为信息, 网络伦理道德与信息安全意识; 正面积积极的消费者行为分析角度。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
7	市场调查	3	54	掌握四类调研方法能力和三项内容分析能力,包括二手资料调查、观察法调查、非结构化访谈(深度访谈)、问卷调查(定量调查);行业分析能力、竞争者分析能力、消费者行为分析能力。	认识市场调查;制定市场调查计划;设计问卷;采集数据;数据处理与分析;完成调研报告	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能开展市场调查活动	注重调查研究、依据数据信息进行决策的理性思维习惯和能力;遵守数据搜集行业伦理和保护个人隐私等相关法律法规,具有法治意识;合作学习和解决问题的意识和能力;养成观察研究营销业态新发展的意识和习惯,提升创新创业意识和能力。
8	销售沟通技法	3	54	在直播销售场景、简单产品 B2B 及复杂产品 B2C 销售场景下培养各类市场营销业务人员及初级管理人员推销谈判的能力。	1 推销技巧模块:推销前准备、接近顾客、推销洽谈、异议处理、成交;2 商务谈判模块:谈判前准备、谈判开局、谈判磋商、谈判签约	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行有效沟通	遵守各平台直播规则、商业基本规范;诚实守信;使用规范语言用语,内容设计包含四个自信,弘扬社会主义核心价值观
9	网络营销	3	54	掌握网络营销的基本理论和核心内容,掌握搜索引擎、社会化媒体等网络营销工具的使用,掌握网络营销活动策划的能力	认识网络营销;搜索引擎营销;社会化媒体营销;网络广告营销;网络整合营销	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能开展网络营销活动、实训室安全教育	遵循商业道德伦理规范,培养学生正确的营销价值观;树立四个自信;建立正确的竞争观念,
10	销售管理	3	54	培养学生销售管理工作中构建销售组织、管理销售渠道、制定销售计划、分析与管理销售费用、管理客户关系、招聘与培训销售人员、销售人员薪酬设计与激励、销售人员绩效考核等知识和技能。	销售经理角色;销售业务管理;销售团队管理	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能开展销售管理活动	培养学生的大局意识、担当意识、社会责任意识和敬业、诚信、友善的职业素养;销售团队管理培养学生文明、友善、合作、创新意识。
11	商业数字图像处理	4	72	了解商业数字图像的特点,提高对色彩构成及图形构成的认知,提高审美能力。了解和掌握图形图像处理的一般思路和过程,掌握并利用图形处理软件的基本方法和手段。能够独立对图片进行的处理,能够进行平面的相关创意设计。	Photoshop 基本操作、选区创建与编辑、图层、绘制与修饰工具、路径与矢量图形工具的应用,通道和蒙板、褪底与抠图、文字与滤镜工具的使用。	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能处理商业数字图像	培养自学意识、职业道德、行业规范。让学生走正道、行正事,不做有违社会主义核心价值观的事,在课堂中注意图片、图形设计用途的正能量输出,合规获取和使用商业图片资源、不违反国家法规、符合社会道德。
12	短视频营销	3	54	依据品牌定位和客户需求,制作短视频,提升品牌认知度,提高产品销售量,掌握线上客户引流到实体店铺的方法和技巧,并能判断短视频优劣。	短视频账号搭建、短视频人设设定、短视频初期制作及测流、短视频推广(投流)、短视频内容营销情况评估与反馈	通过新媒体平台各类短视频营销案例分析,多媒体教学、实训项目等教学手段和方法使学生能进行短视频内容制作和短视频推广。	有效获取、识别、评估、使用消费行为信息,网络伦理道德与信息安全意识;正面积积极的消费者行为分析角度。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
13	直播营销▲	3	54	掌握直播营销流程、直播工具及直播间的销售技巧、掌握淄博场景设置及设备应用。	直播营销流程、直播工具及直播销售技巧，直播场景设置方法。	通过直播营销案例分析，多媒体教学、实训项目等教学手段和方法使学生能进行直播营销。	遵循商业道德伦理规范，培养学生正确的营销价值观；树立四个自信；建立正确的竞争观念；

### 3. 专业综合实践课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
1	新媒体营销综合实训	3	54	以新媒体运营工具实战为基础，掌握新媒体运营基础知识和基本理论，熟悉新媒体运营的基本流程和基本方法，	新媒体运营知识入门；新媒体运营职业介绍；用户运营、产品运营、内容运营、活动运营方法与实训。	通过在校内、校外等实训基地实习，培养学生的新零售营销能力	培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯
2	新零售营销综合实训	2	36	掌握提升新零售营销的方法，培养学生对新零售运作模式的关注，激发对新零售营销相关活动的探索意识及创新精神	新零售本质；新零售营销模式变革及创新；O2O社群粉丝营销模式；人格化IP粉丝营销模式；整合互联网O2O营销；移动广告精准数据及会员营销；新零售社群新媒体IP营销趋势	通过在珠啤等实训基地实习，培养学生的新零售营销能力	培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯
3	营销沙盘实训	2	36	学生深入了解制造业企业营销业务流程，学会市场信息收集与分析、目标市场选择、消费行为分析、营销策略策划、渠道管理等市场营销核心技能，学会成本利润核算、资金管理的基本方法，深刻体会市场竞争的现实性和激烈性。	制造业企业主要业务；会计核算基础；熟悉系统操作规则；经营竞争初体验；技能进阶；技能提升	通过营销沙盘软件实训，培养学生的营销能力	培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯
4	营销岗位综合实训▲	8	144	综合训练学生的客户开发及管理、市场调研、推销谈判、营销活动策划、线上线下营销推广组织实施等营销专业核心技能。	在工商企业销售、客户服务、策划、调研等岗位进行跟岗实习。	通过在营销岗位实习，培养学生的综合营销能力	将爱岗敬业、工匠精神等思政元素融入专业岗位综合实训，使得课程思政理念与岗位实践活动有机结合，履行基于实践育人模式，增强育人实效。
5	市场营销专业毕业实习与毕业实习报告	16	288	掌握销售、市场、客服业务的工作流程和工作技巧，胜任英语电话或网络客服的日常业务工作。	1. 毕业顶岗实习	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法培养学生的营销策划能力	培养团队合作精神；②发挥主观能动性，不断创新；能主动学习课堂外的知识，拓展自己的视野；吃苦耐劳，熟知商业社会伦理道德及规范

## 4. 专业拓展课

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
1	商务信息搜索与处理	1	18	了解和掌握商务信息搜索与处理的一般思路 and 过程、方法,能够独立对商务信息内容进行的处理。	商务信息搜索与处理的一般思路 and 过程、方法,商务信息内容搜索及处理。	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行商务信息搜索与处理。	遵守数据搜集行业伦理和保护个人隐私等相关法律法规,具有法治意识;
2	经济法	2	36	培养学生的法律意识,熟悉公司法等市场主体法律制度,公司法、反不正当竞争法等市场行为规制法律制度	市场主体法律制度,包括公司法等;市场行为规制法律制度,包括合同法、反不正当竞争法等;企业融资法律制度。	通过多媒体教学、案例讨论等教学手段和方法培养学生的经济法意识和运用经济法分析问题能力	了解商贸服务业的基本准则,遵守相关经济法律法规,具有法治意识;
3	大数据营销	3	54	让学生能够基于多平台的大量数据,依托大数据技术的基础上,选择合适的营销方式。	基于大数据分析的基础上,描绘、预测、分析、指引消费者行为,从而制定有针对性的商业策略。	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法制定合适的商业策略	了解商贸服务业的基本准则,保护个人隐私等相关法律法规,具有法治意识;
4	网店运营管理	3	54	训练和培养学生利用淘宝、京东、拼多多等电子商务平台从事网店建设与运营的实践能力。	网店开店流程;网店开店技巧,包括装修,商品上架,网店运营等;网店数据分析。	通过网店开店全流程实训,培养学生的网店开设与运营能力。	养成良好礼仪修养及语言表达素养。具备保守公司机密的职业道德。培养独立学习、商业运作的职业作业要求。
5	国际贸易实务	3	54	掌握电子商务运营与管理的相关知识,基本能够自主开设网店并进行网店的运营管理。	电子商务导论、模式网络营销简介;电子商务客户关系管理、支付与安全、物流与配送;移动电商简介、跨境商务简介	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行电子商务活动	学生正确认识当代中国、外部世界、树立正确核心价值观,培养学生爱国情怀、文化自信、工匠精神、诚信意识。
6	网络信息编辑实务	3	54	掌握网络信息编辑的一般思路 and 过程,掌握并利用各类工具软件的方法,能够独立对网站内容进行处理,掌握从事电商行业相关岗位实际动手技能。	感知网络信息编辑;筛选与归类网络信息;编辑网络稿件;规划与设计网站;网站信息原创;创作网站专题	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行网络信息编辑	具备保守公司机密的职业道德。培养独立学习、商业运作的职业作业要求。
7	跨境新媒体营销	2	36	创新创意思维,团队协作精神。跨境新媒体营销知识。能进行海外社交平台站外推广,运营海外社交媒体账号。	在网络条件下开展跨境市场调研以及各种跨境网络营销的技术手段和方法,还基本能够独立分析和解决跨境网络营销实践中存在的问题。	运用任务驱动,项目导向方法拓宽学生的职业能力,拥有跨境新媒体营销的基本能力。	让学生懂得如何根植于民族文化传统,讲好弘扬民族精神、体现民族意识的中国故事。
8	新媒体商务视觉传达设计	3	54	能进行审美判断、掌握较系统的专业知识,掌握相应的设计思维、表达、沟通和管理技能,	视觉传达设计的基础知识,设计方法,新媒体创意思维,团队协作精神。跨境新媒体营销知识。能进行海外社交平台站外推广,运营海外社交媒体账号。体传播等领域的视觉规律及设计表现的学习及实训。	通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能进行商务视觉传达设计	具备服务社会意识、责任意识及创新意识,有国际视野和敏锐的时代意识,具有审美能力和严谨务实的科学作风;

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要内容	教学要求	课程思政元素
9	门店运营管理实务	3	54	通过门店运营与管理所涉及的各个项目对学生进行系统和强化训练,让学生在学完具体项目后能够掌握门店运营与管理所需要的知识。	门店环境分析、门店业态选择和经营规模分析、商圈调查、商圈分析及确定、确定选址、案例学习、知识拓展、团队项目实战训练、门店外部设计	以门店开设到运营管理的流程为主线,采用项目的形式,按照业务的工作过程设计内容,将门店店长的必备知识融入到各个项目中,突出实际操作能力的培养。	具备保守公司机密的职业道德。培养独立学习、商业运作的职业作业要求。
10	渠道管理	2	36	掌握快消品渠道管理整体程序和工作任务,初步掌握快消品及耐用品的渠道设计、渠道管理等内容。	渠道管理基本知识、渠道规划、渠道成员选择、激励与控制、渠道冲突与合作、评估与创新。	培通过多媒体教学、案例讨论、实训项目等教学手段和方法使学生能开展渠道管理活动	具备保守公司机密的职业道德。培养独立学习、商业运作的职业作业要求。
11	VBSE综合实训	2	36	能够进行商业环境分析,了解商品设计、竞争对手分析,能进行战略设计和实施	商业环境分析,商品设计、竞争对手分析,战略设计和实施,市场营销策略	VBSE专业实训室教学,理论分析和实操	培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯

## 七.【教学进程总体安排】

### (一) 教学计划总体安排 (单位: 周)

序号	教育教学活动		各学期时间分配 (周)						合计
			一	二	三	四	五	六	
1	教学活动时间	理论教学、实践教学、技能鉴定、资格认证培训等	16	18	18	18	18	16	104
2	其它教育活动时间	考核	1	1	1	1	1		5
3		机动		1	1	1	1	3	7
4		入学教育、军训	2						2
5		毕业教育、毕业离校						1	1
合 计			19	20	20	20	20	20	119

### (二) 其他说明

#### 1. 专业人才培养模式

市场营销专业采用校企联合培养,创新构建“综合素质+营销实战”人才培养模式,在参照已有的企业营销人员胜任力模型的基础上,对产业企业相关人员、专业教师等利益相关人员进行深度研讨,确定职业化素养、职业发展能力、营销职业能力3大类、13小类的综合素质指标体系。并在多个环节、运用多种方法、由多主体参与的对“综合素质”目标的达成进行人才培养质量的测评。在明确专业人才培养的“综合素质”目标基础上,构建系统的“营销实战”教学体系。为广州商贸服务业培养适应“互联网+”新技术、新模式、新应用的高素质复合型技术技能营销人才。

2. 课程教学模式 简要说明本专业课程贯彻行动导向的教学模式采取的具体模式，如：工学交替、任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等。

围绕综合素质培养目标，本专业课程贯彻行动导向的任务驱动、项目导向、理实一体化等多种模式。本专业课程包括课堂课程、校园营销实践活动、为期一年的顶岗实习三个部分。的实战训练构成本专业一体化的营销实战训练体系。专业课程的课内实训采用任务驱动、项目导向模式，尽量开展生产性实训或模拟企业真实案例原型校企合作共同开发实训项目。校园营销实践活动和顶岗实习采用理实一体化模式，校园营销实践活动由职业技能竞赛、创业活动、校园商务活动构成。顶岗实习是最真实的营销实战，学生在企业岗位上实习锻炼一年，在毕业时已经获得了丰富的实战经验和营销技能技巧。三部分课程构成本专业一体化的营销实战训练体系。

### 3. 书证融通

市场营销专业将学历证书与 1+X 商务数据分析、1+X 互联网直播技术职业技能等级证书相互融通，对标职业技能等级标准，将相应标准融入《商务数据分析》、《直播营销》、《销售沟通技法》、《新媒体营销综合实训》等课程中。积极拆解职业技能等级标准的知识点、技能点和素养点，与课程的知识点、技能点和素养点进行精确匹配、重组，课程的理论知识考试涵盖与职业技能等级证书对应的主要知识，操作技能考核覆盖职业技能等级证书对应的基本要求，完成与专业课程标准的多维融合。

## 八. 【实施保障】

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于校 18:1，双师素质教师占教师比例达 100% 以上，专任教师队伍形成职称、年龄较为合理的梯队结构。

#### 2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格，有理想信念，有道德情操，有扎实学识，有仁爱之心，具有工商管理等相关专业本科及以上学历，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

专业带头人能够较好地把握国内外商贸服务业行业，市场营销专业的发展，能广泛联系行业企业，了解商贸服务业行业企业专业人的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域具有一定的专业影响力。

#### 4. 兼职教师

兼职教师主要从事本专业相关的工商管理或相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和专业精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，在商贸服务业行业中工作业绩突出，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

#### 1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（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，并实施网络安全防护措施；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. 本专业校内外实训室基本要求

类型	实训基地（室）名称	主要实训项目	对应课程	条件
校内	多功能营销实训室	客户沟通、演讲、会议沟通、辩论、商务礼仪、深访、座谈会、汽车销售、4S 店前台接待礼仪等	商务沟通、市场调查、营销策划实务	多功能营销实训室
	国际商务孵化中心	国际贸易、国际商务业务实训	国际贸易实务、商业数字图像处理、跨境电子商务	可上网计算机设备、打印机等办公设备
	营销策划实施中心	营销策划及实施、销售沟通技法	营销策划实务、国际商务沟通	可访问外网，可访问网络中心教学资源；路演设备；配市场营销综合实训系统；会议桌椅
	电子商务综合实训室	电子商务综合实训	电子商务综合实训、网络营销	可访问外网，可访问网络中心教学资源；配电子商务综合实训系统
	珠啤新零售体验中心	直播实训	直播营销、销售沟通技法、跨境英语直播	可访问外网，可访问网络中心教学资源；路演设备；配市场营销综合实训系统；会议桌椅、直播设备、智慧零售设备
		门店模拟销售	门店销售管理	
		新媒体运营项目	新媒体营销综合实训	
		短视频制作	短视频营销	
校外	广州珠江啤酒股份有限公司	快消品渠道销售及管理顶岗实习	营销岗位综合实训、毕业（顶岗）实习	学校教学企业
	广州骆驼服饰有限公司	电子商务网站销售及客服岗位顶岗实习	营销岗位综合实训、毕业（顶岗）实习	
	广州新居网家居科技有限公司	电子商务网站销售及客服岗位顶岗实习	营销岗位综合实训、毕业（顶岗）实习	
	广州明度商务咨询有限公司	市场类顶岗实习	营销岗位综合实训、毕业（顶岗）实习	

## （三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，尽量选用三年内出版或修订，知识及资源更新较快，工学结合教材。

### 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. 数字资源配备基本要求

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。应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，满足教学要求。

## （四）教学方法

全面推行项目任务驱动教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式；广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法。推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命打造优质课堂。

推进课程思政，结合营销职业人才培养特点和职业能力素质要求，梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，培养学生思想政治素质和营销职业素养。

## （五）学习评价

根据专业人才培养目标设计课程评价指标；评价指标包括职业素养、职业通用能力和专业知识技能评价；评价标准可量化、可操作，采用过程评价与结果评价相结合的方法，能有效进行学生知识能力素质评价，为持续提升教学质量提供依据。

## （六）产教融合及校企合作

序号	主要合作企业	合作形式	主要合作项目（内容）
1	广州珠江啤酒股份有限公司	广城-珠啤产业学院理事会	广城-珠啤新零售产业学院 新型现代学徒制试点 广东省大学生实践教学基地
2	中国平安广州电营中心	校企一体型	课内实践教学、企业教学、顶岗实习、 兼职教师
3	广州弈翔咨询服务有限公司	校企一体型	社会服务、兼职教师、课程资源建设
4	广州长宁汽车销售服务有限公司	校企合作委员会	企业教学、顶岗实习、兼职教师
5	郑州思念食品有限公司	专项合作	企业教学、顶岗实习
6	广州骆驼服饰有限公司	专项合作	企业教学、顶岗实习
7	广州进淘网络科技有限公司	专项合作	企业教学、顶岗实习
8	珍爱网	专项合作	企业教学、顶岗实习

## （七）质量管理

根据《广州城市职业学院人才培养工作质量标准及质量保障体系》，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。

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。

学院年度开展麦可思毕业生就业质量调研，专业开展年度实习单位满意度调研，建立毕业生跟踪反馈机制和社会评价机制，对专业人才培养质量进行持续定期评价。

## 九. 【毕业要求】

本专业【3年制】学生必须完成培养方案所规定所有课程，达到专业培养规格，取得必修课 111.5 学分，专业选修课 17 学分，公共选修课 15 学分，总学分达 143.5 学分（学时达 2603）方可毕业。

## 十. 【专业群及专业特色】

### （一）组群逻辑

市场营销专业群对接广州商贸服务业产业，以信息技术、智能技术、网络直播技术、新媒体营销技术和供应链技术为基础，分析现代商贸流通人才需求，剖析现代商贸流通业典型岗位中的核心知识和技能，定位专业群人才培养目标、人才培养模式、课程体系、实践教学体系等，培养思想政治坚定、德智体美劳全面发展，掌握商品需求分析与挖掘、线上线下销售、门店网店运营、供应链筹划等知识和技能，具有良好素养、跨界应用能力出色、国际视野宽广，能够胜任商品采购岗、商品选品岗、商品分析岗、市场推广岗、外贸销售岗、门店运营岗、货运代理岗、仓储物流岗、跨境物流岗等岗位的复合型、创新型现代商贸流通业高素质技术技能人才。组群逻辑见下图：

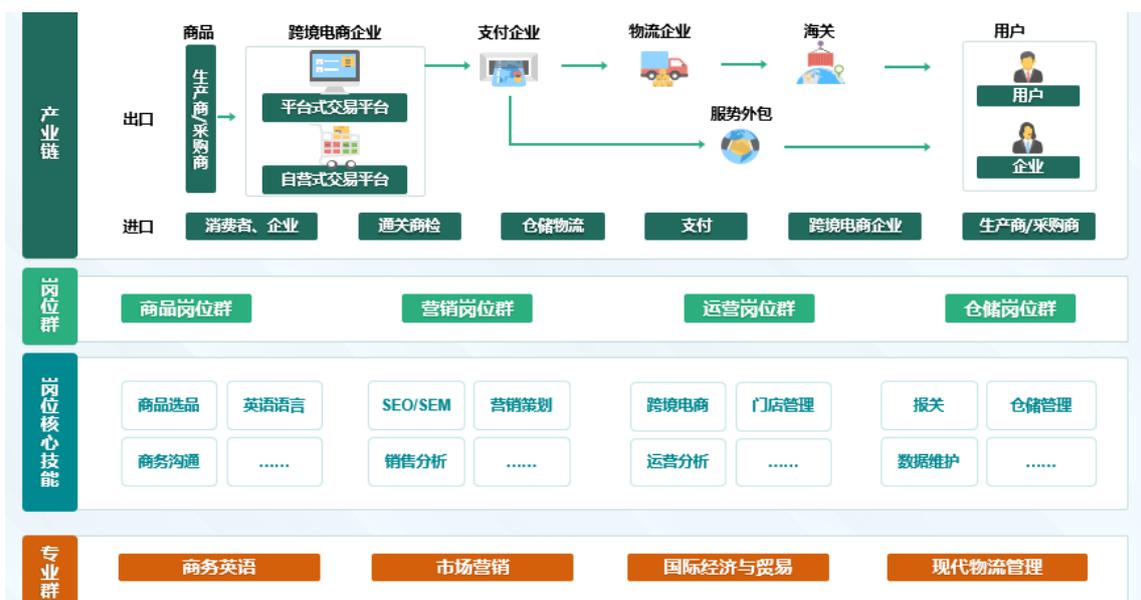


图 1：市场营销专业群组群逻辑

## (二) 专业群

名 称	市场营销专业群		
群内专业	1、市场营销 2、国际经济与贸易 3、现代物流管理 4、商务英语		
核心专业	市场营销		
群内资源 共享	(1) 专业群平台课程共享 平台课程共享一览表		
	序号	课程名称	任课教师资质要求
	1	商务数据分析	掌握商务数据资料的整理、分析和运用的方法和思路,熟悉商务数据分析指标体系,掌握 EXCEL 进行数据分析的基本方法,了解电商大数据分析的工具,具备数据解读的基本技能。
	2	市场营销	掌握营销专业基本知识,理解市场营销理念、市场营销工作的基本内容;掌握市场营销环境分析、消费行为分析和竞争者分析的理论和方法;理解市场细分、目标市场选择和市场定位、市场营销组合策略的知识。
	3	跨境电子商务	掌握跨境电子商务的基本理论、概念和主要分类,熟悉跨境电商第三方操作平台规则,掌握跨境电商操作基本工作流程,具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等能力。
	4	国际商务沟通	掌握基本国际职业沟通技能和礼仪,掌握营销岗位沟通能力,掌握推销谈判盘技能。
<p>2) 专业群师资共享 依托共享课程、实训室、实践教学基地等平台,充分发挥四个专业师资的优势和特长,整合教师资源,形成专业群共享型的专业教学团队、课程建设团队和科研开发团队。挖掘企业兼职教师资源,加强兼职教师培训管理,建立稳定的专业群兼职教师队伍。</p> <p>(3) 专业群基地共享 专业群内的校内实践教学基地和校外实践教学基地大部分实现共享,使专业群内学生共享优质实习实训资源。校内实践教学共享基地包括:跨境电商创新创业孵化中心、电子商务实训室、物流管理综合实训室、智慧物流实训中心、珠啤新零售营销实训中心、国际商务仿真实训室、商务综合实训中心等;校外实践教学共享基地包括:广州珠江啤酒股份有限公司、广东怀远物流实业有限公司、广州新居网家居科技有限公司、广交会国际旅行社有限公司、广东邮政物流有限公司、中国平安广州电营中心等。</p> <p>(4) 专业群人才培养模式 与广州珠江啤酒股份有限公司等行业龙头或代表性企业合作,实施“双元双融、四位一体、三能递进”的市场营销专业群人才培养模式。“双元”即校企双元,专业群根据企业实际需求,校企共同开发人才培养方案、教学体系、课程等。学生到企业学习实践,企业将真实项目引进校内。专业群根据企业需求构建真实工作环境,建设实训基地,企业专家以兼职教师身份参与教学和人才培养。专业群教师定期去企业实践,提升教师教学水平。“双融”,即学历证书与职业技能等级证书双融。专业群实施物流管理、商务数据分析、跨境电商运营等 1+X 技能等级证书,在教学过程中融入 1+X 证书要求,将证书与人才培养融合,将考证与教学实施融合。建立合理的学分互换制度,将证书与学分互换融合。“四位一体”,即:构建校内综合实训基地、校外实践教学基地、理实一体化教学平台、现代商贸科技服务中心为一体的实践教学体系,为课程教学提供良好的实训条件,为人才培养提供系统的实践技能提升支持。“三能递进”,即通过校企双元合作,1+X 证双证融通,系统的实践教学体系,采用工学结合、课岗交替、教学做一体化的教学模式,实现学生职业基本能力、职业核心能力、职业综合能力递进提升。</p>			

## (三) 专业特色

本专业建立“营销实战三元一体化”(将专业课程、顶岗实习、校园营销实践三个教学环节融为一体)教学体系,推行“综合素质”(包括个性特质、职业通用能力、营销技能)人才培养评价指标体系,实施“综合素质+营销实战”人才培养模式,将互联网营销新模式融嵌入到营销能力培养的核心课程之中,培养“互联网+营销”具有创新精神的高素质技术技能人才。

市场营销专业构建了营销人才综合素质测评指标体系，主要包括内驱力、思考力、行动力、营销专业能力、职业素养五大类指标，专业人才培养目标依据这五大类指标制定；实施过程中针对学生在不同的学习阶段（3个年级），使用测评指标体系对学生职业素养进行量化测评，并以测评结论评价教学质量，以及调整教学方法、改进教学内容，实现对市场营销专业学生的学习进行有效监控、反馈教学，并达到提升教学质量、实现教学目标。

培养“互联网+营销”人才，主要定位于培养各类企业的电商运营人才和线上线下结合的营销推广人才，构建了“互联网+营销”课程体系，在进行深入的企业调研之后开设了以下课程：电子商务基础与实训、网络营销、商业图像处理、网络信息编辑实务、商务数据分析、网店运营管理、跨境电子商务。

## 十一. 【创新创业教育】

### （一）培养思路

建立创新创业人才培养模式，增强学生的创新精神、创业意识和创新创业能力。整个创新创业人才培养模式分为三个阶段：启蒙阶段、培养阶段、实战阶段。启蒙阶段：通过开设《大学生就业与创新创业》等课程，对学生进行创新创业的启蒙；培养阶段：通过开设专门的创新创业训练课程、其它贯彻创新创业理念和培养方法的专业课程，举办培养创新创业的课外活动和竞赛等对学生进行创新创业意识和能力的培养；实战阶段：引入企业等共同开发创业项目，成立创业团队开展创业实践，校企协同开展创业实践指导和创业公司孵化。

### （二）培养阶段

实施阶梯式创业教育教学体系，包括《大学生就业与创新创业指导》（启蒙类创业课程）；《市场营销》（创业公司营销战略与策略选择）、《电子商务基础与实训》（电商网店运营）、《网络营销》（电商产品销售及品牌推广）等创业技能类课程；《营销沙盘实训》（企业模拟经营）等创业模拟实训课程。

### （三）培养措施

校企合作推进学生创新创业：本专业与多个企业合作，积极开展学生创业训练和实践。通过创业训练和实践活动，激发学生创新创业的意识和兴趣，提高学生对企业和社会的认知，培养学生创业所需要的心理素质、社会能力和专业能力。

## 十二. 【学生第二课堂活动】

### （一）职业技能竞赛

全国汽车营销技能大赛；全国“挑战杯”创业大赛；全国营销技能大赛；全国电子商务技能大赛。

### （二）创业训练

电商创业训练项目；品牌创业训练项目。

### （三）校园商务活动

以学生学术社团“市场营销学会”为主要的组织者，包括校园拍卖会、营销创业大赛等。

(四) 专业教师指导的其它营销训练活动。

(五) 其它社团组织的创新创业活动。

(六) 扶贫下乡等各种社会活动、晚会等各种美育教育活动。

## 十三. 【附录】

### (一) 培养计划课程设置进程表

课程类型	教学模块	序号	课程代码	课程名称	课程性质	学分	学时	理论	实践	核心课程	考核方式	学期周学时数						备注	
												1	2	3	4	5	6		
公共基础课程	公共必修课	1	0000391	思想道德与法治	必修	3	54	36	18	*	√	3							
		2	0220016	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	4	72	54	18	*	√		4						
		3	0220009	形势与政策	必修	1	32	16	16					1-6					
		4	0920339	职业英语 I	必修	4	72	36	36	*	√	4							
		5	4320010	心理健康教育与训练	必修	1	18	9	9					1-4					
		6	2120002	军事理论	必修	2	36	36	0				2						
		7	0000726	劳动教育	必修	1	18	4	14						1				
		8	0220033	美育	必修	2	36	18	18					2					
		9	0000725	大学生职业生涯与创新创业指导	必修	2	36	18	18				2						
		10	0000001	体育 I	必修	2	36	0	36				2		1				
		11	0000002	体育 II	必修	2	36	0	36					2					
		12	0000003	体育 III	必修	2	36	0	36								2		
		13	0000723	创新创业实践活动	必修	2	36	0	36					1-4					
		14	2120001	军事技能训练	必修	2	36	0	36				2						
		15	0000233	心理健康实践活动	必修	1	18	0	18					1-4					
	小计						31	572	227	345			16.25	7.25	3.25	3.25			
			16	0220032	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	限选	1	24	24	0			1						
			17	0000392	中国共产党简史	限选	1	18	18	0						1			
			18	2820027	国学精粹	限选	1.5	27	18	9			1.5						
			19	0620832	信息技术	限选	2	36	18	18				2					
20			0920340	职业英语 II	限选	4	72	36	36				4						
				公共任选课	任选	5.5	99	45	54						2	3.5			
小计						15	276	159	117			2.5	6	2	4.5				
专业课程	专业(群)平台课/基础课	1	1020292	商务数据分析	必修	3	54	27	27	▲					3				
		2	1020182	市场营销	必修	3	54	36	18	**	√	3							
		3	1020274	跨境电子商务	必修	3	54	27	27	▲		3							
		4	1020156	国际商务沟通	必修	2	36	18	18	*			2						
		小计						11	198	108	72			6	2	0	3		

课程类型	教学模块	序号	课程代码	课程名称	课程性质	学分	学时	理论	实践	核心课程	考核方式	学期周学时数						备注	
												1	2	3	4	5	6		
公共基础课程	公共必修课	1	0000491	营销职业认知与创业训练	必修	2.5	45	18	27	*			2.5						
		2	1120374	现代管理方法	必修	2	36	36	0						2				
		3	1020099	经济学基础	必修	3	54	54	0			√		3					
		4	0720260	电子商务基础与实训	必修	3	54	18	36				3						
		5	0720354	营销策划实务	必修	3	54	18	36	**▲				3					
		6	0720287	消费行为分析	必修	3	54	36	18	**	√			3					
		7	0720207	市场调查	必修	3	54	27	27	**▲					3				
		8	0000488	销售沟通技法	必修	3	54	27	27	**▲					3				
		9	0720353	销售管理	必修	3	54	36	18	▲						3			
		10	1020073	网络营销	必修	3	54	18	36	**▲	√				3				
		11	1020309	商业数字图像处理	必修	4	72	36	36	▲					4				
		12	0000451	短视频营销	必修	3	54	18	36	▲				3					
		13	0000496	直播营销	必修	3	54	18	36	▲					3				
		小计						38.5	693	360	333			3	11.5	19	5		
公共基础课程		1	1020319	新零售营销综合实训	必修	2	36	0	36								2		
		2	1020317	新媒体营销综合实训	必修	3	54	0	54								3		
		3	1020322	营销沙盘实训	必修	2	36	0	36						2				
		4	1020321	营销岗位综合实训	必修	8	144	0	144								8		
		5	1020333	专业岗位实习与毕业实习报告	必修	16	288	0	288									16	
		小计						31	558	0	558						2	23	16
专业课程	专业(群)平台课/基础课	1	1020158	商务信息搜索与处理	选修	1	18	8	10					1					
		2	3720012	经济法	选修	2	36	36	0							2			
		3	0000446	大数据营销	选修	3	54	27	27					3					
		4	1020094	国际贸易实务	选修	3	54	27	27					3					
		5	1020282	网络信息编辑实务	选修	3	54	18	36							3			
		6	1020294	网店运营管理	选修	3	54	18	36							3			
		7	1020318	新媒体商务视觉传达设计	选修	3	54	18	36						3				
		8	0920402	跨境新媒体营销	选修	2	36	9	27						2				
		9	1020305	门店运营管理实务	选修	3	54	18	36						3				
		10	1020155	渠道管理	选修	2	36	30	6						2				
		11	0720436	VBSE综合实训	选修	2	36	0	36								2		
小计						17	306	134	172				4	8	5				
合计						143.5	2603	988	1615			28	28	26	25	16	16		

说明：1、\*为职业素养核心课程；2、\*\*为专业技能核心课程，3、▲为“教学做一体化”课程；4、“√”为考试周课程。5、“公共任选课开设以下课程：《当代大学生国家安全教育》（1学分）；《实训（验）室安全教育》（1学分）；职业精神、工匠精神、劳模精神等专题教育（1学分）；四史教育（党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史）（2学分）。

**(二) 学时学分统计**

各类课程学时学分统计表

课程类别		小计		小计	
		学时	比例	学分	比例
必修	公共基础课	572	21.97%	31	21.60%
	专业群平台课（专业基础课）	198	7.61%	11	7.67%
	专业技能课	693	26.62%	38.5	26.83%
	专业综合技能（含实践）课	558	21.44%	31	21.60%
选修	公共基础（选修）课	276	10.60%	15	10.45%
	专业拓展课	306	11.76%	17	11.85%
合计		2603	100%	143.5	100%
理论实践比	理论教学	988	37.96%	55	38.33%
	实践教学	1615	63.04%	88.5	61.67%
合计		2603	100%	143.5	100%

编制人：余彦蓉

胡一飞（广州珠江啤酒股份有限公司市场创新中心）

审定人：李高峰、陈建成、董平

2022年4月