

市场营销专业 2021 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

专业群名称：电子商务专业群

二、入学要求

普通高中毕业生、中职学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

本专业基本学制为 3 年

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 市场营销专业职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域举例	职业技能等级证书
财经商贸大类 53	工商管理类（5306）	批发业（51） 零售业（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 市场主管 市场经理 市场调研人员	数字营销师 互联网营销师 自媒体运营师

本专业学生应取得职业资格证书或职业技能等级证书如表 2 所示。

表 2 市场营销专业职业资格或职业技能等级证书

序号	证书名称	等级	对应专业课程	颁发单位	备注
1	数字营销师	中级	数字营销 商务数据分析与应用	中教畅享（北京）科技有限公司	
2	互联网营销师	中级	市场调查与分析 电子商务基础 社群营销	中华人民共和国人社部	
3	自媒体运营师	中级	短视频与直播营销 新媒体运营 市场调查与分析	北京字节跳动科技有限公司	

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

落实立德树人根本任务，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系。通过三年的教育培养使学生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；教学过程融入“岗课赛证”综合育人模式，把1+X证书的内容融入课程体系中，使学生具备内容创作、账号运营、内容变现、营销推广等职业能力。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

（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1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

2. 知识

（1）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。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防信息安全等知识。

（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) 掌握短视频与直播营销的相关知识与方法。

(10) 熟悉现代市场营销知识的新知识、新技术。

3. 能力

表 3 市场营销专业职业能力

能力项目	主要内容
通用能力	1. 具有较强的语言表达能力；
	2. 具有较强的解决问题能力；
	3. 具有较强的沟通协调能力；
	4. 具有较强的团队合作能力；
	5. 具有较强的终身学习能力；
	6. 具有较强的信息技术应用能力；
	7. 具有较强的独立思考、逻辑推理、信息加工能力；
	8. 具有较强的创新创业能力；
专业能力	1. 具有组织实施营销策划和商务谈判的能力；
	2. 具有指导小微企业进行营销活动策划并组织实施的能力；
	3. 具有组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动的的能力；
	4. 具有对直播过程中突发事件初步应急处理的能力；
	5. 具有数据意识和商务数据分析应用的能力；
	6. 具有对短视频策划、录制、剪辑、运营管理的的能力；
	7. 具有一定的商业信息分析技术与工具应用的能力；
	8. 具有一定的自媒体运营管理能力；

六、课程设置及要求

(一) 课程体系

本专业课程体系由公共必修课、专业必修课、专业选修课、公共选修课构成。

表 4 市场营销专业课程体系

序号	课程性质与类别	主要课程
----	---------	------

1	公共必修课		体育、形势与政策、大学生心理健康教育、大学英语、职业生涯规划与就业指导、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、军事理论、创新思维与创业基础
2	专业必修课 专业核心课 实践教学环节	专业基础课	管理学、市场营销学、经济学基础、电子商务基础
		专业核心课	社群营销、消费者行为分析、数字营销、推销技术、品牌推广、广告实务、渠道管理、市场调查与分析、图形图像处理技术、短视频与直播运营、销售管理、商务数据分析与应用、商务沟通与谈判、新媒体运营
		实践教学环节	大学生劳动实践、综合实训、顶岗实习
3	专业选修课		职业素养专题讲座、商业经济基础、中华商业文化、营销策划
4	公共选修课	限定选修课	书法鉴赏、影视鉴赏
		任意选修课	党史国史教育、人文素养与科学素养、中华优秀传统文化、实验室安全教育

(二) 公共必修课

表5 市场营销专业公共必修课程

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	体育	目标：确立“健康第一”的指导思想，树立终生体育的概念。 内容：大一为公共必修模块，大二开设体	第1-4学期	134

		<p>育健康选项必修课。</p> <p>要求：严格按照体育教学常规，根据教学大纲与教学计划要求，统一教学进度和考核办法。</p>		
2	形势与政策	<p>目标：引导学生认清社会形势和历史任务，奋发学习，报效祖国。</p> <p>内容：国际国内政治、经济、文化、军事、外交等重大发展形势与政策问题。</p> <p>要求：专题讲座与实践教学相结合，强调课程实效性。</p>	第 1-4 学期	8
3	大学生心理健康教育	<p>目标：提升心理素质，促进人格发展，充分开发潜能，培养阳光心态。</p> <p>内容：推进知识教育，开展宣传活动，强化咨询服务，加强预防干预。</p> <p>要求：面向全体学生，关注个别差异，突出案例教学，倡导体验分享。</p>	第 1-2 学期	32
4	大学英语	<p>目标：培养英语听说读写的基本能力，读懂难度适中的英语文章，掌握基础语法及简单的实用文体写作。</p> <p>内容：音视频学习、词汇、阅读、语法及写作。</p> <p>要求：加强基本技能训练，培养高素质技能型人才。</p>	第 1-2 学期	62
5	职业生涯规划与就业指导	<p>目标：激发学生职业发展自主意识，树立正确就业观，提高生涯管理能力和就业能力。</p> <p>内容：就业形势与政策、职业选择与决策、就业方法与技巧等。</p> <p>要求：课堂教学为主、个性化指导为辅，</p>	第 1 学期	38

		引导学生科学定位职业方向。		
6	思想道德与 法治	<p>目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，开展社会主义核心价值观教育，帮助大学生成长为时代新人。</p> <p>内容：思想教育、道德教育、法治教育。</p> <p>要求：切实提高学生运用马克思主义的立场、观点和方法解决问题的能力。</p>	第 1 学期	48
7	毛泽东思想和中国特色 社会主义理论体系概论	<p>目标：掌握马克思主义中国化进程中两大理论成果，提升学生认识问题、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>内容：毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系。</p> <p>要求：理论联系实际，培养理论思考习惯。</p>	第 2 学期	72
8	军事理论	<p>目标：以国防教育为主线，掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防意识。</p> <p>内容：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。</p> <p>要求：突出多媒体信息技术教学，增强国防观念，激发爱国热情。</p>	第 2 学期	36
9	创新思维与 创业基础	<p>目标：培养学生掌握基本的创新思维方法，树立创新意识。</p> <p>内容：创新创业的基本知识，创业的基本流程等。</p> <p>要求：在教学活动参与中实现“启发创新意识、体验创业过程、提升创业技能”，全方位提升学生创业素质。</p>	第 4 学期	36

(三) 专业基础课

表 6 市场营销专业基础课

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	管理学	<p>目标：了解管理发展阶段，掌握管理规律。</p> <p>内容：管理发展阶段、计划、组织、领导、控制、创新。</p> <p>要求：采用多媒体教学和项目教学，给学生更多的思维活动空间。</p>	第 1 学期	52
2	市场营销学	<p>目标：掌握市场营销的基本原理、基本方法和基本技能，为从事市场营销的实际工作打下基础。</p> <p>内容：宏微观环境分析；营销调研与战略、4P 策略；国际市场营销等。</p> <p>要求：突出案例教学和任务驱动法教学促其营销才能的提升。</p>	第 1 学期	52
3	经济学基础	<p>目标：学会依照经济学的一般框架和原理分析社会经济现象。</p> <p>内容：供求论、消费论、生产论、成本论、市场论、要素价格论、一般均衡与福利经济学、市场失灵等内容。</p> <p>要求：紧扣当前国内外的经济形势及新的经济发展规律，引导自助互助。</p>	第 1 学期	52
4	电子商务基础	<p>目标：掌握电子商务交易的操作过程和后台处理流程等主要技能。</p> <p>内容：电子商务技术基础；电子商务交易模式和跨境电子商务；网络营销；电子支付等。</p> <p>要求：采用项目化教学方法，加强学生对电子商务领域及工作岗位的认识。</p>	第 2 学期	72

(四) 专业（技能）核心课程

表 7 市场营销专业核心课程

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	社群营销	<p>目标：掌握微信运营、社区团购、内容营销等社群运营的基础知识。</p> <p>内容：利用微信来构建和运营产品型社群；吸粉的常用方法；微信分销体系；微信个人号；会员体系设计；公众号运营；内容营销等。</p> <p>要求：突出课程教学的专业针对性、内容实用性、技能操作性。</p>	第 2 学期	72
2	消费者行为分析	<p>目标：掌握针对不同消费心理和行为采取的营销策略，提高营销效率。</p> <p>内容：消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者行为的外在因素、消费者的购买决策过程等内容。</p> <p>要求：着力提高学生的分析能力、洞察力和创新能力。</p>	第 2 学期	72
3	数字营销	<p>目标：基于数字营销进行精准营销，营销人员可以在有效搜索客户资源的基础上，对意向客户进行分类整理，并对各种类别的客户进行精准发布信息。</p> <p>内容：社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销等内容。</p> <p>要求：突出案例教学和多媒体教学，提升学生的实践技能。</p>	第 2 学期	36
4	推销技术	<p>目标：掌握推销工作的基本步骤与基本内容；熟练运用各种推销策略与技巧，有效</p>	第 3 学期	72

		<p>地提高推销工作的实际工作能力。</p> <p>内容：推销基本原理、方法、策略、技巧以及推销人员应具备的素质。</p> <p>要求：突出案例教学和任务驱动法教学，提高学生的推销能力和沟通能力。</p>		
5	品牌推广	<p>目标：具备品牌危机的处理的能力和品牌创新的能力。</p> <p>内容：品牌的概念、品牌战略、品牌延伸、品牌忠诚、品牌评估等几方面。</p> <p>要求：突出案例教学和多媒体教学，提升学生的实践技能。</p>	第3学期	72
6	广告实务	<p>目标：培养具备广告经营管理、广告策划创意和设计制作的能力。</p> <p>内容：广告概论，广告心理，广告调查，广告创意与策划，广告制作，广告策略等知识。</p> <p>要求：突出课堂实训及课外实践。</p>	第3学期	72
7	渠道管理	<p>目标：培养学生解决常见营销渠道管理问题的能力。</p> <p>内容：渠道战略、渠道层次设计、渠道绩效评估、渠道成员选择与激励等内容。</p> <p>要求：突出任务驱动教学，通过学中做、做中学，实现理实一体化。</p>	第3学期	72
8	图形图像处理技术	<p>目标：学生在掌握基本理论知识的基础上，能熟练使用特效合成软件中的各种工具，按创意要求完成合成任务，同时具备分析素材、描述问题、利用资源的能力。</p> <p>内容：图片处理相关软件的基础操作、基础动画入门、蒙版与形状图层，文字动画</p>	第3学期	72

		特效，调色与抠图特效，文字特效练习等。 要求：对相关图形软件的基础操作进行讲解，由浅入深，从基础内容开始，以全实例为主。		
9	市场调查与分析	目标：熟练应用常用统计软件进行数据的搜集、整理与分析。 内容：市场调查方案的设计、实施、数据的搜集与整理、调查报告的撰写、Excel 及 SPSS 软件的应用等。 教学要求：采用案例教学、项目化教学、角色扮演等方法，理论与实践一体化。	第 4 学期	72
10	短视频与直播运营	目标：熟练应用短视频的策划与运营对消费者进行引流、变现。 内容：短视频平台、策划可持续的优质内容、搭建高效的短视频团队、短视频的制作、短视频的运营、短视频变现等内容。 教学要求：采用案例教学、项目化教学、角色扮演等方法，理论与实践一体化。	第 4 学期	64
11	销售管理	目标：具备解决销售管理方面问题的能力，培养学生的综合管理素质。 内容：销售计划的制订、销售组织的构建、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等内容。 要求：突出案例教学和任务驱动法教学，提高感性认识和理实结合能力。	第 4 学期	72
12	商务数据分析与应用	目标：掌握商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告的撰写等技能。	第 4 学期	72

		<p>内容： Python 基础；Python 抓取数据；撰写数据分析报告等。</p> <p>要求：采用项目导向、任务驱动、案例引导等教学方法，理实一体化教学。</p>		
13	商务沟通与谈判	<p>目标：了解人际沟通的基本原则和技能，养成人际沟通规范的良好习惯，掌握商务谈判的策略与技巧，在实践中运用这些理论与技巧进行商务谈判。</p> <p>内容：沟通基本技巧、沟通任务训练、谈判的原则、谈判心理、谈判程序、谈判决策、谈判风格和谈判策略。</p> <p>要求：以能力为本位，以训练为主线，坚持课外实践和课内教学相结合，采用示范演示、情景模拟、角色扮演和案例分析、强化实践训练。</p>	第 4 学期	36
14	新媒体运营	<p>目标：提高不同媒介下产品运营、用户运营、活动运营、内容运营等的的能力。</p> <p>内容：用户运营的方法与策略、产品运营的思路与重点、内容运营的核心与技巧、活动运营的策划与执行，新媒体运营案例分析等内容。</p> <p>要求：突出案例教学和任务驱动法教学，理实一体化。</p>	第 4 学期	72

(五) 实践教学环节

表 8 市场营销实践教学环节

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	大学生劳动实践	<p>目标：用在大学学习到的理论知识进行社会实践活动，服务社会，历练并总结经验，提高技能。</p>	第 2 学期 和第 4 学期	2 周

		<p>内容：开展便民服务，开展文化辅导，开展社会调查，开展义务劳动，开展文艺下乡、开展勤工俭学等。</p> <p>要求：在校大学生利用课余时间，步入社会进行社会接触，提高个人能力，触发创作灵感，完成课题研究，发挥自己的聪明才智以求和社会有更大的接触，对社会做出贡献。</p>		
2	综合实训	<p>目标：培养学生综合运用所学的理论知识，提高分析问题与解决问题的能力。</p> <p>内容：模拟企业实际运营情况，通过组队且角色的分配进行反思性教学活动。</p> <p>要求：在学校营销综合实训室或销售型企业观摩学习。</p>	第 5 学期	10 周
3	顶岗实习	<p>目标：通过实习，扩大专业知识面，提高职业道德水平。</p> <p>内容：理论结合实际。一方面让学生提高适应社会的能力；另一方面让学生在做中学，实现理论与实践的有效结合。</p> <p>要求：采取校企合作方式，师徒制教学模式，突出理论在实践中的运用。</p>	第 5 学期 和第 6 学期	26 周

(六) 选修课

表 9 专业选修课

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	中华商业文化	<p>目标：把握经商的规律和特征，树立商业文化的理念，提高职业素养。</p> <p>内容：商史文化、商路文化、商帮文化、商号文化、商人精神、商业模式、商业转型等内容。</p>	第 3 学期 或第 4 学期	36

		要求：采用多媒体教学和项目教学，给学生更多的思维活动空间。		
2	营销策划	<p>目标：懂营销策划理论、能根据市场环境制定适宜的营销策略。</p> <p>内容：营销环境分析、营销战略、STP 策略、定价策略、新媒体营销、促销策略。</p> <p>要求：采用项目导向、任务驱动等教学方法，突出理论在实践中的运用。</p>	第 3 学期 或第 4 学期	36

表 10 公共选修课

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	书法鉴赏	<p>目标：提高大学生人文艺术素养、书法鉴赏能力。</p> <p>内容：掌握书法的风格特点和艺术规律与鉴赏技巧，学会鉴赏不同风格的书法作品。</p> <p>要求：掌握书法鉴赏的基本方法，有效提升书法素养。</p>	第 3 学期	36
2	影视鉴赏	<p>目标：提高学生对影视作品的审美感受力及鉴赏能力。</p> <p>内容：影视艺术简介，世界电影的发展、优秀中外电影电视剧鉴赏。</p> <p>要求：掌握必要的艺术知识与欣赏方法，培育高雅的审美情趣，注重审美能力的养成。</p>	第 3 学期	36

表 11 任意选修课

序号	课程名称	课程目标、内容与教学要求	开设学期	学时
1	实验室安全教育	<p>目标：防止实训室意外事故的发生，减少因事故造成的财产和人员损失。</p> <p>内容：实训室用电安全培训、实训室网络</p>	第 1 学期 或第 2 学期	18

		安全培训、实训室人身安全培训等内容。 要求：提高安全防范意识、遵守实训室安全操作规范、完善实训室安全规章制度。		
2	中华优秀传统文化	目标：结合中国传统文化培养学生道德修养所涉及的修身、齐家、治国三个维度，不断提升其文化素养和思想品格，在吸取传统文化浩瀚知识的同时，把社会主义核心价值观深深地烙印在心中。 内容：中国传统哲学、宗教、文学、艺术、医药、养生、武术、饮食、科技和民俗等知识。 要求：通过学习将传统文化中阴阳五行思想、天人统一思想、中和中庸思想、修身克己思想用来指导日常的行事规范。	第1学期 或第2学期	32

七、教学进程总体安排

在制订专业人才培养方案过程中，突出技能型应用型人才培养目标的实现。教学计划的主要内容是围绕专业教学进行的课程安排，主要呈现形式为教学进程表。专业人才培养方案的制定依据国家教学标准，专业人才培养目标、课程体系、教学实施的总体设计，能够更好地体现全员、全方位、全过程育人，教学进程表可以更好地展示总体设计。

课程结构比例表如表 12 所示。教学进程表见附录 1。

表 12 课程结构比例表

课程结构		学时比例	理论学时数	占总学时百分比	实践学时数	占总学时百分比	备注
必修课程	公共基础课		366	13.58%	318	11.8%	684
	专业课		732	27.2%	1176	43.6%	1908
选修课			70	2.5%	34	1.26%	104
合计			1168	43.3%	1528	56.7%	2696

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业教师数与在学生数比例不低于 1: 17；兼职教师占专业教师比例约为 1/4；研究生学位教师占专任教师比例为 98%；双师素质教师占专业教师比例为 75%；专兼职教师的数量、职称、年龄结构合理，具备优化合理的梯队结构。

2. 专任教师

市场营销专业专任教师均具有高校教师资格；均具有市场营销相关专业或方向的硕士研究生学历；他们有理想信念、有道德情操，有扎实学识、有仁爱之心，具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究，有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

市场营销专业专业带头人具有正高职称，硕士学位，“双师型”教师。能够较好的把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域和本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

市场营销专业兼职教师都从营销专业相关的行业企业聘任，他们具备良好的思想政治素质、职业道德和丰富的实践工作经验，具有较强的教学组织或实践教学指导能力，完全能够胜任课程理论教学或实践教学；具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务，具有较强的教学建设、教学改革、教学研究或科学研究、竞赛指导、社会服务等能力。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训的专业教室、校内实训室和校外实训基地。本专业现有教室 6 个；校内实训室 5 个；校外实习基地 5 个。

表 13 市场营销专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	场地面 积	仪器设 备数量	主要仪器设备配置	主要功能	工位 数
1	营销业务综合实训室	120 m ²	69 件	电脑 61 台；交换机 1 台；服务器 1 台；投影 1 套；功	1+X 证书培训及考试；服务市场营销、电子商	60

				放 1 台；音箱 4 台；	务、销售管理、广告实务等课程的实训	
2	市场调查与分析实训室	90 m ²	189 件	电脑 61 台；交换机 1 台；服务器 1 台；投影 1 套；功放 1 台；音箱 4 台 电话 60 部、耳麦 60 个	主要供市场调查与预测、商务数据分析与应用等课程的实训	60
3	商务沟通与谈判实训室	90 m ²	62 件	谈判桌、洽谈台、投影仪、电脑、学生椅、演讲台、麦克风、照相机、打印机、扫描仪等工具与设备	主要供商务沟通与谈判、营销礼仪、客户关系管理等课程的实训	40
4	直播营销实训中心	450 m ²	169 件	照相机 4 台；录像机 2 台；无人机 2 台；直播一体机 10 套；灯光、电脑、货架、绿幕等	具备短视频策划、制作与运营、直播实训、直播复盘等功能	50
5	市场营销赛训一体化实训室	90 m ²	30 件	企业经营管理沙盘 1 套；营销技能沙盘 1 套；电脑 20 台；交换机 1 台；服务器 1 台；投影 1 套；功放 1 台；音箱 4 台	营销综合实训、企业经营管理沙盘实训等综合实训	45

表 14 市场营销专业校外实习基地一览表

序号	实习基地名称	实习项目	实习内容	容纳学生人数
1	上海世邦科技集团校企合作实训基地	网络营销与策划	营销策划、营销调研、网络推广	20
2	河南正阳集团校企合作实训基地	机械产品的跨境销售	销售服务；市场调查与分析；商务数据分析	30
3	中原云商直播基地	短视频与直播营销	短视频的拍摄与引流；文旅产品与 3C 产品直播；	55
4	好想你健康食品有限公司校企合作实训基地	数字营销	社群推广、渠道维护、客服	30
5	天琴直播基地	直播销售	视频创推员、助播、中控与运营	30

（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使用的教材、图书文献及数字资源等。

1. 教材选用

教材选用遵循适用、优质和选新原则。适用是指：（1）必须适合高职高专学生使用；（2）教材名称和内容与课程目标、教学内容相符；优质是指选用国家级获奖教材、规划教材；选新是同类教材中只选用近三年新出版的教材。

按照国家规定选用优质教材，不合格的教材禁止进入课堂。学校建立专业教师、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。

教师结合专业教学改革，适应理实一体化教学需要，开发《消费者行为分析》、《短视频与直播营销》等新型活页式、工作手册式教材。

2. 图书文献

在备课、教学、教学资源制作等环节广泛利用相关图书和文献资源，引导学生查阅资源，了解图书分类知识，养成查阅和积累资料的良好习惯，增强学生自主学习能力。结合专业发展和教学改革需要，收集专业规范、参考书籍的资料，丰富专业图书和文献资源。

3. 数字资源

根据专业教学改革需要，共享本专业教学资源库相关教学资源，建设《消费者行为分析》、《短视频与直播营销》等在线开放课程，开发和利用文本类、图形/图像类、音频类、视频类、动画类、虚拟仿真类以及微课、课件等教学资源。

表 15 市场营销专业教学资源网站览表

序号	资源名称	教学平台	网址
1	消费者行为分析	中国大学 MOOC	www.icourse163.org/course/HNU-1205721820
2	商务数据分析理实一体化		www.suitanglian.com
3	短视频创作与运营	中国大学 MOOC	www.icourse163.org/course/NENU-1463115163

（四）教学方法

1) 所有课程所用教室最低配置为多媒体教室，既可以纯理论教学，又可以“理实一体化”教学。部分课程需要在专业实训室进行授课。

2) 专业课程在教学过程中，立足于加强学生实际操作能力的培养，采取项目教学，以任务驱动型项目提高学生兴趣。

3) 以学生为中心，按照“资讯—计划—决策—实施—检查—评估”六步教学法进行教学活动，将理论和实践有机结合起来。

4) 一些实践性很强的课程，进行现场教学，“教”与“学”互动，教师演示示范，学生操作，学生提问，教师现场解答，再指导。

5) 在教学过程中，创设仿真企业实际工作场景的工作环境，强化实际操作训练。

6) 在教学过程中，根据教学内容选用案例教学、任务驱动教学、小组讨论教学等方法。

7) 教师从学生的实际出发，因材施教，注重培养学生的学习兴趣和应变能力，从而提高学生学习的主动性和积极性。

8) 在任务教学中, 尽量保证学生一人一任务, 提高学生的自主思考能力和参与性, 避免复制别人的成果。

9) 任课教师具有“双师型”教师的工作能力。能够同时进行理论讲解、实际操作和演示、讲解的能力。

10) 加大 1+x 证书内容的训练, 关键技术采取“师徒制”教学, 保证学生掌握必要技术。

(五) 学习评价

本专业坚持过程性评价与结果性评价相结合、校内评价与校外评价相结合、学生评价与教师评价相结合, 主要采用笔试、口试、实践操作、实习(实训)报告等形式进行考核评价。公共必修课由学院统一安排, 以笔试形式进行考核。专业必修课程一般以笔试或实践操作等形式进行考核。实践性教学环节一般应以实践操作、实习(实训)报告等形式进行考核。公共选修课, 专业选修课以笔试、口试等形式进行考核。

1) 改革考核手段和方法, 加强过程环节以及实践性教学环节的考核, 采用过程考核和结果考核相结合的考核方法, 完成 1+X 证书可以抵相关学分。

2) 结合出勤情况、课堂表现、作业、课堂检测、实训过程、分组讨论表现和考试情况, 综合评价学生的学业成绩。

3) 结果考核: 课程的综合考核。在期末或课程教学完成后进行综合测试, 可以是笔试的形式, 也可以是综合性操作考核的形式, 视课程性质和内容而定。

4) 注重对学生动手能力和在实践中分析问题和解决问题的能力考核, 对在学习和应用上有创新意识同学应给予表扬鼓励, 综合评价学生的能力。

(六) 质量管理

本专业坚持“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”的质量方针, 吸纳政府、行业、企业、学生、家长、社会参与, 学院履行质量保证主体责任, 组织实施产业发展调研、行业企业人才需求调研、毕业生跟踪回访调研、教学检查、教学督导、听课评课、学生评价、教师评学、成绩分析、毕业资格审核、成绩核查、学情调研、人才培养工作状态数据信息采集、专业检查(评估和认证)、教师年度绩效考核等质量保证工作, 形成常态化、可持续、全过程的人才培养质量保证机制。

(1) 学院和系建立了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) 完善教学管理机制，加强日常教学组织运营与管理，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) 学院建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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) 市场营销教研室应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、学习成果的认定、积累及转换

本专业坚持开展学习成果认定、积累与转换，为学生提供多样化学习平台和机会，鼓励学生在实践训练中开展技术创新，提升学生就业竞争力和可持续发展能力。学习成果认定、积累与转换包括执业资格/技能等级证书、职业技能大赛、创新创业大赛、工作经历等与课程学分的转换。获得职业资格证书或职业技能等级证书，获得世界级、国家级和省级职业技能大赛奖励，可免修免考相应课程，并转化为相应课程学分。获得全国大学生创新创业大赛以及行业协会支持举办的各类创新、创意设计、创业计划等专题竞赛三等奖以上奖励，可转化为毕业设计学分。在本专业相关岗位工作3年以上，可免修顶岗实习，并转换为顶岗实习学分。公开发表论文或专利，可免修免考对应专业课程3门，并转换为相应课程学分。

表 16 市场营销专业学习成果认定、积累与转换

序号	学习成果名称及级别	免修免考课程名称	转换学分	备注
1	平台管理师（中级）	商务数据分析与应用	4	
2	视频创推员（中级）	短视频与直播营销	4	
3	选品员（中级）	消费者行为分析	4	
4	直播销售员（中级）	数字营销 直播营销	2 4	二选 一
5	自媒体运营师（1+X）	新媒体运营	4	
6	河南省高职院校市场营销技能比赛省赛二等奖以上	渠道管理 品牌推广	4 4	二选 一
7	全国“互联网+”双创赛或“创新、创意、创业”专题竞赛三等奖以上	创新思维与创业基础	2	
8	本专业相关岗位工作3年以上	顶岗实习	26	

备注：学习成果转换的课程成绩依据学院《以证（赛）代考管理办法》等相关文件执行。

十、毕业要求

通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，所修课程成绩全部合格，达到本专业培养规格对素质、知识和能力等方面要求，并取得本专业职业技能领域相关职业技能等级证书（职业资格证书）。

十、附录

附录 1：市场营销专业教学进程总体安排

市场营销专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	学时学分分配				考试方式		各学年、学期、周学时分配						备注
			总学分	总学时	理论学时	实践学时	考试	考查	一		二		三		
									1	2	3	4	5	6	
								14	18	18	18	18	18		
公共基础课	1	入学教育、军训	7	130	18	112		√	2周						
	2	健康、安全、劳动教育	2	32	24	8		√	2						
	3	体育	7	134	16	118		√	2	2	2	2			
	4	形势与政策	2	32	32	0		√	2	2	2	2			各4周
	5	大学生心理健康教育	2	32	16	16		√	1	1					单/双周
	6	大学英语	4	62	50	6			2	2					
	7	职业生涯规划与就业指导	2	38	26	12		√	2						
	8	思想道德与法治	3	48	40	8	√		4						
	9	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	54	18	√			4					
	10	军事理论	2	36	36	0	√			2					
	11	影视鉴赏/音乐鉴赏	2	36	30	6		√			2	或2			
	12	创新思维与创业基础	2	32	20	12		√				2			
专业课	13	管理学	3	52	38	14	√		4						基础
	14	市场营销学	3	52	38	14	√		4						核心
	15	经济学基础	3	52	32	20	√		4						基础
	16	电子商务基础	4	72	50	22	√			4					基础
	17	社群营销	4	72	40	32	√			4					拓展
	18	消费者行为分析	4	72	50	22	√			4					核心
	19	数字营销	2	36	18	18				2					1+X
	20	推销技术	4	72	48	24	√				4				核心
	21	品牌推广	4	72	52	20	√				4				核心
	22	广告实务	4	72	48	24	√				4				核心
	23	渠道管理	4	64	44	20	√				4				核心
	24	图形图像处理技术	4	72	36	36					4				1+X
	25	市场调查与分析	4	72	40	32	√					4			核心
	26	短视频与直播运营	4	64	32	32						4			核心
	27	销售管理	4	60	40	20	√					4			基础
	28	商务数据分析与应用	4	72	52	20		√				4			基础
	29	商务沟通与谈判	2	36	28	8	√					2			核心
	30	新媒体运营	4	64	34	20	√					4			1+X
	31	大学生劳动实践	2	60	0	60		√		1周		1周			
	32	综合实训	10	200	0	200		√					10周		
	33	顶岗实习	26	520	0	520		√					8周	18周	
合计			142	2592	1098	1494			27	27	26	28	20	20	
公共选修	1	人文素养与科学素养	2	32	28	4		√							1或2 学期 任选 1门
	2	中华优秀传统文化	2	32	28	4		√							
	3	党史国史教育	2	32	24	8		√							
	4	实验室安全教育	1	18	9	9		√							
专业选修	5	职业素养专题讲座	2	32	24	8		√							3或4 学期 任选 2门
	6	商业经济基础	2	36	28	8		√							
	7	中华商业文化	2	36	12	24		√							
	8	营销策划	2	36	12	24		√							
选修课合计			6	104	70	34									
总合计			148	2696	1168	1528									