

市场营销（现代学徒制试点）专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销（现代学徒制试点）（代码：630701）

二、入学要求

符合广东省教育厅粤教职函[2020]11号通知中规定的招生对象。

三、修业年限

基本修业年限为三年。

四、职业面向及岗位

（一）职业面向

本专业职业面向如表 1 所示：

表 1 本专业职业面向

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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	房地产 (70)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售岗、策划岗	网店运营推广职业技能等级证 高级营销员 助理商务策划师 中国市场营销经理助理

（二）岗位分析

本专业主要岗位（群）分析如表 2 所示：

表 2 本专业岗位分析

序号	主要就业岗位	主要工作任务	职业能力要求
1	核心岗位 房地产销售人员 (置业顾问)	利用传统和新媒体技术进行：收集客户信息；联系客户、接近客户、销售陈述、处理异议、达成协议、签订合同；收回货款；销售分析与总结等。	1.性格外向、反应敏捷、逻辑，表达能力强，具有较强的沟通能力及交际技巧，具有亲和力，学习能力强，乐于接受新鲜事物，热爱销售工作； 2.具备一定的市场分析及判断能力。具有较强的公关、谈判、沟通能力，较强的分析问题和解决问题能力； 3.吃苦耐劳，有良好的团队意识客户服务意识，较强的抗压能力与拼搏精神。 4.较熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 5.能利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。
2	房地产策划助理	利用传统和新媒体技术进行：市场营销活动方案的策划与组织实施，对外宣传资料和文案的撰写；协助开展产品前期营销策划；执行、实施营销策划计划等。	1.逻辑性强，有一定的分析、总结能力； 2.良好的语言表达能力，丰富的想象力和创造力，性格活泼，做事踏实； 3.熟练掌握 PPT、Excel、Word 等办公软件。 4.较熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 5.能利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。

3	相关工作岗位	房地产市场专员	利用传统和新媒体技术进行：市场调研流程和方案设计、资料收集、问卷设计、测量与量表、样本设计、调研项目实施、数据整理与描述性统计、数据分析、研究报告撰写等。	1.具有进取精神，良好的表达能力、组织协调能力和分析能力； 2.敬业、负责、良好的沟通能力，能承受一定的压力； 3.思维活跃有激情，有团队合作精神和执行力。 4、较熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 5、能利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。
4		房地产客服专员	利用传统和新媒体技术进行：客户回访，维护及发展已有客户的客情关系；处理客户投诉，跟踪客诉处理结果，建立客诉档案；客户接待安排等。	1.口齿清晰，普通话流利，语音富有感染力； 2.具备较强的学习能力和优秀的沟通能力； 3.性格坚韧，思维敏捷，具备良好的应变能力和承压能力。 4、较熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 5、能利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。
5		销售经理(置业经理)	利用传统和新媒体技术进行：销售组织与业务的系统规划与设计；销售团队的管理与控制；销售团队成员的培训、激励与考核等。	1.具备较强的市场分析、营销、推广能力和良好的人际沟通、协调能力，分析和解决问题的能力； 2.有较强的事业心，具备一定的领导能力。 3、熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 4、很熟练利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。
6		房地产项目部经理	利用传统和新媒体技术进行：营销战略与策略设计；营销团队组建；营销团队管理与控制；营销绩效考评等。	1.具备较强逻辑思维能力、规划能力、数据分析能力、沟通、协调能力、学习能力； 2.工作积极热情、乐观，责任心强；具有较强的抗压能力及良好的团队合作精神；积极主动、性格开朗、讲求效率、乐于尝试新事物。 3、熟练掌握移动终端等新媒体营销的新知识、和直播、微博、微信公众号等营销新技术； 4、很熟练利用新媒体技术进行营销数据分析与应用。

五、培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳等全面发展、思想政治坚定、德技并修，能适应粤港澳大湾区经济发展需要，具有良好的职业道德、工作态度、服务意识、团队协作等素质，掌握线上线下房地产市场调研、数据分析、渠道召集、楼盘销售、客户管理、现场管理、企划推广等知识和技术技能，能运用移动终端等新媒体技术和相关平台从事房产销售、房产营销策划岗位的技术与管理工作，面向“粤港澳大湾区”房地产行业领域的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

(一) 素质要求

本专业毕业生素质要求如表 3 所示：

表 3 本专业毕业生素质要求

序号	要求
S1	思想政治素质。 具有正确的世界观、人生观、价值观，坚决拥护中国共产党的领导，树立中国特色社会主义远大理想；践行社会主义核心价值观，自觉做新时代的忠诚爱国者；加强思想道德修养，提高法治素养，努力做尊法学法守法用法的模范；具有当代大学生为实现中华民族伟大复兴中国梦的使命担当。
S2	创新创业意识。 关心行业领域发展动态，掌握一定的学习方法，具有一定创新精神和立业创业的意识，具有适应新时期社会主义经济建设需要的择业观和创业观。

S3	身心素质。 具有一定的体育运动和生理卫生知识，能够掌握一两项运动技能，达到国家规定的学生体质健康标准；具有积极乐观的态度、良好的人际关系和健全的人格品质。
S4	科学文化素质。 具有良好的文化修养，能用得体的语言、文字和行为表达意愿，具备一定社交能力和礼仪素养；能感受美、表现美、鉴赏美、创造美，具备一定的审美能力和人文素养。
S5	职业素质。 具有爱岗敬业、精益求精的工匠精神，崇尚劳动、尊重劳动；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识和信息素养；具备团队精神和从事职业活动所必须的基本能力和管理素质。

(二) 知识要求

本专业毕业生知识要求如表 4-表 5 所示：

表 4 本专业毕业生公共基础知识要求

序号	要求
Z1	了解如何适应大学生生活，树立正确人生观、坚定理想信念、弘扬中国精神，加强职业道德素养，培育法治思维，尊重和维护法律权威，依法行使权利与履行义务。
Z2	了解马克思主义中国化的理论创新与发展，明确大学生使命；熟悉毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容及其历史地位；了解中国共产党党史、中华人民共和国国史。
Z3	了解基本国情、国内外形势及其热点难点等形势与政策知识等形势与政策知识。了解国防军事思想、国家战略环境、信息化战争、军事技能训练等军事理论知识和技能。
Z4	掌握一两项运动技能的基本知识，了解生理卫生的一般知识；了解心理健康、心理咨询和异常心理的基础知识；了解自然美、社会美和艺术美等美学知识。
Z5	掌握必要的英语知识；掌握高等数学初步及其应用知识。
Z6	掌握有效沟通、口才表达等的技巧，各类总结、文书、合同的写作等应用文写作知识。
Z7	了解信息技术发展、Windows 操作系统、Office 办公软件的基本使用等计算机应用知识。
Z8	了解创新思维、创新政策和创业管理等基本知识；熟悉就业创业政策与形势、大学生求职途径与面试技巧；掌握职场礼仪、职业适应、就业程序、就业协议等知识。
Z9	了解语言文字、古典文学艺术、古代文化精神与传统伦理道德、中华传统礼仪与风俗习惯等中华优秀传统文化知识。
Z10	了解劳动精神、劳模精神、工匠精神的内涵；熟悉劳动组织、劳动安全和劳动法规等基本知识。

表 5 本专业毕业生专业技能知识要求

序号	要求
Z11	掌握房地产市场调研的方法，掌握市场调研的步骤；
Z12	掌握房地产销售的方法；
Z13	掌握商务谈判的程序与方法；
Z14	掌握房地产互联网营销的理论知识和网络营销工具的方法；
Z15	掌握房地产营销策划基础理论知识和方法。
Z16	掌握房地产营销中微博、微信、直播等新媒体技术和方法。
Z17	掌握房地产营销中大数据分析技术对销售的指导作用。

(三) 能力要求

本专业毕业生能力要求如表 6-表 7 所示：

表 6 本专业毕业生通用能力要求

序号	能力要求
N1	具有坚持实践第一、实事求是的调查研究能力。
N2	具有举一反三、善于融会贯通的学以致用能力。
N3	具有与人合作、善于团结团队的沟通协调能力。
N4	具有发现新鲜事物、独立思考的创新思维能力。

N5	具有适应环境变化、健康自信的心理调适能力。
N6	具有熟悉行业发展、正确择业的职业规划能力。
N7	具有健康人格体魄、爱岗敬业的个人工作能力。

表 7 本专业毕业生专业能力要求

序号	能力要求
N12	具有房地产市场营销环境分析，制定营销战略、营销策略能力；
N13	具有房地产市场调查、分析与撰写报告能力；
N14	具有案场销售管理的能力；
N15	具有线上线下渠道推广能力；
N16	具有房地产销售能力；
N17	具有运用新媒体技术和平台进行房地产营销的能力；
N18	具有房地产市场营销策划方案设计 & 执行能力；
N19	具有开展房地产经纪业务综合能力。
N20	具有销售团队组建、建设及管理能力。
N21	具有房地产营销中熟练使用微博、微信、直播等新媒体技术和方法的能力。
N22	具有利用大数据分析技术房地产营销和策划指导的能力。

七、课程设置

本专业课程包括公共基础课程和专业技能课程。

（一）公共基础课程

本专业设置思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、马克思主义中国化进程与青年学生使命、形势与政策、体育与健康、军事训练、军事理论、美育教育、入学教育、大学生心理健康教育、创新创业教育、公益劳动、大学生成长辅导、大学生信息素养、职业发展与就业指导等公共基础必修课程。课程主要教学内容及相关要求见相关课程标准。

根据学生职业发展需要开设中国传统文化、党史国史、计算机应用实务、信息技术、大学语文、口才与写作等素质教育公共基础限选课程，综合专业性质、学生意愿和学习基础供学生有条件选修。

为拓宽学生知识面，培养学生人文素质、创新创业能力和拓展专业知识技能，促进学生全面发展，学校统一开设公共选修课程，公共选修分为美育课程、双创教育、专业拓展等三类课程。学生可以从第二学期开始选修，三年制要求修满 3 学分。学校开设的公共选修课的课程名称、内容、学时、教学要求、教学方法，在教务处每学期下发的关于公共选修课的选课通知中明确。第二课堂项目分为思想成长、实践实习、志愿公益、创新创业、文体活动、社会工作、技能特长七类项目，三年制要求修满 8 学分。第二课堂项目的学分说明及考核要求按《广州城建职业学院“第二课堂成绩单”学分实施细则（修订）》执行。

（二）专业技能课程

专业技能课程包括专业必修课程、限选课程和任选课程，涵盖有关实践性教学环节。

表 8 本专业必修课程主要教学内容

课程类别	序号	课程名称	主要教学内容
专业大类课程	1	市场营销	现代市场营销理念、市场营销环境、市场营销机会、市场营销规划、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、创造顾客价值、市场营销团队
	2	大学英语	词汇、语态、语法结构、听力训练、完型填空、阅读理解、翻译、短文

			写作
	3	经济应用数学	微积分初步、线性代数初步、概率统计初步、数学实验等在经济现象中的应用
	4	电子商务	电子商务活动的内外部环境、电子商务领域的基础概念知识、电子商务运作领域的知识、电子商务支撑环境领域的知识、电子商务相关法律领域的基础知识、电子商务零售领域的主要技能、电子商务营销领域的主要技能、电子商务支付领域的主要技能等。使学生能够通过网络平台开展商务活动。
	5	公司运营综合实战	利用仿真实训室,真实的企业岗位、工作流程和业务单据,让学生系统掌握公司人力资源管理、生产管理、财务管理、市场调研、广告投入、综合运营等主要知识,引导学生将所学专业知识进行融会贯通,形成综合职业能力。
专业专门课程	6	市场调查与分析	调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作
	7	品牌管理	品牌定位、品牌个性、品牌形象意识、线上线下品牌推广整合、线上线下品牌推广媒介和推广方法
	8	管理学基础	管理与管理学、管理理论、管理者、管理的基本职能
	9	经济学基础	经济学认知、价格形成与弹性、消费者行为分析、生产者行为分析、成本与收益分析、市场结构分析、生产成果分配、市场失灵与政府干预、国民收入核算方法、国民收入决定、失业与通货膨胀、经济增长和经济周期、宏观经济政策
	10	推销技术	推销模式、寻找潜在客户、客户预约、推销洽谈、异议处理、促进交易、谈判前的准备、开局、谈判中、谈判后、谈判技巧的运用
	11	广告策划	广告认知、广告策划、广告创意、广告文案、广告媒体、广告效果评估
	12	新媒体实务	新媒体概述、新媒体形态、新媒体营销、新媒体商业模式、新媒体经营管理、新媒体的发展趋势;新媒体技术在营销推广、拓展商业模式、应对危机、构建形象、处理关系等方面的先进理念与做法。
	13	商务沟通方法与技巧	商务沟通基础,商务沟通技能和方法,商务沟通策略三篇,具体内容包括:商务沟通概论,成功沟通的基础,沟通主体和自我沟通分析,人际沟通与沟通客体分析,口头沟通和面谈技巧等。

表9 本专业限选课程主要教学内容

课程类别	序号	课程名称	主要教学内容及要求
专业限选课程	1	房地产经纪操作实务	房地产经营与管理认知、房地产开发经营分析基础、房地产项目可行性研究、房地产开发程序、房地产开发管理、房地产营销管理、房地产交易管理、房地产产权产籍管理、房地产税收、物业管理
	2	案场管理实务	案场管理认知、案场设计与流程、案场销售管理
	3	房地产营销跟岗实习	房地产市场调查策划、房地产投资策划、房地产营销策划分析、房地产目标市场定位策划、房地产项目主题概念设计与整体形象、房地产营销组合策划
	4	拓客地图与客户召集	拓客认知、拓客地图、客户开发、客户召集
	5	企业策划观与策划逻辑	公司房地产销售准备、公司房地产销售流程、公司房地产销售技巧、公司房地产销售管理、公司房地产销售礼仪

根据复合型、发展型、创新型技术技能人才培养需要,设置开放式课程作为专业任选课程,体现“以学生为中心”的理念,为学生进一步获取专业知识,促进专业能力的发展创造条件,达到学生综合学习能力和个性的和谐发展,按照《广州城建职业学院开放课程学习计划实施方案》和《广州城建职业学院书香校园读书计划实施方案》要求开展。

(三) 主要实践教学环节

实践教学主要以促进学生掌握科学实验方法，提高职业技能，适应社会岗位需求为目标，包括实验、实训、课程设计、综合实践项目等实训教学，认知实习、跟岗实习、顶岗实习等实习教学。实验、实训、实习教学安排在本专业校内实验实训室、大学生校外实践教学基地及相应企事业单位进行，并严格执行《职业学校学生实习管理规定》。本专业主要实践教学项目如表 10 所示：

表 10 本专业主要实践教学项目

实践性质	序号	课程名称	主要实践项目	实践场所	学时
实训	1	市场营销技能综合实训	市场分析、营销策划、营销组合策略、产品销售、渠道管理、财务分析	机房实训室	24
	2	房地产营销岗位认知	对房地产营销的流程和技巧大体认知	校外实训基地	24
	3	公司运营综合实战	公司运营综合实战 课程整体介绍、团队组建、企业工商注册、制造企业、供应商、客户、服务公司、社会资源、企业年度经营的规划书	实训室	48
	4	办公室图文处理	Word、excel、PPT、PS 等软件的熟练操作	机房实训室	24
实习	5	顶岗实习	销售员、销售代表、策划助理、办公室文员	工作企业	480
综合实践	6	综合实践项目	门店运营管理、促销管理、销售管理、市场调查与预测、营销策划	工作企业	96

八、学时学分

本专业学时学分安排如表 11 所示：

表 11 本专业学时学分安排表

类别	课程模块	学分/比例		学时/比例		实践学时/比例		
必修	公共基础课程	34	23.78%	612	22.84%	390	63.72%	
	专业技能课程	74	51.75%	1474	55%	1052	71.51%	
选修	限选	公共基础课程	6	4.20%	106	3.96%	36	33.96%
		专业技能课程	14	9.79%	224	8.36%	134	59.82%
	任选	公共基础课程	11	7.69%	192	7.17%	176	91.67%
		专业技能课程	4	2.80%	72	2.69%	18	25%
合计		143	100%	2680	100%	1806	67.39%	

九、实施保障

(一) 师资队伍

现有一支专兼结合的高水平教师队伍。其中专任教师当中，高级职称占比 40%，硕士学位 90%；具备强大的教学和科研能力：近三年主持省级以上科研项目立项 10 多项；主持国家级科研项目 1 项；每年每人至少公开发表论文 1 篇；主编教材 10 多本其中教育部十三五规划教材两本；带领学生参加省级以上比赛多次，多次获得三等奖及以上奖项；企业兼职教师 20 多人，主要为企业管理级以上骨干人员，具有很好的行业管理能力和经验，为学生实习实训和竞赛都具有非常强的指导能力。

(二) 教学设施

校内：拥有市场营销实训室（学生超市）、网络营销实训室、房地产营销实训室、双师工作室；校外：金岳置业企业集团、链家、乐有家等多家校外实践基地，能够充分满足专业学生的实践和实习需要。

（三）教学资源

教学资源较为丰富：建有市场营销专业教学资源库、市场营销专业实践教学体系、5门校级精品资源共享课程、2门省级精品资源共享课程、2门校级网络课程；采用近三年出版的高职高专规划类教材，有本专业相配套的图书和数字资源。

（四）教学方法

1.行动导向教学法。以“行动导向驱动”为主要形式，在教学过程中充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，通过组建学习型小组，注重对学生分析问题，解决问题能力的培养，从完成某一方面的“任务”着手，通过引导学生完成“任务”，最终实现教学目标。

2.技能竞赛教学法。将专业课程教学内容融入竞赛元素，探索“课、证、赛”，“以赛促学、以赛促教”课程教学改革模式。

3.探究式教学法。学生在学习概念和原理时，教师只是给他们一些事例和问题，让学生自己通过阅读、观察、实验、思考、讨论、听讲等途径去独立探究，自行发现并掌握相应的原理和结论的一种方法。

4.专家示范教学法。邀请企业一线的营销管理专家进课堂为学生们传授并分享企业实际案例的操作。

（五）教学评价

“教”的方面：采用学生评价、同行评价、督导评价相结合的方式的教学评价。学生评价不应局限于本学期课程评价，而要从对学生职业发展方面进行设计，避免短视行为，不利于学生未来发展；同行评价，主观性较强，有一定的弊端；督导评价，要真正做到既督也导，不是为完成任务而听课。

“学”的方面：课堂教学质量要严格贯彻学校学院相关管理制度，做到考勤、课堂纪律、课堂氛围、课堂效果有据可查，尽量数字化标准化。同时充分执行结果导向原则，处理严格执行课堂教学相关管理制度之外，学生的考试成绩、竞赛获奖、毕业率、就业质量、创业成功率等等都应该成为“学”的评价指标。

（六）质量管理

以学校和学院教学质量诊断与改进相关标准为依据。学校层面做好顶层设计与指导服务工作，作为教学单位的二级学院应结合实际情况，制定符合学院专业发展的质量管理体系，构成校院两级联动机制。

十、毕业要求

学生通过规定修业年限的学习，必须修满专业人才培养方案规定的 143 学分，其中必修课 108 学分、选修课 35 学分，完成规定的教学活动，达到本专业人才培养规格和《国家学生健康体质标准》的要求，至少考取一项与专业职业能力相对应的职业资格或技能等级证书，准予毕业。允许学生通过学分认定和转换获得相应课程学分，相关要求见《广州城建职业学院学分认定与转换实施办法》。

表 12 本专业职业能力培养对应的职业资格或技能等级证书

序号	证书名称	颁证单位
1	高级营销员	中国商业技师协会
2	网店运营推广职业技能等级证	北京鸿科经纬科技有限公司
3	助理商务策划师	中国商业技师协会
4	中国市场营销经理助理	中国市场学会

十一、附录

- （一）专业人才培养方案教学计划进程安排表
- （二）专业人才培养调研报告
- （三）专业人才培养方案论证报告

2020市场营销（现代学徒制试点）专业教学计划进程表

课程模块	课程性质	序号	课程名称	课程类型	学分	学时			考核方式	各学期教学时间分配						
						总计	理论	实践		一学年		二学年		三学年		
										一	二	三	四	五	六	
公共基础课程	必修	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	72	52	20	试		3*18+20					
		2	思想道德修养与法律基础（含廉洁修身）	B	3	54	42	12	试	4*11+12						
		3	马克思主义中国化进程与青年学生使命	A	1	20	20	0	查		2*10					
		4	形势与政策	B	2	32	16	16	查	2*4	2*4	2*4				
		5	体育与健康	B	6	108	12	96	查	2*11+10	2*18	0*0+25	0*0+15			
		6	军事训练	C	2	48	0	48	查	2*4+2						
		7	军事理论	A	2	36	0	36	查		0*0+36					
		8	美育教育	B	2	32	16	16	查		0*0+32					
		9	入学教育	C	1	24	12	12	查	2*4+1						
		10	大学生心理健康教育	B	2	36	0	36	查	2*1+16	2*2+14					
		11	公益劳动	B	2	32	2	30	查	2*1+6	0*0+8	0*0+8	0*0+8			
		12	创新创业教育	B	2	36	18	18	查			2*9+18				
		13	大学生成长辅导	B	2	32	12	20	查	0*0+8	2*2+4	2*2+4	2*2+4			
		14	大学生信息素养	A	1	18	0	18	查	0*0+18						
		15	职业发展与就业指导	B	2	32	20	12	查		2*8+4		2*6			
		小计		34	612	222	390		218	258	85	51				
公共基础课程	限选	1	中国传统文化	B	1	20	12	8	查		2*10					
		2	党史国史	B	1	20	12	8	查		2*10					
		3	计算机应用实务	C	3	54	36	18	试	2*9+36						
		4	信息技术	C	3	54	36	18	试	2*9+36						
		5	大学语文	B	2	32	22	10	查	3*11						
		6	口才与写作	B	2	32	22	10	查	3*11						
		小计		6	106	70	36		86	20						
公共基础课程	任选	公共选修课程	B	3	48	16	32	查			第2-6学期实施					
		第二课堂	C	8	144	0	144	查			第1-4学期实施					
		小计		11	192	16	176									
		合计		51	910	308	602		304	278	85	51				
专业（技能）课程	专业大类课程	1	市场营销●★	B	3	54	24	30	试	5*11（54）						
		2	大学英语	B	7	112	76	36	试	5*10（48）	4*16					
		3	经济应用数学	B	3	48	36	12	试		3*16					
		4	电子商务	B	3	54	24	30	查		3*18					
		5	管理学基础	B	2	36	18	18	查	4*9						
	专业专门课程	必修	6	公司运营综合实战▲	C	2	48	0	48	查			2*24			
			1	经济学基础	B	2	36	18	18	查	4*9					
			2	市场调查与分析★	B	3	54	26	28	试		3*18				
			3	房地产营销岗位认知	B	1	24	0	24	查	2*4+1					
			4	办公室图文处理	C	1	24	0	24	查		2*4+1				
			5	消费心理学	B	3	48	24	24	试			3*16			
			6	推销技术★	B	3	54	26	28	试			3*18			
			7	广告策划★	B	3	48	24	24	查			3*16			
			8	新媒体实务★	B	3	54	26	28	查			3*18			
			9	经济法	A	2	36	36	0	试				3*12		
10	市场营销技能综合实训★☆	C	1	24	0	24	查				2*4+1					
11	品牌管理★	B	3	54	26	28	试				5*11					
12	网店运营推广职业技能等级证书	B	3	54	26	28	试				5*11					
13	商务沟通方法与技巧	B	2	36	12	24	查				3*12					
14	综合实践项目	C	4	96	0	96	查					2*4+4				
15	顶岗实习	C	20	480	0	480	查					20*8	20*16			
		小计		74	1474	422	1052		198	244	252	204	256	320		
专业（技能）课程	限选	1	房地产经纪操作实务	B	2	32	16	16	试		2*16					
		2	案场管理实务	B	2	32	16	16	查			16*3				
		3	房地产营销岗位实习	C	4	96	0	96	查				2*4+4			
		4	拓客地图与客户召集	B	2	32	16	16	查			16*2				
		5	金岳置业公司策划观与策划逻辑	B	2	32	16	16	查			16*2				
		小计（至少修读其中14.0学分）		14	224	90	134		0	32	96	96	0	0		
专业（技能）课程	任选	开放课程学习计划	A	2	36	36	0							第5-6学期实施		
		书香校园读书计划	B	2	36	18	18				第1-4学期实施					
		小计		4	72	54	18									
		合计		92	1770	566	1204		198	276	332	300	256	320		
		总计		143	2680	874	1806		502	554	417	351	256	320		

注：1.课程性质：必修和选修，选修分为限制性选修（限选）与非限制性选修（任选）。

2.课程类型：“A”表示纯理论；“B”表示理论+实践；“C”表示纯实践。

3.学时学分：A、B类课程16-18学时为1学分，C类课程24学时为1学分。

4.课程符号：标记“★”代表专业核心课程、标记“▲”代表双创教育融合特色课程、标记“●”代表课程思政融合特色课程、标记“☆”代表x等级证书融合课程。