

2021 级市场营销专业 人才培养方案

二〇二一年七月编印

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、职业资格标准.....	4
七、课程设置及要求.....	4
八、教学进程总体安排.....	9
九、实施保障.....	9
十、毕业要求.....	11
十一、附录.....	11

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高中毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

学制：三年

学历：高职

四、职业面向

本专业属于财经商贸大类工商管理类（代码 5306），面向商贸零售领域，以大数据营销策划与智慧终端零售为主要培养方向，依托电子商务、国际商务、跨境电商等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、商品销售岗位的综合应用型人才。

初次岗位：商贸零售领域的营销人员（市场调研专员、经营分析人员、市场推广人员、文案策划人员、销售代表、客服专员等）

发展岗位：商贸零售领域的市场营销部门主管（销售经理、市场经理、渠道经理、客服经理、卖场经理、店经理、店长等）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，具有良好的人文素养、职业道德和创新创业意识，具备互联网思维、数据分析与创新创业能力，掌握市场调研、数据分析、市场营销与策划、新媒体营销与运营、商务沟通与谈判、商业创业等专业知识与技能，能够从事市场调研与分析、市场开发与策划、市场营销与管理、创业企业营销策划与执行等工作，适应区域经济建设和新零售发展需要的高素质复合式技能型人才。

（二）培养规格

1. 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）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。

2. 专业知识要求

- (1) 掌握市场营销原理、英语、应用文写作、计算机应用等基础知识；
- (2) 掌握数据分析、市场调研、营销策划、商务谈判与推销、新媒体营销推广、客户关系管理、消费者行为分析、公共关系、商务礼仪等专业知识；
- (3) 具备电子商务、现代物流、数智化营销、经济学、数据分析、商业创业等专业群基础知识；

3. 岗位技能要求

- (1) 掌握市场调研技能，包括制订调查方案、实施调查方案，进行资料整理和数据分析、撰写调查报告等；
- (2) 掌握数据分析的技能，包括数据采集与处理、数据分析、数据监控等；
- (3) 掌握营销策划技能，包括营销策划方案的制订，营销活动的策划与实施等；
- (4) 掌握新媒体营销技能，包括微信、微博、视频、自媒体平台营销的策略、技巧和方法；
- (5) 掌握商务谈判与推销技能，包括商务谈判的流程与策略，商品销售洽谈的方法和技巧；
- (6) 掌握客户开发、销售展示、售后服务，以及客户关系维护的技能；
- (7) 掌握预算编制、会计核算、效益分析的技能。

4. 职业能力要求

- (1) 具备市场调研与开发、营销策划、商品销售、商务谈判、客户管理的职业核心能力；
- (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。

5. 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

6. 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：1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）

六、执业资格标准

- 1. 职业技能等级：1+X 数字营销技术应用职业技能等级（中级）
- 2. 能力目标：根据数字营销策划方案，使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作。
- 3. 工作要求（见下表）

数字营销技术应用职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 搜索排名优化	1.1 关键词挖掘	<p>1.1.1 能根据主营业务内容，结合关键词分类方法，通过多种公开合法渠道进行关键词挖掘，建立 100 个以上关键词的词库。</p> <p>1.1.2 能根据主营业务内容与用户搜索需求，利用多种关键词拓展方法，完成 50 个以上相关关键词的拓展。</p> <p>1.1.3 能结合数据清洗相关知识，利用数据处理工具清洗关键词词库，准确删除无意义与违规关键词。</p> <p>1.1.4 能根据网页优化需求与用户搜索需求，筛选关键词并完成词库优化，提高关键词词库的使用价值。</p>
	1.2 网页信息优化	<p>1.2.1 能根据网页内容，结合搜索排名原理，完成网页标题优化，提高网页自然搜索排名。</p> <p>1.2.2 能根据网页内容，提炼 5 个以上与主营业务相关的关键词，完成网页关键词优化。</p> <p>1.2.3 能根据产品特点，提炼 5 个以上与主营业务相关的关键词，完成网页描述优化。</p> <p>1.2.4 能以建设良好的网络生态为目标，遵循公序良俗，根据营销目标和主营业务内容，按照真实性原则，深度挖掘用户痛点，提炼 3 个以上品牌营销点，完成网页内容优化。</p>
	1.3 网页优化分析	<p>1.3.1 能利用网页分析工具，查询网站首页的 SEO 排名，并找出排名 3 页以后的关键词与无意义关键词，快速准确地完成网页搜索排名分析，明确网站首页优化方向。</p> <p>1.3.2 能利用网页分析工具，查询网站商品或服务介绍页的 SEO 排名，并找出排名 3 页以后的关键词与无意义关键词，快速准确地完成网页搜索排名分析，明确网页优化方向。</p> <p>1.3.3 能在不侵犯消费者数据安全的前提下，通过公开合法渠道，完成不同维度的消费者数据分析，明确消费者特征。</p> <p>1.3.4 能利用网页统计工具，遵循公平竞争原则，客观地完成竞争对手数据分析，为竞争策略的制定提供依据。</p>
2. 搜索竞价营销	2.1 网页竞价推广	<p>2.1.1 能根据目标消费者行为习惯与主营业务内容，结合质量度影响因素，制定关键词策略，确保推广关键词质量度大于 0。</p> <p>2.1.2 能根据推广关键词与目标消费者特征，按照真实性原则，制作具有吸引力与说服力的推广创意。</p> <p>2.1.3 能根据目标消费者人群画像，分析目标消费者特征，结合人群定向原理，制定精准的人群定向策略。</p> <p>2.1.4 能结合搜索竞价排名原理，在控制成本、保证投放效果的前提下，利用搜索竞价工具，完成网页竞价推广，提高网页信息触达率。</p>
		<p>2.2.1 能根据企业经营现状，结合品牌定位相关知识，分析品牌份额、品牌竞争与品牌发展等指标，完成品牌的精准定位。</p> <p>2.2.2 能根据品牌定位与营销目标，结合品牌传播相关知识，制定品牌推广策略，确定符合发展需求的品牌推广方式。</p>

	2.2 品牌营销推广	<p>2.2.3 能根据产品信息与具体品牌推广方式，结合品牌定位与品牌发展战略，提炼 5 个以上符合平台规范的品牌推广关键词。</p> <p>2.2.4 能遵守广告内容准则与行为规范，根据品牌定位与具体品牌推广方式，制作符合品牌形象的创意内容，完成品牌推广，提升品牌知名度。</p>
	2.3 搜索竞价营销分析	<p>2.3.1 能根据搜索竞价营销目标，结合效果分析指标，通过公开合法渠道，完整地获取搜索竞价营销数据。</p> <p>2.3.2 能树立企业数据安全意识，运用合理的数据分析方法，快速准确地完成多维度的网页竞价推广效果分析。</p> <p>2.3.3 能树立企业数据安全意识，运用合理的数据分析方法，快速准确地完成多维度的品牌推广效果分析。</p> <p>2.3.4 能结合搜索竞价营销分析结果，制定不同阶段的推广优化策略，完成搜索竞价营销优化，达到搜索竞价营销预期。</p>
3. 推荐引擎营销	3.1 推荐引擎推广	<p>3.1.1 能遵循公平竞争原则，通过公开合法渠道进行竞争对手、行业等市场数据分析，明确行业趋势。</p> <p>3.1.2 能根据营销目标，通过分析目标消费者 属性、行为等信息，确定目标受众标签体系，精准定向目标受众。</p> <p>3.1.3 能遵守广告内容准则与行为规范，根据品牌定位与产品特征，制作具有吸引力的创意内容，完成推广创意设置。</p> <p>3.1.4 能在控制成本、保证投放效果的前提下，结合推荐引擎营销相关知识，完成应用、 门店、落地页的推荐引擎推广。</p>
	3.2 推荐引擎推广数据分析	<p>3.2.1 能树立企业数据安全意识，结合效果分析指标，通过公开合法渠道，完整地获取推荐引擎营销推广效果数据。</p> <p>3.2.2 能树立企业数据安全意识，结合数据统计和数据分析知识，完成应用推广展现量、下载量、激活量等数据的分析，为优化策略的制定提供依据。</p> <p>3.2.3 能树立企业数据安全意识，结合数据统计和数据分析知识，完成门店推广展现量、点击量、到店量等数据的分析，为优化策略 的制定提供依据。</p> <p>3.2.4 能树立企业数据安全意识，结合数据统计和数据分析知识，完成落地页推广数据的分析，为优化策略的制定提供依据。</p>
	3.3 推荐引擎推广优化	<p>3.3.1 能监控分析投放数据，关注点击、转化和消耗情况，评估推广效果。</p> <p>3.3.2 能结合推广预算制定应用推广优化策略，完成应用推广优化，达到应用推广预期。</p> <p>3.3.3 能结合推广预算制定门店推广优化策略，完成门店推广优化，达到门店推广预期。</p> <p>3.3.4 能结合推广预算制定落地页推广优化策略，完成落地页推广优化，达到落地页推广预期。</p>

七、课程设置及要求

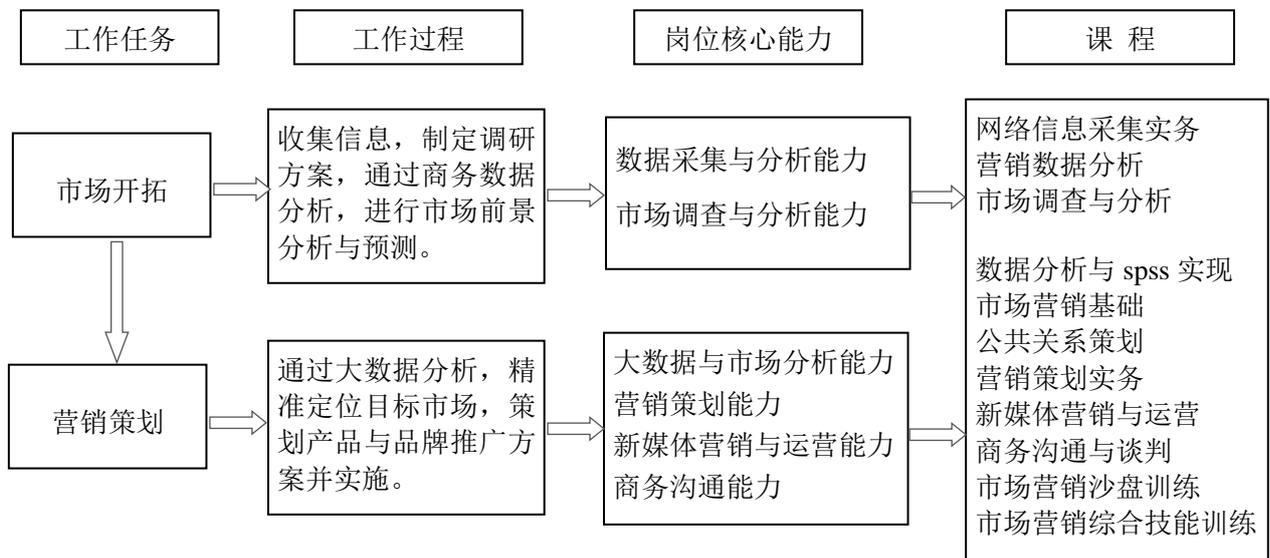
（一）课程体系结构

1. 知识、素质、能力与课程结构分析

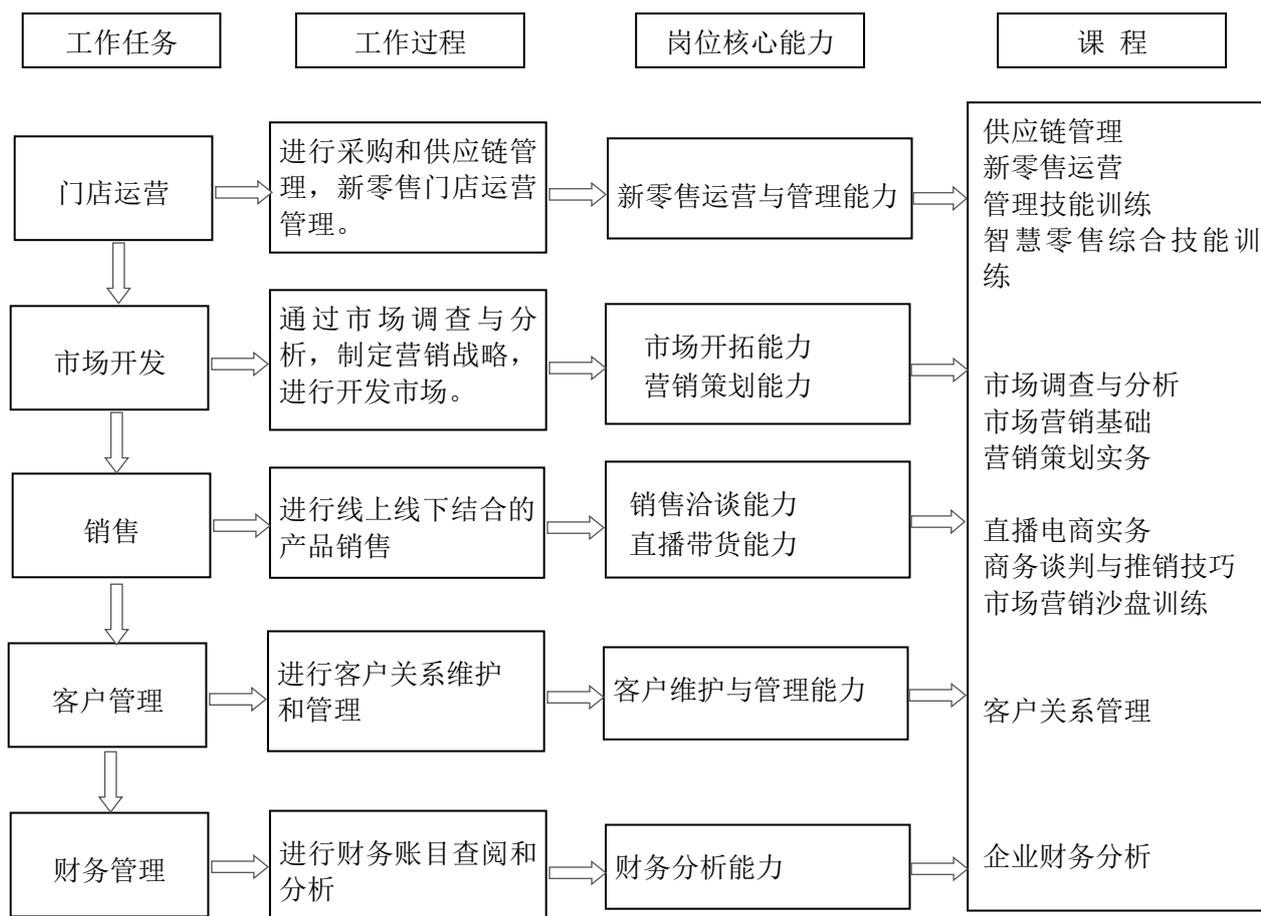
项目		具体要求		开设课程与实践环节
知识 结构	专业群 基础知识	1. 具有一定的电子商务基础知识 2. 具有一定的数据分析与统计知识 3. 具有一定的数智化营销基础知识 4. 具有一定的经济理论基础知识 5. 具有一定的智慧物流基础知识 6. 具有一定的商业创业基础知识		电子商务基础、数据分析与 spss 实现、数智化营销、经济学基础、智慧物流、商业创业基础
		思想品德	1. 热爱祖国，有正确的世界观、人生观和价值观 2. 热爱本职工作，有良好的职业道德	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、职业发展与就业指导、形势与政策
素质 结构	身体素质	1. 有健康的体魄 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		心理与生命健康教育
能力 结构	通用能力	1. 计算机应用能力 2. 英语应用能力		数字技能基础、通用英语
	职业能力	数据分析与策划方向	1. 数据采集与分析能力 2. 市场调查与分析能力 3. 营销策划能力 4. 新媒体营销与运营能力 5. 商务沟通能力	网络信息采集实务、营销数据分析、市场调查与分析、市场营销基础、公共关系策划、营销策划实务、新媒体营销与运营、商务沟通与谈判、市场营销沙盘训练、市场营销综合技能训练
		智慧零售方向	1. 市场开拓能力 2. 营销策划能力 3. 销售洽谈能力 4. 直播带货能力 5. 客户维护与管理能力 6. 新零售运营与管理能力	市场调查与分析、市场营销基础、营销策划实务、直播电商实务、商务谈判与推销技巧、客户关系管理、管理技能训练、供应链管理、企业财务分析、新零售运营、智慧零售综合技能训练

2. 岗位工作流程与专业课程体系构建表

(1) 数据分析与策划方向



(2) 智慧零售方向



(二) 课程设置一览表

课程类型		课程名称、课时数及学分数	
公民素养课		见附表一	
专业课	专业群共享专业基础课		见附表一
	数据分析与策划方向	专业方向课	见附表一
		岗位核心课	见附表一
	智慧零售方向	专业方向课	见附表一
		岗位核心课	见附表一
职业拓展课		见附表一	
岗位实习课		见附表一	
职业基本素养课		见附表一	

(三) 主要课程内容

1. 专业方向课

(1) 《网络信息采集实务》

本课程学时为 54 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学目标：熟悉网络信息采集的基本知识，掌握网络信息采集的方法，使学生具备网络信息及原创内容采集及分析的能力。

教学内容：网络信息采集的基本知识以及网络信息采集技术发展的介绍、网络信息采集

的方法、网络原创内容采集及分析。

(2) 《公共关系策划》

本课程学时为 54 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

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。

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。

(3) 《商务沟通与谈判》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学目标：熟悉商务沟通与谈判的原理和流程，掌握商务沟通与谈判的策略和技巧，能将相关的商务沟通与谈判理论运用在销售实践中，为职业发展奠定良好的基础。

教学内容：商务沟通与谈判概述、商务沟通的原理与技巧、商务谈判理论、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分析。

(4) 《商务英语》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向第 3、4 学期开设。

教学目标：通过商务英语应用场景训练，掌握市场营销专业基本知识的英语语言阐述及基本的商务英语沟通交流。

教学内容：主要包括市场营销概述、市场调研、市场营销战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等市场营销专业基本知识的英语语言阐述及英语应用场景训练。

(5) 《市场营销基础》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向与智慧零售方向第 3 学期开设。

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。

教学内容：本课程主要介绍市场营销的基本原理与概念，包括营销的基本概念、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、促销策略等知识，并进行市场营销计划的制定。

(6) 《供应链管理》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学目标：了解供应链管理模式，掌握供应链管理的基本知识，能进行供应链合作伙伴的选择与评价，并结合企业的实际情况进行采购模式的选择。

教学内容：供应链管理基础，供应链管理方法，供应链的构建与优化，供应链合作伙伴的选择与评价，供应链管理环境下的生产计划和控制、库存控制、物流与采购管理，供应链

绩效评价与企业激励机制，供应链管理信息技术支撑体系。

(7) 《企业财务分析》

本课程学时为 64 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学目标：掌握企业财务状况、经营成果、现金流量表分析和评价方法，并能对企业的偿债能力，营运能力，获利能力和发展能力等进行分析，为财务报表分析决策者提供依据。

教学内容：将企业财务报表作为分析主体，以财务报表(资产负债表、利润表、现金流量表和报表附注)为主要依据，采用一定的标准，运用科学系统方法，对企业的财务状况、经营成果、现金流量表进行分析和评价，并对企业的偿债能力，营运能力，获利能力和发展能力等进行分析，为财务报表分析决策者提供依据。

(8) 《市场调查与分析》

本课程学时为 68 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

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。

教学内容：市场调查的概述、市场调查的基本方法、数据收集及处理技巧、市场调查问卷设计与市场调研报告撰写。

(9) 《直播电商实务》

本课程学时为 36 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学目标：掌握电商平台直播前准备与策划、直播中实施，以及直播后分析的流程与方法，能进行直播运营。

教学内容：主要包括直播运营应用、电商平台直播前台及后台操作准备及实施，及直播后的数据分析与复盘。

(10) 《营销策划实务》

本课程学时为 72 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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。

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。

2.岗位核心课

(1) 《市场调查与分析》

本课程学时为 68 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

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。

教学内容：市场调查的概述、市场调查的基本方法、数据收集及处理技巧、市场调查问

卷设计与市场调研报告撰写。

(2) 《营销数据分析》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

教学目标：掌握行业数据、客户数据、商品数据等数据分析方法与步骤，会撰写数据分析报告。

教学内容：介绍商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法，分析探究行业数据、客户数据、商品数据以及运营数据等典型任务的数据分析内容、方法与步骤，撰写数据分析报告。

(3) 《营销策划实务》

本课程学时为 72 学时，数据分析与策划方向第 2 学期开设。

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。

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。

(4) 《新媒体营销与运营》

本课程学时为 48 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学目标：了解新媒体营销的模式和企业新媒体营销流程，掌握微信营销、微博营销、社群营销、短视频营销、直播的运营方式与技巧。

教学内容：新媒体营销与运营基本理论知识、新媒体营销方式、企业新媒体营销流程和策略；微信与微博营销与运营、社群营销、短视频营销与运营、直播运营。

(5) 《市场营销沙盘训练》

本课程学时为 32 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

教学目标：通过市场营销沙盘训练，锻炼学生企业环境分析、市场分析与调查、营销策划的能力，以及营销推广、商品销售和客户管理的技能，培养学生的计划意识、风险意识和成本意识，提高学生团队协作能力。

教学内容：采用虚拟沙盘训练的模式，对企业宏观环境、行业特征、消费者特征及购买行为、市场竞争进行分析，制定市场营销策略，并进行实时调整和实施，寻求营销组合的最优化，从而达到利润最大化。

(6) 《营销综合技能训练》

本课程学时为 50 学时，数据分析与策划方向第 3 学期开设。

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。

教学内容：本课程是一门全真性的实践课程，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，进行全真性的营销实战。

（7）《新零售运营》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学目标：熟悉新零售的内涵与特征，了解新零售的商业模式，通过企业案例分析与实践体验，掌握新零售渠道构建、商品管理与创新、数据化运营的方法和技巧。

教学内容：认识新零售、新零售的内涵与特征、新零售交易平台、新零售渠道构建、商品管理与创新、数据化运营、新零售企业案例分析与体验。

（8）《商务谈判与推销技巧》

本课程学时为 72 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学目标：熟悉商务谈判与推销的流程，掌握商务谈判的策略和技巧、产品推销洽谈的方法和技巧，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。

教学内容：商务谈判部分包括商务谈判理论、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分析；推销部分包括商品推销的流程、推销洽谈的技巧与策略运用、客户异议处理及商品推销训练。

（9）《客户关系管理》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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。

教学内容：本课程主要介绍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。

（10）《管理技能训练》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学目标：掌握管理者应该具备的基本技能，通过管理技能训练，使学生具备相应的决策能力、计划能力、组织能力、领导能力和执行能力。

教学内容：管理者及管理技能分析、中西方管理理念介绍、企业管理文化及管理环境分析、管理职能（包括计划、组织、领导、控制）分析及管理技巧训练。

（11）《企业运营模拟》

本课程学时为 32 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学目标：通过企业运营模拟，锻炼学生企业环境分析、市场分析的能力，以及物料采

购、生产、营销推广、商品销售和仓储管理的技能，培养学生的计划意识、风险意识和成本意识，提高学生团队协作能力。

教学内容：通过虚拟模拟企业运营的模式，对企业宏观环境、行业特征、消费者特征及购买行为、市场竞争进行分析，模拟企业物料采购、生产、营销推广、商品销售和仓储管理环节，制定相应的运营策略，并进行实时调整和实施，从而达到企业利润最大化。

(12) 《智慧零售综合技能训练》

本课程学时为 50 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学目标：通过全流程智慧零售运营实践，增强学生对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，以及门店运营管理、市场开发、销售、客户管理能力；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。

教学内容：本课程是一门全真性的实践课程，利用智慧零售行业校企合作企业资源，以学生项目化小组为形式，通过制定采购、营销推广与销售方案，实施线上线下的销售运营管理、客户维护管理和财务分析、利润核算等，进行全真性的营销实战。

八、教学进程总体安排（详见附录 1）

九、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1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、顾家等多个校外实训基地，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》、《市场调查与分析》、《商务谈判与推销技巧》、《新零售运营》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、在校生成业水平、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、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满“职业人”培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，成绩合格，准予毕业。

十一、附录

1. 附表一 培养计划进程表（见后页）
2. 附表二 公民素养课程实践安排表（见后页）
3. 附表三 专业课实践环节安排表（见后页）
4. 附表四 学期周数分配表（见后页）
5. 附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表（见后页）

附表二 公民素养课程实践安排表

课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践形式	安排学期	备注
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	参观、考察、调查等	2	
体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	体育运动、体质健康测试	1, 2, 3, 4	
国防教育与军事训练	4	148	36	112	国防教育、军事训练	1	
数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	机房实训	1, 2	
心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	自救技能比赛	1, 2	
沟通与应用文写作	2	32	16	16	情景模拟、应用文写作练习	1/2	
人文艺术赏析	2	32	10	22	电影、音乐欣赏;微电影、音乐视频录制	1/2	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	1/2	
合计	26.5	512	172	340			

附表三 专业课实践环节安排表

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
专业课	电子商务基础	电子商务实训	2	1-18	18	电子商务及电商平台应用	校内	分散
	智慧物流	智慧物流实训	1	1-18	18	物流方案设计	校内	分散
	商业创业基础	创业项目实训	4	1-18	36	商业创业方案设计与撰写	校内	分散
	数智化营销	数智化营销实训	2	1-18	28	数字化营销实训	校内	分散
	数据分析与spss实现	数据分析实训	2	1-18	18	数据采集与数据分析实训	校内	分散
	网络信息采集实务	网络信息采集实训	4	1-18	27	网络信息采集与分析	校内	分散
	公共关系策划	公共关系方案设计	4	1-18	27	公关调查、公关策划,要求写出策划方案。	校内	分散
	商务英语	商务英语应用训练	3、4	1-18	34	商务英语口语训练	校内	分散
	新媒体营销与运营	新媒体营销实训	3	1-16	24	新媒体营销项目推广策划与实施	校内	分散
	市场营销基础	市场营销实训	3	1-16	28	环境分析、市场细分、产品定位,要求写出分析报告。	校内	分散/集中
	市场营销综合技能实训	营销综合技能实训	3	1-16	50	营销过程实践,包括营销机会分析、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、销售实施。	校内外	集中
	市场调查与分析	市场调查实训	3	1-16	34	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	分散/集中
	营销策划实务	营销策划实训	2	1-18	36	营销策划方案设计	校内外	分散/集中
营销数据分析	营销数据分析实训	4	1-18	36	能利用SPSS\EXCEL在营销中进行数据分析、销售统计等。	校内	分散	

	市场营销沙盘训练	营销技能综合竞赛软件训练	3	1-18	32	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
	商务沟通与谈判	商务沟通与谈判模拟实训	4	1-18	36	商务谈判计划制定，进行谈判开局、磋商、签约模拟实训。	校内	分散
	供应链管理	供应链管理实训	4	1-18	27	企业采购、生产供应链计划制作与协调。	校内	分散
	企业财务分析	企业财务分析实训	3	1-16	32	对企业的财务状况、经营成果、现金流量表进行分析和评价，并对企业的偿债能力，营运能力，获利能力和发展能力等进行分析与实训。	校内	分散
	新零售运营	零售运营实训	4	1-18	27	通过调查，制定线上线下开店计划，并进行新零售平台运营和渠道管理方案实施。	校外 外	分散
	直播电商实务	直播实训	3	1-18	18	直播训练，包括直播计划制定和直播实施训练。	校内	分散
	管理技能训练	管理技能训练	4	1-18	27	管理职能（包括计划、组织、领导、控制）分析及管理技巧训练。	校内	分散
	商务谈判与推销技巧	销售洽谈与推销训练	4	1-18	36	销售洽谈与推销训练，包括约见顾客、销售洽谈、成交。	校外 外	分散/ 集中
	客户关系管理	客户管理实训	4	1-18	27	进行 CRM 软件操作，收集客户信息，制定客户管理计划。	校内	分散
	智慧零售综合技能实训	智慧零售综合技能实训	3	1-18	50	智慧零售运营过程实践，包括制定采购、营销推广与销售方案，实施线上线下的销售运营管理、客户维护管理和财务分析、利润核算，进行全真性的智慧零售综合技能实战。	校外 外	集中
	小 计				726			
岗 位 实 习	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25			
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600			
	综合实习、毕业设计（论文）	按要求撰写论文	6	1-15	175			
	小 计				800			
总 课 时			1526					

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	2	2	2	2	/	/	8
实习实训	1	/	/	/	18	13	32
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	8	5	8	5	/	31
合 计	25	28	25	28	23	15	144

附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

1. 数据分析与策划方向

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	332	340	672	13.16%	13.48%	26.65%
专业课	440	482	922	17.45%	19.11%	36.56%
职业拓展课	128	0	128	5.08%	0.00%	5.08%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.72%	31.72%
总计学时	900	1622	2522	35.69%	64.31%	100.00%

2. 智慧零售方向

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	332	340	672	13.15%	13.47%	26.62%
专业课	441	483	924	17.47%	19.14%	36.61%
职业拓展课	128	0	128	5.07%	0.00%	5.07%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.70%	31.70%
总计学时	901	1623	2524	35.70%	64.30%	100.00%

附表一

2021级市场营销专业培养计划进程表

课程类型	序号	课程名称	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 18周	二 18周	三 18周	四 18周	五 18周	六 18周			
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	48		考查	4[12]								
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	考试		3[16]							
	3	体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	考试	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]					
	4	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2								
	5	形势与政策(一)(二)(三)(四)	2	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]	2[4]					
	6	通用英语(一)(二)	4	64	64		考试	2[14]	2[18]							
	7	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]							
	8	职业发展与就业指导	1	16	16		考查		2[8]							
	9	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]							
	10	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查		2[16]							
	11	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查			2[16]						
	12	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查			2[16]						
合计			36.5	672	332	340		14	13	6	2					
专业群共享专业基础课	1	电子商务基础	2	36	18	18	考查		2[18]							
	2	智慧物流	2	36	18	18	考查		2[18]							
	3	商业创业基础	4	72	36	36	考查				4[18]					
	4	数智化营销	4	56	28	28	考查	4[14]								
	5	经济学基础	2	28	28	0	考查	2[14]								
	6	数据分析与spss实现	2	36	18	18	考查		2[18]							
小计			16	264	146	118		6	6	0	4					
专业方向课	数据分析与策划方向	1	网络信息采集实务	3	54	27	27	考试				3[18]				
		2	公共关系策划	3	54	27	27	考试				3[18]				
		3	商务沟通与谈判	4	72	36	36	考试				4[18]				
		4	商务英语	4	68	34	34	考试			2[16]	2[18]				
		5	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通1+X的考证培训	
	小计			18	316	164	152		0	0	6	12				
	岗位核心课	1	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]					集中2周12学时进行课证融通1+X的考证培训
		2	营销数据分析	4	72	36	36	考试				4[18]				
		3	营销策划实务	4	72	36	36	考试		4[18]						
		4	新媒体营销与运营	3	48	24	24	考试			3[16]					
		5	市场营销沙盘训练	2	32	0	32	考查			4[8]					
		6	市场营销综合技能训练	3	50	0	50	考查			25[2]					
小计			20	342	130	212		0	4	11	4					
智慧零售方向	专业方向课	1	供应链管理	3	54	27	27	考试				3[18]				
		2	企业财务分析	4	64	32	32	考试			4[16]					
		3	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通1+X的考证培训	
		4	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]					
		5	直播电商实务	2	36	18	18	考试			2[18]					
		6	营销策划实务	4	72	36	36	考试				4[18]				
	小计			21	362	187	175		0	0	14	7				
	智慧零售方向	1	新零售运营	3	54	27	27	考试				3[18]				
		2	商务谈判与推销技巧	4	72	36	36	考试				4[18]				
		3	客户关系管理	3	54	27	27	考试				3[18]				
		4	管理技能训练	3	54	27	27	考试				3[18]				
		5	市场营销沙盘训练	2	32	0	32	考查			4[8]					
6		智慧零售综合技能训练	3	50	0	50	考查			25[2]						
小计			18	316	117	199		0	0	4	13					
合计(数据分析与策划方向)			54	922	440	482		6	10	17	20					
合计(智慧零售方向)			55	942	450	492		6	6	18	24					
职业拓展课	1	四史教育类	2	32	32										1. 每生共需修4门职业拓展课, 共计8学分, 每课程2学分32学时。 2. 每类课程各提供5-8门供任意选修, 其中四史教育类、创新创业类分别必修1门。 3. 每类课程限选4学分, 技能竞赛类、考级考证类不限学分。	
	2	创新创业类	2	32	32											
	3	职业素养类	2	32	32											
	4	艺术审美类	2	32	32											
	5	自然科技类	2	32	32											
	6	技能竞赛类	2	32	32											
	7	信息技术类(考级考证)	2	32	32											
	8	外语类(考级考证)	2	32	32											
合计			8	128	128			2	2	2	2					
岗位实习课	1	岗位认知考察	1	25		25	考查	1周								
	2	顶岗实习	24	600		600	考查					24周				
	3	综合实习、毕业设计(论文)	7	175		175	考查						9周			
	合计			32	800		800		2				25	25		
总计(数据分析与策划方向)			130.5	2522	900	1622		24	25	25	24	25	25			
总计(智慧零售方向)			131.5	2542	910	1632		24	21	26	28	25	25			
职业基本素养课	1	校史教育课程	0.5	8			考查	3		4		1				
	2	红色教育课程	1	20			考查	14		4		2				
	3	生命教育课程	1	14			考查	5		7		2				
	4	主题班会活动	2	40			考查	16		16		8				
	5	校园文化活动	8	128			考查	64		60		4				
	6	社会实践活动	6	108			考查	54		54		/				

”	合计	18.5	318							
---	----	------	-----	--	--	--	--	--	--	--

备注：1. 所有课程实施课程思政，落实立德树人。2. 原则上课程实施理论与实践紧密结合的教学模式。3. 原则上执行18周教学+2周复习考试。

