

《市场营销》专业 人才培养方案（2020 年）

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销专业

专业代码：121000

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力

三、修业年限

3 年

四、职业面向

所属专业 大类（代 码）	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 类 别 （ 或 技 术 领 域 ）	职 业 资 格 证 书 或 技 能 等 级 证 书 举 例
管 理 学 11	经 管 类 110202	教 育 P	4010201	1) 销售顾问 2) 销售主管 3) 网络销售专 员	计算机一 级
管 理 学 11	经 管 类 110202	教 育 P	4010101	营销策划员	

管 理 学 11	经 管 类 110202	教 育 P	4010702	1) 咨询客服 2) 投诉客服 3) 客服主管 4) 客户经理	
-------------	-----------------	----------	---------	--	--

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要和营销管理、企业管理等一线需要，具备良好的政治素质、职业道德、创新意识和团结协作精神，掌握市场营销的基本理论和基本知识，具有市场分析、营销管理、营销执行、营销策划和自主创业能力，能从事企业营销部门的市场调查、产品销售、市场开发、和营销策划等工作的高素质技能专门人才。

（二）培养规格

职业素养

1. 具有一定的文化基础和较高的职业道德；
2. 具有良好的人际交流能力、团队合作精神和客户服务意识；
3. 具有扎实的市场营销专业基础知识和基本技能；
4. 能设计策划方案；网络营销与推广；
5. 访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力；
6. 取得本专业相关中级职业资格证书。

专业知识和技能

1. 掌握市场营销基础知识，市场营销实训操作技能；

2. 掌握市场调研与分析的知识和技能；
3. 掌握产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理能力；
4. 销售与策划管理等技能知识；熟悉商品知识，了解卖场布局与商品陈列，熟悉网络营销知识。
5. 具有一定营销环境分析，消费者分析，竞争分析能力；
6. 访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力。

六、课程设置及要求

本专业课程设置包括公共基础课程和专业（技能）课程。

公共基础课程严格按照国家有关规定开齐开足。思想政治、语文、历史、数学、外语、信息技术、体育与健康、艺术、物理、化学为必修课程，劳动教育、中华优秀传统文化、职业素养为限定选修课。学生须修完必修内容和限定性选修内容，修满规定学分。

专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校外实训、顶岗实习等多种形式。专业（技能）课程设置要与培养目标相适应，课程内容要紧密联系生产劳动实际和社会实践，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。一般按照相应职业岗位（群）的能力要求，确定 6—8 门专业核心课程和若干门专业课程。

强化课程思政。要强化任课教师立德树人意识，结合本专业人才培养特点和职业能力素质要求，梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥每门课程承载的思想政治教育

功能，推动思想政治理论课程教学与其他课程教学紧密结合、同向同行。

(一) 公共基础课程

序号	名称	主要教学内容和要求	学时
1	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校心理健康与职业生涯大纲》开设，并注重引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业、创业创造条件。	36
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法治教学大纲》开设，并注重提高学生的职业道德素质和法律素质，引导学生树立社会主义荣辱观，增强社会主义法治意识。	36
3	公共艺术（音乐/美术）	公共艺术课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。本课程融合音乐、美术等多种艺术门类，衔接九年义务教育阶段的相关艺术课程，具有基础性、综合性、审美性、人文性和实践性的特点，是中等职业学校实施美育的主要途径和内容。	36
4	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重培养学生语言理解与运用、思维发展与提升、审美发展与鉴赏、文化传承与创新等语文核心素养在本专业中的应用能力。	144

5	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生	144
序号	名称	主要教学内容和要求	学时
		的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力。	
6	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重培养听、说、读、写等语言技能和学生学习英语的兴趣，初步形成职场英语的应用能力，引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。	72
7	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并注重引导学生学习运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。	36
8	中国特色社会主义	依据《中等职业学校中国特色社会主义教学大纲》开设，并注重引导学生认同我国特色社会主义的经济、政治制度，了解所处的文化和社会环境，树立中国特色社会主义共同理想，积极投身我国经济、政治、文化、社会建设。	36

9	信息技术	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力、提升学生的信息素养和信息道德及信息安全准则意识，为其成为信息社会的合格公民、职业生涯发展和终身学习奠定	28
序号	名称	主要教学内容和要求	学时
		基础。	
10	体育与健康	体育与健康课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。本课程以身体练习为主要手段，有机整合体育与健康教育两门学科中相关的知识、技能和方 法，使学生在运动能力、健康行为和体育品德等核心素养方面获得全面发展。	36
11	历史	历史课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。在九年义务教育的基础上，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化传统；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和 社会责任感；培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。	36

12	化学	在九年义务教育的基础上, 指导学生进一步学习化学基础知识, 了解物质的组成、结构、性质及其变化规律, 为相关专业后续课程的学习奠定基础。指导学生能综合运用所学的化学知识、技能和方法, 提高实践能力, 养成严谨求实的科学	36
序号	名称	主要教学内容和要求	学时
		态度和协作互助的工作作风。培养学生运用观察、实验和查阅资料等多种手段获取信息和对信息进行加工的能力。培养学生的敬业精神、创新精神和爱国主义情操。	
13	物理	依据《中等职业学校物理教学大纲》开设, 使学生掌握必要的物理基础知识和基本技能, 激发学生探索自然、理解自然的兴趣, 增强学生的创新意识和实践能力; 使学生认识物理对科技进步, 对文化、经济和社会发展的影响, 帮助学生适应现代生产和现代生活; 提高学生的科学文化素质和综合职业能力, 帮助学生形成正确的世界观、人生观和价值观。	36

(二) 专业 (技能) 课程

1. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
1	市场营销学	营销环境辨析、营销计划与战略、消费者市场购买行为分析、目标市场选择策略、营销 4PS 策略、营销的竞争性策略、营销的组织与控制	108
2	广告原	本课程主要是中等职业学校市场营销专	108
序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
	理与实务	业教学主要内容，主要包括广告和广告业、广告调查与广告预算、广告策略、广告创意、广告文案、广告媒体、广告效果的测评、广告管理	
3	商务谈判	通过对商务谈判各环节的实训练习，使学生能够运用商务谈判的基本理论分析和解决商务谈判过程中出现的问题，提高学生商务谈判实践能力	108
4	市场营销策划	教学知识点包括市场细分、目标市场选择；产品策划；变动价格的策划；促销策划；渠道策划。通过学生策划使其综合运用所学，学会思考和分析不同背景下营销策划的思路，提高解决问题和实际动手操作能力，提高学生相关职业岗位群的实践操作技能；提高学生综合素质及策划能力	144

5	电 子 商 务 基 础	了解电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识；了解网络零售市场的基本特点，电子商务 B2B、B2C、C2C 等典型电子商务运营模式；掌握网络零售的主要交易流程，能进行网络商情星系的处理加工；熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。	108
序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
6	推 销 技 巧	针对推销人员应该具备的职业素质和进行基于工作过程的知识点的教学和能力点的训练。以学生自己完成的推销方案为成果，展示了知识点与技能点相结合的职业能力。	72
7	市 场 调 查 与 预 测	了解市场调查的基本问题，掌握市场掉擦问卷和市场调查方案的设计；掌握各种市场调查方法、市场预测方法，培养市场预测能力；掌握市场预测方法在实际问题中的应用，撰写市场调查分析预测报告。	36

2. 其它专业技能课

序号	项目名称	主要教学内容与要求	参考学时
-----------	-------------	------------------	-------------

1	消费者心理学	分析消费者获取消费信息，产生消费需要与动机、形成购买决策、享受消费价值、获得消费体验时结束的完整过程；分析消费者的个性对消费心理的影响；介绍消费群体的心理特点；分析商品、营业环境、广告宣传、社会环境等因素与消费者心理之间的关系等。	72
2	商务礼仪	掌握网店运营的基本知识，了解网店资金流的运营情况，熟悉网店物流工作流程，具备市场调研及数据分析能力，能够自己建设并经营电子商务网店。	36
序号	项目名称	主要教学内容与要求	参考学时
3	演讲与口才	培养学生优秀的口头表达能力，提高学生的综合素质和创造性思维水平，以求学生毕业后更好地胜任工作。	36
4	客户关系管理	本课程系统阐述了有关客户关系管理的相关理论基础，分别介绍了客户关系管理系统和客户关系管理信息的整合与运用问题，描述了客户知识管理问题，探讨了客户知识管理的不同方法和工具，概述了网上客户关系管理的内涵、特点、具体实施和未来的发展趋势，重点归纳了几种典型的客户关系管理绩效测评方法，从而为企业更好地实施客户关系管理和测评客户关系管理的实施效果提供了标准、方法和工具。通过本书的学习，对于提升学生	108

		的客户关系管理实践技能是极为有利的。	
5	商品学	培养适应经济建设、管理、服务第一线需要的主要从事商品经营活动及其管理的职业岗位群体；掌握从多方面系统地、综合地、动态地研究商品使用价值以及商品质量和品种的能力；能运用商品检验原理与方法等知识于营销实践。	108
6	服务营销管理	主要内容：本课程主要介绍关系营销、服务与服务产品、顾客感知服务质量、服务营销战略、服务包与扩大的服务供给、服务质量管理、服务补救、市场导向的服务	72

序号	项目名称	主要教学内容与要求	参考学时
		组织、服务文化管理、内部营销管理、整合服务营销、全球化的服务营销等方面的内容，要求学生掌握服务营销管理的基本知识、基本原理和基本技能。	

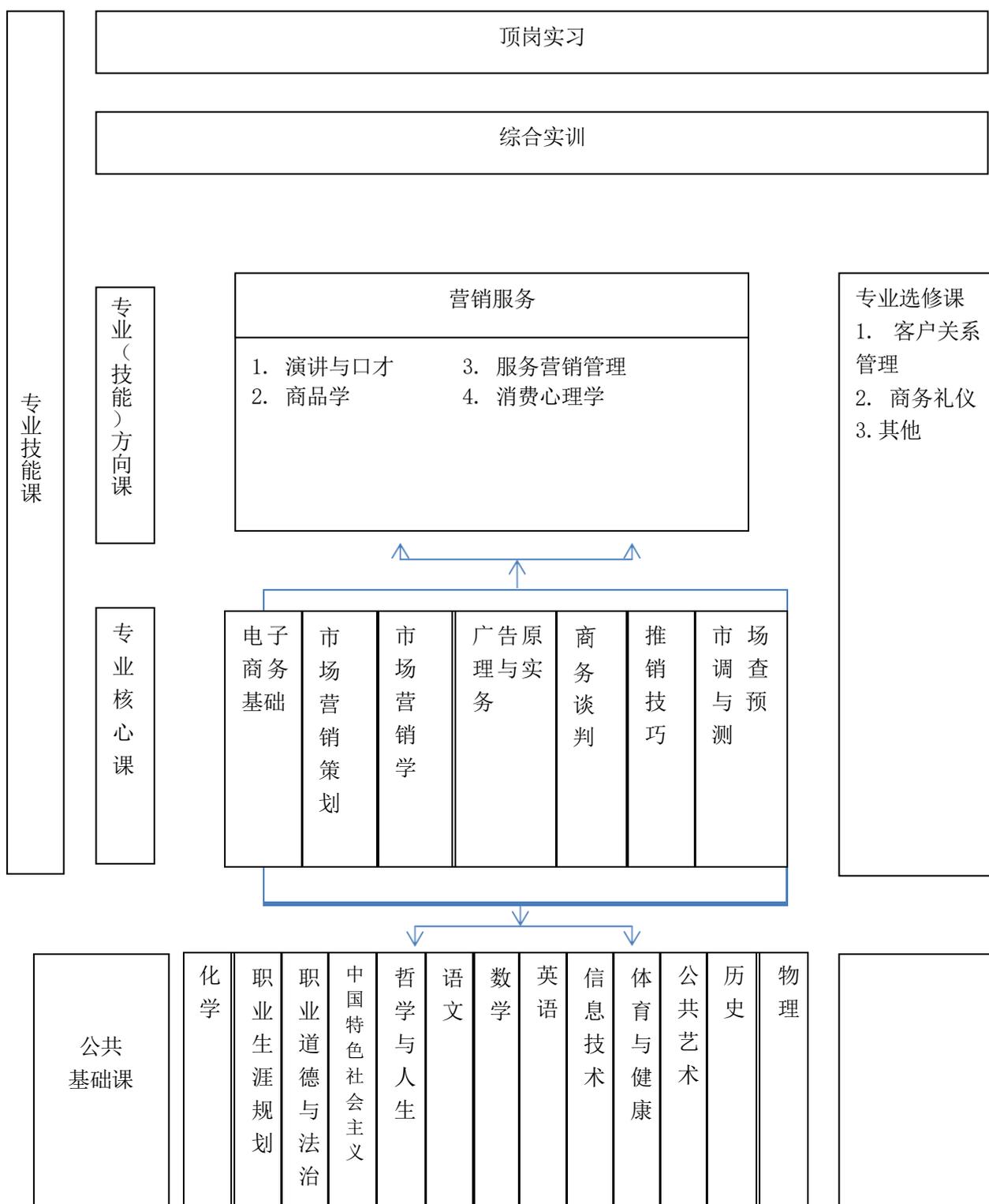
3. 综合实训课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
1	推销技巧实训实习	根据现代市场营销的发展与需求，通过大量的案例、课堂练习和课外实训，介绍推销的作用与环境，推销礼仪，推销计划的制定，寻找和审查顾客的方法，约见和接近顾客的技巧，与顾客洽谈的方法和技巧，顾客关系的管理，推销组织的建立，推销业绩的评估等。	36

(三) 跟岗实习。第 4 学期总共 18 周的教学时间，每周 30 个学时，学生在校内或校外实训基地完成综合实训。学生在校内或校外实训基地完成综合实训，通过实习实训，增强学生对企业的感性认识，提高专业技能，培养吃苦耐劳的敬业精神，培育沟通合作能力和责任意识，为学生获取相应职业资格证书，参加顶岗实习、毕业就业打下坚实基础。

(四) 顶岗实习。第 6 学期总共 18 周的教学时间，用于安排学生进行顶岗实习。顶岗实习一般按每周 30 小时(1 小

时折 1 学时)安排。在顶岗实习时,学校和实习单位按照专业培养目标的要求和教学计划的安排,共同制定实习计划和实习评价标准,组织开展专业教学和职业技能训练,并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。



七、教学进程总体安排

(一) 基本要求

1. 每学年教学时间 36 周(含复习考试), 周学时一般为 30 学时, 顶岗实习按每周 30 小时(小时折合 1 学时)安排, 3 年总学时数不多于 3300 学时。根据实际情况调整课程开设顺序和周学时安排。

2. 学校实行学分制, 16---18 学时为 1 学分, 3 年总学分不少于 150 学分。公共基础课学时约占总学时的 1/3, 保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。专业课学时约占总学时的 2/3, 在确保学生实习总量的前提下, 根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。

3. 课程设置中设选修课, 其学时数占教学总学时的比例约为 10%。

(二) 教学活动时间分配表及教学学时比例表

表 1: 教学活动时间分配表 (单位: 周)

学年	学期	课程教学(含入学教育、考试考核)	入学教育与军训	跟岗实习	顶岗实习	考试考核	总计
一	1	16	1			1	18
	2	17				1	18
二	3	17				1	18
	4			17		1	18
三	5	17				1	18
	6				17	1	18
总计		67		17	17		108

八、实施保障

（一）师资队伍

根据教育部《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，合理配置本专业教师资源，建设“双师型”专业教学团队。

1. 专业教师数量与学生数的比例控制在 1:20 以内；双师型教师比例不低于 80%；聘请企业兼职教师比例达到 10%-20%；高级职称比例不少于 30%；至少配备 1 名具有较高水平的专业带头人。

2. 专业教师应具备良好的师德和终身学习能力，具备本专业或相近专业本科以上学历，或具有本专业中级以上技术资格；能够按照有关要求完成教师和专业技术职务继续教育项目，参加企业实习实践活动年均不少于 2 个月；具备现代职业教育理念，积极开展教学改革，能够实施“理实一体化”教学模式。

3. 专业带头人应具有较高的业务能力，并在区域内具有一定影响力；具有高级职称和高级职业资格，熟悉产业发展和行业对技能型人才的需求，在专业改革和发展中起引领作用。

（二）教学设施

本专业配备有校内实训基地（含专业实训室）和校外实训基地。校内外实训基地建设紧密结合企业生产实际，具有

企业生产真实或仿真的职业环境，最大限度贴近生产、技术、管理、服务第一线，确保实训内容与实际生产相融合。

(三) 教学资源

1. 校内实训基地

校内实训实习有商品销售、门店运营、营销实务实训室等，主要设施设备及数量如下：

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量（生均台套）
1	商品销售实训室	货架	1/5
		收银机	1/5
		商品销售及管理软件	1/5

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量（生均台套）
		收银台	1/5
		商品	1/5
		计算机	1/1
2	门店销售实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		文件柜	1/5
		打印机	1/5
		传真机	1/5
		扫描仪	1/5
		音响	1/30
		投影仪	1/30
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		门店运营管理软件	1/30
3	营销实务实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		营销沙盘	1/5
		多功能工作桌（谈判、会议、pop制作等）	1/5
		投影仪	1/30
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		营销实务管理软件	1/30

2. 校外实训基地

本专业与广西河池南城百货公司、铭润公司共建校外实习、实训基地，满足了在校外实训基地完成学生岗位实训和顶岗实习任务的需要。

（四）教学方法

根据本专业培养目标和人才规格要求，遵照学生认知规律，依托教学资源平台，采取“工学结合、学做一体、模式创新”的基本教学策略，并实施恰当的教学方法。

1. 公共基础课

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教师模式的创新，调动学生学习的积极性，为学生综合素质的提高、只有能力的形成和可持续发展的奠定基础。

2. 专业技能课

校外专业技能课按照相应职业岗位（群）的能力要求，强化理论与实践一体化，突出“做中学、学中教”的职业教育教学特色，提倡采用案例教学、项目教学、任务教学、仿真训练等方法，教学内容要紧密联系生产实际，突出应用性和实践性。充分利用校内外实习哦、实训基地，将学生的自

主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结合。重视校内外实习和实训，逐步增加专业时间课程教学，完善专业实践课程体系。

（五）学习评价

对学生的学业考评应体现评价主体、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，可以聘请行业企业专家参与评价；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。不仅关注学生对知识的理解和基本技能的掌握，更要关注知识和基本技能在实践中运用于解决实际问题的能力水平，重视学生良好职业素质的形成。

（六）质量管理

教学管理要更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性，合理调配教师、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；要建立健全校企合作、工学结合长效运行机制，创新开展学生实习实训；要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

九、毕业要求

（一）符合教育部颁布的《中等职业学校学生学籍管理办法》。

- (二) 思想品德评价合格；
- (三) 修满规定学时学分和全部课程且成绩合格；
- (四) 顶岗实习和实训实践考核合格；
- (五) 毕业考试成绩合格；
- (六) 符合学校其它的有关毕业要求。

十、附录

教学进程表

课程类别	课程名称	学分	总学时	理论学时	实训学时	各学期周数、学时数分配					
						1	2	3	4	5	6
						18	18	18	18	18	18
公共基础课	中国特色社会主义	2	36	36		2					
	心理健康与职业生涯	2	36	36			2				
	哲学与人生	2	36	36				2			
	职业道德与法治	2	36	36						2	
	语文	8	144	144		2	2	2		2	
	数学	6	108	108			2	2		2	
	英语	4	72	72		2	2				
	信息技术	6	108	44	64	6					
	体育与健康	8	144	36	108	2	2	2		2	
	历史	2	36	36		2					
课					实训	各学期周数、学时数分配					
						1	2	3	4	5	6

程 类 别	课程名称	学 分	总学 时	理论 学时	学 时	18	18	18	18	18	18	
	公共艺术（音乐/美术）	2	36	36						2		
	化学	2	36	36						2		
	物理	2	36	36		2						
	公共基础课小计	48	864			18	10	8	0	12	0	
	选 修 课	劳动教育	2	36	16	20			2			
职业素养		2	36	36		2						
中华优秀传统文化		2	36	36						2		
公共选修课小计		6	108			2	0	2	0	2	0	
专 业 核 心 技 能 课	电子商务基础	8	144	144		4				4		
	市场营销策划	4	72	72				4				
	市场营销学	6	108	108			6					
	广告原理与实务	6	108	108		6						
	商务谈判	6	108					6				
	推销技巧	4	72	30	42		4					
	市场调查与预测	6	108							6		
	专业核心课小计	40	720			10	10	10	0	10	0	
	专 业 课	演讲与口才	4	72	72				4			
		商品学	4	72	72			4				
消费心理学		2	36	36			2					
课					各学期周数、学时数分配							

程 类 别	课程名称	学 分	总学 时	理论 学时	实训 学 时	1	2	3	4	5	6
						18	18	18	18	18	18
	服务营销管理	4	72	72			4				
	专业课小计	14	252			0	10	4	0	0	0
专 业 选 修 课	客户关系管理	6	108	108				6			
	商务礼仪	6	108	44	64					6	
	专业选修课小计	12	216			0	0	6	0	6	0
入学教育及军训		3	30								
跟岗实习		30	540						30		
顶岗实习		30	540								30
合计		183	3270			30	30	30	30	30	30