

江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院
五年制高等职业教育实施性人才培养方案
(2025 级)

专业名称： 市场营销
专业代码： 530605
修订时间： 2025 年 7 月

目 录

一、专业名称（专业代码）	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标	1
六、培养规格	2
七、课程设置	4
（一）公共基础课程	4
（二）专业课程	5
（三）实践性教学环节	11
八、教学进程及学时安排	13
（一）教学时间表（按周分配）	13
（二）专业教学进程安排表（见附件）	14
（三）学时安排表	14
九、教学基本条件	14
（一）师资队伍	14
（二）教学设施	16
（三）教学资源	18
十、质量保障	19
十一、毕业要求	20
十二、其他事项	20
（一）编制依据	20
（二）执行说明	21
（三）研制团队	23

一、专业名称（专业代码）

市场营销（530605）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

五年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业(F51)、零售业（F52）、商务服务业(L72)、制造业(C)
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员(2-06-07-02)、客户服务管理员(4-07-02-03)、互联网营销师(4-01-06-02)、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域举例	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管、小微企业创业者等
职业类证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商数据运营

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向常州及长三角地区批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，

实现德智体美劳全面发展，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. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关产业文化，具有爱岗敬业的职业精神，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. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、英语、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 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，学好英语并结合本专业加以运用；

5. 掌握市场营销、经济学、商品学、管理学、商务礼仪、经济法、中国商业文化、物流基础、沟通协作技巧、国际商务、国际结算等专业基础理论，具备商业洞察、战略分析与营业推广操作能力，能独立完成从创意概念到软件制图、视频/摄影内容的高效产出，并通过跨渠道内容分发与优化，提升用户体验（UX）、塑造品牌形象、实现精准的国际市场转化与用户增长实践；

6. 掌握会计、国际贸易、电子商务、统计学、企业经营管理、现代商务谈判、国际金融、连锁经营与管理、财政与税收、货币银行学、创新思维等相关知识；

7. 掌握消费者行为分析、市场调查与预测、现代广告策划、销售与管理、商务数据分析与应用、客户服务管理、营销策划、数字营销、商务策划实务、公共关系策划等专业知识。

8. 掌握网店运营与推广、新媒体营销、服务营销、跨境电子商务、视觉沟通技术与应用、图形图像处理等专业知识。

9. 掌握探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，具备职业生涯规划技能；

10. 掌握良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作技能；
11. 掌握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，基本掌握市场营销领域数字化技能；
12. 掌握身体运动的基本知识和篮球、羽毛球、乒乓球、健美操等体育运动技能，达到国家学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；
13. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成一定的绘画、音乐、吟诵、艺术舞蹈等特长或爱好；
14. 树立正确的劳动观念，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动能力、劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程。

开设思想政治理论、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、心理健康与职业生涯（Ⅱ）、国家安全教育、劳动教育、地理、国史、职业发展与就业指导等必修课程。

根据国家、省、学院有关规定，结合学校特色和专业实际情况开设校园美育、马克思主义基本原理概论、政治经济学、中国近现代史纲要、创新创业教育、历史人文地理、江南史、文艺复兴史、艺术设计史、office 高级应用、PPT 演示与制作、应用文写作、中国古典小说鉴赏、戏曲鉴赏、古诗词鉴赏、跨文化交际、中西文化与文学专题比较、红色旅游与文化遗产、中国民间艺术的奇妙之旅、影响力从语言开始、光影中国、电影与幸福感、影视作品赏析、体育舞蹈、瑜伽、突发事件及自救互救、常州特色饮食文化、茶艺、普通话、硬笔书法等公共任选课程。

表 1：公共基础课程（任选课程）设置情况

序号	课程名称	学时	实践学时	学分
1	校园美育	34	17	2
2	马克思主义基本原理概论	34	17	2
3	政治经济学	34	17	2
4	中国近现代史纲要	34	17	2
5	创新创业教育	34	17	2
6	历史人文地理	34	17	2
7	江南史	34	17	2
8	文艺复兴史	34	17	2
9	艺术设计史	34	17	2
10	Office 高级应用	34	17	2
11	PPT 演示与制作	34	17	2
12	应用文写作	34	17	2
13	中国古典小说鉴赏	34	17	2
14	戏曲鉴赏	34	17	2
15	古诗词鉴赏	34	17	2
16	跨文化交际	34	17	2
17	中西文化与文学专题比较	34	17	2
18	红色旅游与文化遗产	34	17	2
19	中国民间艺术的奇妙之旅	34	17	2
20	影响力从语言开始	34	17	2
21	光影中国	34	17	2
22	电影与幸福感	34	17	2
23	影视作品赏析	34	17	2
24	体育舞蹈	34	17	2
25	瑜伽	34	17	2
26	突发事件及自救互救	34	17	2
27	常州特色饮食文化	34	17	2
28	茶艺	34	17	2
29	普通话	34	17	2
30	硬笔书法	34	17	2

备注：1. 选课方式为全校公选；2. 本专业学生从以上表格中任选 5 门，共计 170 学时，10 学分，其中实践学时为 80；3. 此表格为全校公共基础课程（任选课程）库，库内课程可能会动态调整。

（二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业平台课程

专业平台课程是市场营销类专业需要前置学习的基础理论知识和基本技能，为专业核心课程提供理论和技能支撑。包括经济学基础、管理学基础、商业经济基础、商品学基础、大数据财务管理基础、市场营销基础、统计基础、中华商业文化等领域的内容。

表 2：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与教学要求
1	企业经营管理	①能正确进行企业经营定位，能分析并会制订企业的经营目标。 ②能够进行企业经营决策，会对企业的营销进行全面控制，以保证营销计划的贯彻执行，会进行人力资源管理。 ③挖掘合法经营、诚实守信、创新发展等思政元素，发挥课程思政育人功能。
2	经济学基础	①树立市场经济的意识，掌握市场经济的思维方式及市场运行中经济规律的基本原理。 ②形成初步具备经济领域从业的基本职业意识和职业素养。 ③挖掘可持续发展意识、公平竞争意识、诚实守信意识等思政元素，发挥课程思政育人功能。
3	市场营销	①树立正确市场营销观念；能独立、高效完成相关资料的搜集、整理、分析，并运用市场营销 4P 策略解决企业实际问题。 ②能进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策、营销管理及营销创新的需要。 ③挖掘公平竞争、诚信经营、品牌意识、消费者权益保护意识、合作共赢意识等思政元素，发挥课程思政育人功能。
4	商品学基础	①理解商品学的社会意义。 ②会识读商品条码，能科学制定企业商品目录，会进行商品管理，能对商品生产、流通和消费各环节进行质量控制和管理。 ③会根据商品定位制定包装策略，能识读商品标准，会进行商品养护，能合理选购商品，会识别假冒伪劣商品。 ④挖掘“大国工匠”精神、绿色环保意识、食品安全意识等思政元素，发挥课程思政育人功能。
5	大数据财务管理基础	①能正确遵守会计的基本规范。 ②能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理，熟悉财务报。 ③具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力。 ④挖掘实事求是、诚实守信、遵纪守法等思政元素，发挥课程思政育人功能。
6	商业经济基础	①了解国际贸易的基本概念和主要类型，借助典型案例掌握国际贸易政策和常见的国际贸易措施。 ②初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养。 ③挖掘民族自信、责任担当、诚实守信和国家利益维护等思政元素，发挥课程思政育人功能。
7	统计学基础	①结合统计实际，初步掌握统计学基本概念和研究方法。 ②掌握统计调查的种类、调查方案；掌握统计分组、分配数列概念、作用；明确总量指标、相对指标、平均指标计算方法。 ③掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析；掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，能熟练掌握 Excel 在统计中应用，培养学生分析问题、解决问题的能力。 ④挖掘识国情、知民生、数字工匠、国富民强等思政元素，发挥课程思政育人功能。
8	管理学基础	①借助情境案例理解管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，综合运用用于对实际问题的分析。 ②初步具有解决一般管理问题的能力，挖掘中华优秀传统文化、创新意识、管理意识等思政元素，发挥课程思政育人功能。

9	中国商业文化	①能正确进行企业经营定位，能分析并会制订企业的经营目标。 ②能够进行企业经营决策，会对企业的营销进行全面控制，以保证营销计划的贯彻执行，会进行人力资源管理。 ③挖掘合法经营、诚实守信、创新发展等思政元素，发挥课程思政育人功能。
10	电子商务基础	①理解电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式。 ②掌握跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用，能创造性地将网络营销策略和方法应用于电子商务实践，结合典型案例分析，掌握网络广告的类型和特点。 ③熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法律法规等内容，能进行网上创业；挖掘诚信经营、遵纪守法、创新发展等思政元素，发挥课程思政育人功能。

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置应结合本专业主要岗位群实际需求，注重理论与实践一体化教学，提升学生专业能力，培养学生职业素养。包括数字营销、消费者行为分析、服务营销、销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通等领域的内容。

表 3：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	消费者行为分析	①理解消费者、消费者行为的概念，掌握消费者购买决策类型及特点。 ②了解消费者购买决策的过程以及影响消费者态度形成的因素。 ③消费者具体的购买动机类型及其在实践中相应的营销策略。 ④学会制定不同社会阶层对应的市场营销策略。	①提高在营销和销售实践中的观察能力、判断能力、营销能力。 ②学会辨识影响消费者心理的因素及行为的方法；会利用大数据技术进行用户画像分析。 ③掌握通过对消费者心理及行为分析，提高营销技巧与技能的方法。 ④挖掘合理消费、可持续发展等思政元素，发挥课程思政育人功能。
2	商务礼仪与沟通	①职业形象礼仪。 ②商务交往礼仪。 ③人际沟通礼仪。 ④会务宴请礼仪。	①掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪。 ②掌握见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪。 ③掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪。 ④掌握位次、会议、宴请等会务宴请的礼仪。

3	服务营销	①了解顾客需求。 ②建立顾客关系。 ③服务创新与设计。 ④服务场景搭建。 ⑤服务补救。	①了解服务营销的理念。 ②理解顾客服务期望。 ③掌握顾客关系建立的策略。 ④掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 ⑤了解服务标准的定义。 ⑥掌握服务补救等方法和技术技能。
4	销售与管理	①了解如何进行销售目标设定与分解以及销售团队建设与管理。 ②学会渠道中间商的选择。 ③学习激励与管理机制。 ④进行客户关系管理以及销售数据分析, 诊断与改进等。	①能执行基本的销售行为和销售流程, 能进行销售规划与设计, 制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算。 ②能合理选择渠道中间商, 能对销售人员采取有效的激励措施和绩效考评, 能有效进行销售服务管理, 提升服务质量, 能利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估。 ③挖掘诚实守信、锐意进取、服务意识等思政元素, 发挥课程思政育人功能。
5	商务数据分析与应用	①进行数据分析工作流程分析, 商务数据分析指标体系。 ②学会数据分析方法和工具运用, 流量来源分析。 ③能够进行成交转化率分析以及网店商品分析、网店客服服务分析、行业数据分析。	①熟知商务数据分析的思路与流程。 ②掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力。 ③掌握商务数据分析方法、数据分析与预测, 分析报告撰写, 挖掘数字工匠、助力数字中国等思政元素, 发挥课程思政育人功能。
6	智能客户服务实务	①售前售中售后服务管理体系建设。 ②客服团队组建。 ③客户投诉监控和危机事件处理。 ④智能客服应用场景设计及开发。	①掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。 ②掌握客服团队组建的方法和技术技能。 ③掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能。 ④掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能。 ⑤掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。 ⑥掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能。

7	品牌策划与推广	①品牌调研与分析。 ②品牌定位与设计。 ③品牌传播与推广。	①掌握品牌现状分析的方法和技术技能。 ②掌握品牌定位的方法和技术技能。 ③掌握品牌人格化的方法和技术技能。 ④掌握品牌命名的方法和技术技能。 ⑤掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。 ⑥掌握品牌故事写作的方法和技术技能。 ⑦掌握品牌 logo 设计的方法和技术技能。 ⑧掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。 ⑨掌握品牌感官设计的方法和技术技能。 ⑩掌握品牌推广的方法和技术技能。
8	数字营销	①数字营销岗位相关知识 ②搜索引擎营销、移动营销、视频营销、社交媒体营销等具体方法的策划与实施 ③数字营销分析的内容、工具和流程 ④数字营销分析结果的判断与探究方法；数字营销法律法规等	①掌握数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。 ②认知数字营销岗位类别、职责与要求；掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。 ③会利用具体数字营销的方式开展营销策划活动，具备利用大数据进行数字营销效果分析与优化的能力。 ④挖掘创新意识、网络安全意识、文化与道路自信等思政元素，发挥课程思政育人功能。

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置应对接数字经济前沿，聚焦热门行业，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。根据实际情况开设网店运营与推广、现代商务谈判、直播营销、经济法、短视频策划与制作、视觉沟通技术与应用等专业拓展必修课程（详见表 4）和根据常州地区文化特色、本校优势特色开设物流基础、沟通协作技巧、国际商务、消费经济学、网络消费行为、国际金融、连锁经营与管理、商务策划实务、公共关系策划、财政与税收、国际贸易实务、货币银行学、毕业论文写作、创新思维等专业拓展任选课程。

表 4：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	典型工作任务描述	主要教学内容与教学要求
1	网店运营与推广	①运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策。 ②用户运营、运营绩效分析等。	①掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。 ②能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 ③能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化，培养学生规则和公平竞争的意识。
2	视觉沟通技术与应用	①视觉策略制定：依据项目整体规划，参与制定视觉传播策略，确定视觉风格与基调，确保视觉内容与目标高度契合。 ②多元内容创作：运用平面设计软件完成海报、宣传册等平面宣传物料的创意设计与制作；负责拍摄工作并进行后期剪辑、特效制作；借助 AI 工具生成创意概念图、虚拟场景等视觉素材。 ③跨部门协作：与公关策划团队、市场部、活动执行团队密切沟通，准确理解项目需求，及时调整视觉设计方案。 ④效果评估优化：收集项目反馈，分析视觉内容的传播效果，总结经验教训，持续优化设计策略与创作手法。	①掌握平面设计软件（如 Adobe Photoshop、Illustrator）的使用，精通平面构成、色彩搭配等设计原理。 ②学习摄影摄像技巧及视频剪辑软件（如 Adobe Premiere Pro、Final Cut Pro），能够独立完成视频的剪辑、调色、配音等后期制作工作。 ③熟悉 AI 工具（如 DeepSeek、Midjourney）的操作，能生成高质量、富有创意的视觉素材。要求具备出色的创意能力与审美水平，能快速把握流行趋势，设计出具有吸引力的视觉作品。
3	现代商务谈判	①商务谈判行为。 ②商务谈判探询。 ③商务谈判准备。 ④商务谈判管理。 ⑤商务谈判开局。 ⑥商务谈判磋商。 ⑦商务谈判排障。 ⑧商务谈判定局等。	①理解商务谈判的基本特征和规律。 ②掌握商务谈判的基本理论、方法和策略，具备从事谈判工作的素质、能力和技巧，树立商务谈判的双赢、合作、博弈意识。 ③会对给定的简单谈判情景进行谈判班子的组建、计划的制定、相关资料的收集与处理以及谈判方案的制定，培养学生诚信友善、诚实守信的品质。

4	直播营销	①直播策划与执行：负责直播活动的全流程策划，包括主题设定、脚本撰写、流程设计、互动玩法等；协调主播、场控、助播、技术等团队，确保直播顺利执行。 ②内容运营：结合产品特性和用户需求，策划高吸引力的直播内容；设计直播话术、促销活动（如秒杀、抽奖、福袋等），提升用户停留时长和转化。 ③数据分析与优化：定期复盘直播数据，分析用户行为、商品转化、流量来源等，提出优化方案；跟踪行业趋势和竞品动态，调整运营策略。 ④粉丝运营：通过直播间互动、社群、私域等渠道维护粉丝关系，提升复购率；策划粉丝增长活动，扩大直播间流量入口。	①掌握直播平台规则及算法逻辑（如抖音、快手、淘宝等），熟悉直播工具（如DOU+、千川等）的使用。 ②学习直播策划技巧，包括选品、排品、促销策略制定，能统筹整个直播流程。 ③培养数据分析能力，能通过蝉妈妈、抖查查等工具分析直播数据，优化直播效果。 要求具备主播培训能力，能制定标准化话术、脚本模板及互动技巧，提升团队整体水平。
5	经济法	①经济法律的基础理论。 ②我国经济法制建设的发展现状。 ③民事法律制度。 ④合同法律制度。 ⑤合伙企业法律制度。 ⑥公司法律制度。 ⑦企业破产法律制度。 ⑧票据法律制度等。	①了解有关经济法律的基础理论、我国经济法制建设的发展现状。 ②掌握基本民事法律制度、合同法律制度、合伙企业法律制度、公司法律制度、企业破产法律制度、票据法律制度等我国现行法律法规的主要内容。 ③增强学生法治观念，培养学生从法律角度分析、认识和解决经济问题，并能正确地运用所学法律知识处理一般的经济纠纷。
6	短视频策划与制作	①选题策划：负责抖音、快手等平台短视频的选题及内容策划工作，挖掘有趣、有创意、符合年轻人口味的内容形式。 脚本编写：制定短视频脚本，确定拍摄场景和方向，保证视频质量。 ②拍摄与剪辑：与导演配合完成短视频的拍摄，后期剪辑，包装等工作。 ③推广与分析：协助进行推广渠道的选择和拓展，根据需求规划出不同的话题定位；分析用户需求，发掘潜在热点话题点。	①掌握短视频制作软件（如PR、AE、达芬奇）的使用，能独立完成视频的策划、拍摄和后期制作。 学习内容策划方法，能结合用户需求和热点话题，制定有吸引力的内容策略。 ②培养创意能力与文案功底，能写出高质量的脚本和台词。 ③要求具备数据分析能力，能通过平台数据优化内容策略，提升视频效果。

根据常州地区以及陕西安康帮扶需求，专业拓展任选课有物流基础、沟通协作技巧、国际商务、消费经济学、网络消费行为、国际金融、连锁经营与管理、商务策划实务、公共关系策划、财政与税收等课程（详见表5）。

表 5：专业拓展课程（任选课）安排表

序号	课程名称	开设学期	学时	实践学时	学分	选课形式
1	物流基础/沟通协作技巧/消费心理学	第 3 学期	34	17	2	专业群内混班选课（三选一）
2	国际商务/消费经济学/市场调研基础	第 6 学期	68	34	4	
3	网络消费行为/国际金融/国际营销基础	第 7 学期	68	34	4	
4	连锁经营与管理/商务策划实务/企业管理	第 8 学期	68	34	4	
5	公共关系策划/财政与税收/财务管理	第 8 学期	68	34	4	
6	国际贸易实务/货币银行学/运筹学	第 9 学期	68	34	4	
7	图形图像处理/国际结算/跨境电商	第 9 学期	68	34	4	
8	毕业论文写作/创新思维/创业学	第 9 学期	34	17	2	
合计			476	238	28	

（三）实践性教学环节

实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动、军训等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

1. 实训

在校内外结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求，对接真实职业场景或工作情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力、劳动品质和劳动安全意识。开展数字营销实训、需求洞察实训、电子商务实训、智能客户服务实训、销售与管理实训、品牌策划综合实训、商务数据分析与应用实训。

表 6：实训项目主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	数字营销实训 (1 周/30 学时)	①利用相关实训软件或项目化实训教学开展市场调研实训、市场细分实训、SWOT 分析实训 ②产品研发和包装策略制订实训、价格策略制订实训、渠道策略制订实训、促销策略制订实训等	①会运用市场营销的基本理论、方法和程序，从新的营销视角、观念及思维出发，对企业生存和发展的宏观经济与微观市场环境进行分析，寻找企业与目标市场顾客群的利益共性，以消费者满意为目标，重新组合和优化配置企业可开发利用的资源，对整体或某一方面的市场营销活动进行分析、判断、推理、预测、构思、设计； ②能够制订出具有一定创意、可操作的、以最少投入取得最大效益的市场营销方案；具备公平竞争、诚信经营、合作共赢的意识；

2	需求洞察实训 (1周/30学时)	①市场调研目标与内容分析实训、市场调查方案的设计实训、抽样设计实训、问卷设计实训、态度测量设计实训、访问调查实训 ①市场信息资料整理和分析实训、定性预测法实训、定量预测法(一元线性回归法的应用)实训、市场调查报告撰写实训等	①能熟练掌握整个市场调查程序的各项工作流程,培养对市场信息的收集、整理、分析能力,锻炼对资料的综合分析能力、对实际问题的解决能力和创新能力; ②具备实事求是、创新开拓、严谨细致的意识;
3	电子商务实训 (1周/30学时)	①商品选择与渠道管理 ②网络平台的选择与应用 ③网店运营与推广 ④客户管理和网络客服 ⑤电子商务物流等	①对接真实工作情景,综合运用所学专业知识和技能; ②完成电子商务项目的运营流程及电子商务的运营实践,实现德技并修、全面发展目标;
4	智能客户服务实训 (1周/30学时)	①寻找开发潜在客户 ②客户信息管理 ③客户体验管理 ④客户满意管理 ⑤客户忠诚管理等	①对接真实工作情景,掌握客户服务管理主要业务与流程; ②掌握客户细分管理策略,了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用,树立客户至上理念;
5	销售与管理实训 (1周/30学时)	①寻找顾客模拟实训、推销接近模拟实训、推销洽谈模拟实训 ②处理顾客异议模拟实训、交易促成模拟实训、客户维护模拟实训、项目销售综合实训等	①熟练掌握特定项目背景下的推销业务流程及实施技巧,从单项到综合实训、从模拟情境到真实业务情境进一步有效提升实际销售工作能力; ②具备诚实守信、锐意进取、服务意识;
6	品牌策划综合实训 (1周/30学时)	①目标市场策划实训、产品定位策划实训、新产品策划实训、产品生命周期与营销策划实训、竞争战略策划实训 ②产品价格策划实训、产品销售渠道策划实训、产品促销策划实训、整体策划方案综合实训等	①参与企业实际(或自主、模拟创业主题)的营销活动,能根据企业实际情况对部分营销活动进行策划,形成方案或策划书; ②掌握企业营销策划的具体方法、程序和技巧; ③能运用所学营销策划知识解决企业营销中存在的实际问题。 ④能充分挖掘中国传统文化,具备诚信品质和创新意识;
7	商务数据分析与应用实训 (1周/30学时)	数据采集、数据分析、数据挖掘的商务数据分析认知实训;数据预处理、数据分析、数据展现、分析报告撰写的商务数据分析基础实训以及数据可视化实训等	①以行业经典场景作为教学案例,充分利用相关软件,通过通用实验、行业实验、精选活动的递进实践,从基础理论到专业结合再到拓展应用,全方位内化数据分析方法论,提升学生动手实操能力。 ②具备数字工匠精神,助力数字中国建设。

2. 实习

在互联网与数字营销、消费品与零售、金融与服务业、公关与广告行业的相关企业(机构、单位)进行实习,包括认识实习和岗位实习。本专业建立稳定、够用的实习基地,选派专门的实习指导教师和人员,有组织地开展专业对口实习,加强对学生实习的指导、管理和考核。

本专业严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求,并根据技能人才培养规律,结合企业生产周期,优化学期安排,灵活开展实践性教学。

八、教学进程及学时安排

（一）教学时间表（按周分配）

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业论文、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与军训	1	1
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	数字营销实训	1	1
四	20	17	1	需求洞察实训	1	1
五	20	17	1	电子商务实训	1	1
六	20	17	1	智能客户服务实训	1	1
七	20	17	1	销售与管理实训	1	1
八	20	17	1	品牌策划综合实训	1	1
九	20	17	1	商务数据分析与应用实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		27	11

（二）专业教学进程安排表（见附件）

（三）学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1966	39.45%	不低于 25%
2	专业课程	2088	41.89%	/
3	集中实践教学环节	930	18.66%	/
总学时		4984	/	/
其中：任选课程		606	12.16%	不低于 10%
其中：实践性教学		2689	53.95%	不低于 50%

说明：实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

九、教学基本条件

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

市场营销专业现有专业专任教师 18 人，兼职教师 5 人。专任教师中教授 1 人、副教授（含高讲）7 人、讲师 11 人。高级职称专任教师的比例为 36.8%，“双师型”教师占专业课教师数比例为 94.7%，研究生学历 10 人，占比 52.6%。目前在校生人数约 179 人，学生数与专任教师数比例 9：1。专任教师队伍职

称、年龄结构合理，工作经验丰富，形成合理的梯队结构。

整合校内外优质人才资源，从东方盐湖城发展有限公司、江苏华润万家超市等校企合作企业选聘高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，定期开展专业教研活动。

表 7：市场营销专业教学团队一览表

序号	姓名	年龄	专业及学位	职称	双师型
1	刘幸赞	40	国际贸易专业硕士	副教授	是
2	钱怡云	34	国际商务专业硕士	讲师	是
3	邹阳	35	国际商务专业硕士	讲师	是
4	李志伟	55	市场营销专业本科	讲师	是
5	俞翔	50	工业工程专业硕士	高级讲师	是
6	郎艳	43	工业工程专业硕士	副教授	是
7	张晖	56	国际贸易专业硕士	教授	是
8	陈霞	59	国际贸易专业本科	副教授	是
9	刘增武	55	工商管理专业本科	讲师	是
10	徐燕	45	工业工程专业硕士	副教授	是
11	吕义波	40	市场营销专业本科	讲师	是
12	朱绿尘	38	经济法专业硕士	副教授	是
13	金媛	31	金融学专业硕士	讲师	是
14	芮萍	47	贸易经济（师范）专业本科	讲师	是
15	肖宁	44	环境工程专业硕士	讲师	是
16	许峰	55	市场营销专业本科	讲师	是
17	沈瑞艳	48	工商管理专业本科	讲师	否
18	王斐	28	管理科学专业硕士	助理讲师	是

2. 专业带头人

专业带头人俞翔具有市场营销专业副教授职称和较强的实践能力，是常州市市场营销专业带头人。能够较好地把握国内外批发、零售及商务服务行业专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在市场营销专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有教师资格和市场营销专业领域有关证书；具有市场营销、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有市场营销专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘营销专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪“数字营销”发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或实训基地实训，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

兼职教师5人(详见表8)，主要是具有工商管理相关专业本科学历的3名优秀非在编教师和2名企业导师构成。两名企业导师分别为东方盐湖城发展有限公司人力资源部经理汪双旭（高级人力资源管理师、企业培训师）和江苏华润万家超市食品部经理冯春光（企业培训师）。兼职教师具有扎实的专业理论知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担市场营销专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据国家有关要求制定了针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

表 8：市场营销兼职教师情况表

序号	姓名	性别	职称	学位
1	高琳	女	初级	本科
2	丁娟	女	初级	本科
3	王宸羲	男	初级	本科
4	汪双旭	男	高级人力资源管理师	本科
5	冯春光	男	企业培训师	本科

（二）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、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室基本情况

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所基本情况

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，确保能够顺利开展开展市场营销、市场调查与预测、电子商务、客户服务管理、销售与管理、营销策划等实验、实训活动。校内外实训场所支持教师在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术（详见表 9）。

表 9：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置建议
1	市场营销综合实训室	用于市场营销、市场调查与预测、销售与管理、营销策划、现代广告策划等的实训教学	配备计算机、服务器、多媒体设备、专业教学资源库设备、市场营销相关单项或综合实训软件
2	电子商务实训室	用于电子商务基础、网店运营推广、客户服务管理等实训教学	配备计算机、服务器、多媒体设备、专业教学资源库设备、网店运营推广教学软件及直播平台设备设施
3	模拟商务谈判室	通过一个虚拟的谈判环境，使学生对商务谈判过程进行模拟实训，实现商务谈判理论与技巧的对接	配备谈判桌椅、录播系统、笔记本电脑、多媒体教学设备、大屏幕网络电视
4	新媒体营销实训室	用于数字营销、商务数据分析与应用、内容营销、新媒体推广、整合营销等内容的教学与实训	配备服务器、多媒体教学设备、电脑及配套桌椅
5	企业沙盘创业中心	包括企业运营的战略规划、市场营销、生产组织、财务管理等关键环节，是一个制造企业的缩影	配备电脑、ERP沙盘物理台面、投影仪及幕布、文件柜
6	实训超市	提供全真经营实习	配备POS机、货架及商品

3. 实习场所基本情况

本专业实习场所符合教育部等八部门印发的《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）、教育部等六部门印发的《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）等对实习单位的有关要求，经学校产学合作处和本专业教学团队实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求的京东物流、江苏九洲投资集

团有限公司、晋陵集团常青藤公司、常州宝尊汽车销售服务有限公司等企业
与学校建立稳定合作关系并成为本专业学生实习基地。学生进入以上企业实习前
须签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地能提供视市场推
广、销售、市场运营、客户管理管理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；学校和实习单位双
方共同制订实习计划，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，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学
和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保
证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依
规保障学生的基本权益。

表 10：主要校外实习场所基本情况

序号	合作单位	合作形式
1	京东物流	岗位实习、教师企业实践基地
2	江苏九洲投资集团有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
3	常州市荣顺家乐百货有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
4	常州旅商常青藤企业管理有限公司	岗位实习、教师企业实践基地
5	常州宝尊汽车销售服务有限公司	岗位实习、教师企业实践基地

（三）教学资源

学校拥有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. 教材选用

依据国家、省、学院关于教材的相关规定，学校制定了《常州旅游商贸分
院教材管理办法(试行)》、《常州旅游商贸分院校本教材开发和管理办法》等
内部管理制度，通过教研组-系部-教学管理处层层检查、审核、审批教材，杜
绝不合格的教材进入课堂。学校经规范程序，通过学校教材管理系统择优选
用学院出版的院规教材或推荐教材。

2. 图书文献配备情况

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类
图书文献主要包括经济、管理和文化类图书，商业、贸易及管理类专业领域的

优秀期刊，营销行业相关的技术、方法、操作规范和实务案例类专业书籍和文献等。专业教学团队与图文信息中心充分论证后及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置情况

建设、配备与本专业有关的丰富多样、动态更新的数字教学资源库，贴合学生的学习需求，并适当融入 AI 应用资源，具体包括：

（1）音视频素材 提供电商运营、直播带货、跨境电商等真实案例视频，涵盖网店开设、商品上架、SEO 优化、数据分析工具等操作演示，同时新增 AI 作图工具和智能 SEO 优化基础教程。

（2）教学课件 模块化设计，分为“基础-进阶-实战”三个层次，内容包含图文并茂的 PPT 及配套习题，并增加 AI 应用专题，如智能文案生成、数据分析报告制作等。

（3）数字化教学案例库 联合本地企业引入真实项目数据，开发合适案例，新增 AI 营销工具应用场景，如智能选品和用户画像分析。

（4）虚拟仿真软件 模拟电商运营平台，模拟店铺装修、竞品分析、物流成本计算等场景。

（5）数字教材 内容简明实用，定期更新行业动态，嵌入交互式图表、短视频解析，新增 AI 工具操作指南和实训任务，如广告语生成、主图优化等。

十、质量保障

1. 依据《常州旅游商贸高等职业技术学校专业设置与动态调整实施办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据《常州旅游商贸高等职业技术学校课程管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，校企合作开设课程、共建课程资源。

3. 依据《常州旅游商贸高等职业技术学校教学质量监控制度》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据《常州旅游商贸高等职业技术学校教学管理规范实施细则》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

5. 学校作为学院电子商务专业建设指导委员会的委员单位, 积极参加专指委举办的各类专业建设和教学研究活动。

6. 依据《常州旅游商贸高等职业技术学校教研室工作条例》, 建立集中教研制度, 单周召开教学研讨会议, 每学期开设公开课、示范课并集中评课, 通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力, 创新教学方法(7月3日增加), 持续提高人才培养质量。

7. 依据学校《学生综合素质评价实施方案》, 对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价, 引导学生积极主动发展, 促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

8. 依据学校《毕业生就业跟踪管理制度》, 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制, 由第三方机构撰写《毕业生培养质量评价报告》, 就就业质量、人才服务贡献、学习成果、培养过程反馈、支持服务反馈等进行分析, 定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

学生学习期满, 经考核、评价, 符合下列要求的, 予以毕业:

1. 无违纪违规, 思想政治操行综合考核合格及以上;
2. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上;
3. 根据本方案确定的目标和培养规格, 完成规定的实习实训, 全部课程考核合格或修满 276 学分。

十二、其他事项

(一) 编制依据

1. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》(教职成(2019)13号)
2. 《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》(教职成司函〔2019〕61号)
3. 《高等职业教育专科市场营销专业简介》
4. 《高等职业学校市场营销专业教学标准》
5. 《关于深入推进五年制高等职业教育人才培养方案制(修)订工作的通

知》（苏联院教(2023) 32 号)

6. 《省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的通知》（苏教职函〔2023〕34 号）。

（二）执行说明

1. 规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学年教学时间40周。军训在按照常州市教育主管部门统一安排开设。岗位实习时间为6个月。

2. 理论教学和实践教学按16-18学时计1学分。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周计30学时1个学分。鼓励学生参加各类竞赛、社团、文体活动，设立“多元达标路径”，如专业成果展示、创新创业项目、校企协作成果作为毕业认定参考依据。学生每学年参加一项社团活动，奖励1学分（若同一学年参加多个社团，不累加）。学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。其中市级一等奖奖励学分3分、二等奖奖励学分2分、三等奖奖励学分1分；省级一等奖奖励学分5分、二等奖奖励学分4分、三等奖奖励学分3分；国家级一等奖奖励学分7分、二等奖奖励学分6分、三等奖奖励学分5分。

3. 思想政治理论课程和历史课程，因集中实践周导致学时不足的部分，利用自习课补足。《中国特色社会主义》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导2学时；《心理健康与职业生涯I》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导2学时；《哲学与人生》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导2学时；《职业道德与法治》课程总学时36学时，其中正常教学安排34学时，利用课余时间辅导2学时。《历史》课程总学时72学时，其中正常教学安排68学时，利用课余时间辅导4学时。

4. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。在校外建立了瞿秋白纪念馆、张太雷纪念馆、恽代英纪念馆等德育实践基地，定期组织学生开展志愿者服务、假期实践活动等社会服务，提升学生社会责任感、担当精神等综合素养。

5. 根据教育部思政厅函[2024]14 号文件和江苏联合职业技术学院《关于

做好学院五年制高职开设国家安全教育公共基础课工作的通知》精神，为积极响应国家号召、加强国家安全教育，不断强化五年制高职学生的国家安全意识与责任感，开设国家安全教育课程。同时，在其他课程中渗透开展国家安全教育。

6. 依托学校运动健康学院专业的体育师资、场馆设备和丰富的校企合作、校政合作资源，通过体育课程和第二课堂个性化培养学生田径、足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、瑜伽、啦啦操、体育舞蹈、水上运动等体育运动技能以及运动康复基本技能。

7. 依托中国成人教育协会美育专业委员会常州旅商美育实践基地，加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动。开设艺术（美术）、艺术（音乐）课程，各 18 学时、1 学分，其中正常教学各 17 学时，利用课余时间各辅导 1 学时。

8. 为深入贯彻习近平总书记关于教育的重要论述，全面贯彻党的教育方针，落实《中共中央 国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》和教育部《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》等文件精神，开设劳动教育课程，并以实习实训课程为载体开展劳动教育。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践，设立劳动周。依托学校“如境书院”、“东坡农场”、“环宇艺术设计中心”等劳动教育实践基地，有序开展劳动教育类、创新创业类比赛及活动等。

9. 技能实训课程根据相关专业课程在同一学期开设。“ERP实训”与“管理学”课程匹配，“需求洞察实训”与“消费者行为分析”课程匹配，“电子商务实训”与“电子商务基础”课程匹配，“智能客户服务实训”与“智能客户服务实务”课程匹配，“销售与管理实训”与“销售与管理”课程匹配，“品牌策划综合实训”与“品牌策划”课程匹配，“商务数据分析与应用实训”与“商务数据分析与应用”课程匹配。

10. 任选课程根据常州地区文商旅体深度融合的特色，结合本校优势课程，开设公共基础任选课程10门，具体按“公共选修课程设置表”进行安排；专业拓展任选课程16门，在专业群中进行选课。具体按“专业拓展选修课程设置表”进行安排。

11. 鼓励并从课程设置、课程教学、学分奖励上支持学生获得本专业相关的职业类证书，学生每取得一张人社部门保留的有关职业资格证书、由备案企业自主认定和第三方认定机构组织认定的技能等级证书，按初级、中级、高级分别给予 1 学分、2 学分、3 学分的奖励（相同证书不同级别按最高级给予学分奖励；不同证书可叠加奖励）。

12. 鼓励并从课程设置、课程教学、学分奖励上支持学生获得全国计算机等级考试（NCRE）证书、全国英语等级考试（PETS）证书、普通话水平测试等级证书等。全国计算机等级考试（NCRE）一级、全国英语等级考试（PETS）一级、普通话二级乙等证书等的奖励标准为 1 学分/项，更高等级的全国计算机等级考试（NCRE）证书、全国英语等级考试（PETS）证书、普通话水平测试等级证书等的奖励标准为 2 学分/项（相同证书不同等级按最高等级给予学分奖励；不同证书可叠加奖励）。

13. 所有奖励学分最多替代任选课程 4 学分。

14. 为保证开足每门课程所需学时和教学内容，军事理论与军训、专业认识等课程所占用的其他课程的学时将利用学生自习课时补足。

15. 依据学校《五年制高职毕业设计管理办法》，加强毕业设计全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德，注重对知识产权的尊重和保护。

16. 严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校视觉传达设计专业岗位实习标准》要求，与合作企业共同制定岗位实习计划、实习内容，共同商定指导教师，共同制定实习评价标准，共同管理学生实习工作。

（三）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	钱怡云	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	讲师/专业负责人	负责人/执笔人
2	俞翔	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	副教授/教师	成员
3	刘幸赞	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	副教授/教师	成员
4	邹阳	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	讲师/教研室主任	成员
5	吕义波	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	讲师/教师	成员
6	芮萍	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	讲师/教师	成员
7	杨帆	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	副教授/系主任	成员
8	朱绿尘	江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院	副教授/系副主任	审核人
9	孙增兵	江苏商贸职业学院	副教授/副院长	高校专家
10	赵杨	中教畅享科技股份有限公司	区域经理	企业专家

附件 1：五年制高等职业教育市场营销专业教学进程安排表（2025 级）

类别	性质	序号	课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式			
				学时	实践教学学时	学分	一 17+1 周	二 17+1 周	三 17+1 周	四 17+1 周	五 17+1 周	六 17+1 周	七 17+1 周	八 17+1 周	九 13+5 周	十 18 周	考试	考查		
公共 基础课程	必修 课程	思想政治理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2										√		
			2	心理健康与职业生涯（Ⅰ）	36	0	2		2									√		
			3	哲学与人生	36	0	2			2									√	
			4	职业道德与法治	36	0	2				2								√	
			5	思想道德与法治	48	16	3					3							√	
			6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	0	2							2					√	
			7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	0	3								3				√	
			8	形势与政策	24	0	1							总 8	总 8	总 8			√	
		9	语文	288	48	18	4	4	4	2	2	2						√		
		10	数学	256	24	16	4	4	2	2	2	2						√		
		11	英语	256	48	16	4	4	2	2	2	2						√		
		12	信息技术	128	64	8	2	2	2	2								√		
		13	体育与健康	288	256	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		√		
		14	艺术（美术、音乐）	36	12	2	1	1											√	
		15	历史	72	4	4	2	2										√		
		16	心理健康与职业生涯（Ⅱ）	16	0	1								1					√	
		17	国家安全教育	16	4	1									1				√	
		18	劳动教育	16	4	1		1											√	
		19	地理	64	12	4	2	2											√	
		20	国史	32	6	2							2						√	
		21	职业发展与就业指导	32	6	2									2				√	
	任选 课程	22	(见任选课程安排表)	170	80	10					2	2	2	2	2				√	
公共基础课程小计				1966	584	120	24	23	14	12	13	12	7	10	4	0				
专业课程	专业平台课程	必修 课程	1	企业经营管理	68	34	4				4								√	
			2	经济学基础	68	34	4		4										√	
			3	市场营销	68	34	4			4									√	
			4	商品学基础	68	34	4			4									√	
			5	大数据财务管理基础	68	34	4				4								√	
			6	商业经济基础	68	34	4				4								√	
			7	统计学基础	68	34	4					4							√	
			8	管理学基础	68	34	4			4									√	
			9	中国商业文化	34	17	2						2							√
			10	电子商务基础	68	34	4					4							√	
	专业核心课程	必修 课程	11	消费者行为分析	68	34	4				4								√	
			12	商务礼仪与沟通	68	34	4	4											√	
			13	服务营销	68	34	4						4						√	
			14	销售与管理	68	34	4							4					√	
			15	商务数据分析与应用	52	26	3									4			√	
			16	智能客户服务实务	68	34	4						4						√	
			17	品牌策划与推广	102	80	6								6				√	
			18	数字营销	102	80	6							6					√	
	专业拓展课程	必修 课程	19	网店运营与推广	102	80	6					6							√	
			20	视觉沟通技术与应用	68	34	4							4					√	
			21	现代商务谈判	68	34	4								4				√	
			22	直播营销	52	26	3									4			√	
			23	经济法	52	26	3										4		√	
			24	短视频策划与制作	68	34	4							4						√
	任选 课程	25	((见任选课程安排表)	436	218	28			2				6	2	8	10			√	
专业课程小计				2088	1175	125	4	4	14	16	14	16	20	18	22	0				
实践性教学环节		1	军事理论与军训	30	30	1	1 周													
		2	认识实习	30	30	1		1 周												
		3	ERP 实训	30	30	1			1 周										√	
		4	需求洞察实训	30	30	1				1 周									√	
		5	电子商务实训	30	30	1					1 周								√	
		6	智能客户服务实训	30	30	1						1 周							√	
		7	销售与管理实训	30	30	1							1 周						√	
		8	品牌策划综合实训	30	30	1								1 周					√	
		9	商务数据分析与应用实训	30	30	1										1 周			√	
		10	毕业设计	120	120	4										4 周			√	
		11	岗位实习	540	540	18											18 周		√	
实践性教学环节小计				930	930	31	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	18 周		√		
合计				4984	2689	276	28	27	28	28	27	28	27	28	26	0				