

# 2020 级市场营销专业人才培养方案 (退役军人学历提升计划)

## 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

具有高中或中职阶段教育的毕业生。

## 三、修业年限

基本学制三年，实行弹性学制，弹性学习年限为 3-5 年。

## 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 (63)	市场营销类 (6307)	批发业 (51) 零售业 (52)	营业员(4-01-02-01) 电子商务师 (4-01-02-02) 商品营业员 (4-01-02-03) 市场营销专业人员 (2-06-07-02) 商务策划专业 (2-06-07-03) 品牌专业人员 (2-06-07-04)	销售员 销售代表 商务代表 客服专员 文案策划助理 品牌传播助理 媒介专员	1、市场营销经理助理证书 2、电子商务师

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应顺德经济发展和企业行业对营销技能人才的需要，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、较强的就业创业能力，掌握市场营销的专业知识和技术技能，面向顺德的制造业、批发和零售业，能够从事营销策划、市场调查与分析、产品宣传推广、营销活动组织与实施、推销与谈判、拓展客户

与市场等工作的高素质劳动者和技术技能人才。

## （二）培养规格

培养的人才具有以下素质、知识、能力：

### 1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。

坚定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和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和社会参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。

遵守、履行道德准则和行为规范；崇尚中华商人从商有为、经商有道、聚财有方的优秀传统，秉承客户至上、诚信共赢的职业信念，尊重劳动、爱岗敬业、知行合一；具有质量意识、环保意识、安全意识、创新意识和信息素养；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够理解企业战略和适应企业文化，保守商业机密；具有职业生涯规划意识。

（3）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》，具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯，具有良好的行为习惯和自我管理能力；对工作、学习、生活中出现的挫折和压力，能够进行心理调适和情绪管理；具有一定的审美和人文素养。

### 2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识；

（2）了解与本专业相关的法律法规；

（3）了解中国传统商业文化，熟悉市场经济规则；

（4）掌握商品分类与管理的基本知识与方法；

（5）掌握消费者行为分析的基本知识与方法；

（6）掌握营销活动策划与组织的基本知识与方法；

（7）掌握商务数据分析的基本知识与方法；

（8）掌握营销管理的基本知识与方法；

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

### 3. 能力

（1）通用能力：良好的口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等；

（2）专业技术技能：能够熟练使用市场营销工具软件；能够对市场营销信息进行数据收集、数据挖掘、数据分析及数据应用；能够与营销客户进行有效沟通；能够进行营销策划并撰写相关策划方案；能够组织实施营销产品的市场调查与分析；能够组织实施营销产品线上线下的宣传推广和促销活动；能够组织实施推销和商业谈判；能够对客户关系和销售进行日常管理；能够对渠道成员进行管理与评估；能够利用新媒体及网络工具推广产品。

## 六、课程设置及要求

### （一）课程设置模块

模块	教学课程	学分	学时	占比
公共基础课程	见《教学计划进程表》	37	592	26%
专业课程、选修课程		103	1854	74%
合计		140	2446	100.0%

## (二) 工作任务与职业能力分析

表 1 市场营销专业职业能力分析

工作领域	工作任务	职业能力	课程设置
市场调查分析	1.1 实际调查	1.1.1 能针对特定的市场营销问题开展系统性的调查研究。	市场调查技术
		1.1.2 能够正确选择、设计和使用各种调查方法	
	1.1.3 能够正确使用数据采集系统和统计处理意见		
	1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告	
	1.3 消费者分析	1.3.1 能够根据行业分析消费者购买动机和行为 1.3.2 能够分析消费者购买的决策过程	
1.4 市场分析	1.4.1 能够根据行业情况分析行业的微观环境 1.4.2 能够分析行业的宏观环境	市场营销实务	
1.5 竞争者分析	1.4.1 根据给定的市场信息，判断市场营销竞争的趋势 1.4.2 能够运用 SWOT 分析法	经济基础与应用	
2.客户管理	2.1 客户选择	2.1.1 能够制订执行售前、售中、售后服务计划	客户开发与管理
		2.1.2 能评价中间商的服务质量 2.1.3 能采取措施提高服务质量	
	2.2 客户信用管理	2.2.1 能执行实现信用管理目标 2.2.2 能选择追帐策略	
2.3 客户关系维护	2.3.1 能进行客户分析 2.3.2 能区分不同客户的投诉 2.3.3 能分析处理客户的异议		
3.销售与谈判	3.1 拜访客户	3.1.1 能分析顾客的心理 3.1.2 能根据顾客的心态进行推销	销售实务与技巧

		<p>3.1.3 能合适当拜访顾客</p> <p>3.1.3 能引起顾客兴趣</p> <p>3.1.4 能激发顾客的购买欲望</p> <p>3.1.5 能接近潜在客户</p> <p>3.1.6 能拟定拜访计划</p>	
	3.2 商务谈判	<p>3.2.1 能与顾客友好沟通</p> <p>3.2.2 能选择报价时机</p> <p>3.2.3 能正确运用常见的谈判策略</p>	
	3.3 商品推销	<p>3.3.1 能组建推销团队并进行管理</p> <p>3.3.2 能选择推销的基本模式</p> <p>3.3.2 能与客户推销洽谈</p> <p>3.3.3 能选择介绍商品的方式</p>	
4.营销策划	4.1 产品策略	<p>4.1.1 正确运用市场细分方法对市场进行细分、选择目标市场，进行适当的市场定位</p> <p>4.1.2 能够对企业的产品组合进行优化管理</p> <p>4.1.5 能够正确判断产品所处的生命周期阶段，并制定相匹配的营销策略</p> <p>4.1.5 能够进行品牌的推广</p>	市场营销实务
	4.2 价格策略	<p>4.2.1 能够正确制定价格目标</p> <p>4.2.2 灵活运用价格策略</p> <p>4.2.5 能够正确使用产品定价方法</p>	市场营销实务
	4.3 渠道策略	<p>4.3.1 能够运用分销渠道的基本知识，执行产品分销渠道策略</p> <p>4.3.2 能够对批发商、零售商、代理商进行管理</p>	营销渠道管理
	4.4 促销策略	<p>4.4.1 能够根据企业营销目标、资源和营销环境制定和执行促销方案</p> <p>4.4.2 根据企业的营销目标、实力和相关因素，正确选择广告代理和广告媒体组合，并能编写广告文案</p> <p>4.4.3 能从营销战略和环境出发，为特定的公共关系目标制定相应的公共关系方案</p> <p>4.4.4 能够根据销售促进对象的具体情况和销售目标，制定可行的营业推广方案</p>	<p>广告策划实务</p> <p>公共关系实务</p>

	4.5 制定计划	4.5.1 能够执行企业的营销政策 4.5.2 能根据给定的市场营销信息，制定一份完整的市场营销方案 4.5.3 能对营销计划进行审计和修订，并合理预算分配营销费用	营销策划综合实训
	4.2 调整计划	4.5.1 能对正在执行的营销方案进行过程调整 4.5.2 能对执行的营销方案的效果进行基本评估	
5. 互联网营销	5.1 营销型网站建设与评估	5.1.1 能对营销型网站诊断与评估 5.1.2 会做企业网站规划与首页制作	网络营销
	5.2 网络广告策划与投放	5.2.1 能制作网络广告策划 5.2.2 能对不同网络广告的投放策略与效果评价	广告策划实务
	5.3 社交媒体营销	5.3.1 能够撰写用于博客、论坛营销的软文 5.3.2 能对社交平台的营销活动进行策划 5.3.3 能够运用微信、微博、移动终端推广产品	网络营销

### （三）公共基础课程

#### 1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

**课程目标：**使大学生全面、系统地掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵；坚定马克思主义信仰，领会马克思主义中国化理论成果的精神实质，坚定“四个自信”，努力成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

**主要内容：**以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以中国特色社会主义为重点，着重讲授中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，集中阐述马克思主义中国化理论成果毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观以及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、历史地位和指导意义，涵盖历史现实未来、改革发展稳定、内政国防外交、治党治国治军各个领域。

**教学要求：**

（1）**素质目标：**树立培养学生树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定建设中国特色社会主义的理想信念，增强学生历史使命感、社会责任感以及敬业踏实的职业素质，培养

社会主义现代化事业建设者所应具有的基本政治素质。

(2) 知识目标：了解马克思主义中国化理论成果的深刻内涵和精神实质，学习和掌握中国特色社会主义基本理论、基本路线和基本方略，理解习近平新时代中国特色社会主义思想理论体系的理论内涵和历史地位。

(3) 能力目标：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识 and 解决社会现实问题，提升学生独立思考和勇于创新的能力，提升学生积极投身到决胜全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴伟大事业的能力。

## 2. 思想道德修养与法律基础

课程目标：通过课程的学习使学生比较系统地掌握思想道德修养与法律基础的基本理论，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法制观，打下扎实的思想道德和法律基础，促进大学生成长成才和全面发展。

主要内容：本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。以人生选择——理想信念——中国精神——核心价值观——道德修养——法治素养为课程内容主线。

教学要求：

(1) 素质目标：培养大学生形成正确的道德认知，做到明大德、守公德、严私德。培养学生理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成法治思维，更好行使法律权利、履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。

(2) 知识目标：以马克思主义为指导，了解社会主义道德基本理论、中华民族优良传统，以及职业、家庭、社会生活中的道德与法律规范；理解人生真谛，坚定理想信念；掌握中国精神、社会主义核心价值观、中国特色社会主义新时代的时代特点与自己的历史使命。

(3) 能力目标：能够运用马克思主义的基本立场、观点和方法来分析、认识 and 解决社会现实问题，学会为人处事，学会合作思考。

## 3. 形势与政策

课程目标：课程是理论武装实效性、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、深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、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。

主要内容：进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国及广东省深化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。

教学要求：

(1) 素质目标：让学生感知世情国情民意，体会党的路线方针政策的实践，增强学生

实现“中国梦”的信心信念、历史责任感及国家大局观念，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，形成正确的世界观、人生观和价值观。

(2) 知识目标：帮助学生了解重大时事、国内外形势、社会热点，正确理解党的基本路线，重大方针和政策，正确认识新形势下实现中华民族伟大复兴的艰巨性和重要性，掌握形势与政策基本理论和基础知识。

(3) 能力目标：提高学生政策分析和判断能力，学会辩证分析国内外重大时事热点；提高学生的理性思维能力和社会适应能力，学会把握职业角色和社会角色；提高学生的洞察力和理解力，学会在复杂的政治经济形势中做出正确的职业生涯规划。

#### 4. 大学国文

课程目标：本课程旨在通过学习中华元典，培养人文素养，提升综合文化素质，达到传承优秀传统文化、立德树人的目的。

主要内容：本课程通过对先秦重要经典的学习，让学生了解中华元典的基本内涵，汲取传统文化的精华，明了社会主义核心价值观的传统文化思想源。使学生感受中华民族自强不息的奋斗精神、崇德重义的高尚情怀、整体和谐的价值取向、客观辩证的审美原则，重视家国情怀、社会关爱和人格修养的文化传统，以增强文化自信和文化自觉。

教学要求：

(1) 素质目标：理解中华传统文化所蕴涵的思维方式、价值观念、行为准则，树立崇德尚能的成才思想，培养精益求精的工匠精神。

(2) 知识目标：了解先秦历史及中华文明史，掌握讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合等中华文化基本精神。

(3) 能力目标：具体形象地感受和认识中华优秀传统文化并将之融入综合素养的能力。

#### 5. 大学生心理健康教育与职业规划

课程目标：课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，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。

主要内容：第一部分：了解心理健康的基础知识，其中包括大学生心理健康导论，大学生心理咨询，大学生心理困惑及异常心理；第二部分：了解自我发展自我，其中包括大学生的自我意识与培养，大学生人格发展与心理健康；第三部分：提高自我心理调适能力，其中包括大学期间生涯规划及能力发展，大学生学习心理，大学生情绪管理，大学生人际交往，大学生性心理及恋爱心理，大学生压力管理与挫折应对，大学生生命教育与心理危机应对。

教学要求：

(1) 素质目标：通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。

(2) 知识目标：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。

(3) 能力目标：通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。

## 6. 军事（含军事理论与军事技能）

课程目标：为适应立德树人根本任务和强军目标根本要求，服务军民融合发展战略实施和国防后备力量建设，增强学生国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，提高学生综合国防素质。

主要内容：第一部分：《军事理论》：（一）中国国防：国防概述、国防法规、国防建设、武装力量、国防动员等；（二）国家安全：国家安全形势、国际战略形势等；（三）军事思想：中国古代军事思想、当代中国军事思想等；（四）现代战争：新军事革命、信息化战争等；（五）信息化装备：信息化作战平台等。

第二部分《军事技能》：（一）共同条令教育与训练：共同条令教育、分队的队列动作等；（二）射击与战术训练：轻武器射击、战术等；（三）防卫技能与战时防护训练：格斗基础、战场医疗救护、核生化防护等；（四）战备基础与应用训练：战备规定、紧急集合、行军拉练等。

教学要求：

素质目标：通过军事课教学，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。

知识目标：通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识。

能力目标：通过军事课教学，让学生了解掌握基本军事技能。

## 7. 创新基础

课程目标：初步了解创新及创新思维，掌握基本的激发创新意识、训练创新思维、应用创新方法、提升创新能力的原理和方法，使学生逐步有意识地开发自身的创新潜能，提高创新素质，培养学生在实践中运用创新的思维和方法创造性的解决工作生活学习中遇到的各类问题，进一步提升学生的专业综合能力，培养高素质的创新型人才。

主要内容：本课程以培养学生创新意识、创新精神和创新能力为主线，从创新活动的一般过程与逻辑规律出发，遵循高职教育教学规律和学生的认知规律，内容包括：创新认知、创新思维训练、创新方法、设计思维、创新产品的开发、创新成果的保护等教学项目与教学任务。

教学要求：

(1) 素质目标：初步具备创新意识与创新精神，培养学生的创新能力、动手能力、多向思维能力、分析解决问题的能力、团队合作力，提升学生的专业素质。

(2) 知识目标：掌握创新基础知识，熟悉常见的创新思维能力培养、创新思维方式训练、创新方法及其运用的内容与要求，学会运用创新思维及方法解决现实问题。

(3) 能力目标：能突破思维障碍，发展创新思维能力，初步形成创造性思维品质，在实践中能够熟练使用不同的创新思维和创新技法解决某些实际问题，并在实践中有所发明、创造。

## 8. 创业基础



课程目标：使学生了解创业的概念、创业与人生发展的关系，培养学生的创业思维，增强学生团队协作能力，锻炼学生应对不确定性的思维模式与能力。使学生了解开展创新创业活动所需要的基本知识和流程，认知创新创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。

主要内容：课程关注创业者思维模式的培养，并提供国际先进的创业方法论。内容包括：创业与人生方向、包括创业思维与管理思维的比较；自我认知与有价值的想法的产生，挖掘自身资源，探索自身价值创造并产生有价值的想法；创业团队如何生成及其重要性，创业团队的内涵特征；问题探索，探索用户需求，掌握定义问题的技巧；创意方案，包括学习发散聚敛的集体创造方法，提出创意的解决方案，形成解决问题的初步方案。市场测试，了解精益创业的概念，掌握市场测试的基本要求，并将自己的方案做成原型，面向用户进行内部和外部测试；商业模式，组成商业模式的各个要素，设计适合自己项目的商业模式；商业呈现，学生了解商业的运行需要资源的支撑，并且通过了解资源的获取渠道，掌握一定的商业路演技能，对自己的项目进行路演展示。

教学要求：

(1) 素质目标：锻炼学生面对不确定性如何做决策的创业思维模式，培养学生创新创业精神，树立科学的创新创业观，种下创新创业种子，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求。

(2) 知识目标：使学生了解开展创业活动所需要的基本知识和流程，掌握创业的广义和狭义基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。

(3) 能力目标：正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践，初步了解商业模式。

## 9. 体育

课程目标：使学生掌握科学锻炼的基础知识、基本技能和有效方法，学会至少两项终身受益的体育锻炼项目，养成良好锻炼习惯。挖掘学校体育在学生道德教育、智力发展、身心健康、审美素养和健康生活方式形成中的多元育人功能，有计划、有制度、有保障地促进学校体育与德育、智育、美育有机融合，提高学生综合素质。

主要内容：通过学习足球、篮球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、武术、游泳等基本战技术。促进力量、速度、耐力、灵敏性等身体素质的全面发展和提高内脏器官的功能；提高集中注意力的能力，提高判断能力，观察力；培养积极、果断、勇敢、顽强的作风和拼搏精神，锻炼勇敢顽强的意志品质。提高人体的力量、速度、耐力、灵敏、柔韧等身体素质，而且还能发展判断、注意、反应等心理素质，培养学生勇敢顽强、奋发向上的拼搏精神和严密的组织纪律性，培养团结协作，密切配合的集体主义精神。

教学要求：

(1) 素质目标：提高学生体质健康水平，促进学生全面发展。

(2) 知识目标：了解各单项的战技术及裁判规则并掌握其基本战技术。

(3) 能力目标：掌握两项以上健身运动基本方法和技能，能科学的进行体育锻炼，提高自己的运动能力，具有较高的体育文化素养和观赏水平。

## （四）专业课程

### 10. 市场营销实务

课程目标：本课程旨在培养学生发现市场、分析市场和解决营销问题的能力以及创新思维能力，让学生学会关注企业营销环境的变化，利用企业的优势，并根据各种变化做出正确的营销战略和策略。

主要内容：本课程教学内容的选取紧紧围绕顺德的主导产业，以家具、汽车、家电消费品营销方案制订的工作任务来进行，同时融合市场营销经理助理资格证书对知识、技能和态度的要求来确定内容体系。在对课程教学内容进行整合序化后形成了消费者行为分析、市场调研、确定目标市场、市场定位、制定营销策略、策略执行管理等六个模块。

教学要求：

（1）素质目标：牢固树立以顾客为中心的营销观念，具备良好的职业素养和较强的专业技能，具备良好的沟通协调能力和创新精神。

（2）知识目标：理解市场和营销的概念，掌握营销战略与策略制定的依据，掌握营销管理的实质，熟悉营销活动的流程及岗位要求。

（3）能力目标：能进行营销环境分析，能以市场为导向，进行消费者分析、目标营销策略制定、营销活动策划、实施与评估。

### 11. 经济基础与应用（1）

课程目标：本课程是一门“财经常识课”、“经济素养课”，更是一门“成才专业课”。通过课程学习，能够使学生掌握经济学的基本理论、概念和方法，熟悉当前的市场规律和经济运行特点，为学习其他专业课程打下理论基础。

主要内容：本课程本着懂理论，重应用的总体思路，以完成工作项目和工作任务为主线，并配以案例分析来学习经济理论知识，内容涵盖稀缺资源与经济学、供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论、市场理论等基础理论。

教学要求：

（1）素质目标：培养学生对问题的综合理解分析能力、解决问题能力，提高学生对于知识的归纳能力以及迁移能力。

（2）知识目标：了解经济学研究的主要内容，掌握商品的供求规律及均衡价格的形成原理，掌握消费者行为理论和生产者行为理论，掌握成本分析的基本原理，了解四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析。

（3）能力目标：具备经济分析与预测能力，能够进行市场调查，对市场供求发展趋势做出科学预测；具备经济思维和灵活运用知识的能力，能够运用经济分析方法进行消费决策和生产决策分析。

### 12. 市场调查技术

课程目标：系统地了解 and 掌握市场调查、整理汇总、分析及预测的基本理论与方法，初步具备综合运用市场调查技术解决企业市场营销实际问题的综合能力。

主要内容：（认知市场调查的意义、掌握企业调查目标与内容、制定调查方案、设计问卷、选择抽样方式、选择调查方法、开展调查分类整理并运用分析方法、预测趋势、撰写调查报告并开展调查工作总结报告的写作）

教学要求：

（1）素质目标：培养小组团队合作意识、较好的应变能力；综合理解分析能力、逻辑思维能力、对事物整体策划合理预算的能力、写作能力；培养科学、严谨、实事求是的工作作风；培养吃苦耐劳的从业精神。

（2）知识目标：了解市场调查的概念、类型；了解调查报告的作用；理解问卷的不同类型；理解非随机抽样方法的概念、特点及其各自的适用情况；掌握问卷的结构及主要内容掌握交叉配额方式的确认；掌握调查资料整理的审核、录入、分类、汇总各环节；掌握分析与预测的方法；掌握调查工作总结的内容及写作。

（3）能力目标：具有整体认知市场调查意义和内容的能力；能够制定详细的调查方案、设计调查问卷；能够承担数据的审核、数据的录入、分类汇总工作；能够应用统计知识或统计分析软件对数据按要求进行分析和预测；能够撰写调查报告。

### 13. 消费心理分析

课程目标：掌握消费心理的基本概念和理论，熟悉当前消费心理的特点，掌握消费心理分析整个操作流程，会实际进行消费者的心理分析；并且通过实务、案例、实际调研、策划报告，培养学生发现、分析和解决问题的基本方法和手段，为学习后续课程打下坚实的基础。

主要内容：以消费者心理活动、行为特征及其影响因素为主线，包括消费者动机、知觉、学习与记忆、消费者态度形成，为制定合适的营销策略提供依据，激发消费者的购买意愿，改变消费者的购买行为，为企业创造利润。

教学要求：

（1）素质目标：培养学生良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，能在学习过程中积极与他人合作、相互帮助，共同完成学习任务。

（2）知识目标：了解消费者心理活动过程，理解消费心理的基本概念、基本原理，掌握消费者心理分析的方法。

（3）能力目标：能够进行消费者心理活动的分析，并能制定出相应的营销策略。

### 14. 网络营销

课程目标：培养具备网络营销基本知识，掌握网络营销的常用技能，可持续发展的网络营销实用型人才。

主要内容：本课程要求学生通过对本课程的学习，掌握网络营销的相关概念，了解网络营销的一般方法、常用的技术手段，学会进行在线市场调研、营销型网站诊断与规划、网络广告的设计与策划、社会化营销以及搜索引擎营销等基本技能。

教学要求：

（1）素质目标：培养学生高尚的道德品德和强烈的责任心，树立良好的敬业精神。

（2）知识目标：通过本课程的学习，了解网络营销的一般方法和常用技术手段，

(3) 能力目标：能够进行在线市场调研、网络诊断与规划、网络营销策划。

## 15. 公共关系实务

**课程目标：**本课程以建立社会组织与公众之间良好的沟通关系，树立良好的组织形象为主线贯穿始终。课程主要研究社会组织与公众之间传播沟通的现象、行为、规律和方法。课程的目标是培养德智体全面发展，掌握现代公共关系专业知识和技能的公共关系专业人才。通过本课程的学习，使学生掌握公关职业应用性人才所必需的公关调查、公关活动策划、危机处理和社会交际等基本知识和技能，让学生善策划、懂管理、会传播。

**主要内容：**本课程的设计是建立在对公共关系机构或部门相应岗位工作内容层次和工作流程分解的基础上，以职业能力培养为重点来进行的。根据公共关系职业岗位对知识、技能、素质的要求，本课程有针对性地选取适用的、先进的教学内容，以公关活动为载体，设计了一般活动公关、专题活动公关以及危机公关等三大学习情境，每个学习情境都经历一个完整的工作过程，包括目标公众分析、公共关系调研、公关活动方案策划以及公关活动实施与评估等四个步骤，课程内容体现了工作过程导向的要求，由浅入深，系统提升公关职业能力。

**教学要求：**

(1) 素质目标：具备可持续发展的学习与适应能力；具备良好的职业素养；具备强烈的商业信誉观；具备较强的专业技能；具备良好的沟通协调能力；具备良好的团队协作意识；具备较强的社会交往和适应能力；具备吃苦耐劳的意志品质；具备创新精神。

(2) 知识目标：掌握收集信息及公关调查研究的基本原则和方法；掌握公关策划的内容与程序、基本方法和技巧；熟悉公关传播与沟通的类型和特点；掌握公关实施与评估的方法；掌握公关专题活动的类型，熟悉 CIS 战略；掌握公关危机处理方法等。

(3) 能力目标：能独立进行公关调研，撰写调研报告；能策划并组织实施小型公关活动，能开展组织形象策划；能开展一般的公关传播活动和运用内外公关协调技巧；能进行一般的公关危机管理并制定预案；能进行自身形象管理等。

## 16. 营销渠道管理

**课程目标：**学生掌握渠道管理知识与方法，为企业建立或开发合理的渠道，评估企业的渠道关系，激励渠道成员，化解渠道冲突。

**主要内容：**内容包括渠道结构设计、渠道领导与激励、渠道合作与控制、渠道评估与完善、电子渠道设计及管理。

**教学要求：**

(1) 素质目标：培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力，积极乐观的心态、良好的人际关系，为培养一名高素质的从业者奠定基础。

(2) 知识目标：学生掌握渠道开发与设计的方法，评估渠道关系的技巧，化解渠道冲突的技巧，学会如何激励渠道成员的方法等。

(3) 能力目标：掌握营销渠道管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业务岗位。

## 17. 广告策划实务

**课程目标：**学生通过广告策划基本理论和基本技能的学习及训练，不仅有较扎实的从事文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力，而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养；注重培养学生对广告传播效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。把学生培养成为既懂广告设计、广告文案撰写，又懂广告传播与活动策划、品牌管理和营销的复合型人才。

**主要内容：**课程从岗位要求出发，运用基于学习性工作任务的课程结构，采取以任务为驱动的教学过程，建立了四个学习情境（快消品广告策划、小家电广告策划、房地产广告策划、新媒体广告策划），预置开展广告市场调查、制定企业具体 5M 广告策略等 12 个学习任务，通过完成由理论——实训——实践的 12 个任务，强化学生们的广告策划与品牌管理意识，提升学生的广告策划实践操作技能。

**教学要求：**

（1）素质目标：具有良好的职业道德和敬业精神；具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；具有沟通与交流能力；具有组织、协调能力；具有适应环境开拓创新的能力；具有较强的心理承受能力。

（2）知识目标：了解广告策划外部环境分析内容；掌握目标消费者消费行为描述；学会寻找产品独特卖点；了解企业产品的市场周期和客户广告投入预算情况，沟通广告形式和效果；掌握研究广告受众心态，创意媒体策略、投放策略和整合传播策略。能够根据广告任务的要求，确定使用什么类型的媒介和作品把信息内容阐释开来、表达出去，为受众所接受和喜爱。

（3）能力目标：通过基本理论和基本技能的学习及训练，不仅有较扎实的从事文案、策划、广告设计、制作、品牌管理的能力，而且特别注重电脑广告设计能力、活动策划能力的培养；注重培养学生对广告传播效果分析能力以及从事广告经营管理、广告市场调查与营销的能力。

## 18. 销售实务与技巧

**课程目标：**使学生掌握推销的基本概念、基本理论和基本方法，注重培养和提高学生运用基本的原理和方法解决实际问题的能力，增强学生推销的意识，训练学生推销心理、培养学生推销实战技能。

**主要内容：**以“推销”工作流程为主线，按照推销工作的七个任务划分教学内容，包括事前准备，寻找和识别顾客，约见和接近顾客，推销洽谈，处理异议，促成交易和售后服务。

**教学要求：**

（1）素质目标：能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；能体会学习中的乐趣，培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，以及继续学习和职业发展的潜力。

（2）知识目标：了解推销人员的素质、推销职业的特点，推销人员管理办法；理解商品推销的基本原则及模式；掌握推销工作的程序、推销各阶段策略以及各种推销技巧。

（3）能力目标：培养学生各阶段推销能力，能熟练运用各种推销策略和技巧；协调能力、创新能力以及独立解决问题的能力；语言表达能力和沟通能力。

## 19. 客户开发与管理

课程目标：学生掌握客户管理的基本概念和理论，熟悉当前客户管理的特点，掌握客户管理整个操作流程，会实际进行客户关系的建立与维护，培养客户忠诚。

主要内容：内容包括客户关系管理的产生、功能、分类，客户管理的营销策略、客户开发与实施、数据仓库及数据挖掘技术，以及呼叫中心的实施与应用，CRM基本运行与操作等。

教学要求：

(1) 素质目标：培养良好的诚信品格和吃苦耐劳的精神，理解他人的情感，以及继续学习和职业发展的潜力。

(2) 知识目标：掌握客户管理的基本概念、基本原则、管理流程和管理技巧，牢固树立以“客户为中心”的管理理念，解决客户管理的理论和实际问题。

(3) 能力目标：培养学生客户开发的技能、客户满意的技能、客户忠诚管理的技能。

## 20. 营销策划综合实训

课程目标：通过实习，使学生熟练掌握营销策划岗位工作要求，掌握营销策划流程与方法，学会团队沟通与协作，增强学生的岗位适应能力和管理决策能力。

主要内容：主要实训任务包括市场调查、消费者分析、企业战略的制定、营销战略的制定、营销活动策划等主要业务。

教学要求：

(1) 素质目标：培养学生的商业伦理意识、绩效意识、团队意识，训练学生的终身学习、自我管理能力和自我管理能力。

(2) 知识目标：掌握企业营销策划的方法和流程。

(3) 能力目标：在真实的环境下，能够为企业进行营销活动策划。

## 21. 经管类顶岗实习

课程目标：在顶岗实习中发展知识和技能，深化对专业的认识，在实习工作岗位中形成对工作相关事项的基本理解，获取与专业相关的工作经验，达到理论学习与企业实践操作的相结合。

主要内容：由实习企业的工作需要和学生可尝试进行的项目来确定，由学生和企业双方协调在实习期间的目标和负责事项。实习生在实习工作岗位上需要完成所要求的实习内容，并在自己的实习工作和生活中进行反思，完成实习周记、实习报告、毕业论文。

教学要求：

(1) 素质目标：培养吃苦耐劳、敬业的劳动精神，适应职业岗位工作环境和培养对本职工作的热爱。

(2) 知识目标：了解企业运作流程；理解企业文化；掌握企业管理技能。

(3) 能力目标：能完成实习文书撰写，完成实习周记、实习报告；完成学院和企业规定的实习时数和工作安排。

## 七、教学进程总体安排

每学年教学活动 40 周，专业教学总周数为 78 周（含 3 周军事课）。

学分与学时的换算。18学时折算为1个学分，总学分为140。

教学进程安排详见附件“课程教学计划进程表”。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 专业负责人的基本要求

专业负责人的学历：研究生以上学历；有企业营销工作经历；教学水平在同行中认可度高、对营销领域的发展有一定见解，学术水平较高，有较高的一定专业建设能力经验。

#### 2. 专任教师与兼职教师的配置与要求

专业在校生人数	专任教师		兼职教师	
	要求	数量	要求	数量
150 人	研究生学历以上、中级职称以上，有一定工作背景，教学水平、学术水平较高。	6-8 人	本科学历以上，在企业中担当一定的营销管理职务，实战经验强，有一定的教学水平和学术水平，来自于行业企业	4-5 人

### （二）教学设施

#### 1. 校内实践教学条件配置与要求

实验实训室	实验实训项目	设备名称、台/套数	设备功能与要求	职业能力培养
1. 市场营销实训室	市场分析预测、目标市场分析、营销策略的运用等	1. 电脑（60 台）	支持软件运行	市场分析、营销策略和营销决策的制定和执行管理过程，培养团队意识和协作精神。
		2. 市场营销沙盘模拟软件（1 套）	市场营销沙盘模拟系统	
2. 调查分析实训室	市场调查数据收集、调查方法的运用、调查报告的撰写等	1. 电脑（60 台）	支持软件运行	调查数据的输入、汇总、分析、调查报告的撰写和打印工作
		2. SPSS 软件（1 套）	统计数据	
3. 项目实训室	商品认知、	1、电脑（60 台）	上网	项目调查、营销策划

	商品陈列、 营销策划	2. 展示柜（10 套）	展示商品	商品认知、商品陈列
--	---------------	-----------------	------	-----------

## 2. 校外实践教学条件配置与要求

实训基地	基地功能与要求	职业能力与素质培养
1. 美的生活电器制造有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
2. 顺博家具电器有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
3. 广东新协力集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
4. 北奥传媒有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	策划 诚信 沟通
5. 昆山润华商业有限公司顺德分公司（大润发）	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
6. 联邦家私集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
7. 联塑集团公司	提供实习场所顶岗实习参观	调查 促销 销售 诚信 沟通
8. 碧桂园集团有限公司	提供实习场所顶岗实习参观	导购、促销 销售 诚信 沟通
9. 顺德麦当劳	提供实习场所顶岗实习参观	促销 销售 诚信 沟通
10. 永旺购物中心	提供实习场所顶岗实习参观	导购、促销 销售 诚信 沟通

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

### （三）教学资源

多门专业核心课程建立了在线教学资源库，采用线上线下结合的混合式教学方法，基于工作系统化的教学法等，开发教学资源教材、图书和数字资源，满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。课程的选用教材严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度，并根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。

### （四）教学方法

依据电子商务专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，以达成预期教学目标为前提，综合运用案例教学、情境教学、混合式教学等方法，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

### （五）教学评价

对教师教学、学生学习评价的方式方法提出建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。



## （六）质量管理

### 1. 组织保障质量管理

成立电子商务专业教学指导委员会，每年召开一次会议，审议和修改专业人才培养方案。委员会专家发挥指导和引领作用，指导专业教师团队，深入电商企业开展行业岗位工作群工作任务调研分析，剖析培养专业人才所需的职业技能与知识，构建适应区域地方经济的专业特色课程体系，指导制定专业人才培养方案及其实施细则。

成立院系两级督导组，加强对教学的管理和教学质量的监控指导。学校成立由学校主管教学副院长任组长，教务处、校督导室相关负责人员负责实施的教学管理与质量监控机构，执行过程中依靠各班级学生纪检信息员和院系教学信息员参与，对课程教学进行监督和评估。

成立由经管学院院长任组长，教学副院长主管，专业教研室主任具体实施，教学管理办公室和实训中心协同参与的教学执行组织，负责对专业任课教师的教学工作进行检查、教学质量评价等管理工作。

### 2. 制度保障质量管理

为保障人才培养质量，学校制定了《顺德职业技术学院教学督导工作条例》，《顺德职业技术学院教学管理规章制度》，强化对专业人才培养质量和课堂教学质量的管理和控制；同时学校层面制定了《顺德职业技术学院实验实训室管理规定》，《顺德职业技术学院校外实训基地建设管理规定》加强专业校外实训实践教学的管理和跟踪控制。

经济管理学院依据学校相关制度文件，制度院系进一步的细化方案和执行细则。经管学院相继制定和完善了《经管学院教学质量监控保障体系》、《经管学院教学质量评估标准及考核办法》、《经管学院教学质量监控与评价暂行办法》、《经管学院教学检查工作制度》、《经管学院期中教学检查实施方案》、《经管学院教师听课评课制度》、《经管学院教学工作委员会听课评课工作制度》、《经管学院兼职教师管理办法》等 10 项教学管理制度，确保专业人才培养中校内课程教学的质量管理与监督控制；为加强校外实践教学管理，制定了《经管学院实践教学管理规定》实践教学管理制度，专业与企业共同制定《顶岗实习工作方案》、《学生顶岗实习手册》、《学生顶岗实习考核表》具体落实专业学生的校外实践与顶岗实习。从而在制度层面上，保证了教学秩序的稳定和各项教学育人工作的稳步推进，确保培养出符合区域经济发展需求的高端技能型电商人才。

## 九、毕业要求

### 1. 证书要求

(1) 推荐通过（获得）市场营销经理助理证书、国际商务单证员资格证书、通用管理能力证书、人力资源管理员资格证书。

(2) 美育课程列入人才培养方案。每位学生须修满 1 学分美育课程学分方能毕业。

### 2. 学分要求

学生学完人才培养方案规定的课程，成绩合格，获得规定的学分，方可取得全日制高职专科毕业证书。

## 十、附录

# 1. 教学安排进程表

## 课程教学计划进程表

专业名称：市场营销（2020 级退役军人学历提升计划 三年制）

修订日期：20201006

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	核心课程	总学分	总学时	计划学时			各学期课内周学时分配						考核方式	实践教学场所	备注			
							课内总学时	课堂教学		课外实践	一	二	三	四	五				六		
								理论讲授	课程实践		17	19	19	19	19				16		
公共基础课程	必修	000980	形势与政策		1	48	48	48	0	0	8	8	8	8	8	8	百分制	校内			
		004020	军事（含军事理论与军事技能）		4	72	18	18	0	54	72	0	0	0	0	0	0	五级制	校内		
			应用英语		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	0	百分制	校内		
		003965	思想道德修养与法律基础（I）	是	3	54	42	42	0	12	54	0	0	0	0	0	0	百分制	校内		
		002546	职业生涯规划		1	18	0	0	0	18	4	4	4	4	2	0	0	五级制	校内		
		001396	大学国文	是	2	36	36	36	0	0	36	0	0	0	0	0	0	百分制	校内		
		001397	大学生心理健康教育		1.5	28	24	24	0	4	28	0	0	0	0	0	0	百分制	校内		
		002564	创新基础		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	0	五级制	校内		
		002565	创业基础		1	18	18	18	0	0	18	0	0	0	0	0	0	五级制	校内		
		000973	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	是	4	72	54	54	0	18	0	72	0	0	0	0	0	百分制	校内		
		002084	计算机应用基础	是	2.5	46	46	24	22	0	0	46	0	0	0	0	0	百分制	校内		
小计						22	428	300	300	22	106	256	130	12	12	10	8		校内		
任	099997	公共任选虚拟课			6	54	54	54	0	0	0	54	0	0	0	0	0	0	五级制	校内	

选		程																	
	999998	公共任选		6	54	0	0	0	0	0	0	0	54	0	0	五级制	校内		
	小计			12	108	54	54	0	0	0	54	0	54	0	0				
	限选	004385	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当		1	20	20	20	0	0	20	0	0	0	0	0	百分制	校内	
		001732	美学原理(网络课程)		1	18	18	18	0	0	0	18	0	0	0	0	百分制	校内	
		004030	电影美学		1	18	18	18	0	0	0	18	0	0	0	0	百分制	校内	
	小计			3	56	56	56	0	0	20	36	0	0	0	0				
	专业课程		市场营销实务	是	8	144	144	36	108			144					百分制	校内	
			经济基础与应用(1)		3	54	54	54				54					百分制	校内	
			市场调查技术	是	8	144	144	36	108				144				百分制	校内	
		消费心理分析		8	144	144	36	108				144				百分制	校内		
		网络营销		6	108	108	36	72				108				百分制	校内		
		公共关系实务	是	6	108	108	36	72				108				百分制	校内		
		营销渠道管理	是	8	144	144	36	108				144				百分制	校内		
		广告策划实务	是	8	144	144	36	108				144				百分制			
		销售实务与技巧	是	6	108	108	36	72					108			百分制	校内		
		客户开发与管理	是	6	108	108	36	72					108			百分制			
		营销策划综合实训		8	144	144		144					144			百分制			
	经管类顶岗实习		26	468	468		468						468		五级制				
小计			101	1818	1818	378	1440	0	0	198	396	396	360	468					
专业任		商务沟通		2	36	36	36	0	0	0	0	0	36	0	百分制	校内	2选1		
		创业管理		2	36	36	36	0	0	0	0	0	36	0	百分制	校内			

	选课																	
	小计			2	36	36	36	0	0	0	0	0	0	36	0			
公共课合计			37.0	592	410	410	22	106	276	220	12	66	10	8				
专业课合计			103	1854	1854	414	1440	0	0	198	396	396	396	468				
学分、学时及平均周学时统计			140	2446	2264	824	1462	106	16	22	21	24	21	30				