

郑州电力高等专科学校

《市场营销》专业人才培养方案

一、专业名称及代码

1.专业名称：市场营销

2.专业代码：630701

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学历者。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（63）
所属专业类（代码）	市场营销类（6307）
对应行业（代码）	批发业、零售业（51、52）
主要职业类别（代码）	营业员（4-01-02-01）；商品营业员（4-01-02-03）；摊商（4-02-02-05）；市场营销专业人员（2-06-07-02）
主要岗位群或技术领域举例	销售代表；销售经理；区域销售经理；卖场经理；小微商业企业创业者；市场主管；市场经理；市场调研专员；客服专员及主

	管；网店运营助理；互联网营销师
证书举例	中国商业联合会市场营销师、电子商务师； 1+X (网店运营推广、数字营销技术应用、 物流管理) 职业技能等级证书

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，践行新时代中国特色社会主义思想核心价值观，弘扬劳动精神和职业美育，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，面向批发和零售业，能够顺应互联网+、数字经济新形势，借助现代信息技术从事推销、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、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

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

(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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政治理论、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、现代市场规则等相关知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 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。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微企业企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

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

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课，并将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、高等数学、公共外语、信息技术、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

公共基础课程主要列在专业学习领域（课程）教学计划表的公共基础课程、综合素质提升和通识选修课程模块中。主要课程的具体课程目标、主要内容和教学要求如下：

1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：用马克思主义中国化最新理论成果，尤其是习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，培养学生运用马克思主义基本立场、观点和方法认识、分析和解决问题的能力。

主要内容：该课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材，以中国化的马克思主义为主线，集中阐述党的创新理论成果；以习近平新时代中国特色社会主义思想为重点，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位。

教学要求：对纯理论教材体系进行整合，转化成基于行动导向的专题化教学体系，达成学生必要的知识体系、致用的能力体系以及坚定的信仰体系。教学时数 72 学时，记 4 学分。

2. 思想道德修养与法律基础

课程目标：培养学生爱国主义情操，坚定理想信念，激发敬业创新精神，形成健全人格的品质与心理素质，掌握工作、生活中的基础法律理论，树立法治意识。

主要内容：该课程采用马克思主义理论研究和建设工程重点教材，分为社会主义新时代及其要求、人生的青春之约、坚定理想信念、弘扬中国精神、践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法七个部分。

教学要求：通过理论与实践相结合的教学模式，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身思想道德素质和法律素养。教学时数 54 学时，记 3 学分。

3. 形势与政策

课程目标：帮助学生正确认识国家政治经济形势，国家改革与发展所处的国际环境、时代背景，正确分析社会热点问题，激发学生的爱国主义热情，增强其民族自信心和社会责任感。

主要内容：参考每学期教育部社科司编发的形势与政策

教育教学要点，并结合《大学生时事报告》教材及当前国际、国内形势的热点问题，确定讲授专题。

教学要求：各专题由全校形势与政策课教师分组承担，集体备课，统一课件，独自讲授，学生利用周末时间全员听课，授课教师共同参与成绩评定。教学时数 96 学时（总计），记 6 学分（6 学期总计）。

4. 军事理论

课程目标：帮助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。

主要内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。

教学要求：军事理论课实行学分制管理，课程考核成绩记入学籍档案，按照《大纲》组织实施军事课教学，严格考勤考核制度。《军事理论》教学时数 36 学时，记 2 学分。在完成规定的学时之外，积极开设选修课和举办讲座。在军事理论教学中，要掌握好深度和广度，不断改进教学方法，确保教学质量。

5. 大学生心理健康教育

课程目标：使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，

切实提高心理素质，促进学生全面发展。

主要内容：包括大学生心理咨询、心理困惑、自我意识与培养、人格发展、学习心理、情绪管理、人际交往、性心理及恋爱心理、压力管理与挫折应对、生命教育与心理危机应对等。

教学要求：大学一年级开设一门覆盖全体学生的“大学生心理健康教育”公共必修课程，教学时数 39 学时，记 2 学分。其它学期开设相关公共选修课程，形成系列课程体系。

6. 体育

课程目标：通过体育课程学习，培养学生体育兴趣，掌握科学的体育锻炼方法，至少熟练掌握一项体育运动的基本技战术；全面发展体能素质；养成自觉参与锻炼的行为习惯，提高终身体育锻炼能力；形成健康的心理品质、良好的人格特征、积极的竞争意识以及团队合作态度。

主要内容：以“健康第一”的指导想作为课程内容基本出发点，以身体练习为课程的主要载体，根据学生兴趣开设足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、网球、健身、健美操、素质拓展等课程。学习基础体育理论；专项运动技、战术；身体素质练习；国家体质健康标准测试等知识。

教学要求：上课期间需遵守《体育课堂常规》要求，学期末要完成包括身体素质考核、专项技战术考核、课外锻炼考核、《学生体质健康测试》考核等，成绩达标方能获得学

分。

7. 职业生涯规划

课程目标：通过课程学习，学生可树立起职业的概念和职业生涯规划发展的自主意识；了解职业发展的特点、就业形势与政策法规，掌握基本的职业生涯规划及相关理论；掌握生涯发展规划 6 大技能，并解决生涯发展问题。

主要内容：包括理论内容和实践内容。理论内容有：职业发展与人生、职业生涯规划概述、生涯探索、生涯决策、职业素质、职业能力。实践内容：使用测评工具进行测评、制作职业生涯规划书（5 年内规划）。

教学要求：课程为必修考查课，共 1 学分，以结课作业成绩和平时成绩综合评定最终成绩。全体学生在第一学期完成专业导论课程后进行此课程。共 14 课时，其中理论课时 10 课时，实践课时 4 课时，多媒体教学。

8. 就业指导

课程目标：通过课程学习，使学生了解当前就业形势、就业政策及职业素质要求，充分正确认识自我，明确职场定位，做好就业准备，掌握就业与创业的基本途径和方法，增强就业竞争意识和依法维权意识，提高就业竞争能力和创业能力。

主要内容：包括理论内容和实践内容。理论内容有：职业适应和职业发展、创业概述、就业准备与技巧、就业程序

与就业协议、法律法规与自我权益维护、职业适应。实践内容：进行简历制作、完成模拟面试。

教学要求：课程为必修考查课，共 1 学分，以考试成绩和平时成绩综合评定最终成绩。考试形式为开卷考试。全体学生在第四学期进行此课程。共 14 课时，其中理论课时 10 课时，实践课时 4 课时，多媒体教学。

9. 创新创业教育

课程目标：本课程以教授创业知识为基础，以锻炼创业能力为关键，以培养创业精神为核心。通过课程学习，使学生掌握开展创业活动所需要的基本理论；帮助学生对创业树立全面认识，切实提高其创业意识和创业能力，培养有创业意识和创新精神的青年人才。

主要内容：创业概论、创业者与创业团队、创业机会、创业资源、创业计划、新企业的开办、创业计划书制作。

教学要求：课程为必修考查课，共 1 学分，以结课作业成绩和平时成绩综合评定最终成绩。全体学生在第二学期进行此课程。课程共 18 课时理论课，多媒体教学，鼓励学生进行创业观察。

10. 英语

课程目标：通过本课程，学生能够掌握一定的英语基础知识和技能，具有较强的英语阅读能力和一定的听、写、说、译的能力，能借助词典阅读和翻译有关商务英语业务资料，

在涉外交际的日常活动中进行简单的口头和书面交流。

主要内容：词汇、阅读、语法、听力、写作翻译、日常会话。

教学要求：课程为必修考试课，共 3 学分。考试命题以所学课本内容为基本依据，考试形式为闭卷考试，期末成绩占 50%，平时成绩占 50%。

11. 经济数学

课程目标：使学生获得学习后续专业课程所需、未来工作及进一步发展所必备的数学知识；培养学生的运算能力、逻辑思维能力、推理能力等，从而增强学生运用数学思想分析、解决生活、工作、专业经济问题的能力。

主要内容：微积分、线性代数、概率论

教学要求：拥有多媒体教室、多媒体课件、电子教案、网上资源等。教学时数 26 学时，共 2 学分。

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括数字商贸专业群共享课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖了有关实践性教学环节。专业群共享课程设置 7 门，包括：物流管理、管理实务、物联网应用、会计实务基础、企业生产流程、商业文化与素养、创新思维。专业（技能）课程主要列在专业学习领域（课程）教学计划表的专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程模块中。主要课程的具体课程目标、主要

内容和教学要求如下：

1. 市场营销技术

课程目标：能够把握市场营销的丰富内涵，以现代市场营销观念指导经营活动；能够灵活分析市场营销的微观及宏观环境，科学评价和分析市场机会和环境威胁，对市场营销环境的变化采取对策；能够体会消费者市场和组织市场特点，分析消费者购买行为模式，会独立分析影响消费者行为的基本因素；能够熟知营销者在购买者决策过程中的工作内容；能够独立细分消费者市场，会进行目标市场营销策略选择，准确进行市场定位；能够制定产品生命周期各阶段营销策略；能够进行品牌决策，制定包装策略，创意新产品并开发；能够掌握影响定价的因素，运用定价方法和技巧，会灵活运用定价策略；能够识记分销渠道类型，设计与管理分销渠道，识别中间商类型及功能；能够运用促销手段独立进行产品推广。

主要内容：包括营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识。

教学要求：理实一体教学，会有产品及营销组合的单元。

2. 市场营销策划

课程目标：学会市场环境分析方法；能够进行市场调查问卷设计，撰写市场调查问卷；能够进行综合营销策略制定；

能够进行产品、品牌、包装策划；能够正确制定价格能进行价格调整；学会渠道设计方法；能够提出完整的促销策划方案；能够制定综合营销方案。

主要内容：包括市场营销环境分析、SWOT 分析、竞争战略制定、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、广告策划、会展会务策划、销售活动策划等知识。

教学要求：理实一体教学，会有电力市场营销策划的单元。

3. 现代谈判与推销技术

课程目标：推销能力包含学生能够进行寻找客户、接近客户、推销洽谈或进行商务谈判、处理客户异议、促成交易、推销相关管理等各环节的实际操作。谈判能力包含学生能够进行商务谈判人员组织、商务谈判方案制定，灵活使用谈判策略，谈判各阶段的实际操作，能够正确运用谈判礼仪。

主要内容：包括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、线上线下推销方法和技巧、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与实务操作。

教学要求：理实一体教学，会有电力及设备的销售与谈判单元。

4. 市场调研与分析

课程目标：能够确定市场调查目标；具备设计一项可行

性市场调查方案的能力；能够合理选择调查方法收集资料；能够设计调查问卷；能够正确进行资料的加工和整理；能够运用头脑风暴法、德尔菲法进行简单的市场预测；能够运用定量预测法进行市场预测；能够根据特定调查目标调查结果撰写市场调查报告。

主要内容：包括调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。

教学要求：理实一体教学，会有电力市场调研与分析的单元。

5. 客户服务实务

课程目标：能运用服务礼仪实施客户沟通与交流；能站在客户的角度与客户建立和谐关系；能从影响客户满意度因素着手，不断改进服务质量；能规范使用客户服务礼仪和客户喜欢的方式回应客户；能分析和判断并满足客户的潜在需求；能适时地为客户提供个性化服务，带给客户惊喜，赢得客户满意；妥善处理客户投诉，赢得客户满意；运用情绪控制和减压方法，控制自己的工作情绪，使自己保持良好的工作状态；引导客户服务团队减压；将自己和团队的压力转化为积极地工作态度和动力。

主要内容：包括客户接待与沟通（包括售前、售中和售后）、有效订单的处理（包括确认订单、下单发货和礼貌告

别)、交易纠纷处理;促成客户成交、提高客单价、引导客户及时收货及好评、维护店铺权益、激发客户再次购买等服务处理能力。

教学要求:理实一体教学,会有 95598 电力客户服务的单元。

6. 市场营销技能综合实训

课程目标:提升学生对充分竞争市场的综合判断分析能力。

主要内容:情境营销模块是以小组对抗形式进行考核。通过小组成员模拟担任公司 CEO 角色进行企业三年的运营,考察学生对商品需求信息的采集与分析、目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、产品组合与定价、成本核算与财务分析等技能的掌握情况。

教学要求:每个团队经营三个会计年度关账后,软件自动生成成绩,根据各个团队成绩排序,第一名 100 分,按照名次递减 5 分,第二名 95 分,以此类推。

7. 市场调研实战

课程目标:能够给特定企业及产品设计市场调研方案并实施。

主要内容:任务包括借助 Word 完成特定市场调研方案撰写,借助 PowerPoint 完成特定调研活动过程管理汇报总结。特定展示:按抽签顺序依次进行展示汇报(不超过 5 分钟)。

(1) 普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内小组 2 人以上共同完成展示陈述任务。(2) 小组衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，文明用语。

教学要求：(1) Word 市场调研方案撰写，包含但不限于以下几个方面：调研范围及目的、调研方法、与调研方法对应的物料准备、样本数量、调研安排、突发事件处理等。

(2) 市场调研过程管理汇报 PPT 制作，主要针对市场调研实施情况进行总结，包含但不限于以下几个方面：调研方案简介、实施过程简介、遇到的问题及解决办法、活动总结等。

8. 产品促销实战

课程目标：能够给特定商品针对本校市场进行促销活动策划，并进行为期至少一个星期的促销活动实施。

主要内容：任务包括借助 Word 完成特定促销活动策划方案撰写，借助 PowerPoint 完成特定促销活动实施效果总结。

特定展示：按抽签顺序依次进行展示汇报（不超过 5 分钟）。

(1) 普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内小组 2 人以上共同完成展示陈述任务。(2) 小组衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，文明用语。

教学要求：(1) Word 产品促销活动策划方案撰写，主要针对促销活动策划方案进行撰写，包含但不限于以下几个

方面：市场分析、活动目的、目标人群、活动时间、活动主题、活动方式、活动的推广方式、人员安排与组织、费用预算等。（2）产品促销过程管理 PPT 制作，主要针对实施效果进行总结，包含但不限于以下几个方面：活动策划方案简介、实施过程简介、遇到的问题及解决办法、活动总结等。

9. 全渠道推广实战

课程目标：能够以指定企业及其产品为推广对象，以提升其知名度为目标，设计全渠道品牌推广方案并实施。

主要内容：任务包括借助 Word 完成特定全渠道推广策划方案撰写，借助 PowerPoint 完成特定全渠道推广活动实施效果总结。特定展示：按抽签顺序依次进行展示汇报（不超过 5 分钟）。（1）普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内小组 2 人以上共同完成展示陈述任务。（2）小组衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，文明用语。

教学要求：（1）Word 产品全渠道推广策划方案撰写，主要针对全渠道推广策划方案进行撰写，包含但不限于以下几个方面：推广目标、受众分析、推广主题、广告内容、表现形式（海报、创意短视频、微电影、软文等）、媒介选择（包括传统媒介和新媒体平台）及投放策略、费用预算、效果预测等。（2）全渠道推广过程管理 PPT 制作，主要针对实施效果进行总结，包含但不限于以下几个方面：推广方案

简介、组织分工、实施过程控制、活动总结等。

10. 网店运营推广实训

课程目标：全面考察选手的商品采编能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力以及团队合作能力。

主要内容：网店知识包含 PC 店铺、跨境店铺和移动店铺开设流程与规范，商品知识包括商品属性、展示方式、信息采集，美术、网页知识；文案策划、视觉识别（VI）、商品图片处理、广告设计、首页设计、详情页设计、专题页设计、网页设计、文档管理、数据分析等技能。运营推广知识包括关键词优化（SEO），关键词竞价推广（SEM），市场营销（4P），消费心理和消费行为学，采购管理，财税知识；网络营销能力、店铺规划能力、供应链管理能力和财务分析能力。

教学要求：根据软件平台提供市场模型进行市场分析；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据运营数据进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量；针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整经营策略，创造最大利润；通过 1+X 网店运营推广职业技能等级证书。

11.新媒体营销

课程目标：了解常见媒体平台背后的传播机理。掌握如何获得新媒体营销的信息制作发布、传播圈子以及受众参与等方面进行针对性的营销。

主要内容：新媒体及营销传播等基本概念、群体及消费者态度的影响因素、自媒体特点、媒体传播议程、新媒体传播价值中信息、传播链条及用户互动等。

教学要求：拥有多媒体教室、多媒体课件、电子教案、网上资源等。教学时数 52 学时，共 4 学分。

12.劳动教育

课程目标：培养学生的劳动观念、磨练学生的意志品质、树立艰苦创业的精神促进经管类实践，使学生获得经管类运营技术劳动、技术学习的能力，从而养成终身学习劳动的习惯、成为未来合格的社会主义劳动者。

主要内容：实训工作环境维护、实训设备简单维护、计算机及网络设备除尘清理、网络布线规整、商品陈列翻新清理、《安规》学习等。

教学要求：注意劳动教育过程中安全，遵守操作规范。准备吹风机、网络耗材、网络布设工具等劳动设备，《安规》学习教材。教学时数 26 学时，共 2 学分。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施

进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。具体见下表：

课程类别	课程性质	课程名称	课程代码	学时	学分	考核方式	开课学期
公共基础课程	必修	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	08009	72	4	集中考核	2
	必修	思想道德修养与法律基础	08008	54	3	集中考核	1
	必修	形式与政策（1）	08007	16	1	过程考核	1
	必修	形式与政策（2）	08007	16	1	过程考核	2
	必修	形式与政策（3）	08007	16	1	过程考核	3
	必修	形式与政策（4）	08007	16	1	过程考核	4
	必修	形式与政策（5）	08007	16	1	过程考核	5
	必修	形式与政策（6）	08007	16	1	过程考核	6
	必修	经济数学	04001	26	2	过程+集中考核	2
	必修	英语	07001	52	3	过程+集中考核	1
	必修	军事理论	12001	36	2	过程考核	1
	必修	军事技能	13006		2	过程考核	1

必修	体育(1)	09001	29	2	集中考核	1
必修	体育(2)	09001	29	2	集中考核	2
必修	体育(3)	09001	29	2	集中考核	3
必修	体育(4)	09001	29	2	集中考核	4
必修	专业导论	13001	10	1	过程考核	1
必修	职业生涯规划	13002	14	1	过程考核	1
必修	创新创业教育	13003	18	1	过程考核	2
必修	就业指导	13004	14	1	过程考核	4
必修	大学生心理健康教育	50065	39	2	过程考核	1
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	1
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	2
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	3
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	4
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	5
必修	兵役法规	12003	3		过程考核	6
必修	安全教育	12004	4		过程考核	1
必修	社会实践(1)	11001	26	2	过程考核	1
必修	社会实践(2)	11001	26	2	过程考核	2
必修	社会实践(3)	11001	26	2	过程考核	3
必修	社会实践(4)	11001	26	2	过程考核	4
必修	社会实践(5)	11001	26	2	过程考核	5
必修	社会实践(6)	11001	26	2	过程考核	6

	必修	学生思想政治表现	10001		3	过程考核	246
专业 (技能) 课程	必修	Excel 数据分析技术	04441	39	2	过程+集中考核	1
	必修	会计实务基础	04234	39	2	过程考核	1
	必修	物流管理	04126	52	2	过程+集中考核	2
	必修	经济学	04043	39	2	过程+集中考核	2
	必修	商业文化与素养	04378	16	1	过程考核	3
	必修	商务礼仪与表达技巧	04381	39	2	过程考核	3
	必修	经济法实务	04236	39	2	过程+集中考核	3
	必修	管理实务	04238	52	3	过程+集中考核	4
	必修	商品学	04241	42	2	过程+集中考核	1
	必修	市场营销技术	04229	52	3	过程+集中考核	2
	必修	市场调研与分析	04380	52	3	过程+集中考核	2
	必修	市场营销技能综合实训	04374	78	5	过程考核	2

必修	劳动教育	04433	26	2	过程考核	2
必修	市场营销策划	04061	52	3	过程+集中考核	3
必修	现代推销与谈判技术	04149	52	3	过程+集中考核	3
必修	客户服务实务	04382	52	3	过程+集中考核	3
必修	创新思维	13006	10	1	过程考核	3
必修	网店运营推广实训	04442	52	3	过程考核	3
必修	数字营销综合实训	04458	52	3	过程考核	3
必修	商业模式规划(专创融合)	04443	52	3	过程考核	4
必修	专业创新创业实践	04437	12	1	过程考核	4
必修	公共关系策划	04021	39	2	过程考核	4
必修	现代广告运作技术	04240	39	2	过程考核	4
必修	新媒体营销	04387	52	3	过程考核	4
必修	市场调研实战	04383	26	2	过程考核	4
必修	产品促销实战	04384	26	2	过程考核	4
必修	全渠道推广实战	04385	52	3	过程考核	4
必修	项目销售及招投标实训	04444	52	3	过程考核	5
必修	新零售门店运营实训	04445	52	3	过程考核	5

	选修	企业生产流程	04228	26	2	过程考核	5
	选修	市场交易理论与实务	04446	52	3	过程考核	5
	选修	商务英语	07097	26	2	过程考核	5
	选修	物联网应用	04439	52	3	过程考核	5

有关学时比例具体见下表所示。

类别	学时	比例	合计
公共基础课程	855	32.9%	100%
专业（技能）课程	1741	67.1%	
理论教学	1056	40.7%	100%
实践教学	1540	59.3%	
必修课	2310	89.0%	100%
公共选修课	130	5.0%	
专业选修课	156	6.0%	
总计	2596		

八、1+X 证书

根据教育部发布的《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》及《市场营销专业 1+X 证书制度试点方案》的要求，市场营销专业教学团队系统深入学习职业技能等级标准的能力要求、标准、内容、考核方式等，根据职业能力标准，修订专业人才培养方案。逐步推进

“1”（学历证书）和“X”（若干职业技能等级证书）的有机衔接，积极探索资格证书获取与“学分银行”置换等工作，稳步提升教育质量和学生就业能力。

（一）证书内容

本专业可选取考核的证书有：北京鸿科经纬科技有限公司《网店运营推广职业技能等级证书（初、中、高级）》、中教畅享（北京）科技有限公司《数字营销技术应用职业技能等级证书（初、中级）》、北京中物联物流采购培训中心《物流管理职业技能等级证书（初、中级）》、中联集团教育科技有限公司《智能财税职业技能等级证书（初、中级）》。

（二）课程范围

本专业与上述 X 证书融通课程，主要包括理论类课程《市场营销技术》、《市场调研与分析》、《新媒体营销》、《会计实务基础》、《物流管理》等，实训类课程《网店运营推广实训》、《数字营销综合实训》、《市场营销技能综合实训》、《新零售门店运营实训》等。

（三）课证衔接及能力要求

X 证书与学历专业课程对应表

证书名称	颁证机构	证书课程名称	职业技能要求
------	------	--------	--------

网店运营推广职业技能等级证书	北京鸿科经纬科技有限公司	市场调研与分析	主要面向网络编辑、网店美工、网店客服、搜索引擎推广、信息流推广、商品运营、活动运营、内容运营、店铺运营等岗位（群），完成商品上传与维护、营销活动设置、首页及详情页设计与制作、客户问题处理等工作任务，具备网店开设与装修、客户服务能力；完成商品标题优化、搜索及信息流推广策略制定等工作任务，具备网店推广能力；完成市场数据分析、网店运营策略制定、商品品类管理及价格制定、推广策略制定与实施、营销转化策略制定与实施等工作任务，具备网店规划、运营能力。
		新媒体营销	
		网店运营推广实训	
		新零售门店运营实训	

数字营销技术应用职业技能等级证书	中教畅享(北京)科技有限公司	市场营销技术	根据数字营销目标与具体营销策略要求,利用数字化社交网络、APP、小程序等移动端数字营销技术建立与目标消费者的连接关系,完成客户拉新、裂变、促活、留存与转化;根据数字营销目标与具体营销策略要求,使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术建立与目标消费者的连接关系,完成流量的获取与转化,降低流量获取成本。
		数字营销综合实训	
		市场营销技能综合实训	
物流管理职业技能等级证书	北京中物联物流采购培训中心	物流管理	根据作业流程的规定及业务管理的要求,完成仓储、运输、信息处理、物流系统的使用和维护等作业;对物流仓储、运输、信息处理、客户服务、外协资源管理、物流系统的使用和维护的运作实施监督指导。

智能 财税 职业 技能 等级 证书	中联集 团教育 科技有 限公司	会计实务基础	面向智能财税共享中心、专业服务机构和企业财税会计主办工作岗位群,从事复杂特殊业务财务核算、业财审核、代理、外包和会计主办、财税筹划等智能财税主办工作;面向企业和财税专业服务机构的智能财税财经综合业务主办工作。
----------------------------------	--------------------------	--------	--

九、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

1. 学历结构

专任教师 10 人中,全部为本科以上学历,其中,硕士以上学历占 60%。专业在校生与该专业的专任教师之比 10:1。

2. 职称结构

职称结构合理,梯次清晰。全部专任教师均具备讲师以上职称,副教授 4 人,讲师 6 人,专业带头人具有副教授职称。

3. 双师素质

全部专任教师均具有企业工作(顶岗实践)经历,其中,具备双师资格的教师8名,占80%。

4. 学科方向

专任教师均具备财经类学科背景,全部专任教师的学科方向能覆盖高职市场营销专业教育教学的全部内容。

5. 兼职教师

聘请的兼职教师来自于电力、保险、零售及自主创业等行业,具有丰富的市场营销实践及管理经验。

(二) 教学设施

1. 校内实践条件

具备教学所必需的网络环境、电子设备以及其他必要的基础教学设施,以满足“互联网+”现代化教学的需要。市场营销专业拥有数字化营销教学资源实训室、营销调研策划中心实训室、商务谈判与礼仪实训室、企业资源计划(ERP)实训室4个实训室,能满足市场营销技能综合实训、市场调研实战、产品促销实战、全渠道推广实战等实践条件,并配备有丰富实践教学经验的实训指导教师。

2. 校外实习基地

市场营销专业与河南贝壳信息技术有限公司、某大型国企客服中心、河南迪信通商贸有限公司、中教畅想(北京)科技有限公司、北京鸿科经纬科技有限公司、新道科技股份

有限公司、郑州市中寰创世商业文化传播有限公司、郑州丹尼斯百货有限公司等建立了长久合作关系，为学生开展市场营销认知实习、顶岗实习提供条件和岗位。

（三）教学资源

教学资源包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用基本要求

市场营销专业优先选用职业教育国家规划教材、财政部规划教材和省（市、自治区）规划教材，鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课程校本教材。同时，专业教师还公开出版《商品学》、《营销策划》等8门教材，供专业教学使用。

2. 图书配备基本要求

市场营销专业配备了与人文教育、专业教学相关的纸质图书资料和期刊，定期选购和更新相关图书资料，以满足教师和学生查阅、学习和提高所需，保证教师与学生能顺利获取相关知识和信息，开展备课、学习、实训等教学活动。

3. 数字资源配备基本要求

市场营销专业具备相关电子图书资料库，满足师生在线搜索查阅学习，具备使用国家高职市场营销专业教学资源库数字化课程教学资源、国家精品资源共享课程资源的条件，以满足师生在线学习的需要。同时，专业教师还建成了《商

品学》、《市场营销技术》等 8 门网络课程，供专业教学使用。

（四）教学方法

教师应根据市场营销专业人才培养目标，根据所授课程性质、利用清华在线教育平台，完善网络课程教学资源，采用线上线下相结合的教学方式，做好课前、课中、课后的教学设计，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等多种教学方法，坚持学中做、做中学，因材施教、按需施教。

（五）学习评价

学生学习评价采用多元化的考核方式，教师可根据课程需要采取过程考核、期末综合考核或两者相结合的方式。过程考核成绩可根据学生平时网络课程学习情况、作业完成情况、课堂参与度、过程测试等方面综合进行评价。

（六）质量管理

建立健全校（学院）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 建立专业建设和教学过程质量监控机制

制定科学的专业人才培养方案，制定专业核心课程的教

学标准，制定专业技能实训考核标准，明确跟岗实习、顶岗实习要求。细化包括教学准备、课堂教学、课后作业、实习实训和考核考试、毕业实习等教学环节的质量要求和标准，形成一套完整的教学质量评价和监控指标体系。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养目标。

2. 完善日常教学管理机制

加强日常教学组织与运行管理，建立校、学院两级监控管理机制，建立健全教案检查、巡课听课、评教评学制度，严明教学纪律和课堂纪律，定期开展课程建设水平、教学方法和教学质量检查与诊改，保障教学质量。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

可委托第三方开展一年一度的毕业生调研，了解毕业生就业状况、就业岗位、薪酬水平等情况，了解用人单位对毕业生职业能力的评价和建议，获取企业职业岗位对知识、技能、素质方面的要求，评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 持续改进专业建设提高人才培养质量

根据毕业生反馈和社会评价结果进行科学甄别、筛选、分类、分析，针对培养目标、培养模式、培养方案、课程体系、课堂教学、课外活动、实习实训等方面进行分析，充分利用评价分析结果调整人才培养方案，有效改进专业教学，加强专业建设，促进人才培养质量的持续提升。

十、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。鼓励运用大数据等信息化手段记录、分析学生成长记录档案、职业素养达标等方面的内容，纳入综合素质考核，并将考核情况作为是否准予毕业的重要依据。需满足以下两个方面的要求：

第一，成绩要求。各科成绩应达到及格及以上要求才能取得相应课程的学分。

第二，学分要求。教学计划总学分为 182 学分。其中，文化素质课程（公共基础课程）51 学分；综合素质课程 28 学分，综合素质课程包括通识选修课程和综合素质提升；职业课程 103 学分，职业课程包括专业基础课程、专业核心能力课程和专业素质拓展课程。

学生要取得教学计划的总学分数，方能达到毕业要求。

十一、附录

表一：【市场营销专业】教学进程表

表二：【市场营销专业】学习领域（课程）教学计划表

表三：【市场营销专业】公共基础、专业基础、专业核心课程计划表

表四：【市场营销专业】专业拓展课程计划表

表五：【市场营销专业】通识选修课程一览表