

市场营销专业 2019 级人才培养方案

一、专业名称及代码

1. 专业名称：市场营销专业
2. 专业代码：121000

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

三年制中职

四、职业面向

所属专业大类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	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
120000	121000	7232	40102	收银员 调查员 促销员	普通话等级证 计算机等级证

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应营销岗位要求，具有爱岗敬业、吃苦耐劳、遵纪守法、追求卓越等素质，掌握市场调查、广告设计、商品推销、客户管理、网络营销等知识和技能，面向市场营销领域的高素质劳动者和技术技能人才。

(二) 培养规格

本专业毕业生应具有以下素质、知识和技能：

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;具有社会责任感和参与意识。

(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) 能运用规范的服务用语、标准的职业礼仪 接待顾客,保持良好的职业形象。

(2) 能布置销售环境、装饰橱窗、制作简单宣传用品。

(3) 能揣摩顾客心理,使用沟通技巧拉近与顾客的距离、推销商品,促成交易。

(4) 能熟练为顾客进行货款结算、商品退换及客户服务等业务工

作。

(5)能熟练进行商品盘点和柜组核算。

(6)能提出营销建议、实施商品促销活动。

(7)能处理网上销售业务，运用信息技术进行电子支付环境操作并开户发票。

3. 能力

专业（技能）方向—市场推广方向

(1) 能使用标准的普通话与客户交流。

(2) 能使用规范化语言，与顾客沟通顺畅。

(3) 能根据调查方案执行市场调查。

(4) 能按对调查问卷进行数据录入、统计和进行一定的数据分析。

了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客确定。

专业（技能）方向—网络营销方向

(1) 能根据企业需求，撰写不同类型的软文，符合行业规范。

(2) 能根据企业需求，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划。

(3) 能根据推广目标，实施基础的 SEO 推广，满足基本要求。

(4) 能根据企业需求，运用整合网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广。

专业（技能）方向—商品销售方向

(1) 能根据促销主题和销售主题，及时调整商品展示。

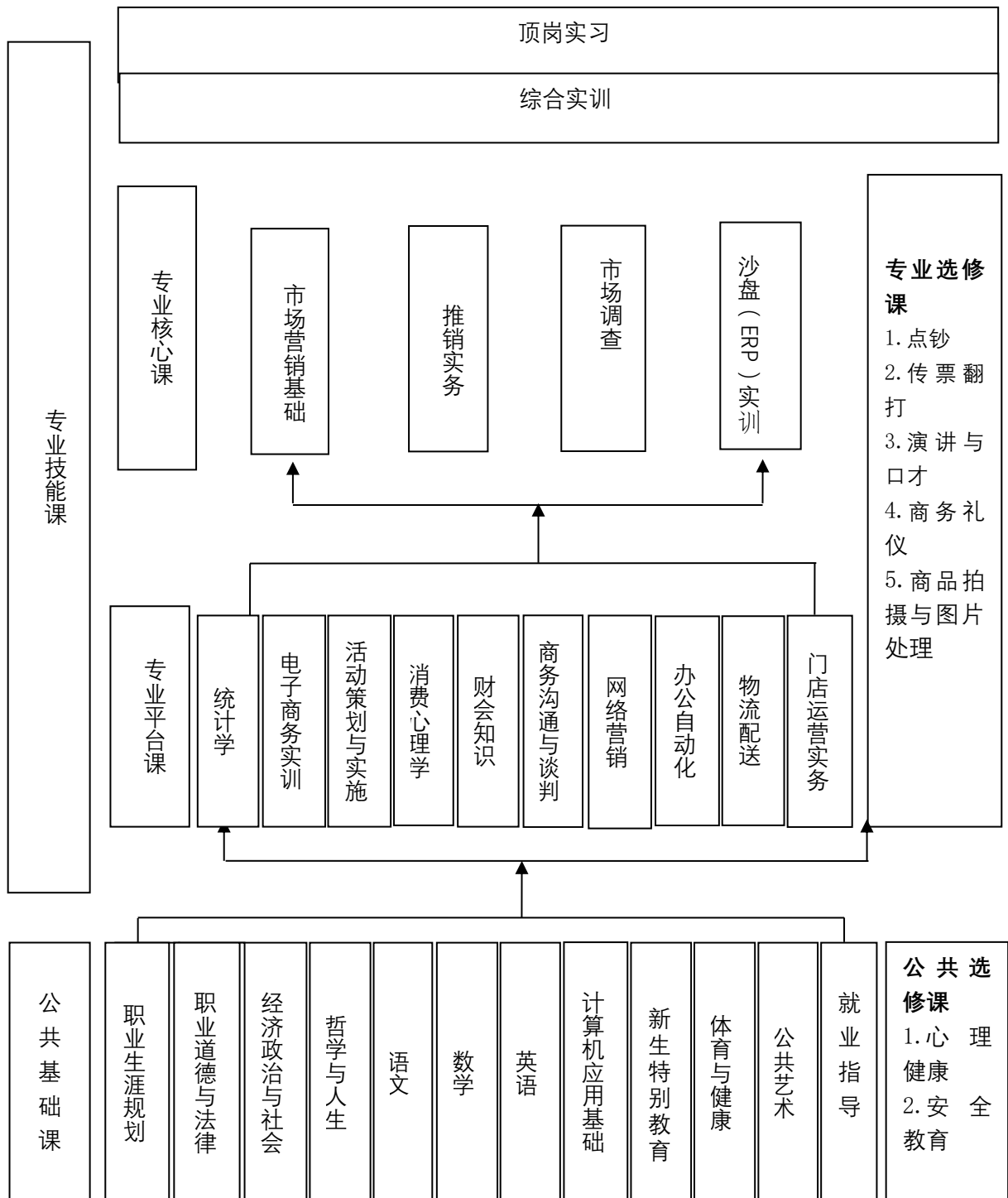
(2) 能根据客户需要进行商品推销，完成商品售前、售中、售后服务。

(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

课程结构体系



(一) 公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并注重培养学生运用职业生涯规划的基础知识和常用方法合理制订成长规划的能力。	30
2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并注重培养学生在日常生活和本专业职业活动中相关规范和法律常识的应用能力。	34
3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并注重培养学生认识社会的能力。	34
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并注重培养学生运用哲学知识解决问题的能力。	34
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重培养学生专业文章阅读、应用文写作等与专业相关的应用能力。	196
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生三角函数、立体几何等与专业相关的应用能力。	196
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重培养学生阅读英语技术资料等与专业相关的应用能力。	196
8	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重培养学生利用计算机解决专业学习、工作、生活中常见问题的能力。	128
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并注重培养学生的健康心理和积极主动自我调节的能力。	166
10	公共艺术	依据《中等职业学校公共艺术课程教学大纲》开设，并注重培养学生艺术欣赏的能力。	34
11	新生特别教育	本课程帮助和引导学生尽快实现学习和生活的关键性转换。文明行为习惯教育（6学时）、安全教育（6学时）、劳动教育（8学时）、心理健康（6学时）。	26
12	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	34
13	就业指导	本课程主要通过学业辅导、职业指导教育、职业生涯规划咨询、创新创业教育和就业服务等，培养学生规划管理学业、职业生涯的意识和能力，	34

		培育学生的工匠精神和质量意识，为适应融入社会、就业创业和职业生涯可持续发展做好准备。	
--	--	--------------------------------------------	--

(二) 专业（技能）课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	统计学	本课程要求通过搜索、整理、分析、描述数据等手段以达到推断所测对象的本质，并市场预测未来趋势。	48
2	电子商务实训	本课程讲授电子商务概述、电子商务机理与模式、电子商务技术平台、电子商务的框架及网站建设、电子商务安全、网络银行与支付、网络营销与广告、电子商务与物流、电子政务、电子商务的典型应用案例以及发展中的法律法规。	60
3	活动策划与实施	了解商业活动的具体内容和实施策划活动的工具和手段；掌握活动策划的结构、格式及其写作基本要求；能根据活动主题和活动谜底，撰写策划方案；能根据策划方案，制定实施计划，合理调配资源。	60
4	消费心理学	作为市场营销专业课，消费者行为学是研究市场营销活动中消费者心理活动产生及发展变化规律的科学。这门学科运用普通心理学的一般理论，以市场营销活动为研究的出发点，系统分析阐述了消费者心理特点的经营方式与促销技巧。研究的内容包括消费者的需求、动机、态度、学习等心理范畴，消费者的决策程度以及影响消费心理活动的各种社会因素与消费心理的关系。	68
5	财会知识	了解会计的基本职能和特点；掌握企业财务信息的分析的方法；了解会计核算的基本方法，掌握企业决算、预算的相关知识、能进行基本的会计记账、报销工作。	52
6	商务沟通与谈判	商务谈判是理论与实践并重的科学，它集政策性、知识性、技巧性于一体。本课程从谈判的基础理论入手，讲授了谈判的基本程序、策略技巧以及谈判组织的构成与管理。其中，作为谈判润滑剂的谈判礼仪，充满在谈判的整个过程中。通过这门课程	68

		的学习,使学生掌握谈判的基本原则和技巧,应用于管理实践中。	
7	网络营销	本课程主要讲授包含了网络营销基础实务及营销型网站建设和策划,网络赚钱实战方法,市场调研和企业网络广告投放技巧,搜索引擎营销、网站策划与实现,网络整合推广、如网络赚钱实战、地区行业网站运营案例,使理论能够在实践中结合。	60
8	门店运营实务	了解人员招聘、入职、培训、任免基本程序,熟悉营销相关岗位员工排班、考勤与团队管理方法;了解门店销售绩效管理方案;掌握门店卖场环境维护、日常清洁、安全检查等运营方法;了解门店促销的基本流程和方法。	30
9	市场营销基础	了解市场营销的核心概念和营销理念;掌握市场分析的基本原理和方法;了解市场细分、市场选择、市场定位的基本原理;了解市场营销组合的基本原理,掌握实施营销组合策略的基本方法。	60
10	推销实务	了解现代推销的模式;了解推销计划制定的方法;熟悉推销工作流程中各个业务环节的基本技术;了解推销的基本技巧,掌握针对一般商品推销的方法;了解顾客异议的类型、原因及处理方法。	56
11	市场调查	了解市场调查与分析的方法;理解市场调查的基本知识;掌握调查问卷设计的方法;掌握市场调查具体实施的方法;了解回收问卷统计、分析的方法;掌握对商圈进行市场分析的方法,能进行竞争对手情况分析。	60
12	沙盘实训	了解ERP发展历程和核心思想;了解ERP系统的生产制造、物流管理和财务管理等主要模块的功能;能根据企业的需要在ERP系统中录入的提取信息;能运用ERP系统整合部门之间的业务联系;能在ERP系统不同功能模块间传递和整合信息;能对ERP进行基本操作。	56

(三) 专项实训

为了提高学生的专项技能水平,市场营销专业的专向实训包括营

销基本技能训练、市场调查技能训练、营销策划技能训练、沙盘(EPR)实训等。通过实训进一步强化学生的岗位技能水平。

(四) 综合实训

综合实训主要包括推销岗位实训、商品营销大赛实训等，旨在提高学生的综合技能水平、团队协作能力、会计职业素养等。

(五) 顶岗实习

顶岗实习是重要的实践性教学环节，是强化学生实践技能的重要途径。通过顶岗实习，学生应了解本专业的生产技术、生产过程及相应的管理知识，培养其理论联系实际，综合运用所学知识解决实际问题的能力；树立良好的职业意识，增强敬业、创业精神，提高学生的综合岗位能力。顶岗实习执行学校《顶岗实习管理办法》。

七、学时安排

每学年安排 38 教学周，周学时为 30，三年总学时数为 3420 课时；公共基础课程学时为 1104，占总学时的 34%，选修课教学时数为 222 课时，占总学时的比例为 6.8%。

顶岗实习为 6 个月，按每周 30 学时计算，顶岗实习总学时为 570 学时。实践性教学（包括顶岗实习、课程实训、专项实训等）课时总计为 1628，占总学时的 50%。

八、教学进程总体安排

表 1 教学环节分配表

学期	学期教学周数	课程教学周数	各类设计	实训	专业教育	入学、毕业教育	考试	军训机动	公益劳动
1	18	13		1	0.5	0.5	1	2	

2	20	17		2			1		1
3	18	15		2			1		
4	20	17		2			1		1
5	18	15		2			1		
6	20			19		1			
合计	114	77		28	0.5	1.5	5	2	2

表2 实训专用周安排表

序号	项目名称	学时	按学期分配（单位：周）					
			一	二	三	四	五	六
1	营销基本技能训练	30	1					
2	市场调查技能训练	60		2				
3	营销策划技能训练	60			2			
4	沙盘（EPR）实训	60				2		
5	推销岗位实训	60					2	
7	顶岗实习	570						19
合计		840	2	2	2	4	4	19

表3 理实一体化教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课堂教学										
			教学时数			第一学年		第二学年		第三学年		按学期分配	
			总学时	理论学时	课内实训	一	二	三	四	五	六	考试	考查
公共基础课	1	职业生涯规划	26	26		2							1
	2	职业道德	34	34			2						2
	3	经济政治	30	30				2					3
	4	哲学与人生	34	34					2				4
	5	公共艺术	34	34					2				4

	6	理化综合	34	20	14		2						
	6	新生特别教育	26	26		2						1	
文化课	7	语文	184	184		4	4	2	2		1.2	3.4	
	8	数学	184	184		4	4	2	2		1.2	3.4	
	9	英语	184	184		4	4	2	2		1.2	3.4	
	10	信息技术	120	50	70	4	4					1.2	
	11	体育与健康	154	60	94	2	2	2	2	2		1-5	
	12	就业指导	30	30						2		5	
	13	历史	30	30						2		5	
	小计		1104	900	204	22	22	10	12	6			
	专业技能课	专业平台课	1	统计学	60	30	30				4		5
2			电子商务实训	60	30	30				4		5	
3			金融基础	68	38	30				4		4	
4			消费心理学	60	30	30			4			3	
5			财会知识	52	30	22	4					1	
6			现代企业管理	60	30	30			4			3	
7			商务沟通与谈判	68	38	30				4		4	
8			广告实务	68	38	30		4				2	
9			网络营销	60	30	30			4			3	
10			门店运营实务	60	30	30					4	5	
11			活动策划与实施	60	30	30					4	5	
小计		676	354	322	4	4	12	8	16				
专业核心课		1	市场营销基础	52	30	22	4					1	
		2	推销实务	60	30	30			4			3	
		3	市场调查	68	38	30		4				2	
	4	沙盘 ERP 实训	128	60	68				4	4	4		
	小计		308	158	150	4	4	4	4	4			
能力拓展课	选修课	1	点钞	34	10	24				2		4	
		2	传票翻打	34	10	24				2		4	
		3	演讲与口才	30	20	10			2			5	
		4	商务礼仪	34	20	10				2		4	
		5	安全素质教育	30	20	14					2	5	
		6	商品拍摄与图片处理	30	10	20					2	5	
		7	计算技术	60	20	40			2			3	
		小计		222	110	112			4	6	4		
合计			2310	1522	788	30	30	30	30	30			

九、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。

任课教师应为本科以上学历，并具有中等职业学校教师资格证书；专业核心课程任课教师应积极参加国培和省培项目，不断提升自己的业务水平；具备“双师”素质，能胜任行动导向的教学设计、实际操作和课堂组织。

（二）教学设施

本专业配备校内实训和校外实训基地。

1. 校内实训实习室

根据会计电算化专业培养目标的要求，开设本专业必须具备的实训室与主要工具和设施设备的名称见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备
1	收银实训室	收银台、收银实训设备、教师使用电脑等。
2	综合实训室	电脑显示器、多媒体教学设备、电子商务实训软件、市场营销实训软件等。
3	ERP 沙盘实训室	ERP 沙盘实训台、ERP 沙盘实训软件等。

2. 校外实训基地

本专业建立两类校外实习基地。根据市场营销岗位实习要求，依托企业和相关机构建立专业认知和营销岗位顶岗实习基地；根据收银员、推销员等岗位实习需要，依托商贸服务企业，建立营销、收银等服务岗位顶岗实习实训基地。

（三）教学资源

市场营销专业标准、课程标准、讲义（教材）及其配备的教学课件、习题库、案例素材、营销实践操作流程教学录像及技能演示录像。

（四）教学方法

根据学生特点，选择适合学生特点的教学方法，做到因势利导，因材施教。多采用启发式教学法、任务驱动教学法、案例分析教学法

等，充分发挥多媒体及信息化手段在教学中的作用。

（五）教学评价

1. 评价的内容：学习态度、理论知识、实践能力、综合素质、职业素养。

2. 评价的方式主要包括：笔试、口试、现场操作、提交案例分析报告、平时成绩考核与过程考核、成果演示、作品评价、学习方法记录、自评、第三者评价、座谈会、问卷调查等。

3. 成绩评定：百分制、等级制。

4. 考核评价的具体要求

(1) 文化课程的成绩由平时成绩（10%）、阶段考核（30%）、知识应用能力（10%）和期末考试成绩（50%）等部分组成。

(2) 体育课程成绩应根据考勤、课内教学、课外训练、锻炼活动情况综合评定。

(3) 德育课考核评价由学习情况 40%、日常行为表现 20%、期末考核 40%三部分构成。

(4) 专业（技能）课

- 凡具备实训条件的课程，其考核成绩应由理论考核成绩 50%和实训考核 50%成绩两部分构成。理论考核成绩参照文化基础课考核细则。凡理论考核或实验考核有一项不及格者，该课程以不及格论。

- 不具备实训条件的专业（基础）课程，其考核成绩参照文化基础课考核要求实行。

(5) 实习实训包括态度考核、行为考核、成果考核、综合职业素养四个方面，专项实习要单独作为一门实践课程进行考核。另行制定考核细则。

(6) 顶岗实习

顶岗实习单独作为一门实践课程，根据学生的实习表现，由实习指导教师、实习企业、班主任共同给出成绩，执行学校顶岗实习考核办法。

(六) 质量管理

市场营销专业教学质量监控以“专业标准”、“课程标准”等教学方面的质量标准为依据，系部主管人员定期和不定期组织教师座谈会、学生座谈会，及时了解教学、管理中存在的问题，听取教师 and 学生的意见和建议，并形成书面记录，有关意见和建议要及时进行反馈或做出处理。

十、毕业要求

1. 所学课程（包括顶岗实习）成绩全部合格。
2. 参加全国计算机等级考试取得一级证书或普通话测试取得三级甲等以上证书。
3. 德育述评成绩合格。