



**湛江幼儿师范专科学校**  
Zhanjiang Preschool Education College

**市场营销专业**

**2024 级人才培养方案**

**经济管理系**  
**2024 年 6 月**

## 2024 级市场营销专业（三年制）

# 人才培养方案

### 一、专业名称及代码

#### （一）专业名称

市场营销专业（三年制）

#### （二）专业代码

530605

### 二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

### 三、基本修业年限

基本学制 3 年，修业年限 3~6 年。

### 四、职业面向

#### （一）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
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	批发（51） 零售业（52）	营销员（4-01-02-01）； 商品营业员（4-01-02-03）； 市场营销专业人员（2-06-07-02）	市场调研 市场开发 销售管理 营销策划 售后服务	1.1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书； 2. 1+X 直播电商职业技能等级证书； 3. 1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书； 4. 营销师/互联网营销师职业资格证书； 5. 高级营销员职业资格证书； 6. 全国大学英语四、六级考试(CET)； 7. 全国计算机等级考试； 8. 国家普通话水平测试二级乙等及以上证书

## （二）职业发展路径

发展阶段	工作岗位		职业类证书	学历层次	发展年限
	技术岗位	管理岗位			
V	市场调研分析	营销总监	营销师国家职业技能等级证书、互联网营销师职业技能等级证书	本科	8年以上
IV	数据分析师	市场经理	商务数据分析师国家职业技能等级证书	本科	6-8年
III	数字营销策划师	销售经理	数字营销技术应用（高级）、新媒体运营（高级）	高职/本科	4-6年
II	SEO/SEM 专员	/	数字营销技术应用（中级）	高职/本科	2-4年
I	市场销售助理	/	电子商务数据分析（中级）职业技能等级证书	高职/本科	1-2年

## 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、劳全面发展的社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。本专业面向批发、零售业，培养扎实掌握本专业知识和技术技能，能够从事销售、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，具备一定科学素养、人文素养、工匠精神、就业能力和可持续发展能力的复合式、创新型、高素质技术技能人才。

### （二）培养规格

#### 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) 勇于奋斗、乐观向上，具有职业生涯规划意识，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，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) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识；

(3) 熟悉市场营销专业标准、职业技能等级标准以及岗位群要求；

(4) 掌握市场营销环境因素的分析方法以及市场细分、目标市场选择及市场定位的方法；

(5) 掌握 4P 营销组合策略的内涵及特征及运用；

(6) 掌握市场调研活动实施流程及要求、方式与方法以及调研方案、问卷、报告的结构内容要求；

(7) 掌握新媒体营销的类型特点及营销推广要求，新媒体营销内容创作要求；

(8) 掌握数字营销的用户洞察及个性化营销要求，数字广告营销技术应用；

(9) 掌握商品销售、客户服务管理的注意事项及技巧方法；

(10) 掌握品牌策划与推广流程以及各种类型营销策划活动实施要求；

(11) 了解现代商贸流通业发展新动向，以及现代商贸流通业发展对营销专业人才需求的变化。

## 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) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力；

(4) 具有行业、用户、产品、竞争调研能力和客户画像及用户行为分析的能力；

- (5) 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标的能力；
- (6) 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力；
- (7) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；
- (8) 具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、客服应用场景设计及开发的能力；
- (9) 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力。

## 六、工作任务与职业能力分析

工作项目/ 职业素养	工作任务/ 职业素养分类	职业能力 (技能、工具、方法、要求、知识)	对应课程
01 销售管理	01-01 渠道管理	01-01-01 掌握渠道设计的基本原则和方法，具备对销售渠道进行整体布局和设计的能力。	《市场营销学》 《市场营销沙盘模拟》
		01-01-02 了解促销策略、具备创意思维和掌握项目运营管理工具，能够策划和执行渠道促销活动。	
		01-01-03 熟悉销售分析工具、渠道运营的知识，能够监控渠道销售情况并进行优化。	
	01-02 客户管理	01-02-01 能够运用CRM系统和其他数据分析工具来收集和分析客户数据，洞察客户需求和行为模式，为制定个性化的客户策略提供依据。	《客户关系管理与实务》
		01-02-02 具备出色的沟通技巧和关系建立能力，建立和维护稳固的客户关系，提高客户满意度和忠诚度。	
		01-02-03 掌握设计客户服务策略和解决方案的能力，能够根据不同客户的需求，提供定制化服务，解决客户问题，增强客户体验。	
	01-03 产品管理	01-03-01 掌握产品生命周期的特征，能够跟踪市场上产品的表现，制定产品的更新、淘汰或延伸策略。	《谈判与推销实务》 《新零售管理》 《市场营销学》
		01-03-02 了解掌握产品特性、优势和适用场景，能够根据产品的特点向客户推荐合适的解决方案。	
		01-03-03 理解客户需求和熟悉销售技巧，能够销售产品以及建立良好的客户关系。	
02 市场策划	02-01 市场调研	02-01-01 能够设计有效的市场调研计划，包括确定研究目标、选择合适的研究方法（定	《统计学基础》 《市场调研与

		性和定量研究) 和样本选择。	预测》
		02-01-02 掌握统计分析和数据解读技能, 能够使用 SPSS、Excel、Python 等工具对收集到的数据进行处理和分析, 提取有价值的信息。	《商务数据分析与应用》
		02-01-03 掌握问卷设计的方法和工具, 能够将调研结果以书面报告的形式呈现, 清晰地表达研究发现, 并提供可行的建议或策略。	《python 数据分析与可视化》
	02-02 产品策划	02-02-01 学会制定整体产品策略, 包括产品定位、目标市场分析和竞争分析, 确保产品设计和开发与市场需求和企业战略相匹配。	《营销策划》 《新零售管理》
		02-02-02 掌握产品推广的方法, 具能够运用多渠道的营销策略和制定有效的推广计划	
	02-03 品牌推广	02-03-01 掌握 SWOT 分析、用户画像等工具做好市场分析、消费者洞察, 使用 STP 框架确定品牌价值, 能够创造差异化的品牌定位。	《营销策划》 《消费者行为分析》 《市场营销综合实训》
		02-03-02 掌握品牌策略规划和内容开发的方法, 具备创意思维, 能够为品牌传播制定和合理的策略。	
		02-03-03 熟悉品牌推广和营销的工具, 整合全渠道制定推广计划, 并能根据推广效果进行数据分析和优化。	
	03 数字营销	03-01 新媒体运营	03-01-01 熟练掌握各种新媒体平台, 包括微信、微博、抖音等, 能够熟练地运用这些平台进行营销推广。
03-01-02 具备内容创作能力, 能够撰写吸引人的文章、制作优秀的图片和视频。			
03-02 直播营销		03-02-01 具有良好的语言表达能力、临场应变能力、控场能力, 能够根据产品卖点进行直播推广、促单, 并最终达成产品直播销售目的。	《直播营销》 《直播文案与剧本策划》
		03-02-02 学会撰写和挖掘产品卖点, 能根据产品卖点进行用户痛点和核心分析。	
		03-02-03 具有较好的文字表现力, 对商品描述和直播活动进行策划。	
03-03 搜索和推荐引擎营销		03-03-01 学习关键词挖掘、网页优化竞价推广的方法和原理, 能够运用搜索引擎完成品牌或产品的推广。	《数字营销技术与应用》
		03-03-02 掌握目标消费者行为属性、目标受众定向, 根据推荐引擎的工具完成落地页、应用和门店的推广。	
		03-03-03 学习效果评估和分析的方法, 能够结果效果分析的指标数据优化相应的广告策	

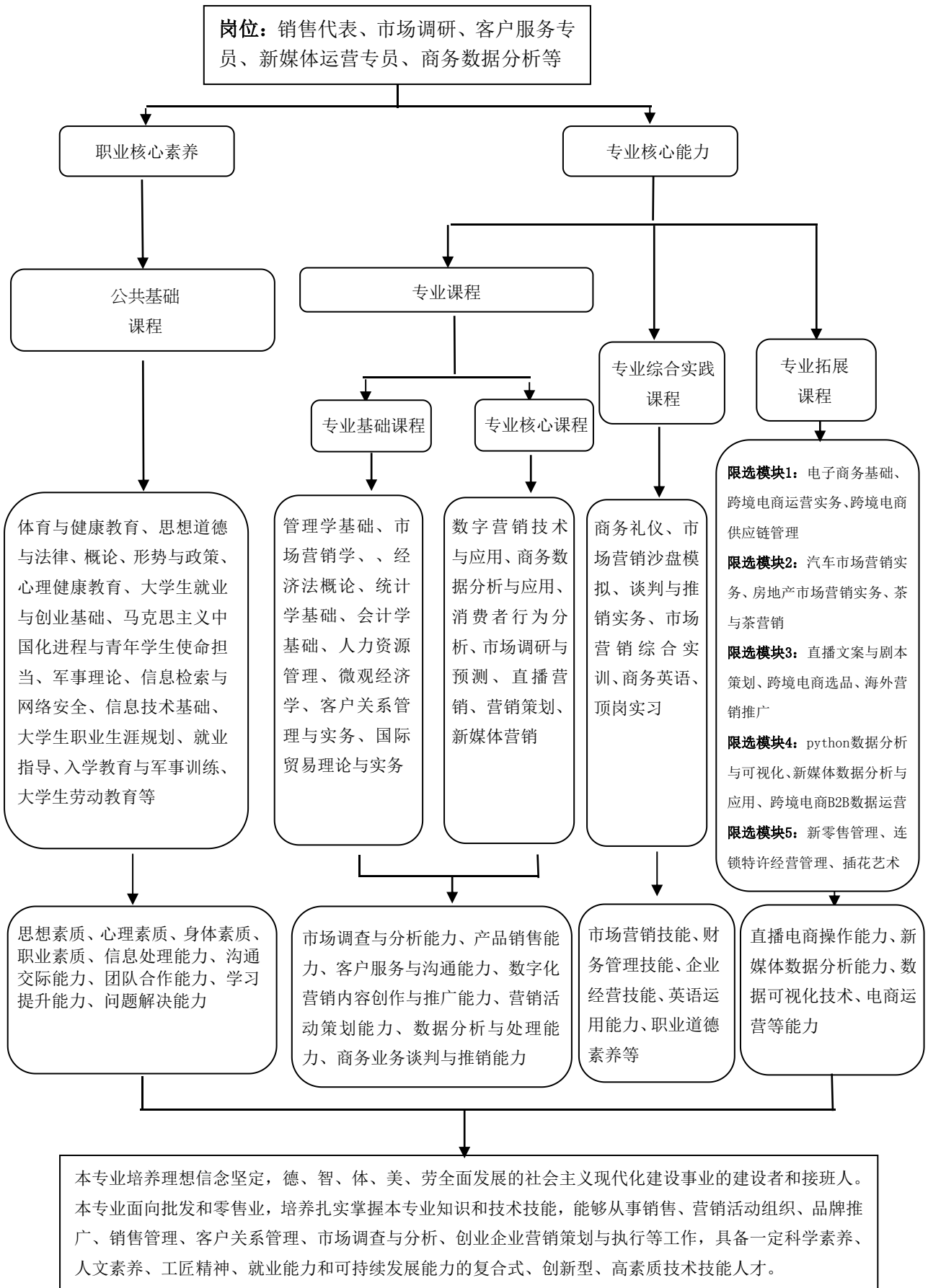
		略	
04 职业素养（通用能力、核心技能、关键能力）	04-01 沟通交流	04-01-01 有良好的语言文字表达沟通合作能力	《应用文写作》 《大学语文》
		04-01-02 具有一定的国际视野和跨文化交流的能力	《大学英语》
	04-02 数字应用	04-02-01 具有运用大数据技术进行电子商务、新媒体等营销数据挖掘与分析	《商务数据分析与应用》 《python数据分析与可视化》
	04-03 革新创新	04-03-01 具有批判性、创新思维、创业意识	《马克思主义类课程》《创新创业实训》 《职业生涯规划》
	04-04 自主学习	04-04-01 具有探究学习、终身学习能力	《市场营销综合实训》
	04-05 团队合作	04-05-01 具有较强的团队合作意识和能力	《市场营销沙盘模拟》
	04-06 解决问题	04-06-01 具有分析问题和解决问题的能力	《岗位实习》
		04-06-02 掌握数字化运营的方法和工作，具备运营数字化技术科学管理决策的能力	《数字营销技术与应用》《新媒体运营》
	04-07 信息处理	04-07-01 具有运用信息技术进行数据收集、整理、分析的处理	《信息素养》
	04-08 责任（安全）意识	04-08-01 市场营销职业素养与职业道德养成	《经济法概论》
		04-08-02 实习工作管理规定	《就业指导》
	04-09 外语应用	04-09-01 具有一定的国际视野和跨文化交流的能力	《大学英语》
		04-09-02 具备外语业务基本交流与表达能力	《大学英语》

## 七、课程设置及要求

### （一）课程结构图

结合学校“立足湛江、服务广东、辐射全国”的办学特色与定位，根据广东省中小型贸易企业、房地产企业等现代商贸服务企业对毕业生职业核心素养和专业核心能力的要求，以及本专业“三维三融三实”人才培养模式改革思路，设计了“公共基础课程”“专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和专业综合实践课程”的“1+4”课程体系 课程体系。学生职业核心素养的培养主要由公共基础课程支撑，同时在专业类课程中渗透。学生的专业核心能力的培养主要由专业基础课程、专业核心课程和专业综合实践课程支撑，专业拓展课程为提升，

同时在公共基础课程中渗透。市场营销专业课程结构图如下。



公共基础课程分为公共基础必修课、公共基础限选课、公共任选课和公共综合实践课四大类，共 49 学分，其中公共基础必修课 19.5 学分，公共基础限选课 17 学分，公共任选课 6 学分，公共综合实践课 6.5 学分。

序号	课程名称	学分	学时	主要教学内容及要求	备注
1	思想道德与法治	2	32	通过讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观。帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和維護宪法法律权威，识大局、尊法治、修美德，提升思想道德素质和法治素养。引导学生坚定“四个自信”，增强运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力，做德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	本课程主要通过讲授毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等马克思主义中国化的理论成果，让大学生全面了解中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成绩；对中国共产党不断推进马克思主义中国化时代化及其理论成果有更加深刻的理解与把握，进而提升运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	本课程主要是讲授马克思主义中国化时代化的最新理论成果，让学生系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一，坚定为中华民族伟大复兴的使命与信心。	
4	思政课实践教学	1	16	本课程通过实践教学，使学生理论联系实际，提高学生运用马克思主义的立场观点方法，观察分析解决实际问题的能力。	
5	体育与健康教育	4	64	本课程要求学生掌握田径、球类和武术运动的基本理论、基本技能和基本训练方法，培养学生具备中华民族体育文化精神的自觉意识，使其具有强健的体魄、积极的人生态度和良好的心理素质。	
6	心理健康教育	2	32	通过讲授大学生心理健康标准、新生适应、自我意识等内容，让学生掌握心理健康的途径与方法，适应大学生活，培养良好的自我意识，会应用心理健康知识解决自身心理问题，提高心理素质水平。	
7	军事理论	2	36	本课程旨在适应强军目标根本要求，加强我国国防建设，提高学生综合国防素质，着眼国际、国内形势新的变化和发展，内容涵盖中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备、以及军事技能训练等，把军事领域的新形势、新理论、新知识与当前国家对大学生军训工作的新要求结合起来，具时代性、适用性，能更好地培养大学生的基本军事技能，促进大学生素质的全面提高。	

8	信息检索与网络安全	0.5	8	通过讲授信息检索的定义和作用、搜索引擎的使用、数据库的利用、网络安全的定义和重要性、常见的网络安全威胁、网络安全防范措施等内容，培养学生从海量信息中提取有效信息的能力；增强学生的自主学习能力和解决问题的能力；提升学生的网络安全意识，让他们能够识别和防范网络钓鱼、诈骗等网络安全威胁；帮助学生了解个人隐私保护的重要性，学会正确使用社交网络平台，避免泄露个人隐私。
9	大学生健康教育	1	16	结合大学生身心健康状况的实际，围绕学生的健康需求，针对学生的主要健康问题及其影响因素，结合大学生身心健康状况的实际，分别从大学生心理健康，合理用药常识，学习与生活健康，常见传染病防治，大学生性健康，常见非传染性疾病防治，意外伤害与急救，运动与健康，营养与健康，食品安全，献血、骨髓移植与器官捐献，防灾避险等安全常识共十三章内容进行了深入浅出的阐述。
10	形势与政策	1	16	通过适时地进行形势政策、世界政治经济与国际关系等基本知识的普及教育，帮助学生开阔视野，及时了解、正确认识国内外重大时事，正确认识世情、国情和党情，引导学生全面准确理解党的基本理论、路线、方针和政策，学会用正确的观点和方法分析形势，掌握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，激发学生的爱国热情，增强民族自信心和责任感，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，进而积极投身到改革开放和社会主义现代化建设的伟大事业中。
11	国家安全教育	1	16	重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。通过国家安全教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。
12	大学生职业生涯规划与就业指导	2	32	本课程主要从职业生涯探索和目标设定、职业市场和行业研究、职业技能培养、就业市场分析、实践经验和实习指导、创业指导等方面进行教学培养。课程要求还包括参与课堂讨论、完成个人职业规划和目标设定的作业、参加实践和实习活动、帮助学生了解自己的兴趣、价值观和能力，与职业目标相匹配。并根据学生的需求和就业市场的变化进行及时调整和更新，鼓励学生主动探索就业市场、参加实习和社会实践活动，积极提高自己的就业竞争力。
13	大学生创新创业教育	0.5	8	本课程教学内容涵盖创新创业基础理论，包括创新思维培养、创业机会识别等。介绍创业过程，如项目选择、市场调研、商业模式设计等。同时重点讲解挑战杯、互联网+等创新创业比赛和参赛技巧。要求学生掌握创新方法，提升创新能力。能够运用所

				学分析市场需求，挖掘可行的创业机会。学生需积极参与课堂讨论与比赛实践，培养团队协作精神。通过案例分析和项目实践，锻炼解决实际问题的能力。最终，使学生具备一定的创新创业意识和素养，为未来的创业或职场发展奠定基础。
14	入学教育与军事训练	2	128	熟悉内务的概念、范畴和作用，熟悉队列，学会编队；了解队列指挥的性质、指挥的方法和指挥要求，指挥口令的分类和下达的方式；了解武器，了解步枪、自动步枪的构造；训练大学生具备基本的格斗技能，了解战场医疗救护，核生化防护；了解战备规定，紧急集合，行军拉练，野外生存，识图认图。通过学习，令大学生锻炼身体，养成良好的行为规范，增强组织性和纪律性，为大学生适应校园生活，更好地学习其它课程，打下良好的思想基础和身体基础。
15	大学生劳动教育	1	16	本课程主要内容包括劳动价值观的培养、劳动技能的提升、劳动习惯的养成、劳动精神的培育以及劳动法律法规的学习。旨在全面培养学生的劳动素养，使他们成为符合新时代要求的全面发展的人才。

## 2. 专业课程

### (1) 专业基础课

本专业设置 9 门专业基础课程，共 30 学分，全部为必修课程。

序号	课程名称	学分	学时	主要教学内容（含实践项目）及要求	备注
1	管理学基础	4	64	包括管理系统识别、管理思想、计划与决策、组织与人事、领导与沟通、控制与评价；计划书的编制、组织的设计、人员配备、激励计划制定、团队建设、控制计划的程序和基本方法等内容。通过本课程学习能够准确分析组织内外部管理环境，合理应用相关管理学基本理论和方法分析与处理计划与决策、组织与人事、领导与沟通的能力、控制与评价等实际管理问题的能力。	
2	市场营销学	4	64	通过本课程的学习，使学生认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略；理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法；掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略；掌握 4P 策略的主要内容；了解市场营销战略和营销控制的相关内容。学生初步掌握市场营销环境的分析方法；能够运用市场细分的若干种方法，推出相应的目标市场策略和市场定位策略；能够采取相应的营销策略；能够针对具体的企业	

				选择与设计产品策略与价格策略；基本上能够设计和践行相关的营销活动；可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。
3	经济法概论	3	48	课程主要内容有经济法基础知识、物权法、合同法、企业法、市场运行法、劳动与社会保险法、仲裁与诉讼等内容。培养学生具有较强的语言文字表达能力，逻辑思维能力，能够用所学经济法理论知识观察、分析、处理生活中有关经济纠纷的能力。
4	统计学基础	3	48	通过学习使学生了解统计工作的基本步骤，掌握常用的统计调查技术与整理技术，掌握数据描述、抽样估计、假设检验、方差分析、因素分析、时间序列分析、相关与回归分析等常用统计分析方法的基本原理和结果解释，掌握用Excel实现数据整理和数据分析的操作技术。
5	会计学基础	3	48	该课程为学生提供了会计学的基本原理和概念。学生将学习会计的基本原则、会计方程、会计循环以及财务报表的编制。课程通过模拟实际会计操作，帮助学生掌握会计记录、账目处理和报表编制的技能，为进一步学习会计学打下坚实的基础。
6	人力资源管理	3	48	通过课程的学习，使学生认识人力资源在经济、社会发展中的地位作用；使学生能够从战略性人力资源管理理论上理解并掌握人力资源管理的基本理论、方法及技术，树立现代人力资源管理理念；培养从事人力资源管理工作的能力；掌握在不同情境下运用所学知识解决实际管理问题的基本技巧；为其他专业课的学习和今后的工作奠定基础。
7	微观经济学	4	64	本课程旨在向学生介绍微观经济学的基本原理和分析方法，深入探讨个体经济单位如消费者、企业和市场的行为模式。课程内容覆盖需求和供给、市场均衡、价格弹性、消费者行为、生产者行为、市场结构和价格策略等。通过案例研究和实际数据，学生将学会运用微观经济理论分析现实世界的经济问题，并培养批判性思维和解决问题的能力。
8	客户关系管理与实务	3	48	通过本课程的学习，学生掌握客户关系管理理论，掌握客户组合分析、客户信息库构建、客户价值设计、客户周期管理的方法和思路，具备分析客户组合、构建客户信息库、设计客户价值、管理客户周期的能力。
9	国际贸易理论与实务	3	48	本课程旨在培养学生掌握国际贸易的基本理论、程序、操作技巧及合同条件。主要内容包

				括：国际贸易概述、合同磋商与履行、合同标的、贸易术语、商品价格、货物交付、运输保险、货款支付及交易争议处理。实践项目要求学生通过案例分析、模拟操作，深入理解并应用国际贸易规则，提高解决实际问题的能力。
--	--	--	--	--

## (2) 专业核心课

本专业设置 7 门专业核心课程，共 24 学分，全部为必修课程。

序号	课程名称	学分	学时	主要教学内容（含实践项目）及要求	备注
1	数字营销技术与应用	3	48	课程主要内容有人群画像与分析、数字化信息触达、客户关系连接、营销关系交易与回报、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销。通过课程学习了解消费者购买行为特点以客户画像分析的类型以及搜索引擎的类型及使用方法，关键词选择要求；能够进行平台操作、具有市场分析能力，能够进行客户画像；能够合理运用搜索引擎进行产品推广并进行分析。	
2	商务数据分析与应用	3	48	主要内容有商务数据分析的基本概念、数据分析的思路与流程、数据分析工具的运用方法与技巧，数据可视化技术、用户画像技巧、电商运营数据分析、网店推广数据分析商务分析报告的撰写等。目标在于让学生掌握商务数据分析的陈述性知识和程序性技能。具备商务数据采集、整理、分析、应用的能力，良好的语言文字能力。	
3	消费者行为分析	4	64	了解市场营销策略与消费者行为的相互关系，熟悉影响消费行为的各种因素，掌握消费者个体心理特征对购买行为的影响与制约作用。通过学习，学生能结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买行为分析、用户画像；能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。	
4	市场调研与预测	3	48	通过本课程的学习，要求学生掌握调查方案的设计知识；掌握调查问卷的设计；掌握调查资料的收集、整理和分析的有关知识；掌握调查报告撰写；掌握各种预测方法。本课程旨在培养学生的认识问题、分析问题、解决问题的能力。注重学生实际应用技能，倡导学生在项目活动中学会分析研究的技巧，培养学生具备市场调查分析的基本职业能力。	
5	直播营销	4	64	本课程从直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、直播营销策划与筹备、直播选品等方面准备工	

				作，到直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理，以及直播结束后的复盘方法等具体实践方法，全方位、多角度地介绍了直播营销过程中每一个环节的知识点和操作技巧。通过本课程的学习，激发学生对直播营销的兴趣，使学生掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能，促进学生的就业。
6	营销策划	3	48	包括营销策划准备、营销调研策划、营销战略策划、产品品牌策划、产品促销策划、新媒体营销策划等内容，教学案例涉及快消品、房地产、服装、旅游、农产品、零售等行业。通过课程学习了解策划的基本概念，熟悉各种策划的主要内容，掌握策划的方法和技巧，能够熟练掌握并运用所学知识进行一般营销项目的策划工作。
7	新媒体营销	3	48	主要内容有新媒体营销策划：新媒体营销基本知识、客户画像、方案设计；新媒体营销内容创作：文案、图文创作与编辑美化，短视频与直播策划，新媒体营销方式：微信、微博、H5、小红书、短视频、直播营销。能结合产品特点进行客户画像，新媒体文案与图文创作、新媒体短视制作、直播营销策划与脚本设计，能够进行新媒体营销效果评估。

## (2) 专业拓展课

本专业设置 15 门专业拓展课程，共 10 学分，全部为选修课程。

序号	课程名称	学分	学时	主要教学内容（含实践项目）及要求	备注
1	电子商务基础	2	32	通过教学，要求学生了解电子商务的基础知识，具备网络营销策略与网络品牌战略制订、网络营销管理等方面的知识与能力；具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力，具有网络市场调研方案策划与实施的能力，掌握一定的网络促销技巧。	
2	跨境电商运营实务	2	32	本课程主要教学内容涵盖电商平台操作、供应链管理、国际贸易法规、商务谈判技巧、合同管理、物流与配送、跨境支付和风险控制等。实践项目包括模拟跨境电商交易流程、商务谈判练习、合同撰写与审核、物流方案设计等。课程要求学生熟悉跨境电商运作模式，掌握相关法律法规，能够进行有效的商务沟通和谈判，具备合同管理和风险评估能力。	
3	跨境电商	2	32	包括跨境电商供应链认知、跨境电商供应链采	

	供应链管理			购、跨境电商供应链仓储、跨境电商供应链发货、跨境电商供应链通关等内容，培养学生对跨境电商供应链采购计划制定、跨境电商仓储管理、跨境电商海外仓运作、跨境电商物流方案选择、跨境物流货物发运、跨境电商货物通关等基本操作能力，培养学生家国情怀、国际视野、创新意识、爱岗敬业、劳动精神、诚信精神等职业素养，提高学生跨境电商供应链管理的能力。
4	汽车市场营销实务	2	32	课程旨在培养学生对汽车市场深入理解及营销策略的实际操作能力。课程内容涵盖汽车市场分析，教授学生如何洞察市场趋势和消费者行为；汽车产品知识，让学生熟悉各类汽车特性和技术规格；营销策略制定，学习市场定位、品牌建设和推广计划；销售技巧与客户关系管理，掌握有效沟通和客户维护；数字营销与社交媒体运用，利用现代工具进行品牌宣传；售后服务与客户满意度，强调通过优质服务提升客户忠诚度。
5	房地产市场营销实务	2	32	课程专注于房地产行业的市场分析、营销策略和销售技巧。课程内容包括房地产市场分析，教授学生如何评估市场动态和消费者需求；房地产产品知识，深入了解不同类型房产的特点和价值；营销策略制定，学习如何定位市场、构建品牌和推广产品；销售技巧与客户关系管理，掌握与客户沟通和维护关系的技巧；数字营销与社交媒体运用，利用现代技术进行市场推广；房地产法律与伦理，了解行业法规和道德标准。
6	茶与茶营销	2	32	课程内容涵盖茶的历史发展、茶类识别与品鉴，茶艺与茶道，以及茶叶的健康益处。重点教授如何将茶文化与现代市场相结合，包括品牌建设、市场定位、广告宣传等营销策略。实践项目包括茶艺表演、茶叶品鉴会、市场调研等，让学生将理论知识应用于实际，培养创新思维和团队合作能力。教学要求学生不仅要掌握茶文化知识，还要学会运用营销技巧推广茶产品，提升解决市场问题的能力，为成为茶文化传播者和营销专家打下基础。
7	直播文案与剧本策划	2	32	包括直播策划、标题策划、封面策划、剧本策划、内容策划、预热文案、宣传文案等教学内容，提高学生直播剧本撰写能力、文案挖掘与创作能力，培养他们的故事叙述与从生活中将素材转化为策划文案的能力。

8	跨境电商选品	2	32	课程主要涵盖认识选品管理模块、产品数据采集模块、选择优质供应商模块、定价与销售策略制定模块、产品销售周期分析模块、供应链管理模块，
9	海外营销推广	2	32	本课程主要教学内容包括网络文案写作技巧、内容营销策略、SEO 优化、社交媒体文案创作、品牌故事讲述、用户心理分析等。实践项目涉及实际文案策划案例、社交媒体内容创作、SEO 文案优化等。课程要求学生理解网络传播特点，掌握文案创作与策划技巧，能够针对不同平台和目标受众制定有效的内容策略，并具备良好的创意思维和市场洞察力。
10	python 数据分析与可视化	2	32	包括数据分析概述、数据集格式的读取与存储、NumPy—数组与矩阵运算、Pandas—高性能的数据结构和数据分析工具、数据预处理、Matplotlib—可视化绘图、机器学习与数据挖掘，最后通过两个综合实战项目就业分析与电商数据分析来巩固本教材中学习的大部分知识点。通过对本教材内容的学习，学生可以掌握数据分析的各种常用技术及主流工具的使用，同时能够提升学生对 Python 语言的应用能力，提高学生对复杂数据处理和分析的技能。
11	新媒体数据分析与应用	2	32	包括新媒体数据分析的基本理论，新媒体数据的收集、处理、分析及可视化的应用技能，新媒体数据分析报告的写作方法，以及短视频、直播、微信公众号、微博、今日头条等主流新媒体平台账号运营数据分析与应用的方法。强化学生新媒体数据分析的理念与运用各种工具进行新媒体数据分析的能力，为其将来从事数据分析相关工作打下坚实的基础。
12	跨境电商 B2C 数据运营	2	32	主要教学内容涵盖 B2C 电商平台的数据分析基础、数据驱动的营销策略、用户行为分析、转化率优化、客户关系管理、以及数据可视化技术。实践项目包括利用数据分析工具进行市场趋势预测、消费者行为研究、A/B 测试、客户细分和个性化营销策略制定。课程要求学生能够熟练运用数据分析工具，掌握数据解读能力，通过数据洞察优化跨境电商运营策略，并具备解决跨文化市场运营问题的能力。
13	新零售管理	2	32	以探讨传统零售企业如何实现向新零售转型为主线，详细介绍了实践新零售的方法与策略，主要内容包括新零售、理念革新、零售 O2O、渠道构建、商品管理与创新、深度营销、数据化运营、体验建设、重构会员体系等

14	连锁特许经营管理	2	32	主要面向连锁经营企业区域运营管理、连锁企业总部供应链管理、连锁企业总部特许经营授权、选址与规划管理、社群管理，特许经营项目推广与合同执行、商圈调研与新店开业等岗位任务操作。要求学生掌握连锁特许经营的理论知识，能够独立分析和解决特许经营过程中的实际问题，培养创新思维和团队协作精神，为将来在连锁特许经营领域的职业发展奠定坚实基础。
15	插花艺术	2	32	课程包括插花基本知识、插花器械和工具的使用、插花的构图和设计原则、不同风格的插花表现方法等教学内容，培养学员对插花艺术的兴趣与理解，使其具备基本的插花技巧和艺术视觉表达能力。

### (3) 专业综合实践课

本专业设置 11 门专业综合实践课程，共 22 学分，全部为必修课程。

综合实践课名称	学习内容要求	职业技能与职业素质培养要求	学时(周)	学期	地点
商务礼仪	课程主要内容有商务形象礼仪、商务交往礼仪、客户服务礼仪、商务专题礼仪、口头沟通与倾听、非语言沟通、客户服务沟通、压力沟通、网络沟通、危机沟通以及商务谈判主要过程中的沟通等内容。	1.了解企业中常见的商务活动； 2.熟悉各种商务活动中的礼仪规范； 3.掌握商务活动中的沟通技巧； 4.熟练运用商务活动的礼仪规范策划与组织各类商务活动。 5.领会沟通技巧，并能在商务活动中灵活地运用。	2	1	校内
普通话	主要包括语音、词汇、语法和表达四个方面。语音学习强调普通话的标准发音。词汇学习则涉及日常用语、专业术语和成语等，以丰富语言表达的多样性。语法学习注重句子结构、词性用法和句型变化，确保语言的规范性和逻辑性。表达能力的提升则通过朗读、演讲、辩论	1.要求学习者掌握标准的普通话发音和正确的语音语调，以确保沟通的清晰度； 2.需要具备丰富的词汇量和扎实的语法知识，以提高语言的表达能力和逻辑性； 3.强调培养良好的听力理解能力，能够准确捕捉和理解他人的话语； 4.注重提升口语交际能力，包括公共演讲、商务谈判等场合的语言表达；	2	1	校内

	等实践活动，锻炼语言的流畅性和感染力。	5.要求学习者具备良好的沟通技巧、团队协作精神和跨文化交际能力，以适应多元化的工作环境。			
市场营销沙盘模拟	主要内容有产品管理、品牌管理、广告策略、消费者需求分析，企业运营管理、企业战略管理、生产管理、研发管理、采购管理、财务管理等多个方面的内容。	1.了解企业的采购、研发、生产、销售、计划、财务核算、筹资与投资管理等运作流程； 2.熟悉管理知识，掌握管理技巧； 3.具有较强的分析判断能力以及一定的模拟企业经营管理的的能力。	3	5	校内
谈判与推销实务	主要包括推销与谈判的基本原理——理解现代主要的推销理念，熟悉几种典型的推销模式，掌握推销方格理论与顾客方格理论，理解什么是双赢谈判，掌握谈判计划制定方法。推销与谈判实务——熟悉寻找顾客、约见顾客、接近顾客的方法与策略，掌握商务谈判主要策略，掌握各种成交方法，了解收回货款的方法技巧；有效地留住顾客。	1.沟通能力：能够有效地与客户和同事进行沟通，清晰表达自己的观点和需求。 2.倾听技巧：能够耐心倾听对方的观点和需求，理解他们的立场和动机。 3.说服技巧：掌握说服技巧，能够说服他人接受自己的观点或产品。 4.谈判策略：了解并运用不同的谈判策略和技巧，以达成双方都满意的结果。 5.市场分析：能够分析市场趋势和客户需求，制定有效的推销策略。 6.产品知识：深入了解自己推销的产品或服务，能够向客户准确介绍产品特性和优势。 7.客户服务：提供卓越的客户服务，建立和维护良好的客户关系。	3	5	校内
市场营销综合实训	通过理论教学、真实企业营销实训、情境模拟相结合的形式，让学生掌握市场推广、商品销售、客户服务等工作的相关技能。	1.重点培养学生的营销综合职业能力，包括产品销售、售后服务能力、营销沟通能力， 2.注重培养学生优秀的营销职业素养，为顶岗实习和日后工作中提升水平打下坚实基础。	3	5	校内
商务英语	主要涉及进出口贸易、市场调查、交易会、公共关系、电子商务、商务广告、商务合作、商	1.掌握商务英语中常用的专业词汇，能够对其进行英汉互译 2.在实际商务场景中能够熟	2	5	校内

	务沟通、商务谈判和跨境电商等业务的相关术语，短语、句子。设置阅读训练、案例分析、语法复习和实用写作等使学生在掌握相关商务知识。	练掌握基本对话应用 3. 使英语学习和应用与学生生活和工作联系起来,力求给学生打好良好基础。			
岗位实习	了解实习单位及岗位工作基本情况，熟悉岗位工作流程、要求及任务；岗前培训，轮岗实践，实践总结与反思。	将所学知识融会贯通地应用于市场营销行业实际工作,进一步提升学生的市场营销技能、英语运用能力、数字化营销技能、新媒体运营操作能力以及职业道德素养等等。	128	6	校外
毕业综合鉴定	毕业测试选题，市场信息收集与分析，结合市场营销的工作任务，制定市场营销品牌策划与推广方案，新媒体营销及直播带货等毕业测试作品，完成毕业测试路演汇报工作。	具有较强的语言沟通与文字表达能力,能进行数据资料收集、整理与分析，能灵活应用市场营销专业所学知识,能独立或协作完成毕业测试作品及相关任务。	16	6	校内
毕业教育	通过形势分析、个人困惑、心理调适、责任意识等几个方面的学习和教育，培养和引导学生就业理念和岗位适应能力。	1.强化择业的自主意识; 2.坦然承受就业的心理压力; 3.树立职业的长远意识; 4.帮助大学生正确地了解自己; 5.强化择业中的价值观导向。	40	6	校内
专业研习	通过学生的自主参与、质疑研究、市场营销项目的实践体验，促使学生学习方法、知识能力、情感态度与价值观诸方面获得可持续性发展。	1.强化学生主动参与、乐于探究、勤于动手; 2.培养学生收集和处理信息的能力; 3.获取新知识的能力; 4.分析和解决问题的能力; 5.交流合作的能力。	64	6	校外

专业考察 与见习	通过校外指导老师到本校进行基础教育讲座、实际授课案例等或到见习学校进行教育考察和教育观摩。	1.加深对市场营销理论学习的理解; 2.认同市场营销工作的意义和专业性; 3.培养学生了解专业、热爱专业、树立为我国市场营销发展作贡献的思想品质和业务素质。	64	5	校外
-------------	---	--	----	---	----

### (5) 相关要求

将职业岗位、职业技能大赛、职业技能等级证书、职业资格证书等有关内容、标准有机融入专业课程教学，实行岗课赛证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，本专业将根据国家 1+X 职业技能等级证书相关要求适时调整人才培养方案。同时也鼓励学生取得职业资格证书、行业企业认可度高的证书。各类职业技能等级证书、职业资格证书等可计算学分，也可置换相关课程。

证书类型	证书名称及级别		合作企业	证书相关课程	可置换的学分及课程名称	
	证书名称	级别			可置换的学分	课程名称
职业技能等级证书 (1+X) 证书	数字营销技术应用	中级/高级	中教畅享(北京)科技有限公司	市场营销学、市场调研与预测、营销策划、消费者行为分析、数字营销技术与应用	3	数字营销技术与应用
	电子商务数据分析	中级/高级	北京博导前程信息技术股份有限公司	电子商务基础、市场调研与预测、客户关系管理与实务、商务数据分析与应用	3	商务数据分析与应用
	直播电商	中级/高级	南京奥派信息产业股份公司	谈判与推销实务、营销策划、新媒体营销、直播营销	4	直播营销

## 八、教学时间分配及教学安排

### (一) 教学时间分配表

项目 周数 学期、年		教育和教学实践活动									总 计	寒暑 假
		上 课	机动 复习	考 试	社会实 践 志愿服 务	专业研 习 考察与 见习	岗 位 实 习	军 训 入 学 教 育	毕 业 设 计	毕 业 教 育		
一	1	16	1	1	0	0	0	2		0	20	4
	2	16	1	1	1	1	0	0		0	20	7
二	3	16	1	1	1	1					20	4
	4	16	1	1	1	1					20	7
三	5	16	1	1	1	1					20	4
	6	0	0	0		6	8		2	4	20	0

注：每学期共有 20 周，其中教学周 16 周，机动周或复习周 1 周，考试周 1 周，社会实践（志愿服务）1 周；第 2-5 学期各专业可根据人才培养需要开展 1-2 周专业研习、考察与见习活动；第六学期第 1-16 周为专业研习、专业考察与见习、岗位实习、毕业设计等，第 17-20 周为毕业教育周。

## （二）分类课程学时（学分）分配表

课程类别		学分	比例	学时	比例
公共基础 课程	公共基础必修课（必修）	19.5	14.44	316	12.64
	公共基础限选课（选修）	17	12.59	280	11.20
	公共任选课（选修）	6	4.44	96	3.84
	公共综合实践课（必修）	6.5	4.81	232	9.28
专业课程	专业基础课（必修）	30	22.22	480	19.20
	专业核心课（必修）	24	17.78	384	15.36
	专业拓展课（选修）	10	7.41	160	6.40
	专业综合实践课（必修）	22	16.30	552	22.08
合计		135	100.00	2500	100.00
其中	公共基础课程	49	36.30	924	36.96
	专业课程	86	63.70	1576	63.04
合计		135	100.00	2500	100.00
其中	必修课	102	75.56	1964	78.56
	选修课	33	24.44	536	21.44
合计		135	100.00	2500	100.00
其中	理论教学	—	—	1140	45.60
	实践教学	—	—	1360	54.40
合计				2500	100.00
其中	课内教学	106.5	78.89	1716	68.64
	综合实践	28.5	21.11	784	31.36
合计		135	100.00	2500	100.00

---

### （三）教学进度表（见附表）

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

市场营销专业已形成一支能满足理论和实践教学、技能考证、教改科研能力较强、职称、年龄结构较为合理的师资队伍。本专业教学团队目前拥有专兼职教师 10 人，其中副高级以上职称 1 人，硕士学位或研究生学历 9 人。市场营销专业积极采取措施多方面提高现有教师的双师素质，保证专业教学的质量。通过顶岗实践、为合作企业提供技术服务、挂职锻炼等形式，本专业专任教师中具备“双师”素质资格的教师有 4 人，占专任教师总数的 40%。

#### 2. 专任教师

本专业专任教师应具有高校教师资格和职业技能证，始终坚持“立德树人”的教育理念，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、连锁超市经营与管理、电子商务、商务管理、工商管理、物流管理等专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销专业相关理论功底和较强的实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和教学研究；定期下企业实践，不断提高技能水平；具有较强的科学研究、社会服务和技术转化能力。

#### 3. 专业带头人

本专业带头人应该具有讲师及以上职称，能够较好地把握国内外现代商贸流通业、市场营销最新发展趋势，能广泛联系相关行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的需求变化情况，具有较强的教学设计、教育教学、专业建设与教科研工作能力。能够带领专业教学团队运用互联网思维、新媒体营销手段及数字营销技术为企业解决消费痛点及创新发展提供支持。

#### 4. 兼职教师

主要是从现代商贸流通企业、新零售等相关行业企业聘任，要求具备良好的政治思想品德素养、职业道德和工匠精神，具备扎实的专业知识和丰富的实践工作经验，具有中级及以上经济、管理、营销专业职称，能承担《市场调研与预测》、《新媒体营销》、《营销策划》、《商务礼仪》、《新零售》等专业课程教学，能够承担市场调研、产品销售、客户管理、新产品推广、营销策划等岗位实习实

训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

## （二）教学设施

### 1. 校内实训室

校内现建有新媒体运营中心、智慧物流实训室、会计综合实训室、茶艺与酒水实训室、服务礼仪实训室、创新创业基地等 6 个校内专业实训室，总投入 410 万，基本满足市场营销专业课程的校内实训。

序号	实训室名称	主要功能	主要设备	容纳学生数	备注（现有、建设中、待建）
1	新媒体运营中心	承担新媒体运营、直播带货等相关课程教学与岗位技能学习实训。	电子商务企业实战平台系统、计算机及配套设备、数码相机、摄影机、摄影棚套装、摄影箱、直播配套设备、隔音设施设备、多媒体一体机、麦克风等。	37	现有
2	智慧物流实训室	承担智慧仓配一体化课程教学与岗位技能学习实训。	物流信息系统、智能物流机器人、物流机器人任务及调度系统、条码扫描设备、条码打印机、计算机及配套设备、图像跟踪摄像机、多层密集货架、多媒体一体机、麦克风等。	30	现有
3	会计综合实训室	承担“1+x”培训考试工作，以及	电脑、会计专用财务软件、企业综合业务教学	68	现有

		电子商务数据分析、数字营销技术与应用、图片处理、资金预算、会计核算、财务管理、大数据分析、供应链管理等课程教学与岗位技能学习实训。	软件、企业经营管理软件、手持式分析仪、磁性分析仪(单机型)、会计办公用品等。		
4	服务礼仪实训室	承担商务礼仪相关课程教学与岗位技能学习实训。	盖碗、玻璃杯、紫砂壶、茶海、滤网、品茗杯、闻香杯、茶荷、随手泡、茶道组、红木桌子、茶巾、多媒体一体机、麦克风等。	36	现有
5	创新创业孵化中心	新建创新创业孵化中心，承担直播、短视频实训练习。	电脑、多媒体一体机、麦克风等。	50	现有

## 2. 校外实习实训基地

本专业重视校企深度合作，与广东茗上茗茶业有限公司、广州大茶园茶业有限公司、廉江橙乡网红直播基地、广东润橙农业科技有限公司、徐闻县“菠萝地海”直播基地、百达连新电子商务有限公司、廉江市电子商务公共服务中心、沃尔玛连锁超市等多家企业达成了合作关系或合作意向，共建校外实习实训基地，开展直播带货、网络平台销售、农村电商、品牌孵化、跨境电商、主播培训等方面合作。

序号	名称	主要功能	接纳学生数/年	备注
1	广东茗上茗茶	茶叶、茶具、茶工艺品等直	30人	

	业有限公司	播带货，网络营销方案策划等职业体验		
2	广州市大茶园茶业有限公司	茶叶及相关产品网络销售、宣传推广等岗位认知	30人	
3	百达连新电子商务有限公司	跨境虾皮平台运营、电商运营、电商美工、电商客服直播、主播、短视频等	200人	
4	沃尔玛连锁超市	物流设施设备、仓储规划、物流系统等实训内容	30人	
5	深圳市头狼电子商务有限公司	网络营销推广、电子商务托管、网货品牌策划推广业务等	200人	
6	广东润橙农业科技有限公司	网络平台销售、直播带货等职业体验	30人	
7	湛江民大喜来登酒店	商务服务、人力资源	30人	

### （三）教学资源

#### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，优先选用教育部“十二五”/“十三五”/“十四五”规划教材，严格审核教材内容，禁止有意识形态问题、颠覆中华优秀传统文化等不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励校企合作开发新型活页式、工作手册式教材。

#### 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足市场营销人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场调研与预测、新媒体营销、品牌营销与管理、营销策划等专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献，图书数量可以满足市场营销专业的教学与学习需要。

#### 3. 数字资源配备基本要求

建设、配备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，应种类丰富、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

现已建有 1 门校级精品在线课程，如《电子商务基础与实务》课程已在智慧职教 MOOC 学院开课四次，截至到 2024 年 6 月线上学员人数达到 1300 余人，学员所属单位 100 余个，累计日志 87000 余条，教学资源形式多样。

序号	课程或平台名称	资源网址	备注
1	市场营销基础	<a href="https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pjksagwuxibbgqilym50ia">https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pjksagwuxibbgqilym50ia</a>	引用参考
2	市场调研与预测	<a href="https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=86f2dc105b82ef04cd394e6a8570229e">https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=86f2dc105b82ef04cd394e6a8570229e</a>	引用参考
3	新媒体营销	<a href="https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=SCDCS856410">https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=SCDCS856410</a>	引用参考
4	商务礼仪	<a href="https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=0o5hatiqw4ldm1leo5tx0w">https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=0o5hatiqw4ldm1leo5tx0w</a>	引用参考
5	消费者行为分析	<a href="https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=e161aa179aa7b432c0763907cc53b226">https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=e161aa179aa7b432c0763907cc53b226</a>	引用参考
6	品牌策划与推广	<a href="https://user.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/indexCourse.action?courseId=db31373c88fd496aadd0168289a490dd&amp;archive=0">https://user.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/indexCourse.action?courseId=db31373c88fd496aadd0168289a490dd&amp;archive=0</a>	引用参考
7	数字营销技术与应用	<a href="http://dm.itmc.cn/">http://dm.itmc.cn/</a>	企业开发
8	商务数据分析与应用	<a href="https://www.ibodao.com/">https://www.ibodao.com/</a>	企业开发
9	电子商务基础与实务	<a href="https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=dzszjy044hj328">https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=dzszjy044hj328</a>	自行开发
10	智慧职教平台	<a href="https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html">https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html</a>	引用参考
11	超星平台	<a href="http://passport2.chaoxing.com/login">http://passport2.chaoxing.com/login</a>	引用参考

#### （四）教学方法

##### 1. 讲授法

传统的、通用的教学法；重点阐述分析知识理论、技能要点。适用于所有课程教学，主要用于公共基础课程及专业基础课程教学。

##### 2. 案例教学法

通用的教学方法；引入相关案例，导出问题，组织学生对案例进行分析和讨论启发学生积极思考，深入理解掌握知识要点。主要用于专业基础课及核心课程

---

教学，同时也是课程思政教学，时政案例引入的主要方式。

### 3. 情景教学法

创设真实或仿真实训环境，让学生在仿真实训系统中完成任务，从“理论学习”到“实践练习”、“静态学习”向“动态学习”转变，提高学习效果。主要用于《商务礼仪》、《消费者行为分析》、《客户关系管理与实务》等课程教学。

### 4. 任务驱动法

以真实项目为载体，以任务为导向，按照课程对应岗位工作任务要求及流程，在老师指导下，通过探究找到解决学习问题方法、措施，形成师生互动、生生合作的探究式学习氛围。主要用于《市场调研与预测》、《新媒体营销》、《营销策划》等专业核心课程的技能训练部分。

### 5. 实训演示

对接岗位工作标准技能标准，教师展示或演示专业技能；对教师的实践技能提出了较高要求，也是教师实践教学水平与精益求精的工匠精神的体现。主要适用专业核心课程及实践课程的技能训练，比如：调查问卷设计、新媒体营销图文创作、品牌 logo 设计、商务沟通话术展示、谈判技巧展示等。

## （五）学习评价

形成以学生、学校、企业、行业三者共同评价的教学评价体系：以专业知识讲授评价与形成性考核方式为主，以职业技能资格证考评为辅的综合考核方式；实践环节以工作能力评价工作绩效评价和企业评价为主要考核依据。

多元学习评价机制，包括各学科的形成性评价和终结性评价、各实习、实训项目的开展、各项技能竞赛的情况等，对学生的学习和能力进行全面评价和监控。多元学习评价机制以学生必备的基础理论与知识、职业能力与素质为主要内容进行评价与监控，突出反映学生的专业核心能力以及职业核心能力。通过各学科的学习和成绩评定，激励了学生学习，帮助学生有效调控自己的学习过程，促进知识学习与积累，使学生获得成就感，增强自信心；通过实践教学项目化、课程网络化、项目学分化等手段，实现了项目与课程对接，形成性评价和终结性评价相结合，对学生的知识与技能、情感态度与价值观等进行全面评价。

## （六）质量管理

1. 建立健全校系两级的质量保障体系，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. 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。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。

3. 以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

4. 建有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。

## 十、毕业要求

### （一）学分要求

学生修完本人才培养方案规定的课程，考核合格，获得规定的学分，总学分不低于 135 学分，其中必修课 102 学分，选修课 33 学分。

允许学生通过学分认定和转换获得学分，具体认定和转换办法见《湛江幼儿师范专科学校学分认定和转换管理办法（试行）》。

课程类别		学分
公共基础课程	公共基础必修课（必修）	19.5
	公共基础限选课（选修）	17
	全校任选课（选修）	6
	公共综合实践课（必修）	6.5
专业课程	专业基础课（必修）	30
	专业核心课（必修）	24
	专业拓展课（选修）	10
	专业综合实践课（必修）	22
合计		135

### （二）体能测试要求

体能测试成绩达到《国家学生体质健康标准（2014年修订）》要求。测试成绩按毕业当年学年总分的50%与其他学年总分平均得分的50%之和进行评定，成绩未达50分者按结业或肄业处理。

### （三）证书要求

证书类别	证书名称	颁证机构	获证要求 (必须通过/建议获得)
职业资格 证书	高级营销员	中华人民共和国人力资源和社会保障部	建议获得
	营销师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	建议获得
	互联网营销师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	建议获得
技能 等级 证书	数字营销技术应用	中教畅享（北京）科技有限公司	建议获得
	电子商务数据分析	北京博导前程信息技术股份有限公司	建议获得
	直播电商	南京奥派信息产业股份公司	建议获得
基本 技能 证书	全国计算机等级考试	教育部教育考试院	建议获得
	全国大学英语四、六级考试 (CET)	教育部教育考试院	建议获得
	国家普通话水平测试二级乙 等及以上证书	国家语言文字工作委员会	建议获得

### （四）其他要求

第二课堂成绩10学分，具体认定办法见《湛江幼儿师范专科学校“第二课堂成绩单”学分认定及管理暂行办法》。

## 十一、研制团队

姓名	工作单位	职称/职务
杨倩霞	湛江幼儿师范专科学校	讲师/市场营销教研室主任
林慧君	湛江幼儿师范专科学校	教授/经济管理系主任
陶然	湛江幼儿师范专科学校	讲师/经济管理系副主任
陈妍蓓	湛江幼儿师范专科学校	助教/教师
赖炳汉	福聚惠优选(湛江)数字科技有限公司	总经理
黄兴朋	华南电商科技(深圳)有限公司	总经理
林少慧	湛江幼儿师范专科学校	学生代表

---

执笔人：杨倩霞

审核人：林慧兰

分管校领导：梁小娟

附表

## 教学进度表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	授课时数			各学期学时分配						考核方式	
						理论学时	实践学时	总学时	1	2	3	4	5	6		
公共基础课程	公共基础必修课	必修	1	14090001	思想道德与法治	2	24	8	32		2*16					考查
			2	14090003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	20	12	32			2*16				考试
			3	14090002	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	32	16	48				3*16			考试
			4	14090004	思政课实践教学	1	0	16	16		1*16					考查
			7	14070001	体育与健康教育 I	2	2	30	32	2*16						考查
			8	14070002	体育与健康教育 II	2	2	30	32		2*16					考查
			9	14010001	心理健康教育 I	2	8	0	32	2*4						考查
			10	14010002	心理健康教育 II		8	0			2*4					
			11	14010003	心理健康教育 III		8	0				2*4				
			12	14010004	心理健康教育 IV		8	0					2*4			
			13	14070003	军事理论	2	28	8	36	2*18						考查

			14	14100001	信息检索与网络安全	0.5	8	0	8		2*2	2*2				考查		
			15	14080002	大学生健康教育	1	8	8	16		1*8	1*8					考查	
			16	14090005	形势与政策 I	1	4	0	16	2*2						考查		
			17	14090006	形势与政策 II		4	0		2*2								
			18	14090007	形势与政策 III		4	0			2*2							
			19	14090008	形势与政策 IV		4	0				2*2						
			20	14970001	国家安全教育	1	10	6	16		1*16					考查		
					小计	19.5	182	134	316	112	88	52	60	0	0			
			公共基础 限选课	选修	21	14090025	中国共产党党史	1	16	0	16			1*16				考查
					22	34100016	信息技术基础	3	20	28	48		3*16					考查
					23	34050009	大学英语 I	4	48	16	64	4*16						考查
					24	34050008	大学英语 II	4	48	16	64		4*16					考试
					25	34030016	大学语文	3 选 1	1	8	8	16		2*8				
26	34030017	应用文写作													考查			
27	34030018	中外获奖文学作品欣赏													考查			

			28	34040008	高等数学	4 选 1	1	12	4	16	2*8					考查						
			29	34040007	数学文化																	考查
			30	34040006	统计初步																	考查
			31	34040005	数学思维																	考查
			32	34030013	中华优秀传统文化	3 选 1	0.5	4	4	8	2*4						考查					
			33	34030014	论语导读																	考查
			34	34030015	蒙学经典导读																	考查
			35	34070002	体育与健康教育Ⅲ（篮球）	15 选 1	2	2	30	32	2*16						考查					
			36	34070003	体育与健康教育Ⅲ(排球、气排球)																	
			37	34070004	体育与健康教育Ⅲ（足球）																	
			38	34070005	体育与健康教育Ⅲ（羽毛球）																	
			39	34070006	体育与健康教育Ⅲ（乒乓球）																	
			40	34070007	体育与健康教育Ⅲ（健美操）																	
			41	34070008	体育与健康教育Ⅲ（排舞）																	
			42	34070009	体育与健康教育Ⅲ（武术）																	
			43	34070010	体育与健康教育Ⅲ（形体与健身）																	
			44	34070011	体育与健康教育Ⅲ（匹克球）																	

		45	34070012	体育与健康教育III（体育舞蹈）													
		46	34070013	体育与健康教育III（体育游戏）													
		47	34070014	体育与健康教育III（飞盘）													
		48	34070015	体育与健康教育III（飞镖）													
		49	34070016	体育与健康教育III（棋牌）													
		50	34070001	体能测试		0.5	0	16	16	2*8						考查	
				小计		17	158	122	280	80	152	32	0	0	0		
公共任 选课	选修			人文与社会				N选1	2			32					
				科技与自然				N选1	2			32					
				艺术与审美					N选1	2			32				
				小计		6	48	48	96								
公共综	必	25	14010017	大学生职业生涯规划与就业指导 I		2	8	8	32	2*8						考	

合实践 课	修	26	14010016	大学生职业生涯规划与就业指导 II			8	8					2*8		查
		27	14100017	大学生创新创业教育		0.5	8	0	8		2*4				考查
			14010018	职业素养与工匠精神		0.5	4	4	8		讲座形式				考查
		28	14070006	入学教育与军事训练		2	16	112	128	64*2					考查
		29	14080008	大学生劳动教育		1	8	8	16	1*16				考查	
		30	14090027	社会实践	2 选 1	0.5	0	40	40	10*4				考查	
		31	14090026	志愿服务											
				小计		6.5	52	180	232	158	30	14	14	16	0
公共基础课程合计					49	440	484	924	350	270	98	74	16	0	
专 业 课 程	专业基 础课程	必 修	1	24110253	管理学基础		4	32	32	64	4*16				考试
			2	24110028	市场营销学		4	32	32	64	4*16				考试
			3	24110031	经济法概论		3	32	16	48	3*16				考试
			4	24110165	统计学基础		3	24	24	48		3*16			考试
			5	24110092	会计学基础		3	32	16	48		3*16			考试
			6	24110136	人力资源管理		3	28	20	48			3*16		考试

		7	24110167	微观经济学	4	48	16	64				4*16			考试
		8	24110567	客户关系管理与实务	3	24	24	48				3*16			考试
		9	24110088	国际贸易理论与实务	3	28	20	48					3*16		考试
				小计	30	280	200	480	176	96	48	112	48	0	
专业核 心课程	必 修	1	24110568	数字营销技术与应用	3	24	24	48		3*16					考试
		2	24110569	商务数据分析与应用	3	24	24	48		3*16					考查
		3	24110570	消费者行为分析	4	32	32	64			4*16				考试
		4	24110150	市场调研与预测	3	24	24	48			3*16				考查
		5	24110243	直播营销	4	32	32	64			4*16				考查
		6	24110372	营销策划	4	32	32	64				4*16			考查
		7	24110186	新媒体营销	3	24	24	48				3*16			考试
				小计	24	192	192	384	0	96	176	112	0	0	
专业拓 展课	选 修	1	24110571	电子商务基础	三选一	2	16	16	32			2*16			考试
		2	24110572	跨境电商运营实务		2	16	16	32			2*16			考

																		试
		3	24110475	跨境电商供应链管理		2	16	16	32				2*16					考 试
		4	24110132	汽车市场营销实务	三选一	2	16	16	32						2*16			考 试
		5	24110077	房地产市场营销实务		2	16	16	32						2*16			考 试
		6	24110395	茶与茶营销		2	16	16	32						2*16			考 试
		7	24110205	直播文案与剧本策划	三选一	2	16	16	32					2*16				考 查
		8	24110476	跨境电商选品		2	16	16	32					2*16				考 查
		9	24110470	海外营销推广		2	16	16	32					2*16				考 查
		10	24110573	python 数据分析与可视化	三选一	2	16	16	32						2*16			考 查
		11	24110574	新媒体数据分析与应用		2	16	16	32						2*16			考 查
		12	24110474	跨境电商 B2B 数据运营		2	16	16	32						2*16			考 查
		13	24110484	新零售管理	三选一	2	16	16	32						2*16			考 查
		14	24110575	连锁特许经营管理		2	16	16	32						2*16			考 查

		15	24110051	插花艺术		2	16	16	32					2*16		考查	
				小计		10	80	80	160	0	0	32	32	96	0		
专业综合实践课	必修	1	24110576	商务礼仪		2	16	16	32	2*16						考查	
		2	24030021	普通话（普通话证）		2	16	16	32	2*16							考查
		3	24110577	市场营销沙盘模拟		3	16	32	48		3*16						考查
		4	24110385	谈判与推销实务		3	32	16	48						3*16		考试
		5	24110154	市场营销综合实训		3	24	24	48						3*16		考查
		6	24110144	商务英语		2	0	32	32						2*16		考查
		7	24110363	岗位实习		4	0	128	128							128	考查
		8	24110362	毕业综合鉴定（毕业论文/设计）		1	0	16	16							16	考查
		9	24110361	毕业教育		0	40	0	40							40	考查
		10	24110360	专业研习		1	0	64	64							64	考查
		11	24110378	专业考察与见习		1	0	64	64						64		考查

---

				小计	22	144	408	552	64	48	0	0	192	248	
专业课程合计					86	696	880	1576	240	240	256	256	336	248	
总计					135	1136	1364	2500	590	510	354	330	352	248	