

广西交通职业技术学院

GUANGXI VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE OF COMMUNICATIONS

TRAINING PROGRAM

市场营销专业 人才培养方案



TRAINING PROGRAM

2021 版



2021 级市场营销专业 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

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力。

三、修业年限

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

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
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	批发业（51）； 零售业（52）	营业员 （4-01-02-01） 商品营业员 （4-01-02-03） 其他营业人员 （4-01-01-99） 市场营销专业人员（2-06-07-02） 推销员 （4-01-02-01） 其他推销、展销人员（4-01-02-99） 采购员 （4-01-03-01） 租赁业务员 （4-01-04-04） 前厅服务员 （4-04-01-01）	销售代表 销售经理 市场经理 市场主管 策划专员/经理 店长 小微商业企业创业者

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：

1. 素质

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	职场礼仪 大学生创新创业教育 职业发展与就业指导	



		识、独立思考、勇于创新的科学精神。	
--	--	-------------------	--

2. 知识

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	(1) 掌握马克思主义的基本理论和基本知识; (2) 掌握人文、道德和法律基本理论和基本知识; (3) 掌握较扎实的科学文化基础知识;	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	1、掌握经济学、管理学基本理论知识; 1. 掌握市场营销的基本理论知识; 2. 掌握市场调查与预测、销售实务、营销策划的专业知识。国家相关政策以及行业动态。 3. 掌握统计业务与统计分析的理论知识, 以及求真务实的统计精神。 4. 能熟练我国商业法规如价格法、经济法、税法的规定。 5. 了解营销专业的理论前沿和发展状态。 6. 具有优良的职业道德、法制观念及服务意识;	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	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。	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

3. 能力

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	1、具有扎实的营销基础理论, 有进行商业企	管理学原理; 经济学基础; ; 消



	力	<p>业市场数据的分析、市场预测的能力；</p> <p>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；</p> <p>4、具备各类营销策划能力；</p> <p>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；</p> <p>6、具备财务管理和财务分析的能力；</p> <p>7、具有理解、分析和应用一般经济管理信息的能力。</p>	<p>费者行为学；市场调查与预测；</p> <p>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。</p>
3	专业拓展能力	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>专业综合实训（一）；专业综合实训（二）；专业综合实训（三）；</p> <p>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。</p>

六、课程设置及要求

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

公共基础必修课：

1. 《思想道德与法治》是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。本课程主要任务是：以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，引导大学生树立马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，正确理解社会主义核心价值观和社会主义法治建设的关系，从而筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养，解决成长成才过程中遇到的实际问题，更好地适应大学生活，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》是我国普通高校大学生

必修的思想政治理论课。本课程主要介绍了中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果,帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系,引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好,坚定“四个自信”。

3.《形势与政策》是高等学校必修的思想政治理论课之一,是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课,是帮助大学生正确认识新时代国内外形势,深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程,是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑,引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。

4.《思想政治理论课实践》是一门全校性的公共必修课,通过思想政治理论课社会实践,使学生学会理论联系实际,运用《思想道德修养与法律基础》、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《形势与政策》等课程中学到的基本原理,发现问题、分析问题、解决问题,加深对中国特色社会主义理论体系的理解和对党的路线方针政策的认识,增强责任感和使命感,更深切地认识国情、了解民情、感受民生、提升自我、服务社会。

5.《军事理论》是普通高等学校学生的必修课程。军事课以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循,全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观,围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求,着眼培育和践行社会主义核心价值观,以提升学生国防意识和军事素养为重点,为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。

6.《军事技能》是学院为所有大一新生开设的一门集身体素质训练、习惯养成教育、国防教育和素质教育为一体的实践性必修课。军事技能训练课程以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,贯彻落实习近平关于国防和军队建设的重要论述指示,按照教育要面向现代化、面向世界、面向未来,以及将“三全”育人贯穿教育教学的全过程要求,为适应我国人才培养战略目标和加强国防后备力

量建设的需要，为培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者服务。

7. 《劳动素养》课程是紧跟新时代德智体美劳全面发展的人才培养需求，属于学院公共必修课程。劳动素养课要完成 4 个学期的课程安排，每学期安排 1 周的劳动体验，课程共计 2 个学分。学生通过“劳动+信念教育”践行核心价值观，以劳树德；通过“劳动+劳动素养课”“劳动+专业课”将劳动融入课堂教学，以劳增智；通过“劳动+实践基地”“劳动+家庭教育”组织参加生产实践，以劳强体；通过“劳动+感恩教育”“劳动+脱贫攻坚”服务国家战略，以劳育美。培养学生正确的劳动观，成为严谨专注、敬业专业、精益求精和追求卓越的现代“交通人”。

8. 《大学生心理健康教育》课程是根据大学生心理特点而开设的公共必修课，共计 2 学分，36 课时。作为心理育人的主渠道，心理课程坚持理论与实践相结合，与课程思政相结合。理论教学目的在于普及心理健康知识，提高学生自我调节能力、人际交往能力等，实践课程重点关注大学生心理发展的“四个阶段”（适应—融入—提高—职业生涯），创新活动载体，搭建“互联网+”育人平台，培养学生积极乐观，理性平和的健康心态，为培养新时代高素质技术技能人才奠定了良好的心理基础。

9. 《大学生安全教育》是一门公共必修课，主要通过课程的多维度学习，使学生能有效掌握安全防范知识、提升安全防范能力。课程教学以线下课堂教学和线上学习相结合，遵循“思、学、辨、做、练”的教学模式，重在培养学生安全意识和应急避险的能力，课程教学重点强调安全行为理念和习惯的养成，引导学生树立正确的世界观、人生观、安全观，提高明辨是非的能力，为大学生顺利完成学业走向社会保驾护航。

10. 《就业指导与创业基础》是一门公共必修课，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过本课程的教学，使学生掌握职业生涯规划的基本理论、创业的基础知识、创办企业的基本流程和方法、职业素养和求职技能的提升，培养学生树立正确的就业观，爱岗敬业精神、自主创业意识及团队合作精神，促进就业能力和创业能力的全面发展。

11. 《体育》课程是以身体练习为主要手段、以增强学生体质、增进学生健康为主要目的的公共必修课程，是高等职业学校课程体系的重要组成部分，是进

行思想政治教育的有效阵地,是实施素质教育和培养德智体美劳全面发展人才不可缺少的重要途径。它是对原有的体育课程进行深化改革,以使学生“享受乐趣,增强体质、健全人格、锤炼意志”为使命,突出职业体能及健康目标的一门课程。

12.《实用英语一》课程服务专业人才培养,使学生掌握一定的英语基础知识和技能,在涉外交际的日常活动和业务活动中进行实用性的口头和书面交流,并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础。同时通过帮助学生掌握有效的学习方法,增强自主学习能力,提高综合文化素养;形成健康的人生观;为他们提升就业竞争力及今后的可持续发展打下良好的基础。课程 48-64 学时,对应 3-4 学分。

公共基础选修课:

1.《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》本课程是根据中宣部和教育部有关规定由思想政治理论课教学部面向全校开设的一门选择性必修课程。以《习近平谈治国理政》(第一、二、三卷)、《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》和《习近平新时代中国特色社会主义思想三十讲》为主要依据,参照教育部印发的《习近平新时代中国特色社会主义思想概论教学建议》,全面系统讲授习近平新时代中国特色社会主义思想,使大学生深入理解其核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求,增进政治认同、思想认同、情感认同,切实做到学、思、用贯通,知、信、行统一。

3.《口才与沟通》是面向全校学生开设的一门公共任意选修课程,32 学时,2 学分。本课程涉及到人际沟通、商务、职场活动的基本知识,口才言语表达的基础理论和基本技能。通过组织学生学习人际沟通、职场沟通的相关基础理论和实务,使学生形成人际沟通的基本观念,获得个人口语表达风格与树立个人社会形象,从而全面培养学生的语言表达能力及沟通实践能力,提高学生的综合素质和社会适应性。

4.《普通话测试》是面向全院学生所开设的一门公共选修课程,32 学时,2 学分。旨在提高学生普通话水平、使学生能顺利通过国家普通话水平测试。课程结合普通话水平测试的要求和方法,使学生掌握普通话的基本知识、普通话水平测试的方法和技巧,通过大量的训练获得普通话口语表达的基本技能、克服不良发音习惯,养成正确发音习惯。从而树立自信心,形成健康的人生观;为学生提

升就业竞争力及幸福人生打下良好的基础。

5. 《文学影视欣赏》是面向高职学生开设的一门人文素质类公共选修课。32学时，2学分。课程将文学、影视知识溶于经典影视作品的赏析中，引领学生了解影视艺术发展的历史、影视艺术的特点与魅力，本课程包括文学鉴赏和影视欣赏两类内容，目的在于培养学生文学影视审美和鉴赏能力的同时引导学生传承中华文脉，树立正确的人生观、价值观与世界观；形成健全人格，为将来的职业生涯打下良好的基础。

6. 《职场礼仪》是人文素质类高职高专公共选修课。32学时，2学分。课程依托交通行业和岗位需求，从“三全育人”出发确认培养目标：熟悉礼仪文化内涵；掌握职场社交通识礼节，具备职场社交能力，提升学生礼仪素养。按照德育为先、能力为重的要求，以情境任务驱动教学法为主，形成知识启发-技能内化-课外延展的脉络。掌握职场实用、应知、应会的常用礼节，做到“内化于心，外化于行”，知行合一，真正学礼、懂礼，自觉传承中华优秀传统文化。

7. 《东盟国家概况》通过学习东南亚国家联盟（东盟）十个成员国的基本国情、中国与东盟交流与合作的意义及措施、中国—东盟自由贸易区、大湄公河次区域等区域性经济组织，了解和掌握中国以及广西加强与东盟的区域合作等相关内容，帮助学生开拓国际视野，培养学生面向未来、面向世界的学习理念，提高自身综合素质，同时在一定程度上为开拓就业渠道创造积极的条件。

8. 《大学生创新创业教育》是一门公共选修课程，以撰写商业计划书为主线，以精益画布作为工具的创新创业基础教育。它以培养大学生创业意识为起点，提高大学生创业能力为落脚点，按照填写表格的形式，从痛点问题、客户群体、独特卖点、解决方案、产品渠道、收入模式、成本分析、关键指标、门槛优势等精益画布方格推演进程，逐步普及创业知识、锻炼创业能力和培养创业精神、团队合作精神。

（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. 管理学原理

《管理学原理》是市场营销专业的专业基础课，是学习其他专业管理课程的理论基础。管理学原理是从管理实践中总结、归纳、抽象和概括出来的科学原理，它着重研究管理的客观规律和具有共性的基本理论。围绕管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能展开各章内容。这些基本原理对于各行各业的管理都具有指导意义，任何将来有可能从事管理工作的学生有必要了解和学习的这门课程。

3. 连锁门店人力资源管理

《连锁门店人力资源管理》是高职市场营销专业的一门专业基础课程，是构建市场营销专业在连锁行业发展的专业知识之一。该课程主要基于连锁门店人力资源管理职业竞争力导向的工作过程系统化课程。本课程是在学生在掌握管理学基础等课程的基础上进一步掌握连锁门店人力资源管理的原理与实施流程，本课程通过连锁门店人力资源管理六大模块的学习让学生掌握连锁门店人力资源管理的基本知识和工作流程，课程目标通过本课程的学习使学生掌握连锁门店人力资源管理六大模块工作的基本程序和方法并能根据不同的连锁企业岗位群去设计工作程序和选择合适的方法掌握人力资源管理相应工具的编写，能制定简单的培训制度、薪酬管理制度、绩效管理制度对连锁门店人力资源管理中可能会出现的问题，能将六大模块融会贯通制定出解决措施和处理方案，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. 团队建设管理

《团队建设与管理》是市场营销专业的专业选修课。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识别市场机会、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营销策划的基本理论、基本方法和基本程序，即对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选修课程，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. 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选修课，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。

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. 收益管理

本课程主要讲授目前连锁酒店与饭店的收益构成，如何提高门店的收益。通过对收益管理的基本原理的学习，了解门店收益的来源与构成，能对不同的收益来源进行合理的挖掘和控制。

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。

25. 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。



26. 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。

七、教学进程总体安排



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	实验课时		第一学年		第二学年		第三学年						
											上	下	上	下	上	下					
公共基础必修课程 (32.5学分)	1	A110209003	军事理论	0		1	18	18	0	0	18										
	小计				32.5			604	234	192	228	8	6	2	2						
	公共基础选修课程 (8学分)	40	A130207002	经济数学	2		2	32	32	0			2/16								
		小计				8			128	64	64			4	4						
		专业(技能)必修课程 (66学分)	51	B230204002	经济学基础	3	1		48	40	8		4/12								
			小计				86			800	515	285	900	16	11	13	15			14周	
			专业(技能)选修课程 (8学分)	70	B320204156	OFFICE应用	2		2	32	16	16			2/16						
				小计				8			128	64	64			4	2	2			
				课内教学时数合计						134.5	1482	877	605	1128							
				公共基础必修课程	32.5	24%	31.9%	604	234	192	228	课程门数	7	10	7	6	1	1			
				公共基础选修课程	8	6%	4.9%	128	64	64	0	考试门数	5	3	3	2	0	0			
				专业(技能)必修课程	86	64%	65.1%	800	515	285	900	考查门数	2	7	4	4	1	1			
				专业(技能)选修课程	8	6%	4.9%	128	64	64	0										
	合计			134.5	100%	106.8%	1660	877	605	1128											
	比例							34%		66%											

说明：1、学生必须修满必修课程118.5学分，选修课16学分，共计134.5学分。学生必须修满规定总学分方可获取毕业资格。
2、本专业每学期将根据专业需要调整任该课的课程设置。3、思政课的“课内实验实训课时”为“课程实践课时”

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不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，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动态及专业发展动态，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业创新项目孵化、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：市场营销原理、营销策划；市场营销专业类图书和实务案例类图书；2 种以上市场营销类专业学术期刊。

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（60%）和期末考试成绩（40%）。其中的平时成绩中，又分为 10% 的思政考核和 50% 的其他考核，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知识解决问题的能力等。

期末考试成绩（40%）。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（50%）和期末考试成绩（50%）。平时成绩占 50%，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知识解决问题的能力等；考试成绩占 50%，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（60%）和结果性考核（40%），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

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 118.5 分，选修课 16 学分，共计 134.5 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。

十、附录

1. 专业人才培养调研报告
2. 课程标准
3. 专业人才培养方案审核意见表

