



市场营销专业人才培养方案

(专业代码: 730602)

专业负责人 王 燕

编制部门 经济管理系

审核部门 质量管理委员会

编制时间 2021 年 6 月

目 录

市场营销专业人才培养方案.....	4
一、专业名称及代码.....	4
二、入学要求.....	4
三、修业年限.....	4
四、职业面向.....	4
五、培养目标与培养规格.....	4
（一）培养目标.....	4
（二）培养规格.....	5
六、课程设置及要求.....	7
（一）公共基础课程.....	8
（二）专业（技能）课程.....	9
七、教学进程总体安排.....	11
八、实施保障.....	13
（一）师资队伍.....	13
（二）教学设施.....	13
（三）教学资源.....	15
（四）教学方法.....	15
（五）学习评价.....	15
（六）质量管理.....	16
九、毕业要求.....	16
十、附录.....	17

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销专业

专业代码：市场营销（730602）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学力

三、修业年限

3 年

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	对应行业	职业 类别	岗位类别	职业资格证书或 职业技能等级证 书
12 财经商贸类	F5138	日用家 电批发	营销员 (4-02-06-01)	高级营销员资格 证书
	F5211	百货零 售	摊商 (4-01-02-05)	

说明：学生根据学习情况及专业技能方向考取相应职业技能证书。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，知行合一，面向各级各类工商或相关行业企业，培养从事营销、市场调研与开发、客户管理与服务等工作，具备良好的职业道德与职业素质，掌握市场营销的基本知识，具备市场分析、销售与管理、客户服务等综合职业能力，德、智、体、美、劳全面发展的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应具有以下素质、知识和能力：

1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 知识

（1）掌握市场营销知识，培养营销理念。

（2）掌握推销实务的基础知识。

（3）掌握物流的相关知识。

（4）了解网络营销的环境、战略、计划与渠道策略，能够利用网络进行市场营销实务操作。

(5) 掌握基本的会计记账、报表以及相关财务知识。

(6) 掌握市场调研、市场调查的相关知识。

(7) 了解消费者心理的相关知识。

3. 能力

(1) 解决实际问题的能力

(2) 终身学习能力

(3) 信息技术应用能力

(4) 独立思考能力

(5) 逻辑思维能力

(6) 适应职业变化的能力

(7) 创业能力

专业（技能）方向 1——市场推广方向

(1) 能够根据调查方案执行市场调查。

(2) 能够对调查问卷进行数据录入、统计和进行一定的数据分析。

(3) 了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标客户确定。

(4) 能够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动。

专业（技能）方向 2——商品销售方向

(1) 能够根据不同商品的不同系列进行区域内的陈列与展示，并能根据促销主题、销售主题等，及时调整商品展示。

(2) 能够根据客户需要进行商品推销，完成商品售前、售中、售后服务工作。

(3) 能够运用各种推销模式和谈判技巧，进行顾客异议处理并促成交易。

(4) 能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活

动。

六、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程和专业（技能）课程。

课程设置的总体要求是，严格按照国家有关规定开齐开足公共基础课程，全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进课程，统一实施中等职业学校思想政治课程标准。结合实习实训强化劳动教育，明确劳动教育时间，弘扬劳动精神、劳模精神，教育引导學生崇尚劳动、尊重劳动。推动中华优秀传统文化融入教育教学，加强革命文化和社会主义先进文化教育。深化体育、美育教学改革，促进学生身心健康，提高学生审美和人文素养。

公共基础课程包括思想政治、语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术、公共艺术、历史等必修课，（物理、化学、中华优秀传统文化、职业素养）等限定选修课，以及国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养和科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关知识融入到专业教学和社会实践中。

专业（技能）课程包括专业核心课程、专业课程和专业拓展课程，实习实训是专业（技能）课程教学的重要内容，含校内外实训、综合实训、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。专业（技能）课程要强化技能等级证书及相关职业资格证书的研究，注重课程的综合化和模块化，注重课程内容与等级证书和资格证书的融合贯通。

（一）公共基础课程

1、公共基础必修课程

序	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	参考
---	------	------	-----------	----

号				学时
1	心理健康与职业生涯	培养中职生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养	依据《中等职业学校心理健康与职业生涯课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
2	职业道德与法制	培养中职生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养	依据《中等职业学校职业道德与法制课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
3	中国特色社会主义	培养中职生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养	依据《中等职业学校中国特色社会主义课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
4	哲学与人生	培养中职生“政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与”的思想政治学科核心素养	依据《中等职业学校哲学与人生课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
5	语文	培养中职生“语言理解与运用、思维发展与提升、审美发现与鉴赏、文化传承与参与”的语文学科核心素养	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	144
6	数学	培养学生“数学运算、直观想象、数据分析、逻辑推理、数学抽象、数学建模”的数学学科核心素养	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	108
7	英语	培养中职生英语“语言运用能力，文化鉴赏能力，思维活跃能力，学习提升能力”	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72
8	信息技术	培养学生计算机应用的实际操作能力和文字处理、数据处理、信息获取等能力	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72
9	体育与健康	培养中职生“运动能力、健康行为、体育品格”的体育与健康学科核心素养	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	144
10	历史	培养学生“唯物史观、时空观念、史料实证、历史解释、家国情怀”的历史学科核心素养	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	72
11	公共艺术	增强学生文化自觉和文化自信，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品味和审美素质	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36

2、公共基础限定选修课程

序	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	参考
---	------	------	-----------	----

号				学时
1	劳动教育	全面提高学生劳动素养,使学生树立正确的劳动观念,具有必备的劳动能力,培育积极的劳动精神,养成良好的劳动习惯和品质。	主要包括日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中的知识、技能与价值观。重点结合专业特点,增强职业荣誉感和责任感,提高职业劳动技能水平,培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。	18
2	国家安全教育	通过国家安全教育,使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观,牢固树立国家利益至上的观念,增强自觉维护国家安全意识,具备维护国家安全的能力。	主要包括国家安全的重要性,我国新时代国家安全的形势与特点,总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义,以及相关法律法规。坚持正确方向,坚持遵循规律,坚持方式多样。	18
3	物理	培养中职生“物理观念及应用、科学思维与创新、科学实践与技能、科学态度与责任”的物理学科核心素养	依据《中等职业学校物理课程标准》开设,并与专业实际和行业发展密切结合	36
4	化学	培养中职生“宏观辨识与微观探析、物质变化与平衡思想、现象观察与规律认知、实验探究与创新意识、科学态度与社会责任等化”的化学学科核心素养	依据《中等职业学校化学课程标准》开设,并与专业实际和行业发展密切结合	36
5	中华优秀传统文化	培养和增强中职生对中华优秀传统文化的文化认同、文化自信和精神自觉	依据《中等职业学校中华优秀传统文化课程标准》开设,并与专业实际和行业发展密切结合	36
6	职业素养	培养和提升中职生的职业素养和职业能力,如团队合作能力、有效沟通能力等	依据《中等职业学校职业素养课程标准》开设,并与专业实际和行业发展密切结合	36

(二) 专业(技能)课程

1. 专业核心课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	参考学时
1	企业管理基础	培养和提升中职学生创新精神和实践能力	了解企业经营管理的基本原理和内容;理解企业运营的基本规律;能把所学知识运用到实际工作中;会根据实际工作进行创新。	132
2	市场营销学	培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题	了解市场营销的核心概念和营销理念;理解市场营销的	108

		的实践能力。	4P 理论。能把所学知识运用到实际营销工作中;会分析和解决营销中的实际问题。	
3	现代物流学	强调创新能力的培养,强化能力训练与能力迁移,使一般能力培养与职业能力培养相结合。	了解物流管理基础知识;理解物流新技术的应用、电子商务与物流管理的联系;能独立完成物流岗位的工作;会独立运用所学知识对物流领域的问题进行分析和解释。	72
4	消费心理学	以培养高素质高技能的应用人才为目标。培养学生独立与协作工作的能力。	了解消费心理的相关概念和基础原理;理解消费心理在企业营销活动中的重要作用;能运用消费心理学知识,较准确地揣测他人的心理活动和个性特征;会有针对性地进行各种营销活动。	72

2. 专业课程和专业拓展课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求	参考学时
1	图片处理	培养职业生涯发展基础和终身学习能力和创新能力。	了解图片处理的基础知识;理解图片处理课程的目标;能熟练操作图片处理软件;会运用图片处理软件进行吃图片处理及创新设计	108
2	推销实务	提高学生的推销能力、沟通和协作能力,培养学生善于观察、独立思考的能力,强化学生职业素养的养成	了解推销的原理及基本方法;理解推销的研究对象和特点;能掌握推销的基本步骤;会运用推销的相关知识进行推销业务。	132
3	市场调研	培养学生市场调查分析能力、消费者行为和心理研究分析能力、较好的心理调适能力。	了解市场调查的原理及基本方法;理解市场调查的内容;能设计基本调查问卷;会根据调查内容进行简单分析。	72

3. 综合实训

综合实训是根据学期课程开设情况、学生对专业知识和技能掌握情况等,为提升学生综合职业能力为目标而设计的一种训练项目。鼓励与企业合作开发综合实训项目,强调实训的任务性、结果性,以获得合乎企业要求的产品或符合职业要求的规范操作。综合实训应以学期为单位组织实施,计入相应学分。

4. 跟岗和顶岗实习

跟岗和顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《职业学校学生实习管理规定》的有关要求，保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。跟岗和顶岗要有明确的规格要求，实习期间按企业标准管理和考核学生，一般安排在第 5 和第 6 学期。

七、教学进程总体安排

结合学校实际，人才培养方案采用“2+0.5+0.5”学制，按照每学年教学时间 40 周、每周 28 学时进行设计，三年总学时数为 3000—3300。课程开设顺序和周学时安排，以每学期的实施性教学计划为准。一般每学时不少于 45 分钟，18 学时为 1 学分，三年制总学分不得少于 170。顶岗实习一般按每周 30 学时计算，军训、入学教育、社会实践、毕业教育等活动以 1 周为 1 学分。

公共基础课程学时约占总学时的 1/3，各专业人才培养方案必须保证开齐、开足公共基础课的必修内容和学时。专业（技能）课程学时约占总学时的 2/3，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间，认识实习应安排在第一学年。强化实践环节，加强实践性教学，实践性教学学时占总学时数的 50%以上。教学进程安排表如下：

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	学时比例
						1	2	3	4	5	6		
公共基础	必修课程	心理健康与职业生涯		36	2	√						过程和结	公共基础课占总课
		职业道德与法制		36	2		√						

课程		中国特色社会主义		36	2			√				果 评 价 相 结 合	时的 25.8 %		
		哲学与人生		36	2				√						
		语文		144	8	√	√								
		历史		72	4			√	√						
		数学		108	6	√	√								
		英语		72	4	√	√								
		信息技术		72	4	√									
		体育与健康		144	8	√	√	√	√						
		艺术		36	2				√						
	限定选修课程		劳动教育		18	1	√								
		国家安全教育		18	1	√									
		职业素养		36	2		√								
公共基础课小计				864	48										
专业 技能) 课程	专业核心课程	企业管理基础		132	6	√						理 实 一 体 考 核	实 践 教 学 时 占 总 学 时 的 51%		
		市场营销学		108	6		√								
		现代物流学		88	4		√								
		销售心理学		132	6			√							
		仓储与物流配送		132	6			√							
		推销实务		132	6			√							
	专业课程	电子商务运营		72	4			√							
		演讲与口才		36	2				√						
		财务知识		72	4				√						
		图片处理		108	6				√						
		营销策划实务		72	4				√						
		市场调研		72	4		√								
		社交礼仪		44	2	√									
		公共关系		72	4				√						
	综合实训														
	跟岗实习			660						√				校 企 双 元 评 价	
	顶岗实习			540							√				

	专业（技能）课程小计	2472	64								
	合计	3336	112								
社会 综合 实践 活动	军训	3周	3	√							
	入学教育	1周	1	√							
	社会实践	1周	1			√					
	毕业教育	1周	1						√		

备注：“√”表示建议相应课程开设的学期。

八、实施保障

（一）师资队伍

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。本专业专任教师的学历职称结构合理，至少配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师 16 人；建立“双师型”教师团队，其中“双师型”教师的比例不低于 75%；有业务水平较高的专业带头人 5 名。

专业专任教师具有中等职业学校教师资格证书和相关专业资格证书，有理想信念，有道德情操。有扎实学时，有仁爱之心，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，了解和关注营销行业动态与发展方向，具备积极开展课程教学改革和实施的能力。聘请行业企业高技能人才担任专业兼职教师，兼职教师具有高级以上职业资格或中级以上专业技术职称，能够参与本专业授课、讲座等教学活动。

（二）教学设施

本专业配备校内实训室和校外实训基地。

校内实训室配置如下：

序号	实训室名称	主要实训内容	设备名称	设备主要功能 (技术参数与要求)	数量 (台/套)	备注
----	-------	--------	------	---------------------	-------------	----

1	电子商务实训室	数据采集 网页制作 B2B B2C 网上营销	服务器 电脑 网络安全系统 数据存储系统 数据采集设备	电脑： 23/A6-7310/4G/500T/2G/23/黑色；四核主频 2.2 /4G 内存 DDR4/1G；硬盘 7200 转/2G 独立显卡；23 寸屏 LED；2.0 音箱/前(侧)面板 2；USB3.0 1*耳机输出口 1*麦克输入口；六合一读卡器/后面板 1*HDMI；3 个 USB 1 个 RJ45/720P 网络；摄像头/内置无线网卡；键鼠：USB 键盘和鼠标；配头戴耳机；	1 台 71 台 1 套 1 套 1 套	教师 电脑 1 台,学 生电 脑 70 台
2	校内理实一体化实训室		电脑 音响设备 IP 电话机 耳机	处理器英特尔 i5-7500；内存 8GB；硬盘 1TB；显卡 2G 独显；配置 DVD；操作系统 Win7；显示器 23 英寸。 专业音柱：频响为 45Hz—18KHz；阻抗 $\geq 8\Omega$ ，功率 $\geq 150W$ ，灵敏度为 $90\pm 1dB$ ，专业音柱 2 个	48 台 2 个 48 个 48 个	

校外实习基地是专业实践教学质量的 important 保证,有助于增加学生的就业机会,其建设程度直接关系到校外实践教学的实施效果和质量。校外实习基地实现校企共建、共管,学生实现共同评价。校企之间关系稳定,能够承接学生进行生产实习、顶岗实习等实践教学环节,并且能够实现人员互聘,实现学生共管共育;本专业校外实习基地能够根据培养目标和实践教学内容,校企合作共同制订实习计划和教学标准,精心编排教学设计并组织、管理教学过程,共同开发实践教学课程、编写实践指导教材等。通过校外实习基地的锻炼,使学生获得生产实践技能,进一步提升了学生的职业素养和专

业水平。

（三）教学资源

在教材选用方面，选用国家规划的职业教育教材和行业指导委员会推荐的教材，在内容上选择贴切专业发展，符合中职学生学习特点和等级证书及职业资格证书要求，结合学校自身实际教学情况和教学安排来选用教材；也可以选用校企合作企业提供的教材。如中等职业教育国家规划教材、教育部专业教学指导委员会推荐教材或重点建设教材、校企合作特色教材以及校内自编教材或活页教材。

在图书文献配备及数字资源库方面，图书馆配备相当数量的专业学习资料，专业标准和行业标准，技术规范，相关手册，国内外的专业资料等。充分利用学校已经建成的智慧校园、数字化教学资源库以及国家职业教育精品课程网络等服务教学。

（四）教学方法

结合课程特点、教学条件等情况，针对学生实际学情实施理实一体化教学，注重启发式、讨论式、案例教学、项目教学、任务驱动、情景教学等行动导向教学方法的综合运用。鼓励学生独立思考，激发学习主动性，培养实干精神和创新意识。注重多种教学手段相结合，例如：讲授与多媒体教学相结合，视频演示与认知实习相结合，教师示范与真实体验相结合，虚拟仿真与实际操作相结合，专项技术教学与综合实际应用相结合等。

（五）学习评价

对学生的学业评价要突出德育为首、能力为本理念，体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，即教师评价、学生相互评价与自我评价相结合，部分专业课程可以聘请企业教师参与评价；专业课程的考核评价尽量减少理

论考试方式，而应以实操考核、项目考核和过程考核为主，学习过程性评价与终结性评价相结合；评价内容应涵盖情感态度、岗位能力、职业行为、知识点的掌握、技能的熟练程度、完成任务的质量等。

关于跟岗实习和顶岗实习课程的评价，成立由企业（兼职）指导教师、专业指导教师和班主任组成的考核组，主要对学生在顶岗实习期间的劳动纪律、工作态度、团队合作精神、人际沟通能力、专业技术能力和任务完成等方面情况进行考核评价。

（六）质量管理

贯彻立德树人、知行合一，以服务发展为宗旨，以促进就业为导向的指导思想，建立市场营销专业建设和教学质量诊改机制，健全教学运行管理和质量监控机制，完善课堂教学评价、实习实训、毕业设计专业调研、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。

完善市场营销专业教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平与教学质量诊断与改进，健全巡课、听课、评教等制度，建立与企业联动的实践教学环节监督制度，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。同时建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，并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）学业考核要求

通过市场营销专业三年的学习，修完教学计划规定的全部课程及修满规

定的学分，成绩合格，并具备较高的思想道德品质和优良的职业素养，同时掌握专业知识和实践技能，准予毕业。

（二）证书考取要求

根据职业岗位需求，对接可考取的国家职业资格证书和职业技能等级证书，明确证书有关内容有机融入专业课程教学的途径、方法和要求。

十、附录

学期教学进程安排表、变更审批表等。