2019级市场营销专业人才培养方案（修订版）

# 一、 专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

# 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者。

# 基本修业年限

1. 基本学制：3年

2. 修业年限：在校学习年限不少于2年，累计修业年限不超过5年（含休学）

# 四、职业面向

本专业职业面向如表1所示。

**表1 本专业职业面向**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类  （代码） | 对应  行业  （代码） | 主要职业类别  （代码） | 主要岗位群或技术领域举例 |
| 工商管理类（5306） | 市场营销类（530605） | 批发业、零售业（51、52） | 营销员（4-01-02-01）；  商品营业员（4-01-02-03）；  摊商（4-02-02-05）；  市场营销专业人员（2-06-07-02）；  互联网营销师（4-01-02-07）； | 销售代表；  销售经理；  区域销售经理；  卖场经理；  小微商业企业创业者；  市场主管；  市场经理；  市场调研专员；  直播销售员 |

# 培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、企业促销策划与执行、新媒体营销等工作的高素质技术技能人才。

# 培养规格

## 本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

## （一）素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，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，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1-2项运动技能，养成良好的健康和卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1-2项艺术特长或爱好。

## （二）知识

（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和现代市场规则等相关知识；

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（5）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（6）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；

（7）掌握现代市场营销的新知识、新技术。

## （三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

（3）能够与客户进行有效沟通；

（4）能够对客群和竞争者进行有效沟通；

（5）能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

（6）能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

（7）能够组织实施推销与商业谈判；

（8）能够对客户关系和销售进行日常管理；

（9）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（10）具备数据意识和商务数据分析应用能力；

（11）具备商务礼仪规范应用能力；

（12）具备一定的创新创业能力。

# 课程设置及学时安排

## （一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程（综合素质）和专业课程。

1.公共基础课程（综合素质）

根据党和国家有关文件规定，本专业公共基础（综合素质）必修课为：思想政治理论课、形势与政策、劳动教育、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、职业发展与就业指导、大学生心理健康教育、应用文写作、实用英语、计算机应用基础；公共基础（综合素质）选修课为：大学生职业生涯规划、创新创业教育、应用数学、普通话口语表达和网络通识类课程。

2.专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。

1. 专业基础课程。

本专业的专业基础课程为8门，包括：经济学基础、企业管理、商品学基础、商务沟通与礼仪、统计学基础、商务数据分析与应用、客户服务与管理、经济法实务。

1. 专业核心课程。

本专业的专业核心课程为7门，包括：市场营销原理与实务、推销技术、新媒体营销、品牌推广、市场调查与分析、新零售管理实务、网络营销。

1. 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：Photoshop应用、演讲与口才、数字营销、直播电商、商用车销售服务与呼叫中心客户服务技巧（二选一）。

3.专业核心课程主要教学内容

本专业核心课程主要教学内容如表2所示。

**表2 专业核心课程主要教学内容**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 专业核心课程名称 | 主要教学内容 |
| 1 | 市场营销原理与实务 | 营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等 |
| 2 | 推销技术 | 潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作 |
| 3 | 新媒体营销 | 课程内容主要包括微博营销、微信营销、社群运营、短视频营销，新媒体图片处理、新媒体文字处理、新媒体短视频处理等 |
| 4 | 品牌推广 | 品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作 |
| 5 | 市场调查与分析 | 调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作 |
| 6 | 新零售管理实务 | 理念革新、渠道构建、商品管理与创新、深度营销、数据化运营、体验建设、重构会员系统 |
| 7 | 网络营销 | 网络营销的理论基础、网络营销工具体系、内容营销基础、网络广告基础、社会化网络营销基础、生态型网络营销模式、资源合作及分享式营销、网络营销实践应用、网络营销管理基础 |

4.实践性教学环节

本专业实践性教学环节包括：实验、实训、实习、毕业设计（论文）和社会实践等，按照《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校市场营销专业顶岗实习标准》，在校内外进行新媒体营销综合实训、数字营销综合实训、市场营销电子沙盘、企业V营等综合实训和在市场营销行业或企业的实习。

5.相关要求

本专业总学时为2876学时，每18学时计1学分。公共基础课程（综合素质）学时占总学时的29%。实践性教学学时占总学时的53%，其中，顶岗实习累计时间一般为6个月，根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课课程学时占总学时的10%。

# 八、教学基本条件

## （一）师资队伍

1.队伍结构

2021级市场营销专业学生数预计为100人，本专业专任教师10名，比例约为10:1、双师素质教师比例为80%，其中副教授职称2名，讲师7名，助教2名，中级实验师1名，年龄老中青三代，形成合理的梯队结构。

2.专任教师

本专业专任教师均具有高校教师资格;有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历;具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力;具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究;有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3.专业带头人

本专业带头人具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强,组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4.兼职教师

本专业兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、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

本专业的学生教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入和Wi-Fi环境，有完备的网络安全防护措施；安装应急照明装置，紧急疏散的标志明显，学生逃生通过畅通无阻。

2.校内实训室

（1）商务沟通与礼仪实训室

本专业商务沟通与礼仪实训室营造了职场沟通与形体礼仪构造的氛围，配备了多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1~6人/台)、路由器、常用办公软件、谈判工位、交换机、服务器、无线路由器、可以支持本专业核心课程教学以及商务谈判、职业礼仪认知实训、单项技能实训、综合实训。

1. 市场营销沙盘模拟综合实训室

本专业市场营销沙盘综合模拟实训室，配备了多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1~6人/台)、路由器、常用办公软件、谈判工位、交换机、服务器、无线路由器、以及ITMC市场营销沙盘模拟软件，可以支持本专业市场营销技能竞赛，可以帮助学生建立市场分析、营销策划、产品销售、财务分析等综合营销能力的实训。

1. 新媒体营销实训室

本专业市场营销沙盘综合模拟实训室，配备了多媒体设备、投影设备、白板、

计算机(1~6人/台)、路由器、常用办公软件、谈判工位、交换机、服务器、无线路由器、以及奥派新媒体营销平台实训软件，可以支持本专业学生进行新媒体文案创作、多媒体技术处理、新媒体营销策划、新媒体渠道推广等能力的实训。

1. 校外实训基地

本专业具有稳定的校外实训基地;能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

1. 学生实习基地.

本专业具有稳定的校外实习基地;能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习;能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理;有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.劳动实训基地

学校与罗汉山村共建劳动实训基地，可供市100人/次前往进行劳动实训。主要服务当地农产品线上销售，同时提升学生劳动精神。

6.信息化教学方面

本专业具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件;鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

## （三）教学资源

1.教材选用

本专业严格按照教育部《职业院校教材管理办法》和学院《教材管理办法(修订)》（徽院教〔2021〕5号）等文件的规定，经规范程序择优选用教材。

2.图书文献配备

本专业的图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等，能够满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需求,方便师生查询、借阅。

3.数字教学资源配备

配备有与专业相关的音视频素材、教学课件、数字教材、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，并实时动态更新，能够满足专业教学的要求。

# 九、质量保障

（1）学院和系部已建立内部质量保证体系诊断与改进机制，有健全的专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（2）学院和系部已建立完善的教学管理机制，加强日常教学组织和管理，定期开展课程建设水平和内部质量保证体系诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（3）学院已建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并针对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标的达成情况。

（4）专业教研组织能够充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

# 十、毕业要求

1.修完教学计划规定的各教学和实践活动等环节并取得相应学分，专业修业最低学时为2876学时，专业修业最低学分为146.5。

2.获得计算机水平考试一级及以上证书或普通话二级乙等及以上证书。

3.获得与本专业相关的1+X证书一个及以上。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 证书名称 | 等级 | 鉴定企业 |
| 1 | 商用车销售服务 | 中级 | 中德诺浩（北京）教育科技股份有限公司 |
| 2 | 呼叫中心客户服务与管理 | 中级 | 北京华唐中科科技集团有限公司 |
| 3 | 数字营销 | 中级 | 中教畅享（北京）科技有限公司 |
| 4 | 直播电商 | 中级 | 南京奥派信息产业股份公司 |

# 十一、教学计划进程表（见附件）