

市场营销专业 2019 级人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称

市场营销

(二) 专业代码

630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有相同学历者。

三、修业时间

基本学制 3 年，实行学分弹性学制，在校学习时间不少于 2 年（修满学分），最长修业年限为 6 年。

四、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	职业资格证书和技能等级证书
财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	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）	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	营销员、高级营销员、助理营销师、营销师、高级营销师

五、培养目标与规格

(一) 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、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 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、职业生涯规划的意识，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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，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。

2. 知识

(1) 公关基础知识

掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

掌握运动生理常识和科学锻炼身体的方法，掌握卫生保健和心理疏导的相关知识；

掌握高等数学、英语、计算机应用等公共基础知识；

掌握创新创业等基本理论、方法。

(2) 专业知识

掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

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；

掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(1) 通用能力

具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

（2）专业能力

能够与客户进行有效沟通；

能够对客群和竞争者进行分析；

能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

能够组织实施推销和商业谈判；

能够对客户关系和销售进行日常管理；

能够为小微企业企业进行营销活动策划并组织实施；

具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

具备数据意识和商务数据分析应用能力；

具备商务礼仪规范应用能力；

具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

（一）课程设置

1. 公共基础课

本专业开设公共基础课有毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、军事理论、大学生心理健康教育、体育、创新创业、大学生职业发展与就业指导、计算机应用基础、艺术鉴赏、中华优秀传统文化、大学英语、大学语文等。

2. 专业（技能）课程

（1）专业基础课程

专业基础课程设置 8 门，包括管理学、经济法、会计学基础、市场营销、PS 图像处理、消费者行为学、电子商务概论、经济学基础。

（2）专业核心课程

专业核心课程设置 6 门，包括推销理论与技巧、网络营销、营销调研与预测、客户关系管理、商务谈判、新媒体营销。

（3）专业拓展课程

专业拓展课程设置 4 门，包括国际贸易实务、网页设计与制作、商务礼仪、演讲与口才。

（二）课程目标、主要教学内容和要求

1. 公共基础课课程目标、主要教学内容和要求

序号	公共基础课程	课程目标	主要教学内容和要求
1	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理,形成科学的“三观”,坚定走中国特色社会主义道路的理想信念,增强全面建成小康社会,加快推进社会主义现代化进程的自觉性和坚定性。	<p>教学内容:中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程,毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系等相关内容。</p> <p>教学要求:系统了解、认识、掌握毛泽东思想的形成发展、主要内容、历史地位和指导意义;邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位;习近平新时代中国特色社会主义思想形成的社会历史条件(新时代)、主要内容及其历史地位等。</p>
2	思想道德修养与法律基础	帮助和指导大学生解决有关人生、理想、道德、法律等方面的理论问题和实际问题,增强识别和抵制错误思想、行为侵蚀的能力,确立远大的生活目标,培养高尚的思想道德情操,增强社会主义法制观念和法律知识。	<p>教学内容:以社会主义核心价值观为主线,开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育。</p> <p>教学要求:系统了解、认识、掌握正确的人生观以及辩证地对待人生矛盾;理想信念的内涵及重要性;爱国主义及其时代内涵,弘扬中国精神;社会主义核心价值观的基本内容及其践行;社会主义道德的核心和原则;社会主义法律的本质特征、运行、体系,建设社会主义法治体系的重要意义、主要内容,法治思维及其内涵等。</p>
3	形势与政策	让学生感知世情国情党情,形成正确的“三观”;引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想,增强实现“中国梦”的信心信念和历史责任感以及国家大局观念;全面拓展学生能力,提高其综合素质。	<p>紧紧围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这个首要任务,围绕全面从严治党、我国经济社会发展、港澳台工作、国际形势与政策四个主题,结合当前形势以及我校实际和大学生成长特点确定6-8个专题,着重介绍当前国内外经济形势、国际关系以及国内外热点事件;采用专题式教学方式,力求达到知识传递与思想深化的双重效果。</p>
4	心理健康教育	普及心理健康知识,增强大学生的心理调适能力,帮助大学生解决身心发展过程中的心理问题,提高大学生的心理健康水平和综合素质,促进大学生健康成长,全面发展。通过防治心理疾病、完善心理调节,最终促进心理发展。	<p>教学内容:大学生心理健康概述、大学生的自我意识、人格、生涯规划及能力发展、学习心理、情绪管理、人际交往、性及恋爱心理、学生压力管理及挫折应对、生命教育与心理危机应对等方面。</p> <p>教学要求:大学生树立心理健康意识,优化心理品质,增强心理调适能力和社会生活的适应能力,预防和缓解心理问题。能够处理好环境适应、自我管理、学习成才、人际交往、交友恋爱、求职择业、人格发展和情绪调节等方面的困惑,提高健</p>

			康水平，促进大学生全面素质的提高。
5	体育	培养体育正确认识；培养学生参与锻炼的积极性；实现体育运动的知识目标；实现体育运动技能目标；实现体育运动的身心健康目标。	<p>教学内容：普修课以武术、身体素质和体育生理卫生保健知识为主；选项课由学生自主选择一项体育项目。</p> <p>教学要求：初步掌握科学锻炼身体的方法；较熟练的掌握两项以上健身运动的基本方法和技能，掌握常见运动创伤的处置方法；增强健身意识，培养自觉锻炼身体习惯；注重社会公德，达到“国家体质健康标准”。</p>
6	军事理论	通过军事理论课教学，使大学生了解当前国际军事斗争形势，掌握军事基础知识和基本军事技能，达到增强国防观念、国防安全意识和忧患危机意识，强化爱国主义、集体主义观念，传承红色基因，加强组织纪律，促进大学生综合素质的提高，为建设强大的国防后备力量服务。	<p>教学内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等五部分。</p> <p>教学要求：培养国防意识，树立正确的国防观，理解习近平强军思想的科学含义和内容，了解战争的内涵和发展历程和信息化装备发展情况，激发大学生爱国热情，积极履行国防义务，增强民族自豪感和自信心。</p>
7	计算机应用基础	通过本课程的学习使学生具有一定的计算机初步知识，了解计算机系统的基本组成；掌握 Windows 操作系统的基本使用方法和应用；理解办公自动化的内涵和意义，掌握 Office 办公软件的常用功能的操作；掌握一定的网络和国际互联网 Internet 的基本操作。	<p>教学内容：计算机基础知识、计算机系统及网络信息安全、Windows7 操作系统应用、Word2010 文字处理、Excel2010 电子表格、PowerPoint2010 幻灯片演示文稿和计算机网络技术及应用。</p> <p>教学要求：学生通过学习计算机应用基础这门课程能在实际应用中熟练操作 Windows 操作系统，应用办公软件进行 Word 文字排版、Excel 数据处理和 Powerpoint 演示文档制作，并能进行网络的常规操作。</p>
8	创新创业	通过课程教学，使学生掌握开展创业活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，激发学生的创业意识和企业家精神，提高学生的社会责任感、创业精神和创业能力，促进学生创业、就业和全面发展。	<p>教学内容：创新思维方式及培养；创新意识与创新能力；初识创业；创业准备；创业项目选择与商业模式的开发；创业机会与创业风险；制定创业计划；新企业的设立；企业的创新与成长。</p> <p>教学要求：坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生的积极性、主动性和创造性。</p>
9	职业发展与就业指导	通过课程教学，激发大学生职业发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学	<p>教学内容：建立生涯与职业意识；职业发展规划，包括认识自我，了解职业，了解环境，职业发展决策；提高就业能力。</p>

		生理性地规划自身未来发展，并努力在学习过程中自觉提高就业能力和生涯管理能力。	教学要求：意识到确立发展目标的重要性，逐步确立长远而稳定的发展目标；了解自我，了解职业，学习决策方法，形成初步的职业发展规划；了解具体的职业要求，有针对性地提高自身素质和职业需要的技能，以胜任未来工作。
10	艺术鉴赏	本课程是针对非艺术专业学生的审美通识教育，通过学习使学生了解艺术与其他学科之间的联系，深化对艺术内涵的感知与体验，以提升学生人文素养，树立正确的审美观念和健康的审美情趣。	艺术的本质、艺术鉴赏的性质与特征、审美活动的一般规律、艺术的社会功能、中外美术作品赏析、中外音乐作品赏析等。以美术与音乐欣赏知识模块为教学媒介，侧重于将艺术作为一种文化来传授，帮助学生体验审美的过程，掌握审美的方法，使之对艺术作品有一定的鉴赏和判断的能力，并能给予一定水准的评价。
11	大学英语	本课程以培养学生的英语应用能力为重点，通过训练听、说、读、写、译等语言基本技能，增强职业英语交流及跨文化交际能力，提高综合文化素养，使学生在日常交际、专业学习及职业岗位等不同领域或语境中能够运用英语进行有效交流。	教学内容：英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际，分为通用英语与专业英语教学两部分。 教学要求：掌握 3500 左右常见及专业英语词汇；能就日常及与未来职业相关话题进行有效口语交流；借助工具书能阅读中等难度的英文资料，并做到达意通顺的翻译；能书写一般性应用文，表达准确，语义连贯。
12	大学语文	通过对中外各类名家、名作的阅读、思考、理解，提高学生的文学鉴赏水平和综合分析能力；通过各种文化知识的拓展阅读，丰富学生的精神世界，开阔文化视野；通过各类综合训练，提高学生的语言应用能力。	教学内容：包括语言知识、文学知识、课文阅读分析和写作练习四大部分。与教材相适应，课文阅读分析的教学为重点。 教学要求：通过对中外各类名家、名作的阅读、思考、理解，提高学生的文学鉴赏水平和综合分析能力；通过各种文化知识的拓展阅读，丰富学生的精神世界，开阔文化视野；通过各类综合训练，提高学生的语言应用能力。
13	中华优秀传统文化	本课程从哲学思想、科教制度、民俗民风、传统美德四个方面入手，既全面讲授中国文化发展脉络，也突出中华优秀传统文化的特色，要求学生传承弘扬传统文化基本精神，了解中华民族的历史传统、文化积淀，坚定文化自信。	教学内容：中国传统文化概述、文化形成发展条件、传统文化基本精神、传统美德与家国情怀内涵、诸子百家思想精华、民俗地方特点和科教制度发展等。 教学要求：学生运用新时代中国特色社会主义思想解读家国情怀和传统美德内涵，系统把握中国哲学思想演变线索，从文化视野分析现实问题，提高文化素养，提升爱国情怀。
14	书法	本课程其性质属于艺术门类的知识课，同时，又有工具课的特点。作为知识课，	教学内容：了解书法艺术的性质、特点；了解书法历史概况；了解主要书体的艺术特点和书写技法；掌握书法美学的

		其教学目的是通过该课的学习,使学生了解书法艺术的性质、特点;了解书法历史概况;了解主要书体的艺术特点和书写技法;掌握书法美学的基础理论,鉴赏书法作品的一般原则和方法,以培养感受书法美的敏感,提高书法审美水平。	基础理论,鉴赏书法作品的一般原则和方法。以培养感受书法美的敏感,提高书法审美水平。 教学要求:本课程授课内容以讲授为主,讲练结合,教学中多结合例字、书法作品,及辅助性挂图展开,可播放一定视频课件。
--	--	--	---

2. 专业基础课课程目标、主要教学内容和要求

序号	专业基础课程	课程目标	主要教学内容和要求
1	管理学	本课程的知识目标在于向学生传授管理学的基本思想、基本理论、基本职能和基本方法,为后续专业学习打下良好基础;能力目标在于培养学生运用管理思维,分析管理问题、解决管理问题的能力;素质目标在于提升学生以管理为核心的综合素养。	教学内容:管理理论的产生和发展、现代管理的一般原理与原则、管理过程及相应职能、管理者及其行为、管理方法的选择与运用 教学要求:通过对本课程的学习,学生应具备一定的环境分析、组织设计、沟通协调等能力,并运用管理学知识提高其实际管理工作水平。
2	经济法	通过本课程的学习,使学生初步掌握经济法的基本原理和主要内容,加强对我国现行的主要经济法律、法规的认识和理解;增强法治观念并使其具有运用所学的法律知识观察、分析、处理有关经济法问题的能力。	教学内容:课程阐述了经济法的基础知识,介绍了经济法的概念以及经济法律体系,在此基础上介绍了相关经济法律规范。 教学要求:要求学生做学结合、边学边做,以培养学生胜任经济法律业务操作的职业能力,提高学生分析和解决经济法律问题的实际操作能力,适应该岗位实际运用需要,
3	会计学基础	本课程全面、系统地阐述了会计的基本理论、会计核算的基本经济业务、会计核算的基本方法和基本技能,主要涉到会计概念、账户、复式记账法、会计凭证、账簿的分类、账务处理程序、财产清查、财务会计报告、会计工作的组织及会计电算化基本技能等内容。	教学内容:本课程的任务使学生能够比较系统地全面地掌握会计的基本理论、基本方法和基本技能,使学生能够运用所学知识进行中小企业的会计核算与账务处理。 教学要求:本课程为学习理解并应用其他相关专业主干课程做好铺垫。

4	市场营销	<p>让学生掌握市场营销学理论的基本内容及掌握市场分析的基本原理与方法,根据具体任务和条件从事企业营销问题的调查研究,在定性分析的同时做好定量分析,适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要,解决企业营销中发生的问题。</p>	<p>教学内容:主要讲授市场营销学的产生与发展、市场营销学的哲学及其贯彻、市场营销战略规划、市场营销环境、市场购买行为、市场营销调研与预测、目标市场营销等。</p> <p>教学要求:要求学生将对将要就业的行业企业进行市场调研,形成感性认识,学会企业营销策略分析,赏析成功的营销策划方案,模拟演练商品推介,训练销售沟通技巧,学会分析设计小的促销活动,懂得建立渠道优势。</p>
5	PS 图像处理	<p>通过本课程的学习,培养学生平面设计能力,使学生具备一定的平面设计、策划等平面设计人员所必需的基础知识及相关的基本职业能力,培养学生初步具备专业开发过程中需要的基本职业能力,并为后续专业课程的学习作前期准备。</p>	<p>教学内容:使学生了解和掌握图像处理软件 Photoshop 工具的基本操作技能。目的是让学生理解图像色彩原理,掌握图像处理的知识和技术,学会各种工具和滤镜的使用。</p> <p>教学目的:在教学过程中应注重培养学生的思考和动手能力,把知识点穿插在实例中进行教学,一方面启迪学生去思考实例是如何实现的,另一方面让学生通过操作完成实例的创作。</p>
6	消费者行为学	<p>消费者行为学课程主要是向学生系统介绍消费者认知与决策行为及营销策略的理论,目的是让学生掌握消费者行为特点、规律,有针对性地实施营销战略,是提高工商管理专业,尤其是市场营销专业的学生从事市场营销和创业实战的能力。</p>	<p>教学内容:为适应现代市场的快速发展,我们在不断调整和完善课程结构体系的同时,重点加强消费者行为学课程内容的优化和新型教案模式的研究与应用。</p> <p>教学要求:使学生在获取知识的同时,提高认知能力、研究能力和实战能力,努力培养学生适应市场,开拓市场的创新能力,使消费者行为学课程体系在保持相对稳定的同时,形成科学的、开放的动态结构。</p>
7	电子商务概论	<p>本课程主要介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。学习本课程要求学生熟悉计算机基本操作、数据库技术及管理学的基本原理。同时,在掌握本课程基本原理的基础上,准确地理解和把握网络营销、电子支付等其它课程的基本内容。</p>	<p>教学内容:介绍电子商务的产生和发展的过程及其本质特征,电子商务的运作环境(电子技术环境、信用环境、支付环境、物流环境、法律环境、电子政务环境等)和运作模式等。</p> <p>教学要求:学习电子商务,其重点应放在让学生理解和把握电子商务的基本概念和原理上,为学习后续课程打下良好的基础,应注重学生实际操作能力的培养和锻炼。</p>

8	经济学基础	<p>它是以市场经济制度为背景,研究在市场经济条件下微观经济个体如何实现资源配置以实现资源使用效率的最优化,即经济学通过对消费者行为理论,生产者行为理论,市场经济下的收入分配法则的研究,为微观个体提供了一整套最优化行为决策方法。</p>	<p>教学内容:通过本课程的学习,一方面使学生掌握现代经济学的基本概念、基本理论和基本分析方法,另一方面通过本课程的学习,培养了学生的逻辑思维能力和经济思维能力。</p> <p>教学要求:学生要建立起经济学的基本思维框架,为进一步学习其它专业课程奠定理论基础,同时具备应职岗位所必须的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力。</p>
---	-------	--	---

3. 专业核心课程目标、主要教学内容和要求

序号	专业核心课程	课程目标	主要教学内容和要求
1	推销理论与技巧	<p>通过本课程的学习,要求学生了解 and 掌握本课程主要任务是培养企业需要的具有专业营销理论基础和营销实践应用能力的应用型营销管理人员。在实践中能以市场为导向,进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动,提高企业经营管理水平,从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来,使企业的生产经营适应市场需求的变化。</p>	<p>主要讲授市场营销学的产生与发展、市场营销学的哲学及其贯彻、市场营销战略规划、市场营销环境、市场购买行为、市场营销调研与预测、目标市场营销、竞争策略、产品策略、品牌策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销组织的计划与控制、国际市场营销、服务市场营销、市场营销的前沿发展。</p>
2	网络营销	<p>通过本课程的学习,将使学生掌握有关网络营销的基本概念和基本理论,了解电子商务的基本原理和技术,熟悉网络市场调研、网络营销战略计划和策略,培养学生分析问题和解决问题的能力。</p>	<p>教学内容:主要讲授网络营销的基本概念和基本理论,了解电子商务的基本原理和技术,熟悉网络市场调研、网络营销战略计划和策略。</p> <p>教学要求:注重培养学生的网络营销应用能力及培养路径。</p>
3	营销调研与预测	<p>通过本课程的学习,使学生充分认识市场,明确市场调查与预测在市经营管理和组织工作中的地位和作用,了解有关市场调查与预测的基本概念和理论,熟悉市场调查与预测策划的基本程序,掌握运用市场调查技术和市场预测技术的主要方法,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,为学生今后从事营销管理工作打下基础。</p>	<p>教学内容:包括市场调查概述,市场调查的准备,市场抽样调查,文案调查法,市场观察法,实验调查法,态度测量及量表,访问调查法,市场信息资料整理,调查结果沟通,市场预测基础。</p> <p>教学要求:理论联系实际,重视实践教学。注重实例分析,避免抽象的纯理论灌输。</p>

4	客户关系管理	本课程主要讲授顾客满意及其管理、顾客忠诚及其管理、顾客价值及其管理、客户关系管理系统的技术、数据管理、营销策略、组织匹配及绩效评估。要求学生把握客户中心时代、服务经济时代和知识经济时代的特点，树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统叙述客户关系管理的一般知识，并描述和叙述的核心理念、技术系统与管理、实施与管理等新理论和方法	<p>教学内容：掌握客户关系管理的内涵、主题分析内容和基本方法、运作模式，理解客户关系系统结构、功能、技术体系与实施策略，掌握客户管理关系中的智能决策支持技术与作用，</p> <p>教学要求：能初步具备利用信息技术与智能技术设计或选择系统解决方案的能力。同时要去的核心理念、技术系统与管理、实施与管理等新理论和方法</p>
5	商务谈判	通过这门课程的学习，使学生掌握谈判的基本原则和技巧，应用于管理实践中。	<p>教学内容：包括谈判的基本程序、策略技巧以及谈判组织的构成与管理。作为谈判润滑剂的谈判礼仪，充满在谈判的整个过程中。</p> <p>教学要求：以完成模拟项目小组的各项营销活动的工作任务为教学内容。重点是教会学生如何完成工作任务，知识、技能学习结合任务完成过程来进行。</p>
6	新媒体营销	本课程的任务是使学生通过本课程的学习使学生掌握新媒体营销的项目策划与项目创意技术及营销手段，实现解决完整项目的策划与创意能力，毕业后可从事媒体策划营销等多个工作岗位的工作。	<p>教学内容：掌握新媒体营销的基本概念、基本原理；掌握数字新媒体、网络新媒体、自媒体、流媒体等新兴媒体的传播方式、特点及发展趋势。</p> <p>教学要求：通过工作任务的需求，以够用为度为原则，设定能力目标，能力标准，引入高职学生所必需的理论知识，加强实际操作能力的训练。</p>

4. 专业拓展课程目标、主要教学内容和要求

序号	专业拓展课程	课程目标	主要教学内容和要求
1	国际贸易实务	本课程的任务是使学生掌握国际贸易营运环节的操作、具备对外贸易交易磋商、签订合同的能力，对贸易往来过程中的贸易纠纷的处理能力，使学生初步学会利用外贸方法解决进出口业务中的实际问题。	<p>教学内容：在知识结构体系上将国际贸易的基础理论知识和进出口业务应用融为一体。在具体内容上按照必要、实用并兼顾知识的系统性原则进行取舍，突出教学内容的应用性和针对性。</p> <p>教学要求：在教学过程中加强实训环节，提高学生动手操作能力。在教学方法上针对学生的特点，以激发</p>

			学生的求知欲、竞争欲和表现欲为目的，改革教学方法。
2	网页设计与制作	本课程主要以 Dreamweaver 软件为操作平台，针对职业教育网络技术专业中理论结合实践的特点，以培养高技能应用型人才为目标，重点加强学生的理论基础和训练学生的实际操作能力。	<p>教学内容：在教学知识模块上首先介绍网页的相关知识，学习 HTML 标记语言，在此基础上深入学习 Dreamweaver 软件的操作方法以及网页元素在网页中的使用技巧，最后通过样式表、客户端脚本、服务器行为的学习让学生熟悉并掌握开发简单动态网站的能力。</p> <p>教学要求：选取紧密联系实际的项目并进行详细分解，重点培养学生的静态、动态网页制作能力、具备网站的建立和维护能力、独立思考、解决问题以及自主创新的能力。</p>
3	商务礼仪	基于高职经管类专业培养目标，立足现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员知礼、用礼、行礼的需要，从商务人员仪容、仪表、仪态等个人礼仪，到商务交往、商务沟通等人际礼仪，系统介绍了商务活动中的基本礼仪内容，突出实用性、职业性和实践性的特点。	<p>教学内容：本课程针对性地选取了商务领域相关企业最为常见和实用的商务活动类型作为教学内容模块，通过整合和序化，构建了基于开展商务活动的模块化教学内容。</p> <p>教学要求：融教、学、练、做为一体，以校内模拟实现与校外实践相结合、课堂教学与自我训练相结合，学生在教中学、学中练、练中做、练中行，将礼仪规范落实到实际工作与生活中。</p>
4	形体与化妆	形体训练课是以健康第一为指导思想，以塑造健美形体，增进身心健康为目标，对人的形体和姿态进行完美训练的选修课程。在接受舞蹈形体训练后，学生可以获得优雅的举止，并且基本姿态更标准，服务姿态更优美，外形气质风度更迷人。	<p>教学内容：通过本课程的教学，能塑造体形、培养学生高雅优美的身体姿态和良好的道德品质，并通过练习使学生了解形体训练基本理论和常识，初步掌握形体训练基本技术、基本技能，提高职业能力，为从事市场营销服务工作奠定基础。</p> <p>教学要求：本课程的设置具有双重意义与作用，一是塑造学生美的个人形象，二是培养学生具有直接胜任岗位资格所需要的相关素质，提高职业能力，是专业职业能力提升的支撑课程。</p>

（三）实践性教学环节

1. 实践性教学体系设计

实践教学体系与理论教学体系，既相对独立又相辅相成，针对培养学生技术应用能力，以实践技术岗位应用性技能人才为培养目标来建立实践教学体系。

在教学体系建设中我们非常重视实践教学环节设置,把实践教学环节与理论教学环节并重,二者有机结合,相互渗透。根据市场对人才的需要,通过由基本技能到专业技能循序渐进的实践教学训练,培养学生的预测与规划能力、运营管理能力、组织协调能力、拓展能力。从专业人才培养对职业能力的要求,实践教学体系主要包括理论实训项目、独立实践课项目和专业综合技能训练三部分,以专业技术应用能力为“一条主线”,理论实训项目训练是独立实践课项目和专业综合训练的基础与支撑,专业综合训练培养管理技术应用能力。实践教学体系主要有综合、操作、演示、设计和参观五个方面。

2. 实践性教学体系

(1) 社会与生产实践 包括专业劳动体验(专业劳动)、各类社团活动等实践教学环节。

序号	社会与生产实践名称	实践内容、实践时间和达标要求	学分
1	专业劳动体验	实践内容:和市场营销专业相关的假期兼职 实践时间:第2、4学期暑假 达标要求:有兼职单位的证明材料	0.5
2	理财社社团活动	实践内容:深入社区开展产品销售活动 实践时间:第3、4学期课余时间。 达标要求:完成一定量产品的销售,并做好收入记录、有相关的视频资料。	0.5
3	假期社会实践活动	实践内容:深入企事业单位开展社会考察和社会调查活动、开展科技文化服务、志愿服务等。 实践时间:假期及平时课余时间 达标要求:参加5次假期社会实践活动,累计时间不少于35天,在校生每年参加志愿服务活动时间不少于30小时。	1
合计			2

(2) 专业项目实训

序号	项目类别	专业实训项目名称	实践教学目标、内容、技能与技术标准	实践时间(周)	学分
1	职业认知	市场营销	让学生掌握市场营销学理论的基本内容及掌握市场分析的基本原理与方法,根据具体任务和条件从事企业营销问题的调查研究,在定性分析的同事做好定量分析,适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要,解决企业营销中发生的问题。	第1学期 第1周	0.5
		营销调研与预测	使学生掌握市场调研基本问题、总论、市场调研的组织、市场调研基本范围与工作流程、市场调研领域、	第3学期 第1周	0.5

			行业环境调研、市场需求研究、竞争者调研与企业竞争形势分析、市场营销组合要素调研与分析、市场信息数据搜集方法、二手资料搜集、抽样调查、问卷调查、访问调查、实验调研、实地调研与专家调研、市场数据整理、分析、预测与报告、调查资料整理、市场调研资料基本分析指标、市场定性预测与定量预测、回归分析与预测、市场调研报告撰写等内容。		
2	技能与大赛	市场营销技能培训	让学生看到市场营销的基本原理与方法在企业销售中的具体运用，体会到实际的工作氛围和过程，培养学生的动手操作能力，形成和锻炼职业判断能力，为成为应用型营销人才奠定基础。	第4学期 第15周	0.5
		商务谈判技能大赛	让学生在实践中体会到谈判的基本程序、策略技巧以及谈判组织的构成与管理在实际中的运用，掌握谈判的基本原则和技巧，应用于管理实践中。	第4学期 第5周	0.5
3	岗前综合实训	市场营销综合实训	在学生毕业前所进行的市场营销综合技能的强化训练，目的是使学生在了解市场营销的专业理论知识的基础上进一步训练他们的分析问题、解决问题和实际动手操作能力，增强实践技能，培养职业意识，提高职业素质，为毕业后尽快进入岗位角色，成为合格的实用型营销专门人才奠定坚实的基础。通过本实训，加强学生对市场营销基本理论的理解、基本方法的运用和会计基本技能的训练，使之能够独立解决企业营销中发生的问题。	第4学期 第17周	1
4	专业创新设计	与职业资格证书挂钩	即在人才培养方案中规定市场营销专业学生毕业时必须取得有关资格证书，如计算机等级证书、营销师专业技术资格证书等；选取的如英语四级或英语B级或英语A级证书等，在确定教学内容和课程体系时，将相关证书的考试课程纳入教学计划中，把社会职业标准融入课程目标中，实行与专业培养目标相匹配的职业技能考核制度。	第4学期 第2周	1
合计					4

(3) 毕业实习（顶岗实习）（16 学分）

毕业实习是市场营销专业的一门重要实践课。学生可到企事业单位进行实习并进行专业技能的综合应用训练，使学生提高技能，为更好地学习专业课和毕业后的工作打下实践基础。学生须在教师的指导下，承担一定实习任务，并撰写具有较高质量的实习总结，毕业实习安排在第五、六学期进行。

(4) 毕业论文设计 (2 学分)

毕业论文是考核学生综合运用所学知识和技能解决实际问题的能力,在实习中确定毕业论文的选题,在实习中为选题收集资料。选题要符合教学要求,尽量选择与现实任务相联系的题目。应在教师指导下,经过选题——拟提纲——写初稿——定稿等环节的工作,最后完成一篇质量较高的毕业论文。其目的是考察毕业生是否具备了一名合格市场营销人员应具有的知识、能力和态度。

(5) 职业资格证书考取 (2 学分)

市场营销专业学生毕业时必须取得有关资格证书,如计算机等级证书、营销师专业技术资格证书、英语四级或英语 B 级或英语 A 级证书等,在确定教学内容和课程体系时,将相关证书的考试课程纳入教学计划中,把社会职业标准融入课程目标中,实行与专业培养目标相匹配的职业技能考核制度。

七、教学进程总体安排 (黑、4 号)

(一) 教学时间分配表

序号	学期内容	一	二	三	四	五	六	合计
1	入学教育	0.5						0.5
2	军事训练	2						2
3	课程教学	16	18	18	17.5			69.5
4	专业项目实训		0.5	0.5	1			2
5	社会与生产实践	0.5	0.5	0.5	0.5			2
6	毕业实习 (顶岗实习)					20	18	38
7	学期考试	0.5	0.5	0.5	0.5			2
8	毕业论文设计						2	2
9	资格证培训与考核						2	2
10	节假日	1	1	1	1			4
11	学期周数	20	20	20	20	20	20	120

(注: .第 1 学期新生军事技能训练 2 周,考试 1 周,法定节假日 1 周,实际教学周为 16 周;第 2-4 学期考试 1 周,法定节假日 1 周,实际教学周为 18 周,第 5 学期开始安排毕业实习 (顶岗实习),本学期实习安排 20 周;第 6 学期,毕业论文设计 2 周,校外顶岗实习安排 18 周)。

(三) 教学进度计划

课程分类	课程代码	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实训学时或周	学期课时分配						考核方式	
								第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查
								一	二	三	四	五	六		

								20	20	20	20	20	20		
公共基础课程	020001	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	必修	4	72	60	12		2	2				2	3
	020002	思想道德修养与法律基础	必修	3	48	42	6	3						1	
	020004	形势与政策（面+网）	必修	2	70+8	70	0	1	1	1	1				1-4
	020003	军事理论（面+网）	必修	2	16+36	32	0	1							1
	020166	大学生心理健康教育	必修	1	18+36	13	5		1						2
	070003	体育	必修	4	68	6	62	2	2						1-2
	140007	创新创业（面+网）	限选	2	32+28	26	6	2							1
	020005	大学生职业发展与就业指导（面+网）	必修	2	36+38	32	4		1		1				1
	030001	计算机应用基础	限选	4	64	32	32	4							1
	080001	艺术鉴赏（面+网）	限选	2	36+22	30	6		1	1					1-2
	050228	中华优秀传统文化	限选	1	18	18				1					3
	060001	大学英语	限选	8	136	96	40	4	4					1	2
	050012	大学语文	限选	2	32	20	12	2							1
	080118	书法	限选	2	36	10	26				2				4
	小计			39	698	487	211	19	12	5	4				
网络通识课程	见附录		任选					1-4 学期需从课程清单中任选 6 门课程, 每门 1 学分							1-4
	小计			6	108	54	54								
专业基础课程	020049	管理学	必修	4	68	36	32		4					1	
	020077	经济法	必修	4	72	36	36				4			4	
	030011	会计学基础	必修	4	68	38	30		4					2	
	020061	市场营销	必修	4	60	34	26	4						1	
	030345	PS 图像处理	必修	4	68	40	28		4					2	
	020314	消费者行为学	必修	4	72	36	36			4				3	
	020133	电子商务概论	必修	4	60	32	28	4						1	
	020121	经济学基础	必修	4	72	38	34			4				3	
		小计			32	540	290	250	8	12	8	4			
专业核心课程	040042	推销理论与技巧	必修	4	72	32	40				4			4	
	040038	网络营销	必修	4	72	36	36			4				3	
	020327	营销调研与预测	必修	4	72	32	40			4				3	
	040040	客户关系管理	必修	4	72	36	36				4			4	
	170053	商务谈判	必修	4	68	36	32		4					2	
	020420	新媒体营销	必修	4	72	22	50				4			4	

	小计			24	428	194	234	0	4	8	12				
专业拓展课程	040013	国际贸易实务	限选	4	72	36	36			4					3
	030009	网页设计与制作	限选	4	72	20	52				4				4
	020324	商务礼仪	限选	2	36	10	26			2					3
	020303	形体与化妆	限选	2	36	10	26				2				4
	小计			12	216	76	140	0	0	6	6				
单列实践教学活动	000008	入学教育	必修	1	16	8	8								
	000004	社会与生产实践	必修	2	60	-	60								
	000005	专业项目实训	必修	4	68	-	68								
	000000	毕业实习（顶岗实习）	必修	24	600	-	600								
	000001	毕业论文设计	必修	2	60		60								
	000006	资格证培训与考核	必修	2	60	-	60								
	000007	军事训练	必修	2	60	-	60								
	170088	先天特质沙盘实训	必修	2	28	-	28		1周						2
	170087	约创云平台实训	必修	2	28	-	28	1周							1
	小计			41	860	8	852								
总计			154	2742	1055	1687	27	28	27	26					
说明	<p>1. 第1学期新生军事技能训练2周，考试1周，法定节假日1周，实际教学周为16周；第2-4学期考试1周，法定节假日1周，实际教学周为18周；如第5学期开始安排毕业实习（顶岗实习），本学期实习安排20周，周课时30节；第6学期，毕业论文设计2周（不占课内教学周），资格证培训与考核2周，校外顶岗实习安排18周，周课时30节。</p> <p>2. 本专业总学时为2742节（网络通识课程、社会与生产实践、毕业论文设计学时不计入课内学时），其中公共基础课总学时为698节，占总课时的比例为25.46%；选修课总学时为354节，占总课时的比例为12.91%；专业课总学时为1184节，占总课时的比例为43.18%；实践性教学总学时为1687节，占总课时的比例为61.52%。</p> <p>3. 《大学生心理健康教育》《形势与政策》《创新创业》《大学生职业发展与就业指导》《军事理论》《艺术鉴赏》等课程既有面授教学，也有线上教学，各门课总学时以面授总学时+线上教学总学时标注）</p> <p>4. 第一学期正常上课15周，集中实训1周。第二学期正常上课17周，集中实训1周。</p>														

八、实施保障

（一）师资队伍

类别	数量	具体描述
师资队伍结构	15	市场营销专业现有专业课教师15人，其中副教授5名，具有硕士学位的教师13人，“双师型”教师10人，占专业课教师的66.67%。学生数与本专业专任教师数比例为23:1，目前已形成一支素质优良、结构合理、社会声誉高、充满活力的专兼结合的双师结构的教师队伍。

专业带头人	1	专业带头人余磊，副高职称，能够较好地把握国内外市场营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销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，在信阳地区具有一定的专业影响力。
专任教师	10	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 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； 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究； 具有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。
兼职教师	4	主要从市场营销等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销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. 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	营销综合能力实训室	产品售卖策划	电脑、营销实训平台等	
2	企业经营管理沙盘训练实训室	企业模拟经营沙盘	模拟企业经营盘面、教具、电脑、投影等	
3	跨专业综合能力实训室	VBSE跨专业综合实训	实训平台、电脑、教具、电脑、投影等	
4	先天特质沙盘实训室	先天特质沙盘	盘面、教具、电脑、投影等	

2. 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	湖南丰汇银佳科技股份有限公司	金融机具设备产品的生产、销售和服务业务、金融服务外包业务等。	
2	三泰控股股份有限公司	金融保险、社区医疗、社区电商、健康养老、汽车服务、生鲜快递等。	
3	新道科技股份有限公司	管理课程开发与培训、管理咨询与服务企业形象策划，会务服务等。	
4	用友软件股份有限公司	企业管理软件和企业移动应用、企业云服务	

(三) 教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。应优先选择职业教育国家规划教材和省（市、自治区）重点教材，鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课程校本教材。

2. 图书文献配置

应配备与专业教学相关的纸质图书资料、电子图书资料，建立校园网络信息环境，保证教师与学生能通过校园网络即时获取各项教学资源，开展备课、学习、实训等教学活动。

3. 数字资源配置

鼓励校企合作共建特色专业教学资源库，形成数字化课程在线学习平台。课程资源包括：电子教材、教学课件、教学设计文件、典型案例、政策法规、音视频讲解、图片库、习题与试题库、职业资格考试信息等。

（四）教学方法

专业教师在本专业各门课程的讲授中，要实施必要的情景教学、项目教学和案例教学，实现教、学、做一体教学。

（五）学习评价

1. 自评与他评相结合。强调评价者与评价对象之间的相互尊重，平等合作，评价对象的反思应成为评价内容的重要组成部分。

2. 实行多向评价。除领导、专业人员外，要注重企业的参与，有条件的还可让家长、学生参与，以全面了解各种信息。

3. 评价方法多样。量化评价和质性评价相结合，研讨、访谈、观察、问卷、测验等多种方法相结合。

4. 评价重心下移。不但要评教，而且要评学；不但关注课堂教学预期的结果，而且重视课堂教学过程出现的变化；不但要对现状作出诊断，而且要关注改进和发展。

5. 评价结果的运用不以甄别和奖惩为主要目的。采用“建议”的形式，通过对话和反思，提出可行的改进建议，达到促进发展的目的。

（六）质量管理

1. 建立和完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全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、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 建立和完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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达成情况。

4. 专业教研室将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。

九、毕业要求

（一）成绩要求

在规定修业年限内修完本人才培养方案中要求的学习任务，课程考核合格，并取得学分不低于 154 学分，其中必修课程 121 学分，选修课程 33 学分。

（二）技能证书的要求

1. 本专业学生必须获取英语应用能力考试 A、B 级或大学英语四、六级证书。

2. 本专业学生必须获取计算机等级考试过级证书、普通话等级证书；本专业学生必须获取市场营销专业或相关专业职业资格证书等证书之一。

十、附录

附件：信阳职业技术学院网络通识课设置与学分

编号	类型	课程名称	学分	学时	授课学期	备注
080189	任选	※▽书法鉴赏	1	30	1-4	1-4 学期需修够 6 学分
080190	任选	※舞蹈鉴赏	1	18	1-4	
080191	任选	※影视鉴赏	1	18	1-4	
050226	任选	※中华诗词之美	1	20	1-4	
030747	任选	※解码国家安全	1	17	1-4	
000008	任选	※大学生恋爱与性健康	1	28	1-4	
020005	任选	※▽大学生创业基础	1	16	1-4	
050227	任选	※口才艺术与社交礼仪	1	30	1-4	
050229	任选	※国学智慧	1	20	1-4	
050060	任选	※▽中国文化概论	1	30	1-4	
050230	任选	※中国的社会与文化	1	20	1-4	
170064	任选	※▽互联网金融	1	32	1-4	
050006	任选	※一起学说普通话	1	28	1-4	
050231	任选	※公共关系与人际交往能力	1	30	1-4	
050232	任选	※职场沟通	1	30	1-4	
100217	任选	※人文与医学	1	28	1-4	
100218	任选	※诺贝尔生理学或医学奖史话	1	28	1-4	
050024	任选	※演讲与口才	1	28	1-4	
100219	任选	※营养与食疗学	1	32	1-4	
020527	任选	※中国茶道	1	32	1-4	

注：表中课程前面有※标志的为网络慕课课程，前面有※▽标志的为网络慕课课程和面授课程。