

**HUAIBEI VOCATIONAL&TECHNICAL COLLEGE**

**COLLEGE**

**市场营销专业**

**人才培养方案**

**(2025级)**

系部（盖章）： 财经系

执 笔 人： 丁 伟

审 核 人： 杜红艳

制 定 日 期： 2025年5月

二〇二五年五月

**2025级市场营销专业人才培养方案**

# 一、专业名称、专业代码、专业大类

（一）专业名称（专业代码） 市场营销（530605）

（二）专业大类

财经商贸大类

# 二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

# 三、基本修业年限

三年

# 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 S（4-01-06-02）、品牌专业人员（2-06-07-04） |
| 主要岗位（群）或技术领域 | 市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管…… |
| 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 B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理 …… |

# 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

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）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国民族自豪感；

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、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神；能够理解企业战略、适应企业文化、保守商业机密；

5.至少具有 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试 合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；

6.具有一定的文化修养、审美能力，形成至少1项艺术特长或爱好；

7. 具备一定的心理调适能力；

8.树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，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。

 （二）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、美育知识、掌握身体运动的基本知识；

2.熟悉与市场营销专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

3.掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

4.掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能；

5.掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能；

6.掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能；

7.掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能；

8.掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处 理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能；

9.掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能。

（三）能力

1.具有探究学习、终身学习、整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

2.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3.具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用能力；

4.具有数字营销能力；

5.具消费者行为分析能力；

6.具有项目销售能力；

7.具有品牌策划与推广能力；

8.具有智能客户服务能力；

9.具有商务数据分析能力。

# 七、课程设置及要求

## （一）职业能力分析

## 典型工作任务与职业能力分析表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作岗位 | 工作任务 | 职业能力 | 对应课程 |
| 市场营销专员或营销经理 | 帮助总经理制定营销计划、开发客户资源、签订商品合同等任务。 | 沟通能力、协调能力、应变分析能力、写作能力等 | 《市场营销实务》、《消费者行为学理论案例与实务》、《市场调研与数据分析》、《商务谈判与推销》 |
| 市场调研员 | 收集市场信息并进行整理、分析和预测，为决策提供依据 | 掌握市场调查技术，进行数据整理分析，撰写市场调查报告 | 《市场调研与数据分析》、《消费者行为学理论案例与实务》 |
| 销售管理岗位：如销售主管、销售经理等 | 制定销售计划、构建销售组织、培训和指导销售人员、进行销售激励和绩效考评。 | 战略与决策能力、人际关系管理能力、操作能力。 | 《销售管理实务》、《消费者行为学理论案例与实务》 |
| 营销策划专员、主管及相关管理岗位 | 项目前期调研与可行性分析、市场定位和产品定位、项目策划推广、优势资源整合等 | 协调能力、决策能力、组织管理能力、资源运营能力 | 《市场营销实务》、《市场调研与数据分析》、《营销策划理论与实务》 |
| 销售员、业务经理 | 收集整理分析客户资料、组建谈判团队、完成销售任务 | 具备有关推销理论、谈判模式等具体推销领域的基础知识，掌握推销过程相关的基本技能 | 《市场调研与数据分析》、《商务谈判与推销》、《数字化客户管理》 |
| 直播营销员 | 掌握个性心理因素、环境因素、营销因素对消费者行为影响，掌握消费者行为产生，发展和变化的一般规律，制定有效的营销策略。 | 熟练地运用消费者行为学分析的各种方法分析和研究消费者行为活动的能力 | 《消费者行为学理论案例与实务》、《数字化客户管理》、《网络营销与推广》 |
| 品牌专业人员 | 从事品牌规划、品牌塑造、品牌推广、品牌维护及品牌运营 | 掌握品牌理论、能进行品牌元素设计、品牌形象塑造、制定品牌战略、进行品牌维护与危机管理等能力， | 《品牌管理与推广》、《营销策划理论与实务》 |

**（二）课程设置**

课程包括公共基础课程和专业课程。

1.公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想到的与法治、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、形式与政策、国家安全教育、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育，党史国史、劳动教育、大学英语、数学、信息技术与人工智能、创新创业教育、大学美育列入必修课，将人文素养类课程、科学素养类课程列入公共选修课。

2.专业课程

根据行业发展、职业发展、区域经济等对市场营销专业人才的复合型要求设置课程。分为专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程，并涵盖有关实践性教学环节。

（1）专业基础课程

设置5门专业基础课：经济学基础、管理学基础、商品学基础、市场营销基础、市场调研与数据分析

（2）专业核心课程

设置8门专业核心课程：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。

（3）专业选修课程

设置5门选修课程商务文案策划与撰写、渠道管理、网店运营与推广、连锁门店运营与管理。

3.实践教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。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

在校内外进行需求洞察、品牌策划、商务礼仪与沟通、数字营销等实训， 包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在批发、零售、商务服务、制造行业的企业进行市场营销、数字营销、品牌策划、销售与管理等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实 习指导教师和人员，组织开展专业对口实习， 加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。将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。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。

4.学时安排

总学时2636学时，每16～18学时折算1学分，其中，公共基础课796学时占总学时的30.19%。实践性教学1657学时占总学时的62.86%，其中，实习时间累计为6个月，根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的328学时占总学时的12.44%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按1周为1学分。

**（三）课程描述**

1.公共基础课课程描述

公共基础课课程描述

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **内容及要求** | **学时** | **学分** |
| 1 | **思想道德与法治** | 本课程学习思想道德和法律知识，学生应能够树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，提高思想道德水平和法治素养，尽快适应大学生活，加强自身修养，为更好融入社会打下基础。 | 48 | 3 |
| 2 | **毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论** | 本课程学习毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的产生背景、实践过程、主要内容、历史地位及重大意义，学生应能够系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，正确认识我国社会主义初级阶段的基本国情和党的路线方针政策，正确分析和解决中国特色社会主义建设过程中出现的各种问题。 | 32 | 2 |
| 3 | **习近平新时代中国特色社会主义思想** | 本课程学习马克思主义中国化时代化最新理论成果—习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容，学生应能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想分析和解决实际问题，从而深刻把握“两个确立”，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，增强投身到中华民族伟大复兴事业中的自觉性、主动性和创造性。 | 48 | 3 |
| 4 | **国家安全教育** | 本课程学习总体国家安全观，学生应全面把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，掌握维护国家安全的途径与方法，提高国家安全意识，厚植爱国主义情怀，培养奋斗精神，‌将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。 | 16 | 1 |
| 5 | **形势与政策** | 本课程学习最新的国内国际热点、难点和敏感事件，学生应能够认识到党和国家面临的形势与任务，正确理解党的路线、方针、政策，增强运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力，提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力。 | 32 | 1 |
| 6 | **军事理论** | 本课程学习中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等军事理论，通过教学使学生增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。 | 36 | 2 |
| 7 | **军事技能及**  **入学教育** | 本课程学习内容包括军事技能和入学教育。军事技能包括稍息、立正、报数；齐步走、跑步走、正步走的行进与立定；军姿、敬礼、走方队等。通过军训培养学生刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，增强国防观念和组织纪律性。入学教育包括爱国主义教育、法制教育、专业认知教育、大学生适应性教育、学风养成教育等,帮助学生迅速转变角色，明确学习目标，合理规划大学生活，增强道德修养，树立专业精神。 | 120 | 7 |
| 8 | **信息技术与人工智能** | 本课程学习计算机发展概论、计算机基本组成和工作原理、操作系统应用、office常用办公软件使用、计算机网络知识、计算机网络安全、数字媒体技术、大数据、云技术等相关信息技术知识，引导学生增强信息意识、提升应用信息技术解决问题综合能力，促进数字化创新与发展能力。树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。 | 56 | 3.5 |
| 9 | **大学体育** | 本课程学习主要运动项目的基本技术、技能、战术、理论知识、专项身体素质、竞赛规则、裁判法以及基层单项比赛的指导方法和组织方法等。通过学习使学生掌握1~2项体育运动技能，提升体育运动能力，提高体能水平。落实立德树人根本任务，培养学生科学锻炼身体的方法，引导学生建立终身锻炼的意识，养成体育锻炼的习惯，形成健康文明的生活方式。 | 108 | 7 |
| 10 | **大学英语** | 本课程通过语篇知识、语言知识和文化知识的学习，特别是侧重与职业相关的主题学习，培养学生学习英语和应用英语的能力，促进英语学科核心素养的发展，使学生将来能够成为具备中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。 | 128 | 8 |
| 11 | **大学美育** | 本课程以艺术审美体验为核心，主要通过对美的本质、美的表现形态、美的范畴、以及美学基本理论的介绍，通过学习自然美、艺术美、社会美、科技美等审美形态，融合中华美育精神，结合生动的艺术实践，使学生初步树立正确、进步的审美观，培养高尚、健康的审美理想和审美情趣，发展对美的事物的感受力、鉴赏力、创造力，提高在审美欣赏活动和审美创造活动中陶冶情操、完善人格、自我教育的自觉性。 | 32 | 2 |
| 12 | **职业生涯规划** | 本课程学习生涯规划理论、职业分类、职业测评、职业心理、职业决策等知识，学生应树立职业规划理念，通过认知自我、认知社会、认知专业，确立职业生涯目标及实现目标的路径，提高自我调适、应对挫折、人职匹配的能力，最终实现职业理想和自我价值。 | 12 | 1 |
| 13 | **大学生就业与创业** | 本课程学习国家就业与创业政策法规、求职创业的基本程序、求职准备、面试技巧、劳动合同、创业计划、创业团队运营等知识，引导学生树立正确的择业观、创业观，掌握择业创业各环节的基本技能，做好求职创业的物质和心理准备，培养创新意识和创新创业能力，为成功就业创业奠定基础。 | 20 | 1 |
| 14 | **大学生心理健康教育** | 本课程学习心理健康知识、自我认知、人际管理、恋爱心理、情绪管理、压力应对等知识，增强学生自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，自我调节能力，切实提高学生心理素质，促进身心健康发展。 | 32 | 2 |
| 15 | **劳动教育** | 本课程学习内容主要包括日常生活劳动教育、生产劳动教育和服务性劳动教育三个方面。其中，日常生活劳动教育要让学生立足个人生活事务处理，培养良好生活习惯和卫生习惯，强化自立自强意识；生产劳动教育要让学生体验平凡劳动中的伟大；服务性劳动教育要注重让学生利用所学知识技能，服务他人和社会，强化社会责任感。 | 32 | 1 |
| 16 | **安全教育** | 本课程学习内容主要是法律法规、校纪校规、国家安全、公共安全、人身安全、财产安全、消防安全、交通安全、网络安全、食品安全和校园周边安全等多个方面，提高大学生安全意识和防范能力。 | 60 | 2 |

2.专业课课程描述

（1）专业基础课课程描述

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **内容及要求** | **学时** | **学分** |
| 1 | **经济学**  **原理** | 本课程主要研究市场经济条件下经济运行和经济活动的基本规律和理论，其中包括微观经济理论和宏观经济理论，为经贸管理类专业基础课。通过本课程的教学，学生应了解经济学的基本分析方法，并能用所学的经济学原理及经济学的分析方法，探索和掌握市场经济运行的基本规律，分析、解决一般的现实经济现象和经济问题，学会用经济学的方法思考与分析经济问题。 | 64 | 4 |
| 2 | **企业管理基础** | 本课程学习管理学的基本原理和基本方法，包括管理及管理系统；管理思想和管理理论；计划职能；组织职能；领导职能；控制职能。课程以职业岗位所要求的营销能力为出发点，以职业技能培养为核心，以企业实际工作项目为载体，使学生在实施工作项目过程中，具备基层管理岗位管理者具有的综合管理素质和技能。 | 64 | 4 |
| 3 | **市场营销基础** | 本课程的学习，帮助学生树立科学的营销观念，正确认识企业的营销活动，掌握企业营销管理的相关知识、技能，培养学生分析问题、解决问题的能力，完成从初学者到熟练者的职业能力发展。切实提高学生综合运用市场营销知识解决企业营销问题的能力。 | 64 | 4 |
| 4 | **商品学基础** | 商品学是一门传统的课程，该课程以商品质量为中心，研究商品使用价值及其变化规律，是学生了解商品、熟悉商品并为走上企业工作岗位做好企业管理、市场营销等工作打下基础。通过学习，学生可以具备沟通能力、协调能力、应变分析能力、写作能力等，可以满足社会对商品检验与认证人才的需求，同时填补我国商品检验与认证专业人才培养的空白，更有利于促进商品检验与认证行业的健康快速发展 | 64 | 4 |
| 5 | **市场调研与数据分析** | 本课程内容包括职业岗位认知、调研方案制定、调查方法选择、调研问卷设计、调查组织实施、数据回收处理、数据挖掘分析、调研报告撰写。通过本课程的学习，学生能够在掌握基本理论的基础上，掌握市场调查和分析的相关知识、技能，能独立地开展市场调查工作和预测工作，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任市场调查和预测相关工作，培养具有市场调查与预测综合技能的应用型人才。 | 64 | 4 |

（2）专业核心课课程描述

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **内容及要求** | **学时** | **学分** |
| 1 | **智能客户服务实务** | 本课程教学内容包括售前售中售后服 务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控和危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发。通过本课程学习，学生能够掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能；客服团队组建的方法和技术技能；客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能；智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能；智能客服人机对话设计的方法和技术技能；智能客服数据分析优化的方法和技术技能。 | 64 | 4 |
| 2 | **商务数据分析** | 本课程教学内容包括商务数据收集，商务数据处理、商务数据分析、商务数据可视化等内容。通过本课程的学习，学生能够熟知商务数据分析的基本流程，掌握市场数据分析、商品数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析、运营数据分析在电商店铺运营中的具体应用，提升分析与应用商务数据的实践能力。 | 64 | 4 |
| 3 | **服务营销** | 本课程教学内容包括了解顾客需求、建立顾客关系、服务创新与设计、服务场景搭建、服务补救等内容。通过本课程的学习，学生能够了解服务营销的理念和服务标准的定义。理解顾客服务期望，掌握顾客关系建立的策略；服务创新与设计的方法和技术技能；服务补救等方法和技术技能 | 64 | 4 |
| 4 | **销售与管理** | 本课程学习销售管理基础知识与方法，包括销售计划制定、销售组织设计、销售区域管理、销售人员招聘、销售人员培训、销售人员激励、销售人员薪酬、销售人员绩效评估等内容。课程以职业能力培养为核心，以企业实际工作项目为载体，使学生通过本课程的学习，具备职业岗位（群）所需要职业专门技术能力和超越具体职业的、可广泛迁移的职业关键能力。 | 64 | 4 |
| 5 | **数字营销** | 本课程教学内容包括数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、 数字营销效果分析和优化。通过课程学习，学生能了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。认知数字营销岗位。掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识；掌握数字营销策划的方法和技术技能；掌握数字广告营销的方法和技术技能；掌握数字互动营销的方法和技术技能；掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。 | 64 | 4 |
| 6 | **消费者行为分析** | 本课程是市场营销专业核心主干课程，主要研究市场细分目标，市场选择，市场定位及营销组合策略等。学生应能够全面系统的掌握消费者行为学的基本知识和基本技能方法，能够有效识别消费者的各种需求和动机，分析不同消费者的决策过程及影响因素。并具有分析和解决市场营销管理问题的实践能力。 | 64 | 4 |
| 7 | **品牌策划与推广** | 《品牌管理与推广》是市场营销专业核心课程。本课程以培养学生品牌管理能力为主，以品牌管理所从事的工作内容来确定课程内容，从品牌概述、品牌元素设计、品牌形象塑造、品牌战略、品牌传播与扩张、品牌维护与危机管理等六个方面培养和锻炼学生的能力，教学内容以品牌管理的六大工作职能并列编排，课程以品牌管理过程为主线，系统讲述品牌培育、运营与维护的相关知识。主要包括品牌认知、品牌定位、品牌设计、品牌传播、品牌组合、品牌延伸、品牌更新、品牌危机管理、品牌资产管理等内容。让学生在完成具体项目的过程中来构建相关理论知识，并发展职业能力，采用教、学、做三者结合以练为主的教学方式。 | 64 | 4 |

1. 专业拓展课课程描述

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **内容及要求** | **学时** | **学分** |
| 1 | **商务文案策划与撰写** | 本课程教学内容包括商务文案写作的基本概念和理论、各类商务文案的用途、各主要类型商务文案的基本写法。通过本门课程的学习，学生应掌握商务文案策划的理论知识，而且能够掌握不同类型商务文案的策划与写作技巧。面向网络时代新商业领域，能够从事网络营销策划、市场开拓推广、新媒体推广等工作。 | 64 | 4 |
| 2 | **渠道管理** | 本课程学习营销渠道开发与管理基本知识与方法，包括营销渠道功能与流程、营销渠道战略、营销渠道开发与设计、营销渠道成员的选择、营销渠道评估与创新等内容。课程以职业岗位所要求的营销能力为出发点，确定具体的工作项目和任务。通过本课程学习，学生要具备相关岗位要求的渠道设计与管理能力、工作能力和创新能力。 | 60 | 4 |
| 3 | **网店运营与推广** | 本课程教学内容包括网上开店前期筹划、网店开设与货源选择、网店商品发布、店铺装修、网店日常运营管理、网店客服管理、网店物流管理、网店推广与营销，以及网店运营数据分析。通过本门课程的学习，学生应能够掌握网店操作的基本理论和业务操作等方面的重要内容，具备从事个人网店经营的创业能力，能够独立操作商业交易活动的能力。 | 64 | 4 |
| 4 | **创新思维与创造力开发** | 本课程从创新思维认知、创新思维方法出发，全面训练学生的思维。学生通过学习能够在实践中自觉按照科学的思维方式拆解问题，并将新创意转化为可实施的解决方案。 | 20 | 1 |

1. **学习方式**

教师授课能充分利用多媒体教室，采用现代化的教学技术进行教学，如教学案例的引入由单一的 WORD 文档形式转变为图片、图表、视频等形式，提高教学效率和效果。教学过程中，以小组合作学习模式为主，采用线上线下混合式教学、理实一体教学等模式培养学生的自主学习和团队合作能力。

# 八、实施保障

## （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

专任教师队伍考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。学生数与本专业专任教师数比例不高于25∶1，“双师型”教师占专业课教师数比例不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于20%。

2.专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国 内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，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，主持专业建设、开展教育教学改革、科教研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3.专任教师

具有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理 论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘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；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6 个月的企业实践经历。

4.兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际 工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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专业教学 任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定 针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

## （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、实训室和实习实训基地。

1.专业教室基本要求

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.校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办 法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够 顺利开展需求洞察、品牌策划、商务礼仪与沟通、数字营销等实验、实训活动。鼓励在实训 中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）营销业务综合实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

（2）营销新技术实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及营销新技术实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

3.实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，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，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、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，实习基地应能提供市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管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，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。

## （三）教学资源

主要包括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.教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业 课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等 多种方式进行动态更新。

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。专业类图书文献主要 包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。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.数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件 等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

## (四)教学方法

采用线上线下混合式教学，运用项目教学、任务驱动、案例教学、情境教学等教学方式，灵活运用案例分析、分组讨论、实战体验、启发式、探究式、参与式等教学方法，做到在做中学、学中做。

## （五）学习评价

教学效果评价引入双导师，采用组间自评、小组互评、教师评价、企业导师评价的多元化教学评价体系，将过程评价与结果评价相结合，综合考虑学生的课堂参与与课前准备情况、课内学习与课外实践成效，重点评价学生学习态度和职业能力。考核形式也由单一考试向理论考试、技能测试、调研报告、分析报告、课堂展示等转变。

**（六）质量管理**

1.学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制 度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价， 吸纳行业组织、企业等参与评价。并时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、 课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、 过程监控、质量评价和持续改进， 达到人才培养规格要求。

2.学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理， 定期开展课 程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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.专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4.学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术 技能水平、就业质量等进行分析， 定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

# 九、毕业要求

市场营销专业具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，同时满足下列条件，准予毕业并颁发淮北职业技术学院毕业证书，国家承认学历。

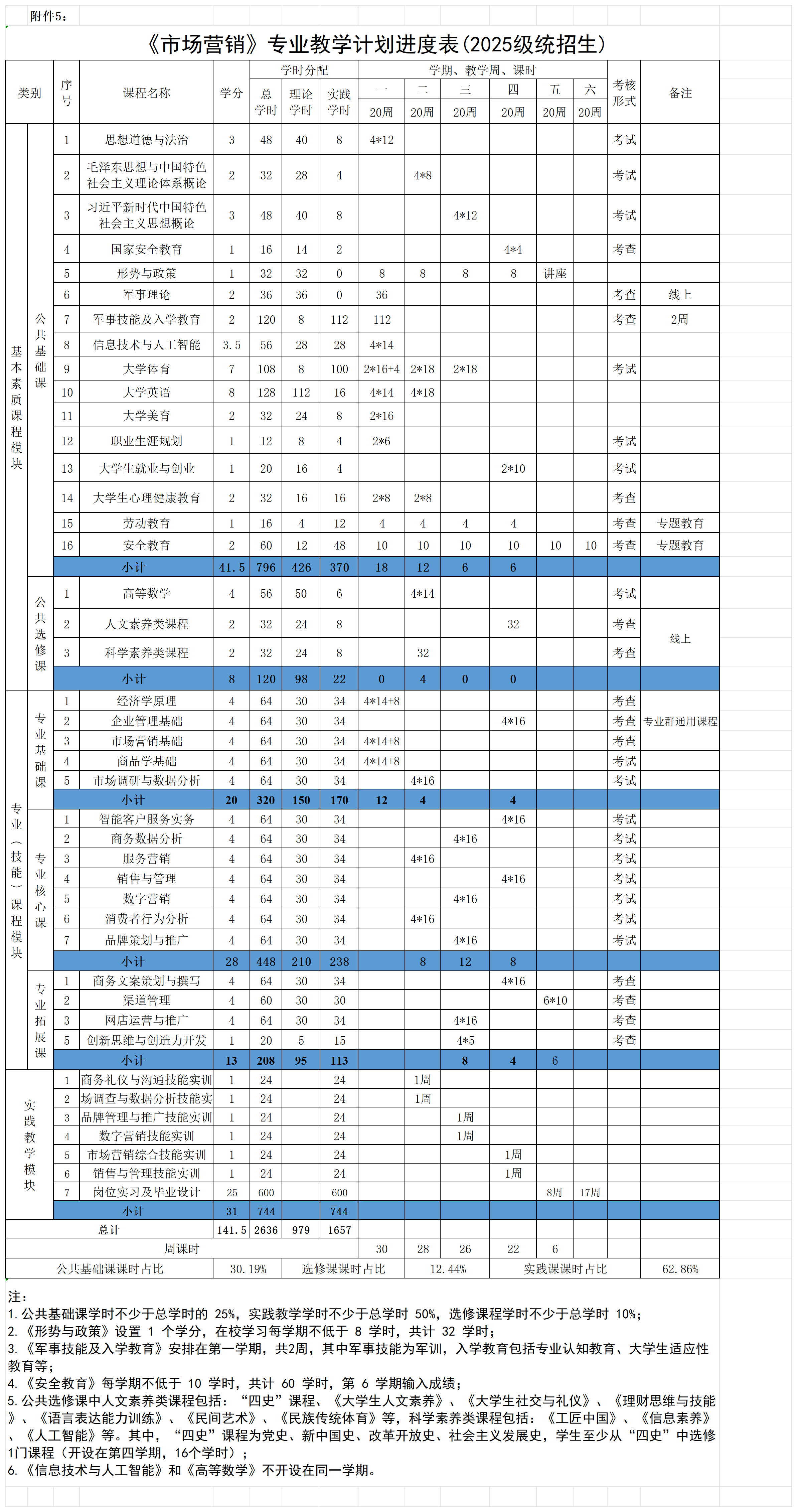
**（一）具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，所修课程的成绩全部合格，取得规定的必修课、选修课学分及第二课堂积分。其中，公共选修课为5学分,专业选修课为15学分，素质教育积分80分。**

**（二）其他职业技能、职业资格证书等级要求，达到专业教学标准规定的相应水平（举例）；**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 职业资格名称 | 颁证机构 | 资格等级 | 备注 |
| 1 | 高等学校英语应用能力B级证书 | 高等学校英语应用能力考试委员会 | B级 | 自愿 |
| 2 | 国家计算机一级证书 | 教育部考试中心 | 一级 | 自愿 |
| 3 | CRA全国市场调查与分析专业技能证书 | 中国商业统计学会 | 初级 | 自愿 |
| 4 | 互联网营销师 | 人力资源与社会保障部 | 中级 | 自愿 |
| 5 | 1+X网点运营推广技能证书 | 教育部考试中心 | 中级 | 自愿 |

## （三）德育考核评价达到合格以上。

# 十、附表《市场营销》专业教学计划进度表



**十一、淮北职业技术学院素质教育活动安排**

**（一）通用素质教育活动**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **要求** | **组织**  **部门** | **执行学期** |
| 1 | 思想成长实践 | 教育引导学生参加主题团日、团课、主题班会，参加“青年大学习”等思想政治教育类网络平台，参加党校、团校、青年马克思主义者培养工程等思想政治类课程，需至少修满 20 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 2 | 职业技能实践 | 积极引导学生参加职业技能竞赛，获得普通话、计算机、英语等级证书， 获得职业资格证书、“1+X”职业技能等级证书等，需至少修满 15 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 3 | 志愿公益实践 | 积极引导学生参加“三下乡”“返家乡”社会实践活动，参加校内外志愿服务活动，需至少修满 10 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 4 | 创新创业实践 | 积极引导学生参加各级各类创新创业竞赛和活动，鼓励学生发明创造、在校创业，需至少修满 5 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 5 | 身心健康实践 | 积极引导学生参加体质健康测试、心理健康水平测试，体育竞赛、心理健康教育活动，需至少修满 5 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 6 | 美劳发展实践 | 积极引导学生参加校内美育、劳育活动，参加文明创建、文艺演出等校内外各类文化、艺术、劳动类活动，需至少修满 5 分 | 团委 | 1-6 学期 |
| 7 | 岗位培优实践 | 积极引导学生在共青团、学生会、学生社团、班委会等组织工作 | 团委 | 1-6 学期 |

注：按照《淮北职业技术学院“第二课堂成绩单”制度实施管理办法（试行）》（院党办〔2021〕16 号）的相关规定，以上七个实践课程体系构成学院第二课堂成绩单培养内容。学生最低修满必修课程 60 积分。

**（二）专业性教育活动**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **课程**  **性质** | **要求** | **组织**  **部门** | **执行学期** |
| 1 | 专业技能大赛 | 选修 | 要求学生参加院级以及上技能大赛，例如：市场调查分析大赛、营销技能大赛，达到“以赛促学、以赛促教”作用，提升学生的专业技能。 | 财经系 | 1-6 学期 |
| 2 | 职业技能实践 | 选修 | 以企业管理类、市场营销类专业为主，开展与专业文化相关的技能竞赛和课外小组，学生积极动手实践。 | 财经系 | 1-6 学期 |