

2019 级市场营销 人才培养方案

二〇一九年九月编印

目 录

一、专业名称及代码·····	1
二、入学要求·····	1
三、学制与学历·····	1
四、职业面向·····	1
五、培养目标·····	1
六、人才培养规格·····	1
七、职业资格标准·····	2
八、课程体系·····	4
九、毕业要求·····	7
十、实施保障·····	7
十一、培养计划进程表及分类表·····	9

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销；

专业代码：630701。

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、学制与学历

学制：三年；

学历：高职。

四、职业面向

本专业属于财经商贸大类市场营销类（代码 6307），定位于现代零售业，面向中小型商贸流通企业，依托电子商务、国际贸易、物流管理构建的商贸类专业群，培养市场营销与管理、市场开发与策划、商品销售领域的综合应用型人才。

初次岗位：现代零售业的一线营销人员（市场调研专员、销售代表、客服人员等）

发展岗位：现代零售业的市场营销管理部门主管（销售经理、市场经理、卖场经理、渠道经理、客服经理等）

五、培养目标

本专业坚持以立德树人为根本，着力培养理想信念坚定，具备良好职业道德和可持续发展能力，掌握市场调研、市场开发与策划、市场营销与管理、商品推介与商务谈判等营销技能，适应区域经济建设和新零售发展需要的现代营销职业人。

六、人才培养规格

（一）基本素质要求

1. 拥护中国共产党领导和社会主义制度，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，富有团队协作精神与开拓创新意识。

5. 具有健康的体魄、良好的心理素质和健全的人格，养成良好的行为习惯。

（二）知识要求

1. 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. 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. 掌握市场营销原理、英语、应用文写作、计算机应用、创新创业等基础知识；
4. 熟悉市场调研、营销策划、商务谈判、现代销售技巧、客户关系管理、消费者行为分析、公共关系、商务礼仪等专业性知识；
5. 具备管理学基础、营销学、电子商务、物流实务、营销数据分析、零售学、企业法律实务等专业理论知识。

（三）专业能力要求

1. 具备市场调研与开发、营销策划、商品销售、商务谈判、客户管理的专业核心技能；
2. 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
3. 具有良好的商务表达与客户沟通能力。
4. 具有应变思维及分析问题、解决问题的能力。

（四）职业品质要求

公共品质：爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献。

优势品质：诚信、敏锐、耐挫折、开拓创新

（五）证书要求

1. 外语要求：获得高等学校英语应用能力考试 B 级证书；
2. 计算机要求：获得省高等学校计算机等级考试一级证书；
3. 职业资格证书要求

核心职业资格证书：电子商务数据分析职业技能等级证书（中级）；

七、执业资格标准

1. 职业资格等级：电子商务数据分析职业技能等级证书（中级）
2. 工作要求（见下表）

电子商务数据分析（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 数据采集与处理的方案制定	1.1 数据分析目标制定	1.1.1 能根据电子商务数据化运营方案，在熟悉电子商务数据分析作用的基础上，明确数据分析需求。 1.1.2 能根据电子商务数据化运营方案，在熟悉电子商务运营流程及各部门工作内容的基础上，与市场、客服、物流等部门进行沟通，明确各部门对电子商务数据分析的诉求。 1.1.3 能根据电子商务数据化运营方案，结合各部门对数据分析的需求，运用数据分析目标制定的方法与技巧，制定可行的数据分析目标。 1.1.4 具有较强的逻辑分析和跨部门沟通能力。

	1.2 数据分析指标制定	<p>1.2.1 能依据数据分析目标，熟练使用数据管理工具或数据分析辅助工具，选择数据指标。</p> <p>1.2.2 能依据数据分析目标，熟悉常用数据指标及其内涵，对选择的数据指标进行分类整理。</p> <p>1.2.3 能依据数据分析目标，对分类的数据指标进行优化更新。</p> <p>1.2.4 具有较强的归纳分析和系统思维能力。</p>
	1.3 数据采集渠道及工具选择	<p>1.3.1 了解电子商务数据主要来源，依据电子商务数据化运营方案，确定数据采集渠道。</p> <p>1.3.2 了解数据采集常用工具以及数据分析辅助工具，结合数据采集渠道特点，确定数据采集工具。</p> <p>1.3.3 能够严格遵守《中华人民共和国电子商务法》等相关法律法规和公司制度，具备数据保密等相关职业道德。</p>
	1.4 数据采集与处理的方案撰写	<p>1.4.1 能根据电子商务数据化运营方案，按照确定的数据分析目标、采集指标、渠道和工具，形成数据采集规划。</p> <p>1.4.2 能根据电子商务数据化运营方案，按照数据处理流程、标准、方法等，结合数据采集规划，撰写数据采集与处理的方案。</p> <p>1.4.3 具备较强的逻辑思维能力和文字表达能力。</p>
2. 数据分析	2.1 市场数据分析	<p>2.1.1 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对行业总销售额、行业增长率等行业发展数据，需求量变化、品牌偏好等市场需求数据，地域分布、职业等目标客户数据以及其他相关行业数据进行分析。</p> <p>2.1.2 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对竞争对手的销售额、客单价等交易数据，活动形式、活动周期等营销活动数据，畅销商品、商品评价等商品运营数据以及其他相关竞争数据进行分析。</p> <p>2.1.3 具备良好的数据保密意识和逻辑思维能力。</p>
	2.2 运营数据分析	<p>2.2.1 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，浏览量、收藏量等客户行为数据，性别、年龄等客户画像以及其他相关客户数据进行分析。</p> <p>2.2.2 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，各推广渠道的展现、点击、转化以及其他相关推广数据进行分析。</p> <p>2.2.3 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，销售额、订单量等交易数据，响应时长、询单转化率等以及其他相关销售数据进行分析。</p> <p>2.2.4 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对采购数量、采购单价等采购数据，物流时效、物流异常量等物流数据，库存周转率、残次库存比等仓储数据以及其他相关供应链数据进行分析。</p> <p>2.2.5 具备良好的数据保密意识和逻辑思维能力。</p>
	2.3 产品数据分析	<p>2.3.1 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，产品搜索指数、产品</p>

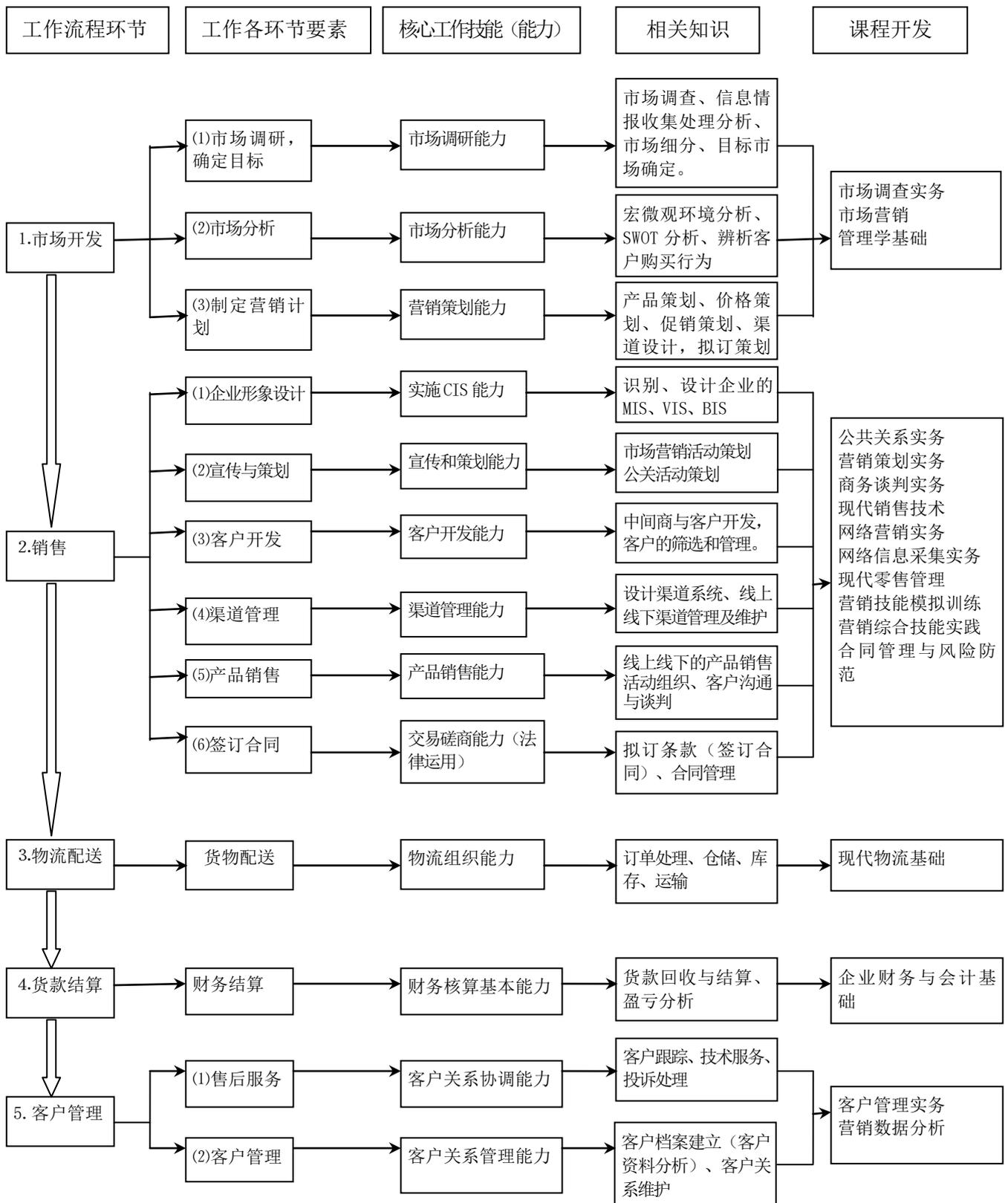
		<p>交易指数等相关产品行业数据进行分析。</p> <p>2.3.2 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对新客点击量、重复购买率等产品获客能力数据，客单件、毛利率等产品盈利能力数据以及其他相关产品能力数据进行分析。</p> <p>2.3.3 具备良好的数据保密意识和逻辑思维能力。</p>
3. 数据监控与报告撰写	3.1 数据监控	<p>3.1.1 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义，运用数据监控的方法，按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，控市场、运营、产品等数据。</p> <p>3.1.2 能按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，运用数据报表制作技巧，熟练使用表格处理工具，制作数据监控报表，并定期上报。</p> <p>3.1.3 能按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，掌握异常数据鉴别的方法，及时发现异常数据并分析和上报。3.1.4 具备良好的数据安全意识，认真细致的工作态度，以及较强的数据判断分析能力。</p>
	3.2 数据分析报告撰写	<p>3.2.1 能按照电子商务数据化运营方案中的分析目标，熟练使用相关工具，设计数据分析报告框架。</p> <p>3.2.2 能依据确定的数据分析报告框架，结合市场、运营和产品等数据分析结果，撰写数据分析报告。</p> <p>3.2.3 具备较强的系统化思维和文字表达能力。</p>

八、课程体系

(一) 知识、素质、能力与课程结构分析

项目		具体要求	开设课程与实践环节
知识结构	专业群基础知识	1. 具有一定的电子商务基础知识 2. 具有一定的管理和经济理论知识 3. 具有一定的现代物流基础知识	电子商务基础、跨境电商基础、经济学基础、管理学基础、现代物流基础
素质结构	思想品德	1. 热爱祖国，有正确的世界观和人生观 2. 热爱本职工作，有良好的职业道德	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、职业发展与就业指导、形势与政策
	身体素质	1. 有健康的体魄 2. 掌握必备的体育技能	体育、国防教育与军事训练
	心理素质	1. 有良好的心理素质 2. 有较强的自信心、意志力以及应对困难和挫折的心理承受力	心理健康教育、卫生健康教育、军训
能力结构	通用能力	1. 计算机应用能力 2. 英语应用能力 3. 创新创业能力	高职英语、互联网应用基础、创新创业教育
	职业能力	1. 市场开拓能力 2. 营销策划能力 3. 销售管理能力	市场调查实务、市场营销、公共关系实务、营销策划实务、商务谈判实务、现代销售技术、网络营销实务、网络信息采集实务、现代零售管理、营销技能模拟训练、营销综合技能实践、合同管理与风险防范

(二) 岗位工作流程与专业课程体系构建表



(三) 课程设置一览表

课程板块	课程类别	课程名称、课时数及学分数
公民素养课	必修课	见附表一
	选修课	见附表一
专业技术课	专业群平台课	见附表一
	技术技能课	见附表一
	专业拓展课	见附表一
职业拓展课	选修课	见附表一
实践实训课	岗位实习	见附表一
	社会实践	见附表一

(四) 专业核心课程介绍

序号	课程名称	教学目标及主要教学内容
1	市场调查实务	本课程总计 60 学时 4 学分，其中 12 学时为集中实训，第二学期开设。 教学内容：市场调查的基本方法、数据收集及处理技巧、市场调研报告撰写。 教学目标：掌握市场调研的基本方法和技巧，培养学生制定调查方案、组织实施市场调查的能力。
2	市场营销	本课程总计 60 学时 4 学分，其中 12 学时为集中实训，第二学期开设。 教学内容：营销的基本概念、环境分析、购买行为分析、目标市场选择及产品定位、产品策略、分销策略、价格策略、促销策略等。 教学目标：培养和提高正确分析和解决市场营销问题的实践能力；培养学生的营销思维能力、营销决策能力和营销创新能力，从而为学生适应市场营销岗位工作打下良好的基础。
3	营销策划实务	本课程总计为 54 学时 3 学分，第四学期开设。 教学内容：营销策划的原理、步骤和策划技巧，包括产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、形象策划等，并结合实际营销环境进行营销策划的案例分析及营销策划实战。 教学目标：掌握营销策划的基本概念、原理、步骤和各种策划技巧，并将所学理论知识应用到营销策划实践中，从而具备营销策划案例分析和营销策划实战能力。
4	现代销售技术	本课程总计为 54 学时 3 学分，第四学期开设。 教学内容：现代销售的理念、现代销售的模式、销售的过程和销售技巧，以及销售人员的管理。 教学目标：掌握现代销售理念，树立质量意识、服务意识和团队协作精神；掌握现代销售模式和技巧，培养现代销售能力和素质。
5	客户管理实务	本课程总计为 54 学时 3 学分，第四学期开设。 教学内容：客户关系管理的基本理论知识、流程设计、识别和开发客户资源、建设和管理客户信息库、提升客户满意度。 教学目标：掌握客户关系管理的相关理论和基本技能，了解并熟悉客户开发和维护的流程，使学生能承担客户管理和客户服务的工作任务，同时培养学生的沟通和协调能力，为职业发展奠定良好的基础。
6	营销综合技能实训	本课程总计为 50 学时 3 学分，第三学期开设。 教学内容：本课程是一项全真性营销技能实践教学环节，利用校企合作的实际项目，以学生项目化小组为形式，通过制定营销计划与实施方案、实施营销方案和利润核算等环节，进行全流程的真实实践。 教学目标：通过全流程营销实践，增强学生对营销各环节工作的感性认识；锻炼学生观察事物，分析市场，把握商机的能力，以及营销策划与实施、交易磋商、采购、推销等能力；培养学生的计划意识、创新意识、风险意识、成本意识；培养学生团队协作、吃苦耐劳、敢于冒险、勇于创新的精神。

（五）专业优势课程介绍

序号	课程名称	教学目标及主要教学内容
1	管理学基础	本课程总计为 56 学时 4 学分，第一学期开设。 教学内容：管理的基本职能，包括决策、计划、组织、领导、控制、人力资源管理等内容。 教学目标：通过本课程的学习，使学生了解管理者应该具备的基本技能，提高学生的决策能力、计划能力、组织能力、领导能力和执行能力，同时为其它专业课程的学习奠定基础。
2	商务谈判实务	本课程总计为 32 学时 2 学分，第三学期开设。 教学内容：商务谈判的概述、商务谈判的理论、商务谈判心理、商务谈判计划书的制定、商务谈判的过程及谈判策略 教学目标：熟悉商务谈判的流程，掌握商务谈判的策略和技巧，能灵活的在以后的销售岗位上开展销售磋商，为职业发展奠定良好的基础。
3	公共关系实务	本课程总计为 32 学时 2 学分，第三学期开设。 教学内容：理论部分包括公共关系基本概念和原则、现状与发展、公共关系组织机构与人员等；实务部分包括公关调查、公共关系策划、公共关系计划与实施、公共关系专题活动、公共关系危机处理等。 教学目标：掌握并熟练运用公关调查、公关策划、公关实施和公关评估的知识，开展综合性的公共关系专题活动，增强学生分析和解决问题的能力、人际交往能力以及公关策划能力。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动和实习实践任务，经鉴定思想品德符合要求，国家体质健康测试合格，准予毕业。

十、实施保障

（一）师资队伍

市场营销专业师资队伍总体情况见下表。

市场营销专业师资队伍总体情况一览表

序号	项目	结构	
专职教师 (4人)	年龄结构	40岁以下教师	40岁以上教师
	教师人数	1人	3人
	职称结构	高级	
	双师结构	4人	
兼职教师 (8人)	来源	企业	非企业
	教师人数	8人	0人
	职务	经理	总经理
	人数	6	2

（二）教学设施

（1）专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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）校内实训室和校外实训基地

配备充足的多媒体教室和有效的校内实训室，包括 2 个营销实训室、1 个综合实训室、1 个营销策划工作室；同时拥有星巴克、海尔、万事利、物美、联华、圣奥家居、大地保险、顾家等个校外实训基地，能够满足专业教学与人才培养的需要。

（三）教学资源

1. 教学过程中所选取的教材均为教育部高职高专类或者高职高专规划类教材，综合实训课程则使用自编教材，提高了课程设计的合理性和教学实施的有效性。

2. 拥有校企合作课程资源，如《小微订单定制课程包》、《现代销售技术》、《市场调查实务》校企合作教学资源。

3. 数字化教学资源有在线开放精品课程资源、《MW 国泰安营销赢家决策仿真软件》、《市场营销综合实训与竞赛系统》等。

（四）教学方法

基于现代信息技术（如雨课堂、在线开放精品课程资源），根据实际需要选取合适的教学方法，如任务驱动式教学、翻转课堂、示范教学等教学方法。

（五）学习评价

依据教学目标对学生学习效果和教师教学工作过程进行评价。对于专业技能课程，采取企业教师、专业教师、学生的三维考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制；对于学生的学习效果采用学生课堂表现、作业和实训、期末考核三项进行综合评价；对于教师教学工作过程采用学生、专职督导、分院领导三方评价法进行综合评教，以确保教学过程能达到教学目标的要求。

（六）质量管理

1. 教学质量主要通过教学过程管理和目标管理来进行。教学过程管理包括期初、期中、期末的统一教学检查，以及学期中专职督导、分院领导的随机抽查听课；目标管理依据专业人才培养目标，进行学生期末综合测评及学生满意度测评（包括课程教学效果、教学水平、就业率、创业率等），以确保教学实施能符合人才培养目标要求，并得到持续改进。

2. 学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并且每学年对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行调查分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、培养计划进程表及分类表

1. 附表一 培养计划进程表。（专业核心课程请用 * 标记、专业优势课程请用△标记，校企合作课程用□标记，网络课程用★标记）

2. 附表二 公民素养课程实践安排表。

3. 附表三 专业技术课程实践环节安排表。

4. 附表四 学期周数分配表。

5. 附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表。

附表一 市场营销专业培养计划进程表

课程板块	课程类型	课程名称	课程分类	学分	教学时数			考核	按学期分配周课时数						备注
					总学时	理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六	
									18周	18周	18周	18周	18周	18周	
公民素养课程	必修课	思想道德修养与法律基础	A	3	48	48		考查	4[12]						
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	48		考试		3[16]					
						16		考查		√					
		高职英语(一)(二)	B	9	148	96	52		考试	6[14]	4[16]				
		创新创业教育	B	3	48	32	16		考试			3[16]			
		互联网应用基础(一)(二)	B	5	80	16	64		考试	4[12]	4[8]				
		体育(一)(二)(三)(四)	C	7	112		112		考试	2[14]	2[14]	2[14]	2[14]		
		国防教育与军事训练	C	4	148	36	112		考查	√					
		心理健康教育	A	2	28	28			考查	2[14]					
		形势与政策(一)(二)(三)(四)	A	4	64	64			考查	2[8]	2[8]	2[8]	2[8]		
	卫生健康教育(一)(二)	B	1	12	6	6		考查	2[3]	2[3]					
	职业发展与就业指导(一)(二)	B	2	38	32	6		考查		2[9]	2[10]				
	选修课	二选一	人文艺术赏析	B	2	32	10	22	考查			2[16]			
			大众哲学	A	2	32	32		考查			2[16]			
		二选一	大学语文	A	2	32	32		考查		2[16]				
职业形象与礼仪			B	2	32	10	22	考查		2[16]					
合计			48	854	448	406		18	16	9	3				
专业技术课程	专业群平台课	电子商务基础	B	2	28	14	14	考试	2[14]						
		经济学基础	A	2	28	28		考试	2[14]						
		现代物流基础	B	2	36	18	18	考试				2[18]			
		* 市场营销	B	4	60	32	28	考试		3[16]				12学时为集中实训	
		跨境电商基础	B	2	36	18	18	考试			2[18]				
	技术技能课	△管理学基础	A	4	56	56		考试	4[14]						
		企业财务与会计基础	B	3	48	24	24	考试			3[16]				
		合同管理与风险防范	B	2	32	16	16	考查		2[16]					

		* □ 市场调查实务	B	4	60	32	28	考试		3[16]					12 学时为集中实训
		公共关系实务	B	2	32	16	16	考查			2[16]				
		现代零售管理	B	2	32	16	16	考查			2[16]				
		* 营销策划实务	B	3	54	27	27	考试				3[18]			
		△商务谈判实务	B	2	32	16	16	考查			2[16]				
		网络营销实务	B	2	32	16	16	考查				2[16]			
		* 客户管理实务	B	3	54	27	27	考试				3[18]			
		* □ 现代销售技术	B	3	54	27	27	考试				3[18]			12 学时为集中实训
		营销数据分析	C	2	32		32	考查				2[16]			
		营销技能模拟训练	C	1	20		20	考查		5[4]					
		网络信息采集实务	B	2	32	16	16	考查				2[16]			
		* 营销综合技能实训	C	3	50		50	考查			25[2]				
	专业拓展课		采购管理实务	B	2	32	16	16	考查			√			
		供应链管理	B	2	32	16	16	考查			√				
		□小微订单定制课程包	B	2	32	16	16	考查				√			
		★网络课程	B	2	32	16	16	考查				√			
合计				54	872	431	441		8	9	13	19			
职业拓展课程	公选课	管理基础、人文素养、艺术欣赏类		3	48	48				√	√	√			必选 2 门
	合计				3	48	48				1.5	1.5			
实践实训课程	岗位实习	岗位认知考察	C	1	25		25	考查		√					
		顶岗实习	C	24	600		500	考查						25	
		综合实习、毕业设计(论文)	C	11	275		375	考查							25
	社会实践	主题班会		1.5	(24)		(24)	考查		√	√	√	√		
		学生活动实践		14	(222)		(222)	考查		√	√	√	√		公益、社团、三下乡
		思想政治理论课实践	C	1	(16)		(16)	考查		√	√				
合计				52.5	900		900								
总学时				157.5	2674	927	1747								
周学时									26	25	23.5	23.5	25	25	

注：1、（）内不记入总学时，[]内为该门课程在相应学期所上周数；2、活动课程不记入周课时；
3、总学时数=理论学时+实践学时。4、总学时控制在 2650。5、专业核心课程请用 * 标记、
专业优势课程请用△标记，校企合作课程用□标记，网络课程用★标记

附表二 公民素养课程实践安排表

课 程 名 称	学 分	学 时	实 践 形 式	安 排 学 期	备 注
思想政治理论课实践	1	16	参观、考察、调查等	2	
国防教育与军事训练	3	60	国防教育、军事训练	1	
创新创业教育	3	16	创新创业类竞赛	3	
形势与政策	1	16	参观、考察等	1-4	
卫生健康教育	0.5	6	自救技能比赛等	1,2	
职业发展与就业指导	0.5	6	职业规划比赛、模拟招聘等	2,3	
心理健康教育	0.5	4	调查、访谈、沙盘体验等	1,2	
合 计	9.5	124			

附表三 专业技术课程实践环节安排表

类 别	课 程	实践教学项目	学 期	周 次	学 时 数	主要内容及要求	地 点	方 式
	市场调查实务	市场调查实训	2	17-18	12	选定调查项目，设计调查方案，实施，数据分析，撰写调查报告。	校内外	集中
	企业财务与会计基础	会计模拟实训	3	1-16	24	会计填制凭证、登记帐簿，制作报表。	校内	分散
	营销策划实务	营销策划实训	4	1-18	27	营销策划方案设计	校内外	分散
	现代物流基础	物流设计实训	4	1-18	18	物流方案设计	校内	集中
	公共关系实务	公共关系课程设计	3	1-16	16	公关调查、公关策划，要求写出策划方案。	校内外	分散
	电子商务基础	电子商务实训	2	1-16	16	网络市场分析、网络广告分析、费用分析，制作网络营销策划。	校内外	分散
	商务谈判实务	商务谈判模拟实训	3	1-16	16	商务谈判计划制定，进行谈判开局、磋商、签约模拟实训。	校内外	分散
	客户管理实务	客户管理实训	4	1-16	27	企业能 CRM 软件操作，收集客户信息，制定客户管理表。	校内外	分散
	网络营销	网络推广和网络营销方案设计实训	4	1-16	16	网络推广和网络营销方案设计	校内外	分散
	现代零售管理	零售管理实训	3	1-16	16	通过调查，制定开店计划，并绘制标准货架的商品陈列表。	校内外	分散
	市场营销	市场营销单项实训	2	17-18	12	环境分析、市场细分、产品定位，要求写出分析报告	校内外	集中
	营销数据分析实训	营销数据分析实训	4	1-16	32	能利用 EXCEL 在营销中进行的数据分析、销售统计等。	校内	分散
	现代销售技术	现代销售综合实训	4	1-18	27	寻找目标客户、销售模式选择、销售洽谈及签约的一系列销售过程。	校内外	分散/集中
	营销技能模拟训练	营销技能综合竞赛软件训练	2	1-16	20	运用营销技能综合竞赛软件，强化学生的技能竞赛水平。	校内	分散

	营销综合技能实训	营销综合技能实训	3	12-13	50	体验营销过程（营销机会分析、货源组织、营销计划制定、广告策划与制作、商品销售、会计登录与作帐、报表制作、促销策划、模拟展销会），培养商业敏感度和吃苦耐劳精神。	校内外	集中
	小 计				329			
岗 位 实 习	岗位认知考察	初步了解市场营销本专业的意义与定位。	1	学期中	25	了解企业市场营销相关岗位的工作流程和职业要求。	校内外	分散集中
	顶岗实习	对市场营销专业的重点课程的实践环节专项实训。	5	1-20	500	参与企业业务活动，理论联系实际，培养观察、分析、解决问题能力。	校外	分散集中
	综合实习、毕业设计（论文）	完成毕业论文和实习工作。	6	1-15	375	能独立承担相关岗位的工作，用所学知识分析和解决实际问题，进行论文写作。	校内外	分散集中
	小 计				900			
总 课 时			1229					

注：一周实践教学环节学时数平均为 25 学时。“方式”中的分散是指将实践教学的课时分散到平时的教学中，“集中”是指安排相对集中的课时进行实践教学。

附表四 学期周数分配表

项 目	周 数 分 配						合 计
	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
课内教学	14	18	18	18	/	/	68
复习考试	1	1	1	1	/	/	4
实习实训	1	/	/	/	20	15	36
社会实践	1	1	1	1	1	/	5
毕业设计（论文）答辩	/	/	/	/	/	1	1
国防教育与军事训练	2	/	/	/	/	/	2
毕业教育	/	/	/	/	/	1	1
机动	1	/	/	/	/	/	1
寒（暑）假	5	7	5	6	5	/	28
合 计	25	27	25	26	26	17	146

附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课程	448	406	854	16.75%	15.18%	31.93%
专业技术课程	431	441	872	16.12%	16.49%	32.61%
职业拓展课程	48	---	48	1.80%		1.80%
实践实训课	---	900	900	---	33.66%	33.66%
总计学时	927	1747	2674	34.67%	65.33%	100.00%