



山西机电职业技术学院

市场营销专业  
人才培养方案（三年制）

二〇二〇年八月修订

# 目录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
（一）培养目标.....	1
（二）培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	3
（一）建构课程体系.....	3
（二）课程描述.....	4
七、教学进程总体安排.....	22
八、实施保障.....	26
（一）师资队伍.....	26
（二）教学设施.....	27
（三）教学资源.....	27
（四）教学方法.....	28
（五）学习评价.....	28
（六）质量管理.....	29
九、毕业要求.....	29
十、附录.....	30

# 市场营销专业人才培养方案

执笔人：李炯      审核：市场营销专业建设委员会

## 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

招生对象：普通高级中学毕业，中等职业学校毕业或具备同等学力。

## 三、修业年限

三年

## 四、职业面向

表 4-1 市场营销专业职业面向

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)	建议考取职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类(53)	市场营销类(5306)	批发业 零售业(51、52)	1. 营销员(4-01-02-01) 2. 商品营业员(4-01-02-03) 3. 摊商(4-02-02-05) 4. 市场营销专业人员(2-06-07-02)	1. 销售经理 2. 客服经理 3. 市场主管	1. 中国市场营销经理助理; 2. 中国销售经理助理; 3. 网店运营推广(1+X证书)

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，掌握基础的工业产品机电知识/医药基础知识，面向营销员、市场专员等岗位群，服务于制造业营销领域，兼顾零售业，具有“重诚信、善销售、会运营、懂管理”的职业素养

和成长潜力，能从事产品销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

## **(二) 培养规格**

### **1. 素质要求**

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善，诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识，环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识、有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身和卫生习惯，以及良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长及爱好；

### **2. 知识要求**

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

(3) 掌握管理基础及现代企业经营管理知识；

(4) 掌握经济学基础知识；

(5) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(6) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

(7) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(8) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

(9) 掌握广告营销方法与技巧；

(10) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

(11) 掌握网络营销知识和微营销知识；

### 3. 能力要求

(1) 能够形成良好的学习习惯，一定的抽象思维能力、形象思维能力和逻辑思维能力，具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2) 能够借助媒介，采集客群、竞争者信息，并对数据进行简单的分析、预测和评价；

(3) 能够运用合适的方式与客户进行有效沟通；

(4) 能够根据企业需要和政府的监管要求，在派出地注册成立经营实体，组建营销团队，运营不同类型的门店，依法开展经营活动；

(5) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

(6) 能够组织实施推销和商业谈判；

(7) 能够对客户关系和销售进行日常管理；

(8) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；

(9) 能够进行业务技术咨询，参与产品的安装调试，组织备品、配件的供应，处理一般的“三包”服务，有效处理顾客投诉；

(10) 能够正确使用会计软件，登记会计账簿，编制简单的财务报表，正确开具增值税发票和普通发票，正确处理相关的票据业务；

(11) 能够解读大数据，分析产品及行业发展趋势。

## 六、课程设置及要求

### (一) 建构课程体系

表 6-1 市场营销专业课程体系分析表

工作岗位	典型工作任务	行动领域	学习领域
销售经理	1 组建销售地分销机构	撰写申报材料，在派出地申请注册成立经营实体，组建营销团队，租赁门店，进行门店运营管理，依法开展经营活动；	经济法实务 经济学
	2 组织开展市场调研	制定市场调研方案，组织开展销售地市场调查，形成调研分析报告。	消费者行为分析 市场调查与分析
	3 产品推介与合同谈判	寻访客户，推介产品，实施促销方案，参与招投标，组织商务谈判，签订合同；	推销与谈判技巧

	4 管理渠道	设计产品渠道,渠道铺货,管理销售渠道;	渠道管理 企业管理
	5 处理财务 (记账、回款)	手书或电子登记会计账簿,编制财务报表,开具增值税发票和普通发票,处理相关的票据业务;	基础会计
客服经理	1 处理客户咨询	接待客户,问询登记咨询事项,跟进客户需求,协调相关部门,回复客户咨询;	客户关系管理
	2 开展售后服务	组织产品交付,协助进行安装调试验收,接待登记处理客户投诉,处理退换货,回访改善客户关系;	
	3 维护客户关系	组织新品展示,拜访新老客户,进行满意度调查,组织座谈会;	
市场主管	1 市场调研分析	设计调研方案,采集数据,分析数据,撰写调研报告;	市场调查与分析
	2 策划企业营销方案	分析企业环境,制定营销战略,制定营销策略,实施营销方案,改进营销方案;	营销策划 广告实务
	3 公关宣传	收集存档公关信息,策划实施公关方案,撰写公关文案,危机公关;	公关礼仪
	4 维护提升品牌形象	对品牌进行个性、形象调查,提炼品牌核心价值,定位品牌,制定品牌组合战略;	品牌管理

## (二) 课程描述

### 1. 理论(理实一体化)课程

表 6-2-1 体育与健康

课程名称	体育与健康	学时	144
开设学期	1、2、3、4	学分	6
<b>课程目标:</b>			
<p>通过体育课程,使学生养成自觉参与锻炼的行为习惯,掌握科学的体育锻炼方式方法,全面发展身体素质,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。利用体育的手段,来提升学生的身体素质与体能水平,提升职业素养,达到发展学生职业能力与职业素养的目的。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>体育课程内容有运动知识技能传授、职业体能训练和课余体育锻炼三大模块组成。运动技能的培养,主要通过普修课、选项课、学生体育俱乐部、选修课(公选)实施;职业体能培养,主要以专业行政班为基本单位来实施,其教学内容结合学生专业所对应的职业要求和特点选定;课余锻炼,主要通过体育社团、课余学生体育俱乐部组织与管理、校园体育竞赛、体育选修课(公选)实施。</p>			

表 6-2-2 高等数学

课程名称	高等数学	学 时	54
开设学期	1	学 分	3
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程为全院所有专业开设的一门文化通识课程，通过问题驱动的教学策略，使学生能够掌握复数的四种表示方法和运算、导数计算最值问题和曲率，建立生活中的函数模型、导数模型，解决相关的实际问题，达到服务专业的目标。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>包括函数、复数、极限、导数、导数的应用五个模块，机器折旧计算、零件三角形计算、个人所得税计算、两交流电流之和、巨额账单、路程和速度、电流和电量、易拉罐的最优设计等 21 个小任务，完成基本初等函数的图像及性质、复数的四种表示方法及运算、极限的思维及运算、导数模型的建立及运算、函数的单调性的判断和最值的计算的教学内容。</p>			

表 6-2-3 中国传统文化

课程名称	中国优秀传统文化	学 时	32
开设学期	2	学 分	1.5
<b>课程目标:</b>			
<p>面向全院各专业学生开设的一门文化通识课程。通过学习使学生能够流利地背诵与有感情地诵读 30 首（篇）以上的经典诗文，清晰讲说家乡文化和介绍自我，流畅地撰写一般说明文字和感悟文章，客观地研读与批判经典作品（诗文、影视剧），认真誊写经典诗文并编辑合集，编写与演出课本剧，承担简单的文化创意策划活动，了解中华传统文化的内涵及发展，进而积聚基本的“人文素养”。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>以中国经典诗文篇目为载体，以中华优秀传统文化为重点，搭建了经典诗文的诵读与誊写，家乡文化的探究与讲说，感悟文章的写作与编辑，课本剧的编写与演出，微视频的创意与展演，经典诗文推荐与提要等九个项目，20 首（篇）精讲篇目突出文化内蕴、语言风格，22 首（篇）阅读篇目、27 本经典提要、63 部推荐书目、94 句金句侧重内容解说与文化导读。</p>			

表 6-2-4 大学生心理健康教育

课程名称	大学生心理健康教育	学 时	36
开设学期	2	学 分	2
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程为针对大一学生开设的通识类课程，通过学习能够运用心理健康的标准剖析自己，说出大学生常见的心理困扰，识别心理危机类型，直面压力与挫折并选择适合自己的方法进行调节，运用非暴力沟通四要素有效处理人际冲突，通过分析自身事件提升心理资本水平，客观地描述自己的优缺点，培植自己的心理正能量提升生命价值，为培养高端技能型人</p>			

才提供优良的“心理素养”服务。

**课程内容：**

大学生心理健康标准内容；大学生常见心理困扰；心理危机与干预；压力的应对方法；理性情绪调控的方法；人际交往的意义、价值、技巧；非暴力沟通知识结构及四要素；心理资本的含义、开发和管理心理资本的途径；自我意识的发展及其重要性、认识自我的途径、自我认同感的获得；。本课程根据学生认知规律，构建三个模块，采用线上自学+课堂教学+心理测评+课后拓展+个体心理辅导等多种途径探索自我、认识自我、塑造自我，促进大学生全面的发展和健康成长。

**表 6-2-5 大学英语**

<b>课程名称</b>	大学英语	<b>学 时</b>	54
<b>开设学期</b>	2	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标：</b>			
<p>面向全院各专业学生开设的一门文化通识课程。通过课程的学习，使学生能够根据音标读出本课程所学单词；根据所给阅读资料，借助工具书，能够读懂英文招聘广告、酒店介绍、会展宣传资料、英文邮件并归纳出主要信息；能够听懂与课程任务相关的所给英语听力材料，把握主要信息；能够进行自我介绍、介绍中国节日、介绍家乡、介绍学校、机场安检、酒店入住、与客户交流、购物等情境对话；能够撰写英文简历、日常办公英文邮件；会填写个人申请表、展位申请表，并能够设计自己的英文名片。</p>			
<b>课程内容：</b>			
<p>英语发音的基本规则；自我介绍、介绍中国节日、介绍家乡、介绍学校常用的词汇与表达方式；表达担忧与安慰、请求与回应、征求意见与答复常用的词汇与表达方式；英文招聘广告、英文简历、英语求职面试的常用句式；会展宣传资料、个人名片写作的常用表达方式；酒店网站信息、机场安检、酒店入住、与客户交流、购物等情境中常用词汇与表达方式。</p>			

**表 6-2-6 思想道德修养与法律基础**

<b>课程名称</b>	思想道德修养与法律基础	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1、2	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标：</b>			
<p>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，深入贯彻落实习近平总书记在思想政治理论课教师座谈会上的讲话精神，以立德树人为根本任务，树立正确的人生观和人生价值观，加强自身道德修养、培育各种道德素质，继承和弘扬爱国主义传统，提高法律素养、自觉遵纪守法，促使他们树立马克思主义正确的世界观、人生观和价值观，做“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会主义事业建设者和接班人。</p>			
<b>课程内容：</b>			



思想道德修养与法律基础：本课程旨在培养大学生的道德意识和法律意识。主要包括政治教育、思想教育、道德教育、法治教育等方面的内容。以人生观、价值观、道德观教育为主线，综合运用相关学科知识，依据大学生成长的基本规律，教育、引导大学生加强思想道德修养和培养基本法律理念。

表 6-2-7 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论概论

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	学时	72
开设学期	1、2	学分	4
<b>课程目标：</b>			
<p>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，深入贯彻落实习近平总书记在思想政治理论课教师座谈会上的讲话精神，以立德树人为根本任务，准确把握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的继承发展关系，深入推进习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进头脑为主线，积极培育和践行社会主义核心价值观，培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才，不断坚定广大学生中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。</p>			
<b>课程内容：</b>			
<p>本课程是以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，集中阐释马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握新时代习近平中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。</p>			

表 6-2-8 形势与政策

课程名称	形势与政策	学时	32
开设学期	1、2、3、4	学分	1
<b>课程目标：</b>			
<p>《形势与政策》课是理论武装时效性、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。</p> <p>《形势与政策》课教学要及时、准确地推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，培养担当民族复兴大任的时代新人。</p>			
<b>课程内容：</b>			
<p>参照教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》，每学期 8 课时。</p>			

表 6-2-9 大学生安全教育

课程名称	大学生安全教育	学 时	24
开设学期	1、2、3、4	学 分	1.5
<b>课程目标:</b> 大学生应当树立起安全第一的意识,树立积极正确的安全观,把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合,为构筑平安人生主动付出积极的努力。了解安全基本知识,掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规,安全问题所包含的基本内容,安全问题的社会、校园环境;了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能。掌握以安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。			
<b>课程内容:</b> 法律法规、校纪校规;应急知识、公共安全;物品保管、财产安全;防火知识、消防安全;出行平安、交通安全;饮食卫生、食品安全;珍惜生命、人身安全;校园环境、周边安全等八个方面。根据形势的变化和实际需要可增加新的内容。			

表 6-2-10 军事理论课

课程名称	军事理论课	学 时	36
开设学期	1	学 分	2
<b>课程目标:</b> 普通高等学校通过军事课教学,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。			
<b>课程内容:</b> 1、军事理论、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。2、军事技能:共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。			

表 6-2-11 大学生职业发展和就业指导

课程名称	大学生职业发展和就业指导	学 时	36
开设学期	1、4	学 分	2
<b>课程目标:</b> 《大学生职业发展和就业指导》课作为公共课,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。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识,树立正确的就业观,促使大学生理性地规划自身未来的发展,并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。 通过课程教学,大学生应当在态度、知识和技能三个层面均达到以下目标。 态度层面:通过本课程的教学,大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识,树立积极			

正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。

知识层面:通过本课程的教学，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识等。

技能层面:通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。

**课程内容:**

教学项目	教学内容
职业 生涯 规划 模块	专题一：职业生涯规划概述
	一、认识职业（含专业人才培养目标，专业就业形势，职业环境等）
	二、职业生涯规划概述
	专题二：职业生涯规划自我探索与环境认知
	一、职业生涯规划自我探索
	二、职业生涯规划的环境认知
	专题三：职业生涯规划制定与实施
	专题四、职业生涯规划评估调整及心理维护
就 业 指 导 模 块	专题五：就业形势与政策
	一、大学生就业形势认知和政策解读
	二、大学生就业典型案例分析（案例驱动，激发学生积极就业热情）
	专题六：就业准备
	一、就业信息搜集与筛选
	二、求职礼仪、心态和面试技巧
	三、求职信、简历制作
	专题七：职业适应与发展
	一、从学生到职业人的过渡
	二、工作中应注意的因素
专题八：就业流程和就业派遣系列讲座	

表 6-2-12 创新基础

课程名称	创新基础	学 时	18
开设学期	1	学 分	1
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程为针对大一学生开设的通识类课程，依据学生认知规律，通过互动体验式课堂，使学生能够更好地自我认知，锻炼学生创新思维方式，以设计思维框架，改善学生发现问题、解决问题的思路，培养学生创新精神，提高学生综合素质。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>以活动为载体，以学生为主体，参与完成分组与团建、自我认知、设计思维及框架、共创力训练、需求洞察、创意方案、原型制作与测试等。</p>			

表 6-2-13 创业基础

课程名称	创新基础	学 时	18
开设学期	第 3 学期	学 分	1
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程为针对大二学生开设的通识类课程，通过商业游戏、调查问卷、案例分析、角色扮演、访谈、小组讨论、路演等形式，锻炼学生从客户需求出发，以社会痛点为导向，拓展解决问题的思路，了解创业所需基本知识，培养创新创业精神，增强团队协作能力，提升学生综合素质。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>内容包括什么是企业、创业精神、企业想法、如何组建一家企业（选择市场、选址、法律形式、计算所需资金、筹措创业资金、开办企业的途径）、如何经营一家企业（员工的招聘与管理、时间管理、销售管理、供货商选择、新技术在小企业中的应用、成本管理、财务管理、财务报表）、商业计划书、项目路演等。</p>			

表 6-2-16 工程制图

课程名称	工程制图（理实一体化）	学时	54
开设学期	第 1 学期	学分	3
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程培养学生空间想象能力，识读、绘制机械零件和产品图纸的能力。通过本课程学习，学生能根据正投影理论、机械制图和技术制图国家标准的有关规定，识读和绘制中等复杂程度的零件图和装配图，并能根据装配图拆画零件图。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>机械制图的基本知识、三视图的形成及投影知识、基本体的三视图、截交线的画法、相贯线的画法、组合体的三视图、轴测图、机件的表达方法、常用件与标准件的规定画法、零件图的绘制、装配图的绘制、由装配图拆画零件图。本课程通过八个教学项目来实施，</p>			

达到教学目标。

表 6-2-17 电工基础

课程名称	电工基础	学 时	56
开设学期	1	学 分	3
<b>课程目标:</b> 通过本课程的学习,学生具备电路元器件的识别、测量能力;掌握基本工具、基本仪器的使用方法;能够对实际交直流电路进行正确的分析、计算及初步设计;安全用电能力。了解常用电子器件的基本基本功能、特性,会查阅其主要参数资料。能独立完成大纲所规定的实验内容,会使用常规电子元件和电工仪表、电子仪表。熟悉交、直流电路的基础理论和基本知识,并能对一般电路进行分析和计算。掌握常用电子电路的基本原理。了解常用电机、电器的基本工作原理、工作特性和使用常识。			
<b>课程内容:</b> 项目一:电路的基本概念、基本定律、及复杂电路的分析方法; 项目二:正弦交流电路分析及应用; 项目三:变压器与电动机; 项目四:直流稳压电源; 项目五:单管放大电路; 项目六:集成运算放大电路; 项目七:功率放大电路; 项目八:基本门电路及组合逻辑电路;			

表 6-2-18 工程材料

课程名称	工程材料	学 时	54
开设学期	1	学 分	3
<b>课程目标:</b> 通过本门课程的学习,使学生获得有关工程材料的基本理论和基本知识,掌握常用工程材料成分—组织—性能—应用之间关系的一般规律,熟悉常用工程材料的特性并能初步选用,具备根据机械零件的服役条件、性能要求和失效形式,合理选用工程材料及热处理工艺的初步能力。			
<b>课程内容:</b> 本课程的主要内容包括金属材料的力学性能、金属与合金结晶、晶体结构的基本理论知识、铁碳相图及其在工业生产中的主要用途、金属热处理的原理及方法,热处理的基本工艺过程、常用工程材料的分类、牌号(代号)、组织、性能及使用、零件的失效形式和选材原则,典型零件选材及热处理方法。			

表 6-2-19 信息技术

课程名称	信息技术	学 时	32
开设学期	2	学 分	1
<b>课程目标:</b>			
<p>本课程完成在工作中应用办公软件的学习任务。通过本课程的教学,使学生全面准确地理解和熟练掌握办公软件 OFFICE 的基本操作,基本方法,帮助学生正确对字处理软件、表格处理软件、演示文稿编辑软件和其他办公常用软件使用,提高学生信息技术应用能力和信息素养。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>计算机软硬件基础知识;操作系统操作应用;表格和数据计算处理;文档编辑制作处理;演示文稿编辑制作处理;互联网办公常用软件使用;办公设备的互联和使用。本门课程通过数据计算分析、报告文档编写、报告文稿编辑汇报等 3 个项目来实施,达到教学目标。</p>			

表 6-2-20 人工智能基础

课程名称	人工智能基础	学 时	32
开设学期	5	学 分	2
<b>课程目标:</b>			
<p>通过本课程的教学,使学生能够熟悉人工智能技术在工作生产生活中的应用情况(智能制造、智能安防、智能交通、智能购物、智能医疗、智能农业、智能金融、智能生活),理解和熟练掌握常用的人工智能技术和算法,提高学生人工智能技术应用能力,成为具有现代互联网信息应用技术素养、德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和接班人。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>人工智能基础知识;聚类算法方法及其应用;分类算法方法及其应用;机器学习和深度学习算法;算法实现。本门课程通过智能制造、智能安防、智能交通、智能购物、智能医疗、智能农业、智能金融、智能生活等 8 个项目来实施,达到教学目标。</p>			

表 6-2-21 经济法实务

课程名称	经济法实务	学 时	56
开设学期	1	学 分	3
<b>课程目标:</b>			
<p>通过本课程的学习,使学生理解和掌握经济领域的基本经济法律制度,能够用所学经济法理论知识解决经济纠纷,能够运用法律知识解决经济管理,经济贸易活动领域的相关法律问题,树立依法经营,依法开展业务的理念。</p>			
<b>课程内容:</b>			
<p>经济法概述,电商法,个人独资企业法,合伙企业法,公司法,合同法,反不正当竞争法,消费者权益保护法,产品质量法,证券法,票据法,税法,劳动合同法,经济仲裁与经济诉讼。本课程通过经营实体的登记注册、经营实体的人员招聘和管理经济法律事务处理、</p>			

产品售前经济法律事务处理、产品售中经济法律事务处理、产品售后经济法律事务处理和经营实体的解散与清算 6 个项目来实施，达到教学目标。

**表 6-2-22 市场调查与分析**

<b>课程名称</b>	市场调查与分析	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习，使学生掌握设计调查问卷、处理与分析市场调查数据、撰写调研报告的基本知识，能够对具体项目施行市场调查，收集分析调研数据并撰写调研报告。			
<b>课程内容:</b>			
市场调查概述、调查方案设计、调查问卷或调查提纲设计、市场调查方法、调查数据整理与分析、调查报告的撰写。本课程通过制定市场调查工作程序、设计市场调查方案、设计调查问卷、撰写调研报告等 4 个项目来实施，达到教学目标。			

**表 6-2-23 基础会计**

<b>课程名称</b>	基础会计	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过对本课程的学习，使学生了解会计法规，明确会计人员的职责，掌握会计账务处理工作过程中会计核算的基本知识和方法，能够完成制造型（或流通）企业的建账—填制和审核凭证—登记账簿—财产清查—编制报表—整理档案的整体账务处理工作。			
<b>课程内容:</b>			
建立会计账簿；审核与填制公司会计凭证；登记公司会计账簿；编制公司会计报告；分析公司财务报告。建立会计账簿；审核与填制会计凭证；登记会计账簿；编制会计报告；分析财务报告；整理会计档案。本课程通过某企业生产经营过程为主线，以凭证填制审核，账目填制，编制三大核心财务报表，整理会计档案 4 个项目实施，达到教学目标。			

**表 6-2-24 消费者行为分析**

<b>课程名称</b>	消费者行为分析	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	2	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习，使学生了解消费者心理，熟悉消费者行为，掌握影响消费者消费心理的因素和分析消费者行为的主要工具，能够对消费者心理和行为作出一定的预测，能够利用消费者行为学理论来影响消费者消费心理，引导消费行为。			
<b>课程内容:</b>			
消费者行为；消费者购买决策类型及特点；消费者购买决策过程；消费者学习、态度的概念和功能；消费者态度形成的因素；消费者需要的特征、分类、需要层次理论；消费者具			

体购买动机类型及在实践中相应的营销策略;家庭生命周期的概念和影响家庭购买决策的主要因素。本门课程通过观察消费者行为、分析消费者决策过程、推导影响消费者行为的个体和心理因素、分析影响消费者行为的环境因素等4个项目来实施,达到教学目标。

**表 6-2-25 市场营销策划**

<b>课程名称</b>	市场营销策划	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	2	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生掌握现代市场营销的基本理论和基本知识,掌握营销策划的基本方法和分析工具,寻找企业与目标市场顾客群的利益共性,能够组建营销策划团队,为产品撰写策划方案,根据要求对产品、价格、渠道、促销4个方面进行策划运作。			
<b>课程内容:</b>			
营销策划的基础知识;市场调研及市场定位分析;产品策划;价格策划;营销渠道策划;促销策划及策划书编写。本课程通过认识营销环境、调研及市场定位、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、编写策划书等7个项目来实施。			

**表 6-2-26 经济学基础**

<b>课程名称</b>	经济学基础	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	2	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生理解掌握市场价格均衡理论、消费者行为理论、生产者行为理论、生产要素分配理论、政府财政政策与货币政策等经济学的基本原理,能够运用所学知识初步观察和分析身边的经济现象,能够初步对政府的相关经济政策进行正确的理解,同时培养学生的团队协作、诚信及严谨的职业素养。			
<b>课程内容:</b>			
市场经济的需求理论、供给理论、价格弹性理论;边际效用理论,无差异曲线和消费可能线;生产函数、短期生产理论、长期生产理论及规模经济;总成本曲线、平均成本曲线和边际成本曲线的变动规律及相互关系;市场失灵、垄断、公共物品的含义、成因、表现以及相应的政府干预。本课程拟通过市场供求分析、效用最大化、产量最大化、分析成本变量、制定最低产量5个项目来实施,达到教学目标。			

**表 6-2-27 现代企业管理**

<b>课程名称</b>	现代企业管理	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	3	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生了解企业管理的知识体系,掌握企业管理基础工作的内容、组织结构的标准、生产经营的管理方法;能够设计小微企业组织架构,制定企业管理规范,			



为小微企业管理中遇到的生产经营问题提出解决办法。

**课程内容：**

管理基础知识、现代企业制度、企业经营战略管理、人力资源管理、生产管理、质量管理、财务管理、企业文化。本课程通过战略管理、人力资源管理、生产管理、现场管理、财务管理 5 个项目来实施，达到教学目标。

**表 6-2-28 品牌推广**

<b>课程名称</b>	品牌推广	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	4	<b>学 分</b>	3

**课程目标：**

通过本课程的学习，使学生了解品牌开发推广的方法，掌握产品研发、包装设计、广告、通路策略、终端展示、街头促销、接受媒体采访等技能技巧。能够在不同竞争环境下进行产品展示推广和通路设计，提升品牌曝光度和影响力。

**课程内容：**

品牌定位、品牌传播、品牌形象塑造、品牌文化、品牌维护、品牌创新。本门课程通过产品定位、品牌设计、市场展示与推广、品牌维护 4 个项目来实施，达到教学目标。

**表 6-2-29 公共关系**

<b>课程名称</b>	公共关系	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	3	<b>学 分</b>	3

**课程目标：**

通过本课程的学习，使学生掌握公关调查、公关计划、公关信息传播和公关专题活动等基本知识。能够开展公关调查、策划公关专题活动、进行公关传播、处理简单地危机公关问题。

**课程内容：**

公共关系实务礼仪、公共关系实务调查、公共关系实务形象塑造、公共关系实务专题活动策划、公共关系实务危机事件处理等内容。本课程通过企业公关调查、公关专题策划、公关事件处理 3 个项目来实施，达到教学目标。

**表 6-2-30 商务沟通与礼仪**

<b>课程名称</b>	商务礼仪	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	3	<b>学 分</b>	3

**课程目标：**

通过本课程的学习，使学生掌握商务人员仪容、仪表、仪态等个人礼仪规范，掌握办公、宴请、差旅、销售、推销等组织礼仪规范，能够在职业场合正确地运用体态和表情传达对他人的礼貌和尊敬，能够在宴请、办公、差旅、销售过程中表现地得体大方、恰到好处。

**课程内容：**

个人仪容仪表，见面礼仪，办公礼仪，商务酬宾礼仪，职业礼仪，习俗礼仪，涉外礼仪。本课程通过日程交际礼仪、公务交际礼仪、商务交际礼仪、国际交际礼仪4个项目来实施，达到教学目标。

**表 6-2-31 渠道管理**

<b>课程名称</b>	渠道管理	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	4	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生熟悉销售通路设计与管理的方法及程序,知道渠道模式类型、渠道结构设计的原则、掌握渠道成员选择的标准、渠道开发的方法及冲突处理的策略及方法。能够设计商品渠道结构、选择渠道成员、激励和控制渠道成员、管理和维护商品渠道。			
<b>课程内容:</b>			
认识分销渠道管理、分销渠道规划与设计、渠道成员选择、分销渠道管理、渠道冲突与维护、渠道评估与创新。本课程通过企业规划与设计分销渠道、选择渠道成员、管理分销渠道、化解渠道冲突与维护、评估与创新渠道5个项目来实施,达到教学目标。			

**表 6-2-32 推销与谈判技巧**

<b>课程名称</b>	推销与谈判技巧	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	4	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过对本课程的学习,使学生能够掌握推销与商务谈判的基本知识和技巧策略,能够根据所选择产品的特性和给定的目标市场区域,做好推销前的准备、进行产品推介、编制投标文件,完成交易项目的谈判并订立购销合同。			
<b>课程内容:</b>			
潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、推销方法和绩效、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识。本课程通过推销前准备工作、产品推介、投标文件制作、合同谈判及签约、客户管理5个项目来实施,达到教学目标。			

**表 6-2-33 客户关系管理**

<b>课程名称</b>	客户关系管理	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	4	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生掌握客户关系管理的内涵、主题分析内容和基本方法、运作模式,理解客户关系管理系统结构、功能、技术体系与实施策略,能够运用客户关系管理中的CRM系统,识别客户、建立客户关系,提升客户满意度和忠诚度。			
<b>课程内容:</b>			
客户关系管理与客户经营认知;识别客户;建立客户关系;客户服务;客户满意度管理;			

客户忠诚度管理；客户关系管理系统。本门课程通过企业客户主管识别客户、建立客户关系、服务客户、提升客户忠诚度和满意度 4 个项目来实施，来达到教学目标。

**表 6-2-34 网络营销**

<b>课程名称</b>	网络营销	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	3	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程学习，掌握较全面、系统的网络营销理论知识，熟练掌握网络营销策略、战术、执行各层面的工具和方法，能够根据产品类目选择网络推广工具，制定网络推广方案，撰写推广策划书、组织并实施策划案，评估推广效果等。			
<b>课程内容:</b>			
网络市场调研，邮件营销，搜索引擎，许可 EMAIL 营销，网络广告，网络营销策划方案的撰写等。本课程通过网络自媒体策划（微信公众号，直播，微博），社交媒体策划（问答），第三方平台推广策划（SEO，SEM, 直通车，钻展）3 个项目来实施，完成教学目标。			

**表 6-2-35 零售实务**

<b>课程名称</b>	零售实务	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习，使学生掌握零售业的各项工作流程，了解并掌握零售企业产品、定价、分销、促销等相关策略，能够为零售商店选址、布局商品、管理零售服务与客户关系、管理零售商品采购与库存、销售零售商品、有效防损。			
<b>课程内容:</b>			
零售门店的选址布局，产品定价、采购管理、分销促销、防损。本课程通过门店选址与商品布局、商品采购与库存管理、商品上架陈列、商品销售及促销、门店防损管理等 5 个项目来实施，达到教学目标。			

**表 6-2-36 广告实务**

<b>课程名称</b>	广告实务	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习，使学生了解国内外广告活动与理论的一般状况和最新发展，掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法，能够分析广告案例、进行广告创意、设计广告方案、编制广告策划书。			
<b>课程内容:</b>			
广告策划概述、广告策划的思维方法、广告策划的理论依据、广告策划中的市场调查与分析、广告策划中的目标策略、广告媒介策划、广告预算策划、广告创意策略、广告设计创			

作、企业形象策划、促销活动策划、广告策划书的编写程序与内容、广告效果评估。本课程通过广告项目背景分析、市场调查策划、媒介策划、创意策划、促销活动策划、策划书编写等6个项目来实施，以达到教学目标。

**表 6-2-37 跨境交易平台应用**

<b>课程名称</b>	跨境交易平台应用	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生掌握跨境电子商务平台开发客户的基本方法,掌握跨境电商的法律法规、商务礼仪。能够在跨境平台开设店铺,选品并上架,进行日常运营管理及客服服务等活动。			
<b>课程内容:</b>			
客户开发的前期准备,注册网店,熟悉平台规则,选定产品并进行价格核算,选择产品类目,拟定产品英文标题,填写产品属性信息,产品发布与优化,国际物流与货物运输,营销手段,纠纷处理等。本课程通过选择跨境平台、建设跨境平台店铺、平台选品、发布产品、发送货物及售后处理5个项目的实施,来达到教学目标。			

**表 6-2-39 网店运营实务**

<b>课程名称</b>	网店运营实务	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,使学生掌握不同线上店铺开设的平台规则和运营方法,能够在线上注册认证店铺,管理商品及店铺、培训客服、推广店铺和商品。同时培养学生在电商从业岗位上应该具备的团队合作,创新等基本的行业素养。			
<b>课程内容:</b>			
本课程主要内容有开店准备工作,店铺装修工作,商品及店铺管理工作,客服工作,店铺推广工作等。本课程内容通过电商创业公司淘宝新店铺的管理运营项目的实施,来达到教学目标。			

**表 6-2-40 物流与供应链管理(零售方向)**

<b>课程名称</b>	物流与供应链管理(零售方向)	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程的学习,了解供应链相关概念和基本知识,掌握供应链构建,供应链物流管理,信息管理的基本方法和技能,能够进行简单供应链分析、运作和管理以及基于供应链进行物流、信息管理等。			
<b>课程内容:</b>			

本课程主要内容有供应链管理的基础知识，供应链构建，供应链合作伙伴的选择与评估，供应链物流管理，供应链信息管理，供应链管理方法，供应链的组织，运行与控制等。本课程通过供应链构建，合作伙伴选择，信息管理与绩效评价 4 个项目的实施，来达成教学目标。

**表 6-2-41 药品营销（振东订单班方向）**

<b>课程名称</b>	药品营销（振东订单班方向）	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过本课程学习，使学生掌握医药市场营销的结构行为，医药营销战略与组织，医药营销的战术实施等基本理论与实操技能，能够为制药企业进行市场调研、策划药品营销方案、编制药品营销策划书。			
<b>课程内容:</b>			
医药市场结构与行为、医药营销战略与组织、营销战略分析规划工具、医药营销战术内涵。本课程某医药企业通过在处方药市场、非处方药市场、保健品市场、原料药市场营销 4 个项目来实施，达成教学目标。			

**表 6-2-42 工业品营销（制造业方向）**

<b>课程名称</b>	工业品营销（制造业方向）	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	5	<b>学 分</b>	3
<b>课程目标:</b>			
通过对本课程的学习，使学生了解工业品营销的发展阶段，掌握工业品营销的市场环境分析方法及工业品营销策略，能够运用营销策划的思维路径和基本方法，为中小制造企业的市场营销活动进行策划，编制营销策划书并付诸实施。			
<b>课程内容:</b>			
工业品营销、制造业营销环境、组织机构购买行为、目标市场战略、营销组合策略、B2B 工业品营销。本项目通过认知工业品、分析营销环境、寻找市场机会、开发产品、制定价格、构建分销渠道、促销产品、开启互联网+制造业营销 8 个子项目来实施，达到教学目标。			

**表 6-2-43 高职创新创业实践**

<b>课程名称</b>	高职创新创业实践	<b>学时</b>	18
<b>开设学期</b>	所有在校时间	<b>学分</b>	1
<b>课程目标</b>			
高职创新创业实践环节是在《高职创新创业基础》课程学习基础上的课外实践，通过行为导向的教学设计，使学生不断通过做具体的项目，提升能力（认知能力、观察能力、沟通能力、总结能力、计划能力）通过不断重复训练的项目问题，提高学生有效执行力和责任担当			

担意识。
<p><b>课程内容</b></p> <p>实践内容包含所有学生有兴趣、想尝试、基于基础课程产生的创意想法，提出实践需求、形成实践团队、申报双创项目、推进项目运行、问题/困难分析、寻找资源解决等，同时找到自身学习需求，对接学习资源快速成长等一系列提高意识和能力实践行为。</p>

**表 6-2-44 高职创新创业基础**

<b>课程名称</b>	高职创新创业基础	<b>学时</b>	36
<b>开设学期</b>	2、4	<b>学分</b>	2
<p><b>课程目标</b></p> <p>本课程采用基于实践的创业教学法，通过行为导向的教学设计，使学生正确理解认知规律，发现自我潜能。通过刻意练习，训练提高的学生自我认知能力、观察能力、沟通能力、总结能力、计划能力和团队合作潜能。</p>			
<p><b>课程内容</b></p> <p>方法论学习：设计思考（Design Thinking）、精益创业（Lean Startup）和 TRIZ 创新方法（选修）。课程内容包含自我认知、创新创业的认知、观察力、沟通力、总结力、目标管理、人员管理、时间管理、成本管理等基础知识，本课程采用体验式培训方法，结合基于行动导向的作业完成及双创项目实践拓展，培养学生有效执行力和责任承担意识。</p>			

**表 6-2-45 劳动教育**

<b>课程名称</b>	劳动教育	<b>学时</b>	9
<b>开设学期</b>	1、2、3、4、5	<b>学分</b>	0.5
<p><b>课程目标:</b></p> <p>通过劳动教育，使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。</p>			
<p><b>课程内容:</b></p> <p>将劳动教育与校园卫生值周结合，通过劳动观念教育、劳动技能教育、劳动习惯教育、劳动法律法规教育，亲身参与劳动实践活动获得直接劳动体验，教育引导学崇尚劳动、尊重劳动，弘扬劳动精神、劳模精神；围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神。</p>			

## 2. 实习实训环节

表 6-2-46 市场营销专业实习实训一览表

序号	课程名称	时间	实习实训目标	实习实训项目 (内容/任务)	实习实训形式	考核要求	主要合作企业
1	市场营销模拟实训	2 周	熟悉虚拟环境下市场营销的全流程，掌握市场营销运作所需的相关知识	ITMC 沙盘实训	软件模拟操作	考勤+过程评价+沙盘成绩	无
2	视觉营销实训	1 周	掌握视觉营销平台的使用方法，视觉项目的设计、制作流程	慧科视觉营销 PBL 项目	校内实训+实操	考勤+过程评价+成果	慧科集团
3	企业文化与管理实训	1 周	熟悉企业文化，了解企业管理模式	振东集团企业文化与管理体验	企业实训	考勤+过程评价+实训报告	振东集团
4	新媒体营销实训	1 周	掌握新媒体营销方法及技巧	金威超市新媒体营销	模拟操作	考勤+过程评价+成果	金威超市等
5	招投标实训	1 周	掌握政府招投标管理办法及流程	澳瑞特招投标项目实训	企业实训	考勤+过程评价+实训报告	山西澳瑞特健康产业有限公司
6	会计电算化实训	2 周	掌握会计实务电子操作流程	会计软件 T3 实训	软件模拟操作	考勤+过程评价+成果	无
7	企业营销综合实训	2 周	掌握真实环境下的企业营销流程及运营方式	振东企业营销实训	企业实训	考勤+过程评价+实训报告	振东集团
8	非面对面销售实训	2 周	掌握电话销售、网络销售的流程及话术	PICC、平安网络、电话销售实训	企业实训	考勤+过程评价+实训报告	中国人保、平安等
9	跟岗实习	4 周	了解企业文化、工作规范与制度，熟悉企业环境，了解企业生产管理、销售流程	企业生产管理、销售实践	企业跟岗实践	实习报告	1. 振东集团 2. 山西澳瑞特健康产业有限公司 3. 永辉超市 4. 昂生制药有限公司 5. 惠丰型材等
10	顶岗实习	16 周	参与企业真实岗位任务，体验企业文化与工作模式，积累工作经验，为踏入社会做好准备	企业营销员、市场专员、客服岗位实践	企业顶岗实践	实习周记	
11	毕业设计	4 周	通过完成跨课程的综合项目，综合应用所学理论，提高学生分析问题、问题解决和文档写作能力。	教师给定的参考选题；企业指定项目；学生自选项目；	毕业论文设计	毕业论文	

### 3.职业技能竞赛设计

表 6-2-47 与市场营销相关职业技能竞赛

序号	竞赛名称	竞赛目标	竞赛形式 (实操、笔试、表演等)	与专业课 配合情况
1	全国职业院校技能大赛--市场营销	本赛项考核内容与本专业人才培养方向(营销经理岗位)一致,通过参赛,锻炼队伍,推进“课-证-赛”融通,为部分优秀人才助力。通过大赛寻找差距,不断改进培养方案,推进人才培养。	沙盘+商务数据分析+营销展示(团队协作)	市场调查与分析、营销策划、广告实务、消费者行为分析、推销与谈判
2	XX省职业院校技能大赛--企业管理沙盘	本赛项考核内容与本专业人才培养方向(现代企业管理课程)一致,通过参赛,锻炼队伍,推进“课-证-赛”融通,为部分优秀人才助力。通过大赛寻找差距,不断改进培养方案,推进人才培养。	沙盘(团队协作)	基础会计、企业管理

### 4.职业资格证书

表 6-2-48 职业资格证书(1+X证书)对应课程一览表

序号	专业名称	专业性质(国家、省重点、特色)	证书名称	发证单位	与考证相关课程	学时 (理论+实践)	合计
1	市场营销	全国机械行指委特色专业	全国计算机等级证书	教育部	信息技术	32	144
2			网店运营推广		网络营销	56	
3			电子商务数据分析师		电子商务	56	

## 七、教学进程总体安排

表 7-1: 市场营销专业教学进程表

专业名称	市场营销	专业代码	630710	学年		第二学年		第三学年	
				学期	I	II	III	V	VI



负责人		XX			教研室	市场营销		学期教学周数		20	20	20	20	20	20				
体系	平台	性质	序号	课程编码	课程名称	学分	学时	理论	实践	周学时/上课周		周学时/上课周		周学时/上课周		备注			
通识课程模块	文化素质	必修	1	90100101	体育与健康	6	112	56	56	2/14	2/14	2/14	2/14						
			2	90080102	高等数学	3	56	56	0	4/14									
			3	90080103	大学英语	3	56	56	0		4/14								
			4	90080101	●中华优秀传统文化	1.5	28	28	0		2/14								
			5		公共选修课 1	1	20	20	0										至少选修3门,课时不计入周课时
			6		公共选修课 2	1	20	20	0										
			7		公共选修课 3	1	20	20	0										
			小计学分、学时						16.5	312	256	56							
	思政教育	必修	8	90090101	思想道德修养与法律基础	3	54	54	0	2/14	2/14								
			9	90090103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	72	0			2/18	2/18						
			10	90090105	●形势与政策教育	1	32	32	0	2/2	2/2	2/2	2/2					讲座、报告,线上4课时/学期	
			11	90130101	●大学生安全教育	1.5	24	24	0	2/3	2/3	2/3	2/3					线下负责安全的副主任	
			12	90080104	●大学生心理健康教育	2	36	36	0		2/18								
			13	90130107	军事理论教育	2	36	36	0									36课时,军训期间完成	
			小计学分、学时						13.5	254	254	0							
	创新创业	必修	14	90120101	●大学生职业规划和就业指导	2	36	18	18	2/4				2/4				一、四学期4周课,剩余线上各学习10课时	
			15	90140101	●创新基础	1	18	9	9	2/9									
			16	90140102	●创业基础	1	18	9	9			2/9							
			17	90140103	▲创新创业实践	1												第二课堂(2-4学期)	
		选修	18	90120201	▲创业孵化实践	奖励	课外											不计学分,可置换	
		小计学分、学时						5	72	36	36								
	机电基础	必修	19	90010101	工程制图	3	56	28	28	2周理实一体								连续两周上课,理实一体化,教师自己组织考试,提交成绩	
			20	90030101	电工基础	3	56	28	28		2周理实一体								
			21	90050101	工程材料	3	56	28	28			2周理实一体							
		小计学分、学时						9	168	84	84								
	信息技术	必修	22	90060101	信息技术	2	32	16	16		2/16								
		小计学分、学时						2	32	16	16								
	人工智能	必修	23	90060102	人工智能基础	2	32	32	0						2/16				
选修		24	90020201	机器人技术	2	32	32	0									选修,不计入周课时		

能基础	修	25	90020202	3D 打印及逆向设计	2	32	32	0												和总课时。					
	小计学分、学时				2	32	32	0																	
合计学分、学时				48	864	672	192																		
专业课程模块	专业基础	必修	26	07011201	经济法实务	3	56	28	28	4/14															
			27	07011206	市场调查与分析	3	56	28	28	4/14															
			28	07011204	基础会计	3	56	28	28	4/14															
			29	07011205	消费者行为分析	3	56	28	28		4/14														
			30	07011202	市场营销策划	3	56	28	28		4/14														
			31	07011101	经济学基础	3	56	56	0		4/14														
			32	07011208	现代企业管理	3	56	28	28			4/14													
	小计学分、学时				21	392	224	168																	
	专业核心	必修	33	07021210	品牌推广	3	56	28	28			4/14													
			34	07021211	公共关系	3	56	28	28			4/14													
			35	07021212	商务沟通与礼仪	3	56	28	28			4/14													
			36	07021213	渠道管理	3	56	28	28				4/14												
			37	07021214	推销与谈判技巧	3	56	28	28				4/14												
			38	07021202	客户关系管理实务	3	56	28	28				4/14												
			39	07021201	网络营销	3	56	28	28			4/14													
	小计学分、学时				21	392	196	196																	
	专业素质拓展	必修	40	07031211	零售实务	3	56	28	28							4/14									
			41	07031212	广告实务	3	56	28	28								4/14								
			42	07031213	跨境交易平台应用	3	56	28	28								4/14								
			43	07021206	网店运营实务(1+X)	3	56	28	28								4/14						1+X证书		
		小计学分、学时				12	224	112	112																
选修其一		44	07032211	物流与供应链管理(零售方向)	3	56	28	28								4/14									
			07032212	药品营销(振东订单班方向)	3	56	28	28								4/14									
	07032213		工业品营销(制造业方向)	3	56	28	28								4/14										
小计学分、学时				3	56	28	28																		
合计学分、学时				57	1064	560	504	24	26	22	24	22													

综合素质与实践课程模块	综合素质实践	必修	45		入学教育	0.5	课外	8	0											
			46	90130101	劳动教育	0.5	课外	8	0											
			47	90130108	军事课（实践）	2	112			112	56/2									
			48	90140104	▲素质拓展活动	3	课外					一至五学期，素质拓展活动为学生参加文化体育艺术活动、三下乡、社会实践、志愿服务、走进大师工作室、参与教师科研项目研究等活动，毕业须获3学分。由院团委、系分团委组织实施。具体认定意见由院团委制定。								
			49		毕业教育	0.5	课外													
			50		职业资格证书	1	课外													毕业须获1学分
			选修	51	06022281	▲全国计算机等级证书	1	课外												信息技术课程以证代考
	小计学分、学时						8.5	112	16	112										
	专业实践	必修	52	07041310	市场营销沙盘实训	2	40	0	40											
			53	07041311	视觉营销实训	1	20	0	20											
			54	07041312	企业文化与管理实训	1	20	0	20											
			55	07041313	新媒体营销实训	1	20	0	20											
			56	07041314	招投标实训	1	20	0	20											
57			07041315	会计电算化实训	2	40	0	40												
58			07041316	企业营销综合实训	2	40	0	40												
59			07041317	非面对面销售实训	2	40	0	40												
60			07041318	职业素养实习	4	80	0	80												
61			07041319	预就业实习	16	320	0	320												
62			07041320	毕业设计	4	80	40	40												
选修			63		▲学生技能竞赛	课外完成，学生自主参与，不计入总学分和总学时，获得相应奖项可置换学分														
小计学分、学时						36	720	40	680											
就业课程模块		自选	64			1	18	0	18								学生自主选择	由企业和系部共同实施，利用第四学期节假日、课余时间完成，可置换一门选修课		
总计学分、学时						150.5	2778	1306	1488											
备注	1、▲：表示可以实施学分奖励项目。【通识教育模块—文化素质—素质拓展活动；通识教育模块—创新创业教育平台创新创业实践、创业孵化实践；就业教育模块—校企就业培训包】 2、●：带有此标记的课程务必严格按照课程学时要求组织教学，满课时课程结束。 3、学生在校期间需任意选修三门选修课，其中机器人技术、3D打印及逆向技术各32课时，专业拓展选修课168课时，至少3门公共选修课60课时，创业孵化实践、就业课程模块，大学生心理健康模块，均为选修课，共计310课时。																			

表 7-2 专业课程体系学时学分比例表

类别	课程数量	学分	学时分配			备注
			总学时	理论学时	实践学时	

通识课程 模块	文化素质	7	16.5	306	250	56	
	思政教育	6	13.5	254	254	0	
	创新创业	5	5	72	36	36	
	机电基础	3	9	168	84	84	
	信息技术	1	2	32	16	16	
	人工智能基础	3	2	32	32	0	
专业课程 模块	专业基础	7	21	392	224	168	
	专业核心	7	21	392	196	196	
	专业素质拓展平台	5	15	280	140	140	
就业课程 模块	校企就业培训包	1	1	18	18	0	
综合素质 与实践教 学	综合素质实践课程	7	8.5	112	16	112	
	专业实践课程	12	36	720	40	680	
合 计		64	150.5	2778	1306	1488	
理论与实践教学学时比例					47%: 53%		5:5
选修课教学时数占总学时的比例					11% (310 学时)		不少于 10%
公共基础课程学时占总学时的比例					29% (804 学时)		不少于 25%

## 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

具有高校教师资格和本专业领域有关证书; 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心; 具有财经商贸、市场营销、企业管理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; 具有较强的信息化教学能力, 能够开展课程教学改革和科学研究; 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### 3. 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市场营销专业发展趋势, 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

兼职教师包括课程任课教师和顶岗实习指导教师，聘请具有营销师、技师职称的技术人员，就职于企业连续 5 年以上，在专业技术与技能方面有较高水平，具有良好的语言表达能力，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。

本专业现有教师 11 人，其中：副教授 4 人，骨干教师 4 人，具有“双师”素质教师 8 人，师资队伍中“双师”素质教师比例达 72%。生师比为 1: 15。硕士比例 90%，未来 5 年内高水平双师素质教师将达到 80%，高级职称教师比例达 50%。

## **(二) 教学设施**

### **1. 校内专业实训基地**

根据专业人才培养需要，校内建设有专门实训室供学生上课下实践练习。

### **2. 校外实训基地**

根据实训和顶岗实习的需求，选择行业特点突出、具有行业引领作用、经济增长势头强劲、人才需求量较大的企业单位作为高效依托型、合作紧密型校外实训基地，校外实训基地主要开展企业认知实习、综合实习、顶岗实习等，本专业实训基地主要涉及制造业、零售业相关企业单位。

### **3. 信息网络教学条件**

(1) 建设具有连接互联网接口的实训室、办公室，课上学生根据教师要求随时浏览相关学习内容，教师可在线答疑，即时了解学生掌握情况，利用网络的直观、便捷、快速实现网络信息下的信息交流。

(2) 具备局域网教学条件的实训室，能够实施模拟仿真教学。

(3) 建设电子图书阅览室以及可支持学生自主学习和浏览相关知识的精品课程网站。

校内建设有 2 个专门实训室，购置了 3 套实训软件供学生实践技能学习。校外实训基地十余家，将继续开拓新的实训基地，走出 XX，深化已有实训基地，做牢做实校企合作。

## **(三) 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需要的教材、图书及数字化资源等。

### **1. 按照国家规定选用优质教材, 高等职业教学“十二五”、“十三五”国家**

级规划教材。教育部专业教学指导委员会推荐教材或重点建设教材。

2. 校企合作特色教材、校内自编教材或活页教材。

3. 图书馆设有专业书籍、专业技术标准、规范、手册、参考资料。

4. 数字化教学资源，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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。如“网络课程”、“网络课件”、“教学录像”、“教学录音”、“教师教学博客”和“网上答疑”、“模拟考试”等。

5. 国家精品课程资源网。

本专业已建成 2 门院级精品课程，目前正在进行《推销与谈判技巧》、《市场调查与分析》教学资源库的建设，其中《推销与谈判技巧》教学资源库的研究与开发是省级研究项目，已结题。按照建设规划，近 3 年内将逐步完成 3 门精品在线课程的建设，最终将形成专业的教学资源库。各专业课程普遍实行项目化教学。

#### **（四）教学方法**

1. 教学方法建议

结合课程特点、教学条件支撑情况，针对学生实际情况灵活应用，例如：讲授、启发、讨论、案例、行动导向、项目教学法、角色扮演法等教学方法。

2. 教学手段建议

鼓励学生独立思考，激发学生学习的主动性，培养实干精神和创新意识，注重多种手段相结合。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，专项技术教学和综合实际应用相结合。

3. 教学组织形式建议

结合课程特点、教学环境支撑情况采用不同的形式。例如：整班教学、分组交流、现场体验、项目协作等形式。

#### **（五）学习评价**

1. 教学评价建议

教学评价主要包括用人单位对毕业生的综合评价，行业企业对顶岗实习学生的知、能、素的评价，实习指导教师对实践能力的评价，教学督导对教学过程组织实施的评价，教师对教学效果的评价，学生对教学团队教学能力的评价，学生

专业技能认证水平和职业资格通过率的评价，专业技能竞赛参赛成绩的评价，社会对专业的认可度评价等，形成独具学校特色、开放式、自主型的教学质量保障体系。

## 2. 教学考核建议

(1) 职业基础课程建议采用笔试与实践能力考核相结合的形式，实践成绩占 30%，笔试成绩占 70%。

(2) 职业能力课程和职业拓展课程采用技能测试、笔试相结合的方法。笔试占 40%；技能测试包括功能测试、技艺评测和过程评价，占 60%。

(3) 职业技能训练课程主要采用技能测试，重点关注功能测试、技艺评测和过程评价。

(4) 顶岗实习和毕业设计由校企人员组成的评定委员会根据学生出勤情况、月实习报告、顶岗实习总结、毕业设计论文或综合实践报告、带队或指导老师对学生的鉴定报告、企业对学生的评价鉴定、答辩情况，综合定性给出优秀、良好、及格、不及格四个评价等级。

(5) 建议学生考取相应的职业资格证书。相应的职业资格证书标准应纳入专业人才培养方案。

## (六) 质量管理

### 1. 院系两级管理体制

以“院长——分管副院长——教务处”为院级管理和以“系主任——分管副主任——专业教研室主任——教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，并由学院教学指导委员会、各系部专业建设委员会共同参与建设，明确学院、系部及各级教指委各自的工作范围、职责、权利和义务。教学管理重心下移，管理工作重点突出过程管理和组织落实。

### 2. 专业建设委员会

成立由专业带头人和合作企业负责人共同牵头的专业建设委员会，负责人才培养方案制定、课程开发、教学计划的修订等工作

## 九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容和表 7-1(理论教学进程表)规定的学分，同时达到相关条件方可毕业：

表 10 市场营销专业毕业条件

总学分	不少于 155.5 学分，依照学院《学分制管理办法》进行学分计算和学分互换。
思想素质要求	操行评定合格。
身体素质要求	达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求。

## 十、附录

注重加强学生个性化培养和创新型发展，鼓励学生积极参与各专业学科技能竞赛、大学生创新项目竞赛、科技发明以及英语学习主动性。对学生参与文体活动、社会实践活动、专业学科技能竞赛、大学生创新竞赛获得奖项给予学分奖励，具体学分抵扣见教务处学分抵扣细则。