《市场营销》专业人才培养方案

【专业代码】630701

【专业名称】市场营销

【入学要求】高中阶段教育毕业生或具有同等学力者，文理兼招。

【学制学历】基本学习年限以 3 年为主，弹性学制范围 3-6 年；学历为大学专科。

一、职业面向

序号	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）	职业资格（技能等级）证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
1	财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	批发业（51）	营销员（4-01-02-01）	1.销售经理 2.区域销售经理 3.卖场经理 4.小微商业企业创业者 5.市场主管 6.市场经理	1.客户服务管理师 2.助理人力资源管理师	1.网店运营推广职业技能等级证书 2.电子商务数据分析职业技能等级证书
				商品营业员（4-01-02-03）			
			零售业（52）	摊商（4-02-02-05）			
				市场营销专业人员（2-06-07-02）			

二、培养目标

本专业培养理想信念坚定、德技并修、全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、较强的就业创业能力，具有支撑终身发展、适应时代要求的关键能力,掌握市场营销的专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事品牌推广、销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、营销策划与执行等工作的高素质劳动者和技术技能人才。

三、培养规格

（一）素质

1.思想政治素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观；

（2）坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；

（3）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；

（4）具有社会责任感和参与意识。

2.职业素质

（1）具有良好的职业道德和职业素养；

（2）崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；

（3）尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；

（4）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；

（5）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；

（6）具有职业生涯规划意识。

3.身心人文素质

（1）具有良好的身心素质和人文素养；

（2）具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；

（3）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

（4）掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（二）知识

1.公共基础知识

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识；

（2）掌握与本专业相关的法律法规及现代市场规则。

2.专业知识

（1）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（2）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（3）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

（4）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（5）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；

（6）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

（7）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

（三）能力

1.通用能力

（1）口语和书面表达能力；

（2）解决实际问题的能力；

（3）终身学习能力；

（4）信息技术应用能力；

（5）独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。

2.专业技术技能

（1）能够与客户进行有效沟通；

（2）能够对客群和竞争者进行分析；

（3）能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

（4）能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

（5）能够组织实施推销和商业谈判；

（6）能够对客户关系和销售进行日常管理；

（7）能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施；

（8）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（9）具备商务礼仪规范应用能力。

四、人才培养模式

以职业能力为培养导向，依托校内外实训基地，努力进行教学改革，积极推进“理实一体化”“教学做合一”等教学模式；构建体现“课证岗赛”一体化原则的职业能力核心课程、在课程排设上应尽量做到课程整合模块化和专业项目化，应邀请行业专家一起共同进行课程设计，体现“产教融合、校企合作”，构建“职业能力递进式”工学结合的人才培养模式。

在职业基础素质培养阶段，通过理论学习、案例学习、初级技能训练等方式，依托校内仿真模拟实训，使学生掌握从事市场营销活动的基本方法和基本技能，培养学生对市场营销的认知和职业意识。

在职业核心能力培养阶段，依托校内实训基地，培养学生市场营销岗位的职业技能；积极采用适应高职教育的现代教学方法，提高学生以实践思维为主的科学思维能力和符合技术技能要求的实践动手能力；积极开展以网络辅助课程为主的教学资源建设，逐步形成个性化学习为主的教学形态，提高学生自主学习能力及职业核心素质，并在此基础上完成市场营销专业各级别职业技能大赛和各级别创业大赛的竞赛工作。

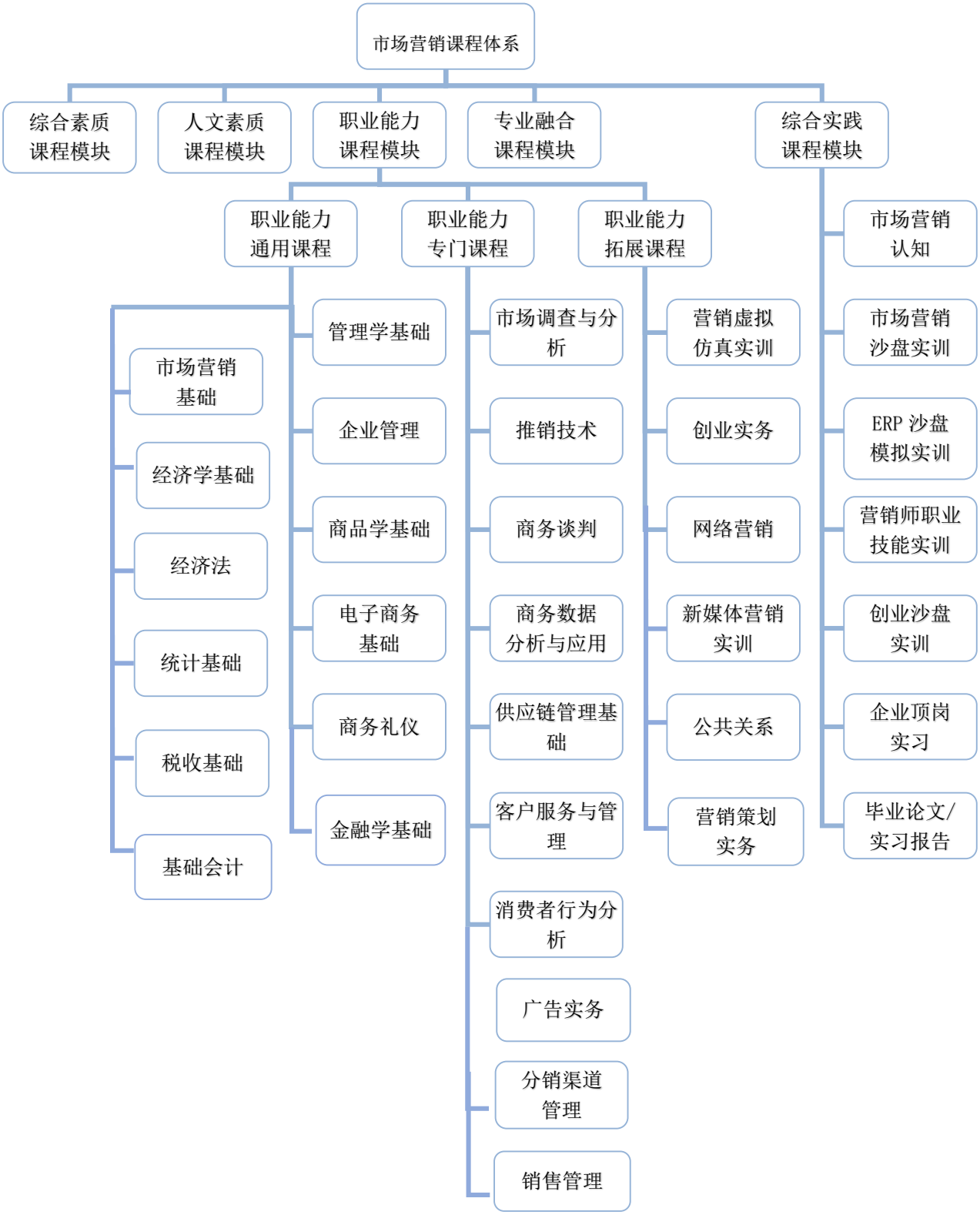
在就业能力培养阶段，学生实现在校外实训基地的完全定岗，以企业为主导，由企业管理人员及校内骨干教师组成教学管理团队，对学生定岗实习进行指导，做好过程监控记录。学生撰写顶岗实习报告相关学习任务。对学生进行包括职业心理、职业形象、企业文化、企业市场营销业务流程、岗位基本技能等多方面的训练与实践，培养学生的就业能力。

五、课程体系与课程简介

（一）课程体系的架构与说明

根据市场营销专业岗位（群）要求，综合考虑学生基本素质、职业能力与可持续发展能

力的培养，体现经济与社会发展对人才需求的变化，构建如下课程体系（如下图所示）。



（二）公共基础课程简介（见学校综合素质课程简介）

（三）专业（技能）课程简介

1.市场营销基础(专业核心课程）

《市场营销基础》是市场营销专业的专业核心课程。设课目的是通过本门课程的学习，使学生牢固树立以顾客为中心，满足消费者需求的市场营销理念，熟悉市场营销活动的基本过程，掌握市场营销各环节的基本操作方法，制定营销计划。

教学内容主要有：市场营销的核心概念、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、市场调查与预测、市场营销战略、市场营销组合策略等内容。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用市场营销软件，将理论教学与实践教学相结合，在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

2.商务礼仪

《商务礼仪》是市场营销专业的专业基础课。设课目的是通过本门课程的学习，帮助学生掌握常见商务活动的组织策划技巧、熟悉各类商务活动的礼仪规范和着装要求，使学生能够胜任未来就业岗位的要求。

教学内容主要有：商务礼仪基本知识、商务会议礼仪、客户接待与拜访礼仪、商务宴请礼仪、职业形象礼仪等知识。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、分组讨论法等多种教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 28 学时，在第一学期安排。

3.管理学基础

《管理学基础》课程是市场营销专业的专业基础课。设课目的是通过本门课程的学习，学生基本能够熟悉管理的基本理论和方法，具备一定的管理意识和创新意识，初步具有分析和解决经营管理中实际问题的能力，为将来从事基层管理工作打下良好的基础。

教学内容主要有：管理的四大职能，认识管理的概念和管理学发展的历史，依据管理工作的逻辑顺序完成计划、组织、领导和控制四项工作。

本课程采用项目导向教学法，任务驱动教学法，案例分析教学法，角色扮演教学法等模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 42 学时，在第一学期安排。

4.商品学基础

《商品学基础》是市场营销专业的专业基础课。设课目的是通过本门课程的学习，强调

对商品质量、商品检验和商品标准及分类的熟知，强调商品包装与商品养护的结合，培养现代物流与市场营销基层岗位的综合技能。

教学内容主要有：现代物流中的商品及商品学内涵、商品质量及管理、商品标准及检验、商品分类与编码、商品包装与技术、商品存储与养护。

本课程采用角色扮演教学、情境教学、案例教学等方法，从理论的传授过渡到方法的学习。通过运用演示教学法、分组讨论教学法、现场教学等模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第二学期安排。

5.经济学基础

《经济学基础》课程是市场营销专业的专业基础课，设课目的是通过讲授经济学的基本理论和基本方法，能够对市场经济运行机制的一般原理和规范行为等方面有详尽了解，并能够运用一些基本的经济分析方法和工具，对有关理论和模型进行描述和分析。为进一步学习职业能力课程和职业拓展课程及将来从事市场营销工作奠定基础。

教学内容主要有：经济学基本概念，供求理论，消费者行为理论，厂商理论，市场理论，微观经济政策，国民收入核算理论，货币理论及宏观财政政策及货币政策。

本课程采用混合式教学、案例教学、讨论式教学等教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

6.企业管理

《企业管理》是市场营销专业的专业基础课，设课目的是通过本课程学习使学生较全面地掌握现代企业管理的基本理论、基本原理和方法，了解当今企业管理的新思想、新方法、新趋势，培养学生的基本管理素质和管理能力，重点培养学生的创新能力、实践能力和职业能力，锻炼学生掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。

教学内容主要有：企业管理学中的基本概念、主要特点、影响因素，预测与决策、计划与组织、领导与激励、沟通与控制、管理创新。

本课程采用案例教学、互动、讨论教学互动法等多种教学方法的结合，改变单一的传统授课模式，这种启发式、互动式的教学模式，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第二学期安排。

7.电子商务基础

《电子商务基础》是市场营销专业的专业基础课程，设课目的是通过本课程的学习，使学生建立电子商务框架，掌握电子商务业务处理流程和操作技能，具有良好的电子商务行为规范。

教学内容主要有：电子商务的网络技术基础、网络营销、在线零售、电子商务结算系统、电子商务环境下的物流和供应链管理、电子商务系统的安全、电子商务与企业信息化、电子

商务发展环境分析及其他应用等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用电子商务软件，将理论教学与实践教学相结合在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

8.经济法

《经济法》是市场营销专业的专业基础课，设课目的是通过学习，使学生能够掌握有关经济法律制度的基本理论和具体法律规定；熟悉有关经济争议解决的程序；具有一定的处理经济纠纷的能力和职业素质。

教学内容主要有：公司法、合伙企业法律制度、外商投资企业法律制度、票据法、工业产权法、合同法、担保法、经济仲裁与诉讼制度等内容。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

9.市场调查与分析(专业核心课程)

《市场调查与分析》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过本课程的学习，使学生明确市场调查与分析在经营管理和组织工作中的地位和作用，熟悉市场调查与分析的基本程序，掌握运用市场调查的主要方法，培养学生注重深入实际调查研究问题、分析问题和解决问题的能力。

教学内容主要有：市场调查与分析的基本理论、方法和技术等内容；掌握调查方案的设计方法、市场信息的搜集和获取，训练收集、信整、分析理息，设计调查问卷、撰写调研报告等技能。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

10.推销技术(专业核心课程)

《推销技术》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够运用推销中常用的方法、策略与技巧，结合具体情况进行推销的实践活动，并使学生养成善于观察、独立思考的习惯，强化学生的职业道德意识和职业素质养成意识。

教学内容主要有：推销与谈判的基本工作流程等内容；掌握寻找与接近潜在顾客、推销洽谈、顾客异议处理技巧、推销售后服务与顾客维系技巧等主要知识；训练学生寻找客户、接近客户、异议处理、成交技巧等推销技能。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂

讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

11.商务谈判(专业核心课程)

《商务谈判》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生树立正确的沟通理念和掌握基本的沟通方法、技巧及其沟通艺术，并将所学知识与实践结合，能够分析案例，解决现实问题，平衡处理沟通过程中遇到的错综复杂的风险、策略、利益关系等。

教学内容主要有：商务谈判的基本原理和实务，商务谈判内容、商务谈判过程及商务谈判礼仪，通过案例分析与讨论使学生具有一定运用商务谈判策略及技巧的能力。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第三学期安排。

12.分销渠道管理

《分销渠道管理》是市场营销专业的专业必修课，设课目的是通过本门课程的学习，学生能够在进入实际工作岗位时胜任一般性的营销渠道管理工作，对学生营销综合职业能力培养起主要支撑作用。

教学内容主要有：分销渠道的组织结构模式、分销渠道成员分析、分销渠道设计、分销渠道开发的策略实施和管理技巧，分销商的管理、激励技巧，渠道冲突管理。

本课程采用项目导向教学法，任务驱动教学法，案例分析教学法，角色扮演教学法等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

13.客户服务与管理

《客户服务与管理》是市场营销专业的专业必修课。设课目的是通过本门课程的学习，能够培养学生良好的网络客户服务和管理意识、握扎实的网络客户服务技能，能够进行客户信息管理、满意度管理、忠诚度管理等综合技能业务，能够满足网络客服专员等岗位的要求。

教学内容主要有：客户关系开发，客户关系价值分析，客户满意与忠诚管理，客户互动与保持，客户投诉与流失管理，客户数据与信息管理。

本课程采用小组项目教学法，工作过程导向教学法、翻转课堂教学法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第三学期安排。

14.网络营销

《网络营销》是市场营销专业的专业必修课，设课目的是通过本门课程的学习，使学生能够掌握在网络虚拟市场开展营销活动的特点、方法、工具和手段，熟悉网络营销操作思路

和相应的运作技巧。

教学内容主要有：SEO、SEM、网络调研、Email 营销、网络广告、新媒体营销、网站推广、网络营销策划等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，激发学生学习兴趣，引导学生积极思考。同时，充分利用网络营销软件，将理论教学与实践教学相结合。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

15.税收基础

《税收基础》是市场营销专业的专业基础课。设课目的是通过学习通过本课程的教学，解决学生对税收的认知问题，培育学生学习税收知识的兴趣，了解社会实践中的税收在专业工作、社会生活中的功能和表现。

教学内容主要有：我国现行税制概况，主要税种的含义及征税范围，主要税种应纳税金额的计算方法，税务会计处理中会计科目的核算内容和账簿的登记方法，相关法规规定及有关金融知识。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第四学期安排。

16.消费者行为分析(专业核心课程)

《消费者行为分析》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生熟练掌握消费者行为学的基本理论和实践操作的技能，可以提高学生的职业技能和素质，为适应经营管理类职业岗位和继续学习打下扎实的基础。培养适应我国市场经济发展需要的应用型专业人才服务。

教学内容主要有：消费行为中商品名称、品牌、包装、开发与消费心理；商品价格与消费者心理；商业广告与消费者心理；营销沟通与消费者心理。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

17.广告实务

《广告实务》是市场营销专业的专业必修课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生明确广告在市场营销中的地位和作用，熟悉广告调研的程序，掌握运用广告创意理论的主要方法，培养学生对广告的鉴赏能力、甄别能力、创造能力，为学生今后从事营销管理工作打下基础。

教学内容主要有：广告概念与构成要素、广告调查的内容及方法、广告策划、广告文案

创作、广告预算及效果分析。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

18.供应链管理基础

《供应链管理基础》是市场营销专业的专业必修课程。设课目的是通过本门课程的学习，使学生掌握供应链管理理论在采购、生产、物流和库存控制等领域的运用，为学生搭建供应链管理体系框架。

教学内容主要有：供应链管理模式的产生及其基本思想、供应链战略模式、“牛鞭效应”产生的原因及对策、供应链采购模式的选择等内容。。

本课程采用任务驱动法、案例法、“教”“学”“做”一体教学法、直观教学法、讨论交流法、激励教学法，在多媒体教室、实训实验室及物流实训基地授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

19.商务数据分析与应用

《商务数据分析与应用》是市场营销专业的职业能力专门课程。设课目的是通过本课程学习，学生可以学会利用数据分析工具和分析方法，掌握商务数据分析能力，能够通过数据分析，挖掘数据内在的商业价值，从而进行数据营销。

教学内容主要有：店铺运营数据分析、流量数据分析、转化数据分析、客单价数据分析、客户数据分析、商品数据分析、市场行情数据分析、竞争对手数据分析等。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室和实验室授课。

本课程建议学时为 32 学时，在第四学期安排。

20.销售管理(专业核心课程)

《销售管理》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过本门课程的学习，使学生正确理解销售管理的内容，掌握销售管理的基本思路、方法，并能综合运用于对实际问题的一般操作，初步具有解决一些销售管理方面问题的能力，培养学生的综合管理素质。

教学内容主要有：销售管理的概念、销售过程中的活动及其影响因素、销售计划制定、销售区域与销售组织设计、销售人员招聘和培训、报酬和激励方案设计以及销售评价与控制等方面的内容。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

21.营销策划实务(专业核心课程)

《营销策划实务》是市场营销专业的专业核心课程，设课目的是通过课堂理论学习、模拟、仿真及营销策划技能训练和社会实习实践活动，使学生熟练掌握岗位技能和市场营销策划的基本内容、方法、工具，树立营销观念、服务意识和团队协作精神。

教学内容主要有：营销策划的基本原理等内容、营销调研策划、产品开发策划、广告宣传策划、营业推广策划、产品市场推广策划、品牌策划以及企业形象策划。

本课程采用混合式教学法、案例教学法、角色扮演法、任务驱动法、分组讨论法、课堂讲授等多位一体的教学方法，在多媒体教室授课。

本课程建议学时为 48 学时，在第五学期安排。

22.新媒体营销实训

《新媒体营销实训》是市场营销专业的专业必修课，设课目的是通过本门课程的学习，使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

教学内容主要有：新媒体营销的基本知识、新媒体文案策划、自媒体运营、新媒体运营以及推广、微信营销、微博营销、短视频运营、直播营销、新媒体营销数据分析等。

本课程采用理实一体化教学模式，灵活运用任务驱动教学法，案例教学法，情境教学等，充分利用新媒体营销软件，将理论教学与实践教学相结合。在多媒体教室、国际贸易实验室授课。

本课程建议学时为 36 学时，在第五学期安排。

（四）实践教学环节设计与说明

综合实践	能力要求	学期	实践场所及形式
市场营销认知	具有学习专业课的基础知识与能力，熟悉市场营销行业发展环境，了解客户的心理与行为，掌握市场营销基本现状，模拟企业市场营销活动。	一	营销企业、参观
市场营销沙盘实训	引导学生建立企业经营的大局观，锻炼学生分析问题、解决问题的能力，加深学生对企业“进、销、存”的理解，培养学生的市场预测与决策能力。	二	营销实验室、学生竞赛
ERP 沙盘实训	通过模拟公司运营，团队合作、企业战略规划、预算、ERP 流程管理等一系列活动，使企业在竞争的市场中获得成功。使学生了解企业管理相关知识，初步具备生产企业内部各个环节的操作与管理的能力，树立企业管理意识。	三	沙盘实训室、学生竞赛
营销职业技能实训	结合营销从业人员所需掌握要的职业道德、职业基础知识、市场调查分析、营销策略与营销活动管理、产品与价格管理、渠道管理、促销管理、销售管理、及网络营销管理等基本知识开展实训，达到考试合格标准等职业功能领域。	四	营销实训室、模拟实训
创业沙盘实训	通过模拟公司运营、团队合作、企业战略规划、预算、ERP 流程管理等一系列活动，使企业在竞争的市场中获得成功。	五	创业实训室、模拟实训
顶岗实习	使学生了解市场营销及相关岗位的环境、流程、要求，增加社会责任感和服务意识，培养实际工作能力和专业技能	六	校外实训基地、顶岗
毕业论文/实习报告	具备通过实践学习所得知识与技能发现问题、分析问题、解决问题的创新创业能力	六	实践基地、顶岗

六、教学安排

（一）教学周数分配表

环节 周数 学期	军训教育	入学教育	课堂教学	认知实习	专业实习	综合实习	顶岗实习	毕业论文（或实习报告）	考试	机动	合计
一	2	1	14	1					2	0	20
二			16		1				2	1	20
三			16		1				2	1	20
四			16		1				2	1	20
五			12			6			2	0	20
六			0				13	4	2	1	20
合计	**2**	**1**	**74**	**1**	**3**	**6**	**13**	**4**	**12**	**4**	**120**

（二）教学进度计划表（见子表 1、2、3、4、5、6）

（三）各课程模块学时学分分配表

类别	项目	课程性质	课内理论学时	百分比（%）	课内实践学时	百分比（%）	学分	百分比（%）
课内教学	综合素质课程	必修	480	63%	284	37%	48	32%
	人文素质网络课程	线上选修	56	50%	56	50%	7	5%
	专业融合课程	线下选修	40	50%	40	50%	5	3%
	职业能力课程	理实一体	508	44%	622	56%	70	46%
	小计		1084	52%	1002	48%	130	86%
综合实践	认知实习	课内实践	0	0%	30	100%	1	1%
	专业实习	课内实践	0	0%	90	100%	3	2%
	综合实习	课内实践	0	0%	180	100%	6	4%
	顶岗实习	课外实践	0	0%	390	100%	4	3%
	创新拓展	课外实践	—	—	—	—	4	3%
	毕业论文（或实习报告）	课外实践	0	0%	120	100%	3	2%
	小计		0	0	810	100%	21	14%
总计			1084	37%	1812	63%	151	100%
实践学时占总学时比例			63%					

（四）创新创业与素质拓展计划表

项目	考核内容	考核标准	学分	负责单位	备注
学生竞赛	获得各级各类技能竞赛奖	全国性质	4	教务处	院部负责报送
		省域性质	3	教务处	
		市域性质	2	教务处	
		校域性质	1	教务处	
文体活动	文艺演出	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	学工负责报送
	体育竞赛	院部 1 分、校级 2 分、省市级 3 分	1-3	团委	体育部负责报送
	社会实践活动	实践报告	1	团委	学工负责报送
	专业协会	协会成员且参加活动	1	团委	
	集体活动	参加活动不少于 3 次（校级）	1	团委	
	美育活动（书画等）		1	团委	
	其他有关活动		1	团委	
技能训练	专业技能（等级）证书	高级 3 分、中级 2 分、其他 1 分	1	各院部	以证代考同类相关一门课程
	英语等级证书	高校能力 B 级及以上	1	教务处	
	计算机等级证书	国家一级、二级及以上	1	教务处	
创新创业	获得各级各类创业大赛奖	国家级/国家行业级	4	教务处	创业教育学院负责报送
		省部级/省部行业级 一、二、三等奖	3		
		校级创业大赛 一、二、三等奖	2		
	创业实践模拟	提交商业计划书 1 份（附：市场调查报告 3000 字以上）	1		
注：毕业生合格标准规定创新创业与素质拓展模块学分应达到 4 学分及以上，要求至少在 2 个项目获得学分。					

七、毕业标准

要求学生操行合格，且必须同时达到以下条件，方可获取相关专业毕业证书。

1.取得的总学分达到 153 学分及以上，其中，综合素质课程学分达到 48 学分；职业能力课程达到 72 学分及以上；专业综合实践课程学分不得少于 21 学分；专业融合课程达到 5 学分及以上；人文素质网络课程达到 7 学分及以上。

2.建议学生毕业前获得一种职业资格证书或职业技能等级证书，推荐学生选择网店运营推广职业技能等级证书、电子商务数据分析职业技能等级证书。

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业拥有一支年轻化、高素质、“双师型”的教师队伍。现有专任教师 30 名，平均年

龄 38 岁，其中具有高级职称教师 16 人，占 53%；博士、在读博士 6 人，博士后 1 人，占 23%；具有会计师、注册税务师、法律从业资格、经济师、营销师等职业资格证书的“双师型”教师 25 人，占 83%。专业教学团队学历结构合理、年龄结构合理、职称结构合理。市场营销专业教学团队 2012 年被评为省级优秀教学团队，市场营销专业群 2015 年被评为省级品牌专业群，市场营销专业被教育部评定为“高等职业教育创新发展行动计划（2015-2018）骨干专业”。

（二）教学设施

近几年来，学院在专业教学中加大了投入力度，先后建立了“市场营销综合实验室”“创新创业综合实训基地”等项目，购买了因纳特连锁加盟创业训练、市场调查教学模拟、市场营销模拟平台、市场营销沙盘演练、营销竞争策略物流沙盘、用友 ERP 沙盘等 18 套实训教学软件，实训条件优越；先后与沃尔玛公司、西门子家用电器公司、上海德邦物流股份有限公司、吉林邮政速递物流有限公司、东北亚医药物流集团、广东优速物流公司、韦思蔚来国际教育集团建立了稳定的校企合作关系，形成了集工学交替、订单培养、双证书教育三位一体，产学结合的人才培养模式。

（三）教学资源

1.教材图书

专业课在教材选用上力求做到实用性和可操作性、贴近工作实际、符合高职教育的特点。教材的组织形式和内容选取旨在推动高职市场营销课程改革，根据工作任务确定教学任务，注重学生校内学习与实际工作的一致性，实现教、学、做一体化，突出学生职业素质和能力的培养。

2.数字化（网络）资料

各课程组利用多媒体教学系统，制作图片丰富、形象生动的多媒体课件。

本专业共建成 14 门网络辅助教学课程，5 门在线开放课程，6 门微课，教师制作了丰富且优质的网络教学资源，注重内容的更新迭代，将最新研究成果以教学资源的形式在课程网站上予以发布，师生间可以进行网上教学交流，实现教学资源的有效共享。

（四）教学方法

教学方法和手段灵活多样。根据职业教育特点和规律，结合课程内容特点和教学目标，以学生为中心，根据学生特点，灵活采用基于工作过程的现场教学、案例教学、项目导向教学、探究式教学、任务驱动教学等教学方法；教学方法和手段符合“教、学、做” 合一的原则，提倡“理实一体化”教学。同时，建成数字化校园，搭建了信息服务平台 BB 系统，为专业教学提供网络服务。网络教学、线上自学、网上答疑等实现共享。

教学组织形式灵活多样。根据教学内容、特点、要求和目的，采取集中与分组相结合、校内与校外相结合、多媒体教室与一体化教室相结合、教学场所与实训场所相结合的等灵活多样的教学组织形式。

（五）教学评价

1.教学督导评价机构健全，从组织上保证教学督导、评价、考核等教学管理工作。全方位开展教学评价。既要评价教师的教学环节、学生的学习过程，又要评价教学条件、教学管理、专业建设。多渠道进行教学评价。要通过督导检查、随机检查、听评课、教学竞赛、教学考试、师生问卷、师生座谈、家长邮箱、网上调查、回访企业等多渠道进行全方位教学评价。

2.考核形式多样化。推广“知识+技能”的考查考试方式，根据考试科目和内容不同，科学确定考核形式，理论性知识和部分能力采用笔试形式考核。

（六）质量管理

建立健全质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。研究技能型人才的培养规律和教学管理规律，不断改进教学管理工作，提高教学管理水平；调动教师和学生教与学的积极性、主动性、创造性，建立动态稳定的教学秩序，保证教学工作的正常运行；研究并组织实施教学改革和教学基本建设；针对生源特点不同，研究建立充满生机与活力的教学运行机制，形成既规范又灵活的特色，保证教学质量。

九、继续专业学习深造建议

（一）继续专业学习的渠道

本专业毕业生继续学习、深造的渠道很多，不仅可以自学提升能力，还可以考本科、考研究生，进一步提升学历层次，主要有以下 3 种主要渠道：

1.报考普通本科高校成人教育学院的自考或函授形式继续学习深造；

2.通过“专升本”考试，直接进入本科高校继续学习深造；

3.毕业参加工作两年可以直接参加全国硕士研究生考试。

（二）更高层次教育的专业面向

本专业毕业生接受更高层次教育的专业面向主要有市场营销专业、营销与策划专业、工商管理专业、电子商务专业、网络营销专业等。

十、专业指导委员会名单

序号	姓名	职称	职务	工作单位
1	徐丽	教授	经济管理学院院长	长春金融高等专科学校
2	高同彪	教授	国际教育学院党总支书记	长春金融高等专科学校
3	李巍	教授	经济管理学院副院长	长春金融高等专科学校
4	赵旭	讲师	经济管理学院 市场营销教研室主任	长春金融高等专科学校
5	叶万军	教授	经济贸易学院院长	吉林工程技术师范学院
6	杨祚		人力资源部部长	长春韦思蔚来国际教育集团
7	薛冬婷		人力资源部经理	深圳沃尔玛百货零售有限公司长春前进广场店

执笔人：赵旭

审稿人：徐丽

子表 1：综合素质课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式（考试△）	课内教学			按学年分配									
						总学时	讲授	实践	第一学年				第二学年				第三学年	
									14 周		16 周		16 周		16 周		12 周	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
1	思想道德素质	050102	思想道德修养与法律基础	3	△	48	42	6	3*	—								
2		050101	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	△	64	54	10			4	—						
3		050103	形势与政策	1		32	32	0	2	7-10	2	9-12	2	11-14	2	13-16		
4		050104	大学生心理健康教育	2		32	16	16			2*	├						
5		050106	大学生心理健康教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—								
6		050107	德育教育实践	0.5		8	0	8			0.5*	—						
7	文化基础素质	040126	大学英语（一）	4	△	56	56	0	4	—								
8		040127	大学英语（二）	4	△	64	64	0			4	—						
9		040203	经济应用数学	4	△	56	56	0	4	—								
10		040303	应用文写作	3		48	48	0			4	1-12						
11		070101	体育（一）	1		14	4	10	2	┤								
12		070102	体育（二）	2		32	4	28			2	—						
13		070103	体育（三）	1		14	4	10					2	┤				
14		070104	体育（四）	2		32	4	28							2	—		
15		070201	军训与军事理论	1		16	6	10	1	1-2								
16		070202	军 训	2		14 天	0	14 天	14 天	┤								
17		050108	大学生安全教育实践	0.5		8	0	8	0.5*	—								
18		050109	大学生美育教育实践	0.5		8	0	8					0.5*	—				
19		050110	大学生劳育教育实践	0.5		1 周	0	1 周					1 周*	—				
20		050111	大学生劳动教育	1		16	16	0					1	—				
21	就业创业素质	080107	大学生职业生涯规划与就业指导	1		16	6	10							2	┤		
22		068119	创业基础	1		16	8	8	2	├								
23		080108	创业教育实践	0.5		8	0	8							0.5*	—		
24	专业融合	030204	计算机应用基础	4	△	64	28	36	4*	—								
25		030276	互联网技术与大数据应用	4	△	64	32	32			4	—						
总 计				48	—	764	480	284	21		20		3		4			

备注：周跨度记号：前半程 ┤　后半程 ├　贯穿 —　* 实践课单独排课

子表 2：人文素质网络课程模块及学分

序号	课程 子模块	必选课程（类型）	备选课程编号	选课要求	学分要求	推荐选修学期（1-4）
1	文明起源与历史演变		ZA1-ZA53	学生自选		2
2	人类思想与自我认知		ZB01-ZB40	学生自选		2
3	文学修养与艺术鉴赏	美育类	ZC01-ZC83	学生自选 至少 1 门	≥2	2
4	科学发现与技术革新		ZD01-ZD88	学生自选		3
5	经济活动与社会管理		ZE01-ZE63	学生自选		3
6	国学经典与文化传承		ZF01- ZF44	学生自选		3
7	通用能力		TA01-TF04	学生自选		1
8	创新创业	创新创业类	E01-E22	学生自选 至少 1 门	≥1	2
9	成长基础	大学生心理健康教育	C01	必选	1	1
			C02-C20	学生自选		4
		大学生安全教育(新版)(张国清等)	C13	必选	1	1
10	公共必修	军事理论类	G22、G24、G26	学生自选 至少 1 门	2	1
			G01-G26 其余课程	学生自选		4
合计					≥7	

子表 3：专业融合课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	课程学分	考核方式（考试△）	课内教学			按学年分配									
						总学时	讲授	实践	第一学年				第二学年				第三学年	
									14 周		16 周		16 周		16 周		12 周	
									周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
1	财经类	01RH10	金融职业道德	1		16	8	8			2	┤						
2		01RH11	货币防伪技术	1		16	4	12			2	├						
3		01RH08	证券发行与承销	1		16	4	12					2	┤				
4		01RH04	期货交易实务	1		16	4	12					2	├				
5		01RH06	外汇业务	1		16	6	10							2	┤		
6		01RH12	理财产品	1		16	8	8							2	├		
7		02RH01	财经法规与职业道德	1		16	16	0			2	┤						
8		02RH15	内部控制	1		16	16	0					2	┤				
9	管理类	06RH23	初创企业运营与管理	1		16	6	10							2	├		
10		06RH05	电子商务基础	1		16	8	8	2	├								
11		06RH07	公共关系与礼仪	1		16	10	6							2	├		
12		06RH11	企业管理	1		16	10	6							2	├		
13		067102	管理学基础	1		16	10	6			2	┤						
14		062101	市场营销	1		16	8	8							2	├		
15		06RH10	客户关系管理	1		16	10	6							2	┤		
16	信息类	03RH01	五笔字型录入技术	1		16	4	12	4	┤								
17		03RH02	现代网络技术	1		16	8	8			2	┤						
18		03RH03	Dreamweaver 个人主页制作	1		16	8	8					2	┤				
19		03RH04	PhotoShop 图像处理	1		16	8	8					2	├				
20	基础类	04RH02	运筹学(excel 操作)	1		16	6	10					2	┤				
21		04RH03	线性代数	1		16	8	8					2	├				
22		04RH04	概率论与数理统计	1		16	8	8					2	┤				
23		04RH05	硬笔书法	1		16	4	10							2	┤		
24		04RH06	欧美影视欣赏	1		16	8	8	2	├					2	├		
25		04RH07	实用英语 A 级辅导	1		16	8	8			2	┤	2	┤				
26		04RH08	大学英语四级辅导	1		16	6	10			2	├	2	├				
27		04RH09	专升本英语辅导	1		16	6	10									2	┤
28	1+X 证书培训类	X01011	健康财富规划职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
29		X01022	人身保险理赔职业技能等级证书(中级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
30		X02011	智能财税职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
31		X02021	智能估值数据采集与应用职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
32		X02031	财务共享服务职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
33		X02041	财务数字化应用职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
34		X02051	金税财务应用职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
35		X06012	物流管理职业技能等级证书(中级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
36		X06013	物流管理职业技能等级证书(高级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
37		X06022	网店运营推广职业技能等级证书(中级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
38		X03011	Web 前端开发职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
39		X03012	Web 前端开发职业技能等级证书(中级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
40		X03021	云计算开发与运维职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		
41		X03031	大数据分析与应用职业技能等级证书(初级)	2		32	16	16					16	—	16	—		

备注：

1. 至少选择三个子模块，所选课程总学分≥5 学分；
2. 周跨度记号：前半程 ┤　后半程 ├　贯穿 —
3. 1+X 证书培训类课程根据国家发布证书情况进行实时更新。

子表 4：职业能力课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	课程名称	专业核心课（■）	课程学分	考核方式（考试△）	课内教学			按学年分配教学周/学时									
							总学时	理论	实践	第一学年				第二学年				第三学年	
										14 周		16 周		16 周		16 周		12 周	
										周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度	周学时	跨度
1	职业能力通用课程	010601	金融学基础		2		28	14	14	2	—								
2		020108	基础会计		3	△	42	21	21	3	—								
3		062006	市场营销基础	■	3	△	42	30	12	3	—								
4		066106	商务礼仪		2		28	14	14	2	—								
5		067102	管理学基础		3	△	42	21	21	3	—								
6		020607	统计基础		3		48	24	24			3	—						
7		062007	商品学基础		2	△	32	20	12			4	┤						
8		062001	经济学基础		3	△	48	24	24			3	—						
9		067108	企业管理		3	△	48	24	24			3	—						
10		062008	电子商务基础		3		48	24	24					3	—				
11		061101	经济法		3	△	48	24	24					3	—				
12		062009	税收基础		3		48	24	24							3	—		
13	职业能力专门课程	062010	市场调查与分析	■	3		48	16	32					3	—				
14		062011	推销技术	■	3	△	48	16	32					3	—				
15		062115	商务谈判	■	3	△	48	16	32					3	—				
16		062012	客户服务与管理		2		32	12	20					4	├				
17		061903	广告实务		2		32	12	20							4	┤		
18		062004	供应链管理基础		2		32	12	20							4	┤		
19		062013	消费者行为分析	■	2	△	32	12	20							4	├		
20		062112	分销渠道管理		2	△	32	16	16							4	├		
21		061904	商务数据分析与应用		2		32	16	16							4	├		
22		062014	销售管理	■	3	△	48	16	32									4	—
23		062015	营销虚拟仿真实训		3		48	16	32			4	5-16						
24	职业能力拓展课程	062016	创业实务		3		48	24	24			3	—						
25		066103	公共关系		2		32	16	16					4	┤				
26		062116	网络营销		2	△	32	16	16							4	┤		
27		062017	新媒体营销实训		2		36	12	24									3	—
28		062114	营销策划实务	■	3	△	48	16	32									4	—
总计					72	/	1130	508	622	13		17		19		15		11	
备注：周跨度记号：前半程 ┤ 后半程 ├ 贯穿 —																			

子表 5：课程体系规划图

开课顺序	课程名称	专业核心课	市场营销技能大赛	创业策划大赛	沙盘模拟经营大赛	客户服务管理师	助理人力资源管理师	销售代表岗	销售主管岗	市场专员岗	市场主管岗
第一学年第1学期	{计算机应用基础}		●	●		●		●	●	●	●
	【基础会计】		●	●	●			●	●		
	【管理学基础】		●	●	●	●	●	●	●	●	●
	【市场营销基础】	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	【商务礼仪】		●	●		●	●	●	●	●	●
	【金融学基础】		●	●	●			●	●		
	〈市场营销认知〉		●					●	●	●	●
第一学年第2学期	【市场虚拟仿真实训】		●					●	●	●	●
	【经济学基础】		●	●	●			●	●		
	【商品学基础】		●					●	●	●	
	【创业实务】			●	●		●	●	●	●	●
	【统计基础】		●		●			●	●		
	【企业管理】		●	●	●	●	●	●	●	●	●
	〈市场营销沙盘实训〉				●			●	●	●	●
第二学年第1学期	【电子商务基础】					●		●	●	●	●
	【市场调查与分析】	●	●	●				●	●	●	●
	【商务谈判】	●		●		●		●	●		●
	【客户服务与管理】					●		●		●	
	【经济法】							●	●	●	
	【推销技术】	●	●		●		●	●	●		
	【公共关系】			●				●	●	●	●
	〈ERP 沙盘模拟实训〉			●	●			●	●		●
第二学年第2学期	【供应链管理基础】			●	●	●				●	
	【广告实务】			●					●		
	【消费者行为与心理学】	●	●	●	●					●	●
	【商务数据分析与应用】		●	●	●			●	●		
	【税收基础】		●	●	●			●	●		
	【分销渠道管理】							●	●	●	●
	〈营销师职业技能实训〉		●	●	●	●		●	●	●	●
第三学年第一学期	【新媒体营销实训】		●	●	●		●			●	●
	【销售管理】	●	●	●	●			●	●		
	【营销策划实务】	●	●	●		●				●	●
	〈创业沙盘实训〉		●	●	●			●	●	●	
第三学年第2学期	〈顶岗学习〉							●	●	●	●
	〈毕业论文/实习报告〉							●	●	●	●
合计	（35）门	（7）门	（22）门	（23）门	（19）门	（11）门	（7）门	（30）门	（30）门	（24）门	（21）门

子表 6：综合实践课程模块及学分

序号	课程子模块	课程代码	项目名称	课程学分	考核方式	实践学时	周数	学期
1	认知实习	06PS01	市场营销认知	1	实训报告	30	1	一
2	专业实习	06PS02	市场营销沙盘实训	1	实训报告	30	1	二
3		06PS03	ERP 沙盘模拟实训	1	实训报告	30	1	三
4		06PS04	营销师职业技能实训	1	实训报告	30	1	四
5	综合实习	06PS05	创业沙盘实训	6	实训报告	180	6	五
6	顶岗实习	080103	沃尔玛零售岗位实习	4	实习鉴定	390	13	六
7	毕业论文（或实习报告）	080104	毕业论文/实习报告	3	论文或实习报告	120	4	六
8	创新创业	080105	创新创业与素质拓展	4	/	/	/	/
总计				≥21	/	≥810	≥27	/