

市场营销专业人才培养方案

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

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

全日制脱产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
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	批发业、零售业 (51、52)	营销员 (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)	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	助理营销师证，助理商务策划师，销售经理业务资格认证，全国市场营销职业人员培训认证

五、培养目标与规格

(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，面向批发和零售业，能够从事销售、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、全球视野；

(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，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、安全消防等知识。

(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) 能够为小微创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

应准确描述各门课程的课程目标、主要内容和教学要求，落实国家有关规定和要求。

1. 思想道德与法治（课时 54 学时 学分:3 学分）

（1）课程目标：通过本课程的学习，把大学生的爱国主义情感、科学的理想信念落实到职业岗位中去，培养学生的道德情感、职业精神和法律观念，使学生不断提高自身的职业道德和法律素质，增强诚实守信品质、敬业精神、责任意识、法制意识和创新精神。同时为学生学会适应社会、学会交流沟通和团队协作及可持续发展能力打下坚实的基础，使之成为思想政治素质合格、具有可持续发展能力的技能型人才，以适应未来工作岗位的需要。

（2）主要内容：习近平新时代中国特色社会主义思想、道德教育、理想信念教育、法制观教育。

（3）教学要求：坚持以立德树人为根本任务，充分利用校内优良的各专业实训中心实现教书育人；通过开展校内丰富多彩的校园文化活动实现活动育人；营造校内良好的物质环境和精神环境实现环境育人；制定校内良好的制度环境实现管理育人。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（课时:72 学时 学时:4 学分）

（1）课程目标：本课程立足于对大学生进行系统的马克思主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的教育，指导学生运用马克思主义的世界观和方法论去认识和分析问题，正确认识中国国情和社会主义建设的客观规律，确立建设中国特色社会主义的理想信念，增强在中国共产党领导下全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的自觉性和坚定性。引导大学生正确认识肩负的历史使命，努力成为德智体美全面发展的中国特色社会主义事业的建设者和接班人，为学生的健康成长、文明生活、科学发展打下良好的基础。

（2）主要内容：马克思主义中国化两大理论成果、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设理论，中国特色社会主义建设理论，实现祖国完全统一理论，外交和国际战略等。

（3）教学要求：在开展实践教学和网络教学的同时，本课程以课堂教学为中心，全面采用多媒体教学手段，灵活运用了参与式、讨论式、演讲式、辩论式、案例式等多种教学方法，构筑“教”与“学”的良性互动平台。

3. 形势与政策（课时:96 学时 学分:1 学分）

(1) 课程目标：帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务，拥护党的路线、方针和政策，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感，提高新时代大学生投身于国家经济建设事业的自觉性和态度，明确自身的人生定位和奋斗目标。

(2) 主要内容：党的路线、方针、政策宣传与教育；国内外重大时事宣传与教育国家安全教育；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、科学素养方面知识。

(3) 教学要求：全面采用现代多媒体教学手段，灵活运用参与式、讨论式、调查研究式、案例式等多种教学方法，以力求通过多种教学方法在教学过程中的结合运用，使理论具体化、观点问题化，过程互动化，构筑“教”与“学”的良性互动平台。

4. 国防教育与军事技能训练(课时:148 学时 学分:4 学分)

(1) 课程目标：通过学校历史的教育，提高学生对学校的了解和热爱。通过军事理论知识的讲解，提高学生爱国主义情怀。通过军事训练，提高学生的身体素质和保卫祖国的本领。

(2) 主要内容：学校历史、专业介绍，军事理论知识，军事动作。

(3) 教学要求：坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，重视信息技术、多媒体技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程应用。《军事理论》教学进入正常授课课堂，实行小班授课，严禁以集中讲座等形式替代课堂教学。《军事技能》训练应坚持按纲施训、依法治训原则，积极推广仿真训练和模拟训练，结合各地爱国主义教育基地资源，组织学生现地教学。

5. 高职职业体育(课时:126 学时 学分:6 学分)

(1) 课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握锻炼身体、提高身体素质的方法；掌握一到两个专长项目；掌握对自身体质评价的方法。

(2) 主要内容：简化二十四式太极拳、足球、篮球、排球、乒乓球、健美操、跆拳道、散打、田径、大学生体质健康标准测试。

(3) 教学要求：利用现有的体育设施、器材，使学生在理论和实践中掌握锻炼身体、提高身体素质的方法；掌握一到两个专长项目；掌握对自身体质评价的方法。

6. 职业规划与职业素质养成训练(课时:24 学时 学分:1.5 学分)

(1) 课程目标：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：大学生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。知识层面：让学生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；

(2) 主要内容：打造最好的自己、导航职业生涯，丰富大学生活、奠定职业发展，科学认识自我、准确职业定位，提升职业素养、成为合格的职业人，提升职业能力、实现职场的可持续发展，把握就业形势和就业政策、决定求职方向，为进入工作而准备，完善自我成就幸福人生。

(3) 教学要求：坚持实践教学为主，坚持多样化、综合化教学。在教学过程中综合运用多种教学方法，如角色扮演、参观考察、案例教学、现场观摩、场景模拟等，多种方法能充分调动学生感官，帮助学生深刻理解教学内容。坚持学生参与性、互动式教学。

7. 就业指导(课时:24 学时 学分:1 学分)

(1) 课程目标：通过课程教学，使学生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以及创业的基本知识。技能层面：掌握信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。

(2) 主要内容：“双创”的时代背景、内涵和对大学生的要求，创业的方式方法，就业的途径。

(3) 教学要求：教学中坚持理论与实践相结合，提高学生的参与度，根据学生市场营销专业特点开展相关的职业分析和创业指导。

8. 专业创新创业指导(课时:12 学时 学分:1 学分)

(1) 课程目标：本课程既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的创新创业意识培养，通过激发大学生生涯发展规划的自主意识，树立正确的创业、就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并在学习过程中自觉地提高创业和就业能力。

(2) 主要内容：认清就业形势；就业准备与信息收集；就业心理及其调适；求职技巧与求职礼仪；求职安全；就业政策与法规；大学生创新创业概述；大学生创业者素质提升；创业机会与市场商业模式；新企业创办与管理；互联网背景下的大学生创业。

(3) 教学要求：引导学生了解当前就业形势，熟悉相关就业政策，准确进行自我定位。掌握就业信息收集的方法与途径，提升学生收集、处理、利用就业信息的能力。帮助学生树立求职安全意识，通过合理方法与途径维护自身合法权益。认识创业计划书的作用，了解创业规划书的主要内容，能够独立制作创业计划书。了解互联网背景下创新创业的时代意义；准确把握创新创业与职业生涯发展的关系。

9. 高职生心理健康(课时:36 学时 学分:2 学分)

(1) 课程目标：通过系统心理健康教育，帮助学生树立正确的生命观，学

会正确的面对挫折，学会交往。

(2) 主要内容：心理健康知识、自我分析性格、生命观、心理疾病的筛查和预防。

(3) 教学要求：运用大量的事例，通过视频教学和学生讨论，提高教育教学的参与度。

10. 高职应用语文(课时:36 学时 学分:2 学分)

(1) 课程目标：突出语文教学的实用性，在听、说、读、写等方面提高学生能力素质；以人文精神为支点，追求知识的多元化，把渗透着高尚社会道德、价值观、审美情趣和科学思维方式的优秀文化作品，转化为受教育者的人格气质和品德修养，彰显人格内涵。

(2) 主要内容：口语表达能力训练、写作能力训练、书写能力训练。

(3) 教学要求：以中国文学所体现的人文精神及优秀传统熏陶学生。要培养具有全面素质的人才，必须做到知识、能力、做人三者相互统一。在阅读理解文学作品的过程中提高学生的思维品质和审美悟性。进一步提高和强化对本国语文的理解能力和运用水平。

11. 高职公共英语(课时:98 学时 学分:5 学分)

(1) 课程目标：经过本课程的学习，使学生掌握一定的英语基础知识和技能，具有一定的听、说、读、写、译的能力，从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流，并为今后进一步提高英语的交际能力的学习打下基础。在加强英语语言基础知识和基本技能训练的同时，重视培养学生实际使用英语进行交际的能力。同时，培养学生养成良好的学习作风和正确的学习方法，提高学生的逻辑思维能力和独立工作的能力，丰富学生社会文化知识，增强学生对文化差异的敏感性。

(2) 主要内容：英语交际听说，应用读译，实用写作等方面知识。

(3) 教学要求：采用以学生为中心的“主题教学”模式，以听、说交际实例引入，以完成某项听说任务驱动，开展项目的任务教学，讲练结合，实现教学过程的“教、学、做”合一。

12. 计算机应用基础(课时:46 学时 学分:2 学分)

(1) 课程目标：经过本课程的学习，培养学生熟练掌握计算机的基本操作技能，使学生能够进行 Windows 中文操作系统的基本操作；能熟练的进行文字输入、编辑、设置和排版；能够进行电子表格的编辑和数据管理；具有使用计算机进行网上浏览获取信息的能力，能够掌握收发电子邮件、下载文件、网上交流等操作技能。

(2) 主要内容：计算机基础知识、Windows 7、Internet 应用、文字处理、

应用电子表格、制作演示文稿。

(3) 教学要求：采用以学生为中心的“多媒体演示实例”、“任务驱动”教学模式，以实际案例引入，来完成每章节任务，开展本课程基于工作项目的任务教学，讲、练、演示相结合，实现教学过程的“教、学、做”合一。

13. 高职数学(课时:60 学时 学分:3 学分)

(1) 课程目标：本课程是在学生完成一元函数微积分的基本知识、基本理论和基本方法的学习基础上，介绍多元函数微积分简介、线性代数初步、概率论和数理统计基础等内容。这些内容的设置，主要是为学生学习汇编语言程序设计、数据处理、自动控制理论、操作系统、电工学、电机学等课程提供必要的基础数学知识和分析方法。

(2) 主要内容：矩阵、线性方程组、数理统计、随机变量的分布和数字特征、随机事件和概率等。

(3) 教学要求：根据学生的特点，有的放矢的进行内容的讲解。

14. 中国传统文化(课时:32 学时 学分:1.5 学分)

(1) 课程目标：中国文化史是文化学与中国历史学相结合的人文学科知识，反映中华族群物质文明和精神文明构建的历史样态和传承重构中对于中国社会进程的动态影响。本课程将在导引学生初步解读中国文化基本状态的基础上，拓展、增进学生的人文学科知识和人文素质修养。

(2) 主要内容：《中国文化通论》是对中国文化的发展历程、中国文化的历史地理环境、中国文化各领域诸如语言文字、哲学、史学、宗教、文学、艺术、科技、道德伦理、选举科举等的发展脉络及其成就以及中国传统文化的基本精神、基本特征的概述。

(3) 教学要求：了解中国古代文化赖以产生、发展的主、客观条件及其发生发展的历史进程；了解传统文化中哲学、史学、教育、宗教、文学、艺术、科学技术、伦理道德、科举等的基本内容及其发展演变；把握传统文化的基本精神和基本特征，正确认识传统文化中的精华与糟粕，树立继承、弘扬传统文化的自觉意识；以史为鉴、放眼未来、把握文化转型与发展的趋势，积极为社会主义新文化的构建贡献力量。

15. 社交礼仪(课时:32 学时 学分:1.5 学分)

(1) 课程目标：在教学中，对学生进行社交礼仪理念的培养、懂得一定的社交礼仪理论，实际操练一般社交礼仪行为规范，既要让学生学习了解不同文化背景习俗知识，又要模拟实践社交礼仪活动。

(2) 主要内容：仪容仪态礼仪，服饰礼仪，交往礼仪，宴请礼仪等。

(3) 教学要求：讲授、案例分析、电子教案、多媒体课件，广泛应用到教

学中，重点得到突出，难点得到化解。让学生完成虚拟设计，优化了教学过程，提高了学生的设计能力。

16. 艺术鉴赏(课时:32 学时 学分:1.5 学分)

(1) 课程目标：使学生了解艺术的发展历史，提高学时对古代和现代东西方艺术的鉴赏能力，研究各个时期艺术作品的风格形式，培养学生对艺术的审美感，提高学生的艺术修养和艺术鉴赏力，完善学生的人格及艺术个性表现能力。

(2) 主要内容：了解美术、绘画、书法、戏曲、文学、舞蹈、影视、建筑等艺术的历史，并学会欣赏八大艺术。

(3) 教学要求：了解艺术鉴赏的意义和作用，熟悉艺术语言，认识艺术形象，理解艺术意蕴，提高艺术鉴赏力。

17. 劳动专题教育(课时:30 学时 学分:1 学分)

(1) 课程目标：使学生树立正确的劳动观念，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力，培育积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。

(2) 主要内容：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。

(3) 教学要求：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。组织学生持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。

18. 国家安全教育(课时:18 学时 学分:1 学分)

(1) 课程目标：使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，理解中国特色国家安全体系，掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，牢固树立国家利益至上的观念，树立国家安全底线思维，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。

(2) 主要内容：主要学习国土安全、军事安全、经济安全、网络安全等领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。

(3) 教学要求：围绕总体国家安全观和国家安全各领域，确定综合性或特定领域的主题。实践学时通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等方式，进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思，积极引导学生自主参与、体验感悟。

（二）专业（技能）课程

包括专业基础课程、专业能力课程、专业拓展课程，专业实践课程。

1. 专业基础课程

包括：电子商务基础、网络营销、电商文案策划与制作、市场营销实务、商品学、市场调查与预测。

（1）《消费心理学》

①课程目标

通过本课程的学习，让学生掌握从事市场营销工作应具备的基本知识和基本技能，培养学生的实践动手能力、自主学习能力、开拓创新能力、创业意识和团队精神，让学生养成积极向上的心态和具备良好的职业道德，实现职业能力的提升，为后续专业课程的学习和职业岗位工作奠定坚实基础。

②主要内容

它研究消费者在消费活动中的心理现象和行为规律。消费心理学是一门新兴学科，它的目的是研究人们在生活消费过程中心理活动规律及个性心理特征。消费心理学的学习内容包括消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，影响消费者行为的心理因素，社会环境对消费心理的影响，消费者群体的消费心理与消费行为，消费态势与消费心理，商品因素与消费心理，营销沟通与消费心理等。

③教学要求

也要采用录像、多媒体、实训室等教学资源进行辅助教学。通过实训来激发学生的学习兴趣与成就感，教学过程中要注重对学生技能培养，尽可能使学生在专业知识和技能的过程中，有意识培养独立学习、获取新知识的能力，以及培养学生具备与工作过程结果紧密相关的预测能力、决策能力、经营管理能力等。

（2）《网络营销》

①课程目标

《网络营销实务》是为培养适应网络经济和电子商务发展需要的、应用型的、高层次的专业人才服务的一门课程。该课程为电子商务专业、市场营销专业的必修课程

②主要内容

通过该课程的学习，培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能，从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，提高企业网络经营管理水平，最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的电子商务专业的应用型专门人才。

③教学要求

以企业网络营销岗位能力和工作流程为导向设计项目课程和实践教学内容,包括网络营销认识、网络市场调研分析、网络品牌建立、即时通讯营销、搜索引擎营销、博客营销与微博营销、微信营销、email 营销、网络广告、网络营销实战等十个任务,每个任务中,既包括网络营销基本技能的训练,也涵盖了学生实践内容,既有团队合作完成的内容,又有独立完成任务。重视案例教学,开放式教学,探究式教学,有效培养学生的创新思维和独立分析、思考、解决问题的能力。

(3) 市场营销实务

①课程目标

通过该课程的学习,使学生能够系统掌握市场营销理论体系,熟练运用 4p 理论进行市场分析,学会市场调研的方法和工作步骤。开展市场推广和促销活动;熟悉接近客户的流程和技巧;并能进行团队管理和激励;能够达到从事营销工作的基本要求。

②主要内容

教学内容为基础理论、认识营销环境、营销实务三大部分。

③教学要求

本课程具有高度实践性的特点,在教法上表现为课堂学习与顶岗相结合,通过采用案例教学,分组讨论、社会实践等方法让学生参与教学全过程。利用组织社会实践活动,开展顶岗实习活动,培养学生处理业务的能力和水平。

(4) 商品学

①课程目标

通过本课程的学习,使学生达到了解商品学的基本理论;理解商品分类、质量标准、质量检验等业务常识;掌握流通领域中控制商品质量的基本方法;能够运用所学的商品学知识,解决企业商品质量管理的实际问题。

②主要内容

本课程分成八个模块,分别为:商品学的研究对象和内容、商品分类、商品质量管理、商品标准、商品检验、商品质量监督与商品质量认证、商品包装、商品储存、运输与养护。

③教学要求

本课程在教学中充分注重理论与实践相结合,让学生边学习边实践,除传统的讲授以外,还运用现代教学手段,如多媒体教学等,或把课堂设在商场,以增加课堂教学的趣味性,提高教学效果;结合每章学习重点进行有针对性地训练;尽量安排课外实训场所,让学生在企业、商场等社会实践中获得感性认识。

(5) 跨境电商

①课程目标

本课程是高等职业院校电子商务专业的专业主干课程,主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本门课程的学习,学生能熟知跨境电商的基本概念和政策,遵守跨境第三方平台规则,能够进行跨境电商基本工作流程的操作,具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力。

②主要内容

本课程主要内容有:理解跨境电商的概念与特征、了解跨境电商的模式、了解跨境电商市场调研方法;掌握跨境电商平台基本操作能够描述跨境电商平台的盈利方式,了解主要的货源采购渠道、了解跨境线上支付方式、熟悉跨境电商营销策略。

③教学要求

本课程的教学难点在于:学生对新兴的跨境电商领域比较陌生,尤其跨境电商具有涉外性,学生对境外消费者的消费习惯和风土人情了解有限。解决办法主要是通过教师精讲、任务驱动教学法、案例分析、情景模拟、分组讨论、实际操作、答疑解惑等方式解决,来保证难点的突破,培养学生的独自操作能力。

(6) 人力资源管理

①课程目标

通过本课程的学习,使学生掌握管理学的基本理论和基本方法,明确管理的四项职能的相关内容和相互关系,理解并掌握各项职能的相关方法和技术。能够结合相关案例进行分析、研究,结合相应的实践进行学习,培养学生在管理方面的应用能力和创新能力。

②主要内容

本课程主要讲授管理与管理学、管理理论发展、决策、计划、组织、领导、控制和管理创新等内容。

③教学要求

本课程以讲授和工作实际相结合的方式进行,形成讲解基本方法知识点—学生自己动手操作—工作过程管理—工作质量控制—工作效果评价的教学模式。注重对学生职业素养的培养,锻炼学生的团队意识,提高学生主动分析问题和解决问题的能力等。

(7) 企业文化形象

①课程目标

了解企业文化的基本理论和方法,认识了解企业文化在现代管理中的重要地位与作用,比较发达国家和地区的企业文化特点以及对中国企业文化建设的促进

作用，学会策划自己的企业形象，分析不同条件对企业文化的影响，正确理解先进企业文化对企业发展的促进作用。

③教学要求

本课程以讲授和工作实际相结合的方式进行，注重对学生职业素养的培养，锻炼学生的团队意识，提高学生主动分析问题和解决问题的能力等。

2、专业能力课程

包括：市场调查与分析、品牌推广、商务谈判、电商文案策划与制作、经济法、网店客服

（1）市场调查与分析

①课程目标

根据市场调查项目要求，学会确定市场调查目标，制定并实施市场调查方案，熟练运用适当的市场调查方法，整理分析数据资料，撰写调查报告。形成五大能力：市场调查与预测认识能力、调查方案设计的能力、信息搜集能力、调查资料整理与分析能力、市场预测能力。

②主要内容

市场调查概述、市场调查设计、市场调查方法选择、调查资料整理与分析、市场预测概述、预测方法

③教学要求

课程教学以课堂讲授+案例分析+课内外实训的形式进行，使学生在理解基本理论的基础上掌握市场调查的技能。

（2）电商文案策划与制作

①课程目标

了解商务文案写作的基本概念、理论；了解各类商务文案的用途，掌握各主要类型商务文案的基本写法；提高学生商务文案写作的专业素质；提高电子商务营销活动整体策划的综合能力、创新能力和实践能力；要求学生能够具备良好的思想品德和政治素质，具有良好的职业道德和高度的敬业精神，遵纪守法，具有良好的文化素养。

②主要内容

了解商务文案写作的基础知识，掌握商务业务文的写作要求，掌握商务业务文案的写作方法，掌握商务策划文案的写作要求，掌握商务策划文案的写作方法和商务公关文案的写作方法，掌握商务契约文案的写作方法，掌握商务契约文案的写作方法，掌握 BBS、E-mail、微博、微信文案的写作方法。

③教学要求

本课程教学须充分利用学校和企业的两种资源，学校专职教师与企业兼职教

师教学相结合,采用现代多媒体教学与企业现场实践教学相结合,注重学做结合,边讲边学,“教”与“学”互动,做中学,学中做,强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。

(3) 网店客服

①课程目标

本课程要求学生了解客户关系管理系统理论及客户关系管理系统、数据仓库、数据挖掘等基本内容。理解客户关系管理的产生与发展、概念和内涵以及进行客户关系管理的意义、原则和目的;理解客户的概念和分类、客户的满意度和忠诚度的含义,如何进行客户盈利率分析;理解关系营销的概念和策略;理解客户关系定位及生命周期;掌握如何进行客户识别,如何开展客户服务,能够分析客户流失原因和进行客户保持。

②主要内容

本课程内容主要包括:客户关系管理与竞争时代的营销理念,识别客户需求,建立客户关系,客户满意度和忠诚度管理,分析客户流失原因。

③教学要求

整个教学过程都要求围绕学生的实际特点和教学目标选择教学方法,灵活使用启发式、讨论式、自学式等多种教学方法。

(4) 品牌推广

①课程目标

企业品牌推广的目的在于有效提升企业的品牌知名度和品牌影响力,当一个企业在一个产品无感或者不清楚的状态下,消费者是很难选择该企业产品的,除非想要采购的产品无足轻重或是在短时间内就会使用掉的,或者只在乎价格便宜,而不在乎产品本身的质量

②主要内容

形成品牌识别并使之差异化的不同部分名称、标识、符号、包装设计,或其他属性特点。品牌命名方式简介,例如用人名、地名、物名以及抽象的形象等方式命名。2.基本概念和知识点:品牌,品牌元素,品牌名称与命名方式。3.问题与应用:掌握品牌与产品的概念辨析,运用品牌概念理解对于企业来说何为强势品牌。

③教学要求

厘清品牌的定义,认识品牌和产品区别,并理解品牌资产的含义,理解现实中万物如何皆可品牌化,理解创建品牌的机遇与挑战 辨析战略品牌管理的步骤

（5）经济法

①课程目标

使学生掌握生产可能性曲线、机会成本和选择，微观经济学、宏观经济学、微观经济学与宏观经济学的联系，掌握经济学的研究方法。

②主要内容

本课程包括微观经济学和宏观经济学两部分。总体介绍了经济学的基本原理、分析工具与方法、理论运用和政策分析。主要内容包括：市场理论，消费者行为理论，厂商行为理论，市场理论，国民收入核算与决定论，经济增长和经济周期，宏观经济政策等

③教学要求

教学中学生能够运用经济学的基础理论和有关原理，解释和探索本专业领域内的相关问题，紧密联系实际，解决实际问题，切实提高分析问题、解决问题的能力。

（6）客户拓展与维护

①课程目标

通过学习，使学生能把握新经济时代的商务规律，树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统掌握客户资源管理的理论、方法与应用技术，并具备一定的 CRM 战略制定、CRM 开发及 CRM 项目管理控制的能力。

②主要内容

以学生为中心，注重实践能力培养，作了改革尝试。即在每一章都编写了一节相关知识的实践运用，从实践目标、实践内容、实践形式、实践要旨、实践范例等方面做了全面部署。

③教学要求

逐步培养学生了解岗位，熟悉岗位，热爱岗位的意识，培养学生积极的态度，良好的团队合作精神，良好的职业操守。培养学生积极的态度，乐观的精神，严谨的工作作风。培养学生团队合作能力，组织管理创新能力。

（7）商务谈判

了解商务谈判人员应具备的基本素质。了解商务谈判人员心里对商务谈判活动的影响，掌握优秀谈判人员应具备的心理素质。在气质，性格或心理素质这方面加强训练。了解在商务谈判中人员的礼仪，对商务活动的影响，掌握商务谈判人员的个人行为礼仪。

3、专业拓展课

（4）专业英语

①课程目标

通过本课程的教学，帮助学生打好语言基础，注重培养学生在职场环境下运用英语的基本能力，特别是听说能力；提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识，培养学生的学习兴趣和自主学习能力，使学生掌握有效的学习方法和学习策略，为提升学生的就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。

②主要内容

本课程共分为六个模块：lead-in; listening and speaking; reading; grammar; watching and performing; applied writing.

③教学要求

本课程不仅要帮助学生打好语言基础，更要注重培养学生实际应用语言的技能，特别是用英语处理与未来职业相关的业务能力。在教学中充分体现分类指导、因材施教的原则，使用讲授法、讨论法、任务驱动法、自主学习法、多媒体教学法等多种教学方法，以提升学生的听、说、读、写能力。

（2）网店运营

基于网络店铺的运营工作。主要包括以下：市场调研、市场开店、官方网店运营、品牌营销、资金流、物流、分销体系的建设与维护、会员营销、数据分析等等。

（3）新媒体营销

新媒体营销是在特定产品的概念诉求的基础上，对消费者进行心理引导的营销推广方式。新媒体营销借助于新媒体中的受众广泛且深入的信息发布，达到让他们卷入具体的营销活动中。比如说，利用博客所完成的话题讨论：请博客作者们就某一个话题展开讨论，从而扩大商业公司想要推广的主题或品牌的影响范围。

七、教学进程总体安排 详见附表 3

八、实施保障

（一）师资队伍

包括专任教师和兼职教师。在校生与本专业的专任教师之比不高于 25:1（不含公共课）。高职专业带头人原则上应具有高级职称，“双师型”教师一般不低于 60%，硕士研究生以上学历占比 70%，兼职教师应主要来自于行业企业。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、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；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

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行业、专业发展，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

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

（1）营销业务综合实训室。营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1~6 人 / 台）、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训。

（2）营销新技术实训室。营销新技术实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1~2 人 / 台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备服务器、无线路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号工液晶电视、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可

接纳一定规模的学生实习：能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

（三）教学资源

本专业结合课程特色，多渠道开展校企合作、工学结合的教材开发，鼓励教师编写课程讲义、开发相关配套课程资源，并在此基础上形成数字化课程同步网站。以专业为单位建立并及时更新专业教学资源库，专业教学资源库内容包括：教学设计文件、电子教材、教学课件、典型案例、政策法规、音视频文件、动画库、习题与试题库、职业资格考试信息、专业图片库等；配备与专业教学相关的图书资料、电子杂志等相关的学习辅助性资源，建立校园网络信息系统，保证教师与学生可通过校园网络即时获取上述各项教学资源并可通过网络利用教学及实训软件开展备课、学习、实训等教学活动。

（四）教学方法

“以学生为中心”，根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式。

专业课程采用现场教学法，实践教学法等。

1. 根据任务驱动、职业导入、职业岗位、职业拓展的逻辑线索构建本专业核心课程体系，可实现课程体系由学科体系到工作体系的转变。

2. 以学生为中心，依循“学习项目→学习任务→技能训练”的课程实训模式，来设计和开发专业核心课程体系，是实现职业技术人才培养的有效途径。

3. 在职业导入过程课程中，通过系列小巧实用的技能训练，让学生在专业知识启蒙的同时，掌握基本技能、建立专业信心、培育职业情感、转换职业角色。

4. 创建融“教、学、做”于一体的教学模式，教师的“教”（点拨、归纳、协助排除难题）和学生的“学与做”（项目操作），能有机融入在项目训练之中。

5. 教学内容紧跟行业的实际问题与发展需要，教学过程强调“以学生为主体，注重能力培养，解决实际问题，讲究团队协作”，通过大量的项目和小组讨论，启发学生“习知识、练技能，重运用”，着力培养学生在工作中解决实际问题的能力。

（五）教学评价

注重提高教学过程质量，采用形成性评价和终结性评价相结合的方式进行课程评价考核。课程中每一项目任务都包括理论、实操、作业工单、素质四个部分考核。

在评价主体上改革教师单一评价的方式，采用教师、小组评价等多元评价方式，客观全面地反映学习效果，激发学生主体积极性，提高课程教学效果，考核内容如下所示：

课程考核

考核方式	理论考核	实操考核	作业单考核	素质考核
评分权重	30-40	40-30	20	10
考核实施	主讲教师主持，采用理论试卷考试行为	实训项目指导教师主持、企业专家、主讲教师参与，以成果演示与答辩的方式考核	主讲教师主持，根据平时作业完成考核学生过程性知识掌握情况	小组自评、实训指导教师过程评价

（六）质量管理

以提高和保障教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，把学校各部门、各环节的教学质量管理活动严密组织起来，将教学和信息反馈的整个过程中影响教学质量的一切因素控制起来，形成一个有明确任务、职责、权限的相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

专业质量保障体系有五个关键要素，与校系两级质保体系紧密结合。各主要教学环节均应有质量标准，包括教学准备、课堂教学、答疑、批改作业、实验、实习、实训、考试、毕业设计等。

条件保障是基础，包括专业教学经费、设施、质量监控机构和人员等；过程管理是重点，包括规章制度、校院两级管理等；自我评估是核心，包括建立周期性的院系、专业、课程、实习实训、毕业设计等在内的系统的评估制度，以及在校内与毕业生跟踪调查和社会评价等。反馈调节改进是落脚点，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，形成持续改进的机制。

九、毕业要求

学生在三学年内修够 139.5 学分，方可毕业。其中公共素质课（9 门）23.5 分，公共技能课（8 门）17.5 分，专业基础课（7 门）26 分，专业能力课（7 门）22 分，专业实践课（7 门）16 分，专业拓展课（4 门）29 分，社会能力课 2.5 分，共计 139.5 分。

十、各类附表

附表 1：工作任务与职业能力分解对照表

附表 2：教学周数安排表

附表 3：按学期开设课程进程表（含学分分配）

附表 4：课程结构比例表

附表 5：取得资格证书一览表

附表 6：专业主干、核心课程说明

附表 1:

工作任务与职业能力分解对照表

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考取证书及等级	备注
1	自主创业	创业知识基础 创业实践	创业能力	创新与创业课程		
2	销售	推销商品、促销、客户沟通	专业的商品知识、客户沟通技巧	客户关系管理、市场营销、商品学		
3	网络营销	网站（店）营销推广、活动推广、品牌、产品推广	网络营销能力	网络推广实务		
4	网络信息编辑	产品图片处理与编辑 店铺页面设计 品详情页设计	PS 软件应用能力 商品文案编辑能力 色彩搭配能力 页面设计能力 营销视频制作能力	图形图像处理 视觉营销与美工设计 文案写作技巧 商品摄影图片视频制作实训		
5	网店运营	网店运营计划制定 部门协调 计划执行 店铺日常管理 运营团队建设与管理	沟通能力 店铺运营能力 团队领导与管理能力	中小企业经营与管理 团队建设 商务沟通与礼仪 财务管理		
6	产品策划	根据市场情况为上线的产品做营销策划	活动策划能力 创意能力	办公室软件高级应用、市场营销策划		

附表 3: 教学进程表（含学分分配）

课程模块		课程 序号	课程名称	学分	学时			课程 类别	考核方式		学期授课周数及学时分配						修读方式		备注
					计划 学时	理论 学时	实践 学时		考 试	考 查	第 1 学 期	第 2 学 期	第 3 学 期	第 4 学 期	第 5 学 期	第 6 学 期	必 修	选 修	
											15	16	18	16	18	10			
基础能力 课程模块 %	公共素质 课程	1	思想道德与法治	3	54	30	24	B		1	30						√		
		2	毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系概述	4	72	46	26	B	2			46					√		
		3	形势与政策	1	96	36	60	B		1-4	6	6	6	6	6	6	√		
		4	国防教育与军事技能训练	4	14 8	36	11 2	B		1	36						√		
		5	高职职业体育	6	12 6	20	10 6	B		1-4	30	32	32	32			√		
		6	职业礼仪与职业素养养成训练	1.5	24	20	4	B		1		24					√		
		7	就业指导	1	24	20	4	B		4				24					
		8	专业创新创业指导	1	12	10	2	B		4					12		√		
		9	高职生心理健康	2	36	20	16	B		1	36						√		
	公共技能 课程	1	高职应用语文	2	36	30	6	B		1	36						√		
		2	高职公共英语	5	98	66	32	B	1,3	2	30	32	36				√		
		3	计算机应用基础	2	46	20	26	B		1	46						√		
		4	高职数学	3	60	52	8	B	1,2		30	30					√		
		5	中国传统文化	1.5	32	22	10	B		1		32					√		
		6	社交礼仪	1.5	32	22	10	B		2		32					√		
		7	艺术鉴赏	1.5	32	22	10	B		2		32					√		
		8	劳动专题教育	1	30	16	14	B					30				√		
		9	国家安全教育	2	18	12	6	B				14	2	2			√		
专业（技能） 课程模块 %	专业基础 课程	1	市场营销实务	3	60	30	30	B	1		60						√		核心课程（考证）
		2	商品学	3	60	30	30	B	1		60						√		
		3	网络营销	4	64	44	20	B	2			64					√		核心课程
		4	消费者心理学	4	64	44	20	B	2			64					√		
		5	企业文化形象	4	72	40	32	B		3			72				√		
		6	跨境电商	4	72	40	32	B	3				72				√		
		7	人力资源管理	4	64	40	24	B		4				64			√		核心课程
	专业能力 课程	1	品牌推广	4	30	15	15	B		1		64					√		
		2	市场调查与分析	4	32	20	12	B		2	60						√		核心课程
		3	商务谈判	4	72	40	32	B		3			72				√		
		4	电商文案策划与制作	2	36	22	14	B		3			36				√		
		5	客户拓展与维护	2	32	16	16	B		4				32			√		核心课程
		6	网店客服	2	32	12	20	B		4				64				√	
		7	经济法	4	64	40	24	B		4				64			√		
	专业实践 课程	1	暑期专业自主实践	1				C									√		暑假进行，2周
		2	专项实习实训		90			C							90		√		
		3	跟岗实习		24 0		24 0	C							24 0		√		
		4	顶岗实习	10	20 0		20 0	C							10 0	10 0	√		
		5	毕业论文	5	12 0		12 0	C								12 0	√		
	专业拓展 课程	1	商务英语	8	13 6	50	86	B					72	64				√	
		2	网店运营	8	13 6	50	86	B		3			72	64				√	
		3	新媒体营销	5	32	18	14	B		5		32						√	
		4	PPT 制作	8	64	30	34	B				64						√	
社会能力课程模 块 %		暑期学生社会实践		2	40	0	40	C		2							√		
		学生社团活动		0.5				C									√		每参加一个社团计0.5学 分
合 计				139 .5	27 88	10 81	17 07				46 0	50 4	50 2	48 0	18				
比 例%					10 0	38 .7	61 .3				16 .4	18 .1	18 .2	17 .06					
周课时											28	28	26	28					

注：核心课程、职业资格证书课程需注明。

附表 4:

课程结构比例表

模块名称		课程类别	学时数			学分数	学时比例（ % ）		
			总学时	理论学时	实践学时				
基础能力课程模块	公共素质课程	A						22	33
		B	592	238	354	24	100		
		C							
	公共技能课程	A						11	
		B	274	162	112	13	90		
		C	30	6	24	1	10		
专业（技能）课程模块	专业基础课程	A						25	67
		B	456	268	188	26	100		
		C							
	专业能力课程	A						16	
		B	298	165	133	22	100		
		C							
	专业实践课程	A						36	
		B							
		C	650	0	650	16			
	专业拓展课程	A						20	
		B	368	148	220	29			
		C							
社会能力课程模块		C	40		40	2. 5		1. 5	1. 5
合 计			2788	1081	1707	139. 5			100
占总学时比例%	A 类课程		B 类课程			C 类课程			
	0		78. 3			21. 7			

说明：课程类别分为纯理论课程（A 类）、理论+实践课程（B 类）、纯实践课程（C 类）。

附表 5:

取得资格证书一览表

证书类别	资格证书名称	发证单位	等级	学分	必修	选修	建议考取时间
英语	全国公共英语等级考试合格证书	教育部考试中心	二级	2		选修	第三学期
体育	大学生体质健康合格证书	三门峡社会管理职业学院	合格	2	必修		第三学期
普通话	国家普通话水平测试等级证书	河南省语言文字工作委员会	二级乙等以上	2	必修		第三学期
专业职业资格证书	计算机技术与软件专业技术资格（水平）考试--程序员	人力资源和社会保障部 工业和信息化部	初级	2	必修		第四学期
	网络营销师资格证书	中华人民共和国工业和信息化部	中级	2		选修	第五学期
	市场营销资格证书	人力资源和社会保障部	中级	2		选修	第五学期

附表 6:

专业核心课程说明

序号	课程名称	课程目标	主要内容	主要项目	建议教材	教学方式	考核方式	开设学期	学时数
1	网络营销	培养适应网络经济和电子商务发展需要的、应用型的、高层次的专业人才服务的一门课程。该课程为电子商务专业、市场营销专业的必修课程	培养学生对网络营销重要性的认识,使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法,了解网络营销的技术基础,灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法,开展网络营销各项职能	博客营销与微博营销、微信营销、email营销、网络广告	《网络营销》,宋晓晴,人民邮电出版社	讲授	考查	第2学期	64
2	市场营销实务	系统掌握市场营销理论体系,熟练运用 4p 理论进行市场分析,学会市场调研的方法和工作步骤。	基础理论、认识营销环境、营销实务	开展市场推广和促销活动;熟悉接近客户的流程和技巧;并能进行团队管理和激励	《市场营销基础与实务》(第2版),王水清,北京邮电大学出版社	案例教学	考试	第一学期	60
3	商品学	了解商品学的基本理论;理解商品分类、质量标准、质量检验等业务常识	商品学的研究对象和内容、商品分类、商品质量管理、商品标准、商品检验、商品质量监督与商品质量认证、	商品包装、商品储存、运输与养护	《商品学概论》李庆伟,西北工业大学出版社	讲授	考试	第一学期	60
4	市场调查与分析	确定市场调查目标,制定并实施市场调查方案,熟练运用适当的市场调查方	市场调查概述、市场调查设计、市场调查方法选择、调查资料整理与分析、市场预测概述、预		《市场营销基础与实务》(第2版),宋文光,高等教育出版社	课堂讲授+案例分	考查	第一学期	60

		法，整理分析数据资料，撰写调查报告	测方法			析+课内外实训			
5	电商文案策划与制作	了解商务文案写作的基本概念、理论；了解各类商务文案的用途，掌握各主要类型商务文案的基本写法；提高学生商务文案写作的专业素质	了解商务文案写作的基础知识，掌握商务业务文的写作要求，掌握商务业务文案的写作方法，掌握商务策划文案的写作要求，掌握商务策划文案的写作方法和商务公关文案的写作方法，	商务契约文案的写作方法，商务契约文案的写作方法，BBS、E-mail、微博、微信文案的写作方法。	《网络编辑：内容规划 文案创作 运营推广》宋夕东，人民邮电出版社	案例教学	考查	第三学期	36