河南省商务中等职业学校
HENAN BUSINESS VOCATIONAL SCHOOL

2022年市场营销专业人才培养方案

2022年3月

河南省商务中等职业学校
2022年市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

二、入学要求

初中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

全日制三年

四、职业面向及能力

（一）职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别（或技术领域）
财经商贸类 73	工商管理 7306	百货零售	采购员、 营销员、 摊商、 客户服务管理员	销售顾问、 网络销售专员、 市场调查员、 营销策划、 客户经理

（二）职业能力

核心课程	职业能力	适应岗位	应获得职业资格证书或技能等级证书
市场营销	市场信息的整理与分析能力	销售顾问 市场调查员 客户经理	数字营销师
消费心理	敏锐的洞察力与市场反馈能力	销售顾问 市场调查员 客户经理	数字营销师
推销实务	沟通、表达与交际能力	销售顾问 市场调查员 客户经理	数字营销师
营销策划	宏观营销设计规划能力 微观营销策略判断决策能力	销售顾问 市场调查员 客户经理	数字营销师

五、培养目标和培养规格

（一）人才培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要和营销管理、企业管理等一线需要，具备良好的政治素质、职业道德、创新意识和团结协作精神，掌握市场营销的基本理论和基本知识，具有市场分析、营销管理、营销执行、营销策划和自主创业能力，能从事企业营销部门的市场调查、产品销售、市场开发、门店管理和营销策划等工作的高素质技能型专门人才。

（二）人才培养规格

1.知识目标

（1）基础文化知识

具有良好的职业道德和敬业精神，具有良好的思想素质、人文素质，具有较强语言与文字表达能力、处理公文的能力和开拓市场要求相适应的英语听说读写能力。

（2）专业基础知识

良好的市场营销及相关专业基础知识，掌握企业应对市场变化所需要的市场营销技术，具有市场调研与分析、营销战略与营销活动管理、产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理、销售管理能力。

（3）专业知识

具备市场调研与分析、产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理、销售与策划管理等技能知识；熟悉商品知识，了解卖场布局与商品陈列，熟悉网络营销知识。

2.能力目标

（1）社会能力

具备较强的人际沟通能力和团队组织能力；

具备人际交往能力，能在工作中妥善处理各种人际关系事务；

具备语言与文字表达能力。

（2）方法能力

具备定性、定量方法分析和解决市场营销实际问题的基本技能；

具备在实际工作中运用法律法规、惯例和规则的技能；

具有收集、分析和传递信息，为企业营销决策提供依据的能力；

具备选择目标市场和策划的战术能力；

具备职业生涯规划能力、自主学习能力、创新能力和基层决策能力。

（3）专业核心能力

市场调研技能：获得信息的技能；

市场分析技能：营销环境分析，消费者分析，竞争者分析；

营销策划技能： 能设计策划方案；网络营销与推广；

产品销售技能：访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力；

客户管理技能：客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理。

3.素养目标

（1）思想道德素质

热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，具有为国家富强、民族振兴而奋斗的理想、事业心和责任感。树立科学世界观和为人民服务的人生观，了解马克思主义、毛泽东思想基本原理和邓小平理论，了解我国传统文化和基本国情，了解国内外相关基本法律知识和基本社会科学知识。

（2）专业素质

立足销售、服务第一线，脚踏实地，爱岗敬业，具有专

业技术素质，掌握现代营销基本理论及技巧，组织和执行企业的营销管理；能利用市场调研知识、消费者行为知识分析解决一定的实际营销问题；能利用营销知识和促销方法解决现场问题；具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。

（3）身心素质

具有良好的生活习惯，有健康的体魄和良好的心理素质，有良好的思想品质和职业道德，有乐于奉献、爱岗敬业的工作作风，具有一定抗挫能力和自我调节能力。

六、课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容及要求
1	心里健康与职业生涯	中等职业学校学生必修的一门德育课程。通过本部分内容的学习，学生应能结合活动体验和社会实践，了解心理健康、职业生涯的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适方法，形成适应时代发展的职业理想和职业发展观，探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标，养成自立自强、敬业乐群的心理品质，提高应对挫折与适应社会的能力，掌握制订和执行职业生涯规划的方法，提升职业素养，为顺利就业创业创造条件。

2	职业道德与法治	本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程。本课程以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，对学生进行道德教育和法制教育。其任务是提高学生的职业道德素质和法律素质，引导学生树立社会主义荣辱观，增强社会主义法治意识。
3	中国特色社会主义	本课程在学校人才培养目标中，承担着帮助中职学生全面了解我国国情，坚定建设中国特色社会主义的理想和信念，培养学生讲实话，办实事，知行统一，脚踏实地的实精神，提高学生政治理论素养，增强投身中国特色社会主义建设自觉性等重要功能。
4	哲学与人生	本课程帮助学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观，人生观和价值观。
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重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，提高科学文化素养等在本专业的应用能力。
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力等在本专业的应用能力。

7	英语	本课程使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。
8	历史	历史课程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程。本课程的任务是，在九年义务教育的基础上，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀文化传统；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感，培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。
9	体育与健康	主要学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，通过合理、科学的体育锻炼，激发学生的运动兴趣，培养学生终生锻炼的意识，增强体质、增进健康，提高体育素养。
10	计算机应用基础	主要包括计算机的基础操作，例如PPT、EXCEL、WORD、网页制作、数据库等课程，内容丰富，兼顾计算机知识的理论性和实践性，突出了对学生基本技能、实际操作能力及职业能力的培养。
11	商务礼仪	倡导案例教学法，通过老师的系统讲授、示范与操作，使学生注重自身的仪容仪表仪态，礼貌语言的

		应用，掌握日常交际礼仪，并能够正确运用所学的礼仪知识，分析商务活动中的社交问题，为今后商务活动中塑造良好形象、提供服务艺术，奠定坚实的基础。
12	普通话	通过本课程的学习提高学生职业语言素养，使学生能够使用标准的普通话进行职场口语沟通。通过对普通话发音的校正、对发声技巧的训练，从而帮助学生塑造声音，掌握一定的发声技巧，从而使学生具有从销售及相关工作的基本素质。

（二）专业课程

序号	课程名称	主要教学内容及要求
1	市场营销知识	通过本课程的学习与训练，使学生完成产品策略、价格策略、分销策略、促销策略及其运用 4P 策略，掌握市场营销的基本知识，基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，为学生学习和掌握市场营销专业的其他课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。
2	消费者心理学	通过本课程的学习，使学生掌握消费心理的基本概念和规律，并培养学生在实践活动中具有合理运用调查手段，对消费者心理和消费者行为做出有效分析的能力，为后续专业课程中涉及消费者心理及行为方面能力的学习和将来实际工作提供支持和帮助。
3	市场调查与预测	通过对市场调查和市场预测原理的阐述，使学生能够熟练掌握的市场调查的工作流程，培养学生问卷设计能力，调查方案设计能力，调查方法综合运用能力，信息整理分析能力，信息技术综合运用能力和调

		查报告的撰写能力，同时提供相关实训课程必要的能力支撑，提高学生综合素质。
4	营销策划	以遵循职业性开放性实践行为原则，以“校企合作、工学结合”思想为指导，通过完成整体化工作任务，使学生掌握营销策划的基本思路、程序、方法、方案格式。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等，使之具有企业需要的实战策划能力。
5	商务沟通与谈判	使学生熟悉和理解商务谈判的基本理论、基本程序、基本策略，同时使其树立正确的谈判观，掌握基本的谈判方法、技巧及其沟通艺术，初步形成自己的沟通与谈判风格，并将所学知识与实践结合，能够分析案例，解决现实问题，平衡处理谈判过程中遇到的错综复杂的风险、策略、利益关系等。
6	推销实务	通过本课程的学习，能整体认识推销工作的主要内容，掌握寻找顾客、接近顾客、与顾客洽谈、处理顾客异议等、推销成交的基本职业技能，培养沟通合作，商务洽谈等基本职业素养，同时，在教学过程中，培养学生具有良好的职业道德和职业素质。
7	网络营销	通过本课程的学习，使学生系统掌握网络营销的基本理论、基本知识，学会利用网络进行市场信息收集和企业形象宣传，可以成功开展网络营销，做到线上线下相结合。灵活运用 4P 策略，培养利用网络进行市场营销的能力。

七、学时安排

本专业开设课程 32 门，包括 12 门公共基础课，10 门专业核心课，7 门专业方向课程，三年总学时为 3120 学时。

公共基础课 1080 学时，约占总学时数的 35%；专业性课程（含企业岗位实习 600 学时）教学总学时 2040，占总学时数的 65%。

课程安排主要关注学生升学的要求，注重公共基础课课时，保证升段考试的升学率；同时兼顾 1+X 职业技能等级证书考试的需求。

表 7-1　专业各学期教学环节周数分配表

（单位：周）

学期 环节	一	二	三	四	五	六	合计	学分	备注
总周数	26	29	25	29	25	20	154	173	
教学周数	20	20	20	20	20	20	120		
课堂教学周数	18	18	18	18	18		90		
复习考试	1	1	1	1	1		5		
入学、毕业教育和军训	2	1	1	1	1		6		
岗位实习						20	20		
机动周	1	1	1	1	1		5		
假期	4	8	4	8	4		28		

八、教学进程总体安排

课程类别	序号	课程名称	课程性质	学时安排			考核方式			学年/学期/教学周数/周学时数					
										第一学年		第二学年		第三学年	
				总学时	理论学时	实践学时	考试	考查	实操	1	2	3	4	5	6
										18	18	18	18	18	20
公共基础	1	心理健康与职业生涯	必修	36	36			√			2				
	2	职业道德与法治	必修	36	36			√					2		

课程		3	中国特色社会主义	必修	36	36			√		2					
		4	语文	必修	180	180		√			2	2	2	2	2	
		5	数学	必修	180	180		√			2	2	2	2	2	
		6	英语	必修	180	180		√			2	2	2	2	2	
		7	历史	必修	72	72			√			2			2	
		8	体育与健康	必修	180	90	90		√		2	2	2	2	2	
		9	普通话	必修	36	36			√		2					
		10	信息技术	必修	72	36	36		√		2	2				
		11	公共艺术（音乐篇）	必修	36	36			√		2					
		12	哲学与人生	必修	36	36			√				2			
		小计			1080	954	126				16	14	10	10	10	
专业技能课	专业核心课	1	商品知识	必修	72	72			√		4					岗位实习
		2	市场营销知识	必修	180	180		√			4				6	
		3	消费者心理	必修	144	144		√			4				4	
		4	推销实务	必修	144	144		√					4		4	
		5	市场调查与预测	必修	72	36	36			√			4			
		6	商品陈列	必修	72	36	36	√				4				
		7	营销策划	必修	144	144		√						4	4	
		8	销售语言技巧与沟通礼仪	必修	36	36			√			2				
		9	网络营销	必修	72	36	36	√					4			
		10	新媒体营销	必修	72	36	36	√						4		
		小计			1008	864	144				12	6	12	8	18	
	专业方向课程	1	互联网文案写作	必修	36		36		√				2			
		2	广告实务	必修	72	36	36		√				4			
		3	直播电商实务	必修	72	36	36		√			4				
		4	门店运营实务	必修	72	36	36		√					4		
		5	商务沟通与谈判	必修	36	36			√					2		
		6	电子商务基础与实训	必修	72	36	36	√		√		4				
		7	公共关系	必修	72	72				√				4		
		小计			432	252	180				0	8	6	10	0	
	综合实训	1	入学教育及军训	必修						√	2 周	1 周	1 周	1 周	1 周	
		2	营销活动综合实训	必修	600		600			√						
		3	岗位实习	必修						√			2 周			30
		小计			600		600									30
合计					3120	2070	1050				28	28	28	28	28	30
各学期课程门数											11	11	10	10	9	1

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、

教学评价、质量管理等方面，应满足培养目标、人才规格的要求，应该满足教学安排的需要，应该满足学生的多样学习需求，应该积极吸收行业企业参与。

（一）师资队伍

我校市场营销专业拥有一支年龄结构合理、专兼结合，专业技能出色的师资队伍。在教育理念、办学模式、人才培养模式、课程体系、教学内容、教学方法等方面具有良好的基础。现有校内专业课教师 10 人，其中高级讲师 2 人，讲师 3 人，助理讲师 5 人；专任教师 8 人，兼职教师 2 人；企业兼职教师 4 人。 所有教师均为“双师型”教师。

（二）教学设施

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 40 名学生为基准，建议建设以下实训（实验）教学功能室。

教学功能室	基本面积要求	主要设备名称	数量（台/套）	规格和技术的特殊要求
网络营销实训	120 平方米	服务器	1	
		电脑	48	以小组（6 台）形式摆放
		网络营销模拟应用软件	1	系列软件
		多媒体设备	1	
		电子教室管理软件	1	

（三）教学资源

公共基础课原则上选用“十二五”、“十三五”职业教育国家规划教材。专业核心课程选用河南省中等职业教育规划教材或河南省中等职业教育校企合作精品教材。无应尽量

选用近三年出版的新教材。杜绝陈旧教材进入课堂。

积极建设数字化教学资源，主要包括能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅、结合专业实际列举有关图书类别。要求种类丰富、形式多样、使用便捷、满足教学。

（四）教学方法

除必要地实习实训环节外，要求教师在将社会情境模拟进入课堂，切实开展市场营销技能教学，力求学生在毕业后能够独立完成企业市场营销岗位的工作。组织各班学生轮流参与学校线下校园超市的相关销售工作，让学生足不出户模拟社会就业岗位，做到“零距离”衔接。为了提高学生的就业竞争力，组织开展实物推销大赛、营销策划大赛、广告策划大赛等各类竞赛活动，并支持和指导学生成立营销公司。

（五）教学评价

学生成绩考核评价是教学过程中的重要环节，是正确评价和检验学生对所学知识掌握程度的重要手段。为保证考核的全面性，突出职业特点，采用工学结合的教学方式与能力目标考核相结合的考核方法，将实训过程考核与学习结果考核相结合，以过程考核为主；将基础知识考核与实训操作考核相结合，以实训操作考核为主。学习过程中理论知识的掌握、学习的态度与能力、实训操作的熟练程度的考核成绩分别占课程总成绩的30%、30%和40%。

（六）质量管理

1.学校有教学督导组等质量监控人员，对教学管理及教

学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，并提供反馈信息，促进了教学质量进步提高。

2.建立了专业带头人、骨干教师、双师型教师、兼职教师相结合的专业教育组织体系，定期组织教师参加省内外专业师资培训，掌握行业前沿视角，提升教师的专业能力。

3.采取工学结合的人才培养模式，在完成理论课程的学习之后，参加半年岗位实习。学生参与岗位实习的企业，必须具有校企联合制订的实习计划和明确的评价要求，学校要加强实习学生的日常跟踪管理，为学生办理企业岗位实习期间的意外伤害保险，保障学生人身安全。

十、毕业要求

1.学生完成本专业规定的所有学习课程并全部考核合格，发放发河南省商务中等职业学校毕业证书。

2.至少取得一个营销专业相关技能证书。

3.参加半年的岗位实习并考核合格。