



三明学院
SANMING UNIVERSITY

市场营销（闽台）专业 课程教学大纲

开课单位：海峡理工学院
适用年级：2022-2024

二〇二六年三月

目 录

一、专业核心课	1
1.市场调查.....	1
2.营销策划.....	6
二、专业方向课	11
1.媒新体营销（二）	11
三、实践性教学环节	16
1.图像处理技术.....	16
2.EXCELL 在营销中的应用	20
3.新媒体营销实训.....	24
4.营销策划实训.....	28
5.毕业论文.....	32
6.毕业实习.....	36
四、台籍教师课程	41
1.财务管理.....	41
2. 服务营销.....	46
3.职场英语.....	52
4.电子商务.....	57
5.数据结构与数据库.....	65
6. 视觉营销.....	73
7.组织行为学.....	79
8. 公司治理.....	84

一、专业核心课

1.市场调查

课程名称	市场调查			课程代码	1432330C 15
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	金明菊
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	3
开课学期	4	总学时	48	其中实践学时	16
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	先修课程：消费者行为学、统计学，具备一定的统计基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。 后续课程：商圈调查				
B 课程描述	市场调查是市场营销专业三门主干课（市场营销学、消费行为学）程之一。目的在于培养企业基层管理与营销岗位的市场调研专项技能与综合技能。				
C 课程目标	（一）知识 1. 了解和掌握市场调查基本理论知识，以及市场调查活动整个流程与环节中的具体方法、技术与规程；了解市场调查数据的收集、整理、分析方法。 （二）能力 2. 掌握撰写市场调查报告以及进行调查过程所需的设计能力，包括调查方案设计、调查方法设计、问卷设计、抽样设计等。能使用 SPSS 或 Excel 等软件分析数据，培养学生运用统计方法分析和解决实际问题的能力； 3. 团队协作的能力。 （三）素养 4. 重视市场调查理论知识与分析流程，培养与提高调查能力和数据分析的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，提高综合职业素养，培养正确的职业道德观念。				

D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标		
	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。 A2 具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。	课程目标 1		
	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。	课程目标 2		
	应用创新	C1 具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。	课程目标 2、4		
	协作整合	D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。	课程目标 3		
	社会责任	E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 E2 具备绿色营销发展理念与实践。	课程目标 4		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第一章 市场调查概述		4	0	4
	第二章 市场调查方案设计		5	0	5
	第三章 市场调查的数据收集方法		6	0	6
	第四章 量表测量技术		2	0	2
	第五章 问卷设计		7	0	7
	第六章 抽样方法		3	0	3
	第七章 市场调查的组织与实施		1	1	2
	第八章 数据的处理方法		0	4	4
	第九章 数据的分析方法		0	9	9
	第十章 市场调查报告的撰写		1	2	3
	机动		3	0	3
	合 计		32	16	48

F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☒ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☒ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☒ 其他 <u>上机</u>					
11G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
	1	1 市场调查：市场调查含义、作用；类型；市场调查的流程；发展第 4 节 市场调查使用	1、2、4	市场调查需遵循的道德伦理	职业素养和职业道德 诚信教育	课堂讲授 问题导向学习
	2	2 市场调查方案设计：概念与重要性；市场调查问题的界定；市场调查方案的主要内容	1、2、3、4	界定市场调查问题	工匠精神	课堂讲授
	3	3 市场调查数据收集方法：定性调查法；定量调查法	1、2、3、4	实事求是	职业素养	课堂讲授 讨论座谈
	4	4 量表测量技术：测量与测量工具；量表的尺度与类型；常用的量表	1、2			课堂讲授
	5	5 问卷设计：类型、基本结构；问卷设计的原则、步骤；问卷设计技	1、2、4	问卷设计原则	专注与创新精神	课堂讲授
	6	6 抽样方法：基本知识；随机；非随机	1、2			课堂讲授
	7	7 市场调查的组织与实施：调查前期准备；数据收集过程；调查过程及调查质量监控	1、2、3、4	实事求是 实地调研	践行社会主义核心价值观 职业素养	课堂讲授 分组合作学习
	8	数据的处理方法：问卷录入	1、2、4	实事求是	职业素养	上机
	9	数据的分析方法	1、2			上机
	10	8 市场调查报告的撰写：市场调查报告的特点和类型；基本结构；调查报告写作原则与技巧	1、2、3、4	实事求是	职业素养	探究式学习
H	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	

评价方式	平时成绩（40%）	实作评价：出勤、日常表现、作业、期中	1、2、3、4
	期末成绩（60%）	书面报告	1、2、3、4
I 建议教材 及学习资料	1. 教材：徐映梅.《市场调查》. 高等教育出版社，2018 年 9 月第 1 版. 2. 参考书目 [1] 林红菱主编《市场调查与预测》，机械工业出版社，2016。 [2] 贾俊平.《统计学--基于 SPSS》. 中国人民大学出版社. 2016		
J 教学条件 需求	1. 多媒体教学设备、机房； 2. SPSS 软件		
K 注意事项			
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试			
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名： 金明菊 陈士林 张美艳 2026 年 2 月 2 日		
	专家组审定意见： 同意 黄海宗 伍家军 张明 专家组成员签名： 2026 年 2 月 3 日		

学院教学工作指导小组审议意见：

审核通过

教学工作指导小组组长：张桂梅

2026年 2 月 4 日

2.营销策划

课程名称	营销策划			课程代码	1431320 C20
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	陈志斌
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	3
开课学期	6	总学时	48	其中实践学时	0
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	先修课程：市场营销学、消费者行为学、品牌管理、市场调查、财务管理、广告学 后续课程：营销策划实务				
B 课程描述	本课程《营销策划》是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。实践性很强表现在其具备很强的操作性，重视培养学生的实际的各种营销能力：市场策划能力、制定营销组合策略的能力、市场营销策略的综合运用的能力；并且获得实际策划的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业市场营销实践打下坚实的基础。				
C 课程目标	（一）知识 1. 全面了解课程的体系、结构，对市场营销策划有一个总体的认识。理解营销策划所包含的概念、基本原理。 （二）能力 2. 市场营销策划能力；营销策划的实施与控制能力。 3. 培养营销的创新能力 （三）素养 4. 学习马克思主义认识论的内容与方法，指导营销策划；培养学生爱国主义精神。				

D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标		
	专业知能	A1	课程目标 1		
	实务技能	B1	课程目标 2		
	应用创新	C1、C2	课程目标 3		
	协作整合	D2	课程目标 4		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第一章 营销策划导论		3		3
	第二章 营销策划的流程		3		3
	第三章 营销策划的创意		3		3
	第四章 市场调研策划		3		3
	第五章 产品策划		3		3
	第六章 价格策划		3		3
	第七章 市场推广策划		3		3
	第八章 企业形象策划		3		3
	第九章 公共关系策划		3		3
	第十章 品牌策划		3		3
	第十一章 网络营销策划		3		3
	第十二章 房地产营销策划		3		3
	第十三章 医药保健品营销策划		3		3
	第十四章 快速消费品策划		3		3

	第十五章 营销策划书的撰写			3		3
	复习			3		3
	合 计			48		48
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1	1 营销策划导论	1、4	营销策划与马克思主义哲学的整体观和长远性对企业的	社会主义核心价值	课堂讲授
	2	2 营销策划流程	1、2			课堂讲授
	3	3 营销策划的创意	1、3			课堂讲授
	4	4 市场调研策划	1、2、4	体现马克思主义认识论的根本要求,“一切从实际出发,实事求是”	社会主义核心价值	案例分析 + 课堂讲授
	5	5 产品策划	1、2			课堂讲授
	6	6 价格策划	1、2			课堂讲授
	7	7 市场推广营策	1、2、3			课堂讲授
	8	8 企业形象策划	1、2			课堂讲授
	9	9 公共关系策划	1、2	社会责任,爱国情怀,传递正能量	爱国主义教育	课堂讲授
	10	10 品牌策划	1、2			课堂讲授

	11	11 网络营销策划	1、2、3	守正创新，推动中国创造转变、推动中国速度向中国质量转变、推动中国产品向中国品牌转变	民族自信 爱国主义教育	课堂讲授
	12	12 房地产营销策划	1、2			课堂讲授
	13	13 医药保健品营销策划	1、2			课堂讲授
	14	14 快速消费品策划	1、2			课堂讲授
	15	15 营销策划书的撰写	1、2、3、4		自主学习	课堂讲授
	16	复习				
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		出勤、日常表现、课程作业		1、2、3、4	
	期末（70%）		课程报告		1、2、3、4	
I 建议教材 及学习资料	教材：姜岩，《营销策划：方法、实务与技能》，清华大学出版社，2020年7月 参考书： 1. 李胜 黄尧 黄华，《营销策划—路径、方法与文案设计（第1版）》，北京大学出版社 2. 马尔科姆-麦克唐纳着，高杰译，《图解营销策划》，电子工业出版社 3. 杨明刚，《营销策划创意与案例解读》，上海人民出版社					
J 教学条件 需求	1. 多媒体或智慧教室，活动桌椅； 2. 学习通； 3. 满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。					

K 注意事项	本授课大纲 H 到 O 项可视教学需要进行调整
审批意见	备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试
	课程教学大纲起草团队成员签名： 陈士斌 张明 金明菊 2026 年 2 月 10 日
	专家组审定意见： 同意
	专家组成员签名： 黄海蒙 张明 伍家军 2026 年 2 月 11 日
学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张桂梅 2026 年 2 月 12 日	

二、专业方向课

1. 新媒体营销（二）

课程名称	新媒体营销（二）			课程代码	1432430C10
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	李明骞
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	3
开课学期	6	总学时	48	其中实践学时	16
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	先修课程：市场营销、消费者行为学、新媒体营销（一）、视觉营销等相关课程 后续课程：网店运营、新媒体运营项目实践、实务专题等课程				
B 课程描述	《新媒体营销二》课程是在大商科环境下，各商科专业的必修核心技能课程。 该课程主要培养短视频营销和直播运营人才。本课程所对应的岗位有：新媒体营销专员、新媒体营销运营专员、新媒体营销策划经理、直播相关人员。本课程主要让学生掌握利用短视频、直播营销的基本方法和技巧。以抖音、快手、微信视频号等新媒体平台为基础，借助图片、视频编辑、直播软件的运用，能够熟练撰写新媒体营销文案、拍摄短视频、开展直播运营。整个教学过程以理论讲授并结合实践活动，教师提供新媒体营销项目背景、素材和基本要求，学生根据提供的基本资料基础之上发挥创意，开展短视频+直播营销。				
C 课程目标	（一）知识： 掌握短视频+直播营销的基本理论、原则、方法；（A1） （二）能力： 具备职场所需的市场调研、数据分析、短视频运营、直播运营的专业实务技术；（B1） （三）应用创新 具备短视频脚本撰写、短视频拍摄、直播等内容营销能力；（C1） 具有文案创意、视频创意、直播方式创新能力；（C2） （四）协作整合 具有小组沟通、协作能力（D1） 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。（D2） （五）社会责任 具备职业素养，传播正能量				

D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标		
	专业知能	A1 掌握系统扎实的短视频+直播基础知识、专业知识和专业技能；	课程目标 1		
	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、数据分析、短视频运营、直播运营的专业实务技术。	课程目标 2		
	应用创新	C2 具备较强的短视频创意、直播创新或创业能力。	课程目标 3		
	协作整合	D1具有良好的商务沟通、团队协作能力。 D2具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。	课程目标 4		
	社会责任	E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	课程目标 5		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第一章 短视频与直播基础		4		4
	第二章 短视频策划		6		6
	第三章 短视频拍摄与编辑		4	4	8
	第四章 短视频运营与推广		6		6
	第五章 短视频变现		4		4
	第六章 直播活动策划与运营		4	6	10
	第七章 短视频与直播运营数据分析		4		4
	第八章 抖音直播运营实践		0	6	6
	合 计		32	16	48

F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☒ 讨论座谈 ☐ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☒ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
	1	短视频与直播基础	1			课堂讲授
	2	短视频定位策划	2、3、4	短视频创作职业道德	培育社会主义核心价值观	课堂讲授 讨论
	3	短视频创意与脚本	2、3、4	短视频创作职业道德	培育社会主义核心价值观	课堂讲授 讨论
	4	短视频拍摄	2			实作
	5	短视频编辑	2			实作
	6	短视频变现	2			课堂讲授
	7	直播活动策划	2、3、4			课堂讲授 讨论
	8	直播活动策划与运营	2、3、4	法治意识、正能量	培育法治意识与职业道德	课堂讲授 分组合作
	9	直播活动策划与运营	2、3、4	法治意识、正能量	培育法治意识与职业道德	课堂讲授 分组合作
	10	短视频与直播运营数据分析	2			课堂讲授
	11	抖音直播运营实践	5	法治意识	培育法治意识与职业道德	实作
	12	抖音直播运营实践	5	职业道德	培育法治意识与职业道德	实作

	评价项目及配分	评价项目说明	支撑课程目标
H 评价方式	平时（50%）	课堂表现、平时作业、实训	1-5
	期末（50%）	纸笔考试	1-5
I 建议教材 及学习资料	《短视频与直播运营》刘凯、黄英 主编 人民邮电出版社 《新媒体营销与运营》李东进 人民邮电出版社 《新媒体营销》林海 高等教育出版社 《新媒体营销实务》 中国人民大学出版社 肖凭 主编		
J 教学条件 需求	多媒体教室，机房		
K 注意事项			
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试			
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名： 李明贵 肖凭 陈佳君 金明菊		
2026 年 2 月 10 日			

专家组审定意见：

同意

专家组成员签名：

黄海荣 张纳 伍家军

2026 年 2 月 11 日

学院教学工作指导小组审议意见：

审核通过

教学工作指导小组组长：张松梅

2026 年 2 月 12 日

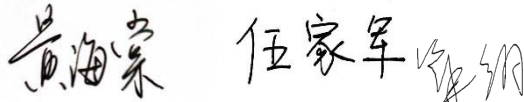
三、实践性教学环节

1.图像处理技术

课程名称	图像处理技术	课程代码	1433610 C02
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☒ 其他	授课教师	陈柏成
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修	学 分	1
开课学期	3	实践学时	1 周
A 先修及后续 课程	无		
B 课程描述	本课程以 Photoshop 为核心工具，围绕电商视觉营销场景展开教学。课程不仅讲解软件操作逻辑，更重视商业视觉背后的策略思维——一张海报如何吸引点击？如何在有限版面中精准传达卖点？又如何透过版式、色彩与排版建立品牌调性？ 教学过程将从基础图像处理、图层逻辑与屏蔽应用出发，逐步过渡至商品主图优化、促销活动海报设计与详情页视觉编排。学生在操作之余，亦需思考市场定位与消费心理，使设计不流于形式，而能真正服务于销售转化。 课程强调实作导向。每一阶段皆安排对应实战专题，透过模拟电商平台情境，完成可直接应用于淘宝、京东或自建商城之视觉作品。		
C 课程目标	例如： （一）知识 1. 理解 Photoshop 核心工具与图层系统之运作原理。 2. 掌握电商海报设计的构图原则、色彩策略与视觉层级安排。 （二）能力 3. 能独立完成商品主图与促销海报之设计与优化。 4. 能依据不同电商平台规范调整尺寸与输出格式。 5. 具备分析竞品视觉风格并提出改进方案的能力。 （三）素养 6. 建立专业设计伦理意识，尊重原创与知识产权。 7. 在商业设计中融入诚信经营与社会责任理念，避免夸大与虚假宣传。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。		

D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点		课程目标		
	2. 专业知识应用能力	2-2. 能将理论应用于实务场景		课程目标 1、2		
	3. 问题分析与解决能力	3-1. 能针对实务问题提出解决方案		课程目标 3、4、5		
	4.职业伦理与社会责任	5-1 遵守专业规范与法律法规		课程目标 6、7		
E 教学内容	实践项目及内容			学时分配		
				实验、上机、实训、 线上教学、研讨等	合计	
	Photoshop 基础与图层逻辑			上机、实训		
	商品精修与影像优化			上机、实训		
	电商主图设计策略			上机、实训		
	促销海报与活动页视觉			上机、实训		
	综合专题实作与成果发表			上机、实训		
	合 计			上机、实训	20	
F 教学方式	■课堂示范 □讨论实操 □问题导向学习 □分组合作学习 □专题学习 1、2 实作学习 □探究式学习 □线上线下混合式学习 □其他_____					
G 教学安排	次别	实践名称	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1 天	软件基础与设计 逻辑建构	目标 1、2	工匠精神、专业 规范意识	培养严谨细致 的专业态度	示范讲解+ 实时实操
2 天	商品去背与影像 精修实战	1、3	原创意识、知识 产权保护	建立合法合规 使用素材意识	分步拆解+ 个别指导	

	3 天	电商主图视觉策略设计	目标 2、3、4	诚信经营、理性消费观	强化诚信设计与真实表达	案例分析+任务式实作
	4 天	促销海报与活动页整合设计	目标 35	社会责任意识、品牌价值导向	树立兼顾商业与责任设计观	示范解析+个人实作
	5 天	综合专题制作与成果发表	目标 1、2、3、4、5、6、7	职业责任感、专业自律	强化独立完成作品与自我负责意识	个人图像制作+成果简报
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（40%）		课堂实作表现（20%） 阶段作品提交（10%） 出勤与课堂参与（10%）		目标 1、2、3、4、5、6、7	
						
	期末（60%）		综合电商海报专题设计（50%） 专题成果展示与口头说明（10%）		目标 1、2、3、4、5	
I 建议教材及学习资料	王才君 主编，周燕华、曾宽、钟星翔 编着，Photoshop 图像处理与制作，人民邮电出版社，2022. 03					
J 教学条件需求	需配备计算机教室，每位学生一机；安装 Photoshop 软件。					

K 注意事项	学生须自备随身储存设备，并建立备份习惯。 课程作品严禁抄袭或盗用网络素材，违者按学术规范处理。
	备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)操作考试：平时操作、期末考试 (2)实作评价：实验报告、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026 年 2 月 2 日
	专家组审定意见：   专家组签名： 2026 年 2 月 3 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张桂梅 2026 年 2 月 4 日

2.EXCELL 在营销中的应用

课程名称	EXCELL 在营销中的应用			课程代码	1433610C04
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☒ 其他			授课教师	郑庆伟
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	1
开课学期	4	总周数	1	总学时	24
A 先修及后续 课程	先修：市场营销学、市场调查 后续：数据库营销、网店运营				
B 课程描述	本课程让学生能够理解数据化运营知识、方法和技巧。能够明确数据化运营目标、搭建数据分析指标体系并验证，能够编制数据化运营方案并能够跟踪实施，开展市场、运营、产品业务的综合分析，及时发现数据异常，提出业务数据分析优化办法，撰写数据综合分析报告。同时针对数据化运营结果，提出运营提升建议、理念创新、方法创新、模式等创新。				
C 课程目标	（一）知识 1、掌握数据化管理的一般流程； 2、能对指标进行拆解并确定分析维度； （二）能力 3、能够基于业务数据分析结果，优化数据指标、分析方法、分析模型； 4、能够结合业务现状，对市场、运营、产品等数据进行交叉、多维度分析； （三）素养 5、具备法律意识，尊重公民隐私，不侵犯公民合法权益； 6、具备严谨的数据分析态度，在数据分析过程中遵守职业道德； 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。				
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点		课程目标	
	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专		课程目标 1、2	

		业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。				
	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。		课程目标 3、4		
	协作整合	D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。		课程目标 5、6		
E 教学内容	实习（实践）项目		实习地点	周数/学时分配		
	模块一 大数据与数据化管理		实验室	4		
	模块二 数据分析指标体系制定		实验室	4		
	模块三 数据化运营方案制定与实施		实验室	4		
	模块四 业务数据综合分析		实验室	4		
	模块五 数据综合分析报告撰写		实验室	4		
	模块六 数据化运营创新		实验室	4		
	合 计			24		
F 教学方式	☐现场指导 ☐讨论座谈 ☒问题导向学习 ☐分组合作学习 ☐专题学习 ☒实作学习 ☐探究式学习 ☐线上线下混合式学习 ☐其他_____					
G 教学安排	次别	实习（实践）项目	支撑课程目标	课程思政融入 （根据实际情况至少填写 3 次）		教学方式与手段
				思政元素	思政目标	
	1	模块一 大数据与数据化管理	1、2	电子商务发展	民族自信	现场指导
	2	模块二 数据分析指标体系制定	1、2			现场指导

	3	模块三 数据化运营 方案制定与实施	3、4			现场指导
	4	模块四 业务数据综 合分析	3、4	数据安全	提升法律责任	现场指导
	5	模块五 数据综合分 析报告撰写	5、6		。	现场指导
	6	模块六 数据化运营 创新	5、6	数据化运营	培养社会责任心 和社会责任感	现场指导
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		出勤、课堂表现		1-6	
	实操报告/机考（70%）		利用学生实操作品评价		1-6	
I 建议教材 及学习资料	电子商务数据分析概论（高级） EXCEL 商务数据分析与应用					
J 教学条件 需求	机房					
K 注意事项						
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试 (2)实作评价：现场记录、日常表现、观察 (3)档案评价：书面报告、实习总结 (4)口语评价：现场口头报告						
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：					

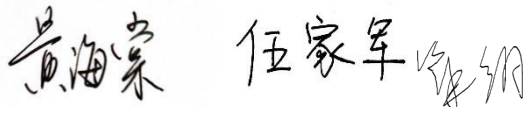
	席建国 郑庆伟 张明 2026年2月1日
	专家组审定意见： 同意 黄海蒙 伍家军 张明 专家组成员签名： 2026年2月3日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张桂梅 2026年2月4日

3.新媒体营销实训

课程名称	新媒体营销实训			课程代码	1433620C06
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	陈志斌
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	2
开课学期	1	总周数	2	总学时	48
A 先修及后续 课程	先修：市场营销学、广告学、视觉营销、新媒体营销 后续：大数据分析、网络营销、网店运营管理、毕业实习				
B 课程描述	本课程是一门适用数字媒体行业知识技能入门课,课程内容与行业动态紧密接轨。 课程将目前行业中基于短视频创作与直播电商平台应用的知识技能生动有趣地带给学生,帮助学生提升数字媒体素养和技术技能,让每一位学生都有机会运用数字媒体技术丰富自己的生活,创造更多就业创业的机会。				
C 课程目标	(一) 知识 1、从行业和职业两个方面,了解新媒体平台和内容营销相关知识。 2、掌握短视频平台的账号定位、IP 打造、选题与策划、脚本创作、视频拍摄与剪辑、运营变现等知识。 3、掌握直播电商的开播、开店、运营、商业变现等相关知识。 (二) 能力 4、锻炼提升了文案创作、短视频拍摄剪辑等能力。 5、锻炼提升了直播表达的能力。 6、培养创新创造的能力。 (三) 素养 7、学会用镜头发现新时代中的真、善、美,宣传积极正能量,培养社会责任心和社会责任感。 8、培养自我文化底蕴和艺术审美能力,学会用创新发展的眼光看待数字媒体行业和产品的能力。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。				
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点		课程目标	
	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专		课程目标 1	

		业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。		
	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。		课程目标 2、3、4、5
	应用创新	C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。		课程目标 6
	协作整合	D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。		课程目标 4、5
	社会责任	E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。		课程目标 7、8
E 教学内容	实习（实践）项目		实习地点	周数/学时分配
	新媒体行业认知与职业兴趣挖掘		线上	4
	新媒体账号定位与 IP 运营		线上	4
	短视频创作的基础知识与技能		线上	4
	爆款内容和选题的逻辑与方法		线上	4
	短视频领域的商业变现		三明地区企业	12
	直播电商行业认知		线上	4
	直播电商的职业能力		三明地区企业	8
	直播电商运营必备核心技能		三明地区企业	8
	合 计			48

F 教学方式	☐ 现场指导 ☐ 讨论座谈 ☐ 问题导向学习 ☐ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	次别	实习（实践）项目	支撑课程目标	课程思政融入 （根据实际情况至少填写 3 次）		教学方式与手段
				思政元素	思政目标	
	1	新媒体行业认知与职业兴趣挖掘	1			线上线下混合式学习
	2	新媒体账号定位与 IP 运营	2			线上线下混合式学习
	3	短视频创作的基础知识与技能	2、4、8	构图、拍摄	发现新时代中的真、善、美，宣传积极正能量	线上线下混合式学习
	4	爆款内容和选题的逻辑与方法	2、4、6、7、8	内容与选题	宣传积极正能量	线上线下混合式学习
	5	短视频领域的商业变现	2、4、6、7	商业模式与职业道德	培养社会责任感和责任感。	现场指导
	6	直播电商行业认知	3、5			线上线下混合式学习
	7	直播电商的职业能力	3、5、7、8	电商直播相关法律、法规	培养社会责任感和责任感。	现场指导
	8	直播电商运营必备核心技能	3、5、7、	电商直播相关法律、法规	培养社会责任感和责任感。	现场指导
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		参加抖音数字学堂考试		1-8	
	实习作品（70%）		利用学生实操作品评价		1-8	

I 建议教材 及学习资料	抖音数字学堂提供学习资料
J 教学条件 需求	手机、直播设备
K 注意事项	
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试 (2)实作评价：现场记录、日常表现、观察 (3)档案评价：书面报告、实习总结 (4)口语评价：现场口头报告	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026 年 2 月 1 日
	专家组审定意见：   专家组成员签名： 2026 年 2 月 3 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过
	教学工作指导小组组长：张桂梅 2026 年 2 月 4 日

4.营销策划实训

课程名称	营销策划实训			课程代码	1433610 C05
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	陈志斌
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	1
开课学期	第六学期	总周数	1	总学时	16
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	先修课程：市场营销学、营销策划、消费者行为学、品牌管理、市场调查、广告学 后续课程：				
B 课程描述	本课程《营销策划实训》是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。实践性很强表现在其具备很强的操作性，重视培养学生的实际的各种营销能力：市场策划能力、制定营销组合策略的能力、市场营销策略的综合运用的能力；并且获得实际策划的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业市场营销实践打下坚实的基础。				
C 课程目标	（一）知识 1. 全面了解课程的体系、结构，对市场营销策划有一个总体的认识。理解营销策划所包含的概念、基本原理。 （二）能力 2. 市场营销策划能力；营销策划的实施与控制能力。 3. 培养营销的创新能力 （三）素养 4. 学习马克思主义认识论的内容与方法，指导营销策划；培养学生爱国主义精神。				
D 课程目标与	毕业要求	毕业要求指标点		课程目标	

毕业要求的 对应关系	专业知能	A1		课程目标 1		
	实务技能	B1		课程目标 2		
	应用创新	C1、C2		课程目标 3		
	协作整合	D2		课程目标 4		
E 教学内容	章节内容			学时分配		
				理论	实践	合计
	第一模块	CIS 策划		4	4	
	第二模块	产品策划		4	4	
	第三模块	促销策划		4	4	
	第四模块	市场定位策划		4	4	
	合 计				16	16
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 （根据实际情况至少填写 3 次）		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1	1 CIS 策划	1、4	营 销 策 划 与 马 克 思 主 义 哲 学 的 整 体 观 和 长 远 性 对 企 业 的	社 会 主 义 核 心 价 值 观	课堂讲授
	2	2 产品策划	1、2			课堂讲授
	3	3 促销策划	1、3			课堂讲授

	4	4 市场定位策划	1、2、4	体现马克思主义认识论的根本要求，“一切从实际出发，实事求是”	社会主义核心价值观	案例分析+课堂讲授
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		出勤、日常表现、课程作业		1、2、3、4	
	期末（70%）		课程报告		1、2、3、4	
I 建议教材 及学习资料	教材：姜岩，《营销策划：方法、实务与技能》，清华大学出版社，2020年7月 参考书： 1. 李胜 黄尧 黄华，《营销策划—路径、方法与文案设计（第1版）》，北京大学出版社 2. 马尔科姆-麦克唐纳着，高杰译，《图解营销策划》，电子工业出版社 3. 杨明刚，《营销策划创意与案例解读》，上海人民出版社					
J 教学条件 需求	1. 多媒体或智慧教室，活动桌椅； 2. 学习通； 3. 满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。					
K 注意事项	本授课大纲 H 到 O 项可视教学需要进行调整					
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试						

审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名： 陈士斌 张明菊 2026 年 2 月 14 日
	专家组审定意见：同意 专家组成员签名： 黄海豪 张明菊 张美艳 伍家军 2026 年 2 月 14 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张松梅 2026 年 2 月 14 日

5. 毕业论文

课程名称	毕业论文			课程代码	1433660001
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☒ 其他			授课教师	全体教师
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	6
开课学期	8	总学时	8 周	总学时	——
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	前 7 学期所有学习课程，无后续课程				
B 课程描述	毕业论文是为前 7 个学期市场营销专业学习的一个总结。通过本课程的教学，使学生比较全面、系统的掌握市场营销的基本理论和基本知识，能够解决市场营销上的一般问题的能力，以便较好地适应从事企业日常营销工作的需要，同时为后续毕业后就业打下坚实的基础。				
C 课程目标	（一）知识 1.1 掌握市场营销专业课程的基本概念等基本知识，及各个课程的理论之间的关联； 1.2 掌握市场营销专业分析的方法。 （二）能力 2.1 对市场营销理论与实践知识进行分析的能力； 2.2 掌握不同环境下的市场营销的技能应用，并进行创新； 2.3 市场营销各课程之间归纳、协调能力，具有跨领域的统筹、整合能力； （三）素养 3.1 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神； 3.2 树立“互联网+”的融合发展思维，构建以人为本的价值观。				
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点			课程目标
	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。			课程目标 1

	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。			课程目标 2、3		
	应用创新	C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。			课程目标 2		
	协作整合	D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。			课程目标 2		
	社会责任	E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。			课程目标 3		
E 教学内容	章节内容				学时分配		
					理论	实践	合计
	毕业论文开题				1 周		1 周
	毕业论文中期检查				1 周		1 周
	毕业论文指导				4 周		4 周
	毕业论文评阅				1 周		1 周
	毕业论文答辩				1 周		1 周
	合 计				8 周		8 周
F 教学方式	☐课堂讲授 ☐讨论座谈 ☐问题导向学习 ☐分组合作学习 ☐专题学习 ☐实作学习 ☐探究式学习 ☐线上线下混合式学习 ☒其他_____						
G 教学安排	授课次别	教学内容	支撑课程目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式与手段	
				思政元素	思政目标		
	1	毕业论文开题	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心价值	社会主义核心价值	社会主义核心价值	社会主义核心价值
	1	毕业论文中期检查	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心价值	社会主义核心价值	社会主义核心价值	社会主义核心价值
4	毕业论文指导	1. 1, 1. 2, 2. 1,	社会主义核心	社会主义核心价			

			2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	价值观、市场经济等	价值观、市场经济等	
	1	毕业论文评阅	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心价值观、市场经济等	社会主义核心价值观、市场经济等	
	1	毕业论文答辩	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心价值观、市场经济等	社会主义核心价值观、市场经济等	
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	评阅成绩（20%）		论文质量		（一）、（二）、（三）	
	指导成绩（40%）		论文质量		（一）、（二）、（三）	
	答辩成绩（40%）		论文质量、答辩表现		（一）、（二）、（三）	
I 建议教材及学习资料						
J 教学条件需求						
K 注意事项						

备注：

1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。

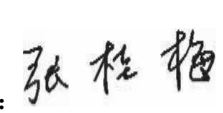
2.评价方式可参考下列方式：

(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试

(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察

(3)档案评价：书面报告、专题档案

(4)口语评价：口头报告、口试

审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026 年 3 月 2 日
	专家组审定意见：同意。  专家组成员签名： 2026 年 3 月 2 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过  教学工作指导小组组长： 2026 年 3 月 3 日

6.毕业实习

课程名称	毕业实习			课程代码	1433680002
课程类型	☐ 通识课 ☐ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☒ 其他			授课教师	陈翊
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	8
开课学期	第六学期	总周数	12 周	总学时	——
A 先修及后续 课程	前 7 学期所有学习课程，无后续课程				
B 课程描述	毕业实习是基于前 7 个学期市场营销专业学习的一个实践总结。通过本课程的教学，使学生比较全面、系统的掌握市场营销的基本理论和基本知识，能够解决市场营销上的一般问题的能力，以便较好地适应从事企业日常营销工作的需要，同时为后续毕业后就业打下坚实的基础。				
C 课程目标	（一）知识 1.1 掌握市场营销专业课程的基本概念等基本知识，及各个课程的理论之间的关联； 1.2 掌握市场营销专业分析的方法。 （二）能力 2.1 对市场营销理论与实践知识进行分析的能力； 2.2 掌握不同环境下的市场营销的技能应用，并进行创新； 2.3 市场营销各课程之间归纳、协调能力，具有跨领域的统筹、整合能力； （三）素养 3.1 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神； 3.2 树立“互联网+”的融合发展思维，构建以人为本的价值观。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。				
D 课程目标与 毕业要求的	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。			课程目标 1

对应关系	实务技能	B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。	课程目标 2、3	
	应用创新	C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。	课程目标 2	
	协作整合	D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。	课程目标 2	
	社会责任	E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	课程目标 3	
	专业知能	A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。	课程目标 1	
E 教学内容	实践项目及内容		学时分配	
			实验、上机、实训、线上教学、研讨等	合计
	毕业实习动员		线下	12 周
	毕业实习指导		实习	
	毕业实习反馈		线上/线下	
	毕业实习总结		线下	
	合 计			

F 教学方式	☐ 课堂示范 ☐ 讨论实操 ☐ 问题导向学习 ☐ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	次别	实践名称	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
		毕业实习动员	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	
		毕业实习指导	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	
		毕业实习反馈	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	
		毕业实习总结	1. 1, 1. 2, 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	社会主义核心 价值观、市场经 济、职业道德等	
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	实习报告（手册）		实习手册中企业评价、学生实 习日记等		（一）、（二）、（三）	

I 建议教材 及学习资料	
J 教学条件 需求	
K 注意事项	
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)操作考试：平时操作、期末考试 (2)实作评价：实验报告、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026 年 3 月 2 日
	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名： 2026 年 3 月 2 日

	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张松梅 2026 年 3 月 3 日
--	---

四、台籍教师课程

1.财务管理

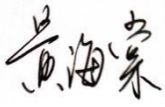
三明学院 市场营销 专业(理论课程)教学大纲

课程名称	财务管理			课程代码	1431330 C17
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	廖彩云
修读方式	☒ 必修 选修			学 分	3
开课学期	2025-2026 学 年第 2 学期	总学 时	48	其中实践学时	
混合式 课程网址	非必填，根据实际填写				
A 先修及后续 课程	先修课程：《初级会计》、《管理会计》 后续课程：《财务报表分析》、《营运资金管理》、《投资学》				
B 课程描述	本课程《正确理财让财富增值》为核心，旨在培养学生从个人理财做起，逐步拓展到家庭、企业各类组织的理财管理能力。课程强调《以钱生钱》财富增值思维。引导学生建立系统化的财经观念，最终具备协助不同层级经济主体实现财富增长的实务技能。 课程内容涵盖企业财务管理的完整架构，深入探讨财务规划、资金运用、风险管理及资本运作等关键策略，透过课程内容 12 个单元的学习，学生将掌握从基础价值观念到进阶决策分析的知识体系，包括财务管理的价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、资本结构决策、投资决策源理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理、股利理论与政策、并购与重组等实务议题，确保企业财务健康与永续增长。				
C 课程目标	(一) 知识 1.理解财务管理的知识体系，连结个人理财与企业财务决策的共通逻辑。 2.归纳企业财务运作的实务架构，了解各项财务决策对企业价值和经营绩效的影响机制。 (二) 能力 3.分析企业在资本预算、资金运用和融资决策，提出具体建议。 4.评价不同财务策略对企业价值、资本结构及市场竞争力的影响。 (三) 素养 5.重视稳健和永续的理财态度和长期价值，避免投机和短线思维。 6.养成整合财务、策略和营运的系统思考能力，以创新思维面对新兴金融工具与数位化趋势的挑战。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。				

D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标		
	1.专业知识	1-1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能； 了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。	课程目标 1、2		
	2.实务技能	2-1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。 2-2 B2 具备执行、规划市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的能力。	课程目标 2、3、4		
	3.应用创新	3-1 具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。	课程目标 5、6		
	4.协作整合	4-1 具有良好的商务沟通、团队协作能力。	课程目标 3、4		
	5.社会责任	5-1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	课程目标 5		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第 1 章 总论		3		3
	第 2 章 财务管理的价值观念		3		3
	第 3 章 财务分析		3		3
	第 4 章 财务战略与预算		3		3
	第 5 章 长期筹资方式		3		3
	第 6 章 资本结构决策		3		3
	第 7 章 投资决策原理		3		3
	第 8 章 投资决策实务		3		3
	第 9 章 短期资产管理		3		3

	第 10 章 短期筹资管理			3		3
	第 11 章 股利理论与政策			3		3
	第 12 章 并购与重组			3		3
	合 计			48		48
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☐ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☒ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1	第 1 章 总论	课程目标 1、3			课堂讲授、 案例实作
	2	第 2 章 财务 管理的价值 观念	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作
	3	第 3 章 财务 分析	课程目标 1、2	不作假帐，企业 绩效与用续经 营连结	建立诚信为本、 操守为重的财 务职业伦理观	课堂讲授、 案例实作
	4	第 4 章 财务 战略与预算	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作
	5	第 5 章 长期 筹资方式	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作
	6	第 6 章 资本 结构决策	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作
	7	第 7 章 投资 决策原理	课程目标 1、2、3	理性务实、具备 风险意识	避免跟风般的 盲目扩张，稳健 发展。	课堂讲授、 案例实作
	8	第 8 章 投资 决策实务	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作

	9	第 9 章 短期 资产管理	课程目标 1、2、3			课堂讲授、 案例实作
	10	第 10 章 短期 筹资管理	课程目标 1、2			课堂讲授、 案例实作
	11	第 11 章 股利 理论与政策	课程目标 1、2、3	诚信回报、共享 发展	保护股东，兼顾 长远利益。	课堂讲授、 案例实作
	12	第 12 章 并购 与重组	课程目标 1、2、3			课堂讲授、 案例实作
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（20%）		考勤、课堂表现		课程目标 1、2、3	
	作业(20%)		课程作业		课程目标 1、2、4	
	小考(25%)		平时小测		课程目标 1、2、3、4、5、 6	
	期末（35%）		纸笔考试		课程目标 1、2、3、4、5、6	
I 建议教材 及学习资料	财务管理学《第 10 版·立体化数字教材版》，主编：王化成 刘俊彦 荆新，书号 ISBN: 978-7-300-32799-0，2024 年 6 月 14 日出版					
J 教学条件 需求	多媒体教室					
K 注意事项						

备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026 年 3 月 10 日
	专家组审定意见：同意。   伍家军 专家组成员签名： 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过  教学工作指导小组组长： 2026 年 3 月 13 日

2. 服务营销

三明学院市场营销(闽台)专业(品牌管理)教学大纲

课程名称	服务营销			课程代码	1432530 C14
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	廖彩云
修读方式	必修 选修			学 分	3
开课学期	2025-2026 学 年第 2 学期	总学时	48	其中实践学时	
混合式 课程网址	非必填，根据实际填写				
A 先修及后续 课程	先修课程：《市场营销学》、《消费者行为学》、《品牌管理》、 后续课程：《大数据分析》、《服务设计与创新》、《战略管理》				
B 课程描述	本课程紧扣县大服务业高质量发展要求。本课程聚焦于服务营销的核心工具与当前科技变革，内容有关键十二个项目，分别为：服务营销导论，服务消费行为，服务营销理念，服务营销战略，服务市场的细分、选择和定位，服务商品策略，服务定价策略，服务渠道策略，服务促销策略，服务人员策略，服务过程策略，服务有形展示。 本课程针对科技发展之人工智能、人型机器人与聊天机器人引领的产业变革，课程特别强化数位化转型的影像，探讨如何设计数位化服务商品、利用新兴渠道进行推广，以及在数据安全与隐私保护下守住伦理底线。 服务营销是一门强调动手做的课程，赋予一套系统化的服务营销思维，全面覆盖服务营销 7P 组合，学习开发具竞争力商品、掌握科学定价、渠道和促销策略，培养学生应对突发服务故障的应变能力与沟通技巧，以确保在数位化转型巨浪中，能通过优质动赢得消费者信任。				

C 课程目标	例如： （一）知识 1. 理解 服务的无形性与异质性，掌握中国现代服务业在发展新格局的运行规律。 2. 归纳 系统服务营销 7P 策略与服务流程再造理论架构，建构完整的专业知识体系。 （二）能力 3. 分析 市场趋势与消费行为，占用调研工具和服务消费心理，针对不同细分市场定制市场的方案和竞争策略。 4. 评价 服务企业的市场表现，诊断服务质量的差距，提供优化服务流程与提升顾客满意度的改进措施。 （三）素养 5. 重视 企业责任与伦理规范，在行销决策中重视环境保护、社会公益和数据隐私，并将社会责任感融入职业判断中。 6. 养成 服务精神与职业道德，养成以人为本的服务意识和诚实守信的职业操守、坚定理想信念。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。		
D 课程目标与毕业要求的对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标
	1.专业知能	1-1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。 1-2 具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。	课程目标 1、2
	2.实务技能	2-1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。 2-2 具备执行、规划市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的能力。	课程目标 3、4
	3.应用创新	3-1 具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。	课程目标 2、3、4
	4.协作整合	4-1 具有良好的商务沟通、团队协作能力。	课程目标 3、4、6
	5.社会责任	5-1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观	课程目标 5、6
E	章节内容		学时分配

教学内容						
				理论	实践	合计
	项目 1 服务营销导论			4		4
	项目 2 服务消费行为			4		4
	项目 3 服务营销理念			4		4
	项目 4 服务营销战略			4		4
	项目 5 服务市场的细分、选择和定位			4		4
	项目 6 服务商品策略			4		4
	项目 7 服务定价策略			4		4
	项目 8 服务渠道策略			4		4
	项目 9 服务促销策略			4		4
	项目 10 服务人员策略			4		4
	项目 11 服务过程策略			4		4
	项目 12 服务有形展示			4		4
	合 计			48	0	48
F 教学方式	☒课堂讲授☐讨论座谈☐问题导向学习☒分组合作学习 ☐专题学习☐实作学习☐探究式学习☐线上线下混合式学习 ☐其他_____					
	授课 次别	教 学 内 容	支撑课程 目 标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教 学 方 式 与 手 段
	思政元素			思政目标		
	1	项目 1 服务营销 导论	课程目标 1	辨 识 服 务 营 销 东 西 发 展 不 向	将 数 位 优 势 融 入 服 务 营 销 , 增 强 服 务 业 发 展 。	☒ 课堂讲授 ☒ 分 组 合 作 学 习

G 教学安排	2	项目 2 服务消费行为	课程目标 2			☒ 课堂讲授
	3	项目 3 服务营销理念	课程目标 2			☒ 课堂讲授
	4	项目 4 服务营销战略	课程目标 1、2、3、4			☒ 课堂讲授 ☒ 分组合作
	5	项目 5 服务市场的细分、选择和定位	课程目标 2	了解服务市场特征	强化法律意识、数据安全、尊重公民隐私权。	☒ 课堂讲授
	6	项目 6 服务商品策略	课程目标 1、2、3、4			☒ 课堂讲授 ☒ 分组合作
	7	项目 7 服务定价策略	课程目标 1、2、3、4			☒ 课堂讲授
	8	项目 8 服务渠道策略	课程目标 1、2、3、4	掌握适合的网路分销服务类型。	增强社会服务意识, 关注服务创新。	☒ 课堂讲授 ☒ 分组合作
	9	项目 9 服务促销策略	课程目标 1、2、3、4			☒ 课堂讲授 ☒ 分组合作
	10	项目 10 服务人员策略	课程目标 1、2、3、4、6			☒ 课堂讲授
	11	项目 11 服务过程策略	课程目标 1、2、3、4、6			☒ 课堂讲授
	12	项目 12 服务有形展示	课程目标 2、3、4			☒ 课堂讲授
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时 (20%)		出勤、课堂表现		课程目标 1、2	

	作业 (25%)	作业	课程目标 1、2、3、4、6
	实践 (25%)	案例报告	课程目标 1、2、3、4、5
	期末 (30%)	测试成绩	课程目标 1、2、3、4、5、6
I 建议教材 及学习资料	建议教材：服务营销理论与实务(第四版), 仲晓密 主编, 相聪珊、解敬红、邹群 副主编, 清华大学出版社, ISBN 978-7-302-68682-8, 2025.09 学习资料：服务营销 (第 6 版), 郭国庆 着,中国人民大学出版社, ISBN：978-7-300-32757-0, 2024-4-26		
J 教学条件 需求	多媒体教室		
K 注意事项			
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试			
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名： 廖彩雲 2026 年 3 月 10 日		

	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名：  伍家军 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长： 2026 年 3 月 13 日

3.职场英语

三明学院 市场营销 专业(职场英语 2)教学大纲

课程名称	职场英语 2			课程代码	1431420C07
课程类型	☐ 通识课 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	廖彩云
修读方式	☒ 必修 选修			学 分	2
开课学期	2025-2026 学年第 2 学 期	总学时	32	其中实践学时	
混合式 课程网址	非必填，根据实际情况填写				
A 先修及后 续 课程	先修课程：《大学英语》、《商业英语阅读》 后续课程：《简报英语》、《市场营销英语》				
B 课程描述	本课程旨在提升学生在专业环境中的英语沟通能力，着重英语沟通技巧训练和口语交际能力，培养学生自信地与同事、客户或上级进行有效交流。课程强调实务导向，透过情境模拟、案例分析和互动练习，协助学生在真实环境工作环境中应对各种挑战。 本学习延续职场英语 1 之系统架构，聚焦六大主题：市场与广告、客服与质量管理、企业伦理与价值观、银行业与金融、安全生产与权益、全球化与未来工作等，循序拓展专业领域的语言应用广度。 此外，课程同步强化专业词汇累积，透过主题式字汇教学与反复应用，提升学生语言的精准度与专业形象，为职场竞争力奠定扎实基础。				

C 课程目标	(一) 知识 1.理解职场英语系统性字汇，能于多元工作环境中精确运用专业术语，提升沟通的准确性与效率。 2.归纳适合学生的学习策略，建立职业英语持续进修与动态调整的自我学习机制，以因应产业变化。 (二) 能力 3.分析学生的语言能力结构，透过听说读写四项技能进行全面诊断与评估，掌握学习起点。 4.评价学生在课堂中的表现，强调其在实际应用的语言流畅度和精准度。 (三) 素养 5.重视职场英语互动中的文化差异，培养跨文化的敏感度，提升国际沟通的有效性与适切性。 6.养成主动学习和自我精进的习惯，具备适应职场变化、迎接挑战的思维。 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。				
课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标		
	1.专业知识	1-2 具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。	课程目标 1、2		
	3.应用创新	3-1 具备较强的市场营销创新或创业能力。	课程目标 3、4		
	4.协作整合	4-1 具有良好的商务沟通、团队协作能力。 4-2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。	课程目标 3、4、5		
	5. 社会责任	5-1 E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	课程目标 5、6		
	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	Unit 7. Marketing and Advertising		5		5

E 教学内容	Unit 8. Customers Services and Quality Control			5		5
	Unit 9. Business Ethics and Values			5		5
	Unit 10. Banking and Financial Management			5		5
	Unit 11. Work Safety and Rights			5		5
	Unit 12. Globalization and Future Work			5		5
	Review & Final Exam			2		2
	合 计			32		32
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☐ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☒ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 （根据实际情况至少填写 3 次）		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	7	Unit 7. Marketing and Advertising	7.课程目标 1、2、3	诚信营销与社会责任	拒绝夸大虚假宣传, 善尽社会责任	课堂讲授、分组和个人口语练习
	8	Unit 8. Customers Services and Quality Control	8.课程目标 1、2			课堂讲授、分组和个人口语练习
	9	Unit 9. Business Ethics and Values	课程目标 1、2、3	公平竞争	恪守商业道德	课堂讲授、分组和个人口语练习
	10	Unit 10. Banking and Financial Management	10.课程目标 1、2	风险意识、和规经营	强化法治观念, 防范金融风险	课堂讲授、分组和个人口语练习

	11	Unit 11 Work Safety and Rights	课程目标 1、2、3			课堂讲授、分组和个人口语练习
	12	Unit 12 Globalization and Future Work	课程目标 1、2、3			课堂讲授、分组和个人口语练习
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（20%）		考勤、课堂表现		课程目标 1、2、3	
	作业(25%)		作业、字汇小测		课程目标 2、3、4	
	实践 (25%)		口语练习		课程目标 1、2、3、4	
	期末（30%）		测试成绩(口头报告、口试)		课程目标 1、2、3、4、5、6	
I 建议教材及学习资料	主编：刘须明 《实用职场英语教程（ Practical English For Workplace Communication)》. 清华大学出版社，2022 年 2 月第 1 版，					
J 教学条件需求	多媒体教室					
K 注意事项						

备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名： 廖彩霞 2026 年 3 月 10 日
	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名：黄海蒙 张维纲 伍家军 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：张松梅 2026 年 3 月 13 日

4.电子商务

三明学院电子商务概论专业(理论课程)教学大纲

课程名称	电子商务概论			课程代码	
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	毛传志
修读方式	☒ 必修 选修			学 分	2
开课学期	2025-2026-2	总学时	32	其中实践学时	
混合式课程网址	暂无				
A 先修及后续课程	先修：计算机基础、经济学 基础后续：网络营销、电子商务运营、跨境电子商务				
B 课程描述	本课程是财经类专业应用型本科的核心课程，以文慧涵主编的《电子商务概论（第3版）》为核心教材，聚焦电子商务1-8章核心内容，系统讲解电商基本概念、商业模式、技术支撑、支付结算、物流管理、安全技术、平台运营及客户关系管理等基础内容。课程以2学分 32学时为框架，融合理论讲授与实操训练，兼顾行业基础认知与应用能力培养，通过案例分析、小型实操、小组讨论等方式，让学生掌握电子商务核心原理和基础应用方法，为后续专业课程学习奠定基础。同时融入课程思政，培养学生商业道德、诚信意识和数字经济时代的职业素养。				
C 课程目标	（一）知识 理解电子商务的定义、特征、分类及发展历程，掌握电商行业基础发展规律。归纳 B2B、B2C、C2C、O2O 等主流电商商业模式的核心运营逻辑和典型案例特点。 掌握电子商务网络、支付、物流、安全四大技术支撑体系的基础原理和应用场景。了解电商平台基础运营流程和客户关系管理的核心方法。 （二）能力 能分析不同电商商业模式的优劣势，结合案例提出基础的分析思路。 运用电商基础工具完成简单的实操任务，如商业模式识别、支付流程模拟、物流平台查询等。 具备初步的电商行业问题分析能力，能结合课程知识解读简单的电商运营现象。通过小组小型实践任务，提升团队协作和简单方案表达的能力。 （三）素养 重视电商行业法律法规和商业道德，养成诚信经营、合规操作的职业素养。 树立互联网基础思维，培养对电商行业新趋势的基本探索和学习意识。 增强我国数字经济发展的自信心，培养服务实体经济的初步社会责任感。 养成严谨务实的学习态度，提升基础数字素养和知识应用能力。				

	【注】课程思政元素已在课程目标中充分体现。		
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标
	1.思想品德	具有坚定正确的政治方向，良好的思想品德和健全的人格，热爱祖国，热爱人民，拥护中国共产党的领导；具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	课程目标5、6、7、8、9
	2.工程知识	能够将自然科学、管理原理基础和专业知用于解决复杂组织管理问题。	课程目标1、2、3、4
	3.设计开发解决方案	能够设计针对复杂组织管理问题的解决方案，设计满足特定需求的方案，组织部分或管理程序，并能够在实践环节体现创新意识，考虑社会、人本、法律、文化以及环境等因素。	课程目标4、5
	4.使用现代工具	能够针对复杂营销管理问题、开发、选择与订定管理的技术、资源运用、管理技术工具，包括对复杂营销问题的预测与模拟，并能够理解其局限性。	课程目标2、5、6
	5.工程与社会	能够基于管理相关背景知识进行合理分析，评价专业管理原理实践和复杂组织成员问题解决方案对社会、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。	课程目标7、8、9

	6.职业规范	具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在管理实务实践中理解并遵守管理职业道德，履行责任。	课程目标7、8		
	7.个人和团队	能够在多学科背景下的团队中承担个体，团队成员以及负责人的角色。	课程目标7、8、9、10		
	8.沟 通	能够就复杂组织管理问题与业界同行及社会公众进行有效的沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或响应指令，并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。	课程目标5、6、7、8、9、10		
	9.项目管理	理解并掌握管理原理与经济决策方法，并能在多学科环境中应用。	课程目标7、8		
	10.终身学习	具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。	课程目标11		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第 1 章 电子商务概述		3	1	4
	第 2 章 电子商务商业模式		4	0	4
	第 3 章 电子商务网络技术基础		3	1	4
	第 4 章 电子商务支付与结算		4	0	4
	第 5 章 电子商务物流管理		3	1	4
	第 6 章 电子商务安全技术		4	0	4
	第 7 章 电子商务平台运营基础		3	1	4
	第 8 章 电子商务客户关系管理		4	0	4
	合 计		28	4	32

F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☐ 分组合作学习 ☒ 专题学习 ☐ 实作学习 ☒ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____				
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写3次) 思政元素 及思政目标	教学方式 与手段
	1	课程导入、教学大纲 解读、电商行业认 知、预习任务布置	知识1、素养4	思政元素：诚信治学； 思政目标：培养学生诚 信学习、合规治学的良 好习惯，树立严谨的学 习态度	课堂讲授、 互动讨论、 案例导入
	2	第1章 电子商务概 述（定义、特征、分 类、发展历程）	知识1、素养2	思政元素：家国情怀； 思政目标：结合我国电 商发展成就，增强数字 经济自信，渗透爱国 主义教育	课堂讲授、 案例分析 （如淘宝、 京东发展）
	3	第1章 电子商务概 述（核心要素）+ 实 践：电商案例收集与 分析	知识1、能力1	思政元素：创新精神； 思政目标：培养对电商 行业发展的探索意识， 树立创新思维，适应数 字经济趋势	分组合作、 小组分享、 实作指导
	4	第2章 电子商务商 业模式（核心逻辑、 B2B模式及案例）	知识2、能力1	思政元素：民生导向； 思政目标：理解商业模 式中的群众服务理念， 树立以消费者为中心 的经营意识	理论讲授、 案例拆解 （阿里巴 巴）
	5	第2章 电子商务商 业模式 （B2C/C2C/O2O模 式对比）	知识2、能力2	思政元素：商业道德； 思政目标：引导学生树 立合规经营、诚信服务 的职业素养，遵守行业 规范	案例对比、 探究式学 习、课堂讨 论

6	第3章 电子商务网络技术基础（网络协议、域名与服务器）	知识3、能力2	思政元素：严谨精神；思政目标：培养技术应用中的细致态度和责任意识，规范实操行为	理论讲授、实物演示、基础实操
7	第3章 电子商务网络技术基础（大数据、AI应用）+ 实践：域名查询实操	知识3、素养2	思政元素：探索精神；思政目标：引导学生关注技术创新，树立持续学习理念，适应行业发展	视频演示、小组实操、教师指导
8	第4章 电子商务支付与结算（支付工具、支付流程）	知识3、能力1	思政元素：安全意识；思政目标：强调支付安全与合规操作，培养风险防范意识和法治观念	理论讲授、流程演示、案例警示
9	第4章 电子商务支付与结算（跨境支付、支付法规）	知识3、素养1	思政元素：法治意识；思政目标：掌握支付行业法律法规，规范支付行为，树立依法合规理念	法规解读、课堂提问、案例分析
10	第5章 电子商务物流管理（配送模式）+ 实践：物流平台查询实操	知识3、能力2	思政元素：责任意识；思政目标：结合物流行业诚信服务案例，培养诚信履约、高效服务的职业素养	理论讲授、实作学习、实操点评
11	第5章 电子商务物流管理（智慧物流、绿色物流）	知识3、素养3	思政元素：可持续发展；思政目标：了解绿色物流内涵，培养环保意识和服务社会的责任感	技术演示、小组讨论、思维导图梳理
12	第6章 电子商务安全技术（防火墙、加密技术）	知识3、能力2	思政元素：风险防范；思政目标：重视信息安全保护，规范网络行为，养成安全操作习惯	理论讲授、案例警示、技术讲解

	13	第6章 电子商务安全技术（电子签名）+ 实践：电子签名模拟	知识3、素养1	思政元素：法治意识；思政目标：理解电商安全相关法律法规，树立依法维权、重视信息安全的理念	理论讲授、实作学习、现场实操
	14	第7章 电子商务平台运营基础（运营要素、引流策略）	知识4、能力3	思政元素：职业素养；思政目标：培养严谨的运营思维和诚信经营理念，提升专业职业素养	理论讲授、案例分析、分组研讨
	15	第8章 电子商务客户关系管理（CRM流程、留存策略）	知识4、能力3	思政元素：服务意识；思政目标：树立以客户为中心的理念，提升服务素养和客户服务责任感	理论讲授、案例分析、互动交流
	16	全课程知识点复盘、期末复习重点、答疑解惑	全部课程目标	思政元素：终身学习；思政目标：培养复盘习惯和终身学习能力，强化服务实体经济的社会责任感	知识点梳理、框架构建、答疑互动
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标
	平时（60%）	包含平时成绩（作业完成质量）、出勤情况、课堂表现、小组讨论参与度、实操作业完成情况		全部知识、能力、素养目标	
	期末（40%）	纸笔考试：考察课程核心理论（电商概念、商业模式、技术支撑等）、案例分析能力、基础应用方法		知识1-4、能力1-3	

I 建议教材 及学习资料	电子商务概论(第 3 版)/ 文慧涵主编.— 重庆: 重庆大学出版社, 2024.1(2025.8 重印) ISBN 978-7-5689-4052-8
J 教学条件 需求	1. 教教室环境: 配备活动桌椅, 可灵活调整布局, 适配小组讨论、实操演练、分组研讨等教学场景, 保障课堂互动效果; 教室需具备良好的温度、照明及隔音条件, 为正常教学提供舒适、有序的环境。 2. 设备配置: 每间授课教室需配备计算机、投影仪、音响设备及稳定的网络环境, 能够支持电商平台实操演示、案例视频播放、线上资源查阅、实操作业指导等教学活动; 建议配备多媒体教学控制台, 方便教师开展多样化教学, 提升教学效率。 3. 实操支撑: 需提供完善的电商相关实操环境, 确保学生可正常访问主流电商平台(如淘宝、京东、1688等)、物流查询平台、支付模拟工具及域名查询工具, 满足课程4个实践学时的实操需求; 可根据教学需要, 配备简易实操指导手册。
K 注意事项	1. 课程大纲管理: 本课程大纲由任课教师团队联合研讨制定, 经学院教学工作指导小组审议通过后执行, 任课教师不得擅自更改大纲核心内容; 若因行业发展、教学实际需求需调整, 需提交书面申请, 经审批通过后方可修改。 2. 教学实施要求: 授课过程中, 教师需严格按照本大纲规定的教学内容、学时分配及教学方式开展教学, 注重理论与实操结合, 确保课程目标落地; 需妥善留存教学相关资料(如教案、课件、实操作业、考勤记录等), 以备教学检查。 3. 知识产权保护: 本课程大纲及相关教学资料(教案、课件、案例素材等)受知识产权保护, 严禁非法影印、传播或篡改; 引用大纲内容需注明来源, 未经允许不得用于商业用途或其他非教学场景。 4. 实操安全规范: 开展课程实践教学时, 教师需强调实操安全及网络安全规范, 引导学生规范操作电商平台、支付工具等, 保护个人信息及操作安全, 杜绝违规操作行为。 5. 师生配合要求: 学生需按时出勤, 认真完成课堂学习、实操作业及小组任务, 积极参与课堂互动; 教师需及时答疑解惑, 关注学生学习情况, 根据学生反馈适时调整教学节奏。 6. 课程大纲由任课教师团队联合制定; 7. 本课程大纲由任课教师根据实际教学需要实时调整; 8. 请尊重知识产权, 本课程大纲不得非法影印。 9. 设备配置: 每间授课教室需配备计算机、投影仪、音响设备及稳定的网络环境, 能够支持电商平台实操演示、案例视频播放、线上资源查阅、实操作业指导等教学活动; 建议配备多媒体教学控制台, 方便教师开展多样化教学, 提升教学效率 10. 实操支撑: 需提供完善的电商相关实操环境, 确保学生可正常访问主流电商平台(如淘宝、京东、1688等)、物流查询平台、支付模拟工具及域名查询工具, 满足课程4个实践学时的实操需求; 可根据教学需要, 配备简易实操指导手册, 辅助学生完成实操任务。 11.

备注： 1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：毛传志 2026 年 03月 11 日
	专家组审定意见：同意。    专家组成员签名： 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过  教学工作指导小组组长： 2026 年 3 月 13 日

5.数据结构与数据库

三明学院数据结构与数据库专业(理论课程)教学大纲

课程名称	数据结构与数据库			课程代码	
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	毛传志
修读方式	☒ 必修 选修			学 分	3
开课学期	2025-2026-2	总学时	48	其中实践学时	
混合式课程网址	暂无				
A 先修及 后续 课程	先修：计算机基础、经济学 基础后续：网络营销、电子商务运营、跨境电子商务				
B 课程描述	本课程是社会学、财经类等专业的学科平台核心课，以杨菊华、杨磊著《数据分析与Stata应用》（中国人民大学出版社，2023.3）为核心教材，立足统计分析基础理论，系统讲解Stata软件的操作方法与数据分析实际应用。课程以48学时（理论28+实践20）为框架，融合理论讲授与软件实操，从Stata基础操作入手，逐步深入讲解数据管理、描述性统计、推断性统计、回归分析基础等核心内容，结合社会科学研究典型案例开展实操训练，让学生熟练掌握运用Stata进行数据处理、统计分析的核心技能，能独立完成规范的实证分析基础任务，为后续专业研究、量化分析相关课程学习和实践应用奠定扎实的量化分析基础。同时深度融入课程思政，培养学生严谨的科研态度、数据诚信素养和科学的量化研究思维。				
C 课程目标	（一）知识 1.理解统计分析的核心基础理论，熟练掌握描述性统计、推断性统计的基本概念、原理和适用场景。 2.熟悉Stata软件的操作界面、功能模块与命令体系，掌握数据导入、整理、管理、转换的系统知识。 3.掌握Stata中描述性统计、假设检验、相关分析、一元/多元回归分析的操作原理和结果规范解读方法。 4.了解Stata在社会科学研究中的典型应用场景、分析思路和报告撰写规范。 5.知晓量化分析中的数据诚信要求和学术规范，掌握实证分析中常见问题的规避方法。 （二）能力 1.能熟练、规范操作Stata软件完成各类格式数据的导入、清洗、整理、合并等数据管				

	理全流程工作。 2.运用Stata精准完成描述性统计、t检验、卡方检验、方差分析、相关分析等基本统计分析操作。 3.能独立运用Stata开展一元/多元回归分析基础操作，正确解读输出结果并进行简单的模型诊断。 4.能结合社会科学实际研究问题，运用所学知识完成从数据处理到结果分析的完整实证分析任务。 5.能规范解读统计分析结果，撰写逻辑清晰、内容完整的实证分析基础报告，提升专业表达能力。 （三）素养 1.重视数据的真实性、客观性和完整性，养成严谨、求实的科研素养和恪守数据诚信的学术道德。 2.培养系统的数-据思维和量化分析能力，树立用数据说话、科学分析的专业研究理念。 3.增强运用量化方法解决社会实际问题的意识和能力，培养服务社会科学研究的專業责任感。 4.养成耐心细致的软件操作习惯和逻辑缜密的分析思维，提升自身的数字素养和综合应用能力。 5.通过小组协作完成实证分析项目，培养团队协作、沟通配合和分工协作的综合职业素养。 【注】课程思政元素已在课程目标中充分体现。		
D 课程目标 与 毕业要求 的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标
	1.专业知识应用能力	掌握社会科学量化分析核心理论，能灵活应用于数据分析实际问题	课程目标1、2、3、4
	2.专业实操能力	具备Stata软件熟练操作和系统数据分析技能，能完成规范的实证分析基础任务	课程目标5、6、7、8
	3.问题分析与解决能力	能运用量化方法分析社会科学实际问题，提出科学的分析结论和解决方案	课程目标6、7、8、9
	4.职业素养与综合能力	具备严谨的科研态度、数据诚信素养和团队协作能力，符合专业研究职业要求	课程目标10、11、12、13、14
	5.工程与社会	能够基于管理相关背景知识进行合理分析，评价专业管理原理实践和复杂组织成员问题解决方案对社会、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。	课程目标7、8、9
	6.职业规范	具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在管理实务实践中理解并	课程目标7、8

		遵守管理职业道德，履行责任。			
	7.个人和团队	能够在多学科背景下的团队中承担个体，团队成员以及负责人的角色。	课程目标7、8、9、10		
	8.沟 通	能够就复杂组织管理问题与业界同行及社会公众进行有效的沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或响应指令，并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。	课程目标5、6、7、8、9、10		
	9.项目管理	理解并掌握管理原理与经济决策方法，并能在多学科环境中应用。	课程目标7、8		
	10.终身学习	具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。	课程目标11		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第1章 Stata软件基础		3	3	6
	第2章 数据管理与预处理		4	4	8
	第3章 描述性统计分析		4	3	7
	第4章 假设检验（t检验/卡方检验/方差分析）		5	3	8
	第5章 相关分析与回归分析基础		5	4	9
	第6章 Stata实证分析综合应用		7	3	10
	合计		28	20	48
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☐ 分组合作学习 ☒ 专题学习 ☐ 实作学习 ☒ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____				
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入	
				课程思政融入	教学方式与手段

1	第1章 Stata软件基础（界面、基本操作、命令格式、文件管理）	2	思政元素： 科学严谨的研究态度 思政目标： 培养学生耐心细致的操作习惯和科研严谨性	课堂讲授+实作学习（软件安装、基础命令实操）
2	第1章 Stata软件基础（帮助系统、快捷键、自定义工作环境）	2	思政元素： 自主学习与探索精神 思政目标： 培养学生自主学习软件的能力和主动探索意识	实作学习+探究式学习（自主查找帮助文档完成操作）
3	第2章 数据管理与预处理（数据导入、类型转换、异常值/缺失值处理）	2、5	思政元素： 数据真实性与细节意识 思政目标： 树立数据诚信意识，培养注重细节、对结果负责的素养	课堂讲授+实作学习+分组合作学习
4	第2章 数据管理与预处理（重复值剔除、变量管理、数据合并与拆分）	2、5	思政元素： 逻辑思维与责任意识 思政目标： 培养学生的逻辑思维和数据系统管理能力	实作学习+分组合作学习（小组完成复杂数据处理）
5	第3章 描述性统计分析（频数、均值/方差、交叉列联分析）	1、6	思政元素： 数据精准性与规范意识 思政目标： 培养学生数据计算精准、操作规范的专业素养	课堂讲授+实作学习（Stata描述性统计实操）
6	第3章 描述性统计分析（统计图表绘制、结果解读与报告撰写）	3、6、9	思政元素： 科学表达与严谨性 思政目标： 培养规范呈现数据、严谨撰写报告的素养	案例分析+实作学习+问题导向学习

	7	第4章 假设检验(t检验原理与Stata操作: 单样本/独立样本/配对样本)	1、6	思政元素: 科学验证与理性思维 思政目标: 培养用科学方法验证研究假设的理性思维	课堂讲授+案例分析+实作学习
	8	第4章 假设检验(卡方检验、方差分析实操与结果判断)	1、6、9	思政元素: 实证精神与客观分析 思政目标: 树立实证研究理念, 培养客观严谨的结论判断能力	线上线下混合式学习+实作学习+讨论座谈
	9	第5章 相关分析(Pearson/Spearman/Kendall原理与Stata实操)	3、7	思政元素: 因果思维与关联分析 思政目标: 培养科学的关联分析能力和因果思维	课堂讲授+实作学习
	10	第5章 一元线性回归(原理、Stata操作与结果解读)	3、7	思政元素: 模型思维与逻辑分析 思政目标: 培养量化模型思维和逻辑分析能力	实作学习+探究式学习
	11	第5章 多元线性回归(Stata操作、模型诊断与结果解读)	3、7	思政元素: 批判性思维与问题解决 思政目标: 培养对分析结果的批判性思考和问题解决能力	探究式学习+实作学习
	12	第6章 实证分析综合应用(典型案例讲解: 全流程分析思路)	4、8、9	思政元素: 综合应用与专业思维 思政目标: 提升综合运用知识的能力和专业化研究思维	课堂讲授+案例分析+线上线下混合式学习

	13	第6章 实证分析 综合应用（案例实操：数据处理与统计分析）	5、8、9	思政元素： 实操能力与责任意识 思政目标： 强化规范实操习惯，培养对成果负责的态度	实作学习+教师指导
	14	第6章 实证分析 综合应用（案例实操：模型构建与报告撰写）	4、8、9	思政元素： 专业表达与严谨性 思政目标： 提升规范撰写报告和科学表达的能力	课堂讲授+实作学习
	15	第6章 小组综合案例实操（全流程实证分析）	5、8、9、14	思政元素： 团队协作与成果意识 思政目标： 提升团队协作能力，培养专业成就感	分组合作学习+实作学习
	16	第6章 综合案例成果展示、互评点评与常见问题总结	4、9、14	思政元素： 反思总结与交流学习 思政目标： 培养反思总结能力和交流学习的习惯	讨论座谈+成果展示+教师点评
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标
	平时（60%）		1. 课堂表现（10%）：考勤、课堂操作、小组讨论参与度、实操互动 2. 实操作业（30%）：章节软件实操、数据处理、分析报告等阶段性作业 3. 小组综合案例（20%）：小组实证分析案例（实操+报告+课堂展示）		1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14

	期末（40%）	期末報告	1、2、3、5、6、7、8、9
I 建议教材 及学习资 料	数据分析与Stata应用/杨菊华，杨磊著.一北京：中国人民大学出版社，2023.3（新编21世纪社会学系列教材）ISBN 978-7-300-31489-1		
J 教学条 件 需求	1. 计算机实验室：配备联网计算机，安装Stata17.0及以上版本、办公软件（Word/Excel/PPT）、数据处理辅助软件，保证一人一机，网络稳定支持教学平台访问。 2. 多媒体教学设备：配备投影仪、音响、教师机、手写板，支持教师屏幕投屏演示、实时操作讲解和批注。 3. 线上教学平台：超星学习通/雨课堂/Canvas等，用于上传课程资料、实操视频、案例数据，布置作业、提交实操成果、开展线上答疑。 4. 教学素材：提供Stata实操配套数据、社会科学实证分析典型案例库、统计分析题库、分析报告模板和实操易错点总结。 5. 师资：授课教师具备扎实的统计分析理论知识、熟练的Stata软件实操经验和社会科学实证研究经历，能全程指导学生完成软件操作和实证分析。		
K 注意事 项	1.本课程重软件实操与理论深度结合，学生需按时到计算机实验室完成课堂实操，缺课1/3及以上将取消课程考核资格。 2.实操作业需独立完成，杜绝抄袭、代做和复制粘贴，发现违规将按院校学术规范处理，该作业记0分。 3.小组综合案例要求全员参与、分工明确，教师将根据成员实际操作、贡献度和展示表现单独计分，杜绝搭便车现象。 4.学生需主动课后进行Stata操作练习，结合教材案例和配套数据反复实操，提升软件操作熟练度和规范性，课后练习时长不低于课堂学时。 课程考核为平时+期末综合评定，实操环节任一模块不合格者，课程总成绩直接不合格，无补考资格，需重修。 实操过程中注意数据文件的保存和备份，遵守计算机实验室管理规则，爱护教学设备，规范操作软件。		
备注： 1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试			

审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：毛传志 2026 年 03月 11 日
	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名：   伍家军 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：  2026 年 3 月 13 日

6. 视觉营销

三明学院市场营销专业(理论课程)教学大纲

课程名称	视觉营销			课程代码	1432430C11
课程类型	☐ 通识课 学科平台和专业核心课 ☒ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	朱宗纬
修读方式	☒ 必修 选修			学 分	3
开课学期	2025-2026-2	总学时	48	其中实践学时	0
混合式课程网址	非必填，根据实际填写				
A 先修及后续课程	先修课程：统计学、消费者行为学 后续课程：视觉营销				
B 课程描述	一、探讨视觉化内容类型，如何根据不同的需求选择适当的类型达成营销目的。 二、如何拟定视觉营销策略，内容包括图文、空间、影片等创意构思等。 三、以案例实作方式，让研究生直接参与视觉策略行销企划，在数位时代里，「内容」是注意力经济的主角，如何巧妙地整合运用视觉内容，创造好的互动经验，正是赢得行销的关键。				
C 课程目标	（一）知识 1. 系统地掌握各种视觉营销的方法,并熟练运用各种调查方法，理解各种统计方法中所包含的统计思想；A1 C1 D1 2. 掌握各种数据处理的方法，各种方法的应用条件及适用场合；A1 C1 D1 3.学会视觉营销市场调查方案的撰写和报告的撰写。 4. 了解与物流管理专业相关的学科知识，具备研究并阐释社会中最新市场视觉营销现象的能力。 （二）能力 5.通过学习使学生具备视觉营销设计的能力、数据收集、分析和处理的能力和报告的决策能力，培养学生运用所学调查的方法解决实际问题的能力 6. 能通过教材、参考资料、行业网站、在线学习平台、列表归纳、分组讨论等方式进行合作和探究性学习，理论市场视觉营销店铺建设、视觉营销、推广、运营相关方式，分析和解决电子商务运营实践问题，具备市场、客户、数据分析能力，锻炼知识获取及分析、运用能力；A1 B1 B2 C1 D1 （三）素养				

	素质：自我修养，提升个体综合素质和团队协作的素养。E1 7.了解目标群体的定义以及在商业市场中常用的视觉行销传播方式。 8.理解和研究各种视觉策略形式，学习应用技巧和方法，包括主题的设定和提案企划。 9.采取案例实作方式，让研究生直接参与视觉策略行销企划，并分析比较国内外利用视觉策略营销 成功之作品，借以发掘其中的可能与问题。 10.实际提案企划，让学生更了解在品牌运用上该如何够吸『睛』、够亮『点』能抓住顾客的目光。A1 B1 B2 C1 D1		
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标
	A.专业知能	A1.了解目标群体的定义以及商业市场常用的视觉行销传播方法,及掌握本专业所需的管理学、经济学和电子商务等学科专业知识和专业素养。 A2.具备了解和研究各种形式的视觉策略，学习应用技巧和方法，包括主题设定和提案规划的能力。	课程目标1、2、3
	B.实务技能	B1.具备如何撰写视觉营销市场研究计划和报告能力。 B2.具有物流管理相关学科知识，具有研究解读社会最新市场视觉营销现象的能力。 B3.培养学生运用网络资源,深入理解网店视觉营销基础知识,掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力。 B4.实用的提案策划让学生更了解品牌应用中如何足够醒目、足够亮眼来吸引顾客的注意力。	课程目标3、4、5、6、10
	C.应用创新	C1.能通过教材、参考资料、行业网站、在线学习平台、列表归纳、分组讨论等方式进行合	课程目标5、6

		作和探究性学习，理论市场视觉营销店铺建设、视觉营销、推广、运营相关方式，分析和解决电子商务运营实践问题，具备市场、客户、数据分析能力，锻炼知识获取及分析、运用能力及具有视觉营销创新管理能力。 C2.采用个案执行的方式，让毕业生直接参与视觉策略行销策划，对国内外运用视觉策略行销的成功作品进行分析比较，探讨其中的可能性与问题，及具有跨文化的创新策划力。			
	D.协作整合	D1.具备人际沟通、团队协作等管理技能。具备调查设计、数据收集整理和分析及报告决策能力。 D2.本课程具有一定的综合性实践性,是培养网店运营人员具备一定的学习能力，能独立获取本专业有关的知识。	课程目标3、4、5、6		
	E.社会责任	E1.透过电商网络平台商品视觉设计，内容以人本文化涵养为主轴培养学生具备人本的道德思想。 E2.透过商品视觉设计构想结合社会弱势关怀发想分组讨论模式,激发学生具有积极向正向人生态度。	课程目标7、8、9		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第一章 电商视觉营销基础		4	2	6
	第二章 品牌视觉营销		4	2	6
	第三章 商品视觉营销		4	2	6
	第四章 店铺首页视觉营销		4	4	8
	第五章 商品详情页视觉营销		4	4	8

	第六章 广告与活动视觉营销			4	2	6
	第七章 电商短视频视觉营销			4	4	8
	合 计			28	20	48
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☒ 讨论座谈 ☐ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☒ 实作学习 ☐ 探究式学习 ☐ 线上线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写3次)		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1	第一章 电商视觉营销基础	A1	调查遵循的道德伦理	诚信教育	讲练
	2	第二章 品牌视觉营销	A1、B1	工匠精神与界定市场调查问题	工匠精神：屠呦呦主导研制青蒿素	讲练、分组讨论
	3	第三章 商品视觉营销	A1、B1、C1	中国人口调查报告	实事求是	讲练、分组讨论
	4	第四章 店铺首页视觉营销	A1、B1、C1、D1	大学生心理健康诊断量表	社会主义核心价值观	讲练、分组讨论
	5	第五章 商品详情页视觉营销	A1、B1、C1、D1	问卷设计原则	专注与创新精神	讲练、分组讨论
	6	第六章 广告与活动视觉营销	A1、B1、C1、D1	实地调研	实事求是	讲练、分组讨论
H A1、B1、C1、D1评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		平时作业、出勤和日常表现		A1、B1、C1、D1	

	期末考试（70%）	期末书面与口头报告	A1、B1、C1、D1
I 建议教材 及学习资料	1.王兆阳、陈玉、涂雯倩着，《电商视觉营销》(全彩微课版)，人民邮电出版社，2024年10月。 2.贲志红、郑海燕着，《电商视觉营销》，人民邮电出版社，2024年6月。 3.侯德林、冯灿钧《视觉营销》，人民邮电出版社，2022年1月。 4.马静义着，《电商视觉营销与设计》，2022年10月，人民邮电出版社。 5.视觉创意课：想象，创新，创造，创业，中信出版社出版，2022.		
J 教学条件 需求	多媒体、机房、Python\SPSS\EXCE软件等及纸张、彩笔、相关教具		
K 注意事项	1.课程大纲由任课教师团队联合制定； 2.本课程大纲由任课教师根据实际教学需要实时调整； 3.请尊重知识产权，本课程大纲不得非法影印。		
备注： 1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案 (4)口语评价：口头报告、口试			
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2026年 03月 02日		

	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名：  伍家军 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长： 2026 年 3 月 13 日

7.组织行为学

三明学院 市场营销 专业(理论课程)教学大纲

课程名称	组织行为学			课程代码	1431320C12
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 ☐ 专业任选 ☐ 其他			授课教师	朱宗纬
修读方式	☒ 必修 ☐ 选修			学 分	2
开课学期	2025-2026 学年 第 2 学期	总学时	32	其中实践学时	0
混合式 课程网址					
A 先修及后续 课程	先修课程：管理学概论 后续课程：人力资源管理、心理学				
B 课程描述	组织行为学（英语：Organization Behavior）乃源自工商心理学，是研究组织中人的行为和心理学的一门科学，本课程的组织是以企业组织和非营利组织为主要概念，课程主轴是注重《人》所表现出的行为其中的动机态度，以了解员工的行为和想法并使之转为正向，产生更具有效能和效率的管理工具。本课程内容共有十章，分别为绪论、个体心理与行为、动机与激励、群体心理与行为、团队、领导、沟通、组织文化、组织学习与创新、组织变革与发展、个人与组织的关系等。				
C 课程目标	（一） 知识 1.认识不同阶段《人》所表现的行为特质和其问题产生和解决方式。 2.掌握扎实组织行为发展各阶段的相关理论。 3.探讨组织如何发展，提高绩效。 （二） 能力 4.培养学生细查变化，发觉和解决问题，具有规划组织和管理能力。 5.系统性了解组织「人」的行为特点，改善并强化绩效。 6.降低商务全球化，跨文化组织冲突的管理能力。 （三） 素养 7.重视以「人本」的核心精神，规划组织学习成长。 8.知己知彼，知人善任。 9.强化对于民族自信和理论自信。 【注】 课程思政元素一定要在课程目标中体现。				
D 课程目标与 毕业要求的 对应关系	毕业要求	毕业要求指标点		课程目标	

	A.专业知能	A1.掌握系统性的组织行为专业知识和专业素养。 A2.具备了解组织行为发展前沿和研究动向的能力。	课程目标 1、2、3		
	B.实务技能	B1.具备较扎实的人性心理学基础，善于管理和沟通。 B2.具有较强的组织冲突的沟通和管理能力。	课程目标 3、4、5、6		
	C.应用创新	C1.具有领导激励的创新力 C2 具有跨文化的创新管理力。	课程目标 5、6		
	D.协作整合	D1.具备解决复杂组织问题的管理和沟通能力。 D2.具有统筹团队、组织的整合力。	课程目标 3、4、5、6		
	E.社会责任	E1.具备人本的道德思想。 E2.具有积极向正向人生态度。	课程目标 7、8、9		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	绪论		2		2
	第一章 个体心理与行为 第一、二、三节		2		2
	第一章 个体心理与行为 第四、五节		2		2
	第二章 动机与激励 第一、二、三、四、五节		2		2
	第三章 群体心理与行为 第一、二、三节		2		2
	第三章 群体心理与行为 第四、五节		2		2
	第四章 团队 第一、二、三、四节		2		2
	第五章 领导 第一、二、三节		2		2
	第六章 沟通 第一、二节		2		2
	第六章 沟通 第三、四、五节		2		2

	第七章 组织文化 第一、二节			2		2
	第七章 组织文化 第三、四节			2		2
	第八章 组织学习与创新 第一、二、三、四节			2		2
	第九章 组织变革与发展 第一、二、三、四节			2		2
	第十章 个人与组织的关系 第一、二、三节			2		2
	第十章 个人与组织的关系 第四、五节			2		2
	合 计			32	0	32
F 教学方式	☒ 课堂讲授 ☐ 讨论座谈 ☒ 问题导向学习 ☒ 分组合作学习 ☐ 专题学习 ☐ 实作学习 ☒ 探究式学习 ☐ 在线线下混合式学习 ☐ 其他_____					
G 教学安排	授 课 次 别	教 学 内 容	支 撑 课 程 目 标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写 3 次)		教 学 方 式 与 手 段
				思政元素	思政目标	
	1	绪论	课 程 目 标 1.2	以心理学角度，看组 织行为学定义	从中获取为政知人 善任的方法	讲授、讨论
	2	第一章 个体心 理与行为	课 程 目 标 1.2.5.7			讲授、讨论
	3	第二章 动机与 激励	课 程 目 标 1.2.4.5			讲授、讨论案 例分享
	4	第三章 群体心 理与行为	课 程 目 标 1.2	家国一体的爱国主 义观念	从中获取中华民族 生息繁衍、兴旺发达 的精神	讲授、讨论案 例分享
	5	第四章 团队	课 程 目 标 1.2.3.5			讲授、讨论案 例分享
	6	第五章 领导	课程目标 1、 2、3			讲授、讨论案 例分享

	7	第六章 沟通	课 程 目 标 1.4			讲授、讨论案例分享
	8	第七章 组织文化	课 程 目 标 2.6.7.8.9			讲授、讨论案例分享
	9	第八章 组织学习与创新	课 程 目 标 1.2.6	建立学习型组织和组织创新	透过组织氛围共同学习、修正，能快速适应外在变化。	讲授、讨论案例分享
	10	第九章 组织变革与发展	课程目标 2、6			讲授、讨论案例分享
	11	第十章 个人与组织的关系	课程目标 1、5.7.8			讲授、讨论案例分享
H 评价方式	评价专案及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（15%）		考勤、课堂表现		课程目标 1.4.7.8.9	
	作业(15%)		作业		课程目标 1.2.3	
	期末（70%）		报告(口头和书面)		课程目标 3.4.5.7.9	
I 建议教材及学习数据	1.组织行为学编写组，主编:孙建敏 副主编：张德 高等教育出版社·北京 2025.07 ISBN 978-7-04-063934-6 2.组织行为学(第 18 版)，(美)斯蒂芬·罗宾斯//蒂莫西·贾奇 责编:徐凌//，书号 9787300286549 3.组织行为学(现代经济与管理类系列教材)，编者:李红星//顾福珍 责编:赵彩云，书号 9787512144750					
J 教学条件需求	1.一般教室，活动桌椅； 2.满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。					

K 注意事项	1. 上课时勿观看与课程内容无关之手机并遵守上课秩序。 2. 上课时勿穿拖鞋进入教室。 3. 上课应携带上课教材。
备注： 1.本课程教学大纲 F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试 (2)实作评价：课程作业、日常表现、表达、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案、期中报告、期末报告 (4)口语评价：口头报告、口试	
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：  2025 年 2 月 14 日
	专家组审定意见：同意。  专家组成员签名： 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长：  2026 年 3 月 13 日

8. 公司治理

三明学院 市场营销 专业(理论课程)教学大纲

课程名称	公司治理			课程代码	1431320C13
课程类型	☐ 通识课 ☒ 学科平台和专业核心课 ☐ 专业方向 专业任选 其他			授课教师	朱宗纬
3修读方式	☒ 必修 选修			学 分	2
开课学期	2025-2026-2	总学时	32	其中实践学时	0
混合式 课程网址	暂无				
A 先修及后续 课程	先修课程：管理概论 后续课程：营销管理				
B 课程描述	公司治理本质上是一种制度安排，是一种界定权责利的机制，受到法律、历史和文化的深刻影响。我们在借鉴英美公司治理经验时，必须充分考虑适应性，要从中国实际出发，结合中国国情进行公司治理体系建设。国有企业和民营企业的共同发展构成了中国经济的长期繁荣。长期实践中，两类企业积累了大量的公司治理经验，形成了中国特色的公司治理模式，如国企的混合所有制改革、党组织对公司治理的参与等。如何既保证对现有公认的公司治理框架完整系统的呈现，又将中国企业正在经历的独特公司治理实践理性地呈现给读者，是本书重要的考虑和特色。除此之外，本书还借鉴了大量国际前沿研究，以便更好地理解公司治理发展趋势；同时也加入了精彩的商业实践案例，映射当前公司治理的现实问题。				
C 课程目标	本课程为市场营销管理教学课程，其目的在厚植管理理论养成教育基础，完成阶段性的初步了解，展现学习的成果，迈向未来专业职场发展或更高阶研究的重要里程碑。透过本课程完整的系统性教学过程训练，培养学生具备管理之实践能力，辅导学生具备洞悉问题、解析组织现象、发挥经营管理能力、落实管理构想、除了清楚熟系自身个性风格及表达水平、并展现具专业之实务管理能力。 本书可以作为经济管理类专业学生学习公司治理的专业工具书，也可供企业相关人士学习参考。				

	(一) 知识 1.理解公司治理、组织结构、实务知识。 2.熟悉实践过程，适应环境方法。 (二) 能力 3.观察分析环境变化，规划组织及管理能力 4.以实际案例，学习实务管理能力。 (三) 素养 5.政策目标：习近平总书记曾在党的十八大召开之后的中外记者见面会上强调：“人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。”以这个庄严承诺为动力的中国共产党，不忘初心、牢记使命、砥砺前行，实现了造福于人民的中国特色社会主义伟大事业的历史性成就和历史性变革，并接续奋斗，不断创造人民幸福生活的新画卷。 党的十九大报告中，“人民”一词的高频出现，更是彰显了新时代中国共产党人一以贯之的人民情怀。在这个伟大实践中逐步强化和完善以人民为中心的发展思想，就是始终坚持把增进人民福祉、促进人的全面而自由发展作为发展的出发点和落脚点。 6.思政目标：当前的环境设计专业培养急需在后期的方案构思及方案设计中都必须贯彻新时代马克思主义人民性理论，把人民摆在至高无上的地位。 7.专业目标：环境设计专业不能仅仅在理论课程中贯彻马克思主义思想，在一些实践课程更应该有引导。全员、全过程、全方位育人方式，把“立德树人”融入整个教学过程，使学生能够自己设计知识结构，培养新时代又红又专的能力和素质，增强学生对未来作品的思考，明确环境设计设计的未来，形成正确的设计价值观。并将马克思主义人民性理论贯穿于学生大学及未来的职业生涯。 8.重视以人民为中心的设计理念。 9.养成服务乡村室内装饰设计的动手能力。 10.具备环境保护和可持续发展理念与实践。 11.形成自主学习与终身学习，勇于质疑，学以致用，学术诚信 【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。		
D 课程目标与	毕业要求	毕业要求指标点	课程目标

毕业要求的 对应关系	1.思想品德	具有坚定正确的政治方向,良好的思想品德和健全的人格,热爱祖国,热爱人民,拥护中国共产党的领导;具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度,了解国情社情民情,践行社会主义核心价值观。	课程目标5、6、7、8、9		
	2.专业知识	具有扎实的公司治理基础知识,能系统掌握本课程的重点和难点,并能够结合实际案例分析。	课程目标1、2、3、4		
	3.设计开发解决方案	能够设计针对复杂组织管理问题的解决方案,结合公司治理知识,设计满足特定需求的方案,组织部分或管理程序,并能够在实践环节体现创新意识,考虑社会、人本、法律、文化以及环境等因素。	课程目标3、4		
	4.职业规范	具有人文社会科学素养、社会责任感,能够在公司管理实务实践中理解并遵守管理职业道德,履行责任。	课程目标7、8		
	5.个人和团队	能够在多学科背景下的团队中承担个体,团队成员以及负责人的角色。	课程目标7、8、9、10		
E 教学内容	章节内容		学时分配		
			理论	实践	合计
	第一章 公司治理学:新兴学科的诞生		2	0	2
	第二章 公司治理:理论框架与机制设计		2	0	2
	第三章 股东权益:谁是治理主体		2	0	2

	第四章 董事会和监事会：设置与运作			2	0	2
	第五章 独立董事：实质重于形式			2	0	2
	第六章 高层管理者：激励与约束			2	0	2
	第七章 公司控制权市场：趋于理性			2	0	2
	第八章 银行治理：从治理者到被治理者			2	0	2
	第九章 机构投资者治理:从幕后到台前			2	0	2
	第十章 集团治理:揭开法人的神秘面纱			2	0	2
	第十一章跨国公司治理:规则对接的瓶颈			2	0	2
	第十二章网络治理:公司治理的延伸			2	0	2
	第十三章治理模式:多元与趋同			2	0	2
	第十四章转轨经济中的公司治理:变革与创			2	0	2
	第十五章公司治理原则与评价:没有规矩何能方圆			4	0	4
	合 计			32	0	32
	F 教学方式	☒课堂讲授 ☐讨论座谈 ☒问题导向学习 ☒分组合作学习 ☒专题学习 ☐实作学习 ☒探究式学习 ☐线上线下混合式学习 ☐其他_____				

G 教学安排	授课 次别	教学内容	支撑课程 目标	课程思政融入 (根据实际情况至少填写3次)		教学方式 与手段
				思政元素	思政目标	
	1	公司治理学的诞生	1、2	管理诚信理论	在组织管理中要养成诚信的习惯	互动讨论

	2	公司治理理论框架与机制设计	1、2、3			课堂讲授、分组学习
	3	股东权益：谁是治理主体	1、2、3			课堂讲授、分组学习
	4	案例分享	3、4、7			案例分析法
	5	董事会和监事会	1、2、3			探究式学习
	6	独立董事	1、2、3			探究式学习
	7	案例分享	3、4、7			案例分析法

	8	高管激励	1、2、3	家国情怀：在中国古典管理理论课程中，各个时代饱含爱国主义精神的优秀人物，对我们今天加强爱国主义教育，具有无可替代的作用。	培养管理精神：在管理原理学习中，感受科学管理的精湛，感受历史先贤坚忍不懈，培养自我的专业意识。	探究式学习
	9	公司控制权市场	1、2、3			互动讨论
	10	国内外公司治理模式及公司治理展望	1、2、3	马克思的人民性理论	当前的管理专业培养急需在后期的方案构思及规划中都必须贯彻新时代马克思主义人民性理论，把人民摆在至高无上的地位。把乡村人民的风格设定放在第一位	课堂讲授、分组学习

	11	案例分享	3、4、7			案例讨论法
H 评价方式	评价项目及配分		评价项目说明		支撑课程目标	
	平时（30%）		包含平时成绩，出勤情况，课堂表现，作业等		1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15	
	期末（70%）		期末书面与口头报告		1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15	
I 建议教材及学习资料	《公司治理学》（北京理工大学出版社）第5版，作者：利瓦伊安，2025.04--ISBN 978-7-04-064185-1					
J 教学条件需求	1.一般教室，活动桌椅； 2.满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。					
K 注意事项	1.课程大纲由任课教师团队联合制定； 2.本课程大纲由任课教师根据实际教学需要实时调整； 3.请尊重知识产权，本课程大纲不得非法影印。					
备注： 1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。 2.评价方式可参考下列方式： (1)纸笔考试：平时小测 (2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察 (3)档案评价：书面报告、专题档案、期中报告、期末报告 (4)口语评价：口头报告、口试						
审批意见	课程教学大纲起草团队成员签名：					

	步 步 步 2026 年 03 月02日
	专家组审定意见：同意。 专家组成员签名： 黄海蒙 张 明 伍家军 2026 年 3 月 12 日
	学院教学工作指导小组审议意见： 审核通过 教学工作指导小组组长： 张 松 梅 2026 年 3 月 13 日