

**广西工程职业学院**

**2024级市场营销专业**

**人才培养方案**

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

标准修业年限为3年，弹性学分有效修业年限为2-5年。

四、职业面向

表1 市场营销专业职业岗位分析表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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（53） | 工商管理类（5306） | 批发业（51）  零售业（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 | 市场营销师证，网络营销师证，助理电子商务师证，助理物流师证 |

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，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型人才。

（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1—2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1—2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）能够对客群和竟争者进行分析。

（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

按照教育部要求设置公共基础必修选修课程，公共基础必修课程包括：思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、大学体育、军事理论及军事技能、大学生心理健康教育、大学英语、高等数学、计算机基础、大学生职业发展与就业指导、劳动教育。

公共基础选修课程包括：大学生礼仪修养、中国民俗剪纸技法、影视与鉴赏、人际交流与沟通、演讲与口才、创新创业教育、中国共产党简史、改革开放简史、中华人民共和国简史、社会主义发展简史、国家安全教育、语文。

表2 公共基础课程描述表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程教学目标 | 课程教学内容 | 课程教学要求 |
| 1 | 思想道德与法治 | 帮助学生树立正确的社会主义核心价值观，增强国家意识、公民意识和社会责任感;引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，形成健全的人格和良好的道德品质;让学生了解国家的基本法律制度和法治原则，增强法治观念，提高依法维护自身合法权益的能力;培养学生运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。 | 本课程主要涵盖帮助大学生领悟人生真谛，把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，培育和践行社会主义核心价值观；帮助大学生遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践紧密结合起来，引领良好的社会风尚；帮助大学生学习法治思想、养成法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。 | 通过教师的理论讲授和学生的实践体验，让大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，牢固树立社会主义核心价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，成长为德、智、体、美、劳全面发展的中国特色社会主义伟大事业的合格建设者和可靠接班人。 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 帮助大学生树立对中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就形成更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更加深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；提升对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。 | 课程涵盖了毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理、历史背景、实践发展以及二者之间的相互关系等内容，旨在帮助学生深入理解中国特色社会主义的理论基础和实践经验，培养其分析和解决问题的能力。 | 通过教师运用信息化技术进行史论结合、案例丰富的讲授，引导学生系统掌握马 克思主义基本原理和马克思主义中国化理论成果，了解党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，认识世情、国情、党情，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想，培养运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力； 矢志不渝听党话跟党走，争做社会主义合格建设者和 可靠接班人。 |
| 3 | 形势与政策 | 帮助学生全面、准确地了解国内外形势发展的新动态、新特点和新趋势，引导学生深入学习贯彻党和国家的方针政策，增强学生的国家意识和社会责任感，提高学生的综合素质和社会适应能力。 | 涵盖国际形势、国内形势、社会热点、国家政策等方面。通过学习，学生将了解当前国内外政治、经济、文化、社会等领域的最新动态和趋势，掌握党和国家最新的方针政策和决策部署，为未来的学习和工作提供重要的参考和指导。同时，课程还将培养学生的分析判断能力、政策理解能力和社会实践能力，提升学生的综合素质和社会适应能力。 | 通过教师采取混合式教学和学生研讨，聚焦社会热点、回应学生关切问题，提高学生运用马克思主义理论的立场观点方法解决实 际问题的能力，提高政治 辨别力，紧密围绕在以习近平同志为核心的党中央周围，奋进新征程。 |
| 4 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 让学生全面、系统、深入地学习和掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质和实践要求，增强对党的创新理论的理解和认同，坚定理想信念，为成长为担当民族复兴大任的时代新人打下坚实的思想基础。 | 课程内容涵盖习近平新时代中国特色社会主义思想的形成背景、理论逻辑、主要内容和实践要求等方面。通过学习，学生将深入了解这一重要思想的时代背景、理论贡献和实践指导意义，增强对党的理论创新的认识和信心，为未来的学习和工作提供科学指导和行动指南。 | 通过教师的混合式教学 、史论结合 、案例丰富的教 学，让学生感悟党的创新理论的思想伟力，坚持用马克思主义理论指导实践，做 “学思想、强党性、重实践、建新功”的新时代青年，自觉凝聚在党中央周围，以中国式现代化建设推进中华民族伟大复兴。 |
| 5 | 大学体育 | 旨在培养学生的体育兴趣，增强其身体素质，提高运动技能，并通过体育运动促进身心健康发展，为未来的学习和生活打下坚实的健康基础。 | 内容涵盖体育基础理论知识、实践技能训练、身体素质训练和心理健康教育等方面。 | 循序渐进，由浅入深，逐步提高学生的体育技能；注重示范指导，通过示范动作带动学生的学习兴趣；强化实践训练，让学生通过实际操作掌握体育技能。 |
| 6 | 军事理论及军事技能 | 旨在让学生了解基本的军事理论知识，掌握基本的军事技能，增强国家安全意识和国防观念，培养爱国主义精神，为培养合格公民和后备军事人才打下基础。 | 课程内容包括军事基础知识、国家安全形势分析、军事技能训练等。 | 循序渐进，由浅入深，逐步提高学生的军训技能；注重示范指导，通过示范动作带动学生的学习兴趣；强化实践训练，让学生通过实际操作掌握军事技能。 |
| 7 | 大学生心理健康教育 | 旨在帮助学生建立正确的心理健康观念，提高心理素质，增强心理调适能力，预防和解决心理问题，促进个人全面发展，为未来的学习和生活奠定坚实的心理基础。 | 课程内容涵盖了心理学基础知识、自我认知与情绪管理、人际关系处理、学业与职业规划、心理健康维护与危机应对等方面。 | 要注重理论联系实际，注重培养学生实际应用能力；既有心理知识的传授，心理活动的体验，还有心理调适技能的训练等。 |
| 8 | 大学英语 | 培养学生具备基本的英语听、说、读、写、译能力，增强其跨文化交际意识和沟通能力，同时提高其综合素养，为未来的学术、职业和国际交流做好准备。 | 课程内容主要包括英语语言知识、语言技能和文化知识。具体涵盖词汇、语法、听力理解、口语表达、阅读理解、写作技巧和跨文化交际等方面的知识与技能。 | 视听说部分加强对听说能力的培养和训练；读写部分加强对文章的理解和运用，引导学生提高全面理解整篇文章的能力。 |
| 9 | 高等数学 | 培养学生的数学逻辑思维、抽象思维和问题解决能力，使其掌握高等数学的基本概念和方法，为后续的学术研究、工程应用以及科学探索打下坚实的数学基础。 | 课程内容包括函数、极限与连续、一元函数微积分、多元微积分、级数、常微分方程等。 | 根据教学内容，结合学情分析以及教学重点、难点突破等，采用混合式教学模式，综合运用讲授法、案例教学法、启发式教学法、练习法教学方法。 |
| 10 | 计算机基础 | 让学生掌握计算机的基本概念和操作技能，培养其利用计算机解决实际问题的能力，为其未来的学习和工作提供必要的计算机技能支持。 | 课程内容涵盖计算机基础知识、操作系统、办公软件应用、网络基础等方面。 | 注重实践操作，加强实际操作练习。 |
| 11 | 大学生职业发展与就业指导 | 帮助学生明确职业方向，提升就业竞争力，培养创业意识，以及提供个性化的职业规划指导，为未来的职业生涯发展奠定坚实基础。 | 课程内容包括自我认知与职业定位、就业市场分析、求职技巧与方法、职业生涯规划、创业基础知识等。 | 在教学中主要采用讲授法、讨论法、案例教学法，以充分调动学生进行思考，激发学生主动性和参与性，增加学生在课堂中的获得感，提高教学实效。 |
| 12 | 劳动教育 | 通过劳动教育，使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。 | 以实习实训课为主要载体开展劳动教育，包含劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。 | 注重围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题。 |
| 13 | 大学生礼仪修养 | 培养学生具备优雅得体的社交礼仪，提高其人际交往能力和社会适应能力，为未来的职业生涯和个人发展打下良好的社交基础。 | 课程涵盖仪表仪态、日常社交礼仪、商务礼仪、公共礼仪、国际礼仪等方面。 | 注重礼仪示范指导，通过礼仪示范动作带动学生的学习兴趣；强化礼仪实践训练，让学生通过礼仪实际操作掌握礼仪技能。 |
| 14 | 中国民俗剪纸技法 | 传承和弘扬中华传统文化，让学生掌握基本的剪纸技法和创作思维，培养其创意实践能力，并增进对中国传统民间艺术的了解与欣赏。 | 课程内容包括剪纸基础知识、传统剪纸技法、创作实践与欣赏等。学生将通过学习了解剪纸的历史背景、文化内涵和艺术特点，掌握基本的剪纸工具和材料使用技巧，以及传统剪纸图案的绘制与剪裁方法。 | 通过示范教学，直观的了解剪纸的技法和要领，通过剪纸创作，提高剪纸技能。 |
| 15 | 影视与鉴赏 | 培养学生具备对影视作品的基本鉴赏能力，理解影视艺术的内涵与特点，提高审美水平，同时引导学生思考影视作品所反映的社会、文化和人性问题，促进批判性思维的形成。 | 课程内容涵盖影视作品分析、影视艺术理论、影视史论等方面。 | 利用启发诱导提升、优秀案例赏析、项目分组讨论等教学方法，引导学生主动思索，参与创新来达成有效提升学习效果目标。 |
| 16 | 人际交流与沟通 | 课程旨在帮助学生掌握有效的人际沟通技巧，提升其在工作、学习和日常生活中的沟通能力，以更好地建立和维护人际关系，实现有效合作与问题解决。 | 课程内容包括沟通基础理论、沟通技巧、冲突处理、团队合作等方面。 | 通过案例引导、深度解析，情景模拟，角色扮演，媒体演示，专项实践，让学生达到掌握知识技能目的。 |
| 17 | 演讲与口才 | 培养学生的口头表达能力，使其具备清晰、准确、有逻辑的语言表达能力，同时增强学生的自信心和应变能力，为未来的公众演讲和职场沟通打下坚实基础。 | 课程内容包括演讲基础理论、演讲技巧、口才训练、实践演练等方面。学生将学习演讲的基本结构、语言技巧、肢体语言以及应对紧张情绪的方法。 | 坚持“理论有 的放矢，实践有理可循”原则，先易后难，循序渐进地提高学生日常交际、演讲、 辩论、谈判等方面的表达能力，重视实训教学，使每一次训练都取得实效。采用多样化的 现代化教学手段，更好帮助学生加强练习与自修。 |
| 18 | 创新创业教育 | 培养学生的创新思维、创业意识和创业能力，让学生了解创业的基本知识和流程，掌握创业所需的基本技能，为未来的创业实践或职业发展打下坚实基础。 | 课程内容涵盖创新思维培养、创业理念引导、市场调研分析、商业模式构建、团队建设与管理、创业计划书撰写、资金筹措与投资等方面。 | 理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。 |
| 19 | 中国共产党简史 | 中国共产党简史课程的目的是让学生了解中国共产党的光辉历程、伟大成就和宝贵经验，加深对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的认识，增强对党的信仰和对中国特色社会主义的信念。 | 课程内容包括党的创立与早期发展、新民主主义革命、社会主义革命和建设、改革开放和社会主义现代化建设等历史时期。通过学习，学生将全面了解中国共产党领导中国人民进行革命、建设和改革的光辉历程，深刻认识党在各个历史时期的伟大成就和宝贵经验，为成为一名合格的共产党员或社会主义建设者奠定坚实的思想基础。 | 通过教师的理论讲授和丰富的史料佐证，以及线上线下参观历史纪念馆，引导学生树立正确的历史观，做到“学史明理、学史增信、学史崇德、 学史力行”，感悟党的伟大，增强“四个自信”， 坚定信心永远跟 党走，做“青春心向党”、踔厉奋发建新功的新时代青年。 |
| 20 | 改革开放简史 | 让学生全面了解改革开放的历史背景、进程和成就，深刻理解改革开放对中国现代化建设的深远影响，增强对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的自信。 | 涵盖改革开放的历史背景、决策过程、主要内容和成就等方面。通过学习，学生将了解改革开放是如何推动中国经济、政治、文化和社会等领域的深刻变革，如何使中国逐步走向世界舞台的中央，以及改革开放对中国和世界产生的深远影响。这将有助于学生更好地认识和理解中国特色社会主义的发展道路，坚定对中国特色社会主义的信心和决心。 | 通过专题讲授法、情境教学法，让学生能够系统把握中国改革开放事业的辉煌成就、重大贡献、重要经验和深刻启示。 |
| 21 | 中华人民共和国简史 | 让学生全面了解中华人民共和国从成立至今的历史进程、主要成就和基本经验，加深对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的认识，增强国家认同感和民族自豪感。 | 主要包括新中国的建立、社会主义制度的确立、社会主义建设道路的探索、改革开放和社会主义现代化建设的新时期等方面。通过学习，学生将深入了解中华人民共和国在各个历史阶段的发展变化，认识到中国特色社会主义道路的历史必然性和正确性，增强对国家的热爱和对未来的信心。 | 通过课堂讲解、案例分析、小组讨论、模拟实践等方式，促进学生进一步增强民族自尊心、自信心和自豪感, 坚定对马克思主义的信仰、对中国共产党的信任、对社会主义的信心。 |
| 22 | 社会主义发展简史 | 让学生全面了解社会主义思想和实践的历史演变，深入理解社会主义的基本原则和核心价值，认识社会主义在不同国家和时期的发展与挑战，从而增强对社会主义制度的认识与信心。 | 课程内容涵盖了从空想社会主义的产生与发展，到科学社会主义的形成与实践，再到中国特色社会主义的探索与成就等历史阶段。通过学习，学生将了解社会主义思想的起源、发展和变革，掌握社会主义制度在不同国家的实践经验和教训，为理解和坚持中国特色社会主义提供历史依据和理论支持。 | 通过文本解读法、故事穿插法、存疑追问法等方式，帮助学生掌握关于当代社会主义的基本知识，以更深刻的视角理解认识当代中国社会，强化共产主义世界观。 |
| 23 | 国家安全教育 | 让学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。 | 政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、新型领域安全。 | 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。 |
| 24 | 语文 | 全面提升学生的语言文字应用技能、人文素养和跨文化交际能力，同时致力于弘扬中华优秀传统文化，增强学生的国家认同感和文化自信。课程的具体目标涵盖了提高学生的阅读理解和写作能力，培养学生对中华优秀传统文化的认识和尊重，拓展学生的国际视野和提高跨文化交际能力，以及培养学生的思辨能力和创新精神，从而促进学生的全面发展。 | 具体内容包括：欣赏与解读古今中外的经典文学作品，如诗歌、散文、小说和戏剧，以提高学生的文学素养和审美能力；传授汉字认读、书写规范、语法结构、修辞技巧等语言文字基础知识，为学生打下坚实的语言文字应用基础。 | 通过多媒体教学设备展示文学作品的相关图片、视频和音频资料，帮助学生更好理解作品。其次组织课堂讨论、小组合作等教学活动，鼓励学生积极参与，培养其合作意识和创新能力。 |

### （二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。

1.专业基础课程：

专业基础课是为后续专业课程学习打基础的课程。包括：管理学、经济学基础、会计学原理、国际贸易概论、电子商务、商品学、经济法、消费者心理学、市场营销学。

表3 专业基础课程描述表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程教学目标 | 课程教学内容 | 课程教学要求 |
| 1 | 经济学基础 | 通过本课程的学习，使学生全面掌握微观经济学的基本概念、原理与分析方法，了解市场经济运行的基本规律和微观经济主体的行为方式，能够初步学会运用微观经济学原理来分析现实问题，为进一步学习其他专业知识打下一个坚实的基础。，能够初步学会运用宏观经济学原理来分析宏观经济现实问题。 | 本课程主要内容：掌握西方经济学的研究对象、研究内容、研究方法和发展历程；掌握需求和供给以及市场价格作用原理；掌握基数效用理论和序数效用理论的基本内容；掌握生产函数和成本函数的基本内容；掌握成本和收益理论及其分析方法；掌握四种市场结构类型中产量和价格的确定；掌握一般均衡的概念和福利经济学的基本内容；掌握博弈论的基本概念和基本分析的方法；掌握市场失灵原因和各种微观经济政策。 | 课程教学要求：学生需要掌握微观经济学和宏观经济学的核心原理，理解市场机制、政府政策对经济活动的影响。课程强调经济模型的应用，培养学生的经济分析和预测能力；采用讲授与互动讨论的方式，结合实时经济新闻和数据，如GDP增长率，进行案例分析。使用经济模拟软件，如EconModel, 进行市场供需和货币政策的模拟实验，增强学生的实际操作能力。 |
| 2 | 管理学 | 通过本课程的学习,使学生掌握管理学的基本理论与基本方法,明确管理的四项职能:计划、组织、领导、控制的相关内容与相互关系,理解并掌握各项职能的相关方法与技术。能够结合相关案例进行分析、研究,结合相应的实践进行教学,培养学生在管理方面的应用能力与创新能力。 | 本课程主要内容：管理和管理学的概念，管理理论的演化，组织结构类型及其特点，计划工作概述，决策在管理中的战略，领导，领导者的概念，领导方式，领导行为理论，激励的过程，现代激励理论。 | 课程教学要求：学生应深入理解管理的四大职能：计划、组织、领导和控制。课程旨在培养学生的领导力、团队管理和决策制定能力，使他们能够在多变的商业环境中有效管理资源；通过讲授与互动讨论，结合实际案例分析，如苹果公司的管理策略，让学生探讨管理问题。小组讨论和角色扮演活动，如模拟CEO决策，增强学生的实际操作经验。使用模拟管理游戏，让学生体验管理决策的复杂性和影响。 |
| 3 | 会计学原理 | 掌握会计核算的基本方法即可，并不要求学生全面、系统地了解掌握会计核算技能。因此，为准确把握会计基本方法，较系统地了解会计信息的生成原理，掌握财务报表阅读与分析方法。 | 会计科目与账户、复式记账、主要经济业务的核算、会计账户分类、会计凭证、会计账簿、财产清查、会计核算组织程序、财务会计报告、会计工作组织等。 | 课程教学要求：学生应熟练掌握会计基础知识，包括会计方程式、财务报表的编制和分析。课程旨在培养学生的会计实务操作能力和财务分析技能；通过讲授与实践操作相结合的方式，使用会计软件如QuickBooks进行账务处理和报表编制。案例分析真实的会计情境，如财务欺诈案例，提高学生的分析和解决问题的能力。模拟实训环节，如模拟企业一个月的会计流程，增强学生的实际操作经验。 |
| 4 | 电子商务 | 通过本课程学习，了解电子商务的基本理论和最新发展，掌握企业开展电子商务的原理和技术。结合电子商务的具体案例讨论，使学生学习掌务掌握电子商务运作管理的方法，企业开展电子商务的技术平台建设等知识。 | 本课程主要内容：1.掌握电子商务的概念，电子商务一般框架结构:2.了解电子商务的发展历程，对应用现状和发展趋势有较全面认识和判断:3.掌握当前电子商务的主要贏利模式:4.掌握B2B、B2C C2C 电子商务的基本运作模式;5.掌握电子商务活动中的电子商务调研、交易、营销、支付、物流等基本技能;6.掌握电子商务活动中的诚信、安全问题。 | 课程教学要求：学生应掌握电子商务的基本概念、技术和策略，理解电子商务在现代商业中的应用。课程旨在培养学生的电子商务运营能力和在线营销技能；通过讲授与实验室实践，如在电子商务平台上进行实际操作，让学生掌握电子商务工具的使用。项目驱动学习，如设计和实施在线营销活动，提高学生的实战能力。邀请电商行业专家进行讲座，分享行业趋势和最佳实践。 |
| 5 | 经济法 | 通过本课程学习，掌握经济法律规范的学习和研究,使学生系统地、准确地理解和掌握经济法的基本原理、具体法律制度及其相应的规范,培养学生的法律意识,提升学生的法律素养,拓展和优 化学生知识结构, 使学生在掌握经济法的规律性、原理性和知识。 | 本课程主要内容：经济法的一般原理；自然人法律制度；公司法律制度；代理法律制度；财产法律制度；合同法律制度；竞争法律制度；产品安全法律制度；环境、自然资源利用与保护法律制度；金融法律制度；劳动与社会保障法律制度；经济纠纷解决法律制度。 | 课程教学要求：学生需要理解经济法的基本原则和法律框架，掌握合同法、公司法等相关知识。课程旨在培养学生的法律分析能力和应用法律解决经济问题的能力；通过讲授与案例分析，如分析反垄断法案例，让学生理解法律在经济活动中的应用。模拟法庭活动，提高学生的法律辩论和分析能力。组织法律咨询环节，让学生模拟提供法律咨询服务，增强实战经验。 |
| 6 | 国际贸易概论 | 通过学习本课程掌握国际贸易理论基础知识，拥有不断学习的能力。了解国际贸易发展的结构特点、基本特性和适用环境。正确认识西方思想，树立辩证思维，客观、全面、联系、发展地看待问题。掌握国际贸易冲突的原因和分析解决问题的基本技能。 | 本课程主要内容：国际贸易的基本概念；常见分类国际贸易的萌芽、发展、全球化。国际贸易的基本理论，重商主义思想、古典国际贸易理论、新古典国际贸易理论、新国际贸易理论。国际贸易政策的基本知识、保护贸易政策、自由贸易政策出口鼓励措施、认识经济特区措施。国际贸易的传统壁垒、国际贸易壁垒的升级、贸易壁垒的有效性。世界贸易组织体系、例外的区域贸易、区域贸易的众横开阖、区域贸易对国际贸易的影响。互联网的时代步伐、跨境贸易、感知互联网+贸易。 | 课程教学要求：学生需要理解国际贸易的基本流程、法规和策略，掌握贸易术语和支付方式。课程旨在培养学生的国际视野和跨文化沟通能力，以及分析和解决国际贸易问题的能力；通过讲授与案例研究，如分析中美贸易关系，让学生理解国际贸易的复杂性。模拟国际贸易谈判，提高学生的谈判技巧和策略制定能力。组织现场教学，如参观本地港口或贸易展览会，让学生亲身体验国际贸易的操作流程。 |
| 7 | 商品学 | 通过学习本课程，认识商品学学科体系，能够进行商品分类，解读商品编码  了解现代商品质量观，树立管理商品质量观，能初步将商品质量融入企业管理。了解商品标准，制定商品标准。掌握商品包装的材料与技法，了解商品包装的标识。认识商品检验，储运，做好商品养护。 | 本课程主要内容：认识商品学。了解商品分类与编码，进行商品分类，解读商品编码。了解现代商品质量观，树立管理商品质量观。了解商品标准，制定商品标准。认识商品包装，掌握商品包装的材料与技法，了解商品包装的标识。认识商品检验，开展商品检验，了解商品质量认证。了解商品储运，做好商品养护。 | 课程教学要求：学生需要了解商品的特性、分类和质量标准，掌握商品流通和市场分析的方法。课程旨在培养学生的商品管理能力和市场洞察力；通过讲授与商品分析实验，如分析商品成分和质量，让学生深入了解商品特性。市场调研活动，如实地考察零售商店，提高学生的商品管理和市场分析能力。模拟采购环节，让学生体验商品采购的决策过程。 |
| 8 | 市场营销学 | 通过学习本课程掌握市场营销管理理论基础知识。了解市场营销的影响因素、特点、基本特性和适用环境。掌握市场营销工作设计、开发和管理的方法。掌握各类市场营销冲突的原因和解决的基本技能。 | 本课程主要内容：市场营销学概念，市场营销环境，消费者购买行为分析，组织购买行为分析，市场营销调研与预测，市场细分、目标市场和市场定位策略，市场营销战略规划，产品策略，价格策略，分销渠道策略，促销策略，服务营销。 | 课程教学要求：学生应掌握市场营销的基本概念和策略，能够进行市场分析、产品开发和营销策划。课程旨在培养学生的市场洞察力和市场营销能力；通过讲授与市场调研，如进行消费者需求调查，让学生深入了解市场动态。营销策划活动，如设计新产品推广计划，提高学生的创新和执行能力。模拟营销环节，如模拟市场营销活动，增强学生的实战经验。 |
| 9 | 消费者心理学 | 通过学习本课程，掌握市场营销管理消费者心理理论基础知识，了解消费者影响因素、特点、基本特性和适用营销环境，掌握运用消费者心理开展市场营销工作设计、开发和管理的方法，掌握各类消费心理冲突的原因和解决的基本技能，增加销售机会。 | 本课程主要内容：消费心理学概述，消费者心理活动过程，消费者的个性心理特征，影响消费者行为的心理因素，消费者购买过程中的心理活动，社会环境与消费心理，消费者群体与消费心理，消费态势与消费心理，商品因素与消费心理，购物环境与消费心理，营销沟通与消费心理。 | 课程教学要求：学生应掌握消费者行为的心理学原理，理解消费者决策过程和影响因素。课程旨在培养学生的市场洞察力和消费者行为分析能力；通过讲授与实验，如设计和执行消费者行为实验，让学生深入了解消费者心理。调研活动，如进行消费者满意度调查，提高学生的数据收集和分析能力。角色扮演活动，如模拟消费者购买决策，增强学生的同理心和沟通技巧。 |

2.专业核心课程：

专业核心课程是面向市场分析师、销售经理、品牌经理、数字营销专家等岗位（群），结合市场调研、产品推广、客户关系管理、电子商务等就业岗位，建立市场营销专业核心课程体系，培养学生的市场分析、产品策划、品牌管理、客户服务、数字营销等方面的能力。包括商务谈判、市场调查与预测、现代推销技术、营销策划、广告理论与实务、分销渠道管理、物流管理、市场营销综合技能实训等课程

表4 专业核心课程描述表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程教学目标 | 课程教学内容 | 课程教学要求 |
| 1 | 商务谈判 | 培养学生具有高超的沟通能力、规范的商务礼仪和综合知识，以及具有在语言、文化、思维、心理、交际和道德修养六种基本素质，一流具有职业素养的现代商务人才。 | 掌握商务谈判的含义与特征，商务谈判的要素及类型；掌握商务谈判的程序；了解商务谈判中的心理、思维和偷观；掌握商务谈判准备前的工作；掌握商务谈判的开局、磋商、谈判终结阶段；掌握商务谈判的策略；掌握商务谈判的沟通作用、意义、技巧和方法；掌握商务谈判的基本礼仪礼节；了解不同地区的商人商务谈判风格。 | 课程教学要求：学生应掌握商务谈判的基本原则、策略和技巧，能够在模拟谈判中有效沟通和达成协议；通过角色扮演、案例分析和模拟谈判，提升学生的谈判技巧和实战能力。 |
| 2 | 市场调查与预测 | 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，能够组织实施营销产品的市场调查与分析，具备数据意识和商务数据分析应用能力。 | 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。 | 课程教学要求：学生需学会设计和实施市场调查，分析调查数据，并能进行市场趋势预测；结合实际案例，使用调查工具和统计软件进行数据分析，增强学生的市场调研能力。 |
| 3 | 现代推销技术 | 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。能够组织实施推销和商业谈判。 | 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。 | 课程教学要求：学生应理解现代推销的原理和方法，能够在实际销售场景中有效推广产品；通过销售模拟、客户互动演练和团队销售项目，提高学生的推销技巧。 |
| 4 | 营销策划 | 掌握企业市场分析、市场细分、 市场定位、目标市场选择、营销组合策略知识，具备营销计划及执行的能力。 | 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。 | 课程教学要求：学生应能够独立策划营销活动，包括市场细分、目标市场选择、营销组合策略等；通过项目驱动学习，让学生实际操作营销策划案，从理论到实践全面掌握营销策划流程。 |
| 5 | 广告理论与实务 | 掌握线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、广告活动的绩效评价等知识与实务操作的方法操作。 | 品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作 | 课程教学要求：学生需理解广告理论，掌握广告创意、设计和媒体投放的实务操作；结合广告案例分析、广告创意工作坊和媒体策划实践，提升学生的广告实务能力。 |
| 6 | 分销渠道管理 | 掌握产品分销基本模式，选择经销商，指定销售目标，营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。 | 销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。 | 课程教学要求：学生应掌握分销渠道的设计、管理和发展，能够优化渠道结构和提高渠道效率；通过渠道管理模拟、案例研究和策略规划，增强学生在渠道管理方面的应用能力。 |
| 7 | 物流管理 | 通过本课程的学习能够掌握物流管理理论基础知识，了解物流的影响因素、特点、基本特性和适用环境，掌握营销物流工作设计、开发和管理的方法。 | 本课程主要内容：现代物流概论，物流系统，运输管理，仓储管理，配送管理，包装管理、装卸搬运、流通加工管理，物流信息管理，企业物流，国际物流，物流成本管理与物流服务管理，第三方物流与物流业务外包，绿色物流、精益物流、冷链物流与共享物流，电子商务物流 | 课程教学要求：学生需要理解物流管理的基本概念和流程，掌握库存管理和供应链优化的方法。课程旨在培养学生的物流规划和执行能力，以及解决物流问题的能力；通过讲授与案例研究，如分析亚马逊的物流系统，让学生理解物流管理的实践应用。模拟操作环节，使用物流模拟软件进行库存和供应链管理，提高学生的实际操作能力。实地考察物流中心，让学生亲身体验物流操作流程。 |
| 8 | 市场营销综合技能训练 | 通过本课程学习掌握市场营销管理理论基础知识。了解市场营销的影响因素、特点、基本特性和适用环境。掌握市场营销工作设计、开发和管理的方法。掌握各类市场营销冲突的原因和解决的基本技能。 | 本课程主要内容：交际与沟通，企业环境分析，校园餐饮业态与学生消费，市场调研，消费者购买行为和消费心理  市场定位，创意案例演讲，手机价格策划，校园模拟宣传，产品广告设计 | 课程教学要求：学生需能够综合运用市场营销的知识和技能，进行市场分析、营销策划和客户关系管理。课程旨在培养学生的市场营销综合实战能力，以及解决复杂营销问题的能力。 |

3.主要实践性课程：毕业设计、岗位实习

表5主要实践课程描述表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程教学目标 | 课程教学内容 | 课程教学要求 |
| 1 | 毕业设计 | 旨在培养学生的开发和设计能力，提高综合运用所学知识和技能去分析、解决实际问题的能力。使学生对所学过的基础理论和专业知识进行全面、系统地回顾和总结，通过对具体题目的分析，使理论与实践相结合，巩固和发展所学理论知识，掌握正确的思维方法和基本技能，提高学生独立思考能力、利用计算机解决实际问题的能力及操作水平，促进学生建立严谨的科学态度和工作作风。 | 选题和资料收集；分析和计划；开题报告；撰写初稿；修改定稿；答辩 | 课程教学要求：学生应能够将所学知识综合应用于毕业设计项目，展示其分析和解决市场营销问题的能力；培养学生的独立研究能力，包括选题、文献综述、数据收集与分析、撰写报告等；鼓励学生在毕业设计中展现创新思维，提出新颖的营销策略或解决方案；通过实际的市场调研、数据分析和策略实施，提升学生的实际操作和项目管理技能。 |
| 2 | 岗位实习 | 通过岗位实习，培养学生吃苦耐劳、团结合作的精神品质和正确处事原则，进一步增强学生实际操作能力、专业应用能力和岗位适应能力，并取得用人单位正式聘用。 | 市场分析师岗位实习、销售经理岗位实习、品牌经理岗位实习 | 课程教学要求：学生应展现出良好的职业素养，包括职业道德、团队合作、沟通协调等；在实习岗位上，学生应能够运用所学知识完成工作任务，提升专业技能；面对实际工作中的问题，学生应能够积极思考，提出解决方案，并在导师指导下实施；鼓励学生在实习结束后进行反思，总结实习经验，明确未来职业发展方向。 |

4.专业拓展课程：

专业拓展课程是按照岗位迁移的需要，根据市场营销行业发展的趋势，依据企业用人需求调研，企业对商务沟通、人力资源规划、危机应对、信息检索和学术写作等方面日益增加的需求，建立了市场营销专业拓展课程体系，并将辅修方向课程纳入其中。由社交礼仪、人力资源管理、公共危机管理、文献检索与论文写作等课程构成专业拓展课。

表6 专业拓展课程描述表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程教学目标 | 课程教学内容 | 课程教学要求 |
| 1 | 社交礼仪 | 通过课程学习，社交礼仪是指在社交场合中遵守一定的规范和礼貌，以确保良好的人际关系和社交交往。社交礼仪课程旨在教授学生正确的社交行为和表达方式，提高他们的社交技能和人际关系。 | 课程内容;社交礼仪概述，仪表与仪态，服饰与形象搭配，言行举止，礼貌用语与问候礼仪餐桌礼仪与用餐技巧，社交场合商务社交礼仪，社交聚会与宴会礼仪，人际关系与交际技巧，建立良好的人际关系，有效的沟通技巧。 | 课程教学要求：学生应掌握商务场合中的礼仪规范，能够在各种商务活动中展现得体的仪态和行为；通过情景模拟、角色扮演和实际案例分析，加强学生的实践操作和现场应变能力。 |
| 2 | 人力资源管理 | 通过课程学习,使学生具备运用课程的基本原理和方法处理中小企业人力资源管理常用业务及个人的人力资源常用业务的能力，同时，具备较强的语言、文字表达能力与人沟通合作的能力，组织协调工作的能力，具有良好综合素质和可持续发展能力。 | 课程内容：人力资源管理概述，工作分析，员工招聘与录用，员工培训，员工职业生涯规划设计，员工绩效考核，薪酬管理，员工激励劳动合同。 | 课程教学要求：学生需了解人力资源管理的基本原理和流程，包括招聘、培训、绩效评估和员工关系管理；结合案例研究、模拟招聘和团队项目，提高学生的人力资源管理实际操作能力。 |
| 3 | 公共危机管理 | 通过课程学习，掌握社交礼仪在社交场合中遵守一定的规范和礼貌，以确保良好的人际关系和社交交往。社交礼仪课程旨在教授学生正确的社交行为和表达方式，提高他们的社交技能和人际关系。 | 课程内容;社交礼仪概述，仪表与仪态，服饰与形象搭配，言行举止，礼貌用语与问候礼仪餐桌礼仪与用餐技巧，社交场合商务社交礼仪，社交聚会与宴会礼仪，人际关系与交际技巧，建立良好的人际关系，有效的沟通技巧。 | 课程教学要求：学生应能够识别和评估潜在的公共危机，制定有效的危机应对策略和沟通计划；通过危机模拟演练、案例分析和策略规划，增强学生处理危机的能力。 |
| 4 | 文献检索与论文写作 | 通过课程学习，培养学生的开发和设计能力，提高综合运用所学知识和技能去分析、解决实际问题的能力。使学生对所学过的基础理论和专业知识进行全面、系统地回顾和总结，通过对具体题目的分析，使理论与实践相结合，巩固和发展所学理论知识，掌握正确的思维方法和基本技能，提高学生独立思考能力、利用计算机解决实际问题的能力及操作水平，促进学生建立严谨的科学态度和工作作风。 | 课程内容：文献信息基础知识掌握，中国期刊全文数据库，引文检索的特点和要求，科技论文的格式，科技论文的规范表达，综述论文写作要点，科技论文写作要点，本科毕业论文的写作与答辩，本科毕业论文的基本要求，毕业论文的写作规范，毕业论文的答辩。 | 课程教学要求：学生需掌握文献检索的基本方法，能够独立撰写学术论文和专业报告；通过图书馆实训、写作工作坊和论文指导，提升学生的学术研究和写作能力 |

（三）第二课堂

第二课堂包括思想成长、社会实践与志愿服务、文艺体育、工作履历、科技学术和创新创业、专业技能特长等其他各类课程及活动。

七、教学进程总体安排

（一）教学时间安排

本专业总周数为120周。其中，校内教学共76周，校外教学共 31周，复习考试共6周，机动共7周。教学安排可根据具体情况经教务科研处审批后作适当调整。

表7市场营销专业教学时间安排表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学年  周数  内容 | | 校内教学 | 校外教学 | 考试 | 机动 | 合计 |
| 第一学年 | 1 | 18 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| 2 | 18 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| 第二学年 | 3 | 18 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| 4 | 18 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| 第三学年 | 5 | 4 | 14 | 1 | 1 | 20 |
| 6 | 0 | 17 | 1 | 2 | 20 |
| 合计 | |  |  |  |  | 120 |

（二）课程结构与学时、学分分配

本专业教学总学时为2954学时。其中理论教学1460学时，占49.42%；实践教学1494学时，占50.58%，其中岗位实习累计时间6个月。公共基础课974学时，占33%；选修课324学时，占11 %。

表8 市场营销专业课程学时、学分分配表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | | 课程性质 | 学分 | 占专业总学分比例 | 学时 | | | | |
| 合计 | 理论教学 | | 实践教学 | |
| 学时 | 占专业总学时比例（%） | 学时 | 占专业总学时比例（%） |
| 公共基础课 | | 必修 | 40 | 26% | 758 | 442 | 15% | 316 | 11% |
| 选修 | 12 | 8% | 216 | 144 | 5% | 72 | 2% |
| 小计 | 52 | 34% | 974 | 586 | 20% | 388 | 13% |
| 专业(技能)课 | 专业基础课 | 必修 | 34 | 22% | 612 | 612 | 21% | 0 | 0% |
| 专业核心课 | 必修 | 32 | 21% | 576 | 206 | 7% | 370 | 13% |
| 专业实践课程 | 必修 | 25 | 16% | 620 | 20 | 1% | 600 | 20% |
| 专业拓展课程 | 选修 | 6 | 4% | 108 | 36 | 1% | 72 | 2% |
| 小计 | | 97 | 63% | 1916 | 874 | 30% | 1042 | 35% |
| 第二课堂 | | 必修 | 4 | 3% | 64 | 0 | 0% | 64 | 2% |
| 合计 | | | 153 | 100% | 2954 | 1460 | 49% | 1494 | 51% |

（三）教学计划进程

表9 市场营销专业教学计划进程安排表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类型 | | | 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 教学学时数 | | | 开课学期和周学时 | | | | | | 考核类型 | 备注 |
|
| 合计 | 理论学时 | 实践学时 | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 |  |  |
| 公共基础课 | | 必修 | 1 | 10B118820 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 |  |  | 2 |  |  |  | 考试 |  |
| 2 | 10B110820 | 形势与政策 | 1 | 32 | 32 | 0 | 1到4学期开课，每学期8学时。 | | | | | | 考查 |  |
| 3 | 10B110520 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 36 | 12 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |  |
| 4 | 10B119720 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 48 | 0 |  |  |  | 4 |  |  | 考试 |  |
| 5 | 10B111320 | 大学体育 | 6 | 108 | 12 | 96 | 2 | 2 | 2 |  |  |  | 考查 |  |
| 6 | 10B111221 | 军事理论 | 2 | 36 | 36 | 0 | 2 |  |  |  |  |  | 考查 |  |
| 7 | 10B111222 | 军事技能 | 2 | 112 | 0 | 112 | 第1学期，实际训练时间不少于14天 | | | | | | 考查 |  |
| 8 | 10A119820 | 大学生心理健康教育 | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  | 考查 |  |
| 9 | 10A110120 | 大学英语 | 8 | 128 | 104 | 24 | 4 | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 10 | 10C111720 | 计算机基础 | 4 | 64 | 32 | 32 | 4 |  |  |  |  |  | 考查 |  |
| 11 | 10B111220 | 大学生职业发展与就业指导 | 2 | 38 | 26 | 12 | 2 |  | 2 |  |  |  | 考查 |  |
| 12 | 10C119700 | 劳动教育 | 1 | 16 | 4 | 12 |  |  | 2 |  |  |  | 考查 |  |
| 13 | 10A111820 | 高等数学 | 4 | 64 | 64 | 0 | 2 | 2 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 选修 | 1 | 20D0005 | 大学生礼仪修养 | 3 | 54 | 36 | 18 | 公共选修课最低学分要求为12学分，其中要求3个学分为思政选修课学分,3个学分为国家安全教育课学分。 | | | | | | 考查 |  |
| 2 | 20D0006 | 中国民俗剪纸技法 | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 3 | 20D0007 | 影视与鉴赏 | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 4 | 20D0003 | 人际交流与沟通 | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 5 | 20D0002 | 演讲与口才 | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 6 | 20D0008 | 创新创业教育 | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 7 | 10B119920 | 中国共产党简史（限选） | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 8 | 20D9901 | 改革开放简史（限选） | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 9 | 20D9902 | 中华人民共和国简史（限选） | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 10 | 20D9903 | 社会主义发展简史（限选） | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 11 | 20D9904 | 国家安全教育（限选） | 3 | 54 | 36 | 18 | 考查 |  |
| 公共必修课程学分、学时小计 | | | | 40 | 758 | 442 | 316 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 公共必修课程学分、学时占比 | | | | 26.14% | 25.66% | 14.96% | 10.70% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 公共选修课程学分、学时小计 | | | | 12 | 216 | 144 | 72 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 公共选修课程学分、学时占比 | | | | 7.84% | 7.31% | 4.87% | 2.44% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业课 | 专业基础课 | 必修 | 1 | 02300A2222 | 经济学基础 | 4 | 72 | 72 | 0 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |  |
| 2 | 10000A2231 | 管理学 | 4 | 72 | 72 | 0 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |  |
| 3 | 10000A2232 | 会计学原理 | 4 | 72 | 72 | 0 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |  |
| 4 | 02300A2240 | 电子商务 | 4 | 72 | 72 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 5 | 02300A2239 | 经济法 | 4 | 72 | 72 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 6 | 02300A2238 | 国际贸易概论 | 4 | 72 | 72 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 7 | 02306A2228 | 商品学 | 2 | 36 | 36 | 0 |  | 2 |  |  |  |  | 考查 |  |
| 8 | 02306A2229 | 市场营销学 | 4 | 72 | 72 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 9 | 02306A2230 | 消费者心理学 | 4 | 72 | 72 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |  |
| 专业核心课 | 必修 | 1 | 02306B2233 | 物流管理 | 4 | 72 | 24 | 48 |  |  | 4 |  |  |  | 考试 |  |
| 2 | 02306B2232 | 市场营销综合技能训练 | 4 | 72 | 16 | 56 |  |  |  | 4 |  |  | 考查 |  |
| 3 | 02306B2322 | 商务谈判 | 4 | 72 | 8 | 64 |  |  | 4 |  |  |  | 考查 |  |
| 4 | 02306B2324 | 市场调查与预测 | 4 | 72 | 36 | 36 |  |  | 4 |  |  |  | 考试 |  |
| 5 | 02306B2323 | 现代推销技术 | 4 | 72 | 36 | 36 |  |  | 4 |  |  |  | 考查 |  |
| 6 | 02306B2326 | 营销策划 | 4 | 72 | 24 | 48 |  |  |  | 4 |  |  | 考查 |  |
| 7 | 02306B2327 | 广告理论与实务 | 4 | 72 | 36 | 36 |  |  |  | 4 |  |  | 考查 |  |
| 8 | 02306B2325 | 分销渠道管理 | 4 | 72 | 26 | 46 |  |  |  | 4 |  |  | 考试 |  |
| 专业实践教学环节 | 必修 | 1 | 10B110020 | 毕业设计 | 5 | 80 | 20 | 60 |  |  |  |  | 20 |  | 考查 |  |
| 2 | 10C112120 | 岗位实习 | 20 | 540 | 0 | 540 |  |  |  |  |  | 20 | 考查 |  |
| 专业拓展课 | 选修 | 1 | 23D0401 | 社交礼仪 | 3 | 54 | 18 | 36 | 专业拓展课最低学分要求为6学分 | | | | | | 考查 |  |
| 2 | 23D0403 | 人力资源管理 | 3 | 54 | 18 | 36 | 考查 |  |
| 3 | 23D0402 | 公共危机管理 | 3 | 54 | 18 | 36 | 考查 |  |
| 4 | 23D0404 | 文献检索与论文写作 | 3 | 54 | 18 | 36 | 考查 |  |
| 专业必修课程学分、学时小计 | | | | | 91 | 1808 | 838 | 970 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业必修课程学分、学时占比 | | | | | 59.48% | 61.21% | 28.37% | 32.84% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业拓展课程学分、学时小计 | | | | | 6 | 108 | 36 | 72 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业拓展课程学分、学时占比 | | | | | 3.92% | 3.66% | 1.22% | 2.44% |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 其他教育活动 | | 必修 | 第二课堂 | | | 4 | 64 | 0 | 64 |  | | | | | | 考查 |  |
| 总学分、学时合计 | | | | | | 153 | 2954 | 1460 | 1494 |  |  |  |  |  |  |  |  |

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

专任教师队伍的知识、职称、年龄结构合理，有良好的合作精神和梯队结构。学生数与本专业专任教师数比例不高于 25∶1，双师素质教师占专业教师比例不低于60%，具有承担专业核心课程教学任务的专业教师不少于4人，其中，具有高级以上专业技术职务的不少于1人，“双师型”教师不少于2人。

专业教师团队现有专任教师7人，获取职称人数为5人。其中副高及以上职称1人，初级职称3人。双师型专任教师2人，具有研究生学位教师4人。本专业还会不断完善专任教师的学历结构和职称结构；增强专任教师的实践能力，提高教学效果；积极开展教学和科研经验、成果、动态方面的交流探讨，实现科研与教学之间的良性互动，在科研中进一步提升教师的专业素养和学术水平。

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商业和营销管理动态、专业发展方向，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。本专业带头人为刘忠略，副教授职称，负责本专业的规划与建设、主持专业人才培养方案、课程标准的制定与修订、教材、专业教学标准、专业认证体系的建设工作、负责本专业教学改革和实践技能培养方案的制定等工作。

4.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.专业教室要求

学校为该专业配备公共教室（配备有多媒体设施）、多媒体教室等，满足理论教学要求。

配有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，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，逃生通道畅通无阻。

2.校内实训资源

表10 市场营销专业校内实训资源列表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验实训室名称 | 实训适用课程 | 实训项目 | 主要设备名称及配置数量 | 工位数 |
| 1 | 电子商务、国际贸易与市场营销综合实训室 | 商务谈判、市场调查与预测、现代推销技术、营销策划、广告理论与实务 | 电子商务信函写作。网络市场调研，市场调查数据处理分析 | 计算机工作站60台。投影仪和屏幕：1套。 | 60 |
| 2 | 洽谈签约室 | 商务谈判、现代推销技术、营销策划、广告理论与实务、分销渠道管理 | 1.商务礼仪，2.商务洽谈 | 会议桌：1张。办公椅：60张。投影仪：1台。  投影屏幕：1个。 | 60 |

### 3.校外实训资源

（1）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地2个以上；能够开展市场调研、产品销售、客户服务、品牌推广、数字营销、供应链管理等实训活动；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。

（2）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地2个以上;能提供营销方式方法、营销策划、会计报表编制、物品采购、储存等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业的主流技术，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。

表11 市场营销专业校外实习基地一览表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 校外实习基地名称 | 合作企业名称 | 用途 | 合作深度要求 | 接纳学生实习人次 |
| 1 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 中国电信股份有限公司平果分公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |
| 2 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 玉林王牌企业管理有限公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |
| 3 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 广西平果县中兴恒联投资有限公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |
| 4 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 广西圣兰诺酒店管理有限公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |
| 5 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 广西南宁瑞专商贸有限公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |
| 6 | 广西工程职业学院市场营销专业校外实习基地 | 广西南宁璟昇营销策划公司 | 岗位实习 | 深度合作 | 40 |

（三）教学资源

教学资源主要包括能满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1.教材选用基本要求

选用近五年内出版的高职高专国家级规划教材、自治区级规划教材、高职高专类出版教材。

2.图书文献配备基本要求

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，方便师生查询、借阅。专业类文献主要包括：市场营销相关行业政策法规、行业标准、技术规范以及消费者行为、品牌管理、电子商务、广告传播等与服务相关专业类图书和实务案例类图书。专业图书资料（含电子图书）不低于500册，5种以上市场营销类专业学术期刊，并能保持每年更新。

3.数字教学资源配置基本要求

建设、配备与专业相关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）教学方法

根据不同课程的性质特点，在保留传统讲授法、演示法、讨论法、问答法、案例分析法等的基础上，应充分利用信息化教学资源，尽量将项目驱动法、探究式教学、翻转课堂等新型教学模式及方法引入课堂，遵循“学生为主体，教师为主导”的原则，积极探索多种教学方法。

（五）学习评价

1.课程考核方法

根据不同课程特点和要求，采取多元、多维和多样化的考核评价方式，笔试、技能测试、机考、口试、面试、书面作业、论文、作品考核、课程实践作业、社会实践、实习报告、问卷调查、访谈、个人自评或小组互评等多种方式相结合，将学习过程考查和学生知识、能力和素养评价结合起来，理论与实践一体化评价。

课程成绩评定根据学生参与度、作业质量、实训效果与期末考核等项目确定不同比例进行综合评定，评定标准如下：

（一）A类课程成绩构成（纯理论）

课程总成绩=期末卷面考试成绩（50%）+平时过程性考核成绩（50%)

（二）B类课程成绩构成（理论+实践）

课程总成绩=理论部分期末卷面考试成绩（40%)+技能成绩（30%）+平时过程性考核成绩（30%)。

（三）C类课程成绩构成(纯实践）

课程总成绩=技能成绩（50%）+平时过程性考核成绩（50%)

2.教学评价方式

教学评价采用校内评价与校外评价相结合的方式，校内评价注重过程考核，校外评价以企业评价为主，由企业人员根据企业的岗位工作考核标准，制定对应的核心课程的评价标准，并组织企业人员对学生考核，把评价标准的着眼点和落脚点从目前以学科成绩为核心，改变到以岗位能力为核心的轨道上来。本着为行业企业服务的原则，努力缩小或消除学校评价与企业评价之间的差异。

（六）质量管理

1.建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业 教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设 等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价 和持续改进，达成人才培养规格。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高 人才培养质量。

九、毕业要求

学生必须具备以下条件，方可毕业：

（一）满足修业年限的要求：标准修业年限为3年，弹性学分有效修业年限为2-5年。

（二）满足学分要求：至少取得153学分，其中，必修课学分135学分，公共选修课不低于12 学分，专业选修课不少于6 学分，达到专业培养目标和培养规格要求。

（三）符合学生学籍管理的其它规定。