



广东茂名健康职业学院

Guangdong Maoming Health Vocational College

2021 级人才培养方案

专业名称：市场营销

专业代码：530605



广东茂名健康职业学院

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	2
（一）培养目标	2
（二）培养规格	3
六、课程设置及要求	5
（一）课程体系设计思路	5
（二）课程体系	6
七、教学进程总体安排	23
八、实施保障	23
（一）师资队伍	23
（二）教学设施	24
（三）教学资源	26
（四）教学方法	27
（五） 学习评价	27
（六）质量管理	27
九、毕业要求	28
十、附录	28
附录表一 教学进程表	29
附录表二 公共选修课列表	34

广东茂名健康职业学院市场营销专业人才培养方案

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

高中阶段教育毕业生或具备同等学历者、中等职业教育毕业生

三、修业年限

修业年限为三年

四、职业面向

（一）服务面向

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、 零售业 (51、52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (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 卖场经理 营业推广员 网络营销员 市场主管 市场经理 市场调研专员	营销师 策划师 市场分析师 调查分析师

（二）职业岗位及职业能力分析

本专业学生主要面向各大中型企业（包括医药、保健品、化妆品、医疗器械等企业）、跨境企业等市场营销相关的业务工作以及事业单位从事服务相关的工作，可从事市场营销岗位（群）的营销活动，企业销售代表、销售顾问、商品部经理、管理人员、店长、案员、企业策划师、培训师、项目主管、部门主管等岗位，创业经营可以采用独立经营或合伙经营，在线上线下开店经营，能够从事电商网络营销、网站推广和网络客服岗位。

表 2 职业岗位及职业能力分析表

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	对应职业能力课程
营销策划岗	1. 进行产品宣传策划 2. 收集和应用产品市场信息 3. 策划新产品上市和已有产品营销推广活动	1. 判断产品生命周期, 提出营销对策的能力 2. 拟订各种促销方案的能力 3. 组织实施产品组合策略能力 4. 监督各种促销方案的实施与效果评估的能力	营销策划实务 销售管理实务 品牌管理与推广 市场营销基础 消费者心理与行为
市场调研岗	组织市场调研	1. 进行问卷设计、访谈提纲制作的能力 2. 组织市场调查实施的能力 3. 市场调查数据整理、统计的能力 4. 撰写市场调研报告的能力	市场营销基础 市场调查与预测 统计学
网络营销岗	制定网络营销的模式与策略	1. 确定网络营销模式的能力 2. 制定网络营销策略的能力	电子商务实务 网络营销
广告策划岗	1. 广告策划与文案 2. 广告管理	1. 制定经济有效的广告计划方案 2. 对广告方案进行评估、实施和检验 3. 为广告主的整体经营提供良好的服务	广告实务 消费者心理与行为 营销策划实务
公关策划岗	1. 制定公共计划 2. 公关计划实施	1. 制定和执行市场公关计划的能力 2. 开展公关关系调查的能力 3. 策划主持重要的公关专题活动的的能力 4. 提供市场开拓及促销、展会、现场会方面的公关支持的能力	公共关系 消费者心理与行为 商务交流与谈判
客户管理岗	1. 客户关系管理 2. 服务质量管理	1. 进行有效的客户管理和沟通的能力 2. 进行维护客户的方案规划的能力 3. 能够发展、维护良好的客户关系 4. 建立售后服务信息管理系统的的能力	销售管理实务 消费者心理与行为
店面管理岗	1. 人员管理与激励 2. 销售现场管理	1. 能够完成自我与团队的日常管理 2. 能激励与培训店铺一线团队 3. 能按企业计划开展产品推广活动的的能力 4. 对管辖的零售店进行产品宣传、样品陈列、公关促销的能力	销售管理实务 人力资源管理 市场营销基础

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 坚持和加强党对高校工作的全面领导, 紧紧围绕立德树人根本任务, 充分发挥中国特色社会主义教育的育人优势, 扎实推进全员全过程全方位育人, 切实构建“十大”育人体系, 着力培养理想信念坚定, 德、智、体、美、劳全面发展, 适应现代零售连锁行业等领域第一线需求, 具有一定的科学文化水平, 良好的

人文素养、职业道德、创新意识，精益求精的工匠精神，较强的学习能力、沟通能力、协调能力、创新创业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销专业基本理论、专业知识和技术技能，面向（医药）营销领域，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、能力和职业态度方面达到以下要求：

1. 素质要求

（1）思想道德素质

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，积极参加社会志愿者服务，具有社会责任感和社会参与意识；

3) 坚持职业操守、爱岗敬业、诚实守信、严谨求实、勇于创新，具备从事职业活动所必须的基本能力和管理素质。

（2）身体心理素质

1) 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；

2) 养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（3）人文素养

1) 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、市场洞察力和全球视野；

2) 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；

3) 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；

4) 掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 知识要求

（1）公共基础知识

掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）专业基础知识

1) 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；

2) 熟悉现代医学解剖、生理、病理、药理等基础知识，中国传统医药的基本知识，临床

常用药物的基本知识与应用。

(3) 专业知识

- 1) 掌握药事管理与法规基本知识, 熟悉保健食品法规与注册申报;
- 2) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法;
- 3) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法;
- 4) 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、调研预测的方法;
- 5) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法;
- 6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧;
- 7) 掌握职业生涯规划的方法;
- 8) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术;
- 9) 了解企业生产和管理过程。

3. 能力要求

(1) 通用能力要求

- 1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力;
- 2) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;
- 3) 具备一定的创新创业能力。

(2) 专业技术技能要求

- 1) 能够与客户进行有效沟通;
- 2) 能够对客群和竞争者进行分析;
- 3) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析;
- 4) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动;
- 5) 能够组织实施推销和商业谈判;
- 6) 能够对客户关系和销售进行日常管理;
- 7) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施;
- 8) 具有独立思考、逻辑推理和信息分析应用能力;
- 9) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力;
- 10) 具备商务礼仪规范应用能力。

4. 职业态度要求

- (1) 认同市场营销专业和职业, 敬业, 诚信、细心、耐心;

- (2) 观察能力强，专业视角敏锐，善于发现他人的需求；
- (3) 尊重、接纳、真诚、自决、非批判、保密；
- (4) 积极主动进行沟通；
- (5) 就业观、择业观正确科学；
- (6) 遵守市场营销专业伦理及市场管理的规章制度；
- (7) 认可企业文化及价值观。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系设计思路

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的教育方针；坚持为党育人、为国育才，培养担当民族复兴大任的时代新人；坚持立德树人的根本任务，把思想政治教育贯穿人才培养体系，全面推进课程思政建设；坚持面向市场、服务发展、促进就业，将价值塑造、知识传授和能力培养融为一体。紧紧依托市场营销专业就业行业，以社会需求为基础，在分析毕业生主要就业岗位的基础上，将职业资格要求融于培养目标、职业能力要求融于课程体系、专业知识教学融于技能训练，构建了以集“职业素质培养、专业能力和岗位综合能力训练”为一体的课程体系和基础技能训练、专业专项技能训练、顶岗实习综合训练递进发展的教学体系。

本课程体系具备以下特点：

1. 育人为本，循序渐进

围绕“立德树人”根本任务，充分发挥中国特色社会主义教育的育人优势，将素质、知识和能力培养贯穿于整个教学过程，将思政元素融入公共、专业课和实践课程，大力建设“思政课程”和“课程思政”。增开社会责任、安全教育、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），自主开设急救技术特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

在教学进程安排上，注重前后续课程的链接。公共课基本上安排在第一、第二学期完成，而体育、劳动等课程为多学期开设，以服务学生德、智、体、美、劳全面发展，促进人文素质养成为目的，且为专业基础与专业课程的学习奠定基础。公共课和专业基础课程为专业课程的学习和后续发展打下基础。专业基础课原则上安排在前 2 个学期完成，专业课程需在学生掌握一定的专业基础知识的前提下实施教学，因而原则上安排在第三学期和第四学期完成。

2. 特色培养，“三双”同行

实施“双服务、双培养、双发展”立体化校企合作培养模式，以双服务模式为先导，以

双培养模式为关键，以双发展为目标，通过校企合作，工学结合，形成服务、教学、科研、培养、实训、实习、就业、互利的立体化校企合作、作产教融合的营销人才培养模式。

双服务模式：积极主动地为企业 provide 双服务。一方面为企业培养高素质技能型营销人才，满足企业发展对高素质技能型营销人才的需求；另一方面，为企业提供管理咨询、策划、培训等多项服务，企业首先受益，密切校企关系，逐步建立校企合作关系。

双培养模式：以学院资源优势和企业资源优势为条件，以学院和企业联合培养为途径，以工学结合、任务驱动、项目导向、顶岗实习为关键，企业参与建设专业培养质量体系的构建：参与专业课程的开发；参与专业课程标准的制定；选派技师、设计师、咨询师、策划师、培训师担任学生导师；建立见习、实训、实习、就业基地；合作开展营销管理的应用研究。

双发展模式：通过校企合作，一方面学院得到发展，专业培养质量提高，实现了“把需要就业、创业和职业发展的学生培养成工作岗位需要的创新型合格营销职业人”的培养目标，学生就业率高，企业满意，学生满意、家长满意。另一方面，企业得到发展，企业整体素质提高，促进了管理和效益的提高。

3. 课证融通，促进就业

为促进人才培养与等级证书培训互相补充，互相衔接、互相融通，提升学生能力，拓展学生就业渠道，专业课程设置涵盖了会计、营销师、市场调研分析师等技能证书考试大纲。此外，本课程体系开职业发展规划、就业指导、创新创业教育和素质拓展课程，培养学生适应职业变化的立业、创业能力，有助于提升学生职业生涯发展空间的高度和广度，更好促进就业。

（二）课程体系

本专业课程设置主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，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、形势与政策、英语、信息技术、体育、大学生心理健康、军训（含军事理论）、创新创业教育、劳动（志愿服务）、大学生安全教育、美育、国家安全教育等列入公共基础必修课；并将急救技术、职业发展规划、就业指导、健康教育、马克思主义中国化进程与青年使命担当等列入公共限选课，将职业素养、大学生防艾健康教育、专业论文写作、中华诗词之美、大学生魅力讲话实操等列入公共任选课。各门课程的主要内容、课程目标、教学要求见表 3。

表 3 公共基础课程、公共限选课程及主要内容、课程目标和教学要求

序号	课程名称	项 目	内 容
1	思想道德与法治	主要内容	介绍我国公民应具有的社会主义思想政治素质、道德素质及法律素养，具体包括：绪论、人生的青春之问、坚定理想信念、弘扬中国精神、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。
		课程目标	本课程是大学生思想政治教育的支柱课程之一，以马克思主义为指导，把习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿教学全过程，旨在帮助学生形成正确的世界观、人生观、价值观，树立崇高的理想信念，弘扬伟大的中国精神，积极践行社会主义核心价值观，并不断增强学法、用法的自觉性。
		教学要求	以课堂讲授为主，实践教学、网络教学、自主学习为辅，通过知识学习、参与体验、社会调研等多种教学方法，始终弘扬社会主义核心价值观这一主旋律，注重引导学生树立科学的世界观、人生观及价值观，提高思想政治理论水平，坚定中国特色社会主义共同理想和共产主义远大理想，坚持走中国特色社会主义道路，成为担当民族复兴大任的时代新人。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	主要内容	介绍马克思主义中国化的思想结晶，分为“前言”、“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”等四大模块，具体包括：前言、毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、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及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导。
		课程目标	本课程是大学生思想政治教育的支柱课程之一，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为重点，旨在培养学生的马克思主义理论思维和实践素养，引领学生坚定共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗。
		教学要求	依据中宣部、教育部关于加强和改进高等学校思想政治理论课的系列文件，尤其是《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》，以引领学生坚定“四个自信”、养成“四个意识”为目标，结合我校的“大健康”办学特色，综合运用线上线下混合式、情景式、案例式等多种教学方法，按教材篇章顺序，系统讲解中国化马克思主义理论及其发展历程、重大意义，促使学生们明确与自身专业相融合的新时代使命担当，积极投身社会主义现代化建设。
3	形势与政策	主要内容	介绍当前和今后一定时期内的国内外形势和国家政策，具体包括：我国经济社会发展专题、我国政府治理和党的建设专题、国际形势和我国外交政策专题、国内外重大事件专题。

		课程目标	这是一门时效性、针对性、综合性均很强的高校思想政治理论课，旨在帮助大学生正确认识新时代国内外形势，准确理解党和国家的基本理论、路线、方针及政策，坚定“四个自信”，牢固树立“四个意识”，更好地面对复杂而生动的现实生活。
		教学要求	充分发挥课内课外两个教育途径的作用，以专题化讲座形式开展教学，针对当下国内政治、经济、文化、社会、生态、外交等走向及国际形势，讲解学生应该认识并能够理解的时事热点，同时指导学生进行自主思考，分析更多热点难点问题，培养学生分析解决问题的思维习惯与能力。
4	英语	主要内容	1. 出行问路、交通旅游、求医就诊、健康护理； 2. 记叙类：问候、求职、购物、就餐、天气、旅游、兴趣、职业信息； 3. 说明类：旅游景点介绍、旅行备品等、产品介绍、常见职场标识、工作流程、职业规划； 4. 应用类：制作海报、拟定英文菜单、制定旅游计划、职业场所的公告、通知、宣传册/求职信、简历、商务信函。
		课程目标	1. 培养学生的听、说、读、写等方面的能力。能熟读对话与课文，能读懂短文，能英汉互译； 2. 教师帮助学生了解西方文化，开拓国际视野，拓展知识，提高阅读能力； 3. 在教学中根据实际情况，基于职业场景，将课内外语言学习与实践活动有机结合，培养学生的语言应用能力； 4. 培养学生学习英语的兴趣，鼓励学生主动参加语言实践活动；培养学生合作学习意识；培养学生思维差异感知能力；培养跨文化交际意识。
		教学要求	1. 根据大一新生的学习生活规律，日常生活所需和职业发展能力需求，采用情景教学或案例教学，突出重点，讲演结合，以演为主，学以致用； 2. 启发学生进行不同的活动，使学生能独立工作，善于独立思考； 3. 讲解课文时，教师除了针对大意、细节提问外，更有推理性问题启迪学生深入思考。除了给一定的基础知识外，要求学生自行翻译； 4. 专研教材，挖掘课程思政元素，结合中西文化差异，增强学生民族文化自信心和向世界传播中华优秀传统文化使命感。
5	信息技术	主要内容	1. 计算机基础知识； 2. Windows 7 操作系统的常用软件介绍； 3. Word2010 文字处理软件； 4. Excel2010 电子表格软件； 5. PowerPoint2010 演示文稿制作软件； 6. 计算机网络基础与网络安全。

		课程目标	1. 使学生进一步了解、掌握计算机应用基础知识，提高学生计算机基本操作、办公应用、网络应用等方面的技能，使学生初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力； 2. 使学生能够根据职业需求运用计算机，体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程，逐渐养成独立思考、主动探究的学习方法，培养严谨的科学态度和团队协作意识； 3. 使学生树立知识产权意识，了解并能够遵守社会公共道德规范和相关法律法规，自觉抵制不良信息，依法进行信息技术活动； 4. 使学生适应信息化社会要求的计算机技术应用能力。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化资源讲解、任务驱动教学、探究教学、案例教学等，使学生掌握本课程基本理论和操作技能； 2. 注重学生能力的培养，强调学做结合，理论与实践融为一体，培养学生实际动手能力和解决实际问题的能力； 3. 思想建设目标方面，注重培养学生的创新精神、探索精神、团队精神、奉献精神、使命精神、担当精神等。
6	体育	主要内容	1. 体育理论； 2. 体质测试项目； 3. 篮球、排球、足球、羽毛球、乒乓球、等 12 项的选项专修； 4. 八段锦等传统体育项目； 5. 阳光乐跑； 6. 课余运动训练与竞赛。
		课程目标	以人为本，通过体育课程学习，全面提高大学生体育健康意识及体质健康水平、掌握运动技术，培养学生体育兴趣，建立体育爱好，养成健康向上的生活习惯，保持旺盛的学习精力和健康的体魄，培养学生的团队意识，百折不挠，自强不息，勇于拼搏的精神，形成健全的人格，实现广东茂名健康职业学院人才培养目标。
		教学要求	1. 根据体育教学大纲、教材，针对所教班级学生的基本情况、学校环境条件、季节气候特点等方面实际，制订出切实可行的学年、学期体育工作计划； 2. 确定出每学期的考核项目与标准； 3. 严格执行《学生体质健康标准》的要求，有计划、有组织的进行教学班级的测试和评定工作； 4. 精心安排教学计划，钻研教材，认真备课，要向学生宣布重点教学内容和考核项目及标准，因材施教，要求学生做好记录； 5. 发挥学生主观能动性和创造精神； 6. 学生积极上好体育课，认真完成教学任务和要求。

7	大学生心理健康	主要内容	1. 心理异常的辨识与处理方法; 2. 自我意识; 3. 人格的发展与完善; 4. 意志培养与挫折、压力应对; 5. 情绪管理; 6. 学习心理与能力培养; 7. 人际关系; 8. 恋爱心理。
		课程目标	1. 了解心理学有关理论和基本概念,明确心理健康的标准及意义,熟悉大学阶段自我意识、人格、意志、压力与挫折、情绪、学习、人际关系、恋爱等方面的发展特征及异常表现,掌握自我调适的基本方法; 2. 学会运用本课程的知识识别、分析和解决心理问题,提高心理健康自我维护的能力; 3. 树立正确的心理健康意识,具有良好的心态和健康的生活方式,全面而充分地发展自己,适应社会,开发潜能,完善人格。
		教学要求	1. 倡导活动型的教学模式,根据具体目标、内容、条件、资源的不同,结合教学实际,选用并创设丰富多彩的活动形式,以活动为载体,引导学生用多种感官去观察、体验、感悟社会和生活,获得对世界的真实感受,让学生在活动中探究,在分享中发现问题和解决问题,引导学生学会对自己负责,及时鼓励学生相互间的支持和互助行为; 2. 注重理论联系实际,采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法,如课堂讲授、案例分析、小组讨论、心理测试、团体训练、情境表演、角色扮演等,借此培养学生的实际应用能力。
8	军事技能 (含军事理论)	主要内容	一、军事理论 1. 中国国防; 2. 国家安全; 3. 军事思想; 4. 现代战争; 5. 信息化装备。 二、军事技能 1. 共同条令教育与训练; 2. 战术训练; 3. 防卫技能与战时防护训练; 4. 战备基础与应用训练。
		课程目标	1. 通过军事课教学,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质; 2. 了解中国人民解放军三大条令的主要内容,掌握队列动作基本要领; 3. 了解格斗、防护的基本知识; 4. 了解战备规定、紧急集合、徒步行军、野外生存的基本要求、方法和注意事项,全面提升综合军事素质。

		教学要求	1. 通过多媒体、数字化资源讲解、任务驱动教学、探究教学、案例教学等，使学生掌握本课程基本理论和基本技能； 2. 使学生了解最新的军事科技和军事动态，以及当今的军事热点，拓宽学生国防教育知识面，同时潜移默化地浸润爱国主义和民族自豪感、增强民族凝聚力； 3. 通过 2 周的军训技能训练，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。
9	创新创业教育	主要内容	1. 创新思维与训练； 2. 典型创新创业案例与创业者素质养成； 3. 创业机会识别与创业环境分析； 4. 团队管理； 5. 行业创业实践分析； 6. 商业模式； 7. 网路营销； 8. 创业计划书； 9. 创课网店理论与实训。
		课程目标	1. 了解创新思维概念、性质、特征、发散思维方式及常见创新思维方式； 2. 能挖掘典型创新创业案例的商业内涵，从不同创业行业案例中分析其产品特点和商业运营方式，提高商业敏锐性； 3. 了解创业机会的概念和来源，熟悉创业机会的识别过程与方法； 4. 掌握创业团队组建的原则，团队管理技巧； 5. 了解商业模式的定义与构成要素； 6. 掌握搜索引擎营销的基本方法；社会化媒体营销（微博、微信营销）方法和技巧； 7. 掌握创业计划的作用，基本结构、撰写以及展示方法； 8. 能应用“创课网店”操作系统，能开设、推广和管理网点店铺。
		教学要求	1. 本课程将创新创业实践融入课程中，以注重对大学生创新创业意识、方法和能力的引导为原则。将以往创新创业课程偏重以教师授课、知识传授、讲授灌输为主的授课方式转变为学生实践、能力培养、体验参与的创业课程； 2. 课程注重探究式学习，从不同角度提出问题，培养学生创业的基本能力；引导学生乐于同他人合作，共同探讨问题，交流心得；引导学生积极完成课程任务，学习并综合运用综合创业能力解决创业中遇到的问题，不断提升自身综合创业能力； 3. 通过搭建实景、实物的教学环境，达到实战、使用的教学效果。
10	劳动（志愿服务）	主要内容	1. 劳动（志愿服务）岗位的内容和安全要求； 2. 劳动（志愿服务）岗位的劳动和志愿服务工具、劳保护品的正确使用方法和维修方法； 3. 团队精神的实质内容； 4. 劳动和服务态度、工作责任心的重要作用和意义； 5. 职业素质的基本内涵； 6. 劳动（志愿服务）实践。

		课程目标	1. 通过劳动和志愿服务课理论和实践教学, 提高学生的全面综合素质; 2. 树立学生的劳动和志愿服务观念; 3. 培养学生的劳动技能、服务能力和文明行为的养成; 4. 增强学生的团结协作、自我管理和自我服务意识, 保持艰苦奋斗、吃苦耐劳、志愿服务的优良传统; 5. 引导和帮助学生树立正确的人生观、价值观和世界观。
		教学要求	1. 注重培养学生基础劳动(志愿服务)能力和基本态度; 2. 学习评价以组织辅导员和相关负责人员对劳动和志愿服务内容和考核情况进行评价。
11	大学生安全教育	主要内容	1. 目前的安全形势与安全教育的意义; 2. 人身与财产安全; 3. 消防安全; 4. 交通与旅游安全; 5. 社交与求职安全; 6. 施救自救与安全服务等治安安全教育。
		课程目标	1. 自觉遵纪守法, 预防犯罪; 2. 帮助大学生养成良好的安全习惯, 提高安全意识, 杜绝不安全隐患掌握安全知识和防范技能, 增强自我防范能力。
		教学要求	本课程采取大课讲授, 专题授课方式, 教师结合案例对相关专题, 展开深入浅出的分析和讲授, 并引导学生思考和自学。
12	美育	主要内容	艺术鉴赏、音乐艺术、绘画艺术、影视艺术、戏剧艺术、舞蹈艺术、书法艺术、摄影艺术、校园文化、艺术实践等。
		课程目标	1. 促进学生的人文素质全面发展; 2. 提高学生的艺术审美鉴赏能力; 3. 弘扬民族艺术, 培养爱国主义精神; 4. 尊重艺术, 理解多元文化; 5. 掌握一定艺术基础知识与技能。
		教学要求	1. 根据美育教学大纲、教材, 针对所教专业学生的基本情况特点、学校环境条件、艺术师资等方面实际, 制订出切实可行的学年、学期美育工作计划; 2. 确定出每学期的考核项目与标准; 3. 精心安排教学计划, 钻研教材, 认真备课, 要向学生宣布重点教学内容和考核项目及标准, 因材施教, 要求学生做好记录; 4. 因材施教, 注重引导学生发挥所长, 发挥学生主观能动性和创造精神; 5. 学生积极上好美育课, 认真完成教学任务和要求。
		主要内容	介绍国家安全的重要性、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全及相关法律法规。

13	国家安全教育	课程目标	系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。
		教学要求	以课堂讲授为主，网络教学、自主学习为辅，通过知识学习、参与体验等多种教学方法，充分利用多种资源，专门课程与学科融入相结合，知识学习与实践活动相结合，学校教育与社会教育相结合，生动鲜活、易于接受，增强育人实效。
14	急救技术	主要内容	1. 常用急救技术的概述； 2. 心肺复苏术； 3. 海姆立克急救法。
		课程目标	1. 了解常用急救技术概述； 2. 掌握心肺复苏术及海姆立克急救法相关理论及操作技术； 3. 培养学生急救意识及救死扶伤的人道主义精神； 4. 能够运用本课程的知识，为身边需要救护的人实施急救。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化资源讲解、案例教学、启发教学等教学方法，使学生掌握本课程的基本知识和基本技术； 2. 采用现场技能考核的方法，提高学生的急救技术水平。
15	职业发展规划	主要内容	1. 职业生涯规划； 2. 未来职场适应与职业发展。
		课程目标	1. 掌握职业生涯规划的基本知识与基本技能；掌握求职和面试的知识与技巧； 2. 能够运用本课程的知识制定职业生涯规划书，具有求职面试和职场适应能力； 3. 树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观，积极主动适应职场的变化和发展，具有严谨认真、科学求实的学习态度及崇高的职业精神。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化资源讲解、案例教学、启发教学、探究教学、任务驱动教学等，使学生掌握本课程的基本知识和基本技能； 2. 能运用本课程知识做好职业发展规划，同时为择业、就业做充分的准备。
	就业指导	主要内容	1. 毕业生就业形势分析； 2. 就业能力； 3. 劳动法及就业； 4. 求职应聘与面试技巧； 5. 就业与择业； 6. 创业。

16		课程目标	1. 解读国家就业政策及相关措施，了解目前大学生就业形势，增强就业观念，强化就业意识； 2. 指导学生树立正确的就业动机职业对人生的重要意义； 3. 学习和了解相关的大学生就业政策及毕业生的基本权利和义务，了解常见的侵权行为，熟悉劳动法规，掌握维权的途径和方法； 4. 学习掌握获取就业信息的方法和途径，求职需要准备的自荐材料； 5. 学习掌握在求职过程中如何塑造个人形象及学习职业礼仪； 6. 引导学生在毕业前做好心理准备和心理调适； 7. 大学生创业的意义，解读当前国家的创业政策和创业环境。
		教学要求	课堂以讲授为主，要求备课充分，认真讲课，以案例教学、讨论教学、心理辅导、多媒体教学等多种教学形式，以指导学生就业实践为宗旨，引导学生端正就业态度，了解就业政策及就业形势，树立科学的职业观、择业观、人生观和价值观，加强学生的创业意识及创业的意义，鼓励学生以创业带动就业。
17	马克思主义中国化进程与青年使命担当	主要内容	介绍马克思主义诞生以来的时代特点、马克思主义在中国的发展、不同时代青年的责任担当，具体包括：马克思主义的创立与国际共产主义运动的兴起、马克思主义中国化的历史实践、习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化的最新理论成果、中国青年使命担当在不同历史时期的具体表现、改革开放新时期的青年使命担当、中国特色社会主义新时代的青年使命担当、新时代青年在科教兴国树立文化自信中的使命担当、新时代青年在世界多极化进程中的使命担当、广东青年在新时代新征程中的使命担当。
		课程目标	这是广东省教育厅指定开设的限制性选修课，旨在帮助大学生强化担负时代使命的责任，涵养担负时代使命的情怀，锤炼担负时代使命的品德，增强担负时代使命的本领。通过学习掌握马克思主义中国化进程，学会用习近平新时代中国特色社会主义思想立德铸魂，在认清时代使命的基础上拥抱新时代，在担负新时代使命的过程中建功新时代。
		教学要求	综合运用多种教学方法，引导学生认识：新时代催生新思想、新思想引领新时代，习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化最新成果，是当代中国马克思主义、21 世纪中国马克思主义，新时代学习和实践马克思主义，就是要学习和实践习近平新时代中国特色社会主义思想。同时，还应引导学生认识：新时代赋予新使命、新使命要求新作为，当代青年学生身处中国特色社会主义新时代，肩负的使命就是坚持中国共产党领导，同人民一道，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。
		主要内容	介绍健康生活方式、疾病预防、心理健康、性与生殖健康、安全应急与避险等知识。

18	健康教育	课程目标	1. 树立现代健康意识, 掌握健康管理和健康决策的基本方法, 养成文明健康的生活方式, 提高自觉规避、有效应对健康风险的能力; 2. 增强防病意识, 掌握常见疾病的预防原则和常规措施, 提高防控传染病和慢性非传染性疾病的能力; 3. 树立自觉维护心理健康的意识, 掌握正确应对学业、人际关系等方面的不良情绪和心理压力必需的相关技能, 提高心理适应能力; 4. 树立自我保健意识, 掌握维护性与生殖健康的知识和技能, 提高维护性与生殖健康的能力; 5. 树立安全避险意识, 掌握常见突发事件和伤害的应急处置方法, 提高自救与互救能力。
		教学要求	本课程采取专题授课方式, 教师结合案例对相关专题, 展开深入浅出的分析和讲授, 并引导学生思考树立全方位的健康意识。

2. 专业（技能）课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程, 并涵盖有关实践性教学环节。

(1) 专业基础课程

共 6 门, 包括实用医学概要、中医药学概论、经济学基础、统计学基础、实用药理学基础、会计基础与实务, 课程简介见表 4。

表 4 专业核心课程及主要内容、课程目标和教学要求

序号	课程名称	项目	内容
1	实用医学概要	主要内容	1. 实用医学概要基本知识; 2. 运动系统解剖生理与常见疾病; 3. 神经系统解剖生理与常见疾病; 4. 内分泌系统解剖生理与常见内分泌系统疾病及代谢性疾病; 5. 血液系统生理及常见疾病、心血管系统解剖生理与常见疾病; 6. 呼吸系统解剖生理与常见疾病; 7. 消化系统解剖生理与常见疾病; 8. 泌尿、生殖系统解剖生理与常见疾病; 9. 五官解剖生理与常见疾病、体表系统解剖生理与常见疾病; 10. 恶性肿瘤及其治疗; 11. 其他常见病症、实用技术。
		课程目标	1. 掌握基础医学与临床医学基础知识; 2. 熟悉人体解剖学、生理学、诊断学基础知识与临床常见病的治疗方法; 3. 培育学生严谨的工作态度、互帮互助的团队协作精神和优秀的职业素质; 4. 培养学生精益求精、厚德博学、精诚济世的大国工匠精神。
		教学要求	1. 通过理论讲解、案例教学、探究教学、观察模型、任务驱动教学等, 培养学生运用临床医学知识分析疾病的能力; 2. 观察模型、任务驱动教学等, 使学生具备分析和解决实际临床问题的能力, 为从事医药营销工作打下基础。

2	中医药学概论	主要内容	1. 人体结构和功能、病因与病机、治疗与治法； 2. 中药基础知识； 3. 常用中药、常用方剂及中成药。
		课程目标	1. 能确认主要组织器官的位置、形态、结构和毗邻关系； 2. 能分析人体的解剖生理与病理发生的关系； 3. 掌握中国传统医药的基本知识、基本理论和常见基本的治疗方法，体会中医学“理法方药”的基本思想； 4. 培养学生精益求精、厚德博学、精诚济世的大医精神； 5. 为学生学习其他课程和职业技能，提高全面素质，增强适应职业变化的能力。
		教学要求	1. 通过理论讲解、案例教学、探究教学、观察模型、任务驱动教学等，使学生建立对正常人体的整体认知，系统了解中医理论学术体系； 2. 通过案例教学、探究教学、任务驱动教学等，使学生掌握中医临床诊断精要以及中药临床应用情况，为后继学习相关课程奠定专业基础。
3	经济学基础	主要内容	1. 经济与经济学概述、供求分析； 2. 消费者效用分析； 3. 厂商行为分析； 4. 市场与市场博弈； 5. 生产要素； 6. 外部性与公共物品； 7. 宏观经济总量； 8. 失业与通货膨胀； 9. 经济周期与经济增长； 10. 宏观经济政策； 11. 国际贸易与国际收支。
		课程目标	1. 掌握西方经济学的基本理论、经济分析的基本方法微观经济学和宏观经济学的基本原理和运用； 2. 能掌握使学生具备应职岗位所必须的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力； 3. 培育学生具有严谨的工作作风、良好的团队协作能力和优秀的职业素质。
		教学要求	1. 通过多媒体教学、案例教学、启发教学、探究教学、任务驱动教学等，使学生掌握经济学的基本知识； 2. 通过探究教学、任务驱动教学等，使学生了解经济社会的政策法规，为将来开展经济调研工作奠定基础。
4	统计学基础	主要内容	1. 认识统计、统计调查、统计整理、总量指标与相对指标、平均指标与变异指标； 2. 抽样调查与推断； 3. 动态数列分析； 4. 统计指数分析； 5. 相关分析与回归分析。

		课程目标	1. 掌握学习数据的搜集、整理，分析方法； 2. 培养学生统计思维能力，积累解决实际问题的经验，达到市场营销专业岗位所要求的技术能力； 3. 能收集、整理、分析一些常见的经济生活领域的一般问题，有利于学生专业学习、专业发展和终身发展。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生具备基本的数据分析能力。
5	实用药理学基础	主要内容	1. 实用药理学的概念及研究内容； 2. 药物的分类及构效关系； 3. 药物的质量标准； 4. 药物作用的基本规律； 5. 药效学与药代动力学的基础知识。
		课程目标	1. 掌握临床常用的各类药物的作用及其作用机制、用途、用法、不良反应； 2. 能对患者进行药物使用的健康教育，具备指导临床合理用药的基本能力； 3. 注重培养学生正确的用药态度，培养学生慎独的用药护理精神及对生命的敬畏之心； 4. 培养学生良好的医学道德和职业责任感，良好的与人合作、沟通及协调能力，并培养学生职业素质养成及终生学习能力。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生了解合理用药的基础知识和用药注意事项； 2. 学会关注患者病情的动态变化，了解药物本身的药理毒理特点，为进一步开展药学服务和营销服务打下基础。
6	会计基础与实务	主要内容	1. 会计岗位与基础理论、会计要素与会计等式； 2. 会计科目、账户与复式记账原理； 3. 借贷复式记账法的应用； 4. 会计凭证的填制与审核； 5. 账簿的设置与登记； 6. 会计报表、会计核算程序、会计工作常识与技能拓展。
		课程目标	1. 掌握会计的定义、职能、任务、对象、要素等会计基础理论； 2. 掌握设置会计科目和账户、复式记账、填制和审核会计凭证、登记账簿、成本计算、财产清查和编制会计报表的操作技能； 3. 有助于完善学生的专业知识结构，增强学生了解企业财务状况和经营成果的能力； 4. 是初级会计岗位职业技能训练的载体，培育学生树立正确的职业道德、良好的团队协作能力和优秀的职业素质。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生了解会计基本理论与实务的基础上； 2. 学会如何为企业经营管理获取必要的会计信息，并能够利用会计信息进行财务分析、预测和决策。

(2) 专业核心（技能）课程

本专业核心课程共 8 门，包括市场营销基础、消费者心理与行为、市场调查与预测、电子商务实务、品牌管理与推广、销售管理实务、广告实务、营销策划实务。课程简介见表 5。

表 5 专业核心课程及主要内容、课程目标和教学要求

序号	课程名称	项目	内容
1	市场营销基础	主要内容	1. 市场营销的基本概念、基本原理和基本方法； 2. 消费者行为分析； 3. 市场细分与目标市场； 4. 产品策略； 5. 定价策略； 6. 渠道策略； 7. 促销策略； 8. 市场营销控制； 9. 市场营销调研与信息管。
		课程目标	1. 掌握市场营销的基本知识和基本方法； 2. 初步具有进行市场调研、市场分析、市场预测、营销策划、营销组合、信息处理、与客户沟通等基本技能； 3. 具有分析企业市场营销环境，研究各市场购买行为，制定恰当的市场营销组合决策能力； 4. 培育学生有良好的价值观和职业道德，具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神，树立诚实守信的良好品质形象。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，加深学生对市场营销理论知识的理解； 2. 强化营销实战技能，培养学生的实践能力和创造能力。
2	消费者心理与行为	主要内容	1. 消费者信息获得； 2. 消费者个性心理特征； 3. 消费者的态度改变； 4. 消费者动力、消费者行为与购买决策； 5. 消费者群体的心理与行为。
		课程目标	1. 掌握消费者心理与行为的概念与原理； 2. 学会解读消费者行为与决策背后的心理机制及原因； 3. 具有独立运用相关理论解读消费与营销现象，并提供相应的营销策略的能力； 4. 具有良好的心理素质和职业道德素质。培养良好的团队意识和协作精神。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生能深入分析消费者对产品推广、商标、包装、价格、广告、购物环境及销售服务等市场营销刺激的心理反应和行为表现，为从事市场研究与销售工作打下坚实基础。

3	市场调查与预测	主要内容	1. 市场调查的充要性; 2. 市场调查的基本内涵; 3. 市场调查策划、调查方法、调查方式、调查表的设计、调查资料的整理与分析; 4. 市场预测基本原理和方法, 以及市场信息系统等内容。
		课程目标	1. 掌握市场调查与预测的基本原理、方法和步骤; 2. 熟悉使用市场营销活动中经常应用的调查、测量方法; 3. 具备分析基础数据和撰写调查报告的能力; 4. 培养学生能根据企业存在的问题及需要提出调研方案, 运用所学知识独立进行市场调查与预测的能力; 5. 培养学生严谨的市场调查研究的态度和职业素质。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等, 使学生具备现代市场营销背景下的市场调查与预测基本理论、操作方法和分析技术; 2. 通过探究教学、案例教学、情景教学等, 提高学生市场敏锐度, 培养学生调查预测的综合能力。
4	电子商务实务	主要内容	1. 电子商务概论; 2. 电子商务的网络技术基础; 3. 电子商务的信息应用环境; 4. 在线电子商务活动基础; 5. 网上市场调查与预测; 6. 企业网络经营发展战略; 7. 电子商务在经济领域的应用。
		课程目标	1. 掌握电子商务的基本概念、基本理论和基本技术; 2. 掌握电子商务的商业流程以及电子商务实践; 3. 熟悉计算机技术、网络技术、通信技术与商务的结合; 4. 培养学生电子商务实际操作和解决问题的能力; 5. 具备基本的职业道德和法律意识; 6. 具备熟练的计算机与网络应用能力, 具备良好的沟通能力与团队意识。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等, 注重提高学生的操作技能, 使学生掌握电子商务各部门各职位的核心技能。
5	品牌管理与推广	主要内容	1. 品牌定义品牌定位; 2. 品牌成长; 3. 品牌资产; 4. 品牌形象塑造; 5. 品牌发展战略; 6. 品牌整合营销传播; 7. 品牌管理与品牌维护; 8. 新经济发展与技术品牌创建。

		课程目标	1. 掌握企业品牌战略策划和设计的内容和方法； 2. 掌握品牌推广、维护与拓展； 3. 具有品牌整合设计的能力； 4. 具备品牌管理相关问题的分析能力和解决能力； 5. 培养良好的沟通能力与团队意识。
		教学要求	1. 通过多媒体、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，培养学生在品牌学科上全面的知识和能力； 2. 通过数字化教学、案例教学等，使学生了解品牌学的发展脉络，为今后继续学习或者工作打下基础。
6	销售管理实务	主要内容	1. 销售管理概述； 2. 公司的组织； 3. 战略与发展目标； 4. 团队的组建与培训； 5. 销售的执行； 6. 销售的管理与控制； 7. 销售份额反馈与绩效管理； 8. 国际销售业务与跨文化交际、互联网+环境下的业务新常态。
		课程目标	1. 掌握销售管理的理论知识和操作技能； 2. 熟悉销售经理的岗位要求； 3. 具有销售组织与管理的初步能力； 4. 具备运用现代技术手段开展销售业务的能力； 5. 培养学生较好的沟通和协调能力，爱岗敬业、奉献社会、忠诚企业的职业操守。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生了解如何提高公司销售效率； 2. 帮助学生了解销售管理实际业务，培养解决实际问题的能力。
7	广告实务	主要内容	1. 广告发展史； 2. 广告策划调研； 3. 广告策划实务； 4. 广告策略； 5. 广告创意； 6. 广告文案； 7. 广告媒体； 8. 广告策划后期； 9. 广告效果评估； 10. 广告行业管理。
		课程目标	1. 掌握广告策划的基本原理与操作方法； 2. 掌握广告策划方案的撰写及广告策划技巧； 3. 熟悉广告策划运作的基本环节及广告经营管理的基本知识； 4. 具备一般平面广告的设计制作的能力； 5. 培养学生在广告策划方面的应用和创新能力； 6. 建立团队合作意识，培养学生良好的职业道德和心理素质。

		教学要求	通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生具备基本的广告策划、广告策略、广告媒体、广告创意和广告写作方面的基本能力。
8	营销策划实务	主要内容	1. 市场营销策划基础理论； 2. 市场营销战略策划； 3. 市场营销战术策划和市场营销策划综合训练。
		课程目标	1. 掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法； 2. 具有营销策划案例分析及营销策划实战能力； 3. 培养学生应用市场营销原理解决企业营销实际问题的基本能力； 4. 建立团队合作意识，培养学生良好的职业道德和心理素质。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、任务驱动教学、探究教学、案例教学、情景教学等，使学生具备营销策划基本能力，培养学生的操作能力和综合能力。

（3）专业拓展课程

共 4 门，包括人力资源管理、网络营销、药事管理与法规、特殊食品运营与营销。

课程简介见表 6。

表 6 专业拓展课程及主要内容、课程目标和教学要求

序号	课程名称	课程简介	
1	人力资源管理	主要内容	1. 人力资源规划； 2. 工作岗位分析； 3. 招聘与流动、培训、绩效考评； 4. 薪酬与福利、劳动关系管理。
		课程目标	1. 掌握现代人力资源管理的基本概念、基本原理和基本知识； 2. 学会用人力资源管理理论分析和解决企业事业实际问题的方法； 3. 能够将现代人力资源管理思想和观念转化为营销管理工作的实际运作能力； 4. 培养具备接人待物，激励自我和他人的基本素质。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、案例教学、启发教学、探究教学、任务驱动教学等，使学生在理解基本框架基础上，围绕人力资源管理的实践问题，真正掌握操作技术，提升业务能力。
2	网络营销	主要内容	1. 网络市场调研、网络市场分析； 2. 网络品牌策略、搜索引擎营销、网络推广的途径和方法； 3. 网络广告的定价和投放； 4. 网络广告的策划实施、网络促销的主要方式； 5. 网络促销方案的设计和实施、网络营销评估等内容。

		课程目标	1. 掌握网络营销的基本理论、基本知识; 2. 掌握搜索引擎营销、企业网络营销、社会化营销、微信营销的知识; 3. 了解企业网络营销活动的实际情况; 4. 培养学生全网整合营销的运作能力,具备一定的网络营销实际操作的能力; 5. 建立团队合作意识,培养学生良好的职业道德和心理素质。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、课堂问题讨论、课堂情景模拟、课堂案例讨论、专业网站引导自学等,使学生熟悉网络营销工作岗位的认知要求及具体工作任务。
3	药事管理与法规	主要内容	1. 国家药物政策与药品监督管理; 2. 药学、药师和药学职业道德、药事组织、药品管理立法、3. 药品注册管理; 4. 特殊管理的药品; 5. 中药管理; 6. 药品信息管理; 7. 药品市场营销与药品流通监督管理。
		课程目标	1. 掌握从事药品生产、经营、使用等工作所必需的药事管理的基本知识; 2. 熟悉药学实践中常用的药事法规; 3. 了解药事活动的基本规律; 4. 具有综合运用药事管理的知识与药事法规的规定指导药学实践工作,分析解决实际问题的能力; 5. 培养学生遵法守纪、自觉履行药事法规的道德准则和行为规范。
		教学要求	1. 通过多媒体、数字化教学、课堂问题讨论、课堂情景模拟、课堂案例讨论、专业网站引导自学等,使学生在实际问题情境下更好地理解法律法规的条文; 2. 能与实际问题结合起来加以解决,提高解决实际问题的能力,为从事医药营销活动打下坚实基础。
4	特殊食品运营与营销	主要内容	1. 特殊食品的分类; 2. 特殊食品相关行业概况与法律法规; 3. 婴幼儿食品的特点与选择; 4. 保健食品的特点与适用人群; 5. 特殊医学用途配方食品的类型与应用; 6. 特殊食品的营销等。
		课程目标	1. 掌握特殊食品的分类与标准; 2. 掌握婴幼儿食品、保健食品、特殊医学用途配方食品的概述与应用 3. 能进行婴幼儿食品、保健食品、特殊医学用途配方食品营销与推广 4. 培养学生对特殊食品的法律意识,增强社会责任感。
		教学要求	通过多媒体、数字化教学、课堂问题讨论、课堂情景模拟、课堂案例讨论、专业网站引导自学等,使学生明确特殊食品的分类,清楚不同特殊食品适用的人群与使用注意事项,能理论联系实际进行特殊食品的营销和推广,增强学生对特殊食品的法律意识,增强社会责任感。

七、教学进程总体安排

1. 市场营销专业课程设置与教学安排计划表（见附录表 1）

2. 市场营销专业课程结构比例表

表 7 市场营销专业课程结构比例表

课程类别	学时数	占总学时比例	备注
理论教学	1200	44.22%	
实践教学	1514	55.78%	实践教学包含了单独设置的实践性课程和 B 类课程的课内实践
公共基础课	808	29.7%	包括公共基础必修课和公共基础选修课
专业（技能）课	1906	70.3%	
选修课	284	10.5%	包括公共基础选修课和专业选修课
总学时	2714		（总课时=理论教学学时+实践教学学时）或 （总课时=公共基础课学时+专业（技能）课学时）

3. 市场营销专业教学进程安排表

表 8 市场营销专业教学进程安排表

周数 学期	内容	军事课	课程教学	专业技能实训	认知实习及培训	跟岗实习	考试	机动	毕业教育	工作见习	合计
一		2	16				1	1			20
二			18	1			1				20
三			18	1			1				20
四			16	1	2		1				20
五					10	8		2			20
六						16		2	2		20

八、实施保障

（一）师资队伍

市场营销专业教学团队师资包括专业专任教师和专业兼职教师，具有财经商贸类或药学类专业学历教育背景。

1. 队伍结构

学生数与专任教师数比例为 20:1。双师素质教师占专业教师比例达 80%，专任教师队伍考虑职称、年龄以形成合理的梯队结构。市场营销专业现有校内专任教师 12 人，其中高级职称 5 人，硕士 10 人，南粤优秀教师 1 名，茂名市青年名师培养对象 1 名，市骨干教师 2 名，已形成职称、年龄、学历结构合理，素质高，业务强的双师型教师队伍。

2. 专任教师

本专业专任教师均具有高校教师资格，有良好的师德，爱岗敬业，遵纪守法；具有财经商贸或药学相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销相关理论功底和实践能力；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

实行校内外双带头人制。专业带头人为双师型教师，能够较好地把握国内外行业、专业发展趋势，对市场变化具有敏锐的洞察力和快速反应能力，密切联系行业和用人单位，了解行业和用人单位对市场营销专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，在本区域或本领域有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师与专任教师按 1:3 配比，聘任企业兼职教师 5 名，均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（药品）营销管理专业知识和丰富的实际工作经验，沟通表达能力好，能采取合理的教学方式指导学生，具有中级及以上行业相关专业技术资格、行业职业资格或基层业务部门担任部门负责人及以上职务，主要承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

专业教室配有“智慧”黑板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互连网接入或 Wi-Fi 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. 校内实训室基本要求

市场营销专业实训室根据师生的健康安全要求和教学内容，确定其使用面积，可保障实

训室总面积 $\geq$ 每生 5.3 平方米。实训室照明符合 GB50034 的有关规定；消防符合 GB50016 有关防火的规定；安全与卫生符合 GBZ1 的有关要求。各实训室多媒体具备访问 Internet 的条件。

（1）市场营销综合实训室

市场营销综合实训室 1 间，工位数 60 人。具有数据服务器、投影设备、黑（白）板、计算机 6 人/台、项目桌、营销模拟软件，Wi-Fi 覆盖等。开展的实训项目包括：项目课程实践教学、营销策划、商务谈判、销售拜访等实训项目。

（2）ERP 沙盘模拟实训室

ERP 沙盘模拟实训室 1 间，工位数 60 人。主要配置有教师工作站、学生工作站、数据服务器、教学一体机、计算机 6 人/台、沙盘桌、竞单桌、ERP 实训软件，Wi-Fi 覆盖等。开展的实训项目包括：项目课程实践教学、营销策划项目、企业资源管理、企业营销经营决策等模拟实训。

（3）大参林模拟药房

大参林模拟药房 1 间，工位数 30 人。主要配置有数据服务器、投影设备、黑（白）板、收银一体机、盘点机、药品经营系统软件、各类货架、药品包装盒若干、Wi-Fi 覆盖等。开展的实训项目包括：药品陈列、药品销售、零售药店管理、中西药处方的调配、用药指导、问病荐药、药品出入库管理、模拟验收、模拟贮存养护等实训项目。

（4）电子商务实训室

电子商务实训室 1 间，工位数 60 人。主要配置有数据服务器、投影设备、白板、计算机 6 人/台、电子商务类软件，Wi-Fi 覆盖等，安装 PS 运行环境。开展的实训项目包括：电子商务客户服务、网店装修、电子商务模拟运营等实训项目。

（5）大学生创业中心

大学生创新创业中心划分为 4 大功能区域：公共初级孵化区、加速孵化区、培训室及会议室、创新创业中心办公室，工位数 100 人。主要配置有网络系统、办公电子设备、会议设备、路演设备等。为学生创业实践提供场地及孵化服务，培养学生创新创业能力和综合创业素质，承担优质创业项目孵化、创业教育教育产学研合作等。

3. 校外实训基地基本要求

我校拥有一批稳定的校外实训基地，能提供商品销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等岗位，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。

校外实习的基地主要有：广东大参林连锁药店公司、广东仁参连锁药业有限公司、广州珍荣堂药业公司、顺德顺鸿连锁药业有限公司、惠州百姓缘医药有限公司、东莞市辅仁大药房有限公司、广东源爱堂医药有限公司、东莞致康连锁有限公司、广东邦健医药有限公司、深圳市南北药行连锁有限公司、广东健寿堂药业连锁有限公司、茂名百姓大药房、粤西南北药行连锁有限公司、广州市好参来茂名有限公司、广东惠泽堂新里药业连锁有限公司、香港雅姬乐集团有限公司、晶亮眼视光有限公司、盛世经典营销策划有限公司等公司建立深度校企合作。这些校外实习实训基地为学生提供了接触实际的实习场所，也为毕业生提供了大量的就业机会。

4. 支持信息化教学方面的基本要求

配置与专业相关的一定数量的多媒体素材（如图形/图像、音频、视频和动画）、题库、案例等，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

1. 教材选用基本要求

选用符合高职办学层次、培养目标以及我院学生实际情况的教材，选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，原则上选用高职高专近两年出版的教材，选用优质规划教材和重点教材。必修课优先选用高职高专推荐教材或规划教材，主要选用中国中医药出版社、人民卫生出版社等教育部高职高专优秀（或规划）教材和自编材及讲义。重视自编教材建设，必修课自编教材或讲义基本符合教学要求。实验实训课程有实训评价体系、实训指导教材等。

2. 图书文献配备基本要求

学院建设、配有与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、拥有超星期刊、中国知网数字化期刊、维普中文科技期刊数据库、维普考试资源系统、万方医学期刊数据库、PubMed 英文文献服务系统以及人民卫生出版社医学教学资源库等各类数据库 7 个数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

3. 数字教学资源配置基本要求

配置与市场营销专业有关的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等教学资源；国家级、省级、院级精品资源共享课和

教学资源库，课程教学网络管理平台等，形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

任课教师应依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，灵活采用适当的教学方法，以达成预期的教学目标。

普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学、仿真技能训练等教学方式，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、理实一体教学等教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。坚持学中做、做中学。由以教为主向以学为主转移，通过仿真的环境，创设模拟工作过程的学习情境，实现教学过程与工作过程对接、教学情境与工作环境对接，充分发挥课程对职业素质养成与职业能力的培养。

提高现代信息技术应用能力，加强信息化教学手段、网络化教学在教学中的合理应用，促进教学手段和方法的现代化。

（五）学习评价

1. 建立“评价主体多元、评价内涵全面、过程与结果并重”的评价模式，融学生评价、同行评价、督导评价、社会评价为一体，兼顾理论考核和实践测评，对学生的评价以职业能力为核心，涵盖职业道德和职业素质。

2. 评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、实践操作、顶岗实习鉴定、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。

3. 市场营销专业实践技能考核单列成绩，采用能力多站式考核方式，包括市场案例分析（第1站）→制定实施方案（第2站）→实施实践方案（第3站）→方案调整（第4站）。

（六）质量管理

1. 学校和系部建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全市场营销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. 成立由行业专家、职业教育专家、教师及教学管理人员组成的专业建设和教学指导委员会，进行整体教育教学指导。学校、系部有专业完善教学管理机制，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，每学

期定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校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. 充分利用学生学情大数据评价分析、评教评学、行业评价、社会评价等结果，组织开展相应的专业教学科研活动，进行教学研究、课程建设、学科建设和师资培养等工作，总结交流教学经验，提高教师思想、业务水平和教学能力，有效改进针灸推拿专业的教学方法，教学模式，持续提高人才培养质量。

5. 学校把立德树人作为根本任务，融入思想道德教育、文化知识教育、社会实践教育各环节，把思想政治工作贯穿教育教学全过程，把思想价值引领贯穿教育教学全过程和各环节，积极构建课程、科研、实践、文化、网络、心理、管理、服务、资助、组织“十大”育人体系，完善“三全育人”格局，建强专业课教师、教辅人员、思政队伍、辅导员和学生骨干“主力军”，走近学生、关爱学生，推进知识传授、价值引领与能力培养有机结合。实现各项工作协同协作、同向同行、互联互通，使思想政治工作有效融入人才培养各环节。

九、毕业要求

完成规定的各门理论课程和各项实践性环节的学业（包括军训），共 2710 学时的学习任务，取得 139.5 学分才能获得毕业资格。

本专业面向职业资格证书包括营销员等证书及职业相关的证书，学生毕业前推荐考取的职业资格证书，详见下表 9。

表 9 市场营销专业“1+X”证书一览表

序号	职业资格名称	颁证单位	等级	备注
1	高级营销员	技能鉴定指导中心	四级	可选
2	助理营销师	技能鉴定指导中心	三级	可选
3	中国市场营销经理助理资格证书	中国市场学会与国家教育部考试中心联合颁发	无等级	可选
4	市场调查分析师	国家统计局统计教育中心和教育部考试中心	初级/中级	可选
5	初级会计证	中华人民共和国人力资源和社会保障厅	初级	可选

十、附录

附录表一 教学进程表

广东茂名健康职业学院 2021 级高职市场营销专业教学进程表

课程类别	序号	课程性质	课程名称	学分	学时			学期学时分配						周学时				考核方式		备注
					总学时	理论学时	实践学时	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	考试	考查	
								20周	20周	20周	20周	20周	20周							
公共基础课	1	必修课	思想道德与法治	3	48	40	8	32	16					2	1			1	2	
	2	必修课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	68	56	12			36	32					2	2	4	3	
	3	必修课	形势与政策	1	32	32		8	8	8	8			0.5	0.5	0.5	0.5		1234	
	4	必修课	英语	4	68	56	12	32	36					2	2				12	
	5	必修课	信息技术	3	48	6	42	48						3				1		
	6	必修课	体育	6	108	6	102	32	36	40				2	2	2		1	23	
	7	必修课	大学生心理健康	2	32	20	12	32						2					1	
	8	必修课	军事技能	2	112		112	112											1	开学2周完成

	9	必修课	军事理论	2	36	36		36										1	军训期间完成
	10	必修课	创新创业教育	2	36	24	12		36						2			2	
	11	必修课	劳动（志愿服务）	2	32	8	24	8	8	8	8							4	
	12	必修课	大学生安全教育	1	16	8	8	4	4	4	4							4	
	13	必修课	美育	2	32	24	8	16	16						1			12	
	14	必修课	国家安全教育	1	20	20		2	16	2								2	
			公共基础课必修课小计	35	688	336	352							13	9	5	3		
	1	限选课	急救技术	0.5	8	4	4	8						0.5				1	
	2	限选课	职业发展规划	1	16	10	6	16						1				1	
	3	限选课	就业指导	1	16	12	4				16						1	4	
	4	限选课	健康教育	1.5	24	24		6	6	6	6			0.5	0.5	0.5	0.5	4	
	5	限选课	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	1.5	24	24			24						1.5			2	
	6	任选课	全校性公共选修课	2	32	32			16	16					1	1		23	
			公共基础选修课小计	7.5	120	106	14							2	3	1.5	1.5		

			公共基础课合计	42.5	808	442	366							15	12	6.5	4.5			
专业 课 程	1	必修 课	实用医学概要	2	32	26	6	32						2				1		
	2	必修 课	中医药学概论	2	32	26	6	32						2					1	
	3	必修 课	经济学基础	3	48	40	8	48						3					1	
	4	必修 课	统计学基础	2	32	26	6	32						2					1	
	5	必修 课	药物学基础	2	36	30	6		36						2			2		
	6	必修 课	会计基础与实务	4	72	60	12		72						4			2		课证融 通
			专业基础课小计	15	252	208	44							9	6	0	0			
	1	必修 课	市场营销基础	4	72	58	14		72						4			2		课证融 通
	2	必修 课	消费者心理与行为	3	54	42	12		54						3				2	课证融 通
	3	必修 课	市场调查与预测	3	54	40	14			54						3		3		课证融 通
	4	必修 课	电子商务实务	3	54	44	10			54						3		3		课证融 通
	5	必修 课	销售管理实务	3	54	44	10			54						3		3		课证融 通
	6	必修 课	品牌管理与推广	2	36	30	6			36						2			3	课证融 通
	7	必修 课	营销策划实务	2	32	26	6				32						2	4		课证融 通

8	必修课	广告实务	2	32	26	6				32						2		4	课证融通
		专业核心课小计	22	388	310	78							0	7	11	4			
1	必修课	人力资源管理	2	36	30	6			36						2			3	课证融通
2	必修课	网络营销	2	36	24	12			36						2			3	课证融通
3	必修课	药事管理与法规	3	48	34	14				48						3	4		课证融通
4	必修课	特殊食品应用与营销	2	32	26	6				32						2	4		
		专业拓展课小计	9	152	114	38							0	0	4	5			
1	限选课	商品学基础/创业运营	2	36	26	10			36						2			3	
2	限选课	供应链管理基础/物流管理	2	32	26	6				32						2		4	
3	限选课	现代推销技术/国际营销	2	32	24	8				32						2		4	
4	限选课	农产品储运与营销实务/农产品营销	2	32	26	6				32						2		4	
5	限选课	商务谈判与礼仪/公共关系	2	32	24	8				32						2		4	
		专业选修课小计	10	164	126	38							0	0	2	8			
1	必修课	竞争策略物理沙盘实训	1	18		18		18											
2	必修课	市场调查综合实训	1	18		18			18										

	3	必修课	营销技能综合实训	1	18		18				18								
			实训课小计	3	54		54						0	0	0	0			
	1	必修课	岗前综合训练	2	32		32				32								
	2	必修课	毕业实习	36	864		864					576	288						
			专业综合实践课小计	38	896		896												
			专业（技能）课合计	97	1906	758	1148												
			总计	140	2714	1200	1514	536	474	444	396	576	288	24	25	23.5	21.5		
					占比	44.22%	55.78%												
开设课程总门数： 37 门				第一学期： 13 门			第二学期： 12 门			第三学期： 11 门			第四学期： 11 门						
备注：1.《形势与政策》共 32 学时，第 1-4 学期开展，每学期 8 学时，计 1 学分。2. 体育课共 108 课时，第 1 学期 32 学时，第 2 学期 36 学时，第 3 学期 40 学时，其中 4 学时为综合训练考核。 3. 劳动（志愿服务）共 32 学时，第 1-4 学期开展，每学期 8 学时，其中理论课 2 学时，实践课 6 学时，实践课主要通过日常生产劳动、服务性劳动和生产劳动，第 4 学期计算成绩，计 2 学分。4. 大学生安全教育共 16 学时，第 1-4 学期开展，每学期 4 学时，理论课 2 学时，实践课 2 学时，第 4 学期计算成绩，计 1 学分。5. 美育课总学时 32 学时，理论学习 24 学时，第 1 学期线上学习 16 学时，第 2 学期线下学习 8 学时，艺术实践 8 学时，通过讲座、社团活动，社会实践等形式开展，第 2 学期计算成绩，计 2 学分。6. 国家安全教育共 20 学时，第 1、3 学期 2 学时专题教育，第 2 学期 16 学时线上选修课程，第 3 学期计算成绩，计 1 学分。																			

附录表二 公共选修课列表

序号	课程	教师	机构	学时
模块一：美育				
1	艺术哲学：美是如何诞生的	孙周兴	同济大学	21
2	大学美育	沙家强	河南财经政法大学	13
3	中国民间艺术的奇妙之旅	邱璟 等	南昌大学	12
4	红色经典影片与近现代中国发展	李松林	首都师范大学	22
5	古典诗词鉴赏	骆玉明	复旦大学	31
6	发现唐诗宋词	刘学	中南大学	10
7	书法鉴赏	黄建新	浙江财经大学	10
8	中国戏曲·昆曲	张弘	江苏省昆剧院	20
9	中华诗词之美	叶嘉莹	南开大学	28
10	音乐鉴赏	周海宏	中央音乐学院	35
11	影视鉴赏	陈旭光	北京大学	26
12	舞蹈鉴赏	刘建	北京舞蹈学院	33
13	戏剧鉴赏	张先	中央戏剧学院	29
14	美术鉴赏	李松	北京大学	39
15	戏曲鉴赏	吴乾浩	中国艺术研究院	33
16	中国书法史	朱彦民	南开大学	25
17	中国陶瓷史	贺云翱	南京大学	24
模块二：历史、党史及中华优秀传统文化				
18	习近平新时代中国特色社会主义思想	程美东	北京大学	24
19	《共产党宣言》导读	张双利	复旦大学	27
20	大国崛起：中国对外贸易概论	苑涛	南开大学	22
21	历史的三峡：近代中国的思潮与政治	许纪霖	华东师范大学	21
22	中国历史人文地理（上）	葛剑雄	复旦大学	21
23	中国历史人文地理（下）	葛剑雄	复旦大学	21
24	中国古代礼仪文明	彭林	清华大学	29
25	中国文明史（上）	姚中秋	山东大学	18

26	中国文明史（下）	姚中秋	山东大学	18
27	走近中华优秀传统文化	张亮 等	南京大学	10
28	中华传统文化之文学瑰宝	沈鸣鸣	同济大学	10
29	文物精品与中华文明	彭林	清华大学	24
30	文化遗产概览	黄松	同济大学	27
31	国学智慧	曹胜高	陕西师范大学	32
32	中国茶道	朱海燕	湖南农业大学	12
33	中医健康理念	李灿东 等	福建中医药大学	10
模块三：职业素养				
34	大学生职业发展与就业指导	谢伟	仁能达教育科技有限公司	24
35	大学生职业生涯规划（入学版）	庄明科	北京大学	19
36	有效沟通技巧	赵永忠	北京联合大学	10
37	大学生公民素质教育	张绪山	清华大学	17
模块四：安全教育、创新创业教育及其他课程				
38	生命科学与人类文明	张铭	浙江大学	24
39	生命安全与救援	姚武	上海交通大学	21
40	生命伦理学	曹永福	山东大学	15
41	食品营养与食品安全	胡敏予	中南大学	10
42	健康与健康能力	刘佩梅	天津医科大学	15
43	劳动通论	刘向兵 等	中国劳动关系学院	32
44	大学生国家安全教育	李文良 等	国际关系学院	25
45	军事理论	张国清	同济大学	36
46	商业计划书制作与演示	邓立治	北京科技大学	16
47	创新创业实战	陆向谦	清华大学	16
48	人工智能与信息社会	陈斌 等	北京大学/微软亚洲研究院	21
49	大学生防艾健康教育	甄宏丽	中国性学会	10
50	大学启示录：如何读大学	熊丙奇	上海交通大学	22
51	创新思维训练	王竹立	中山大学	10
52	大学生创业基础	李肖鸣	清华大学	30

53	大学生公民素质教育	张绪山	清华大学	17
54	马克思主义的时代解读	吴晓明	复旦大学	18

广东茂名健康职业学院

2021 年 7 月 8 日