

# 市场营销（中高三二分段）2020 级人才培养方案

第一版

2020 年 3 月编制

## 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

中职中专毕业生。

## 三、修业年限

学制二年，学习年限 2-4 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)	职业技能等级证 书、社会认可度 高的行业企业标 准和证书举例
6307 市场 营销类	630701	G60	4-01-01 营业员 4-01-02 销售人 员 3-03-02-01 电信 业务营业员 3-01-02-02 公关 员 2-06-07 商务专 业人员	市场策划专员 市场推广专员 促销专员 市场拓展专员 销售员 营业员 店长或店长助理 渠道管理专员 客服代表 网络推广专员 新媒体运营专员	初级经济师 职业核心能力 认证

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

(前三年) 本专业主要面向中小型企业、个人创业等领域，培养德、智、体、美全面发展，具有良好的职业道德和职业素养，掌握必要的文化基础知识、专业知识和比较熟练的职业技能，具有较强的就业能力和一定的创业能力；具有健康的身体和积极上进的心态；具有基本的欣赏美和创造美的能力；体现营销专业特质的中级市场营销技能型人才。

(后二年) 培养“德智体美”全面发展，具备良好的职业道德和敬业精神，具有较强的社会责任感，树立现代营销观念，熟悉现代市场和法律规则，掌握市场营销相关知识和技能，并加以综合应用，具有较强的营销策划能力、销售与管理能力、终端营销能力、客户服务与管理能力、新媒体推广能力，能够快速适应各类企事业单位的一线销售、服务与市场策划岗位的有一定创新和创业能力的高素质技能型人才。

## （二）培养规格

### （一）素质要求

1.政治素质：热爱祖国，热爱社会主义，拥护中国共产党的领导。树立正确的人生观和世界观；遵纪守法，热爱营销工作，具有高度责任感、全心全意为人民服务的高尚品质和奉献社会、服务他人的良好职业道德。

2.文化素质：具有基本的人文、社会知识，具有较强的文字表达和口语表达的能力，熟知与社会经济发展和公民个人相关的法律知识，计算机知识扎实，英语达到大学英语应用能力B级以上。

3.专业素质：系统地掌握本专业基础知识、基本方法和基本技能，培养良好的学习习惯和审美观，能从事市场营销日常业务处理工作。

4.身体素质：身心健康，能精力充沛地工作，能很好地管理好自己的情绪。

### （二）知识要求

1.掌握市场营销专业所必须的文化科学基础知识；

2.掌握从事市场营销专业必备的心理知识；

3.掌握市场营销的专业知识；

4.掌握计算机和网络基础知识；

5.掌握口语表达和普通话的基础知识；

### （三）能力要求

1.具有书面和口头语言表达能力；

2.具有逻辑思维和创新能力；

3.具有计算机应用能力；

4.具备一定的外语水平，具有一定的阅读能力、口语表达能力；

5.具有处理和协调各种人际关系的能力；

6.具有商务沟通和谈判的能力；

7.掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的数据分析、调查研究、科学写作和实际工作能力；

8.具有线上线下市场营销能力；

9.具有创新与自主创业的能力。

## 六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

### （一）公共基础课程

序号	公共基础课程名称	总学分	总学时	主要教学内容与要求
1	思想道德修养与法律基础	3	48	课程以马克思主义为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确

				的世界观、人生观、价值观和道德观、法制教育为主要内容,把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程,通过理论学习和实践体验,帮助学生形成崇高的理想信念,弘扬伟大的爱国精神,确立正确的人生观和价值观,加强思想品德修养,增强学法、用法的自觉性,全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论概论	4	64	课程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建设为重点,从理论与实践、历史与逻辑的统一上揭示马克思主义中国化的理论轨迹,准确阐述中国共产党在把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程中,创造了中国化的马克思主义,形成了毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系两次飞跃成果,党的十八大以来又在它们的基础上不断的创新和探索新的理论。课程充分展示了毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想在中国革命、建设、改革和实现中华民族伟大复兴中的重要历史地位和作用。
3	廉洁修身	1	18	课程主要内容是:廉洁修身:普遍话题与永恒追求;当代大学生廉洁修身的使命和特点;廉洁修身的传承与借鉴;廉洁修身的客观要求与时代特征;我国社会廉洁修身的向度和维度;大学生廉洁修身的取向与方式。
4	形势与政策	1	32	课程师高等学校思想政治理论必修课,是一门公共基础课。中国特色社会主义发展进入了新时代,新时代大学生肩负着建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的重大使命,必须认真学习习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神,把自己的发展融入到社会发展之中。
5	军事技能训练	2	112	提高学生综合素质,激发爱国主义热情和集体主义荣誉感,加强国防观念,增强体质,培养艰苦奋斗、吃苦耐劳精神。并通过革命传统教育,爱国主义教育为新生树立正确的人生观,道德观和价值观打下基础。通过半军事化管理,并按照部队的条令、条例基本精神要求每个参训新生。培养学生的独立性、自主性、组织纪律性和创造精神,使新生的精神面貌有明显变化,宿舍环境和内务

				有明显好转，组织纪律性有明显增强。
6	军事理论	2	36	了解掌握队形队列、射击、行军和野外生存等基本军事技能，增强国防观念，弘扬爱国主义精神，提高综合国防素质。
7	体育	6	108	了解我国国防历史与现状、世界军事形势、我国战略安全环境，增强国防意识。
8	大学生心理健康教育	2	36	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。
9	大学生职业发展与就业指导	2	32	大学生职业发展与就业指导课作为面向全院学生开设的公共必修课，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。
10	创新创业教育	2	32	对学生进行创新思维训练，掌握常用的创新思维方法，了解创新思维的特点，学习创业前的准备知识，学会整合资源，把握机会，进行创业
11	学生素质行为养成教育（含语文、中华优秀传统文化、健康教育、美育、职业素养等）	6		根据学校人才定位以及培养目标的要求，更好地深入推行“敬业度高、执行力强、善沟通学习、精技术技能”的人才培养目标，提升学生思想政治修养及综合职业素养，加强素质教育。
12	公益劳动课程	2	32	培养学生良好人格特征和通用能力，规范行为与养成习惯。培养学生尊重劳动、热爱劳动的优良品质，树立以辛勤劳动为荣、以好逸恶劳为耻的社会主义荣辱观。通过通识课程学习，培养学生尽快达到“敬业度高、执行力强、精技能、善沟通”的准员工标准。
13	办公软件高级应用	2	32	学习和了解计算机的基础知识及日常交流所需的一些计算机专业知识，学习 Office 的操作。要求能够用 word 处理文字、用 Excel 处理电子表格、用 PowerPoint 制作演示文稿。
14	办公软件高级应用实训	1	26	综合利用《办公软件高级应用》课程中所学知识解决一些实际的工作案例，学习使用 Visio 作图、学习应用思维导图于工作、学习、生活的方方面面，学习简单微课的制作、视频的处理，学习与公司同事开展团结协

				作、在线办公的技巧。要求能灵活地解决日常办公中所遇到的文档处理的问题。
15	公共选修/跨界课程（包含国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养等方面的课程）	12	192	重视专业的交叉与结合,注重培养学生的文化素养,拓宽学生知识面,推进素质教育,促进学生个性和特长发展,增强学生就业竞争力。每学期提供约30门课程供学生选报。 主要课程类别包括: 1、综合素养:文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、文学修养与艺术鉴赏、科学发现与技术革新、经济活动与社会管理、国学经典与文化遗产; 2、通用能力:自我管理 with 终身学习、思维训练与问题解决、人际交往与沟通表达、团队协作与组织领导、信息素养与技能应用、职业规划与自我提升; 3、创新创业; 4、成长基础; 5、个人发展。

## （二）专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业方向课程和综合实践课程。

### 1.专业基础课程

包括商务统计应用、应用文写作、经济学基础、商务沟通与礼仪实训、市场营销实务、市场营销综合技能实训。教学内容与要求详见课程标准。

### 2.专业核心课程

序号	专业核心课程	总学分	总学时	主要教学内容与要求
1	市场调查与预测	3	48	<u>教学内容:</u> 了解市场调查的相关概念、具备市场调查的方法和技巧、具备的抽样的能力、具备收集资料和运用资料的能力、具有市场预测的能力 <u>要求:</u> 通过本门课程的学习,使学生掌握市场调查的方法和技巧,以及可以利用现有资料对市场进行预测。本课程易采用项目教学法,引进企业真实的调研项目或虚拟的调研项目,由学生分组完成此调研项目。
2	市场营销策划项目	2	52	<u>教学内容:</u> 项目认知、市场调研、市场营销环境分析、市场营销战略策划、产品策划、价格策划、渠道策划、广告策划、促销活动策划、销售实战、市

				<p>场营销情景模拟商战。</p> <p><u>要求:</u> 本课程是一门课证赛合一的实训课程, 教学内容要与营销师考证和教育部组织的全国市场营销大赛相结合, 能够全面提升营销与策划专业学生的综合能力和培养其专业素养。</p>
3	推销与商务谈判	4	64	<p><u>教学内容:</u> 具备现代推销知识、掌握商务谈判知识、培养销售人员的职业素养、制定推销人员职业规划、寻找准顾客、判断顾客类型、寻找准顾客、顾客资格审查、了解顾客类型、约见顾客、销售拜访、挖掘客户需求、产品推介、处理顾客异议、促成交易、提供顾客服务、正确处理顾客的投诉与抱怨、与顾客建立长远合作关系、收集商务谈判信息、确定商务谈判目标、制定商务谈判计划、组建谈判团队、制定商务谈判议程、营造开局气氛、商务谈判摸底、报价与议价、对抗与让步、处理谈判僵局、沟通与说服、熟悉商务谈判合同、谈判合同的起草与签署、谈判后管理、门店销售技能训练、客户经理销售技能训练、电话营销员销售技能训练、商务谈判技能训练。</p> <p><u>要求:</u> 本课程着重训练学生综合运用已学理论知识去分析和解决问题的能力, 理论和实践相结合, 全面提升学生的销售能力、商务沟通和商务谈判能力。在教学的安排上既重视培养学生销售和谈判的理论体系, 也重在训练销售和商务谈判两方面的技能, 把合适的校企合作项目引入到本课程中。</p>
4	新媒体营销	3	48	<p><u>教学内容:</u> 网络推广概述、E-mail 营销、博客与微博推广、网络社区推广、即时通讯推广、其他推广方式、搜索引擎营销、新媒体营销策划。</p> <p><u>要求:</u> 本课程在内容上要重点讲述新媒体的概念、推广和运营, 以培养学生的新媒体平台运营能力, 新媒体营销策划的能力为目标, 注重锻炼学生实践操作以及自主创新的能力。</p>
5	新零售管理实务	3	48	<p><u>教学内容:</u> 通过分析新零售现象背后的本质, 推演出实体店转型新零售的关键路径: 重构“人一货一</p>

				<p>场”，并对门店环境、管理模式、运营思维、消费体验等进行创新设计。基于关键路径，给出实体店转型新零售所需的工具、营销方法及获客技巧，并深入阐述门店如何促进成交、复购与裂变。</p> <p><u>要求：</u>通过本课程的学习，要能够培养学生在互联网时代，具备新零售思维，并能结合 O2O 掌握线上线下门店运营和门店营销的相关知识和技能。</p>
6	客户关系管理	4	64	<p><u>教学内容：</u>客户服务意识、客户服务基本技能、呼入型业务处理、呼出型业务处理、客户服务现场运营与维护、客户服务组织管理、客户服务质量管理、客户服务产品开发管理、客户信息管理、网络客服技巧。</p> <p><u>要求：</u>本课程要能够培养学生从事客户服务以及客户服务管理类岗位的各项能力，为其从事此类岗位进行相应的技能准备。</p>

### 3. 专业方向课程

包括一些基础的专业方向课比如公共关系实务、广告理论与实训、电子商务技能实训、新媒体实训、营销法规等。

根据人才培养需求的调研，市场营销专业培养两个方向领域的专业限选课，一个是互联网+营销方向、另一个是通信业务服务营销方向，并据此和企业共同开发两个方向的套餐包课程：互联网+营销技能培训和通信业务服务营销技能培训，教学内容与要求详见课程标准。

### 4.综合实践课程

包括订单顶岗实习/跟岗实习、顶岗实习和毕业设计（论文）。订单顶岗实习/跟岗实习教学内容与要求详见实习标准，毕业设计（论文）教学内容与要求详见《毕业设计（论文）实施细则》。

## 七、教学进程总体安排

详见《专业教学计划进程表》。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

市场营销专业目前专任教师有 8 名，企业兼职教师 10 名、专业委员 3 名。专任教师均获得硕士研究生或以上学位，都有丰富的企业实践经历，“双师型”教师比例达到了 100%。

#### （1）专业带头人情况

专业带头人张幸花，高级营销师，武汉大学 MBA，具有研究生学历硕士学位，副教授职称，曾任职于大型企业，有丰富的企业工作经验，担任多门市场营销专业核心课程的主讲教师，有丰富的

专业建设、教学和企业实践经验。在权威杂志发表论文接近 30 篇，出版教材 10 多部，建设各类教科研课题 20 多项，其中主持省级以上课题五个，参与省级或以上课题五个，指导学生大赛，获得国家级二等奖 1 项、国家级三等奖 1 项，广东省一等奖 5 项，广东省二等奖 3 项，广东省三等奖 3 项。

### (2) 专任教师情况

8 名专任教师企业实践经历丰富，五名教师获得高级职业资格证书，“双师型”教师比例达到了 100%，8 名专任教师均有硕士或以上学位，其中博士学位 1 名，硕士学位 7 名，职称结构合理，其中副教授 1 名，中级专业技术职称 5 名。

序号	姓名	专业技术职务/职业资格	最后学历毕业学校、专业、学位
1	张幸花	副教授 高级营销师（一级）	武汉大学，工商管理，硕士研究生
2	麦冰芳	讲师 高级企业培训师（一级）	华南师范大学，心理学，硕士学位
3	梁燕冰	讲师	广东外语外贸大学，市场营销，硕士研究生
4	李虹	讲师、邮电经济师 高级电信业务师（一级）	暨南大学 会计；本科 北京交通大学工商管理硕士学位
5	李晓鹏	讲师	华南师范大学，心理学，硕士研究生
6	白华艳	博士	华南农业大学 农业经济管理 博士研究生
7	梁传善	劳动关系协调师 （二级）	华南师范大学，劳动经济学，硕士研究生
8	郭树森	高级人力资源管理师（一级）	西安邮电大学 工商管理 硕士研究生

### (3) 企业兼职教师

市场营销专业聘任企业或行业的专家、生产或经营一线的能工巧匠担任兼职教师和专业委员参与专业建设，其中企业兼职教师 10 名，专业委员 3 名，企业兼职教师均有本科或以上学历且有 5 年或以上的市场营销相关岗位的工作经历，专业委员具有高级职业资格或者高级职称，能够承担和胜任市场营销专业的实践教学活动和专业建设。

## (二) 教学设施

市场营销专业注重对学生实践能力的培养，推行教学做一体化，教学现场就是生产现场，通过模拟仿真、建立校内生产性实训基地和校外企业实践基地，本专业已经建立了完善的多维度的实践教学体系，从课内实践到专项实训，从课堂到校园再到企业生产现场，层层递进，实现“理实一体化”教学，确保学生实践能力得到充分训练。

目前共建有 12 个校内实训室和 12 个校外实践实训基地，能够满足本专业的学习，同时本专业鼓励学生创新创业，目前本专业有 1 个创业公司和 6 个创业项目落地学校的创业基地实行创新创业。

### (1) 校内实训基地

12 个校内实训基地从模拟仿真到生产性实训基地，能够很好的满足专业的教学。具体见下表。

市场营销专业校内实训基地功能简介表

序号	实训（验）室名称	实训项目
----	----------	------

1	市场营销综合实训室	1、市场调研与分析；2、销售模式的分析；3、消费者行为分析；4、分析竞争对手；5、选择目标市场和制定营销战略；6、制定市场营销组合策略。
2	电子商务实训室	1、网店开设与装修；2、网店运营与推广；3、客户服务
3	10000 号客户服务校企合作实训基地	1、服务礼仪训练 2、客户接待服务模拟 3、客户服务流程设计 4、班组管理 5、电话礼仪 6、顾客抱怨与投诉处理
4	营业厅实训基地	1、营业厅运营管理 2、营销厅销售促进 3、POP 制作 4、营业厅网络营销 5、通信与金融业务的宣传推广 6、通信与金融业务的现场办理
5	市场营销模拟实训室 (Simmarketing 营销仿真实训室)	1、制定营销计划 2、进行产业经济环境分析 3、进行市场调查与分析 4、公司的营销运作
6	商务洽谈实训基地	1、模拟商务谈判；2、商务接待与洽谈实训 3、商务礼仪实训
7	市场营销调研与策划实训室	1、营销调研策划 2、营销环境分析与 SWOT 战略分析 3、STP 战略策划 4、营销组合策略策划 5、网络营销策划 6、公关活动策划
8	客户服务实训基地	1、客户接待服务模拟 2、客户服务流程设计 3、前台接待礼仪 4、餐饮服务礼仪
9	SSAP ERP 实训室	1、制定生产计划 2、原材料采购 3、财务管理 4、项目管理 5、人力资源管理 6、技术管理
10	办公技能实训室	1、复印机操作训练 2、传真机操作训练 3、打印机操作训练
11	计算机应用实验实训室	Windows 操作及 Office 办公软件操作、Dreamweaver 网页设计、C 语言程序设计实验、多媒体技术、AutoCAD 工程制图、安装 Windows 操作系统、硬件驱动的安装及应用软件的安装、硬件信息查看和性能测试、系统的备份与恢复、软硬件故障的分析与处理
12	新媒体营销实训室	1、网络直播；2、电商运营；3、新媒体运营与推广

## (2) 校外实训基地

目前市场营销专业拥有稳定的校外实践基地 12 家，可提供包括营销策划、销售实战、客户服务、门店管理、网络营销等多个实践岗位，能满足本专业学生顶岗实习需求。具体见下表。

**市场营销专业校外实训基地功能简介表**

序号	校外实习实训基地名称	实训项目
----	------------	------

1	广东广信通信服务有限公司	1、电话营销 2、网络营销 3、客户关系管理
2	广东邮电人才服务有限公司广州分公司	1、促销活动策划 2、门店销售与管理 3、客户关系管理
3	中国电信股份有限公司广州分公司	1、促销活动策划与实施 2、门店销售与管理 3、渠道管理 4、社区营销活动宣传与推广 5、商业客户营销推广
4	广州市金富通金融企业服务有限公司	1、银行网点促销活动策划 2、金融产品销售
5	中国移动通信集团南方基地客户服务中心	1、电话营销 2、网络营销
6	深圳头狼电子商务有限公司	1、网络营销 2、网店经营 3、网店运营与推广 4、电商客服
7	广州进陶电子商务有限公司	网店运营、网络营销、网上推广、电子商务
8	广东省通信产业服务有限公司广州分公司	电话营销、客户关系管理、门店销售、人力资源管理助理
9	中国电信 10000 号广州区域中心	客户沟通、客户服务管理、客户关系管理
10	广州邮区中心局	物流服务、分拣、封发
11	中捷通信服务有限公司	项目助理、招投标、业务助理
12	中国联通广州分公司	店堂销售、客户关系管理

### (三) 教学资源

本专业目前公开出版国家规划教材 7 本，自编教材 4 本。借助校内的得实、超星等课程资源共享网络平台建设 6 门在线课程，其中校级精品在线开放课程 5 门，1 门入选校级十大金课，6 门主干课程均实现校企合作开发。

学校图书馆建筑面积为 3106.5 平方米，学校图书馆设有各类型阅览室 10 间，流通书库 2 个，共有阅览座位 546 个。目前，学校全馆入藏文献总量达 68 万余册，其中纸质图书为 25 万余册（专业纸质图书 15.5 万册），电子图书 15 万余册，纸质报刊 7 万余册，电子期刊折合图书 21 万余册。其中专业可利用的电子阅览室 1 间，有电子期刊、电子图书、自建特色数据库等数字资源，可较好地满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

#### **（四）教学方法**

本专业倡导以学生为中心因材施教、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，任课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等采用灵活的教学方法和教学形式，实现教学目标。

本专业在教学中一直致力于产教融合，和企业开展各种形式的合作，提升学生的实践能力。专业方向课和企业合作开发，由企业专家进行实践指导，人才订单班、顶岗实习等课程施行双导师制，坚持学中做、做中学。

同时在教学中充分开展信息化教学，运用互联网打通课堂内外学习平台，实施“双线整合、三个课堂整合”的混合式教学模式。

#### **（五）教学评价**

本专业建立了由教学督导、第三方、企业、家长共同参与的多维度教学评估制度。

对学生的评价：对学生的学习效果采用过程性考核、终结性考核，考评主体包括教师考评（企业专家考评）、学生互评与自评，考评形式根据考核内容，采取笔试、面试、现场演示、视频考核等灵活多样的考核形式。

对教师的教学评价：建立了由学生、家长、企业、同行、督导、教学管理部门、教师自身、第三方评估机构多方位参与的教学评估体系，该评估体系既评估教学过程也评估教学质量、人才培养质量、师德师风等，各方评估主体与教师及专业建设者形成有效沟通渠道，形成质量管控闭环，促进教学诊改和专业建设不断优化完善。

#### **（六）质量管理**

学校和二级学院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，依据《教学质量监控管理办法》、《教学质量评价管理办法》，开展课堂教学与教学评价的质量标准建设，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。依据《教学督导工作管理办法》，开展教学督导听课、评课、议课，加强日常教学组织运行的监督管理。

学校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。专业教研组织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、毕业要求**

具有学籍的学生，必须具备以下条件才能毕业：

学生按本专业人才培养方案要求修完规定的课程，考核合格，达到毕业最低总学分，准予毕业，颁发毕业证书。

#### **（一）学分要求**

本专业按学年学分制安排课程，学生最低要求修满总学分 108 个学分，其中任选课 9 学分。

## （二）建议可考取证书

1. 获得以下英语证书之一（见下表）

序号	证书/工种名称	发证机关
1	全国高等学校英语应用能力考试 B 级证书 或以上	高等学校英语应用能力考试委员会
2	全国职场英语证书	商务部中国国际贸易学会
3	高级职业英语证书	广东省教育厅
4	全国大学生英语四级或六级考试证书	全国大学英语四、六级考试委员会

2. 获得以下计算机应用能力证书之一。（见下表）

序号	证书/工种名称	发证机关
1	全国高等学校计算机课程水平考试一级— —计算机应用证书	广东省教育厅
2	全国计算机等级考试（NCRE）一级— MS OFFICE 证书	教育部考试中心
3	办公软件应用四级（操作员级）及以上证 书	国家人力资源和社会保障部

3. 获得以下职业资格证书之一。（见下表）

序号	证书/工种名称	发证机关
1	初级经济师专业职称证书	人社部
2	职业核心能力认证证书	教育部考试中心

## （二）操行要求

每学期操行评定为及格及以上等级。

## 十、附件

《专业教学计划进程表》

市场营销专业三二分段实施性教学计划（2020 级）

课程类别	课程名称	学分	总学时	讲授	实训	考核	各学期教学周数与周学时分配							
							1	2	3	4	5	6		
							18 周	18 周	18 周	18 周	18 周	18 周		
必修 课	公共 基础 课	职业生涯规划	2	34	34		考查	2						
		职业道德与法律	2	36	36		考查		2					
		经济政治与社会	2	36	36		考查			2				
		哲学与人生	2	36	36		考查				2			
		语文	10	178	178		考试	2	2	2	4			
		数学	10	178	178		考试	2	2	2	4			
		英语	8	142	142		考试	2	2	2	2			
		计算机应用基础	6	106	53	53	考查	2	4					
		体育与健康	10	172	172		考试	2	2	2	2			2

		公共艺术	2	34	34		考查	2					
		历史	2	34	34		考查	2					
		小计：占	31.9%	<b>56</b>	<b>986</b>	<b>933</b>	<b>53</b>		<b>16</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>2</b>
	专业核心课	消费心理	4	68	34	34	考查	4					
		商品知识	4	68	34	34	考试	4					
		现代推销技术	4	72	36	36	考试		4				
		门店管理	4	72	36	36	考查			4			
		市场营销基础	6	108	54	54	考试			6			
		品牌推广	4	60	30	30	考试						4
		广告实务	2	36	18	18	考查			2			
		客户服务管理	4	72	36	36	考查				4		
小计：占		18.2%	<b>32</b>	<b>556</b>	<b>278</b>	<b>278</b>		<b>8</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
果 限 选	专 支 业	商务礼仪	4	68	34	34	考查	4					

		财会知识	4	72	36	36	考查		4				
		电子商务基础	4	72	36	36	考查		4				
		办公软件应用	2	36	18	18	考查		2				
		小计：占 8.0%	<b>14</b>	<b>248</b>	<b>124</b>	<b>124</b>		<b>4</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>
必修 课	实践 课	入学教育（军训）	1	30		30	考查	1周					
		沙盘模拟企业经营	1	18		18	考查				3天		
		专业综合实训（营销推广）	5	84		84	考查						3周
		毕业实习	28	540		540	考查					18周	
		毕业教育	1	30		30	考查						1周
		小计：占 20.5%	<b>36</b>	<b>702</b>	<b>0</b>	<b>702</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>
三二分段衔接课	实用管理学	4	72	36	36	考试				4			
	经济学基础	4	60	30	30	考试						4	
	新媒体运营	5.5	90	45	45	考查						6	

		市场调查与预测	4	60	30	30	考试						4
		软文写作	2	30	15	15	考查						2
		<b>三二分段衔接课小计</b>	<b>19.5</b>	<b>312</b>	<b>156</b>	<b>156</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>		<b>16</b>
任 选 课	公共选 修课	根据教学需要安排	6	102	51	51		0	0	2	2		2
		小计：占 3.4%	6	102	51	51		0	0	2	2		2
	专业选 修课	根据教学需要安排	10	168	84	84		0	0	4	2		4
		橱窗展示设计与欣赏	2	36	18	18	考查				2		
		小计：占 6.8%	12	204	102	102		0	0	4	4		4
合 计			<b>175.5</b>	<b>3110</b>	<b>1644</b>	<b>1466</b>		<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>28</b>

### 市场营销专业教学计划进程表（2020 级）

招生类别：中高三分段

学制二年（全日制）

课程 分类	序号	课程名称	课程 属性	课程 性质	总 学 分	计划学时						考 核 方 式	各学期课堂学时及实训 周数分配				备 注	
						总 学 时	理论学时		实践学时				第一学年	第二学年				
							课 内 学 时	网 络 学 时	课 内 实 践 学 时	技 能 实 训 学 时	课 外 实 践 学 时			1	2	3		4
公共课程	1	思想道德修养与法律基础	公共课	必修课	3	48	28	0	10	0	10	考试	38					
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（上）	公共课	必修课	2	32	22	0	6	0	4	考试		28				
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（下）	公共课	必修课	2	32	22	0	6	0	4	考试			28			
	4	廉洁修身	公共课	必修课	1	18	18	0	0	0	0	考查		18				
	5	形势与政策	公共课	必修课	1	24	18	0	6	0	0	考查	6				每学期排 6 个课时，另外 2 个不排入课表以大报告形式	
	6	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	公共课	必修课	1	20	20	0	0	0	0	考查	E				不排入课表，以大报告形式开展	
	7	军事技能训练	公共课	必修课	2	112	0	0	0	112	0	考查	2W					
	8	军事理论	公共课	必修课	2	36	0	36	0	0	0	考查	E				选用超星网络教学平台	
	9	体育 1	公共课	必修课	2	36	2	0	18	0	16	考试	20				其中的体育实践 16 学时不排入课程表	
	10	体育 2	公共课	必修课	2	36	2	0	18	0	16	考试		20			其中的体育实践 16 学时不排入课程表	
	11	体育 3	公共课	必修课	2	36	0	0	0	0	36	考查			E		全部不排入课程表	
	12	大学生心理健康教育	公共课	必修课	2	36	36	0	0	0	0	考查	E				军训期间授课，全部不排入课表。	

	13	大学生职业发展与就业指导	公共课	必修课	2	32	24	8	0	0	0	考查		24			
	14	创新创业教育	公共课	必修课	2	32	24	6	0	0	2	考查	E				第1学期: 创新技法8节(网络课程6节+大作业2节), 军训期间完成; 第3学期24节: 创业教育
	15	学生素质行为养成教育	公共课	必修课	6	0	0	0	0	0	0	考查		1W			包括入学、毕业教育
	16	公益劳动课程	公共课	必修课	2	32	20	0	0	12	0	考查		20			其中技能实训12学时不排入课表, 在劳动周进行
	17	办公软件高级应用	公共课	必修课	2	32	6	0	26	0	0	考查	32				
	18	办公软件高级应用实训	公共课	必修课	1	26	0	0	0	26	0	考查		1W			
	19	公共选修/跨界课程	公共课	公共选修课	9	144	0	144	0	0	0	考查					学生需在1-3学期修完9个学分的公共选修/跨界课程。
	公共课程小计				46	764	242	194	90	150	88		96	116	58	0	
专业基础课程	20	商务统计应用	专业基础课	必修课	4	64	32		32			考试	64				
	21	△*市场营销实务	专业基础课	必修课	3	48	24		24			考试	48				中高衔接课程/课证融通课程(初级经济师和职业核心能力认证)
	22	※△应用文写作	专业基础课	必修课	2	32	24		8			考查			32		为学培融合课程, 融合了企业的公文写作与处理, 课证融通课程(职业核心能力认证)
	23	△※商务沟通与礼仪实训	专业课	必修课	1	26				26		考查			1W		为课证融通课证, 和职业核心能力认证考试融通。同时也是学培融合课程, 融合银行、通信等企业客服岗位的商务礼仪、商务沟通培训课程。
	24	市场营销综合技能实训	专业课	必修课	1	26				26		考查	1W				
	专业基础课程小计				11	196	80	0	64	52	0		112	0	32	0	
专业核心课程	25	市场调查与预测	专业课	必修课	3	48	24		24			考试	48				
	26	※市场营销策划项目(技能+竞赛)	专业课	必修课	2	52				52		考查		2W			两周的实训要间隔一周来排。
	27	△客户关系管理	专业课	必修课	4	64	32		32			考试			64		课证融通课程(职业核心能力认证)、8个课时以专题形式开展, 主要内容是网络客服的服务技巧、网络用户的关系管理等。

	28	推销与商务谈判	专业课	必修课	4	64	32		32					64			
	29	※新零售管理实务	专业课	必修课	3	48	24		24		考试		48			本课程因为课培融合课程，融合了广州电信 POP 海报制作培训课程。	
	30	※新媒体营销	专业课	必修课	3	48	24		24		考查		48			学培融合课程，融合了国税的新媒体营销培训课程	
	专业核心课程小计				19	324	136	0	136	52	0		48	96	128	0	0
专业方向课程	31	公共关系实务	专业课	必修课	3	48	24		24		考查			48			
	32	广告理论与实训	专业课	必修课	3	48	24		24		考查		48			其中 12 个学时为互联网营销软文设计与撰写。	
	33	电子商务技能实训	专业课	必修课	1	26			26		考查		1W			课证融通课程, 和阿里巴巴商学院的电子商务技能证书融合。	
	34	营销法规	专业课	必修课	2	32	16		16		考试		32				
	35	内容营销/ 通信业务服务营销(校企合作开发课程)	专业课	专业选修课	3	78			78		考查			3W			此模块为校企合作开发课程, 二选一, 其中模块一为互联网+营销方向, 合作企业为广东头狼教育科技有限公司, 模块二为通信业务服务营销方向, 合作企业为广州联通和广州电信 10000 号客服中心。
			专业课	专业选修课													
	专业方向课程小计:				12	232	64	0	64	104	0		0	80	48	0	
综合实践课程	36	顶岗实习	专业课	必修课	18	432			432		过程						
	37	毕业设计(论文)	专业课	必修课	2	0			0		过程						
	综合实践课程小计				20	432	0	0	0	432	0		0	0	0	0	
<b>合计:</b>					108	1948	522	194	354	790	88	技能实训周数	3	5	4		
<b>理论、实践比例:</b>							36.76%		63.24%			周学时	20	22	19		

备注:专业核心课程(#); 课证融通课程(△); 中高衔接课程(\*); 学培融合课程(※)。