



陕西职业技术学院

SHAANXI VOCATIONAL & TECHNICAL COLLEGE

市场营销专业 三年制人才培养方案 (2020 级)



陕西职业技术学院
对外贸易学院

办学定位：

扎根西安，服务陕西，全国领先，世界一流，打造现代服务业特色人才培养高地。

办学理念：

特色化、信息化、国际化

校训：德技并修 千天向上

校风：求真务实

教风：严教善导

学风：励学笃行

市场营销专业人才培养方案

撰 写 单 位：	陕西职业技术学院对外贸易学院		
负 责 人：	周薇	陕西职业技术学院对外贸易学院	副院长
专 业 带 头 人：	王川	陕西职业技术学院对外贸易学院	专业带头人
	陆彤	光明地产股份有限公司	专业带头人
主 要 撰 写 人：	杨凡	陕西职业技术学院对外贸易学院	教研室主任
主 要 完 成 人：	王敏	陕西职业技术学院对外贸易学院	党支部副书记
	王静	陕西职业技术学院对外贸易学院	创新创业教研室主任
	韩黛娜	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	陈婷	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	李爱君	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	白莲	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	贾琼	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	高瑜	陕西职业技术学院对外贸易学院	骨干教师
	王乐忠	西安粤嵌股份有限公司	企业兼职教师
	米波	以纯西北分公司	企业兼职教师
	白光泽	京东西北分公司	企业兼职教师
	范启雷	辽宁世纪阿里服务有限公司	毕业生校友
	邓茂涛	西安粤嵌股份有限公司	毕业生校友
	米洋洋	中国电信榆林分公司营业厅总经理	毕业生校友

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标、培养模式与培养规格.....	1
（一）培养目标.....	1
（二）培养模式.....	2
（三）培养规格.....	3
六、课程设置及要求.....	4
（一）工作岗位分析.....	4
（二）职业能力分析.....	5
（三）课程结构及基本要求.....	7
七、教学进程总体安排.....	9
（一）专业实践教学设置表.....	9
（二）实践教学进程表.....	10
（三）理论课程及理实一体课程教学进程表.....	12
八、实施保障.....	16
（一）师资队伍.....	166
（二）教学设施.....	17
（三）教学资源.....	18
（四）教学方法.....	18
（五）学习评价.....	19
（六）质量管理.....	20
九、毕业要求.....	21
十、校企合作的专业建设指导委员会.....	21
十一、建议与说明.....	23
（一）建议.....	23
（二）说明.....	23
附件 1：课程基本要求.....	24
附件 2：人才培养方案调研报告.....	67

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

专业代码：630701

二、入学要求

普通高中阶段教育毕业生或同等学力者。

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

表 4-1 职业面向表

专业大类 (代码)	专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能等级证书或其他 认可度高的行业企业 标准和证书
财经商贸 大类 (63)	市场营 销类 (6307)	批发业 (F-51) 零售业 (F-52)	营业员 (4-01-01-01)	营业员、陈列 员、卖场经理	高级营销员 陈列师/品类管理师
			推销员 (4-01-02-01)	推销员	高级营销员 高级营销师
			摊商 (4-01-99-03)	小微商业企业、 创业者	网店运营推广证书
			营销工程技术 人员 (2-02-34-06)	市场调查员、 统计员、营销策 划员、销售经理	市场调查与分析师 广告策划师 营销策划师
			市场管理员 (4-01-07-02)	市场管理员、 市场主管	全国职业店长资格证书 新媒体运营师 高级营销师
		互联网和 相关服务 (F-64)	商务专业人员 (2-06-07)	网店推广、 网络营销	网店运营推广证书
			互联网营销师	直播销售员	互联网营销师中级证书

五、培养目标、培养模式与培养规格

(一) 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；服务陕西制造业、服务业、商业、金融业等多行业及区域经济发展需要，掌握营销管理基本理论、连锁经营、互联网营销等知识，具备市场调查与预测、营销策划与执行、谈判与销售、新媒体营销技术技能，面向企、事业单位职业岗位，能够从事市场调研、营销/广告策划、商品品类管理、谈判与销售管理、店面与渠道管理、互联网营销、网店与品牌推广、数据分析与决策、客户管理、创新创业等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养模式

市场营销专业是电子商务专业群内的专业, 人才培养采用基于工作过程的“1X43” 分层分类专业群人才培养模式，1指完成人才培养方案中要求的理论知识和专业素养，获得1个学历证书；X指在获得学历证书基础上，取得适应市场营销职业能力和岗位能力需要的英语、计算机、销售、市场调查与分析、新媒体、营销策划等技能等级证书；4指“岗、课、赛、创” 四位一体实施人才培养。以工作过程及市场营销岗位能力设置课程及课程模块，岗课融合、课赛融通、赛创一体，培养高素质技术技能人才；3指“创意、创新、创业” 三创培养。创意是指实施生产项目化教学组织设计，鼓励学生参加职业技能竞赛；创新是指鼓励学生发现企业营销实践过程中的技术问题，培养学生解决实际问题能力和团队精神；创业是指组织创业路演，真实账号运营，校园创业实践，培养学生责任意识、风险意识和创业能力。

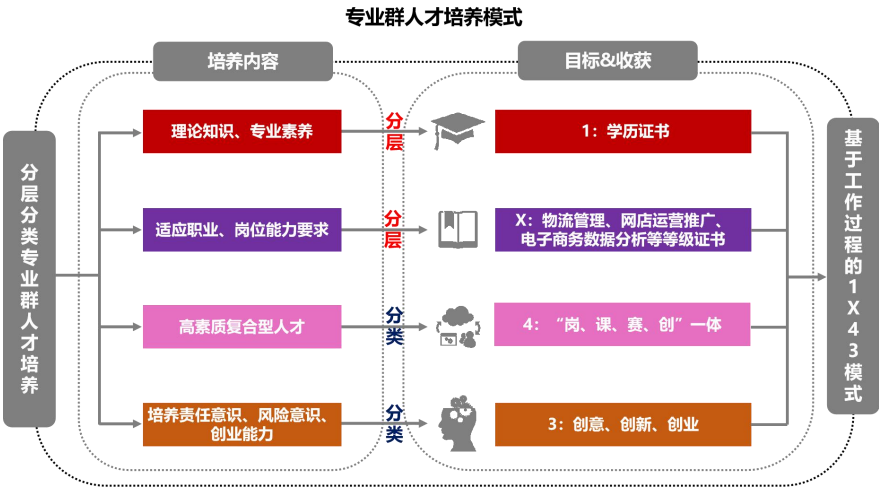


图1 “1X43” 培养模式

（三）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

1. 素质

（1）基本素质

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感，崇尚宪法、遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和参与意识。

（2）职业素质

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐相处；具有职业生涯规划意识；具有从事相关职业应具备的其他职业素养要求。

具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养。

2. 知识

包括对公共基础知识和专业知识等的培养规格要求。

（1）基础知识

掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；掌握必备的环境保护、安全消防等知识；掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识；熟悉与市场营销本专业相关的法律法规知识。

（2）专业知识

掌握市场营销管理基本理论知识；掌握市场调查与预测的基础知识；掌握消费者行为和心理分析的基本内容和方法；掌握商品分类、陈列、策划、管理的知识；掌握推销、谈判、销售口才基础知识和技巧；掌握营销活动、广告、公关、新媒体策划的基本内容和方法；熟悉互联网营销新知识、新技术，掌握大数据分析的方法和社群营销的知识；掌握连锁经营的管理原理、人力资源管理、门店开发与设计等知识；掌握品牌设计、管理与推广的知识；掌握服务营销与客户关系管理相关知识。具有一定的电子商务专业群的电商、物流、国贸等基础专业知识。

3. 能力

包括对通用能力和专业技术技能等的培养规格要求。

（1）通用能力

具备基本的英语、信息技术应用能力；具有探究学习、终身学习、独立思考、逻辑推理、信息加工能力；具有分析问题和解决问题的能力；具有良好的口语与书面表达能力和沟通能力；具备商务礼仪规范应用能力；具有一定的综合技能与社会环境的适应能力；具备创新创业能力。

（2）专业能力

具有市场调查的计划、组织、实施和商务数据分析的能力；具有营销计划、组织实施、控制等管理能力；具有对目标客群和竞争者进行分析的能力；具有开展营销策划与执行的能力；具有组织实施网店、品牌、产品的线上线下推广的能力；具有商业谈判、门店开发与管理、渠道设计推广与管理的能力；具有与客户谈判沟通、客户关系管理的能力；具备运用移动互联网平台、新媒体工具开展网店运营推广、社群营销与运营、数据分析与开展数字营销、微商与直播带货等互联网营销的能力。

六、课程设置及要求

（一）工作岗位分析

表 6-1 工作岗位分析表

序号	岗位名称	岗位职责
1	市场调研岗位	1. 制定市场调查方案，并组织实施 2. 设计、运用问卷开展调研 3. 运用多种调研方法、方式开展调研 4. 对调研的数据进行整理和分析 5. 撰写市场调研报告，向管理层提出建议
2	市场开发与销售岗位	1. 根据大数据分析 with MIS 系统支持，制定市场的整体开发计划 2. 在市场调研基础上，进行市场细分，选择目标市场 3. 开发与巩固市场，与客户建立、稳定关系，为顾客提供专业服务支持 4. 建立分销体系，协助代理商开拓二级市场和终端客户，评估代理商 5. 负责公司、品牌、产品形象的宣传、推广 6. 收集顾客对产品与服务的反馈意见，提出改进的建议 7. 建立客户资料卡及客户档案，完成相关销售报表 8. 完成入店培训、商品陈列、推销、促销策划等工作
3	客户关系管理岗位	1. 联系、拜访、接待客户、与客户沟通 2. 收集客户信息，了解并分析客户需求，开发新客户

		3. 对客户进行分级分类管理，维护老客户，促进老带新 4. 建立客户关系管理系统，特别是售后服务信息，解答客户咨询、质疑等 5. 策划维护客户的方案，如节假日客户答谢活动、积分管理、抽奖优惠券等
4	市场管理岗位	1. 负责建立、完善、运营相关系统以及工作标准 2. 市场相关岗位的人员招募、培训、考核评价等 3. 设计、管理、评估分销渠道体系，包括盈利能力、适应能力、控制力等 4. 创建、发展运营团队，培养与开发团队成员的能力 5. 贯彻执行组织规章制度 6. 对销售风险的控制管理
5	营销策划岗位	1. 制定与市场情况、产品状态、消费群体相适应的、经济有效的营销策划方案，并加以评估、实施、检验 2. 参加新产品设计沟通会议，分析新产品特点并转化为卖点 3. 负责主持脑力风暴会议，与创意团队（平面设计师、文案撰写人、视频设计师）一起沟通新产品的详情页、创意推广方式等 4. 进行广告策划，对投放策略、文案撰写进行制定与执行 5. 负责各平台渠道的优化工作，包括创意构思、内容优化、数据分析等 6. 监控和研究竞争对手及其他网站营销策略，调整、优化，为企业整体经营提供良好的服务及决策建议 7. 具备良好的项目提案撰写能力，结合各类促销活动独立完成创意设计案，熟悉撰写社交媒体宣传推广策划案
6	网店运营与推广	1. 开展互联网市场调研、分析 2. 创建网络店铺、网店装修、商品拍摄与后期处理 3. 运用互联网平台与新媒体营销工具开展网店运营与推广 4. 策划网店促销活动 5. 运用各种营销方式进行网络销售，贴吧、微博、微商、直播带货等 6. 订单管理、跟踪物流、客户服务管理等 7. 对网店数据进行分析、决策
7	门店开发与管理岗位	1. 对行业市场、竞争状况、连锁经营状况等开展调研 2. 门店选址开发、装修与设计、货源选择、陈列与布局、商品与服务定价等 3. 门店运营管理：促销活动策划、客户管理、订单管理、售后服务等 4. 人员培训、薪酬、绩效管理 5. 连锁经营管理，加盟/直营模式的设计、激励、评估等管理
8	营销创业岗位	1. 开展线上线下市场调研 2. 开展市场营销计划、组织实施与管理控制 3. 组建营销团队，分工协作，发挥所长 4. 能够对网络热点、社会热点有敏感度，能快速响应热点与项目结合 5. 负责各类营销活动的创意策划与执行、总结 6. 借助移动互联网趋势大众创业，在微信微博、视频直播或其他平台创业

（二）职业能力分析

表 6-2 职业能力分析表

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	对应证书
市场调研	1. 明确市场调研目	1. 掌握相关政策及行业法律法规信	市场调查与预测	市场调查

	的、做好调研工作的准备 2. 实施调研 3. 确定结论，撰写市场调研报告 4. 根据调研结果确定定位、制定营销决策	息，根据市场与竞争情况，确定调研目标的能力 2. 掌握设计问卷、合理抽样、采用科学合理的调研方法实施调研的能力 3. 对数据归纳、分析、判断，撰写调研报告，也能阅读判断分析的能力 4. 根据调研报告，预测市场前景趋势、提出可行性营销建议方案的能力	商务调研实训 商务数据分析 数字营销	分析师
开发市场与销售	1. 制定市场营销计划 2. 分析市场前景、挖掘客户、开发市场 3. 联系客户、沟通谈判、促成成交 4. 跟踪订单、客户服务、客户关系管理 5. 开发分销代理商，培育渠道体系	1. 运用 SWOT 分析、五力分析法的能力，掌握市场调研、细分市场、选择并分析目标市场需求特征的能力 2. 找准营销定位、向客户介绍产品优势、异议答疑、沟通谈判、促成成交的能力 3. 维护与跟单，做好售后服务，开发潜在需求、促成复购的能力 4. 与渠道中间商进行沟通谈判，管理、激励中间商的能力 5. 关注行业变化、竞争对手策略与产品情况，能灵活应对的能力	市场营销学 市场调查与预测 销售口才实训 客户关系管理 公共关系 商务谈判与沟通艺术	高级营销员 高级营销师
门店运营与渠道管理	1. 设计渠道要素，选择、调整、评估、激励渠道中间商成员 2. 进行门店开发的可行性分析、设计门店开发的基本流程、选择商圈与店铺位置 3. 进行门店内外部的装潢设计、商品陈列、CIS 系统设计与运用 4. 策划与执行门店各项活动，并总结评估 5. 招聘管理人员与经营人员	1. 掌握渠道设计的影响因素，根据公司营销战略开发经销商、代理商，并科学管理（包括维护、激励、评估、调整等），共建物流分销体系的能力 2. 根据门店发展规划完成前期的可行性分析报告 3. 按照门店设计规划流程初步设计、选择适合的商圈与店铺位置 4. 将 CIS 系统应用到门店，策划门店各种活动促进销售 5. 招聘、培训、管理、考评门店工作人员	物流管理基础 连锁经营管理原理 商品策划与品类管理 连锁企业门店开发与设计 连锁企业人力资源管理 商务谈判与沟通艺术	门店选址师 陈列师 / 品类管理师 全国职业店长资格证书
营销策划	1. 市场调研 2. 形成营销创意 3. 营销传播方案设计 4. 合理制订营销成本预算 5. 撰写营销策划方案并实施、评估总结	1. 掌握完善的营销策划知识体系 2. 具备创新精神、敏锐的观察力 3. 良好的沟通能力、文案表达能力 4. 有效的执行能力和应变能力 5. 团队分工协作、社群运营的能力	市场营销学 营销思维训练 广告策划 营销策划 社群营销与运营 整合营销策划实训	营销策划师
客户关系管理	1. 开发并联系客户 2. 自我介绍、公司与商品介绍	1. 按照客户细分标准与客户计划与客户保持联系 2. 产品推荐及促销品、资料的发放	客户关系管理 服务营销 商务谈判与沟通	客户关系管理师

	3. 运用信息化技术创建并管理客户信息档案、维护好客户关系 4. 答疑异议，促成成交与复购，通过客户推荐开发新客户	3. 汇总分析辖区内客户订单销售情况，提高辖区内客户满意度指数 4. 对产品质量投诉与意见处理结果及时反馈	艺术 销售口才实训	
网店运营	1. 创建网络店铺 2. 上传商品、设置店铺首页、详情页等 3. 网店运营流量分析与各大平台流量推广 4. 物流管理 5. 客户服务	1. 选择平台创建店铺、定位、选择货源、为商品定价等 2. 店铺装修，店铺首页设置、上传商品详情页等 3. 网店运营数据分析，平台内流量数据分析、平台外流量如微信、微博、视频、直播等平台流量推广 4. 选择物流公司、安排发货、跟单、电子物流信息管理等 5. 做好客服工作，售前、售中、售后的服务等	创业策划与项目路演 新媒体营销工具 商品拍摄与后期制作 数字营销	网店运营 推广证书
新媒体运营	1. 对新媒体运营平台与工具的选择、运用 2. 图片视频等素材的拍摄与后期制作 3. 组建社群、运营推广 4. 数据分析与决策，客户开发与分级管理	1. 学习与掌握新媒体运营的平台、工具的能力 2. 图片、视频的拍摄与后期制作能力 3. 开展社群营销与运营的能力 4. 客户开发与维护管理能力 5. 新媒体数据分析与决策能力 6. 营销创意组合、创新发展的能力	电子商务概论 新媒体营销概论 新媒体营销工具 商品拍摄与后期制作 社群营销与运营	新媒体运营师 新媒体营销师 互联网营销师
创新创业	1. 组建创业团队，开展市场调研、预估风险、SWOT 分析 2. 识别市场机会、开展营销管理 3. 充分运用互联网+创业的市场大环境、移动电商平台等创业机遇，创新、灵活应对市场决策 4. 做微商、直播带货 5. 激励、评估、管理公司员工	1. 掌握创新思维、创业意识与能力、长远眼光与全局观 2. 具备大学生思政、法律、道德、职业素养，良好的心理素质，一定的抗压与灵活应变能力，一定的挑战、预防、控制风险的能力，团队合作意识与团队协作的能力 3. 掌握营销专业理论知识与专业实践技能，掌握移动互联网平台与工具的能力 4. 具备学习、创新、挑战的大胆开拓创新的意识与素养	企业认知 创业策划与项目路演 销售口才实训 专业群生产性实训 专业群人员从业素质	互联网营销师

（三）课程结构及基本要求

1. 课程结构（下页图）
2. 基本要求见附件 1

2020级市场营销专业课程地图

	专业实践课	公共基础课	公共选修课	专业必修课	专业选修课	公共选修课		
新生入学	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	毕业	
	市场营销学	电子商务概论	新媒体营销概论	营销创意策划	数字营销	毕业设计 顶岗实习		
	国际贸易	消费心理学	商品策划与品类管理	客户关系管理	专业群人员从业素质			
	物流管理基础	市场调查与预测	商务谈判与沟通艺术	社群营销与运营	营销实战典型案例分析			
	创业策划与项目路演	连锁经营管理原理	广告策划	连锁企业人力资源管理	顶岗实习			
	B信息技术（非专业类）	企业认知-ITMC营销模拟经营沙盘	商品拍摄与后期制作	连锁企业门店开发与设计				
	入学教育与安全教育	商务调研实训	营销思维训练	服务营销				
	军训与国防教育	商务数据分析	新媒体营销工具	专业群生产性实训				
	思想道德修养与法律基础（1）	思想道德修养与法律基础（2）	市场营销综合实训	整合营销策划实训				
	职业素质英语（1）	职业素质英语（2）	销售口才实训	军训与国防教育				
	体育与健康（1）	体育与健康（2）	体育与健康（3）	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2）				
		应用文写作	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（1）					
		公共选修课						
	形势与政策			市场营销职业发展规划讲座				
	大学生职业发展与就业指导			ITMC营销技能大赛指导讲座				
	大学生心理健康教育			“1+X”证书系列讲座				
	创新意识与创新实践教育			商务法律法规知识讲座				
	军事理论（国防教育）			一带一路沿线国家文化讲座				
	美育			招聘与面试指导讲座				

七、教学进程总体安排

（一）专业实践教学设置表

表 7-1 专业实践教学设置表

序号	实践课程名称	学期	周数	主要内容及要求	地点	考核办法	备注
1	专业群企业认知	2	1	ITMC 营销模拟经营沙盘：营销技能大赛必须基本知识及相关实操练习，熟悉沙盘软件操作，选拔技能大赛人才	营销综合实训室	项目考核	专业群 通识课
2	专业群生产性实训	4	1	粤嵌校内企业实训	企业实训室	项目考核	
3	商务调研实训	2	1	针对项目进行调查方案设计、问卷设计、实施调研，对调研结果进行简单的数据分析，撰写调研报告	营销综合实训室	项目考核	
4	商务数据分析	2	1	对商务数据进行分类整理，运用软件或图表工具进行分析，分析沙盘软件竞赛数据，掌握商务 PPT 的特殊性、制作策略并能熟练操作	营销综合实训室	项目考核	
5	市场营销综合实训	3	1	营销技能训练、沙盘对抗练习、数据分析基础上进行营销策略分析、竞赛策略分析	营销综合实训室	项目考核	
6	销售口才实训	3	1	销售口才基本功训练，销售口才技能提升训练，销售口才专项训练	外贸谈判实训室	项目考核	

7	整合营销策划实训	4	1	结合所学的市场营销学、市场调查、广告策划、营销策划、新媒体营销、社群营销与运营等多门专业课程开展整合营销的策划实训	营销综合实训室	项目考核	
8	毕业设计	5	10	能够综合运用所学知识，理论联系实际，完成毕业实习报告或者毕业设计的撰写和设计工作；根据所学专业，在企业进行顶岗实习	实习企业	毕业设计 实习周志 实习报告	
9	顶岗实习	6	20				

（二）实践教学进程表

表 7-2 实践教学进程表

学 年					一		二		三		合 计				
学 期					1	2	3	4	5	6					
学期周数					20	20	20	20	20	20	120				
考试周数					1	1	1	1	1	0	5				
实践周数					3	3	2	3	10	20	41				
上课周数					16	16	17	16	9	0	74				
类别	序号	课程代码	课程类型	课程名称	周课时/上课总周数						总学时	授课学时	实践学时	学分	备注
公共基础课 （综合素质实践课程）	1	00000001	C	入学教育与安全教育	1W						30	30	0	1	
	2	00000002	C	军训与国防教育	2W			1W			106	36	70	4	包含 36 学时军事理论

	3	00000003	C	劳动教育							16	16	实践课 结合实 训周及 课外活 动进行	2	具体执行 见《陕西 职业技术 学院劳动 教育教学 实施管理 办法》
	4	素质教育拓展		具体实施方案由团委负责（第二课堂）										4	
	5	奖励学分												4	
	6	职业技能等级证书/ 职业资格证书标、准												4	
专业 实践	1	WM000106	C	企业认知-ITMC 营销模拟经营沙盘		1w					20	0	20	1	专业群 通识课
	2	WM000107	C	电商专业群生产性实训				1w			20	0	20	1	
	3	WM000421	C	商务调研实训		1w					20	0	20	1	
	4	WM000422	C	商务数据分析实训		1w					20	0	20	1	
	5	WM000423	C	市场营销综合实训			1w				20	0	20	1	
	6	WM000424	C	销售口才实训			1w				20	0	20	1	
	7	WM000425	C	整合营销策划实训				1w			20	0	20	1	
	8	00000020	C	顶岗实习 / 毕业设计					10w	20w	600	0	600	15	成绩评定 第六学期
合计					3	3	2	3	10	20	740	0	740	41	

（三）理论课程及理实一体课程教学进程表

表 7-3 理论课程及理实一体课程教学进程表

学 年					一		二		三		合 计				
学 期					1	2	3	4	5	6					
学期周数					20	20	20	20	20	20	120				
考试周数					1	1	1	1	1	0	5				
上课周数					16	16	17	16	9	0	74				
类别	序号	课程代码	课程类型	课程名称	周课时/上课总周数						总学时	授课学时	实践学时	学分	备注
公共基础课	1	SZ000010	A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（1）			2/16				36	32	4	2	
	2	SZ000011	A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2）				2/16			36	32	4	2	
	3	SZ000012	A	思想道德修养与法律基础（1）	2/13						26	22	4	1.5	
	4	SZ000013	A	思想道德修养与法律基础（2）		2/14					28	24	4	1.5	
	5	JC000009	A	职业素质英语（1）★	4/12						48	48	0	2.5	
	6	JC000010	A	职业素质英语（2）★		4/12					48	48	0	2.5	
	7	JC000011	B	体育与健康（1）	2/15						30	2	28	1.5	
	8	JC000012	B	体育与健康（2）		2/16					32	4	28	1.5	
	9	JC000040	B	信息技术（非专业类）★	2/15						30	15	15	1.5	非计算机类专业
	12	JC000025	A	应用文写作		2/12					24	24	0	1.5	
	17	SZ000003	A	形势与政策	学习平台学习+讲座（实习期间平台自主学习）						48	48	0	2	必选

	18	00000013	A	大学生职业发展与就业指导	学习平台学习+讲座					32	32	0	1.5	必选
	19	00000005	A	大学生心理健康教育	学习平台学习+讲座					32	32	0	1.5	必选
	20	00000006	A	创新意识与创新实践教育	学习平台学习+讲座					32	32	0	1.5	必选
	21	00000015	A	军事理论（国防教育）	学习平台学习+讲座					32	32	0	1.5	必选
	22	00000018	A	美育	学习平台学习+讲座					32	16	16	1.5	必选
公共选修课	1	JC000013	B	体育（3）			2/16			32	4	28	1.5	
	2	公共任选课				2	2	2	2	96	96	0	4.5	任选3门
专业必修课	1	WM000102	B	市场营销学★	4/15					60	30	30	3.5	专业群基础通识课
	2	WM000104	B	国际贸易理论与实务	2/15					30	15	15	1.5	
	3	WM000103	B	物流管理基础	2/15					30	15	15	1.5	
	4	WM000101	B	电子商务概论		2/15				30	15	15	1.5	
	5	WM000400	B	消费心理学★		4/13				52	26	26	3	
	6	WM000401	B	市场调查与预测★		4/13				52	26	26	3	
	7	WM000402	B	新媒体营销概论			2/16			32	16	16	2	
	8	WM000403	B	商品策划与品类管理★			4/13			52	26	26	3	
	9	WM000404	B	商务谈判与沟通艺术			4/13			52	26	26	3	
	10	WM000405	B	广告策划			4/13			52	20	32	3	

	11	WM000406	B	客户关系管理				4/13			52	26	26	3	
	12	WM000407	B	营销创意策划				4/13			52	20	32	3	
	13	WM000408	B	社群营销与运营				4/13			52	20	32	3	
	14	WM000409	B	连锁企业人力资源管理 ★				4/13			52	26	26	3	
	15	WM000410	B	连锁企业门店开发与设计				4/13			52	20	32	3	
专业选修课	1	WM000105	C	创业策划与项目路演		4/5					20	0	20	1	专业群拓展通识课
	2	WM000108	B	专业群人员从业素养					4/8		32	16	16	2	
	3	WM000411	B	连锁经营管理原理		2/16					32	20	12	2	
	4	WM000412	B	商品拍摄与后期制作			2/16				32	12	20	2	
	5	WM000413	B	营销思维训练			2/16				32	16	16	2	
	6	WM000414	B	新媒体营销工具			2/16				32	12	20	2	
	7	WM000415	B	服务营销				2/16			32	16	16	2	
	8	WM000416	B	数字营销					4/8		32	16	16	2	
	9	WM000417	B	营销实战典型案例分析					4/8		32	16	16	2	
	11		A	市场营销职业发展规划讲座	2										“1+X”系列讲座/专题辅导 课外进行
	12		A	ITMC 营销技能大赛指导讲座	2	2									
	13		A	市场调查分析大赛指导讲座			2								
	14		A	“1+X”证书系列讲座		2	2								
	15		A	“一带一路”沿线国家文化				2							
	16		A	商务法律法规知识讲座				2	2						

	17		A	招聘与面试指导讲座				2	2						
学期周课时					18	26	22	22	12	0					
学期课程门数/考试课门数					7/3	9/2	9/1	7/1	3/0	0					

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 本专业专兼职教师 16 人，其中，专任教师 8 人，兼职教师 8 人。
2. 专业师资队伍职称与年龄结构合理。
3. 具有高校教师资格证书。
4. 双师素质教师比例达 100%。
5. 兼职教师占教师总数的比例达 50%。
6. 专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；取得市场营销、企业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，能够主持或者参与开展课程教学改革与科学研究。
7. 兼职教师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，需拥有三年或以上的企业实践经历，具有较高的专业素养和职业能力，需取得市场营销专业类的高级营销师、网店运营推广（高级）等职业资格证书或者其他经济类职业资格证书，能够承担本专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。
8. 专业双带头人，能够较好地把握国内行业、专业发展，密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织科研工作能力强，在本区域具有的专业影响力。

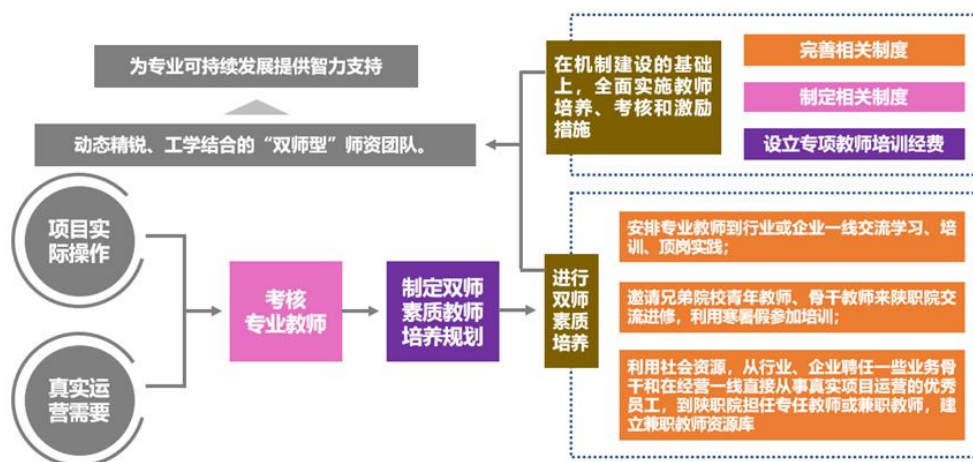


图 2 双师型师资团队培养图

（二）教学设施

1. 校内实训基地

市场营销专业校内实训基地主要有营销综合实训室、ITMC 实训室、外贸谈判实训室、直播实训室、怡亚通校内生产性实训基地等，承担本专业的校内实训及教学。

表 8-2 校内实训基地情况表

序号	名称	核心设备	基本数量要求	主要实训项目
1	营销综合实训室	电脑、多媒体设备、投影设备营销专业软件、常用办公软件等	电脑 60 台、多媒体设备、投影设备、黑板、ITMC 软件、常用办公软件等	营销综合实训、商务调研实训、整合营销策划实训
2	ITMC 实训室	多台电脑、ITMC 软件、多媒体设备、投影设备等	电脑若干台/2 人、ITMC 软件、多媒体设备、投影设备灯	营销综合实训、ITMC 营销沙盘实训
3	外贸谈判实训室	商务谈判桌椅、商品货、多媒体设备、投影设备等	谈判大桌椅 1 套、小桌椅 7 套、多媒体设备 1 套、投影设备 1 套、常用办公软件等	商务谈判与沟通艺术、广告策划、营销创意文案策划、新媒体营销
4	直播实训室	直播设备、商品与货架、电子屏与投屏软件等	手机支架与话筒支架各 2 套、美颜灯与蓝牙遥控设备 1 套、手机（学生准备）、大桌子 1 张、电子屏设备 1 套、货架与商品若干等	新媒体营销、整合营销策划实训、社群营销与运营
5	怡亚通校内生产性实训基地	商品及货架，收银台，结算系统，超市环境硬件设施	一套	连锁企业门店开发与设计、商品策划与品类管理、商品拍摄与后期处理、客户关系管理

2. 校外实训基地

学院同省内外多家单位建立了校企合作关系，共同设计和承担教学和实习任务，实现“校企合作产教融合”的效果。

表 8-3 校外实训基地情况表

序号	名称	核心设备	接纳容量	主要实训项目
1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	商品及货架，收银台，结算系统，超市环境硬件设施	10	连锁企业门店开发与设计、商品策划与品类管理、广告策划、商品拍摄与后期处理、客户关系管理
2	广州粤嵌通信科技有限责任公司西安	电脑、服务器、空调、配套软件	100	客户关系管理、市场调查与分析、商务谈判、众创

	研发中心			空间等
--	------	--	--	-----

（三）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

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。学校建立了专业教师、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。

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：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

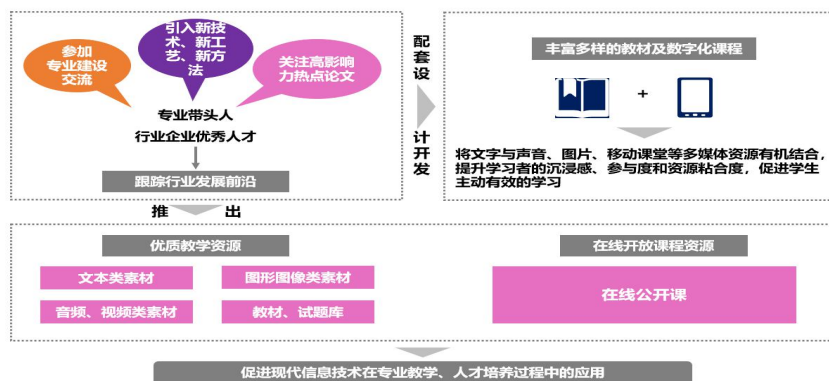


图3 教学资源图

（四）教学方法

除采用讲授法、案例分析法、情景模拟法、角色扮演法、讨论法、任务驱动法、直观演示法、参观教学法等教学方法外，本专业利用校企合作资源优势和现代化信息技术和教育手段，构建“线上自主学习、线下面授辅导”相结合的混合

式教学模式。把传统学习方式的优势和 e-Learning(即数字化或网络化学习)的优势结合起来,将线上资源和线下资源整合优化,开启双向人才培养模式新渠道。

线上:借助于智慧树&知到、职教云平台构建大量在线学习资源,借助腾讯课堂、智慧树、钉钉、蓝墨云、QQ 群等平台开通线上直播课堂,支撑学生在线自主学习、素材搜集、培训演练、学习积分兑换、上传作业、在线发帖提问互动讨论等,实现网络学习空间“人人通”。

线下:任课教师通过组织课堂讨论、课堂点评、面授辅导、实践指导等教学活动,在线下引导学生学习。同时,行业专家、企业专家依据培养方案对学生进行岗位技能训练、项目运营全程指导。

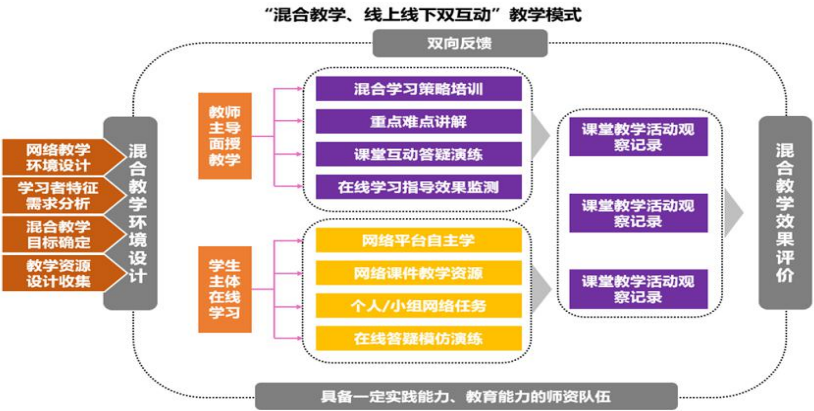


图 4 线上线下混合教学模式图

(五) 学习评价

本专业围绕行业、企业用人标准,建立多方参与的学生学习考核评价机制,提高职业教育的吸引力和评价客观性。

本专业的专任教师、兼职教师或企业指导教师(企业师傅),根据学生在各类情景教学和项目运营过程中体现的职业态度、职业技能素养、职业技能掌握情况、工作日志、工作总结等材料,将学生自我评价、教师评价、师傅评价、企业评价、社会评价相结合,建立以能力为核心,行业企业共同参与的多元考核评价模式,提高职业教育的吸引力和评价客观性。

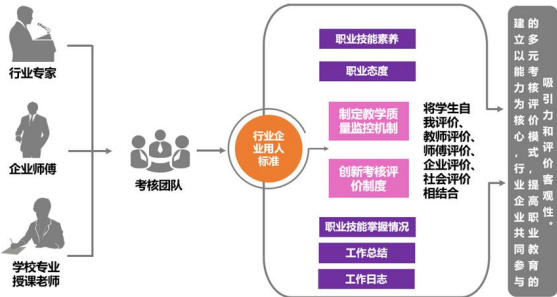


图 5 多主体、多维度学习评价图

（六）质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1. 学校和二级学院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，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。

2. 通过教学管理机制，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。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制与社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、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。

4. 教研室定期组织教学研讨会议，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。

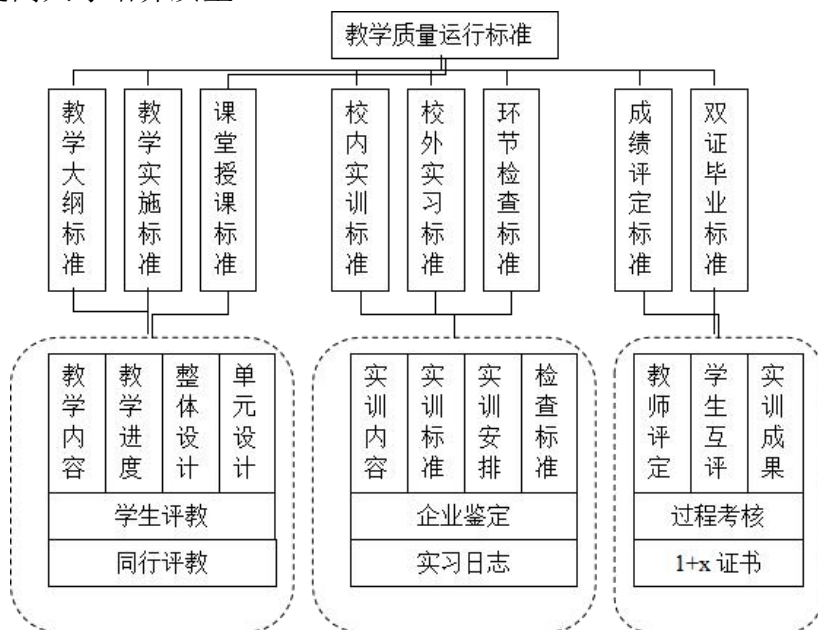


图 6 教学质量运行标准图

九、毕业要求

表 9-1 学时、学分表

序号	名称	总学时	学分	实践学时	实践学时占总学时比例
1	公共基础课 (含公共基础课的综合素质实践课程)	698	46.5	173	24.79%
2	专业实践课	740	22	740	100%
3	公共选修课	128	6	28	21.88%
4	专业必修课	704	40.5	376	53.41%
5	专业选修课	276	17	152	55.07%
合计		2546	132	1469	57.70%

表 9-2 毕业条件表

总学分要求	毕业要求总学分 132
身体素质要求	达到国家颁布《学生体质健康标准》要求
职业资格证书要求	取得高级营销员/师、市场调查分析师、营销策划师、广告策划师、互联网营销师、新媒体运营师、陈列师/品类管理师(七选一)
专业技能证书要求	驾照、网络运营推广证书(初级)、商务数据分析证书(初级)(三选一)

十、校企合作专业建设指导委员会

表 10-1 合作企业基本情况

深圳市怡亚通供应链股份有限公司西安分公司

(简称怡亚通,股票代码:002183)作为正在推动中国流通商业变革的 O2O 供应链生态公司,并致力于构建一个无边界的共享共赢的商业世界,让生态圈所有参与者获得最经济、最大限度的成长。怡亚通专注于为各类企业、客户、增值服务商、商店以及它们的消费者提供有竞争力的供应链解决方案、生态产品和服务。目前,怡亚通有 3 万多名员工,网络遍布中国 380 个城市及全球 10 多个国家和地区,服务全世界 100 多家世界 500 强和 2000 多家国内外知名企业,覆盖近 10 亿消费人口。

广州粤嵌通信科技股份有限公司西安分公司

(简称粤嵌,股票代码:839909)2005 年成立于广州科学城,粤嵌在软件开发、教义研发及设备生产等方面积累了丰厚成果,拥有高新技术产品 6 项,获得专利及软著 15 项,协助创客团队获得专利及软著 113 项。公司一直响应国家号召,勇当践行行业“双创”理念的先驱——2016 年 11 月 10 日,成功登陆新三板,正式挂牌上市。现在全国共有 11 个分中心。粤嵌以互联网+、嵌入式、物联网、智能硬件、VR 技术、工业 4.0 等技术领域为向导,其品牌业务包括粤嵌众创,粤嵌研发等,为合作高校长期提供必须的硬件支持和软性服务。作为国家级众创空间的粤嵌。已成功孵化 156 家初创企业,培育高薪技术人才超过 3 万名。

上海光明房地产集团股份有限公司

（简称光明地产，证券代码：600708） 成立于 1988 年，由原上海海博股份有限公司与农工商房地产（集团）股份有限公司，于 2015 年 7 月通过重大资产重组形成，集团注册资本 17.14 亿元人民币，控股股东为光明食品（集团）有限公司。集团集房产开发、施工、物业、冷链物流及产业链等为一体，是一家国内大型国有综合房地产集团型公司。目前拥有下属企业 100 多家，其中房地产产业链企业 60 多家，下属商业房产经营集团、物流集团、建筑施工企业（一级）、物业管理（一级）等。集团下属全资子公司农工商房地产（集团）有限公司具有房地产开发企业国家一级资质，是中国房地产业协会理事单位、上海市房地产行业协会副会长单位，“农工商房产”为上海市著名商标。集团从业人员 5000 余人。

以纯西北分公司（西安尚域商贸有限公司）

成立于 2001 年，隶属于以纯集团有限公司，主要负责西北地区（陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆、山西）以纯时尚服饰品牌的销售管理和业务拓展。历经数年耕耘，已成为西北地区服装行业的领头军。公司理念： 我们致力于通过提供优质、时尚、平价的服饰，以引领顾客的穿衣文化和生活方式，使以纯成为顾客首选的服饰品牌和国际领先的时尚服饰零售品牌。 品牌理念： 以纯品牌倡导了“share in 时尚快分享”的新理念。以纯服饰包含了休闲、时尚、商务、Y:2 青春、童装、TEEBOX 等多种风格类型的系列产品，以满足消费者对多样化的、物超所值的优质时装的需求。

表 10-2 双专业带头人简介

学院专业带头人	王川（1984 年 6 月-），男，汉族，河南武陟人，高级工程师，西安理工大学管理学硕士，陕西职业技术学院对外贸易学院市场营销教研室，14 年工作经验，从事市场营销学相关教研工作，曾获陕西省科技奖三等奖及各类行业项目专项奖励，参加陕西职业技术学院“双一流”专业建设，取得了较为突出的成绩。	企业方专业带头人	陆彤（1974 年 12 月-），男，光明地产下属子公司副总经理，同济大学项目管理硕士，工程师职称，注册一级建造师，注册造价工程师，从事建设工程总承包管理 10 年，房地产开发项目管理 17 年。
---------	--	----------	--

表 10-3 专业建设指导委员会成员

序号	姓名	性别	年龄	职称	职务	工作单位
1	王川	男	36	高级工程师	教师	陕西职业技术学院
2	王静	女	39	副教授	创新创业教研室主任	陕西职业技术学院
3	杨凡	女	37	讲师	市场营销教研室主任	陕西职业技术学院
4	蒋博	男	37	讲师	电子商务教研室主任	陕西职业技术学院
5	郭伟	男	35	讲师	物流管理教师室主任	陕西职业技术学院
6	韩黛娜	女	36	讲师	教师	陕西职业技术学院
7	陈婷	女	35	讲师	教师	陕西职业技术学院

8	李爱君	女	36	讲师	教师	陕西职业技术学院
9	白莲	女	37	讲师	教师	陕西职业技术学院
10	王乐忠	男	37	经济师	总经理	西安粤嵌股份有限公司
11	陆彤	男	46	工程师	总经理	光明地产子公司
12	范启雷	男	28	毕业生校友	总经理	辽宁世纪阿里服务有限公司
13	邓茂涛	男	23	毕业生校友	区域经理	西安粤嵌股份有限公司
14	米洋洋	男	25	毕业生校友	总经理	中国电信榆林分公司营业厅

注：专业指导委员会成员一般是讲师（工程师）以上职称（含讲师），包含企业参与人员。

十一、建议与说明

（一）建议

（二）说明

附件 1：课程基本要求

附件 2：人才培养方案调研报告

附件 1：课程基本要求

（一）公共基础课程基本要求

表 1 《思想道德修养与法律基础(1)》课程基本要求

课程名称	思想道德修养与法律基础(1)		
开课学期	第一学期	学时/学分	26/1.5
学习目标	1. 能力目标： （1）具备自我规划和发展能力，能正常进行社会交往及自我心理调节 （2）具备适应大学生活的能力，形成思想道德素质和法治素养 （3）树立正确的世界观、人生观和价值观，塑造健全人格 2. 知识目标： （1）了解“基础”课的性质、特点和目的，了解时代新人的战略要求 （2）明确学习目的，端正学习态度，树立现代学习观念 （3）了解中国精神内涵，掌握理想信念的内涵及实现条件和途径 （4）掌握社会主义核心价值观内涵，了解人生价值的评价标准及实现条件 3. 素质目标： （1）提升个人思想道德素质，培养良好的法治素养 （2）培养大学生适应社会发展需求的必备综合素质		
学习内容	1. 绪论 2. 大学观 3. 学习观 4. 人生观 5. 价值观 6. 幸福观 7. 金钱观 8. 理想观 9. 爱国观 10. 道德观 11. 中华传统美德观		
教学方法建议	1. 运用线下线上综合性教学手段和多种形式的课堂实践教学模式。 2. 适度开展校内、校外实践教学活动。		
考核方式与标准	1. 采用教考分离形式，形成性考核占总成绩的 60%，终结性考核占总成绩的 40%。 2. 重点从知识、能力、素养三个方面进行综合考核。		
教师知识和能力要求	1. 具备思政专业及相关学科本科以上学历并取得高校教师任职资格 2. 具备较强教学能力和实践能力		

表 2 《思想道德修养与法律基础(2)》课程基本要求

课程名称	思想道德修养与法律基础(2)		
开课学期	第二学期	学时/学分	28/1.5
学习目标	1. 能力目标 (1) 能够将道德理论内化为自觉意识、自身行为、自主要求 (2) 培养科学就业和自主创业的意识 and 能力 (3) 具备职业实践中德行规范的意识 and 能力 (4) 构建法治思维, 初步具备运用法律武器解决问题的能力 2. 知识目标: (1) 了解革命道德、社会主义道德、公德的基本内涵及要求 (2) 了解职业道德的内涵及要求, 树立正确的职业道德观 (3) 了解我国宪法确立的基本原则和制度, 培养社会主义法治思维 (4) 了解我国法律在主要生活领域中的基本规定, 做知法懂法守法的公民 3. 素质目标 (1) 提升个人思想道德素质, 培养良好的法治素养 (2) 培养大学生适应社会发展需求的必备综合素质		
学习内容	12. 中国革命道德观 13. 诚信观 14. 社会主义道德观 15. 公德观 16. 职业道德观 17. 爱情观 18. 婚姻家庭观 19. 法律原理 20. 法治体系 21. 法治道路 22. 法治思维 23. 法律权利与法律义务		
教学方法建议	1. 运用线下线上综合性教学手段和多种形式的课堂实践教学模式 2. 适度开展校内、校外实践教学活 动		
考核方式与标准	1. 采用教考分离形式, 形成性考核占总成绩的 60%, 终结性考核占总成绩的 40% 2. 重点从知识、能力、素养三个方面进行综合考核		
教师知识和能力要求	1. 具备思政专业及相关学科本科以上学历并取得高校教师任职资格 2. 责任心强, 具备较强教学能力和实践能力		

表3 《形势与政策》课程基本要求

课程名称	形势与政策		
开课学期	6 学期	学时/学分	48/2
学习目标	1. 知识目标 引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，包括马克思主义的形势与政策观、科学分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生和发展、政策的本质和特征等基础知识；掌握党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系 2. 素质目标 让学生感知国情民意，体会党的路线方针政策的实践，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，把握正确的世界观、人生观和价值观，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，为实现全面建设小康社会的奋斗目标而发奋学习 3. 能力目标 培养学生掌握正确分析形势和理解政策的能力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使大学生能够厘清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力		
学习内容	本课程教学主要围绕党和国家推出的重大战略决策和当代国际、国内形势的热点、焦点问题，并结合我院教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定，组织实施我院学生《形势与政策》课的教育教学工作。着重进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育。要紧紧围绕国内外形势、重大事件、重要时事和我国的对外政策，以提高学生对形势与政策的认知能力为着力点，进行马克思主义形势观、政策观教育，引导学生正确把握国内外形势的大局		
教学方法建议	1. 采取“请进来”和“走出去”的模式 2. 运用实践教学环境，并借助学生社团组织和社会实践 3. 线上线下相结合的混合教学模式		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 60%，终结性考核占总成绩的 40%		
教师知识和能力要求	要求教师在授课时注意处理好理论与实践、教与学、课堂教学与学生自主学习等方面的关系；注意教学方法与教学手段的创新；注意引导学生关注与本课程学习有关的社会热点问题；注意学生创新能力的培养。树立教学以学生为本，教育为学生服务的教学理念，努力培养和提高学生的综合素质和能力。		

表 4 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（上）课程基本要求

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（上）		
开课学期	第三学期	学时/学分	38/2
学习目标	1. 能力目标：通过理论教学，帮助学生系统地掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的基本原理，提高学生运用理论的基本原理、观点和方法，全面、客观地认识和分析中国走社会主义道路的历史必然性；认识和分析当今中国的实际、时代特征和当前所遇到的各种问题的能力，进一步培养学生独立思考和解决问题的能力。通过实践教学，促使大学生把学习科学理论与专业知识结合起来，把书本知识与投身社会实践结合起来，培养学生的创新能力 2. 知识目标：本课程着重讲授中国共产党人如何实现马克思主义基本原理与中国实际相结合，实现马克思主义中国化的历史性飞跃与创造性发展的理论成果，帮助大学生系统掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的基本原理，以及各大理论成果产生的时代背景、实践基础、科学内涵、精神实质和历史地位 3. 素质目标：本课程教学旨在帮助大学生认识，理解并掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的基本内容。帮助大学生坚定马克思主义信念，坚定在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的信念，增强理解与执行党的基本理论、基本路线、基本纲领、基本经验的主动性和自觉性。在未来的职业生涯中，坚定不移走中国特色社会主义道路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而承担起历史使命		
学习内容	专题一：“开学第一课”；专题二：马克思主义中国化及其理论成果；专题三：毛泽东思想及其历史地位；专题四：新民主主义革命理论；专题五：社会主义改造理论；专题六：社会主义建设道路初步探索的理论成果；专题七：中国特色社会主义理论体系的形成发展；专题八：邓小平理论与中国特色社会主义的开创；专题九：“三个代表”重要思想与中国特色社会主义的跨世纪发展；专题十：科学发展观与中国特色社会主义的新发展		
教学方法建议	1. 采取“课内与课外相结合”的教学模式 2. 线上线下相结合的混合教学模式 3. 讨论式教学法、案例式教学法、直观式（实践）教学法、角色互换法、师生互动教学法、社会实践教学法等等		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 60%，终结性考核占总成绩的 40%		
教师知识和能力要求	1. 教师需要具有思想政治教育或历史学、法学和哲学等专业的研究生以上学历，坚定的政治立场，良好的职业道德，并有高校教师资格证书 2. 教师必须系统掌握毛泽东思想、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等理论内容 3. 教师能够熟练运用马克思主义理论，帮助学生科学地认识和分析复杂的社会现象，引导学生逐步树立正确的世界观和方法论，从而增强“四个自信”		

表 5 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（下）课程基本要求

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（下）		
开课学期	第四学期	学时/学分	34/2
学习目标	1. 能力目标：通过理论教学，帮助学生系统地掌握中国特色社会主义理论体系的基本原理，提高学生运用理论的基本原理、观点和方法，全面、客观地认识和分析中国走社会主义道路的历史必然性；认识和分析当今中国的实际、时代特征和当前所遇到的各种问题的能力，进一步培养学生独立思考和解决问题的能力。通过实践教学，促使大学生把学习科学理论与专业知识结合起来，把书本知识与投身社会实践结合起来，培养学生的创新能力 2. 知识目标：本课程着重讲授中国共产党人如何实现马克思主义基本原理与中国实际相结合，实现马克思主义中国化的历史性飞跃与创造性发展的理论成果，帮助大学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想主要内容，以及理论产生的时代背景、实践基础、科学内涵、精神实质和历史地位 3. 素质目标：帮助大学生坚定马克思主义信念，坚定在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的信念，增强理解与执行党的基本理论、基本路线、基本纲领、基本经验的主动性和自觉性。在未来的职业生涯中，坚定不移走中国特色社会主义道路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而承担起历史使命		
学习内容	专题十一：中国特色社会主义进入新时代；专题十二：习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位；专题十三：实现中华民族伟大复兴的中国梦；专题十四：建设现代化经济体系；专题十五：发展社会主义民主政治；专题十六：推动社会主义文化繁荣兴盛；专题十七：坚持在发展中保障和改善民生；专题十八：建设美丽中国；专题十九：全面建成小康社会；专题二十：全面深化改革；专题二十一：全面依法治国；专题二十二：全面从严治党；专题二十三：全面推进国防和军队现代化；专题二十四：中国特色大国外交；专题二十五：坚持和加强党的领导		
教学方法建议	1. 采取“课内与课外相结合”的教学模式。 2. 线上线下相结合的混合教学模式。 3. 讨论式教学法、案例式教学法、直观式（实践）教学法、角色互换法、师生互动教学法、社会实践教学法等等。		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 60%，终结性考核占总成绩的 40%		
教师知识和能力要求	1. 教师需要具有思想政治教育或历史学、法学和哲学等专业的研究生以上学历，坚定的政治立场，良好的职业道德，并有高校教师资格证书 2. 教师必须系统掌握毛泽东思想、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等理论内容 3. 教师能够熟练运用马克思主义理论，帮助学生科学地认识和分析复杂的社会现象，引导学生逐步树立正确的世界观和方法论，从而增强“四个自信”		

表 6 《信息技术》课程基本要求

课程名称	信息技术		
开课学期	第一学期	学时/学分	30/1.5
学习目标	1. 能熟练利用计算机手机等电子终端设备获取信息，进行信息的收集整理，进行计算机日常简单维护 2. 能熟练操作 Windows 7 操作系统 3. 熟练应用 word 完成岗位需求的一切文档操作 4. 熟练应用 Excel 进行数据的统计分析 5. 能熟练制作演示文稿、放映和打包演示文稿 6. 能利用常用多媒体软件处理图像、音视频，能制作跟岗位需求相关的简单动画		
学习内容	1. 信息的收集整理防护 2. Word2010 文档排版 3. excel2010 数据处理 4. ppt2010 演示文稿制作 5. goldwave 处理音频 6. 爱剪辑视频处理 7. photoshop 图形处理 8. flash 简单动画制作 9. 信息技术的发展与未来		
教学方法建议	1. 任务驱动教学法 2. 案例教学法 3. 线上线下混合教学 4. 直观演示法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 熟练应用办公系统及多媒体技术。 2. 具有指导学生实训及解决学生问题的基本能力… 3. 信息化教学能力 4. 较强的课堂组织和驾驭能力		

表 7 《职业素质英语（1）》课程基本要求

课程名称	职业素质英语（1）		
开课学期	第一学期	学时学分	48/2.5
学习目标	1. 认知 1800 单词并将其运用在口头表达和写作中 2. 掌握 100 个左右与行业相关的英语词汇 3. 了解教学材料中相关人文知识和相关职场知识 4. 听懂日常交际中结构简单、发音清楚、语速较慢的英语对话和陈述 5. 掌握一般的课堂用语和日常交流用语 6. 掌握基本阅读技能并正确理解简短英文资料 7. 能掌握部分应用文的基本格式并模拟套写 8. 具有较好的团队合作意识和岗位适应能力		
学习内容	1. Describing people 2. Returning something 3. Shopping list 4. The cost of living 5. Around town 6. Health 7. In the workplace 8. Life goals		
教学方法建议	任务驱动教学法、情景教学法、交互式教学方法		
考核方式及标准	1. 过程性考核（60%）+终结性考核（40%） 2. 过程性考核=学生出勤+书面作业+口语对话+单词打卡+绘本阅读打卡+课堂表现+口语测试等（至少选取 5 项） 3. 终结性考核为全院统一的期末考试		
教师知识与能力要求	1. 具备讲师以上职称或研究生以上学历 2. 具有较强的课堂组织能力、能较好地运用教学技能 3. 专业知识扎实，教学经验丰富 4. 熟悉教材知识体系及所授课专业的人才培养方案		

表 8 《职业素质英语（2）》课程基本要求

课程名称	职业素质英语（2）		
开课学期	第二学期	学时学分	48/2.5
学习目标	1. 认知 2500 单词并将其运用在口头表达和写作中 2. 掌握 300 个左右与行业相关的英语词汇 3. 了解教学材料中相关人文知识和相关职场知识 4. 听懂日常交际中发音清楚、正常语速的英语对话和陈述 5. 掌握相关行业的日常交流用语 6. 能看懂行业相关产品的说明书 7. 能掌握应用文的基本格式并在 25 分钟写出 80-100 个单词左右的命题作文 8. 强化职业意识，树立正确的职业观，具备基本职业素养		
学习内容	1. Studying 2. Computers 3. Renting a house 4. Opening a bank account 5. Staying healthy 6. Leisure time and hobbies 7. Work choices 8. Helping the community		
教学方法 建议	任务教学模式、交互性教学法、情景教学法		
考核方式 及标准	1. 过程性考核（60%）+终结性考核（40%） 2. 过程性考核=学生出勤+书面作业+口语对话+单词打卡+绘本阅读打卡+课堂表现+口语测试等（至少选取 5 项） 3. 终结性考核为全院统一的期末考试		
教师知识 与能力要求	1. 专业知识扎实，教学经验丰富 2. 具有较强的课堂组织能力，能较好的运用教学技能 3. 熟悉教材知识体系，了解相关授课专业的岗位设置和岗位需求 4. 掌握一定的信息技术手段并灵活应用到教学中		

表 9 《体育与健康（1）》课程基本要求

课程名称	体育与健康（1）		
开课学期	第一学期	学时/学分	36/1
学习目标	1. 系统掌握中国传统体育理论、学习 1-2 项传统体育项目 2. 掌握中国传统体育健身原理、治病、防病功法 3. 掌握一般的提高身体素质的练习方法，会进行自我健身指导 4. 通过体育练习养成积极进取的生活态度, 形成健康的生活方式		
学习内容	1. 24 式简化太极拳、八段锦或初级长拳理论和技术学习 2. 身体素质训练理论与方法		
教学方法建议	1. 线上线下相结合的混合教学模式 2. 示范法、讲解法、小组讨论法、分解与完整练习法等体育教学方法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备讲师以上职称或研究生以上学历 2. 具备过硬的政治素养和良好的道德素养和教书育人的职业素养 3. 具备良好的体育教学改革能力和信息化教学能力 4. 具备精通自身专项，又有较全面的体育技能和体育理论水平		

表 10 《体育与健康（2）》课程基本要求

课程名称	体育与健康（2）		
开课学期	第二学期	学时/学分	36/1
学习目标	1. 系统学习 1-2 项运动项目，掌握简单的战术及裁判方法 2. 掌握体育健身、防病、健身的一般知识 3. 使学生养成良好的锻炼习惯，具备制定简单的个人运动处方的能力		
学习内容	1. 学习体育理论与卫生保健知识 2. 学习身体素质训练理论与方法 3. 学习体育项目技能（1-2 项） 4. 学习一般的自我运动监测方法和简单运动处方的制定		
教学方法建议	1. 线上线下相结合的混合教学模式 2. 采用跨班跨专业选项课教学的教学组织形式 3. 示范法、讲解法、小组讨论法、分解与完整练习法等体育教学方法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备讲师以上职称或研究生以上学历 2. 具备过硬的政治素养和良好的道德素养和教书育人的职业素养 3. 具备良好的体育教学改革能力和信息化教学能力 4. 具备精通自身专项，又有较全面的体育技能和体育理论水平		

表 11 《体育与健康（3）》课程基本要求

课程名称	体育与健康（3）		
开课学期	第三学期	学时/学分	36/1
学习目标	1. 系统学习 1-2 项运动项目，掌握常见的战术及裁判方法，形成体育特长 2. 掌握体育健身、防病、健身的一般知识 3. 掌握一般的体育学习方法，具备学习新的体育项目的能力 4. 提高适应环境变化的能力，形成健康的生活方式，养成终身体育的意识		
学习内容	1. 学习体育理论与卫生保健知识 2. 学习身体素质训练理论与方法 3. 继续加深对体育项目（1-2 项）技能的学习		
教学方法建议	1. 线上线下相结合的混合教学模式 2. 跨班跨专业选项课教学的组织教学方法 3. 示范法、讲解法、小组讨论法、分解与完整练习法等体育教学方法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备讲师以上职称或研究生以上学历 2. 具备过硬的政治素养和良好的道德素养和教书育人的职业素养 3. 具备良好的体育教学改革能力和信息化教学能力 4. 具备精通自身专项，又有较全面的体育技能和体育理论水平		

表 12 《应用文写作》课程基本要求

课程名称	应用文写作		
开课学期	第二学期	学时/学分	24/2
学习目标	1. 知识目标 了解应用文写作的特点与要求；了解掌握应用文语体特征；掌握 6 种公务文书、3 种事务文书、6 种日常文书、4 种会务文书、4 种经济类文书的写作格式及行文规范、特征及使用范围；掌握工作范围内会使用到的相关文体的结构构成及写作技巧；掌握公务文书、会务文书、经济类文书的习惯用语。 2. 能力目标 能够正确判断在什么情况下用什么文体行文；能正确使用学习、工作范围内需要用到相关文体；熟练驾驭应用文行文方式，表达言简意赅，表意完整、准确、精炼。 3. 素质目标 明白所起草的应用文体的内容代表的是所在企业的思想、观点、目的，要站在整体的高度思考问题，全局观念一定要强；能够独立思考问题，有分析问题和独立解决问题的能力；有为领导服务、为企业效力的敬业精神。		
学习内容	1. 应用文写作基础知识（应用文概述；应用文的主体与材料；应用文的思路与结构；应用文的语言与表达） 2. 公务文书（公告、通告；通知；通报；报告、请示） 3. 事务文书（计划；总结；调查报告） 4. 日常文书（请柬、邀请书；启事、声明；简历、自荐信） 5. 会务文书（会议日程、会议议程；会议记录、讲话稿） 6. 经济类文书（合同；财务分析报告；营销策划书；广告文案）		
教学方法建议	1. 线上、线下混合式教学模式 2. 范文讲解及训练 3. 任务驱动法 4. 情景模拟法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式； 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%。		
教师知识和能力要求	1. 具备讲师以上职称或研究生以上学历。 2. 语言表达能力：普通话标准，课堂语言富有激情，有感染力，能够用简洁的语言表达准确的信息。 3. 信息化手段运用能力：能制作高水平课件、会使用信息化教学手段。 4. 熟知《应用文写作课程标准》的基本内容；熟知教材的知识体系，有较强的驾驭教材的能力；熟知经济类相关专业的人才培养方案。		

(二) 专业技能课程基本要求

表 1 《市场营销学》课程基本要求

课程名称	市场营销学		
开课学期	第一学期	学时/学分	60/3.5
学习目标	1. 认识市场营销 2. 进行市场机会的分析，营销战略、策略的选择 3. 掌握产品策划、价格策划、促销策划、渠道策划的能力 4. 通过实施以任务驱动的项目教学，培养学生团队协作精神，自主学习能力及良好的沟通表达能力，切实提高学生的职业技能和综合职业能力 5. 培养营销创业的基本概念		
学习内容	1. 营销概述 2. 市场营销环境分析 3. 竞争战略分析与制定 4. 目标市场选择 5. 产品策划 6. 价格策划 7. 渠道策划 8. 促销策划 9. 营销计划、组织、控制		
教学方法建议	1. 教学方式：教、学、练一体化 2. 教学方法：讲授教学法、任务驱动法、案例教学法等		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 市场营销专业或相关专业本科以上学历 2. 具备教师资格证 3. 具有较强的教学组织能力，充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式 4. 扎实的市场营销理论知识基础，和丰富的案例资源 5. 具备一定的社会实践能力 6. 掌握管控课堂的能力		

表 2 《物流管理基础》课程基本要求

课程名称	物流管理基础		
开课学期	第一学期	学时/学分	30/1.5
学习目标	1. 掌握物流与物流管理的基本理论 2. 熟悉现代物流业务流程、物流设备设施 3. 了解目前各种类型的物流企业及其运营模式		
学习内容	1. 物流的概念 2. 运输、仓储、配送、装卸、搬运、包装、流通加工等作业程序 3. 物流设施、设备的使用方法 4. 并熟悉第三方物流的营运 5. 企业物流、采购物流、生产物流 6. 国际物流的概念及特点，掌握国际物流运作方式 7. 物流标准化的原则与方法 8. 物流成本的核算与控制 9. 绿色物流基本内容 10. 供应链管理的概念，掌握供应链管理的主要内容		
教学方法建议	1. 注意运用以学生为主体的教学方法，综合考虑知识、技能、素质三个能力要素的融合 2. 根据课程内容和学生特点，运用项目驱动、案例分析、分组讨论、启发引导、仿真实训、参观见习等多种教学方法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备仓储运输专业知识 2. 具备物流管理基础知识 3. 具备管理学知识 4. 具备经济学知识 5. 具备严谨周密的思维方式 6. 具备团队合作和奉献精神		

表 3 《国际贸易理论与实务》课程基本要求

课程名称	国际贸易理论与实务		
开课学期	第一学期	学时/学分	30/1.5
学习目标	1. 掌握国际贸易理论等基础知识 2. 能够比较熟练地运用所学知识理解和分析世界经济和中国对外贸易中的现实问题		
学习内容	1. 国际贸易产生和发展 2. 国际分工和世界市场 3. 古典贸易理论、新古典国际贸易理论、现代贸易理论、贸易保护理论等 4. 关税措施与非关税壁垒 5. 出口鼓励与出口管制		
教学方法建议	1. 案例教学法、启发式教学法为主 2. 课堂系统讲授为主，自学为辅 3. 课堂讲授以重点、难点、疑点为主		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 掌握国际贸易基础知识 2. 主动学习新知识、新教法的能力 3. 能利用计算机、Internet 技术来了解世界本专业最新动态及最佳教法，并应用于自己的教学之中		

表 4 《电子商务概论》课程基本要求

课程名称	电子商务概论		
开课学期	第二学期	学时/学分	30/1.5
学习目标	1. 理解和掌握电子商务的基本理论知识和基本操作方法 2. 了解电子商务这一学科的基础知识和理论铺垫		
学习内容	1. 电子商务概述 2. 电子商务网络技术基础 3. 电子商务安全基础 4. 电子商务支付与结算基础 5. 网络营销基础 6. 电子商务物流基础		
教学方法建议	1. 理论讲授与实践操作相结合 2. 学生扮演消费者、企业商务人员、电子商务商城管理等角色完成电子商务模拟实验		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有系统电子商务相关理论知识 2. 具备电子商务的综合运用能力 3. 实践部分的指导教师应具备相关行业工作经历 4. 具备设计基于行动导向教学法的设计及应用能力 5. 具有经济学、计算机理论基础		

表 5 《创业策划及项目路演》课程基本要求

课程名称	创业策划及项目路演		
开课学期	第二学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 了解熟悉企业创办的基本条件、步骤与方法 2. 掌握创办企业的预测与决策、筹资、企业成功、发展的基本要素 3. 了解企业经营管理的基本概念与基本内容 4. 了解企业财务管理的主要原则、内容与任务 5. 熟悉人力资源管理与开发的现实意义、基本概念、主要内容 6. 熟悉市场营销的相关内容 7. 掌握创办企业所需要的启动资金预测 8. 能从企业创办者的角度分析自己 9. 能制定一份个人的财务状况表 10. 能挖掘出一个好的企业构思 11. 能预测企业的销售 12. 能组建创业团队、完成创业计划书的撰写、进行创业项目路演		
学习内容	任务一 认知创业 任务二 筛选创业项目 任务三 评估创业市场 任务四 组建创业团队 任务五 确定商业模式 任务六 熟悉创业法律法规 任务七 筹备创业资金 任务八 撰写计划书封面及提取项目摘要 任务九 洞察用户痛点及提供解决方案 任务十 说明增长空间及分析竞争对手 任务十一 确定盈利模式及介绍管理团队 任务十二 告知执行计划及托出融资方案 任务十三 解决常见的路演问题 任务十四 制作路演 PPT 任务十五 模拟路演		
教学方法建议	1. 本课程采取讲授法+案例分析+分组讨论+头脑风暴+角色扮演+游戏+路演演练的教学模式，边讲边练，边练边辅导，注重学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力的培养。 2. 学生分组进行一个创业项目的策划，最终提交一份要素完整的创业策划书。进行项目路演训练，教师示范指导，提交视频。		
考核方式与标准	1. 采用成果性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 成果性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有系统的创业理论知识，熟悉创业指导的流程 2. 具有一定的创业经历或取得相关资格证书 3. 具备良好的沟通协调和组织能力 4. 较好的文字功底和语言表达能力		

表 6 《消费心理学》课程基本要求

课程名称	消费心理学		
开课学期	第二学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 了解人们在生活消费过程中, 在日常购买行为中的心理活动规律及个性心理特征 2. 掌握运用消费心理, 对于消费者, 可提高消费效益; 对于经营者, 可提高经营效益的能力		
学习内容	1. 消费心理学概论 2. 消费者的心理活动过程 3. 消费者的个性心理 4. 消费者的态度、需求、购买行为分析 5. 消费群体与消费心理 6. 社会环境因素与消费心理 7. 产品策略与消费心理 8. 价格策略与消费心理 9. 营销传播与消费心理 10. 营销环境与消费心理 11. 当代典型的消费行为现象		
教学方法建议	1. 线上线下翻转课堂 2. 多媒体+课堂理论讲授+案例讨论法+课外小组实践		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%, 终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有丰富的心理学相关知识 2. 具备基本的营销学知识 3. 具有较强的教学组织能力, 懂得充分利用现代教育技术, 拓宽学生学习渠道, 利用直观教具、音响设备和网络资源, 丰富教学内容和教学形式 4. 具备翻转课堂教学能力		

表 7 《连锁经营管理原理》课程基本要求

课程名称	连锁经营管理原理		
开课学期	第二学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 熟练掌握连锁经营的基本知识、概念、理论 2. 对连锁经营的组织体系、连锁经营战略与管理技术、连锁经营的基本类型有较系统的掌握。 3. 深入了解连锁门店店长的日常管理工作内容,具备与连锁门店销售、采购、物流管理、信息管理等岗位相匹配的工作素质。		
学习内容	1. 连锁经营管理基础 2. 连锁企业规划 3. 连锁企业识别系统设计 4. 连锁企业物流管理 5. 连锁企业营销策略 6. 连锁企业职能管理 7. 连锁企业开业、庆典、调整策略		
教学方法建议	1. 项目教学 2. 现场教学 3. 利用实物、多媒体等辅助手段教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%, 终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 熟悉连锁经营基本理论 2. 熟悉连锁方式及代表性企业案例 3. 熟悉连锁经营各关键职能部门及环节 4. 对连锁经营长期观察,关注连锁经营前沿		

表 8 《市场调查与预测》课程基本要求

课程名称	市场调查与预测		
开课学期	第二学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 能够使使学生系统掌握市场调查与预测的基本理论和方法 2. 对实际问题开展市场调查和预测活动 3. 调研方案设计 4. 展开市场调研活动 5. 数据分析整理 6. 调查报告的撰写		
学习内容	1. 市场调查与预测的概念，市场调查的产生与发展，市场调查机构 2. 市场调查方法（文案调查法、访问调查法、观察法及实验法） 3. 市场调查方式（全面调查、典型调查、重点调查及抽样调查） 4. 调查问卷的概念、结果及问卷的设计原则 5. 调查资料的整理和分析 6. 随机抽样、样本容量及抽样误差估计 7. 市场调查报告的技巧与撰写 8. 市场预测的基本原理 9. 市场预测方法及程序		
教学方法建议	多媒体教学讲授+课堂讨论+情景模拟		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备一定的社会实践能力 2. 具备基本的营销学知识 3. 具有较强的教学组织能力，懂得充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式 4. 较好的文字功底和语言表达能力		

表 9 《专业群企业认知》课程基本要求

课程名称	专业群企业认知		
开课学期	第二学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 认知企业基本信息，了解企业基本情况 2. 掌握营销基本内容 3. 初步沙盘模拟操作 4. 熟练 ITMC 营销模拟沙盘的经营规则 5. 简单分析及初步应用营销经营策略 6. 简单分析营销经营的对抗策略		
学习内容	1. 企业认知——ITMC 营销模拟经营沙盘系统知识 2. 沙盘基本操作 3. 沙盘规则介绍 4. 市场营销综合系统知识 5. 市场营销目标策略分析 6. 市场营销的竞争策略分析		
教学方法建议	1. 多媒体基本内容讲授+上机操作+比赛对抗+小组讨论 2. 初步软件操作、流程、比赛规则、沙盘演练		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备丰富的沙盘实战经验 2. 具备深入扎实的营销系统理论知识 3. 具备较强的快速掌握新知识的能力 4. 具备较强的分析组织能力		

表 10 《商务调研实训》课程基本要求

课程名称	商务调研实训		
开课学期	第二学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 掌握针对实际问题开展市场调查和预测活动的能力 2. 掌握展开市场调研活动的的能力 3. 掌握数据分析整理的能力 4. 掌握调研报告撰写的能力 5. 掌握制作商务 PPT 的能力		
学习内容	1. 市场调查方案的制作 2. 问卷设计 3. 实施调研 4. 调查资料的整理和分析 5. 调查数据分析 6. 市场调查报告的技巧与撰写		
教学方法建议	多媒体教学讲授+课堂讨论(实训)+上机操作		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 50%，终结性考核占总成绩的 50%		
教师知识和能力要求	1. 具备一定的社会实践能力 2. 具备基本的营销学知识 3. 具有较强的教学组织能力，懂得充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式 4. 熟练操作 EXCEL 表格的制图制表		

表 11 《商务数据分析》课程基本要求

课程名称	商务数据分析		
开课学期	第二学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 了解商务数据的内涵和来源 2. 熟悉商务数据采集流程与方法 3. 掌握 Excel 在商务数据分析中的应用 4. 了解幻灯片的基本原理和基本制作方法 5. 熟练掌握 PowerPoint 的基本操作，包括文字、图片、声音、视频等媒体的导入与编排 6. 掌握 PowerPoint 自定义动画和超链接的制作方法，以及幻灯片放映方式的设置 7. 具备 PowerPoint 综合使用技能		
学习内容	1. 商务数据的内涵 2. 商务数据的来源 3. 商务数据的采集流程 4. 商务数据的方法 5. Excel 在商务数据分析中的应用 6. 幻灯片的基本原理及制作方法 7. ppt 的文字、图片、声音、视频的导入与编排 8. ppt 自定义动画和超链接制作方法		
教学方法建议	1. 以课堂演示教学为基础，案例分析和讨论为辅助，实训实践为动力的方式进行教学 2. 采用传统讲授与多媒体授课相结合、课堂指导性练习与课外训练相结合、教师引导与学生动脑相结合的手段进行教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%。		
教师知识和能力要求	1. 具有与课程相关的实际操作能力，应具有数据分析的教学经验 2. 具备较好地语言表达能力，普通话标准。 3. 有较强的教学组织能力，能充分利用现代教育技术，拓宽学生习渠道，利用网络资源丰富教学内容和教学形式		

表 12 《新媒体营销概论》课程基本要求

课程名称	新媒体营销概论		
开课学期	第三学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 了解新媒体运营的基础 2. 理解新媒体运营的基本要素 3. 深入理解新媒体运营的具体操作 4. 理解两微一抖的运营操作流程 5. 深入理解文案策划的具体实施步骤 6. 深入理解活动运营以及推广的操作流程 7. 了解自媒体平台的操作流程以及方法 8. 深入了解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点		
学习内容	1. 新媒体运营概述 2. 微信平台运营 3. 微博平台运营 4. 音频视频平台运营 5. 社群运营 6. 直播平台运营 7. 问答平台运营 8. 自媒体平台运营 9. 新媒体运营整体方案策划		
教学方法建议	1. 本课程先进行基本原理、基本理论的讲述，再设计知识和技能的讲授，由浅入深，循序渐进。 2. 采用信息化教学手段、翻转课堂教学模式进行教学。 3. 使用含有计算机的实训室教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式； 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%。		
教师知识和能力要求	1. 熟知本课程《课程标准》的基本内容及其对本学科教学的基本要求。 2. 熟知本学科教材知识体系，有较强的驾驭教材的能力。 3. 具有新媒体的相关知识，并能够运用到教学实践中。		

表 13 《广告策划》课程基本要求

课程名称	广告策划		
开课学期	第三学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 学习并了解广告策划学的基本原理及操作实务 2. 具备分析现代广告活动的能力 3. 掌握广告策划的基本程序和方法 4. 能够进行广告案例分析 5. 能够对广告作品的鉴赏能力		
学习内容	1. 广告与广告策划 2. 广告调查 3. 广告战略决策 4. 广告策略决策 5. 广告创意 6. 广告设计与制作 7. 广告媒体策划 8. 广告策划方案 9. 广告效果测评 10. 广告管理		
教学方法建议	1. 讲授法+案例分析 +分组 1 周实践，边讲边练，边练边辅导 2. 注重学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力的培养		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有丰富的广告案例资源 2. 具有发现广告的敏锐视角的能力 3. 具有与课程相关的实际操作能力，应具有从事广告或市场营销相关工作三年以上经验，熟悉广告策划的一般流程和工作细节 4. 具有较强的教学组织能力，懂得充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式		

表 14 《营销思维训练》课程基本要求

课程名称	营销思维训练		
开课学期	第三学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 培养和提高创意思维能力，除了基础的营销思维训练内容外，还加强了与营销情感、营销价值观、营销心灵等密切相关的深度营销思维训练内容 2. 实现学生营销思维的专业性、灵活性、创新性、人文性与优秀品质和境界的统一		
学习内容	1. 常用思维工具的熟练掌握 2. 观察能力 3. 逻辑思维 4. 逆向思维 5. 横向思维 6. 发散思维 7. 收敛思维 8. 形象思维 9. 联想思维 10. 灵感思维		
教学方法建议	1. 教学模式与组织形式：该课程重视理论对实践的指导作用，每一项目先由指导教师讲授相关理论知识，对经典案例进行分析，再让学生根据所学内容进行实训 2. 教学方法与手段：以课堂理论教学为基础，案例分析和讨论为辅助，实训实践为主要方式进行教学。采用传统讲授与多媒体授课相结合；课堂讲授与课堂讨论相结合；课堂指导性练习与课外训练相结合；教师引导与学生动脑相结合等四个结合的手段进行教学 3. 其他：教材选用和教学内容都应注意内容的实用性和知识的更新。编入的实践项目都具有实际的背景，同时提供来自实际的相关参考资料，以此启发学生兴趣，激发学生提出问题、分析问题，积极主动地寻求策划思路		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有丰富的创新营销资源案例 2. 具有灵活的创新思维和思维转化能力 3. 具备相关的实际操作能力，有较为成功的创新思维营销案例 4. 具有较强的教学组织能力，利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式		

表 15 《商品策划与品类管理》课程基本要求

课程名称	商品策划与品类管理		
开课学期	第三学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 了解商品及品类的基本知识 2. 掌握商品质量、商品分类、商品标准、商品包装及养护、商品陈列等知识和基本方法 3. 了解食品、纺织品、日用品的基本常识 4. 具备品类定义能力、品类角色定位能力、品类评估能力、制定品类目标和选择品类策略的能力，了解品类管理的流程与方法，掌握品类管理在企业内部的具体实施过程		
学习内容	1. 商品概述 2. 商品的质量 3. 商品检验 4. 商品分类 5. 商品包装 6. 商品的储存与养护 7. 品类与品类管理 8. 品类策略 9. 品类战术 10. 品类实施与回顾 11. 食品商品品类管理 12. 日用品商品品类管理 13. 纺织品商品品类管理		
教学方法建议	1. 讲授法、案例讨论法，采取理论实践结合教学模式 2. 充分培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%。		
教师知识和能力要求	1. 具备社会实践能力 2. 具有扎实商品学知识基础 3. 具有较强的教学组织能力，懂得充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式 4. 具备企业商品分类管理、价格管理等综合能力 5. 实践指导教师应具备超市等相关工作经历 6. 具备较强的课程设计和教学引导能力		

表 16 《商品拍摄与后期制作》课程基本要求

课程名称	商品拍摄与后期制作		
开课学期	第三学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 掌握照相机的基本操作 2. 把握商品摄影的一般规律，能独立完成商品拍摄工作 3. 了解摄影的基本发展脉络，掌握摄影形式美的基本知识 4. 把握摄影构图的初步知识和艺术规律 5. 把握制作图片、视频与其他素材的操作		
学习内容	1. 商品拍摄入门 2. 摄影器材的基础知识 3. 商品拍摄基本技巧 4. 布景、布光、构图技巧 5. 拍摄实战 5. 图片后期制作-光影魔术手 6. 图片后期制作-Photoshop 7. 视频拍摄基本技巧 8. 景深、景别、镜头使用技巧 9. 视频剪辑制作-剪映 10. 视频剪辑制作-爱剪辑 11. 短视频软件使用		
教学方法建议	1. 项目教学 2. 现场教学 3. 利用实物、多媒体等辅助手段教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 热爱摄影，熟悉摄影相关硬件 2. 技术娴熟，熟练使用各种拍摄工具 3. 熟练应用各种摄影原理 4. 有创新思维 5. 熟练掌握 Photoshop、光影魔术手、美图秀秀等图片处理软件 6. 数量掌握视频、音频制作软件		

表 17 《新媒体营销工具》课程基本要求

课程名称	新媒体营销工具		
开课学期	第三学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 掌握常见新媒体素材工具、数据工具、学习工具 2. 能够熟练使用各种新媒体工具用于营销实践 3. 熟悉并适应新媒体营销的岗位要求		
学习内容	1. 素材工具 文字-排版工具，文字-微信公众号推文排版工具 音频-音乐剪辑工具，音频-cooledit 音频剪辑工具，音频-鬼畜工具 2. 数据工具 行业数据工具，数据抓取工具-八爪鱼，数据可视化工具，数据分析工具 3. 学习工具 职业教育-网易云课堂，慕课-学堂在线		
教学方法建议	1. 项目教学 2. 现场教学 3. 利用实物、多媒体等辅助手段教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 熟练掌握常见素材工具、数据工具、学习工具 2. 熟悉新媒体营销各个关键环节及其工具 3. 能够对新媒体工具活学活用，指导实践		

表 18 《商务谈判与沟通艺术》课程基本要求

课程名称	商务谈判与沟通艺术		
开课学期	第三学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 掌握商务谈判的基础知识 2. 了解商务谈判工作如何开展 3. 掌握商务谈判的技巧、策略、原则、方法等 4. 具备商务谈判人员素养和职业技能 5. 掌握有效沟通技巧 6. 掌握公文写作知识、能够写作行政公文 7. 了解公共关系、熟悉公关实务活动 8. 了解商务礼仪		
学习内容	1. 商务谈判的概述 2. 商务谈判的准备 3. 商务谈判的开局 4. 商务谈判的报价与磋商 5. 商务谈判的成交与签约 6. 沟通概述 7. 有效沟通技巧 8. 行政公文概述 9. 行政公文写作 10. 商务文书写作 11. 公共关系概述 12. 公共关系实务活动		
教学方法建议	1. 典型案例分析与讨论 2. 角色扮演与模拟训练法 3. 观看经典谈判视频		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备经济学，管理学，心理学、营销学知识 2. 具有企业商务谈判岗位工作经历，熟悉商务谈判业务 3. 精通商务谈判的基本理论与知识 4. 具有较强的教学研究与教学组织能力		

表 19 《市场营销综合实训》课程基本要求

课程名称	市场营销综合实训		
开课学期	第三学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 复习学习市场营销学重点内容 2. 复习市场调查与预测重点内容 3. 复习市场营销策划方案重点内容 4. 人文知识素养内容 5. 掌握理智策略、情感策略、经济策略等并进行扩充 6. 进行实际操盘比赛. 7. 熟练掌握沙盘操作与应用 8. 熟练营销技能大赛的比赛规则 9. 能分析营销策略与竞争策略 10. 能分析竞赛中的对抗策略		
学习内容	1. 市场营销综合系统知识学习 2. 市场调查与预测系统知识学习 3. 市场营销策划方案重点知识学习 4. 比赛规则介绍 5. 理智策略 6. 情感策略 7. 经济策略 8. 比赛规则介绍 9. 市场营销目标策略分析 10. 市场营销的竞争策略分析		
教学方法建议	1. 多媒体基本内容讲授+上机操作+比赛对抗+小组讨论 2. 熟悉软件操作、流程、比赛规则、沙盘演练，根据营销技能大赛设定学期任务 3. 第三学期的课程安排在开学前 4 周		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备丰富的沙盘实战经验 2. 具备深入扎实的营销系统理论知识 3. 具备较强的快速掌握新知识的能力 4. 具备较强的分析组织能力		

表 20 《连锁企业人力资源管理》课程基本要求

课程名称	连锁企业人力资源管理		
开课学期	第四学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 掌握人力资源管理的基本原理 2. 能进行组织结构设计 3. 掌握连锁企业中人力资源需求与供给预测的方法 4. 具备工作分析、编制职务说明书和构建胜任特征模型的能力 5. 能制定员工招聘计划并开展此项工作 6. 能够制定员工培训计划，并能完成培训全过程的组织工作 6. 能运用绩效考核方法设计绩效实施方案，并组织实施 7. 能进行薪酬管理 8. 会制作劳动合同和实施劳动合同管理，并能处理劳动争议		
学习内容	1. 人力资源管理概述 2. 连锁企业的组织结构设计及岗位配备 3. 连锁企业人力资源规划 4. 连锁企业工作分析及胜任特征评估 5. 连锁企业员工招聘 6. 连锁企业员工的培训及开发 7. 连锁企业员工绩效管理 8. 连锁企业员工薪酬福利管理 9. 连锁企业劳动关系管理		
教学方法建议	1. 典型案例分析与讨论 2. 讲授法 3. 实际操作法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备管理学，经济学及营销学知识 2. 具有企业人力资源管理岗位工作经历，熟悉人力资源管理各项业务 3. 具有较强的教学研究与教学组织能力		

表 21 《连锁企业门店开发与设计》课程基本要求

课程名称	连锁企业门店开发与设计		
开课学期	第四学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 掌握连锁企业门店开发的一般流程 2. 掌握连锁企业门店投资可行性分析，制作可行性投资分析方案 3. 掌握连锁企业门店商圈选择与店铺选址 4. 掌握连锁企业门店的外部装修与内部设计，并制作简单模型 5. 掌握连锁企业员工规则的制定 6. 掌握员连锁企业门店活动方案的制定 7. 制作门店装修设计方 8. 制作连锁企业门店开发与设计的设计总报告		
学习内容	1. 连锁企业门店开发与设计概述 2. 连锁企业门店的投资可行性分析 3. 连锁企业门店的商圈分析 4. 连锁企业门店外部内部装修设计 5. 连锁企业的员工培训及守则制定 6. 连锁企业门店庆典活动		
教学方法建议	1. 典型案例分析与讨论 2. 讲授法 3. 实际操作法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备经济学及营销学知识，具备一定的数理逻辑推算能力 2. 具有连锁企业门店岗位工作经历 3. 敏锐洞察市场发展动态 3. 具有较强的教学研究与教学组织能力		

表 22 《社群营销与运营》课程基本要求

课程名称	社群营销与运营		
开课学期	第四学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 理解社群的含义、特征和模式 2. 掌握社群营销的含义与理念 3. 能从 0 到 1 建设社群，展开基础运营 4. 能围绕社群策划推广活动或商务推广 5. 掌握社群管理的基本方法与技能		
学习内容	1. 社群营销概述 2. 社群互联网思维 3. 组建社群 4. 社群运营策略 5. 社群活跃度 6. 社群推广与裂变 7. 社群营销变现 8 社群营销实操技能 9. 社群营销典型案例分析		
教学方法建议	1. 线上线下翻转课堂 2. 综合运用项目教学、示范教学、模拟教学等多种教学方法 3. 任务驱动式学习，按照标准去操作、执行，体验，将“学、教、做”有机融于一体，培养学生在互联网趋势下创业的职业能力和素质		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有系统的市场营销理论知识 2. 具有较好的营销心理学、管理学知识 3. 具备较好地语言表达能力，普通话标准 4. 具备指导销售口才实训的能力 5. 有社群推广的实战经验 6. 有耐心有毅力指导学生		

表 23 《客户关系管理》课程基本要求

课程名称	客户关系管理		
开课学期	第四学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 了解客户关系管理的起源与发展 2. 掌握客户关系与管理的概念 3. 了解客户关系管理的内容和应用 4. 熟悉客户价值管理 5. 熟悉客户生命周期 6. 掌握客户信息资源管理 7. 掌握客户开发方法及技巧 8. 掌握提高客户满意度及忠诚度的途径 9. 学会使用和应用客户关系数据库 10. 学会正确处理客户投诉		
学习内容	1. 客户关系管理概述 2. 客户关系管理相关理论 3. 客户的识别 4. 客户开发的方法与技巧 5. 客户满意度和忠诚度 6. 客户流失与挽回 7. 客户关系管理的行业应用		
教学方法建议	讲授法、案例分析法、情景模拟法，采取理论实践结合教学模式，充分培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备一定的社会实践能力 2. 具备基本的客户关系管理的知识 3. 具有较强的教学组织能力，懂得充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具、音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式 4. 具备良好的沟通协调和敏锐的观察力 5. 丰富的案例资源		

表 24 《服务营销》课程基本要求

课程名称	服务营销		
开课学期	第四学期	学时/学分	32/1.5
学习目标	1. 理解服务营销核心内容——充分满足消费者需要 2. 掌握在营销过程中满足消费者需要的一系列活动实操方法 3. 掌握服务蓝图设计、顾客服务培训、服务质量评估的技术和方法		
学习内容	1. 建立明确的顾客服务战略 2. 设计服务流程和操作规范 3. 有效地管理和教育服务人员 4. 制定持续的服务改进措施		
教学方法建议	1. 直观演示：通过案例讲解、分析，向学生演示服务营销的各个关键环节及情境 2. 理论讲授：通过叙述、描绘、解释、推论来传递信息、传授知识、阐明概念引导学生分析和认识服务营销问题 3. 讨论：针对服务营销的具体情境设置讨论题目，请学生课堂讨论 4. 沙盘推演：对学生课堂讨论进行复盘		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有先进的职业教育理念，掌握现代职业教育教学方法 2. 具有优良的复合型专业知识结构 3. 掌握市场营销新理论，能够举一反三 4. 具有丰富的课堂表现能力和多媒体展示技能		

表 25 《营销创意策划》课程基本要求

课程名称	营销创意策划		
开课学期	第四学期	学时/学分	52/3
学习目标	1. 了解市场经济条件下企业的市场策划、产品策划、品牌策划、渠道策划、促销策划等领域的创意策划要素、原则与技巧 2. 掌握对不同产品类型、不同细分市场、不同消费需求、不同竞争模式、不同赢利策略的创意策划机制、程序、目标、概念、手段的分析和运用能力，全面锻炼思维、创新、竞争和经营管理等能力		
学习内容	1. 营销策划的内涵 2. 营销策划的创意与方法 3. 整合营销策划创意 4. 广告策划创意 5. 公关策划创意 6. 促销策划创意 7. 新媒体营销策划创意		
教学方法建议	1. 将讲授法、示范法、案例教学法、情景模拟演练法、参观考察、分组讨论等多种教学方法结合使用，边讲边练，边练边辅导 2. 开设一周实训周，采取理论实践结合教学模式，充分培养学生分析问题、解决问题的能力 and 创新思维的形成		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有扎实市场营销学基础知识 2. 具备企业营销管理所涉及的各种组织操作能力 3. 实践指导教师应具备企业策划工作经历 4. 具备较强的课程设计和教学引导能力 5. 具有较好的管理、金融、经济、社会学等相关学科理论基础 6. 充分把握各类营销创意策划行为的本质运行规律		

表 26 《整合营销策划实训》课程基本要求

课程名称	整合营销策划实训		
开课学期	第四学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 市场调研能力 2. 组织能力 3. 洞察能力 4. 整合能力 5. 执行能力		
学习内容	1、团队 CIS 策划 2、市场调研策划、执行及调研报告撰写 3、市场定位策划 4、产品策划 5、价格策划 6、分销渠道策划 7、促销活动策划 8、广告策划 9、公关策划实训 10、创业项目认证		
教学方法建议	整合营销策划实训以市场营销策划的基本程序为逻辑起点，以营销项目策划为主线，在市场营销基本理论基础上，吸收和采纳最新研究成果和最新发展动态，通过大量案例分析与项目实训的方式加深学生营销策划课程内容的理解与消化，增强了营销专业的实战性和针对性。营销策划实训立足于职业技能教学，以培养学生市场营销策划的操作能力为宗旨。通过实训，学生能够熟练掌握并运用所学知识 with 技能进行一般营销项目的策划工作。		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有扎实市场营销学基础知识 2. 具备企业营销管理所涉及的各种组织操作能力 3. 实践指导教师应具备企业策划工作经历 4. 具备较强的课程设计和教学引导能力 5. 具有较好的管理、金融、经济、社会学等相关学科理论基础 6. 充分把握各类营销创意策划行为的本质运行规律		

表 27 《专业群生产性实训》课程基本要求

课程名称	专业群生产性实训		
开课学期	第四学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 提高学生对企业文化的认识 2. 掌握常见全网通营销知识		
学习内容	1. 了解粤嵌公司的企业发展及业务范围 2. 了解企业人员基本素养 3. 掌握商科类全网通营销知识 4. 企业导师通过真实的企业案例讲解商科类学生掌握的商科知识		
教学方法建议	1. 采用理论讲授与实际操作相结合 2. 项目案例分析 3. 小组讨论制作 4. 实践操作法		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备商科类相关理论基础 2. 具有企业背景知识		

表 28 《销售口才实训》课程基本要求

课程名称	销售口才实训		
开课学期	第三学期	学时/学分	20/1
学习目标	1. 了解导购员礼仪规范、作业流程 2. 了解导购员应具备的知识结构，导购的语言技巧 3. 熟悉优秀导购人员的语言表达规范 4. 克服紧张，提升自信 5. 掌握高效演讲的技巧 6. 掌握练就好声音的技巧 7. 熟悉“提出问题+解决问题”介绍话术 8. 熟悉“产品+利益”介绍话术 9. 熟悉“专家”式产品介绍话术 10. 掌握态势语 11. 学会倾听 12. 学会幽默用语 13. 学会讲故事的技巧 14. 学会即兴沟通的技巧 15. 掌握关键对话的技巧 16. 掌握赞美的技巧		
学习内容	1. 营销基础口才训练；寻机开场话术训练 2. 克服紧张，提升自信；巧挖需求话术训练 3. 高效演讲的技巧；产品介绍话术训练 4. 练就好声音的技巧；引导体验话术训练 5. 掌握态势语；应对拒绝话术训练 6. 学会倾听，掌握赞美的技巧；消除疑虑话术训练 7. 学会幽默用语；促成交易话术训练 8. 学会即兴沟通的技巧；购后满意话术训练 9. 掌握关键对话的技巧；怨诉处理话术训练		
教学方法建议	1. 综合运用项目教学、示范教学、模拟教学等多种教学方法 2. 让学生带着任务去学习、按照标准去操作、履行职责去体验，将“学、教、做”有机融于一体，有效培植学生的应聘岗位职业能力和素质		
考核方式与标准	1. 采用成果性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 成果性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具有系统的市场营销理论知识 2. 具有较好的营销心理学知识 3. 具备较好地语言表达能力，普通话标准。 4. 具备指导销售口才实训的能力		

表 29 《专业群人员从业素养》课程基本要求

课程名称	专业群人员从业素养		
开课学期	第五学期	学时/学分	32/2
学习目标	1. 学习并了解与日常营销工作密切相关的各种礼仪知识 2. 运用科学的理论和方法对其职业形象各方面及各要素进行系统地设计和开发		
学习内容	1. 营销礼仪概述 2. 现代社交个人形象礼仪 3. 营销交际交往的基本礼仪 4. 营销人员的交际礼仪 5. 营销活动中的宴请礼仪 6. 营销活动礼仪 7. 世界各国营销礼仪与习俗 8. 职业色彩定位 9. 职业服饰装扮、妆容设计及发式设计 10. 职业口才训练 11. 职业仪态训练 12. 职业社交礼仪 13. 职业涉外礼仪 14. 职业气质培养 15. 职业生涯规划		
教学方法建议	1. 以课堂理论教学为基础，案例分析和讨论为辅助，实训实践为动力的方式进行教学 2. 采用传统讲授与多媒体授课相结合、课堂讲授与课堂讨论相结合、课堂指导性练习与课外训练相结合、教师引导与学生动脑相结合——四个结合的手段进行教学		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式； 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%。		
教师知识和能力要求	1. 口齿清晰，逻辑思路清楚，快速反应的临场应变能力 2. 具有与课程相关的实际操作能力，应具有从事市场营销、形象设计、商务礼仪相关工作两年以上经验，熟悉营销礼仪和职业形象设计的一般流程和工作细节 3. 具有较强的教学组织能力，能充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式		

表 30 《数字营销》课程基本要求

课程名称	数字营销		
开课学期	第五学期	学时/学分	32/2
学习目标	1. 具有数字营销、网络营销基础理论知识 2. 掌握会员数字化营销的理念、意义、模式、策略的知识 3. 掌握新零售商品数字化管理理念、品类开发、商品定价、品类运营与库存管理的知识与技能 4. 掌握全渠道营销，借助多种数字化媒体开展业务运营与互联网营销推广，进行数字化渠道精耕等实战技能 5. 掌握网络数据调研分析，基于大数据分析模型、智能用户画像、营销智能决策、商机转化运营等实战技能		
学习内容	1. 数字营销概述、定义、发展历程与趋势、价值 2. 会员数字化营销 3. 商品数字化管理 4. 数字媒体营销 5. 新零售营销策划 6. 大数据营销 7. 数字营销沙盘综合实训		
教学方法建议	1. 教法选择应体现以学生为主体，实践为主线的有机结合 2. 教法选择应注意激发兴趣，调动学生的学习积极性 3. 教学过程中应注意自主学习能力与营销决策能力、团队分工协作能力的培养，根据学生的意愿与兴趣合理分工，安排一些内容让学生自主决策分配，经过实战训练不断培养学生的自学能力，并逐渐养成求知探索的习惯		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 口齿清晰，逻辑思路清楚，快速反应的临场应变能力 2. 具有与课程相关的实际操作能力，应具有从事市场营销、计算机应用或信息管理等相关工作两年以上经验，熟悉营销行业一般工作流程和工作细节 3. 具有较强的教学组织能力，能充分利用现代教育技术，拓宽学生学习渠道，利用直观教具音响设备和网络资源，丰富教学内容和教学形式		

表 31 《营销实战典型案例分析》课程基本要求

课程名称	营销实战典型案例分析		
开课学期	第五学期	学时/学分	32/2
学习目标	1. 能够掌握营销管理的基本理论、基础知识和方法 2. 掌握营销策略 3. 能够以典型的营销成功或者失败的企业为案例，对此进行深入分析，从中汲取经验或教训，从而为开展企业营销运营提供知识及能力支持		
学习内容	1. 营销管理的内容 2. 营销管理者的角色 3. 营销定位与目标营销战略 4. 当前著名营销企业典型案例分析与思考 案例类型一：可口可乐/耐克/KFC/农夫山泉等 案例类型二：星巴克经营模式分析 案例类型三：银泰百货经营模式分析 案例类型四：海底捞经营模式分析		
教学方法建议	1. 以基础理论教学为基础，重点利用企业经典案例分析讨论进行教学 2. 采用传统讲授与多媒体授课相结合、课堂讲授与课堂讨论相结合、课堂指导性练习与课外训练相结合、教师引导与学生动脑相结合——四个结合的手段进行教学 3. 在教学过程中，采用情景模拟教学方式，创设工作情景，加大实践实操的容量		
考核方式与标准	1. 采用形成性考核和终结性考核相结合的考核方式 2. 形成性考核占总成绩的 40%，终结性考核占总成绩的 60%		
教师知识和能力要求	1. 具备丰富的营销知识 2. 具备丰富的管理学知识 3. 具备一定的实践能力，具有从事企业经营管理的相关工作经验，熟悉企业经营管理流程及相关工作 4. 具有较强的教学组织能力，能充分利用现代教育技术，利用多种教学方法及丰富的教学内容和形式，在充分调动学生积极性的同时，拓宽学生学习渠道并努力培养学生创新精神和实践能力 5. 具有不断创新、更新案例资源库的意识，分析思考总结的能力		

附件 2：人才培养方案调研报告

陕西职业技术学院对外贸易学院

2020 年市场营销专业调研报告

一、前言

（一）调研目的

按照陕西职业技术学院对外贸易学院工作部署要求，以及提高高等教育质量的总体要求，以加强本专业自身建设为龙头，以提高教学质量和学生综合素质为宗旨，以深化教学改革、创新人才培养模式为突破口。为了市场营销专业设置更适合市场企业需求的应用型人才，由于受到疫情影响无法对省外行业企业进行调研，市场营销教研室选取了市内企业进行专业调查，跟踪市场营销专业以往毕业生所从事工作的企业，挖掘现有专业设置、素质教育、教学改革、学生管理等方面存在的问题。

同时通过调研掌握毕业生主要分布岗位，对实际工作的了解，帮助最大程度设置适合企业用人需求的专业课程，以及企业最受重视的职业素质要求；并且在充分调研的基础上，对以后制定市场营销专业人才培养方案起到良好促进作用，充分利用各种教学资源，提高专业教师的教学和科研能力，以更好地建设市场营销专业。

（二）调研时间

2020 年 1 月-2020 年 5 月

（三）调研对象

1. 调研同类院校

渭南职业技术学院	陕西财经职业技术学院
陕西电子信息职业技术学院	陕西工业职业技术学院
西安海棠职业学院	陕西航空职业技术学院
西安健康工程职业学院	陕西航天职工大学
陕西邮电职业技术学院	陕西工商职业学院
陕西青年职业学院	陕西服装工程学院
西安航空职业技术学院	西京学院
陕西职业技术学院	西安翻译学院
陕西能源职业技术学院	西安培华学院

陕西国防工业职业技术学院	陕西国际商贸学院
西安思源学院	

表 1 陕西省开设市场营销专业的高职院校

（1）陕西财经职业技术学院

该院的商学院包括市场营销、物流管理、电子商务、旅游管理、酒店管理、商务数据分析与应用专业，其中市场营销专业是教育部创新创业行动计划“骨干专业”、陕西省高等职业院校“专业综合改革试点”项目、陕西省优秀教改试点专业、陕西省“一流专业”培育项目、陕西省创新创业试点学院、西北一流的创新创业教育孵化基地。该学院实训条件雄厚，拥有专业实训软件 20 套，师资力量强大，在市场营销省赛中成绩突出，多次获得省赛一等奖。市场营销专业为校企合作共建专业，与永辉超市、陕西玛雅房屋、北京万汇浩然等公司开展深度合作，目前开设有“永辉”订单班、“玛雅”订单班、“万汇浩然”订单班等。

（2）陕西国防工业职业技术学院

学院为“国家示范性高等职业院校建设计划”骨干高职院校首批立项建设单位，陕西省六所具有高职院校自主招生资格单位之一。其中市场营销专业隶属于经济管理学院，另外还开设会计、财务管理、电子商务、连锁经营管理、物流管理、人力资源管理等专业。现有校内外专兼职专业教师和管理人员共 80 人，其中教授、副教授、高级经济师、高级工程师 25 人，高级职称占比高，讲师、会计师、经济师、工程师 26 人，师资力量雄厚。

（3）其他院校

通过走访或者电话、面谈同类院校的营销相关专业负责人，主要包括陕西交通职业技术学院、陕西工业职业技术学院、咸阳职业技术学院、西安航空职业技术学院、宝鸡职业技术学院、杨凌职业技术学院、汉中职业技术学院等，各个学院的营销专业有面向连锁经营方向，有面向数字营销方向，也有依托行业如医药行业、保险行业、房地产行业的，给我们提供了借鉴思路。

2. 调研企业

（1）以纯西北分公司（西安尚域商贸有限公司）

成立于 2001 年，隶属于以纯集团有限公司，主要负责西北地区（陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆、山西）以纯时尚服饰品牌的销售管理和业务拓展。历经数年耕耘，已成为西北地区服装行业的领头军。

公司理念：我们致力于通过提供优质、时尚、平价的服饰，以引领顾客的穿衣文化和生活方式，使以纯成为顾客首选的服饰品牌和国际领先的时尚服饰零售品牌。 品牌理念：以纯品牌倡导了“share in 时尚快分享”的新理念。以纯服饰包含了休闲、时尚、商务、Y:2 青春、童装、TEEBOX 等多种风格类型的系列产品，以满足消费者对多样化的、物超所值的优质时装的需求。

（2）易居企业集团

易居是中国创新的、基于房地产数据的房地产交易服务商，设立 32 座城市、全直营管辖的业务版图，旗下易居营销、克而瑞、易居房友三大特色业务，全面覆盖从新房营销代理、房地产数据应用服务到房地产经纪网络服务，实现了房产交易服务链全覆盖，服务 100%中国百强开发商（2017 年中指百强）。实力股东背书，合力探索和打造后房地产时代新高地。

（3）电话访谈跟踪众多企业

上海天祥投资管理有限公司，隶属于上海天祥实业有限公司，专业从事房地产开发，汇集了房地产行业内的众多精英人才，具有雄厚的资金实力和强大的团队整合能力，以前瞻的战略眼光，打造贯穿房地产开发的完整管理体系，是房地产投资、开发和咨询管理的领先者。致力于房地产开发的上海天祥投资管理有限公司还投资了多家房地产公司，拓宽公司的业务，并完善和提升公司实力。

上海光明房地产集团股份有限公司，成立于 1988 年 5 月，集团注册资本 17.14 亿元人民币，控股股东为光明食品（集团）有限公司。集团集房产开发、施工、物业、冷链物流及产业链等为一体，是一家国内大型国有综合房地产集团型公司。目前，拥有下属企业 100 多家，其中房地产产业链企业 60 多家，下属商业房产经营集团、物流集团、建筑施工企业（一级）、物业管理（一级）等。集团下属全资子公司农工商房地产（集团）有限公司具有房地产开发企业国家一级资质，是中国房地产业协会理事单位、上海市房地产行业协会副会长单位，“农工商房产”为上海市著名商标。集团从业人员 5000 余人。

美吉姆国际儿童教育中心，1983 创立，利用其在儿童早期教育、运动机能学、体育、舞蹈以及体操领域的专业经验，研发出了一套完整的符合孩子天性的课程体系和教学设备，旨在通过每周一次的结构性课程，帮助孩子构建强健的体魄，培养良好的社交能力，同时树立自尊心和自信心。2009 年初，美吉姆来到

中国，在北京开设中心。美国的教学设备、训练有素的教师、美国原版课程、合理的学生与老师配比，都为美吉姆在中国早期教育领域赢得了声誉。美吉姆在中国迅速成长，如今足迹已遍布大半个中国，目前美吉姆在 31 个国家和地区已经开设了 500 家儿童教育中心，为初生到 6 岁儿童家庭提供适龄的儿童早教课程与服务。

此外，民生集团、中国人寿、银河证券、工商银行、华润万家超市、苏宁电器、国美电器、泰康人寿保险股份有限公司、陕西铭博实业发展有限公司、西安大象房屋信息咨询有限公司、诺鼎科技有限责任公司、西安铂基餐饮有限公司、安康市华盛百货有限公司、领军教育、西安喆啡酒店管理有限公司等。

3. 网络资讯企业

西安市中小企业服务网、中国中小企业信息网、西安高新区企业信息网、西安红盾信息网、西安英才网等。

4. 应届毕业生就业单位

通过对应届毕业生就业信息的统计，以及往届毕业生电话、微信回访调研，众多行业对市场营销岗位人才需求量大，普遍对学生的综合素质与职业道德素养提出更多的期望与要求，对专业技能水平的重视更强调实践动手能力。

序号	学生姓名	性别	签约单位
1	曹涵	女	中国平安西安电销中心
2	黄宇栋	男	烜赫房产
3	赵子豪	男	中国平安电销中心
4	张伟博	男	天童美语教育集团
5	任澳飞	男	中国平安电销中心
6	杨丹	女	金泰假日花城锦绣秦怡房地产营销公司
7	李英英	女	深圳市鲲鹏科技教育投资有限公司
8	潘婷	女	亿万居新房直销部
9	李凯锦	女	西安创盛服饰有限公司
10	杜佩莹	女	咸阳渭城旭东辅导学校
11	费婉柔	女	西安抖时代文化传媒有限公司
12	孙欣雨	女	深圳市鲲鹏科技教育投资有限公司
13	张心怡	女	深圳市鲲鹏科技教育投资有限公司
14	赵英子	女	易居企业集团西安公司
15	李燕妮	女	宝鸡市禾邦通讯设备有限公司
16	陈静	女	易居企业集团西安公司
17	杨姣姣	女	西安天机英策电子商务有限公司
18	王美娟	女	深圳市遇秦记餐饮管理有限公司

19	夏雪	女	中国平安人寿保险股份有限公司
20	孙田恬	女	美联国际教育
21	曹梦娟	女	万商云集（西安）科技有限公司
22	姚则宇	女	陕西凯瑞汽车销售服务有限公司
23	贾晨	女	西安阅江房地产营销策划有限公司
24	郑欣欣	女	陕西大唐一品装饰工程有限公司
25	马莹莹	女	陕西凯瑞汽车销售服务有限公司
26	张茜	女	聚仁传媒
27	袁瑜	女	西安链家宝业房地产经纪有限公司
28	曹亚博	男	天子骄子轮滑运动成长中心
29	姚康康	男	江苏广宇建设集团有限公司陕西分公司
30	赵岚光	男	陕西永辉超市有限公司西安丰禾路分公司
31	王文博	男	陕西优集购供应链科技有限公司
32	赵强	男	西安大明宫建材家居有限公司
33	吴怡	女	西安凡越启商网络有限公司
34	余召	男	西安大明宫装饰工程有限公司
35	刘雪	女	上海掌小门教育科技有限公司
36	蔡豪健	男	玛格全屋定制
37	马文盼	女	大明宫贞观路全季酒店
38	姚鑫	男	北京昕淇腾飞经贸责任有限公司
39	陈任远	男	西安大明宫装饰工程有限公司

表 2 陕西职业技术学院 2017 级市场营销专业应届毕业生就业信息截止 2020.5.1

（四）调研方法

因为疫情的影响，今年对人培调研的方式与以往有所不同。

1. 网上调研法：通过查询行业、院校等资讯信息，掌握市场状况；

2. 企业参观：年前市场营销教研室所有教师一起参观了易居房地产企业与以纯服装企业，进行了深入的交流，拟组建订单班，通过学校各部门的协调与配合，对 2017. 2018 的市场营销班级学生进行了宣讲，其中 2017 部分同学已经去易居企业就业，而 2018 级学生对订单班兴趣较高。

同时我们在企业参观各部门的办公室、岗位职责、组织结构设计，交流对各岗位学生能力的要求。对企业的新媒体拍摄间、校企合作培训教室参观考察并拍照宣传等。

3. 电话、微信访谈：对毕业生就业情况进行电话访问，了解就业的大概区域、行业、岗位，大部分同学从事的都是与专业相关的岗位，个别同学在专升本或者家族企业。

4. 网络问卷调查：对毕业生的就业信息进行问卷调研，完成后回收统计归类，写出调研分析报告。

二、主体

（一）社会需求情况

通过此次省内有关院校与企业的调研，总体情况是需求大于供给，从产业需求来看，以第三产业为主体的产业需求结构相对稳定。从行业需求来看，“住宿餐饮业”、“零售业”、“房地产行业”、“保险业”、“生活服务业”等有大量的人才需求。通过调查组老师亲赴现场考察西安市各大人才交流市场，通过网络考察北京、上海、广州、深圳等地人才市场，发现市场营销专业需求居于各个人才市场第一位，市场需求量巨大，而且高职层次市场营销人才需求比例较大。通过问卷星对毕业生也做了调研，根据图 1 调查显示 72.5% 的学生结合自身投简历、面试、上岗一系列环节认为企业对市场营销专业人才需求很大，根据图 2 显示本届毕业生就业岗位主要有销售类岗位群占 52.5%（销售员、置业顾问、营业员等）、市场类岗位群占 17.5%（策划专员、市场调查员、市场拓展员、市场促销员、市场督导等）、客户类岗位群占 12.5%（客户专员、售后服务员、客户代表、业务咨询员等）、其他专业类岗位群占 17.5%（行政管理、人事招聘及教练等），就业单位行业主要涉批发零售业及住宿餐饮、汽车行业，调查显示 82.5% 的学生从事的还是市场营销专业，也从侧面反映出社会对市场营销人才的需求比较大，大部分学生都找到专业对口的岗位。

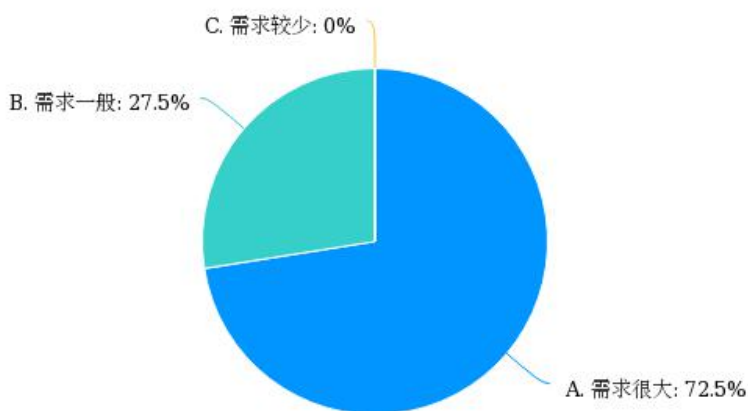


图 1 企业对市场营销专业人才需求程度

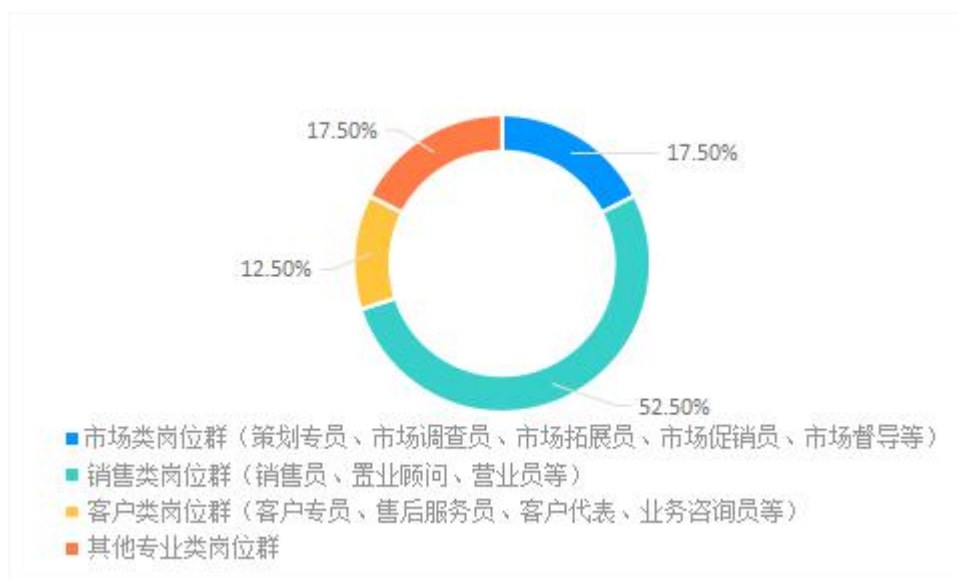


图2 现在从事的岗位群

通过走访实习单位，与高层管理人员及人力资源主管座谈，了解各个企业都急需市场营销专科人才。由此可以得知，在现阶段市场营销高职生就业前景较好。基于此调查，市场营销专业教研室进行了研讨，认为我院市场营销专业定位方向为零售业，具有广阔的市场前景。

（二）毕业生人才培养及课程设置的情况调查

1. 基本情况

通过数据显示 92.4%毕业生工作单位都在陕西省，其中西安市占 77.4%、安康市占 1.9%、宝鸡市占 1.9%、渭南市占 11.3%、咸阳市占 1.9%，省外就业的学生占 7.6%主要集中在河南、广东和江苏。由图 3 可知毕业生就业主要是通过网上招聘占 39.62%、亲朋介绍占 28.3%以及个人自荐占 16.98%三种形式就业。

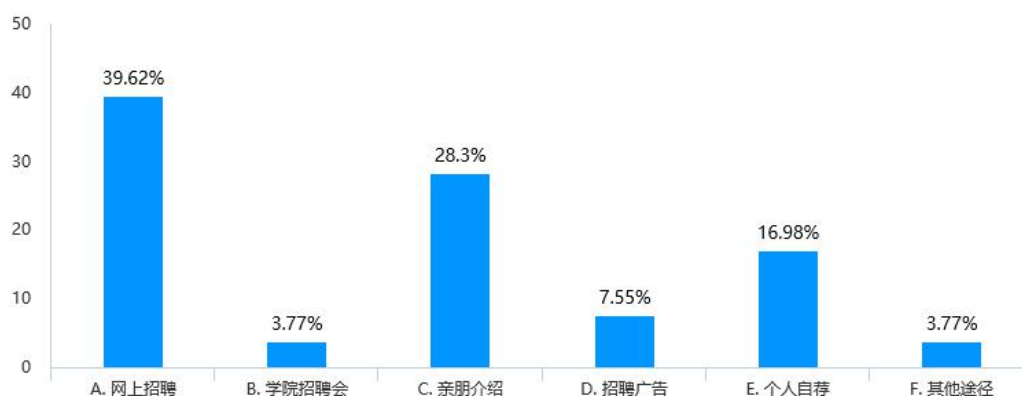


图3 就业途径

2. 用人单位对营销专业人才的要求

从调查结果看出，企业需要的营销人员不仅要具有相应的基本素质，更要具备相应的核心能力。总的看来，企业要求营销人员应该具备的基本素质和能力包括：积极的进取心、坚持不懈的态度、与其他人良好沟通的技巧、专业水平 13.21%、组织协调能力 32.08%、一定的实践与实习经历 22.64%、较强的市场敏锐度 24.53%，同时，多数企业还要求营销专业的学生能够与具体行业或产业相结合。

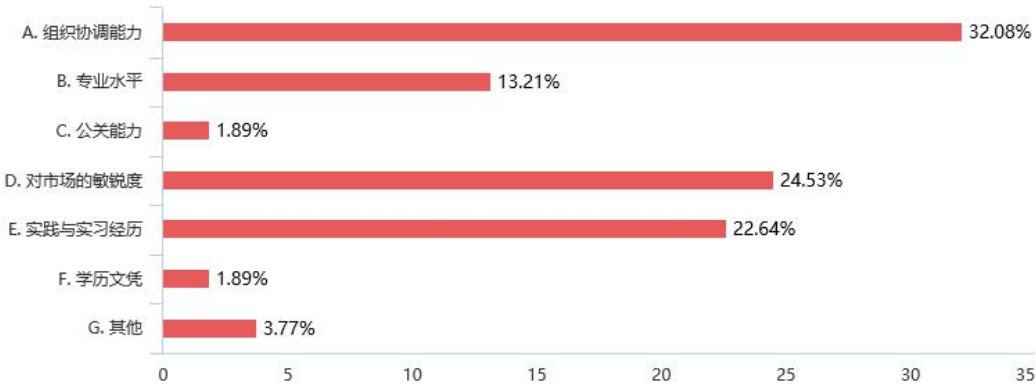


图 4 企业看重市场营销专业的能力

3. 课堂教学和方法

根据图 5 调查显示在选择怎样的方法能让学生在课堂中调动起来,有 35.85% 的学生认为体验式教学,自己创作有意义的作品能更好的调动学生学习的浓厚兴趣与参与度,有 33.96% 的学生认为在讲授专业理论课时教师采用多种教学方式,语言幽默,能吸引学生认真听讲,参与互动,在愉快地教学过程中学习,达到寓教于乐的效果,有 9.3% 的学生认为大学课堂教师应该积极引导,激发学生学习的主动性,还有 18.87% 的学生认为分组讨论 , 参加有趣的相关活动能提高学习效率。

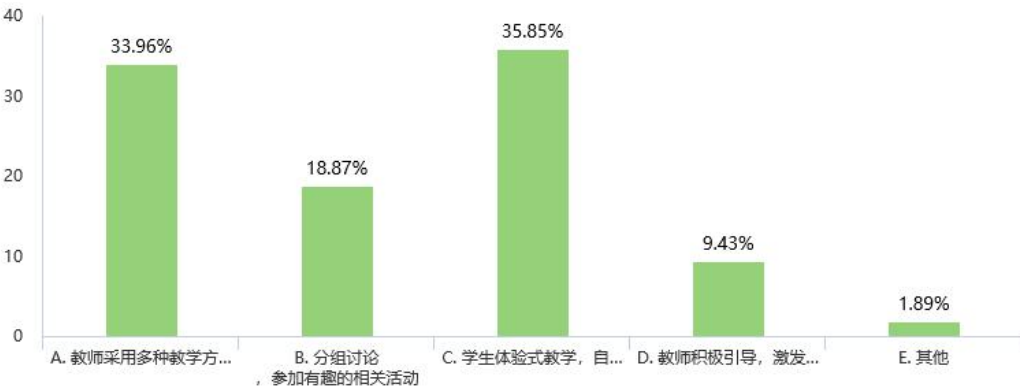


图 5 怎样的方法能让学生在课堂中调动起来

通过图 6、图 7 的数据分析在专业课课堂教学方式的重要度上排名前三的教学方式是情景模拟法（4.09）、教师教授（3.87）、学生自主讨论（3.83），说明学生还是比较看重教师讲授和实践练习的重要性。

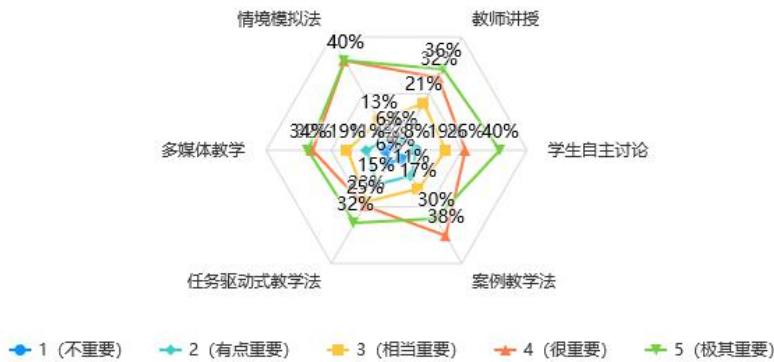


图 6 专业课课堂教学的方式的重要度



图 7 专业课课堂教学的方式的重要度

4. 专业课程设置

根据图 8 的数据显示毕业生普遍认为市场营销专业目前开设的课程非常合理的占 11.32%，合理占 52.83%，一般占 35.85%，能够基本满足现在的岗位要求。结合图 9 的数据分析，有 88.89% 的学生认为专业课课程内容难度适合，说明市场营销专业教师在课程讲授过程中对课程的难易程度把握适中，符合高职学生学习的深度，其中 66.26% 的学生认为所学专业课程内容难度适中，22.64% 的学生认为有点难，但可以接受，有 13.2% 的学生认为难度有些简单，也对教师提出在保证基础理论课、核心课教学质量的基础上，可以对少部分优秀学生进行因材施教。通过对开放式问题结果的汇总得出表 1 有部分学生建议增加实训课课时，将

理论与实践课将结合，尤其是在校期间的实操性实习，聘请行家企业能手，针对社会需要，提高就业指导水平。部分毕业生感觉在校期间参与社会实践较少，缺乏对社会的了解和适应能力的锻炼。希望学校多组织社会实践活动，让学生有更多接触社会的机会，锻炼工作能力，通过实践积累更多工作经验。

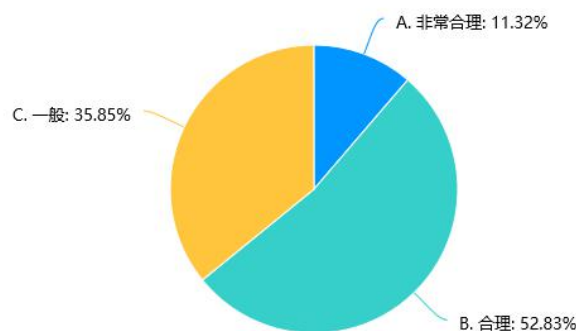


图 8 课程设置的实践与理论课时分配

您对母校在专业课程设置、教学和管理方面有何其他意见和建议
希望学校可以多开设些与时俱进的实践课程
让学生多进社会实习
增强实践，多一些实习
让学生多创作多体验
多加强实践
多讲解案例
考察一些好企业进行校企合作
理论实践没结合在一块
让学生多接触社会实践机会
希望有更多的实践课程
希望实训能够更切合实际

表 2 学生对课程设置、教学管理方面的建议

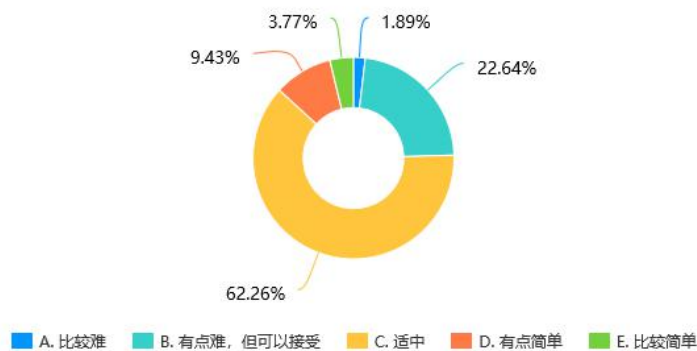


图 9 所学专业课程内容难度

通过图 10 的调查数据显示毕业生认为对工作帮助比较大的排名前六的专业课有：市场营销学占 73.58%，消费心理学 71.7%，市场调查与预测 66.04%，客户关系管理 58.49%，营销思维训练 52.83%，营销口才实训 52.83%。

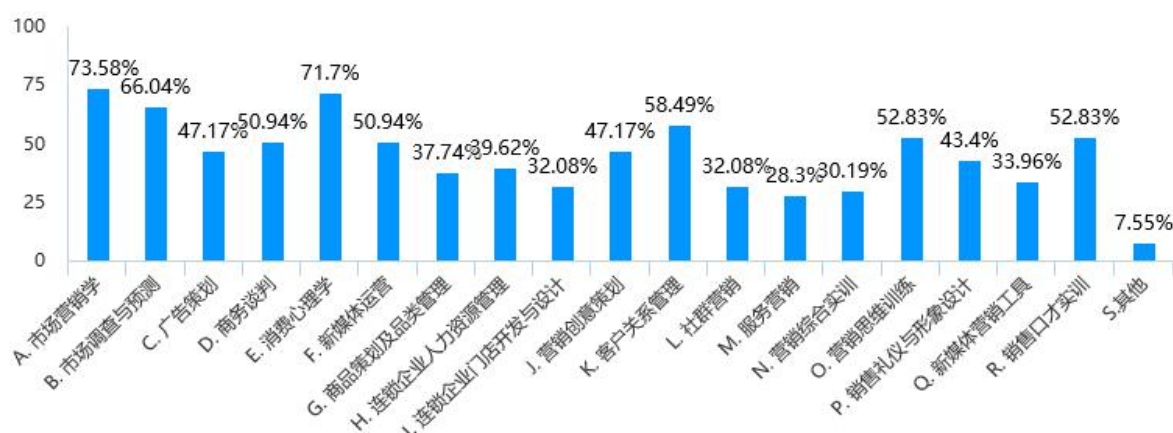


图 10 专业课对工作帮助比较大

（三）企业调研情况

此次调研中发现企业对营销人才的岗位需求主要在策划、文案、执行、销售的岗位较多。策划包括市场推广方案的制定与执行，市场推广方案活动统筹、执行及供应商管理，广告媒体的评估、洽谈及后期合作执行；文案策划包括对公司、产品及品牌形象的文字介绍和软文；拥有撰写一定落地项目的搭建及落实能力；能进行团队部门之间、上下级之间的沟通；销售的工作，主要是与客户的跟踪，促成。

通过此次走访与电话访问不同行业的企业，对营销人才的学历层次、知识结构、能力结构、核心职业技能等要求有所不同，但也存在一些共性。

1. 注重学生实操能力。对学生的学历要求不是特别重视，高职学历完全可以满足企业需求，更加注重实操能力强、对客户沟通把握更好、勤劳吃苦耐劳的复合型人才。建议我们与代理公司建立校企合作渠道，让学生在校期间加强实践锻炼。

2. 注重学生知识的全面性。在学校里学习的课程专业知识是远远不够的，建议注重培养学生对客户心理、审美、时尚、社会知识等方面的培养，建议结合行业对于所从事的行业知识需要全面了解。

3. 注重学生品德素养、责任意识、团队担当与融合意识的培养。很多单位都提及到肯学肯干最重要，吃苦耐劳，干一行爱一行，对品牌要有认可度。要极快

适应团队，团队融合度非常重要，建议培养学生团队合作能力。工作要有强烈的责任心、较强执行力与沟通协调能力。

4. 注重学生综合素质的培养。建议培养学生创造性思维能力、逻辑思维、发散性思维等，着重培养学习能力、抗压能力、亲和力、敏锐市场感知能力、灵活应变的能力等。

5. 掌握基本的技能，比如熟悉 office 办公软件，较流利的英语听、说、读、写能力。营销专业毕业生要会些基本的技能如做菜单、做活动页、做广告设计，会美工 PPT，注重形象会基本的礼仪商务，女孩子化妆的技能。

三、结论

（一）总体来看，高职市场营销专业因其切合市场经济体制要求，适应经济全球化、市场国际化趋势而成为热门专业。培养造就高素质市场营销人才是高职院校面临的光荣责任与义务。希望通过本次调研工作，使高职市场营销专业的人才培养工作在总结经验的基础上，针对人才需求的态势，深化专业教学改革，进一步落实素质教育的战略思想，实现教育创新为工商企业的可持续发展培养大批的市场营销生力军，更好地适应社会经济的发展要求。

现阶段高职教育应把“工学结合”作为人才培养模式改革的重要切入点，积极推行理论知识与生产实际、社会实践相结合的教学模式，将培养学生的实际工作能力作为专业教学的重要组成部分；建立相对独立的理论教学体系和实践教学体系，使“工”与“学”同时成为人才培养方案中的重要内容。增加专业教学过程的实践性、开放性和职业性，增大实践教学比例，使专业毕业生基本具备相应的职业能力。

（二）营销毕业人才岗位需求

序号	岗位名称	岗位职责
1	市场调研岗位	1. 制定市场调查方案，并组织实施 2. 设计、运用问卷开展调研 3. 运用多种调研方法、方式开展调研 4. 对调研的数据进行整理和分析 5. 撰写市场调研报告，向管理层提出建议
2	市场开发与销售岗位	1. 制定市场的整体开发计划 2. 在市场调研基础上，进行市场细分，选择目标市场 3. 开发与巩固市场，与客户建立、稳定关系，为顾客提供专业服务支持

		4. 建立分销体系,协助代理商开拓二级市场和终端客户,评估代理商 5. 负责公司、品牌、产品形象的宣传、推广 6. 收集顾客对产品与服务的反馈意见,提出改进的建议 7. 建立客户资料卡及客户档案,完成相关销售报表 8. 完成入店培训、商品陈列、推销、促销策划等工作
3	客户关系管理岗位	1. 联系、拜访、接待客户、与客户沟通 2. 收集客户信息,了解并分析客户需求,开发新客户 3. 对客户进行分级分类管理,维护老客户,促进老带新 4. 建立客户关系管理系统,特别是售后服务信息,解答客户咨询、质疑等 5. 策划维护客户的方案,如节假日客户答谢活动、积分管理、抽奖优惠券等
4	市场管理岗位	1. 负责建立、完善、运营相关系统以及工作标准 2. 市场相关岗位的人员招募、培训、考核评价等 3. 设计、管理、评估分销渠道体系,包括盈利能力、适应能力、控制力等 4. 创建、发展运营团队,培养与开发团队成员的能力 5. 贯彻执行组织规章制度 6. 对销售风险的控制管理
5	营销策划岗位	1. 制定与市场情况、产品状态、消费群体相适应的、经济有效的营销策划方案,并加以评估、实施、检验 2. 参加新产品设计沟通会议,听取产品经理介绍新产品情况,分析新产品特点并转化为卖点 3. 负责主持脑力风暴会议,与创意团队(平面设计师、文案撰写人、视频设计师)一起沟通新产品的详情页、创意推广方式,包括理念、视觉、文案、多媒体等 4. 进行广告策划,对投放策略、文案撰写进行制定与执行 5. 负责各平台渠道的优化工作,包括创意构思、内容优化、数据分析等 6. 监控和研究竞争对手及其他网站营销策略,提出调整方案,不断优化创意,为企业的整体经营提供良好的服务及决策建议 7. 具备良好的项目提案撰写能力,能结合各类促销活动独立完成创意设计案,熟悉撰写社交媒体宣传推广策划案
6	网店运营与推广	1. 开展互联网市场调研、分析 2. 创建网络店铺、网店装修、商品拍摄与后期处理 3. 运用互联网平台与新媒体营销工具开展网店运营与推广 4. 策划网店促销活动 5. 运用各种营销方式进行网络销售,贴吧、微博、微商、直播带货等 6. 订单管理、跟踪物流、客户服务管理等 7. 对网店数据进行分析、决策
7	门店开发与管理岗	1. 对行业市场、竞争状况、连锁经营状况等开展调研

	位	2. 门店选址开发、装修与设计、货源选择、陈列与布局、商品与服务定价等 3. 门店运营管理：促销活动策划、客户管理、订单管理、售后服务等 4. 人员培训、薪酬、绩效管理 5. 连锁经营管理，加盟/直营模式的设计、激励、评估等管理
8	营销创业岗位	1. 开展线上线下市场调研 2. 开展市场营销计划、组织实施与管理控制 3. 组建营销团队，分工协作，发挥所长 4. 能够对网络热点、社会热点有敏感度，能快速响应热点与项目结合 5. 负责各类营销活动的创意策划与执行、总结 6. 借助移动互联网趋势大众创业，在微信微博、视频直播或其他平台创业

（三）专业人才培养中必需开设的有关课程。

序号	课程名称	备注
1	市场营销学	
2	消费心理学	
3	营销综合实训（营销技能大赛）	理实一体化
4	新媒体营销与运营项目实训	理实一体化
5	市场调查与预测及商务调研实训	理实一体化
6	商务数据分析	理实一体化
7	营销创意策划	理实一体化
8	广告策划	理实一体化
9	社群营销与运营	理实一体化
10	营销思维训练	
11	商务谈判与沟通艺术及谈判技能实训	理实一体化
12	客户关系管理	理实一体化
13	销售口才实训	理实一体化
14	商品策划与品类管理	
15	服务营销	
16	数字营销	
17	商品拍摄与后期处理	理实一体化
18	连锁经营管理原理	
19	连锁企业人力资源管理	
20	连锁经营门店开发与设计	理实一体化
21	电商专业群专业通识课	

22	专业群人员从业素养	
23	创业课程	

（四）相关的建议和措施

1. 实现人才培养目标的科学定位

针对市场营销职业岗位（群），结合陕西省、西安市发展规划及地区经济发展需求，在深入进行人才需求和人才规格调研的基础上，市场营销专业对人才培养目标和培养规格重新进行定位，确定本专业的职业面向。对高职营销专业人才的培养目标，必须突破大学专科层次的层次定位，立足于培养适应市场需求的高等技术应用性专门人才。从调查了解到的情况看，不少学生以大学生自居，盲目追求“白领”生涯而鄙视基层工作、基础工作，而企业所需的营销人才多为推销员、策划员，最高也就是中层管理者。因此，要解决培养定位过高的问题，确立与人才的目标岗位（群）相适应的人才培养目标，致力于培养适应工商第一线就业的推销员、策划员与中层管理者，鼓励与教育学生从基层做起，脚踏实地，不断进步。

2. 针对学生的目标岗位（群），突出能力本位与个性发展

素质（能力）是市场营销人才市场需求的重要取向，高职市场营销专业人才的目标岗位集中于推销员、业务员，因此，必须立足于市场营销专业人才的职业能力培养，锻炼学生的团队协作能力、走出去的实践能力、抗压能力，强制要求学生课外阅读实现由“知识本位”向“素质（能力）本位”转变，突出专业技术应用能力的培养；必须实现由继承型人才培养向创新型人才培养的转变，突出个性发展和应变创新能力，确立创新教育观念。从而真正突出本专业的应用性与实践性特征，使培养的人才适应生产、建设、管理、服务第一线的要求。

3. 突出专业核心能力培养

以突出专业核心能力培养为立足点，构建“工学结合”的特色实训课程体系，增加专业教学过程的实践性、开放性和职业性，增大实践教学比例。增加选修实践课的开设，针对不同的课程侧重在某些应用能力上的发展，比如营销策划的方案，创意。积极与行业企业合作开发课程，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容，将职业岗位所需的关键能力培养融入专业教学体系；建立突出职业能力培养的课程标准，规范课程教学的基本要求，提高课程教学质量。课程进行整合，去除与职业能力关系不

大的教学内容，避免课程内容的交叉和重复，考虑学生的基础和接受能力；探索工学交替、任务驱动、项目导向、顶岗实习等有利于增强学生能力的教学模式。

4. 实现人才培养模式的创新

人才培养模式作为为学生构建知识、能力和素质体系，以及实现这种结构的方式，直接关系到培养目标的实现。针对高职市场营销专业人才的需求特征与存在的问题，要在继承传统教学模式合理内核的基础上，实现培养模式创新，即突出能力本位，整合教学内容与课程体系，以校企合作、产教结合为主要途径强化专业实训，以提高学生综合素质为目的。为此，要使基本素质和能力培养贯穿人才培养过程的始终；实现理论教学与实践教学的合理配比，满足学生的知识、能力、素质要求；构建文化基础课平台，淡化专业课与专业基础课的界线，实现模块化的专业教学；构建教学质量保障体系，满足人才培养模式的要求。

5. 贯彻“必需、够用、实用”原则，整合教学内容

解决高职市场营销专业要求的宽知识面与现行教学方式的矛盾，必须贯彻“必需、够用、实用”的原则，突破学科的系统性禁锢，坚持专业基础课为专业课服务的指导思想，按“模块化”方式整合教学内容，突出模块知识和能力与学生的应用岗位（推销员、销售主管、营销策划员及部门经理等）的针对性，使学生学以致用，增强实战性。

6. 积极探索教学方式的改革

教学方式改革，既是现代教学技术发展的客观要求，又是提高教学效果的有力保障。针对高职工商企业管理专业的教学特点，在教学相关方面的意识上大胆创新，教学内容上紧跟市场变化，比如新媒体营销、APP推广，教学形式上大胆创新，引用企业培训的一些形式，在教学环境上与工具配备上大力支持。

教学过程中，一方面应积极推行案例教学法、启发式教学法、探究式教学法、情境教学法、互动教学法，增强学生的感性认识；另一方面，教学手段上应大力推广多媒体教学手段的运用和网络教育技术，加大课堂教学的信息量，提高教学效果。

7. 强化实践教学与校企合作，实施“1+X”证书制度

实践教学是高等职业教育的关键环节，也是本专业教学质量的保证条件。必须建立课堂实训、阶段实训、毕业综合实习等为主要内容的完善的实践教学体系，

加强专业实验（实训）室和校外实习基地建设。引进企业订单式培养人才，鼓励学生在企业培训参与学习，政策上鼓励学生实践。西安地区联系一些销售需求大的行业企业，邀请行业企业专家来学校讲课，邀请往届毕业生回校座谈。

校企合作是高职人才培养的基本途径。要建立产学合作的人才培养机制，保证学生所学内容与市场接轨，体现应用性。“1+X”证书制度是高等职业教育的必然趋势。本专业学生的培养必须辅之以“X”证书，学生不仅要取得学历证书，还必须获取从事专业工作所需的基本素质证书（普通话、计算机相关证书、外语等级相关证书等）和职业资格证书（广告策划师、营销策划师、初级调查师、店长证、网店运营推广证书、新媒体运营师、互联网营销师等），以满足技术应用能力培养和职业准入资格的要求。

对外贸易学院
市场营销教研室
2020 年 7 月