**安徽工业职业技术学院**

**市场营销扩招专业人才培养方案（2019版）**

**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**

高中阶段教育毕业生或具有同等学力人员

**三、修业年限与学历**

本专业学制3 年，可实施弹性学习，最长不超过6年。专科

**四、职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属  专业大类 | 所属  专业类 | 对应  行业 | 主要职业类别 | 主要岗位类别  （或技术领域） | 相应专业实践能力证书举例 |
| 财经商贸大类（63） | 市场营销类（6307） | 生产、流通企业 | 销售专员、市场调研员、营销策划执行专员、网络销售专员、客户经理等 | 市场调查、产品销售、门店管理、网络营销、营销策划、客户关系管理等 | 教育部下发教学标准中无证书要求。 |

**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，面向生产、流通企业的销售专员、市场调研员、营销策划执行专员、网络销售专员、客户经理等职业群，能够从事市场调查、产品销售、门店管理、网络营销、营销策划、客户关系管理等工作的高素质技术技能人才。

**（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。

（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）掌握英语、计算机基础等基础工具性知识。

（3）掌握管理学、经济学、市场营销学、会计学等企业管理基础知识。

（4）掌握市场调查、产品销售、门店管理、网络营销、营销策划、客户关系管理等专业

知识。

（5）熟悉商务沟通、商务礼仪、商务谈判、档案文书管理等基本理论知识。

**3．能力**

（1）具有良好的人际沟通和人际交往能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力。

（3）具有良好的收集、分析和传递信息，为企业营销决策提供依据的能力。

（4）具有良好的访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力。

（5）具有设计策划方案，网络营销与推广能力。

（6）具有客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理的能力。

（7）具有职业生涯规划、自主学习、创新和基层决策能力。

六、课程设置

主要包括公共基础课、专业（技能）课。

**（一）公共基础课**

**1. 高职应用数学**

**课程目标：**通过对本课程的学习，使学生掌握数学基础知识，特别是基本的数学思想方法和必要的应用技能。知识方面达到掌握数学的基本概念、基本运算和基本方法，学生能应用所学的数学知识分析并解决生活和工程实际中的问题，为学习专业课程提供必要的数学工具。能力方面达到通过各个教学环节，培养学生观察思考、抽象概括问题的能力、一定的逻辑推理能力、运算能力，提高学生运用数学知识分析和解决问题的能力。素质方面达到在学习数学的过程中，观察、比较、类比、推理、抽象、归纳、概括等各种思维形式都在发挥作用，因此数学的工具性不仅表现在为其他学科提供计算工具，更有方法论上的指导意义。通过学习数学的过程可以培养学生养成良好的思维习惯和学习习惯。

**主要内容：**本课程是一门重要的基础课，本着学生的实际情况和教学时数，以及后续课程学习的需要，教学内容主要有基础知识，微积分基础内容、线性代数基础内容、概率统计基础内容，分为十个教学单元，数与方程、函数、函数的极限、导数的概念及求导公式、导数的计算及应用、不积分和定积分的概念、行列式与线性方程的解法、矩阵的概念及计算、统计初步和随机事件的概率、 条件概率事件独立性和全概率公式。

**教学要求：**通过本课程的学习，指导学生完成教学任务，主要要求为：1、要求理解数的概念，会解基本一元、二元方程和一些简单不等式。2、理解函数的概念，掌握基本初等函数和初等函数的内容。3、了解函数极限的概念，会求简单的极限。4、理解导数的概念，掌握基本初等函数的求导公式和导数的计算及基本应用。5、了解不定积分和定积分的定义，掌握基本积分的计算，了解定积分在几何上的一些基本应用。6、掌握矩阵知识和线性方程组的解法。7、了解统计初步和概率的基本知识，要求理解统计的样本空间概念，会求均值、中位数、极差、众数和方差。8、理解随机事件的概念，掌握基本事件的关系和运算，理解概率的定义，了解条件概率与事件独立的定义，掌握全概率公式的应用。

**2. 高职实用英语**

**课程目标：**本课程遵循高职高专培养应用型人才的目标和“以应用为目的，实用为主，够用为度”的教学方向，在加强英语语言基础知识和基本技能训练的同时，重视培养学生实际使用英语进行交际的能力。提高学生英语综合应用能力，特别是听说能力，使他们在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口头和书面的信息交流，能够借助词典阅读和翻译与专业相关的简单英语资料，以满足学生在今后工作中的需要，并能够增强自主学习能力、提高综合文化素养，以适应我国经济发展和国家交流的需要。

**主要内容：**本课程是为我院高职学生开设的一门公共基础课，是各个专业的专业英语课程的基础课程，也是培养学生人文素质的一门必修课程。它围绕问候、致谢和道歉、守时文化、谈论天气、体育爱好、假日庆祝、邀请、电话用语以及求职等主题展开听说读写译五个方面的技能培养。

**教学要求：**通过本课程的学习，学生应该达到下列要求：1、词汇：认知2500个英语单词以及由这些词构成的常用词组，对其中1000 个左右的单词能正确拼写、英汉互译。2、语法：掌握基本的英语语法规则，在听、说、读、写、译中能正确运用所学语法知识。3、听力：能听懂涉及日常交际的结构简单、发音清楚、语速较慢的英语简短对话和陈述，理解基本正确。4、口语：掌握一般的课堂用语，并能在日常涉外活动中进行简单的交流。5、阅读：能阅读中等难度的一般题材的简短英文资料，理解正确。在阅读生词不超过总词数3%的英文资料时，阅读速度不低于每分钟50词。能读懂通用的简短实用文字材料，如信函、产品说明等，理解基本正确。6、写作：能运用所学词汇和语法写出简单的短文；能用英语填写表格、套写便函、简历等，词句基本正确，无重大语法错误，格式基本恰当，表达清楚。7、翻译（英译汉）：能借助词典将中等偏下难度的一般题材的文字材料译成汉语。理解正确，译文达意。

**3. 计算机应用基础**

**课程目标：**《计算机应用基础》课程培养学生对计算机软、硬件知识的系统认知，了解计算机的工作原理和计算机网络的基础知识，掌握常用计算机办公软件的使用方法；通过本课程的学习，学生应具备从事办公工作的基本操作技能。

**主要内容：**本课程主要讲授计算机的发展以及应用领域、系统的组成和信息处理、计算机系统组成及数制转换、数据编码及病毒的概念；计算机网络的基本理论、互联网基础知识；Word软件的文字编排、图文混排、表格设计操作方法，Excel软件的数据格式设置、常用计算公式、数据处理方法，PowerPiont软件的文稿的建立及制作、演示文稿动画设置方法。

**教学要求：**课程教学以培养学生计算机综合应用能力为目标，课堂教学围绕实际的办公案例展开，将具体的案例根据章节知识点进行分解讲授，以教师操作演示为辅，学生模拟训练为主的方式进行教学。

**4.《思想道德修养与法律基础》**

**课程目标：**本课程的总目标是要通过对本课程的学习，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，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。

**主要内容：**本课程是一门重要的基础课，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。主要论述确立科学高尚的人生追求，树立正确的人生观，确立马克思主义科学信仰，积极投身道德实践，全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓。

**教学要求：**通过对该课程的学习使学生立足自己现在的工作情况及社会经历，领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军，认同社会主义民主与法治，在利益与正义层面反思法律制度，形成合理的权利与责任意识,为今后的自觉遵守法律制度奠定基础。

**5.《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》**

**课程目标：**通过课程的学习，使学生深入了解并掌握马克思主义中国化理论成果的内容，扩展学生政治理论知识面和视野，使学生形成一定的政治认知能力，培养当代大学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决问题的能力，增强对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的认同，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。

**课程主要内容：**本课程以马克思主义中国化为主线，以马克思主义中国化两大理论成果为基础，重点阐述了两大理论成果的主要内容。课程分为三大部分，第一部分讲解毛泽东思想，重点阐述毛泽东思想的形成、主要内容、历史地位和指导意义，并着重讲述新民主主义革命理论、社会主义改造及社会主义建设道路探索的理论；第二部分分别阐述邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的历史条件、过程、主要内容和历史地位；第三部分主要阐述习近平新时代中国特色社会主义思想，主要包括：习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、中国特色国防、军队、外交、坚持和加强党的领导等内容。

**教学要求：**本课程是一门思想政治理论课，是对学生开展中国化马克思主义理论教育的必修课程。教学过程中应要求学生掌握教材中的基本理论知识，系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理。教师应努力引导学生正确认识中国的基本国情和社会主义建设的客观规律，教学过程中坚持以“学生”为中心、“教师”为引导，通过教、学、做的结合，学生从了解这样做、到理解为何这样做、再到做什么、最后掌握怎么做，从而达到提升政治素质、锻炼综合能力（问题的分析解决能力、口语及书面表达能力、office软件运用能力、社会调查能力、思辨能力等）的目的，从而培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，不断培养和提高大学生的政治理论素质和综合素质，增强学生对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

**6.《大学生心理健康教育》**

**课程目标：**坚持立德树人的根本任务，坚持育心与育德相统一。通过课程教学，使社会扩招大学生了解心理健康基本知识，掌握正确应对学习生活中不良情绪和心理压力必需的相关技能，提高心理适应能力，努力培育自尊自信、理性平和、积极向上的社会心态。

**主要内容：**本课程围绕了解心理健康的基础知识、了解自我与发展自我、提高自我心理调适能力等三大部分，通过大学生心理健康导论、自我意识与培养、人格发展与心理健康、学习心理、情绪管理、人际交往等六个专题的讲解，使学生了解心理学的有关常识和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解自身的心理特点和性格特征，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。

**教学要求：**本课程是集知识、体验和训练为一体的综合课程，课程教学中要注重理论联系实际，注重培养学生实际应用能力；要充分发挥师生在教学中的主动性和创造性，充分调动学生参与的积极性，避免单向的理论灌输和知识传授。在教学过程中，要充分运用各种资源丰富教学手段，积极应用“互联网 +”平台和手段，提升教学效果。

**7.《实用应用文写作》**

**课程目标:** 本课程把培养学生“解决实际问题的能力”和“自主动手写作的能力”放在突出的位置，通过应用文写作基础理论和各种应用文体知识的教学与写作训练，培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。

**主要内容:**《实用应用文写作》课程选取与学生生活、职业等紧密联系的应用文文种，总体分为认识应用文、社交文书写作、事务文书、公务文书四个项目来安排教学内容,培养学生解决实际问题的写作能力和自我学习能力，构建起全新的“教、学、写”一体的课程教学模式。

**教学要求：**理解与事业单位、行政公文、个人求职等实际情境密切相关的常用应用文种类。了解应用文写作的材料搜集方法和写作规律。使学生掌握各类应用文体写作的基本格式、写作要求和方法技巧，能熟练地写好与自己所学专业密切相关的常用应用文。

**8.《沟通与交流》**

**课程目标：**本课程着眼于现代行业、企业对人才需求的能力要求，以交流沟通能力和社会融合能力的培养为课程目标，为学生的可持续发展打下良好的基础。作为适合全校各专业的人文素质课程，本课程坚持“为学生的专业发展服务，为学生的成长成才服务，全面提升学生的综合素质”的宗旨，培养学生的社会适应性，全面提升学生的综合素质和社会竞争能力。

**主要内容：** 掌握人际关系的基本概念、种类、模式、原则以及过程，认识倾听的作用、原则、步骤，语言沟通的主要形式、作用和沟通策略，非语言沟通的主要形式、作用和沟通策略，书面沟通的方式、优缺点、适用范围以及运用要点。能解释人际关系的含义、特征并说明学习课程的主要学习方法，认识个人在各种关系沟通中的角色功能，能掌握非语言沟通的主要形式、作用及态度要求，能掌握语言沟通的主要形式、作用及态度要求，能够灵活运用所学技巧与方法，正确处理各种人际关系，实现人际间的高效沟通。

**教学要求：**本课程基于提升学生可持续就业能力的设计理念，通过十个模块，由简单到复杂，有局部到整体，由单一到综合层层递进的任务设计方式，培养学生有效沟通能力，为其就业能力和岗位适应能力的形成提高做准备。通过学习沟通课程可以培养学生养成良好的沟通态度和得体的行为规范，培养学生认真踏实、做事有条有理的工作态度，积极向上努力进取的精神。

**9.《形势与政策》**

**课程目标：**本课程运用马克思主义的立场、观点和方法对国内外热点问题做出分析，使学生较为全面系统地掌握有关形势与政策的基本概念、正确分析形势的方法，理解政策的途径及我国的基本国情、党和政府的基本治国方略，形成正确的政治观。通过了解和正确认识经济全球化形势下实现中国特色社会主义现代化的艰巨性和重要性，引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想，增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感以及国家大局观念，全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。

**教学内容：**紧密围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学，根据形势发展要求和学生特点，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践，包括乡村振兴的时代意义与发展蓝图、坚定实施区域协调发展战略、港澳与内地融合， 共享发展机遇、经济全球化的退与进。

**教学要求：**本课程以“教师主导、学生主体”为教学理念，根据专题内容，依托信息化教学平台，采取多种教学方法，如：讲授法、案例教学法、视频学习法、情境教学法、体验式教学法等，帮助学生增强学生学习的兴趣，让学生能够运用知识分析和解决实际问题，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。

**10.《商务英语》**

**课程目标：**本课程旨在使学习者了解和领悟商务活动中需要的知识，通晓商务英语语言知识与技能，掌握商务活动中需要的技能，并能够在商务场景中使用英语语言知识和商务知识的技能、完成具体商务任务，成为适应社会需要的应用型涉外商务工作者。

**主要内容：**本课程涵盖商务活动中的各个部分的内容，着重介绍商务专业基础理论知识和专业技能，既具理论性、又易于操作。在企业战略、市场营销、人力资源、企业文化、经营运作等商务环境中培养学生的英语交际能力。具体内容涵盖商业计划、商业关系、市场营销、广告、零售业、电子商务及客户服务等部分。

**教学要求：**通过本课程的学习，使学生掌握商务环境中常用的英语词汇，积累专业词汇量；使学生学会利用英语工具获取专业所需的信息；培养学生对所学专业中低难度的英语资料的理解能力，为在工作中查阅和阅读专业相关英文资料奠定基础。

**（二）专业（技能）课程**

**1、专业核心课程1 《市场营销基础》**

**课程目标：**通过该课程的学习使学生了解市场营销学的知识体系，掌握企业市场营销活动的基本内容，掌握营销管理的方法和基本技能，为后续课程的学习及毕业后从事经济工作打下一定的基础。

**主要内容：**本课程主要讲授现代市场营销学的基础理论和方法、市场营销观念、市场营销环境、市场分析、市场营销调研与预测、市场竞争者分析、市场细分与目标市场营销、市场营销组合的基本策略（包括产品策略、价格策略、分销渠道策略与促销策略）方面的知识。

**教学要求：**通过教学使学生了解市场营销学的基本概念和理论，理解企业市场营销观念的演进；掌握企业市场营销环境的分析、市场细分、目标市场选择、市场定位的知识并能应用于实践；熟悉产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的内容，能够结合企业营销环境提出营销组合策略。

**2、专业核心课程2 《市场调查与预测》**

**课程目标：**通过该课程的学习，使学生掌握市场调查与预测的基本原理和方法，并能将所学知识应用于实践，为企业和其它部门的决策提供依据。

**主要内容：**市场调查与预测基本概念、市场调查内容的选取与提炼、调查问卷的设计、样本的组织、常用的市场调查方法及应用、数据资料的整理、资料的分析、撰写市场调查报告。

**教学要求：**通过教学使学生了解市场调查与预测的基本概念和理论；掌握调查方案的撰写、问卷的设计、样本的组织、调查方法和选择、信息的收集方法、调查资料的基本处理和初级分析方法、调查报告撰写等知识和工作规范；使学生具备市场调查分析相关岗位的实际工作能力；培养学生吃苦耐劳、忠诚诚信、承担社会责任等职业素养。

**3、专业核心课程3 《消费者行为分析》**

**课程目标：**通过本门课的学习，掌握消费者的个体心理（消费者心理活动过程、个性心理特征、个性倾向性）与营销的关系、群体心理对消费者消费行为的影响、营销4P对消费者行为的影响等。

**主要内容：**营销心理学是一门研究在市场营销过程中，消费者的消费、购买等心理与行为的规律与特点，特别是对营销媒介的心理效应的科学。重点学习消费者的个体心理（消费者心理活动过程、个性心理特征、个性倾向性）与营销的关系、群体心理对消费者消费行为的影响、营销4P对消费者行为的影响等。

**教学要求：** 通过实际操作与练习，加强学生对理论知识的理解，做到理论联系实际；能够认识和分析消费者的心理活动和行为习惯；运用消费者心理实施营销。

**4、专业核心课程4 《广告理论与实务》**

**课程目标：**培养学生能够掌握广告理论与实务的基本理论与方法，运用广告理论与实务的基本原理，分析、解释企业中常见的广告问题，理论联系实际；进一步培养学生进行广告调研和广告策划的能力，以及对广告进行分析的能力。

**主要内容：**本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。通过本门课程的学习，使学生对现代广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握，能够进行基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写工作。

**教学要求：** 实行任务导入教学模式，采用以启发式、案例分析、实例制作为主体的教学方法；教师要充分利用多媒体教学资源，拓宽学生学习渠道，改进学生学习方式，提高教学效果，增强教学的开发性和灵活性；教学以任务的完成为目标，以任务发生的顺序展开教学过程，以教师的启发引导和学生团队合作创意训练为主，融“教”、“ 学”、“ 做”为一体，有利于学生理解与掌握广告设计与制作的方法。

**5、专业核心课程5 《商务谈判与推销技巧》**

**课程目标：**通过本课程的学习，使学生获得商务谈判与推销活动的基本特征、规律等相关知识，初步掌握商务谈判与推销活动的基本理论、方法和策略，增强学生谈判与推销的意识，训练学生谈判与推销心理、培养学生谈判与推销实战技能。

**主要内容：**该课程以谈判与推销任务为载体，学生完成商务谈判各阶段及推销过程的情景项目的学习，具体包括商务谈判概述、商务谈判准备阶段、商务谈判开局阶段策略、商务谈判磋商阶段策略、商务谈判成交策略与合同的签订、商务谈判语言艺术、商务谈判心理、商务谈判礼仪、推销概述、推销过程、推销管理。

**教学要求：**运用科学合理的方法和合适的教学手段使学生熟悉商务谈判和推销的一般流程，具备开展商务谈判和推销的基本技能。

**6、专业核心课程6 《公共关系与商务礼仪》**

**课程目标：**通过该课程的学习，要使学生理解、掌握公共关系与商务礼仪的基本理论知识，同时提高学生各种公关活动的策划能力、危机处理能力、人际交往和沟通能力及礼仪素养。培养学生良好的公关能力和职业素养，训练和提高学生的公共关系职业技能，为未来在职场上赢得竞争优势、获取事业成功。

**主要内容：**公共关系的传播策划、CI战略、协调沟通的技巧、网络公关、危机公关的管理、专题公共关系；形象礼仪、社会交往礼仪等。

**教学要求：**通过教学使学生了解公共关系的基本概念和理论；掌握公共关系传播技巧、CI战略的设计、人际沟通的能力和语言技巧、网络公关的应用模式、危机的管理和策略、基本的形象礼仪和社交礼仪；使学生具备公共关系相关岗位的实际工作能力；培养学生增强纪律意识，培养学生爱岗敬业、诚实守信、团队协作的良好职业道德和节约资源、保护环境的良好习惯。

**7、专业课程1 《管理学基础》**

**课程目标：**通过本课程学习，使学生掌握管理学中的基本概念、基本观点和基本理论，提高学生的观察与思考能力、判断分析能力，能运用管理学的基本方法、原理分析和解决简单的管理实践问题。

**主要内容：**管理学发展不同阶段的管理思想、基本观点；计划、决策、组织、激励与沟通、领导和控制以及创新等管理职能以及做好各项管理工作的过程和原则，常用的管理方法和手段；管理伦理与企业社会责任、人力资源管理及相关的管理内容。

**教学要求：**认识本课程的地位与作用，本课程是经济管理类专业的必修（基础）课程；要求在教学中理论联系实际，运用科学合理的方法和合适的教学手段使学生准确掌握管理学的基本概念、思想理论、管理原理等；密切关注组织管理理论前沿和实践创新成果，及时吸纳相关内容进入教研领域。

**8、专业课程2 《经济学基础》**

**课程目标：**通过本课程的学习，使学生具备应职岗位所必须的基本经济理论知识，以及运用所学知识解释经济现象和处理经济问题的能力，为相关经济管理类课程的学习和将来开展经济调研工作打下良好基础。同时，通过渗透政治思想教育，培养学生辩证思维和数理逻辑思维能力，关心社会，提高职业道德意识、竞争意识与创新意识。

**主要内容：**经济学理论体系与分析方法、供求与价格理论、消费者行为理论、生产理论、成本与收益理论、市场结构理论、收入分配理论、市场失灵与政府干预、宏观经济基本知识。

**教学要求：**运用科学合理的方法和合适的教学手段使学生掌握应职岗位所必须的基本经济理论知识。注重理论联系实际，培养学生结合所学基本经济理论知识思考和解释现实生活中的经济现象、处理经济问题的能力。

**9、专业课程3 《基础统计》**

**课程目标：**《基础统计》是经济管理类专业的专业基础课。通过本门课程的学习，主要使学生能掌握统计学的基本知识和技能，能运用所学的统计理论对社会经济现象进行调查研究，并能运用统计方法分析、研究有关经济问题。学生通过本课程的学习，获得专业人才培养方案中所规定的专业岗位所需要的专业能力、方法能力和社会能力，培养良好的职业道德、职业素养、团队意识和敬业精神，有利于学生的专业学习、专业发展和终身发展。

**主要内容：**本课程以就业为导向，以能力为本位，以岗位需要和职业标准为依据，提高学生的数据计算分析能力。本课程共分八个模块，主要讲述统计的基本概念和方法、统计调查、统计整理、综合指标、抽样推断、相关与回归分析、统计指数和动态数列。

**教学要求：**学习本课程，要求正确认识课程的性质、任务及研究对象，全面了解课程的体系和结构，重点掌握统计学的基本概念，理解统计学的基本理论，掌握统计学的基本原理和基本方法，学会理论联系实际，掌握运用所学理论知识和统计学的原理和方法，分析现实经济问题的能力。

**10、专业课程4 《营销法律实务》**

**课程目标：**《营销法律实务》课程开设于市场营销专业，是一门专业基础课程，也是一门辅助学生考取助理营销师职业资格的课程。通过课程的教学，使学生能在营销业务实践中，运用所学法律知识解决实际问题，处理相关法律纠纷。同时也培养学生的法律意识和法律素养，做一个遵纪守法的好公民。

**主要内容：**该课程按照营销业务过程中所涉及到的法律知识来安排教学内容，包括产品质量事务处理、合同事务处理、不正当竞争事务处理及营销争议处理等章节。讲解过程中注意知识的递进性，由浅入深，做到知识实用、够用。

**教学要求：**教学中注重工学结合，以培养学生的职业技能为主导，突出对实际操作能力和职业素质的训练。采用案例教学法、小组讨论法、任务驱动法，合理设计教学内容。通过教学，使学生具备相关专业法律知识，更快更好的适应营销岗位需求，做一名优秀的营销人才。

**11、专业课程5 《ERP企业经营模拟》**

**课程目标：**通过学习本课程，学生能够掌握创业的基本分析框架和创业的基本流程，掌握企业经营管理的基本逻辑和常用的管理方法，明确市场、经济的管理理论在企业管理中的运用规律，知道企业管理职能的作用和使用方法，具有良好的管理能力。

**主要内容：**该课程主要包括企业经营前各项组织准备，熟知沙盘模拟经营实施的基本规则和相关内容，沙盘中各种操作工具的使用，企业初始状态的设定，企业经营竞争模拟，现场案例解析等知识。

**教学要求：**通过本课程的学习使学生模拟公司运营，通过团队合作、企业战略规划、预算、ERP流程管理等一系列活动，使企业在竞争的市场获得成功。使学生能够感悟管理知识与管理实践之间的距离。

**12、专业课程6 《网络营销实务》**

**课程目标：**通过学习使学生掌握较全面、系统的网络营销理论知识，熟练掌握网络营销策略、战术、执行各层面的工具和方法，在网络销售、网络推广、网络营销策划等领域具有较强的基本理论知识及实际操作能力。

**主要内容：**本课程采用“基于工作过程的系统化课程”的设计方法，以小微企业从零开始做网络营销的实施过程为主线，以企业网络推广（策划）专员的岗位职责、任职要求为出发点，训练一个从业者作为网络营销专员或主管所应具备的岗位知识和能力。主要包括：网络营销岗位认知、网络营销理论概述、网络营销推广之自媒体营销、网络营销推广之社会化媒体营销、网络营销推广之第三方平台广告营销、营销策划案的写作。

**教学要求：**通过教学使学生掌握网络销售、网络推广、网络营销策划等基本理论知识。

强化实践教学，使学生在网络推广整体规划、使用常用的网络营销工具、撰写不同类型网络推广文案、撰写活动策划案并组织实施等方面具备良好能力。培养学生善于思考、积极表达、团队协作的意识和能力。

**13、专业课程7 《销售管理》**

**课程目标：**通过本课程的学习，使学生具备销售管理岗位所必须的基本管理理论知识，并具备处理销售管理中团队建设、区域划分、绩效考评等现实问题的能力。

**主要内容：**销售管理的职业生涯规划、入职培训和销售组织模式、销售人员的控制与激励、客户资源管理、销售区域的划分、制定销售指标的方、销售预算的制定方式、赊销回款管理、分销渠道设计与开发。

**教学要求：**学生能站在销售管理者的角度认清销售人员的潜质、基本素养和发展方向，从而对自己的职位有着清晰的规划；通过模拟公司销售小组的团队管理和相关案例的学习，使学生学会从一个销售员向管理角色转换，并完成对市场划分、指标制定、预算制定、客户开发管理、渠道管理、回款管理等一系列计划的制定和执行模拟。

**14、专业课程8 《职业心理素质训练》**

**课程目标：**通过项目训练，帮助学生进行自我了解和职业环境的认识，培养学生的创造性、团队合作精神、适应能力、沟通技巧。通过训练强化学生的职业心理、树立职业意识、提高职业能力、养成职业精神。

**主要内容：**以授课老师指定的项目训练，具体包括：人椅、珠行万里、穿越生死电网、齐眉棍、不倒森林、无敌风火轮、盲人方阵、同心鼓、地雷阵等（根据需要不断改进和增加项目）。

**教学要求：**通过项目训练，使学生能对自我有一个更准确的认识，并对以后的工作环境有一定的了解，同时在训练中不断增强自己团队合作能力、适应能力和沟通技巧，同时要不断激发学生的创造性和主动性，为以后适应职业环境打下坚实的基础。

**15、专业课程9 《市场调查与分析实训》**

**课程目标：**通过实训，使学生熟悉市场调查与预测的全过程，能较好地完成一项市场调查与预测任务，为以后工作打下坚实的基础。

**主要内容：**以授课教师指定的项目为调查的主要内容（学生可以选择其他感兴趣的项目）进行调查，具体包括：确定市场调查内容、设计问卷、收集数据、整理分析数据、撰写调查报告。

**教学要求：**通过实训教学，使学生具备针对具体的调研项目组织开展调研工作的能力，包括调查方案撰写、调查人员安排、问卷设计、调查方法的选择、资料的处理与加工、资料的初步分析、市场预测、调查报告的撰写等。

**16、专业课程10 《商务谈判与推销技巧实训》**

**课程目标：**通过实训，使学生能够深入领会、掌握商务谈判和推销的理论和方法，提高分析和解决问题的实际应用能力。

**主要内容：**谈判过程模拟实训（谈判准备、开局、报价、磋商、成交、合同签订），商务谈判的组织与管理实训，商务谈判策略与技巧的运用，商务谈判沟通技巧；推销模式的选择及其运用，顾客开发策略（寻找顾客、顾客资格鉴定）；推销接近与洽谈，顾客异议的处理与成交，推销管理等。

**教学要求：**通过实训教学，使学生熟悉商务谈判与推销的一般流程，通过团队协作具备商务谈判组织与管理、商务谈判策略与技巧的运用，商务谈判沟通技巧应用、顾客寻找与鉴定、顾客异议处理，推销管理等实际操作能力。

**17、专业课程11 《市场营销情境模拟实训》**

**课程目标：**通过实训，使学生能够深入领会市场营销核心专业知识，提高市场营销及相关知识的综合应用能力。

**主要内容：**实训安排学生在一个虚拟的模拟现实的市场环境中，通过模拟竞争的方式演练他们所学习的营销与策划技能。在经营过程中，学生要学会如何进行市场调研与分析、消费者行为分析、分析竞争对手和选择目标市场从而形成营销战略，然后根据战略目标制定具体的营销计划。通过模拟市场运作得到的结果，各小组将看见其营销计划给企业及整个市场带来的后果，并可在以后博弈过程中不断的进行营销策略调整，以在竞争中取得优势，最终达到为企业创造最大价值的目标。主要包括市场分析、营销策划、产品销售、财务分析四个部分。

**教学要求：**开展本实训，要求熟记并在实际操作中理解系统规则，积极开展团队内部交流和合作，在实际运作中领会市场营销专业知识。通过实训教学，提高市场调研、营销策划、商品销售、财务分析等市场营销综合技能。

**（三）专业相关的实践能力要求**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 证书名称 | 颁证单位 | 等级 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

备注：暂时没有相关的职业资格等级证书

**七、教学进程总体安排**

**填写说明：**每学年安排40周教学活动，总学时数不低于2500，公共基础课程学时应当不少于总学时的1/4。选修课教学时数占总学时的比例均应当不少于10%。实践性教学学时原则上占总学时数60%以上。学分计算时按照理论课16学时/学分计算，实践课（环节）24学时/学分或每周1学分计算。

**表XX 教学进程安排表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | | **课程序号** | **课程名称** | **课时分配** | | | **学**  **分** | **每学期教学周数及周学时分配** | | | | | | **考核** | |
| **理论** | **实践** | **小计** | **一** | **二** | **三** | **四** | **五** | **六** | **方式** | **时间** |
| **17周** | **18周** | **18周** | **18周** | **18周** | **18周** |
| **公共基础课** | | **必修课** | 1 | 高职应用数学I | 56 |  | 56 | 3.5 |  | 14\*4 |  |  |  |  | 笔试 | 期末 |
| 2 | 高职实用英语I | 56 |  | 56 | 3.5 | 14\*4 |  |  |  |  |  | 笔试/项目测试 | 期末 |
| 3 | 计算机应用基础 | 28 | 28 | 56 | 3 | 14\*4 |  |  |  |  |  | 考证 | 期末 |
| 4 | 思想道德与法律基础 | 42 |  | 42 | 2.5 | 14\*3 |  |  |  |  |  | 实践+笔试 | 随堂 |
| 5 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 42 |  | 42 | 2.5 |  | 14\*3 |  |  |  |  | 实践+笔试 | 随堂 |
| 6 | 创新创业基础 | 48 |  | 48 | 3 | 10\*2 | 14\*2 |  |  |  |  | 实践 | 分阶段 |
| 7 | 心理健康 | 16 |  | 16 | 1 |  | 8\*2 |  |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 8 | 大学生职业发展与就业指导 | 28 |  | 28 | 1.5 |  |  | 7\*2 | 7\*2 |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 9 | 专业英语 | 24 |  | 24 | 1.5 |  |  |  | 12\*2 |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 10 | 应用文写作 | 16 |  | 16 | 1 |  |  | 8\*2 |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 11 | 沟通与交流 | 8 |  | 8 | 0.5 |  |  |  | 4\*2 |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 12 | 形势与政策 | 16 |  | 16 | 1 | 4\*2 | 4\*2 |  |  |  |  | 项目测试 | 随堂 |
| **小计** | | | **380** | **28** | **408** | **24.5** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **选修课** | 1 | 军事理论 | 36 |  | 36 | 2 | 36 |  |  |  |  |  | 网络 | 随堂 |
| 2 | 优秀传统文化 | 36 |  | 36 | 2 |  |  | 36 |  |  |  | 网络 | 随堂 |
| 3 | 超星尔雅选修课1 | 90 |  | 90 | 5.5 |  | 90 |  |  |  |  | 网络 | 随堂 |
| 4 | 超星尔雅选修课2 | 90 |  | 90 | 5.5 |  |  |  | 90 |  |  | 网络 | 随堂 |
| **小计** | | | **252** |  | **252** | **15** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **合计** | | | | | **632** | **28** | **660** | **39.5** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业  ︵技能  ︶课 | 专业基础课 | | 1 | 市场营销基础 | 28 | 56 | 84 | 4 | 14\*6 |  |  |  |  |  | 笔试 | 期末 |
| 2 | 管理学基础 | 28 | 28 | 56 | 2.5 | 14\*4 |  |  |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 3 | 经济学基础 | 36 | 28 | 64 | 3 |  | 16\*4 |  |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 4 | 基础统计 | 36 | 28 | 64 | 3 |  | 16\*4 |  |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 5 | 营销法律实务 | 20 | 36 | 56 | 2.5 |  |  |  | 14\*4 |  |  | 笔试 | 期末 |
| 专  业  核  心  课 | | 1 | 市场调查与预测 | 36 | 28 | 64 | 3 |  | 16\*4 |  |  |  |  | 笔试 | 期末 |
| 2 | 消费者行为分析 | 36 | 60 | 96 | 4.5 |  | 16\*6 |  |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 3 | 广告理论与实务 | 36 | 60 | 96 | 4.5 |  |  | 16\*6 |  |  |  | 笔试 | 期末 |
| 4 | 商务谈判与推销技巧 | 36 | 28 | 64 | 3 |  |  | 16\*4 |  |  |  | 笔试 | 期末 |
| 5 | 公共关系与商务礼仪 | 36 | 60 | 96 | 4.5 |  |  | 16\*6 |  |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 6 | ERP企业经营模拟 | 0 | 64 | 64 | 2.5 |  |  | 16\*4 |  |  |  | 报告 | 随堂 |
| 7 | 网络营销实务 | 24 | 60 | 84 | 4 |  |  |  | 14\*6 |  |  | 笔试 | 期末 |
| 8 | 销售管理 | 24 | 60 | 84 | 4 |  |  |  | 14\*6 |  |  | 笔试 | 随堂 |
| 9 | 职业心理素质训练 | 0 | 56 | 56 | 2.5 |  |  |  | 14\*4 |  |  | 实践 | 随堂 |
| 职业技能训练 | | 1 | 市场调查与分析实训 | 0 | 48 | 48 | 2 |  | 2\*24 |  |  |  |  | 竞赛 | 随堂 |
| 2 | 商务谈判与推销技巧实训 | 0 | 48 | 48 | 2 |  |  | 2\*24 |  |  |  | 报告 | 随堂 |
| 3 | 市场营销情境模拟实训 | 0 | 96 | 96 | 4 |  |  |  | 4\*24 |  |  | 竞赛 | 随堂 |
| 综合实践 | | 1 | 专业综合技能训练（或跟岗实习） | 0 | 160 | 160 | 8 |  |  |  |  | 8\*20 |  | 实习报告 |  |
| 2 | 顶岗实习 | 0 | 480 | 480 | 24 |  |  |  |  | 8\*20 | 16\*20 | 实习报告 |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **小计** | | | | | **0** | **640** | **640** | **32** |  |  |  |  | **320** | **320** |  |  |
| **周课时** | | | | |  |  |  |  | **24** | **24** | **24** | **24** | **20** | **20** |  |  |
| **总课时** | | | | | **1008** | **1512** | **2520** | **127** |  |  |  |  |  |  |  |  |

**八、学时分类统计表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类型** | **理论课时** | **实践课时** | **小计** | **比例** |
| **公共基础** | 632 | 28 | 660 | 26.2% |
| **其中：选修课** | 252 | 0 | 252 | 10.0% |
| **专业（技能）课** | 376 | 1484 | 1860 | 73.8% |
| **合计** | 1008 | 1512 | 2520 | 100% |
| **比例** | 40.0% | 60.0% | 100% |  |

**九、教学方式**

采用线上和线下结合的教学模式开展教学，即利用智慧职教云平台进行线上学习，同时利用假期到校进行线下教学、辅导。线下集中授课和辅导时数不得少于培养方案规定时数。

**十、实施保障**

**（一）师资队伍**

1、队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于23:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于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

专任教师应具有高校教师资格；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，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年不少于6个月企业实践经历。

3、专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把我国内外相关行业、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，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4、兼职教师

兼职教师主要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，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能够承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

**（二）教学设施**

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1、专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；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、校内实训室基本要求

目前校内建有市场营销情境模拟实训室、企业经营模拟沙盘实训室、移动商务模拟实训室、管理综合实训室，分别为学生提供市场营销情景模拟、企业经营管理过程、移动商务和市场营销综合实训，培养学生实际操作能力。

**（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。

**（四）教学方法**

专业发展重视学生在校学习与实际工作的一致性，有针对性地采取任务驱动、项目导向、顶岗实习、课堂与实训室（场）一体化等教学模式。推行和有效设计“教、学、做”为一体的情境教学方法，增强学生动手能力。

**（五）教学评价**

1、考试形式多元化。采用“多元化”考试形式，各门课程要依据课程特点确定考试形式。在教学进程中分阶段对学生进行考核，加大过程性评价的比例，可采用随堂考试、分阶段测试、知识在线测试和学期考试相结合，考试题型和方法可多样化，通过单元（阶段）测试、课程设计、调查（分析）报告、读书笔记、案例分析、实验操作和技术技能演示等考查学生对已学内容的掌握情况。

2、考试方法可分为笔试、实践、网考、考证、技能竞赛、项目测试、课程设计、调研报告、读书笔记、案例分析、实训报告、作品、实习报告等。

**（六）质量管理**

1、学校和系部应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、学校和系部应完善教学管理机制，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、学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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、专业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。

**十一、毕业要求**

按培养方案修完所有必修和选修课程并取得 127学分。

学生取得的行业企业认可度高的有关职业资格证书、技能等级证书以及已掌握的有关技术技能，获得相关专业竞赛等级奖，可按一定规则折算为学历教育相应学分。

方案制（修）定人：王小平、朱世竞、钱曙东、朱则康、童炜稷、程小敏、张荟超

本方案适用于市场营销扩招专业退役军人生源类型