

丽水职业技术学院

市场营销专业人才培养方案（三年制）

一、专业名称及代码

市场营销（630701）

二、入学要求

招收高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限与学历

学制：三年。

学历：专科。

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 术领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证 书举例
财经商贸 大类（63）	市场营销类 （6307）	批发业、零售 业（51、52）	市场营销专业人 员 （2-06-07-02）	销售经理 区域销售经理 卖场经理 商业企业创业者 市场主管 市场经理	全国市场营销技 能竞赛证书 推销技能过关 企业经营模拟技 能过关 营销策划技能过 关

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，良好的人文素养、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；掌握本专业知识和技术技能，面向生产制造、商贸与服务领域，能够从事销售代表、商务顾问、市场督导、区域销售主管、企业销售经理、网络运营专员、新媒体运营专员、网店店长、网络营销主管等工作的复合型技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（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、工匠精神和创新思维；
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养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的政治理论、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、文明生产等相关知识；

3. 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

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. 掌握网络营销、网络客户服务等知识；

10. 掌握新媒体营销及运营知识；

11. 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

（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、文字表达能力和沟通能力；

3. 能够与客户进行有效沟通；

4. 能够对客户群体和竞争者进行分析；

5. 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

6. 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

7. 能够组织实施推销和商业谈判；

8. 能够对客户关系和销售进行日常管理；

9. 能够为企业进行营销活动策划并组织实施；

10. 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

11. 具备商务数据分析与应用能力；

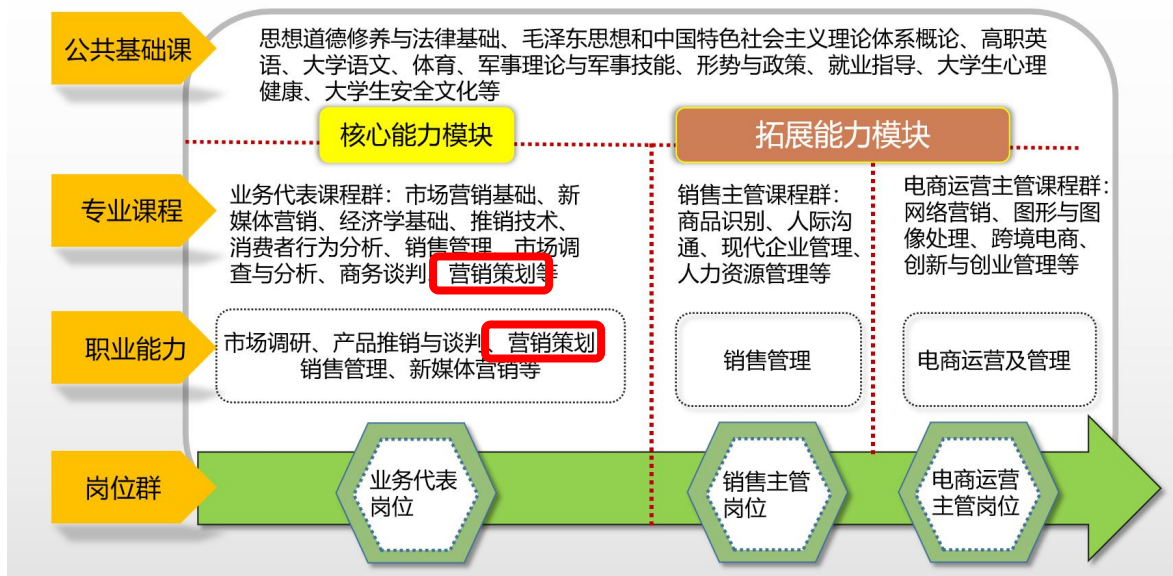
12. 具备商务礼仪规范应用能力。

七、毕业标准

总学分达到145学分以上，公共基础课中公共必修课程学分达35学分，公共选修课程学分为11学分，专业必修课程学分达67分，专业选修课程学分达32分以上，取得本专业相关职业技能证书（掌握有关技术技能），学生体质健康测试成绩达到及格及以上者，准予毕业。

八、课程设置及要求

（一）课程体系构架



（二）公共基础课设置

1.公共基础必修课程

根据党和国家有关文件规定，将思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、体育、军事理论与军事技能、形势与政策、就业指导、大学生心理健康、大学生安全文化等列入公共基础必修课。

2.公共基础选修课程

中国优秀传统文化类课程、劳动教育、大学语文、信息技术、高等数学、大学英语、大学生创业教育类课程、职业素养类课程、美育课程等课程列入公共基础选修课。学校根据实际情况设置了学分制社团校本课程。

（三）专业课设置

包括专业必修课程、专业选修课程，并涵盖有关实践性教学环节。

1.专业必修课程

专业必修课程包括：专业基础课程包括：经济学基础、新媒体营销、商务谈判、职业心理训练等。专业核心课程包括：市场营销基础、推销技术、消费者行为分析、销售管理、市场调查与分析、**营销策划**等。

2.专业选修课程

专业选修课程包括：网络营销、商品识别、现代企业管理、营销礼仪、人力资源管理、营销法规、计算机辅助设计、图形与图像处理、跨境电商、企业文化等。

3.专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	市场营销基础	掌握营销理念，熟悉营销环境；能分析消费者市场和企业市场；掌握市场细分方法，熟悉市场细分原则；能进行市场定位，熟悉目标市场选择的原则，能开展营销组合策略，会制定营销计划并执行，熟悉营销伦理等知识。
2	推销技术	掌握客户寻找与识别方法，能进行产品介绍，掌握线上线下推销流程及阶段划分，能进行电话推销；能开展销售合同签订和实施，熟悉售前售中售后服务知识，会开展售前售中售后服务实务操作。

3	消费者行为分析	熟悉消费者个性心理特征，能分析消费者的动机和行为，掌握消费者群体心理，掌握商品与价格心理效应，掌握传播与广告心理效应，熟悉推销与说服心理效应，掌握营销主体形象心理效应，掌握场景与环境心理效应，掌握商场销售心理效应，熟悉网络营销心理效应，熟悉新媒体营销心理效应。
4	销售管理	熟悉销售目标设定，掌握销售团队建设与管理，熟悉渠道中间商的选择，掌握激励与管理方法，会进行客户关系管理，能分析销售数据，熟悉诊断与改进。
5	市场调查与分析	掌握调查方案设计，熟悉调查方法选择，能设计调查问卷，会设计调查提纲，能整理与分析调查数据，会撰写调查报告。
6	营销策划	熟悉营销策划主题甄选，能分析商机，能开展营销战略策划，会产品策划、会价格策划、会渠道策划，会促销策划。能够开展食品、服装、汽车、房产等营销活动策划。

4.相关要求

学校结合实际，开设了大学生安全文化、大学生创业教育类课程、中国优秀传统文化类课程、职业素养类课程等方面的选修课程、学分制社团和系列讲座（活动），并将有关内容融入到专业课程教学中，将创新创业教育内容要融入到专业课程教学和有关实践性教学环节中，自主开设特色课程，组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

九、实施保障

（一）师资队伍

具有专任教师 13名和兼职教师5名，其中副高以上职称6名。在校生与专业专任教师之比为16:1。专业带头人为教授、省级专业带头人。“双师型”教师比例为 100%。兼职教师主要来自于行业企业。

（二）教学设施

1.校内实训基地

建有营销综合实训室、职场沟通实训室等10个，实训室总面积为830m²。主要仪器设备有：电脑、多媒体投影设备、可移动桌椅等。

2.校外实训基地

建设紧密型校外实训基地 5 个，能提供100个工位以上教学实习及跟岗实习岗位。

3.信息化条件

建有网络课程14门，运用浙江省在线开放课程平台、蓝墨云班课、超星等网络教学平台

（三）教学资源

1.教材

原则上选用国家级规划教材；或经学校学术委员会审核认定的其它优质教材。

2.数字资源

数字资源包括：市场营销专业教学资源库；尔雅等网络通识课；**营销策划**、公共关系实务、新媒体营销、推销技术等网络课程；中国大学MOOC、爱课程等网络课程平台。

（四）教学方法

因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。任课老师可以根据课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。

（五）教学评价

课程考核注重过程性评价与形成性评价相结合，过程性考核成绩一般不少于40~50%。

对于专业核心技能，要通过“技能过关”的形式严把质量关。本专业技能过关项目有：推销技能、**营销策划技能**、企业经营模拟技能等。

毕业综合实践要通过毕业成果答辩，严把质量关。

（六）质量管理

严格落实培养目标、培养规格和毕业标准要求，加大过程考核、实践技能考核。积极推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。严格考试纪律，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

十、培养计划表

表一：教学环节时间分配表

学期	教学环节及时间分配(周)										本学 期总 周数
	入学 教育 军训	时序 课程	周序 课程	体育 文化 周	毕业 综合 实践	考证	毕业 教育	考试	机动	假期 实践	
2019/2020 一学期	2.5	10.5	2	1				1	1		18
2019/2020 二学期		17	1					1	1	2	22
2020/2021 一学期		16	1	1				1	1		20
2020/2021 二学期		18						1	1	2	22
2021/2022 一学期		11	6	1				1	1		20
2021/2022 二学期					16		1		1		18
合计	2.5	72.5	10	3	16		1	5	6	4	120

表二：市场营销专业课程结构表

课程类型	开设课程门数	开设课程学分	毕业标准学分	学分比例	课程比例
公共必修课	15	35	35	25%	19.2%
专业必修课（含实践）	16	67	67	47.9%	20.5%

公共选修课	25	50	11	5.7%	28.2%
专业选修课	22	66	32	21.4%	32.1%
合计	78	218	145	100%	100%

表三：市场营销专业课程设置及教学进程表

课程类别	课程代码	课程名称	学分	计划学时			各学期学时分配						考核		
				合计	理论部分	实训部分	一 10.5	二 17	三 16	四 18	五 11	六	考试	考查	
公共基础课	W9904301、 W9904302	思想道德修养与法律基础（一）、（二）	3	38	22	16	2	1							*
	EY0001	军事理论	2	36	36		△								*
	W9905410	军事技能	2	60		60	2周								*
	W9905105	职业生涯规划	2	22		22	2								*
	W990260101、 W990260102	体育（一）、（二）	4	55	9	46	2	2							*
	W9901303	高职英语（一）	4	42	30	12	4								*
	W99008	大学语文	2	42	30	12	4								*
	W990561	专业认知教育	1	18	18		*								*
	X0512401 X0512402 X0512403	体育文化周（一~三）	3	60		60	△		△		△				*
	W99006	形势与政策	1	16	16			△							*
	W99007	大学生心理健康	1	17	12	5		1							*
	W990010203、 W990010102	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（一）、（二）	4	68	48	20			2	2					*
	W9904801、 W9904802	体育选项（一）、（二）	4	68	10	58			2	2					*
	W99005	就业指导	1	17	12	5						1			*
	ZH0028	大学生安全文化	1	16	16			△							*
		合计		35	575	259	316	14	4	4	4	4	1		
选修课	X05086	高职英语（二）	2	30	30			2						*	
	X05085	高等数学（一）	2	30	30			2						*	
	W9902401	计算机文化基础	2	30	30			2						*	
	X05080	视觉艺术与审美	2	30	30			2						*	

	X05029	中国文化通史	2	30	30			2						*
	X02010	普通话	2	30	30			2						*
	X05050	处州地方文化	2	30	30			2						*
	X02127	毛笔书法技能训练	2	30	30				2					*
	X02033	书法	2	30	30				2					*
	X05052	Office 高级应用 (Word)	2	30	30				2					*
	X05053	Office 高级应用 (Excel)	2	30	30				2					*
	X05054	Office 高级应用(PPT)	2	30	30					2				*
	X05082	视频编辑与处理	2	30	30					2				*
	X02054	英语口语	2	30	30					2				*
	X05100	急救基础	2	30	30					2				*
	X05055	图文编辑	2	30	30						2			*
	X05081	移动互联网应用	2	30	30						2			*
	Z59091	数据分析与处理	2	30	30						2			*
	X05098	瑜伽	2	30	30						2			*
	X05115	影视欣赏	2	30	30						2			*
	X099901 X099902	学分制社团(一)、(二)	4	60		60		△	△					
	W9900301	公共选修课 I：中华优 秀传统文化类	2	30	30				△					
	W9900302	公共选修课 II：美育类	2	30	30					△				
	W9900303	公共选修课 III：创新创 业教育类	2	30	30						△			
	W9900304	公共选修课 IV：职业素 养类	2	30	30							△		
		合计	8	240	180	60	0	2	2	2	2			
	公共基础课学时小计		43	815	439	376	14	6	6	6	3			
专业课	Z6204803	★市场营销基础	3	42	22	20	4							*
	Z630161	新媒体营销	3	42	22	20	4							*
	Z6203703	经济学基础	3	42	22	20	4							*
	S62029	职业心理训练	2	28		28	1周							*
	Z6217001	★推销技术	4	68	34	34		4						*
	Z59119	★消费者行为分析	4	68	34	34		4						*
	S62170	推销实训	2	28		28		1周						*
	S99002	社会实践	4	120		120			△		△			*
	Z62077	★销售管理	4	62	32	30				4				*

Z63016	★市场调查与分析	4	62	32	30			4				*	
S62040	企业经营模拟实训	2	28		28			1周					*
Z62070	★营销策划	4	72	42	30			4				*	
Z62106	商务谈判	4	72	42	30			4				*	
S6202701	营销综合实训	4	56		56				2周				*
S99001	二元制学习	4	112		112				4周				*
S99105	毕业综合实践	16	480		480					16周			*
	合计	67	1382	282	1100	12	8	8	8	0			
Z6211601	网络营销	4	64	42	22		4					*	
Z6211301	商品识别	2	32	16	16		2					*	
Z6607101	人际沟通	4	64	42	22		4					*	
X05059	办公室事务管理	2	32	16	16			2					*
Z62065	现代企业管理	4	64	42	22			4				*	
Z670081	广告原理与实务	4	64	42	22			4				*	
Z620591	营销礼仪	2	32	16	16				2				*
Z6212402	公共关系实务	4	64	42	22				4			*	
X05117	企业行政实务与训练	2	32	20	12				2				*
X05118	管理理论与实务	2	32	20	12				2				*
Z630041	仓储与配送管理	2	32	20	12				2				*
X05099	创新与创业管理	2	32	20	12				2				*
X05058	商务应用文写作	2	32	20	12				2				*
Z59041	图形与图像处理	2	44	30	14					4		*	
Z620431	人力资源管理	3	44	30	14					4		*	
Z621261	营销法规	3	44	30	14					4			*
Z66069	企业文化	2	22	22						2			*
Z621271	跨境电商	3	44	30	14					4			*
Z6211703	超市经营实务	3	44	30	14					4			*
Z6211704	营销实务1	6	66	30	36					6			*
Z6211705	营销实务2	6	66	30	36					6			*
s99003	技能竞赛	2											*
	合计	35	550	368	182	0	8	8	6	18			
专业课时小计		102	1932	650	1282	12	16	16	14	18			
时序课程学时合计		145	2747	1089	1658	26	22	22	20	21			
公共基础课教学学时占总学时数比例		29.67			实践教学学时占总学时比例					60.36			

注1: 课程名称前加“★”号的为核心课程; “△”表示在该学期开设的网络课、社团活动、讲座等不计周课时课程。

注2: 技能竞赛项, 参与技能竞赛集训队每项1学分, 参加省级以上大学生科技竞赛每项2学分, 获得省级三等奖以上4学分、省级一等奖以上(含国家级)6学分。

注3: 劳动教育融入到社会实践等实践环节中开展学习和实践。

表四: 专业职业资格证书一栏表

序号	服务岗位	资格证书	发证单位	考证学期
1	业务代表	*推销技能(校内技能过关)	丽水职业技术学院	2
2	业务代表	营销策划技能(校内技能过关)	丽水职业技术学院	4
3	销售主管	企业经营模拟技能(校内技能过关)	丽水职业技术学院	3

注：要求获得至少两项校内技能过关证书，资格证书前加*号的为必考证书，营销策划技能和企业经营模拟技能二选一。该项证书学分限额为4分。