

# 安徽国际商务职业学院

## 市场营销专业人才培养方案（三年制）

方案执笔人	二级学院初审 负责人	教务处审核 负责人	学术委员会届次	党委会
赵鹏	朱超才	孙正军	二届二十二次 学术委员会审议通过	2025年21次 党委会审定

### 一、专业名称及代码

专业大类及代码：财经商贸大类（53）

专业类及代码：工商管理类（5306）

专业名称：市场营销

专业代码：530605

### 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、修业年限

以3年为主，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

### 四、职业面向

#### （一）职业面向

表一 职业面向一览表

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、客户服务主管等
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

## （二）主要岗位（群）描述

表二 市场营销专业毕业生职业面向、工作任务分析

序号	岗位群	就业岗位	岗位核心能力与要求	与核心能力对应的课程
1	市场策划主管岗位群	市场策划专员、品牌策划专员、活动策划专员、文案策划专员、用户增长策划专员	能够敏锐捕捉市场动态、行业趋势及消费者需求变化，通过数据收集与分析，挖掘潜在市场机会与风险。	《市场调查与分析》《商务数据分析》
			结合市场分析结果，围绕品牌目标，构思并制定具有创新性与可行性的营销活动方案。	《营销策划》《市场营销基础》
			聚焦品牌形象塑造与维护，制定品牌发展规划，策划传播活动，通过多元渠道传递品牌价值，提升知名度与美誉度。	《品牌管理》《营销策划》
			全流程把控营销活动从创意到落地，包括前期筹备、现场管理、效果评估等，确保活动达成预期目标。	《营销策划》
			基于用户行为研究，设计裂变、激励等策略，优化用户增长方案，提升用户数量与活跃度。	《数字营销技术应用》《消费者行为分析》
2	市场推广主管岗位群	网络推广专员、社交媒体推广专员、内容推广专员、广告投放专员、渠道推广专员	熟悉各类推广渠道特性与规则，根据产品与受众选择合适渠道，制定运营策略，提高流量与转化率。	《数字营销技术应用》《新媒体营销》
			结合受众喜好与品牌调性，创作有吸引力的营销内容，制定传播策略，扩大覆盖面与影响力。	《短视频策划与制作》《新媒体营销》
			制定并执行广告投放计划，监控数据并分析效果，及时调整策略，提高广告转化率与投资回报率。	《数字营销技术应用》《商务数据分析》
			收集分析推广数据，发现问题与机会，运用数据驱动方法优化策略，实现推广效果持续提升。	《商务数据分析》 《数字营销技术应用》
			负责社交媒体账号日常管理、内容发布与互动，策划活动以提高账号粉丝量、活跃度与影响力。	《新媒体营销》《直播营销与运营》

3	销售业务主管岗位群	销售代表、大客户销售专员、区域销售经理、销售数据分析专员	挖掘潜在客户资源，运用沟通技巧与销售策略建立合作关系，通过持续服务提高客户满意度与忠诚度。	《客户拓展与维护》《销售与管理》
			掌握谈判技巧，洞悉客户需求与痛点，通过有效沟通解决疑虑，促成交易达成。	《商务谈判技巧》 《汽车顾问式销售》
			完成团队组建、培训、目标制定与绩效考核，带领团队完成销售任务，提升整体绩效。	《管理学基础》《销售与管理》
			收集分析销售数据，总结经验教训，优化销售策略与流程，提高销售效率与业绩。	《商务数据分析》 《销售与管理》
			了解区域市场特点与竞争环境，制定开拓策略，通过渠道建设、客户拓展等提高产品市场占有率。	《门店营运实务》 《销售与管理》
4	客户服务主管岗位群	客服专员、客户关系管理专员、客户体验设计师、投诉处理专员	通过有效沟通及时解答客户咨询、处理问题，具备良好服务意识，提高客户满意度。	《商务礼仪与沟通》《客户拓展与维护》
			妥善处理客户投诉，调查原因并协调解决，沟通方案以争取客户谅解，总结经验避免重复问题。	《服务营销》《客户拓展与维护》
			通过持续客户关怀与服务建立长期关系，制定维护策略如回访、会员活动等，提升客户忠诚度。	《客户拓展与维护》《服务营销》
			关注客户全流程体验，收集反馈并分析痛点，优化体验流程，提升整体体验以增强企业竞争力。	《服务营销》《商业文化与素养》
			掌握智能客服系统操作与管理，包括机器人设置、知识库维护等，提高服务效率与智能化水平。	《智能客户服务》 《数字营销技术应用》

### (三) 职业技能等级证书

表三 职业技能等级证书

序号	职业技能等级证书	颁证单位
1	1+X 数字营销职业技能等级证书（中级）	中教畅享(北京)科技有限公司
2	1+X 新媒体技术职业技能等级证书(中级)	南京奥派信息产业股份公司
序号	社会认可度高的行业企业标准和证书	标准制定的企业或证书颁证单位
1	互联网营销师资格证书	中教畅享科技股份有限公司

## 五、培养目标及规格

### （一）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，能够从事市场调研与分析、销售与管理、数字营销、品牌策划与推广、营销活动组织等工作的高技能人才。

### （二）培养规格

本专业毕业生应在德智体美劳等方面达到以下要求：

#### 1. 德

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定；

（3）掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能；

（4）了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精

神；

## 2. 智

(1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

(2) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，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；

(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，具有数字营销能力；

(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，具有消费者行为分析能力；

(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，具有项目销售能力；

(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，具有品牌策划与推广能力；

(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，具有智能客户服务能力；

(9) 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

(10) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化

和智能化发展需求的数字技能；

(11) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析；

### 3. 体

(1) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能；

(2) 达到国家大学生体质健康测试合格标准；

(3) 养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；

(4) 具备一定的心理调适能力；

### 4. 美

(1) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力；

(2) 形成至少 1 项艺术特长或爱好；

### 5. 劳

(1) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动；

(2) 具备与本专业职业发展相适应的劳动素养；

(3) 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。

## 六、课程设置及要求

### (一) 公共基础课程

本专业开设《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》《体育与健康》《心理健康教育》《职业规划与就业指导》《综合英语》《信息技术》《创业基础》《劳动教育》《国防教育》《美育》《大学生安全

教育》《国家安全教育》共 15 门公共基础必修课程。

## 1. 公共必修课

### (1) 思想道德与法治(54 学时、3 学分)

本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，主要针对大学生成长过程中面临的思想道德和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观及法治观教育，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

### (2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(36 学时、2 学分)

本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。本课程重点阐述毛泽东思想、邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观。通过相关基本理论的学习，引导大学生系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，增强政治认同、思想认同、情感认同，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为中华民族伟大复兴作出应有贡献。

### (3) 形势与政策(上)(下)(48 学时、1 学分)

本课程旨在帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生准

确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，认清历史使命、肩负时代责任，在实现中华民族伟大复兴中国梦的实践中贡献青春力量。

（4）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（54 学时、3 学分）

本课程旨在引导学生从整体上把握马克思主义中国化、时代化的最新理论成果，深化对“两个结合”的规律性认识，系统学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，引导学生进一步坚定“四个自信”、增强“四个意识”、深刻领悟“两个确立”、做到“两个维护”，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念，以理想信念筑牢精神之基，坚定不移听党话、跟党走，做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。

（5）综合英语（1）（2）（56/72 学时、4 学分）

本课程通过对精选的规范的语言教材的讲解，传授系统的英语语音、语法、词汇、篇章结构等基础知识；同时对学生进行严格的英语听说读写译等基本技能综合训练。在精讲多练的原则下，着重培养学生实际运用英语的能力，帮助学生掌握基本的英语交流技能。

（6）信息技术（56 学时、4 学分）

通过本课程的学习，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、

学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

#### （7）体育与健康(36 学时、2 学分)

本课程以“健康第一”为指导，以身体练习为主要手段，以增进健康为主要目的，增强体能，学习与掌握各项体育运动技能。让学生掌握体育与健康基本知识，并指导实践；提高学生身体素质，心理素质，社会适应能力，具有良好的道德品质；每位学生能掌握 1-2 项运动技术，养成终生体育的运动习惯。具备职业人所应有的职业体能与职业素养，以展现当代大学生的精神风貌，为学生的职业方向和将来的工作特点奠定坚实的基础。

#### （8）美育(36 学时、2 学分)

本课程是以全面推进素质教育为宗旨，以审美体验为核心，结合具体的作品赏析与审美实践，有效促进学生审美能力的形成和发展。教学内容主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。通过引导学生主动参与审美实践，提升学生的良好的人文素养，为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础，为培养身心和谐发展的当代大学生服务。

#### （9）职业规划与就业指导(32 学时、2 学分)

课程旨在帮助学生认识自我，了解职业，设定职业规划目标，并规划实施；做好求职准备，掌握简历撰写和面试技巧，找到合适的工作。

#### (10) 创业基础(36 学时、2 学分)

本课程旨在培养学生的创新思维，创业意识和创新创业能力。了解创办企业的流程和步骤，掌握企业经营的方法，具备创业知识和能力。

#### (11) 心理健康教育(36 学时、2 学分)

本课程是一门集知识传授、心理体验与行为训练为一体的必修公共基础课。课程以提高学生心理素质，塑造学生职业核心能力、提升学生未来社会适应能力为主旨，提升自我认知、人际沟通、自我调节、危机预防、创新思维等心理、职业核心能力。

#### (12) 大学生安全教育(60 学时、1 学分)

本课程是一门集知识传授、技能培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时为 60 学时（每学期 10 课时）。课程旨在通过对大学生进行安全教育和技能培训，促进学生主动掌握安全防范知识，不断提高安全防范意识和避险自救能力，全面提升大学生安全整体素质。主要授课内容包括国家安全、网络安全、消防安全、公共卫生安全、社会活动安全、防灾减灾、应急逃生自救、实验实训安全等。

#### (13) 国家安全教育(16 学时、1 学分)

本课程是一门集知识传授、能力培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时 16 学时。本课程主要内容包括总体国家安全观、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、新型领域安全等内容；公共安全教育主要包括人身安全、公共卫生安全、财产安全、

心理安全、消防安全、应急处置、预防违法犯罪、防范邪教等内容。本课程的培养目标是通过国家安全教育和公共安全教育，提高新时代大学生的国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。

（14）劳动教育（《劳动专题教育必修课》（线上线下融合），16学时，1学分；《校内公益服务劳动实践》，14学时，1学分。）

本课程贯彻教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，通过理论讲解和案例分析，从劳动最美丽、劳动最伟大、劳动最崇高、劳动最光荣四个角度，带领学生学习劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等内容，帮助学生正确认识劳动，树立正确的劳动观，增强学生的职业荣誉感和责任感，培育学生积极向上的劳动精神。

（15）国防教育（148学时、4学分）

国防教育课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。通过国防教育课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红

色基因、提高学生综合国防素质。

## 2. 公共选修课

### (1) 人工智能基础(32 学时、2 学分)

本课程是面向所有专业的一门通识基础课程，是在学生学习了计算机信息技术课程、具备了一般计算机信息技术基础知识、掌握了基本操作和中西文字输入能力的基础上，开设的一门理实一体课程，其功能是对接专业人才培养目标，面向以各专业的培养目标和当前社会职业岗位的需求为导向，培养学生自觉使用计算机解决学习和工作中实际问题的能力，使计算机成为学生获取知识，提高素质的有力工具，从而促进本专业相关知识与技能的学习、提高学生基本素质与能力，为后继各专业课程学习打下基础。

### (2) 国学经典(32 学时、2 学分)

本课程是研究中华民族传统的学术精神及其载体的学问，是中华民族在物质文明、精神文明、政治文明和社会文明进程中形成的。本课程从四书、五经、诸子等专题进行讲述，帮助同学了解国学，以便研究国学，传播国学，吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升修为。

### (3) 中华优秀传统文化(32 学时、2 学分)

本课程聚焦中华文明瑰宝，精选经典典籍、传统艺术、哲学思想等内容，旨在引导学生提升对文化经典和传统艺术的学习与借鉴能力，自觉吸收中国智慧、弘扬中国精神、传播中国价值，坚定文化自信。

### (4) 大学语文(32 学时、2 学分)

本课程通过对优秀汉语言文学经典及代表性作品的研读、

鉴赏、解析，培养学生热爱母语、热爱中国文化遗产的情感，建立在全球化文化语境中的多元文化观及认同本土文化的价值观。

## （二）专业（技能）课程

### 1. 专业基础课

本专业开设《市场营销基础》、《商务礼仪与沟通》、《客户拓展与维护》、《管理学基础》、《门店营运实务》《采购与供应链管理》共6门专业基础课程。

#### （1）市场营销基础（56学时、4学分）

通过本课程的学习，使得学生明确市场营销管理的任务；理解微观环境与宏观环境的主要构成，掌握分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法，熟悉企业面对环境变化所应采取的对策。

#### （2）商务礼仪与沟通（56学时、4学分）

本课程旨在引导学生提升自我形象、掌握娴熟的待人接物和沟通技巧，在学习和实践中培养学礼、懂礼、守礼、用礼和善言的能力。通过本课程学习，培养学生的业务操作能力和岗位适应力，具体掌握商务人员职业形象塑造、商务通信礼仪与沟通、商务交往礼仪与沟通、商务活动礼仪与沟通、服务营销礼仪与沟通、投诉处理礼仪与沟通的能力，让学生在学中做、在做中学，提高其礼仪践行能力，将商务礼仪规范与沟通技巧不断内化为职业综合素养。

#### （3）管理学基础（36学时、2学分）

通过本课程的学习，使学生了解管理理论的形成过程，熟悉管理理论的基本框架，认识管理活动的基本职能，理解

管理活动的基本规律，掌握管理活动的基本方法，了解管理学发展的新趋势及面临的挑战；通过经典管理模型与真实企业案例相结合的教学模式，培养学生的问题分析能力、战略思维与执行力。课程注重实践导向，融入情景模拟、企业案例分析、团队项目设计等多元化教学方法，帮助学生掌握科学管理工具，理解管理活动的底层逻辑，提升其在复杂商业环境中的综合管理素养，为成长为具有全局视野与创新能力的市场营销人才夯实基础。

#### （4）客户拓展与维护（36学时、2学分）

通过本课程的学习，使得学生了解客户拓展和维护的重要性和理论框架；掌握客户拓展与维护的基本概念、原理和应用，确立以客户为中心的管理理念，掌握客户拓展与维护方法和技术，并能应用理论知识和实践技能进行实践，开拓客户和维护客户。

#### （5）门店营运实务（72学时、4学分）

通过本课程的学习，使得学生熟悉连锁门店运营管理基本要素、标准与流程，以及运营成本控制方法；能够对门店组织架构设计提出优化建议，掌握门店业务操作技术、安全管理措施和绩效考评方法，同时还需了解门店业务流程优化、业务操作、防损与安全管控、突发事件处理、外围关系维护、经营绩效评估等相关内容。

#### （6）采购与供应链管理（72学时、4学分）

通过本门课程的学习，使学生能够了解采购与供应链的基本概念，掌握采购预测的程序、采购需求分析方法；掌握采购方式的种类和适用范围、知道价格分析的方式、采购谈

判的内容和合同条款，知道招标文件的制作方法；掌握采购成本的构成和影响因素和降低采购成本的方法和技巧；掌握采购质量管理的主要内容和基本方法和采购物料的验收与检验方法；掌握供应商合作伙伴关系、供应链合作伙伴选择的步骤和方法；掌握如何制定合理的采购与供应策略，能够进行供应链采购模式的选择，能够对采购与供应链管理链绩效进行评价。

## 2. 专业核心课

本专业开设《消费者行为分析》、《营销策划》、《市场调查与分析》、《商务数据分析》、《销售与管理》、《数字营销技术应用》共6门专业核心课程。

### （1）消费者行为分析（56学时、4学分）

本课程聚焦于“如何影响消费者”这一核心问题，以消费者行为认知、影响因素和购买决策过程三大模块重构教学内容，从认识消费者和消费者行为出发，深度剖析影响消费者行为的内外因素，包括消费者的需要和动机，消费者的心理活动，消费者个性、自我概念和生活方式，消费群体，外部环境，产品，广告与营销等，并详细解析消费者购买决策和消费者购后行为，强调“做中学、做中悟”，重点培养学生在营销实战中对消费者心理和行为规律的运用能力，以及营销策略的科学决策能力。

### （2）营销策划（72学时、4学分）

通过本课程学习，使学生掌握营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，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与基本方法，培养学生各类营销策

划操作技能,具备从事市场营销策划业务工作的核心职业能力,切实提升对专业知识的综合应用能力和实际动手能力。

### (3) 市场调查与分析 (72 学时、4 学分)

该课程围绕市场调查与分析全流程设计,涵盖市场调查基础理论(定义、分类、流程)、核心方法(定性/定量调查、抽样技术)与实践技能(问卷设计、数据采集与分析工具应用、报告撰写),注重通过真实项目实训(如消费者行为研究、企业需求分析)和案例模拟,培养学生从问题诊断到决策支持的综合能力,强化数据思维与商业分析技能,为市场营销相关岗位提供技术支撑。

### (4) 商务数据分析 (72 学时、4 学分)

通过本课程的学习,使得学生掌握商务数据分析的关键要素、移动端数据分析与应用、微博数据分析与应用、微信公众号数据分析与应用。掌握客户数据基本的统计分析方法,并根据需要制作、提供相关数据报表。能够实施基本的商务数据分析;能够运用多种信息渠道和工具收集、存储、管理各类数据;实行业务数据采集与分析、根据数据进行客户画像、客户细分和价值分析;能够编写数据分析报告,并进行可视化展示。

### (5) 销售与管理 (72 学时、4 学分)

通过本课程的学习,掌握销售计划制订方法与技术技能,科学规划销售目标与策略;掌握客户开发方法与技能,拓展潜在客户资源;精通客户拜访方法与技能,善于建立良好客户关系;能精准设计产品方案并有效演示,清晰展示产品优势;掌握商务洽谈技巧,在沟通中争取有利合作条件;熟悉

项目招投标流程与方法，能妥善应对投标工作。掌握销售渠道管理方法，优化产品流通路径；熟练运用销售数据分析方法，依据数据调整销售策略，以数据驱动销售业绩提升。

#### （6）数字营销技术应用（72学时、4学分）

通过本课程的学习，掌握客户数据基本的统计分析方法，并根据需要制作、提供相关数据报表。实施行业数据采集与分析、根据数据进行客户画像、客户细分和价值分析；能够编写数据分析报告，并进行可视化展示。根据数字营销策划方案，使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作。

### 3. 专业拓展课

本专业开设《直播营销与运营》、《短视频策划与制作》、《新零售实务》、《品类管理》、《新媒体营销》、《汽车顾问式销售》、《职场初级实战》、《商业文化与素养》、《置业顾问实战》、《服务营销》、《品牌管理》、《智能客户服务》、《商务谈判技巧》、《职场进阶实战》共 14 门专业选修课程。

#### （1）直播营销与运营（72学时、4学分）

通过本课程的学习，使得学生养成直播思维、选择直播平台、开展直播策划、确定直播模式、组织直播内容，通过直播等形式对产品进行多平台营销推广；采集分析销售数据，对企业或产品提出优化性建议。通过学习，能够帮助学生从数据化运营的视角，深度理解和掌握直播营销新业态下电子商务运营所需要的技能要求，提升自身数字化技能素养。

#### （2）短视频策划与制作（72学时、4学分）

通过本课程的学习，使得学生掌握短视频的基本概念、类型、主流平台分析，工作团队的搭建，内容定位，主题选择，脚本策划，拍摄技巧，剪辑技巧，发布技巧，运营攻略，以及商业变现等。学生将通过案例学习、课堂讨论、实战训练和案例分析，全面提升与短视频有关的各项能力。培养学生在短视频领域的综合能力，包括创意思维、内容制作、技术操作、团队协作、市场分析和商业运营等。学生将学会如何策划引人入胜的短视频内容，运用专业的制作技巧进行拍摄和剪辑，并掌握有效的运营策略以实现短视频的最大化传播和商业价值。

### （3）新零售实务（36学时、2学分）

本课程围绕新零售的营销生态平台、交易平台、业务中台-客户服务、仓储物流、门店运营与管理、数据分析等方面，帮助学生了解新零售在整个运营流程中的业务类型及实际案例、掌握新零售业务流程，利用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通和销售过程进行升级和改造，帮助企业和门店重塑经营形态的结构和生态系统。

### （4）品类管理（36学时、2学分）

通过教学使学生对品类管理的理念与实际操作有感性的认识，并能够在一定程度上掌握操作技巧。从品类管理操作流程的角度，重点介绍了品类定义、品类角色、品类评估、品类评分表、品类策略、品类战术、品类计划实施和品类回顾。了解评估品类管理成功的要素，掌握货架陈列的原则和目标，帮助业务管理人员改善货架陈列的绩效，掌握提高周转率、增加销售额、降低成本及增加盈利的方法。

#### （5）新媒体营销（72 学时、4 学分）

通过本课程的学习，使得学生掌握从事新媒体平台运营维护、用户运营、内容运营、活动运营、新媒体数据分析技术应用等工作的理论知识；能够根据融媒体理念和营销目标完成新媒体营销平台选择、用户画像构建、内容策划和活动策划与执行，具备新媒体运营思维和应用新媒体技术的能力，达到强化专业技能、拓展就业本领、提升职业素养的目标。

#### （6）汽车顾问式销售（72 学时、4 学分）

通过本课程的学习，使得学生根据汽车展厅销售流程要求，正确使用销售工具，合理运用销售技巧完成展厅整车销售工作。通过理论与实践结合的方式，帮助学生掌握以客户为中心的顾问式销售技巧，提升销售业绩和客户满意度。课程聚焦汽车销售顾问岗位的职业要求，围绕汽车 4S 店销售流程、客户需求分析、衍生服务及营销策略等核心内容展开，强调“以客户为中心”的顾问式销售理念，注重建立长期信任关系并创造客户价值。

#### （7）职场初级实战（108 学时、6 学分）

本课程是校企合作开发的实战课程，根据校企合作企业的需求，共同设置实战任务，提升学生的市场营销技能初级应用的能力。选择该课程可以替代本学期的其他选修课程。

#### （8）商业文化与素养（36 学时、2 学分）

通过教学使学生熟悉和了解富有民族特色的商业文化。课程通过商史、商路、商帮、商号、商人、商法、商言、商仪、商礼、商道等内容，梳理商业文化历史脉络，探寻商业文化发展之源，总结商业文化积淀精髓，传承商业文化优秀

精神，培养学生对传统商业文化的理解和热爱，对职业行为和职业态度的认知和认同，提升文化品位和审美情操，提高职业素养与文化修养，达到律己与敬人、知识与商务素养的和谐统一。

#### （9）置业顾问实战（36学时、2学分）

通过本课程的学习，使得学生能够掌握售楼处销售人员销售过程中的售楼热线接听、客户来访接待、需求挖掘、房型推介、带客户实地参观、异议拒绝的处理、客户的跟踪跟进、签约促成、售后服务等各个环节。课程内容：电话接听引面谈、迎接客户、需求挖掘、带客看房、异议处理、跟进客户、促进签约和售后服务等。

#### （10）服务营销（36学时、2学分）

通过教学使学生掌握服务营销的基本内涵、有关概念、研究对象和研究范畴；区分服务营销与市场营销在内容和营销组合要素上的不同、掌握服务营销组合的基本要素；了解服务消费行为特点，树立正确的服务营销理念；理解服务质量的概念及构成要素、服务质量的测定、服务质量的管埋；在理论学习的基础上，能够联系实际，为从事服务业营销活动或参与企业营销服务活动奠定基础。

#### （11）品牌管理（36学时、2学分）

通过本课程的学习，使学生掌握新消费时代，公司品牌管理的相关内容，包括新品牌观概述、新消费时代的品牌建立、新消费时代品牌营销的运营，具备重塑品牌观念、品牌定位、品牌内容、发展新品类、初创公司建立品牌、品牌营销模型、市场细分、建立自媒体等基本技能，帮助企业提升

品牌价值，获得市场竞争优势。也可以围绕着新消费时代的品牌管理这一思路，致力于帮助企业解决品牌不强势的问题，让企业能突破瓶颈，找到运营品牌的新思路。

#### （12）智能客户服务（72 学时、4 学分）

通过以上学习要求，使学生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、掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能，具备在实际业务中设计、落地、优化智能客服解决方案的实战水平，同时培养数据思维、沟通协作及危机应对等职业素养。

#### （13）商务谈判技巧（72 学时、4 学分）

通过本课程的学习，培养学生在商务场景下的谈判能力与策略思维。课程围绕谈判的基本理论、流程与技巧，结合经典谈判模型与真实商业案例，帮助学生掌握双赢谈判、冲突管理、跨文化谈判等核心技能。通过情景模拟、角色扮演、企业实战案例分析等互动式教学方法，提升学生的沟通能力、应变能力与决策能力，使其能够在复杂多变的商业环境中灵活运用谈判策略，促成高效合作。课程注重理论与实践结合，培养学生的商业敏锐度与职业素养，为未来从事市场营销、销售管理、国际贸易等职业奠定坚实基础。

#### （14）职场进阶实战（144 学时、8 学分）

本课程是校企合作开发的进阶实战课程，根据校企合作企业的需求，共同设置实战任务，提升学生的市场营销技能进阶实战应用的能力。选择该课程可以替代本学期的其他选修课程。

### (三) 实践性教学环节

表四 实践教学环节设计

专业实践性教学环节	实践教学名称	开设学期	学分	学时	场地
实训	职业认知实训	1-2	--	--	企业
	情境营销与数字营销实训	2	1	30	实训室
	营销技能实训	4	1	30	实训室
实习 (专业根据需要安排)	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	岗位实习(1)	5	10	200	企业
	岗位实习(2)	6	14	280	企业
	毕业实践报告	6	4	80	企业

### (四) 课程思政要求

市场营销专业课程思政育人旨在培养学生的践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神能力，同时加强德育教育，提高学生的道德水平和社会责任感。以下为专业课程的课程思政建设方向一览表：

表五 市场营销专业课程思政建设方向一览表

序号	课程模块	课程名称	课程思政建设方向
1	专业基础课	市场营销基础	通过情景还原与案例研讨，开展沉浸式诚信法治教育，引导学生构建合法合规的营销价值体系；在市场环境分析、目标市场定位等教学场景中，有机嵌入乡村振兴战略、绿色消费趋势等时代命题，培育学生服务国家发展大局的家国情怀；依托企业真实营销项目，鼓励学生运用大数据分

			析、AI 预测等创新手段，在团队协作中提升营销策划能力，强化集体使命感。
2	商务礼仪与沟通		引导学生树立诚实守信的职业品格；将中华传统礼仪文化中的“礼之用，和为贵”理念，融入现代商务礼仪规范教学，通过汉服礼仪体验、茶道文化实践等特色活动，增强学生文化自信；通过跨国商务谈判模拟、国际展会接待实训等项目，锻炼学生跨文化沟通能力与团队协作意识；以“一带一路”沿线国家商务合作为背景，引入企业社会责任实践案例，培养学生国际视野与社会担当，助力中国商务文化的全球传播。
3	客户拓展与维护		通过角色扮演与行为模拟，培养学生诚信经营的职业素养；引入企业参与社区服务、助力弱势群体消费等正面案例，结合 ESG 评价体系，引导学生理解客户关系中的社会责任；组织学生开展老字号品牌客户唤醒、新兴品牌社群运营等实践项目，在团队协作中掌握客户调研、需求分析等核心技能，塑造集体价值认同；对接国家“专精特新”企业培育政策，指导学生运用数字化工具助力民族品牌客户拓展，激发产业报国情怀。
4	管理学基础		开展管理伦理大讨论，引导学生坚守诚信管理原则；通过对比“企业环保转型实现可持续发展”与“污染企业因社会责任缺失倒闭”的真实故事，结合碳中和、碳达峰目标，强化学生社会责任意识；依托沙盘推演、企业经营模拟等实践教学，让学生在团队决策、资源调配中感受集体智慧的力量；将“两弹一星”精神、改革开放企业家精神融入经典管理案例分析，引导学生汲取艰苦奋斗、创新突破的精神养分，树立正确的职业发展观，实现管理知识传授与价值观塑造的同频共振。
5	门店运营实务		通过剖析等典型案例，培养学生诚信经营的底线思维；以“门店开展公益义卖回馈社区”“推行绿色包装减少环境污染”等实践案例为范本，引导学生理解门店作为社区经济单元的社会责任；组织学生进行智慧门店动线设计、国潮主题门店改造等实践项目，在团队协作中提升空间规划、商品陈列等专业能力，同时挖掘传统商业文化元素，激发创新传承意识；对接“一刻钟便民生活圈”建设政策，指导学生运用数字化工具优化门店运营，助力本土品牌连锁化发展，厚植家国情怀。
6	采购与供应链管理		以反面案例为警示，开展廉洁教育，筑牢学生职业道德防线；通过“搭建助农供应链助力乡村振兴”等创新实践，引导学生构建可持续发展的供应链思维；依托供应链仿真软件、跨境电商实训平台，组织学生开展全球采购路线规划、应急供应链响应等实战项目，在团队协作中提升资源整合能力；将结合“双循环”发展格局，激发学生传承商业智慧、服务国家战略的使命感。

1	专业核心课	消费者行为分析	培养学生维护市场秩序的责任意识；通过等实践案例，引导学生关注社会公平与可持续发展；运用眼动仪实验、消费行为沙盘等技术，组织学生开展消费者心理洞察、消费趋势预测等团队项目，在数据分析与模型构建中培养科学精神，培养学生国际视野与文化包容能力，助力构建健康消费生态。
2		营销策划	开展营销伦理辩论赛，引导学生树立正确的策划价值观；通过创新案例，结合乡村振兴、文化自信等国家战略，培养学生社会责任意识；依托企业真实营销需求，组织学生运用元宇宙场景搭建、AIGC 内容生成等新技术，开展品牌年轻化、产品破圈等创意策划项目，在团队协作中激发创新思维；挖掘传统文化资源，推动学生实现传统与现代营销的创造性融合。
3		市场调查与分析	以社会主义核心价值观为引领，将职业道德、社会责任与专业教学深度融合：通过“数据造假”“隐私保护”等案例分析诚信与法治意识；在调查实训中融入乡村振兴、绿色消费等国家战略议题，激发家国情怀；通过团队协作培养创新精神与集体责任感。在市场调查的实践中培养学生“没有调查就没有发言权”的求真意识、科学严谨的职业态度及社会责任感，实现知识传授与价值引领的深度融合。
4		商务数据分析	筑牢学生职业操守底线，引导学生关注数据技术的社会价值；依托实战项目，组织学生开展市场趋势预测、供应链优化等团队任务，在数据建模与算法调优中培养创新思维；将古代商帮记账智慧与现代区块链技术结合，融入“东数西算”等国家战略，激发学生传承创新商业智慧、服务国家数字经济发展的使命感。
5		销售与管理	结合《反不正当竞争法》开展职业道德教育；通过等创新实践，引导学生践行社会责任；依托直播带货实战、大客户谈判模拟等教学项目，组织学生开展销售策略制定、销售团队管理等实践任务，在角色扮演与团队协作中提升综合能力；激励学生运用数字化销售工具助力本土企业品牌升级，厚植家国情怀。
6		数字营销技术应用	培养学生合法合规的技术应用意识；通过创新实践，引导学生关注技术的社会价值；依托虚拟主播直播带货、元宇宙品牌展厅搭建等前沿技术项目，组织学生开展数字营销策略制定、用户增长运营等实践任务，在技术应用与创意策划中激发创新思维；通过数字营销策略推动企业向绿色可持续方向发展，培养学生的环保意识与可持续发展观念。

## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学进程安排表

表六 市场营销专业教学进程安排表

课程性质	课程属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			周学时						考核方式	主要教学场所	开课学院	是否课证融合	备注
							总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年						
										1	2	3	4	5	6					
公共课	公共必修课	1	MY20039	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	54	36	18		2+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		2	MY20041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		3	MY20040	思想道德与法治	B	3	54	36	18	2+1						考试	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		4	GJ24001	综合英语 II (1)	B	2	28	21	7	2						考试	多媒体教室	国际教育学院	是	英语 B 级

		5	GJ24002	综合英语 II (2)	B	2	36	27	9		2					考试	多媒体教室	国际教育学院	是	英语 B 级
		6	XX200106	信息技术	B	4	72	54	18		3+1					考试	实训室	信息工程学院	是	计算机一级
		7	WL20434	体育与健康 (1)	C	2	28	0	28	2						考试	体育场	文化旅游学院	否	
		8	WL20435	体育与健康 (2)	C	2	36	0	36		2					考试	体育场	文化旅游学院	否	
		9	WL20436	体育与健康 (3)	C	2	36	0	36			2				考试	体育场	文化旅游学院	否	
		10	WL20437	体育与健康 (4)	C	2	36	0	36				2			考试	体育场	文化旅游学院	否	
		11	CY20001	职业规划与就业指导	B	2	32	16	16	1+1						考试	多媒体教室	学生处	否	
		12	CY20002	创业基础	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	学生处	否	
		13	MY20003	心理健康教育	B	2	36	18	18		1+1					考试	多媒体教室	学生处	否	

		14	MY20004	形势与政策(上)	A	1	48	48	0	1/3/5 学期 8 课时, 集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		15	MY20005	形势与政策(下)						2/4/6 学期 8 课时, 集中授课					考查	多媒体教室	马克思主义学院	否	
		16	WL20550	美育	B	2	36	34	2			2			考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
		17	JW20012	大学生安全教育	B	1	60	30	30	每学期 10 课时					考查	多媒体教室	安保处	否	
		18	MY20042	国家安全教育	B	1	16	8	8	1+1					考查	网课	马克思主义学院	否	
		19	JW20010	国防教育	B	4	148	36	112	3 周					考试	户外场地	学生处	否	
		20	JW20017	校内公益服务劳动实践(值周)	C	1	14	0	14	1 周					考试	学校	教务处、学生处	否	
		21	JW20011	劳动专题教育必修课(线上线	B	1	16	8	8	1					考试	网课	教务处	否	

			下融合)															
		小计			41	858	408	450	12	17	2	2	0	0				
公共选修课	22	TS200501	人工智能基础	A	2	32	32	0			2			考查	网课	教务处	否	
	23	WL20240	国学经典	A	2	32	32	0			2			考查	网课	教务处	否	
	24	WL20260	中华优秀传统文化	B	2	32	32	0				2		考查	多媒体教室	文化旅游学院	否	
	25	TS200011	大学语文	A	2	32	32	0				2		考查	网课	教务处	否	
			小计			4	64	64	0	0	0	2	2	0	0			
专业课	专业基础课	26	LT20001	市场营销基础	B	4	56	42	14	4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
		27	LT20134	商务礼仪与沟通	B	4	56	42	14	4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
		28	LT20089	客户拓展与维护	B	2	36	24	12		2			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
		29	LT20014	管理学基础	B	2	36	24	12			2		考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
		30	LT20135	门店营运实务	B	4	72	54	18			4			考查	多媒体教室	商贸流通	否

																室	学院		
	31	LT20124	采购与供应链管理	B	4	72	54	18				4			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	小计				20	328	240	88	8	2	6	4	0	0					
专业核心课	32	LT20136	消费者行为分析	B	4	56	28	28	4						考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	33	LT20009	营销策划	B	4	72	36	36		4					考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	34	LT20005	市场调查与分析	B	4	72	36	36			4				考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	35	LT20011	商务数据分析	B	4	72	36	36			4				考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	36	LT20138	销售与管理	B	4	72	36	36				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	37	LT20103	数字营销技术应用	B	4	72	36	36				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	是	数字营销中级
	小计				24	416	208	208	4	4	8	8	0	0					
	专业	38	LT20067	直播营销与运营	B	4	72	54	18		4					考查	多媒体教室	商贸流通	否

拓展课																室	学院		
	39	LT20139	短视频策划与制作	B	4	72	54	18		4					考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	40	LT20108	新零售实务	B	2	36	27	9			2				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	41	LT20036	品类管理	B	2	36	27	9			2				考查	多媒体教室	商贸流通学院	是	
	42	LT20010	新媒体营销	B	4	72	54	18			4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	是	新媒体技术中级
	43	LT20140	汽车顾问式销售	B	4	72	54	18			4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	44	LT20101	职场初级实战	B	8	108	3周	3周			6周				考查	企业	校企	否	
	45	LT20109	商业文化与素养	B	2	36	18	18				2			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	46	LT20020	置业顾问实战	B	2	36	18	18				2			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	47	LT20072	服务营销	B	2	36	18	18				2			考查	多媒体教室	商贸流通	否	

																室	学院		
	48	LT20110	品牌管理	B	2	36	18	18				2			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	49	LT20141	智能客户服务	B	4	72	36	36				4			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	50	LT20012	商务谈判技巧	B	4	72	36	36				4			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否	
	51	LT20021	职场进阶实战	B	8	144	4周	4周				8周			考查	企业	校企	否	
	小计				18	324	207	117	0	4	6	8	0	0					
综合实践	52	JW20023	入学教育	C	1	16		16	1周						过程性考核	校内	各二级学院	否	与军训同时开展,不占用总周数
	53	JW20024	毕业教育	C	1	16		16					1周		过程性考核	企业实训基地	各二级学院	否	
	54	JW20013	专业技能综合实训	C	8	160		160				8周			过程性	企业实训基地	各二级学院	否	

															考核过程性考核				
55	JW20014	岗位实习(1)	C	10	200		200						10周		企业实训基地	各二级学院		否	
56	JW20015	毕业实践报告	C	4	80		80						4周		企业及学校	各二级学院		否	
57	JW20016	岗位实习(2)	C	14	280		280						14周		企业实训基地	各二级学院		否	
58	SXLT021	职业认知实训 I	C	不计学分	不占学时			参观、讲座							考查	企业	商贸流通学院		否
59	SXLT022	职业认知实训 II	C					参观、讲座								考查	企业	商贸流通学院	
60	SXLT026	情境营销与数字营	C	1	24	12	12		1周						考查	企业	商贸流通		否

			销实训														学院		
	61	SXLT0006	营销技能实训	C	1	24	12	12				1周			考查	企业	商贸流通学院	否	
	小计				40	800	24	776	0	0	0	0	18周	18周					
总学分、总学时合计					147	2790	1151	1639	24	27	24	24	18周	18周					

注：

- 1、课程代码：以教学管理系统中的代码为准。
- 2、课程类型：填 A 类（纯理论）、B 类（理论+实践）、C 类（实践）。
- 3、学分：每 16-18 学时为 1 学分计，课程学时数以 16-18 学时的整数倍或 0.5 倍数确定。以周为单位的实践必修课，按每 1 学分 30 学时计算。
- 4、主要教学场所：指多媒体教室、普通教室、实训室名称、校内外实训基地等。
- 5、每学期 20 周，其中第一学期三周集中军训。选修课可设限定选修课。
- 6、素质拓展需修满 10 分方可毕业，具体实施工作由学生处负责。

## (二) 各类课程学时分配

表七 市场营销专业理论教学与实践教学学时比例表

项目		学时数	占总学时的比例	备注
理论教学时数		1151	41.25%	
实践教学时数	课内实践教学时数	919	58.75%	
	专业技能综合实训	160		
	岗位实习	480		
	毕业实践/设计报告	80		
	合计	1639		
总学时		2790	100%	

表八 市场营销专业学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
必修	公共基础课	21	858	30.75%
	专业基础课	6	328	11.76%
	专业核心课	6	416	14.91%
	综合实践课	10	800	28.67%
选修	专业拓展课	14	324	11.61%
	公共基础选修课	4	64	2.29%
合计		61	2790	100%

表九 市场营销专业公共基础课程学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
公共基础课	公共基础必修课	21	858	30.75%
	公共基础选修课	4	64	2.29%
合计占总学时				33.04%

## 八、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

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

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一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、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。

拥有省级教学团队 1 支，省级教学名师 1 人，省级教坛新秀 2 人；教授 2 人，副教授 5 人；双师型教师 9 人。

#### 2. 专业带头人

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、教科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；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

#### **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。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。

表十 市场营销专业实训室配备情况

序号	实训室名称	功能	主要设备及台套数
1	3101 新媒体营销运营中心	市场营销专业实训课程使用	与合肥百武西商贸有限公司共建
2	1504 新媒体营销实训室	市场营销专业实训课程使用	配置 60 台电脑终端
3	1506 数字营销实训室	市场营销专业实训课程使用	配置 60 台电脑终端

## 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。

表十一 市场营销专业实习场所配备情况

序号	实习基地名称	合作单位	实习实训项目
1	安徽希德罗实习基地	安徽希德罗生物科技有限公司	营销技能实习实训
2	合肥百武西公司实习基地	合肥百武西贸易有限公司	门店岗位技能实习实训
3	合肥贝壳公司实习基地	合肥贝壳找房科技服务有限公司	营销技能实习实训
4	安徽永辉超市有限公司实习基地	安徽永辉超市有限公司	门店岗位技能实习实训
5	安徽童联孩子王儿童用品有限公司实习基地	安徽童联孩子王儿童用品有限公司	门店岗位技能实习实训
6	上海灿耀天昂智能科技有限公司实习基地	上海灿耀天昂智能科技有限公司	营销技能实习实训
7	南京萱子饰品有限公司实习基地	南京萱子饰品有限公司	门店岗位技能实习实训
8	合肥伊诗麦凡服饰有限公司实习基地	合肥伊诗麦凡服饰有限公司	门店岗位技能实习实训
9	安徽仟吉食品有限公司实习基地	安徽仟吉食品有限公司	门店岗位技能实习实训
9	人和数智科技有限公司实训基地	人和数智科技有限公司	市场调查生产实训
11	屈臣氏实习基地	合肥屈臣氏个人用品商店有限公司	门店岗位技能实习实训

### **（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。

本专业建有职业教育国家在线精品课程 1 门、省级示范金课 1 门、省级线上教学优秀课堂 2 个、省级慕课 6 门、省级基本教学活动示范课程 5 门、省级课程思政示范课程 6 门。

### **（四）教学方法**

主要采用如下几种教学法：

#### **1. 案例式教学**

研究并制定采用案例式教学的教学计划及课程标准，完

善课程教学中的电子文档。

## 2. 现场教学

走出课堂，带领学生到各现场教学，使学生即学即用，开阔了视野，了解了企业实际运营，激发学生的学习兴趣，这是传统教学方式远远所不及的。

## 3. 项目驱动

教师以一个个真实项目作为主线展开课程，把相关的知识点溶入到项目的各个环节中去，层层推进项目。

对不同内容、不同的难易程度，本专业教师采用灵活多样的教学方法，如案例教学、联想教学、实验教学法等。在学习过程中设置与企业一致的工作步骤及要求（场地、设备与组织管理）。

### （五）学习评价

本专业积极推进课程教学评价体系改革，突出能力考核评价方式，建立由形式多样化的课程考核形式组成的评价体系，积极吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价，通过多样式的考核方式，实现对学生专业技能及岗位技能的综合素质评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展以及培养其创新意识和创造能力，更有利于培养学生的职业能力。

所有必修课和学生选定的选修课及综合实训等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核，合格者取得该课程学分。

评价体系包括：笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、技能竞赛等多种考核方式。每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相合的形式进行。

### **1. 笔试**

适用于理论性比较强的课程。考核成绩采用百分制，该门课程不合格，不能取得相应学分，由专业教师组织考核。

### **2. 实践技能考核**

适用于实践性比较强的课程。技能考核应根据应聘岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

### **3. 项目实施技能考核**

综合项目实训课程主要是通过项目开展的，课程考核旨在评价学生综合专业技能掌握的情况及工作态度及团队合作能力，因而通常采取项目实施过程考核与实践技能考核相结合进行综合评价，由专兼职教师共同组织考核。

### **4. 岗位绩效考核**

在企业中开设的课程，如岗位实习等，由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

### **5. 技能竞赛**

积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，根据竞赛所取得的成绩作为学生评价标准，并计入学生自主学习学分。

## **（六）质量管理**

1. 学校和二级院系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，并及时公开相关信息，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标准建设，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**

### **（一）学时要求**

需完成 2790 学时。

### **（二）学分要求**

需完成 147 学分。

1. 根据学校《大学生素质拓展学分管理办法(试行)》规定，可予以相应认定。

2. 参加安徽省职业院校汽车营销赛项并获得三等奖及以上的成绩，可以替换《汽车销售顾问实战》课程的学分。

3. 参加安徽省职业院校市场营销赛项并获得三等奖及

以上的成绩，可以替换《情境营销与数字营销实训》课程的学分。

4. 参加安徽省职业院校供应链管理赛项并获得三等奖及以上的成绩，可以替换《采购与供应链管理》课程的学分。

5. 参加安徽省职业院校商务数据分析赛项并获得三等奖及以上的成绩，可以替换《商务数据分析》课程的学分。

6. 参加安徽省职业院校融媒体内容策划与制作赛项并获得三等奖及以上的成绩，可以替换《新媒体营销》课程的学分。

7. 参加全国大学生市场调查与分析大赛三等奖及以上的成绩，可以替换《市场调查与分析》课程的学分。

8. 取得本专业 1+X 证书制度试点范围内的职业技能等级证书，可转换相应课程学分，最多可转换两门课程的学分。

9. 职业教育国家“学分银行”试点中，个人学习账号登记和存储的学习成果。

10. 其他经专业教学指导委员会认定可转换学分的相关条件。

表十二 证书与学历专业（课程）之间的转换规则表

赛事/证书名称	获奖登记/证书等级	颁证机构	可替代课程名称	课程学分
新媒体技术	中级	南京奥派信息产业股份公司	新媒体营销	4
数字营销技术应用	中级	中教畅享（北京）科技有限公司	数字营销技术应用	4
安徽省职业院校汽车营销赛项	三等奖及以上	安徽省教育厅	汽车销售顾问实战	4

安徽省职业院校市场营销赛项	三等奖及以上	安徽省教育厅	情境营销与数字营销实训	1
安徽省职业院校供应链管理赛项	三等奖及以上	安徽省教育厅	采购与供应链管理	4
安徽省职业院校商务数据分析赛项	三等奖及以上	安徽省教育厅	商务数据分析	4
安徽省职业院校融媒体内容策划与制作赛项	三等奖及以上	安徽省教育厅	新媒体营销	4
全国大学生市场调查与分析大赛	三等奖及以上	中国统计学会	市场调查与分析	4

### (三) 证书要求

表十三 市场营销专业各资格证书一览表

序号	考核项目	等级要求	考核发证部门	考核学期	类型	
					必考	鼓励
1	全国高等学校(安徽考区)计算机水平考试	一级	安徽省教育厅	1		✓
2	普通话水平测试等级证书	二级乙等	国家语委普通话与文字应用培训测试中心	3-4		✓
3	高等学校英语应用能力考试	A级/B级	高等学校英语应用能力考试委员会	1		✓
4	全国大学英语四级(六级)考试	四级/六级	教育部教育考试院	2-4		✓
5	数字营销技术应用	中级	中教畅享(北京)科技有限公司	4		✓
6	新媒体技术	中级	南京奥派信息产业股份公司	3		✓

## 十、方案编制人员信息表

表十四 市场营销专业人才培养方案编制人员信息表

二级学院	商贸流通学院	教研室	市场营销	教研室主任	赵鹏	专业带头人	杨晓
参与人员	编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工	备注
	学院教师	朱超才	院长	教授	商贸流通学院	修订调研、统筹指导	修订主持人
		赵鹏	副院长	副教授	商贸流通学院	修订调研、执笔	主执笔人
		陈佳媛	教研室副主任	讲师	商贸流通学院	修订调研、专业调研报告	
		苏伯文		教授	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		杨晓		副教授	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		郑玉秀		副教授	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		张莉		副教授	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		尚卓群		讲师	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		孔健		讲师	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		徐良炬		助教	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
		陈俊如		教员	商贸流通学院	课程体系、课程思政建设	
	程苗苗	副院长	高级政工师	马克思主义学院	德育规格、课程思政		
	行业企业专家	任等平	董事长	产业教授	安徽省徽商红府连锁超市有限责任公司	人才需求、人才培养规格	
		赵琴	组织部长		安徽童联孩子王儿童用品	人才需求、人才培养规格	
陶宠		人资总监		人和数智科技有限公司	课程体系指导		
杨鹤群		CEO		安徽麦剑道策划咨询有限公司	实践教学体系设计		
夏欣宇		人事经理		上海林清轩生物科技有限公司	人才需求、人才培养规格		
金玉梅		人力资源总经理		合肥百武西贸易有限公司	人才需求、人才培养规格		

## 十一、附录

### 安徽国际商务职业学院专业人才培养方案变更申请表

学院：\_\_\_\_\_

填表日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

专业名称		年 级	
更改前后信息对照			
更 改 前		更 改 后	
课程名称		课程名称	
开课学期		开课学期	
开课学院		开课学院	
学 分		学 分	
周课时		周课时	
总课时		总课时	
考核方式		考核方式	
更改原因			
教研室 主任 审批意见		学院领导 审批意见	
教务处处长 审批意见		分管校领导 审批意见	