

2025 级市场营销专业人才培养方案 (2025 年 6 月修订)

专业负责人： 杨 予

系部负责人： 苏春妹

教务处负责人： 王 娟

单位（盖章）： 广西右江民族商业学校



2025 年 6 月

目 录

一、编制依据	1
二、参与编制人员	1
一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
(一) 职业面向	3
(二) 职业资格证书	4
(三) 主要接续专业	5
五、培养目标	5
六、培养目标	6
七、课程设置及要求	7
(一) 工作任务与职业能力分析	7
(二) 课程设置	14
(三) 公共基础课程	14
(四) 专业课程	18
八、教学进程总体安排	22
(一) 专业课程设置与教学时间安排	22
(二) 教学活动时间分配表(按周分配)	24
(三) 学时占比表	25
(四) 技能考核	25
九、师资队伍	25
(一) 队伍结构	25
(二) 专任教师	26
十、教学条件	27
(一) 教学设施	27
(二) 教学资源	28
十一、质量管理与毕业要求	29
(一) 质量管理	29
(二) 毕业要求	31

编制说明

一、编制依据

1. 《国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）
2. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）
3. 《教育部等四部门关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的通知（教职成〔2019〕6号）
4. 教育部等九部门《职业教育提质培优行动计划（2020—2023年）》的通知（教职成〔2020〕7号）
5. 教育部《职业教育专业目录（2021）》
6. 教育部《职业教育专业简介（2022年修订）》
7. 教育部《职业教育专业教学标准-2025年修（制）订》
8. 《自治区教育厅办公室关于做好职业院校专业人才培养方案相关工作的通知》（桂教办〔2025〕964号）

二、编制过程

开展行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质；成立由行业企业专家、教科研人員、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会，召开专业人才培养方案论证会，提交学校教学委员会审核，呈报学校党委会审定后实施。

三、参与编制人员

（一）专业教师

1. 苏春妹，高级讲师，市场营销专业骨干教师；

2. 胡春艳，高级讲师，市场营销专业骨干教师；
3. 杨 予，讲师，市场营销专业骨干教师；
4. 张前斌，讲师，市场营销专业骨干教师；
5. 钟永波，讲师，市场营销专业骨干教师；
6. 朱卉莹，讲师，市场营销专业骨干教师；
7. 岑景甜，教员，市场营销专业教师
8. 魏姝婧，助理讲师，电子商务专业教师；
9. 赖 晓，教员，电子商务专业教师；

（二）行业企业专家

1. 李果果，百香百色品牌运营管理有限公司 副总经理；
2. 叶靖平，百色农林集团广茗公司 首席技术官。

（三）公共课教师

1. 覃 洁，讲师，公共基础教学部副主任
2. 麻海丰，高级讲师，思政学科负责人
3. 袁满满，高级讲师，语文学科负责人
4. 蒋凤春，高级讲师，数学学科负责人
5. 黄 圆，助理讲师，英语学科负责人
6. 杨灿彬，教员，文体学科负责人
7. 莫文能，教员，信息技术学科负责人

（四）毕业学生

刘忠央，就职于上海银行，本校 2012 级市场专业毕业的学生。

2025 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

所属专业大类：财经商贸大类（73）

专业名称：市场营销（730602）

二、入学要求

初中中等学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业面向

表1：市场营销专业职业面向

所属专业大类	所属专业类	对应行业	职业类别	对应职业（岗位）	职业技能证书（等级）
财经商贸大类（72）	工商管理类（7306）	零售业 商务服务业	营销员 商品营业员 茶艺师	营销推广 经营管理 营销策划 客户服务 商品销售	营销员 商品营业员 茶艺师
	电子商务（730701）	批发与零售服务	互联网营销师 s	直播销售员	“1+X”直播电商职业技能等级证书（初级）
				新媒体营销专员	“1+X”新媒体技术职业技能等级证书（初级）

（二）职业证书

1. 通用能力证书

表2：市场营销专业通用能力证书一览表

序号	证书名称	颁证单位	等级	融通课程
1	营销员	广西壮族自治区人力资源和社会保障厅	五级/初级工	市场营销基础、网络营销、电子商务、农产品运营
2	商品营业员	广西壮族自治区人力资源和社会保障厅	五级/初级工	市场营销实务、电子商务、农产品运营
3	茶艺师	广西壮族自治区人力资源和社会保障厅	五级/初级工	中华茶艺
4	电子商务师职业技能等级证书	广西壮族自治区人力资源和社会保障厅	四级/中级工	电子商务基础、网络营销、新媒体营销

2. 职业技能证书

表3：市场营销专业职业技能等级证书一览表

序号	证书名称	颁证单位	等级	融通课程
1	“1+X”农产品电商运营职业技能等级证书	北京博导前程信息技术股份有限公司	初级	农产品运营、新媒体营销
2	“1+X”直播电商职业技能等级证书	南京奥派信息产业股份公司	初级	电子商务基础、网络营销、直播电商
3	茶艺师	广西壮族自治区人力资源和社会保障厅	五级/初级工	中华茶艺

注：学生要求至少选择 1 个职业技能等级证书。

（三）主要接续专业

1. 高职专科：市场营销专业、商务管理专业
2. 高职本科：市场营销专业
3. 普通本科：市场营销专业、市场营销教育专业、工商管理专业、零售业管理专业

五、培养目标

党的二十大提出“深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势”。本专业培养思想政治坚定、德技并修、德、智、体、美全面发展，具有基本的科学文化素养、良好的职业道德、继续学习的能力和创新精神；掌握市场营销、品牌策划与营销、市场调查、营销数据分析、茶艺馆经营管理等知识，具备客户分析、客户异议处理、商品陈列、门店商品盘点、视频制作与营销等专业技术技能，具有较强的就业能力和一定的创业能力；面向批发、零售、商务服务和制造行业的销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群），能够从事市场信息收集、销售业务洽谈、互联网营销、数字互动营销、客户关系维护等线上线下商品销售和活动执行等工作的技能人才。

六、培养目标

表4：市场营销专业培养规格

培养规格	培养规格要求
素质	1.1 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感； 1.2 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神； 1.3 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治、语文、历史、数学等文化基础知识，具有良好的科学与人文素养，具备职业生涯规划能力； 1.4 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语并结合本专业加以运用； 1.5 具有终身学习和可持续发展的能力，具备一定的批判性思维和创新精神，具有一定的分析问题和解决问题的能力； 1.6 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力； 1.7 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好； 1.8 具有良好的职业道德，精益求精的工匠精神，能自觉遵守行业法规、规则和企业规章制度。 1.9 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一项艺术特长或爱好； 1.10 树立消费者心理满足是比物质满足更高层次的需要的理念，树立为人民服务的思想； 1.11 培养满足消费者心理需要是提升品牌美誉度和提高顾客重购率基础的理念，提升学习者职业素养。
知识	1.1 掌握必备的政治理论、基本文化基础知识和中华优秀传统文化知识； 1.2 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识； 1.3 掌握商品学、商务礼仪、现代信息技术等方面的专业基础理论知识； 1.4 掌握调查问卷发放、调查数据采集、数据整理统计等技术技能，具有市场信息收集能力； 1.5 掌握线上线下客户寻找、客户拜访、商品介绍、合同签订等技术技能，具有销售业务洽谈能力； 1.6 掌握产品选品、直播销售、短视频制作推广、社交营销、App 营销、

培养规格	培养规格要求
	小程序营销等技术技能，具有数字营销能力；掌握客户资料管理、客户关怀、客户投诉处理、智能客服语音标注等技术技能，具有客户关系维护能力 1.7 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的基本数字技能；
能力	1.1 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力； 1.2 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力； 1.3 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好； 1.4 具有组建团队开展团队作战及与他人合作的能力； 1.5 具有创新思维能力，能够运用一定的创新方法和技巧开展创新活动； 1.6 能够处理服务中客户的抱怨，掌握服务中观察、倾听、微笑、说的一般技巧，能初步分析客户抱怨、客户流失的原因； 1.7 具有完成商务接待、商务协商、产品推介和客户投诉处理能力； 1.8 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚

七、课程设置及要求

（一）工作任务与职业能力分析

表5：岗位能力提升表

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
茶艺师	1. 茶艺服务 （1）泡茶服务：负责为顾客提供茶艺服务，包括泡茶、烧水和倒茶等。这要求茶艺师掌握各种茶叶的冲泡方法，以及泡茶时所需的水质、水量、水温和冲泡器具的选择。 （2）环境营造：根据茶艺要求，选择或配置相应的音乐、服装、插花、熏香等，以营造舒适、雅致的品茶环境。 （3）茶文化讲解：向	1. 茶叶的准备与鉴别 （1）茶叶选择：茶艺师需要根据茶叶的种类、产地、制作工艺和品质特征，精心挑选适合冲泡的茶叶。这要求茶艺师具备丰富的茶叶知识和鉴别能力。 （2）茶叶储存：确保茶叶在储存过程中保持干燥、避光、防异味，以维持其最佳品质。 2. 泡茶技艺的展示 （1）泡茶器具的选	1. 职业道德 热爱专业，忠于职守；茶艺师应对茶文化有深厚的热爱，致力于传承和发扬这一传统文化，尽职尽责。 遵纪守法，文明经营：茶艺师应遵守国家法律法规，以及茶艺行业的规章制度，确保经营活动的合法性和规范性。 礼貌待客，热情服务，具备良好的服务意识和沟通能力，以礼貌、热

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	顾客介绍名茶、名泉及饮茶知识、茶叶保管方法等茶文化知识，提升顾客的品茶体验。 2. 茶叶销售与管理 (1) 茶叶推荐与销售：根据顾客的需求和喜好，推荐不同种类的茶叶，并协助顾客选择适合的茶叶。同时，了解茶叶市场趋势，制定合理的销售策略。 (2) 茶叶采购与质量控制：负责从不同的茶叶产地采购优质茶叶，并对采购成本进行控制。同时，掌握茶叶质量分级知识，对茶叶进行品鉴和评价，确保茶叶品质。 3. 茶艺培训与文化传播 (1) 茶艺培训：为初学者或茶艺爱好者提供茶艺培训，教导其泡茶技巧、茶道礼仪等方面的知识。这要求茶艺师具备扎实的茶艺知识和技能，以及良好的教学能力和沟通能力。 (2) 茶文化传播：通过组织茶艺表演、茶会等活动，向更多人传播茶文化，提升大众对茶文化的认知和喜爱度。 4. 其他相关任务 (1) 环境卫生与设备维护：保持茶艺馆或茶室的环境卫生整洁，维护设施设备的正常运行。 (2) 顾客关系管理：	择：根据茶叶的种类和冲泡方法，选择合适的泡茶器具。不同的器具会影响茶水的口感和香气，因此茶艺师需要对各种器具的特点有深入地了解。 (2) 泡茶过程：茶艺师需要熟练掌握泡茶技巧，包括水温的掌握、冲泡时间的控制、冲泡次数的安排等。同时，通过优美的动作和精准的技巧，将泡茶过程艺术化地展现给顾客。 3. 茶艺表演的呈现 (1) 茶道礼仪：在茶艺表演中，茶艺师需要遵循茶道礼仪，包括服饰、动作、言谈举止等方面的规范。这不仅能提升茶艺表演的艺术性，还能让顾客更好地了解茶文化的内涵。 (2) 表演内容：茶艺表演通常包括倒茶、泡茶、品茶等环节，茶艺师需要通过这些环节展示茶叶的冲泡技巧、茶具的使用方法以及茶叶的品种和特点。 4. 品茗环境的营造 (1) 空间布局：茶艺师需要根据茶艺馆或茶室的空间特点，进行合理的布局和装饰，以营造舒适、雅致的品茶环境。 (2) 氛围营造：通过选择或配置相应的音乐、插花、熏香等，提升品茗环境的氛围和品位。	情的态度对待顾客，提供优质的服务体验。 真诚守信，对待工作和顾客认真负责，确保茶叶品质和服务质量。 钻研业务，不断学习新知识、新技能，提升自己的专业水平。 2. 茶文化基本知识 了解中国用茶的源流、饮茶方法的演变、茶文化的精神以及中外饮茶风俗等。 茶叶知识：掌握茶树基本知识、茶叶种类、名茶及其产地、茶叶品质鉴别知识以及茶叶保管方法。 茶具知识：了解茶具的种类及产地，熟悉瓷器茶具、紫砂茶具等茶具的特点和使用方法。 品茗用水知识：掌握品茶与用水的关系，了解品茗用水的分类和选择方法。 茶艺基本知识：了解品饮要义、冲泡技巧以及茶点选配等方面的知识。 3. 岗位能力 泡茶技艺：茶艺师应熟练掌握各种茶叶的冲泡方法，包括水温的掌握、冲泡时间的控制以及冲泡次数的安排等。同时，还需要具备优美的泡茶动作和技巧，将泡茶过程艺术化地展现给顾客。 茶艺表演技能：茶艺师应具备进行茶艺表演

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	热情、周到地服务每一位顾客，了解顾客的消费需求和意见反馈，不断提升服务质量。 （3）团队协作与补位：与其他岗位的工作人员密切合作，共同完成工作任务。在需要时及时补位，确保茶艺服务的连续性和完整性。	5. 顾客服务与沟通 （1）迎接与引导：茶艺师需要热情迎接顾客，引导其入座，并介绍茶艺馆或茶室的特色茶品和品茗环境。 （2）解答疑问：在顾客品茶过程中，茶艺师需要耐心解答顾客的疑问，提供专业的茶叶知识咨询服务。 6. 茶叶销售与推广 （1）茶叶推荐：根据顾客的需求和喜好，推荐不同种类的茶叶，并协助顾客选择适合的茶叶。 （2）茶文化推广：通过组织茶叶品鉴活动、茶艺表演等活动，推广茶文化，提升消费者对茶叶的认知和兴趣。 7. 持续学习与提升 （1）专业知识学习：茶艺师需要不断学习和积累茶叶知识，提高自己的专业水平。 （2）技能提升：通过反复练习和实践，提升泡茶技艺和茶艺表演水平。 （3）文化素养提升：深入了解茶文化的内涵和精神，将文化元素融入茶艺表演和服务中。	的能力，包括茶道礼仪的展示、茶艺动作的编排以及茶艺表演的解说等。通过茶艺表演，可以吸引顾客的注意力，提升茶艺馆或茶室的品牌形象。 沟通能力：茶艺师应具备良好的沟通能力，能够与顾客进行有效地沟通，了解顾客的需求和喜好，并提供个性化的服务。同时，还需要与其他工作人员密切合作，共同完成工作任务。 茶叶品鉴能力：茶艺师应具备品鉴茶叶的能力，能够准确识别茶叶的品质和特点，为顾客提供专业的茶叶知识咨询服务。 服务技能：茶艺师需要掌握各种服务技能，如迎接顾客、引导入座、介绍茶品、解答疑问等。同时，还需要具备处理突发事件的能力，如顾客投诉、茶具损坏等。
直播销售员	1. 直播内容策划与准备： 直播营销员需要根据产品特点和目标受众，策划直播内容，准备直播脚	1. 市场调研与分析： 研究目标市场和潜在客户的需求；分析竞争对手的直播营销策略。确定目标受众和市场定位。	1. 职业道德： 能遵守法律法规，诚实守信，尽职尽责，勇于创新，钻研业务，团队协作，严控质量，服务热情。

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	本，确保直播内容吸引人且具有销售力。 2. 产品展示与推广： 在直播过程中，直播营销员要详细介绍产品特性、卖点，展示产品优势，通过直播向观众推介产品，引导消费者进行购买。 3. 互动交流： 直播营销员在直播中与观众实时互动，回答观众问题，收集反馈，活跃直播间氛围，提高用户参与度和粉丝黏性。 4. 销售转化： 通过有效的沟通和促销技巧，直播营销员需努力将观众的注意力转化为实际的销售，达成销售目标。 5. 数据分析： 直播结束后，直播营销员需要分析直播数据，包括观众参与度、销售转化率等，以评估直播效果，并根据数据调整后续的直播策略。 6. 技术支持： 确保直播过程中的技术问题得到及时解决，包括网络、设备和软件的准备和调试，确保直播顺畅进行。 7. 风险管理： 识别和评估直播过程中可能出现的风险，如技术故障、法律风险等，并制定相应的应对措施。 8. 售后服务：	2. 产品选择与策划： 根据市场调研结果选择合适的产品进行直播推广；策划直播内容，包括产品展示、互动环节、促销活动等。 3. 直播前准备： 准备直播所需的设备和软件，如摄像头、麦克风、直播软件等。布置直播场地，确保环境适合直播。准备产品样品和演示材料。制定直播脚本，包括开场白、产品介绍、互动环节等。 4. 技术测试： 测试网络连接、直播设备和软件，确保直播过程中不会出现技术问题。调整灯光、声音和摄像头角度，确保直播画面和音质清晰。 5. 直播实施： 开始直播，按照脚本进行产品介绍和展示；与观众互动，回答问题，进行促销活动。 引导观众关注直播间，增加粉丝数量。实时调整直播内容，根据观众反馈进行优化。 6. 销售转化： 利用营销技巧和策略，如限时优惠、赠品等，促进销售转化；引导观众下单购买，提供清晰的购买流程指导。 7. 直播监控与调整： 监控直播数据，如观	2. 基础知识： 能具备计算机及网络应用知识，营销基础知识，传播内容制作基础知识，产品基础知识，安全基础知识，以及相关法律、法规知识。 3. 工作准备： 能够搜集产品图文素材，使用网络搜索工具核实、整理产品素材信息，发布产品图文信息预告，连接硬件设备，下载安装直播软件，准备直播样品，选择道具、场地等。 4. 产品信息收集： 能够进行市场调研，收集和汇总产品销售信息，跟踪和查询样品寄送进度，记录样品到达时的状态信息。 5. 直播营销： 能够进行直播预演，使用营销话术介绍产品特点，介绍平台优惠及产品折扣信息，控制个人情绪，调动直播间气氛，实时调整直播策略。 6. 技术支持与互动管理： 能够提供互动特效的技术支持，提供动态网络舆论监控数据，提供产品实时数据，制定互动管理规则。 7. 售后服务与复盘： 能够分析和汇总异常数据，建立售后标准工作流程，对售前预测数据

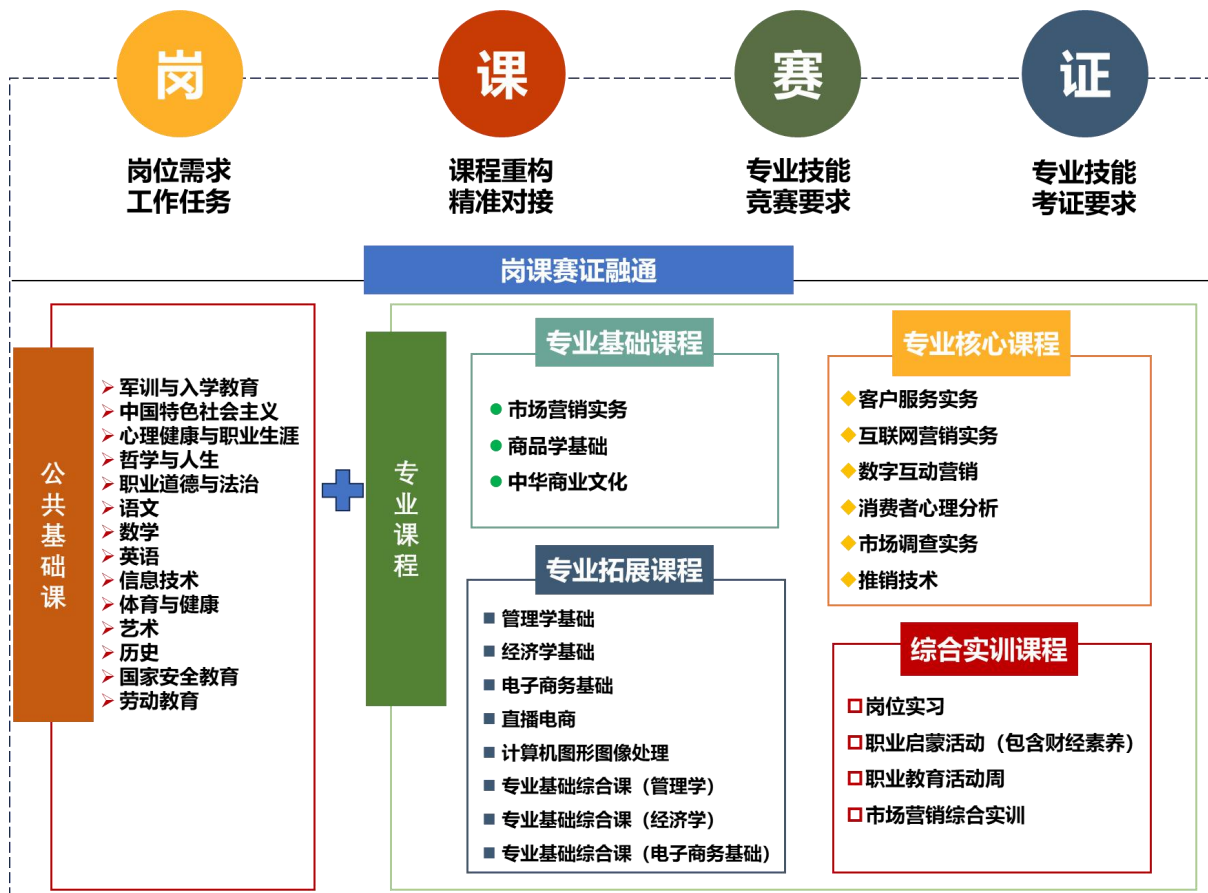
岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	处理直播销售后的相关问题，如订单处理、物流跟踪、客户投诉等，确保顾客满意度	看人数、互动次数、销售数据等。根据数据反馈实时调整直播策略。 8. 直播结束后的跟进： 处理直播期间产生的订单，确保及时发货；收集观众反馈，进行售后服务；分析直播效果，包括观众参与度、转化率等，为未来的直播提供改进方向。 9. 复盘总结： 总结直播经验，包括成功之处和需要改进的地方。制定改进计划，为下一次直播做好准备。	进行复核，通过复盘提出营销方案的优化建议。
营销员	1. 市场调研与分析 市场需求调研：了解目标市场的需求和趋势，分析消费者的偏好和行为模式。 竞争对手分析：研究竞争对手的产品、定价、促销和分销策略，评估其市场份额和竞争力。 市场趋势预测：基于历史数据和市场动态，预测未来市场的可能走向和变化。 2. 客户开发与维护 新客户开发：通过电话、网络、面谈等多种方式，积极寻找和接触潜在客户，了解其需求和购买意向。 客户关系维护：与现有客户保持定期沟通，提供个性化的服务和支持，	1. 市场调研与需求分析 （1）市场调研：1）收集目标市场的信息，包括市场规模、市场增长率、市场趋势等。2）分析竞争对手的产品、价格、促销策略等，评估其优势和劣势。3）了解消费者的需求和偏好，以及他们的购买行为和决策过程。 （2）需求分析：1）根据市场调研结果，确定目标市场的需求和潜在机会。2）分析客户需求的变化趋势，预测未来的市场需求。 2. 销售准备与计划制定 （1）产品知识准备：1）深入了解产品的特点、优势、功能等，以便能够准确地向客户介绍。2）熟	1. 职业道德 诚信守法：营销员应具备高度的诚信意识，遵守国家法律法规和商业道德，不进行虚假宣传、欺诈销售等违法行为。 客户至上：始终将客户需求放在首位，提供优质的服务和产品，积极回应客户的反馈和投诉，建立和维护良好的客户关系。 团队合作：与团队成员保持良好的合作关系，共同完成任务，尊重他人的贡献，分享经验和知识。 持续学习：保持对新知识、新技能的持续学习和探索精神，不断提升自己的专业素养和综合能力。

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	增强客户忠诚度和满意度。 客户信息管理：建立和维护客户数据库，记录客户的基本信息、购买记录和反馈意见。 3. 销售推广与活动策划 销售策略制定：根据市场调研结果和客户需求，制定有效的销售策略和推广计划。 销售活动组织：组织和参与各种销售推广活动，如促销、展会、路演等，提升品牌知名度和销售业绩。 推广材料制作：设计和制作宣传册、海报、电子邮件等推广材料，传递产品信息和品牌形象。 4. 销售数据分析与报告 销售数据收集：定期收集和分析销售数据，如销售额、销售渠道、客户反馈等。 销售报告撰写：基于销售数据和分析结果，撰写销售报告，为管理层提供决策支持。 业绩评估与调整：评估销售业绩的达成情况，根据市场变化和 sales 数据，及时调整销售策略和推广计划。 5. 协调与沟通 内部协调：与公司内部的不同部门保持良好的沟通和协调，确保销售工	悉产品的价格策略、促销政策等，以便在销售过程中能够灵活运用。 (2) 销售计划制定： 1) 根据市场调研和需求分析的结果，制定销售目标和销售计划。2) 确定销售策略和推广方案，包括销售渠道的选择、促销活动的安排等。 3. 客户开发与维护 (1) 新客户开发：1) 通过各种渠道寻找潜在客户，如电话拜访、网络营销、展会等。2) 与潜在客户建立联系，了解他们的需求和购买意向。3) 提供个性化的产品介绍和解决方案，争取获得客户的信任和认可。 (2) 客户关系维护： 1) 定期与现有客户保持联系，了解他们的使用情况和反馈意见。2) 提供售后服务和支持，解决客户在使用过程中遇到的问题。3) 举办客户活动，增强与客户的互动和黏性。 4. 销售推广与谈判 (1) 销售推广：1) 制定和执行销售推广活动，如促销、展会、路演等。2) 利用各种媒体和渠道进行产品宣传和推广，提高品牌知名度和影响力。 (2) 销售谈判：1) 与客户进行价格、付款条件、交货期限等方面的谈判。2) 根据客户的需求和	2. 基础知识 市场营销理论：掌握市场营销的基本概念、原理和策略，了解市场细分、目标市场选择、市场定位等关键要素。 产品知识：深入了解所销售产品的特点、功能、优势以及竞争对手的产品情况，以便能够准确地向客户介绍和推荐。 消费者心理学：了解消费者的心理需求、购买动机和决策过程，有助于更好地把握客户需求，提供个性化的解决方案。 数据分析与市场调研：掌握数据分析的基本方法和市场调研的技巧，能够收集和分析市场数据，为制定销售策略提供依据。 3. 岗位能力 沟通能力：具备良好的口头和书面沟通能力，能够清晰、准确地传达产品信息，理解客户需求，并与客户建立良好的沟通关系。 谈判能力：具备有效的谈判技巧，能够在商业谈判中争取最佳利益，同时保持与客户的良好关系。 销售技巧：掌握销售流程和销售技巧，能够识别潜在客户，挖掘客户需求，提供个性化的解决方案，并促成交易。 市场分析能力：能够

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
	作的顺利进行。 外部合作：与外部合作伙伴如供应商、分销商等建立合作关系，共同推动产品的销售和市场拓展。 客户沟通：与客户保持密切沟通，及时解答客户的疑问和反馈，处理客户投诉和建议。	公司的政策，制定个性化的销售方案。3) 争取在谈判中达成双赢的结果，实现销售目标和客户满意度的双重提升。 5. 销售执行与跟进 (1) 销售执行：1) 按照销售计划执行销售活动，确保销售目标的实现。2) 监控销售进度和业绩，及时调整销售策略和推广方案。 (2) 销售跟进：1) 对未成交的客户进行跟进，了解他们的需求和疑虑，提供进一步的解决方案。2) 对已成交的客户进行回访，了解他们的满意度和反馈意见，以便改进产品和服务。 6. 销售总结与反馈 (1) 销售总结：1) 对销售过程和结果进行总结和分析，评估销售策略和推广方案的有效性。2) 提炼销售过程中的成功经验和不足之处，为未来的销售工作提供参考。 (2) 反馈与改进：1) 将销售总结和分析结果反馈给相关部门和人员，以便他们了解市场变化和客户需求。2) 根据反馈结果制定改进措施和优化方案，不断提升销售水平和客户满意度。	分析市场和竞争环境，了解行业动态和趋势，制定有效的营销策略和推广计划。 客户关系管理能力：建立和维护客户数据库，定期与客户保持联系，提供售后服务和支持，增强客户忠诚度和满意度。 团队协作能力：与团队成员保持良好的沟通和协作，共同完成任务，分享经验和知识，提升团队整体业绩。

（二）课程设置

表6：课程体系图



（三）公共基础课程

表7：公共基础课程主要教学内容

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	军训与入学教育	通过军训和入学教育使新生养成良好的行为习惯，树立纪律和法制观念，增强民族团结和爱国主义意识，为使学生成为有理想、有道德、有文化、有纪律的一代新人打下良好基础。	56
2	中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主	36

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	
3	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36
4	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义的基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观、价值观基础。	36
5	职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36
6	语文	依据《中等职业学校语文教学课程标准（2020 年版）》开设，在义务教育的基础上，进一步培养学生掌握基础知识和基本技能，强化关键能力，使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力，传承和弘扬中华优秀传统文化，接受人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技能人才培养奠定基础。	288

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
7	数学	依据《中等职业学校数学课程标准（2020 年版）》开设，使学生获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验；具备中等职业学校数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；具备一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才。	216
8	英语	依据《中等职业学校英语课程标准（2020 年版）》开设，在义务教育基础上，帮助学生进一步学习语言基础知识，提高听、说、读、写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养：引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才。	216
9	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准（2020 年版）》开设，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，满足国家信息化发展战略对人才培养的要求，围绕中等职业学校信息技术学科核心素养，吸纳相关领域的前沿成果，引导学生通过对信息技术知识与技能的学习和应用实践，增强信息意识，掌握信息化环境中生产、生活与学习技能，提高参与信息社会的责任感与行为能力，为就业和未来发展定基础，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才	108
10	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准（2020 年版）》开设，落实立德树人根本任务，坚持健康第一的教育理念，通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观、价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才。	180

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
11	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准（2020年版）》开设，坚持立德树人，充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导学生主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才。	36
12	历史	依据《中等职业学校历史课程标准（2020年版）》开设要求，在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	72
13	劳动教育	根据教育部印发《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》开设，结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。组织学生： （1）持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力； （2）定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀； （3）依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，体认劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。	90
14	国家安全教育	根据教育部印发《大中小学国家安全教育指导纲要》开设，主要包括：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法	90

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		律法规。依托主题班会课、国旗下讲话、专题讲座等形式，让学生初步了解总体国家安全观，掌握国家安全基础知识，理解国家安全对个人成长的重要作用，初步树立国家利益至上的观念。	

（四）专业课程

专业技能课程由专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合实训课程组成。

1. 专业基础课程

表8：专业基础主要教学内容

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	市场营销实务	了解市场营销的基本概念和市场营销观念，影响企业市场营销的宏观和微观因素；了解营销管理和全渠道营销的基本理论和方法；掌握分析顾客类型和特点，市场调查和市场预测的方法、程序；能运用SWOT分析法分析案例中企业的优势、劣势、机会、威胁并说出应采取的相应策略，能够在老师的指导下运用所学方法开展市场调研和预测；能够比较完整地说出STP战略并能应用STP战略相关知识讨论分析案例；会运用4Ps营销组合理论准确举例阐述产品、价格、渠道、促销四大营销策略，讨论分析典型营销案例；培养学生一切以顾客需求为出发的现代营销思维。	72
2	商品学基础	本课程主要讲解商品学概论、商品养护、商品的选品、商品实务等。商品学概论部分主要包括商品概述、商品分类、商品质量、商品质量基础设施和商品包装；商品养护部分主要包括温湿度管理和常见的商品养护技术方法；商品的选品部分重点讲解零售企业的选品；商品实务部分重点介绍了食品实务、工业品实务和消费品实务。	72
3	中华商业文化	本课程以中华优秀传统文化在商业实践中的影响、传承、融合与光大为主线，系统阐述了伴随商业活动成长起来的中华商业文化的内涵和外	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		延，分析了其对经济发展和社会进步的影响和推动作用。在数智化时代背景下，本书力求将传统与现代商业文化兼收并蓄，取中外商业思想之精华，将以人为本的商业情怀融入其中，倡导合作共赢、和谐发展，并展现新时代中国特色社会主义奋斗者的精神风貌。	

2. 专业核心课程

表9：专业核心主要教学内容

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	客户服务实务	主要让学生掌握客户资料管理的方法和技术技能；掌握客户关怀的方法和技术技能；掌握客户投诉处理的方法和技术技能。	72
2	互联网营销实务	了解网络营销的定义、特点和发展，网络营销策略，各种网络营销工具的使用，学会使用网络营销工具进行营销方案策划。	72
3	数字互动营销	本课程要求学生掌握新媒体平台规则和新媒体营销基础知识；要求学生能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作；通过学习课程学生还能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据；能够完成高级社群，日常社群维护及运营；完成投入产出比表等数据表格。同时在教学中引入AI的新技术运用，以达到学生的专业自信和技能自信。	72
4	消费者心理学	为分析消费者购买行为，了解感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意识的含义及特征，了解消费者认识过程、情感过程、意识过程对购买行为的影响，了解营造环境对消费者心理的影响；掌握根据消费者的个性心理特征将消费者分为不同的类型的方法，掌握企业如何根据消费者心理进行定价和调价的方法；能够举例说明对不同类型的消费群体应该采用的销售技巧和营销策略；能够说出消费者的价格心理特点，会在模拟场景中扮演角色根据消费者的心理状态进行有效的心理沟通，	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		会处理客户投诉。	
5	市场调查实务	本课程旨在让学生掌握调查问卷发放的方法和技术技能。掌握调查数据采集的方法和技术技能。掌握数据整理统计等市场信息收集的方法和技术技能	72
6	推销技术	本课程旨在培养学生的商品销售技巧和职业能力，为他们未来的就业和职业发展打下坚实的基础。主要掌握商品销售基础知识、商品销售法律法规、商品基础知识、商业法规等内容	72

3. 专业拓展课程

表10：专业拓展课程主要教学内容

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	管理学基础	为财经商贸类专业学生升学必考科目。管理学是一门系统研究管理活动的普遍规律、原理及一般方法的科学。本书主要介绍了管理的基本思想、基本原理与基本方法等管理学的基础知识。全书分为管理与管理学、管理理论、管理者、计划、决策、组织、领导、激励、沟通和控制10章内容。每一章除了正文外，还精心安排与本章内容紧密相关的导引案例、读故事悟管理、经典管理法则解读、管理素养、习题训练、项目实训、案例分析等内容，力求做到管理理论和管理实践紧密结合，价值引领与知识传授、能力培养有机统一。	72
2	经济学基础	为财经商贸类专业学生升学必考科目，主要内容有走进经济学，需求、供给与均衡价格，消费者行为分析，生产者行为分析，成本与收益分析，市场与结构分析，生产要素市场与收入分配，国民收入核算，国民收入决定理论，经济周期与经济增长，通货膨胀与失业，宏观经济政策和开放条件下的宏观经济。	72
3	电子商务基础	本课程作为市场营销必修，也为财经商贸类专业学生升学必考科目。主要让学生了解电子商务的基本概念、当前的电子商务运营模式、电子商务主要岗位技能、电子商务法律和政策等综合知识，熟悉电子商务在国民经济中的应用概况。使得学生从总体上对电子商务行	108

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		业、企业、岗位有一个整体印象和初步认识，为今后学习各类、各门专业课程打下良好的基础。	
4	直播电商	本课程作为市场营销专业的必修，要求了解直播行业岗位需求与能力要求；能够做好直播准备、会使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务；了解直播平台规则并能够运用平台规则更好进行直播销售；掌握直播电商基础知识；理解直播平台规则、直播技巧和历史直播总结报告等内容；能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签；能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本；具备在直播过程中进行应急处理；能够进行商品讲解；能够辨识粉丝类型，完成直播复盘。	72
5	计算机图形图像处理	本课程讲授Photoshop这一当前最流行的图像编辑软件的功能和用法。具体内容包括PS工具的使用，图片的抠图、修图，图像的加工及创意设计，广告设计制作等。让学生熟悉选区工具、画笔工具、图像修饰工具、渐变工具、填充工具、文字工具、路径工具等的使用及图层的应用、蒙版的应用、滤镜的应用、通道的应用和图像的色彩与色调等PS功能的使用，具有图形图像处理的能力。	72
6	专业基础综合课（管理学）	是财经商贸类专业职教高考对口考试基础综合课的其中一门科目，主要考核考生对管理学领域的基本概念、基础知识、基本方法和常见管理问题的掌握程度以及在常见场景中运用上述知识和技能解决实际问题的能力。	72
7	专业基础综合课（经济学）	是财经商贸类专业职教高考对口考试基础综合课的其中一门科目，主要考核考生对经济学领域的概念、基础知识、基本方法和常见经济现象的掌握程度以及在常见场景中运用上述知识和技能解决实际问题的能力。	72
8	专业基础综合课（电子商务基础）	是财经商贸类专业职教高考对口考试基础综合课的其中一门科目，主要考核考生对电子商务的基本概念、基础知识、基本方法、电商技术的掌握程度以及在常见场景中运用上述知识和技能解决实际问题的能力。	108

4. 综合实训课程

表11：综合实训课程主要教学内容

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	岗位实习	学生通过进入企业进行岗位实习,旨在确保学生在市场营销实习中能够获得必要的理论知识和实践技能,为将来的职业生涯打下坚实的基础。	540
2	职业启蒙活动 (包含财经素养)	职业启蒙课程旨在帮助学生了解不同职业的特点,培养职业兴趣,为未来的职业生涯规划打下基础;通过专业教师讲解和企业入校的方式介绍电子商务岗位,引导学生了解电子商务岗位的发展前景和要求。并且让学生进行如直播电商、AI短视频制作等职业体验,培养他们的动手能力和实践能力。了解财经相关知识,引导学生根据自己的兴趣和能力,初步规划自己的职业生涯,包括职业目标的设定、职业路径的选择等。	56
3	职业教育活动周	1. 展示职业教育改革发展成果。 2. 宣传职业教育改革典型人物和职业教育服务社会成效,如技能人才培养模式改革、深化产教融合校企合作等。 3. 组织学生开展技能竞赛、面对面交流等活动,提升学生实践能力和创新创业意识。	112
4	市场营销综合实训	开展相关技能等级证书考证培训	112

八、教学进程总体安排

(一) 专业课程设置与教学时间安排

表12：专业课程设置与教学时间安排表

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	军训与入学教育	必修	56	14	42	3	1周					
	中国特色社会主义	必修	36	28	8	2	2					
	心理健康与职业生涯	必修	36	28	8	2		2				

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
课程	课程	经济学基础	选修	72	72		4				4		
		电子商务基础	选修	72	32	40	4			4			
		直播电商	选修	72	32	40	4		4				
		计算机图形图像处理	选修	72	36	36	4	4					
		专业基础综合课（管理学）	选修	72	72		4					4	
		专业基础综合课（经济学）	选修	72	72							4	
		专业基础综合课（电子商务基础）	选修	108	108							6	
		小计		612	496	116	34	4	4	4	8	14	
综合实训课程		岗位实习	必修	540		540	30						540
		职业启蒙活动	必修	56	14	42	2	1周					
		职业教育活动周	必修	112		112	4		1周		1周		
		市场营销综合实训	必修	112		112						1周	
		小 计		540		540	36						540
合计				3240	1632	1608	189	30	30	30	30	30	540

（二）教学活动时间分配表（按周分配）

表13：教学活动时间安排表

学期	一	二	三	四	五	六	小计
军训与入学教育	1						1
课堂教学	18	18	18	18			72
教学综合实训	1	2	2	2			7
岗位实习					20		20

岗位实习						20	20
合计	20	20	20	20	20	20	120

（三）学时占比表

表14：对标市场营销专业国家教学标准的课时占比表

要求	比例或总学时数
总学时不低于 3000 学时	3240 学时
公共基础课学时一般占总学时的 1/3	44.4%
实践性教学学时占总学时比例>50%	50%
选修课教学时数占 总学时的比例均应当不少于 10%。	18.9%
岗位实习累计时长不超过 3 个月	540 学时

（四）技能考核

表15：证书一览表

序号	考证名称	考核等级	考核时间安排	备注
1	“1+X” 直播电商职业技能等级证书	初级	第二学期	学生在校期间 “四选二”考 取证书
2	电子商务师职业技能等级证书	四级/中级工	第四学期	
3	“1+X” 农产品电商运营职业技能等级证书	初级	第四学期	
4	茶艺师	初级	第二学期	

九、师资队伍

（一）队伍结构

依据国家教育部颁发的《中等职业学校教师专业标准(试行)》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，建立数量充足，结构合理，能适应本专业教育教学改革与发展的高水平专职教师队伍。

表16：市场营销师资队伍结构要求

队伍结构	类型	比例
职称结构	高级职称	40%
	中级职称	50%
	初级职称	10%
学历结构	研究生	20%
	本科	80%
年龄结构	>50 岁	10%
	40-50 岁	20%
	30-40 岁	60%
	<30 岁	10%
双师素质教师	≥ 90%	
生师比	20:1	

(二) 专任教师

表17：师资一览表

序号	姓名	性别	教龄	职称/职业资格	最后学历毕业学校 / 专业 / 学位	企业或行业工作经历	专职/兼职
1	胡春艳	女	17 年	高级讲师 电子商务师（一级）	研究生	市场营销教师	专职
2	苏春妹	女	16 年	高级讲师 电子商务师（一级） 互联网营销师	本科	市场营销教师	专职
3	杨予	女	15 年	讲师 电子商务师（一级）	在职研究生班	市场营销教师	专职
4	张前斌	男	15 年	讲师 电子商务师（一级）	本科	市场营销教师	专职
5	钟永波	男	10 年	讲师 市场营销师（一级）	本科	市场营销教师	专职
6	朱卉莹	女	13 年	讲师	本科	市场营销教师	专职
7	魏姝婧	女	2 年	助理讲师	本科	市场营销教师	专职

序号	姓名	性别	教龄	职称/职业资格	最后学历毕业学校 /专业 /学位	企业或行业工作经历	专职/兼职
8	赖晓	女	9 年	教员	本科	市场营销教师	专职
9	岑景甜	女	12 年	教员	本科	市场营销教师	专职

十、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本条件

为保障学生的课内与课外实训教学的要求，在校内建立理实一体化的市场营销实训基地，为学生提供实战型跨境市场营销实操平台，满足学生市场营销岗位项目业务内容的教学与实训需要，提高学生业务岗位的适应能力，实现对学生市场营销方面的职业能力培养和训练；为市场营销从业人员业务培训提供服务，推动项目教学内容与教学方法改革。

2. 校内实训室基本要求

表17：市场营销专业校内实验实训室配置一览表

序号	实训室名称	主要设备设施	主要实训项目	支撑课程	工位数
1	茶艺室	茶桌、各类泡茶器具等	茶艺实训	茶艺	25
2	直播电商理实一体化实训室	计算机、直播支架、直播电商实训平台、直播支架、补光灯	直播电商实训	直播电商	20
3	商品拍摄实训室	小型摄影棚、神牛闪光灯、单反相机、静物台	进行商品拍摄实训及短视频拍摄	短视频制作	20

（二）教学资源

表18：市场营销专业教材选用一览表

序号	课程性质	课程名称	教材名称	出版社
1	必修	市场营销实务	市场营销实务 (微课版 第2版)	人民邮电出版社
2	必修	商品学基础	商品学基础 (附微课)	人民邮电出版社
3	必修	中华商业文化	中华商业文化 (微课版)	人民邮电出版社
4	必修	客户服务实务	市场营销客户服务 (微课版)	人民邮电出版社
5	必修	互联网营销实务	网络营销：定位、推广与策 划 (微课版 第2版)	人民邮电出版社
6	必修	数字互动营销	数字互动营销 (慕课版)	人民邮电出版社
7	必修	消费者心理分析	消费者心理与行为 (附微课 第2版)	人民邮电出版社
8	必修	市场调查实务	市场调查实务 (慕课版)	人民邮电出版社
9	必修	推销技术	推销技术 (慕课版)	人民邮电出版社
10	选修	管理学基础	《管理学基础》 (第五版)	高等教育出版社
11	选修	经济学基础	《经济学基础》 (第六版)	高等教育出版社
12	必修	市场营销基础	市场营销基础 (第3版)	重庆大学出版社
13	选修	直播电商	直播电商实务	北京师范大学出版 社
14	选修	计算机图形图像处 理	Photoshop图像处理基础教 程 (Photoshop2020) (微 课版)	人民邮电出版社

序号	课程性质	课程名称	教材名称	出版社
15	选修	专业基础综合课 (管理学)	管理学基础学习指导与习题集	天津科学技术出版社
16	选修	专业基础综合课 (经济学)	经济学基础学习指导与习题集	天津科学技术出版社
17	选修	专业基础综合课 (市场营销基础)	市场营销基础学习指导与习题集	天津科学技术出版社

表19：市场营销专业数字化教学资源一览表

序号	课程名称	数字化教学资源链接
1	直播电商国际化 培训资源包	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/225741348.html
2	网店美工	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/233314080.html

十一、质量管理与毕业要求

(一) 质量管理

为确保人才培养方案的顺利实施，学校、专业制定了与之配套的多项规章制度，为人才培养的顺利实施，提供了有力的制度保障。

建立教学质量监控和保障制度，建立学期初、中、末三检查制度，规范教学管理，通过检查性听课、听取学生反馈意见、抽查各类教学资料等多种渠道、多种方式收集教学信息，全面检查任课教师的教学态度、教学内容与方法、教学环节、教学效果等，履行教学质量检查与监控职能，通过加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量；合理调配专业教师、企业兼职教师、专业实训室等教学

资源，为课程的实施创造条件；结合教学诊断与改进、质量年报等，以保障和提高教学质量为目标，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，定期修订人才培养方案。同时，为保证顶岗实习的质量，企业、行业专家与指导教师共同制定和执行顶岗实习管理和考核体系，加强对人才培养过程的管理，完善校企双方教学质量保障机制，建立保证教学质量不断提高的长效机制。

1.教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，“以学生为中心”，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。专业课程主要采用项目课程、工作过程的设计思路，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。安排学生通过职业启蒙、职业教育活动周、岗位实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。

2.学习评价

本专业在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。在原有教师过程评价的基础上，吸纳行业企业和社会有关方面组织参与考核评价，加大企业和行业直接参与评价的力度，将企业和行业的从业标准引入学生学习评价过程中，形成一套适应工学结合、以实操考核为主、体现对综合素质评价的课程考核体系。

新课程考核体系包括课证融合评价、项目式考核评价、理论考核及技能考核相结合、增值评价等评价方式，体现理实一体、实践导向，对评价对象知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面进行全面评价。

（二）毕业要求

主要包括学生在知识、能力、素质等方面应达到的具体要求。专业理论知识、专业实践能力、创新能力、思想道德素养、持续发展能力。

毕业要求 1：具有优秀的道德品质。符合学校德育标准，操行分达到 85 分以上，思想道德鉴定合格。具有良好的职业素养、社会责任感和积极的人生态度，树立正确的价值观；遵纪守法，诚信为人。

毕业要求 2：职业资格（等级）证书要求。报名参加下表至少一项专业相关职业资格证书的培训及考证，获得相关证书或考试证明。

毕业要求 3：岗位实习要求，完成规定的岗位实习，并鉴定合格。

毕业要求 4：能够运用互联网进行直播、短视频的制作。熟悉网络营销与推广策略，了解直播流程，并能进行直播；会进行短视频的策划及制作。

毕业要求 5：具有国际视野与持续学习能力。了解国际动态，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性。具有终身学习意识

和自我管理、自主持续学习能力，能够通过不断学习，不断提高自己，以适应 社会和个人可持续发展。