

广西交通职业技术学院  
人才培养方案

适用专业：市场营销

(专业代码：630701)



2019年9月

# 2020 级市场营销专业 人才培养方案

## 一、专业名称及代码

市场营销（630701）

## 二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

## 三、修业年限

学制 3 年，允许学生在 2~5 年时间内，修完教学计划规定的学分。在校休学创业的学生，修业年限最长可延长至 8 年。

## 四、职业面向

（一）所属专业大类（代码）：财经商贸大类（63）

（二）所属专业类（代码）：市场营销类（6006）

（三）对应行业（代码）：批发业（51）；零售业（52）

（四）主要职业类别（代码）：营业员（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）

（五）主要岗位类别（或技术领域）：

表 1 本专业职业面向

主要岗位类别（或 技术领域）	主要工作任务	职业能力 或职业资 格证书	相应课程
-------------------	--------	---------------------	------

<p>销售代表</p>	<p>1、负责产品的市场渠道开拓与销售工作，执行并完成公司产品年度销售计划。2、根据公司市场营销战略，提升销售价值，控制成本，扩大产品在所负责区域的销售，积极完成销售量指标，扩大产品市场占有率；3、与客户保持良好沟通，实时把握客户需求。4、根据公司产品、价格及市场策略，独立处置询盘、报价、合同条款的协商及合同签订等事宜。在执行合同过程中，协调并监督公司各职能部门操作。5、动态把握市场价格，定期向公司提供市场分析及预测报告和个人工作周报。6、维护和开拓新的销售渠道和新客户，自主开发及拓展上下游用户，尤其是终端用户。7、收集一线营销信息和用户意见，对公司营销策略、售后服务、等提出参考意见。</p>	<p>高级营销员</p>	<p>销售实务、市场营销学、客户服务与管理、市场调查与分析、商务数据分析与应用；演示文稿的高级运用；市场营销技能实训；消费者行为学</p>
<p>销售经理</p>	<p>1. 区域销售计划的制定与执行。2. 销售回款。3. 销售费用控制。4. 市场开发；5. 客户关系管理；6. 销售服务；7. 销售信息管理；8. 销售团队建设；</p>	<p>市场营销经理助理资格证书</p>	<p>市场营销学；商务数据分析与应用；销售实务；市场营销策略；市场营销技能实训；顾客冲突管理；消费者行为学</p>
<p>市场经理</p>	<p>1、负责进行公司市场战略规划，制定公司的市场总体工作计划，提出市场推广、品牌、公关、营销、活动等方面的具体方向和实施方案；2、组织和监督实施年度市场推广计划； 3、进行市场调研与分析，研究同行、业界发展状况，定期进行市场预测及情报分析，为公司决策提供依据； 4、建立完善市场部工作流程以及制度规范；5、制定市场推广费用预算及市场部全年整体财务预算制定、控制以及完善激励考核制度；6、管理市场团队，并对团队成员和相关部门进行市场培训和指导；7、负责对院内线下活动的组织与执行。</p>	<p>市场总监与销售经理业务资格认证</p>	<p>品牌管理与推广；市场营销策划；团队建设与管理；演示文稿的高级运用；市场营销技能实训；消费者行为学；连锁经营实务</p>

市场主管	<p>1、协助进行项目前期筹备工作，开展项目前期市场调研、策划及立项工作；</p> <p>2、协助政府及相关部门和社会资源前期开发和对接工作，做好前期对接工作及中期维护工作；</p> <p>3、完成营销目标，实现项目销售业绩；</p> <p>4、负责营销团队和生活秘书服务团队搭建、培训、考核、协调等日常工作；</p> <p>5、及时了解并反馈市场行情，对重大市场和正常变动及时上报直属领导；</p> <p>6、密切配合院长等项目人员完成项目总体目标实现及领导安排的其他工作；</p>	营销师	<p>市场营销学；团队建设与管理；演示文稿的高级运用；销售实务；市场营销技能实训；顾客冲突管理；消费者行为学；连锁经营实务</p>
策划专员/经理	<p>负责产品发布、推广、营销活动的策划案设计与编写，推进策划案的落地，与市场部、业务部进行沟通与对接。</p>	营销策划师证书	<p>品牌管理与推广；市场营销策划；团队建设与管理</p>
小微商业企业创业者	<p>1. 具备一定的商业眼光，能识别有效的市场机会；2. 能看懂财务数据和报表；3. 深知融资渠道，具备融资能力；4. 抵御风险的战略意识和对抗能力；5. 具备团队建设能力，有效吸引创业合伙人。</p>	无	<p>大学生创新创业实践；就业指导与创业基础；基础会计；市场营销学；团队建设与管理</p>

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业以“四个自信”为抓手，围绕社会主义核心价值观，培养能够适应新时代要求的具有爱国主义情操的现代营销人才，能熟练掌握市场营销岗位群的相关知识，具备洞察和收集市场有效信息、独立负责产品或服务的市场管理及业务推广能力，能熟练开展营销策划与组织、市场调查预测、电子商务活动，拥有良好的职业道德、较高的业务素质，具备创新精神和良好的职业道德素质，主要在商品制造业、酒店（餐饮）服务行业、快销品行业、交通运输服务业、电子通信等产业从事产品（服务）的销售、

市场开发、客户服务，策划、组织、执行产品和品牌市场推广方案，进行渠道管理与维护等工作的高素质应用型人才。

## （二）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：

### 知识要求

序号	知识结构	知识能力	相应课程或教学环节
1	公共基础知识	<p>(1)掌握马克思主义的基本理论和基本知识；</p> <p>(2)掌握人文、道德和法律基本理论和基本知识；</p> <p>(3)掌握较扎实的科学文化基础知识；</p>	毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论；思想道德修养及法律基础；形势与政策；军事理论与训练；大学体育；就业指导与创业基础；实用英语（二）；计算机应用基础；体育；大学生心理健康教育；
2	专业基础与专业知识	<p>1、掌握经济学、管理学基本理论知识；</p> <p>1.掌握市场营销的基本理论知识；</p> <p>2.掌握市场调查与预测、销售实务、营销策划的专业知识。<b>国家相关政策以及行业动态。</b></p> <p>3.掌握统计业务与统计分析的理论知识，<b>以及求真务实的统计精神。</b></p> <p>4.能熟练我国商业法规如价格法、经济法、税法的规定。</p> <p>5.了解营销专业的理论前沿和发展状态。</p> <p>6. <b>具有优良的职业道德、法制观念及服务意识；</b></p>	管理学原理；经济学基础；市场营销学概论；商务数据分析与应用；消费者行为学；市场调查与预测；客户关系管理；市场营销学；销售实务；服务营销实务；新媒体营销；市场营销策划；连锁经营实务；品牌管理与推广；商务经纪与代理；经济法；展会营销与管理；
3	专业实践知识	<p>能综合运用市场营销、市场调查与预测、营销策划等知识，组建团队</p> <p>能单独或共同完成企业、事业单位的产品（服务）的数据分析、营销推广、产品或服务的销售和营销策划等实践知识。</p>	专业综合实训（一）；专业综合实训（二）；专业综合实训（三）；认知实习；跟岗实习；定岗实习

## 能力要求

序号	能力结构	能力要求	相应课程或教学环节
1	基础能力	具有良好的学习习惯，一定的抽象思维能力，较强的形象思维能力，逻辑思维能力，能够快速查阅专业的相关资料和文献，能够快速自学专业领域的一些前沿知识和技能。	经济法；数学建模；口才与沟通；书法；实用英语；计算机应用基础；市场营销学概论；商务数据分析与应用；客户服务与管理；演示文稿的高级运用。
2	专业职业能力	1、具有扎实的营销基础理论，有进行商业企业市场数据的分析、市场预测的能力； 3、具有独立完成寻找客户、拜访客户、完成交易操作流程的能力； 4、具备各类营销策划能力； 5、具有熟练制作商务演示文稿的能力、并且能进行流利的汇报、沟通的能力； 6、具备财务管理和财务分析的能力； 7、具有理解、分析和应用一般经济管理信息的能力。	管理学原理；经济学基础；；消费者行为学；市场调查与预测；市场营销学；销售实务；新媒体营销；市场营销策划；连锁经营实务；品牌管理与推广；展会营销与管理。
3	专业拓展能力	1. 与人交流能力 具有良好的心态和换位思考的宽广胸怀，尊重他人，诚以待人，能够敏锐发现共同的话题和兴趣，运用巧妙的方式和对方沟通。 2. 与人合作能力 牢固树立团队利益高于个人利益的观点，尊重并理解他人的观点与处境，能评价和约束自己的行为，能综合地运用各种交流和沟通的方法进行合作。 3. 解决问题能力 具有发现问题，提出问题并运用所学的综合知识去努力思考、积极探索，并且创造性地解决问题的能力。	专业综合实训（一）；专业综合实训（二）；专业综合实训（三）；品牌管理与推广；商务经纪与代理；汽车销售实务；Excel 应用、心理健康教育、文学影视欣赏、东盟国家概况；认知实习；跟岗实习；定岗实习等。

## 素质要求

序号	素质结构	素质要求	相应课程或教学环节	备注
1	思想道德素质	熟悉我国国情，牢固树立“国家利益高于一切”的政治思想，坚持正义，自觉抵制各种危害祖国和广大人民群众利益的不良思想和行为。牢固树立社会主义“八荣八耻”荣辱观和法纪观，自尊、自爱、自律、自强，遵纪守法，尊重他人，养成恪守职业道德与行为规范的习惯，做一个对国家和社会负责任的人。	毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论 思想道德修养与法律基础 形势与政策	
2	身心素质	能正确面对困难、压力和挫折，具有积极		

		进取、乐观向上和健康平和的心态。具有一定的体育运动和卫生保健知识，养成锻炼身体的习惯，掌握一定的运动技能，达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求。	心理健康教育 大学体育	
3	人文素质	对中国传统文化、文学、哲学、历史、艺术等人文社会科学有一定了解，具有一定的文化品味、审美情趣、人文素养。	文学影视欣赏 东盟国家概况 中国旅游地理	
4	职业素质	(1) 有强烈的社会责任感、明确的职业理想和良好的职业道德，勇于自谋职业和自主创业； (2) 严格遵守各项规章制度，认真履行岗位职责； (3) 任劳任怨的工作态度，不断追求知识、独立思考、勇于创新的科学精神。	职场礼仪 大学生创新创业教育 职业发展与就业指导	

## 六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

### （一）公共基础课程

#### 1. 公共必修课：

军事理论、军事技能、思想道德修养与法律基础、大学生安全教育、形势与政策、就业指导与创业基础、大学生心理健康教育、思想政治理论课实践、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、体育一、体育二、体育三、体育四、大学生创新创业实践、劳动素养、社会实践等公共基础必修课

#### 2. 公共选修课：

数学建模、、口才与沟通、实用英语（二）、中国旅游地理、文学影视欣赏、大学生创新创业教育、普通话测试。

### （二）专业（技能）课程

## 1. 经济学基础

《经济学基础》课程是三年制高职市场营销专业必修的专业基础课程，在教学中占有重要的地位。该课程的基本任务就是向学生传授该学科的基础知识和基本技能，扩大学生的知识面，合理学生的知识结构，使学生了解经济中的各种现象、关系和规律，并学会运用这些规律对经济活动进行管理。

《经济学基础》是一门理论性、实践性、科学性、艺术性兼而有之的应用性学科。通过本课程的学习，使学生具备必须的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力，运用所学知识解释经济现象和处理经济问题的能力，为相关的经济管理类课程的学习和将来卓有成效地开展市场营销工作打下良好的基础，与此同时，注意渗透政治思想教育，逐步培养学生的辩证思维和数理逻辑思维能力，经济问题与现象的实证分析能力，加强学生的职业道德意识培养。

## 2. 统计学原理

《统计学原理》是市场营销专业的专业基础课。它研究如何用科学的方法去搜集、整理、分析国民经济和社会发展的实际数据，并通过统计所特有的统计指标和指标体系，表明所研究的社会经济现象的规模、水平、速度、比例和效益，以反映社会经济现象发展规律在一定时间、地点、条件下的作用，描述社会经济现象数量之间的联系关系和变动规律，也是进一步学习其他相关学科的基础。通过本门课程的学习，使学生具备基本的统计思想，培

养对统计的兴趣，掌握基本的统计方法和应用这些方法去分析和解决经济管理中实际问题的能力。同时为今后进一步的学习和研究打下良好的基础。

### 3. 经济法

《经济法》是高职市场营销专业的一门专业基础课程，是构成市场营销专业学生必备的专业知识之一。该课程主要是向学生介绍我国现行的市场经济法律制度，通过本课程的教学，能使学生理解并应用相应的经济法基础知识；熟悉常用的重要经济法律、法规的基础内容；增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力，其知识构成是学生毕业后从事管理和服务工作所必须具备的。该课程要求学生不仅要掌握一定的经济法基本原理，同时还要学会运用法律方法处理经济活动中的实际问题，是一门理论与实践紧密结合，知识与技能并重的综合课程。

### 4. 市场营销概论

该课程是市场营销专业的一门专业基础课程，是在多年教学改革的基础上，通过对市场营销相关职业工作岗位进行充分调研和分析的基础上，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是让学生掌握市场营销学的基础理论内容：市场、交换、交易、市场营销、市场机会、营销战略、营销组合，能把握市场营销学的基础概念。它以《管理学》、《经济学基础》课程的学习为基础，后

续课程是《市场营销学》、《服务营销实务》、《品牌推广》、《商务谈判与推销技巧》等。

### 5. 消费者行为学

消费者行为学是市场营销专业的核心基础课程。通过本课程的学习使学生掌握消费者心理的基础心理学理论与营销策略，以及消费者行为分析的科学方法和工具，为学生将来实际从事营销管理和其它相关工作提供理论基础和指导。

### 6. 市场调查与分析

《市场调研与分析》在营销与策划专业中属于专业学习领域课程，是基于市场调研工作过程开发的一门集调研业务知识与实践技能相结合的专业课程。通过本课程学习，使学生能比较全面系统地了解市场调研的工作流程，掌握市场调研的基本理论与方法，培养学生较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力，以适应信息时代我国企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。

先于其开设的专业课程有《管理学原理》、《经济学基础》等，同步及后续课程包括《消费者行为学》等课程，后续课程有《营销策划实务》、《营销综合实训》等课程。

### 7. 客户服务与管理

通过本课程教学，培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神，熟练掌握客户服务部对客户服务的技能，逐步形成管理能力和创新能力，为在行业中的发展奠定坚实的基础。

了解客户关系管理的基本知识、要素，掌握客户关系管理的基本方法，掌握客户关系管理的主要工作的任务和流程，掌握客户细分及其管理策略等内容，了解数据挖掘方法在客户关系管理中基本应用。

## 8. 团队建设

《团队建设与管理》是市场营销专业的专业课。该学科科学性和应用性并存，是在兼顾团队管理理念和时间方法的实战型学科。培养学生的团队管理意识，掌握本学科的基本概念、原则和方法、训练学生的实际应用能力；在树立起个人与团队管理意识的基础上，掌握进行有效的个人和团队管理的知识、方法和技巧；最后在掌握这些知识技巧的基础上，将知识应用到实际工作中，有效的管理个人发展和团队发展。

## 9. 品牌管理与推广

该课程是市场营销专业的一门专业核心课程，本课程从品牌战略的层面讲授品牌运作过程中各环节的关联之处。本课程结构遵循开发、管理和维护品牌的顺序。通过运用不同的理论框架，为学生对品牌的基本原理、品牌的发展历史、品牌战略整合设计等每个问题都进行深入分析。此外，在对企业品牌树立的时机选择；品牌设计的市场定位；品牌资产；品牌个性；品牌形象等内容分析的基础上，结合新经济的发展和中国加入 WTO 等问题，深入探讨建立技术品牌的相关问题，引导学生较全面了解品牌运动的社会经济构成。使学生通过学习，掌握企业品牌战略的基本理

论，具有品牌整合设计的能力，能够独立进行企业品牌战略策划和设计。

#### 10. 市场营销学

该课程是市场营销专业的一门专业核心课程，本门课程是在开设了“市场营销概论”的基础上，以学习实操技能为主。课程主要内容有：市场营销核心观念、营销环境分析、STP 营销分析、消费者行为分析、4PS 营销组合分析，营销管理等。目标是让学生掌握分析市场环境系别市场机会、营销战略选择、制订营销组合战略（包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略）、能对整体营销活动进行管理和控制，重点培养学生感知市场环境机会与威胁的能力、细分市场确定目标市场的能力、制定 4PS 的能力。培养求真务实、用心谋事，具有创新务实的工作态度。

#### 11. 销售实务

本门课程是市场营销专业的一门专业必修课，本门课程的主要内容为：销售策略；销售思维与沟通、销售礼仪；推销心理与推销模式、顾客开发；顾客异议处理与成交；销售话术；推销管理。该课程要求学生掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法，掌握企业销售技巧岗位技能，并在实践训练中提升学生的职业素质，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。培养学生童叟无欺的观念意识，养成服务至上、精益求精、不断创新的精神。

#### 12. 网络营销

该课程是市场营销专业的一门专业必修课程，是在多年教学改革的基础上，通过对市场营销相关职业工作岗位进行充分调研和分析的基础上，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是让学生掌握各种网络营销工具、网络整合营销、网络体验营销、网络营销渠道等方面的知识，重点培养学生对网络营销策略的分析与评估能力、网络营销策划实施能力、以及编制报告和方案的能力，它以《市场营销概论》、《计算机技术基础》等课程的学习为基础。

### 13. 市场营销策划

该课程是市场营销专业的一门专业核心课程，其课程的主要内容有：营销策划的内涵与流程；营销策划的组织与管理；营销策划的创意与方法；整合营销策划；品牌策划；企业形象策划；促销策划；广告策划；公共关系策划；网络营销策划；行业策划等。营销策划的撰写要求学生了解和掌握市场营销策划的基本理论、基本方法和基本程序，即对市场营销策划活动的主体——企业在市场营销活动中，为达到预定的市场营销目标，从新的营销视角、新的营销观念、新的营销思维产生和运用系统的方法、科学的方法、理论联系实际的方法，对企业生存和发展的宏观经济环境和微观市场环境进行分析，寻找企业与目标市场顾客群的利益共性，以消费者满意为目标，重新组合和优化配置企业所拥有的和可开发利用的各种人、财、物资源和市场资源，对整体市场营销活动

或某一方面的市场营销活动进行分析、判断、推理、预测、构思、设计和制定市场营销方案的行为。培养学生的踏实、高度的责任心和敬业精神，善于协作、协调与沟通，具备创新能力。

#### **14.连锁经营实务**

本课程是市场营销专业的一门限定选修课程，是在对企事业单位营销岗位工作内容及要求进行广泛调研的基础上，规定了《连锁经营实务》课程的教学内容、教学方法、教学要求等，为课程教学提供技术支持和导向。

《连锁经营实务》课程是以我国连锁经营行业的发展为背景，以连锁企业营运管理过程为内容，以培养职业能力为核心。通过课堂、市场和企业三个窗口的学习和实践，使学生树立现代连锁经营的理念，掌握连锁企业经营管理的基本理论和主要技能，以培养学生的创业创新能力和连锁门店的营运管理能力。本课程的前导课程有《市场营销学》、《管理学原理》、《消费者行为学》、《市场调查与预测》等。

#### **15. OFFICE 应用**

该课程是各专业（除会计专业外）的一门任意选修课程，是在多年教学改革的基础上，通过对营销相关职业工作岗位进行充分调研和分析的基础上，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是让学生掌握常见的办公软件如：WORD、OFFICE 的常规操作、文档的美化、典型表格的制作（包括制作员工基本信息表、制作员工人事档案管理表、制作产品销售与成本分析表等）等方面的知识，重点培养学生对 office 办公软件的使用能力。

#### **16. 演示文稿的高级运用**

演示文稿的高级运用是一门培养学生如何演示商务文稿的课程，作为市场营销专业的任意选修课，是一门职业技术技能课程。

本课程的教学目的在于通过教与学，让学生掌握优秀的 PPT 报告的制作方法，使学生在阐述营销方案或者做工作报告时能更如虎添翼。

## 17. 基础会计

《基础会计》课程是市场营销专业必修的专业基础课程，本课程是一门实践性和应用性较强的技术性课程，其教学任务是使学生掌握初级会计人才所必备的会计基本理论、基本知识和基本操作技能，熟悉会计核算基本原理和账务处理程序，能熟练应用借贷记账法，具备会计核算的基本职业能力，为学生进一步学习各种有关管理课程做准备，同时有助于完善学生的专业知识结构，扩大学生的知识面，为学生就业从事各类经济管理工作奠定基础。

本课程的主要内容包括会计基础知识、会计核算方法具体包括：设置会计科目与账户、复式记账、填制与审核会计凭证、登记会计账簿。

## 18. 展会营销与管理

该课程是市场营销专业的一门专业必修课程，是在多年教学改革的基础上，通过对市场营销相关职业工作岗位进行充分调研和分析的基础上，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是让学生掌握各种会展营销策略、会展管理等方面的知识，重点培养学生基础布展的实施能力、会展市场调查能力、会展营销策略评估及策划能力。它以《服务营销》课程的学习为基础。

## 19. 金融基础

本课程是财经管理类专业的一门任意选修课程，是学习证券投资学、国际金融学等后续课程的基础。课程设计的目的是使学生掌握货币信用基本原理和现代银行基本理论与基本知识，能认识并解释货币金融现象、分析货币金融政策、具备初步判断货币金融发展趋势的能力；培养学生认识现象，发现和解决问题的能力。

## 20. 酒店与餐饮实用英语

主要培养市场营销专业学生或酒店服务人员的英语听说能力以及在实际工作岗位上的英语运用能力，突出行业外语的应用能力培养。

## 21. 商务经纪与代理

该课程是市场营销专业的一门专业必修课程，是在多年教学改革的基础上，通过对市场营销相关职业工作岗位进行充分调研和分析的基础上，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。目标是让学生掌握常见的商务经纪代理业务、经纪代理合同的编制、经纪代理的法律关系等方面的知识，重点培养学生从事各种商务经纪代理业务的工作能力、商务经纪代理合同的编制能力。它以《服务营销》课程的学习为基础。

## 22. 跨境交易平台应用

本课程主要讲授目前主流的跨境交易平台的原理、构成、类

型以及使用，旨在通过本课程的学习，让学生掌握跨境电商交易平台的使用。

### 23. 顾客冲突管理

本课程主要介绍：顾客冲突及冲突管理有关的基本理论与基本技巧，针对顾客冲突辨析和冲突管理涉及的问题等进行学习。

### 24. 商务礼仪与营销口才

《商务礼仪与营销口才》是市场营销专业的专业必修课，是一门实践性很强的学科，是学生必备的专业技能之一。该课程是一门技能课，具有理论与实践的双重特性，它是学生今后在工作岗位发挥其能力的前提。通过对本课程的学习，学生建立、提高商务礼仪与营销口才意识，培养学生的营销语言表达能力，提高学生的口才技能和处理实际工作问题的能力以及综合素质。目标是让学生掌握商务礼仪在营销过程中的重要性、营销语言表达的技巧与能力，重点培养学生营销过程中口才技能方面的职业能力。

### 25. 经济法

《经济法》是高职市场营销专业的一门专业选修课程，是构成市场营销专业学生必备的专业知识之一。该课程主要是向学生介绍我国现行的市场经济法律制度，通过本课程的教学，能使学生理解并应用相应的经济法基础知识；熟悉常用的重要经济法律、法规的基础内容；增强法制观念并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力，其知识构成是学生毕业后从事管理和服务工作所必须具备的。该课程要求学生

不仅要掌握一定的经济法基本原理，同时还要学会运用法律方法处理经济活动中的实际问题，是一门理论与实践紧密结合，知识与技能并重的综合课程。

## 26. 职业安全管理

《职业安全管理》是市场营销专业的一门专业选修课，主要针对商旅行业，如酒店管理、餐饮管理行业的营销岗管理岗位而开设的，本课程涉及如前台、前厅、物业安全维修等工作岗位涉及的安全应急事件的处理和防范。

## 27. 人力资源管理

《人力资源管理》本课程是一门建立在经济学、行为科学、管理科学基础之上的专业选修课，是一门实践性、应用型很强的课程，起学习领域是面向企业的中低级人力资源管理岗位，在培养学生的人力资源管理技能方面起着重要的作用。课程以能力培养为导向，通过人力资源管理的教学，使得学生了解国内外人力资源管理技术的最新趋势，掌握人力资源管理各个环节的工作内容、工作流程、工作规范，提高学生自我分析问题和解决问题的能力。

## 七、教学进程总体安排

本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式，并反映有关学时比例要求如附件 6 所示。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例符合国家专业教学标准，双师素质教师占专业教师比例符合国家专业教学标准，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

## 2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；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

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外各行业营销及专业发展动态，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

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

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、校内实训基地。

### 1.专业教室

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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.校内实训基地

校内实训基地应满足市场营销专业课程实训要求，具备以下实训室或实训区域

#### （1）销售实训室。

销售实训区用于客户开发、产品展示（陈列），产品（服务）介绍，客户拜访、销售介绍、售后回访等教学与实训。

#### （2）网络营销实训室。

网络销售实训区用于企业产品或服务的网上（跨境）平台的设计、维护和运营，引流、客服服务等教学与实训。（3）车站综合控制实训区。

#### （3）策划实训室。

策划实训室主要用于创新创业项目孵化、企业营销活动的策划与展示的教学与实训。

实训场所面积及台位数能满足每班 50 人同时开展实训教学的需要。

### （三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

### 1.教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

### 2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：城市轨道交通行业政策法规、行业标准、技术规范以及相关专业技术手册等；城市轨道交通运营管理专业类图书和实务案例类图书；2种以上城市轨道交通运营管理类专业学术期刊。

### 3.数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

## （四）教学方法

教学方法应根据教学内容需要，综合运用讲授法、讨论法、演示法、情景模拟法、案例分析法、任务驱动法、现场教学法、自主学习法等教学方法。

在课程教学活动中，教师应掌握多种教学手段，采用多媒体教学、网络教学、软件模拟教学等教学手段，提供课堂效率。

## （五）学习评价

对学生的评价通过课程考核实现，分为理论课程考核和单列实训课程考核

### 1.理论课程考核

（1）课程考核按 100 分制，将课程考核成绩分为平时成绩和期末考试成绩。其中的平时成绩中，又分为思政考核和其他考核，思政考核包括个人品质、学习态度、课堂表现、出勤情况等，其他考核包括课堂课前预习情况、课堂参与情况、完成课外作业以及在课内实训中运用所学专业知识和解决问题的能力等。

期末考试成绩采用 A、B 卷同时统一命题，A、B 卷的试题内容重复率不得超过 20%。在命题中，分为基本要求部分和提高部分，前者占三分之二，主要考核学生掌握基本知识的情况；后者占三分之一，重在考核学生的综合分析能力。

（2）另外侧重实操的课程考核按 100 分制，将课程考核成绩分为平时成绩和期末考试成绩。平时成绩主要包括学习态度、课前预习情况、课堂参与情况、出勤情况、完成课外作业以及在课内实训中运用所学专业知识和解决问题的能力等；考试成绩有两种模式，其一，以试卷为出题方式，具体要求与上述命题要求相同。其二，以完成相关课程实操任务，在命题中必须有考核要求和评分标准，重在考核学生的操作技能。

### 2.单列实训课程考核

单列实训课程考核按 100 分制，将课程考核成绩分为过程性

考核和结果性考核，标准根据单列实训指导书考核标准进行评分。

## **（六）质量管理**

为满足专业人才培养目标，应做到以下质量管理要求：

（1）学校和二级院系应建立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）学校和二级院系应完善教学管理机制，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）学校应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达成情况。

（4）专业教研组织应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**

### **1.毕业学分要求**

学生在校学习期间，通过课程考试来检查学生学习情况，学习期间的课程考试实行学分制，且符合各类课程学分要求，包括

必修课学分和选修课学分。学生必须修满必修课 127.5 分，选修课 18 学分，共计 145.5 分，操行评定、第二课堂成绩合格，方可毕业。

## 2.证书要求

序号	考级或职业资格 证书名称	必考选考	考核等 级	考 试 学期	颁（发）证发部 门	可替代选修课学分
1	营销师	选考	3-5 级	1-4	人力资源和社 会保障部	2
2	市场营销经理助 理	选考	初级	1-4	中国市场学会	2
3	策划师	选考	初级	1-4	中国市场学会	2
4	机动车驾驶证	选考	合格	1-6	公安部	2

本专业学生可以考取上表所列证书，但不局限于上表所列证书，以上证书均可置换选修课程学分，但证书置换选修课学分最高不超过 2 分。

## 3. 其他要求

操行评定、第二课堂成绩合格。

## 十、附录

教学进程安排表、变更审批表等。

表 1

2020 级 市场营销 专业教学时间分配表

项目 周学学教 年期		军训 及入 学教 育	理 论 教 学	校 内 整 周 实 训	社 会 实 践	认 知 实 习	跟 岗 实 习	校 外 顶 岗 实 习	毕 业 设 计	毕 业 教 育	机 动	考 试	合 计
一	一	4	14		1							1	20
	二		16	2	1							1	20
二	三		16	2	1							1	20
	四		16	2	1							1	20
三	五				1	6	6	5			2		20
	六							14		4	2		20
合计		4	62	6	5	6	6	19	0	4	4	4	120

**2020级 市场营销专业学分制教学计划进程表【高职三年制】**

课程分类	序号	课程代码	课程名称	学分	考核学期		课内教学时数			实践教学课时	按学年及学期分配教学周数						
					考试	考查	共计	理论课时	实验实训课时		第一学年		第二学年		第三学年		
											上	下	上	下	上	下	
										20周	20周	20周	20周	20周	20周		
公共基础必修课【33.5学分】	1	A110209003	军事理论	2		1-2	36	36	0		18	18					
	2	C110209002	军事技能	2		1	0			112	2周						
	3	B115211001	大学生安全教育	1.5		1-4	24	12	12		3/4	4	4	4			
	4	A110208003	形势与政策	1		1-4	32	32	0		8/1	8/1	4/2	4/2			
	5	A120210002	就业指导与创业基础	2		1-4	32	32	0		2/4	3/4	2/3	2/3			
	6	B115209001	大学生心理健康教育	2		1-4	36	12	24		6	6	16	8			
	7	C110208004	思想政治理论课实践	1		1-4	0	0	0	25		1周					
	8	C120210001	大学生创新创业实践	2		1-5	0			50							
	9	C120209037	劳动素养	2		1-4	0			50	1周	1周	1周	1周			
				应用写作	2		1	28	20	8		2/14					
	11	A130208002	思想道德修养与法律基础	3		1	48	48	0		4/12						
	12	A140208001	毛泽东思想和中国特色社会主义理论	3		2	48	48	0			4/12					
	13	A120207010	体育一	2		1	28	2	26		2/14						
	14	A120207008	体育二	2		2	32	2	30			2/16					
	15	A120207009	体育三	2		3	32	2	30				2/16				
	17	A120207042	体育四	2		4	32	2	30					2/16			
	18	B130105001	实用英语(一)	2	2		28	16	12			2/14					
			小计		33.5			436	264	172	237	8	9	2	2		
公共基础选修课【4学分】	19		经济数学	2		2	32	32	0		2/16						
	20	A420207022	口才与沟通	2		2	32	16	16		2/16						
	21	A120207003	实用英语(二)	2		2	32	22	10		2/16						
	22		中国旅游地理	2		2	32	20	12		2/16						
	23	A420207022	职场礼仪	2		3	32	18	14				2/16				
	24	A420207030	文学影视欣赏	2		3	30	30	0				2/15				
	25	A420207016	东盟国家概况	2		3	32	20	12				2/16				
	26		大学生创新创业教育	2		3	32	27	5				3/11				
	27	A420207023	普通话测试	2		3	32	18	14				2/16				
			必须修满最低学分		4		64	32	32			2	2				
专业(技能)必修课【94学分】		B340204183	演示文稿的高级运用	3		1	48	24	24		4/12						
	28	B240104080	经济学基础	3	1		48	40	8		4/12						
	29	B230104194	商务数据分析与应用	3	1		48	36	12		3/12						
	30	B220204076	经济法	2		1	32	20	12		4/8						
	31	B230104004	市场营销概论	3	1		48	40	8		4/12						
	32	B240104133	消费者行为学	4	2		64	40	24			4/16					
	33	B250104114	市场调查与分析	5	2		80	55	25			5/16					
	34	B220204038	客户服务与管理	3		2	48	30	18			3/16					
	35	C220204118	市场营销技能实训(一)	2		2				50		2周					
	36	B230204195	团队建设与管理	3		3	48	28	20				3/16				
	37	B230204091	品牌管理与推广	4	3		64	40	24				4/16				
	38	B250104119	市场营销学	5	3		80	50	30				5/16				
	39	B250104134	销售实务	5	3		80	45	35				5/16				
	40	C220204116	市场营销技能实训(二)	2		3				50		2周					
	41	B230104128	网络营销	4	4		64	48	18					3/16			
	42	B250104115	市场营销策划	5	4		80	40	40					5/16			
	43	B230204086	连锁经营实务	3		4	48	36	12					3/16			
	44	C220204117	市场营销技能实训(三)	2		4				50				2周			
	46		专业业务能力综合实训	16		5				400					16周		
47		顶岗实习	14		6				350						14周		
		小计		94			928	536	280	900	14	11	16	14			
专业(技能)选修课【14学分】	48	B320204154	OFFICE应用	2		2	32	16	16		2/16						
	49		WORD应用	2		2	32	16	16		2/16						
	50	B320204166	基础会计	2		2	32	24	8		2/16						
	51	B230204145	展会营销与管理	3		3	48	40	8			3/16					
	52	B320204218	金融基础	2		3	32	24	8			2/16					
	53	B320204171	酒店与餐饮实用英语	2		3	32	26	6			2/16					
	54	B230104109	商务经纪与代理	3		4	48	34	14					3/16			
	55		跨境交易平台应用	2		4	32	16	16					2/16			
	56		顾客冲突管理	2		4	32	16	16					2/16			
			人力资源管理	2		5	32	24	8						2/16		
		职业安全管理	2		5	32	20	12						2/16			
		选修课必须修满最低学分		14		224	112	112									
		选修课修满最低学分		18		288	144	144									
		课内教学时数合计		145.5			1652	944	596	1137							
		分类统计	学分	学分比例	课时比例	课内总学时	理论课时	实训课时	实践时数	周课时数	22	22	20	16	0	0	
		公共基础必修课	33.5	23%	24.1%	436	264	172	237	课程门数	7	8	9	7	2	1	
		公共基础选修课	4	3%	2.3%	64	32	32		考试门数	3	3	3	3	0	0	
		专业(技能)必修课	94	65%	65.5%	928	536	280	900	考查门数	4	5	6	4	2	1	
		专业(技能)选修课	14	10%	8.0%	224	112	112		说明:	学生必须修满必修课 127.5学分, 选修课 18 学分, 共计 145.5 学分。学生必须修满规定总学分方可获取毕业资格。						
		合计	145.5	100%	44.1%	94	944	596	1137								
		比例					77%	23%									

备注: 本专业每学期将会根据专业需要调整任选课的课程设置。