

市场营销专业人才培养方案（2022版）

一、专业名称及代码

（一）专业名称：市场营销

（二）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。

三、修业年限

专科标准学制为3年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间（不超过6年）。

四、职业面向

表 1. 市场营销专业职业面向

专业大类 (代码)	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 域举例	职业资格或职业技 能等级证书举例
工商管理 类530	市场营销 530605	批发业(51) 零售业(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(4-06-07-02)	市场调研 渠道管理 客户管理 促销策划 商品推销	市场营销策划师 电子商务师 跨境电商B2B数据运营职业技能证

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标（包含专业课程思政总体培养目标）

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应具备的素质、知识和能力方面达到一下要求。

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

市场营销专业人才培养方案

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程,基本抽样方法和数据分析方法,市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程体系、设置及学时要求

(一) 课程体系

根据岗位要求,把对学生的职业能力和素质培养转化为学习课程,形成如图 1 所示的课程体系与职业能力结构图。

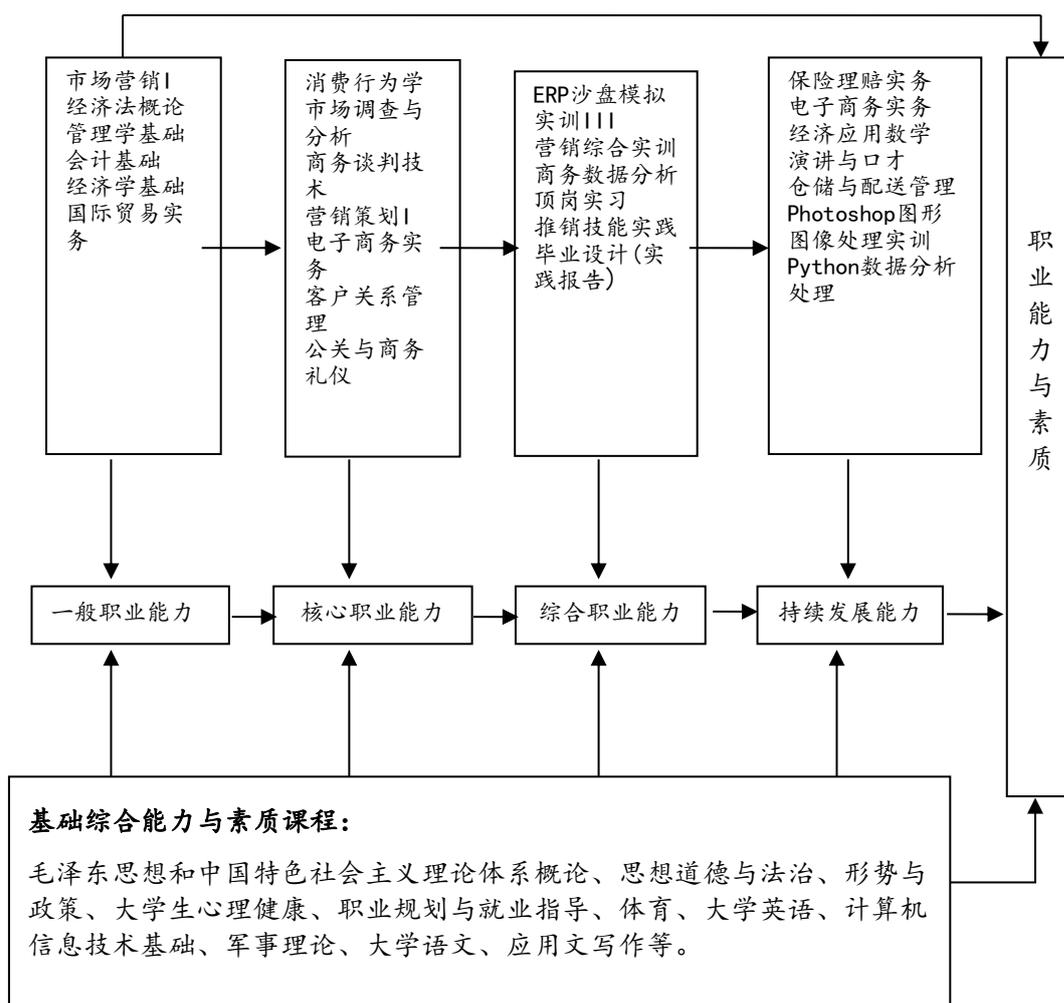


图 1. 课程体系与职业能力结构图

(二) 课程设置

课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程两个类别，包括公共基础课程（必修课）、公共选修课程、专业基础课程，专业核心课程、综合实践课程、专业选修课程六个课程种类。

1. 公共基础课程

(1) 公共基础课程（必修课）

落实国家有关规定和要求，开设思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、大学生心理健康、职业规划与就业指导、体育、大学英语、信息技术基础、军事理论、劳动教育、美育教育等公共基础课程。

市场营销专业人才培养方案

表 2. 市场营销专业公共基础课程简介

序号	公共基础课(必修课)	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德与法治	通过教学,帮助学生坚定崇高理想,确立正确的人生观、价值观,增强对中国特色社会主义的自信,自觉担当民族复兴的时代新人。	本课程以马克思主义为指导,以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向,以马克思主义世界观、人生观、价值观教育为主线,以社会主义核心价值观教育为核心,以中国特色社会主义理论体系教育为重点,培育和践行社会主义核心价值观,弘扬中华优秀传统文化,尊重和维宪法法律权威,提高思想政治素质和法治素养。结合高等职业院校自身特点,注重加强学生的职业道德教育。	通过教学,要求学生理解当代大学生的历史使命和担当,掌握提升思想道德素质的方法,提高分辨是非、善恶的能力。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通过教学,帮助学生系统掌握毛泽东思想、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的精髓和实质,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	主要内容有毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系。着重介绍了中国共产党把马克思主义基本原理同中国实际相结合的历史进程,充分反映和体现马克思主义中国化的两次飞跃,特别是毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系形成的历史必然性,以及它们对指导中国革命、建设和改革的重大现实意义和深远历史意义。毛泽东思想是马克思主义中国化的第一个重大理论成果,是中国共产党集体智慧的结晶,是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分。中国特色社会主义理论体系是马克思主义中国化的最新成果,是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分。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成果,是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分。	通过教学,要求学生理解马克思主义中国化的历史进程和理论成果,掌握中国特色社会主义理论体系的主要内容,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	通过教学,引导学生全面系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的精髓和实质,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	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成果,是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分。本课程主要讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的精髓和实质,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	教学中的主要方式,系统学习和理解习近平新时代中国特色社会主义思想的精髓和实质,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。
4	形势与政策	通过形势与政策课教学,引导学生运用马克思主义的立场、观点和方法,认清国内外形势,把握时代脉搏,增强民族自信心和责任感,提高投身中国特色社会主义事业的自觉性和主动性。	主要讲授党的理论创新最新成果,新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践,马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点问题,帮助学生准确理解当代中国马克思主义、深刻领悟党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战,引	本课程根据教育部印发的《高校“形势与政策”教育教学要点》,围绕国内外最新形势变化确定专题教学内容。要求教师必须紧跟形势,不断学习现行政策,并结合我院的实际和学生关注的热点、焦点问题,统一安

二〇二二版专业人才培养方案

序号	公共基础课(必修课)	课程目标	主要内容	教学要求
		性，坚定“四个自信”，勇做担当民族复兴大任的时代新人。	导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。	排教学内容；学生要积极、主动思考，认真听讲，课下吸收、运用。
5	大学生心理健康	<p>1. 素质目标。</p> <p>1.1 培养大学生自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态，树立心理健康的自主意识；</p> <p>1.2 培养学生积极的心理品质和积极的生活态度，拥有改变现状、解决问题的积极心理资本。</p> <p>1.3 引导学生树立健康心态的同时，能从“关系”视角看待个人与社会、国家的关系，提升个体的公民意识。</p> <p>2. 知识目标。</p> <p>2.1 了解心理健康及积极心理品质有关的理论和基本知识概念；</p> <p>2.2 了解大学生的心理发展特征及规律，掌握应对心理困扰及发展积极自我心理品质的自我调适知识；</p> <p>3. 技能目标。</p> <p>3.1 掌握自我探索技能，如自我管理技能、人际交往技能等；</p> <p>3.2 掌握心理调适技能，如环境适应技能、情绪管理技能、恋爱问题解决技能等；</p> <p>3.3 掌握心理发展技能，如学习发展技能、提升幸福人生的技能等。</p>	<p>课程内容主要分为“心理知识育人+心理活动育人”。心理知识育人部分包括：心理健康课程导论，大学新生心理适应与发展，探索品格优势之旅，构建积极人际关系，培养乐观积极情绪，感恩生命之美，揭开爱情的迷雾七个部分；心理活动育人部分主要包括：心理社团活动、团体心理辅导体验、心理咨询体验、心理健康查测试、心理知识讲座。</p>	<p>1. 紧密围绕“立德树人”根本任务，构建“育心”与“育德”相统一的心育“大思政”格局；2. 在教学内容的设计和安排上，要结合思政的教学目标，把育心与育德的内容浸润式的融入教学内容中，在传递知识的同时也不忘提升学生的素养。在授课形式上努力开展小组讨论、合作学习、同伴指导等；</p> <p>3. 在教学方法上在原有的基础上尝试增加探究式教学、问题解决式教学。</p>
6	体育	<p>落实立德树人根本任务，强化“以体育人”，树立“健康第一”教育理念。提高学生体育运动能力与体育文化欣赏能力；培养学生体育兴趣与自觉锻炼习惯，树立学生终身体育意识。校内外课程衔接，实训不断线，体育课程贯穿三年职业教育。实现“享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志”体育课程建设目标。</p>	民族传统项目、运动专项、体适能	<p>进一步优化教学内容，深挖课程思政元素融入体育教学之中，创新“教会、勤练、常赛”教学方法，树立增值评价新体系。构建体育教学、运动竞赛、课外体育活动、体质测试“四位一体”的体育课程教学平台，完成课堂内外一体化建设。</p>
7	大学英语	<p>全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立</p>	<p>1. 职场涉外沟通目标：掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、</p>	<p>1. 坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能。</p> <p>2. 落实核心素养，贯穿英语</p>

市场营销专业人才培养方案

序号	公共基础课(必修课)	课程目标	主要内容	教学要求
		<p>德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中高素质技术技能人才。通过本课程的学习，学生应该能够达到课程标准所设定的四项目标。</p>	<p>看、写、译技能，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务，践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。</p> <p>2. 多元文化交流目标：通过英语学习获得多元文化知识，形成正确的世界观、人生观、价值观；继承中华优秀传统文化，增强文化自信；坚持中国立场，能用英语讲述中国故事，传播中国文化；掌握必要的跨文化知识，完成跨文化沟通任务。</p> <p>3. 语言思维提升目标：辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思维和创新思维水平。</p> <p>4. 自主学习完善目标：认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有明确的英语学习目标，能够有效的规划学习时间和学习任务，采取恰当的英语学习策略，运用英语进行终身学习。</p>	<p>课程教学全过程。</p> <p>3. 突出职业特色，加强语言实践应用能力培养。</p> <p>4. 提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变。</p> <p>5. 尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。</p>
8	应用文写作	<p>1. 本课程旨在培养学生的应用文写作意识和实用性文本的写作能力。</p> <p>2. 培养学生的职业行动能力，为就业打好基础。</p> <p>3. 强化写作思维训练，体现课程思政效能。</p>	<p>1. 本课程旨在培养学生的应用文写作意识和实用性文本的写作能力：针对《应用文写作》课程实践性强的特点，实施任务驱动的理论与实践一体化教学，强调“教、学、做”三合一，以学生作为学习的行动主体。</p> <p>2. 培养学生的职业行动能力，为就业打好基础；了解各文种的含义、类型及特点，掌握应用文语体的言风格；鉴别易混淆文种（如公告与通告、通知与通报、请示与报告、纪要与会议记录等）的区别与联系；提升应用文写作能力；面向不同专业，教育学生遵纪守法、爱岗敬业，培养学生严谨的职业态度。</p> <p>3. 强化写作思维训练，体现课程思政效能：在写作意识上，教育学生站稳政治立场，培养学生服务社会的社会责任感、精益求精的工匠精神。教学过程实现入心入脑的价值塑造，面向不同专业，教育学生遵纪守法、爱岗敬业，培养学生求真务实和严谨的职业态度。</p>	<p>1. 注重师生互动，激发学生的学习积极性。文种选择遵循规律，适应时代，以生为本，持续发展。</p> <p>2. 采取信息化教学，线上线下相结合。</p> <p>3. 教学中实施任务驱动和模块教学法，通过学习例文和分析病文，加深学生对文种的理解和掌握。</p> <p>4. 教育学生站稳政治立场，培养学生服务社会的社会责任感、精益求精的工匠精神。教学过程实现入心入脑的价值塑造，面向不同专业，教育学生遵纪守法、爱岗敬业，培养学生求真务实和严谨的职业态度。</p> <p>5. 紧跟教育部有关文件要求，根据国家对于高职语文教学的要求进行相应的调整。</p>
9	大学语文	<p>1. 提升学生的阅读能力和人文素养。</p> <p>2. 提升学生的口头表达能力和书面表达能力。</p> <p>3. 注重对学生的道德教育，结合教学篇目开展课程思政，更好地发挥课程的育人功能。</p> <p>4. 注重培养学生的职业素养。</p>	<p>1. 提升学生的阅读能力和人文素养：教材中的各文学篇目及课外优秀作品。</p> <p>2. 提升学生的口头表达能力和书面表达能力：通过举办朗诵会、演讲、阅读分享、写作等活泼多样的形式来提升学生的口头表达能力和书面表达能力。</p> <p>3. 注重对学生的道德教育，结合教学篇目开展课程思政，更好地发挥课程的育人功能：弘扬优秀文化，激发学生的家国情怀，弘扬爱国、诚信等社</p>	<p>1. 以生为本，注重师生互动，激发学生的学习积极性。</p> <p>2. 采取信息化教学，线上线下相结合。</p> <p>3. 提高学生的阅读能力而言，必须注重鉴赏批评能力的培养和提高。</p> <p>4. 通过举办朗诵会、演讲、阅读分享、写作等活泼多样的形式来提升学生的口头表达能力和书面表达能力。以</p>

二〇二二版专业人才培养方案

序号	公共基础课(必修课)	课程目标	主要内容	教学要求
			<p>会主要核心价值观，培养学生坚定的理想信念，健全学生人格的塑造，树立正确的三观等。</p> <p>4. 注重培养学生的职业素养：充分利用语文教学优势，创造性的使用语文教材，在教学中进行职业观念、职业理想、职业道德、职业法规等多方面职业素养的渗透教学，从而，为学生迅速成为高素质的专业技术人员奠定思想基础。</p>	<p>普通中学学生已基本具备的写作知识和写作能力为起点，进一步拓展学生写作理论知识以提高学生的写作能力，强化思维训练，提高学生对于写作材料的搜集、处理能力。</p> <p>5. 紧跟教育部有关文件要求，根据国家对高职语文教学的要求进行相应的调整。</p>
10	职业规划与就业指导	<p>职业规划与就业指导I</p> <p>1. 知识目标。学生能掌握生涯规划的基本知识和常用方法，对自我的了解能更深入并形成积极的自我概念，对世界的了解变得清晰有序。</p> <p>2. 情感目标。引导学生初步形成正确的职业理想及职业价值观，并关注自己的职业生涯规划与未来职业发展的态度；引导学生提高职业素质和职业能力的自觉性，在进行职业选择时能关注到个人与社会、国家的需求关系。</p> <p>3. 行动目标。学生能在课程的引领下完成大学生职业发展体验记录手册，制定短期及长期的行动目标，并着手执行行动计划。</p> <p>职业规划与就业指导II</p> <p>大学生通过学习本课程，树立起职业生涯发展的自主意识，了解职业发展的阶段特点，了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。掌握自我探索技能、信息搜索技能、生涯决策技能、求职技能等。</p>	<p>职业规划与就业指导I</p> <p>本课程内容分为理论和实践部分。理论部分主要包括：初识职业生涯规划，职业认知自我探索—兴趣与性格，职业认知自我探索—能力与价值观，对职业世界的认知，生涯信息分享会，个人职业定位与生涯发展；实践部分主要包括：职业生涯规划人物访谈和职业一日体验。</p> <p>职业规划与就业指导II主要内容：1. 大学生就业现状与就业政策 2. 职业的含义（树立正确的就业观念）3. 求职的程序与要点（简历制作与职业礼仪）4. 大学生创业指导</p>	<p>职业规划与就业指导I</p> <p>1. 建构以学生为中心的教学模式，既发挥教师主导作用，又充分调动学生的自主学习和自我管理作用。</p> <p>2. 灵活运用多种教学方法，注重理论联系实际。教师除了通过课堂传授本课程的基本理论和基础知识外，还应结合心理学知识，测评工具等来引导学生积极思考，积极行动。</p> <p>职业规划与就业指导II</p> <p>1. 结合需求，全程指导。根据市场需求，针对不同年级学生的发展需要，分阶段循序渐进地组织、渗透和强化就业指导，突出就业指导的教育和服务的功能。</p> <p>2. 加强就业形势和政策宣传教育，帮助学生树立正确的就业观念。针对当前学生就业中面临的各种问题，结合学生自身特点，介绍就业形势，讲解就业政策，指导学生树立竞争就业和自主创业观念，掌握就业政策，学会依法维护劳动权益。</p> <p>3. 充分运用现代化训练技术和手段，采取灵活多样的方式组织就业指导教学与训练，动员学生全身心地参与。</p> <p>4. 强化整体教学训练效果。注重训练内容和训练方法的结合，保障训练内容的系统性和完整性；加强课堂训练和课外指导的结合，保证就业指导的训练时间；注意团体指导与个体指导有机结合，强调有针对性地个别指导。</p> <p>5. 因地制宜，创造性地开展训练和指导。在按照规定的程序和内容开展就业指导教学训练的同时，要结合实际，探索新的就业指导形式和方法。</p>

二〇二二版专业人才培养方案

序号	公共基础课 (必修课)	课程目标	主要内容	教学要求
		身心健康。 3. 努力使学生成为全面、和谐发展的人，成为审美的人，成为具有审美意识、审美能力，能够进行审美活动的人。 4. 培养学生的马克思主义审美观，弘扬中华美育精神。	3. 为大学生的有效社会化和人生幸福奠定审美基础。	品德，以美启真，增强学生的智力；以美怡情，增进学生的身心健康 4. 对大学生进行较全面的审美指导，以提高大学生的审美素质，为他们逐步树立马克思主义的审美观奠定基础。

(2) 公共选修课

公共选修课程包括限定选修课程和任意选修课程两部分：限定选修课程包括人文素养、前沿科技、马克思主义理论类课程、党史国史、中华优秀传统文化、健康卫生教育、职业素养、信息素养、国家安全教育、文献信息检索与利用、文学鉴赏、影视鉴赏、艺术鉴赏。每个学生按专业限选1门，其他不限，公共选修课程总学分数4学分，共计64学时。

2. 专业（技能）课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业选修课，并涵盖有关实践性教学环节。

(1) 专业基础课程

设置了9门课程，包括计算机信息技术基础、专业导论、市场营销学、经济法概论、管理学基础、经济学基础、会计基础、商品学基础、消费行为学等课程（表3）。

表 3. 市场营销专业专业基础课课程简介

序号	专业基础课程	课程目标	主要内容	教学要求
1	计算机信息技术基础	本课程为计算机应用的入门课程，教学内容以基础性、系统性和实用性为原则，掌握计算机的相关李璐知识和办公自动化软件的操作技能。	本课程主要内容包括信息技术基础知识、Windows 基本操作、WORD\EXCEL\PPT 的熟练操作等。	要求掌握计算机科学的基本理论和基本常识、具有计算机网络安全和多媒体等基本常识、熟练掌握 Office2010 的主要软件的操作。
2	专业导论	通过本课程的学习，学生能了解本专业的人才培养目标、毕业要求；了解本专业人才就业岗位和未来发展空间；了解本专业人才培养方案的课程体系、专业必修课、选修课的设置、毕业学分等要求。	本课程主要内容包括专业教学计划和课程结构说明；专业学习方法与注意的问题以及本专业的应用及就业前景。	让学生明确本专业的重点，以及本专业与其他工商类专业的区别，对自己未来的学习有个明确的规划。
3	市场营销学	通过本课程的学习，学生能够正确选择营销观念，能够识读和整理营销当前市场的主导因素，能够用细分、目标、定位流程分析企业的战略规划等，养成认真负责的顾客至上态度和勇于在竞争中生存和	本课程主要讲解营销观念、核心概念，以及营销战略分析与营销策略框架	培养学生对营销观念的判断能力和执行能力；培养学生的环境分析能力；培养学生战略空间想象力和营销策略创新能力。

市场营销专业人才培养方案

序号	专业基础课程	课程目标	主要内容	教学要求
		发展的工作作风		
4	经济法概论	通过本课程学习,使学生系统地、准确地理解和掌握经济法的基本原理、具体法律制度及其相应的规范,并能够在实践中灵活地运用,分析和处理各种实际事务问题。	本课程以讲授经济法的基本原理和基本制度为核心内容,强调理论性和应用性的结合,在把握理论知识的系统性的同时,着重介绍经济法的具体制度及其实际应用	旨在通过经济法律规范的学习和研究,使学生系统地、准确地理解和掌握经济法的基本原理、具体法律制度及其相应的规范,培养学生的法律意识,提升学生的法律素养,拓展和优化学生的知识结构,使学生在掌握经济法的规律性、原理性和知识性的基础上,获得能够比较专业地解释涉法事务和解决具体问题得能力。
5	管理学基础	本课程是围绕一切组织(包括企业、学校、政府机构、医院、社会团体等等)的管理活动而展开的、以实践为指导的一门科学。	通过本课程的学习,学生应熟练掌握管理学的基本理论与基本方法,掌握管理理论与管理思想的发展历史;熟练掌握管理环境及分析方法,了解管理目标的设置;熟练掌握计划、组织、领导、控制、协调等职能的相关理论及相互关系;掌握激励的相关理论;了解创新的基本方法等	学生应能够结合案例分析和解决实际问题,做到理论和实际相结合。
6	经济学基础	本课程的教学目的是使学生掌握经济学的基础知识和原理,并能够利用经济学原理分析经济社会和生活中的各种经济现象,并结合地理环境特征分析区域发展中的经济问题,为进一步学习人文地理与城乡规划其它专业课程打下基础;同时培养学生关注当前社会经济领域中热点问题的兴趣,为今后走向工作岗位,更好地适应社会打下基础	通过本课程的学习,使学生掌握经济学的产生与发展历程;掌握微观经济学与宏观经济学的区别与联系;掌握经济学常用的分析方法;理解并掌握经济学中的市场、消费、企业决策、货币供需、国际贸易等基本理论,并能够结合具体经济问题进行分析	通过教学活动,使学生了解培养学生关注当前社会经济领域中热点问题的兴趣,为今后走向工作岗位,更好地适应社会打下基础。
7	会计基础	本课程的教学目的是让学生深入了解会计信息的产生过程,及其产生过程中所采用的各种确认、计量和报告方法,了解各种会计方法的特质、特点及其适用性,了解会计的技术和方法是如何与生产经营和管理决策相结合	该课程的学习包括会计学的基本概念、会计基本前提、会计职能、会计六大基本要素、会计准则、会计方法、会计账户与科目、会计记账方法特别是借贷记账法的应用、会计账簿种类及作用、成本计算、财产清查、财务会计报告的编制;	通过课程的学习,学生不仅可以了解会计的基本理论、基本方法和基本技能,而且也为学生更好地熟悉会计具体方法在企业经济业务中的具体应用、了解会计工作对企业管理活动的重要意义等,让学生认识会计信息、运用会计信息分析解决问题打下基础。
8	商品学基础	通过本门课程的学习,使学生基本掌握商品学的基本理论、基本知识和基本技能,尤其是小商品的有关知识和技能	该课程的学习具体包括下面六个方面:指导商品使用价值的形成;评价商品使用价值的高低;防止商品使用价值的降低;促进商品使用价值的实现;研究商品使用价值的再生;熟悉市场的商品种类和特点、分布情况。	通过学习,使学生获得对商品从感性到理性,从肤浅到深刻,从表面到本质的认识。对商品质量、分类、标准化工作和商品检验有比较深刻的了解和掌握。力争培养学生对某一类商品产生浓厚兴趣,对商品市场商品有整体的了解和把握。

二〇二二版专业人才培养方案

序号	专业基础课程	课程目标	主要内容	教学要求
9	消费行为学	通过本课程的学习,学生能够准确判断消费者购买决策过程,能够识别消费者性格,能够根据消费者的气质和装扮,分析判断消费者的消费倾向等,养成观察消费心理、揣摩消费行为的职业习惯。	本课程主要讲解消费者购买决策过程、消费者购买行为类型、购买风险理论、消费者购买行为模式知识。	培养学生对购买能力、消费能力和购买欲望的感知与判断能力;培养学生判断社会群体和个人因素的能力;培养学生对影响消费行为的企业可控因素的想象力和创新能力。

(2) 专业核心课程(理实一体化课程)

设置了9门课程,包括市场调查与分析、营销策划、商务谈判技术、客户关系管理、商务数据分析、电子商务概论、销售管理、国际贸易实务、新媒体运营等课程(表4)。

表4. 市场营销专业专业核心课程课程简介

序号	专业核心课程	课程目标	主要内容	教学要求
1	市场调查与分析	通过本课程的学习,学生能够按照市场调查岗位的要求,准确熟练地预约被调查对象,能够说服对方接受问卷调查,以及进行问卷访问和问卷回访,能够达到调查员资格证书的技能要求水平。	本课程主要讲解市场调查的涵义、特征、内容、类型、原则、程序与要领。	培养学生问卷访问调查的基本能力,培养学生熟练提问技巧、拦截调查对象技巧以及甄别调查对象的能力。
2	营销策划	通过本课程的学习,学生能够正确制定策划调查方案,能够制定市场竞争方案,能够制定可执行的市场开拓与维护计划表等,养成满足顾客需要并比竞争对手做得更好的职业习惯。	本课程主要讲解企业策划流程,以及市场开拓策划方案。	培养学生市场竞争策划能力;培养学生企业定位策划的能力;培养顾客满意策划能力。
3	商务谈判技术	通过本课程学习,要求学生了解商务谈判的基本理论,掌握谈判各个阶段应当采取的策略方法和技巧,懂得商务谈判的环节和礼仪,并将自己的理解与领悟用到具体的谈判实践中。	本课程对商务谈判的特征、分类、模式、功能以及原理和方法作了理论的阐述。也对商务谈判的内容、准备、程序以及谈判的各阶段的策略与技巧作了详细的介绍。	本课程实践性极强,是学生对一些秘书学、市场营销、国际贸易等基本理论知识在工作实践中的应用与发挥,及要求学生有较扎实的理论基础,又要求学生要较强的适应与应变能力。
4	客户关系管理	通过本课程教学,培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神,熟练掌握客户服务部对客户技能,逐步形成管理能力和创新能力,为在行业中的发展奠定坚实的基础。	要求学生通过了解客户服务部职能,掌握操作流程和服务技术,来把握客户服务运转规律,形成科学管理的思维模式。	通过多种教学方法和教学手段的实施,提高学生动手操作能力以及分析问题和解决问题的能力,通过课程设计完成客户关系管理综合能力的培养。
5	商务数据分析	通过介绍商务数据分析的思想、方法,使学生掌握从历史数据中获取有用的认识、求解优化问题、对不确定性的决策问题进行模拟分析的能力。	该课程主要讲授商务数据解析的事件序列分析与预测、数据挖掘、线性优化模型、整数线性优化等内容,通过商务数据中常用方法的介绍帮助学生理解如何用现代化工具解决现实中的不确定问题。	通过学习和对实例数据的分析,培养学生综合运用课程知识的能力,配合Excel软件的应用,加深对理论部分的理解,锻炼学生的动手实践能力。
6	电子商务概论	课程总体目标为通过本课程的学习,按照“工作室输出”的培养模式,要求学生熟悉与电子商务相关的基本概念、术语,掌握电子商务运营与管理的相关知识,	让学生了解电子商务基本知识的同时,掌握电子商务的技巧和方法,并熟练掌握利用电子方式进行相关电子商务应用及网上创	通过本课程的学习,让学生树立正确的道德操守及职业素养,培养学生团结协作的精神、强烈的责任心和工作激情、市场竞争的意识、学

市场营销专业人才培养方案

序号	专业核心课程	课程目标	主要内容	教学要求
		了解电子商务的基本理论，熟练掌握必要的电子商务操作技能和市场开拓的实践技能。	业等实际技能。	生创新意识、强烈的市场竞争的意识、学会做人、处事的能力等。
7	销售管理	通过本课程学习，学生应具备销售组织与管理的初步能力；同时在教学项目实施的过程中培养学生独立自主、主动学习，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。	本课程以管理学、市场营销学理论为基础之上的应用学科，主要介绍了企业销售管理所涉及的主要理论与实务。	通过本课程学习，培养学生能完成销售计划的制定、销售组织的构建、销售额的分析、成本控制以及人员的管理和激励等工作任务。
8	国际贸易实务	本课程的教学目的在于使学生不仅掌握国际贸易理论、政策、法律知识、国际贸易惯例知识，而且还必须具有较丰富的国际商务知识和分析处理外贸业务问题的能力。	本课程主要包含三大知识内容：国际买卖业务内容、进出口贸易程序以及含于前两项之中的风险防范。	通过学习本门课程，使学生掌握从事国际贸易的基本原理、基本知识和基本技能与方法，能以英语为工具开展外经贸业务，将来成为适应社会需要的既能熟练掌握外语又能从事对外经贸工作的复合型人才。
9	新媒体运营	通过本课程的学习，使学生了解新媒体的传播规律，掌握新媒体的类型和基本特征，提升学生使用新媒体的水平和能力。	本课程内容包括新媒体的基本发展概况以及新媒体目前的基本应用，是一门实践性较强的学科。	通过本课程的教学使学生了解各种新媒体的基本概念，把握各种新媒体的传播现状、效果和发展趋势，掌握各种新媒体的技术特征、信息发布流程以及盈利模式。

(3) 综合实践课程

设置了7门课程，包括营销技能综合实训、商务礼仪、ERP沙盘模拟实、推销技能实训、Photoshop图形图像处理实训、岗位实习、毕业实践（报告）等课程。

表 5. 市场营销专业综合实践课程简介

序号	综合实践课程	课程目标	主要内容	教学要求
1	推销技能实训	通过本课程的学习，让学生掌握推销的基本理论、策略和技巧，训练学生在将来的就业中能迅速适应岗位、成为一名合格的推销员。	课程内容包括推销理论、推销心里、推销策略与技巧、并涉及推销观念、推销方式、消费心理、面谈技巧及推销工作的组织和管理等方面的知识。	结合本地区经济发展的特点，使学生能娴熟地使用各种推销技巧，同时培养学生的岗位忠诚度、社交能力、应变创新能力以及强烈的责任心。
2	ERP沙盘模拟实训	通过学习，让学生认识到企业资源的有限性，在各种决策的成功和失败的体验中，学习、巩固和融会贯通各种管理知识，掌握管理技巧，从而深刻理解ERP的管理思想，领悟科学的管理规律，提升管理能力，培养团队精神。	ERP模拟沙盘是针对代表先进的现代企业经营与管理技术—ERP（企业资源计划系统），设计的角色体验的实验平台。模拟沙盘按照制造企业的职能部门划分了职能中心，包括营销与规划中心，生产中心、物流中心和财务中心。	各职能中心涵盖了企业运营的所有关键环节，让学生通过模拟企业运行状况，在制定战略、分析市场、组织生产、整体营销和财务结算等一系列活动中体会企业经营运作的全过程。
3	Photoshop图形图像处理实训	本课程主要从PS的功能学校出发，培养学生办理与设计知识、解决实际问题的综合能力，为其职业生涯发展和此后的学习奠定坚实的基础。	主要学习Photoshop的基本原理和基本功能，熟练掌握图像处理和平面设计的基本技术，把图像处理和平面设计应用到更多不同的领域。	通过本课程的学习，能够掌握适合从事广告创意、平面设计与多媒体制作方面的技能，能够较熟练地在金融单位、机关以及电脑公司等企、事业单位从事图形图像处理及相关平面设计，提高就业能力。

二〇二二版专业人才培养方案

序号	综合实践课程	课程目标	主要内容	教学要求
4	商务礼仪	本课程主要从课程与实践上阐述商务礼仪基本概念、特点、原则、功能的同时,对商务场合的个人形象塑造、日常事务、商务推销、专题活动、商务宴请等做以具体阐述,达到让学生不仅具有塑造自身良好形象的能力,而且具有驾驭内外商务活动的能力。	要求学生牢固掌握商务礼仪的基本概念和特点,熟悉日常事务礼仪,熟练把握商务见面、商务推销、商务会议、商务宴请等商务活动的礼仪。	通过学习,让学生充分认识到在开展商务活动中,不仅需要具有商务礼仪的基本知识,更要具有驾驭内外商务活动的的能力,为此真正达到本课程学以致用的教学目的。
5	营销技能综合实训	市场营销专业是一门以实践为基础的学科,学生通过实践活动来了解和加深到理论知识理解,同时把理论知识运用到实践中来,在运用到实践过程中,为了更方便地实际运用,我们采用了模拟实训的办法,通过虚拟形式的运作以达到现实实践的效果。	通过与营销技能大赛相结合,构造一个竞争和协作的虚拟营销环境,让参与者扮演公司各类角色,从不同角度全面了解和执行营销决策。	通过课程学习,让学生能熟练掌握市场营销综合知识的基本理论和知识;能系统掌握市场营销综合知识的基本技能和技巧;能培养严谨的科学态度和综合运用所学知识解决实际问题的能力
6	岗位实习	实习是职业教育的重要组成部分,是具有综合性的教学实践环节,它对确保学生的培养规格、培养目标方面具有特殊的功能。实习让学生在 实际工作中得到锻炼,能培养学生的独立工作能力和开拓创新能力,增强其从业的光荣感和责任感,为学生毕业后从事工作打下坚实基础。	通过学校校企合作单位,通过实习就业双向选择的原则,到各行业、各企业中进行全职实习锻炼。	通过实践,使学生受到深刻的专业思想教育;使学生将所学的基础理论、基本知识和基本技能,综合运用 于社会实践,培养独立工作能力;全面检验营销专业的办学思想和培养规格,及时获得反馈信息,不断改进教育和教学工作,提高教育质量,培养出更多合格的人才。
7	毕业实践(报告)	通过本课程的教学,使学生掌握基本的毕业报告写作的基础知识,理解毕业报告的重要意义与性质,学会毕业报告写作的基本方法、基本格式、基本逻辑、基本思路、答辩过程和答辩礼仪,使学生最终都能够顺利完成一篇高质量的实践报告。	课程的主要内容包含:毕业报告撰写的思路和基本方法,以及如何提炼并表述自己的观点。	激发学生学习毕业实践报告写作的兴趣,理解该学科性质与研究对象,在保持课程的完整性及系统性的基础上,应突出重点、难点,使学生对毕业报告有清晰的了解。

(4) 专业选修课程

设置了10门课程,包括保险实务、电商直播实训、股票操作、跨境电商运营、供应链管理、经济应用数学I、经济应用数学II、Python数据分析处理、演讲与口才、渠道管理等课程。

市场营销专业人才培养方案

(三) 学时要求

表 6. 市场营销专业课程学时安排

项目		学分数	学时数	占总学时百分比(%)	
教学 学时 分配	公共基础课程	37.5	702	25.5%	
	公共选修课程	4	64	2.3%	
	专业基础课程	20.5	328	11.9%	
	专业核心课程	22	352	12.8%	
	综合实践课程	28	1076	39.1%	
	专业选修课程	11	230	8.4%	
	合计	123	2752	100%	
实践 教学 学时 分配	课内 实践	非独立实践课	26	384	13.9%
		独立实践课	14	420	15.3%
		各类实习	16	716	26.1%
		毕业实践(报告)	6	180	6.5%
		其他			
	课外 实践	军事训练	2	60	2.1%
		社会实践	1	30	1.1%
	课内外合计				65%

二〇二二版专业人才培养方案

七、教学进程安排

表 7. 市场营销专业教学进程安排

课程性质	课程种类	课程序号	课程编号	课程名称	课程类型	学分	计划时数				考核形式	学期学时					
							总课时	理论	实践	理实一体		一	二	三	四	五	六
												17周	19周	19周	19周	16周	16周
必修课程	公共基础 (含综合素质)课	1	110112001	思想道德与法治	B	3.0	48	40	8		KS	48					
		2	110112002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2.0	32	30	2		KS		32				
		3	110112003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3.0	48	42	6		KS		48				
		4	110111004	形势与政策	A	1.0	16	16			KC			16			
		5	100011001	大学生心理健康I	A	1.0	16	16			KS	16					
		6	100013002	大学生心理健康II	C	1.0	16		16		KC	6	6	2	2		
		7	100013003	体育I	C	0.8	28		28		KC	28					
		8	100013004	体育II	C	1.0	36		36		KC		36				
		9	100013005	体育III	C	0.4	12		12		KC				12		
		10	100013006	体育IV	C	0.4	16		16		KC					16	
		11	100013007	体育V	C	0.4	16		16		KC						16
		12	100011008	大学英语I	A	3.5	56	56			KS	56					
		13	100011009	大学英语II	A	3.5	56	56			KS		56				
		14	100012010	应用文写作	B	1.5	24	20	4		KC				24		
		15	100012011	大学语文I	B	2.0	32	28	4		KC			32			
		16	100012014	职业规划与就业指导I	B	1.0	16	12	4		KC		16				
		17	100011015	职业规划与就业指导II	A	0.5	8	8			KC				8		
		18	110111005	军事理论	A	2.0	32	32			KS	32					
		19	210313001	军事训练	C	2.0	60		60		KC	60					
		20	210313002	假期社会实践	C	1.0	30		30		KC		30				
		21	210312003	劳动教育	B	1.0	16	8	8		KC		16				
		22	100011016	美育教育	A	1.0	16	16			KC		16				
	小 计						33.0	630	380	250		246	256	50	46	16	16
	专业基础课	23	033122304	计算机信息技术基础	B	1.5	24	6	18		KS		24				
		24	033322002	专业导论	B	0.5	8	4	4		KC	8					
		25	033121301	经济法概论	A	3.0	48	48			KC	48					
		26	033321301	管理学基础	A	3.0	48	48			KC		48				
		27	033221301	经济学基础	A	3.0	48	48			KC	48					
		28	033121303	会计基础	A	3.0	48	48			KC		48				
		29	033321003	商品学基础	A	2.0	32	32			KC			32			
		30	033322001	市场营销学	B	3.0	48	32	16		KS	48					
		31	033322004	消费行为学	B	3.0	48	40	8		KS			48			
		小 计						22.0	352	306	46		152	120	80		
		专业核心课	32	033334005	市场调查与分析	D	4.0	64			64	KS			64		
	33		033334006	营销策划	D	3.0	48			48	KS			48			
	34		033334007	商务谈判技术	D	2.0	32			32	KC			32			
	35		033332008	客户关系管理	B	3.0	48	32	16		KS				48		
	36		033334009	销售管理	D	3.0	48			48	KC			48			
	37		033432018	电子商务概论	B	2.0	32	24	8		KC				32		
	38		033334011	商务数据分析	D	3.0	48			48	KC			48			
	39		033434011	新媒体运营	D	3.0	48			48	KC		32				
	40		033234011	国际贸易实务	D	2.0	32			32	KC		48				
	小 计						25.0	400	56	24	320		32	288	80		
	综合实践课程	41	033343013	商务礼仪	C	1.0	30		30		KC				30		
		42	033343014	营销技能综合实训	C	1.0	30		30		KC				30		
		43	033343015	ERP沙盘模拟实训	C	1.5	45		45		KC		45				
		44	033343016	推销技能实训	C	1.0	30		30		KC				30		
45		033343017	Photoshop图形图像处理实训	C	1.5	45		45		KC			45				
46		033343018	岗位实习	C	16.0	960		960		KC					480	480	
47		033343019	毕业实践(报告)	C	6.0	180		180		KC						180	
小 计						28.0	1320		1320			45	45	90	480	660	
必修课程总计						108.0	2702	742	1640	320		398	453	463	216	496	676
选修课程	专业选修课	48	033562102	保险实务	B	2.0	32	16	16		KC				32		
		49	033363010	电商直播实训	C	2.0	32		32		KC				32		
		50	033563101	股票操作	C	1.5	45		45		KC				45		
		51	033463107	跨境电商运营	C	2.0	32		32		KC				32		
		52	033363102	Python数据分析处理	C	1.5	45		45		KC				45		
		53	033463108	演讲与口才	C	1.0	30		30		KC		30				
		54	033161101	经济应用数学I	A	3.0	48	48			KC	48					
		55	033161102	经济应用数学II	A	2.0	32	32			KC		32				
		56	033362103	渠道管理	B	2.0	32	16	16		KC				32		
	57	033362105	供应链管理	B	2.0	32	16	16		KC				32			
小 计						11.0	360	128	232		48	62	0	250			
公共选修课	详见每学期公选课开课通知最低修满4个学分					4.0	64	64									
选修课程总计						15.0	424	192	232		48	62	0	250			
必修课程与选修课程合计						123.0	3126	934	1872	320		446	515	463	466	496	676
												23	26	24	25		
												平均周学时					

注：课程类型中A为理论课，B为理论+实践课，C为实践课，D为理实一体化课；考核形式中的KS为考试课程，KC为考查课程；平均周学时中不含公共选修课、军事训练、假期社会实践、岗位实习、毕业设计(论文)及毕业实践(报告)环节。

专业负责人：

市场营销专业人才培养方案

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

本专业现有专任教师5名，平均年龄45岁，硕士以上学位教师占比80%。师资队伍学缘结构、年龄结构合理，教师均拥有15年以上教学经验。双师素质教师5名，双师素质教师占比100%。教师具有扎实的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。教师积极参与校企合作，不断提升行业实操能力。

积极从合作企业中引进经验丰富的兼职教师，指导学生实训、实习，不断完善实践教学体系。

2. 专任教师

专任教师具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业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. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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

校内实训室基本要求：

(1) 营销业务综合实训室。

营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1-2人/台)、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训（表8）。

表 8. 校内实训条件

序号	实训室名称	主要教学设备配置标准	完成的实训项目	备注
1	ERP沙盘模拟实训室	实训桌椅、沙盘教具	1. ERP沙盘模拟实训	
2	电算化实训室（信息技术实训基地）	实训桌椅、计算机、ERP沙盘软件	1. 网店管理 2. 营销策划I实训 3. 网络营销实训 4. Photoshop图形图像处理实训 5. 营销技能综合实训	

(2) 营销新技术实训室

营销新技术实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1-2人/台)、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备服务器、无线路由器、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训（表9）。

二〇二二版专业人才培养方案

表 9. 校外实训条件

序号	校外实训基地名称	完成的实训项目	备注
1	南京中原房地产营销顾问有限公司	岗位实习、营销策划I实训	
2	南京中创市场调研咨询有限公司	市场调查与分析实训	
3	苏宁云商集团	岗位实习	
4	滔博企业发展（上海）有限公司	岗位实习	
5	王祥房产	岗位实习	
6	易居房地产集团	岗位实习	
7	贝壳找房	岗位实习	

（三）教学资源

按照国家规定，禁止不合格教材进入课堂。完善教材选用制度，择优挑选教材。

配备专业类图书文献，市场营销学、营销策划类，市场调查与分析、消费行为、消费心理等理论类图书和实务类图书。

（四）教学方法

推进教学方法改革，提倡启发性教学，因材施教。高度重视实践环节，提高学生实践能力，着力培养学生创新精神和创新能力。

（五）学习评价

积极推行课程过程性考核，对学生学习状况和学习成果综合性、多形式、分阶段评价。

在课程教学中合理控制课程难度，加大过程性考核成绩比重，减小终结性考核成绩比重，提高课程教学质量。

（六）质量管理

建立教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训，人才培养方案更新等方面的建设。

通过教学实施、过程监控，专业教研活动等方式，提高教学效果，提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业所有必修课程全部合格，且修满 123 学分，准予毕业。其中必修课 108 学分，专业选修课至少 11 学分，专业选修课学习学时数不少于 186 学时，公共选修课修满 4 学时。

系主任签名：

