

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业大类：财经商贸大类

专业类：工商管理类

专业名称：市场营销

专业代码：730602

二、入学要求

初中毕业生

三、修业年限

三年

四、职业面向

序号	专门化方向	就业岗位	职业资格	
			名称与等级	颁证单位
1	电子产品营销方向	企业中从事市场营销方面具体业务工作的业务员、办事员和基层管理人员。	《收银员资格证》 《中级营销员资格证》 《电子商务师资格证》	中国商业技师协会、人力资源和社会保障部
2	汽车营销方向	汽车销售企业中的销售、渠道开发与管理人员。	《中级营销员资格证》 《客户服务资格证》 《助理物流师资格证》	中国商业技师协会、人力资源和社会保障部 中国物流采购联合会
3	服装营销方向	各类服装生产和销售企业中的销售、渠道开发人员；从事柜台销售人员及创业人员。	《收银员资格证》 《中级营销员资格证》 《客户服务资格证》	人力资源和社会保障部、中国商业技师协会
4	房地产营销方向	房地产企业从事销售、策划、项目管理等人员。	《中级营销员资格证》 《客户服务资格证》	人力资源和社会保障部、中国商业技师协会

五、培养目标

通过三年的学习，培养适应社会主义市场经济需要，德、智、体、美、劳全面发展，能系统地、较好地掌握必需的科学文化知识、专业知识和技能，具有良好的职业能力和人文素养，具有较强的市场意识和创业精神，从事营销及其相关工作的初、中级专门人才。

在各种工商企业中从事商品销售、促销、推销、导购、理货、客户服务等工作，也可以在企业中担任业务洽谈、市场调研和开发、市场推广、营销策划、销售管理等工作。具体如下：

1. 企业销售部门的推销员、业务员或主管岗位；
2. 零售企业或批发企业的促销员、营业员、客户服务等岗位；
3. 企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务等岗位；
4. 企业的营销策划、市场预测人员；
5. 营销类咨询公司的相关岗位。

六、培养规格

（一）基本要求

（1）了解基本经济管理知识。如企业管理知识、统计原理、经济法等；

（2）熟练掌握市场营销基础、推销学、商品学、广告学、渠道管理等知识；

（3）掌握基本的电子商务和网络营销知识；

（4）掌握商务谈判知识和客户服务知识；

- (5) 掌握市场调查与预测的知识;
- (6) 了解人力资源管理、财务管理的一些基本知识。

(二) 能力结构及要求

- (1) 能够熟练使用计算机, 具备应用文写作能力和英语的基本听说能力;
- (2) 具有较好的语言表达能力和人际沟通能力;
- (3) 具有营销策划技能, 具有市场开发与推广的技能;
- (4) 具备市场调研、预测的综合技能;
- (5) 具有较强的公关技能和推销技能, 具备现场促销能力;
- (6) 具备销售渠道开发能力, 具有较强的客户服务技能;
- (7) 具备基本的电子商务和网络营销技能;
- (8) 具备商务谈判技能。

(三) 素质结构及要求

(1) 思想道德素质

坚持四项基本原则, 拥护中国共产党的领导, 热爱祖国, 能够坚持学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想; 树立正确的世界观、人生观、价值观, 具有良好的道德品质和文明行为习惯; 遵纪守法, 团结协作; 有进取心, 勇于自谋职业和自主创业。

(2) 职业素质和人文素质

立足销售、服务第一线, 脚踏实地, 爱岗敬业, 具有创新能力和创业精神; 具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观点,

个性鲜明、学有所长；有较强的法律意识，能自觉遵纪守法，善于与人合作。

（3）身心素质

具有良好的生活习惯，具有健康的身体；有一定的美育知识，具备高尚的生活情趣和美的心灵；具有良好的个性品质和抗挫能力、较强的心理调适能力，懂得自我保护。

（四）综合技能要求

（1）在市场营销环境分析、市场调研与预测的基础上，具备进行市场营销策划，并制定市场营销计划的能力；

（2）作为初、中级营销人员，具备执行市场营销计划的能力；

（3）具备初步的创业能力；

（4）具备初级管理能力。

（五）技能证书要求

本专业学生毕业时应取得全国计算机等级考试初级证书（或其他同等级证书）、普通话等级考试初级证书（或其他同等级证书）及相应的职业资格证书或技术等级证书，如营销员资格证、助理物流师资格证、收银员资格证、电子商务师资格证、客户服务资格证等，并达到相应的技能水平。

七、课程设置及要求

课程设置分为公共基础课程、专业技能课程。

公共必修课程包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术等，具体要求按照教育部、省教育厅

有关规定执行。公共必修课程课时数不低于总课时数的 30%。

专业技能课程包括专业基础课程和专门化方向课程，各专门化方向课程课时数应大体相当，教学中学生至少要选择一专门化方向的课程学习。

专业技能课程和实习实训环节课时数不少于总课时数的 50%，实习实训环节按照教育部有关规定执行。

选修课程由学校根据学校专业特色、用人需求和学生发展需求自行设置，课时数不超过总课时数的 5%。

（一）公共基础课程

1、职业生涯规划

职业生涯规划是中等职业学校学生必修的一门德育课，旨在对学生进行职业生涯规划教育和职业理想教育，使学生掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观，形成职业生涯规划的能力，增强提高职业素质和职业能力的自觉性，做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。

2、心理健康

主要根据学生的生理、心理发展特点，运用有关心理教育方法和手段，培养学生良好的心理素质，促进学生身心全面和谐发展和综合素质的全面提高。

3、职业道德与法律

职业道德与法律是中等职业学校学生必修的一门德育课程，

旨在对学生进行道德教育和法制教育，帮助学生了解职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯；指导学生掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。

4、经济政治与社会

经济政治与社会是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行马克思主义相关基本观点教育和我国社会主义经济、政治、文化与社会建设常识教育，引导学生掌握马克思主义的相关基本观点和我国社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设等有关知识；提高思想政治素质，坚定走中国特色社会主义道路的信念；提高辨析社会现象、主动参与社会生活的能力。

5、哲学与人生

哲学与人生是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行马克思主义哲学基本观点和方法及如何做人的教育，使学生了解马克思主义哲学中与人生发展关系密切的基础知识，提高学生用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展过程中重要问题的能力，引导学生进行正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度，为人生的健康发展奠定思想基础。

6、语文

语文课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课，在九

年制义务教育的基础上，培养学生热爱祖国语言文字的思想感情，使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力，提高科学文化素养，以适应就业和创业的需要。指导学生学习必需的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。

7、数学

在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。必学与限定选学内容：集合与逻辑用语、不等式函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、向量、复数、解析几何、立体几何、排列与组合、概率与统计初步。选学内容：极限与导数、导数的应用、积分及其应用、统计。通过学习，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想象、数形结合、思维和简单实际应用能力，为学习专业课程打下基础。

8、英语

英语课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课。在九年制义务教育基础上，帮助学生进一步学习英语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步形成职场英语的应用能力；激

发和培养学生学习英语的兴趣，提高学生学习的自信心，帮助学生掌握学习策略，养成良好的学习习惯，提高自主学习能力。为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。

9、体育与健康

体育与健康课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课。树立“健康第一”的指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，通过科学指导和安排体育锻炼过程，培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。

10、艺术

通过对音乐、美术基础知识、技能的进一步学习和艺术活动的组织参与，达到提高审美修养、丰富精神世界、发展形象思维、激发创新意识、促进健康成长的作用。

11、计算机应用基础

在初中相关课程的基础上，进一步学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用，使学生掌握计算机操作的基本技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力，为学生以后的学习和工作打下基础。

12、历史

依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并注重培养学生

了解人类社会的发展过程，从历史的角度去认识人与人、人与社会、人与自然的的关系，从中汲取智慧，提高人文素养，形成正确的世界观、人生观和价值观。

公共基础课程设置及学时分配

序号	课程名称	学时数
1	职业道德与法律	32
2	经济政治与社会	36
3	哲学与人生	36
4	心理健康	36
5	职业生涯规划	36
6	语文	208
7	数学	208
8	英语	208
9	体育与健康	176
10	计算机应用基础	100
11	艺术（或音乐、美术）	36
12	历史	36
合计		1080

（二）专业基础课程

专业基础课程设置及学时分配

序号	课程名称	学时数
1	市场营销知识	180
2	销售心理学	180
3	推销实务	180
4	营销策划实务	180

5	经济法	72
6	商品学	72
7	企业管理	144
8	商务礼仪	72
9	电子商务	72
10	网络营销	72
合计		1224

八、学时安排

本专业课程结构包括公共基础课、专业技能课、社会实践和顶岗实习三部分，根据教学工作整体安排，计划分为三学年、六个学期完成，原则上学生在二年级时外出参加顶岗实习。第一、三学年每学期教学时间为 20 周，每周课时数为 44 节。按照有关规定，社会实践和顶岗实习期间每天按 8 课时计算，三学年共计 1600 课时。除社会实践和顶岗实习外，总课时数为 3640 节，公共基础课为 2000 课时，占总课时数的 56.8%，专业技能课为 1640 课时，占总课时数的 43.2%。

九、教学进度总体安排

课程类别		课程名称	学 年 学 期		一		二		三		课时	总课时
			教 学 周 数	周 数	1	2	1	2	1	2		
			20周	20周	20周	20周	20周	20周				
公共基础	必修	思想	中国特色社会主义	2							40	160
		政	心理健康与职业生涯	2							40	
		治	哲学与人生		2						40	
		职业道德与法治		2						40		

课	语文		4	4			6	6	400	1720	
	数学		4	4			6	6	400		
	英语		4	4			6	6	400		
	体育与健康		2	2			2	2	160		
	信息技术		2	2					80		
	安全教育		2	2					80		
	历史		2	2					80		
	社团活动		3	3					120		
选修	艺	音乐	1	1					40	120	
	术	美术、书法	2	2					80		
课程合计			30	30			20	20	2000		
专业技能课	基本能力	常用工具软件		2					40	320	
		计算机录入技术		2					40		
		办公自动化软件操作			2						120
		沟通技巧			2						120
	核心能力	市场营销知识		4				6	6	360	1440
		销售心理学		2				6	6	360	
		推销实务			3			6	6	360	
		营销策划实务			3			6	6	360	
	选修	电商基础		2	1					40	120
		网络营销		2	1					40	
课程合计			14	14			24	24	1520		
社会实践和顶岗实习			1周	1周	18周	18周	1周	1周	1600		

(一) 考核方式

1. 理论考核:

公共必修课、专业必修课的理论考核由学校命题统一考试。

2. 技能考核:

包括技能证书考试，顶岗实习和实习鉴定，学校设置学生技能鉴定站统一负责组织实施。

（二）考核时间

每学期期末集中进行该学期所学课程的理论考核，各门课程的技能考核可根据教学进度和生产季节安排。理论考核不合格者，实行学期制的一般安排在下一学期开学初补考，最后一学期各门课程的补考均在期末完成。若补考还不合格，毕业时安排最后一次补考；实行学分制的，可参加学制有效期限内该门课程的任意一次考试作为补考，但只限参加一次。技能考核不合格者，可在同一生产季节再组织一次考核，也可在下一生产季节再次组织考核。实行学期制的，理论考核和技能考核均须合格，才能通过该门课程的考核；实行学分制的，理论考核合格和技能考核合格，可分别获得该门课程的理论学分和技能学分。

十、实施保障

（一）师资队伍

建立与中等职业教育相适应的市场营销专业教师队伍，使营销理论与营销实践紧密结合。市场营销专业教师要定期深入企业体验营销实践，尤其要利用寒暑假期间到企业参与营销全过程，克服教师只会讲不会做的现象。要做到有计划、有步骤、有实效，使提高专业教师解决营销实际问题的能力，提高“双师型”教师比例。每学期要聘请企业具有丰富营销经验的人员给学生上课，密切学校与企业的关系，外聘教师的课时比例应占专业课时比例20%以上。同时加大对教师参加各种校外培训的力度，现在对中等职业学校有国家级培训和省级培训，有企业实践，学校要充分利

用这些培训机会，提高教师的实践能力。

（二）教学设施

建立和完善校内市场营销专业模拟室和校外实训基地。校内模拟室可以建立一个模拟营销公司，下设若干个部门，如市场部，营销策划部，业务部等，并有相应管理制度。各部门人员分工完全由学生担任，分工明确，责任到人。可以进行开业庆典、促销活动方案、营销策划等一系列营销活动。学生定期轮换各种角色，身临其境，提高学生的动手能力，让学生实习中学会发现问题和解决问题，使其技能得到综合训练。

校外实训基地建设一方面是中职学校自己的实训基地；另一方面是与多家企业联合建立稳定的校企合作关系，把学生定期送到企业去实践。在企业实习中，企业人员对学生进行传帮带，提高学生的实践能力，从而让学生的理论知识得到进一步巩固，使学生的营销理论在营销实践中得以运用并予以纠正，使学校与企业真正实现“零距离”接触。这样培养的学生才能适应企业的需求，学生的营销综合职业能力得到提高，学校的专业培养目标得以实现。

（三）教学资源

（1）教材选用。

教材应充分体现任务引领、工作过程导向的课程设计思想，以适应专业各行业部门任务为目标、以这些日常工作过程为形式开展项目化课程教学，课堂教学活动要与现实市营相关工作相配

套，教学过程寓教于乐，充分体现在“做”中“学”的教学方法。内容上应充分体现市营职业岗位特点，使教材更贴近专业发展和实际需要，教材中活动设计的内容必须突出主题，具有可操作性。

（2）专业图书、音像资料。

专业图书资料基本上能满足师生借阅需要，与本专业直接相关的书籍和期刊总数不低于 20 册/每位学生。

音像资料基本上能满足教学和学生需要。

（四）教学方法

大胆采用“体验式”教学方法，以适应培养学生综合职业能力的需要。改变市场营销专业传统教学模式最有效的方法是应用体验式教学模式，体验式教学模式是指在教学过程中为了达到既定的教学目的，从教学需要出发，引入、创造或创设与教学内容相适应的具体场景或氛围，以引起学生的情感体验，帮助学生迅速而正确地理解教学内容，促进他们的心理机能全面和谐发展的一种教学方法。这种教学模式强调的是以学生为中心，培养学生创造性的思维，最大限度地调动学生主动学习的积极性。

（五）学习评价

过程与目标结合评价，结合课堂提问、现场操作、课后作业、模块考核等手段，加强实践“教学环节的考核，并注重平时成绩”。

强调理论与实践一体化评价，注重引导学生进行学习方式的改变。

强调课程结束后综合评价，注重考核学生旅游服务与管理知

识的应用水平。

建议在教学中分任务模块评分，课程结束时进行综合模块考核。

学期教学评价：过程评价（80%）+期末评价（20%）。

过程评价：课堂参与程度；课堂训练；各项目单项测试成绩；作业；课堂纪律与出勤。

期末评价：期末笔试

（六）质量管理

建立科学可行的教学质量评估体系与制度；完善教学质量检查、监控的督导机制；实行教师业务、学生学籍的网络化管理。

建立、健全与工学结合、校企合作、顶岗实习等教学模式相适应的学生安全、考勤管理制度和实践成绩评估体系。

十一、毕业要求

本专业学生达到以下标准方可毕业：

（一）通过规定学制的学习，修满专业人才培养方案全部课程，各科成绩必须达到60分以上或者“及格”以上等次。

（二）完成顶岗实习任务，认真撰写实习报告，顶岗实习考核取得“合格”以上成绩。

（三）取得相关专业职业资格证书。

（四）符合国家、省教育行政部门中等职业学校学生学籍管理的有关规定。

（五）符合上级教育主管部门和学校的有关毕业要求。