



# 市 场 营 销 专 业

# 人 才 培 养 方 案

( 专 业 教 学 标 准 )

执 笔：苏路丹

参 编：何碧海 杨 斌 黄秀娜

陈汉明 丘诗雅 李考奇



河源理工学校（公章）



河源理工学校教研室（公章）

2024年4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 .....	1
(一) 培养目标 .....	1
(二) 培养规格 .....	2
六、课程设置及要求 .....	3
(一) 专业课程设置说明 .....	3
(二) 公共基础课程 .....	4
(三) 专业基础课程 .....	6
(四) 工作任务及岗位能力分析 .....	6
(五) 专业学习领域核心课程设置 .....	9
(六) 专业核心课程描述 .....	9
七、专业教学进程表 .....	18
八、实施保障 .....	20
(一) 师资队伍 .....	20
(二) 教学设施 .....	21
(三) 教学资源 .....	22
(四) 教学方法 .....	22
(五) 学习评价 .....	22
(六) 质量管理 .....	23
九、毕业要求 .....	26
(一) 学分要求 .....	26
(二) 证书要求 .....	26
十、附录 .....	26
市场营销专业人才培养方案审批表 .....	27

# 河源理工学校市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

市场营销专业（代码 730602）

## 二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者

## 三、修业年限

三年

## 四、职业面向

表 1：岗位面向及技能方向一览表

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书举例	专业(技能)方向
1	销售代表		产品销售、销售管理
2	市场策划专员		广告策划、营销策划
3	新媒体运营专员	营销技能证书	新媒体技术、短视频运营
4	连锁经营门店店长		连锁经营、智慧门店运营

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业以培养高素质技能型人才为目标，培养拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的，德、智、体、美、劳全面发展的专门人才。要求毕业生掌握市场营销、营销策划、推销策略、网络营销等专业知识和基本技能，具有较强的营销策划、市场开拓、产品推销、网络营销、新媒体运营、连锁经营门店运营等能力。

未来期望：学生通过 2~3 年的时间锻炼后，能够全面胜任业务代表级别岗位，4~5 年后能够承担业务主管工作或胜任业务经理岗位要求。

## （二）培养规格

### 1.素质

#### （1）基本素质

思想道德素质：有正确的政治方向；有坚定的政治信念；遵守国家法律和校规校纪；文明礼貌，环保意识强；自强、自立、自爱、正直、诚实、守信。

科学文化素质：有科学的认知理念与认知方法，实事求是、勇于实践的工作作风；有正确的审美观和价值观；爱好广泛，情趣高雅，有较高的文化修养。

身体心理素质：能正确地看待现实，主动适应现实环境；有正常的人际关系和团队精神；积极参加体育锻炼和学校组织的各种文化体育活动，达到中职学生体质健康合格标准。

#### （2）职业素质

职业道德：爱岗敬业，遵纪守法，廉洁自律，公平公正，保守秘密。

职业行为：精益求精、吃苦耐劳，文明生产，热爱集体，求新创优。

职业态度：正确的择业观，健康的择业心态，正确的择业方法；

### 2.专业能力

（1）市场调查与分析能力：能够根据调查方案组织实地调查、统计分析结果、撰写书面调查报告；能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研。

（2）商务谈判能力：能够熟练运用商务谈判的技巧，具备较强的商务谈判能力，善于排除客户异议，能够对客户进行信息跟踪，促成交易。

（3）产品推销能力：能准确判断顾客的需要，恰当选择推销模式，灵活处理各种异议并应用各种谈判技巧促成交易能力；具备正确处理与顾客关系的能力。

（4）网络营销能力：能用新媒体设计网络市场调研方案及网站推广方案，对网络市场进行分析与策划并实施网络营销项目；能够为企业进行网店的装修、运营等。

（5）市场营销策划能力：能为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进行市场竞争策划、产品策划、促销策划等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。

（6）客户关系管理能力：能为企业进行客户关系的建立与维护、客户的分级管理、客户满意度管理、客户忠诚管理。

（7）销售管理能力：能制定销售人员的任务和效益指标、确定销售

人员的报酬、为销售人员制定竞争激励措施、正确实施业绩考核等；具备对销售过程、销售现场、销售收入回款和销售费用的初步管理能力。

### 3.方法能力

(1)较强的计算机应用能力:能熟练使用 Windows 操作系统和 Office 软件;能熟练地在因特网上信息、下载文件、收发电子邮件。

(2)较强的语言文字表达能力:能针对不同场合,恰当地使用语言与他人交流;能有效运用信息撰写比较规范的常用应用文,如调查报告、工作计划、策划方案及工作总结等。

(3)自主学习、自我提高能力:能不断更新知识,善于接受新事物,学习新技术,注重自我提高的意识。

(4)自我控制、管理与评价能力:具有自我教育和管理的意识和能力,确定符合实际的个人发展方向并制定切实可行的发展规划、安排并有效利用时间完成阶段工作任务和学习计划;能正确评价(自我、他人)的能力。

(5)创新能力:在三年的学习中,通过实习、实训和毕业设计培养学生勤于思考,乐于探索,发现及解决问题的创新能力。

### 4.社会能力

(1)较强的法律意识、安全意识和责任意识

(2)注重自身良好的外部形象

(3)较强的团队精神和协作精神

(4)较强的抗挫折能力、心理承受能力及坚韧不拔的毅力

(5)与各类客户建立良好、持久的关系

(6)善于表达与沟通,具有妥协与共赢意识

## 六、课程设置及要求

### (一)专业课程设置说明

本专业课程设置分为公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业拓展课程。

公共基础课包括思想政治、语文、数学、英语、体育与健康、信息技术、公共艺术(含音乐、美术欣赏)、历史、劳动教育。

专业基础课程是本专业的学习基础,也是本专业与专业群(相关专业)共同的基础课程;专业核心课程体现面向不同方向就业岗位的核心技能与素养的培养;专业实践课程是专业技能课教学的重要内容,含入学教育、国防教育、毕业设计、校内外实训、顶岗实习等多种形式。专业拓展课程为专业拓展视野,提供多方向技能培养途径的选修类课程。

## (二) 公共基础课程

表 2: 公共基础课程设置表

序号	课程名称 / 参考学时	主要教学内容和要求	备注
1	中国特色社会 主义 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	第 1 学期
2	心理健康与职 业生涯 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯规划指导，为职业生涯发展奠定基础。	第 2 学期
3	哲学与人生 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	第 3 学期
4	职业道德与法 治 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	第 4 学期
5	劳动教育 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，融入职业道德、劳动精神、劳模精神和工匠精神教育，着眼于培养学生树立劳动光荣的观念，培育学生职业精神，为学生成为担当民族复兴大任的时代新人、成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	融入到专 题教育和 专业项目 教学之中
6	公共艺术 / 32-36	依据《中等职业学校艺术课程标准（2020 年版）》开设，课程坚持立德树人，充分发挥包含音乐、美术、舞蹈、设计、工艺、戏剧、影视等艺术门类在内的艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导 students 主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	第 1 学期 音乐鉴赏  第 2 学期 美术鉴赏

7	体育与健康 / 168	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设。本课程旨在促进学生喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体科学方法，掌握 1-2 项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平；树立健康观念，掌握健康知识和与职业相关的健康安全知识，形成健康文明的生活方式；遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。	
8	信息技术 / 68-144	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，课程通过多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对当今人类生产、生活的重要作用，理解信息技术、信息社会等概念和信息社会特征与规范，掌握信息技术设备与系统操作、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计、数字媒体技术应用、信息安全和人工智能等相关知识与技能，综合应用信息技术解决生产、生活和学习情境中各种问题；在数字化学习与创新过程中培养独立思考和主动探究能力，不断强化认知、合作、创新能力，为职业能力的提升奠定基础。	
9	语文 / 68-198	依据《中等职业学校语文课程标准（2020 年版）》开设，在义务教育的基础上，进一步培养学生掌握基础知识和基本技能，强化关键能力，使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力，传承和弘扬中华优秀传统文化，接受人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。	
10	数学 / 68-144	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，通过数学知识学习和数学能力的培养，使学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素养，初步学会用数学眼光观察世界、用数学思维分析世界、用数学语言表达世界，增强学好数学的主动性和自信心，养成理性思维、敢于质疑、善于思考的科学精神和精益求精的工匠精神，加深对数学的科学价值、应用价值、文化价值和审美价值的认识。	
11	英语 / 68-144	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，在义务教育基础上，帮助学生进一步学习语言基础知识，提高听、说、读、写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养；引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	

12	历史 / 34-72	依据《中等职业学校历史课程标准（2020年版）》开设，本课程以唯物史观为指导，促进学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	
----	------------------	--	--

### （三）专业基础课程

表 3：专业基础课程设置表

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销基础	通过本课程的教学，使学生掌握市场营销的基本原理、基本研究方法和基本技能，能够结合实际市场状况，进行营销相关活动的布局、控制和制定相应营销策略。	64
2	电子商务基础	通过本课程的教学，使学生熟悉电子商务的基本模式和方法，较熟练掌握各种电子商务技能，能够完成网上开店和销售工作。	64
3	消费心理学	通过本课程的教学，使学生掌握公共关系的基本理论知识，能够运用公共关系的理论知识进行解决公共关系问题。	64
4	商务谈判与沟通	通过本课程的教学，使学生掌握商务谈判的计划、商务谈判的结构，了解商务沟通基本理论的基础上，掌握商务沟通方法和技能，熟悉商务谈判立场与利益、个人与问题、商务谈判的基本要领，能够运用商务谈判知识进行谈判。	72
5	客户服务	通过本课程的教学，使学生掌握有效的客户管理和沟通的方法，了解并分析客户需求情况，进行维护客户的方案规划，发展、维护良好的客户关系；建立售后服务信息管理系统（客户服务档案、质量跟踪及信息反馈）。	72
6	市场调查与预测	通过本课程的教学，使学生掌握运用市场调研的基本理论与方法，较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题，适应信息时代我国企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析。	72
7	广告基础与实训	通过本课程的教学，使学生掌握制定与市场情况、产品状态、消费群体相适应的经济有效的广告计划方案并加以评估、实施和检验，为广告主的整体经营提供良好的服务。	72

### （四）工作任务及岗位能力分析

通过走访行业协会、调查企业、回访毕业生及召开专家研讨会，共确定了 8 个典型工作岗位及相应的素质、能力要求，详见表 4、表 5：

表 4：典型工作任务分析

序号	典型工作任务	工作过程
----	--------	------



1	市场调研	运用市场调研的基本理论与方法，较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题，适应信息时代我国企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析。
2	广告策划	制定与市场情况、产品状态、消费群体相适应的经济有效的广告计划方案并加以评估、实施和检验，为广告主的整体经营提供良好的服务。
3	促销策划	根据企业整体规划，组织实施不同实践的促销活动，拟定各种出校方案，并监督各种促销方案的实施与效果评估。
4	网络营销	用新媒体设计网络市场调研方案及网站推广方案，对网络市场进行分析与策划并实施网络营销项目（网络产品与服务定位、定价、网络沟通等），对网店进行装修、运营推广等。
5	产品销售	开发市场，与顾客进行有效的信息沟通，推销产品并达成交易，为顾客提供专业性支持。
6	店面管理	按照企业制定的计划和程序开展产品推广活动，介绍产品并提供相关产品资料，对所管辖的零售店进行产品宣传、入店培训、样品陈列、公关促销等。
7	销售管理	进行企业产品宣传，并反馈、总结所有信息，收集和应用产品市场信息，策划新产品上市和已有产品更新换代，包括计划的制定、实施、广告创意、宣传文案的撰写及相关活动的策划与实施。
8	新媒体运营	负责公司的公众号、微博、头条号等，包括选择计划、品牌推广、产品推广、文章编辑、帐户数据分析、用户互动和流量增加。负责短视频平台帐户的运营，帐户定位分析，规划选择，原始短视频的拍摄和编辑，以及提高用户的关注度和粘性。

表 5：岗位能力分析

序号	岗位名称	岗位描述	素质与能力要求
1	市场调研	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 编制市场调研计划；</li> <li>2. 组织市场调研活动；</li> <li>3. 设计市场调研问卷及方案；</li> <li>4. 收集市场信息并整理分析；</li> <li>5. 撰写市场调研报告；</li> <li>6. 与调研机构保持良好的合作关系。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够设计市场调研问卷及方案；</li> <li>2. 能够收集市场信息并整理分析；</li> <li>3. 能够撰写市场调研报告的能力；</li> <li>4. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
2	广告策划	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 撰写广告文案；</li> <li>2. 策划广告方案；</li> <li>3. 管理广告媒体；</li> <li>4. 评估广告效果。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够进行广告的策划与文案的撰写；</li> <li>2. 能够进行广告媒体管理；</li> <li>3. 能够对广告效果进行测定；</li> <li>4. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
3	促销策划	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 进行企业促销环境调查；</li> <li>2. 确定企业促销目标主题、预算等；</li> <li>3. 确立策划促销活动形式及内容，完成促销方案的撰写；</li> <li>4. 组织实施促销活动。</li> <li>5. 对广告效果进行测定；</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够进行促销调查与分析；</li> <li>2. 能够进行促销计划决策，并组织实施促销策划方案；</li> <li>3. 能够熟练运用促销策划的一般方法，对不同商品进行促销策划；</li> <li>4. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>

4	网络营销	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 运用新媒体设计网络市场调研方案；</li> <li>2. 运用新媒体策划网络营销方案；</li> <li>3. 实施网络营销方案；</li> <li>4. 网店装修及运营推广；</li> <li>5. 维护网店客户关系。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能用新媒体完成网络市场调研方案设计</li> <li>2. 能够用新媒体完成网站推广方案设计</li> <li>3. 能够用新媒体对网络市场分析与策划：如市场细分、定位、进入技能</li> <li>4. 能够用新媒体实施网络营销项目：如网络产品与服务定位、定价、网络沟通等</li> <li>5. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
5	产品销售	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 制定产品推销计划；</li> <li>2. 完成产品推销任务；</li> <li>3. 处理客户异议；</li> <li>4. 维护客户关系。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够自我进行推销介绍；</li> <li>2. 能够制定推销计划；</li> <li>3. 能够独立完成推销任务；</li> <li>4. 能够进行团队推销配合；</li> <li>5. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
6	店面管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 制定店铺促销计划；</li> <li>2. 介绍店铺产品；</li> <li>3. 设计卖场布局、橱窗展示；</li> <li>4. 设计店面顾客服务。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够按照企业制定的计划和程序开展产品推广活动；</li> <li>2. 能够给介绍产品并提供相关产品资料；</li> <li>3. 能够对所管辖的零售店进行产品宣传、入店培训、样品陈列、公关促销等。</li> <li>4. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
7	销售管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 编制销售计划、确定销售目标、确定销售配额并管理销售预算；</li> <li>2. 设计和选择销售组织、设计销售组织的规模；</li> <li>3. 销售人才的招聘、选拔和培训；</li> <li>4. 货品管理及订货、发货、退货的流程款管理。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够对销售计划进行管理；</li> <li>2. 能够对销售组织进行管理；</li> <li>3. 能够通过销售团队和人员恰当的绩效考核实现对销售团队和人员的激励；</li> <li>4. 能够对终端及窜货进行管理；</li> <li>5. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>
8	新媒体运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据平台属性、运营需求和人群洞察，编辑有行业深度观察和干货视角的内容输出，独立完成高传播度的原创稿件；</li> <li>2. 根据产品属性，提炼产品卖点与优势，以客户视角对产品进行包装和推广；</li> <li>3. 参与产品、内容的线上推广宣传工作，负责营销过程中的文案撰写；</li> <li>4. 负责公司各类音频视频类媒体账号平台社区的运营，包括日常内容更新、互动、粉丝维护、提高账号影响力和关注度；</li> <li>5. 线上线下活动的策划组织及用户转化。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够进行网络文案撰写；</li> <li>2. 能够把运营和产品有机结合；</li> <li>3. 善于针对编辑的内容进行包装、整合及传播；</li> <li>4. 会使用新媒体工具及作图软件，具备一定审美，掌握视频拍摄、剪辑工具；</li> <li>5. 熟练使用各类音视频设计软件的，熟悉音频+短视频内容策划、剪辑制作和运营传播全流程；</li> <li>6. 具备在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德。</li> </ol>

## （五）专业学习领域核心课程设置

将典型工作任务的职业能力结合市场营销专业相应职业岗位对应的职业资格的要求，归类出销售管理、营销策划、新媒体营销、产品运营、数字营销、智慧门店运营等 6 个行动领域，转换成 5 门对应的学习领域课程。

每门核心课程选取项目或任务作为情境教学的载体，职业行动领域的工作过程融合在项目或任务训练中，5 门专业核心课程的学习情境汇总表详见表 6。

表 6：学习领域课程总表

序号	学习领域	学习情境 1	学习情境 2	学习情境 3	学习情境 4	学习情境 5	学习情境 6
1	销售管理	销售规划管理	销售团队管理	销售业务管理	客户管理		
2	营销策划	汽车营销策划	房地产营销策划	家用电器营销策划	服装产品营销策划	农产品营销策划	广告营销策划
3	新媒体营销	认识新媒体运营	新媒体运营的文案撰写	用户运营	产品运营	内容运营	活动运营
4	数字营销	社交营销	APP 营销	小程序营销			
5	智慧商店运营	门店装修	商品陈列	堆头陈列			

## （六）专业核心课程描述

表 7：销售管理课程描述（核心课程 1）

学习领域		销售管理	学时安排	72
学习目标	专业能力	1. 学会编制销售计划、确定销售目标、确定销售配额并管理销售预算，从而对销售计划进行管理； 2. 学会设计和选择销售组织、设计销售组织的规模，能够对销售组织进行管理； 3. 对销售人才的招聘、选拔和培训，并通过对销售团队和人员恰当的绩效考评实现对销售团队和人员的激励； 4. 学会货品管理及订货、发货、退货的流程款管理； 5. 学会对终端及窜货进行管理		

	<b>方法能力</b>	1. 养成积极思考问题、主动学习的习惯； 2. 培养较强的自主学习能力； 3. 学会收集、分析、整理参考资料的技能； 4. 能够设计相关任务的计划及行动方案； 5. 培养良好的团队合作精神和、具有较强的忍耐力； 6. 养成按时完成阶段性工作任务的习惯，达到“日清日毕”的要求。
	<b>社会能力</b>	1. 团队合作能力； 2. 信息收集整理能力； 3. 方案撰写能力； 4. 创新能力； 5. 人际交流能力； 6. 妥协能力； 7. 法律意识； 8. 职业道德。
<b>教学内容</b>		<b>教学方法</b>
1. 销售主管的修炼； 2. 销售计划的制定； 3. 销售定额的分配； 4. 销售组织的构建； 5. 销售额的分析； 6. 销售成本的控制； 7. 销售人员的招聘； 8. 销售人员的培训； 9. 销售人员的薪酬； 10. 销售人员的激励； 11. 销售绩效的考核； 12. 公众分析； 13. 公共关系传播实施； 14. 公共关系专题活动实施； 15. 企业财力、物力、信息资源管理； 16. 企业市场营销管理； 17. 企业文化建设。		1. 案例教学法 2. 小组讨论法 3. 任务教学法 4. 商谈谈话法
<b>能力训练项目</b>		
1. 情景一：销售规划管理 <b>制定销售计划—构建销售组织—分配销售定额—分析销售任务—销售预算与成本控制</b> 任务一：房地产销售规划 任务二：汽车销售规划 任务三：快消品销售规划 2. 情景二：销售团队管理 <b>招聘销售人员—培训销售人员—设计销售薪酬—考核与激励销售人员</b> 任务一：电商销售团队建设 任务二：快消销售团队建设 3. 情景三：销售业务管理 <b>市场分析—制定计划—销售洽谈—达成交易—订单管理</b> 任务一：房地产销售业务管理 任务二：快消销售业务管理 4. 情景四：客户管理 <b>客户关系维护—处理客户投诉—客户服务</b> 任务一：大客户管理 任务二：中小客户管理		
<b>工作对象/题材</b>	<b>工具</b>	<b>工作要求</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>●绩效管理，完成企业下达的销售目标</li> <li>●团队管理，建设一支有战斗力的销售队伍</li> <li>●公关管理，策划企业公共关系活动</li> <li>●企业管理，对企业资源进行管理并建设企业文化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多媒体</li> <li>●计算机</li> <li>●任务工单</li> <li>●工单内容的沟通与记录</li> <li>●A4纸</li> <li>●A3纸</li> <li>●海报纸</li> <li>●画图工具</li> <li>●剪刀</li> <li>●透明胶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●制定年度、月度销售计划，并跟进计划的实施</li> <li>设计区域销售组织的结构，并合理配置人员，保证销售区域健康发展；</li> <li>指定销售政策，并对销售额和销售成本进行日常监控，确保销售目标的实现；</li> <li>对销售资料进行统计分析，撰写各类销售实绩报告。</li> <li>●会同有关部门做好销售人员的招聘工作</li> <li>定期进行销售人员的培训，提升团队素质与技能；</li> <li>做好团队日常绩效的考核工作，严格执行公司薪酬管理制度</li> <li>经常与销售人员进行沟通，保持团队的战斗力。</li> <li>●对选定组织的公众进行分析并展示</li> <li>设计公共关系广告；提出危机处理预案；组织专题活动</li> <li>●对企业的财力、物力、信息资源进行管理</li> <li>制定企业市场营销计划；建设企业文化</li> </ul>
<b>学生知识与能力准备</b>		<b>教师知识与能力准备</b>
<p>掌握市场营销的相关概念、市场营销组合的内容、方案的构成等知识；</p> <p>具备数据整理，信息分析能力；</p> <p>具备刻苦钻研、实事求是的职业品质和团队合作精神。</p>		<p>掌握市场营销专业知识；</p> <p>掌握销售管理相关专业知识；</p> <p>积累营销教学案例；</p> <p>协调、评价能力；</p>
<b>考核与评价</b>		<b>备注</b>
<p>课程考核评价（50%）和实际操作技能考核评价（50%）两部分。其中课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试成绩两个部分（30%、20%），课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的30%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的20%。</p>		<p>实际操作技能考核评价是通过对学生实践成果反映出的能力水平与职业态度进行考核，其成绩占总成绩的50%。</p>

表 8：营销策划课程描述（核心课程 2）

学习领域		营销策划	学时安排	72
<b>学习目标</b>	<b>专业能力</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 专业知识与技能、知识、技能的运用与创新能力</li> <li>2. 环境分析能力</li> <li>3. 方案撰写能力</li> <li>4. 相关法规条例运用能力</li> </ol>		
	<b>方法能力</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持续学习能力</li> <li>3. 做决定和计划的能力</li> <li>5. 自主思考能力</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 自我控制与管理能力</li> <li>4. 评价（自我、他人）能力</li> <li>6. 时间管理能力</li> </ol>	
	<b>社会能力</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 团队合作能力</li> <li>3. 方案撰写能力</li> <li>5. 人际交流能力</li> <li>7. 法律意识</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 信息收集整理能力</li> <li>4. 创新能力</li> <li>6. 妥协能力</li> <li>8. 职业道德</li> </ol>	

教学内容		教学方法
1. 联想集团近期营销战略与战术分析 2. 对某一款手机的电视广告进行创意设计 3. 超市主题促销活动 4. 著名品牌产品营销环境分析 5. 开展广告市场调查 6. 服务产品策划书 7. 撰写创意广告文案 8. 价格波动产品进行商品调价策划 9. 对本区域品牌的啤酒进行渠道网络策划		1. 案例教学法 2. 小组讨论法 3. 任务教学法 4. 商谈谈话法
<b>能力训练项目</b>		
<b>流程:沟通客户—市场调查—分析定位—形成创意—创意设计—策划文案—策划实施—效果评估—客户验收</b> 1. 情景一: 汽车营销策划(广汽汽车营销策划) 2. 情景二: 房地产营销策划(碧桂园销售规划) 3. 情景三: 家用电器营销策划(美的家电销售规划) 4. 情景四: 服装产品营销策划(优衣库销售规划) 5. 情景五: 农产品营销策划(连平鹰嘴桃销售规划) 6. 情景六: 广告营销(霍山矿泉水品牌提升策划)		
工作对象/题材	工具	工作要求
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 需完成的现代策划的整体认识</li> <li>● 掌握收集资料的不同方法</li> <li>● 利用信息资源</li> </ul> 制定计划并进行实施和评估 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 掌握进行营销创意能力</li> <li>● 企业内外部环境进行分析的能力</li> <li>● 掌握产品推广、产品品牌、服务产品策划的具体方法</li> <li>● 掌握新产品入市价格策划、产品调价策划的具体方法</li> <li>● 掌握分销渠道策划及管理方法</li> <li>● 学会编写各类策划书</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 计算机设备 3 台</li> <li>● A4 纸若干</li> <li>● 以小组讨论形式设计的课室</li> <li>● 一些必要的产品</li> <li>● 任务的分配与实施记录</li> <li>● 工作进度及时间安排表</li> <li>● 填写各种工单</li> <li>● 各小组的工作成果展示</li> <li>● 任务完成后小组内检查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 组内成员之间、各策划小组成员之间与完成任务涉及的其他部门相关人员之间进行熟练的专业沟通</li> <li>● 从市场、经济、法律、法律及满足顾客的需求来确定更新不同策划</li> <li>● 满足企业对从事策划人员的要求</li> <li>● 具有成本意识</li> <li>● 对已完成的工作进行记录存档, 评价和反馈</li> </ul>
学生知识与能力准备		教师知识与能力准备
掌握市场营销的相关概念、市场营销组合的内容、方案的构成等知识; 具备数据整理, 信息分析能力; 具备刻苦钻研、实事求是的职业品质和团队合作精神。		掌握市场营销专业知识; 掌握市场营销策划相关专业知识; 积累营销教学案例; 协调、评价能力;
考核与评价		备注

<p>课程考核评价(50%)和实际操作技能考核评价(50%)两部分。其中课程考核评价分为结果(期末)考试成绩和过程(平时)考试成绩两个部分(30%、20%)，课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的30%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的20%。</p>	<p>实际操作技能考核评价是通过对学生实践成果反映出的能力水平与职业态度进行考核，其成绩占总成绩的50%。</p>
---	---

表9：新媒体运营课程描述（核心课程3）

学习领域		新媒体运营	学时安排	212
学习目标	专业能力	1. 掌握文案的写作技巧 2. 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点 3. 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则 4. 掌握产品运营的操作流程 5. 掌握用户运营的操作流程 6. 掌握活动运营和推广的操作		
	方法能力	1. 使用SWOT分析营销环境的能力 2. 利用互联网获取营销信息的能力 3. 能用互联网工具开展营销活动的的能力		
	社会能力	1. 有初步的辩证思维的能力 2. 有自我信息保护能力 3. 团队协作能力 4. 沟通表达能力 5. 实事求是态度和创新意识等		
教学内容			教学方法	
1. 认识新媒体运营 2. 新媒体运营的文案撰写 3. 新媒体运营的文案撰写 4. 用户运营的策略 5. 用户运营的策略 6. 产品运营的概念及工作思路 7. 产品运营的概念及工作思路 8. 内容运营的核心与技巧 9. 内容运营的核心与技巧 10. 活动运营的策划与执行 11. 活动运营的策划与执行			1. 案例教学法 2. 小组讨论法 3. 任务教学法 4. 商谈谈话法	
<b>能力训练项目</b>				
1. 情境一 认识新媒体运营 <b>流程：了解用户运营—了解产品运营—了解内容运营—了解活动运营</b> 任务一 微博平台的运营 任务二 微信平台的运营 任务三 抖音平台的运营 2. 情境二 新媒体运营的文案撰写 <b>流程：文案选题—正文撰写—标题优化—摘要设计—内容排版—文末链接—留言引导</b> 任务一 微博平台的文案撰写				

<p>任务二 微信平台的文案撰写</p> <p>任务三 抖音平台的文案撰写</p> <p>3. 情境三 用户运营</p> <p><b>流程：拉新—促活—留存—转化</b></p> <p>任务一 微博平台的用户运营</p> <p>任务二 微信平台的用户运营</p> <p>任务三 抖音平台的用户运营</p> <p>4. 情境四 产品运营</p> <p><b>流程：验证—启动—增长—稳定—衰退</b></p> <p>任务一 微博平台的产品运营</p> <p>任务二 微信平台的产品运营</p> <p>任务三 抖音平台的产品运营</p> <p>5. 情境五 内容运营</p> <p><b>流程：选题规划—内容策划—形式创意—素材整理—内容编辑—内容优化—内容传播</b></p> <p>任务一 微博平台的内容运营</p> <p>任务二 微信平台的内容运营</p> <p>任务三 抖音平台的内容运营</p> <p>6. 情境六 活动运营</p> <p><b>流程：活动预热—活动发布—过程执行—活动结束”</b></p> <p>任务一 微博平台的活动运营</p> <p>任务二 微信平台的活动运营</p> <p>任务三 抖音平台的活动运营</p>		
<b>工作对象/题材</b>	<b>工具</b>	<b>工作要求</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●需完成的任务工单</li> <li>●利用信息资源制定计划并进行实施和评估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●计算机</li> <li>●多媒体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●组内成员之间进行熟练的专业沟通</li> <li>●从可行性等各方面撰写营销计划</li> <li>●对已完成的工作进行记录存档，评价和反馈</li> </ul>
<b>学生知识与能力准备</b>		<b>教师知识与能力准备</b>
<p>掌握市场营销、网络营销的相关概念、市场营销组合的内容、方案的构成等知识；</p> <p>具备数据整理，信息分析能力；</p> <p>具备刻苦钻研、实事求是的职业品质和团队合作精神。</p>		<p>掌握市场营销专业知识；</p> <p>掌握新媒体运营相关专业知</p> <p>积累营销教学案例；</p> <p>协调、评价能力；</p>
<b>考核与评价</b>		<b>备注</b>



<p>课程考核评价（50%）和实际操作技能考核评价（50%）两部分。其中课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试成绩两个部分（30%、20%），课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的30%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的20%。</p>	<p>实际操作技能考核评价是通过对学生实践成果反映出的能力水平与职业态度进行考核，其成绩占总成绩的50%。</p>
---	---

表 10：数字营销课程描述（核心课程 4）

学习领域		数字营销	学时安排	72
学习目标	专业能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握营销社群的创建，并利用社群营销工具完成社群推广和扩大；</li> <li>2. 掌握粉丝营销的相关技能，完成粉丝互动活动设置并提高粉丝活跃度；</li> <li>3. 掌握口碑营销原理通，提高口碑裂变速度，完成多渠道话题传播和增强话题热度；</li> <li>4. 根据应用商店 APP 推荐规则来完成 APP 发布及 ASO 优化，提高 APP 排名；</li> <li>5. 掌握制作及发布 APP 广告的相关技能并激发和提高下载需求；</li> <li>6. 掌握 APP 客户营销原理，促进客户客户价值转化和提高客户忠诚度；</li> <li>7. 能完成小程序 LBS 推广和小程序排名优化，提高小程序打开率</li> <li>8. 掌握制作和投放小程序广告的相关知识，增加成交客户数量；</li> <li>9. 掌握互动类、游戏类及促销类的活动设置技能，提高客户活跃度、参与度及转化率。</li> </ol>		
	方法能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 养成积极思考问题、主动学习的习惯；</li> <li>2. 培养较强的自主学习能力；</li> <li>3. 学会收集、分析、整理客户数据的技能；</li> <li>4. 进行报表文档制作的能力；</li> <li>5. 进行市场信息整理分析的能力；</li> <li>6. 利用互联网获取营销信息的能力；</li> <li>7. 能用互联网工具开展营销活动的的能力。</li> </ol>		
	社会能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 培养在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德；</li> <li>2. 培养诚实正直、专业信心等方面的基本品性；</li> <li>3. 培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神；</li> <li>4. 培养良好的团队合作精神和、具有较强的忍耐力；</li> <li>5. 培养敏锐的洞察力、应变思维、创新能力；</li> <li>6. 培养自我管理、自我培养的能力。</li> </ol>		
教学内容			教学方法	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 数字营销概述</li> <li>2. 数字营销的发展与应用</li> <li>3. 数字营销策划方案的撰写</li> <li>4. 社交营销技术与应用</li> <li>5. 常见的 APP 营销及其应用</li> <li>6. 小程序客户营销发展与应用</li> </ol>			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例教学法</li> <li>2. 小组讨论法</li> <li>3. 任务教学法</li> <li>4. 商谈谈话法</li> </ol>	
能力训练项目				

<p>1. 情景一：社交营销</p> <p><b>流程：</b>根据社交营销策划方案，利用数字化社交网络完成社群营销、粉丝营销及口碑营销的数字营销技术，建立并维护与已知受众的连接关系，开展客户的拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作。</p> <p>任务一：社群营销</p> <p>任务二：粉丝营销</p> <p>任务三：口碑营销</p> <p>2. 情景二：APP 营销</p> <p><b>流程：</b>根据 APP 营销策划方案，利用数字化社交网络完成 APP 的推广、APP 广告的制作及 APP 客户营销的数字营销技术，建立并维护与已知受众的连接关系，开展客户的拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作。</p> <p>任务一：APP 推广</p> <p>任务二：APP 广告</p> <p>任务三：APP 客户营销</p> <p>3. 情景三：小程序客户营销</p> <p><b>流程：</b>根据小程序营销策划方案，利用数字化社交网络完成小程序推广、小程序广告的制作及小程序客户营销的数字营销技术，建立并维护与已知受众的连接关系，开展客户的拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作。</p> <p>任务一：小程序推广</p> <p>任务二：小程序广告</p> <p>任务三：小程序客户营销</p>		
<b>工作对象/题材</b>	<b>工具</b>	<b>工作要求</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●掌握数字营销策划方案的撰写</li> <li>●掌握社群营销的推广与运营</li> <li>●实施有效的粉丝营销</li> <li>●掌握口碑裂变的营销方法</li> <li>●掌握提高 APP 排名的推广技术与方法</li> <li>●掌握制定和投放 APP 广告的技术与方法</li> <li>●实施有效的 APP 客户营销方法</li> <li>●掌握小程序推广的技术与方法</li> <li>●掌握制定和投放小程序广告的技术</li> <li>●实施有效的小程序客户营销方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多媒体</li> <li>●计算机</li> <li>●A4、A3 纸若干</li> <li>●以小组讨论形式设计的课堂</li> <li>●一些必要的产品</li> <li>●任务的分配与实施记录</li> <li>●工作进度及时间安排表</li> <li>●填写各种工单</li> <li>●各小组的工作成果展示</li> <li>●任务完成后小组内检查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●组内成员之间、各小组成员之间、员工与完成任务涉及的其他部门相关人员之间进行熟练的专业沟通</li> <li>●根据策划方案进行任务</li> <li>●以经济、安全、实地的方式了解市场的需求来完成任务</li> <li>●满足企业对各种数字营销技术的要求</li> <li>●设计、开展、整理、结论等工作标准规范</li> <li>●对已完成的工作进行记录存档，评价和反馈</li> <li>●制定数字营销策划方案，并依照方案进行实施</li> </ul>
<b>学生知识与能力准备</b>		<b>教师知识与能力准备</b>
<p>掌握数字营销的相关概念、数字营销的内容、数字营销的形式等知识；</p> <p>具备数字营销的软件操作能力；</p> <p>具备数据整理，信息分析能力；</p> <p>具备刻苦钻研、实事求是的职业品质和团队合作精神。</p>		<p>掌握市场营销专业知识；</p> <p>掌握数字营销相关专业基础知识；</p> <p>积累营销教学案例；</p> <p>熟悉数字营销的各种操作；</p> <p>协调、评价能力；</p>
<b>考核与评价</b>		<b>备注</b>
<p>课程考核评价（50%）和实际操作技能考核评价（50%）两部分。其中课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试</p>		<p>实际操作技能考核评价是通过对学生实践</p>

成绩两个部分（30%、20%），课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的 30%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的 20%。	成果反映出的能力水平与职业态度进行考核，其成绩占总成绩的 50%。
--	-----------------------------------

表 11：智慧商店运营课程描述（核心课程 5）

学习领域		智慧商店运营	学时安排	72
学习目标	专业能力	1. 掌握智慧商店的相关概念、智慧商店运营的内容； 2. 掌握智慧商店运营的基本操作； 3. 掌握智慧商店运营的基本流程； 4. 能够熟练应用连锁信息系统，进行简单的报表文档制作、销售数据分析、库存结构管理等工作； 5. 掌握资料整理、数据分析技术； 6. 掌握智慧商店的门店装修、平面布局、区域设置、商品陈列及堆头陈列等内容。 7. 掌握智慧商店软件的操作。		
	方法能力	1. 进行销售数据分析的能力； 2. 进行报表文档制作的能力； 3. 进行市场信息收集的能力； 4. 进行市场信息整理分析的能力； 5. 进行库存结构管理的能力； 6. 撰写营销策划方案的能力。		
	社会能力	1. 培养在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德； 2. 培养诚实正直、专业信心等方面的基本品性； 3. 培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神； 4. 培养团队合作精神； 5. 培养敏锐的洞察力、应变思维、创新能力； 6. 培养自我管理、自我培养的能力。		
教学内容			教学方法	
1. 智慧商店概述 2. 公司设立与组织架构 3. 市场定位与经营战略 4. 商品采购与进货作业 5. 出库作业与商品陈列 6. 商品广告与二维码标签 7. 智慧商店运营综合实训			1. 案例教学法 2. 小组讨论法 3. 任务教学法 4. 商谈谈话法	
能力训练项目				
1. 情景一：门店装修 <b>流程：</b> 对门店进行整体装修设计包括超市出入口、收银通道、服务台、门头、墙壁、地板、开业促销标语、安全通道指引及灯光等进行设计。 任务一：夏季超市整体设计 任务二：冬季超市整体设计 2. 情景二：商品陈列 <b>流程：</b> 根据要求对商品进行货架陈列，要求包括 BAY 数、商品贡献率、排面数量、口味搭配及生产日期				

任务一：咖啡产品的陈列 任务二：薯片产品的陈列 任务三：方便面产品的陈列 3. 情景三：堆头陈列 <b>流程：根据要求对商品进行堆头陈列，要求包括 POP 板、促销海报及货架大小高深等</b> 任务一：粽子的堆头陈列 任务二：巧克力的堆头陈列 任务三：饮料产品的堆头陈列		
工作对象/题材	工具	工作要求
<ul style="list-style-type: none"> <li>●掌握智慧商店的目的和内容</li> <li>●学会设计智慧商店的布局</li> <li>●选择合适的风格进行设计</li> <li>●掌握商品陈列的要求</li> <li>●组织实施商品陈列</li> <li>●学会整理产品销售资料</li> <li>●分析销售数据</li> <li>●掌握如何开展商品陈列</li> <li>●任务完成后小组内检查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●小组讨论形式设计的课室</li> <li>●一些必要的产品</li> <li>●任务的分配与实施记录</li> <li>●工作进度及时间安排表</li> <li>●填写各种工单</li> <li>●A4 纸及圆珠笔若干</li> <li>●分配各个小组的工单及评价表</li> <li>●检查后领取以上工具及材料</li> <li>●任务完成后小组内检查</li> <li>●各小组的工作成果展示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●组内成员之间、各小组成员之间、员工与完成任务涉及的其他部门相关人员之间进行熟练的专业沟通</li> <li>●以经济、安全、实地的方式了解市场的需求来完成任务</li> <li>●满足企业对商品陈列的要求</li> <li>●设计、开展、整理、结论等工作标准规范</li> <li>●对已完成的工作进行记录存档，评价和反馈</li> </ul>
学生知识与能力准备		教师知识与能力准备
掌握市场营销的相关概念、市场营销组合的内容、方案的构成等知识； 具备数据整理，信息分析能力； 具备刻苦钻研、实事求是的职业品质和团队合作精神。		掌握市场营销专业知识； 掌握智慧商店运营相关专业知 积累营销教学案例； 协调、评价能力；
考核与评价		备注
课程考核评价（50%）和实际操作技能考核评价（50%）两部分。其中课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试成绩两个部分（30%、20%），课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的 30%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的 20%。		实际操作技能考核评价是通过对学生实践成果反映出的能力水平与职业态度进行考核，其成绩占总成绩的 50%。

## 七、专业教学进程表

表 13：市场营销专业教学总体安排表

课程属性	课程性质	小计		小计		备注
		学时	比例	学分	比例	
公共课	必修课	1134	30.1%	63	30.1%	
	选修课	0	0	0	0	
合计		1134	30.1%	63	30.1%	
专业基础课	必修课	480	13.1%	28	13.1%	
合计		480	13.1%	28	13.1%	

专业课	必修课	1917	52.2%	79	52%	
	选修课	144	3.9%	8	3.9%	
合计		716	19.5%	38	19.5%	
理论实践教学比	理论教学	1462	39.8%	71	39.8%	
	实践教学	2213	60.2%	107	60.2%	
合计		3675	100%	178	100%	

表 14：市场营销专业教学进程安排表

课程类别	课程类型	课程		考查考试	总学时	学分	各学期周课时及实训实习周数安排					
							第一学年		第二学年		第三学年	
		序号	名称				一 17周	二 18周	三 20周	四 18周	五 18周	六 20周
必修课	公共基础课	1	思想政治	A	144	8	2	2	3	2	2	
		2	信息技术	A	108	6	2	2		2		
		3	体育与健康	A	144	8	2	2		2	2	
		4	语文	A	198	11	2	2	3	2	2	
		5	英语	A	144	8	2	2		2	2	
		6	数学	A	144	8	2	2		2	2	
		7	艺术	B	36	2				1	1	
		8	历史	B	72	4				2	2	
		9	劳动教育	B	72	4	1	1	1	1	1	
		10	专题教育	B	72	4	1	1	1	1	1	
	小计（占总学时 30.1%）				1134	63	13	13	0	6	6	
	专业基础课	11	市场营销	A	64	4	4					
		12	电子商务基础	A	64	4	4					
		13	消费心理学	A	64	4	4					
		14	商务沟通与谈判	A	72	4		4				
		15	客户服务	A	72	4		4				
		16	市场调查与预测	A	72	4		4				
		17	广告基础与实训	A	72	4				4		
	小计（占总学时 13.1%）				480	28	12	12		4	0	0
	专业核心课	18	销售管理（推销实务）	A	72	4				4		
		19	营销策划	A	72	4					4	
		20	新媒体营销	A	212	10	2	2		4	4	
		21	产品运营	A	72	4				4		
22		数字营销	A	72	4				4			
23		智慧商店运营	A	72	4					4		
小计（占总学时 15.6%）				572	30	2	2		16	12	0	
限专	24	企业经营沙盘模拟对抗	B	72	4					4		

选课	业 拓 展 课	25	考证辅导	B	72	4				4		
		<b>小计（占总学时 3.9%）</b>			<b>144</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>
实践课	专 业 实 践 课	26	入学及国防教育	B	29	1	1W					
		27	演讲与口才	B	68	4	2	2				
		28	商务礼仪	B	54	3				3		
		29	就业指导	B	54	3					3	
		30	岗位实习	B	1140	38			18W			20W
		<b>小计（占总学时 36.6%）</b>			<b>1345</b>	<b>49</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>18W</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>20W</b>
各学期课堂教学周学时数					3675	178	29	29	18周	29	29	20周

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

教学团队是人才培养方案得以顺利实施的关键。工作过程系统化课程体系的实施需建立由专业带头人、骨干教师、一般教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队，其人员结构见下表：

表 15：市场营销专业师资安排表

专任教师			兼职教师
专业带头人	骨干教师	双师型教师	企业技术专家和企业指导教师
1人	6人	7人	5人

#### 1.专业带头人

基本要求：具有丰富的专业实践能力和经验，在行业内具有一定的知名度；与此同时还需具有丰富的教学经验和教学管理经验，对职业教育有深入研究，能够在专业建设及人才培养模式深化改革方面起到领军的作用。其主要工作有：

主要工作：组织行业、企业调研，进行人才需求分析，确定人才培养目标定位；组织召开实践专家研讨会；主持课程体系构建工作，组织课程开发与建设工作；统筹规划教学团队建设；主持满足教学实施的教学条件建设；主持建立保障教学运行的机制、制度。

#### 2.骨干教师

基本要求：需具有较丰富的专业任务，有着丰富的专业实践能力和经验；善于将企业先进的技术任务与教学相结合；对职业教育有一定的研究，具有职业课程开发能力；能够运用符合职业教育的教学方法开展教学，

治学严谨教学效果良好。其主要工作有：

主要工作：参与人才培养方案制定的相关工作；进行专业核心课程的开发与建设，编写相关教学文件；进行理实一体专业教室建设；参与专业教学管理制度的制定。

### 3.双师型教师

基本要求：具有一定的专业任务和实践能力，以及职业教育教学能力，能够较好的完成教学任务，教学效果良好。

主要工作：参与专业核心课程的开发以及相关教学文件编写；对专业一般课程进行课程开发及建设；参与理实一体专业教室建设；通过下厂锻炼、参加培训不断提高专业实践能力及职业教育教学能力。

### 4.企业技术专家与能工巧匠

基本要求：需具备丰富实践经验和较强专业技能的企业一线技术人员，能够及时解决生产过程中的技术问题；具有一定的教学能力，善于沟通与表达。

主要工作：参与人才培养方案的制定；承担一定的教学任务，指导实训；参与课程开发与建设，参与相关教学文件的编写；参与理实一体专业教室建设及实训基地建设；参加教学培训，提高职业教育教学能力。

### 5.企业指导教师

基本要求：需具有较强的实践能力，在企业的相应岗位独挡一面；具有一定的管理能力。

主要工作：按照实习大纲的要求在本企业指导学生的岗位实习，具体负责学生在岗实习期间的岗位教育和技术指导工作；反馈学生的在岗情况，发现问题与学校指导教师一同及时解决；负责学生顶岗期间的考勤、业务考核、实习鉴定等。

对于专业核心主干课，授课教师不仅要有一定的专业技术能力，而且还应有相应的企业、相关行业的实践经历，有比较强的课堂驾驭能力，同时应该具有营销类中、高级以上技术职称。

## （二）教学设施

表 16：市场营销专业校内实训室

序号	实训室名称	主要设备及说明
1	企业沙盘实训室	电脑、手工沙盘

2	市场营销模拟实训室	电脑、畅捷通企业经营沙盘、市场营销调查、企业经营管理模拟 市场营销实训等实训教学软件
3	新零售体验馆	展架、商家商品等
4	共创室	希沃 65 寸一体机、打印机、会议桌椅

### （三）教学资源

教材建设发展方向：由单一教材向教学资源发展；由纸介质向立体化发展；由静态向动态发展；由单向向交互发展。

- 1.教材：社会能力教材、职业能力教材、行业能力教材、校本教材。
- 2.教师包：教具、PPT 课件、复习思考题、模拟考题、具体案例、应用实践指导、技能大赛指导、展览会等。
- 3.学生包：学具、自我培养方案、职业素养、复习题、案例、协会、资格证书、技能大赛等。
- 4.就业创业包：就业创业指导、企业订单等。

### （四）教学方法

1.“任务驱动”法：授课时就告诉学生课程的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

2.案例法：通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对客户关系管理问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3.“教”、“学”、“做”一体教学法：采用边讲解、边剖析、边指导的方法进行教学。

4.直观教学法：通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5.讨论交流法：课程教学中，让每个学生积极参与，给学生机会发表自己的意见。

6.激励教学法：采用小组之间竞赛的方法，竞赛的结果记入平时考核成绩。鼓励团队合作精神和培养创造性解决问题的能力。

### （五）学习评价

#### 1.课程考核评价



提倡考试模式创新和改革,采用多种考试方式,如笔试、一张纸考试、大型作业、探究式考试,充分反映学生的知识掌握程度。

课程考核评价分为结果(期末)考试成绩和过程(平时)考试成绩两个部分,课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核,其成绩占总成绩的60%,平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定,其成绩占总成绩的40%。

## 2.综合实践考核评价

### (1)实训实习

实训实习是指时间在一周以上的课程实习、课程设计、专业实习、顶岗实习。实行课程化管理,实习不合格者不具备毕业资格。

依据《河源理工学校教学管理规范》的要求评定成绩。

### (2)毕业设计

毕业设计是实践教学的重要组成部分,毕业设计平时成绩(30%)、审阅成绩(30%)和答辩成绩(40%)折算后按优(90---100),良(75---89),及格(60---74),不及格(59分以下)评定等级。

## (六)质量管理

为了圆满完成理实一体化课程、顶岗实习等各项教学任务,培养出符合岗位职业能力要求的人才,创新人才培养机制,规范教学过程,建立相应的机制制度保障体系,提高教学质量。

### 1、构建“五双四化三服务”的专业群人才培养模式

成立根据专业群对接区域电子商务服务业,培养“精操作、善经营、懂管理、求创新”的高素质现代商贸流通业技术技能人才的培养目标定位,按照专业群“德技并修、专创融合”的育人理念,构建起“五双四化三服务”的专业群人才培养模式,如图5所示。

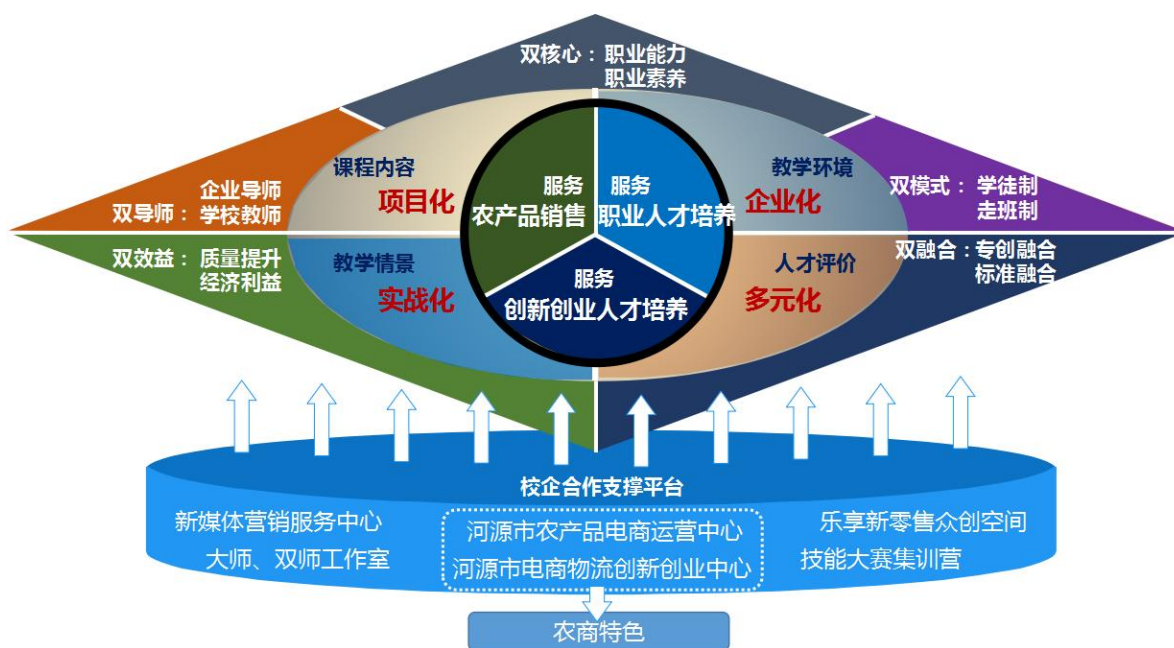


图 2：电子商务专业群人才培养模式图

### （1）精准育人，分层服务三类人才

专业群内各专业根据生源不同，开设了三年制普通班、三二分段大专班，高职高专班。以满足专业群学生不同专业、不同层次的学习需求为导向，以国家专业教学标准为纲，对接产业发展前沿和龙头企业用人标准，校企共同制订相应的人才培养方案。通过实施分层分类的专业群课程体系、分层设计的创新与创业能力实践育人体系以及分层设计的课程教学内容等，为专业群学生构建立体化的成才通道，满足学生个性化发展和可持续发展需要，满足职业型人才和双创型人才的培养需要。职业型人才联合行业龙头企业，遵循“工学交替”原则，按适岗-轮岗-熟岗的规律以真实项目开展人才培养；以农产品运营项目为载体培养农产品销售人才；双创型人才通过承接中小企业电子商务代运营项目，帮助企业转型升级，培养创新创业型人才。

### （2）深化产教融合，实施“五双四化”工程

通过“五双四化”的校企共育工程，实现人才培养供给侧和产业需求需求侧全方位融合，促进产教深度融合。

五双：即**双核心**（培养规格：以职业素养和职业能力为核心）；**双导师**（师资：来自学校的专业教师和来自企业的技术指导）、**双模式**（管理和培养模式：学徒制和走班制）、**双融合**（专业教学和双创教育相融合；国家职业标准和国际职业标准相融合）、**双效益**（学校人才培养质量和专业品牌得到提升及学生在实战中获得企业核算的经济利益；企业在商贸运营中因大量学生参与而获得的经济利益以及优先招用毕业生的人

才利益)。

四化：即课程内容系统化（基于工作过程开发教学内容）、教学环境企业化（实践教学条件与企业运营环境完全吻合）、教学情境实战化（引入企业实战项目和电商平台开展教学）、人才评价多元化（除了常规知识考核与考证，还增加教学项目成果考核，引入企业人才晋升阶梯模式，用积分制引领学生成长），如图6所示。

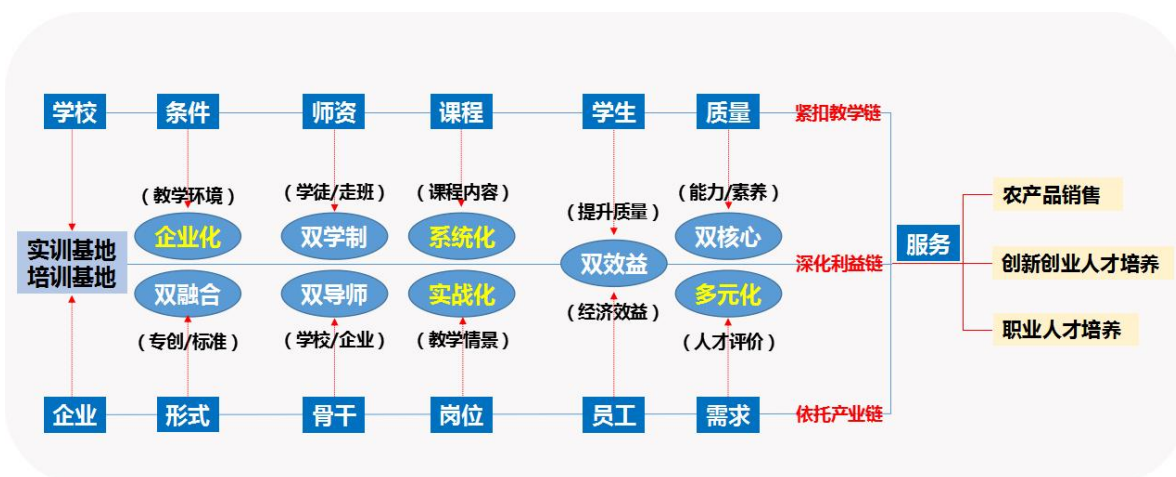


图 3：电子商务专业群人才培养模式校企共建示意图

### (3) 打造六大支撑平台，突显农商特色

通过校政企合作打造新媒体营销服务中心、乐享新零售众创空间、大师（双师）工作室、技能大赛集训营、河源市农产品电商运营中心及河源市电商物流创业中心等六大平台，为专业群的分层培养提供重要的教学环境和实施途径。其中河源市农产品电商运营中心及河源市电商物流创业中心对接当地电子商务服务业产业链，服务“三农”，通过电子商务实现“三农”与城镇产业互通与深度融合。

## 2、完善的管理制度

把课程作为核心，根据理实一体课程、顶岗实习的需要，推进机制与制度建设，在教学运行与质量管理、企业见习实训与顶岗实习管理、教学团队建设、校内外实训基地建设、校企合作等方面建立有效的运行机制，制定和完善了工作学期、课程考核、顶岗实习等方面的制度，保障工学结合人才培养方案的有效实施。

表 17：市场营销专业管理机制与制度

序号	主要机制制度	主要内容
1	双证书制度	规定学生毕业时持有学历证书、职业资格证书，从制度层面促使学生主动获得职业资格、丰富工作经历，提高综合职业能力，促进体面就业

2	课程考核	对理实一体课程要加强过程控制，引导教师采用过程考核的方式促进学生有效学习。课程考核方式改为过程考核+期末考核+平时考核，使考核能真实反映学生完成实际工作任务能力
3	顶岗实习管理	顶岗实习由企业对学生实施员工化管理，企业把学生作为员工进行考勤、派工与计酬，主要由企业指导教师对学生进行工作指导，专任教师则主要进行学习指导。实习结束，校企双方联合为学生颁发“工作经历证书”
4	专业教学团队建设	建立由专业带头人、骨干教师、“双师型”教师、企业技术专家与企业指导老师等组成的专业教学团队，建立以专业建设为核心的教学管理组织系统；建立培训制度，促进教师国内外进修学习、下企业锻炼、教育教学能力培训，提高教师的专业教学能力和职业教育教学能力。
5	校内实训基地管理	建立合理的实训基地管理体制，健全校内实训基地管理，加强实训教学过程的管理
6	校外实训基地管理	建立校外实训基地建设组织机构，确保校企联系渠道畅通，建立健全的管理制度和提供实践氛围，加强校外专业实习与顶岗实习管理

## 九、毕业要求

### （一）学分要求

本专业毕业生需修满最少 178 学分，其中：公共基础课程 63 学分，专业基础课程 28 学分，专业课程 38 学分，专业实践课程 49 学分。

### （二）证书要求

#### 1. 毕业证书

毕业生修满最低学分方可办领中等职业学校毕业证书。

#### 2. 其他证书

学校组织学生参加各级各类职业技能鉴定工作，学生可根据个人需求选考并获得证书，具体见表 18。

表 18：各级各类职业技能鉴定考试

序号	职业资格证书名称	颁证单位	等级	备注
1	全国计算机等级证书	人力资源和社会保障部	一级（初级）	必考
2	营销技能证书		初级	选考
3	普通话证书		二级乙等	选考

## 十、附录

1. 市场营销专业人才培养方案由专业带头人苏路丹执笔，何碧海、杨斌、黄秀娜、陈汉明、丘诗雅、李考奇参编。

2. 附件：市场营销专业人才培养方案（2023 修订版）审批表

# 市场营销专业人才培养方案审批表

专业所在专业部意见	专业所在党支部意见
<p>专业部主任签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>	<p style="text-align: center;">                       党支部书记签字:                       第四支部委员会 (公章)                      2024年6月30日                 </p>
教研室意见	教务科意见
<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>	<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>
实训中心意见	招生与就业科意见
<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>	<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>
学术委员会审核意见	学校审批意见
<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>	<p>负责人签字: </p> <p style="text-align: right;">2024年6月30日</p>