



市场营销 专业人才培养方案

专业代码： 530605

所属学院： 经济管理学院

教学院长： 吕赢

专业负责人： 路娟

专业建设委员会主任： 路娟

专业论证组组长： 韩伟

2022年8月

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码 市场营销 530605

二、入学要求 高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限 三年 全日制高职

四、职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类(53)	工商管理类(5306)	批发业 零售业(51、52)	营销员(4-01-02-01) 商品营业员(4-01-02-03) 摊商(4-02-02-05) 市场营销专业人员(2-06-07-02)	销售代表; 销售经理; 区域销售经理; 卖场经理; 小微商业企业创业者; 市场主管; 市场经理; 市场调研专员	数字营销技术应用

五、培养目标与培养规格

(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；掌握本专业知识和技术技能，面向市场、销售、客服、运营等专业人员职业群，能够从事销售营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的复合型技术技能人才。

(二) 培养规格

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，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；
3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；
4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体

意识和团队合作精神；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

7. 具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力；

8. 具备诚信、合作、敬业的职业素质和极高的法律意识；

9. 具有一定的业务组织协调与管理能力；

10. 具有关注本专业发展动态，不断更新知识的水平。

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

3. 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

4. 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

5. 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

6. 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

7. 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

8. 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

9. 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

能力要求：

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 能够与客户进行有效沟通；

4. 能够对客群和竞争者进行分析；

5. 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

6. 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

7. 能够组织实施推销和商业谈判；

8. 能够对客户关系和销售进行日常管理；

9. 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；

10. 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

11. 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
12. 具备商务礼仪规范应用能力；
13. 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

1. 必修课

（1）思想道德与法治（48学时 3学分）

本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。课程以马克思列宁主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系为指导，以马克思主义中国化的最新理论成果——习近平新时代中国特色社会主义思想为指针，紧扣大学生成长成才中遇到的基本问题，有针对性地开展马克思主义人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导大学生树立远大理想，陶冶高尚情操，遵循并传承中华民族的优秀道德传统，认同并弘扬社会主义核心价值观，建构高尚的思想品德、良好的法律素养、科学的价值标准与正确的行为规范，激励学生在为实现中国梦的伟大实践中放飞青春梦想，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（32学时 2学分）

本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，是巩固马克思主义在高校意识形态领域指导地位、落实立德树人根本任务的核心课程。课程以马克思主义中国化为主线，集中阐述了毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验。

（3）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（48学时 3学分）

本课程以马克思主义中国化的最新成果为重点，系统阐明习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、精神实质、丰富内涵、实践要求，揭示和阐释这一思想的立论基础、时代背景、主题主线、历史贡献，以及新时代坚持和发展中国特色社会主义的根本立场、本质特征、总体布局、战略安排、根本动力、重要保障、政治保证等。系统引导青年学生全面系统学、深入思考学、联系实际学，真正做到学深悟透、融会贯通、真信笃行。鼓励学生通过亲眼看、亲耳听、亲身悟，激发学习新思想、践行新理念的内生动力，从而进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。

（4）形势与政策教育（48学时 1学分）

本课程是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。着重进行党的基本理论、基本路线、基本方略和基本经验教育；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；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育；进行马克思主义形势观、政策观教育。增强学生爱国主义责任感和使命感，明确自身的人生定位和奋斗目标的课程。

(5) 劳动教育（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的必修课程。课程以培养学生能够理解和形成马克思主义劳动观为教学目标，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念，弘扬劳模精神和工匠精神。通过学习使学生树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，增强学生职业荣誉感，使学生具有勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。

(6) 军事理论（36 学时 2 学分）

本课程面向全院学生开设的必修课程。该课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以国防教育为主线，使学生掌握军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

(7) 军事技能（2 周 2 学分）

本课程面向全院学生开设的必修课程。该课程围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以国防教育为主线，使学生通过军事训练了解掌握基本军事技能，进行革命英雄主义和人民军队的传统教育，激发学生爱国主义热情，提升学生国防意识和军事素养。

(8) 体育（108 学时 6 学分）

本课程主要通过职业实用性体育选项课教学，按照专业技能对学生身体素质要求不同，有针对性的安排项目教学，使学生较熟练掌握至少两项运动技术，达到《国家学生体质健康标准》，激发体育锻炼兴趣，养成体育锻炼良好习惯和获得终生体育锻炼能力。

(9) 职场通用英语（128 学时 8 学分）

本课程全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，以中等职业学校和普通高中的英语课程为基础，与本科教育阶段的英语课程相衔接，旨在培养学生学习英语和应用英语的能力，为学生未来继续学习和终身发展奠定良好的英语基础。掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段，根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。在沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心；践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。

(10) 心理健康教育（32 学时 2 学分）

本课程集心理健康知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。目的在于通过课程讲授明确心理健康的标准及意义，使学生增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展，培养理性、平和、自尊、自信的积极心态，践行立德树人教育宗旨。团体辅导实践活动由心理健康教育中心课外统一安排。

(11) 信息技术（60 学时 4 学分）

信息技术课程是高等职业教育专科学生提升其信息素养的基础。基础模块包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。拓展模块包含信息安全等内容。

本课程帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，具备支撑专业学习的能力。能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。

(12) 职业生涯与发展规划（24 学时 1.5 学分）

本课程采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式，以激发大学生职业生涯发展的自主意识，促使其理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力为目标。通过建立生涯与职业意识，使学生了解自我、了解职业，了解环境，学习决策方法，形成初步的职业发展规划，从而确定人生不同阶段的职业目标及其对应的生活模式。

(13) 就业指导（16 学时 1 学分）

本课程以树立学生积极正确的人生观、价值观和就业观念为核心，以理论、实务及经验为一体开展综合施教，使学生了解就业形势，了解学习与工作的不同、学校与职场的区别，引导其顺利适应生涯角色的转换，并形成正确的人生观、价值观和就业观。同时帮助学生了解职业前景及入职规范，提高自身通用及求职技能，增强心理调适能力，进而有效地管理求职过程。

(14) 创新创业基础（16 学时 1 学分）

本课程通过开设“创新方法理论”、“精益创业”等模块的基础理论知识的讲授，要求学生熟悉创业环境，培养学生善于思考、敢为人先的创新意识，培养创新思维、锻炼创业能力等，不断提高自身素质，培养分析问题、解决问题的能力。

2. 公共选修课程

面向全院学生开设的公共选修课程，授课形式以面授和网络学习两部分组成，课程主要涵盖人文素养、科学素养等方面。该课程本着根植中华优秀传统文化深厚土壤，汲取人类文明优秀成果为原则，引领学生树立正确的审美观念、陶冶高尚的道德情操、培育深厚的民族情感、激发想象力和创新意识，为后续课程的学习奠定基础。

公共选修课修读学分要求：修满 8 学分方可毕业，其中思政素养模块不少于 1 学分，中华优秀传统文化实践和美育赏析模块共不少于 2 学分。

(1) 思政素养

新青年学党史（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选思政课程，课程是为庆祝中国共产党成立 100 周年而编写的。概述记录了从中国共产党的创立和投身大革命的洪流开始，直到夺取新民主主义革命的全国胜利，最终带领中国人民进入社会主义建设、改革开放和现代化建设新阶段的发展壮大的过程。是大学生思想政治教育的重要内容。内容内涵丰富、具有凝聚亲和、导向指引、激励塑造和道德示范等育人作用，对加强和改进大学生思想政治教育具有重要意义。

新时代交通强国战略（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选思政课程。课程基于交通强国战略是在中国特色社会主义新时代提出的国家战略，是实现两个一百年奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的重要战略的要求，介绍交通发展的成就和未来交通发展的建设框架，并通过榜样人物的引领，展现交通人奋进新时代的精神风貌，从而引领学生坚定“四个自信”，凝聚起投身新时代交通强国建设的磅礴力量。

交通文化与交通工匠（32 学时 2 学分）

本课程设计了四大模块，通过对交通历史、交通重大科技创新、交通重大标志工程、感动交通人物、交通工匠的介绍，展现交通运输的历史人物、交通运输领域发生的重大事件，特别是改革开放 40 多年来交通建设取得的巨大成就，交通运输服务经济社会发展的辉煌历程。引导交院学子传承勇于创新、顽强奋斗的中国精神，提升建设交通强国的历史使命感和责任感。

（2）中华优秀传统文化实践

中国画（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，教学内容重点介绍中国传统绘画背景知识及技法常识，注重学生动手实践。开展中国工笔画线描实践，学生在实践中感悟中国绘画精神，锻炼操作中的耐心细致，领悟精益求精的中国艺术追求。激发学生对于中国传统绘画的浓厚兴趣，让学生较为系统地了解、熟悉传统绘画技艺的同时增强动手能力，达到加强中华民族自豪感的宗旨。

书法（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，课程以汉字为载体，培养学生具有良好书写习惯、书写态度和一定汉字审美情趣的一门课。通过对汉字笔顺、笔画、大小、位置、整体形态和间架结构的学习，促进学生写一手好字！练一手潇洒漂亮的字，塑一张高素质第二脸孔；练一手潇洒漂亮的字，增一份赢得成功的自信。

传统图案（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，教学内容以传统图案为主线，分别介绍图案的基础知识、图案构成的形式美法则、中国传统图案等，使学生在理解图案的设计背景的基础上，掌握图案的变化规律和形式美感的原理，培养学生的造型变化能力，图案的构成设计与制作能力。通过学习让学生感知中国传统图案的博大精深

民间工艺（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，教学内容包含民间工艺发展历程、经典作品赏析、技法等；课程注重学生动手实践，使学生在了解民间工艺基础上掌握一种民间工艺，通过理论学习和实践操作加深学生对民间工艺文化的理解，激发学生对于中国传统民间非遗艺术文化的热爱。

传统木工（32 学时 2 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，通过对中国传统制作工艺的讲述，使学

生了解中国传统工艺的博大精深，增强学生对传统工艺的认知；通过实践活动使学生深刻了解老工匠精湛的技艺和精雕细琢，精益求精的精神。学会一至两种传统榫卯工艺制作技巧，提升学生动手动脑能力；在实践中跟着老工匠学技艺，养成做事一丝不苟的劳动习惯。

中国戏曲（16学时 1学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，中国戏曲文化极具丰富性是中华优秀传统文化的重要部分。教学内容重点介绍中国戏曲的形成与发展以及国粹京剧，注重学生实践。我们将开展京剧服饰展示实践与身形组合实践。学生在实践中感悟中国传统文化的魅力，锻炼身形姿态，领悟中国传统文化的博大精深。激发学生对于中国戏曲的浓厚兴趣，让学生较为系统地了解、熟悉中国戏曲，同时增强审美能力及身形姿态，从而达到加强中华民族自信的宗旨。

中国近代歌曲合唱与指挥（16学时 1学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，通过课程的学习和实践，使学生提高演唱多声部合唱作品的的能力、培养学生的多声（和声、复调）音乐思维和感觉，使学生对音乐形成完整的概念，并能理解和掌握合唱的训练方法和手段、组织和指挥合唱队演唱中、小型作品，用正确指挥图示和准确的指挥手势引导合唱队表现作品；通过学习实践锻炼学生团队意识，通过参与实践使学生在歌声中疏解心情、快乐的学习，幸福生活。

经典诵读（16学时 1学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，重点介绍中国古今优秀的经典文学作品，通过文本细读、背景导读、合作探究、涵咏吟诵等方式指导学生精心阅读和品鉴，既提高学生的文学素养，又提升学生的诵读能力，通过经典作品中传递出的爱国主义精神对学生进行审美和道德净化，积极培育学生的社会主义核心价值观，使人文经典和民族精神走进课堂，深入学生的内心。

非遗文化欣赏（32学时 2学分）

本课程是面向全院各专业开设的双语网络公选课程，课程主要以理论讲授为主，由传统戏曲、传统茶艺等多个模块组成。课程以在线上带领学生身临其境走进博物馆，感知非遗文化精髓；在工坊里听老工匠的故事，体会中华传统工艺的工匠精神；课程由非遗传承人和专任教师讲授，引导学生体会非遗在中华优秀传统文化的重要意义，提升学生对中华传统工艺的热爱，对中华文化的自信，并从中提高艺术文化修养，培养学生亲自动手的劳动意识，让学生更好地为非遗文化的发展与传承实践服务。

(3) 美育赏析

中外美术赏析（32 学时 2 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程，教学内容主要涵盖绘画，建筑，雕塑等方面的内容。课程本着根植中华优秀传统文化深厚土壤，汲取人类文明优秀成果为原则，引领学生树立正确的审美观念、陶冶高尚的道德情操、培育深厚的民族情感、激发想象力和创新意识。将美术欣赏与个人生活品质的提升结合起来的课程。

中外音乐赏析（32 学时 2 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程。教学内容包括音乐常识、中国民歌欣赏、中国民族器乐欣赏及西方经典音乐赏析。由“聆听”这一听觉生理感官引起的心理“美感”与荣誉感、道德感、责任感等融汇贯通，使学生接受真善美的熏陶，激发爱国情感，民族自豪感油然而生，世界观、价值观、人生观由此受到影响，从而坚定文化自信，道路自信，中国传统文化发扬光大。

中外文学赏析（32 学时 2 学分）

本课程是面向全院各专业开设的限选课程。通过对中国古代文学经典与近现代优秀作品的感知鉴赏和中国文学史的梳理，使学生熟知悠久灿烂的中国文化与文学，培育学生的爱国情怀和民族自豪感，增进其文化自信；通过艺术理论和艺术鉴赏活动的熏染，有助于学生树立正确的人生观、世界观、价值观，有助于学生创造性思维和创新意识的培养，有助于学生产生愉悦的心情，从而产生乐观向上的生活、学习、工作心态。

(4) 安全教育

大学生安全教育（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。主要从国家安全、突发公共事件、心理健康、消防、交通、运动等与大学生息息相关的安全问题着手，详细阐述了如何应对此类安全事件及急救常识，以增强大学生安全防范意识，掌握必要的安全知识和安全防范技能，消除各种安全隐患，确保大学生身心安全。

国家安全（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。课程以总体国家安全观为主线，全面介绍国家安全战略、国家安全管理 and 国家安全法治等内容，向大学生展现一张宏伟的国家安全蓝图，激发大学生的爱国主义情怀。主讲教师团队通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论，让大学生从生动的案例中学习国家安全知识，培养大学生维护国家安全的责任感与能力。

(5) 科学素养

人工智能辅助设计与实践（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。课程培养学生创新思维能力的课程。根据工程实践的特点将培养内容分为人工智能简介、电子产品焊接与调试、简易零件的 3D 建模与打印、工业机器人操作四个部分，通过启发式实践项目训练，培养学生的工科思维，让学生在实践过程中对人工智能相关的电子技术、机械原理、机器人技术等知识有进一步的了解。对接实际应用场景，培养学生分析问题、解决问题的能力。

数字媒体（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。课程以认知的形式使学生了解前沿数字媒体科技的发展，课程重点介绍数字媒体应用等内容；通过学习提升学生前沿科技的认知意识，提升学生综合创新能力。

(6) 绿色环保

全球变化生态学（6 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。主要从生物圈、大气圈、水圈、岩石圈等方面说明全球变化生态学所包含的主体内容，重点介绍在全球变化的背景下的基本生态学问题。主要包括全球变化的特点和原因；全球碳循环，温室效应与全球变暖，全球变化对陆地生态系统碳循环的影响；全球变化与生态系统的相互关系，陆地生态系统对全球变化的响应；卫星遥感在植被监测中的应用；全球变化的适应对策等内容。

生态文明—撑起美丽的中国梦（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。生态文明是人类社会发展的一个新的阶段，即工业文明之后的世界伦理社会化的文明形态，是和谐社会可持续发展为基本宗旨的文化伦理形态。推进生态文明是建设美丽中国，同心共筑中国梦的重要任务，也是改善民生、提高民族素质的重要举措，具有极为重要的现实意义。本课程紧扣时代主题，内容丰富，结构新颖；主讲教师学识渊博、经验丰富，注重融会贯通，从多个角度深入浅出地阐述了生态文明与美丽中国梦的关系。

(7) 管理能力

传统文化与现代经营管理（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程。课程主要以现代经营管理为主线，伴以中国传统文化中的史例实例，从传统文化、诸子百家和传统文学等多个角度了解和分析管理学的基本概念，并探讨商业发展中创新创业、团队建设、诚信建设、损益权衡和科学管理

等现代经营管理面临的问题。

大学语文（16 学时 1 学分）

本课程是面向全院开设的选修课程，课程是一门为大学生提供坚实价值根基的公共选修课程，是对大学生进行人文素养教育的基础课程，课程能够引导学生在语文学习的基础上进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，提高人文素养。同时帮助学生进一步贴近语言、文学，增强学生的阅读、表达和写作能力。

（二）专业（技能）课程

1. 必修课

（1）经济法（64 学时 4 学分）

《经济法》课程是市场营销专业的基础课程之一。所传授的知识是学生对经济管理和服务工作所必须具备的最基本的经济方面的法律知识，在新时代背景下，培养应用型人才社会主义核心价值观尤为重要，落实立德树人根本任务，必须将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体、不可割裂。全面推进课程思政建设，就是要寓价值观引导于知识传授和能力培养之中，帮助学生塑造正确的世界观、人生观、价值观，这是人才培养的应有之义，更是必备内容”。将培育弘扬劳模精神、工匠精神融入办学理念，并有规章制度、政策措施作为保障。为适应这一时代要求，探寻专业知识和思政知识的融合点，重构教学内容，创新教学方法，以求更好地发挥课堂育人的主渠道作用。

（2）市场营销基础（64 学时 4 学分）

本课程是一门应用性较强的课程，主要讲授市场营销环境分析方法，STP 分析技巧，4P 策略分析技巧，通过课程的学习能够帮助学生夯实理论基础，激发学习兴趣和求知欲。对于市场营销专业的学生而言，通过该课程的学习将有利于市场营销后续课程，如《推销技术》、《市场调查与预测》、《市场营销策划》等课程的学习打下基础。

在多元化的社会环境下，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。尤其是社会用人标准的不断提升，要求高校必须加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。利用新颖渠道辅助思政教学，借助新媒体平台与学生开展线上交流，建立微信公众号，给学生分享思政知识，引用与市场营销基础有关的思政案例与学生共同探讨和学习。培养学习在实践中精益求精，一丝不苟的做事态度和工匠精神。

（3）经济学基础（48 学时 3 学分）

本课程是学习市场营销类课程的必须知识储备，也是学生认识社会经济问题的必备

知识基础。该课程的基本任务是向学生传授经济学的基础知识和基本技能，扩大学生的知识面，合理学生的知识结构，使学生了解经济运行中的各种现象、关系和规律，对经济运行有一个比较全面的了解，建立起经济学的基本思维框架，为进一步学习其他专业课程奠定理论基础。让学生较好地理解市场在资源配置中的作用，进而让学生理解建设社会主义市场经济体制的重大意义和改革开放的伟大意义；同时，对于市场机制局限性和市场失灵的理论分析让学生不应对市场盲目推崇，懂得政府适度干预的必要性，从而加深对相关经济政策的理解与认同。培养学生的求真探索和务实进取的精神，锻炼学生将所学理论运用于实践的能力，引导学生崇尚劳动、尊重劳动，最终达到在未来的工作岗位能够诚实劳动、创造性地劳动，并将所学理论知识灵活运用于工作实践的目标。

（4）市场调查与分析（64学时 4学分）

本课程培养学生为理想而奋斗的价值观念，树立一线劳动最能培养人的观念，弘扬认真做好本职工作的精神和工匠精神。通过学习使学生立足营销员、网络客服、店面服务等岗位，建立服务意识，积累营销经验，培养在奋斗中坚持探索的精神。树立为人民和国家实现共同富裕而奋斗的正确择业观，增强学生勤俭、奋斗、创新、奉献的职业精神。

本课程讲授市场调查与市场分析的基本理论、操作方法和各种分析技术，内容包括从提出调研目标、订立调研方法手段、拟写问卷、组织抽样、收集分析数据到写出调查报告的全部过程。对调查数据做出统计和分析，提出解决方案。通过本课程的教学使学生掌握调研流程，体会调查细节，强化市场调研能力。提升对调查结果的分析和应用能力。

（5）消费者行为分析（36学时 2学分）

本课程讲授影响消费者决策和行为的内外因素，主要内容包括消费行为概述，消费者心理活动分析，消费者个性心理特征分析，消费者需要、动机与购买行为关系，消费者的学习与行为，消费者购买决策，消费者态度与消费行为，外部环境与消费行为，群体的消费心理与消费行为，口碑传播、流行与创新扩散，购物环境与消费心理等。通过本课程的教学，使学生系统地了解市场营销过程中影响消费者心理的内外因素，在营销战略与策略的制定与实施中，更多地考虑目标顾客的心理特点，提高营销战略与策略的科学性与合理性，从而提升市场营销能力。讲解更多的心理学概念和心理学现象，融入更多的人生观，价值观，学生可以就自身遇到专业性思政难题向老师请教，课堂安排学

是说新闻，论事实等案例引入。从思政角度分析消费者心里，消费者行为。融入更多的心里健康教育，使学生在学习和工作中保持健康的心态，可以快速的从消极的情绪中解放出来，可以快速的投入工作和生活当中。加强思政教育和劳动教育的有效融合，可以使大学生在劳动当中创造价值，树立正确的劳动观念，为自身的学习和生活奠定基础。加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。培训学生将专业变成爱好，学到极致，爱到极致，精益求精，将这种思想贯彻于内心，在将来的工作岗位成就一番事业。

(6) 管理学基础 (36 学时 2 学分)

本课程是专业基础课程，讲授管理的四项基本职能——计划、组织、领导和控制职能，主要内容包括管理学的基本概念及管理理论的发展与演变脉络，管理活动的基本规律、管理学的一般原理以及管理技术和方法。通过教学使学生熟悉管理学的有关概念，理解并掌握管理科学的理论知识体系以及基本方法，同时又为培养学生的管理能力和良好的管理素质服务。通过学习，使学生真正懂得“精益求精、专注坚持”的工匠精神。通过课程中“爱国、敬业、奉献”的元素、“自律守时、诚信友善”的相关案例，对学生的思想理念进行潜移默化的引导教育。强化学生政治认同，坚定学生理想信念，增强学生政治意识、大局意识、树立正确的劳动观、价值观、人生观，职业道德、社会责任感，养成认真负责、谦虚谨慎的工作作风，以及在困难面前，勇于坚持，迎难而上的工作精神。培养学生的爱国主义情感，增强学生的文化自信和民族自豪感，引导学生关注现实问题、深入社会实践，培育学生遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、与人为善、开拓创新的职业品格个行为习惯。

(7) 推销技术 (64 学时 4 学分)

本课程以理论运用、理实结合为原则，以培养市场营销领域技能型应用人才为目标。通过教学课程实施使学生具备以下能力：能够对推销及推销职业有正确的认识，将推销的新理念及人员推销的黄金准则贯穿于职业生涯，树立正确的价值观择业观，树立从业中遵纪守法、崇德向善、诚实守信的准则；具备榜样意识，树立正确的劳动观念；能掌握店堂推销每一个过程的应用技巧，包括迎客准备、柜台设计、接待顾客、了解需求、产品推荐、异议处理及成交，能够运用有效的店堂销售的技巧向顾客销售商品；能掌握上门推销每一个过程的应用技巧，包括寻找顾客、顾客资格审查、约见顾客、推销洽谈、异议处理及成交，能够运用有效的上门推销的技巧把握成交时机，促成交易。

(8) 市场营销策划 (64 学时 4 学分)

本课程培养学生为实现人生价值而努力的积极人生观念,树立立足本岗位积极劳动实现价值的观念,弘扬认真做好本职工作的精神和工匠精神。通过学习使学生树立劳动意识,在市场下滑压力增强的情况下,立足岗位学习市场营销策划,勇于挑战自我。树立为人民和国家富裕而奋斗的正确择业观,增强学生勤俭、奋斗、创新、奉献的职业精神。

本课程基于市场营销原理,讲授市场营销战略分析、战术策划的系统知识。培养学生在营销岗位工作1年-3年时,在市场营销策略、营销方法上的战术性计划、实施能力。采用项目教学,以企业从调研分析寻找机遇开始,到产品策划、价格订立、渠道开发管理、促销谋划实施为线索,着重培养学生在促销、渠道开发的营销策划能力。要求学生能分组策划开发新品,或完善现有商品的营销不足,完成营销4P策划,并说明实施细节。在完成任务中强化理论,掌握基本战术策划方法。

(9) 销售管理 (72学时 4.5学分)

本课程是一门建立在管理学、市场营销学理论基础之上的一门主干专业课程。通过本课程的学习,使学生能系统地了解作为销售主管面临的问题和挑战,全面掌握企业销售管理和销售主管应具备的理念、知识和基本技能。了解销售管理的基本内容和方法,培养和提高正确解决销售管理问题的能力,全面提升学生在竞争中的综合素质,为学生今后从事市场营销管理工作打下良好的基础。通过本课程的学习使学生树立正确的劳动观,增强诚实劳动意识,树立正确择业观。通过学习培养学生的整合思维,提升学生的综合能力,能够透过问题表象看到本质问题,构建全面、辩证的思维,培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风,端正学生销售管理态度,塑造良好的管理人员职业形象。

(10) 商务礼仪 (36学时 2学分)

本课程主要包括职业形象塑造、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务宴请礼仪、商务仪式礼仪与涉外商务礼仪等基本内容,通过介绍商务礼仪的基本知识、礼仪技巧以及商务场合中的各种礼仪规范,使学生了解商务礼仪在商务工作中和社会交往中的重要性,了解在日常商务交往中应注意的要点和各种忌讳,并能正确运用各种礼仪的方法,涵盖商务活动各环节和场合所必须遵循的基本礼仪规范,从而提高学生的礼仪素质,使其在以后的实际工作和社会交往中能做到合乎礼仪,表现得体。课程融知识、能力、素质培养为一体,旨在使学生内外兼修,够胜任未来营销岗位的要求,并保有可持续发展的不竭动力来源。引导学生学习“爱岗敬业、争创一流,艰苦奋斗、勇于创新,淡泊名利、甘于奉献”的劳模精神,培养学生树立“干一行、爱一行、钻一行、精一行”的职

业素质，让学生充分认识到工匠精神和劳模精神对于成长成才的重要性。

(11) 商务谈判（64 学时 4 学分）

本课程讲授在商务谈判中有关谈判的基础理论，学习商务谈判的规律、原则、方法和技巧。为贯彻全国教育大会精神，进一步办好新时代职业教育，落实《中华人民共和国职业教育法》，落实“职教二十条”，建设知识型、技能型、创新型劳动者大军，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气。要求学生掌握有关商务谈判内容和方法的基本知识，基本掌握商务谈判的程序及技巧，掌握商务谈判的策略及有关技能，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，为今后从事商务谈判工作打下良好的基础。

使学生了解并掌握实用的谈判和商务谈判的一些基本理论知识与必要的技能，并与实际案例相结合，做到以事实为依据，对案例有一定的分析能力，同时突出实际实践运用能力。

(12) 网络营销（64 学时 4 学分）

本课程是以现代营销理论为基础，是市场营销专业的基础课程之一，借助网络、通信和数字媒体技术实现营销目标的商务活动；是科技进步、顾客价值变革、市场竞争等综合因素促成的，是信息化社会的必然产物，也是现在大数据时代学生们必须掌握的一门课程。通过本课程的学习，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。尤其是社会用人标准的不断提升，要求高校必须加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。使学生了解和掌握网络营销的基本原理和方法，尤其是网络营销相对于传统市场营销的创新之处，并能理论联系实际，通过对实际案例的分析，从中汲取成功的经验和失败的教训，让学生将传统营销知识运用于网络，掌握新一代的营销手段，提高学生的营销能力。利用新颖渠道辅助思政教学，借助新媒体平台与学生开展线上交流，建立微信公众号，给学生分享思政知识，引用与市场营销基础有关的思政案例与学生共同探讨和学习。让学生将学习和实践相结合做事严谨，精益求精。

(13) 客户关系管理（32 学时 2 学分）

本课程通过优秀服务岗位的突出案例，培养学生努力奋斗意识，树立服务岗位的劳动最光荣的思想，弘扬认真做好本职工作的精神和工匠精神。通过学习使学生树立正确服务人群意识，积累服务客户的经验，提升就业创业能力，以献身精神，不怕挫折和不惧挑战的思维，探索突破“线上和线下”营销服务模式。

本课程讲述同质化市场竞争状况下，企业必须研究和使用的“以客户为中心”理念、技术和实施系统。要求学生在学习本课程后，能从大量客户中做客户细分，分辨有价值的客户，以客户系统为他们提供针对性的、增值性的服务从而延长客户生命周期，提升客户终身价值。本课采取学生分组设计体会客户服务细节、掌握客户数据收集、学会使用客户管理系统做简单客户服务等几个阶段做能力强化训练。

（14）广告学（56 学时 3.5 学分）

本课程是市场营销专业的基础专业课。通过讲授广告活动的过程及规律，包括广告发展演变的历史、广告运作的基本原理和规则、广告活动的管理等方面的内容，使学生深刻理解广告学的基本概念与术语，系统掌握进行广告活动的方法和技巧。本课程旨在培养掌握市场营销专业广告管理知识、具有服务意识和经营管理能力，富有创新精神的高素质、应用型人才。将广告学中国优秀传统文化、文化自信、社会主义核心价值观、广告从业人员的思想道德素养相契合的理念融入教学中，使学生进入广告人职业素质素养的浸润中，形成正确的中国广告价值观。

（15）销售服务技术（48 学时 3 学分）

本课程是一门技能学习的课程，主要训练学生在岗位实践过程中识别商品、销售服务接待、店面布局与商品陈列、处理顾客异议和投诉、处理退换货等方面的技术技能。通过岗位实际操作，增强学生的岗位实践能力和综合职业能力的培养。通过本课程学习，使学生树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识，同时注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。为能够胜任一线业务员、业务主管等工作岗位提供智力和技能支持。

（16）品牌推广（48 学时 3 学分）

本课程主要讲授品牌策划与推广的基本原理与策略，主要内容包括品牌和品牌资产、品牌识别系统、品牌定位、品牌推广、品牌战略管理等各方面的基础理论知识，以及品牌构建、策略规划和整合传播的基本流程、分析工具和创意方法通过教学使学生掌握品牌识别，产品定位以及品牌定位、品牌推广的方法和手段，培养学生在企业实际实践过程中能独立完成品牌识别，提升品牌知名度及影响力，进而赢得消费者信任和青睐，把企业的品牌核心价值，利益诉求点信息反馈给消费者的能力。通过本课程的学习，培养学生树立正确的价值观、劳动观和择业观；培养学生敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的职业道德素养。培养学生将专业知识融入企业文化，将工匠精神融入企业建设，提高学生素质，助力企业发展。

(17) 渠道管理 (48 学时 3 学分)

本课程培养学生在基础岗位上积极进取, 奋斗学习成就理想。通过学习引导学生深入社会实践、关注企业营销岗位的现实问题, 培育学生诚信服务, 向劳动者学习的精神。增强学生勤俭、奋斗、创新、奉献的职业精神。

本课程讲授企业市场营销体系中分销渠道的设计、组织、管理和评估等。要求学生掌握渠道的基本理论、营销渠道策划和管理的基本操作程序和方法, 培养学生分析和解决营销渠道实际问题的能力。

(18) 营销管理沙盘 (60 学时 2 学分)

本课程是市场营销专业的一门技能训练课。本门课程通过直观的企业沙盘, 模拟企业实际运行状况, 内容涉及企业整体战略、产品研发、生产、渠道、销售、财务管理、团队协作、绩效考核等方面, 让学生在训练中体验完整的企业经营过程, 感悟正确的经营思路和管理理念。通过本课程的学习, 引导学生树立诚信细致、吃苦耐劳的职业道德, 树立从业中遵纪守法、崇德向善、诚实守信的准则, 培养学生的团队合作能力。

(19) 市场营销综合实训 (60 学时 2 学分)

本课程是市场营销专业学生在学习理论课程过程中, 所进行的以岗位应用为目标与结构的综合性实训课程体系, 是实现所学知识的系统化, 特别是技能培养的综合化, 全面提高学生综合素质的基本途径。通过实训, 一方面可以提高学生的实际操作能力, 增强其就业优势, 另一方面通过实训又可促进学生对于理论教学部分知识的理解。通过本课程的学习使学生树立正确的劳动观, 增强诚实劳动意识, 树立正确择业观; 培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风, 端正学生工作态度。

(20) 岗位实习 (600 学时 20 学分)

本课程是一门实训课程, 主要形式为组织学生到营销企业各职责岗位亲自实践实习, 边学习边实践, 将理论知识学习与专业技能实践融会贯通, 在掌握理论知识的同时做到实操能力的把握与提高, 以增强学生的职业技能。通过本课程的学习使学生树立正确的劳动观, 增强学生职业荣誉感, 使学生具有勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神; 培养学生良好的身心素质、适应工作环境和社会生活的能力。

(21) 毕业作品 (240 学时 8 学分)

本课程是学生毕业环节的实训课程, 根据学院毕业顶岗实习工作条例, 考虑市场营销专业特点及毕业生的实习业务情况, 对市场营销专业毕业实践作品的形式进行具体安排。是学生结束全部课程学习后, 结合顶岗实习实践, 运用所学理论知识和工作技能,

分析、研究和解决实际问题，使学生巩固、扩大和深化所学知识，对能力进行更高层次的综合训练。通过本课程的学习培养学生树立社会主义核心价值观和正确的世界观、人生观、价值观，具有鲜明的是非观、具有健全的人格；培养学生的整合思维，提升学生的综合能力，能够透过问题表象看到本质问题，构建全面、辩证的思维，培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风。

2. 选修课

专业及专业群选修课，主要提升学生的专业素质及专业拓展能力，提高思想道德素质。专业选修课修满 10 学分方可毕业。

(1) 会计基础（32 学时 2 学分）

本课程主要讲授会计核算的基本程序和基本方法，培养学生熟练运用会计核算方法进行建账填制和审核会计凭证、登记会计账簿、编制会计报表，具备初步的会计核算的实操能力，为以后学习《销售管理》、《市场营销策划》、《沙盘模拟》等专业课程提供必要的财务知识与核算能力。

(2) 公共关系（32 学时 2 学分）

本课程是一门探讨和研究社会组织如何通过有效的传播手段沟通与公众的双向联系，以提高自身形象与信息的管理科学，是组织在经营管理中运用信息传播沟通媒介，可以促进组织与相关公众之间的双向了解、理解、信任与合作，为组织机构树立良好的公众形象，保证事业成功的一门不可缺少的学问。通过本课程的学习让学生掌握公共关系的基本原理、基本理论和具体方法，并能运用公关理论和相关公关技巧营造组织良好经营环境的能力。

(3) 房地产营销（32 学时 2 学分）

本课程从房地产市场营销实践和发展需要的角度讲述房地产市场营销策略及其营销管理，主要阐述房地产市场分析、房地产营销策略、房地产市场营销管理等房地产营销的基本知识，要求学生掌握房地产营销的基本涵义、基本意义和基本方法，了解房地产市场营销理论的发展趋势，把理论知识运用于房地产营销活动中。

(4) 会展营销（32 学时 2 学分）

本课程基于市场营销原理，讲授会展的原理和实务，使学生了解会展的含义、种类，学习以主办方、参展商、观众等多主体角度参与展会、展会活动、展会各个环节等。讲述展、会、旅游、节事活动。重点学会从主办方角度做招展、招商、宣传、服务。并重点掌握参展商角度做展会筛选、招商、服务等内容。要求学生掌握展前、展中、展后的

各个活动、营销项目组织。

(5) 服务营销 (32 学时 2 学分)

本课程从理解服务产品购买决策行为出发，主要讲授服务的互动管理，服务产品开发、服务保证、服务补救、服务的有形展示、服务定价、服务渠道和网点选择，服务的整合营销沟通等内容，通过学习使学生掌握服务营销的操作技能，将服务营销知识融会贯通于实践行业，满足服务行业对营销人才的需求。

(6) 商品学 (32 学时 2 学分)

本课程以商品体为基础，以商品质量和品种为中心，系统的向学生阐述商品的分类、各类商品的特性、商品质量管理、商品检验与包装等内容，使学生具备从事市场营销工作所必须具备的商品基本知识为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

(7) 电子商务 (32 学时 2 学分)

本课程主要介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用，通过电子商务的操作和技能训练，使学生理论联系实际，理解电子商务运作模式和交易流程，掌握电子商务应用的基本应用和技能。

(8) 新媒体营销 (32 学时 2 学分)

本课程主要讲授新媒体营销的要求、方法与技巧，包括新媒体营销认知、新媒体营销策划、新媒体营销文案创作、新媒体营销数据分析等内容。通过学习使学生具有新媒体营销的系统化思维与实践方法，同时掌握新媒体营销的核心知识与核心技能。

(9) 连锁经营管理 (32 学时 2 学分)

本课程主要介绍连锁经营管理的起源、特征和类型以及经营战略、总部管理、门店开发、商品采购、连锁物流、管理信息系统、门店管理、连锁促销和顾客服务等内容，通过学习使学生初步掌握等方面的基本概念和主要知识点，明确连锁经营管理的主要内容及相应的操作流程，为今后的顶岗实习打好基础。

(10) 个人理财 (32 学时 2 学分)

本课程主要介绍个人理财规划的基本内容和流程，具体内容主要包括：个人财务报表的编制和分析、现金规划、保险规划、消费支出规划、教育规划、证券投资规划、退休养老规划、财产分配与传承规划等内容，使学生掌握个人理财规划的基本知识，单项规划的基本技能，培养学生具有第三方理财公司从业人员的基本素质，并能够独立完成综合理财规划报告的能力。

七、教学进程总体安排

第一学年的课程设置以基本理论和基本技能为主，目的在于打好市场营销专业的基础；第二学年课程设置以职业技术课为主，强调市场营销职业技能的培养，初步形成个性和特长；第三学年与就业相结合，拓展职业能力，展示个性和特长，以实践类课程为主。

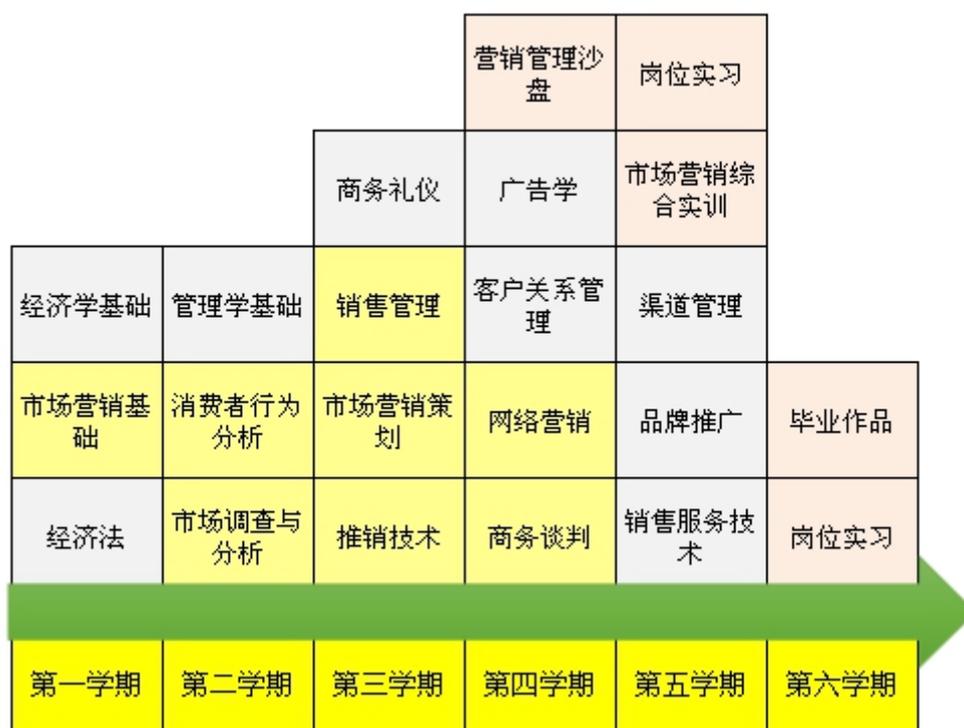


图 1 递进式专业课程体系

将“数字营销技术应用”做为 2022 级市场营销专业学生职业能力证书。提炼数字营销技术应用的工作任务和技能要求，对现有教学内容进行补充。根据学生在校第一学期专业课成绩，在第二学期开学前，将专业成绩排名前 40 学生组建试点班，采用课程融入+集中培训形式，利用课余时间对学生进行集中培训，充分利用平台，强化实操，达到标准所要求的学时数，为证书考核奠定基础。

课证融通方案

职业技能等级标准			专业教学标准		
工作领域	工作任务	学时	课程名称	衔接融通关系	学时
1. 搜索排名优化	1.1 关键词挖掘	10	广告学	补修/强化	2
	1.2 网页信息优化		品牌推广	补修/强化	2
	1.3 网页优化分析		网络营销	补修/强化	6

职业技能等级标准			专业教学标准		
工作领域	工作任务	学时	课程名称	衔接融通关系	学时
2. 搜索竞价营销	2.1 网页竞价推广	14	广告学	补修/强化	2
	2.2 品牌营销推广		品牌推广	补修/强化	2
	2.3 搜索竞价营销分析		网络营销	补修/强化	10
3. 推荐引擎营销	3.1 推荐引擎推广	8	广告学	补修/强化	2
	3.2 推荐引擎推广数据分析		品牌推广	补修/强化	2
	3.3 推荐引擎推广优化		网络营销	补修/强化	4
合计		32			32

1. 补修：现有课程内容与要求不能涵盖完成工作任务所学的知识、技能与素养要求，需要单独补充学时。

2. 强化：对现有课程内容与要求的调整与强化。

详见表 1 专业教学进程表、表 2 教学周数分配表、表 3 理论教学与实践教学比例配置表、表 4 公选课开设课程目、表 5 实践教学实施情况一览表。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 团队结构

教学团队由校内专任教师和来自企业一线的兼职教师构成。学生数与本专业校内专任教师数比例为不高于 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

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；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、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销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。

3. 兼职教师

主要从行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和职业能力，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专业教学任务。

（二）教学设施

1. 多媒体教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 实习实训基地

为了进一步提高专业实践教学水平，更好地开展人才培养，促进职业教育改革不断深入。学院深化产教融合，不断完善集实践教学、社会培训、企业真实生产和社会技术服务于一体的综合职业教育实训基地，同时利用校外企业实训基地搭建优质育人的实践教学平台。

（1）校内实训基地

校内实训基地名称及功能一览表

序号	实践基地名称	主要功能	承担课程
1	商贸虚拟仿真实训室	熟悉经营管理软件的操作与应用，满足专业认知、业务研讨、营销技能培训、商品营销实训等教学需要	营销管理沙盘、市场营销基础、商品学、市场调查与分析、销售管理、客户关系管理、消费者行为分析
2	商战实践室	满足业务研讨、营销技能实训等教学需要	商务谈判、市场营销策划 商务礼仪、推销技术、

（2）校外实训基地

校外实训基地名称一览表

序号	校外实训基地名称
1	天津中原物业顾问有限公司
2	天津市津乐园食品股份有限公司
3	天津热风商贸有限公司
4	深圳市西域鞋业有限公司天津分公司
5	斐尚服饰有限公司
6	名创优品（广州）有限责任公司
7	天津东昌汽车销售服务有限公司

序号	校外实训基地名称
8	深圳市中港恒服家具有限公司
9	中检科健（天津）检验检测有限责任公司

（三）教学资源

优先选用近年出版的高职高专国家级规划教材、教育部教学指导委员会推荐教材、国家及省市级获奖优秀、重点教材及引进的国外优秀原版教材。探索使用新型活页式、工作手册式教材并配套开发信息化资源。所有专业课程均建设有在线教学资源，可用于教学与学生学习。

（四）教学方法

本专业从“知行合一”的人才培养模式入手，采用“理实一体教学、校内仿真实训、校外顶岗实习”的递进形式组织教学。理论教学部分以专任教师为主，组织课堂教学，强调案例教学的运用和推广；实践教学环节以校内专职教师和校外兼职教师相结合的方式，通过对营销沙盘、综合实训相结合的形式以及在生产、经营、管理一线进行顶岗实习来组织教学。

课程模块	主要课程	教学方法
营销通识模块	消费者行为分析、市场营销基础、管理学基础、经济法、经济学基础、商务礼仪、广告学、商品学、公共关系	讲授法、案例法、讨论法、任务教学法、情境法、资源学习法
职业能力模块	市场调查与分析、推销技术、商务谈判、市场营销策划、客户关系管理、网络营销、销售服务技术、品牌推广、渠道管理	讲授法、案例法、讨论法、任务教学法、情境法、资源学习法
个性发展模块	销售管理、连锁经营管理、会展营销、房地产营销、会计基础、电子商务、新媒体营销、个人理财	讲授法、案例法、讨论法、任务教学法、情境法、资源学习法
技能训练模块	营销管理沙盘、市场营销综合实训、岗位实习、毕业作品	任务教学法、情境法、合作学习法、示范法

（五）学习评价

课程考核方式分为考试和考查，考核成绩均按百分制记载。考核成绩包括期末考试成绩和平时考核成绩。

专业核心课考核方式汇总表

序号	课程名称	考核方式
1	市场营销基础	平时 30%+试卷 70%
2	市场调查与分析	平时 30%+试卷 70%
3	消费者行为分析	平时 30%+试卷 70%
4	推销技术	平时 30%+推销方案 35%+试卷 35%
5	市场营销策划	平时 30%+试卷 70%
6	销售管理	平时 30%+试卷 70%
7	网络营销	平时 30%+试卷 70%
8	商务谈判	平时 30%+试卷 70%

（六）质量管理

完善专业教学管理机制，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。

九、毕业要求

学生毕业时，必须完成培养方案中的学习任务，需修满 2768 课时，153.5 学分，其中必修课程总学时 2480 学时 125.5 学分，选修学分至少 18 学分（公共选修课程至少 8 学分，专业及专业群选修课至少 10 学分）；必须按照学院学工部规定至少获得 10 分素质学分，方可毕业。

依据《天津交通职业学院学生素质教育学分制实施办法》等文件要求，学生在校期间需组织实施或参加各种课外实践教育活动，至少获得 10 素质学分，其中思想政治素质学分不少于 3 分，科技能力素质学分不少于 2 分，人文素质学分不少于 1.5 分，身心素质学分不少于 1.5 分，劳动素质学分不少于 2 分。

在校期间学生《国家学生体质健康标准》测试成绩必须为 50 以上方可毕业，如因病或残疾，需提供医院证明向学校提出申请，审核后可准予毕业。

十、附录

附表 1 专业教学进程表

附表 2 教学周数分配表

附表 3 理论教学与实践教学比例配置表

附表 4 公选课开设课程目录

附表 5 专业实践教学实施情况一览表

表1:

市场营销专业教学进程表

分类	课程编码	类别	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配							
				合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年			
											1	2	3	4	5	6		
											16/20	18/20	18/20	18/20	18/20	18/20		
公共基础课	9999990140	必修课	思想道德与法治	48	40	8		3	1		4*12							
	9999990210		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8		2	2			2*16						
	9999990120		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	40	8		3	4					4*12				
	9999990340		形势与政策教育	48	48			1		1-6	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)	
	9999991221		劳动教育	16	16			1		1	(16)							
	9999991200		军事理论	36	36			2		2		(36)						
	9999991220		军事技能	2周			2周	2		1	2周							
	9999991140		体育	108	108			6	1-4		2*12	2*14	2*14	2*14				
	9999990590		职场通用英语1	64	64			4		1	4							
	9999990591		职场通用英语2	64	64			4	2			4*16						
	9999991330		心理健康教育	32	24	8		2		1		2*12						
	9999990830		信息技术	60	20	40		4	2			4*15						
	9999990510		职业生涯与发展规划	24	12	12		1.5		1	(24)							
	9999990520		就业指导	16	8	8		1		4				(16)				
	9999990500		创新创业基础	16	16			1		1	(16)							
	999999		公选课	见附表	128	128			8		1-4	2	2*16	2*16	2*16			
	小计				740	648	92	2周	45.5			12	16	4	8			
专业(技能)课	5306051210	必修课	经济法	64	44	20		4	1		4							
	5306051211		市场营销基础*	64	44	20		4	1		4							
	5306051240		经济学基础	48	28	20		3		1	4*12							
	5306051212		市场调查与分析*	64	28	36		4	2			4*16						
	5306051213		消费者行为分析*	36	18	18		2	2			2						
	5306051241		管理学基础	36	18	18		2		2		2						
	5306051220		推销技术*	64	28	36		4	3				4*16					
	5306051221		市场营销策划*	64	28	36		4	3				4*16					
	5306051222		销售管理*	72	36	36		4.5	3				4					
	5306051250		商务礼仪	36	18	18		2		3			2					
	5306051224		商务谈判*	64	32	32		4	4					4				
	5306051223		网络营销*	64	32	32		4	4					4				
	5306051251		客户关系管理	32	16	16		2		4				2				
	5306051252		广告学	56	24	32		3.5		4				4				
	5306051350		营销管理沙盘	60			60	2		4				2周				
	5306051260		销售服务技术	48	12	36		3		5						8		
	5306051261		品牌推广	48	12	36		3		5						8		
	5306051262		渠道管理	48	12	36		3		5						8		
	5306051360		市场营销综合实训	60			60	2		5						2周		
	5306051550		选修课	会计基础	32	16	16		2		3			2				
	5306051551			公共关系	32	16	16		2		3			2				
	5306051552			房地产营销	32	16	16		2		3			2				
	5306051553			会展营销	32	16	16		2		3			2				
5306051554	服务营销	32		16	16		2		3			2						
5306051555	商品学	32		16	16		2		3			2						
5306051556	电子商务	32		16	16		2		3			2						
5306051557	新媒体营销	32		16	16		2		4				2					
5306051558	连锁经营管理	32		16	16		2		4				2					
5306051559	个人理财	32		16	16		2		4				2					
小计				1188	510	558	120	70			12	8	20	18	24			
实习环节	530605136a/b	必修	岗位实习	600			600	20		5/6					10周	10周		
	小计				600			600	20						10周	10周		
毕业环节	5306051362	必修	毕业作品	240			240	8		6						8周		
	小计				240			240	8							8周		
总课时				2768	1158	650	960	143.5			24	24	24	26	24	18周		

说明: 1. 学生毕业应修满153.5学分, 2768学时; 其中教学进程表中学分为143.5学分, 素质学分10学分不计入教学进程表;

2. 在教学进程表中, 学生应修读必修课125.5学分, 专业及专业群选修课10学分, 公共选修课8学分;

3. 专业核心课程名称后加“*”号表示; 理实一体课程名称后加“●”号表示。

表2: 市场营销专业教学周数分配表（单位：周）

学期	课程教学	集中实践教学			毕业环节	考试	军训	毕业教育	机动	合计
		集中实训	1+X 取证	岗位实习						
一	16					1	2		1	20
二	18					1			1	20
三	18					1			1	20
四	18					1			1	20
五	6	2		10		1			1	20
六				10	8			2		20
总计	76	2		20	8	5	2	2	5	120
说明										

表3: 市场营销 专业理论教学与实践教学比例配置表

学年	学期	教学周数	理论教学			实践教学					教学做一体化		
			学时	占总学时比例%	其中选修课学时	实验实训	综合实训	岗位实习	占总学时比例%	其中选修课学时	学时	占总学时比例%	
一	1	16	328	11.8	32	80				2.9			
	2	18	300	10.8	32	128				4.6			
二	3	18	194	7.0	80	166				6.0	48		
	4	18	284	10.3	64	168	60			8.2	32		
三	5	18	44	1.6		108	60	300		16.9			
	6	18	8	0.3				540		19.5			
合计		106	1158	41.8	208	650	120	840		58.2	80	0	0.0

表4:

公选课开设课程目录

序号	课程类型	课程名称	总学时	学分	考核方式	课程属性	授课模式	开设学期	备注
1	思政素养	新青年习党史	16	1	考查	限选课	网课	第1-2学期开课	至少修1学分
2		新时代交通强国战略	16	1	考查	限选课	网课	第1-2学期开课	
3		交通文化与交通工匠	32	2	考查	限选课	网课	第4学期开课	
4	中华优秀传统文化实践	中国画	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	至少修2学分
5		书法	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	
6		传统图案	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	
7		民间工艺	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	
8		传统木工	32	2	考查	限选课	面授	第1-2学期开课	
9		中国戏曲	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	
10		中国近代歌曲合唱与指挥	16	1	考查	限选课	面授	第3学期开课	
11		经典诵读	16	1	考查	限选课	面授	第1-3学期开课	
12		非遗文化欣赏	32	2	考查	限选课	网课	第3-4学期开课	
13		美育赏析	中外美术赏析	32	2	考查	限选课	面授	
14	中外音乐赏析		32	2	考查	限选课	面授	第1-2学期开课	
15	中外文学赏析		32	2	考查	限选课	面授	第1-2学期开课	
16	安全教育	大学生安全教育	16	1	考查	选修课	网课	第2-6学期开课	自主选择
17		国家安全	16	1	考查	选修课	网课	第2-6学期开课	
18	科学素养	人工智能辅助设计与实践	16	1	考查	选修课	面授	第2-6学期开课	
19		数字媒体	16	1	考查	选修课	面授	第2-6学期开课	
20	绿色环保	全球变化生态学	16	1	考查	选修课	网课	第2-6学期开课	
21		生态文明——撑起美丽中国梦	16	1	考查	选修课	网课	第2-6学期开课	
22	管理能力	传统文化与现代经营管理	16	1	考查	选修课	网课	第2-6学期开课	
23		大学语文	16	1	考查	选修课	面授	第3学期开课	

修读要求:

修满8学分方可毕业。其中序号1-2思政素养类课程至少修1学分;序号3-12中华优秀传统文化实践和美育赏析类课程,至少修2学分;序号13-20其它课程,根据需求自主选择。

表5: 市场营销 专业实践教学实施情况一览表

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
经济法	20	第1学期	使学生掌握公司法、合同法、知识产权法、反不正当竞争法等经济法的基本内容，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气。同时培养学生独立进行经济法案例分析的能力。	4	如何订立一个买卖合同			
				4	合同履行中的抗辩权适用			
				4	模拟设立有限责任公司	○		
				4	设计一个商品商标或服务商标			
				4	综合案例分析			
市场营销基础	20	第1学期	在多元化的社会环境下，加强对大学生的正面引导，使其树立正确的人生观、世界观和价值观，培养现代化综合型人才的重要途径。加强对思政教育工作的重视，推动高校人才培养质量的提升。培养学习在实践中精益求精，一丝不苟的做事态度和工匠精神。	4	市场状况分析及行业状况分析报告			
				4	客户调查及调查方案的撰写	○		
				4	撰写调研报告			
				2	客户细分（市场细分表）			
				2	目标客户的选择			
				4	4P营销策略实战及营销方案撰写	○		
经济学基础	20	第1学期	锻炼学生运用经济学工具分析问题，引导学生尊重客观规律与发挥主观能动性相结合，学会在工作、学习和生活中抓住主要矛盾，并树立正确的金钱观和人生观。	4	市场供求分析和价格决策			
				4	消费者行为分析			
				4	适当产量决定			
				4	判断最低成本			
				4	国内经济环境分析			
市场调查与分析	36	第2学期	该课程透过实训，实现学生掌握调查工作的思路和细节。使学生可以从职业态度和责任心等问题和任务入手，提升应用理论解决问题能力；培养团队合作、积极创新精神。	4	二手资料调研，查询市场营销专业就业信息、数据			
				4	总结专业市场招聘信息及信息来源			
				4	设计线下和线上调查问卷			
				4	抽样设计，实施随机、非随机方法			
				4	最常见的部分专业岗位的分析及调研			
				4	数据分析——做岗位分析信息归纳			
				4	画出趋势图、结论总结			
				4	分析近几年营销岗位发展			
				4	总结数据，写出调查报告			

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
消费者行为分析	18	第2学期	加强思政教育和劳动教育的有效融合，加强对大学生的正面引导，培养现代化综合型人才的重要途径。培训学生将专业变成爱好，学到极致，爱到极致，精益求精，将这种思想贯彻于内心，在将来的工作岗位成就一番事业。通过实践教学配合学生考取1+x等证书。	4	消费者的消费需求及购买动机调查			
				4	家乡习俗对消费理念和消费行为的影响			
				2	知名品牌产品定位分析			
				4	某耐用消费品广告效果分析			
				4	主题调研，总结营销沟通对消费心理与行为的影响			
管理学基础	18	第2学期	该课程的实践教学目 标，在企业管理典型任 务中严谨规范化的组织 、计划、领导、控制实 训操作训练，培养学生 专注坚持、注重细节、 精益求精的工匠精神， 符合社会主义核心价值观 的领导能力。	4	模拟组建公司			
				4	调查某企业的组织文化			
				3	建立组织结构制定公司制度			
				4	设计激励方案			
				3	编制大学生创业计划书			
推销技术	36	第3学期	通过该课程实践项目的 学习，使学生掌握柜台 销售和上门推销的流程 和技巧，掌握了市场营 销技能大赛产品促销和 客户服务的技能赛点， 树立了遵纪守法、崇德 向善、诚实守信的职业 素养和正确的劳动观念 。	4	柜台设计调查			
				4	顾客接待训练			
				4	产品推荐演练			
				4	异议处理及成交演练			
				4	店堂推销综合实训	○		
				4	寻找顾客—顾客资格审查训练			
				4	电话约见模拟训练			
				4	推销洽谈模拟训练			
				4	上门推销综合实训	○		

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
市场营销策划	36	第3学期	结合1+x等岗课赛证融通，使学生掌握4p战术策划思路、方法；具备4p战术策划的操作能力。特别是能够完成促销和渠道的整体策划。培养学生敬业、爱岗、精益求精的工作精神。团结奋战的团队合作精神。	3	讨论 分析碧桂园案例			
				3	结合大赛学习市场营销策划方案	○		
				3	分组完成针对消费者陈列、理货、营业推广			
				3	中间商的陈列、理货、营业推			
				4	分组完成零售渠道选择、管理和激励			
				4	分组完成批发渠道选择、管理和激励			
				4	结合大赛分组完成商品分析			
				4	结合大赛完成产品组合策略	○		
				4	新品价格策略			
				4	分组完成专项策划书			
销售管理	36	第3学期	围绕“如何做一名合格的销售经理”展开实训，不断强化学生的角色意识，使学生掌握制定销售计划、进行销售组织的构建、设计销售人员的激励政策、进行销售分析、有效开展客户管理的方法。使学生学会合作，树立团队销售意识；学会思考，掌握销售管理的基本知识；学会管理，掌握销售管理的基本技能。提高学生对职业的认识水平，争当有责任感的公民；树立诚信细致、吃苦耐劳的职业道德观念。树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识，树立正确择业观。	4	目标企业SWOT分析			
				4	编制销售计划			
				4	拜访线路规划			
				4	模拟招聘会			
				4	编制培训计划方案			
				4	薪酬体系调研			
				4	销售成本分析			
				4	绘制销售分析鱼刺图			
				4	设计客户满意度调查问卷			

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
商务礼仪	18	第3学期	掌握日常生活礼仪、社交礼仪、休闲礼仪，能够在面对不同的时间、地点、人物、场合时熟练并灵活地运用各种基本礼仪，彰显的是新时代能工巧匠的职业理想、职业道德、职业精神、职业品质和职业自信。	2	日常生活礼仪训练			
				4	职场个人礼仪训练			
				2	社交礼仪训练			
				4	商务接待与拜访礼仪			
				4	商务会议礼仪训练			
				2	签约仪式礼仪训练			
网络营销	32	第4学期	让学生将传统营销知识运用于网络，掌握新一代的营销手段，提高学生的营销能力。利用新颖渠道辅助思政教学，借助新媒体平台与学生开展线上交流，建立微信公众号，给学生分享思政知识，引用与市场营销基础有关的思政案例与学生共同探讨和学习。让学生将学习和实践相结合做事严谨，精益求精，最求完美拒绝平庸。通过实践教学配合学生考取1+x证书。	4	网络营销环境分析			○
				4	网站合理化分析			
				4	设立微店发布产品			
				4	网络商品详细描述	○		
				4	网络营销工具选取		○	
				4	完成客户满意度分析			
				4	拟定网络营销策划方案	○		
				4	网络营销效果评价		○	
客户关系管理	16	第4学期	该课程的实践教学，掌握客户关系的核心概念；能独立操作CRM软件，说出呼叫中心的主要构造；了解数据分析和挖掘的原理和操作案例，培养学生热爱职业岗位，积极为客户服务和精益求精的工作态度。增加行业岗位的忠诚度，和积极探索的好奇心。	2	网上调查并阅读“三公司CRM概念”案例完成实训任务			
				2	客户开发、关系管理基本理论			
				2	客户细分案例分析			
				2	客户满意、忠诚案例分析			
				2	完成客户关系分析			
				2	数据收集、储存			
				2	数据分析、获得信息、知识			
				2	完成CRM系统操作			

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
商务谈判	32	第4学期	运用谈判技巧, 要将培育弘扬劳模精神、工匠精神融入实践教学, 同时在实际操作中, 要对英模人物、大国工匠等人物和事迹选择与学校的行业背景、专业特色、实训场所等统筹谋划, 来完成不同情境下的商务谈判。	4	商务谈判准备			
				4	商务谈判方案设计			
				4	商务谈判策略分析			
				4	商务谈判过程分析			
				4	商务谈判僵局处理			
				4	商务谈判语言技巧分析			
				4	商务谈判的心理分析			
				4	国际商务谈判分析			
广告学	32	第4学期	通过广告实训, 使学生进一步学习、巩固广告学课程中的基本概念、原理、策略等理论知识, 使学生学会从企业营销的角度去思考问题, 提升1+x相关技能, 培养掌握市场营销专业广告管理知识、具有服务意识和经营管理能力, 富有创新精神的高素质、应用型人才。	4	分析广告心理要素			
				4	为企业制定广告战略计划书	○		
				4	为企业的产品进行广告设计	○		
				4	制作平面广告			
				4	调查了解广告媒体特点		○	
				4	调查了解媒体选择策略		○	
				4	为企业制作广告策划书	○		
				4	为企业制定广告预算书	○		
营销管理沙盘	60	第4学期	通过直观的企业沙盘, 模拟企业实际运行状况, 学生熟悉战略制定、融资、渠道建设、订单争取、交货、购买原料、下订单的过程并能够保证资金充足, 完成连续三年的经营, 让学生在训练中体验完整的企业经营过程, 感悟正确的经营思路和管理理念。掌握市场营销技能大赛情境营销模块的操作技能。引导学生树立诚信细致、吃苦耐劳的职业道德, 树立从业中遵纪守法、崇德向善、诚实守信的准则, 培养学生的团队合作能力。	8	物理沙盘操作熟悉沙盘规则			
				4	引导经营(第0年模拟)			
				6	引导经营(第1年)			
				4	企业经营演练(手工沙盘)			
				8	企业经营演练(电子沙盘)			
				8	模拟沙盘对抗(企业经营模式3年经营)	○		
				8	模拟沙盘对抗(直销渠道演练)	○		
				8	模拟沙盘对抗(促销策略演练)	○		
				6	模拟沙盘对抗(多渠道演练)	○		

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
销售服务技术	36	第5学期	掌握营业工作程序，增强识别商品、销售服务接待、店面布局与商品陈列、处理顾客异议和投诉、处理退换货等技术技能，使学生树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识。培养学生较好的职业道德、职业素养、职业判断能力，为能够胜任一线业务员、业务主管等工作岗位提供智力和技能支持。	4	识别商品品质训练			
				4	商品包装分析			
				4	销售话术训练			
				4	节庆促销设计			
				4	店面布局调研			
				4	商品陈列训练			
				4	处理顾客异议			
				4	处理顾客投诉			
				4	处理退换货			
品牌推广	36	第5学期	培养学生在企业实际实践过程中能独立完成品牌识别，提升品牌知名度及影响力，进而赢得消费者信任和青睐，把企业的品牌核心价值，利益诉求点信息反馈给消费者的能力。通过本课程的学习，培养学生树立正确的价值观、劳动观和择业观；培养学生敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的职业道德素养。培养学生将专业知识融入企业文化，将工匠精神融入企业建设，提高学生素质，助力企业发展。	4	制定品牌宽度推广方案			○
				4	制定品牌深度推广方案			
				4	进行品牌维护方案设计	○		
				4	网络口碑营销方案设计			
				4	品牌生命周期的界定和分析			
				4	品牌标志设计理念及思路	○		
				4	品牌传播（广告）的设计	○	○	
				4	正确拟定品牌名称	○	○	
				4	消费者与品牌忠诚度的调查研究			
渠道管理	36	第5学期	该课程的实践教学，实现营销渠道策划和管理的基本操作程序和方法，培养学生分析和解决营销渠道实际问题的能力，积极乐观的精神，对新事物的好奇心和用于挑战自我，做更精彩的营销精英。	4	销售渠道认知			
				4	销售渠道识别			
				4	渠道设计准备			
				4	渠道结构设计			
				4	渠道开发			
				4	渠道管理			
				4	渠道体系入门			
				4	渠道体系设计			
				4	渠道体系设计成员管理			

课程名称	实训学时	执行时间	实训目的	实践教学				
				学时	实训项目名称	技能大赛赛点	1+x技能点	虚拟仿真技术点
市场营销综合实训	60	第5学期	使学生能运用营销专业知识提高专业实战技能。增强其就业优势，使学生树立正确的劳动观，增强诚实劳动意识，树立正确择业观；培养学生严谨细致、统筹全面的工作作风，端正学生工作态度。	30	客户管理训练			
				30	营销实战			