

市场营销专业人才培养方案

一、指导思想

全面贯彻党的教育方针和《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》的精神，根据教育部《关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成[2015]6号）的要求，结合我校《广西工商学校“十三五”发展规划》的规划，坚持以就业为导向，以能力为本位的现代职业教育思想。从社会和人的可持续发展出发，以学生掌握必须的文化知识与专业知识为基础，以培养学生职业素养和职业技能为目标，借鉴国内外职业教育的成功经验，积极探索校企合作办学人才培养模式，构建以技术应用能力培养为主线的课程体系，按照有利于提高学生综合职业能力、职业素养和可持续发展的要求，突出职业教育特色，加快职业教育内涵的建设，使我校职业教育更好地适应经济建设、社会发展和劳动就业的需要。

二、培养目标

本专业主要面向制造业、批发零售业、服务业、信息产业及其它工商企事业单位，培养在生产、服务第一线从事导购、推销、促销、直销、策划、组织、协调、管理等工作，具有较强实际操作能力的一线技能型专门人才和较强社会适应性的第三产业高素质劳动者。

三、培养规格

（一）职业能力

坚定正确的政治方向，具备较强的社会责任感；具有良好的社会公德、职业道德和专业基本素质；具有爱岗敬业、艰苦奋斗、勇于创

新的集体主义精神；具有解放思想、实事求是的科学态度，社会适应性较强；具有敢于拼搏、建功立业的实干精神；具有较强的法律意识和一定的人文素养、科学精神、创新意识，有良好的职业核心能力和可持续发展能力；了解体育运动的基本知识、掌握锻炼身体的基本技能，养成自觉锻炼身体的良好习惯，具有健康的体魄和良好的心理素质等内容。

（二）专业能力

1. 具有一定的语言与文字表达能力、人际沟通和组织协调能力；具备初步的商务谈判的能力；

2. 具有一定的计算机操作能力，熟练使用办公软件，能使用计算机进行营销业务方面的管理；

3. 具有一定的调查研究、获取经济信息的能力，掌握主要的调研方法；

4. 掌握商品鉴别、陈列和商品包、扎、秤、算、量等销售服务技术以及客户服务相关技能；

5. 掌握一定的推销、促销技巧，具有较强的广告宣传、现场销售和推广能力；

6. 掌握网络营销的基本技能和技巧

7. 能运用市场营销的基本原理分析市场营销现象和规律，能初步运用市场营销的各种方法和策略。

8. 具有初步的营销策划能力并能运用一定的营销策略和方法组织实施营销活动。

(9) 熟悉开店和商业经营管理规律，具有初步的业务开拓和市场推广的能力。

(10) 掌握若干行业的营销策略和技能技巧，如服装销售行业、房地产销售行业等。

三、教学计划

(一) 招生对象与学制

招生对象：初中应（历）届毕业生或同等学历者

学制：全日制三年

(二) 专业名称及方向

专业名称：市场营销

专业代码：121000

专业方向：网络营销、商场超市营销、服装营销、房地产营销方向

(三) 毕业标准

1. 修完本专业教学计划中所有课程的学习，成绩全部合格，并修满相应学分。

2. 参加一年的顶岗实习并成绩合格。

(四) 主干课程及知识点

1. 市场营销基础（72 学时，4 学分）

《市场营销基础》是市场营销专业的一门主干专业基础课向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使企业

的生产经营适应市场需求的变化。学生通过本课程的教学，可以从理论上了解市场营销的基本概念、原理和方法，通过课程实训和参与营销实践活动，掌握企业营销的业务知识和操作技能，并在实践训练中培养和锻炼学生的分析问题、解决问题的实践能力，提升学生的综合素质，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。

2. 商业经营实务（72 学时，4 学分）

商业经营是市场营销专业的必修专业课程。商业经营是市场营销专业的主干课程之一，本课程主要学习商品采购、销售、运输、储存的基础知识和基本理论及几种主要业态的具体经营方法，使学生对商品流通各环节有一个整体的把握。使本专业的毕业生可面向综合商厦、购物中心、专业点、连锁超市等各种商业企业，从事商品批发、零售、采购、储运与推销工作。

3. 消费者心理与行为（72 学时，4 学分）

消费者心理与行为是市场营销专业的一门专业必修课通过本课程的学习，使学生力图做到：了解营销人员应该具有的职业素质和能力；培养学生的专业精神和脚踏实地的工作作风；学会从消费者角度去思考企业的生产、经营问题；能对消费者的消费心理和消费活动有一个全面的了解；掌握消费者心理和行为的发展变化规律；掌握影响消费者心理和行为的内在和外因因素；掌握不同消费群体的心里特点。通过对消费者心理的分析研究从而提升学生的营销技巧和技能。

4. 推销实务（72 学时，4 学分）

本课程是市场营销专业的一门专业必修课程，是学生从事销售岗

位工作所需掌握的必修课程。本课程的开设要坚持“以服务为宗旨，以能力为导向”的职业办学方针，充分体现以素质为基础，以能力为本位，采用新的教学模式、教学制度来帮助学生掌握有关市场推销的基础知识和基本方法，培养学生从事推销工作的综合职业能力，为他们今后就业和适应未来职业转换打下基础。

使学生具备从事市场推销工作的基本知识、基本技能，并形成一定的职业能力，教学中要加强职业道德教育，注意培养学生艰苦奋斗的精神和立业创业的本领。

5. 市场调查与分析（72 学时，4 学分）

本课程是市场营销专业的一门专业必修课程，学习市场调查及分析产生和发展、市场调查的必要性、市场调查基本知识、调查方法、调查表的设计、调查资料的整理与分析、调查分析报告的撰写等内容。通过学习学生了解市场调查与分析的方法，明确市场调查与分析在企业中的重要性，理解市场调查的基本知识，能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与分析，具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场分析报告的能力。具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场分析报告的能力。掌握市场调查方法，了解调查表的设计、资料的整理与分析、调查分析报告的撰写及其应用。

6. 广告原理与实务（36 学时，2 学分）

《广告原理与实务》是市场营销专业的一门主干课程，是学生从事营销岗位工作所需掌握的必修课程。广告对商品促销、企业形象宣传、市场经济发展等有很大作用。

通过本课程的学习，使学生对一系列广告原理和理论进行学习和

理解，能够掌握相关的知识点和操作技能，为从事相关专业工作及学好后续专业课程打好基础。

7. 客户服务与管理（72 学时，4 学分）

本课程是一门市场营销专业的一门专业必修课程，实践性强，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在工作服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。更要获得内化的职业能力，在今后变动的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。

8. 市场营销策划（72 学时，4 学分）

市场营销策划是市场营销的重要组成部分，是一门理论性、针对性和实用性很强的综合性课程，是市场营销专业开设的主干专业课程。开设本课程的目的是培养学生运用市场营销理论解决企业经营实际问题的能力。通过本课程的学习，使学生掌握营销策划的方法和思路，具备进行营销策划的素质和能力，为今后开展营销策划活动奠定基础。

（五）教学进程表

课程分类	课程名称	课程性质	学时			学分	各学期周数、学时分配					
			总学时	理论学时	实践学时		1	2	3	4	5	6
							18 周	18 周	18 周	18 周	18 周	18 周
公共基础课	职业生涯规划	必修	36	24	12	2	2					
	职业道德与法律	必修	36	24	12	2		2				
	经济与政治	必修	36	24	12	2			2			
	哲学与人生	必修	36	24	12	2				2		
	心理健康	必修	36	24	12	2	2					
	民族理论与政策	必修	28	20	8	2				2		
	语文 1、2	必修	180	148	32	10	6	4				
	数学 1、2	必修	144	112	32	8	4	4				

		英语 1、2	必修	144	112	32	8	4	4				
		计算机应用基础	必修	72	36	36	4	4					
		体育	必修	144	8	136	8	2	2	2	2		
		公共艺术 1（音乐）	必修	36	18	18	2			2			
		公共艺术 2（美术）	必修	36	18	18	2				2		
		感悟八桂文化	限选	36	24	12	2			2			
		国学与修养	选修	28	20	8	2				2		
		公共基础课小计		1028	636	392	58	24	16	8	10		
专 业 课	专 专 业 基 础 课	商品知识	必修	36	18	18	2		2				
		经济法	必修	36	18	18	2			2			
		广告原理与实务	必修	36	18	18	2			2			
		商务礼仪	必修	36	18	18	2		2				
		小 计		144	72	72	8						
	专 专 业 核 心 课 程	市场营销基础	必修	72	36	36	4	4					
		消费者行为学	必修	72	36	36	4			4			
		推销实务	必修	72	36	36	4		4				
		市场调查与分析	必修	72	36	36	4		4				
		市场营销策划	必修	72	36	36	4			4			
		客户服务与管理	必修	72	36	36	4				4		
		小 计		432	216	216	24						
	专 专 业 限 选 课 程	网络营销	限选	72	36	36	4				4		
		新媒体营销	限选	36	18	18	2				2		
		服装营销	限选	72	36	36	44			4			
		房地产营销	限选	72	36	36	44				4		
		商业经营实务	限选	72	36	36	44				4		
		小计		324	162	162	12						
	合 综 合 实 训 课 程	认知实习	必修	6		6	1	1 天					
		跟岗实习	必修	36	6	30	2			1 周			
		沙盘模拟实训	必修	72		72	4			4			
		顶岗实习	必修	900		900	30					顶岗	顶岗
		小计		1014	6	1008	37						
合计				2942	1092	1850	145	28	28	28	28		

（六）课程学时与学分分配表

类 别		课程门数	学时	占总学时比例	学分	占总学分比例
必修 课	公共基础课	13	964	33%	54	37%
	专业基础课	4	144	5%	8	6%
	专业核心课	6	432	15%	24	17%
	实践实训课	4	1014	34%	37	26%
选修 课	专业限选课	5	324	11%	18	12%
	公共选修课	2	64	2%	4	2%
合计		34	2942	100%	145	100%

广西工商学校

2018 年 7 月 30 日