

广西经济职业学院附属中等职业学校
《市场营销》专业人才培养方案
(专业代码: 730602)

目录

《市场营销》专业人才培养方案	3
一、专业代码、名称、招生对象及学制	3
二、专业培养目标与人才规格	3
三、职业面向	5
四、主要课程设置	5
五、教学计划与学时分配(每学期按 18 周安排)	6
六、公共基础课教材	8
七、实施保障	9

《市场营销》专业人才培养方案

一、专业代码、名称、招生对象及学制

专业代码：730602

专业名称：市场营销

招生对象：初中毕业生或同等学历人员

学制：1.5 年

二、专业培养目标与人才规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有基本的科学文化素养，良好的职业道德和素养，较强的综合职业能力和一定的创新意识，掌握与本专业从事职业活动相关的商品销售与推销、营销策划、新媒体营销、客户服务、市场分析等相关知识，具备销售日常管理、营销活动策划与组织实施、客户沟通及关系维护等能力，能够从事市场销售、市场推广、新媒体营销、门店运营、客户服务等工作的技术技能人才。

（二）人才规格

本专业学生应在系统学习市场营销专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并熟练运用岗位（群）需要的专业技术技能，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行

社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的商品销售、营销策划、新媒体营销、客户服务管理等相关知识与技能，了解商品经营与管理的基本知识，了解新媒体的工具，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语并结合专业加以运用；

（4）掌握不同消费者购买过程中心理决策过程的差异，掌握现代推销技术，具备商品销售的能力，包括商品售前、售中和售后服务工作的能力；具备针对不同的产品进行促销策划和市场推广，协助实施品牌推广活动的的能力；

（5）掌握客户服务与管理的基础知识，能够熟练进行客户接待咨询、客户开发、客户维护、处理投诉等工作；

（6）掌握市场调查的工作流程和方式、具有开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力；

（7）使学生了解和掌握经济法基本理论、基本知识和基本技能，提高经济法律意识，增强法治观念；

（8）具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，初步掌握市场营销领域数字化技能；

（9）具有探究学习、终身学习能力，具有一定的分析

问题和解决问题的能力；弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

（10）爱岗敬业，诚实守信，廉洁自律，坚持准则，养成严谨细致和客观公正的职业精神，强化服务和参与管理的职业意识。

三、职业面向

本专业属于工商管理类专业，面向现代商贸流通领域批发业、零售业和商务服务业，从事市场销售、市场推广、新媒体营销、门店运营、客户服务等工作。

四、主要课程设置

本专业课程设置分为公共基础课、专业理论课及专业技术课。

公共基础课主要包括德育课、语文、数学、英语、历史、计算机基础、体育与健康、心理健康教育等。

专业理论课主要有市场营销基础、电子商务基础等。

专业技术课包括门店运营管理、客户服务管理等。

五、教学计划与学时分配(每学期按 18 周安排)

课程分类	课程名称	学分	课程性质	学时分配			学期周学时分配		
				理论学时	实践学时	总学时	第一学年		第二学年
							第一学期	第二学期	第三学期
公共基础课	中国特色社会主义	2	必修	36		36	2		
	心理健康教育 (预防艾滋病教育)	1	必修	18		18	1		
	职业生涯规划	1	必修	18		18	2		
	哲学与人生	2	必修	36		36			2
	职业道德与法治	2	必修	36		36		2	
	语文	13	必修	162		162	3	3	3
	数学	12	必修	144		144	3	3	2
	英语	12	必修	144		144	3	3	2
	信息技术	6	必修	108		108	2	2	2
	历史(中国历史、世界历史)	4	必修	108		108	3	3	
	体育与健康	10	必修	108		108	2	2	2
	艺术修养	2	必修	36		36	1	1	
	小计	67	0	954	0	954	22	19	13
限选课	学生安全教育 (国家安全教育)	1	限选	18		18	1		
	劳动教育	3	限选	54		54	1	1	1
	中华文化	1	限选	18		18			1
	小计	5	0	90		90	2	1	2
专业基础课	市场营销基础	4	必修	72		72	4		
	门店运营管理	2	必修	36		36		2	
	客户服务管理	2	必修	36		36			2
	消费者行为学	2	必修	36		36		2	
	小计	10		180		162	4	4	2
专业核心课	网络营销基础与实务	4	必修	32	40	72	4		
	市场调查技术	2	必修	36		36		2	

	广告策划实务	4	必修	40	32	72			4
	客户关系管理	4	必修	32	40	72		4	
	小计	14		140	112	252	4	6	4
专业拓展课	电子商务基础	4	必修	18	54	72		4	
	企业法律实务	2	必修	12	24	36			2
	公关与谈判实务	2	必修	2	34	36	2		
	创业实务	2	必修	16	20	36			2
	小计	10		48	132	180	2	4	4
岗位实习									
合计		106		1412	244	1638	34	34	25

六、公共基础课教材

序号	课程名称	推荐使用教材		
		教材名称	出版社	备注
1	语文（1） （2）	中等职业学校教科 书·语文 基础模块·上册	高等教育出版社	国家统编教材
2	语文（3） （4）	中等职业学校教科 书·语文 基础模块·下册	高等教育出版社	国家统编教材
3	语文（5）	中等职业学校教科 书·语文 职业模块	高等教育出版社	国家统编教材
4	中国特色社 会主义	中等职业学校教科 书·思想政治 中国特色 社会主义	高等教育出版社	国家统编教材
5	职业道德与 法治	中等职业学校教科 书·思想政治 职业道 德与法治	高等教育出版社	国家统编教材
6	心理健康教 育（预防艾 滋病教育）	中等职业学校教科 书·思想政治 心理健康 与职业生涯	高等教育出版社	国家规划教材
7	哲学与人生	中等职业学校教科 书·思想政治 哲学与人 生	高等教育出版社	国家统编教材
8	中国历史	中等职业学校教科 书·历史 世界历史	高等教育出版社	国家统编教材
9	世界历史	中等职业学校教科 书·历史 世界历史	高等教育出版社	国家统编教材
10	数学（1） （2）	数学基础模块 （上 册）	延边大学出版社	其他教材

11	数学（3） （4）	数学基础模块（下册）	延边大学出版社	其他教材
12	数学（5）	数学拓展模块	延边大学出版社	其他教材
13	英语（1） （2）	英语基础模块（上册）	延边大学出版社	其他教材
14	英语（3） （4）	英语基础模块（下册）	延边大学出版社	其他教材
15	英语（5）	英语职业模块（下册）	延边大学出版社	其他教材
16	信息技术 1	信息技术基础模块（上册）	延边大学出版社	其他教材
17	信息技术 2	信息技术基础模块（下册）	延边大学出版社	其他教材
18	体育与健康			体育课不用教材
19	劳动实践			劳动课不用教材
20	艺术修养-音乐	公共艺术（音乐）	武汉大学	国家规划教材
21	职业生涯规划	职业生涯规划（第五版）	高等教育出版社	国家规划教材

七、实施保障

（一）教学要求

根据学生入学时文化基础薄弱的情况，公共基础课在加强基础知识的教学的前提下，提高学生的文化素养，既为学生的专业学习服务，又为学生的继续学习和终身发展打好基础。从学生实际出发，结合专业特点和参加高考的学习要求，努力进行教学改革，从以教师为中心转变为以学生为主体，努力调动学生学习的积极性，提高公共基础课教学的有效性，促进学生综合素质的提高和职业能力的形成。

推行多维教育，努力实现教学内容与职业标准、教学过程与生产过程的对接。在加强专业基础教学的同时，强化对职业岗位技能的培训，根据高星级饭店运营与管理专业的特点，加强教师的专业示范和个别指导，通过理论实践一体化的教学模式，促进学生专业知识和技能的同步增长，确保专业教学既满足职业岗位的需求，又为学生未来的职业发展和进入高等院校学习打下坚实基础。

（二）教学管理

在总结传统经验的基础上，加强专业教学的科学化、规范化、制度化管理。根据市场营销专业和学生年龄特点，要加强专业教学的安全保护措施，建立教学过程管理的有效机制，确保课堂技能训练的合理密度和强度，努力提高课堂教学的质量。研究多维教育、岗位实习更加切实有效的管理办法，从实际出发，改进市场营销专业教学的评价机制，促进教学质量的全面提高。

（三）实训实习环境

本专业配备校内实训室和校外实训基地。校内实训基地和转业实训资源配置：

1. 校内实训室共有2间；实训室能够满足实验实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展门店运营、商品与品类管理、营销策划、新媒体营销、品牌推广等实验实训活动的要求，实验实训管理及实施规章制度齐全。
2. 校外实训基地根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供品牌推广、市场调查、策划助

理、门店店员、门店店长、客户服务等与专业对口的相关实习岗位，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。

（四）专业师资

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。我校教师总数为65人，其中市场营销专业教师共5人，师生比为1:21，专业教师学历职称结构应合理；建立“双师型”专业教师队伍，其中“双师型”教师应不低于30%，应有业务水平较高的专业带头人，并聘请行业专业骨干担任兼职教师。专任教师应具备职业学校教师的专业基本任职条件，具有中等职业学校教师资格证，专业业务能力较强。强化教师的专业实践技能培训，注重教学理论的学习、教学理念的更新和教学方法的改进。