

江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院
五年制高等职业教育实施性人才培养方案
(2020 级)

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

修订日期： 2024 年 9 月

市场营销专业实施性人才培养方案

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

初中应届毕业生

三、修业年限

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)	主要岗位群或技术领 域举例	职业资格或 职业技能等 级证书举例
财经商贸大类 (63)	市场营销 (6307)	批发业 (51) 零售业 (52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-01-02-05) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售代表、销售经理、 区域销售经理、卖场 经理、小微商业企业 创业者、市场主管、 市场经理、市场调研 专员	网店运营推 广、新媒体 营销、跨境 电商海外营 销等 1+X 职 业技能等级 证书

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，面向批发业、零售业，能够从事产品销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行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领导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) 能够熟练掌握与本专业从事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、国家安全等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感 and 担当精神。

(5) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(6) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本身体运动知识和体育舞蹈、篮球等运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(7) 具有一定的文化修养、审美能力，形成美术、音乐等艺术特长或爱好。

2. 知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(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。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容与方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

本专业课程设置框架主要包括公共基础课程体系和专业（技能）课程体系。公共基础课程体系包括思想政治课程模块和文化课程模块；专业（技能）课程体系包括专业（群）平台课程模块、专业核心课程模块、专业方向课程模块、专业技能实训课程模块等。

（一）主要公共基础课程教学内容及目标要求

思想政治、语文、历史、国家安全教育课程依据中等职业学校、高等职业学校思想政治、语文、历史、国家安全教育课程标准开设，并达到课程标准规定的要求。其他主要文化课程教学内容及目标要求如下：

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	数学 (288)	<p>本课程分为必修模块、选修模块、发展（应用）模块。</p> <p>必修模块：集合、不等式、函数、三角函数、数列、平面向量、立体几何、概率与统计初步、复数、线性规划初步、平面解析几何、排列、组合与二项式定理等。</p> <p>选修模块：逻辑代数初步、算法与程序框图。</p> <p>发展（应用）模块：极限与连续、导数与微分等内容。</p>	<p>提高作为高技能人才所必须具备的数学素养。获得必要的数学基础知识和基本技能；了解概念、结论等的产生背景及应用，体会其中所蕴涵的数学思想方法；提高空间想象、逻辑推理、运算求解、数据处理、现代信息技术运用和分析、解决简单实际问题的能力；发展数学应用意识和创新意识，形成良好的数学学习习惯。</p>
2	英语 (252)	<p>本课程分为必修模块、选修模块。</p> <p>必修模块：以主题为主线，涵盖语篇类型、语言与技能知识、文化情感知识。</p> <p>在自我与他人、生活与学习、社会交往、社会服务、历史与文化、科学与技术、自然与环境 and 可持续发展 8 个主题中，涵盖记叙文、说明文、应用文和议论文等文体，并涉及口头、书面语体。</p> <p>语言与技能知识包括语音知识、词汇知识、语法知识、语篇知识、语用知识。</p> <p>文化情感知识包括中外文化的成就及其代表人物、中外传统节日和民俗的异同、中外文明礼仪的差异、相关国家人文地理、中华优秀传统文化等。</p> <p>选修模块：依据与职业领域相关的通用职场能力设立求职应聘、职场礼仪、职场服务、设备操作、技术应用、职场安全、危机应对、职场规划等主题。</p>	<p>掌握英语基础知识和基本技能，发展英语学科核心素养。能运用所学语言知识和技能在职场沟通方面进行跨文化交流与情感沟通；在逻辑论证方面体现出思辨思维；能够自主、有效规划个人学习，通过多渠道获取英语学习资源，选择恰当的学习策略和方法，提高学习效率。</p>

3	信息技术 (108)	<p>本课程分为基础模块（必修）和拓展模块（选修）。</p> <p>基础模块：信息技术应用基础、网络技术应用、图文编辑、数据处理、演示文稿制作、程序设计入门、数字媒体技术应用、信息安全基础、人工智能。</p> <p>拓展模块：应用办公云、制作实用图册、编制数据报表。</p>	<p>了解信息技术设备与系统操作、程序设计、网络应用、图文编辑、数据处理、数字媒体技术应用、信息安全防护和人工智能应用等相关知识；理解信息社会特征；遵循信息社会规范；掌握信息技术在生产、生活和学习情境中的相关应用技能；具备综合运用信息技术和所学专业知解决就业岗位情境中具体业务问题的信息化职业能力。</p>
---	---------------	---	---

(二) 主要专业(群)平台课程教学内容及目标要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	市场营销 (72)	<p>市场营销基本概念；市场环境分析；消费者购买行为分析；市场营销调研；市场细分；目标市场选择；市场定位；产品策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等。</p>	<p>理解市场营销在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用；掌握市场营销理论基本内容；掌握市场分析基本原理和方法知识，能进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要；能独立完成有关资料的搜集、整理、分析，并运用营销 4P 策略解决企业市场营销中的实际问题。</p>
2	电子商务 基础 (72)	<p>电子商务概念、分类；几种常用电子商务交易模式；网络营销；网上支付与安全交易；物流配送；网上创业等。</p>	<p>掌握电子商务的基本概念、分类、交易模式；掌握网络营销概念、特点、策略；掌握物流基本概念、分类，掌握网络广告的类型和特点；能熟悉电子商务发展中的技术问题、安全问题、物流配送问题、支付问题以及法律法规问题等电子商务中的相关环境；能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子商务网站，进行网上创业。</p>

3	基础会计 (72)	<p>会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、运用借贷记账法；识别经济业务与原始凭证；核算企业基本经济业务；财务报表和财务会计报告等。</p>	<p>能正确应用会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容；能准确按照会计的专门方法作会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力。</p>
4	现代商务谈判 (72)	<p>商务谈判行为；商务谈判探询；商务谈判准备；商务谈判管理；商务谈判开局；商务谈判磋商；商务谈判排障；商务谈判定局等。</p>	<p>理解商务谈判的基本特征和规律；掌握商务谈判的基本理论、方法和策略；具备从事谈判工作的素质、能力和技巧；树立商务谈判的双赢、合作、博弈意识；会对给定的简单谈判情景进行谈判班子的组建、计划的制定、相关资料的收集与处理以及谈判方案的制定。</p>
5	现代物流管理 (72)	<p>物流概论；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链物流管理；物流新领域等。</p>	<p>掌握物流管理的基本知识，熟悉这些知识在物流管理中的应用与发展；具备物流管理的基本技能，并能有效解决物流管理中的实际问题。</p>
6	国际贸易基础 (72)	<p>国际贸易的基本概念；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；进口关税措施；非关税壁垒措施；鼓励出口和出口管制措施；外国直接投资；跨国公司与国际贸易；区域经济一体化；世界贸易组织等。</p>	<p>掌握国际贸易的基本概念，知晓国际贸易发展趋势；熟悉国际贸易政策和常见的国际贸易措施，了解世界贸易组织相关内容和当代国际贸易发展趋势；能够运用国际贸易基本理论、基本知识对我国外贸措施、动态进行分析；初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养。</p>
7	经济学基础 (72)	<p>包括微观经济学和宏观经济学。微观经济学包括经济学导论、价格理论、消费者均衡、生产与成本理论、市场结构理论与市场失灵等；宏观经济学包括国民收入核算、失业与通货膨胀等。</p>	<p>树立市场经济的意识；掌握市场经济的思维方式及市场运行中的经济规律的基本原理；形成初步具备经济领域从业的基本职业意识和职业素养。</p>

8	沟通协作技巧 (72)	沟通协作基本原理和原则；沟通心理；有效沟通的基本技能；一对一沟通技巧；小组沟通技巧；人际风格沟通技巧等。	了解沟通协作基本原理和原则；掌握实用沟通技巧；能在一对一沟通、小组沟通及与不同人际风格的上司、下属和客户沟通等情景下正确使用各种沟通技巧并取得良好效果。
9	企业管理 (72)	企业的特征与类型；企业的设立与登记；企业的组织与管理；企业的目标与责任；企业的经营定位与目标；经营管理的职能与方法；企业经营管理要素等。	正确进行企业经营定位；能分析并制定企业的经营目标；会进行企业经营决策；会对企业的营销进行全面控制，以保证营销计划的贯彻执行；会进行人力资源管理。
10	消费者行为分析 (72)	消费者购买行为的心理研究；对不同类型消费者购买商品的心理分析；柜台接待的心理研究等。	掌握顾客购买商品的心理能力；学会观察顾客的心理表现，提高观察问题和随机应变的能力。
11	统计学基础 (72)	社会统计的研究对象、特点、基本方法、工作过程；社会统计资料搜集和整理的方法、平均指标、相对指标、时间数列分析、统计指数、参数估计等。	会运用统计设计、统计调查、统计整理和分析的一般方法和技能；能进行具体的计算分析，为从事会计财务管理相关工作奠定基础。
12	连锁经营与管理 (72)	连锁超市发展概述；商品经营陈列；采购作业管理；商品盘点与存货管理；商品质量管理；防损管理；生鲜管理；服务管理；物流与配送管理；财务分析与绩效评估等。	能进行商品陈列、采购、盘点等业务管理；具备良好的质量控制、损耗控制等技能；能胜任连锁经营岗位的工作。
13	商务礼仪 (72)	认知礼仪；个人礼仪；见面礼仪；活动礼仪；办公礼仪；涉外礼仪；综合技能实训等。	能具备商务礼仪意识；掌握商务礼仪的基本知识与基本技能；能按照礼仪规范进行常见的商务活动；养成礼貌待人的习惯。
14	国际商务英语 (72)	商务面试的基本用语；商务接洽的基本特点；商务接待中会议安排流程；接洽技能技巧与用语；产品介绍的用词和表达；在线电商服务人员语言规范及技巧等。	掌握商务英语听说的基本内容；能通过对面试、迎新、会议安排、接待外国客户、视察工厂、介绍产品、在线电商、营销策略等方面的学习，把握客商服务心理需求为其提供优质、人性化的服务。
15	跨境电子商务 (72)	跨境电商交易流程；跨境贸易术语与报价；跨境电商物流与保险；跨境电商支付与结汇；跨境电商网络营销手段；跨境电商平台等。	熟悉跨境电商平台；熟练运用网络营销工具优化产品信息；能通过运营与推广，提升转化率，高效开展企业跨境电子商务活动。

(三) 主要专业核心课程教学内容及目标要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	现代广告 策划 (72)	广告构成要素；广告媒体的选择；广告创意；广告文案的写作和广告活动的策划等。	培养对广告活动及创意的鉴赏和评价能力；训练文案写作能力和广告活动的策划能力。
2	公共关系 策划 (72)	公共关系的基本理论；组织和公众各自的相关情况；树立组织形象的方法；组织与公众沟通的手段和技巧等。	掌握现代公共关系基本理论和知识；能有效开展组织与公众的沟通工作；能运用组织形象树立的方法与技巧，树立并维护组织良好形象、解决组织工作中存在的问题。
3	现代推销 技术 (72)	推销含义；推销员素质要求与基本礼仪；推销准备与策划；接近技术实务；产品介绍与示范；沟通；语言艺术与说服技巧；处理顾客异议技术实务；成交谈判技术；成交手续；售后跟踪；推销员管理等。	掌握推销工作流程中各个业务环节的基本技术；熟悉本行业产品的具体推销技巧；掌握推销员管理的基本内容及要求。
4	客户关系 管理 (108)	客户的类型、特点；与客户建立良好关系的方法；进行客户关系管理等。	会对客户类型的分析；掌握与客户建立良好关系的方法；会进行客户关系管理。
5	营销策划 (108)	营销策划的发展过程；营销策划的基础与方法；目标市场策划；产品定位策划；新产品开发策划；产品生命周期与营销策划；竞争战略策划；产品策划；定价策划；促销策划等。	掌握如何在进行营销活动时根据企业的营销目标开展有效的市场策划活动，并具备从事市场营销策划的能力。
6	网络营销 (72)	网络营销环境；网络消费者特征；网络消费者购买动机和行为；网络消费者购买模式；影响网络消费者购买的因素；网络营销常用工具和方法；网络营销策略等。	掌握网络营销常用的工具和方法；熟练掌握网络营销的各种技巧；掌握网络营销的产品、价格、渠道和促销策略。
7	市场调查 与预测 (108)	市场调查及预测产生和发展；市场调查与预测的必要性；基本知识和方法；调查资料的整理与分析；调查与预测报告的撰写等。	掌握市场调查与预测的方法；明确市场调查与预测在企业中的重要性；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预测；具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力。
8	新媒体营 销	新媒体营销认知；新媒体营销策划；新媒体营销文案创作；新媒体营销图文	能运用多种新媒体工具和平台、撰写内容营销文案、组织开展

	(108)	类；视频类内容设计；新媒体营销数据分析等。	整合营销活动。
--	-------	-----------------------	---------

(四) 集中实践课程教学内容及目标要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	目标要求
1	市场营销实训 (1周/30学时)	可利用相关实训软件或项目化实训教学开展市场调研实训、市场细分实训、SWOT分析实训、产品研发和包装策略制定实训、价格策略制定实训、渠道策略制定实训、促销策略制定实训等。	学生运用市场营销的基本理论、方法和程序，从新的营销视角、观念及思维出发，对企业生存发展的宏观经济与微观市场环境进行分析，寻找企业与目标市场顾客群的利益共性，以消费者满意为目标，重新组合和优化配置企业可开发利用的人、财、物资源和市场资源，对整体或某一方面的市场营销活动进行分析、判断、推理、预测、构思、设计，从而制定出具有一定创意、可操作的、以最少投入取得最大效益的市场营销方案。
2	沟通协作技巧实训 (1周/30学时)	可开展沟通技巧心理素质实训、沟通技能主要环节实训、沟通技能实用艺术实训、与上司沟通实训、与下属沟通实训、与客户沟通实训、电话和采访沟通实训、会议与展示沟通实训等。	学生能够有效倾听、高效表达；能准确分析沟通对象心理；能遵循正确的沟通环节及步骤、合理运用沟通技术及技巧开展沟通活动。
3	项目销售实训 (1周/30学时)	可开展寻找顾客模拟实训、推销接近模拟实训、推销洽谈模拟实训、处理顾客异议模拟实训、交易促成模拟实训、客户维护模拟实训、项目销售综合实训、社会实践等。	学生熟练掌握特定项目背景下的推销业务流程及实施技巧，从单项到综合实训、从模拟情境到真实业务情境进一步有效提升实际销售工作能力。
4	市场调查与预测实训 (1周/30学时)	可开展市场调研目标与内容分析实训、市场调研方案的设计实训、抽样设计实训、问卷设计实训、态度测量设计实训、访问调查实训、市场信息资料整理和分析实训、定性预测法实训、定量预测法（一元线性回归法的应用）实训、市场调查报告撰写实训等。	学生能够熟练掌握整个市场调研程序的各项工作流程，培养对市场信息的收集、整理、分析能力，锻炼对资料的综合分析能力、对实际问题的解决能力和创新能力。
5	广告策划实训 (1周/30学时)	可开展广告策划计划制定实训、广告调查实训、广告定位实训、广告创意设计实训、广告文案创作实训、广告媒体选择实训、广告预算以及广告效果测评实训	学生能按照广告策划流程合理制定广告策划计划；能高效搜集和分析广告调查所获信息资料；能准确确定广告活动目标、定位、创意及文案

		等。	要点；能进行广告预算并合理选择广告媒体；能完成整体广告策划方案的撰写。
6	公关策划实训 (1周/30学时)	公共策划文案实训、专题活动(赞助会、展览会、新闻发布会、企业庆典、行业比赛)策划实训等。	学生掌握公关策划的基本构成、程序；熟练运用公关策划技巧开展赞助会、展览会、新闻发布会、庆典、比赛等公关主题活动，有效树立企业良好的公众形象。
7	新媒体营销实训 (1周/30学时)	可利用相关实训软件或项目化实训教学开展微信营销实训、微博营销实训、抖音营销实训、社群营销实训、短视频营销实训等。	学生能够利用网络进行新媒体营销前的市场调研、合理规划新媒体营销整体方案；掌握各种新媒体营销工具、平台推广技巧；能利用各种新媒体营销手段进行新媒体营销的推广实施，并对推广效果进行有效的检测评估。
8	营销策划实训 (1周/30学时)	可开展目标市场策划实训、产品定位策划实训、新产品策划实训、产品生命周期与营销策划实训、竞争战略策划实训、产品价格策划实训、产品销售渠道策划实训、产品促销策划实训、整体策划方案整合实训等。	学生参与企业实际(或自主、模拟创业主题)的营销活动，根据企业实际情况对部分营销活动进行策划，形成方案或策划书。要求掌握企业营销策划的具体方法、程序和技巧；能够运用所学营销策划知识解决企业营销中存在的实际问题。
9	顶岗实习 (14周/420学时)	到批发/零售企业、事业、电子商务公司、外贸公司等单位的产品销售岗位/营销策划岗位/市场调研岗位/客户关系管理等岗位直接参与相关业务工作，综合运用本专业所学知识和技能，完成一定的工作任务，获得相应岗位工作责任、专业能力、工作能力锻炼。	体验和学习营销相关工作岗位职责、要求和团队精神、单位文化，提升学生的职业认知，增强专业应用能力、专业操作能力和岗位适应能力。

七、教学进程总体安排表

(一) 教学时间表(按周分配)

学期	学期周数	理论教学		实践教学						入学教育与军训	劳动/机动周
		授课周数	考试周数	技能训练（理实一体）		课程设计 毕业论文		企业见习 顶岗实习			
				内容	周数	内容	周数	内容	周数		
一	20	16	1							2	1
二	20	17	1	市场营销实训	1						1
三	20	17	1	沟通协作技巧实训	1						1
四	20	17	1	项目销售实训	1						1
五	20	17	1	市场调查与预测实训	1						1
六	20	17	1	广告策划实训	1						1
七	20	17	1	公关策划实训	1						1
八	20	17	1	新媒体营销实训	1						1
九	20	17	1	营销策划实训	1						1
十	20	0	0			毕业论文	4	顶岗实习	14		2
合计	200	152	9		8		4		14	2	11

(二) 教学进程安排表（见附录）

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业现有专业专任教师 19 人，兼职教师 5 人。专任教师中教授 1 人、副教授（含高讲）7 人、讲师 11 人。副高级及以上职称专业专任教师比例 36.8%，“双师型”专业专任教师 18 人，占比 94.7%，研究生学历 10 人，占比 52.6%。目前在校生人数约 179 人，学生数与专任教师数比例 9:1。专业专任教师队伍职称、年龄已形成合理的梯队结构。同时，选聘东方盐湖城发展有限公司人力资源部经理汪双旭（高级人力资源管理师、企业培训师）、江苏华润万家超市食品部经理冯春光（企业培训师）担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制。

表：市场营销专业专任教师情况

序号	姓名	年龄	专业及学位	职称	双师型
1	刘幸赞	38	国际贸易专业硕士	副教授	是
2	钱怡云	32	国际商务专业硕士	讲师	是
3	邹阳	33	国际商务专业硕士	讲师	是
4	李志伟	53	市场营销专业本科	讲师	是
5	俞翔	48	工业工程专业硕士	高级讲师	是
6	郎艳	41	工业工程专业硕士	副教授	是

7	张晖	54	国际贸易专业硕士	教授	是
8	陈霞	57	国际贸易专业本科	副教授	是
9	刘增武	53	工商管理专业本科	讲师	是
10	徐燕	43	工业工程专业硕士	副教授	是
11	吕义波	38	市场营销专业本科	讲师	是
12	朱绿尘	36	经济法专业硕士	副教授	是
13	陈建飞	61	市场营销专业本科	副教授	是
14	金媛	29	金融学专业硕士	助讲	是
15	芮萍	45	贸易经济（师范）专业本科	讲师	是
16	肖宁	42	环境工程专业硕士	讲师	是
17	许峰	47	市场营销专业本科	讲师	是
18	沈瑞艳	46	工商管理专业本科	讲师	否

2. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有教师资格和市场营销专业领域有关证书；具有市场营销、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有市场营销专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘营销专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪“数字营销”发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或实训基地实训，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人钱怡云老师，具有市场营销专业讲师职称，是常州市市场营销专业带头人。能够较好地把握国内外批发、零售及商务服务行业专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在市场营销专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

兼职教师5人，主要是具有工商管理相关专业本科学历的3名优秀非在编教师和2名企业导师构成。两名企业导师分别为东方盐湖城发展有限公司人力资源部经理汪双旭（高级人力资源管理师、企业培训师）和江苏华润万家超市食品部经理冯春光（企业培训师）。兼职教师具有扎实的专业理论知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、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

教学设施主要配备有能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实习基地。

1. 专业教室基本条件

本专业配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，有网络安全防护措施。安装有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，能保证逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

序号	主要实训（实验）室	主要功能	主要设备
1	市场营销综合实训室	学生借助市场营销模拟教学软件进行模拟营销实训,实现营销理论知识与操作实务的对接。	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅（50台套）。
2	模拟商务谈判室	通过一个虚拟的谈判环境,使学生对商务谈判过程进行模拟实训,实现商务谈判理论与技巧的对接。	谈判桌椅、录播系统、笔记本电脑、多媒体教学设备、大屏幕网络电视（50台套）。
3	营销策划实训室	营销策划实训室作为营销专业教学经营实体,为学生实训、教师研修、企业策划提供平台,主要是面向社会开展项目咨询、策划、设计及相关学术研究。	电脑、打印机、复印机、配套桌椅（50台套）。
4	新媒体营销实训室	用于社群营销、内容营销、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等内容的教学与实训。满足学生进行商品拍摄、短视频录制、直播、图片视频处理、H5 动态页面制作、新媒体营销策划、软文撰写、微信营销、微博营销、短视频营销等新媒体营销实训及相应的课堂教学、考核评价的需求。	服务器、多媒体教学设备、电脑及配套桌椅（30—50台套）。
5	电子商务实训室	用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训。	服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅（50台套）。
6	企业沙盘创业中心	包括企业运营的战略规划、市场营销、生产组织、财务管理等关键环节,是一个制造企业的缩影。	电脑、ERP 沙盘物理台面、投影仪及幕布、文件柜。
7	实习超市	提供全真经营实习。	POS机、货架及商品。

3. 校外实习基地基本要求

本专业具有龙城旅游控股集团、常州旅商常青藤企业管理有限公司、江苏依迪数据服务有限公司、上海聚水潭网络科技有限公司、上海有鸣教育科技有限公司、东方盐湖城旅游发展有限公司 5 家稳定的校外实习基地能提供产品销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市

场调查与分析等相关实习岗位；能涵盖当前营销行业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

4. 支持信息化教学基本要求

本专业具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；积极引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，提升教学效果。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书文献以及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

本专业规范执行江苏联合职业技术学院关于教材开发和教材选用的相关管理制度，持续完善教材选用制度，并通过规范程序择优选教材。

2. 图书文献配备基本要求

本专业的图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生们能够方便查询与借阅。专业类图书文献包括：有关营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

3. 数字教学资源配备基本要求

本专业建设和配备有与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

本方案结合人才培养模式改革、注重教学过程的实践性、开放性和职业性，在专业课程教学中积极探索和开展基于网络教学空间、翻转课堂、任务驱动的“三段七步循环混合”特色教学模式，大力推行“理实一体化”教学改革，坚持“做中学，学中做”。

（五）学习评价

1. 注重职业道德教育，构建学生、老师、家长、企业、社会广泛参与的学生多元主体德育评价体系。

2. 根据本专业课程的不同性质和特点，建立有多元化、开放式、全程化的评价模式。

3. 将学业考核与相关证书相结合，允许用职业技能等级证书等相关证书替代一定课程成绩或学分。

4. 以行业、企业评价标准为依据，本专业与校企合作专家共同参与学生企业顶岗实习环节的评价机制，切实加强和细化学生顶岗实习教学要求。

（六）质量管理

1. 本专业建立有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、毕业论文以及专业调研、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，达到本专业人才培养规格要求。

2. 本专业具有完善教学管理机制，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. 本专业建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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. 本专业一直坚持加强专业教研活动，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。

5. 本专业建立有人才培养方案实施的监管体系，平时注重加强对人才培养方案实施情况的检查视导和必要的质量监测。

九、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 在校期间思想政治操行考核合格。
2. 完成本方案制定的各教学环节活动，各门必修课程成绩考核合格。
3. 取得本方案规定的通用技能证书：全国公共英语等级考试一级证书或全国计算机等级考试一级证书。
4. 取得 1+X 网店运营与推广职业技能等级证书（北京鸿科经纬科技有限公司，中级）或 1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中教畅享科技有限公司，中级）或其他市场营销类专业技能鉴定证书或人社部等部门及相关分支机构鉴定的技能等级证书或常州旅游商贸分院组织鉴定的技能合格及以上成绩等；

5. 修满 270 学分。

十、其他说明

（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. 《省政府办公厅关于深化产教融合的实施意见》（苏政办发〔2018〕48 号）。
4. 教育部颁《高等职业学校市场营销专业教学标准》。
5. 《江苏联合职业技术学院关于专业人才培养方案制（修）订与实施工作的指导意见》（苏联院〔2019〕12 号）。
6. 江苏联合职业技术学院《关于人才培养方案中公共基础课程安排建议（试行）的通知》（苏联院教〔2020〕7 号）。

（二）执行要求

1. 本专业规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学年教学时间 40 周。入学教育和军训安排在第一学期开设。

2. 本专业坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。本方案在 7-9 学期开设有 3 期形势与政策讲座（共 24 学时、1 学分），在 6-8 学期分别开设有中华优秀传统文化教育、革命文化教育、社会主义先进文化教育讲座（共 24 学时、1 学分）。

3. 本专业加强和改进美育工作，以书法、美术、音乐课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动。本方案第 1 学期和第 2 学期分别开设美术、音乐课程（各 18 课时、1 学分）。

4. 根据教育部要求，以实习实训课为主要载体开展劳动教育、创新创业教育、国家安全教育，并开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育 30 学时。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践，设立劳动周。

5. 本专业理论教学和实践教学按 18 学时计 1 学分。军训、入学教育、社会实践、毕业论文、顶

岗实习等，1 周计 30 个学时、1 个学分。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，可按一定规则折算为学历教育相应学分。本专业学生每学期参加一项社团活动，奖励 1 学分；在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。其中市级一等奖奖励学分 3 分、二等奖奖励学分 2 分、三等奖奖励学分 1 分，省级一等奖奖励学分 5 分、二等奖奖励学分 4 分、三等奖奖励学分 3 分，国家级一等奖奖励学分 7 分、二等奖奖励学分 6 分、三等奖奖励学分 5 分。

6. 本专业任意选修课（公共选修类）采用线上教学方案完成，由学生通过在线教学系统在绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、中国文化等课程及专接本课程中自主选修；任意选修课（专业拓展选修类）采用线上教学方案完成，由学生通过在线教学系统在数据营销、国际营销、移动营销、服装营销、药品营销、营销软文写作等课程及专接本课程中自主选修。

7. 鉴于本专业实训项目特点及课程建设、课证融通需要，本专业集中实训项目（综合实训项目）融入相关课程采用理实一体教学方式完成。具体安排如下：市场营销实训项目融入市场营销课程理实一体教学；沟通协作技巧实训项目融入沟通协作技巧课程理实一体教学；项目销售实训项目融入现代推销技术课程理实一体教学；市场调查与预测实训项目融入市场调查与预测课程理实一体教学；广告策划实训项目融入现代广告策划课程理实一体教学；公关策划实训项目融入公共关系策划课程理实一体教学；新媒体营销实训项目融入新媒体营销课程理实一体教学；营销策划实训项目融入营销策划课程理实一体教学。

8. 本专业执行本校制定得毕业论文课题范围和指导要求，配备指导老师，严格加强学术道德规范。

9. 本专业严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》，与合作企业共同制定顶岗实习计划、实习内容，共同商定指导教师，共同制定实习评价标准，共同管理学生实习工作。

10. 本方案总学时为 5190 学时，总学分为 271 学分。其中公共基础课 1842 学时，占总学时的 35.49%；专业（技能）课程 2556 学时，占总学时的 49.25%；任选课程 612 学时，占总学时的 11.79%；素质拓展课程 180 学时，占总学时的 3.47%。实践性教学 2640 学时，占总学时的 50.87%。

（三）研制团队

1. 常州旅游商贸分院：

钱怡云、刘幸赞、邹阳、吕义波、芮萍、朱绿尘、郎艳、陈霞、俞翔、李志伟

2. 行业企业专家：

汪双旭 东方盐湖城旅游发展有限公司

华雯漪 上海聚水潭网络科技有限公司

3. 高等院校专家：

江涛涛 常州大学商学院

华德仁 常州大学应用技术学院

十一、附录

教学进程安排表

江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院 市场营销专业 2020 级教学进程安排表

类别	序号	课程名称	学时及学分			周学时及教学周安排										考核方式			
			学时	实践教学学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查		
						18	18	18	18	18	18	18	18	18	18			18	
公共基础课	思想政治课	必修课	1 中国特色社会主义	36	0	2	2											√	
			2 心理健康与职业生涯	36	0	2		2											√
			3 哲学与人生	36	0	2			2										√
			4 职业道德与法治	36	0	2				2									√
			5 思想道德修养与法律基础	54	17	3					2	1							√
			6 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	0	2								2					√
			7 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	0	3									3				√
			8 形势与政策 (专题讲座)	24	0	1								总8	总8	总8			√
			9 中华优秀传统文化	24	12	1							总8	总8	总8				√
			11 党史/新中国史/改革开放史/社会主义发展史/职业素养	36	0	2							1			1			√
			文化课	必修课	1 语文	324	68	18	4	4	2	2	2	2	2				
	2 数学	288			68	16	4	4	2	2	2	2							√
	3 英语	252			68	14	4	4	2	2	2								√
	4 历史	72			0	4	2	2											√
	5 国家安全教育	17			4	1										1			√
	6 体育与健康	324			282	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			√
	7 信息技术	108			65	6	4	2											√
	8 艺术 (美术)	18			8	1	1												√
	9 艺术 (音乐)	18			8	1		1											√
	10 劳动教育	30			30	1			1W										√
	公共基础课程合计			1859	642	102	23	21	10	10	10	8	6	5	5				
专业 (技能) 课	专业 (群) 平台课程	必修课	1 市场营销	72	36	4		4										√	
			2 电子商务基础	72	36	4					4							√	
			3 基础会计	72	36	4			4									√	
			4 现代商务谈判	72	36	4				4								√	
			5 现代物流管理	72	36	4			4									√	
			6 国际贸易基础	72	36	4						4						√	
			7 经济学基础	72	36	4	4											√	
			8 沟通协作技巧	72	36	4			4									√	
			9 企业经营管理	72	36	4							4					√	
			10 消费者行为分析	72	36	4			4									√	
			11 统计学基础	72	36	4					4							√	
			12 连锁经营与管理	72	36	4				4								√	
			13 商务礼仪	72	36	4				4								√	
			14 国际商务英语	72	36	4							4					√	
			15 跨境电子商务	72	36	4							4					√	
	专业核心课程	必修课	1 现代广告策划	72	36	4						4						√	
			2 公共关系策划	72	36	4							4				√		
			3 现代推销技术	72	36	4				4							√		
			4 客户关系管理	108	80	6								6			√		
			5 营销策划	108	80	6									6		√		
			6 网络营销	72	36	4						4					√		
7 市场调查与预测			108	80	6					6						√			
8 新媒体营销			108	80	6								6			√			
专业平台课程小计			1800	1004	100	4	4	16	16	14	12	16	12	6					
专业方向课程	限选课	1 快速消费品基础知识	72	36	4					4							√		
		2 快速消费品渠道管理	72	36	4						4						√		
		3 快速消费品营销与策划	72	36	4									4		√			
		专业方向课程小计			216	108	12	0	0	0	0	4	4	0	0	4			
集中实践课程	必修课	1 市场营销实训					1W										√		
		2 沟通协作技巧实训						1W									√		
		3 项目销售实训							1W								√		
		4 市场调查与预测实训								1W							√		
		5 广告策划实训									1W						√		
		6 公关策划实训										1W					√		
		7 新媒体营销实训											1W				√		
		8 营销策划实训												1W			√		
		9 毕业论文	120	120	4											4w		√	
		10 顶岗实习	420	420	14											14w		√	
集中实践课程小计			540	540	18			1w	18w										
专业 (技能) 课合计			2556	1652	130	4	4	16	16	18	16	16	12	10					
任意选修课程	1 公共选修类	234	130	13	1		2			4		3	3				√		
	2 专业拓展选修类	378	160	21		3		2			4	6	6				√		
	任意选修课程合计			612	290	34	1	3	2	2	0	4	4	9	9	0			
素质拓展课程	1 入学教育及军训	60	60	2	2w												√		
	2 社团活动、参加大赛等	120		4															
	素质拓展课程合计			180	60	6													
合计			5207	2644	272	28	28	28	28	28	28	26	26	24	30				

