

2022 级市场营销专业 人才培养方案

二〇二二年七月编印

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	3
七、课程设置及要求	5
八、教学进程总体安排	12
九、实施保障	12
十、毕业要求	15
十一、附录	15

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：专科

四、职业面向

表 1 职业面向一览表

所属专业 大类 (代码)	所属专业 类 (代码)	专业 (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)	职业技能等级证书、社 会认可度高的行业企业 标准和证书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	市场营销 (530605)	批发与零售 行业 (4-01)	销售员 (40102)	营销员(4010201) 连锁经营管理师 (4010206)	国家高级营销师资格证 书或 1+X 数字营销技术 应用职业技能等级证书 (中级)

1. 初次岗位：商贸零售领域的市场营销人员（市场调研专员、营销策划专员、市场推广与销售专员、新零售运营专员等）

2. 发展岗位：商贸零售领域的营销管理部门主管（销售经理、市场经理、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，具备互联网商业思维和数字化营销能力，掌握市场调研与数据分析、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，能够从事商品或服务策划、销售管理、新零售店铺运营管理的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

1. 能力要求

- (1) 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力；
- (2) 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈的能力；

(3) 具有新媒体营销策划、数字互动营销、数字营销技术应用的能力；
(4) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；
(5) 具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理的能力；

(6) 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；
(7) 具有良好的商务表达与客户沟通能力；
(8) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

2. 素质要求

(1) 遵纪守法、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；

(2) 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。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识；

(4) 具有勇于奋斗、乐观向上和团队协作精神。

(6) 培养诚信经营、实事求是、敏锐、耐挫折的精神品质；

(7) 培养与人为善、团结互助、公平公正的精神品质；

(8) 培养开拓创新和持续学习的精神

(9) 提高耐心细致的工作态度和精益求精的工匠精神；

(10) 提高数据思维和科学决策的思维。

(11) 提高竞争意识和创新意识。

3. 知识要求

(1) 掌握市场营销原理、商务英语、智慧物流、计算机应用、商业创业等专业基础知识；

(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) 掌握电子商务、跨境电子商务、数智化营销、经济学、财税管理、数据分析等专业群基础知识；

4. 思政要求

(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；

(1) 树立民族自豪感和国家荣誉感；

(2) 树立爱国守法、明礼诚信、敬业奉献的精神；

(3) 树立强烈的社会责任感和公德意识;

(5) 培养勇于奋斗、自强不息、乐观向上的品质。

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	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。 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。 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。 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。
	1.2 网页信息优化	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。 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。 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。 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。
	1.3 网页优化分析	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。 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。 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。 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。

2. 搜索竞价营销	2.1 网页竞价推广	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。 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。 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。 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。
		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。 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。
	2.2 品牌营销推广	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。 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。
	2.3 搜索竞价营销分析	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。 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。 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。 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。
3. 推荐引擎营销	3.1 推荐引擎推广	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。 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。 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。 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。
	3.2 推荐引擎推广数据分析	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。 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。 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。 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。

	3.3 推荐引擎推广优化	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。 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。 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。 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。
--	--------------	---

七、课程设置及要求

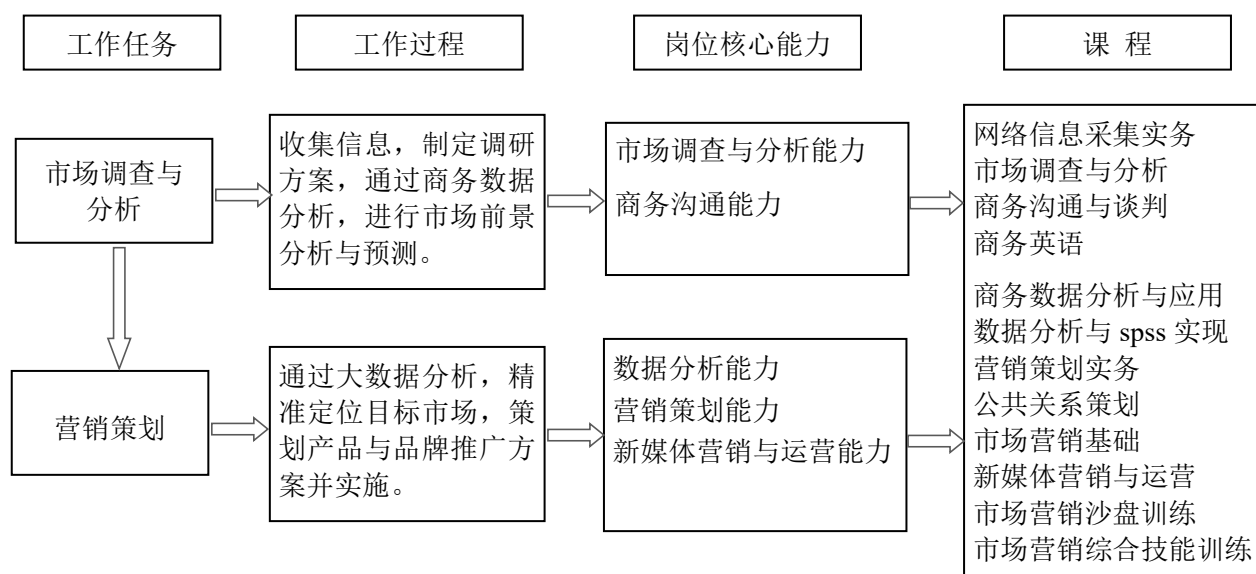
（一）课程体系结构

1. 知识、素质、能力与课程结构分析

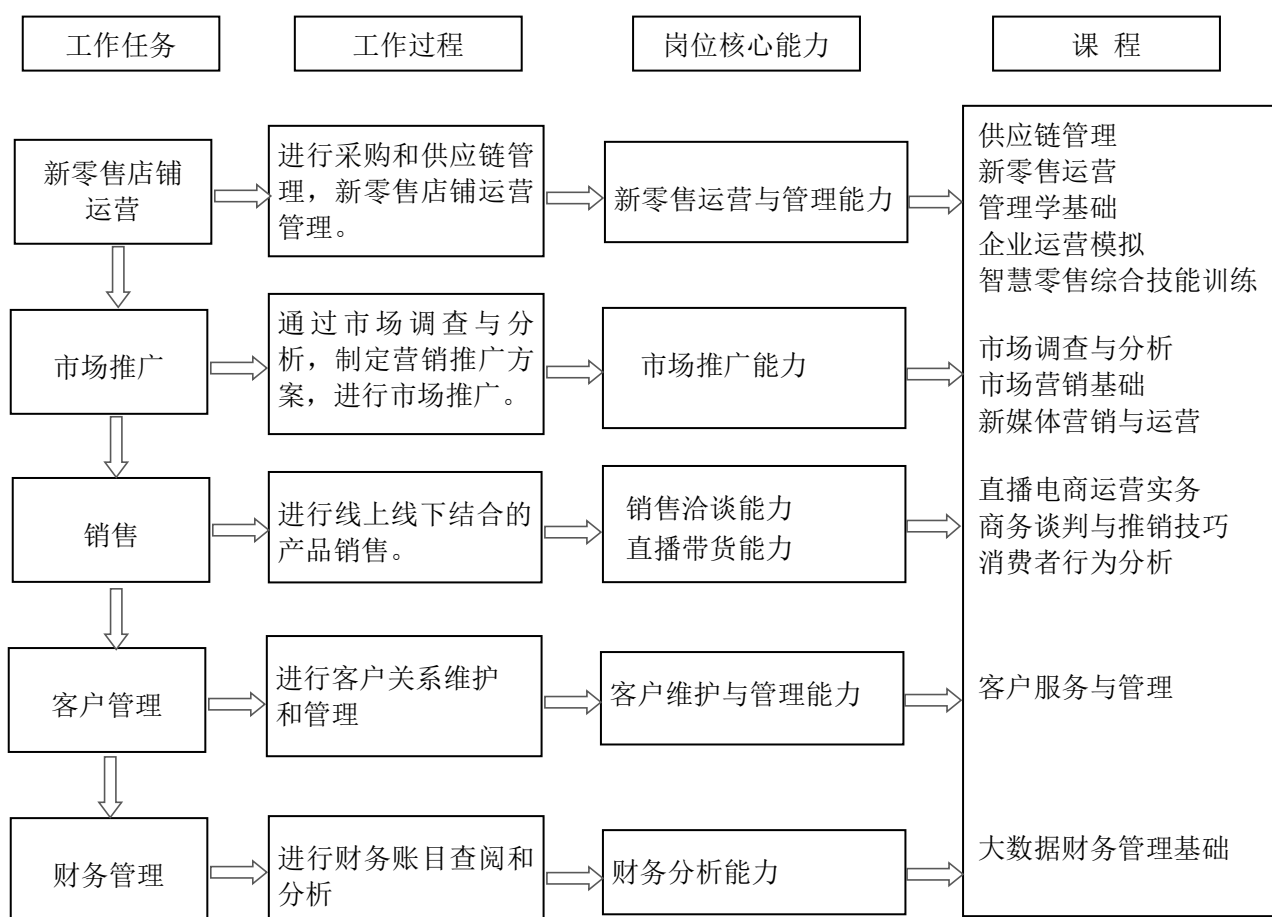
项目		具体要求		开设课程与实践环节
知识结构	专业群基础知识	1. 具有一定的电子商务和跨境电子商务基础知识 2. 具有一定的数据分析与统计知识 3. 具有一定的数智化营销基础知识 4. 具有一定的经济理论基础知识 5. 具有一定的财务分析和税收基础知识		电子商务基础、财税基础、跨境电子商务基础、数据分析与 spss 实现、数智化营销、现代经济学基础、
素质结构	思想品德	1. 热爱祖国，有正确的世界观、人生观和价值观 2. 有强烈的社会责任感和公德意识； 3. 具有勇于奋斗、自强不息、乐观向上的精神品质。 4. 热爱本职工作，有良好的职业道德		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、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		心理与生命健康教育
能力结构	1. 通用能力	2. 计算机应用能力 2. 英语应用能力 3. 沟通能力		数字技能基础、通用英语、沟通与应用文写作
	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、商务数据分析与应用、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、商务英语、智慧物流、市场营销沙盘训练、商业创业基础、市场营销综合技能训练
		智慧零售方向	1. 市场推广能力 2. 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、新媒体营销与运营、直播电商运营实务、商务谈判与推销技巧、客户服务与管理、管理学基础、供应链管理、消费者行为分析、中华商业文化、大数据财务管理基础、新零售运营、企业运营模拟、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. 公民素养课

包括：公共基础课、职业拓展课和职业基本素养课。所有课程全面实施课程思政，制定思政目标，结合课程实际，挖掘思政元素，突出思政点。

其中德育类课程有：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、思想道德与法治、四史教育、红色教育等思政课，共计 178 学时。

体育类课程有：体育、国防教育与军事训练等课程，共计 256 学时。

美育类课程有：人文艺术赏析、职业形象与礼仪、艺术审美等课程，共计 96 学时。

创新创业类课程有：职业发展与就业指导、大学生创新基础、大学生创业基础、网络创业理论与实践等课程，共计 48 学时。

劳动教育类课程有：新时代大学生劳动教育、劳动和社会保障法、劳动修养等课程，共计 72 学时。

2. 专业课

依据职业岗位(群)所要求必须具备的知识、技术、技能、素质、证书等设置的专业课程。市场营销专业课分为专业群共享专业基础课、方向课、岗位课三大类。

数据分析与策划方向总学时为：930 学时，其中实践教学 486 学时。

智慧零售方向总学时为：930 学时，其中实践教学 486 学时。

（1）课程类型

①专业群共享专业基础课

包括：《电子商务基础》、《财税基础》、《跨境电子商务基础》、《数智化营

销》、《现代经济学基础》、《数据分析与 spss 实现》

总学时为：238 学时，其中实践教学 105 学时。

②方向课

数据分析与策划方向包括：《网络信息采集实务》、《公共关系策划》、《商务英语》、《商务沟通与谈判》、《市场营销基础》、《商业创业基础》、《智慧物流》

总学时为：394 学时，其中实践教学 191 学时。

智慧零售方向包括：《供应链管理》、《大数据财务管理基础》、《市场调查与分析》、《市场营销基础》、《管理学基础》、《消费者行为分析》、《中华商业文化》

总学时为：336 学时，其中实践教学 162 学时。

③岗位课

数据分析与策划方向包括：《市场调查与分析》、《商务数据分析与应用》、《营销策划实务》、《新媒体营销与运营》、《市场营销沙盘训练》、《营销综合技能训练》

总学时为：298 学时，其中实践教学 190 学时。

智慧零售方向包括：《新零售运营》、《商务谈判与推销技巧》、《新媒体营销与运营》、《客户服务与管理》、《直播电商运营实务》、《企业运营模拟》、《智慧零售综合技能训练》

总学时为：356 学时，其中实践教学 219 学时。

(2) 主要课程内容

①方向课

1. 《网络信息采集实务》

本课程学时为 48 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

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 4、5 学期开设。

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. 《管理学基础》

本课程学时为 64 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

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）分析及应用。

7. 《供应链管理》

本课程学时为 36 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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。

8. 《大数据财务管理基础》

本课程学时为 36 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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。

9. 《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。

10. 《商业创业基础》

本课程学时为 48 学时，智慧零售方向第 3 学期开设。

教学内容：主要包括创业认知与创业项目选择、创业团队建设与组织架构、公司注册流程与优惠政策解读、创业法律问题与风险防范、网络创业与项目推广等，以提升市场营销学生的创新精神、创业意识和创业能力。

11. 《智慧物流》

本课程学时为 36 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：主要包括现代物流认知、采购与供应管理、仓储管理、订单处理、配送中心作业管理、运输管理、物流客服与物流成本、第三方物流等八个模块。

12. 《消费者行为分析》

本课程学时为 32 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

教学内容：主要包括消费者行为研究概述、消费者决策过程、组织购买决策、影响消费者行为的因素，并通过研究消费者的购买决策过程来改进产品的营销策略。

13. 《中华商业文化》

本课程学时为 32 学时，智慧零售方向第 5 学期开设。

教学内容：主要包括中华商业崛起、中华商业文化传承、中华商业典范、中华商业模式和人文精神，旨在弘扬中华商业文化，学习并传承中华商人不屈不挠和敢闯敢拼的精神。

② 岗位课

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. 《商务数据分析与应用》

本课程学时为 36 学时，数据分析与策划方向第 4 学期开设。

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 64 学时，数据分析与策划方向第 2 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。

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、直播营销与运营。

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 4 学期开设。

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 64 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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. 《客户服务与管理》

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. 《直播电商运营实务》

本课程学时为 54 学时，智慧零售方向第 4 学期开设。

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。

11. 《企业运营模拟》

本课程学时为 32 学时，智慧零售方向第 2 学期开设。

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。

其中《市场调查与分析》、《市场营销基础》为课证融通课程，《市场调查与分析》、《商务谈判与推销技巧》、《新零售运营》为校企合作开发课程。

3. 岗位实习课

主要包含认识实习、顶岗实习、毕业设计(论文)。

总学时为：800 学时。

八、教学进行总体安排（详见附表 1）

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业师资队伍结构总体情况见下表。

市场营销专业师资队伍总体情况一览表

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

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、有丰富的学识和仁爱之心；具有市场营销、工商管理、管理科学与工程等相关专业本科及以上学历；具有扎实的专业知识和实践能力；具有科学的教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力；能密切联系企业，具有较强的实践动手能力；具有较强的信息化教学能力，能开展课程教学改革和科学研究；每五年不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人具有副教授及以上职称；理想信念坚定、爱岗敬业、热爱教育事业；具有市场营销、工商管理、管理科学与工程等相关专业本科及以上学历、硕士及以上学历；能把握行业发展趋势、熟悉行业发展现状，广泛联系行业企业，了解行业企业对专业人才的实际需求，正确地进行专业定位和专业人才培养设计，教科研能力较强，在本学科领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师从本专业相关的行业企业聘任，具有良好的思想政治素养、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实践工作经历，担任相关行业企业中层及以上营销管理岗位，能承担课程教学、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

(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 个数字化营销实训室、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、阿里银泰、物美、联华、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活页式教材，提高了课程设计的合理性和教学实施的有效性。

2. 产学合作开发教学资源，建立实习实训基地，满足学生的实习实训需求，同时为学生的实习就业创造机会。拥有校企合作课程资源，如《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。

4. 网络教学资源：注重开发和利用网络资源，充分利用电子期刊、数据库、网络教育平台等网络资源，不断增加教学资源品种，使教学从单一媒体向多媒体转变，学生单独学习向合作学习转变。搭建远程教学平台，完善网上辅导系统，建立习题库和案例库，扩大教学资源的交互空间。

网络资源平台：

中国市场营销网 <http://www.ecm.com.cn/index.asp>

中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>

世界经理人网站 <http://marketing.icxo.com>

世界经理人文摘 <http://cec.asiansources.com>

《销售与市场》网络版 <http://www.cmmo.com.cn>

（四）教学方法

运用现代多媒体技术，教学体现“教师为主导，学生为主体，实训为主线”的原则，采用专题研讨教学、案例教学、情景模拟教学、任务驱动教学、实践教学等多种形式开展互动式教学。探索教学与实践一体化，拓展实践教学，注重在课程教学中的职业道德教育渗透。专业技能课教学以行动导向理念为指导，校企共同开发教学项目，通过项目任务引入、分析探讨、实操演练、总结评价的流程进行教学设计，达成教学

目标，课堂中采用头脑风暴、翻转课堂方式，开展精准化、互动式、线上线下混合式教学。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展教学活动。教学过程中加强课程思政，注重情感态度和职业道德的培养，在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成教学任务，培养学生分析问题和解决问题的能力。

（五）学习评价

教学评价体现评价主体、评价方式和评价过程的多样性。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。评价方式采取线上和线下融合、过程性评价与结果性评价相结合的多元化课程评价体系。过程性评价，应从情感态度、技能掌握、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合评价；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括学习过程的参与度、操作应用的熟练度、过程成果等；结果性评价内容包括汇报总结、策划方案或调研方案、项目答辩、实训报告等。考核评价应纳入市场营销职业人评价体系，通过全过程全方位的测评，以此评价学生的职业素养、专业技能和行为态度，作为学生评优推荐的依据。

（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、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，成绩合格，准予毕业。

十一、附录

1. 附表一 培养计划进程表（见附件）
2. 附表二 公共基础课实践安排表（见后页）
3. 附表三 专业课实践环节安排表（见后页）

4. 附表四 专业参考书籍和推荐证书一览表（见后页）
5. 附表五 学期周数分配表（见后页）
6. 附表六 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表（见后页）

附表一

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	二	三	四	五	六				
								18周	18周	18周	18周	18周	18周				
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	44	4	考查		3[16]								
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	26	6	考查		2[16]								
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8	考查	4[12]									
	4	体育(一)(二)(三)(四)	6	108	4	104	考试	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]						
	5	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2									
	6	形势与政策(一)(二)(三)(四)	2	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]	2[4]						
	7	通用英语(一)(二)	4	64	64		考试	2[14]	2[18]								
	8	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]								
	9	职业发展与就业指导	1	16	16		考查		2[8]								
	10	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]								
	11	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查		2[16]								
	12	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查			2[16]							
	13	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查			2[16]							
合计			37	688	346	342		14	15	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	财税基础	2	32	16	16	考查			2[16]							
	3	跨境电子商务基础	2	32	16	16	考查		2[16]								
	4	数智化营销	3.5	56	28	28	考查	4[14]									
	5	现代经济学基础	2	28	28	0	考查	2[14]									
	6	数据分析与spss实现	3	54	27	27	考查		3[18]								
	小计			14.5	238	133	105		6	7	2	0					
专业核心课	数据分析与策划方向	1	网络信息采集实务	3	48	24	24	考试				3[16]					
		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[18]	2[16]				
		5	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训		
		6	智慧物流	2	36	18	18	考试				2[18]					
		7	商业创业基础	3	48	24	24	考试			3[16]						
		小计			23	394	203	191		0	0	7	14	2			
	岗位课	1	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训		
		2	商务数据分析与应用	2	36	18	18	考试				2[18]					
		3	营销策划实务	4	64	32	32	考试		4[16]							
		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	考试					4[8]				
		6	市场营销综合技能训练	2	50	0	50	考查				25[2]					
	小计			17	298	108	190		0	4	7	6					
	智慧零售方向	方向课	1	供应链管理	2	36	18	18	考试				2[18]				
			2	大数据财务管理基础	2	36	18	18	考试				2[18]				
			3	市场调查与分析	4	68	34	34	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
			4	市场营销基础	4	68	40	28	考试			4[14]				集中2周12学时进行课证融通的营销师考证培训	
			5	管理学基础	4	64	32	32	考试			4[16]					
			6	消费者行为分析	2	32	16	16	考试				2[16]				
			7	中华商业文化	2	32	16	16	考试					2[16]			
		小计			20	336	174	162		0	0	12	6	2			
		岗位课	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	64	32	32	考试				4[16]				
			3	新媒体营销与运营	3	48	24	24	考试			3[16]					
			4	直播电商运营实务	3	54	27	27	考试					3[18]			
			5	客户服务与管理	3	54	27	27	考试					3[18]			
			6	企业运营模拟	2	32	0	32	考试			4[8]					
			7	智慧零售综合技能训练	2	50	0	50	考查				25[2]				
	小计			20	356	137	219		0	4	3	13					
	合计（数据分析与策划方向）			40	692	311	381		0	4	14	20	2				
	合计（智慧零售方向）			40	692	311	381		0	4	15	19	2				
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，每门课程2学分32学时。 2. 每类课程各提供5-8门供学生任意选修，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												
	9	升本考试类	4	64	64												
合计			8	128	128			2	2	2	2						
岗位实习课	1	认识实习	1	25		25	考查	1周									
	2	顶岗实习	24	600		600	考查						24周				
	3	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）			131.5	2546	918	1628	0	24	28	24	24	25	25				
总计（智慧零售方向）			131.5	2546	918	1628	0	24	28	25	23	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	9	144			考查		72		68		4				
	6	社会实践活动	6.5	116			考查		58		58		/				
	合计			20	342												

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。

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
思想道德与法治	3	48	44	4	参观、考察、调查等	2	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	26	6	参观、考察、调查等	2	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8	参观、考察、调查等	1	
体育(一)(二)(三)(四)	6	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	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	3	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	3	
合计	30	576	234	342			

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
	数据分析与spss实现	数据分析实训	2	1-18	27	数据采集与数据分析实训	校内	分散
	市场营销沙盘训练	营销技能综合竞赛软件训练	4	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
	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
	企业运营模拟	企业运营模拟训练	2	1-18	32	通过虚拟模拟企业运营的模式，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。	校内	分散
	财税基础	企业财务分析与税率计算实训	3	1-16	16	企业财务分析与税率计算实训	校内	分散
	跨境电子商务基础	跨境电商实训	2	1-18	18	跨境电商平台应用训练	校内	分散
	商业创业基础	创业项目实训	3	1-18	24	商业创业方案设计与撰写	校内	分散
	商务英语	商务英语应用训练	4、5	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	1-18	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	1-18	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	1-18	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。	校外	集中

	市场调查与分析	市场调查实训	3	1-18	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
	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。	校内外	集中
	大数据财务管理基础	企业财务分析实训	3	1-16	18	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。	校内外	分散
	直播电商运营实务	直播实训	4	1-18	27	直播训练,包括直播计划制定和直播实施训练。	校内	分散
	管理学基础	管理技能训练	4	1-18	32	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	1-16	32	销售洽谈与推销训练,包括约见顾客、销售洽谈、成交。	校内外	分散/集中
	客户服务与管理	客户服务与管理实训	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
	消费者行为分析	消费者行为研究训练	4	1-16	16	消费者行为研究与分析的实训	校内	分散
	中华商业文化	中华商业经典案例分析	5	1-16	16	中华商业经典案例分析	校内	分散
	智慧物流	智慧物流实训	4	1-18	18	物流方案设计	校内	分散
	网络信息采集实务	网络信息采集实训	4	1-16	24	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
	营销策划实务	营销策划实训	2	1-18	32	营销策划方案设计	校内外	分散/集中
	商务数据分析与应用	营销数据分析实训	4	1-18	18	能利用 SPS\EXCEL 在营销中进行数据分析、销售统计等。	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	1-16	24	企业采购、生产供应链计划制作与协调。	校内	分散
岗位实习	小 计				789			
	认识实习	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	24	600			
	综合实习、毕业设计(论文)	按要求撰写论文	6	7	175			
小 计					800			
总 课 时			1589					

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 专业参考书籍和推荐证书一览表

序号	项目	名称	安排学期	备注
1	参考书籍	[美]菲利普·科特勒, 营销管理	1-4	完成四份读书报告
2		康青, 管理沟通	1-4	
3		南怀瑾, 论语别裁	1-4	
4		大卫·奥格威, 一个广告人的自白	1-4	
5		[美]戴尔·卡耐基, 戴尔卡耐基丛书	1-4	
6		[澳]保罗·汉纳, 我能	1-4	
7		[美]戴尔·卡耐基, 语言的突破	1-4	
8		汪中求, 细节决定成败	1-4	
9		[美]奥格·曼狄诺, 世界上最伟大的推销员	1-4	
10		(美)威廉·庞德斯通, 无价	1-4	
11		(美)西奥迪尼, 影响力	1-4	
12		(美)西蒙·斯涅克, 从“为什么”开始	1-4	
13		[美]史蒂芬·谢夫曼, 卓越销售-打造杰出销售人员	1-4	
14	推荐证书	国家高级营销师资格证书	3	证书二选一
15		1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书 (中级)	3	

附表五 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	9	4	8	4	/	30
合 计	25	29	24	28	22	15	143

附表六 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	346	342	688	13.59%	13.43%	27.02%
专业课	444	486	930	17.44%	19.09%	36.53%
职业拓展课	128	0	128	5.03%	0.00%	5.03%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.42%	31.42%
总 计 学 时	918	1628	2546	36.06%	63.94%	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	346	342	688	13.59%	13.43%	27.02%
专业课	444	486	930	17.44%	19.09%	36.53%
职业拓展课	128	0	128	5.03%	0.00%	5.03%
岗位实习课	0	800	800	0.00%	31.42%	31.42%
总 计 学 时	918	1628	2546	36.06%	63.94%	100.00%