

《市场营销》专业人才培养方案

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

中、高职学历教育修业年限以3年为主，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）、互联网营销师（4-01-02-07）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管等
职业类证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、科学素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创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、零售和商务服务行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

本专业学生应在系统学习专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握职业岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
2. 能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握信息安全、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论、中华优秀传统文化、外语（英语等）等文化基础知

识，具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语（英语等）并结合本专业加以运用；

（二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论、大学语文、高等数学和中华优秀传统文化等文化基础知识；

2. 掌握经济管理、市场营销、财务管理、商业经济、商品学、统计学等专业基础理论知识；

3. 掌握数字营销、消费者行为分析、服务营销、销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通等专业知识；

（三）能力

1. 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等用户画像的能力；

2. 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标等项目销售的能力；

3. 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用等数字营销的能力；

4. 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等品牌策划的能力；

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、智能客服应用场景设计及开发等智能客户服务的能力；

6. 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用等商务数据分析的能力；

7. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握市场营销领域数字化技能；

8. 具有探究学习、终身学习能力和可持续发展能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，具备一定的创新创业能力；

9. 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

10. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

11. 培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民，珍惜劳动成果，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

七、 课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

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、红色文化、形势与政策、心理健康教育、体育与健康、军事理论与军训、劳动教育、入学教育、毕业教育等列为公

共必修课程。

将职业发展与就业指导、大学英语、经济应用数学、计算机应有基础、国防安全教育、硬笔书法等列为公共选修课程。

2. 专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实训等有关实践性教学环节。具体包括：

(1) 专业基础课程

经济学基础、管理学基础、商业经济基础、商品学基础、大数据财务管理基础、市场营销基础、统计基础、中华商业文化、会计学基础等。

(2) 专业核心课程

数字营销、消费者行为分析、服务营销、销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
----	--------	----------	-----------

1	数字营销	<ul style="list-style-type: none"> ① 数字营销策划。 ② 数字广告营销。 ③ 数字互动营销。 ④ 数字营销效果分析和优化 	<ul style="list-style-type: none"> ①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。 ② 认知数字营销岗位。 ③ 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。 ④ 掌握数字营销策划的方法和技术技能。 ⑤ 掌握数字广告营销的方法和技术技能。 ⑥ 掌握数字互动营销的方法和技术技能。 ⑦ 掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术
2	消费者行为分析	<ul style="list-style-type: none"> ① 竞争调研。 ② 行业调研。 ③ 用户调研。 ④ 产品调研。 ⑤ 用户行为分析 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握竞争调研的方法和技术技能。 ② 掌握行业调研的方法和技术技能。 ③ 掌握用户调研的方法和技术技能。 ④ 掌握产品调研的方法和技术技能。 ⑤ 掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为分析、用户画像解读等方法和技术技能
3	服务营销	<ul style="list-style-type: none"> ① 了解顾客需求。 ② 建立顾客关系。 ③ 服务创新与设计。 ④ 服务场景搭建。 ⑤ 服务补救 	<ul style="list-style-type: none"> ① 了解服务营销的理念。 ② 理解顾客服务期望。 ③ 掌握顾客关系建立的策略。 ④ 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 ⑤ 了解服务标准的定义。 ⑥ 掌握服务补救等方法和技术技能

4	销售与管理	<ul style="list-style-type: none"> ① 客户拜访。 ② 产品方案设计与演示。 ③ 商务洽谈。 ④ 项目招投标。 ⑤ 销售管理 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握销售计划制定的方法和技术技能。 ② 掌握客户开发的方法和技术技能。 ③ 掌握客户拜访的方法和技术技能。 ④ 掌握产品方案设计与演示的方法和技术技能。 ⑤ 掌握商务洽谈的方法和技术技能。 ⑥ 掌握项目招投标的方法和技术技能。 ⑦ 掌握销售团队管理的方法和技术技能。 ⑧ 掌握销售渠道管理的方法和技术技能
5	品牌策划与推广	<ul style="list-style-type: none"> ① 品牌调研与分析。 ② 品牌定位与设计。 ③ 品牌传播与推广 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握品牌现状分析的方法和技术技能。 ② 掌握品牌定位的方法和技术技能。 ③ 掌握品牌人格化的方法和技术技能。 ④ 掌握品牌命名的方法和技术技能。 ⑤ 掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。 ⑥ 掌握品牌故事写作的方法和技术技能。 ⑦ 掌握品牌 Logo 设计的方法和技术技能。 ⑧ 掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。 ⑨ 掌握品牌感官设计的方法和技术技能。 ⑩ 掌握品牌推广的方法和技术技能。

6	智能客户服务实务	<ul style="list-style-type: none"> ① 售前售中售后服务管理体系建设。 ② 客服团队组建。 ③ 监控客户投诉并处理危机事件。 ④ 智能客服应用场景设计及开发 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。 ② 掌握客服团队组建的方法和技术技能。 ③ 掌握监控客户投诉并处理危机事件的方法和技术技能。 ④ 掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能 ⑤ 掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。
7	商务数据分析与应用	<ul style="list-style-type: none"> ① 商务数据收集。 ② 商务数据处理。 ③ 商务数据分析。 ④ 商务数据可视化 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握商务数据分析思路的方法和技术技能。 ② 掌握商务数据收集的方法和技术技能。 ③ 掌握商务数据处理的方法和技术技能。 ④ 掌握商务数据分析的方法和技术技能。 ⑤ 掌握商务数据可视化的方法和技术技能
8	商务礼仪与沟通	<ul style="list-style-type: none"> ① 职业形象礼仪。 ② 商务交往礼仪。 ③ 人际沟通礼仪。 ④ 会务宴请礼仪 	<ul style="list-style-type: none"> ① 掌握仪容礼仪、仪表礼仪、仪态礼仪等职业形象的礼仪。 ② 掌握见面、介绍、握手、名片、送行等商务交往的礼仪。 ③ 掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的礼仪。

(3) 专业拓展课程

商务文案策划与撰写、短视频策划与制作、直播营销、社群营销、渠道管理等。

3. 实践性教学环节

主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践等。在校内外进行销售业务、市场营销、商务礼仪与沟通、数字营销等实训。校外主要在批发、零售及商务服务等行业中符合条件的企事业单位，特别是商业企业或制造企业进行市场策划、市场推广、销售业务、客户服务岗位实习。

（二）学时安排

总学时为 3184 学时，总学分为 176 分，其中，公共基础课占总学时（学分）的 26.51%。实践性教学占总学时（学分）的 50.12%，其中，岗位实习累计时间为 6 个月（根据实际集中或分阶段安排实习时间）。选修课程的学时 982 学时，累计占总学时的 30.84%。

八、保障措施

（一）师资队伍

经过多年建设，形成了一支整体素质较高和知识结构合理的师资队伍。现有教师 10 人，其中教授 1 人、副教授 3 人、讲师 4 人、助教 2 人，其中双师型教师 8 名占教师比例 80%，有企业经验的教师 4 名占教师比例 40%。教师队伍知识结构合理、专业范围较广，体现学科交叉、专业互补，是一支科研水平高、热爱教学事业、团结奉献、充满活力并具有创新精神的教学与科研团队。主讲教师长期工作在教学、科研第一线，教学经验丰富，学术水平较

高，具有丰富的专业实践知识，能够满足人才培养对师资的需求。教学与科研的互动，将为该专业不断的创新改革和提高教学水平提供了强有力的保证。

(二) 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

(三) 教学资源

本校现有图书 500000 余册，其中与该专业相关图书资料 5 万余册，期刊十余种，供师生借阅；已开通电子图书，多种在线远程课程，能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

有健全的教材选用制度，拟组织编写校本教材，开发教学资源。具备了满足课程教学、实习实训所需的专业教室。

(四) 教学方法

正在组建符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。大力普及课程思政教学、项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式；广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法；推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式；坚持学中做、做中学，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

（五）教学评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，实现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，采取观摩、口试、笔试、表演、操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

（六）质量管理

建立健全校、院两级的教学质量保障体系。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，统筹管理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。

九、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

十、课程设置及学时安排

1. 教学进程总体安排

课程设置与教学进程时间分配表

课程类别	课程编码	课程名称	考核形式	考核方式	总学时	学分			学时分配		开课学期及时数							
						必修	选修	合计	理论授课	实验实训实习	第一学年		第二学年		第三学年			
											一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	德育类课程	101	思想道德与法治	试	笔	48	3		3	36	12		48					
		102	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	试	笔	42	2		2	32	10			42				
		103	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	试	笔	42	3		3	32	10	42						
		104	红色文化	查	笔	14	1		1	10	4			14				
		105	形势与政策	查	笔	6	1		1	6			6					
		109	职业规划\就业指导	查	笔	36	2		2	28	8	18				18		
		1010	军训与军事理论	查	笔	36		2	2	36		36						
		1011	创新创业基础	查	笔	36	2		2	36				36				
		1012	形势与政策\红色文化	查	笔	18	1		1	18				18				
	文化类课程	2001	高职应用英语	查	笔	128	6		6	128		64	64					
		2002	计算机应用基础	查	实	72		4	4		72	36	36					
	体育、心理、文化素养课程		入学教育	查		16	1		1	8	8	16						
		3003	高等数学	试	笔	108		6	6	108		72	36					
		3004	体育与健康	查	过+实	72	4		4	36	36	36	36					
		3005	心理健康教育	查	过+笔	36	2		2	36		36						
		3006	安全教育	查	过	36	2		2	36								
		3007	劳动教育	查	实	30	1	1	2		30							
		3008	大学语文	试	笔	36		2	2	36			36					
		3009	硬笔书法	查	笔	36		2	2		36							
		毕业教育	查	笔	16		1	1	8	8							16	
公共基础课程合计							864	31	18	49	630	234	356	262	110	18	0	16
公共基础课程平均周学时													19	14	6	1	0	1

实践课程	实训基地实训	4882	销售业务实训	1周	实	24	1		1		24			1周				
		4883	商务沟通与礼仪实训	1周	实	24	1		1		24				1周			
		4884	数字营销实训	1周	实	24		1	1		24		1周					
		校内、外实训基地实训小计			6周		96	3	1	4	0	96		1周	1周	1周		
	社会实践、毕业设计（论文）	4981	军训、入学教育	2周	实	48	2		2		48	2周						
		4982	岗位实习	23周	实	552	23		23		552						4周	19
		4983	毕业论文	4周	实	96	4		4		96						4周	
社会实践小计			29周		696	29	0	29	0	696	3周					8周	19	
专业实践课程合计			35周		792	32	1	33	0	792	3周	1周	1周	1周	1周	8周	19	
职业技能证书	1+X证书、专业技能证书		计算机等级证（2级）	必考			2		2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			英语等级证（3级）	选考				2	2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			普通话（二乙）	必考			2		2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			驾照（C）	必考			2		2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
证书合计					0	6	2	8	0	0								
学时、学分总计					3184	119	57	176	1588	1596	490	468	470	486	360	1		
平均周学时											27	26	26	27	20	1		

2. 总教学时间分配（周数）

学年	学期	总周数	教 学	军事训练	节假日	寒暑假

							(入学教育)		
			教学周数	课堂教学	集中实践教学	考试(复习)			
一	一	40	20	14	1	2	2	1	4
	二		20	16	1	2		1	8
二	三	40	20	16	1	2		1	4
	四		20	16	1	2		1	8
三	五	40	20	8	8	2		1	4
	六		20	0	19			1	
合计		120	120	69	33	10	2	6	28

3. 课程性质与结构比例

课程性质	总学时				总学分			
	理论教学课时	实践教学课时	合计	占课内学时比例	必修	选修	合计	选修课占总学分比例
公共基础课	630	234	864	26.51%	31	18	49	13.63%
专业(技术)课	978	570	1548	48.62%	56	30	72	17.05%

集中实践环节	0	792	792	24.87%	32	1	33	0.57%
考证	0	0	0	0%	6	2	8	1.14%
合计	1588	1596	3184	100%	119	57	176	32.38%
理论、实践比例	49.66%	50.34%	100%	必修、选修比例	70.99%	29.01%	100%	

4. 教学进程（各专业统一）

学 年	学 期	周 次																		假 期 (寒假4周, 暑假8周)		
		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七	十八		十九	二十
一	一	☆	☆	□	□	X	□	□	□	□	√	√	□	□	□	□	□	□	□	□	※	X
	二	□	□	□	□	□	□	□	□	○	○	X	□	□	□	□	√	□	※			≈
二	三	□	□	□	□	X	□	□	□	○	○	□	□	□	√	□	□	□	○	□	※	X
	四	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	X	□	□	√	√	√	□	※			≈
三	五	□	□	□	□	X	√	√	√	√	□	※	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	X
	六	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◎			

符号：☆--军训与入学教育 □--理论教学 ○--课程设计 ≈--社会实践
 √--实验与实训 R--认识实习 Δ--期末复习 ※--考试 X--假期
 S--生产实习 ◇--毕业实习 ◆--毕业设计 ◎--毕业鉴定

