

市场营销专业

人才培养方案

(2022 版)

2022 年 7 月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
1. 素质	2
2. 知识	3
3. 能力	3
六、课程体系设计及课程设置	5
(一) 课程体系设计	5
1. 课程体系设计总思路	5
2. 专业岗位能力及其学习领域	7
3. 职业资格及技能等级证书	9
4. 职业技能大赛	10
5. 专业课程体系构建	12
(二) 课程设置及要求	14
1. 公共基础课程	14
2. 专业(技能)课程	15
(三) 学时及学分分配	25

七、教学进程总体安排（教学进度表）	27
八、实施保障	35
（一）师资队伍	35
（二）教学设施	35
（三）教学资源	37
（四）教学方法	38
（五）学习评价	40
（六）质量管理	40
九、实践教学安排	41
十、毕业要求	43
十一、继续专业学习深造建议	44

市场营销专业人才培养方案

(三年制专科)

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

基本修业年限3年。

四、职业面向

职业面向如表1所示。

表1 市场营销专业职业面向一览表

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) 商务服务业 (72)	营销员 (4-01-02-01)	初始 岗位	销售业务员； 客户经理； 市场调研员； 广告策划员； 营销策划员； 直播销售员； 营销数据分析师。	营销员 助理营销师 新媒体技术 1+X 数字营销技术应用 1+X 网络直播运营 1+X 网店运营推广 1+X 农产品电商运营 1+X 电子商务数据分析 1+X
			商品营业员 (4-01-02-03)			
			摊商 (4-01-02-05)	发展 岗位	销售经理； 区域经理； 品牌推广员； 新媒体运营专员； 网店运营推广专员。	
客户服务管理员 (4-07-02-03)						
			连锁经营管理师 (4-01-02-06)	迁移 岗位	电商运营主管； 店长； 小微商业企业创业者； 数据分析师。	
			市场营销专业人员 (2-06-07-02)			
			品牌专业人员 (2-06-07-04)			
			电子商务师 (4-01-06-01)			
			互联网营销师 (4-01-06-02)			
			全媒体运营师 (4-13-01-05)			

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业适应国家和地区产业数字化转型要求，服务区域经济和乡村振兴，面向批发业、零售业、商务服务业，聚焦城乡商贸商务领域，培养理想信念坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，具有良好的职业道德素质和行为规范，掌握必需的本专业基础知识，具备扎实的销售技能、营销策划技能和数字营销技术应用技能，拥有较强的数据思维能力、专业实践能力和一定的创新创业能力、可持续发展能力，能够胜任市场调研、产品销售、客户服务管理、营销策划、营销数据分析、网店运营、直播运营、新媒体运营等岗位工作的高素质技术技能型营销人才。

（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，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、爱岗敬业，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）尊重劳动、热爱劳动，具有劳动精神和较强的实践能力。

（4）具备互联网思维、数据思维、信息素养、质量意识、环保意识、安全意识，具有专业精神、职业精神、工匠精神、创新精神、创业精神。

（5）尊重生命、热爱生命、勇于奋斗、吃苦耐劳、乐观向上，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（6）具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，具有抗压抗挫

能力和自我管理能力，能够掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯。

(7) 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

(8) 爱国爱乡、爱校爱家，关心农业发展、关心农村建设，有较强的农业服务意识，具备岗位成才、科技报国、建设家乡的理想信念。

2.知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 掌握军事理论知识、心理健康知识、创新创业知识、职业发展与就业知识。

(3) 熟悉与市场营销专业相关的法律、法规、政策等知识。

(4) 掌握经济法、管理学、应用统计学、经济学、市场营销学、消费心理学、商品学等学科的专业基础知识。

(5) 掌握客户关系管理的基本技能及处理方法；掌握推销、商务礼仪和商务谈判的原则、方法和技巧。

(6) 掌握市场调查与预测、广告策划和营销策划的基本方法和技巧；掌握市场调研报告、营销活动方案、广告策划方案和品牌策划方案的撰写方法。

(7) **掌握数字媒体相关知识，掌握视频文案的策划、拍摄和后期剪辑等新媒体技能；掌握常用图像处理软件的基本操作；掌握营销数据分析的基本方法，直播运营、新媒体运营、网店运营的规范流程和技术方法。**

3.能力

(1) 专业核心能力

①具备产品销售能力，能够寻找潜在顾客、接近顾客，开展销售洽谈、商务谈

判，促成销售成交，处理顾客异议、对客户关系进行日常管理。

②具备市场调查能力，能够收集市场数据，灵活运用调查和预测方法，实施市场调查和撰写调查报告。

③具备营销策划能力，能够运用现代营销新知识、新技术分析营销环境，制定营销战略战术，撰写营销活动方策、短视频策划、广告策划方案、品牌策划方案，组织和实施营销策划方案。

④具备营销数据分析能力，能够对市场、客户、产品等营销数据进行分析和预测，能够通过数据分析挖掘出数据背后的价值和需求，从而为市场营销活动的优化提供有价值的依据。

⑤**具备数字营销能力，能够使用图文、短视频、H5等数字营销工具开展新媒体营销、数字广告营销**，并能依据营销数据分析的结果，提出相关的运营建议，优化数字营销活动。

⑥具备网店运营推广管理能力，能够开设网店、完成网店的日常经营活动，并能对网店运营的数据进行分析，优化网店的运营推广活动。

（2）专业拓展能力

①具备农产品营销能力，能够运用数字营销技术，借助电子商务平台开展农产品营销活动，塑造农产品品牌，对接高原特色现代农业的发展，服务于乡村振兴。

②具备新零售运营管理能力，能够以互联网为依托，运用大数据等先进技术，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，实现线上云平台和线下销售门店的纵向融合，以及门店连锁经营的横向融合。

③具备数据采集、处理、分析、可视化能力，能够利用常见的数据工具采集企业内外部数据，根据分析目的和主题对数据进行清洗、整理，并对数据进行结果分析和趋势性预测分析，应用可视化方案对已分析出的项目数据结果进行展现。

④具备职业生涯规划能力，能够塑造良好的职业形象，对自己的职业生涯进行合理规划，并能适应岗位纵向升迁和横向拓展。

⑤具备创新创业能力，敢于接受挑战，能够利用现有的资源，以及利用新的技术和思想，与团队合作，开展创新创业活动。

(3) 非专业通用能力

①具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

②具备较强的现代办公软件使用及信息处理能力，能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示。

③具备较强的外语资料查询，以及听说读写的能力。

④具备一定的探究学习、终身学习和知识迁移能力。

六、课程体系设计及课程设置

(一) 课程体系设计

1.课程体系设计总思路

根据现代职业教育改革的要求，深化培养模式改革，坚持推进校企合作、产教融合，体现“实践技能”的重要地位，突出“1+X”目标的达成度，结合人才需求调研报告，构建“公共基础必修课程+公共基础选修课程+专业基础能力必修课程+专业核心能力必修课程+专业拓展能力选修课程”组成的五位一体课程体系，实现“知识、素质、能力”三结合、“岗、课、赛、证”四融通，如图1所示。

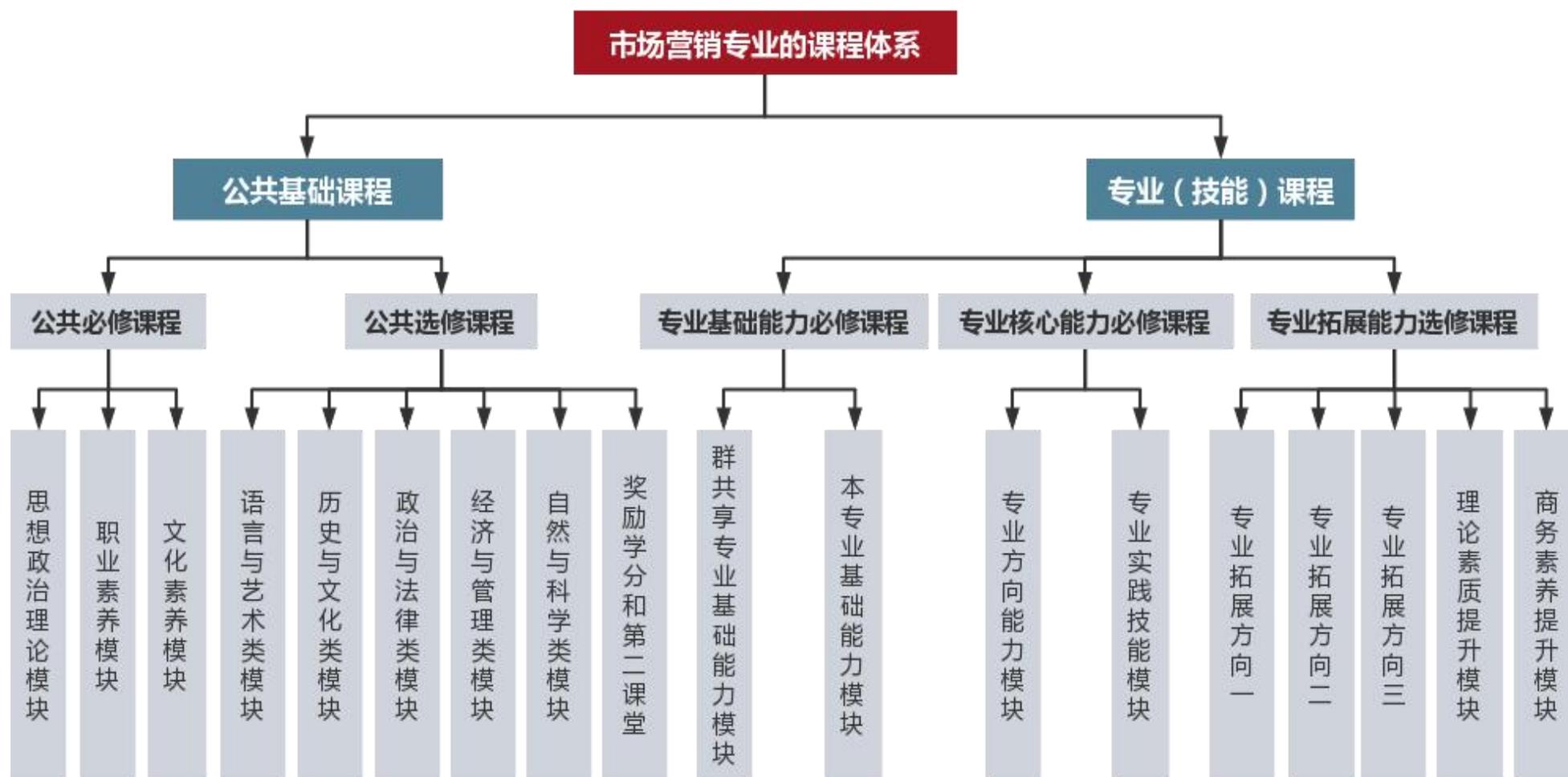


图 1 市场营销专业的课程体系框架

2.专业岗位能力及其学习领域

专业建设委员会在专业人才需求调研报告的基础上，根据专业面向的主要岗位，对岗位的典型工作任务进行综合分析，提炼出完成这些工作任务所需具备的职业能力，并根据认知及职业成长规律递进转化为学习领域（专业课程），具体见表2和表3。

表 2 市场营销专业目标岗位职业能力分解一览表

职业岗位群	主要岗位		典型工作任务	职业能力要求	学习领域
销售岗位群	初始岗位	客户经理	搜集和建立客户的详细资料, 开发客户资源, 寻找潜在客户, 定期拜访客户, 解答客户疑问, 维护良好的客户关系。	<ul style="list-style-type: none"> • 具备经济学思维能力; • 具备法律意识; • 具备统计分析能力; • 具备对营销理念的基本把握与执行能力; • 具备对消费心理与行为的理解与分析能力; • 具备商品管理与经营能力; • 具备客户开发、拜访、维护与管理能力; • 具备柜台、电商平台等终端产品推销、导购能力; • 具备大客户销售与管理的能力; • 具备商务礼仪规范应用能力和商务谈判能力; • 具备对销售团队进行管理的能力。 	《经济基础》 《经济法实务》 《应用统计》 《管理基础》 《市场营销理论与实务》 《消费者心理学》 《商品学》 《客户关系管理》 《现代推销实务》 《商务谈判与礼仪》 《市场营销沙盘》 《岗位实习》 《毕业调查》
		销售业务员	熟悉产品的各种特性, 执行销售政策和促销政策, 推广产品, 完成销售任务和工作指标。		
	发展岗位	销售经理	提交销售分析和总结; 根据市场变化情况, 提出具体的销售计划, 并组织商务谈判, 签订销售和服务合同; 销售团队的培训、激励、协调、控制等。		
		区域经理	负责自有品牌的销售管理工作; 掌握市场动态和发展趋势, 并根据市场变化情况, 提出具体的区域销售计划方案, 并督促下属完成销售指标。		
营销策划岗位群	初始岗位	市场调研员	开展市场调研, 收集市场信息, 关注市场动态、分析客户需求、提供市场报告。	<ul style="list-style-type: none"> • 具备经济学思维能力; • 具备法律意识; • 具备对营销理念的基本把握与执行能力; • 具备对消费心理与行为的理解与分析能力; • 具备商品管理与经营能力; • 具备完整地运作市场调研的能力; • 具备广告策划与宣传能力; • 具备制定与实施营销策划方案的能力。 • 具备品牌推广能力。 • 具备对营销团队进行管理的能力。 	《经济基础》 《经济法实务》 《应用统计》 《管理基础》 《市场营销理论与实务》 《消费者心理学》 《商品学》 《市场调查与预测》 《广告实务》 《营销策划实务》 《岗位实习》 《毕业调查》
		广告策划员	熟悉商品特性, 提炼商品卖点, 参与广告创意的设计与执行, 撰写广告策划方案, 进行广告宣传。		
		营销策划员	熟悉商品特性, 提炼商品卖点, 负责节庆、店庆、促销活动等各类线上线下营销活动的策划, 撰写各种营销活动策划方案, 并组织、实施策划方案。		
	发展岗位	品牌推广员	负责自有品牌的产品销售管理工作, 撰写品牌策划方案, 推广品牌, 提高品牌知名度。		
数字营销岗位群	初始岗位	直播销售员	负责直播商品质量管理与选品, 营造直播间氛围, 与同事密切合作, 通过直播平台实现销售促单, 完成销售任务, 并处理直播突发事件。	<ul style="list-style-type: none"> • 具备经济学思维能力; • 具备法律意识; • 具备对营销理念的基本把握与执行能力; • 具备对消费心理与行为的理解与分析能力; • 具备商品管理与经营能力; • 具备数据意识和营销数据分析应用能力; • 具备运用新媒体技术完成图像、视频、音频等媒体作品创意设计与制作的能力; • 具备选品分析能力、直播商品讲解能力、直播间氛围把控能力、直播互动营销能力、突发状况处理能力, 以及直播间流量转化能力; • 具备目标受众画像分析能力, 以及运用各种数字营销技术开展新媒体营销运营的能力; • 具备对网店进行运营和管理的能力; • 具备对数字营销团队进行管理的能力。 	《经济基础》 《经济法实务》 《应用统计》 《管理基础》 《市场营销理论与实务》 《消费者心理学》 《商品学》 《新媒体技术》 《Photoshop 图像处理》 《直播运营实务》 《数字营销技术应用》 《网店运营推广》 《岗位实习》 《毕业调查》
		营销数据分析员	运用网络信息技术和相关工具, 对媒介和受众进行数据化分析, 为数字营销效果优化和改进提供数据支撑。		
	发展岗位	新媒体运营专员	研究数字化信息平台的用户定位和运营方式, 借助新媒体平台竞争市场份额和用户量, 开展多渠道营销运营推广, 扩大品牌传播, 增加网站曝光度, 提升品牌认知度。		
		网店运营推广专员	运用相关工具和技术, 进行企业网店的编辑、装修及内容维护和网店推广, 并收集推广反馈数据, 利用数字营销技术不断改进推广效果, 提升网店人气。		

表 3 市场营销专业迁移岗位职业能力分解一览表

职业岗位群	主要岗位	典型工作任务	职业能力要求	学习领域
迁 移 岗 位	电商运营主管 (农产品电商运营主管)	<ul style="list-style-type: none"> 能够根据特定农产品的特性,结合区域经济发展方向,确定农产品的品牌定位; 根据营销目标和品牌定位完成农产品销售网店的定位、市场选品、农产品定价等农产品电商平台的日常运营; 根据营销目标和品牌定位,运用数据营销技术,制定并实施多渠道的农产品新媒体营销策略,扩大品牌影响力,提高农产品销量。 根据特定农产品的特性和销售目标,组织和实施农产品的物流活动。 	<ul style="list-style-type: none"> 具备较强的农业服务意识和乡村振兴意识; 具备农产品电商运营能力; 具备农产品营销能力; 具备农产品物流管理能力。 	《农产品电商运营》 《农产品营销实务》 《农产品物流》
	店长; 小微商业企业创业者;	<ul style="list-style-type: none"> 设计线上云平台 and 线下销售门店的服务体系,培训、激励一线销售员,做好销售工作和顾客服务工作; 管控线上云平台、线下销售门店的日常运作,并对销售业绩进行评估与优化。 针对新零售模式,开展连锁运营管理,实现新零售门店的横向融合。 	<ul style="list-style-type: none"> 具有创新创业意识; 具备新零售门店数字化业务应用和营销管理能力; 具备连锁经营管理能力; 具备对营销团队管理的能力; 具备企业管理能力和团队合作意识。 	《新零售门店运营》 《连锁经营与管理》 《企业经营管理沙盘模拟》
	数据分析师 (人力资源数据分析师)	<ul style="list-style-type: none"> 根据数据分析目的,梳理数据分析思路,确定数据分析指标,进行数据采集,运用商业数据分析模型,对数据进行挖掘分析。 运用数据可视化工具,进行数据可视化设计。 	<ul style="list-style-type: none"> 具备数据意识; 具备熟练使用 Python 数据分析工具,对数据进行分析的能力; 具备熟练使用 Power BI 数据可视化工具,对数据进行可视化设计的能力; 具备运用数据分析技术分析人力资源数据的能力,透过数据发现人力资源管理中的问题,为科学管理团队提供思路。 	《商务数据分析》 《Power BI 数据可视化》 《人力资源数据分析》

3.职业资格及技能等级证书

表 4 市场营销专业职业资格及技能等级证书一览表

证书项目	发证部门	等级	融通课程
营销员	人力资源和社会保障部	国家职业资格四级	《市场营销理论与实务》 《消费者心理学》 《客户关系管理》 《现代推销实务》 《新媒体技术》 《Photoshop 图像处理》 《商务谈判与礼仪》 《市场调查与预测》 《广告实务》 《营销策划实务》 《数字营销技术应用》
助理营销师	人力资源和社会保障部	国家职业资格三级	
新媒体技术 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	
数字营销技术应用 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	
网店运营推广 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	
网络直播运营 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	

农产品电商运营 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	《网店运营推广》 《直播运营实务》
电子商务数据分析 1+X	中华人民共和国教育部授权 第三方评价组织	初级 中级	《农产品电商运营》 《商务数据分析》

4.职业技能大赛

市场营销专业学生可参与的职业技能大赛主要有四项，详见表 5。

表 5 市场营销专业相关的职业技能大赛一览表

赛项名称	竞赛内容	赛项级别	融通课程
市场营销	市场营销赛项坚持贯彻落实党的二十大提出的“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”的精神和国家“十四五”规划“加快发展现代服务业”的要求，对接数字化营销、新媒体营销等市场营销新方向，面向市场分析、营销策划、产品销售、客户管理、品牌管理、数字营销等岗位（群），依托动态竞争理论，以市场调研与数据分析、用户画像与市场定位、品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销、方案汇报与展示、产品设计与开发、制定数字营销策略、数字营销实施、市场推广与控制、客户满意度管理、销售管理、经营核算与成本控制等重要工作任务的完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容，全面考核选手的市场调查与分析、目标市场选择与定位、用户画像分析与定位、竞争策略分析、营销策划、新媒体营销、品牌传播、产品促销、客户服务与管理、数据分析、数字营销能力和团队合作能力及其沟通表达、礼仪规范等基本职业素质。	国赛 省赛	核心课程： 《市场营销沙盘》 《数字营销技术应用》 《营销策划实务》 相关课程： 《管理基础》 《市场营销理论与实务》 《市场调查与预测》 《客户关系管理》 《商务谈判与礼仪》 《新媒体技术》
短视频创作与运营	短视频创作与运营赛项依据党的二十大提出的“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局”要求，落实习总书记守正创新的指示，旨在提升短视频制作和运营能力，面向短视频创作、运营推广、内容策划等岗位，依托创新营销理念，重点考核选手在以下核心领域的专业技能和创新能力：创意策划：对短视频内容进行创新性策划，确保主题鲜明、形式新颖，满足市场需求和用户偏好。脚本撰写：根据策划案，撰写结构清晰、语言生动的脚本，为短视频拍摄提供详细指导。素材选择：选择适合的拍摄素材，包括场景、道具、演员等，确保素材与视频主题和风格相匹配。后期编辑：运用专业后期编辑技术，对拍摄素材进行剪辑、调色、音效处理，提升视频质量。特效动画：合理运用特效和动画技术，增强短视频的视觉冲击力和艺术表现力。视频包装：对短视频进行整体包装，包括片头片尾设计、LOGO 植入等，提升视频的专业度和品牌识别度。运营推广：制定有效的运营推广策略，利用新媒体平台进行短视频推广，提高视频曝光率和观看量。团队合作能力：在团队中发挥各自专长，协同完成短视频创作与运营任务，展现良好的团队协作精神。		核心课程： 《 新媒体技术 》 《Photoshop 图像处理》 相关课程： 《数字营销技术应用》 《市场营销理论与实务》 《营销策划实务》
直播电商	直播电商赛项按照党的二十大提出的“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”、“创新服务贸易发展机制，发展数字贸易，加快建设贸易强国”等主张，不断深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求，面向市场策划、内容策划、直播推广、直播运营、直播销售等岗位（群），以直播商品管理、直播主题及互动策划、直播脚本策划、直播推广策划、直播间装修、直播销售、直播互动、直播数据分析等典型工作任务的完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容，全面考查选手的专业核心能力以及礼仪规范、服务意识、合规意识、风险意识以及团队协作意识等职业素质。	国赛 省赛	核心课程： 《直播运营实务》 相关课程： 《管理基础》 《商品学》 《营销策划实务》 《商务谈判与礼仪》 《新媒体运营》

<p>商务数据分析</p>	<p>商务数据分析赛项以党的二十大提出的“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”等精神为指引,以提升高职院校学生数字素养和商务数据分析与应用技术技能水平、培育“数字工匠”为目标,对接新产业、新业态、新模式下商务数据分析领域的新要求,以提高高职财经商贸类专业教学质量、培养高素质商务数据分析与应用技术技能人才为导向,考核选手从销售、产品、客户、供应链、市场、运营管理等维度进行数据采集、数据预处理、数据分析、数据可视化、数据报告撰写和陈述等工作任务的完成质量,全面考察参赛选手商务数据分析方法与工具应用能力、分析报告撰写能力、沟通表达能力以及团队协作能力。</p>	<p>国赛 省赛</p>	<p>核心课程: 《商务数据分析》</p> <p>相关课程: 《管理基础》 《应用统计》 《Power BI 数据可视化》 《数字营销技术应用》</p>
<p>企业经营沙盘模拟</p>	<p>企业经营沙盘模拟赛项根据“十四五”规划和 2035 年远景目标关于实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略的要求,以培育工匠精神为宗旨,立足实际工作场景,重点考核选手企业经营管理综合职业能力和数智化素养。竞赛分为四个岗位:项目总监、运营总监、营销总监、人力资源总监,协同完成四个年度企业经营活动。参赛学生根据企业背景资料,利用竞赛平台模拟企业从信息化经营模拟阶段到数字化经营模拟阶段的全过程。在企业信息化经营模拟阶段,选手需要依据市场需求和竞争态势制定并实施市场营销策略,获取订单。根据订单,以销定产,通过人力资源招聘,营运资金管理,供应链生产管理生产产品,交付订单,获取利润,推进企业发展,检验团队企业经营管理综合能力。在企业数字化经营模拟阶段,选手需要借用数字化管理平台驱动营销管理、生产管理、人力资源管理、财务管理,实时分析竞争对手企业各类信息,挖掘数据,依据数据经营,以数字技术、数字意识驱动企业数字化变革,展现团队的协作意识,创新意识。</p>	<p>国赛 省赛</p>	<p>核心课程: 《企业经营管理沙盘模拟》</p> <p>相关课程: 《管理基础》 《市场营销理论与实务》 《商务数据分析》 《数字营销技术应用》 《新零售门店运营》</p>

5.专业课程体系构建

按照专业设置与产业需求对接、课程内容与职业能力对接、教学过程与生产过程对接的要求，结合人才需求调研报告，以课程体系设计总思路为指导，确定市场营销专业的专业课程体系以“岗位职业能力”培养为主线，由“专业基础能力课程模块、专业核心能力课程模块、专业拓展能力课程模块”三大模块组成，并将职业资格证书、技能等级证书及职业技能大赛融入课程体系中，具体如图2所示。

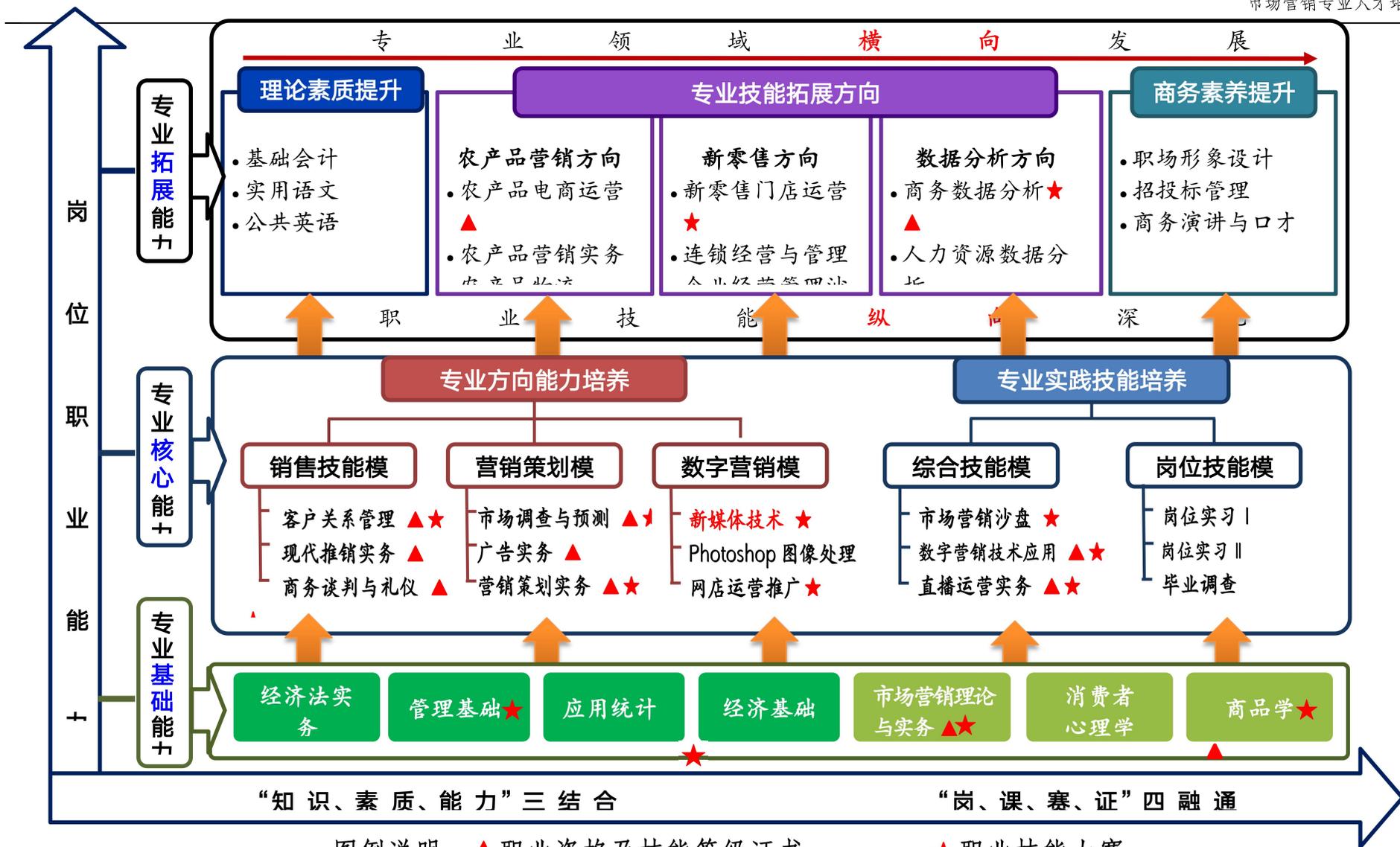


图 2 市场营销专业的专业（技能）课程体系框架

(二) 课程设置及要求

课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1.公共基础课程

公共基础课程包括文化素质课、第二课堂、体育课、外语课、素质能力提升课及创新创业教育课等。

(1) 公共基础必修课程

公共必修课程包括三个模块，分别为：思想政治理论模块、职业素养模块、文化素养模块。

①思想政治理论模块课程

根据党和国家有关文件规定，将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、党史（“四史”选择性必修），共5门课程列入思想政治理论模块课程。

②职业素养模块课程

职业素养模块，包括入学与安全教育、军事理论、军事技能（3周）、大学生心理健康教育、劳动教育、大学生职业生涯规划、创新创业教育与就业指导、体育与健康、健康体质测试、体育专项技能，共10门课程。

③文化素养模块课程

文化素养模块，包括实用英语、大学语文、信息技术基础、专业信息技术应用、中华优秀传统文化，共5门课程。

(2) 公共基础选修课程

公共基础选修课开设于第二、三、四、五学期，一般2~3门/学期，第五学期以网络公选课为主，公共基础选修课程最低16学分。

公共基础选修课程按课程内容，分为语言与艺术类、历史与文化类、政治与法律类、经济与管理类、自然科学类五大板块的课程。市场营销专业学生必须从语言与艺术类课程中选修2门（其中一门为美育类课程），从自然科学类课程中选修2门，其余学分可自行选择修习。

此外，为了提高学生的综合素质，鼓励学生全面发展，特别设置奖励学分和第二课堂学分项（按规定申报获取，最多8学分，可置换公共课学分），纳入公共基础选修课管理。具体要求如下：

奖励学分不超过4学分，包括但不限于：职业技能大赛省级以上获奖奖励2学分（只计一次）；取得国家或省级职业资格证书、职业技能证书等每项奖励1学分（该项累计不超过2学分）；行业及学会类大赛一等奖及以上奖励1学分，二等奖奖励0.8学分，三等奖0.5学分；校级专业类大赛一等奖及以上奖励1学分，二等奖奖励0.5学分；获得其他省级以上奖励团体前三名、个人前六名每项奖励1学分（该项累计不超过2学分），由学生自主申请，同一项目不叠加计算。

第二课堂学分（参加第二课堂学习获得认证的奖励学分）不超过4个学分；其他经学校认可的情形，由学校团委负责。

2.专业（技能）课程

（1）专业基础课程

市场营销专业的专业基础课程的具体设置及要求见下表6所示。

表 6 市场营销专业基础课程一览表

序号	课程名称及代码	课程目标	主要教学内容及要求	学时
1	经济法实务 3J5306052A01	通过本课程的学习,旨在增强学生的经济法规观念,培养学生防范法律风险的意识,具备一定的运用法律知识分析和解决经济法律问题的能力,为后续专业课程的学习奠定一定的法律知识,以便更好地规范学生的职业行为,牢固树立遵纪守法的意识。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>经济法概述;公司企业法律制度;合同法;市场规制法律制度(消费者权益保护法、产品质量法、反不正当竞争法、反垄断法);专利法;商标法;广告法;金融法律制度;劳动法律制度;经济仲裁与诉讼法律制度等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>教学中应注重结合实际案例讲解经济法规知识。通过学习和训练,学生能够掌握企业在运营过程中所需要的基本法律规定;掌握基本的解决经济纠纷的方法,并深刻认识到防范法律风险的发生比事后解决纠纷更重要;能够识别经济活动中的常见违法行为,初步具备运用经济法知识观察、分析和处理经济管理活动中的法律问题的能力。</p>	4
2	管理基础与实务 3J5306052A02	通过本课程的学习,旨在培养学生树立科学的管理理念,提高在商务活动中的各项管理能力,为进一步学习专业课程和日后的实际管理工作奠定理论基础。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>基础篇:管理系统(管理认知、管理主体、管理客体);管理思想和管理理论;管理机理(管理原理、管理方法、管理道德)。</p> <p>职能篇:基本职能(计划、组织、领导、控制);通用职能(决策、协调、沟通、激励、创新)。</p> <p>实务篇:个人管理(自我认知、时间管理、知识管理、情绪管理);团队管理(团队认知、团队建设、团队运作);企业管理(企业认知、资源管理、运作管理)等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>教学中应注重管理理论和方法的实际运用。通过学习和训练,学生能掌握管理学的基本理论和基本方法,熟悉管理过程的主要工作内容及其组织方法,提高学生正确分析和解决个人管理、团队管理、企业管理中遇到的各种问题的能力。</p>	4
3	应用统计 3J5306052B01	通过本课程的学习,旨在培养学生获取信息、处理信息、分析信息、利用信息的能力,提高学生对信息量化分析的素养和技能,从而熟练运用统计工具为自己所学专业服务,为更好地学习后续课程积累知识储备。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>统计基础知识;统计设计和统计调查;统计信息的搜集与整理;统计分析之综合指标法;统计分析之时间数列法;统计分析之指数分析法;统计分析之抽样推断法;相关和回归分析等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>教学过程中应注重帮助学生在理解的基础上更加灵活地运用各种统计方法。通过学习和训练,学生能在理论联系实际的基础上,比较系统地掌握统计学的基本思想、基本理论、基础知识和基本方法;理解统计学的有关基本概念;掌握并能运用统计基本方法和技术进行统计设计、统计调查、统计整理和统计分析。</p>	4

4	<p>经济基础 3J5306052A03</p>	<p>通过本课程的学习,旨在培养学生树立经济学思想,领会经济运行的逻辑关系和基本规律,提高对经济问题、经济现象的分析能力,并为后续专业课程的学习打下坚实的经 济理论基础。</p>	<p>(1) 主要教学内容 经济学概述;供给与需求;消费者行为理论;生产者行为理论;成本理论;市场理论;生产要素价格及分配理论;市场失灵与政府干预;国民收入决定;通货膨胀与通货紧缩;财政政策与货币政策;经济周期与经济增长等。</p> <p>(2) 教学要求 教学中应注重结合经济现象探讨经济理论。通过学习和训练,学生能掌握经济学的基本知识和分析方法,使学生对经济学的基本内容有较为全面和系统的认识,并能结合实际,应用经济学知识分析和解决问题。</p>	4
5	<p>市场营销 理论与实务 3J5306052B02</p>	<p>通过本课程学习,使学生能够牢固树立现代营销理念,学会在经济活动实践中有效地组织企业的营销活动,培养学生发现、分析和解决营销问题的能力,为后续专业核心课程的学习奠定扎实的理论基础。</p>	<p>(1) 主要教学内容 认识市场营销;现代市场营销观念;制定企业市场营销战略;市场营销环境分析;市场营销调查;市场细分;目标市场选择;市场定位;产品策略;价格策略;渠道策略;促销策略;市场营销活动管理与控制等。</p> <p>(2) 教学要求 教学中应注重帮助学生夯实市场营销学的理论知识。通过学习和训练,学生能完整了解市场营销学的知识体系和研究方法,掌握市场营销学的基本原理和基本技能,能够分析营销环境,结合实际市场状况,进行营销相关活动的布局、控制和制定相应的营销组合策略。</p>	4
6	<p>商品学 3J5306052B03</p>	<p>通过本课程的学习,使学生能了解商品的基本知识、基本概念、基本理论,为学习和掌握各门专业知识和职业技能打下基础,并尽可能提高分析问题和解决问题的实际能力。</p>	<p>(1) 主要教学内容 商品学的研究对象、内容和任务;商品分类与编码;商品种类;商品质量;商品标准与标准化;商品质量认证与质量监督;商品检验;商品包装;商品储运的质量管理;商品与环境以及新产品开发等。</p> <p>(2) 教学要求 通过学习和训练,学生能全面了解商品的有关知识,并懂得如何更好地实现商品的价值和使用价值以及利用商品学的理论和方法进行初步分析和解决问题的能力。</p>	4

(2) 专业核心课程

市场营销专业的专业核心课程的具体设置及要求见下表 7 所示。

表 7 市场营销专业核心课程一览表

序号	课程名称及代码	课程目标	主要教学内容及要求	学时
1	客户关系管理 3J5306052B04	通过本课程的学习,使学生掌握客户关系管理的基本知识,树立现代客户关系管理理念,具备一定的客户关系管理技能,培养学生客户管理的综合应用能力,为将来从事客户关系管理工作和销售管理等工作奠定坚实的基础。	(1) 主要教学内容 客户关系管理导论; 客户关系管理相关理论; 客户关系管理中的信息技术; 客户组合分析; 客户贡献价值评估; 客户分层管理; 客户价值组合; 客户周期管理; 客户经理制度; 客户服务中心等。 (2) 教学要求 教学中可以培养能力为中心实施单元教学。通过学习和训练,使学生能够掌握客户信息库构建、客户组合分析、客户价值设计、客户周期管理的方法和思路,具备客户识别能力、客户流失分析能力、客户关系数据挖掘能力和客户关系保持能力。	2
2	商务谈判与礼仪 3J5306052B06	通过本课程的学习,学生能够形成商务谈判与商务礼仪系统化的知识结构;能够根据谈判对手随机应变,灵活运用谈判策略和谈判艺术进行商务谈判。同时,帮助学生开阔知识视野,提高学生沟通表达能力、应变能力和商务交往能力。	(1) 主要教学内容 商务谈判篇章: 商务谈判概论; 商务谈判的准备和开局; 商务谈判的磋商和僵局的处理; 商务谈判的成交与签约; 商务谈判兵法谋略; 网上商务谈判; 文化差异与国际商务谈判等。 商务礼仪篇章: 商务礼仪认知; 个人形象礼仪; 商务谈判礼仪; 社交与签约礼仪; 国际商务接待礼仪; 国际商务出访礼仪; 主要国家地区的商务礼俗禁忌等。 (2) 教学要求 教学中应注重理论联系实际,重视实践环节的设计和和实施。通过学习和训练,学生能比较系统地掌握商务谈判基础知识和商务礼仪基本规范。通过案例分析、情景模拟商务谈判及商务礼仪,掌握商务谈判和商务礼仪的实务技巧,提高谈判能力,从而能够运用这些理论和技巧进行各种商务活动、商务谈判。	2
3	市场调查与预测 3J5306052B07	通过本课程的学习,旨在培养学生认识问题、分析问题、解决问题的能力;注重提高学生的实际应用技能,倡导学生在项目活动中学会分析研究的技巧,培养学生运作市场调研项目的基本职业能力。	(1) 主要教学内容 市场调查认知、市场调查方案设计、市场调查方法选择、抽样方案设计、调差问卷设计、调查资料的整理与分析、调查报告撰写、市场调查预测等。 (2) 教学要求 通过学习和训练,学生能掌握市场调查的基本理论,理解市场调查在企业中的价值;能完成一个完整的调查项目的运作,从制定调研计划、运用一定的调研方法收集相关数据、对相关数据进行分析、到写出一篇调研报告;让学生通过完成个人作业,小组演讲展示,小组研究报告展示,参与小组活动等形式提高市场调查的实	2

			践能力。	
4	广告实务 3J5306052B08	通过本课程的学习，培养学生对广告活动及创意的鉴赏和评价能力，以及广告策划和应用能力，为更好地适应工作岗位打下良好的基础。	<p>(1) 主要教学内容： 广告概述；广告策划；广告调查；广告计划的制定；广告预算的编制；广告媒体策略；广告定位与创意；广告文案写作；广告效果测定等。</p> <p>(2) 教学要求 通过学习和训练，学生能全面系统地了解广告的基本原理和基础知识；能熟练掌握广告实务的基本方法，分析、解释企业中常见的广告问题；掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的知识和方法，能够撰写完整的广告策划方案；具有进行广告分析、广告策划及解决实际广告问题的能力。</p>	4
5	营销策划 实务 3J5306052B09	通过本课程的学习，充实和完善营销专业学生的知识结构，训练学生的营销策划实战能力，提升学生营销策划的组织和管理能力；培养学生树立正确的营销策划职业观念，提高学生职业素质，为毕业后能够从事并胜任营销策划工作提供良好的知识储备与能力锤炼。	<p>(1) 主要教学内容 营销策划认知；市场调研与营销策划分析；市场定位策划；产品策划；渠道策划；促销策划；品牌策划；市场营销创新策划等。</p> <p>(2) 教学要求 通过学习和训练，学生能够掌握营销策划的理论依据与策略基础，掌握营销策划的思维路径和基本方法；能够运用恰当的方法进行营销活动环境分析；能够运用科学的策划方法、创造性的思维，在策划中提出新的创意，并运用具有创意的形式表达出来；能够按照营销策划方案的规范格式熟练撰写各种营销活动的书面营销策划方案；能够借助多媒体技术熟练讲解和展示营销策划方案。</p>	4
6	新媒体技术 3J5306052B10	通过本课程的学习，使学生能够比较系统地掌握多种新媒体技术的知识和应用方法，具备现有工具应用和新工具挖掘的能力，培养学生的实践能力，为开展新媒体运营工作奠定扎实的技术基础。	<p>(1) 主要教学内容 新媒体技术概述；图文的编辑与制作；交互式新媒体的编辑与制作；短视频的数智化创作；微电影创作；综合实例设计制作；合作企业实践。</p> <p>(2) 教学要求 教学中注意融入课程思政的内容，培养学生感知中国科技技术的迅速发展、培养学生坚定“四个自信”。通过学习和训练，学生能够熟练掌握各种新媒体技术及创意表现技巧，能够熟练运用新媒体技术进行企业（项目）品牌（产品）图文的设计制作、H5设计制作、短视频的拍摄和剪辑，视频特效的设计制作等，培养学生的设计思维能力和实践能力。</p>	4
7	Photoshop 图像处理 3J5306052B11	通过本课程的学习，让学生能够熟练操作 PS 软件，融入设计创作，完成网络广告和宣传海报等的制作；培养学生创新思维能力和健康的审美意识，为开展新媒体运营工作奠定扎实的技术基础。	<p>(1) 主要教学内容 平面设计认识；图像的绘制与处理；图层的应用；路径和文字工具的应用；蒙板的应用；滤镜的应用；颜色调整；通道的应用及图像的批处理；综合项目训练（网络广告、宣传海报）等。</p> <p>(2) 教学要求 教学过程中应重视培养学生的思考和动手能力，把知识点穿插在实例中进行教学。通过学习和训练，学生应掌握 PS 的基本操作，掌握各项选取工具的使用，从而</p>	2

			快速有效地选取图像；掌握图像的色彩和色调调整以及图像的各种编辑方法；掌握图像的绘制与修饰方法；掌握文字、图层、路径、通道与蒙版的应用，并能使用滤镜制作各种特效；能综合运用PS软件完成网络广告、宣传海报等的制作。	
8	市场营销 沙盘 3J5306052C01	通过本课程的学期，使学生掌握市场营销活动的基本规律，了解不同营销渠道、不同消费者、不同产品的特点，学会运用知识思维判断问题，建立市场营销从业人员科学系统的营销思维模式，增强学生的市场营销职业意识和竞争意识，培养学生团队合作精神。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>实训内容包括目标市场分析与选择、价格策略、渠道策略、促销策略、产品策略、财务策略等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>本课程以市场营销实训与竞赛系统为实训平台，教学中将学生分为若干个团队，每个团队模拟一个企业的运作。各团队在竞争的市场环境中，分析市场情况、制定营销策略组合、财务策略等，提高团队的产品市场占有率，使团队获得最大效益。模拟经营进行3个年度，每轮经营时长控制在5小时。</p>	4
9	数字营销 技术应用 3J5306052C02	通过本课程的学习，学生能够深入了解数字营销领域，了解如何实现数字变革，梳理数字营销知识理论体系，提高数字营销的实践能力和创新思维能力，培养胜任数字营销岗位的工作能力，为未来的职业发展打下良好的基础。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>数字营销认知；数字营销原理与技术认知；数字互动营销；数字广告营销；搜索排名优化；搜索竞价营销；推荐引擎营销；数字营销策划；数字营销效果分析与优化等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>本课程以数字营销岗课赛证融通系统为实训平台。学生在相同的市场环境下，结合给定的企业数据与市场数据，灵活运用数字营销的基本理论和技术，制定数字营销策略和实施方案，借助数字媒体平台竞争市场份额和用户量，进行品牌传播，增加网站曝光度，提升品牌认知度。通过课程理论学习和实践训练，实现理论与实践的紧密结合，培养和提高学生正确分析和解决企业数字营销相关问题的实践能力，成为适应社会当前需要的数字营销人才。</p>	4
10	网店运营 推广 3J5306052C03	通过本课程的学习，主要培养学生掌握网店运营的必备理论知识和基本流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识，拓展其综合职业能力，增加其就业、创业的机会。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>网店运营认知；网店规划（市场数据分析、网店定位、网店运营策略制定）；商品运营；流量获取；营销转化；订单管理与财务处理；网店运营分析（供应链数据分析、销售数据分析、客户数据分析、财务数据分析）等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>通过课程理论学习和实践训练，学生能够理解和掌握网店经营的基本方法与技巧；掌握自媒体和互联网运用的基本技巧，能对特定网店开展实际业务；同时，能够通过网店运营的数据分析，指导优化网店的运营，提高学生的网店运营综合技能。</p>	4

11	直播运营 实务 3J5306052C04	通过本课程的学习，使学生熟悉直播运营的相关知识和运营操作技巧，掌握直播前需要进行的准备工作、直播中的资料宣传与直播话术、直播后的维护与总结，为从事直播运营工作打下基础。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>直播营销（开启内容营销新时代）；直播营销方案策划（构建清晰的直播营销思路）；人员配置（组建高效能的直播团队）；直播话术（提升直播间营销力的关键）；直播间设计（营造一流的直播视觉效果）；商品选择与规划（提高订单转化率的制胜点）；“引流”互动（汇聚人气引爆直播间气氛）；数据分析（数据复盘、做好直播优化）；淘宝直播（引领直播带货爆发式增长）等。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>教学中可以以项目任务式的方式引导学生一步步学习直播运营的实操知识。通过动手做和同步实训，帮助学生融会贯通运用直播运营的相关理论进行实践操作。通过不断的练习和实践，提升学生的实际操作能力、专业技能掌握能力和问题解决能力。</p>	4
12	岗位实习 I 3J5306052C05	通过市场营销专业的岗位实习，使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握实习岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；培养适应工作岗位、承担职责的能力；养成不断探索、吃苦耐劳、诚实守信、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度；树立正确的劳动观念、积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯与品质；增强学生的就业能力。	<p>(1) 主要教学内容</p> <p>贯彻以服务为宗旨、以就业为导向的教育思想，发挥劳动育人的独特作用，追求毕业生与企业零距离，学生、企业双向选择，进行岗位实习和撰写毕业调查。岗位实习时间合计 26 周。</p> <p>(2) 教学要求</p> <p>在岗位实习过程，执行学校老师和企业老师共同指导的双导师制。实习企业应在学生正式上岗前组织开展岗前教育培训活动，使学生了解企业规章制度、企业文化、岗位规范及安全防护知识。实习过程中，双导师应给予实习学生理论和实践指导。实习学生需要综合运用本专业所学的知识和技能，完成岗位工作任务，并进一步获得对岗位职责的感性认识。</p>	13
13	岗位实习 II 3J5306052C06			
14	毕业调查 3J5306052C07			

(3) 专业拓展课程

市场营销专业的专业拓展课程的具体设置及要求见下表 8 所示。

表 8 市场营销专业拓展课程一览表

序号	方向	课程名称及代码	课程目标	主要教学内容及要求	学时
1	农产品营	农产品 电商运营 3J5306054B01	通过本课程的学习，帮助学生 对农产品电商运营形成系统而清晰的认知；能够根据营销目标和品牌定位完成平台营销方案、社交媒体营销方案、直播营销方案、短视频营销方案的制定、实施与数据跟	本课程要兼顾农产品电商的系统性，以及 1+X 农产品电商运营证书的要求，由浅入深地对农产品电商运营进行全面介绍，并注重培养学生服务乡村振兴的意识。具体教学内容包括：农产品电商运营概述；农产品电商日常运营；农产品电商	2

销 方 向		踪反馈，培养学生农产品电商运营的能力，为今后的职业拓展储备一定的知识和技能。	客户服务；农产品平台营销执行；农产品社交媒体日常运营；农产品直播与辅助执行；农产品短视频发布与维护等。	
	农产品 营销实务 3J5306054B02	通过本课程的学习，使学生熟悉农产品营销的基本理论、营销技术；通过一定的农产品营销实践，培养学生对农产品营销理论的理解能力和实践能力，为学生将来从事农产品营销打下坚实基础。	本课程对接高原特色现代农业，以实际工作任务为引领，围绕企业农产品营销活动所涉及的业务流程为主线展开，具体教学内容包括：农产品营销概述；农产品营销环境；农产品需求心理及行为；农产品市场细分及定位；农产品的产品策略；农产品的定价策略；农产品的分销策略；农产品的促销策略；农产品网络营销；其他农产品营销方式等。	2
	农产品物流 3J5306054B03	通过本课程的学习，使学生掌握农产品物流管理的相关概念，熟悉我国现有流通组织状况；掌握农产品物流系统中运输、配送管理、信息系统等关键环节的具体流程；了解农产品电子商务和农产品冷链物流的技术；掌握农产品物流的成本管理，并学习和了解农产品循环物流及国际农产品物流管理，为今后的职业拓展储备一定的知识和技能。	本课程应以帮助市场营销专业学生了解农产品物流管理的基本知识与基本技能为目标，系统地介绍农产品物流的相关知识，具体教学内容包括：农产品物流概述；农产品物流市场分析与供需管理；农产品流通组织；农产品运输与配送管理；农产品物流信息管理；农产品电子商务物流；农产品冷链物流；农产品循环物流；农产品物流成本管理；国际农产品物流管理等。	2
2 新 零 售 方 向	新零售 门店运营 3J5306054B04	通过本课程的学习，使学生能够掌握门店线上线下一体化销售新技术应用和业务操作基本技能；能够分析门店销售业绩、员工绩效、会员消费等数据，并灵活运用新零售门店的营销技巧进行营销决策，培养新零售门店数字化业务应用和营销管理能力，为今后的职业拓展储备一定的知识和技能。	新零售是以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。教学中应围绕新零售运营思维，从新零售的整个运营入手展开，具体教学内容包括：认识新零售（用新思维引领零售新模式）；零售 O2O（线上线下深度融合，构建商业闭环）；新零售门店品牌营销（智能导购、内容营销、线上线下多渠道营销）；门店数据化运营（创建零售与数据集合的新形式）、重构会员体系（数字化时代的智慧管理方案）等。	2
	连锁经营 与管理 3J5306054B05	通过本课程的学习，使学生树立现代连锁经营的理念，掌握连锁企业经营管理的基本理论和主要技能，培养学生善于运用现代经营方式开展连锁经营管理活动的能力和创新创业的能力，为今后的职业拓展奠定一定的基础。	本课程面向新零售管理领域，培养具备连锁经营管理能力的创新型技术技能人才。主要教学内容包括：连锁经营概述；连锁经营的基本模式；连锁经营的组织结构设计；连锁经营的开店策略；连锁店铺的设计与布局；连锁企业商品管理；连锁企业营销管理；连锁企业物流管理；连锁企业信息系统管理等。	2

		<p>企业经营管理 沙盘模拟 3J5306054C01</p>	<p>通过本课程的学习，让每个学生置身商业实战场景，以各自代表的企业经营管理者身份参与六年的企业经营实战演练，使学生在分析市场、制定战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，领悟科学的管理规律；同时通过多轮模拟，培养学生的决策能力、组织能力、团队合作精神和创新精神，全面提升管理能力，真正使学生将所学的理论与实践相结合。</p>	<p>本课程是实践性很强的课程，教学中主要围绕岗位技能展开，具体教学内容包括：认识企业经营模拟沙盘；团队沟通与建设；模拟企业经营运营规则；模拟实战一；岗位职能及技巧专题（战略管理；营销管理；生产运作管理；财务管理）；模拟实战二；企业经营成果分析；模拟实战三；经营策略专题；模拟实战三。</p>	2
3	数 据 分 析 方 向	<p>商务数据 分析 3J5306054B06</p>	<p>通过本课程的学习，学生应能理解如何挖掘数据背后的规律和隐含的信息，掌握商务数据分析的重要概念和高级技能，学会理论联系实际，利用商务数据分析的结果指导科学决策，提升科学管理的水平。</p>	<p>本课程的教学应帮助学生掌握数据分析的基本知识，熟练运用基础的数据分析工具对具体行业的商务数据进行分析，培养学生从实际中提出、研究、解决问题的能力。主要教学内容包括：大数据时代（数字营销时代）；数据分析利器（使用数据分析工具）；寻找切入点（利用市场数据选择商品）；知己知彼（竞争对手数据分析）、决定客单价的关键（商品定价分析）；精准引流（流量数据分析）；提升销售（运营与销售数据分析）；解决压货烦恼（库存数据分析）；电商核心（会员数据分析）；成果检验（利润数据分析）；有理有据（数据商业报告的制作）；成果检验（店铺数据化运营分析）等。</p>	
		<p>人力资源数据 分析 3J5306054B07</p>	<p>通过本课程的学习，让学生了解人力资源量化管理的重要性，认识到数据分析对人力资源每一个模块的影响，掌握数据分析在人力资源中的重要应用，为科学管理营销团队提供思路，为职业拓展奠定技术基础。</p>	<p>本课程的教学应围绕人力资源数据分析的思路和主要方法展开，主要教学内容包括：人力资源数据分析概述；人力资源数据相关指标定义及解释；人力资源数据分析的关键模块（人力资源规划数据、招聘数据、培训数据、薪酬数据、人员流失数据）等。</p>	2
		<p>Power BI 数据 可视化 3J5306054B08</p>	<p>通过本课程的学习，培养学生具备信息的展示逻辑、数据的可视化表达思维，使学生掌握数据可视化的核心理论和方法，掌握Power BI 数据可视化工具的应用，培养数据可视化操作能力，进一步拓展职业能力。</p>	<p>本课程的教学应依托具体的数据分析案例，注重数据可视化实操能力的培养。主要教学内容包括：了解商务数据可视化（认识Power BI）；开展商务数据预处理（数据链接与数据清洗）；构建运营数据分析（制作可视化图表）；创新可视化效果（制作自定义视觉对象）；生成运营分析报告（设计可视化报表）；分享客户分析数据（制作仪表盘）；综合实战案例。</p>	2
4	商	<p>职场形象</p>	<p>通过本课程的学习，培养学生以理性的观念和态度，把握职场形</p>	<p>本课程是指导职场新人如何以良好的形象屹立职场的实用型课程。教学中应</p>	2

素 养 模 块	设计 3J5306054C02	象的基本法则，掌握科学合理的个人职场形象设计的观点和方法，帮助学生开阔知识视野，提高学生的审美能力，激发学生追求自我的心灵美和行为美，提高学生的内在品质，增强职场形象塑造能力和商务交往能力。	注重实操性，具体教学内容包括：职场形象定位；职场形象的仪容；职场形象的服饰；职场形象的发式设计；职场形象的仪态；职场社交形象等。	
	招投标管理 3J5306054B09	通过本课程的学习，学生应掌握招投标的原则、特点、流程、操作技能，基本具备编制招标文件的能力，熟悉招投标的法律风险，并能合理防范法律风险，提高招投标业务能力，拓展职业能力。	本课程应以项目招标投标的工作任务为中心，按照项目的招标、投标、签订合同等工作内容，建立相应的工作情景，组织学生完成发布招标公告、编写招标文件、编写投标文件、招标过程中的资格预审、评标、定标、签订及履行等工作任务，实现仿真教学。具体教学内容包括：项目招标；项目投标；开标、评标和定标；合同签订与履行。	2
	商务演讲 与口才 3J5306054B10	通过本课程的学习，提高学生的演讲水平，培养学生的心理素质，锻炼学生的口才，塑造大学生自身的公关形象，培养学生乐观积极自信的自我认知和良好的思辨习惯，以应对现代社会生活和工作中的汇报、交际、求职与自我推销。	本课程是一门实践性很强的课程，教学中应强化实践环节的教学。具体教学内容包括：商务演讲与口才概述；有声语言技巧；态势语言技巧；演讲口才训练（即兴演讲口才、命题演讲口才、辩论演讲口才、公关口才、求职口才）等。	2
5 理 论 提 升 方 向	基础会计 3J5306054A01	通过本课程的学习，学生能理解会计核算的基本原理，熟悉会计核算的基本程序，掌握会计核算的基本技能，会编写会计分录，能对基本经济业务进行会计处理；使市场营销专业学生对会计这门学科有一定的了解和认识，明确做好会计工作对于加强经济管理的重要性，为继续升造和职业拓展奠定理论基础。	本课程的教学应侧重介绍会计的基本知识及简单应用。具体教学内容包括：会计的概述；会计要素、会计科目和账户；借贷复式记账法与会计业务循环；企业基本经济业务的核算；制造业主要经济业务的核算；账务处理程序；会计核算组织与规范等。	2
	实用语文 3J5306054A02	通过本课程的学习，使学生拥有适应实质需要的阅读能力、理解能力、写作能力和口语社交能力，提高大学生的人文素质和语文综合素养，为继续学习、终身学习、职业发展打好基础。	本课程的教学应以培养学生语言文化综合实际应用能力为主，主要教学内容包括：文选阅读鉴赏和应用文写作。	2
	公共英语 3J5306054A03	通过本课程的学习，培养学生的英语综合应用能力，提高学生跨文化交际意识，使学生掌握有效的英语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。	本课程的教学围绕听、说、读、写、译五项能力展开，主要教学内容包括：词汇学习；课文学习；听力训练；写作翻译实践等。	2

(三) 学时及学分分配

市场营销专业课程体系的学时及学分分配情况如下表 9 所示。

表 9 市场营销专业的课程学时和学分分配表（三年制）

类别		学时	学分	备注			
理论教学总学时		1395	学时	包括：公共基础课程学时、专业基础课程学时、专业核心课程学时、拓展课程理论学时。			
实践教学总学时		1347	学时	包括：课内实践教学学时；单独设置的实践环节，其中的纯实践课学时数。			
教学总学时 (理论+实践)		2742	学时	理论课时占总学时	50.88%		
				实践课时占总学时	49.12%		
总学分		150	学分	其中： 必修课程 42 门，128 学分（含公共必修课 20 门，40 学分；专业必修课 22 门，88 学分）。 选修课 11 门，24 学分（含公共选修课 7 门，16 学分；专业选修课程 4 门，8 学分）。			
类别		课程门数	学时	占总学时比例	学分	占总学分比例	
必修	公共必修课程		20	846	30.85%	40	26.67%
	专业必修	专业基础课程	7	468	17.07%	26	17.33%
		专业核心课程	15	996	36.32%	60	40.00%
		小计	22	1464	53.39%	86	57.33%
	合计		42	2310	84.25%	126	84.00%
选修	公共选修课程		7	288	10.50%	16	10.67%
	专业选修（拓展）课程 （需要选择）		4	144	5.25%	8	5.33%
	合计		11	432	15.75%	24	16.00%
	说明：	专业选修 （拓展）课程 （可供选择）	15	540	19.69%	30	20.00%

七、教学进程总体安排（教学进度表）

市场营销专业的课程教学进程总体安排见下表 10 所示。

周数分配								一	二	三	四	五	六	合计			
教学总周数								20	20	20	20	20	20	120			
入学教育、军事技能								3						3			
机动（节假日）								1	1	1	1	1		5			
教学（包括理论讲授、课内实训）								15	18	18	18	18		87			
考试								1	1	1	1	1		5			
岗位实习													20	20			
课程类别	课程性质	课程模块	课程类型	序号	课程代码	课程名称	考核方式	各学期周学时						学时分配		学分	
								1	2	3	4	5	6	总学时	实践		
公共基础课	公共必修课	思政政治理论	A	1	3M0000001A01	思想道德与法治	考试		3						54	6	3
			A	2	3M0000001A02	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试			2					36	4	2

			A	3	3M0000001A03	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试								54	4	3	
			A	4	3M0000001A04	形势与政策 I	考查	2							12	0	0.25	
					3M0000001A05	形势与政策 II	考查		2							12	0	0.25
					3M0000001A06	形势与政策 III	考查			2						12	0	0.25
					3M0000001A07	形势与政策 IV	考查				2					12	0	0.25
			A	5	3M0000001A08	党史	考查	2							18	0	1	
			小计						4	5	4	5	0	0	210	14	10	
		职业素养	B	6	3F0000001B01	大学生职业生涯规划	考查	2							36	12	2	
			B	7	3F0000001B02	创新创业教育与就	考查					2			36	16	2	

				业指导														
		B	8	3B0000001B01	大学生心理健康教育	考查	2							30	8	2		
		C	9	3C0000001C01	体育与健康	考查	2	2						64	56	2		
		A	10	3B0000001A01	军事理论	考查		2						32	4	2		
		C	11	3B0000001C01	军事技能	考试	3周							112	112	2		
		A	12	3A0000001B01	入学与安全教育									10	2	1		
		C	13	3E0000001C01	劳动教育	考查	1周							30	18	1		
		C	14	33E0000001C02	健康体质测试	考查										1		
		C	15	3E0000001C03	体育专项技能	考查					2			36	28	1		
		小计						6	4	0	4	0	0	386	256	16		
		文化 素养	B	16	3C0000001B01	实用英语	考试		4					72	34	4		
	A		17	3C0000001B02	大学语文	考查		2						34	16	2		
	B		18	3J0000001B01	信息技术基础	考查	4							72	36	4		

		B	19	3J0000001B02	专业信息技术应用	考查		2						36	18	2
		A	20	3C0000001A01	中华优秀传统文化	考查	2							36	12	2
		小计						6	8	0	0	0	0	250	116	14
		合计						16	17	4	9	0	0	846	386	40
公共选修课		A	21	3C0000003A01	语言与艺术类	考查										
		A	22	3C0000003A02	历史与文化类	考查										
		A	23	3C0000003A03	政治与法律类	考查										
		A	24	3C0000003A04	经济与管理类	考查										
		A	25	3C0000003A05	自然科学类	考查										
		C	26	3C0000003C01	奖励学分	考查										4
		C	27	3C0000003C02	第二课堂	考查										4
			合计						0	4	4	4	4	0	288	0
公共课总学时及学分								16	21	8	13	4	0	1134	386	56

课程类别	课程性质	课程模块	课程类型	序号	课程代码	课程名称	考核方式	各学期周学时						学时分配		学分	
								1	2	3	4	5	6	总学时	实践		
专业 (技能) 课程	专业 必修课	专业 基础 能力 模块	A	1	3J5306052A01	经济法实 务	考试	4						60	12	3.5	
			A	2	3J5306052A02	管理基础 与实务	考试				4			72	14	3.5	
			B	3	3J5306052B01	应用统计	考试	4						60	30	3.5	
			A	4	3J5306052A03	经济学基 础	考试		4					72	14	4	
			B	5	3J5306052B02	市场营销 理论与实 务	考试	4						60	30	3.5	
			A	6	3J5306052B03	商品学	考试		4					72	36	4	
			B	7	3J5306052B04	公共关系	考试				4			72	36	4	
		小计							12	8	0	8	0	0	468	172	26
		专业 方向 能力 模块	销售 技能 模块	B	8	3J5306052B05	客户关系 管理	考查			2				36	18	2
				B	9	3J5306052B06	电子商务 实务	考试			4				72	36	4
B	10			3J5306052B07	商务谈判	考查			2				36	18	2		

						与礼仪											
	营销 策划 模块	B	11	3J5306052B08	广告实务	考试			4					72	36	2	
		B	12	3J5306052B09	市场调查 与预测	考查					2			36	18	4	
		B	13	3J5306052B10	营销策划 实务	考试					4			72	36	4	
		数字 营销 模块	B	14	3J5306052B11	新媒体技 术	考查				4				72	36	4
			B	15	3J5306052B12	Photoshop 图像处理	考查			2					36	18	2
	小计							0	0	14	4	6	0	432	216	24	
	专业 实践 技能 模块	综合 技能	C	17	3J5306052C01	市场营销 沙盘	考查		4					72	65	4	
			C	18	3J5306052C02	数字营销 技术应用	考查			4					72	65	4
			C	19	3J5306052C03	网店运营 与推广					4				72	30	4
			C	20	3J5306052C04	直播运营 实务	考查					4			72	65	4
		C	21	3J5306052C05	岗位实习								20周	240	240	18	

专业 选修 课			C	22	3J5306052C06	毕业调查									36	36	2
		小计							0	4	4	4	4	0	564	501	36
		合计							12	12	18	16	10	0	1464	889	86
	专业 拓展 能力 模块	农产品营 销方 向	B	23	3J5306054B01	农产品电 商运营	考查				2				36	18	2
			B	24	3J5306054B02	农产品营 销实务	考查				2				36	18	2
			B	25	3J5306054B03	农产品物 流	考查					2			36	18	2
		新零售方 向	B	26	3J5306054B04	新零售门 店运营	考查					2			36	18	2
			B	27	3J5306054B05	连锁经营 与管理	考查					2			36	18	2
			C	28	3J5306054C01	企业经营 管理沙盘 模拟	考查					2			36	32	2
		数据 分析 方向	B	29	3J5306054B06	商务数据 分析	考查					2			36	18	2
B	30		3J5306054B07	人力资源 数据分析	考查						2		36	18	2		

			B	31	3J5306054B08	Power BI 数据可视化	考查					2		36	18	2	
		商务 素养 模块	C	32	3J5306054C02	职场形象设计	考查					2		36	32	2	
			B	33	3J5306054B09	商务演讲与口才	考查					2		36	18	2	
			B	34	3J5306054B10	招投标管理	考查					2		36	18	2	
			理论 素质 模块	A	35	3J5306054A01	基础会计	考查				2			36	7	2
		A		36	3J5306054A02	实用语文	考查				2			36	7	2	
		A		37	3J5306054A03	公共英语	考查				2			36	7	2	
		合计							0	0	0	4	4	0	144	72	8
	专业课总学时及学分							12	12	18	20	14	0	1608	961	94	
总计							28	33	26	33	18	0	2742	1347	150		

八、实施保障

实施保障主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

本专业现有专业课授课教师 28 人，其中专业技术职称正高 2 人，副高级 12 人，中级 10 人，初级职称 4 人。团队教师具有市场营销、电子商务、企业管理、农业经济学、财务管理、大数据等专业本科及以上学历，25 人具备“双师型”素质和职业资格证书，其中有企业工作经历的教师 8 人。专业带头人具有较强的教学设计、专业研究能力。企业兼职教师 6 人，均具有丰富的实操经验，其中 1 人曾在百度、阿里做过数据分析工作。

（二）教学设施

1. 专业教室

专业教室满足电源、光照、安全条件，配置课桌椅、黑（白）板、基本教具，配置满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括网络接口或网络环境、多媒体计算机、投影设备、音响设备、应用软件等，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

依据市场营销专业培养目标，围绕市场营销专业岗位能力需求，组建了营销业务综合实训室、数字营销综合实训室、新媒体营销实训中心、农产品展示与体验中心、ERP 沙盘实训室、商务数据分析中心、创客空

间与创意工作室等 7 个开放共享的校内实训室，详见表 11。校内实训室配备满足市场营销专业课程实训要求所需的教学软硬件设施设备，确定专职实训指导教师，实训管理及实施规章制度齐全。

表 11 市场营销专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	设备及软件	承担实训(验)项目	利用率	是否开放	是否共建
1	营销业务综合实训室	电脑 60 台,多媒体设备、投影设备、白板等信息化教学硬件;办公应用软件、ITMC 市场营销综合实训与竞赛系统。	《市场调查与预测》 《营销策划实务》 《市场营销沙盘》	100%	开放	否
2	数字营销综合实训室	电脑 60 台,多媒体设备、投影设备、白板等信息化教学硬件;办公应用软件,ITMC 数字营销岗课赛证融通系统 V1.0。	《农产品营销实务》 《数字营销技术应用》 《网店运营推广》	100%	开放	是
3	新媒体营销实训中心	电脑 50 台,摄影棚、灯箱、相机、摄像机、三脚架、麦克风、直播桌椅、直播支架、直播背景幕布、智瞳摄像头、智能直播机、麦克风、耳机、声卡、LED 环形灯和补光灯套装;商品摆架、休闲桌椅和讨论工位;Photoshop 图像处理软件,视频剪辑软件,办公应用软件,直播营销理实一体化实训系统。	《 新媒体技术 》 《Photoshop 图像处理》 《直播运营实务》 《农产品电商运营》 《网店运营推广》	100%	开放	是
4	农产品展示与体验中心	配备 AR/VR 体验设备,突显虚实结合的消费体验;配备先进的传感器和物联网设施,提供物物相联的门店消费体验。中心包含校园超市、O2O 营销、O2O 内贸电商、O2O 跨境电商等丰富多样的运营模式。	《农产品营销实务》 《农产品电商运营》	100%	开放	是
5	ERP 沙盘实训室	电脑 25 台;办公应用软件,手工沙盘和电子沙盘(新道新商战沙盘系统 V5.0)	《企业经营管理沙盘模拟》	100%	开放	是
6	商务数据分析中心	电脑 60 台,多媒体设备、投影设备、白板等信息化教学硬件;办公应用软件、python 数据分析软件。	《商务数据分析》	100%	开放	是
7	创客空间与创意工作室	配备各种创新创业基础设施,共建生态经营环境,为所有有创意的学生提供创造价值的机会。每个学生都是创客,鼓励和支持学生把各种创意变成现实,转变为商业价值。	《现代推销实务》 《商务谈判与礼仪》 《创新创业教育与就业指导》 《大学生职业生涯规划》	100%	开放	是

3.校外实习实训基地

学院积极与对口企业开展校企合作，共建校外实训基地，为学生课程实习、岗位实习及就业提供了良好的条件。目前，市场营销专业具有稳定的校外实习实训基地，详见表 12。

表 12 市场营销专业校外实习实训基地一览表

序号	合作企业名称	用途	企业联系人		
			姓名	职务	电话
1	慧农时邦农业产业发展有限公司	实训、岗位实习	**楠	总经理	18100880806
2	连锁经营行业协会	岗位实习	*琼	会长	13629666621
3	百果园投资有限公司	实训、岗位实习	**瑜	人事经理	18313900448
4	沃尔玛	实训、岗位实习	*方	总经理	13708700370
5	中联教育科技有限公司	岗位实习	**君	区域经理	13114272380

(三) 教学资源

1.教材选用的基本要求

学校已建立由专业教师、行业专家和教研人员等组成的教材委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，优先选用近三年出版的职业教育国家、省级规划教材和精品教材，或者根据专业建设的需要开发编写校本特色教材和实践指导书。

课程教材开发的基本要求是：依据专业培养目标确定教材内容，有明确的素质、知识和技能培养目标、内容；能够充分体现实用性、先进性，主体内容具有稳定性的同时，随科技进步和标准的更新反映出超前性；能够适应“1+X 制度”的要求，反映职业资格认定的相关要求，做到书证融通。

2. 图书文献配备的基本要求

图书、文献配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，师生能够方便地进行查询、借阅。其中，专业类图书主要包括有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字资源配备的基本要求

建设、配备了与本专业有关的音频、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，资源种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、能满足教学要求，具体如表 13 所示。

表 13 市场营销专业数字教学资源配置一览表

项目	资源情况
人才培养模式	建立人才培养方案
专业标准	根据岗位要求制定专业标准
课程标准	根据岗位能力制定课程标准
习题、试题	建立题库
电子课件	建立电子课件
精品课程	筹建精品课程
网络课程	充分利用超星、雨课堂等平台辅助教学

(四) 教学方法

1. 项目式、启发式、讲授式、互动式、探究式、合作式教学方法相结合

在教学过程中采取灵活多样的教学方法。一是依靠任务驱动、项目

导向、教师讲授等启发式、讲授式教学方法，激发学生的学习兴趣 and 热情，引导学生理解工作任务，帮助学生打牢专业基础知识。二是通过翻转课堂、案例分析、头脑风暴等互动式、探究式教学方法，引导学生自主建构有用的知识，克服教师满堂灌单调乏味、学生厌学的情况；三是通过情境模拟、角色扮演、团队合作等探究式、合作式教学方法活化、实化、职业化教学过程，真正做到“以学生为中心”，教中学、做中学、学中做、学中教，营造生动有趣、灵活机动的教学氛围。

2.传统教学手段与现代教育技术相结合

采用传统教学方法和现代教育技术相结合的教学手段，应用教材、多媒体技术、实训基地设施设备与超星、雨课堂等在线教学平台、精品课程等数字教学资源库相结合，实施“课前课中课后贯穿式、线上线下混合式”教学法，优化教学内容和教学过程，注重“教、学、做”一体化，从而调动学生学习的积极性，使课堂教学在形式上和内容上都富有感召力和趣味性。

3.模拟操作、参观学习、假期实践相结合

市场营销专业是实践性很强的学科，建议根据专业教学内容的需要和教学活动的组织要求，通过模拟操作、参观学习、假期实践相结合的方式培养学生的职业素养，增强学生的实践能力和就业能力。一是在以实训软件的仿真经济活动为主，组织学生通过岗位分工、模拟对抗的方式实操完成典型的企业营销工作任务，提升学生的专业技术技能，培养学生自主思考的学习能力，分析问题、解决问题的创新思维能力、团队合作能力和职业行为能力。二是充分发挥校外实训实习基地的作用，根

据教学需要带领学生到校企合作的企业进行参观学习、互动交流，开阔学生的视野，增强学生对职业岗位的感性认识。三是建议学生利用节假日，自主联系企事业单位开展社会实践，了解市场营销相关岗位工作内容，积累专业知识，增强社会经验，从而有意识、有目的、有针对性地提升学生的专业能力、社会能力和方法能力。

(五) 学习评价

参照企业实际要求、岗位知识技能和素质要求、专业对应1+X技能等级的考核标准，根据人才培养方案的能力指标，在专业教学团队的指导下，充分利用信息化平台，构建起了“以信息化技术为支撑、过程与结果相结合、知识和能力相印证”的学习考核评价体系。

学习评价体系的构建注重六方面：一是评价体系充分体现主体的多元化和评价形式的多样化，体现专业必备“知识点、技能点”掌握情况、人才培养规格标准在评价中的主导地位；二是采用过程性评价和结果性评价相结合的方式，注重过程性评价对学生发展的作用，注重结果性评价对教学效果的反馈作用，允许任课教师根据课程性质决定过程和结果考核的具体比例，使对学习过程和结果的评价符合课程培养目标；三是将学业知识考核和职业能力资格考试相结合，允许用职业资格证书考试成绩反映一定专业课程的成绩；四是体现各课程在评价上的特殊性；五是注意处理教学与评价的关系；六是各级别的评价以课程的能力培养目标为依据。

(六) 质量管理

第一，学校和二级院系已建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，

具有健全的专业教学质量监控管理制度，完善的课堂教学、教学评价、实习实训、毕业调查以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面的质量建设标准，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。

第二，根据质量管理体系要求，学院各部门，特别是教务处、教学质量监控中心和二级学院均具有完善的教学管理机制和制度，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进研讨会，切实落实巡课、听课、评教、评学制度，严明教学纪律，强化教学组织功能。

第三，校级、专业群和专业已建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对在校生学业水平、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。专业教研室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、实践教学安排

实践教学主要包括两个环节：课内实践教学环节和集中实践教学环节。其中，课内实践教学环节包括课堂讨论、案例分析、实训项目等。集中实践环节包括军事技能、劳动教育、岗位实习、毕业调查等。课内实践教学环节主要安排在校内实训室、计算机机房等校内活动场所和校外实习实训基地开展完成；集中实践教学环节根据学校和学院组织安排，在校外实习实训基地和机关企事业单位开展完成。实习过程严格执行《XXXXX 学院学生实习管理规定》。具体的实践教学安排如下表 14 所示。

表 14 市场营销专业实践教学课程安排表（三年制）

课程类别	课程性质	课程类型	课程代码	课程名称	各学期周学时						实践学时
					1	2	3	4	5	6	

课内实践教学	公共必修课	A		思想道德与法治		√					6	
		A		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			√				4	
		A		习近平新时代中国特色社会主义思想概论				√				4
		B		大学生职业生涯规划	√							12
		B		创新创业教育与就业指导				√				16
		B		大学生心理健康教育	√							8
		C		体育与健康	√	√						56
		A		军事理论		√						4
		A		入学与安全教育								2
		C		体育专项技能					√			28
		B		实用英语		√						34
		A		大学语文		√						16
		B		信息技术基础	√							36
		B		专业信息技术应用		√						18
		A		中华优秀传统文化	√							12
	A	3J5306052A01	经济法实务	√							12	
	A	3J5306052A02	管理基础	√							12	
	B	3J5306052B01	应用统计	√							30	
	A	3J5306052A03	经济基础		√						14	
	B	3J5306052B02	市场营销理论与实务	√							30	
	A	3J5306052A04	消费者心理学			√					7	
	B	3J5306052B03	商品学			√					36	
	B	3J5306052B04	客户关系管理			√					18	
	B	3J5306052B05	现代推销实务			√					36	
	B	3J5306052B06	商务谈判与礼仪				√				18	
	B	3J5306052B07	市场调查与预测			√					18	
	B	3J5306052B08	广告实务			√					36	
	B	3J5306052B09	营销策划实务					√			32	
	B	3J5306052B10	新媒体技术				√				32	
	B	3J5306052B11	Photoshop 图像处理			√					18	
	C	3J5306052C01	市场营销沙盘		√						65	
	C	3J5306052C02	数字营销技术应用			√					65	
	C	3J5306052C03	网店运营推广				√				65	
C	3J5306052C04	直播运营实务					√			58		
专业选修课	B	3J5306054B01	农产品电商运营			√				18		
B	3J5306054B02	农产品营销实务					√			16		
B	3J5306054B03	农产品物流					√			16		

	B	3J5306054B04	新零售门店运营				√			18	
	B	3J5306054B05	连锁经营与管理					√		16	
	C	3J5306054C01	企业经营管理沙盘模拟					√		29	
	B	3J5306054B06	商务数据分析				√			18	
	B	3J5306054B07	人力资源数据分析					√		16	
	B	3J5306054B08	Power BI 数据可视化					√		16	
	C	3J5306054C02	职场形象设计					√		29	
	B	3J5306054B09	招投标管理					√		16	
	B	3J5306054B10	商务演讲与口才					√		16	
	A	3J5306054A01	基础会计				√			7	
	A	3J5306054A02	实用语文				√			7	
	A	3J5306054A03	公共英语				√			7	
集中实践教学	公共必修课	C		军事技能	√					112	
		C		劳动教育	√					18	
	专业必修课	C	3J5306052C05	岗位实习 I					√		104
		C	3J5306052C06	岗位实习 II						√	234
		C	3J5306052C07	毕业调查							36

十、毕业要求

学生毕业必须同时具备以下五种条件：

- 1.思想素质：思想品质和职业道德合格；
- 2.身体素质：达到教育部、国家体育总局的《国家学时体质健康标准》的要求。
- 3.学制学分：基本修业年限为 3 年。学生在规定的修业年限内，按照市场营销专业人才培养方案修满 159 学分。其中，公共必修课程 40 学分；专业必修课程 95 学分；公共选修课程 16 学分；专业选修课程 8 学分。
- 4.相关证书：毕业前取得全国计算机等级考试一级合格证书，同时

至少取得一种职业资格证书或职业技能等级证书，建议学生考取**新媒体技术职业技能等级证书（初级）**、数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）、网店运营推广职业技能等级证书（初级）、网络直播运营职业技能等级证书（中级）、营销员（国家职业资格四级）、助理营销师（国家职业资格三级）等相关证书。

5.其他要求：符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十一、继续专业学习深造建议

本专业毕业的学生已基本达到企业相应岗位的入职要求，继续专业学习主要从提高专业经验和接受更高层次教育两个方面进行。

一是提高专业经验，主要接受企业内部或外部的专门培训和训练。

二是接受更高层次教育，学生在毕业前选择与本专业对接的本科专业，通过“专升本”方式进入本科院校，继续完成本科学习。市场营销专业可以考取并继续学习的本科专业有工商管理、会计学等专业。