

江苏省五年制高等职业教育  
市场营销专业实施性人才培养方案

常州旅游商贸高等职业技术学校

二〇一八年六月

# 江苏省五年制高等职业教育 市场营销专业实施性人才培养方案

## 一、专业与专门化方向

专业名称：市场营销（专业代码：630701）

专门化方向：网络营销

## 二、入学要求与基本学制

入学要求：应届初中毕业生

基本学制：五年一贯制

办学层次：普通专科

## 三、培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美全面发展，具备良好的职业道德和职业素养，既掌握营销基本理论，又掌握市场开发、客户服务、网络广告设计、市场调查与分析、营销策划执行等实操技能，能适应各行业企业传统与现代网络营销、策划等岗位需求的发展型、复合型和创新型技术技能人才。

## 四、职业（岗位）面向、职业资格及继续学习专业

### （一）职业（岗位）面向

1. 主要就业岗位：消费品生产流通企业、工业品生产流通企业和服务性企业相关营销岗位；分销代理机构、中介服务机构、市场研究及广告咨询机构相关营销岗位；各行业连锁经营单位及各门店相关营销岗位。

2. 其他就业岗位（群）：电商、旅游、房地产、保险、汽车等行业相关营销岗位。

职业岗位（群）		典型工作任务
初始岗位	1、市场营销人员	1-1 市场分析
		1-2 市场推广
		1-3 市场营销一般管理
	2、推销人员	2-1 寻找顾客
		2-2 接近顾客、洽谈和成交
		2-3 处理顾客异议
		2-4 上门、柜台综合推销
	3、市场调研员	3-1 市场调研
		3-2 撰写市场调研报告
		3-3 市场预测
	4、网络营销人员	4-1 网络营销基本业务
		4-2 搜索引擎营销

	5、网络客户服务人员	5-1 网络客户开发
		5-2 网络客户维护
		5-3 网络客户关系及档案管理
发展岗位	6、网络广告策划	6-1 网络广告设计
		6-2 网络广告投放
	7、网络营销策划人员	7-1 团队合作
		7-2 制定网络营销计划
		7-3 制定网络营销策划案

## （二）职业资格证书与技能等级证书

（1）学生必须取得全国公共英语等级考试一级证书、全国计算机等级考试一级证书。同时，参加学校组织的职业能力鉴定，获得“合格”以上职业能力鉴定证书。

（2）有条件的学生可选考与本专业相关的国际技能证书或职业资格证书，如：SCPS™ 注册职业销售经理、CSE 注册销售总监、LCCI 市场营销职业资格等。

## （三）继续学习专业

市场营销、电子商务及相关经济管理类本科专业。

## 五、综合素质及职业能力

### （一）综合素质

1. 思想道德素质：具备良好的政治素质、道德品质和法律意识；具有诚实、守信的职业道德；具有良好的人际交往、组织协调能力和团队合作精神；具有正确的择业、就业观和创业、创新精神。

2. 科学文化素质：具有较为全面的语文、数学、外语、计算机等文化基础知识和较为宽泛的科学技术知识。

3. 专业素质：掌握经济学、管理学基本原理和会计基础知识及现代物流、信息技术、国际贸易等相关专业基础知识；掌握市场分析与预测的基本方法；掌握营销沟通与促销等专业知识；掌握商务谈判的方法与技巧；掌握顾客消费心理变化规律及客户服务与管理的方法和技巧；掌握电子商务基础知识及网络营销技能；掌握企业营销活动的策划、实施和评估等方法。

4. 身心素质：具有健康的体魄；具有善待自己、善待他人，能适应环境的良好心态。

### （二）职业能力

1. 基本能力：具有较强的语言表达和规范书写经济应用文的能力；具有较强的计算机应用能力；具备一定的英语听、说、读、写、译能力；获得全国计算机等级考试一级证书和全国英语应用能力考试等通用能力证书。

2. 核心能力：具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力；具有合理运用营销策略进行营销策划的能力；具有独立开展产品销售的能力；具有为客户服务的能力；具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力；具有熟练进行网络销售管理以及一般网络营销操作的能力。

3. 其他能力：具备较强的自我管理与发展能力。

### 六、教学时间分配（按周分配）

学期	学期周数	理论教学		实践教学						入学教育与军训周数	机动周
		授课周数	考试周数	技能训练		课程设计 大型作业 毕业设计		企业见习 顶岗实习			
				内容	周数	内容	周数	内容	周数		
一	20	14	1	ERP认知	2					2	1
二	20	18	1	市场营销							1
三	20	18	1	电子商务							1
四	20	18	1	市场调查							1
五	20	18	1	网络营销							1
六	20	18	1	网络广告策划							1
七	20	18	1	网络营销策划							1
八	20	18	1	ERP沙盘实训							1
九	20	8	1					企业见习 (旅游营销/连锁经营)	10		1
十	20	1	0			毕业设计	2	顶岗实习	17		0
合计	200	149	9		2		2		27	2	9

备注：专业课程训练内容及课时根据学期专业技能课程实际教学内容安排。

### 七、教学时间安排（见附表）

### 八、主要专业课程内容及要求

序号	课程名称 (课时)	主要教学内容及要求	教学实施建议
1	市场营销	(1) 掌握营销基本原理和方法，熟悉营销活动基本流	(1) 本课程宜以实战为背

	(68)	程及策略, 学会消费者需求分析、目标市场策略、营销组合策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等营销知识与技能的运用; (2) 主要教学内容: 市场商机把握, STP, 营销组合, 营销战略和整合营销	景, 以经典案例为支点, 以工作过程为基础, 以任务为载体开展教学; (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
2	沟通协作技巧 (34)	(1) 掌握沟通技巧, 提高与他人沟通的质量, 改善与他人沟通的方法, 通过沟通, 赢得客户; (2) 主要教学内容: 沟通理论的系统与基本结构, 沟通的步骤, 沟通技巧及其运用等内容	(1) 本课程宜采用模拟教学为主; (2) 本课程考核可根据学生与他人沟通时的技巧运用而定
3	市场调查与预测 (68)	(1) 掌握市场调查与预测的方法, 明确市场调查与预测在企业中的重要性, 理解市场调查的基本知识, 能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测, 具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力; (2) 主要教学内容: 市场调查及预测产生和发展, 市场调查与预测的必要性, 基本知识和方法, 调查资料的整理与分析, 调查与预测报告的撰写等	(1) 本课程以理实一体化教学为主, 注重学生生活学活用; (2) 市场调查部分应面向实际工作而开展; 市场预测应以定性分析为主, 结合定量分析; (3) 本课程考核宜根据学生市场调查与预测报告情况而定
4	电子商务 (68)	(1) 运用所学专业知 识, 做好网上开店、产品营销等工作, 能够独立从事该项工作, 并解决好经营工作中的相关实际问题; (2) 主要教学内容: 以现代互联网和计算机技术为基础的现代企业的网络营销及网上购物、电子交易等电子商务的内容及操作实务等	(1) 本课程宜以实战为背景, 通过项目设置实施教学; (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
5	消费者行为分析 (68)	(1) 掌握顾客购买商品的心理能力, 学会观察顾客的心理表现, 提高观察问题和随机应变的能力; (2) 主要教学内容: 消费者购买行为的心理研究, 对不同类型的消费者购买商品的心理分析与柜台接待的心理研究等	(1) 本课程以案例教学为主; (2) 根据单元教学需要, 可组织学生赴企业观察顾客的心理表现; (3) 有条件可聘请企业人员来校讲授。
6	网络营销策划 (108)	(1) 掌握如何在进行网络营销活动时根据企业的营销目标开展有效的市场策划活动, 并具备从事网络市场营销策划的能力; (2) 主要教学内容: 网络营销环境、网络营销流程、网络市场调研的内容和主要方法, 网络营销过程中的	(1) 本课程为综合运用课程, 实践性较强, 因此, 宜采用理实一体化教学或项目教学; (2) 本课程考核以各策划方

		产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等。	案的完整性、实用性为依据，实施过程考核
7	现代推销技术 (68)	(1) 掌握推销工作流程中各个业务环节的基本技术，熟悉本行业产品的具体推销技巧，懂得推销员管理的基本内容与要求； (2) 主要教学内容：推销含义、推销员素质要求与推销基本礼仪、推销准备与策划、接近技术实务、产品介绍与示范、沟通、语言艺术与说服技巧、处理顾客异议技术实务、成交谈判技术、成交手续、售后跟踪、推销员管理等内容	(1) 本课程以理实一体化或项目教学，注重学生生活学活用； (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
8	现代广告策划 (68)	(1) 培养学生对广告活动及创意的鉴赏和评价能力，训练学生的文案写作能力和简单广告活动的策划能力； (2) 主要教学内容：广告构成要素，广告媒体的选择，广告创意，广告文案的写作和广告活动的策划等内容	(1) 本课程实践性较强，宜采用理实一体化教学或项目教学； (2) 本课程考核以各策划方案的完整性、实用性为依据，实施过程考核
9	客户关系管理 (68)	(1) 学会对客户类型的分析，掌握怎样与客户建立良好的关系，如何进行客户关系管理； (2) 主要教学内容：客户的类型、特点，与客户建立良好的关系的方法，进行客户关系管理的方法等内容	(1) 本课程以案例教学为主； (2) 根据单元教学需要，可组织学生赴企业进行认识实习； (3) 有条件可聘请企业人员来校讲授
10	网络营销 (68)	(1) 掌握网络营销常用的工具和方法，熟练掌握网络营销的各种技巧，掌握网络营销的产品、价格、渠道和促销策略； (2) 主要教学内容：网络营销的各种知识和方法，包括网络营销的外部环境、网络营销对象的特征、购买动机和行为、购买模式以及影响购买的因素、网络营销的基本策略等	(1) 本课程宜以实战为背景，通过项目设置实施教学； (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式

## 九、专业教师任职资格

### (一) 教学团队要求

1. 本专业的专任专业教师与在籍学生比不低于 1:30。
2. 专业负责人应具有本科及以上学历、副高以上职称；具有与本专业相关的营销师职业资格或经济师以上非教师系列专业技术职务；从事本专业教学达 3 年以上，熟悉行业产业和本专业发展现状与趋势；主持过校级以上课题研究或参与市级以上课题研究，有市级以上教研或科研成果。
3. 骨干教师接受过职业教育教学方法论的培训，具有专业课程的开发能力，能够指导

新教师完成上岗实习工作；每年有 10%以上专任专业教师参加市级以上培训、进修。

4. 本专业兼职教师占专业教师比例 10%~30%。

### （二）专任专业教师任职资格

1. 具有教师资格证书，具有经济师等非教师系列中级专业技术职务或与本专业有关的中高级职业资格证书或技术等级证书。

2. 具有良好的职业道德和敬业精神。

3. 具备扎实的专业理论基础和合理的知识结构，能遵循职业教育教学规律进行课程改革及课程实施。

4. 具备较强的现代信息技术运用能力，能充分利用信息技术、数字化资源和信息化环境组织教学活动。

5. 每两年至少能到企业进行顶岗锻炼两个月以上，熟悉企业经营管理的实际运作并同企业有关人员保持良好的协作关系。

### （三）专业兼职教师任职资格

1. 具有一定的营销工作经历和丰富的营销管理经验，具有营销师等中级及以上专业技术职务或市场营销管理职务。

2. 具有一定的专业教学经历和教学水平，能悉心指导学生进行实践操作。

3. 具有较高的思想政治素养和责任心，热爱学生，为人师表。

## 十、实训实验条件

主要实训 (实验)室	主要功能	主要设备	配套教学资源
市场营销 综合实训室	学生借助市场营销模拟教学软件 进行模拟营销实训，实现营销理论知识与操作实务的对接	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅(40台套)	营销模拟平台软件、调查教学模拟软件、营销课程训练软件
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。	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（40台套）	商务谈判实训软件
营销策划 实训室	营销策划实训室作为营销专业教学经营实体，为学生实训、教师研修、企业策划提供平台，主要是面向社会开展项目咨询、策划、设计及相关学术研究	电脑、打印机、复印机、配套桌椅（40台套）	统计分析软件、客户关系管理软件
广告策划 实训室	根据既定的营销计划进行广告创意实践，培养广告创意实战经验，熟悉各种广告媒体的制作与发布流程	电脑、彩色打印机、数码摄像机、海报展板(40台套)	营销管理信息系统
供应链管理 实训室	通过模拟企业与企业间协同，帮助学生建立供应采购、仓储配送包装与条码、连锁商业物流、销售批发等供应链全景	电脑、打印机、投影仪及幕布、实训桌椅（40台套）	用友 U8 软件

	联系		
连锁经营 模拟实训室	前台为连锁经营收银系统，实现对超市采购、销售、收银等管理。同时配以零售后台管理	激光扫描平台、POS机、写卡机、货架、收款台	用友商超软件
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	电脑、ERP 沙盘物理台面、投影仪及幕布、文件柜	用友 ERP 创业者软件
实习超市	提供全真经营实习	POS机、货架及商品	用友商超软件

## 十一、编制说明

### (一) 编制依据

- 1、中共中央办公厅、国务院办公厅《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》。
- 2、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》。
- 3、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定工作的指导意见（征求意见稿）》（教职成司函[2017]130号）
- 4、《教育部关于加强新时代高校“形式与政策”课建设的若干意见》。
- 5、中共教育部党组关于印发《高等学校学生心理健康教育指导纲要》（教党[2018]41号）。
- 6、《省政府关于加快推进职业教育现代化的若干意见》（苏政办发[2018]68号）。
- 7、《省政府办公厅关于深化产教融合的实施意见》（苏政办发[2018]48号）。
- 8、《省教育厅省财政厅关于推进职业学校现代化专业群建设的通知》（苏教职[2015]38号）。

### (二) 课时及学分分配

本方案总课时为 5278 学时。其中，公共基础课为 1852 学时，占总课时的 35.1%；专业平台课 1292 学时，占总课时的 24.5%；专业方向课为 312 学时，占总课时的 5.9%；专业技能实训项目课程为 290 学时，占总课时的 5.5%；任选课 850 学时，占总课时的 16.1%；顶岗实习与毕业设计为 570 学时，占总课时的 10.8%；其他类教育活动 112 学时，占总课时的 2.1%。公共课基础课与专业技能课的课时比例为 75.2%。

本方案总学分为 275 学分。其中课程教学第 1 至第 5 学年每学期按 16-18 学时记 1 学分；专业实训项目课程按照每周 1 学分计算；专业认知与入学教育、军训、公益劳动、毕业教育按照 1 学分计算。顶岗实习总课时 510，总学分为 27 学分。

### (三) 公共基础课开设

1. 德育课：德育课开设 9 个学期。其中，毛泽东思想概论和中国特色社会主义理论体系在 5、6 学期开设，心理健康在第 7 学期开设，就业与创业指导在第 8 学期开设，人际关系在第 9 学期开设，形式与政策在 1、3、5 学期开设，各 8 学时。

2. 语文开设 8 个学期、数学开设 8 个学期、英语开设 8 个学期，语文、数学、英语学时分布为 4、4、2、2、2、2、2、2。

3. 鉴于财经类专业的特点，文化课限选课程开设历史和书法。

### (四) 选修课开设

1. 限选课我校根据实际情况，在本方案所列诸课程中选一门开设。
2. 任选课根据超星尔雅平台的选课清单选择所学课程。

### **(五) 顶岗实习**

顶岗实习是本专业学生学习的重要组成部分，是培养学生综合职业能力的主要教学环节之一。顶岗实习计划由企业与企业根据岗位对从业人员的素质要求共同制订，教学活动主要由企业组织实施，学校参与教学管理和评价。顶岗实习安排在第 10 学期进行，共 17 周，每周计 30 课时，共 27 学分。

### **(六) 毕业设计（论文）**

毕业设计（论文）是培养学生综合运用所学知识和技能分析、解决实际问题的教学环节，是学生创新意识、创新能力和获取新知识、提高职业能力的培养过程。毕业设计安排在第 10 学期，共 2 周，共 4 学分。

### **(七) 其他**

我校在执行本方案时，结合实际情况进行了适当调整，但专业平台课程的设置严格执行联院指导性人才培养方案。

## **十二、修订说明**

1. 本方案根据教务处下发的《2018 年人才培养方案制定和修订的原则意见》制定。
2. 学生的学分含基础学分和奖励学分。
3. 奖励学分的补充说明：
  - (1) 专业技能证书：初级 1 分；中级 2 分；高级 3 分。
  - (2) 学生参加各类竞赛按不同级别名次奖励学分（同一类型比赛按最高级别计算）
    - 国家级 1-3 等奖，奖 4、3、2 学分；
    - 省级 1-3 等奖，奖 3、2、1 学分；
    - 市级 1-3 等奖，奖 2、1、0.5 学分；

五年制高职市场营销专业教学时间安排表

类别	序号	课程名称	学时及学分		周课时及教学周安排											考核方式		
			学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查		
					16+2	17+1	17+1	17+1	17+1	17+1	17+1	17+1	17+1	17+1			17+2	
公共基础课	德育课 必修课	1 职业生涯规划	32	2	2													√
		2 职业道德与法律	34	2		2												√
		3 经济政治与社会	34	2			2											√
		4 哲学与人生	34	2				2										√
		5 心理健康	34	2							2							√
		6 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	68	4					2	2								√
		7 创业与就业教育	34	2								2						√
		8 形势与政策	24	1	8学时		8学时		8学时									√
		9 人际关系	34	2										2				√
	文化课 必修课	1 语文	340	20	4	4	2	2	2	2	2	2	2					√
		2 英语	340	20	4	4	2	2	2	2	2	2	2					√
		3 数学	340	20	4	4	2	2	2	2	2	2	2					√
		4 体育与健康	304	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				√
		5 计算机应用基础	136	8	4	4												√
限选课		6 书法	32	2		2												√
		7 历史	32	2				2										√
合计			1852	109	20	22	10	12	10	10	10	10	10	4				
专业技能课	专业平台课程	1 基础会计	34	2			2											√
		2 物流基础	34	2			2											√
		3 市场营销*	68	4		4												√
		4 经济学基础	68	4	4													√
		5 商务礼仪	34	2	2													√
		6 统计学原理	68	4			4											√
		7 沟通协作技巧	34	2	2													√
		8 管理学原理	68	4				4										√
		9 经济法基础	68	4			4											√
		10 商务谈判	68	4					4									√
		11 网络营销*	68	4					4									√
		12 国际贸易实务	68	4								4						√
		13 市场调查与预测	68	4				4										√
		14 公共关系策划	68	4							4							√
		15 消费者行为分析*	68	4				4										√
		16 电子商务	68	4			4											√
		17 现代推销技术	68	4					4									√
		18 连锁经营与管理	68	4						4								√
		19 企业经营管理	68	4								4						√
		20 客户关系管理*	68	4								4						√
		21 现代广告策划	68	4								4						√
小计			1292	76														
专业方向课	1 SEO和网站优化	68	4							4							√	
	2 搜索营销	68	4						4								√	
	3 网络营销策划*	108	6								6						√	
	4 网络整合营销	68	4									4					√	
	小计			312	18								4					
专业技能实训项目课程	1 ERP认知	54	3	2w													√	
	2 市场营销实训	28			1w												√	
	3 电子商务实训	28				1w											√	
	4 市场调查实训	28					1w										√	
	5 网络营销实训	28						1w									√	
	6 网络广告策划实训	28							1w								√	
	7 网络营销策划实训	28								1w							√	
	8 ERP沙盘实训	68	4									4					√	
小计			290	7								4						
顶岗实习与毕业设计	1 顶岗实习	510	27												17w		√	
	2 毕业设计(论文)	60	4												2w		√	
专业技能课合计			2464	132	8	4	16	12	16	16	14	12	0					
任意选修课	1 网络课程1	34	2		2												√	
	2 网络课程2	34	2			2											√	
	3 网络课程3	34	2							2							√	
	4 中华优秀传统文化/茶艺/国学	34	2						2								√	
	7 旅游概论/汽车营销/创业文化与创新思维	68	4				4										√	
	8 PHOTOSHOP/房地产营销/医药营销	68	4								4						√	
	9 网页设计与制作/跨境电商营销/保险营销	68	4									4					√	
	10 旅游营销模块课程与企业见习	510	10												17w		√	
	10 连锁经营管理模块课程与企业见习															√		
	任选课程合计			850	30	0	2	2	4	2	2	4	4	10				
其他类教育活动	1 军训	28	1															
	2 专业认知与入学教育	28	1															
	3 公益劳动	28	1															
	4 毕业教育	28	1															
其他教育类活动小计			112	4														
合计			5278	275	28	28	28	28	28	28	28	26	30	19周				

说明: 1、第8学期 5月1日后, 部分学生可选择参加自学考试复习  
2、第9学期学生参加综合实训课程