

市场营销专业 人才培养方案



河南交通职业技术学院

二〇一九年八月

市场营销技术与管理专业 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:630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

学制: 全日制三年

学历: 专科

四、职业面向

表 1 市场营销专业学生职业面向

本专业所属专业大类(专业类)及代码	本专业所对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别(或技术领域)	职业技能等级证书
6307 市场营销类	具有销售功能的各行业	销售外勤	销售助理 门店销售员 促销员 渠道专员	营销员(国家职业资格五级) 高级营销员(国家职业资格四级)
		营销策划	市场调研岗位 营销策划岗位	助理营销师(国

			客户服务	家职业资格三 级)
		电商销售	新媒体营销	
		销售管理	销售内勤 销售主管	
		自主创业	小型企业主	

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业的培养目标为：立足于工商企业对销售一线人员的要求，培养学生具有良好专业精神、职业精神和工匠精神，职业素养和专业技术全面发展，具有突出的创新精神和实践能力，优秀的职业适应能力和可持续发展能力。培养具有优秀的沟通和处理复杂关系的协调能力，自主学习能力强，能够快速适应行业运行规则，能承受艰苦环境和工作挫折压力，熟知销售规律，熟练运用所学技能，能够提升销售业绩或者为形成销售成果提供支持服务的复合型技术技能人才。

(二) 培养规格

表 2 市场营销专业毕业生培养规格一览表

职业素养	基本职业素养	拓展能力
营销工作 分析素养	1.具有规范的营销管理观念，叙述正确的营销管理过程； 2.叙述营销管理中的重要环节以及相互之间的关系； 3.能够组织和管理部门的营销工作； 4.具有有序的工作习惯，能够在繁杂的事务中发现并迅速处理重点问题。	1.具有查阅信息进行宏观和微观分析的能力； 2.具有营销专业策划与咨询能力； 2.具有市场竞争分析能力。
市场调查 与预测素养	1.具有良好的市场信息收集和分析的习惯； 2.具有正确的市场调查观念； 3.能够进行市场调查的组织 4.具有市场调查方法选择的能力 5.具有正确运用市场信息分析工具的能力 6.能够进行市场调研写作。	1.具有利用计算机进行辅助数据分析的能力； 2.具有在数据分析中进行建模的能力； 3.具有根据调查报告制定发展策略的能力。
商业沟通 与谈判素养	1.具有良好的表达和理解力，能在交谈中抓住重点； 2.具有人际关系的处理技巧； 3.熟练应用口头、书面和肢体语言，以适当的方式表达思想，形成对交流方产生有效影响的能力； 4.较好处理突发事件，消除对企业不利影响的能力。	具有鼓动和激发消费者情绪的能力。

<p>市场推销 素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述产品推广中常用的方法和技巧; 2. 能够通过对消费者的接触, 正确判断客户的消费行为模式、消费影响因素, 并能设计出相应的方案, 通过适当的方式影响客户朝有利自己的方向转变的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述消费者和组织的行为分析; 2. 能够描述消费模式的分析; 3. 能够描述消费者决策模型的分析; 4. 具有根据影响因素, 综合选择推销方法和技巧的能力。
<p>广告和促销策划素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有根据所处的销售情况、竞争状况、市场状况, 结合市场预测的结果, 设计出市场广告和促销的组合方案、实施计划等, 并形成书面方案的能力; 2. 能够组织和协调小型的促销活动。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述广告创意形成; 2. 能够描述广告策略的制定; 3. 能够描述多种形式促销的综合选择和活动组织; 4. 能够描述广告和促销效果的测定。
<p>电子商务运作素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有使用网上银行等完成电子支付与电子交易的能力; 2. 具有使用网络进行营销数据信息收集、分析和处理能力; 3. 具有处理网上单证及电子合同的能力; 4. 具有使用已有电子商务系统进行网络营销的能力; 5. 具有应用电子商务系统开展日常运营管理能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有使用电子商务系统进行的能力; 2. 具备电子商务网站的初步设计能力; 3. 具有网络虚拟企业的设立及运作能力; 4. 具备电子商务平台开发的系统规划能力。

营销渠道管理素养	<ol style="list-style-type: none"> 1.具有根据企业需要选择合适销售渠道的能力； 2.能够处理好客户和公司、客户和渠道代理商之间的关系； 3.具有处理渠道代理商和公司之间的财务问题的能力； 4.具有和渠道组织者建立融洽关系的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.能够描述渠道的评估和测算方案的制定； 2.根据市场的状况变化，能够描述设计加强、调整渠道的方案。
产品定价与财务管理素养	<ol style="list-style-type: none"> 1.具有市场开发与营销各环节成本和总成本的核算能力； 2.具有市场开发与营销各环节成本和总成本的分析能力； 3.具有利用成本管理，在既定的服务水平下，优化市场开发与营销各环节职能，降低费用的能力； 4.具有根据市场和企业自身状况，选择合适的定价策略； 5.具有根据市场竞争的发展和企业的要求，制定价格调整策略的能力。 	具有市场开发与营销各环节成本和总成本的控制能力。

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

表 3 公共基础课程描述

课程名称	教学学时	课程目标及教学要求	教学内容
思想道德修养	45	<p>通过该课程学习：</p> <p>描述人的本质和人生观的基本内容，评价人生价值的标准，正确分析实现人生价值</p>	<p>本课程内容包括：</p> <p>坚定理想信念、弘扬中国精神、践行</p>

<p>与法律基础</p>		<p>的主客观条件；</p> <p>描述理想信念对大学生成长成才的重要意义，分析共同理想和最高理想的关系；认识到实现理想的艰巨性和曲折性。</p> <p>描述掌握爱国主义的内涵和爱国主义的优良传统，能够坚持爱国主义和社会主义和拥护祖国统一。</p> <p>描述社会主义核心价值观和价值体系的基本内容，熟悉社会主义核心价值观的历史底蕴、现实基础；</p> <p>描述道德的基本含义、社会主义道德的基本内容和优良道德传统的主要内容以及以为人民服务为核心、以集体主义为原则的社会主义道德的内容，做诚信公民。</p> <p>描述社会主义法律的内涵，弄懂我国的法律体系和运行机制，树立中国特色社会主义法治体系、法治思维、法制观念。</p>	<p>社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法。</p>
<p>毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论</p>	<p>68</p>	<p>通过该课程学习：</p> <p>正确描述马克思主义中国化的理论成果及其理论精髓，会运用中国化马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题；具备投身于改革开放和社会主义现代化建设的自觉性、主动性和创造性，成为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人；准确把握社会主义的本质，能够坚定“四个自信”，全面提高学生思想政治素质和中国化马克思主义理论素养，做一个新时代有知识有文化有社会责任感的有志青年；懂得中国共产党的领导地位是历史的必然，是人民的选择；能够积极贯彻新发展理念，建设现代化经济体系是中国特色</p>	<p>本课程内容包括：</p> <p>毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、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及其历史地位、“五位一体”和</p>

		<p>社会主义经济建设的重要内容；正确分析以深化供给侧结构性改革为主线，推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，实现高质量增长的必要性。</p>	<p>“四个全面”总体布局、坚持和加强党的领导。</p>
形势与政策	66	<p>通过该课程学习： 正确描述“习近平新时代中国特色社会主义思想”的基本框架、基本原则、主要内容、战略措施等；准确分析和感知“党的十八大以来5年的成就是全方位的、开创性的，5年来的变革是深层次的、根本性的”；描述“中国特色社会主义进入新时代”的深刻内涵和重要意义；树立为“两个一百年奋斗目标的战略部署”无私奉献、倾情投入的理想和激情；能够将自己的专业、职业与“我国经济社会发展重大战略部署”紧密联结；能够将自己的“青春梦”融入实现中华民族伟大复兴的“中国梦”，坚定理想信念，志存高远，脚踏实地，勇做时代的弄潮儿。</p>	<p>本课程内容包括：学习和传达党和国家重要会议精神、领会和传播党的理论创新成果、正确认识重大事件和纪念活动、准确把握中国外交与国际形势。</p>
体育	115	<p>通过该课程学习： 养成自觉参与锻炼的行为习惯；能够科学实施体育锻炼的方式方法；形成健康的心理品质，表现出良好的人格特征，积极的竞争意识与团队合作态度。能够在实践中运用常见运动竞赛规则与裁判、竞赛组织方法。能够在教学比赛中运用所学运动技术、战术；正确叙述运动有关的损伤产生原因及保健知识；能根据课堂所学的的基本知识，制订简便的运动处方；学会教学内容项目的运动规则与裁判方法并能在实践中组织简单的基层比赛,具有一</p>	<p>本课程内容包括：科学体育锻炼的原则和方法、运动性伤病的预防和急救、运动与营养关系、运动处方；篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球的运动发展史、规则、运用技术、技战术；田径项目的基本基础及成绩进展。</p>

		定的体育欣赏能力；能够能利用体育锻炼调节与改善自身心理状态，正确处理运动损伤。	
高职应用英语	68	<p>通过该课程学习：</p> <p>能在在口头和书面表达时正确运用 3,500 个大纲规定的英语单词；准确描述基本的英语语法，并能在职场交际中正确运用所学语法知识；听懂日常生活用语和与未来职业相关的一般性对话或陈述；能就日常话题和与未来职业相关的一般性话题进行有效的交谈；正确阅读一般性题材和与未来职业相关的英文材料；能借助词典将一般性题材的文字材料和与未来职业相关的业务材料译成汉语。</p>	<p>本课程内容包括：</p> <p>Opening Doors、 Difficult Choices、 Time Together、 Inspiring Others、 Getting Away、 Getting Home、 Feeling Good、 Virtually Connected Journeys Discovery Sporting Choices In My Mind</p>
计算机应用基础	60	<p>通过该课程学习：</p> <p>能描述计算机的应用领域及其功能； 能够会计算机操作的基本技能； 能描述计算机操作系统的基本知识和操作技能； 会使用办公自动化常用工具，具有进行日常事务处理的能力； 能说出 Internet 的一般知识，具有使用网上常用工具的能力。</p>	<p>本课程内容包括：</p> <p>计算机基础、 windows 操作系统使用、Word 文字处理、Excel 电子表格处理软件应用、演示文稿应用、计算机网络基础与 Internet 应用。</p>
职业发展与就业指导	34	<p>通过该课程学习：</p> <p>正确描述职业的特性、功能及分类；正确撰写合格的求职材料及职业生涯的规划；准确分析当前就业形势与政策法规；正确叙述基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识等；能够利用理论知识形成自我探索及职业环境探索技能、信息搜集与管</p>	<p>本课程内容包括：</p> <p>大学学习与生涯规划、个人需求与人生发展、自我探索的方法与途径、生涯决策与规划制定等、大学生就业形</p>

		理技能、生涯决策技能、求职技能、维权技能等方面的能力。	势分析、大学生就业心理调适与就业权益维护、大学生求职信息的搜集与整理等。
美术鉴赏	30	通过该课程学习：说出美术与自然、社会之间的三点以上关系。能够认识到美术是祖国优秀的传统文化，世界的多元文化。分析出中外美术的主要风格、流派，中外美术发展的大体脉络。能够描述出中外绘画、雕塑的发展历程。能够描述出中外绘画的风格流派及特征五点以上内容。欣赏中外绘画、雕塑的审美意蕴。熟知实用性美术欣赏的类别分为几类及功能有几种。能够说出实用性美术欣赏的特征。欣赏实用性美术欣赏的审美意蕴。	本课程内容包括： 美术鉴赏基础知识；中外绘画作品鉴赏；实用性美术欣赏
心理健康教育	34	通过该课程学习： 正确描述心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义；叙述大学阶段人的心理发展特征及异常表现；描述自我调适的基本知识。正确认识自身的心理特点和性格特征；能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价；在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	本课程内容包括： 心理学基本知识、自我认知、环境适应、心理调适、应对挫折、择业心理。
创新创业教育	34	通过该课程学习： 能清晰地认识到创新创业的重要性，正确描述一些基本的创新技法，并且在学习生活中能积极主动去创新；通过对创新创业	本课程内容包括： 创新思维及其重要性、创新技法、创业素养的提升、创

	<p>案例分析与讨论，树立正确的创业成败观；正确叙述善于思考、勇于探索的创新精神，敢于承担风险、挑战自我的进取意识；形成面对困难和挫折不轻易放弃的态度；能够识别机会、快速行动和善于解决问题；更够善于合作、诚实守信、懂得感恩。</p>	<p>业机会的识别、全面认识“互联网+”、如何设计商业模式及整合资源、设立你的企业等。</p>
--	--	---

(二) 专业(技能)课程

(1) 专业(技能)基础课程

1. 物流概论

物流概论		课程类型：专业基础课					
学期	1	总学时	30	讲授学时	26	实训学时	4
<p>课程目标：</p> <p>通过此课程的学习，学生能够熟练叙述物流的概念、能够描述物流的发展及基本理论、建立物流管理的基本思想和方法、能明确叙述物流的基本活动环节及基本要求，明确叙述能够描述物流系统、企业物流、第三方物流、物流服务与物流质量管理、物流标准化管理、物流产业与物流政策等认知内容。</p>							
<p>教学要求</p> <p>(1) 使学生明确物流的概念、能够描述物流的发展及基本理论、建立物流管理的基本思想和方法、明确物流的基本活动环节及基本要求，明确物流系统、企业物流、第三方物流、物流服务与物流质量管理、物流标准化管理、物流产业与物流政策等认知内容。</p> <p>(2) 能够理论联系实际，积极主动应用学习内容。</p> <p>(3) 具有团队意识，协作精神，形成良好的职业素养。</p> <p>(4) 具有良好的心理素质和人际交往能力</p>							
<p>课程内容</p> <p>(1) 物流及物流管理</p> <p>(2) 物流基本活动环节及基本要求的确认</p> <p>(3) 建立物流系统思想</p>							

(4) 企业物流 (5) 第三方物流 (6) 物流服务与物流质量管理 (7) 物流标准化管理 (8) 物流产业与物流政策
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

2. 营销导论

营销导论		课程类型：专业基础课					
学期	1	总学时	30	讲授学时	24	实训学时	6
课程目标： 通过本课程的学习，促进学生对营销专业兴趣的形成，构建营销知识结构框架，帮助学生进行知识学习和技能提升、职业发展等方面的规划。使学生具备从事市场营销工作的高素质劳动者和高级技术应用性人才所必需的企业的基本素质。同时培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业精神与创新设计意识。							
教学要求 围绕市场与市场类型、营销观念、环境分析、消费者行为分析、营销新观念等问题进行讲授，通过项目（案例分析、角色扮演、调研考察等），培养学生市场和顾客意识，树立市场营销观念，初步培养学生应用市场营销学知识来分析和解决现实中营销问题的能力，增强理论联系实际的能力，提升创新精神，增强专业基础素质。							
课程内容 (1) 市场营销观念与发展 (2) 营销宏观环境 (3) 创新市场营销							
教学方法							

任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法

教学基本条件

主讲教师：1 位。

教室：配有多媒体教学设备。

辅助教学条件：计算机网络资源。

3. 管理学原理

管理学原理		课程类型：专业基础课					
学期	1	总学时	60	讲授学时	48	实训学时	12
课程目标： 通过本课程的学习，学生具备从事市场开发与营销企业管理工作的高素质劳动者和高级技术应用性人才所必需的企业的基本知识与技能。学生能够在理论上进行分析、在实践上具有企业管理问题的分析和处理能力。同时培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业精神与创新设计意识。							
教学要求 本课程主要讲授管理学的基本原理，系统介绍管理的四大职能即计划、组织、领导、控制的原理、规律和方法。通过项目（案例分析、角色扮演、管理游戏、调研考察等），培养学生的管理意识，训练实际管理技能，提高学生对实际管理问题的分析、归纳、反应、决策、操作、拓展能力。							
课程内容 (1) 管理系统分析 (2) 管理思想选择 (3) 环境分析 (4) 决策 (5) 组织设计 (6) 人力资源管理 (7) 领导能力培养准备 (8) 指挥 (9) 激励 (10) 沟通 (11) 处理组织冲突 (12) 总体控制							

(13) 绩效评价
<p>教学方法</p> <p>任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法</p>
<p>教学基本条件</p> <p>主讲教师：1 位。</p> <p>教室：配有多媒体教学设备。</p> <p>辅助教学条件：计算机网络资源。</p>

4. 经济法

经济法		课程类型：专业基础课					
学期	2	总学时	34	讲授学时	28	实训学时	6
<p>课程目标：</p> <p>通过本课程的学习，使学生具备从事会计、出纳、稽核、档案保管等职业所必需的有关经济法律的基本知识与技能。学生能够在理论上进行分析，在实践上运用经济法律法规减少错误发生，提高为社会服务的能力。</p>							
<p>教学要求</p> <p>通过本课程的学习使学生具备相关职业应用性人才所必需的经济法律知识。本课程是从事经济、管理工作人员必须认真学习和能够描述的课程。使学生学完本课程以后能够描述经济法的基本法律制度，具有运用经济法律手段为社会服务的能力。通过能够描述国家法律法规的规定，能够规范会计等经济行为，减少错弊的发生。</p>							
<p>课程内容</p> <p>(1) 认识经济法</p> <p>(2) 公司法</p> <p>(3) 合伙企业法</p> <p>(4) 破产法</p> <p>(5) 合同法</p> <p>(6) 担保法</p> <p>(7) 工业产权法</p> <p>(8) 金融法</p> <p>(9) 证券法</p> <p>(10) 会计法与审计法</p>							

(11) 经济仲裁与经济诉讼
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

5. 市场调查与预测

市场调查与预测		课程类型：专业基础课					
学期	2	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
课程目标： 通过本课程的学习，使学生能够准确描述市场、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，能够描述有关市场调查与预测的基本概念和理论，能够描述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，为学生具备职业发展需求能力打下基础。							
教学要求 系统地阐述认知市场状况、研究市场发展变化规律、预知市场未来表现的理论和方法。通过本课程的学习，使学员能够描述市场调查与预测的基本知识、基本原理，能够正确地运用所学的调查和预测方法解决市场活动中的实际问题，具备良好的实际应用能力。							
课程内容 (1) 设计市场调查方案 (2) 市场调查技术方法的选择 (3) 调查资料的整理与分析 (4) 市场预测 (5) 市场调查报告的撰写							
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法							
教学基本条件 主讲教师：1 位。							

教室：配有多媒体教学设备。

辅助教学条件：计算机网络资源。

6. 管理经济学

管理经济学		课程类型：专业基础课					
学期	3	总学时	68	讲授学时	58	实训学时	10
课程目标： 通过本课程的学习，使学生能够描述企业管理中的经济问题，树立在市场经济条件下，决策制定过程的经济思维的概念框架。能够初步研究企业生产要素和其他经济资源的合理分配，探求企业发展运作中的内在经济规律，分析企业经济活动的规模、比例、结构、组织以及与其他经济活动的关系。							
教学要求 本课程的教学，应贯彻理论联系实际的原则，着重阐明经济学的基本理论、基础知识和基本技能，培养学生分析和解决实际问题的初步能力，培养初步的“学会用理性思考经济问题，用经济方法管理经济的能力”，并为其他经营管理方面的专业课程打好基础。							
课程内容 (1) 管理经济学概述 (2) 市场供求机制分析 (3) 生产与成本决策分析 (4) 市场结构与企业行为分析 (5) 企业风险决策分析 (6) 企业投资决策分析							
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法							
教学基本条件 主讲教师：1位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。							

7. 消费心理学

消费心理学		课程类型：专业基础课					
学期	3	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
<p style="text-align: center;">课程目标：</p> <p>通过本课程的学习，使学生具备相应的职业素质和理论知识、技能。在比较完整地能够描述心理学基本常识的基础上，能进行消费者心理、商品相关因素和环境因素等相关分析，并作出相应的心理对策。同时，培养学生关注消费者、善于分析消费心理的良好习惯及尊重顾客的情感，树立顾客至上的理念、创造和谐效益的理念。</p>							
<p style="text-align: center;">教学要求</p> <p>本课程主要围绕消费者心理活动、消费者个性心理特征、环境因素以及产品、广告与消费者直接的关系等问题进行讲授，通过项目（案例分析、情景模拟、调研考察等），培养学生研究消费者营销活动的的能力、分析问题的能力、解决问题的能力。从而保证本专业学生能够胜任今后的专业工作，为学生提高自身综合素质适应市场经济奠定良好的基础。</p>							
<p style="text-align: center;">课程内容</p> <ul style="list-style-type: none">(1) 消费心理学与消费者心理活动(2) 消费需要、购买动机与消费者态度(3) 消费决策、购买行为与消费者个性心理特征(4) 消费群体与消费群体心理(5) 环境因素与消费者心理(6) 产品与消费心理(7) 价格策略与消费心理(8) 广告与消费心理(9) 公共关系与消费心理(10) 网络营销与消费心理							
<p style="text-align: center;">教学方法</p> <p>任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法</p>							
<p style="text-align: center;">教学基本条件</p> <p>主讲教师：1 位。</p> <p>教室：配有多媒体教学设备。</p> <p>辅助教学条件：计算机网络资源。</p>							

8. 电子商务实务

电子商务实务		课程类型：专业基础课					
学期	4	总学时	68	讲授学时	40	实训学时	28
<p style="text-align: center;">课程目标：</p> <p>本课程在设计中充分考虑实际工作环境的特点，利用现代化的网络信息和多媒体教学环境模拟实际工作环境，利用现代化的多种教学手段，将工作项目以实际操作的方式来完成，提高学生的学习热情，通过教师的现场演示和指导，达到良好的教学效果。</p>							
<p style="text-align: center;">教学要求</p> <p>在课程体系中把国家职业标准融入课程体系，形成高职课程对国家职业标准在教学内涵上的涵盖关系或专业核心课程与国家职业标准之间的对应关系，形成符合国家职业标准的“双证”课程，使专业课程内容与企业的岗位技能需求紧密结合。以培养技术技能型人才为目标，开发与国家职业标准要求相符合的专业教学内容，努力使课程设置体现职业化和实践化的特点。</p> <p>本课程主要培养学生以下几个方面的能力：1) 具有企业进行电子商务运作基本规划能力；2) 能利用网络技术进行电子商务营销、经营的基本技能；3) 能完成电子商务网站创建与设置、电子商务采购与服务管理的能力。</p>							
<p style="text-align: center;">课程内容</p> <p style="text-align: center;">(1) 电子商务概述</p> <p style="text-align: center;">(2) 电子商务基础技术</p> <p style="text-align: center;">(3) 电子商务安全</p> <p style="text-align: center;">(4) 电子支付</p> <p style="text-align: center;">(5) 电子商务交易模式</p> <p style="text-align: center;">(6) 电子商务开发实现技术</p> <p style="text-align: center;">(7) 网络营销技术</p> <p style="text-align: center;">(8) 电子商务物流与配送</p> <p style="text-align: center;">(9) 移动电子商务</p> <p style="text-align: center;">(10) 电子商务法律法规与职业道德</p> <p style="text-align: center;">(11) 电子商务发展前沿展望</p>							
<p style="text-align: center;">教学方法</p> <p style="text-align: center;">任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法</p>							

教学基本条件

主讲教师：1 位。

教室：配有多媒体教学设备。

辅助教学条件：计算机网络资源。

9. 财务基础

财务基础		课程类型：专业基础课					
学期	4	总学时	68	讲授学时	44	实训学时	24
课程目标： 通过本课程的学习，使学生具备相关职业应用性人才所必需的会计和财务的基本知识与技能。学生在理论和实践操作上能够：（1）能够描述会计的基本理论与方法；（2）正确识别会计凭证和会计账簿；（3）认识基本的会计报表并能进行简单的财务指标分析；（4）能够描述全面预算基本理论和方法；（5）能结合具体数据进行简单的本量利分析；（6）能够描述各种成本计算方法并能进行简单的成本计算。							
教学要求 本课程注重会计和财务基础知识和技能的学习，培养他们的会计报表阅读和分析及财务管理能力。该课程也是非财经专业学生考取助理会计师证书的必考课程之一。通过本课程的学习，使非财经专业的学生具备从事本专业的工作所必需的会计和财务基本知识和技能，为今后从事相关管理工作打下基础。 本课程主要讲授会计要素、账户与复式记账、会计凭证与会计账簿、会计报表等会计基本内容和报表分析、全面预算、本量利分析、成本核算与成本控制、财务指标分析等财务基本知识。进行会计账务处理和财务指标分析的技能训练。要求学生所学知识，能看懂会计报表并能独立进行财务指标分析。							
课程内容 （1）电子商务概述 （2）电子商务基础技术 （3）电子商务安全 （4）电子支付 （5）电子商务交易模式 （6）电子商务开发实现技术 （7）网络营销技术							

<p>(8) 电子商务物流与配送</p> <p>(9) 移动电子商务</p> <p>(10) 电子商务法律法规与职业道德</p> <p>(11) 电子商务发展前沿展望</p>
<p>教学方法</p> <p>任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法</p>
<p>教学基本条件</p> <p>主讲教师：1 位。</p> <p>教室：配有多媒体教学设备。</p> <p>辅助教学条件：计算机网络资源。</p>

(2) 专业（技能）核心课程

1. 市场营销实务

市场营销实务		课程类型：专业核心课					
学期	2	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
<p>课程目标：</p> <p>本课程主要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 应用型营销人才。在教学中要向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方 法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的市场营销观念，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，使社会 生产适应市场需求的变化。</p>							
<p>教学要求</p> <p>通过本课程的教学，使学生能够描述市场营销学的基本理论和基本方法， 明确营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要 特点；能够描述营销管理的内容，并能结合相关案例进行分析、研究；结合相应 的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。</p>							
<p>课程内容</p> <p>(1) 消费者市场和组织市场</p> <p>(2) 市场细分与目标市场</p> <p>(3) 市场营销战略</p>							

(4) 产品策略 (5) 价格策略 (6) 渠道策略 (7) 促销策略 (8) 国际市场营销
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

2. 广告实务

广告实务		课程类型：专业核心课					
学期	3	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
课程目标： 课程学习为学生将来从事（广告）公司企划工作、项目（客户）工作、市场运营工作以及自主创业打下坚实基础。通过本课程学习，学生能够准确的叙述广告的概念、发展和挑战、广告媒体类型，能够进行广告环境的分析，具备市场调研、消费者行为分析、广告计划、广告创意、广告文案撰写的能力，能够根据实际情况进行广告媒体选择、效果测试及管理。							
教学要求 通过本课程的教学，培养学生相应的方法能力、社会能力、相互沟通和团队协作的能力，使学生能熟练能够描述广告实务的基本方法，分析、解释企业中常见的广告问题，独立进行广告调研和广告策划，撰写完整的广告策划方案。							
课程内容 (1) 广告基本概念 (2) 广告发展简史及当代广告面临的挑战 (3) 广告组织 (4) 广告环境 (5) 传播与消费者行为							

(6) 广告调研 (7) 广告计划 (8) 广告创意 (9) 广告文案 (10) 广告媒体 (11) 广告效果的测定 (12) 广告管理
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

3. 品牌策划实务

品牌策划实务		课程类型：专业核心课					
学期	3	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
课程目标： 本课程的任务是使学生能够描述品牌管理的基础理论，学会品牌环境的分析和品牌系统的开发与设计、运作与管理、衡量、维护与改进，并通过案例、实验、实训或实习教学，将品牌管理知识和技能在实践中综合运用，提高学生的实践和创新能力。 本课程主要面向市场营销专业的学生，注重专业基础素质教育，激发学生的学习兴趣，增强理论联系实际的能力，培养创新精神。							
教学要求 该课程要以品牌管理的全过程为主线构建课程内容，在能够描述品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养。							
课程内容 (1) 品牌理论 (2) 企业品牌定位							

(3) 企业品牌个性 (4) 企业品牌成长 (5) 企业品牌形象塑造 (6) 企业品牌文化 (7) 企业品牌传播 (8) 企业品牌维护 (9) 品牌资产价值 (10) 企业品牌创新 (11) 品牌战略发展
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

4. 渠道管理实务

渠道管理实务		课程类型：专业核心课					
学期	4	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
课程目标： 本门课程注重专业基础素质教育，激发他们的学习兴趣，增强他们理论联系实际的能力，提高他们的操作能力，培养他们的创新精神。达到学生能够区分不同的分销渠道模式；初步具备根据企业实际状况分析其分销渠道的流程、结构和关键要素的能力；初步具备根据实际情况选择合适的渠道成员的能力；具备确定渠道具体目标和分配渠道任务的能力。							
教学要求 本课程主要面向市场开发与营销专业的学生，是传授市场营销实务操作中主要手段之一的应用，是营销基础课程的深化和延伸，为其他核心课程提供关联性的辅助。以企业的营销渠道行为为研究对象，系统介绍营销渠道管理的基本理论，包括营销渠道的基本类型、营销渠道的设计方法、营销渠道的管理和控制，以及营销渠道中的市场开发与营销、信息管理。							

<p>课程内容</p> <p>(1) 营销渠道系统</p> <p>(2) 营销渠道结构分析</p> <p>(3) 营销渠道的参与者分析</p> <p>(4) 营销渠道设计</p> <p>(5) 营销渠道成员选择</p> <p>(6) 渠道领导与渠道领袖</p> <p>(7) 渠道成员之间的冲突与合作</p> <p>(8) 渠道控制</p> <p>(9) 渠道效率评价与渠道调整能力</p>
<p>教学方法</p> <p>任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法</p>
<p>教学基本条件</p> <p>主讲教师：1位。</p> <p>教室：配有多媒体教学设备。</p> <p>辅助教学条件：计算机网络资源。</p>

5. 推销技术

推销技术		课程类型：专业核心课					
学期	4	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
<p>课程目标：</p> <p>本课程为学生各专门化方向的职业能力奠定良好的基础。同时在教学过程中，培养学生具有良好的职业道德和职业素质。通过本门课程及其先修课程的学习，培养学生对推销岗位的各个环节的认知，能够描述推销基础技能，具备从事推销工作的基本职业能力。</p>							
<p>教学要求</p> <p>本课程对学生的实际操作、实际应用能力有较高的要求，是一门理论与实践相结合的课程。本课程要根据推销业务过程讲述推销理论、认知顾客、推销洽谈、推销成交、推销服务、推销管理等内容。通过理论教学、情景模拟、实训项目训练模块教学等多种教学手段和方法的综合运用，强化学生综合职业技能和素养的养成。</p>							
课程内容							

(1) 推销准备 (2) 认知顾客 (3) 推销洽谈 (4) 推销成交 (5) 售后服务及管理
教学方法 任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法
教学基本条件 主讲教师：1 位。 教室：配有多媒体教学设备。 辅助教学条件：计算机网络资源。

6. 新媒体营销技术

新媒体营销技术		课程类型：专业核心课					
学期	4	总学时	68	讲授学时	52	实训学时	16
课程目标： 通过本课程的学习，让学生们能够描述新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理，新媒体营销的最新发展状况，能够熟练描述新媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。通过理论联系实际，使学生具备从事新媒体营销工作的高素质劳动者和高级技术型人才所必需的基本知识与技能。							
教学要求 本课程主要围绕新媒体营销的基本概念、特征、传播方式及发展趋势进行讲授，通过项目（案例分析、分组讨论、启发引导、调研考察、实战体验等），培养学生的新媒体营销意识，树立新媒体营销观念，初步能够描述新媒体技术的实际应用技能，增强专业基础素质。							
课程内容 (1) 新媒体营销概述 (2) 新媒体营销方式和传统营销方式的区别 (3) 新媒体营销的实施 (4) 微博营销							

(5) 微信营销

(6) 直播平台、音频、视频营销

(7) 自媒体平台营销与论坛营销

(8) 如何解决新媒体营销的运营难题

(9) 实战案例

(10) 整合新媒体营销的实施能力

教学方法

任务驱动法、直观教学法、讨论交流法、案例法、激励教学法

教学基本条件

主讲教师：1 位。

教室：配有多媒体教学设备。

辅助教学条件：计算机网络资源。

七、教学进程总体安排

表4 市场营销专业实施性教学计划与教学进程表(高职三年制)

课程类别	课程序号	课程代码	课程名称	学分	小计	理论学时	训练学时	考核		各学期周数、学时分配					
								考试学期	考查学期	1	2	3	4	5	6
										20	20	20	20	22	22
公共基础课	1	00003	思想道德修养与法律基础	3	45	41	4		1	3					
	2	00050	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	68	64	4		2		4				
	3	00034	形势与政策	4	66	66	0		1-4	1	1	1	1		
	4	00029	体育	6	115	8	107		1-4	2	2	2	1		
	5	00090	高职应用英语	4	68	56	12	2			4				
	6	04037	计算机应用基础	4	60	30	30		1	4					
	7	00064	职业发展与就业指导	2	34	30	4		2.3		1	1			
	8	00063	美术鉴赏	2	30	26	4		1	2					
	9	00032	心理健康教育	2	34	30	4		3			2			
	10	10019	创新创业教育(网络课)	2	34	34	0		4				2		

			程)												
	11	00103	军事理论(网络课程)	2	30	30	0		1	2					
	小 计			35	584	415	169			14	12	6	4		
专业基 础课	12	03097	物流概论	2	30	26	4		1	2					
	13	03279	营销导论	2	30	24	6		1	2					
	14	03016	管理学原理	4	60	48	12	1		4					
	15	03032	经济法	2	34	28	6		2		2				
	16	03164	市场调查与预测	4	68	52	16	2			4				
	17	03015	管理经济学	4	68	58	10		3			4			
	18	00031	消费心理学	4	68	52	16		3			4			
	19	03070	电子商务实务	4	68	40	28		4				4		
	20	03029	财务基础	4	68	44	24		4				4		
		小 计			30	494	372	122			8	6	8	8	
专业核 心课程	21	03049	市场营销实务	4	68	52	16	2			4				
	22	03162	广告实务	4	68	52	16	3				4			
	23	03160	品牌策划实务	4	68	52	16	3				4			
	24	03167	渠道管理实务	4	68	52	16	4					4		
	25	03161	推销技术	4	68	52	16	4					4		

5	10001	大学生公民素质教育	1	18	18	0									
6	10002	大学生安全教育	3	36	36	0									
7	00034	形势与政策	2	21	21	0									
8	10023	大学生创业基础	2	27	27	0									

注：在第一至第四学期的教学周数中，包括两周考试周，一周教学资料收集、整理、归档。

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

教学团队根据教学要求，按照每届 100 人学生规模，2 个班，每班 50 名学生为基数配置。市场营销专业专职教师 6 人，专职教师职称结构：高级 20%，中级 40%，初级 40%。专职教师和兼职教师比例为 1: 1。

（二）教学设施

为满足教学要求，突出学生技能培养，配置多媒体教室满足授课要求。配置相应的多功能职业化实训室，满足市场调查与预测、营销管理、电子商务、新媒体营销等专业能力训练要求。开展校企合作，提供充足的实习岗位，满足顶岗实习的要求。

（三）教学资源

教材选用：必修课教材优先选用高职高专规划教材；自编教材要符合教学要求，符合学校颁布的教材管理办法的规定，方可采用。实训教材：实训课程内容需要有相应的实训指导资料，明确实训的目的、内容和各种相应要

求。专业图书资料：图书馆和院系图书室资料要满足教学要求，相关专业期刊种类要在 20 种以上。数字资源：各门专业课程要有相应的教学课件、音视频教学素材，具备条件的开设网络课程学习平台。

（四）教学方法

为培养学生对客户关系进行管理的技能，本课程采用的主要教学方法有以下几种：

1. “任务驱动”法

授课时就告诉学生本次课的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合应用能力。

2. 案例法

通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. “教”、“学”、“做” 一体教学法

采用边讲解、边剖析、边指导的方法进行教学。

4. 直观教学法

通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相

关的实例讲解，有效地使难以描述的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5. 讨论交流法

课程教学中，让每个学生积极参与，给学生机会发表自己的意见。

6. 激励教学法

采用小组之间竞赛的方法，竞赛的结果记入平时考核成绩。鼓励团队合作精神和培养创造性解决问题的能力。

(五) 学习评价

建立适合当前学生的特征，能有效调动学习积极性，对教、学、用有效统一，提升教学效果，全面提升学生适应职业需求的应用能力。课程改革必须从教学现状出发，改革课程结构体系，将知识、技能和素质培养融为一体，满足学生个性化需求，培养应用能力。建立科学、实用的评价手段为实施以促进学习者自主性学习为目标的课程体系改革提供了强有力的保证。

通过“形成性评价”考核学生的学习过程参与及努力程度，给予学生积极的评价，促进其学习兴趣的形成。使教师和学生都能及时获得反馈信息、改进教学进程，提高教育质量。形成性评价不以区分评价对象的优良程度为目的，不重视对被评价对象进行分等鉴定。通过“总结性评价”，体现学习的最终效果。

依据课程标准规定的教学内容及教师依据学生实际情况增加的扩展内容。考查学生的学习态度、知识与技能水平。学习态度考核包含：学习过程、参与程度、任务完成水平、协作精神。知识与技能水平包含：理论知识水平、实验实训技能水平。

综合成绩的评定由形成性评价（过程考核）和总结性评价构成。综合成绩= 形成性评价成绩*0.5 + 总结性评价*0.5。

（六）质量管理

1. 教学组织

第一学期共 20 周，其中军事训练及理论 2 周；第二、三、四学期理论及实训教学 20 周。在第一至第四学期的教学周数中，包括两周考试周，一周教学资料收集、整理、归档。第五、六学期安排顶岗实习 30 周，毕业设计 3 周，毕业教育 1 周。

注重现代信息技术的应用，课堂教学以多媒体教学为主，配合使用必要的板书。充分利用互联网和课程网站资源，鼓励学生上网能够描述专业领域的资讯。从网络获得新知识。充分利用合作办学的企业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨练自己，提升自身的职业综合素质。实行工学结合，坚持企业指导学校专业建设和课程开发、开展模拟企业环境现场教学、进行企业现场教

学和毕业顶岗实习。

2.教学模式

依据有利于打造“专业+创新创业”的人才培养模式，构建课程、讲堂、训练、竞赛和成果孵化“五位一体”教学体系。

双创教育是培养学生不拘现状、勇于开拓、乐于尝试、善于应对变化与挑战的精神和能力，引导学生在各领域内开创新事业、新企业，也更加强调受教育者学会学习、生存和发展。双创教育要以落实立德树人为根本任务，将培养学生的使命感和社会责任感、事业心与职业能力、创新精神与创业能力作为人才培养的重要内容。将双创教育与通识教育、专业教育及个性化培养有机结合，打造“专业+创新创业”的人才培养模式。构建课程、讲堂、训练、竞赛和成果孵化“五位一体”教学体系，对教学内容、教学方法、教学环境进行优化和改革。使学生在筑牢学科基本知识架构和前沿发展趋势的专业基础上，凭借专业造诣获得职业，再进而创造终生追求的事业。

3.教学方法

(1) 展示教学大纲、教学进度、教师电子教案，提高学生学习的目的性和预知性

教学大纲、教学进度、教师教案等教学过程中的诸多要素，由于各方面的原因，在传统教学中是教师的专利，学生对将要学习的内容、练习的方法、手段等往往处于被

动的你教我练状态。展示这些内容，可让学生有机会预知将要学习的内容，提高学生的针对性和目的性。

(2) 精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣

每位授课教师均独立精心制作电子教案、课件和教学录象，电子教案中适当加入一些视频录像文件，还加入声音文件以及一些动画效果的文件，这样使授课变得生动、有趣，使学生能够对所学知识加深印象；在课件设计中，营造轻松活泼的课堂气氛，将抽象化的问题融入到学生易于理解的实际工程情境，并通过动画演示等手段，让学生通过对熟悉事物的认知来理解理论知识。

(3) 通过定期举办互动讲座，提高学生学习的自主性和参与性

从注重教师的“教”转为更加关注学生的“学”，帮助学生更多地通过自主学习、探索性学习提高自身技能。通过定期举办互动讲座，让学生带着兴趣、带着问题来，带着答案、带着满意回，大大提高了学生学习的主观能动性。

(4) 培养学生检索相关网站和用多种方法查检使用工具书的习惯

在教学过程中适时地提出疑问，要求学生通过检索网页来解决问题，同时，在教学初始即提供学生专业重要工具书书目，在以后教学过程中经常提醒学生充分利用这些

工具，这是培养学生自学能力的重要内容，也是积累知识的一个十分重要的手段。学生一旦能够描述了这些积累知识的方法，其好处是终身受用不尽的。

4.教学评价

实施适合当前学生的特征，能有效调动学习积极性，对教、学、用有效统一，提升教学效果，全面提升学生适应职业需求的应用能力，对“双创”活动提供条件和有效的激励。实施将“形成性评价”和“总结性评价”相结合，重视能力和素质评价的课程评价体系；推进以教考分离、无纸化考试为主要内容的评价模式改革；实施包含支持竞赛、支持创业的顶岗实习、毕业设计管理办法（创业活动替代顶岗实习、创业项目开发可以替代毕业设计、竞赛成绩替代毕业设计）；实施支持创业及提前就业的成绩管理办法。

5.顶岗实习

加强顶岗实习的要求和管理，突出综合能力在实践条件下的快速生成，为学生毕业快速适应工作岗位奠定基础。

6.教学管理

建立教学运行管理体系、质量监控体系和评价体系。成立由行业专家、企业人员、教师组成的专业指导委员会，对专业的发展定期进行研讨。配备相应的教学运行管理和质量监督人员，对教学运行状况进行实时监控、反

馈，对教学及时进行优化。

九、毕业要求

在三年时间内，完成市场营销专业公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、实践实训课程、能力拓展课程、网络通识课程的学习，所有课程成绩考核合格，修满153学分，满足专业毕业各项条件，并取得相应的职业资格证书，符合学籍管理规定，即可获得毕业证书。

十、附录

无