

广西商业学校

市场营销专业
人才培养方案

广西商业学校商贸系

二〇二二年四月

目 录

一、专业名称（专业代码）	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	4
1. 素质	4
2. 知识	4
3. 技能	6
六、主要接续专业	7
七、课程设置及要求	7
（一） 公共基础课设置及要求	8
（二） 专业课课程设置及要求	10
八、学时安排	17
九、教学进程总体安排	18
（一）课程结构	18
（二）学期教学活动周进程安排	18
（三）教学进程安排	18
十、实施保障	23
（一）师资队伍	23
（二）教学设施	23
（三）教学资源	25
（四）教学方法	25
（五）学习评价	26
（六）质量管理	27
十一、毕业要求	28
十二、附录	28
（一）专业人才培养方案专家论证表	28
（二）专业人才培养方案审批表	28
（三）专业人才需求与人才培养调研分析报告	28
（四）专业人才培养方案优化调整审批表	28

一、专业名称（专业代码）

市场营销（730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3年。

四、职业面向

所属专业大类（代码）A	所属专业类（代码）B	对应行业（代码）C	主要职业类别（代码）D	主要岗位类别（或技术领域）E	职业资格证书或技能等级证书F
财经商贸大类（72）	工商管理类（7306）	批发业（51） 零售业（52） 商务服务业（72）	营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 商务专业人员（2-06-07） 其他批发与零售服务人员（4-01-99） 收银员（4-01-02-04）	营销推广 经营管理 营销策划 客户服务 商品销售 收银服务	商品营业员 营销师

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、德、智、体、美全面发展，具有基本的科学文化素养、良好的职业道德、继续学习的能力和创新精神；掌握市场营销、营销策划、市场调查、营销数据分析、新零售门店运营等知识，具备客户分析、客户异议处理、商品陈列、门店商品盘点、视频制作与营销等专业技术技能，具有较强的就业能力和一定的创业能力；面向营销推广、经营管理、营销策划、客户服务、商品销售等领域的高素质劳动者和技术技能人才。主要面向批发、零售、商务服务行业企业的营销员、商品营业员、商务专业人员、其他批发与零售服务人员、收银员职业群，从事营销推广、经营管理、营销策划、客户服务、商品销售、收银服务等工作的高素质劳动者和技能型人才。

(二) 培养规格

1. 素质

Q1: 具有正确的世界观、人生观、价值观。

Q2: 坚决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。

Q3: 具有良好的职业道德、职业素养、法律意识。

Q4: 崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，崇德向善、诚实守信，爱岗敬业，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。

Q5: 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力。

Q6: 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新精神。

Q7: 勇于奋斗、乐观向上，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划的意识，具有较强的集体意识和团队合作精神。

Q8: 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯、自我管理能力和时间管理意识。

Q9: 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一两项艺术特长或爱好。

Q10: 培养清廉的品格，具有积极正向的财富观，平等待客、友善待人。

Q11: 树立消费者心理满足是比物质满足更高层次的需要的理念，树立为人民服务的思想。

Q12: 培养满足消费者心理需要是提升品牌美誉度和提高顾客重购率基础的理念，提升学习者职业素养。

2. 知识

K1: 掌握必备的思想政理论、基本文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

K2: 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

K3: 掌握本专业所必须的专业基础理论知识，包括市场营销基础知识，营销发展的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业

相关知识。

K4: 了解商品知识, 包括商品内涵和属性, 商品质量的定义、要求、影响因素以及商品质量管理的内容; 掌握商品分类、分级的方法, 掌握商品检验的流程和方法以及商品储存和养护的基本要求。

K5: 了解会计基础知识, 包括会计的基本概念, 会计工作中的常用知识点, 掌握复式记账原理、会计核算方法。

K6: 掌握客户服务知识, 包括客户服务的基本内涵和要求, 服务礼仪要求, 客户的心理类型、表现类型和需求类型; 掌握优质服务的要素和提升服务质量的方法, 包括“看”、“听”、“笑”、“动”、“问”五项修炼的意义和技巧。

K7: 了解企业模拟经营所需的基本理论知识, 掌握企业模拟经营实训流程。

K8: 掌握新零售门店运营知识, 包括零售发展的历史和业态形式, 新零售的类型、特征和发展趋势, 门店销售准备工作内容等; 掌握新零售门店装饰、音乐氛围营造、餐饮服务、引流、配送、售后服务、盘点和运营总结知识。

K9: 了解消费心理学基础知识, 包括感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意志的含义及特征; 消费者认识过程、情感过程、意志过程对购买行为的影响。掌握消费者分类方法。

K10: 掌握视频制作以及在移动互联网时代运营视频开展营销活动的知识。

K11: 掌握商务沟通基础知识, 包括商务沟通的内涵、类型、障碍、途径和基本形式。

专业(技能)方向1——零售店长

K12: 掌握新零售门店企业文化、员工职业规划、规章制度、行为规范、服务标准、门店工作人员岗位职责、商品知识、卫生管理、设备管理等知识。

K13: 掌握门店促销活动策划基本方法, 能够说出门店促销的种类、形式和特点, 能够解释门店促销活动的一般流程及基本要求。

K14: 掌握服装、快销品、水果商品陈列的基本知识, 包括商品陈列的原则、方法、基本要求等。

K15: 掌握门店POP制作及分类知识, 包括门店POP应用场景及要求, 不同POP的设计特点, 能够描述制作应用的基本流程。

K16: 掌握消费者行为分析及营销策划的方法。能够说出网络营销的定义、特点、策略和发展趋势。

专业(技能)方向2——商务助理

K17: 掌握市场调查、分析基本知识, 能够说出市场调查的常用方法及调查流程, 能够解释调查数据分析的要求及应用。

K18: 掌握产品推销知识, 包括推销模式、方格理论、推销人员基本素质组成和行为推销, 能够描述客户管理的重要性和常见方法。

K19: 掌握商务判断知识, 包括常见形式、基本流程、业务项目、准备工作, 影响谈判的因素等, 能够描述开展商务谈判的策略。

专业(技能)方向3——营销策划

K20: 掌握产品与品牌营销策划知识, 能够说出开展营销策划的规范和流程, 能够描述产品、品牌策划的特点及要求。

K21: 掌握消费者行为分析知识, 包括消费行为概述, 消费者心理活动、消费者个性心理特征, 消费者需要、动机与购买行为关系及消费者产生购买决策、购买动机等;

K22: 掌握渠道管理知识, 能够说出商品流通渠道的变化趋势, 能够描述渠道管理的原则和策略。

K23: 掌握新零售环境下对创业者的基本要求, 能够描述企业的类型、组织和法律责任, 能够说出创业的市场环境影响。

K24: 理解团队精神和团队合作理念, 能够说出素质、职业素质的涵义, 能够描述素质拓展的重要性。

3. 技能

A1: 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

A2: 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

A3: 具有独立思考、逻辑推理、信息加工及技术应用能力。

A4: 具有组建团队开展团队作战及他人合作的能力。

A5: 具有创新思维能力, 能够运用一定的创新方法和技巧开展创新活动。

A6: 能够处理服务中客户的抱怨, 掌握服务中观察、聆听、微笑、说的一般技巧, 能初步分析客户抱怨、客户流失的原因。

A7: 能够完成市场营销中的STP, 能够运用4PS策略开展营销策划。

A8: 具有识别各种常见的原始凭证、填制普通会计报表的能力, 能填写企业模拟经营中所需的各种财务表格, 并能熟练利用EXCEL表格完成企业经营实训所需的数据分析。

A9: 能够操作ERP企业模拟经营平台, 具有根据案例背景管理企业进、销、存的能力。

A10: 能够设计橱窗陈列图和绘制门店手绘POP, 会组织晨会, 掌握线下商品陈列线上商品上架的技巧, 能够完成门店引流、配送、盘点、补货和数据分析。

A11: 能使用摄影摄像设备完成素材的采集, 并能熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。

A12: 具有完成商务接待、商务协商、产品推介和客户投诉处理

能力。

专业（技能）方向 1——零售店长

A13：能够完成门店收货、补货、送货商品陈列、维护和管理；能对店铺基本设备进行使用和维护；具有门店运营时防偷、防骗、防调包、防火和安全作业的能力。

A14：能够策划常规的门店促销活动，会写策划方案，能够独立或团队组织一次完整的模拟促销活动。

A15：具有完成商品展示性陈列和销售性陈列的能力，能够完成不同类型商品的陈列操作，能够熟练运用各种工具完成门店印制和手绘 POP 的制作和张贴。

A16：能够使用各种网络营销工具，学会使用网络营销工具进行营销方案策划。

专业（技能）方向 2——商务助理

A17：具有设计市场调查问卷和开展模拟抽样调查的能力，能够完成调查数据的统计分析，会总结调查结论与建议。

A18：会写营销策划方案，能够根据策划方案组织模拟的营销活动。

A19：具有接近、拜访客户的能力，会使用寒暄、攀认、洽谈技巧，能够处理客户异议促成交易。

A20：具有运用谈判的一般技巧开展一场模拟商务谈判，并扮演期中任一谈判角色。

专业（技能）方向 3——营销策划

A21：具有基本的消费者行为分析能力，能够根据案例背景分析消费者的行为原因，能够模拟消费者行为并找到应对方式。

A22：具有根据案例背景进行基本销售渠道设计的能力，能够开展基础渠道维护和管理。

A23：会写创业计划书，会填制销售预测表、成本利润表和现金流量表。

六、主要接续专业

高职：市场营销、营销与策划、市场开发与营销专业

本科：市场营销专业

七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业课。

公共基础课分为必修课程和限定选修课程。必修课程包括思想政治课，文化课，体育与健康，艺术（或音乐、美术），历史。限定选修课程包括劳动教育、职业素养等相关课程。

专业课包括专业基础课和专业核心课，实习实训是专业核心课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

(一) 公共基础课设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
中国特色与社会主义	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，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。	36	Q1 Q2 K1
心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36	Q7 Q8
哲学与人生	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	36	Q1 Q10 A1
职业道德与法治	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36	Q10 K2 Q3
语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，对学生进行阅读与欣赏、表达与交流的教学以	198	Q9

	及语文综合实践活动的开展，使学生掌握必需的语文基础知识，并注重培养学生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，掌握具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力，使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，提高科学文化素养，以适应就业和创业的需要，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。		K1 A2
数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，对学生讲授集合、不等式、函数、数列等内容的教学，使学生掌握必要的数学基础，培养学生的计算技能、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，使学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度，提高学生就业能力与创业能力。	144	A1 A3
英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，对学生进行听、说、读、写、语音、词汇、语法的教学，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，引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。	144	A2
信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，对学生进行计算机基础知识、操作系统的使用、因特网应用、文字处理软件应用、电子表格处理软件应用、多媒体软件应用、演示文稿软件应用的计算机教学，使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，提高学生计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面的技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力，使学生能够根据职业需求运用计算机，体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程。	108	Q6 A3
艺术	依据《中等职业学校公共艺术课程标准》开设，以学生普遍具有一定认知基础、喜闻乐见的音乐和美术作为主要教学内容，使学生了	36	Q9 K1 A5

	解科学的音乐欣赏体系，欣赏优秀的音乐作品，为美妙的乐声所陶醉，感受着精神境界的升华；丰富音乐素养，提高审美情趣，从而培养高尚的情操和品格。学习不同美术类型（绘画、书法、雕塑、工艺、摄影等）的表现形式与发展演变进程，使学生了解美术的基础知识、技能与原理，熟悉基本审美特征，理解作品的思想情感与人文内涵，感受社会美、自然美和艺术美的统一，提高审美能力。		
体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，对学生进行健康教育专题讲座、田径类项目、体操类项目、球类项目教学，使学生掌握体育运动的基本技能和良好的锻炼身体的方法，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	144	Q8 A4
历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，学生能够了解中国历史的基本知识，认识中国历史发展的总体趋势，对人类历史的延续与发展产生认知兴趣，感悟中华文明的历史价值和现实意义，形成爱国主义情感，开拓观察世界的视野，为形成正确的世界观、人生观和价值观，树立科学发展观，成为具有综合素质的合格公民奠定基础。	72	K1 Q1

（二）专业课课程设置及要求

1. 专业基础课课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
客户服务技巧	了解客户服务的基本内涵、服务礼仪要求，客户的心理、表现和需求类型等知识；掌握分析客户抱怨、客户流失，提供优质服务 and 提升服务质量的方法；能够说出“看”、“听”、“笑”、“动”、“问”五项修炼的意义和技巧；能说出现场客服、电话客服和网络客服的一些规范话语术；能够分析案例中客服人员成功或失败的言行并给出正确的方法；会运用“看”、“听”、“笑”、“动”、“问”技巧在模拟场景中为客户提供服务、有效解决客户疑虑、不满甚至抱怨。	54	Q11 Q12 K6 A6
商品知识	了解商品的内涵、属性、价值、使用价值，商品质量的定义、要求、影响因素以及商品质	72	K4

	<p>量管理，商品规格型号、代码、条码等基本知识；掌握商品分类的方法和标志，掌握商品识别、识读规格型号、代码、条码、分级的方法，能就具体商品识读并诠释标准号的含义；能举例说明商品包装的作用与分类；会按流程和方法检验商品；会商品储存和养护的基本操作；树立全面的系统的商品价值观念和商品质量观念。</p>		
市场营销	<p>了解市场营销的基本概念和市场营销观念，影响企业市场营销的宏观和微观因素；了解营销管理和全渠道营销的基本理论和方法；掌握分析顾客类型和特点，市场调查和市场预测的方法、程序；能运用 SWOT 分析法分析案例中企业的优势、劣势、机会、威胁并说出应采取的相应策略，能够在老师的指导下运用所学方法开展市场调研和预测；能够比较完整地说出 STP 战略并能应用 STP 战略相关知识讨论分析案例；会运用 4Ps 营销组合理论准确举例阐述产品、价格、渠道、促销四大营销策略，讨论分析典型营销案例；培养学生一切以顾客需求为出发的现代营销思维。</p>	72	K3 A7
会计基础知识	<p>了解会计基本概念、会计工作中的常用知识点、复式记账原理、会计核算方法。掌握设置会计科目和账户，识别各种常见的原始凭证，规范地编制记账凭证，会计账簿登记，会计差错更正，正确地进行财产清查的方法；能够熟练应用借贷记账法来编制业务分录和进行简单的成本计算；会编制简单的资产负债表和利润表，会按会计账务处理的基本程序处理基础账务；具有更新专业知识的学习能力和适应会计改革发展所需要的能力。</p>	36	K5 A8
企业模拟经营（ERP）	<p>了解企业模拟经营实训所需的基本理论知识，掌握企业模拟经营实训流程，能填写经营中所需的各种财务表格，能够组建团队，完成团队合理分工，熟悉相关工序，按给定情景开展企业模拟生产、营销等企业经营活动；会熟练利用 EXCEL 表格完成企业经营实训所需的数据分析，会团队操作 ERP 企业模拟经营系统。</p>	72	K7 A9

2. 专业核心课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
新零售实体店运营实务	了解新零售业态的发展趋势及市场形势，了解新零售线下体验、线上销售、数据分析、物流配送、智能货架、门店餐饮服务等基本操作知识；掌握新零售门店线上、线下引流，线上商品上架、线下商品陈列，门店收银、配送、巡查等技能；能够开展门店晨会激励活动，处理监控和设备异常，能够完成线上和线下促销活动设计与组织，能够分析门店经营数据，能够撰写门店运营总结；会调试门店音响，会画门店手绘 POP，会展示性和销售性商品陈列，会盘点和补货商品，会使用社群营销工具；熟练运用新零售店运营知识与技能，通过企业实践最终掌握新零售实体店的门店运营实际业务操作规范与基本流程，达到门店营业员和门店店长岗位要求。	108	K8 A10
消费心理学	了解消费心理学的目的和意义，了解感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意志的含义及特征，了解消费者认识过程、情感过程、意志过程对购买行为的影响，了解营造环境对消费者心理的影响；掌握根据消费者的个性心理特征将消费者分为不同的类型的方法，掌握企业如何根据消费者心理进行定价和调价的方法；能够举例说明对不同类型的消费群体应该采用的销售技巧和营销策略；能够说出消费者的价格心理特点，会在模拟场景中扮演角色根据消费者的心理状态进行有效的心理沟通，会处理客户投诉。	36	Q11 Q12 K9
视频制作与营销	了解视频制作的基本理论知识；掌握视频制作流程和技巧；能使用摄影摄像设备完成素材的采集，能结合各种营销的手段和方法进行视频营销推广；会熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作；会选择适合平台，按操作流程要求和营销策略	72	K10 A11

		投放营销视频作品。		
	商务沟通	了解商务沟通的内涵、类型、障碍、途径以及基本形式等基础知识；掌握倾听、介绍、说服和拒绝等基本技能；能够举一反三地运用商务接待、商务协商、商品推介以及有效处理顾客投诉等各种商务沟通场景处理的技巧；会使用 SPIN 引导问答、FABE 利益推介和 13351 落单句式开展商务沟通活动；通过学习，贯彻素质教育的思想，结合教学内容加强商业职业道德教育；让学生树立正确的职业观，培养学生积极的沟通意识与精神；提升学习者情商与团队协作能力，促进其与他人合作；养成善于学习、执着专注、坚忍不拔的职业情感。	36	K11 A12
零售店 长方向	新零售店 店员实 务	通过依托校企合作深圳市壹号便利店有限公司校内实训店对本课程进行学习和训练，学生能够简单描述零售行业及便利店业态发展现状，说出以壹号便利店为例的企业文化、员工职业规划、规章制度、行为规范、服务标准、6S 管理等；说出店员岗位职责、商品知识、卫生管理、设备管理要求等，学生能够按照商品分类进行商品陈列、维护和商品管理；能进行商品收货、补货操作；能对店铺基本设备进行使用和维护；能按照送货礼仪及相关规定进行送货；能掌握防偷、防骗、防调包、防火及作业安全要求；具备团队合作意识，能协助收银员工作；培养积极的心态、良好的习惯、沟通能力和时间管理意识。	72	K12 A13
	门店促销 活动策划	了解新零售门店促销活动的概念、原则、要求、准备工作等基本知识；掌握创意门店促销活动策划的方法和技巧；会组织门店促销活动策划方案讨论会议，会组建门店促销活动工作团队；能够完成既定主题的新零售门店促销活动方案撰写，能够使用 PPT 展示介绍、沟通所设计的方案。	72	K13 A14
	商品陈列 与 POP 制	了解商品陈列的原则、方法、注意事项，以及门店 POP 类型、制作与设计原则、	72	K14 K15

	作	要求、常用工具等基本知识；掌握门店商品展示性陈列、销售性陈列的技巧，以及电子化制作 POP 和手绘制作 POP 的技巧；能够熟练使用模特、展台、货架、展架等陈列道具，能够熟练使用切割板、造型剪刀、马克笔、水粉（水彩）等 POP 制作工具；会根据主题画出橱窗陈列设计草图，会完成商品展示性陈列和销售性陈列，会根据主题画手绘 POP。		A15
	网络营销	了解网络营销的定义、特点和发展，网络营销策略，各种网络营销工具的使用，学会使用网络营销工具进行营销方案策划。	72	K16 A16
商务助理方向	市场调查与分析	了解市场调查概述、调查机构、市场调查的内容、市场预测的基本方法等基本知识；掌握市场调查方案设计、问卷设计、抽样调查等技巧；能够合理应用二手资料的收集方法、第一手资料的收集方法，能够完成调查资料的整理和调查资料的分析；能够撰写市场调查报告；会设计一份合格的调查问卷，会按要求开展抽样调查，会整理和分析调查资料。	72	K17 A17
	市场营销策划	了解市场营销策划的含义、作用、特点、三要素、基本要求、原则、方法和程序等基本知识；掌握完成市场调研、制定策划计划的方法和技巧，掌握制定 STP 战略和 4Ps 策略的方法；能够制订一份基本符合规范要求又具有可行性的营销创意策划方案（PPT 形式）；会根据自己在团队中所扮演的角色和承担的任务，结合 PPT 展示分享其在此环节（任务）中的创意、依据和做法。让学生的竞争意识、策划能力、团队协作能力和创新精神得到提高。	72	K21 A18
	推销技巧	了解推销的概念、特点、常见形式和推销模式等基本知识；掌握寻找顾客、接近和拜访顾客、推销洽谈、处理顾客异议、促成交易的方法和技巧；能够说出团队管理、渠道管理和顾客管理的基本方法，能	72	K18 A19

		够运用所学知识技能在模拟场景和实训基地真实推销场景中有效寻找、接近顾客，展开推销洽谈、解决顾客异议、促成交易；会运用所学知识分析案例中的推销团队管理、渠道冲突和窜货问题。培养学生的务实精神、竞争意识、服务意识和整体推销能力。		
	商务谈判	了解商务谈判的概念、分类、谈判理念、原则、模式、基本流程、常见形式和八个常见业务项目等基本知识。掌握商务谈判中的礼仪要求，并能在模拟商务谈判的场景中按礼仪要求进行操练，掌握商务谈判中有效沟通的技巧并能初步在模拟场景中运用；会在模拟商务谈判的场景中做好谈判前的准备工作、运用磋商技巧和策略，打破僵局，比较有效地促成交易，会处理产品买卖合同，在模拟场景中扮演角色（买方或卖方）与对手签订一份基本完整可行的产品买卖合同。	72	K19 A20
营销 策划 方向	市场调查与分析	了解市场调查概述、调查机构、市场调查的内容、市场预测的基本方法等基本知识；掌握市场调查方案设计、问卷设计、抽样调查等技巧；能够合理应用二手资料的收集方法、第一手资料的收集方法，能够完成调查资料的整理和调查资料的分析；能够撰写市场调查报告；会设计一份合格的调查问卷，会按要求开展抽样调查，会整理和分析调查资料。	72	K17 A17
	市场营销策划	了解市场营销策划的含义、作用、特点、三要素、基本要求、原则、方法和程序等基本知识；掌握完成市场调研、制定策划计划的方法和技巧，掌握制定 STP 战略和 4Ps 策略的方法；能够制订一份基本符合规范要求又具有可行性的营销创意策划方案（PPT 形式）；会根据自己在团队中所扮演的角色和承担的任务，结合 PPT 展示分享其在此环节（任务）中的创意、依据和做法。让学生的竞争意识、策划能力、	72	K21 A18

		团队协作能力和创新精神得到提高。		
	消费者行为分析	了解消费者行为分析的起源、发展历程、研究方法、消费行为概述，消费者心理活动、消费者个性心理特征等基本知识；初步掌握分析消费者需要、动机与购买行为关系及消费者产生购买决策、购买动机等技巧；能够通过消费者知识和经验、行为学习理论等学习，分析其与消费者购买行为的关系；会分析消费者态度的形成与改变，消费者态度与消费行为的关系，会解释消费者个性、自我概念和生活方式与消费行为的关系。	72	K21 A21
	营销渠道管理	了解营销渠道在企业营销中的重要性，营销渠道策略与其他营销策略的关系，营销渠道管理的基本内容，营销渠道的内涵、功能、结构、具体形式等基本知识；掌握分析营销渠道变化、演进等技巧；能够根据背景要求初步设计营销渠道，选择渠道成员；会分析渠道风险，会开展渠道激励，会控制渠道冲突，会维护渠道平衡。	72	K22 A22

3. 专业选修课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
新零售创业培训	了解新零售业态的发展趋势及市场形势，了解创业的准备工作和企业家所应具备的素质、创业应具备的条件及创业将面临的挑战等基本知识，掌握组建模拟创业团队，根据需要与实际自主产生创业构思的技巧；能够熟练运用“评估你的新零售市场”等小微企业创办的十大步骤与方法，完成每一步任务进行纸上模拟创业，会撰写创业计划书，会填制销售预测表、成本利润表和现金流量表。帮助学生树立正确的职业观、就业观和创业观；培养探究学习、合作学习、团队协作能力；增强在新零售环境下的市场竞争意识，养成善于学习、敢于创新、执着专注的职业情感。	72	K23 A23

团队综合素质拓展	了解素质、职业素质、团队精神理念、职业礼仪与职业素养、实习工作流程等基本知识；掌握融入团队、调适心理、组织晨会的技巧；能够通过素质拓展活动学会感恩父母、展示自信和魅力；会处理“骂人”的主管、无法融入部门人际关系等实习突出问题，会处理传销、网络诈骗、电信诈骗等问题。	36	Q3 Q5 Q6 Q7 Q8 K24
考证综合实训	通过实训加强学生的营销考证综合能力，了解新零售营销相关基础知识，掌握营销和商品销售技巧，能够按考核要求完成营销考证各项目和流程，会操作营销考证软件。	36	K3 等

4. 综合实训课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
跟岗实习	了解企业及岗位相关情况；熟悉跟岗岗位工作流程；学习和练习岗位技能，在技术专业工作人员的具体指导下，参与跟岗岗位的一部分具体辅助工作。	540	Q3 Q5 K2 K3 A1 A2
顶岗实习	能将自己的理论知识应用于实践，到企（事）业等用人单位的实际工作岗位进行的实习，单独参加专题活动，相对独立地从事某岗位的具体工作。	540	Q3 Q7 K2 K3 A1 A2

八、学时安排

学年教学时间不少于 40 周，周学时一般为 28，三年总学时数约为 3000-3300，顶岗实习一般按每周 30 学时计算；学分与学时的换算。一般 18 学时计为 1 个学分，总学分一般不少于 170 学分，军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分。

公共基础课程学时一般占总学时的 1/3，必须保证学生修完公共基础必修课程的内容和总学时数。选修课教学学时数占总学时的比例均应不少于 10%。

学生顶岗实习一般为6个月，学校可根据实际情况，采取工学交替、多学期、分段式等多种形式组织实施。

九、教学进程总体安排

(一) 课程结构

课程类型		课程性质		开设课程
一级		二级		
名称	代码	名称	代码	
公共基础课程	G	必修课程	1	中国特色与社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、历史、艺术
		限定选修课程	2	心理健康、生理健康、安全教育、新生入学教育、军训、劳动
专业(技能)课程	S	专业基础课程	1	客户服务技巧、商品知识、市场营销、会计基础知识、企业模拟经营(ERP)
		专业核心课程	2	新零售实体店运营实务、消费心理学、视频制作与营销、商务沟通、新零售店店员实务、门店促销活动策划、商品陈列与POP制作、网络营销、市场调查与分析、市场营销策划、推销技巧、商务谈判、渠道管理、消费者行为分析
		专业选修课程	3	新零售创业培训、团队综合素质拓展、考证综合实训
		综合实训课程	4	顶岗实习、跟岗实习.....

(二) 学期教学活动周进程安排

分类 学期	入学教育 与军训	素质教育 活动	理实一体 教学周	实训教学 周	顶岗实习、 社会实践	课程考核与教 学测评	教学周合计
第1学期	2	—	17	—	1(寒假)	1	20
第2学期	—	—	19	—	2(暑假)	1	20
第3学期	—	1	18	—	1(寒假)	1	20
第4学期	—	1	18	—	2(暑假)	1	20
第5学期	—	—	—	—	20	—	20
第6学期	—	—	—	—	20	—	20

(三) 教学进程安排

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学分	总学时	各学期周数、学时分配						考核方式
						1	2	3	4	5	6	
公共 基础课	必修	中国特色与社会主义	G101	2	36	2						考查
	必修	心理健康与职业生涯	G102	2	36		2					考查
	必修	哲学与人生	G103	2	36			2				考查
	必修	职业道德与法治	G104	2	36				2			考查
	必修	语文(一)	G105	2	36	2						考查
	必修	语文(二)	G106	2	36		2					考查
	必修	语文(三)	G107	2	36			2				考查
	必修	语文(四)	G108	2	36				2			考查
	必修	数学(一)	G109	2	36	2						考查
	必修	数学(二)	G110	2	36		2					考查
	必修	数学(三)	G111	2	36			2				考查
	必修	英语(一)	G112	2	36	2						考查
	必修	英语(二)	G113	2	36		2					考查
	必修	英语(三)	G114	2	36			2				考查
	必修	信息技术(一)	G115	2	36	2						考查
	必修	信息技术(二)	G116	4	72		4					考查
	必修	体育与健康(一)	G117	2	36	2						考查
	必修	体育与健康(二)	G118	2	36		2					考查

	必修	体育与健康（三）	G119	2	36			2				考查
	必修	体育与健康（四）	G120	2	36				2			考查
	必修	历史（一）	G121	2	36	2						考查
	必修	历史（二）	G122	2	36		2					考查
	必修	艺术	G123	2	36	2						考查
	必修	语文职业模块	G124	4	72		2		2			考查
	必修	数学职业模块	G125	2	36				2			考查
	必修	英语职业模块	G126	2	36				2			考查
	限选	安全教育	G201	1	18	1						考查
	限选	新生入学教育	G202	1.5	28	1W						考查
	限选	生理健康	G203	1	18	1W						考查
	限选	军训	G204	3	54	2W						考查
	限选	劳动	G205	1.5	28	1W						考查
		小计		64	1154	17	18	10	12	0	0	
	专业基础课	客户服务技巧	S111	3	54	3						考查
		商品知识	S112	4	72		4					考试
		市场营销	S113	4	72	4						考试
		会计基础知识	S114	2	36				2			考查
		企业模拟经营（ERP）	S115	4	72				4			考试
		小计			17	306	7	4	6	0	0	0

专业 课	专业核 心课	——	新零售实体店运营实务	S221	6	108			4	2			考试	
			消费心理学	S222	2	36				2			考查	
			视频制作与营销	S213	4	72				4			考试	
			商务沟通	S223	2	36		2					考查	
			小计		14	252	0	2	4	8	0	0		
		零售店 长方向	新零售店店员实务	S224	4	72	4							考试
			门店促销活动策划	S225	4	72		4						考试
			商品陈列与 POP 制作	S226	4	72			4					考试
			网络营销	S203	4	72				4				考试
			小计		16	288	4	4	4	4	0	0		
		商务助 理方向	市场调查与分析	S227	4	72	4							考试
			市场营销策划	S228	4	72		4						考试
			推销技巧	S229	4	72			4					考试
			商务谈判	S230	4	72				4				考试
			小计		16	288	4	4	4	4	0	0		
		营销策 划方向	市场调查与分析	S227	4	72	4							考试
			市场营销策划	S228	4	72		4						考试
			消费者行为分析	S231	4	72			4					考试

			营销渠道管理	S232	4	72				4			考试	
			小计		16	288	4	4	4	4	0	0		
	专业选修课		新零售创业培训	S311	4	72				4			考试	
			团队综合素质拓展	S312	2	36			2					考查
			考证综合实训	S313	2	36			2					考查
			小计		8	144	0	0	4	4	0	0		
	综合实训课		跟岗实习	S401	30	540					30			考查
			顶岗实习	S402	30	540						30		考查
			小计		60	1080	0	0	0	0	30	30		
学时合计					179	3080	28	28	28	28	30	30		

十、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、商业经济、经济学、工商管理、国际贸易、经济管理等相关专业本科及以上学历；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；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。专业带头人需具有本科以上学历，高级讲师，具有“双师”资格，承担两门以上专业核心课程，有较高的专业学术水平和企业实践能力，具有先进行职业教育理论和较新的专业建设理念，能在专业发展、课程建设、科研与教研、教学改革和青年教师培养等方面起着引领的作用。

专业骨干教师需具有大学本科以上学历，有教师职业资格证书，具备本专业基础理论知识、专业技术知识、课程开发和专业研究能力，有一定的职业技术教育、生产实践经验和专业技能，独立承担 1~2 门专业课程，正确分析、设计、实施及评价课程，具有指导学生参加专业领域的创新和技能大赛的能力，主持或参与核心课程建设或自治区级以上课题，参与编写实训教材或者专业资源库建设的材料。

3. 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、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

从企业聘请具有专业理论基础和专业技术人员来校任教，聘请校企合作实训基地的企业人员作为校外实训指导教师，担任专题讲座、校企合作专业核心课程的教学及顶岗实习的教学，同时参与课程标准的制定、专业教学计划的修订、校企合作教材的开发。

(二) 教学设施

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地。

1. 校内实训室基本要求

校内实训实习必须具备收银实训室、新零售体验中心、商务谈判实训室等实训室，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要功能和设施设备	
		主要功能	面积、设备台套数基

			本要求
1	新零售体验中心实训室	完成商品展示性陈列和销售性陈列实训教学	1. 面积不小于 1000 平方米； 2. 标准货架不少于 10 组，智能货架不少于 4 组； 3. 冰柜 3 台，冰箱 3 台； 4. 商品陈列实训桌 10 张； 5. 门店直播设备 2 套； 6. 新零售线上模拟平台一个； 7. 模特、展示台各 10 个。
		完成商品盘点、补货操作	
		完成线下促销活动实训教学	
		完成门店清场、清洁等 7S 及设备检查实训教学	
		完成线上商品上架、会员注册、线上商品促销实训	
		完成门店直播营销、短视频营销实训教学	
2	商务沙盘实训室	完成企业模拟经营进货实训教学	1. 面积不小 300 平方米； 2. 百树电子沙盘 1 个； 3. 笔记本电脑 9 台； 4. 服务器 1 个； 5. 多媒体设备 1 套； 6. 投影仪 1 个； 7. 操作工位 50 个。
		完成企业模拟经营广告投放实训教学	
		完成企业模拟经营财务报表填制实训教学	
		完成企业模拟经营商品销售实训教学	
3	连锁零售业一体化实训室	完成商品编码录入实训	1. 面积不小于 300 平方米； 2. 收银机 40 台，收银台 40 个；多媒体设备 1 套。 3. 蓝牙无线音响 1 个。
		完成商品收银实训，小票打印实训教学	
		完成商品包装实训教学	
4	商务谈判实训室	完成商务协商实训教学	1. 面积不小 300 平方米； 2. 不少于 20 人的会议圆桌 1 个；5 人会谈桌 4 套； 3. 笔记本电脑 5 台； 4. 多媒体设备 1 套； 5. 演讲台及设备一套； 6. 操作工位 50 个。
		完成商务接待实训教学	
		完成协议谈判与签订实训	
		完成商品电子化展示实训	
		完成商务演讲实训教学	
5	营销策划实训室	完成线上商品上架实训	1. 面积不小 300 平方米； 2. 新零售线上操作平台 1 套； 3. 电脑及电脑桌不少于 40 台套； 4. 多媒体设备 1 套； 5. 圆形讨论桌 4 套。
		完成线上商品促销实训	
		完成线下营销策划创意活动实训教学	
		完成营销策划方案撰写实训教学	

2. 校外实训基地基本要求

序号	实训基地名称	合作企业名称	实训活动内容
1	果品新零售实训基地	果叔叁拾加农产品加工有限责任公司	能够提供开展果品新零售门店经营、管理等实训和顶岗实习活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。
2	精品服装新零售实训基地	斯得雅中国有限责任公司	能够提供开展服装新零售门店经营、管理等实训和顶岗实习活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。
3	校园便利店实训基地	厦门颜值立方科技有限责任公司	能够提供开展快销品新零售门店经营、管理等实训和顶岗实习活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。优先选用体现工学结合、特色鲜明的省部级以上中职规划教材，选用近3年出版的中职规划教材比例达到80%以上。根据课程需要也可选用优质自编校本教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：市场营销、营销管理、企业经营等各类专业藏书（含电子读物）、营销类专业期刊、专业技术资料和国家及行业颁布的相关标准等。

3. 数字教学资源配置基本要求

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、数字教材等专业教学资源库，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

对实施教学应采取的方法提出要求和建议。

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，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

(1) 在校学习的教学方法

在校教学环节，主要采取项目教学、案例教学、任务教学、模块教学等方法。通过实际与仿真的项目或任务，让学生在教师的引导下参与探究式学习。所有课程全面普及项目教学、案例教学、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、混合式教学等新型教学模式。

部分课程还需要使用讲授法、演练法等让学生巩固学习成效。

(2) 企业实践的教学方法

企业实践一部分由学生所有单位或实习单位提供实习岗位，另一部分由学校统筹组织安排。实习期间实行岗位工作任务式教学，由岗位导师提供项目或任务，并组织开展教学组织与教学考核。

(3) 线上学习的教学方法

部分课程或课程的部分环节需使用线上教学。线上教学基于超星在线课程等知名在线课程平台，形成“互联网+教学管理系统”的开放共享学习平台，实现线上、线下混合式学习。

教师通过平台完成答疑、作业管理、课程管理、考试管理，实现学习过程实时监管、进度统计、成绩统计。学生通过平台完成视频播放、作业、答疑、讨论、在线考试等操作，通过考核即可获取学分。根据教师设定的课程学习进度，完整地学习在线课程、记录笔记，师生、生生之间实现在线提问、在线讨论交流。系统将详细记录教学过程、学习过程，并分析学习行为与评估学习效果。

根据市场营销专业中职学生的特点，本着“知识够用，能力实用”为原则；在教学过程中，教师依据以行动为导向的教学方法，在课程教学过程中，基于“要我学”过渡为“我要学”的学习理念，重点倡导“学中做、做中学”；加强创建真实的企业情境，通过分组教学，强调探究性学习、互动学习、协助学习等多种学习策略，采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、案例教学法、头脑风暴法、演示法等多种教学方法，践行“做中学”，教学过程突出“以学生为主体，老师为主导”，促进学生职业能力的培养，有效地培养学生解决问题及可持续发展的能力。

(五) 学习评价

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。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，引导学生主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、等实践性教学环节的全过程管理与

考核评价。

教学评价主体、评价方式、评价过程多元化，注意吸收行业企业参与。校内校外评价结合，职业技能鉴定与学业考核结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合。过程性评价与结果性评价相结合，不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注运用知识在实践中解决实际问题的能力水平，重视规范操作、安全文明经营、节约能源、爱护经营设备和商品，提倡环保意识。

1. 注重过程性考核

课程教学要关注学生的学习过程，对学生的过程进行评价和记录，形成过程性考核和评价成绩。

2. 注重职业素质评价

课程教学过程中，将职业素质的基本要求落实到学生的课堂行为和学习行为中，按职业要求对学生的学习行为、方法思路、过程表现进行评价，引导学生认知、实践和巩固职业意识和职业行为，形成良好的职业习惯，提高职业综合素质。

3. 注重能力评价

课程教学评价，特别是专业课程的评价，在基础知识评价的基础上，更注重能力的评价，在评价内容、方式的设计上，体现出专业能力，在实施上注重专业能力。

4. 多主体评价

通过设计多环节、多方面的评价项目，将评价主体从任课教师扩展到学生、学校相关部门或人员、行业企业人员等，实现评价主体的多元化。

(六) 质量管理

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度。成立市场营销专业理事分会，每年至少召开一次理事大会，就有关市场营销专业建设和发展、专业教学计划审订、课程体系建设、提高专业技能等问题进行商议研讨。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理。建立市场营销专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全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。

3. 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。

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、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。

5. 专业教研组织应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。

6. 深化校企合作，认真按照教学计划安排，开展学生跟岗实习和顶岗实习，确保人才培养方案的实施到位。

十一、毕业要求

(1) 课程学习要求：必须通过所有课程考核。

(2) 顶岗实习要求：合格。

(3) 学生综合素质测评：全部合格。

(4) 职业资格证书要求：获得一项职业资格证书（含 1+X 职业技能证书、职业技能等级证书）

(5) 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十二、附录

(一) 专业人才培养方案专家论证表

(二) 专业人才培养方案审批表

(三) 专业人才需求与人才培养调研分析报告

(四) 专业人才培养方案优化调整审批表