



焦作师范高等专科学校

市场营销专业 人才培养方案（2024 版）

所属学院： 经济管理学院

主 笔： 任天阳

审核人员： 苏爱民

二〇二四年八月

一、专业名称及专业代码

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、基本修业年限

三年

四、职业面向

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)	主要岗位群 或技术领域	职业资格证书和职业 技能等级证书
财经商 贸大类 (53)	工商管 理类 (5306)	批发业、 零售业 (51、52)	销售人员 (4-01-02)	(区域)销 售经理; 卖场经理; 市场主管; 市场经理; 市场调研员	经济师(初级) 互联网营销师(高级) 数字营销技术应用 (中级)

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销专业的知识和

技术技能，面向各类批发、零售、生产和服务行业，能够从事销售与管理、数字营销、营销活动组织、品牌推广、新媒体营销、公共关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质应用型技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生在毕业时总学分要达到 128 学分。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，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、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、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

6. 具有一定的审美和人文素质，能够形成一两项艺术特长或爱好。

7. 具有吃苦耐劳、顽强拼搏的品质和奉献意识。

(二) 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. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识。

3. 掌握商品分类与管理的基本知识与方法。

4. 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

5. 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

6. 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

7. 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

8. 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

9. 熟悉现代市场营销的新知识、新技术，如网络营销、直播营销等。

(三) 能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

2. 具有良好的语言、文字表达能力和与客户进行有效沟通的能力。

3. 具有对客户群和竞争者进行分析的能力。

4. 具有一定的组织实施营销产品的市场调查与分析能力。

5. 具有一定的组织实施推销和商业谈判能力。

6. 掌握一定的组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动的方

法和流程。

7. 具有对客户关系和销售进行日常管理的能力。
8. 具有一定的营销活动策划并组织实施的能力。
9. 具有商务礼仪规范应用能力和一定的创新创业能力。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共课程、专业课程和实践性课程。

1. 公共课程

包括公共基础必修课、公共基础限选课和公共基础任选课三部分。

（1）公共基础必修课程包括思想道德与法治、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、职业生涯与发展规划、就业指导、创新创业教育、心理健康教育、信息技术、劳动教育、国家安全教育、军事理论，共计 516 个学时（30 个学分）的课程。

（2）公共基础限选课课程，从学校统一规划的马克思主义理论、党史国史、中华优秀传统文化、信息技术、语文、数学、外语、健康教育、美学、职业素养等课程中选择了大学英语 I、大学英语 II、音乐鉴赏、党国党史、美术鉴赏和职业素养 6 门课程，共计 160 学时（10 学分）。

（3）公共基础任选课从学校统一开设的关于节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养

方面的选修课程中选择 40 个学时（2 学分）的课程。

2. 专业课程

包括专业基础课、专业核心课、专业选修课，并涵盖了有关实践性教学环节。为了实现课证融通，本专业开设的经济学基础、会计学基础、经济法、人力资源管理、企业管理等课程，包含了初级经济师考证的相关内容；数字营销、新媒体营销、品牌推广、销售管理、视频创推等课程包含了数字营销技术应用考证的相关内容；市场营销基础、广告实务、商务谈判、市场调查与分析包含了互联网营销师考证的相关内容。

（1）专业基础课程

① 经济学基础

教学目标：本课程旨在让学生掌握专业岗位所需的经济理论和解决能力，为职业生涯打基础。同时，注重课程思政，培养学生职业道德和正确价值观，增强爱国意识。

教学内容：主要包括经济学入门知识、供需与均衡、弹性理论、消费者行为、成本理论、市场结构与厂商行为、收入分配理论、市场失灵与政府失灵、宏观经济、国内生产总值、失业与通货膨胀和开放经济等知识和技能。

教学要求：本课程理论性强，教学应教师主导，学生主体，理论联系实际，采用多样教学组织（班级授课、模拟实训、角色扮演），激发学生积极性，培养解决问题能力。

② 数字营销

教学目标：本课程旨在培养大数据时代网站运营与互联网营销从业者

的数字营销知识。重点培养基础知识的应用和操作能力，掌握数字营销实务的原则和技能。

教学内容: 主要包括以数字营销平台为载体,模拟市场数字营销环境,学习 APP 营销、小程序营销、社群营销、粉丝营销、口碑营销等知识与技能。

教学要求: 依据 1+X 数字营销证书考试大纲,采用任务导向体系,强调基础理论与实训结合。简化复杂理论,深入讲解关键问题。

③ 企业管理

教学目标: 本课程旨在培养高素质技能型人才为目标,以企业管理岗位技能为主线,强化基础,突出应用与实训,通过“项目实战”和“同步测试”,让学生掌握理论并培养解决问题的能力。

教学内容: 主要包括企业管理概述、企业战略管理、企业生产、企业管理质量、企业物流管理、企业设备管理、企业财务管理、企业文化管理、企业管理信息化。本课程将进行 4 次项目实训:制定企业发展战略规划、制定企业全面质量管理计划、制定企业筹资方案和企业财务状况评价、制定某一企业 ERP 方案。

教学要求: 要求学生通过课堂讲解和课下自己的阅读,掌握基本的理论知识,教师充分调动学生的能动性,让其来进行针对性的实际运用,能够理解并思考解决企业实际的问题。

④ 管理学原理

教学目标: 本课程旨在培养学生管理理论及知识应用能力,提升管理素质和案例分析能力,为后续管理课程及专升本考试打基础。

教学内容: 主要包括有管理学的理论体系、管理学思想的发展史、管

理的基本职能（决策与计划职能、组织职能、领导职能、控制职能和创新职能），以及专升本考试所需内容（如企业的价值观及管理道德）。

教学要求：采用理论联系实际的教学方法，尽量采取多媒体教学，充分利用案例，使学生融会贯通，综合分析，培养学生分析和解决问题的能力，强化学生对管理理论的理解和运用。

⑤ 经济法

教学目标：本课程旨在培养学生经济与管理法律知识，增强法治观念，能处理各类经济纠纷，提升其人文素养和职业道德。

教学内容：主要包括介绍法的一般原理、中国特色社会主义法治体系、行政法基础知识、民法基础知识、诉讼与仲裁法律基础知识等内容。

教学要求：工作任务引领教学，通过情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等形式，提升学生经济法律职业能力和实际动手能力。

⑥ 人力资源管理

教学目标：本课程通过理论教学与项目训练，培养现代人力资源管理思想观念和理论，掌握操作性方法，具备考取职业资格证书能力，能将现代人力资源管理思想转化为管理工作。

教学内容：主要包括组织行为学基础、人力资源管理概述、规划、招聘考核、培训开发、薪酬管理、劳动关系管理及职业生涯规划。在课程中设置有实训，主要依托案例企业规划人力资源管理、岗位分析、简历设计、劳动纠纷处理及职业生涯规划。

教学要求：教师引导学生了解现代企业人力资源管理现状，并传授必要理论知识，以应对求职和劳动关系中的问题。学生需具备前瞻性，主动了解现状，分析自我，规划职业选择并做好准备。

⑦ 公共关系

教学目标: 本课程旨在通过教学,培养具备行政管理、经营管理知识,熟悉传播沟通理论和方法,具备调研、策划、创意能力,掌握宣传技巧和外交艺术,有团队精神和项目管理能力的公关人员。

教学内容: 主要包括以公关工作流程为主线,重点介绍了以公共关系认知、内部关系的协调、外部关系的把握、公关活动的礼仪、危机公关管理、公关专题活动开展等基本知识。实训项目主要有公关案例分析、模拟新闻发布会、公关活动策划、危机公关模拟演练、公关作品创作等。

教学要求: 讲练结合,灵活互动教学,强化学生职业能力。根据职场需求整合理论知识,融合岗位要求,培养职业精神,理解外宣意义,认识公关过程,掌握工作能力。

⑧ 会计学基础

教学目标: 本课程旨在培养学生市场营销岗位所需的财务管理理论与算法、账表凭证填制等,具备考取相关资格能力,为销售预算与分析提供理论知识。

教学内容: 主要包括介绍会计基础知识、会计法律、财务账表制作与分析、财务预算与审核、经济师职业资格(初级)考试相关内容。

教学要求: 坚持信息化教学,以任务驱动型为手段,让学生掌握理论知识并联系营销实际,进行财务预算、账表填制、凭证审核、信息分析,提升自我学习和实际运用能力。

(2) 专业核心课

① 市场营销基础

教学目标: 本课程旨在教授现代市场营销理论知识,提升学生营销职

业能力和素养。强化学生顾客中心意识，体现营销知识实践应用。满足市场营销理论与实践教学需求，让学生在实践中学习，掌握多种促销策略、方法与技巧。

教学内容：主要包括营销理念、组建项目团队、分析市场环境、消费者市场分析、企业市场分析、实施 STP 分析、制定产品策略、价格策略、分销渠道、设计促销策略等内容。实训项目主要有市场调研实战、模拟产品开发、营销策略模拟、网络营销实战、销售实战演练等。

教学要求：互动参与式教学使学生掌握市场营销基本理论，培养市场分析与营销问题解决能力。学生将运用营销理论解决实践难题，开展营销策划，为未来市场调查、营销策划、营销管理等工作打基础。同时，学生将具备营销意识、基本素质与能力，以及团队合作意识和素养。

② 营销策划

教学目标：本课程旨在使学生掌握营销策划基础，学习撰写策划案和组织活动的的能力，培养创新思维和意识，为相关工作打基础。

教学内容：主要包括营销策划导论、营销调研策划、营销策划的创意与方法、营销战略策划、产品与服务策划、价格策划、分销渠道策划、促销策划等。

教学要求：本课程技能性强，教学应以学生为主体，注重实践，采用多样教学组织形式，激发学生积极性，培养创新思维和意识。

③ 推销技术

教学目标：本课程旨在通过系统教学与严格训练，引导学生树立科学、正确的推销观念，深化对推销岗位任务内涵的理解与认知。同时，通过深入学习与实践实训相结合，着力提升学生的推销技能与实践能力，以达成

全面增强学生实际推销能力的目标。

教学内容：主要包括潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作。

教学要求：使学生掌握推销的流程主线，精选经典案例充实内容，增加内容的生动性和趣味性，有效地激发学生的学习兴趣。在语言上力求通俗易懂，深入浅出，便于理解和学习。

④ 品牌推广

教学目标：本课程旨在通过传授品牌、推广、策划理论知识，引导学生分析案例，提出推广策划建议。目标让学生掌握基础理论，熟悉推广促销方法流程，培养学生建立个人品牌形象和规划，实现人生价值。

教学内容：主要包括品牌概述、传播基础分析、定位策划、文化与个性识别、形象识别、营销战略管理、延伸策划、传播媒介选择与组合、推广活动策划。实训内容有：品牌定位策划、品牌形象设计、品牌营销战略分析、组合策划、活动策划。

教学要求：本课程要求教师关注国内外品牌发展经验，通过品牌案例引导学生探究成功与失败原因，并传授理论知识，同时引导学生思考分析。学生需关注市场变化，自主了解分析品牌背后的故事，最终灵活运用到自身，进行品牌形象建设和规划。

⑤ 市场调查与分析

教学目标：本课程旨在培养学生对市场调查与分析基本理论和方法的掌握能力；调查和分析市场情况及需求；分析市场竞争和趋势；制定市场营销策略和推广计划。

教学内容: 主要包括市场调查与分析的基本概念和原理、调查方案设计、市场需求分析和消费者行为分析、调查方法选择、竞争对手分析和市场趋势预测、调查问卷或调查提纲设计、市场营销策略和推广计划的制定、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。

教学要求: 要求结合理论与实践,采用多种教学方法提升学习体验;学生使用统计软件和市场分析工具,批判性思考市场现象,注重职业道德。通过案例分析、小组讨论、角色扮演和实际调查项目提高操作能力。教学评估包括平时成绩、期末考试和独立市场调查报告,全面评估学生掌握和应用知识的能力。

⑥ 新媒体营销

教学目标: 通过本课程,掌握新媒体营销基本概念、原理及作用,熟悉工作流程、平台特性及策略,掌握各环节要领与技巧,学会构建和执行营销计划,包括内容创作、平台管理和用户互动;获得市场分析、用户画像和效果评估能力,养成科学分析与决策习惯,培养创新和实践精神。

教学内容: 主要包括新媒体营销基础、新媒体营销策略、自媒体营销(知乎、今日头条、小红书等)、微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社群营销以及新媒体内容变现等。实训项目主要有新媒体营销中的法律法规问题讨论、新媒体营销中的故事叙述应用技巧、视频与直播营销实际操作技能等。

教学要求: 通过实训操作,学生积极参与课堂讨论,了解新媒体特点,掌握营销手段,了解完整工作内容,掌握操作要领,进行推广实践,锻炼自主学习和问题解答能力。

⑦ 销售管理

教学目标：通过本课程的教学与训练，使学生掌握推销的管理知识，并具有基本的推销产品的能力。

教学内容：主要包括销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。实训项目主要有焦作农产品销售渠道分析、高档消费品客户销售实战等。

教学要求：在项目实施过程中，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守；在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。

⑧ 商务谈判

教学目标：本课程旨在通过介绍商务谈判的相关内容，使学生树立正确的谈判理念并掌握基本的谈判方法和技巧，在企业营销活动中不但要知道“谈什么”，还要学会“怎样谈”。同时，注重培养学生遵纪守法、诚实守信的道德品质。

教学内容：主要包括讲授商务谈判基本理论和谈判技巧、模拟商务谈判基本过程、以及对谈判经验介绍和谈判技巧训练等内容。

教学要求：课程教学以学生为主体，根据学生的特点和能力选择教学方法，培养学生分析问题和解决问题的能力。

(3) 专业选修课程

① 广告实务

教学目标：本课程旨在培养学生撰写广告策划的能力，通过团队合作

完成预定工作，为就业打下坚实基础。同时，注重培养创新意识和职业道德。

教学内容：本课程根据就业岗位需要主要包括广告基础知识、广告的策略实施、广告创作、广告媒体业务、广告策划业务。在教学内容上融入了 1+X 证书的相关考试内容，通过实训项目对接学生赛项，实现课、岗、赛、证融合。

教学要求：采用课堂讲授与专题讨论相结合的形式，增加互动内容，启发学生积极主动进行思考；利用多媒体教学，以便数据、表格及图像资料处理，同时增强教学内容的准确性和生动化效果。

② 办公自动化

教学目标：本课程旨在通过教学与训练，使学生掌握办公自动化应用的基本技术和技能，解决日常工作，熟练使用办公软件，按任务要求应用功能，为职业能力奠定基础。

教学内容：主要包括办公自动化基础知识、电子文档的制作、电子报表的制作、演示文档的制作等。

教学要求：理论与实践相结合，以实践教学为主。让学生掌握分析任务、选择软件、处理任务、提高解决问题能力、满足任务要求、确保任务完整规范、创造性完成任务的能力，并熟练运用办公自动化技术处理日常事务。

③ 直播运营

教学目标：本课程旨在通过教学与训练，使学生理解和掌握直播运营的基本理论和方法，培养学生策划、组织和运用社交媒体和网络平台进行直播推广的能力，以及培养学生分析直播数据和评估直播效果的能力。

教学内容: 主要包括直播运营的基本概念和原理、直播平台 and 工具的选择与使用、直播活动的策划与组织、社交媒体与网络推广的技巧、直播数据分析与效果评估等内容。

教学要求: 理论与实践结合, 学生通过测试、案例分析、小组合作、模拟和实战等方式, 学习直播运营。邀请专家讲座, 分享最新趋势和实战经验。学生需完成实战演练并提交报告, 涵盖策划、执行、问题及解决方案、效果评估。教学评估包括课堂表现、作业、实战和报告, 综合评估学生策划、解决问题和数据分析能力。

④ 定制营销

教学目标: 本课程旨在实践模拟中, 通过市场营销沙盘为载体, 综合应用营销知识与技能, 熟悉沙盘结构与规则。组建团队, 了解营销部门分工与协作技巧。

教学内容: 主要包括沙盘演练, 实际演练市场调查、市场定位、产品定位、广告与促销、渠道管理、人员管理、客户服务等各个环节的操作。

教学要求: 注重理论与实践结合, 采用案例分析、小组讨论、角色扮演等方法, 激励学生主动探索和研究, 培养创新思维和实践能力。教学评估含平时成绩、课程作业、小组项目报告, 全面考察学生定制营销理论知识与技能掌握程度。

⑤ 视频创推

教学目标: 本课程旨在帮助学生掌握视频创作基础, 熟悉流程, 理解内容与形式, 了解审美特征, 掌握技巧如剧作、表演、蒙太奇、导演及摄影, 能策划并制作符合播出要求的视频作品。

教学内容: 主要包括视频剧作、蒙太奇的功能与使用技巧、视频试听

整合创作、视频素材搜集与拍摄、视频的调色与后期开发等内容。

教学要求：注重理论与实践结合，通过课堂讲授、案例分析、小组讨论等形式，将视频创作知识应用于实际项目，培养独立完成能力。鼓励学生创新，提高作品原创性和艺术价值。邀请业界专家讲座，分享行业经验，帮助学生了解行业现状和未来趋势。教学评估由平时成绩、课程作业、小组项目报告组成，综合考察学生掌握程度。

⑥ 社群营销

教学目标：本课程旨在通过教学与训练，让学生了解并掌握社群营销的基本技能与手段，为后期就业创业过程中开展社群营销奠定技术基础。

教学内容：主要从传统营销和社群营销的对比、互联网社群背景下品牌的重新认知，社群化的产品，社群营销中的消费者、企业团队以及企业感情沟通等多个角度探析社群营销的内涵以及达成技巧。

教学要求：通过学习让学生能够熟练掌握社群营销的各项机能，从多种案例入手来训练学生进行社群营销的技能。

⑦ 农产品营销

教学目标：本课程旨在让学生掌握农产品营销学的基本理论、知识和方法，理解农产品营销管理的重要性。为毕业后从事农产品营销管理工作奠定基础，提供实际指导和参考。

教学内容：主要包括农产品营销概述、主要农产品营销的渠道策略、价格策略、组合策略等内容。

教学要求：注重理论与实践结合，通过案例分析、实地考察、小组合作等形式，提升学生操作与解决问题能力。邀请一线农产品销售从业人员开展讲座，分享行业动态与经验，拓宽学生视野。教学评估含平时成绩、

作业、项目报告，综合考察学生掌握程度。

（二）教学进程总体安排

本专业课程总学时为 2700 学时，128 学分。其中，公共基础课程 716 学时，占 26.52%；专业基础课程 308 学时，占 11.41%；专业核心课程 456 学时，占 16.89%；专业选修课程 124 学时，占 4.59%；实践性教学环节 1096 学时，占 40.59%；实践性教学总学时为 1668 学时，占 61.78%；各类选修课程总学时为 324 学时，占 12%；顶岗实习累计时间为 2 个学期，共 816 个学时，将集中安排在第三学年。

学时比例分配表

课程体系		学分	学时	理论学时	实践学时	学时比例 (%)
公共基础课	公共基础必修课程	30	516	356	160	19.11%
	公共基础限选课程	10	160	106	54	5.93%
	公共基础任选课程	2	40	20	20	1.48%
	小计	42	716	482	234	26.52%
专业课	专业基础课程	20	308	216	92	11.41%
	专业核心课程	29	456	282	174	16.89%
	专业选修课程	8	124	52	72	4.59%
	小计	57	888	550	338	32.89%
集中实践		29	1096	0	1096	40.59%
合计		128	2700	1032	1668	100.00%

（三）实践性教学环节

主要包括实训、实习、毕业考核、社会实践、以及针对各种比赛的专业技能训练等。

根据教学需要，在校内外主要进行企业经营沙盘模拟实训、新媒体营销实训、直播电商大赛技能训练、1+X 数字营销实训、企业专家进课堂、人力资源管理项目实训、互联网营销项目实训等，注重理论与实践一体化

教学。在生产、销售、服务行业的公司或企业进行专业对口或相近岗位的实习。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，将严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校市场营销专业顶岗实习标准》的要求。同时以各类实习实训课程为主要载体开展劳动教育，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。

（四）其他要求

学校结合实际，开设社会责任、安全教育、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入到专业课程教学中；开展“课证融通”，将专业相关职业资格证书、职业技能等级证书、1+X证书等考核内容融入专业课程教学中；将创新创业教育、劳动教育融入到专业课程教学和有关实践性教学环节中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业教学团队由专职教师与兼职教师组成，专业理论课教师由本校教师和企业专家技术人员承担。目前学院拥有校内专职教师6人、校内兼职教师2人，校外兼职教师2人。专职教师全部具有硕士学位。

学生数与本专业专任教师数比例约为 13:1，教学团队平均年龄 40 岁，中、高级职称的比例分别为 62.5%、37.5%。兼职教师中均拥有本科以上学历，或企业从业 3 年以上经历，能充分满足教学需要。

2. 专任教师

具有高校教师资格和相关专业技术或职业资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有工商管理、行政管理、市场营销、人力资源管理、西方经济学等相关专业的研究生及以上学历学位；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，及每五年累计不少于 6 个月的行业实践经历。

3. 专业带头人

具有副高及以上职称，能够较好地把握生产、销售、服务等行业、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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质和职业道德，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上行业相关专业技术资格，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教学任务。

（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、实训室和实习基地。

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入和 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。应急照明装置状态良好，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（基地）

配备有计算机、投影设备、音响设备，互联网接入，并具有网络安全防护措施，同时针对市场营销专业的相关比赛，安装了相应的沙盘模拟训练软件，用于市场营销课程中基于真实环境的模拟经营战略教学等的实训教学；初步建设了互联网营销实训室，能够为学生提供线上营销和直播营销的训练和实战场所。

3. 校内外实训基地

为更好的开展市场营销专业的校外实训和实习，在本地区与鸿运家居甄选馆合作，建立稳定的校外实训基地；同时与焦作鸿运置业有限公司展开合作，共同建立了“数智营销双创工作室”，并依托该工作室与焦作鸿运置业有限公司达成共建“数智营销产业学院”。能够开展销售与管理、数字营销、新媒体营销、直播营销、短视频营销、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备、实训岗位、实训指导教师由学院与

企业共同确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地

有稳定的校外实习基地，均符合教育部《高等职业学校市场营销类专业顶岗实习标准》的要求，能够提供涵盖市场部岗位、销售部岗位、公关部岗位、企划部岗位、客户服务部岗位等相关实习岗位群，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳所有的学生实习。学院和实习企业共同组建由企业专家技术人员和学校指导教师组成的实习指导团队，双方共同加强学生顶岗实习期间的思想政治教育、职业道德教育和职业技能教育。有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面

有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。教师会开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

(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

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。根据学校相关教材选用制度，经过学院及学校教材选用委员会审核，选用国家规划、

省级规划教材、大中专教材汇编等优质教材。

2. 图书文献配备

图书文献配备满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。教学采用的教材按照学校和学院规定原则上使用高职高专类教材，鼓励相关课程教师采用职业资格证考试内容相同或相近的教材。除了学校图书馆以外，学院还配备专门图书资料室，有市场营销类专业书籍期刊上百本。

3. 数字资源配备

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、数字教材等数字资源，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

针对本专业特色，普及项目化教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

根据学生特点，教师在授课过程中做到因材施教，寓教于乐的多媒体教学。不断深化教学改革，围绕高端技能型人才的培养目标，实行“任务驱动”、“项目导向”等形式的“做中学、做中教”教学模式。

通过多种教学方法和教学手段的灵活运用，将抽象的问题具体化、形象化，将理论分析与应用相结合；通过实际应用，培养学生的创新意识，

提高学生的学习兴趣和乐趣；将学生由被动接收知识转为在老师指导下地主动学习；让学生学中做和做中学，融“教、学、做”为一体。

（五）学习评价

教学评价和考核突出对学生能力的考核评价，体现对学生综合素质的评价。从以下五个层面考核评价学生：

1. 平时成绩（包括①作业②出勤③课堂表现）；
2. 考查/考试成绩（学分制）；
3. （专业技术）职业资格证书；
4. 实训（考核）成绩；
5. 企业对顶岗实习学生的评价。

九、质量管理

（一）学校和学院共同建立市场营销专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全市场营销专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（二）不断完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与市场营销相关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。

(三) 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对市场营销专业的生源情况、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。

(四) 市场营销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。

十、毕业要求

(一) 认真学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想,树立正确的政治信念;具有良好的道德修养和社会责任感、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感。具有较高的审美情趣、人文素养;具有时代精神和较强的人际交往能力;积极乐观地生活,充满责任感地工作。身心素质具有健康的体魄和心理素质,具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力,具有一定的沟通能力和团队协作意识。总之,具有良好的思想和身体素质,符合学校规定的德育和体育标准。

(二) 成绩要求

根据市场营销专业人才培养目标、培养规格及职业能力要求,结合学院办学情况及行业调研结果,学生在三年内要完成本专业人才培养方案中公共基础课程模块、专业课程模块和集中实践模块所有课程学习,按照每门课程考核标准进行考核,并能顺利通过各门课程考核;在校期间,必须完成所有实习以及实训环节,具有一定的实践经历和实操技能,具有一定的人文素质和职业素质,能适应社会对营销人才的需求。学生毕业时要完

成本专业教学计划规定的 2700 学时(128 学分)，完成规定的各类教学活动，达到人才培养方案所规定的素质、知识和能力等方面的要求。

(三) 职业资格证书要求

为了深化学校教育教学改革,实现学校办学方式和人才培养模式的多元化发展,探索出一条校企结合的开放办学之路,培养出更多更好能适应地方经济建设急需的应用型人才。我们计划实施“双证制”教育措施,即学生毕业时拥有专业技术或职业资格证书及毕业证书。

本专业学生可以通过课程学习,选择考取相关的国家职业资格证书和职业技能等级证书:经济师(初级)、数字营销技术应用(中级)、互联网营销师(高级),真正有效的实现专业课程内容与职业标准的有机衔接。

(四) 其他要求

为体现终身学习理念,明确本专业毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育的专业面向,继续进行学历深造的本科专业有:市场营销、工商管理、行政管理等。

附件: 市场营销专业教学计划表

市场营销专业教学计划表（高职类专业）

课程性质	课程编号	开课部门	课程名称	学分	总课时	理论学时	实践学时	上课周数及周学时分配建议						考核类型	
								一	二	三	四	五	六		
								18	18	18	18	18	18		
公共 基础 课程	必修 课	A0901001	马克思主义学院	思想道德与法治	3	48	48		3						考查
		A0901002	马克思主义学院	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32			2					考查
		A0901010	马克思主义学院	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	48				3				考查
		A0901003	马克思主义学院	形势与政策	1	48	40	8	0.5	0.5	0.5	0.5			考查
		A6301001	心理健康教育教研室	大学生心理健康教育	1	16	16		1						考查
		A6301002	心理健康教育教研室	大学生心理健康教育	1	16		16		1					考查
		A0501001	体育学院	大学体育 I	2	32	6	26	2						考查
		A0501002	体育学院	大学体育 II	2	32	6	26		2					考查
		A0501003	体育学院	大学体育 III	2	32	6	26			2				考查
		A0501004	体育学院	大学体育 IV	2	32	6	26				2			考查
		A3401001	就业指导教研室	职业生涯与发展规划	1	16	16	0	1						考查
		A3401002	就业指导教研室	大学生就业指导	1	16	16	0				1			考查
		A3401003	就业指导教研室	创新创业教育	1	16	8	8		1					考查
		A0701018	信息工程学院	信息技术	4	64	48	16	4						考试
A0901004	马克思主义学院	劳动教育	1	16	8	8				1			考查		

	A3304001	军事理论教研室	军事理论	2	36	36								考查
	A1601001	教务处	国家安全教育	1	16	16				1				考查
	小计			30	516	356	160	8.5	7.5	5.5	7.5			
限选课	A0401001	外经贸学院	大学英语 I	3	48	32	16	3						考查
	A0401002	外经贸学院	大学英语 II	3	48	32	16		3					考试
	A0601001	音乐学院	音乐鉴赏	1	16	8	8		1					考查
	A1301001	美术学院	美术鉴赏	1	16	8	8		1					考查
	A0101004	文学院	大学语文	2	32	32	0							考查
	A1201006	数学学院	高等数学	2	32	32	0							考查
	A0801001	初等教育学院	社会科学概论	2	32	32	0							考查
	A0301001	理工学院	自然科学基础	2	32	32	0							考查
	A0101002	文学院	中华优秀传统文化	2	32	16	16							考查
	A0801005	马克思主义学院	党史国史	1	16	16	0		1					考查
	A0901006	马克思主义学院	马克思主义理论	1	16	16	0							考查
	A0301002	理工学院	健康教育	1	16	16	0							考查
	A0101003	文学院	美学	1	16	16	0							考查
	A3401004	经济管理学院	职业素养	1	16	10	6					1		考查
	小计			10	160	106	54	3	6			1		
公共 任选 课			公共选修课（40学时，2学分）	2	40	20	20							考查
	合计			42	716	482	234	11.5	13.5	5.5	8.5			
专业 课程	专业 基础 课	A0203003	经济管理学院	经济学原理	2	28	22	6	2					考查
		A0203045	经济管理学院	数字营销	2	32	12	20		2				考查
		A0203037	经济管理学院	企业管理	3	48	30	18			3			考试
		A0203006	经济管理学院	管理学原理	4	56	56	0	4					考试

	A0203012	经济管理学院	经济法	2	32	22	10			2			考查
	A0203013	经济管理学院	人力资源管理	2	32	22	10			2			考查
	A0203039	经济管理学院	公共关系	3	48	30	18			3			考试
	A0203046	经济管理学院	会计学基础	2	32	22	10		2				考查
	小计			20	308	216	92	6	4	8	2		
专业 核心 课 (6-8 门)	A0204067	经济管理学院	市场营销基础	4	56	46	10	4					考试
	A0204062	经济管理学院	营销策划	4	64	42	22		4				考试
	A0204044	经济管理学院	推销技术	3	48	38	10			3			考查
	A0204011	经济管理学院	品牌推广	4	64	30	34				4		考试
	A0204012	经济管理学院	市场调查与分析	4	64	30	34				4		考试
	A0204063	经济管理学院	新媒体营销	4	64	30	34		4				考试
	A0204047	经济管理学院	销售管理	3	48	30	18			3			考试
	A0204046	经济管理学院	商务谈判	3	48	36	12				3		考试
	小计			29	456	282	174	4	8	6	11		
专业 选修 课程	A0205050	经济管理学院	广告实务	2	32	22	10			2			考查
	A0205056	经济管理学院	办公自动化	2	28	14	14	2					考查
	A0205057	经济管理学院	直播营销	2	32	8	24			2			考查
	A0205008	经济管理学院	定制营销	1	16	4	12						考查
	A0205053	经济管理学院	视频创推	2	32	8	24				2		考查
	A0205010	经济管理学院	社群营销	1	16	4	12						考查
	A0205054	经济管理学院	农产品营销	2	32	10	22						考查
	合计			57	888	550	338	12	12	18	15		
集中实践	A3307001	军事理论教研室	军事训练	2	112	0	112						
	A0207077	经济管理学院	市场营销综合实训（一）	1	30	0	30		20				
	A0207093	经济管理学院	赛项辅导（一）		10	0	10		20				
	A0207079	经济管理学院	市场营销综合实训（二）	1	30	0	30			20			

	A0207094	经济管理学院	赛项辅导（二）		10	0	10			20			
	A0207081	经济管理学院	市场营销综合实训（三）	1	10	0	10				20		
	A0207095	经济管理学院	赛项辅导（三）		30	0	30				20		
	A0207004	经济管理学院	顶岗实习	12	816		816					408	408
	A0207005	经济管理学院	毕业考核（毕业设计或报告）	2	48		48						48
	A0207006	经济管理学院	第二课堂（课外技能训练）	10	200		200	50	50	50	50		
	小计				29	1096	0	1096					
总计				128	2700	1032	1668	23.5	25.5	23.5	23.5	408	456