

# 扩招市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称 市场营销专业

专业代码 630701

## 二、入学要求

符合我省普通高校招生报名条件的应、往届普通高中毕业生、中职（含中专、技工学校、职业高中）毕业生、退役军人、下岗失业人员、农民工和新型职业农民。

## 三、修业年限

基本学制 3 年，弹性学制 3~5 年。

## 四、职业面向

主要面向各类生产和服务企业，在销售及市场岗位群体从事销售代表，销售经理，市场主管等工作，本专业职业面向及主要职业能力如下表 1。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要技术类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书技能等级证书
财经商贸 63	市场营销 6307	批发零售 51 52	营业员 4-03 营销员 4-01 营销专业人员 2-02	销售代表 销售经理 卖场经理 市场经理 市场主管 小微创业者 市场调研专员	营销师 调查分析师 营销策划师

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业主要培养德智体美全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握市场调研，消费心理等市场营销基本知识，具备市场分析，推销谈判，客户服务等专业能力，从事销售，运营和管理工作的高素质技术技能人才。

### （二）培养规格

#### 1. 素质要求

（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，行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量、环保和安全意识，信息素养，工匠素养，创新思维。

(4) 勇于奋斗，乐观向上，具有自我管理能力和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 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够完成 1-2 项艺术特长和爱好。

## **2. 知识要求**

(1) 具备对新知识，新技能的学习能力和创新创业能力。

(2) 具备对现代市场营销工作原理进行分析的能力，具备对药学进行评价，检验，鉴定与评估的能力。

(3) 具备根据商品市场和消费心理进行药学销售能力。

(4) 具备客户服务和沟通能力。

(5) 具备营销代理鉴定。赔偿能力。

(6) 具备查阅资料和一定的外文资料阅读能力。

(7) 了解法律法规以及经营管理知识。

## **3. 能力要求**

(1) 掌握市场调研的方法和技术，能运用所学方法，结合实际进行市场调研问卷的设计和调研报告的整理。

(2) 掌握运用市场细分的方法，选择相关企业所面对的市场进行市场细分，进而选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略；能够进行市场营销组合策略的收集和借鉴。

(3) 能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能采取相应的营销策略。

(4) 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略。

(5) 能够结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和践行相关的营销活动。

(6) 可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。

# **六、课程设置及要求**

## **(一) 课程思政要求**

### **1. 高职思政课要求**

思政课课程目标。思政课课程目标是引导学生立德成人、立志成才，树立正确世界观、人生观、价值观，坚定对马克思主义的信仰，坚定对社会主义和共产主义的信念，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀，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。大学阶段重在增强使命担当，引导学生矢志不渝听党话跟党走，争做社会主义合格建设者和可靠接班人。

思政课课程体系。为实现思政目标，本专业开设“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”、“思想道德修养与法律基础”、“形势与政策”等必修课。围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，党史国史、改革开放史、社会主义发展史，宪法法律，中华优秀传统文化等设定课程模块，开设系列选择性必修课程。

推进思政课课程内容建设。坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，以政治认同、家国情怀、道德修养、法治意识、文化素养为重点，以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线，坚持爱国和爱党爱社会主义相统一，系统开展马克思主义理论教育，系统进行中国特色社会主义和中国梦教育、社会主义核心价值观教育、法治教育、劳动教育、心理健康教育、中华优秀传统文化教育。遵循学生认知规律设计课程内容，体现不同学段特点，高职阶段重在开展理论性学习。

## 2. 高职文化课程思政要求

深度挖掘学校本专业体育课、军事课、心理健康教育、党史国史、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、语文、数学、外语、健康教育、美育、职业素养等所有文化基础课程蕴含的思想政治教育资源，解决好文化基础课程与思政课相互配合的问题，推动文化类课程与思政课建设形成协同效应。

## 3. 高职专业课思政要求

每门专业课程蕴含着丰富的思想政治教育内容，深度挖掘本专业课程中蕴含的思想政治教育资源，要梳理每一门专业课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载的思想政治教育功能，结合本专业人才培养特点和专业素质、知识和能力要求，善于挖掘专业课程中生成的人文背景与社会价值，将思想政治教育“润物细无声”地融入专业课程教学，把对真、善、美的追求贯穿于学生专业学习的全过程，增强学生对“技术与社会”“技术与人”关系的进一步认识。推动专业课程教学与思想政治理论课教学紧密结合，相互配合的问题，推动专业类课程与思政课建设形成协同效应。

总之，要牢固树立立德树人的理念，完善三全育人的格局，构建课程育人体系，发掘课程育人内容，创新人才培养模式，创新教学手段与方法，优化学校育人环境。要充分发挥所有课程育人功能，构建全面覆盖、类型丰富、相互支撑的课程体系，使各类课程与思政课同向同行，形成协同效应。

## （二）课程设置

## 1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件明确规定,本专业公共基础课包括思想道德修养与法律基础、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形势政策、大学语文、计算机基础、心理健康教育、军事理论与军训、职业发展与创业教育、中华优秀传统文化、劳动教育、职业道德与职业素养。

通过学习必修课或选修课程掌握基础的文化知识,主要为学生继续学习创造条件;通过学习培养良好的职业道德素养、身体素质、心理素质、礼仪修养素质等,为培养公民基本素养打好基础。具体见表2。

表2 公共基础课一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
1	思想道德修养与法律基础	以马克思主义、毛泽东思想和邓小平理论为指导,进行社会主义法制教育,并通过教育使学生充分认识马克思主义法学的基本理论,了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定,增强社会主义法制观念和法律知识,真正做到学法、懂法、用法,依法办事,依法维护人民的合法权益	54	1
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	以中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程,充分反映马克思主义中国化的两次历史飞跃和两大理论成果	72	2
3	形势政策	内容包括与国内外形势与政策紧密联系的8个专题,对帮助青年学生深刻理解和领会党的最新理论成果、认识当前国内国际政治经济形势具有较强指导作用	80	1-6
4	大学语文	阅读欣赏与写作能力	24	1、2
5	体育	八段锦、护肺保健操、太极拳	68	3、4
6	计算机基础	以介绍计算机的各种硬件和软件知识,并以简单易学的方法,把计算机理论知识与实际应用巧妙结合起来,为读者认识计算机,进一步学习计算机软硬件知识打下坚实基础	60	1-2
7	心理健康与教育	根据学生生理心理发展的规律和特点,运用心理学的教育方法和手段,培养学生良好的心理素质,促进学生整体素质全面提高的教育	32	2、3
8	军事理论与军训	本课程是对军事理论教学的线上辅	130	1

		助课程,依据国家教委 2007 年颁发的《高等学校学生军事训练教学大纲》,配合课堂教学,所制作的线上辅助课程主要对军事科学概论、军事思想、军事科技、战略环境、国防建设等方面的相关课程进行重难点解析和适当的知识点拓展,以帮助学生更好地完成军事理论知识的学习		
9	职业发展与就业指导	职业、生涯与职业生涯规划、自我认识、职业生涯设计;就业形势、就业政策及劳动权益、择业准备、求职择业的技巧;步入社会走向成功、自主创业	16	3
10	中国传统文化	本课程是会计专业的一门通识课程,主要内容包括中国文化内涵、价值系统、风俗礼仪及现代办公礼仪等	16	1
11	劳动与安全教育	使学生树立正确的劳动观点和劳动态度,热爱劳动和劳动人民,养成劳动习惯的教育,是人德智体美劳全面发展	80	1-5
12	职业道德与职业素养	以职业素养和职业道德规范为知识,内容主要职业能力、职业意识的形成途径,目的在于通过学习,引导学生重视个人职业能力、社会实践能力的提高,鼓励学生积极参与社会实践活动,培养职业感情、责任意识、规范意识与质量意识、服务意识与沟通意识、团队合作意识、劳动关系与权益保护意识等	8	1
13	创新创业指导	创新创业概论、创新创业现状、创新创业管理、创新创业源头、创新团队管理、创业项目书、创新融资与风险管理	36	4

## 2. 专业课程

专业课程设置与培养目标相适应,课程设计要紧密切联系生产劳动实际和社会实践,突出应用性和实践性,注重学生职业能力和职业精神的培养。按相应职业岗位(群)的能力要求,专业课程应包括专业核心课、专业技能课和专业选修课。其中,本专业确定 7 门专业核心课程。专业课程具体见表 3-表 6。

**表 3 专业核心课程一览表**

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划开课时间
1	市场营销基础	本课程的教学目的是一方面使学生掌握市场营销的基本理论基本概念和基本方法为进一步学习其他专业课程及将来从事市场营销方面工作奠定基础另一方面使学生能够分析和运用	72	2

		市场营销知识训练学生基本营销能力加深对理论知识的理解营销评价实训通过对已有的企业营销案例进行评价培养学生理论联系实际分析问题和解决问题的能力使学生获得改进营销的思路和具体方法并拓展学生视野激发学生的创造性思维提高学生在市场营销方面的能力		
2	消费者行为分析	本课程的教学目的是学生通过该课程的学习,使学生掌握消费者行为分析概论、购买行为分析、购买动机分析、心理因素影响分析、个人因素影响分析、社会因素影响分析、文化因素影响分析、营销策略影响分析、购后使用与消费者评价,具有很强的实践性和可操作性。能胜任产品分析工作,成为销售行业的高素质技术技能人才	54	3
3	网络营销	本课程的教学目的通过学习和实践,学生能操作,懂网络,会议营销,使学生系统掌握网络营销的基本理论,基本知识和基本技能,学会利用网络进行市场信息收集和企业形象宣传,学会从事企业,个人的网络营销活动,具备分析和解决实际问题的能力,培养学生诚实守信,善于沟通和合作的品质。对电子商务专业学生职业能力和职业素养的养成,其主要支撑作用	54	3
4	连锁经营原理	本课程的教学目的是让学生掌握连锁经营的历史进程,使之与特征,基本模式,了解零售商业发展规律与连锁经营业态,创新连锁经营主要管理系统以及连锁经营业务流程,了解中国进一步发展连锁经营的对策。全面系统地掌握连锁经营的概念特征及模式了解国内外连锁经营的发展历程经营优势以及业态创新掌握连锁经营开分店发展业务连锁经营商品开发业务连锁经营商品采购业务连锁经营商品配送业务信息管理业务以及呃业绩考核评价等业务流程	48	3
5	营销策划	本课程的教学目的是掌握现代市场营销策划的基本理论,基础知识和基本方法,提高学生对企业经营活动的分析,判断和策划能力,了解市场营销策划的	54	4

		产生和发展,了解理解市场营销策划的含义,了解市场环境,消费者心理和购买行为及其影响因素,掌握市场机会和威胁,正确运用市场细分目标,市场选择,市场调研和市场预测的市场研究和策划方法,并据此制定企业战略和市场营销策略,掌握企业营销活动和营销决策,主要以四批为核心的市场营销组合,策划,了解营销的计划,组织控制,提高市场营销的管理效率		
6	品牌推广	本课程的教学目的是使学生掌握科学系统的品牌管理理论,掌握品牌管理的内容,程序和方法,使学生在未来的营销工作实践中能够理论联系实际。做好企业的品牌建设和发展工作,促进我国企业的发展,提高我国企业的竞争力,为经济发展做出贡献	54	5
7	渠道管理	本课程的教学目的是使学生全面掌握营销渠道管理的基本概念,基本理论以及营销渠道策划和管理的基本操作程序与基本方法,通过案例分析与讨论,培养学生应用这些概念,理论与方法,分析问题和解决问题的实际操作能力,使学生在学完本课程后,特别是进入实际工作岗位以后,能够胜任一般性的营销渠道管理工作	48	5

表 4 市场营销专业技能（模块一）一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
1	会计基础技能	本课程以培养学生会计职业能力为目标,通过教学做一体化的教学环境,使学生掌握会计核算基本知识和核算技能,能初步解决小企业日常会计工作问题,成为具有良好的职业道德的初级应用型人才	72	2
2	统计技术	本课程的教学目的主要是通过对学生能够掌握现代统计学的基本原理和基本概念,以及现代统计学的应用,学会各种统计分析方法,并利用这些方法对现实生活中的社会经济现象进行简单的分析,并为今后的会计经济学个后续课程的学习打下坚实的基础。	54	2
3	现代推销技术	本课程的教学目的主要是学生掌握掌握现代推销的基本概念,基本原理,基	48	2

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
		本方法与技巧，树立起现代推销观念，并能在实践中正确运用推销技巧与方法，取得推销的成功。		
4	市场调查与分析	本课程的教学目的主要是以“工作过程”为导向，提炼典型工作任务，设计实用的学习情境，通过课堂教学与相关实践训练，使学生掌握市场调查的基本理论，对市场调查行业和市场调研工作有初步的了解，并掌握基本的思维和工作方法	54	2
5	公共关系	通过本课程的学习，要使学生掌握公共关系学的基本知识，基本理论，基本技能，了解公共关系的含义，历史职能构成要素，工作程序的明了，公关人员应该具备什么样的条件与素质，掌握公共关系的某些应用技术需求，使学生具备一定的。公关理论知识和实际操作技能	48	3
6	经济应用与写作	通过本课程的学习，要使学生能够熟练掌握所学的经济应用文写作基础知识和写作技巧，了解各类经济应用文写作的特点和具体要求，通过案例分析和写作练习，提高写作能力和写作规范，认识学习本门课程的意义，掌握学习方法	48	3
7	电子商务	本课程的教学目的主要是学生掌握电子商务的基本知识，基础理论及基本技能，并能结合有关工作的实际进一步做好工作。	36	5
8	商务数据分析与应用	本课程系统地阐述了在电子商务领域如何进行商务数据的分析与应用，主要包括商务数据分析与应用概述，商务数据分析工具及应用，商务数据可视化，消费者行为分析，用户画像，市场行情，数据分析，店铺运用分析，营销推广，数据分析。	48	5

表 5 市场营销专业技能（模块二）一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
1	农业经济学	要求学生掌握农业经济学的有关概念，知识的内涵，并能正确表述，正确理解农业经济学的经济范畴，基本原理和农业经济运行规律，正确分析和阐	48	1



序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
		释农业经济学的各种理论问题,运用本课程所学习的基本理论和方法,认识和解决我国农业经济运行中的有关理论和现实的经济问题		
序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
2	销售管理	主要是学生通过销售管理的教学,使学生掌握销售管理的基本理论,基本内容和基本技能,增强学生的营销管理能力,工作能力和创新能力,提高学生的专业技能	36	4
3	连锁经营实训	按照教学大纲规定的要求,掌握连锁门店运营基本内涵,组织机构和人员配置,店长的作业化、管理,卖场规划与管理,营业现场的服务与管理,促销活动的组织与实施,商品管理,防损与安全管理,连锁促销和顾客服务等方面的基本概念和主要支持,明确连锁门店运营管理的主要内容及相应的操作流程	36	4
4	农产品营销	培养学生职业素养和岗位技能为中心,坚持营销基础理论必须够用,重视学生相应的职业岗位能力的培养,在整个教学过程中实施工学结合的教学模式,以提高学生的市场分析能力,目标市场营销能力,营销组合规划与执行能力,营销控制与管理能力,基本的沟通协调能力,以及较好的自我心态,调适能力的培养和提高,学生正确分析和解决农产品营销相关问题的实践能力,也使能够较好地适应农产品市场营销职业岗位的技能需求,实现岗位就业零距离,更好地为三农服务	36	5
5	药品营销	通过课堂讲授,案例分析等手段与形式,使学生掌握营销学,药学的基本概念,理论知识,初步具有分析药品,市场营销经济现象的正确观点和方法,并对其发展趋势有一定的了解,培养学生自主学习,独立思考,积极思考的能力,为进一步钻研提高打下基础	36	5
6	服装营销	通过本课程的教学,使学生学会服装市场营销组合,服装环境分析,消费心理与行为消费,市场细分与目标市场定	72	4

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间
		位, 服装市场调查分析, 服装商品策划, 品牌经营与策划, 服装营销渠道策略, 服装价格策略, 掌握分析市场的方法, 提升学生的服装市场营销能力, 是学生具备服装营销领域的分析和决策能力		

表 6 专业选修课一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间	限选	备注
1	跨境电商	以外贸业务员实际工作任务为引领, 以企业出口贸易活动中涉及的客户开发和客户管理为主线, 以外贸业务员的岗位能力和职业要求为依据, 采用工作活动流程式与并列式相结合的结构来展示教学内容, 通过情景教学、技巧训练、项目工作完成等虚实结合的教学方法, 培养学生基本的职业意识、职业思维及处理相关问题的能力, 并学会客户开发、客户跟踪、客户关系营造和客户服务等具体业务的实际操作, 切实提高学生利用网络贸易超星平台和展会超星平台开发客户的能力、沟通交流能力和解决实际问题能力, 培养学生利用电子商务超星平台开发国际客户的能力和技巧	36	4	√	选择超星平台优质资源学习
2	物流配送	使学生具备相关高等技术应用性人才所必需的物流配送基础和物流配送过程中的提货、订货、发货、转库和结算等有关知识, 为毕业后能从事物流组织管理工作打下基础。通过学习应达到“各工种的中级工及以上资格证书”的基本要求。主要内容包 括物流基础业务、提货流程、订货流程、发货流程、转库流程、结算流程	36	4	√	
3	新媒体运营	主要学习新多媒体运营基本知识、方案策划、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自多媒	36	5	√	

		体运营、用户运营、运营人通用方法等				
4	网络营销	网络营销基本知识、常用工具与方法、企业网站建设、搜索引擎营销、许可 Email 营销、网络广告等	36	5	√	

### 3. 选修课程

根据有关文件规定，本专业开设关于人文素养课，并将有关知识融入到专业教学内容中。公共选修课程具体见表 7。

表 7 公共选修课一览表

序号	课程名称	主要教学内容及要求	学时	计划 开课时间	任选	备注
1	社交礼仪	通过该门课程的学习，可以使人力资源专业的学生充分了解企业文化对于企业发展的重要性，可以使他们懂得，一个优秀的企业必须具备蕴藏于内的优秀的企业文化。优秀的企业文化是企业成长的根本原因	36	3	√	二 选
2	音乐欣赏	掌握一定的音乐基础理论知识，经过一定程度的音乐素质训练，以期达到对音乐，从感性到理性认识的飞跃能力的培养，从而更深层次的理解音乐的内涵		3	√	一
3	演讲与口才	了解演讲、口才与人才的概念及它们关系，演讲者与听众，演讲者心理素质培养，有声语言技巧，无声语言技巧，演讲准备，几种典型的演讲方法	36	4	√	二
4	中医药传统文化	中医药文化概念、行为规范、阴阳、五行、经络等知识篇，中医以哲学、宇宙观、生命观为基础，重视人与自然的关系，阴阳五行、天人合一的整体观念，“望、闻、问、切”，脉象变化，中药有四气五味、升降浮沉等		4	√	二 选 一
5	山西红色故事	利用超星平台，学习山西红色故事	42	5	√	二 选
6	老区精神	利用超星平台，学习老区精神		5	√	一

#### 4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实训、社会实践、在岗实习等。实训包括本专业所有课程的课程实训和岗位见习。学习内容市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训等专业必修实训。也可选择组织实施商务沟通与礼仪实训、新媒体营销实训、项目销售实训、电话和电视等非面对面销售实训、互联网超星平台商业应用实训。在实践性教学环节，将职业素质教育、创新创业教育融入其中，培养学生的职业素养和创新精神及创业能力。顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节。严格落实教育部关于《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校市场营销专业顶岗实习标准》的有关要求，保证顶岗实习岗位与本专业面向的岗位群基本一致，在确保学生实习总量的前提下，实行工学交替，多学期、分阶段安排学生实习。

#### 5. 专业课程结构，见图 1。

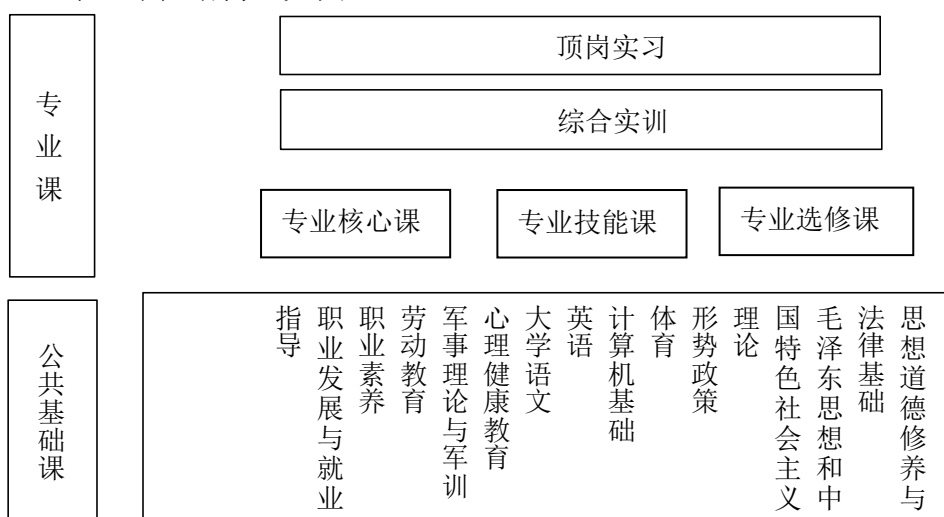


图 1 市场营销专业课程结构图

### 七、学时安排

根据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（以下称指导意见）本专业每学年教学时间不少于 40 周，总学时数不少于 2500（其中集中面授时间每学年不少于 400 学时）。各学期分别包括军训、入学教育、公益劳动、理论学习、实训、实习毕业教育等教学活动。具体见表 8。

表 8 市场营销专业教学环节一览表

教学活 学期	入学 教育	军训	公益 劳动	理论教学周数		顶岗 实习	毕业 教育	考试	学期 周数	备注
				分散	集中					
一	1	1	1	12	4			1	20	
二			1	12	6			1	20	
三			1	12	6			1	20	

四			1	12	6			1	20	
五			1	12	6			1	20	
六						24	1	1	26	
合计	1	1	5	48	28	24	1	5	126	

## 八、教学进程总体安排

为便于本专业人才培养方案实施，教学进程表的总体安排思路考虑时间、学习方式等因素，对本专业设置的课程进行了合理分配。教学进程安排是教学执行人才培养方案时共同遵守教学规律与秩序。教学进程表的编排既考虑扩招学生的学情，又考虑课程间的关系以及教学资源的合理利用。各课程的学时安排，依据《指导意见》和《高等职业学校专业教学标准》的要求确定。具体见表9至表10。

**表9 市场营销专业教学计划一览**

课程类别	课程名称	总学时	学分	理论学时	实践学时	学期						备注	
						1	2	3	4	5	6		
公共基础课	思想道德修养与法律基础	54	3	36	18	54							
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	4	54	18		72						
	形势政策	80	4.5	68	12	8	8	16	16	16	16		
	大学语文	24	1	20	4	16	8						
	体育	68	4		68			34	34				
	计算机基础	60	3	20	40	30	30						
	心理健康与教育	32	1.5	24	8		16	16					
	军事理论与军训	130	7	30	100	130							
	职业发展与就业指导	16	1	16				16					
	创新创业教育	36	2		36				36				
	中国传统文化	16	1	12	4	16							
	劳动与安全教育	80	4.5	2	78	16	16	16	16	16			
	职业道德与职业素养	8	0.5	6	2		8						
小计	<b>676</b>	<b>37</b>	<b>288</b>	<b>388</b>	<b>270</b>	<b>158</b>	<b>98</b>	<b>102</b>	<b>32</b>	<b>16</b>			
专业课	专业核心课	市场营销基础	72	4	36	36		72					
		消费者行为分析	54	3	30	24			54				
		品牌推广	48	2.5	24	24					48		
		营销策划	54	3	24	30				54			
		客户关系管理	54	3	24	30			54				
		渠道开发与管理	54	3	24	30					54		
		小计	<b>336</b>	<b>18.5</b>	<b>162</b>	<b>174</b>		<b>72</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>102</b>		
	专业技能模块	一	广告策划与创作	54	3	20	34				54		
			销售数据分析	48	2.5	12	36				48		
			统计技术	54	3	20	34		54				
			现代推销技术	48	2.5	24	24		48				
			市场调查与分析	54	3	20	34			54			
			公共关系	48	2.5	24	24			48			
应用文写作	48	2.5	24	24			48						
会计基础技能	72	4		72		72							

		小计	426	23	156	270		174	150	48	54			
	二	农业经济学	48	2.5	48		48							
		销售管理	36	2		36				36				
		农产品营销	36	2	18	18						36		
		药品营销	36	2	18	18						36		
		服装营销	36	2	18	18					36			
		连锁经营实训	36	2		36					36			
		小计	228	12.5	102	126	48			108	72			
选修课	限选	跨境电商	36	2	36						36			
		物流配送	36	2	36						36			
		新媒体运营	36	2	36							36		
		网络营销	36	2	36							36		
		小计	144	8	144						72	72		
	任选	社交礼仪	36	2	36					36				
		音乐欣赏												
		演讲与口才	36	2	36						36			
		中医药文化												
		山西红色故事	54	3	54							54		
		老区精神												
	小计	126	7	126						36	36	54		
	岗位实践			720	40									720
合 计			2656	146	966	970	318	404	392	420	386	736		

说明：

(1) 学期栏中填写每门课程的开课时间及时数。

(2) 本表不含军训、公益劳动、入学教育、毕业教育等教学活动，可根据实际情况进行安排。

表 10 市场营销专业课程教学安排表

课程名称	集中学习学时	分散学习学时	面授/分散形式
思想道德修养与法律基础	22	32	(直播+教学点)/超星平台
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	30	42	(直播+教学点)/超星平台
形势政策	32	48	(直播+教学点)/超星平台
大学语文		24	超星平台学习
体育	68		直播
计算机基础	24	36	(直播+教学点)/超星平台
心理健康教育	12	20	(直播+教学点)/超星平台
军事理论与军训	52	78	(直播+教学点)/超星平台
职业发展与就业指导		16	超星平台学习
创新创业指导		36	超星平台学习
中国传统文化		16	超星平台学习
劳动与安全教育	32	48	超星平台学习
职业道德与职业素养		8	超星平台学习
市场营销基础		72	超星平台学习

消费者行为分析	54		直播+教学点
品牌推广	48		直播+教学点
营销策划	54		直播+教学点
客户关系管理		54	超星平台学习
渠道开发与管理	54		超星平台学习
广告策划与创作	54		直播+教学点
销售数据分析	48		直播+教学点
统计技术		54	超星平台学习
现代推销技术	48		直播+教学点
市场调查与分析	54		直播+教学点
公共关系		48	超星平台学习
应用文写作		48	超星平台学习
会计基础技能	72		直播+教学点
农业经济学		48	超星平台学习
销售管理	36		直播+教学点
农产品营销	36		直播+教学点
药品营销	36		直播+教学点
服装营销	36		直播+教学点
连锁经营实训	36		直播+教学点
跨境电商	36		直播+教学点
物流配送	36		直播+教学点
新媒体运营	36		直播+教学点
网络营销	36		直播+教学点
社交礼仪		36	超星平台学习
音乐欣赏			超星平台学习
演讲与口才		36	超星平台学习
沟通技巧			超星平台学习
山西红色故事		54	超星平台学习
老区精神			超星平台学习
合计	1082	854	1936

说明:

1. 本专业教学总学时 2656。其中,公共基础课程 676 学时,占总学时的 25.45%;专业核心课 6 门;专业技能课 654 学时;约占总学时的 24.6%;选修课 270 学时,占总学时 10.16%。理论教学总 966 学时,实践教学总学时数 970 学时,即理论教学与实践教学比例为 1:1;集中面授 1082 学时,占总学时的 40.73%。

2. 顶岗实习为 6 个月,主要为在岗实习。顶岗实习期间应完成 24 周的岗位实习任务,每周以 30 学时计,共 720 学时。

3. 学分与学时换算。所有课程学分每 18 学时计 1 学分;军训、入学教育、劳动等为每一周计 1 学分。

4. 本专业应修学分 153。

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

包括专任教师和兼职教师。各专业在校生与该专业的专任教师之比不高于25:1（不含公共课）。专业带头人原则上应具有高级以上职称。“双师型”教师一般不低于60%。兼职教师应主要来自于行业企业。具体见表11。

表 11 专业教师配备一览表

师资类型	所 在 单位	现有 人数	计划人数	学历	专业技术职务	备注
专业带头人	学校	1		本科	教授	
	行业		1	本科		
骨干教师	学校	6		本科	初级、中级	
	行业		25	本科	初级、中级	
双师型教师	学校		60%			
兼职教师	企业		所任课程占 30%			

### （二）教学设施

本专业配备校内实训室和校外实训基地。

#### 1、校内实训室

校内实训室是实训教学场所，是实训教学的基本保障，是职业教育最重要的教学超星平台，是配合理论教学而设置的为锻炼学生动手实践能力、培养学生职业素养而提供的基本硬件，包括实训场所、实训现场环境、设备器材、实训教学指导人员、实训教学方案、实训指导文件等。所有实训都是在可控制的状态下，按照人才培养规律和培养目标，对学生进行职业技能训练的过程。

#### 2、校外实训基地

校外实训基地是指本专业与相关企业合作建立，由企业提供实训场所和实训资源，具有一定规律，且相对稳定，能够提供学生直接参加校外生产和实际工作的重要训练场所。是本专业人才培养和教学体系的重要组成部分，是体现职业教育技能人才培养特色的不可缺少的教学环节，学生通过校外实训基地，巩固所学理论知识，训练职业技能，全面提高综合素质，为就业搭建超星平台。

### （三）教学资源

目前本专业教学资源应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。在校内教师和企业人员的共同努力下，有1门校级精品课，在教学实践中形成相应课程课件、作业等资源。另外，与超星学习通超星平台已签署了协议，可充分利用该超星平台优质的教学资源，选用视频；第三，组织教



师、师傅共同编制活页式、工作手册式材料，引入典型案例，实现优质资源共建共享目标。

#### 1. 教材选用

教材按学校教材使用与管理办法和国家有关规定选用，优先选择近三年出版工学结合的新教材，禁止不合格教材进入课堂。

#### 2. 图书文献配备

图书文献配备能满足本专业人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询和借阅。图书文献主要包括财经大类专业的理论、方法以及实务操作等方面书籍和文献等。

#### 3. 数字教学资源

数字教学资源的建设与配备，需要与市场营销专业有关，主要有视频素材、教学课件、教学案例库、数字化教学资源和在线开放课程等，形成种类丰富、形式多样、使用方便、动态更新，并能满足教学要求。

### （四）教学改革

1. 教学模式改革。针对扩招生源特点，本专业课程教学组织方式和学习方式主要包括但不限于以下模式（适合每个专业的模式 1-2 种）：

（1）以在校脱产学习为主的教学模式。应往届高中毕业生、中职毕业生等非在岗学生采用该模式，在校学习和生活，单独编班，按全日制在校生模式组织教学，统一管理。

（2）“工学交替一节假日集中教学模式”。利用周末或节假日期间在校（或教学点）集中授课，单独编班，集中授课时数严格按照培养方案规定和要求，确保授课的系统性和完整性。

（3）晚间走读教学模式。利用晚间集中授课，单独编班，以走读的方式学习，集中授课时数严格按照培养方案规定和要求，确保授课的系统性和完整性。

（4）“线上和线下结合的教学模式”。对选择该模式的学生单独编班，按培养方案中规定的课程，依托学校网络课程中心或超星平台（与学校合作）的课程进行线上学习与辅导，同时利用节假日或工休进行线下理论教学和技能集训，线下集中授课和集训时数不得少于培养方案规定时数。

（5）“校企协同育人—送教上门教学模式”。深化校企合作，推行校企资源共享、过程共管、人才共育，与合作企业共同为选择该模式的企业在职学生上门集中授课或组织技能训练，根据岗位编班分组，授课时间与企业共同协商，集中教学时数按培养方案规定时数，确保理论教学和实践环节的系统性和完整性。

2. 教学方式和方法改革。根据本专业特点,积极普及项目教学、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,以提高教育教学效果。具体见表 12。

表 12 教学方式和方法一览表

学习模块	教学方式	教学方法
公共基础课程	项目教学、案例教学	启发式、参与式
专业核心课程	项目教学、模块化教学	探究式、讨论式
专业技能课程	项目教学、情境教学	讨论式、探究式
选修课程	案例教学、情境教学	启发式、讨论式

### (五) 教学评价

教学评价是依据教学目标对教学过程及结果进行价值判断并为教学决策服务的一种教学管理活动,是研究教与学的价值过程,包括对学生的学习态度、学习行为和学习效果三方面的评价。本专业的教学评价根据教育部关于该专业的教学标准,以及课程教学大纲或课程标准,采用考试、综合评价、技能鉴定等多种方式,对学生的学习成果进行分类考核评价。加大平时学习时长与笔记、参加学习讨论次数与结果、作业完成次数与作业完成情况等过程性考核和取得技能等级证书考核比例,引导学生参与“1+X”证书制度试点。具体评价方式如表 13 所示。

表 13 市场营销专业分类课程考核评价表

课 程	考核方式及分值分布								
理论课	<b>超星平台学习 100%</b>								
	章节学习完成度 30		笔记 10		作业 10		单元测试 10		考试 40
实训课	<b>集中面授 40%</b>				<b>超星平台学习 60%</b>				
	出勤 10	讨论 10	考试 20		章节学习完成度 20		单元测试 10	作业 10	笔记 10
实践课	学生自评 30%				教师\企业导师评价 70%				
	学训表现 10		实训成果 20		出勤 10		实训成果 60		

第一、理论课主要指本专业教学进程表中包括的公共基础课、专业基础课和专业技能及选修课程中理论教学部分。

第二、实训课指本专业教学进程表中包括公共基础课、专业基础课和专业技能及选修课程中实训教学部分。

第三、实践课指专业教学进程表中跟岗和岗位实习课。

各类课程的分值可按百分制,也可按表中建议进行评分,但均需要有明确的评价说明。

## （六）教育教学质量保障措施

### 1. 成立专门机构

学院要把面向高职扩招学生的教育教学工作作为学校“一把手”工程，落实主体责任，明确了学校党委书记、校长是第一责任人，成立扩招部，明确了责任人，各班级选派了责任心强的教师担任班主任。

### 2. 进行学情分析，进行针对性管理

针对社会生源的从业经历、学习基础、年龄阶段、报考目的、发展需要等方面的实际情况，入学接受高等职业教育对学校的教育教学、管理模式提出了新的挑战和要求。学院通过调查，对本专业学生学业水平、技术技能基础、信息技术应用能力、学习目的和心理预期和教学点共同深入分析生源学习基础、认知特点、个性需求等，为本专业人才培养方案的制定，专业教学和管理有效实施奠定了基础。要通过多种途径随时了解社会生源学情，持续优化教育教学内容，改进教育教学管理，提高人才培养质量（见附件 1、附件 2）。

### 3. 加强管理制度建设，规范教学管理

制定并完善专门的制度，以保证专业教育教学管理规范，保证专业人才培养质量不断提高。

### 4. 成立专业指导委员会

针对社会人员学情，优化了专业建设指导委员会。专业建设指导委员会职责主要是组织本专业专业建设，制定和修订专业教学计划，编制专业课程标准，课程标准调整，课程监督提出指导性意见和建议；为本专业的师资队伍建设提出指导意见，指导提升实习实训指导教师的教育教学技能，为本专业双师队伍的培育提出指导意见和建议，研究本专业人才培养中突出问题，并探讨制定解决方案，评价教学质量等。

### 5. 发挥教学督导的作用

学校成立了教学质量督导组，督导组是在院长直接领导下，具有独立工作职能的机构。他们通过有针对性的对管社会人员教学与管理进行专项检查，深入调查办学点、班级，检查教学、管理等方面的情况，然后为学校的社会人员教学与管理提出意见和建议，对督导的对象进行指导，提供整改建议。

## 九、毕业要求

毕业要求要依照教育部颁布的《市场营销专业教学标准》，根据区域、学校、专业自身特点制定，修满专业人才培养方案所规定的学分，并能够支撑本专业培养目标的达成。本专业需将本专业的毕业要求需要进一步逐条细化为可落实、可评价、有逻辑性和专业特点的指标点，引导教师有针对性地教学，引导学生有目的地学习。具体见表 14。

表 14

学生毕业要求一览表

项目	毕业条件具体说明
思想政治考核	合格
公共基础课、专业课、选修课	课程成绩均达 60 分以上
专业技能课	课程成绩 60 分以上
岗位实习	完成 24 周岗位实习工作，且企业师傅评价中等以上
学生操行鉴定	各学年考核合格以上
专业技能证书(职业资格证书)	证书名称；（中级以上并与专业方向一致）
学分	153

## 十、编制依据

本专业人才培养方案是依据《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成【2015】6号），教育部《高等职业学校专业教学标准》（2019年7月），山西省人民政府印发的《山西省职业教育校企合作促进办法（试行）》（2018年6月），《山西省人民政府办公厅关于加强职业院校“双师型”教师队伍建设的意见》（晋政办发〔2015〕76号），《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订工作的指导意见》（2019）13号），教育部等六部委《高职扩招专项工作实施方案》（教职成〔2019〕12号），教育部办公厅《关于做好扩招后高职教育教学管理工作的指导意见》（教职成厅函〔2019〕20号），山西省教育厅等七部门《高职扩招专项工作实施方案》（晋教职成〔2019〕8号）精神，《山西省教育厅关于高职院校招收社会人员编制和实施专业人才培养方案的指导意见》（晋教职成〔2020〕文件精神，结合扩招学生学情和学校办学资源情况编制的。

## 市场营销专业学情分析报告

为认真落实李克强总理《政府工作报告》精神和《山西省高职扩招专项工作实施方案》，学校组织有关人员成为山西老区职业技术学院首批扩招市场营销专业的学生的生源、年龄、从业和学习经历、学习目的、学习方式及学制安排等方面进行调查了解。调查分析情况具体如下：

### 一、生源类型

561 名专业学生中男生占录取人数 100%。中专及以下占 10.8%，其余为职业中学和高中毕业学生，是该专业的主要生源。就年龄结构而言，32%的学生在 20-30 岁占 35%，30 岁-40 岁的占 65%。从生源和年龄结构看，有利于分散教学时利用信息技术实施线上教学活动。

### 二、工作经历和知识结构

561 名学生均有一定的工作经历，但尚未积累和形成该领域的职业技能。调查发现，学生对获得本专业基础知识模块和专业能力模块的知识及技能的需求态度比较明确，这对组织与开展教学活动十分有利。在调研中也发现，学生的知识结构较为复杂，技术技能离职业岗位标准还有一定差距。为此，在制定人才培养方案时，部分专业基础课和专业技能课不仅需要加大面授的时间，而且需要在教学实施过程中，选择灵活多样的教学方法，以解决学生学习中遇到的各种问题。另外，与学生交流后发现部分学生希望未来从事会计岗位工作。因此在教学过程中，除认真做好师资配置的工作外，也应将产业发展、岗位要求等有关内容融入课程教学之中。

### 三、学习目的

学生的学习目标比较明确。通过专业学习，提升工作能力，转岗需要、拟进入该专业岗位分别占 45.8%和 46%。该结果与专业人才培养目标基本一致。这对开展本专业教学工作中学习超星平台资源、教材或学习手册、活页等选择以及教师配备有一定的要求。教师应有较强的超星平台使用和超星平台资源的利用能力、教材处理能力和较强的课堂组织与掌控能力；教师应了解本专业领域的行业发展动态，具有较丰富的实际工作经验。另外，本专业课程由 1 个专业基础模块、2 个专业能力模块和 1 个专业选修模块组成，初步形成了以专业能力中心构建的

课程体系框架。

#### **四、学习形式**

为便于组织教学，专门就学生学习形式及学习能力进行调研。结果显示，83%的学生愿意选择“线上学习”的形式。考虑学生的诉求，公共课程和选修课，以自学为主。自学以观看超星平台优质视频资源、课件（包含单元测试、作业、讨论等）等为主，同时根据学生需要，指定教师进行辅导。专业课和专业技能课选择集中面授。集中面授应于周末或节假日送教到企、送教到点。所有方式随学生学习进度、能力及信息化工具的使用程度等具体情况动态调整。

#### **五、课程设置**

采取问卷方式对本专业学生进行调查，结果显示，学生认为课程结构合理，整体上能满足学生毕业后社会对该专业人才规格要求。

#### **六、学制选择**

本专业学生的生源与年龄结构差异不大，为此就本专业的学制进行了调查。学生愿意选择3-5的弹性学制。这与学生在岗和工作情况有关，需要后续进一步关注和研究。

总之，在制定本专业人才培养方案时，除按国家关于专业人才培养方案制定的有关要求和专业教学标准外，充分结合“生源类型、知识结构、学习目的、学习形式、课程类别、学制选择”等方面的调研情况及结果，在考虑学情的基础上，按半工半读、因材施教、按需施教的总体思路，送教下企、送教到点，基本满足各类别学生的学习需要。在实践中，需要积极探索“1+X”证书制度，制定相应的学分转换办法，不断推进本专业人才的培养质量。

附件 2:

专业学生调查表

同学，您好。学校为进一步优化扩招专业学生的教育教学工作，切实提供灵活、多元和高效的学习服务，特拟定本问卷。问卷数据及结果仅用于人才培养方案制定前的学情分析和后续的教学研究。因此，请您认真填写，不必有任何顾虑。感谢您的支持！

1. 您的年龄（单选）

20 岁以下 20-30 30 岁以上

2. 您的性别（单选）

男 女

3. 您已取得的最高学历（单选）

初中 中专 高中

4. 您的毕业状态（单选）

应届 往届

5. 您的工作岗位（根据个人情况自选填写，未参加工作填写其他）

\_\_\_\_\_

6. 您的工作年限（单选）

1-5 年 5-10 年 10 年以上

7. 您已取得的职业技术职务资格（单选）

初级 中级 高级

8. 您已取得的职业资格或技能证书（未取得者不填此项）

\_\_\_\_\_

9. 您现有所学专业（职业中学、中职学生填写此项）

\_\_\_\_\_

10. 您报考本专业的目的（单选）

取得大专学历

获取专业知识与技能，转岗

获取专业知识与技能，向更高一级岗位发展

提升能力，寻找更好的就业机会

挑战自我，圆自大的大学梦

其他\_\_\_\_\_

8. 您喜欢的学习方式（单选）

线上自学

线下集中面授

自学与面授结合

其他\_\_\_\_\_

9. 您希望将集中面授时间安排在（单选）

周末或节假日

秋季 12月-1月

春季 3月-4月

其他时段\_\_\_\_\_

10. 您对本专业的课程设置（单选）

非常满意

满意

基本满意

不满意

11. 您希望集中面授的内容（多选）

专业基础模块中思政、人文类知识

专业基础理论知识中的重点难点

专业技能模块与职业资格相关或与技能证书相关的内容

专业能力

专业前沿

其他\_\_\_\_\_

12. 您希望几年内完成学业（单选）

3年

3-5年

13. 您对学校在教学与管理方面的建议：