



湛江幼儿师范专科学校

ZhanJiang Preschool Education College

市场营销专业

2025 级人才培养方案

经济管理系

2025 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

普通高级中学毕业生或具有同等学力者；中等职业学校毕业生或具有同等学力者。

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 （F51 ） 零售业 （F52 ） 商务服 务业 （L72 ）	市场营销专业 人员（2-06 -07-02）；客户 服务管理 员（4-07-02-03）、 互联网营销师 S(4-01-06-02)、 品牌专业人员 （2-06-07-04）	市场调研 市场开发 销售管理 营销策划 客户服务	1+X 数字营销技术应用、直播电商、电子商务数据分析等职业技能等级证书；营销师、互联网营销师、高级营销员等职业资格证书；全国大学英语四、六级考试（CET）；全国计算机等级考试；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	/	首席战略官(CSO)、 知名行业专家/顾问	互联网营销师(一级)、 品牌管理师(一级)、连 锁经营管理师(一级)	本科	15年以上
IV	/	销售总监/销售副总 裁、市场总监/首席 营销官(CMO)、品 牌总监、电商总监、 分公司总经理	互联网营销师(二级)、 品牌管理师(二级)、连 锁经营管理师(二级)、 1++X 数字营销技术应 用(高级)、新媒体运 营(高级)	本科	8-15年
III	/	资深销售经理/大客 户经理、市场经理 (产品/渠道/品牌)、 数字营销经理、高 级市场分析师、营 销策划经理	互联网营销师(二级)、 品牌管理师(二级)、连 锁经营管理师(二级)、 1++X 数字营销技术应 用(高级)、新媒体运 营(高级)	高职/本科	5-8年
II	高级销售代 表/客户经 理、市场专员 /品牌专员、 数字营销专 员、 市场分析师、 活动策划专 员、产品推广 专员	销售主管、市场主 管/品牌主管、数字 营销主管、区域销 售经理(小区域)	互联网营销师(三级)、 品牌管理师(三级)、连 锁经营管理师(三级)、 电子商务师(三级)、 1+X 数字营销技术应 用(中级)职业技能等 级证书	高职/本科	3-5年
I	销售代表/客 户专员、市场	/	互联网营销师(四级)、 品牌管理师(四级)、连	高职/本科	1-3年

专员/助理、 电商运营助 理、市场调研 助理、活动执 行助理、客服 专员		锁经营管理师（四级）、 电子商务师（四级）、 1+X 电子商务数据分 析（中级）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、商务服务业，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 技能：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 工具：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 方法：运用项目运营管理工具，策划和执行渠道促销活动。	
		01-01-04 要求：能够根据市场变化和销售目标，优化渠道布局和促销策略。	
		01-01-05 知识：熟悉销售分析工具、渠道运营的知识，了解不同渠道的特点和优势。	
	01-02 客户 管理	01-02-01 技能：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 and 行为模式。	客户关系管理与实 务
		01-02-02 工具：使用客户关系管理系统（CRM）、客户反馈工具等。	
		01-02-03 方法：制定个性化的客户策略，提供定制化服务。	
		01-02-04 要求：具备出色的沟通技巧和关系建立能力，能够建立和维护稳固的客户关系。	
		01-02-05 知识：了解客户关系管理的基本理论和实践方法，熟悉客户满意度和忠诚度的提升策略。	
	01-03 产品 管理	01-03-01 技能：掌握产品生命周期的特征，能够跟踪市场上产品的表现。	谈判与推销实务、 新零售管理、市场 营销学
		01-03-02 工具：使用市场调研工具、数据分析软件等。	
		01-03-03 方法：制定产品的更新、淘汰或延伸策略方法。	
		01-03-04 要求：能够根据产品的特点向客户推荐合适的解决方案。	
		01-03-05 知识：熟悉产品特性、优势和适用场景，理解客户需求和销售技巧。	
02 市场策 划	02-01 市场 调研	02-01-01 技能：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（定性和定量研究）和样本选择。	统计学基础、市场 调研与预测、 商务数据分析与 应用、python 数据分 析与可视化
		02-01-02 工具：使用 SPSS、Excel、Python 等数据分析工具。	

		02-01-03 方法：确定研究目标、选择合适的研究方法（定性和定量研究）和样本选择；掌握统计分析和数据解读技能；掌握问卷设计的方法	
		02-01-04 要求：能够提取有价值的信息，清晰地表达研究发现，并提供可行的建议或策略。	
		02-01-05 知识：熟悉统计分析和数据解读技能，了解市场调研的基本理论和方法。	
	02-02 产品策划	02-02-01 技能：制定整体产品策略；运用多渠道的营销策略和制定有效的推广计划。	营销策划、新零售管理
		02-02-02 工具：使用市场分析工具、SWOT分析等。	
		02-02-03 方法：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等，掌握产品设计、开发以及产品推广策略。	
		02-02-04 要求：能够运用多渠道的营销策略和制定有效的产品推广计划。	
		02-02-05 知识：熟悉产品策划的基本理论和方法，了解市场需求和竞争态势。	
	02-03 品牌推广	02-03-01 技能：创造差异化的品牌定位；为品牌传播制定合理的策略；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。	营销策划、消费者行为分析
		02-03-02 工具：掌握 SWOT 分析、用户画像等工具；熟悉品牌推广和营销的工具。	
		02-03-03 方法：掌握品牌策略规划和内容开发的方法。	
		02-03-04 要求：能够根据推广效果进行数据分析和优化。	
		02-03-05 知识：熟悉品牌推广和营销的工具，了解品牌策略规划和内容开发的方法。	
03 数字营销	03-01 新媒体运营	03-01-01 技能：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。	新媒体营销
		03-01-02 工具：使用新媒体内容创作工具（如图片编辑软件、视频制作软件等）。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。	

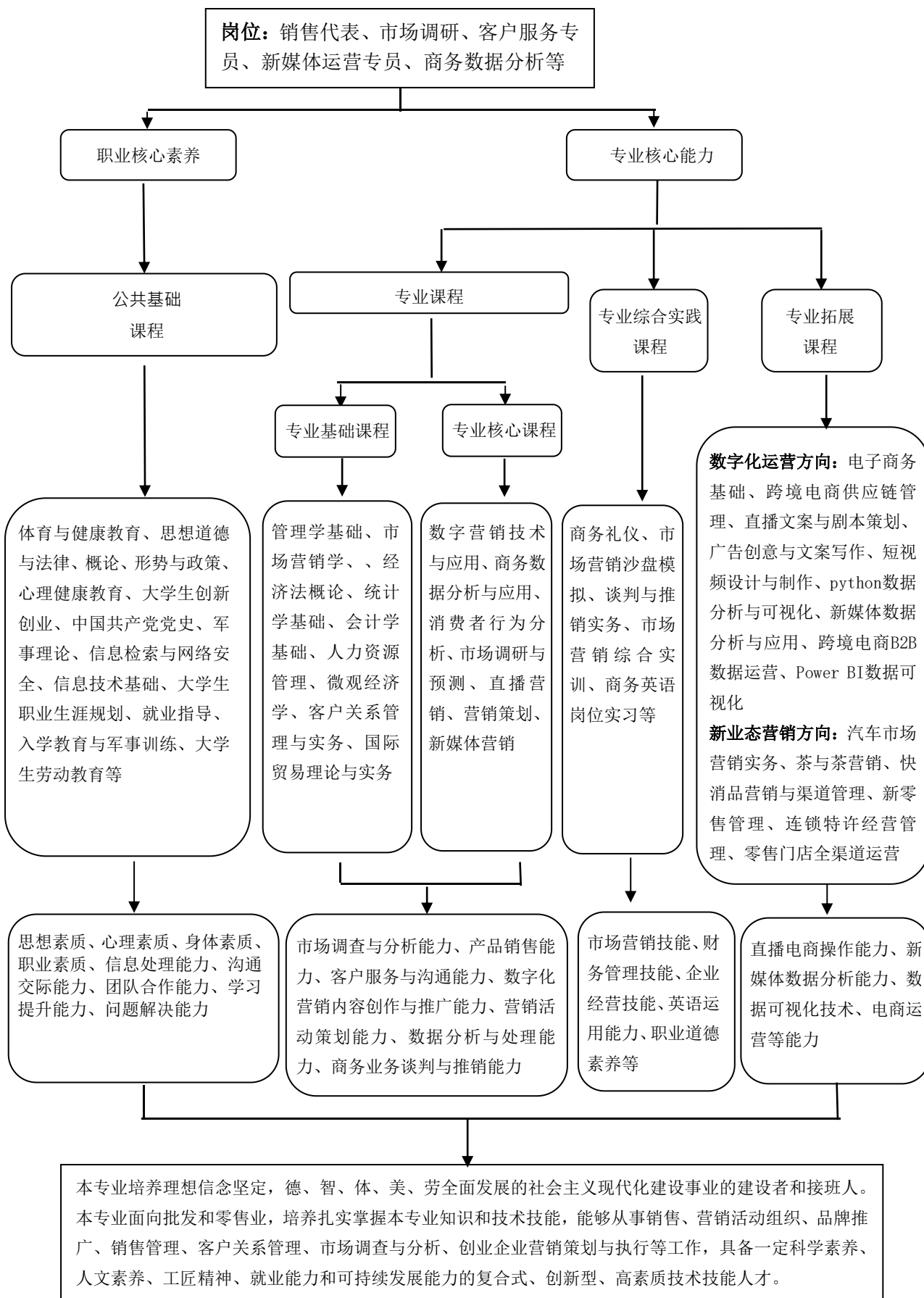
		3-01-03 方法：掌握内容创作与表达的技巧和方法，包含 FAB 等。	
		03-01-04 要求：能够根据平台特点和用户需求，制定合适的内容策略。	
		03-01-05 知识：熟悉新媒体营销的基本理论和方法，了解不同新媒体平台的运营规则。	
	03-02 直播营销	03-02-01 技能：根据产品卖点进行直播推广、促单，并最终达成产品直播销售目的；撰写和挖掘产品卖点；对商品描述和直播活动进行策划。	直播营销、 广告创意与文案写作
		03-02-02 工具：使用直播平台工具、产品演示工具等。。	
		03-02-03 方法：掌握产品卖点提炼方法，进行用户痛点和核心分析。	
		03-02-04 要求：具有良好的语言表达能力、临场应变能力、控场能力；具有较好的文字表现力，能够撰写和挖掘产品卖点，对商品描述和直播活动进行策划。	
		03-02-05 知识：熟悉直播营销的基本理论和方法，了解直播平台的运营规则和用户行为。	
	03-03 搜索和推荐引擎营销	03-03-01 技能：运用搜索引擎完成品牌或产品的推广；根据推荐引擎的工具完成落地页、应用和门店的推广；根据效果分析的指标数据优化相应的广告策略。	数字营销技术与应用
		03-03-02 工具：使用搜索引擎优化工具、数据分析工具等。	
		03-03-03 方法：掌握关键词挖掘、网页优化竞价推广的方法和原理。	
		03-03-04 要求：能够根据目标消费者行为属性和目标受众定向，完成落地页、应用和门店的推广。	
		03-03-05 知识：熟悉搜索和推荐引擎营销的基本理论和方法，了解目标消费者行为和市场趋势。	
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 能够在商务服务与营销活动中具备良好的沟通、谈判以及推销的业务能力	谈判与推销实务、 商务礼仪
		04-01-02 理解并尊重文化差异，能够在国际环境中进行有效跨文化沟通-专业交流	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 创新思维-能够运用创新思维解决工作中的问题-鼓励创新-提出改进工作流程与组织变革的建议	职业生涯规划
04-04 自主学习	04-04-01 具有良好的探究学习、终身学习能力	专业考察与见习
	04-04-02 具备能够将所学理论知识进行综合实践展示	毕业综合鉴定
04-05 团队合作	04-05-01 能够在团队中发挥作用,协同完成项目-理解团队成员角色,促进团队合作	市场营销沙盘模拟、市场营销综合实训
	04-05-02 展现领导潜质,指导激励团队成员-在团队项目中担任领导角色,推动项目进展	市场营销沙盘模拟、市场营销综合实训
04-04 解决问题	04-04-01 具备熟练运用所学知识解决实际问题能力	专业研习
	04-04-02 具备扎实的专业基础知识,能够快速适应新的工作环境和新的工作内容	岗位实习
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	信息技术基础、信息检索与网络安全
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 具备安全意识和危机应对能力,实习工作管理规定	就业指导、毕业教育、国家安全
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。



(二) 各类课程主要教学内容及要求

1. 公共基础课程

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、公共综合实践课和第二课堂五大类，共 53 学分，其中公共基础必修课 19.5 学分，公共基础限选课 17.5 学分，公共任选课 6 学分，公共综合实践课 6 学分、第二课堂 4 学分。包含思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思政课实践教学、形势与政策、体育与健康教育、心理健康教育、军事理论、信息检索与网络安全、大学生健康教育等公共基础必修课，中国共产党党史、信息技术基础、大学英语、大学语文、应用文写作、中外获奖文学作品欣赏、高等数学、数学文化、统计初步、数学思维、中华优秀传统文化等公共基础限选课，大学生职业生涯规划与就业指导、大学生创新创业教育、职业素养与工匠精神、入学教育与军事训练、大学生劳动教育等公共综合实践课，以及第二课堂。

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。包含管理学基础、市场营销学、经济法概论、统计学基础、会计学基础、人力资源管理、微观经济学、客户关系管理与实务、国际贸易理论与实务等专业基础课程。

(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、新媒体营销策划等项内容，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，全部为选修课程，学生至少选修 10 学分。包含电子商务基础、跨境电商供应链管理、直播文案与剧本策划、广告创意与文案写作、短视频设计与制作、python 数据分析与可视化、新媒体数据分析与应用、跨境电商 B2B 数据运营、Power BI 数据可视化、汽车市场营销实务、茶与茶营销、快消品营销与渠道管理、新零售管理、连锁特许经营管理、零售门店全渠道运营等专业拓展课程。

(3) 专业综合实践课

本专业设置 10 门专业综合实践课程，共 21 学分，全部为必修课程。包含商务礼仪、普通话（普通话证）、市场营销沙盘模拟、谈判与推销实务、市场营销综合实训、商务英语、岗位实习、毕业综合鉴定（毕业论文/设计）、毕业教育、专业研习、专业考察与见习等综合实践课程。

(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 周专业考察与见习活动；第六学期第 1-16 周为专业研习、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	14.13	316	12.56
	公共基础限选课（选修）	17.5	12.68	288	11.45
	公共任选课（选修）	6	4.35	96	3.82
	公共综合实践课（必修）	6	4.35	192	7.63
	第二课堂（选修）	4	2.90	64	2.54
专业课程	专业基础课（必修）	30	21.74	480	19.08
	专业核心课（必修）	24	17.39	384	15.26
	专业拓展课（选修）	10	7.25	160	6.36
	专业综合实践课（必修）	21	15.22	536	21.30
合计		138	100.00	2516	100.00
其中	公共基础课程	53	38.41	956	38.00
	专业课程	85	61.59	1560	62.00
合计		135	100.00	2516	100.00
其中	必修课	100.5	72.83	1908	75.83
	选修课	37.5	27.17	608	24.17
合计		138	100.00	2516	100.00
其中	理论教学	—	—	1152	45.31

	实践教学	—	—	1364	54.69
	合计	—	—	2516	100.00
其中	课内教学	107	77.54	1724	68.52
	综合实践	31	22.46	792	31.48
	合计	138	100.00	2516	100.00

(三) 教学进度表

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/企业导师

兼职教师/企业导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。	24	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	30	现有

			踪摄像机、多层密集货架、多媒体一体机、麦克风等。		
3	会计综合实训室	承担“1+x”培训考试工作,以及电子商务数据分析、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、供应链管理课程教学与岗位技能学习实训。	电脑、会计专用财务软件、企业综合业务教学软件、企业管理软件、手持式分析仪、磁性分析仪(单机型)、会计办公用品等。	48	现有
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	广东茗上茗茶业有限公司	茶叶、茶具、茶工艺品等直播带货，网络营销方案策划等职业体验	30人	
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 学院开课六次，截至到 2025 年 5 月线上学员人数达到 2299 余人，学员所属单位 142 余个，累计日志 109823 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	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pjksagwuxibbgqilym50ia	引用参考
2	市场调研与预测	https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=86f2dc105b82ef04cd394e6a8570229e	引用参考
3	新媒体营销	https://mooc.icve.com.cn/course.html?cid=SCDCS856410	引用参考
4	商务礼仪	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=0o5hatiqr4ldm1eeo5tx0w	引用参考
5	消费者行为分析	https://icvemoooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?classId=e161aa179aa7b432c0763907cc53b226	引用参考
6	品牌策划与推广	https://user.icve.com.cn/learning/u/teacher/teaching/indexCourse.action?courseId=db31373c88fd496aadd0168289a490dd&archive=0	引用参考
7	数字营销技术与应用	http://dm.itmc.cn/	企业开发
8	商务数据分析与应用	https://www.ibodao.com/	企业开发
9	电子商务基础与实务	https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=dzszjy044hj328	自行开发
10	智慧职教平台	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/homePage/homePage.html	引用参考
11	超星平台	http://passport2.chaoxing.com/login	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 138 学分，其中必修课 100.5 学分，选修课 37.5 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）	17.5
	全校任选课（选修）	6
	公共综合实践课（必修）	6
	第二课堂（选修）	4
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）	21
	合计	138

（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4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	讲师/经济管理系副书记

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
李昊峻	湛江幼儿师范专科学校	学生代表
黄嘉源	湛江幼儿师范专科学校	学生代表
张震	湛江幼儿师范专科学校	学生代表
梁芝婷	广州万端品牌管理有限公司	学生代表

执笔人：杨倩霞

审核人：吴春萌

分管校领导：钟平

日期：2025年6月13日

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
			5	14070001	体育与健康教育 I	2	2	30	32	2*16						考查
			6	14070002	体育与健康教育 II	2	2	30	32		2*16					考查
			7	14010001	心理健康教育 I	2	8	0	32	2*4						考查
			8	14010002	心理健康教育 II		8	0			2*4					
			9	14010003	心理健康教育 III		8	0				2*4				
			10	14010004	心理健康教育 IV		8	0					2*4			
			11	14070003	军事理论	2	28	8	36	2*18						考查
			12	14100001	信息检索与网络安全	0.5	8	0	8		2*4					考查
			13	14080002	大学生健康教育	1	8	8	16	1*8	1*8					考查
			14	14090005	形势与政策 I	1	4	0	16	2*2						考查
			15	14090006	形势与政策 II		4	0			2*2					
			16	14090007	形势与政策 III		4	0				2*2				
			17	14090008	形势与政策 IV		4	0					2*2			

		18	14970001	国家安全教育		1	10	6	16		1*16					考查			
				小计		19.5	182	134	316	128	76	52	60	0	0				
公共基础 限选课	选修	1	14090025	中国共产党党史		1	16	0	16	1*16						考查			
		2	34100016	信息技术基础		3	20	28	48	3*16							考查		
		3	34050008	大学英语 I	2 选 1	4	48	16	64	4*16							考查		
		4	34050011	大学日语 I		4	48	16	64	4*16							考查		
		5	34050009	大学英语 II	2 选 1	4	48	16	64		4*16						考试		
		6	34050012	大学日语 II		4	48	16	64			4*16						考试	
		7	34030016	大学语文	3 选 1							2*8					考查		
		8	34030017	应用文写作		1	8	8	16				2*8					考查	
		9	34030018	中外获奖文学作品欣赏															考查
		10	34040008	高等数学	4 选 1							2*8					考查		
		11	34040013	数学文化		1	12	4	16				2*8					考查	
		12	34040012	统计初步															考查
		13	34040011	数学思维															考查
		14	34030020	中华优秀传统文化		1	8	8	16		2*8						考查		
		15	34070002	体育与健康教育III（篮球）	15 选 1							2*16					考查		
		16	34070003	体育与健康教育III（排球、气排球）															
		17	34070004	体育与健康教育III（足球）		2	2	30	32										
		18	34070005	体育与健康教育III（羽毛球）															
		19	34070006	体育与健康教育III（乒乓球）															
		20	34070007	体育与健康教育III（健美操）															

		21	34070008	体育与健康教育III（排舞）												
		22	34070009	体育与健康教育III（武术）												
		23	34070010	体育与健康教育III（形体与健身）												
		24	34070011	体育与健康教育III（匹克球）												
		25	34070012	体育与健康教育III（体育舞蹈）												
		26	34070013	体育与健康教育III（体育游戏）												
		27	34070014	体育与健康教育III（飞盘）												
		28	34070015	体育与健康教育III（飞镖）												
		29	34070016	体育与健康教育III（棋牌）												
		30	34070001	体能测试		0.5	0	16	16	2*8						考查
				小计		17.5	162	126	288	144	112	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		美育课程	N 选 1	2			32										
				小计		6	48	48	96		24	24	24	24					
公共综 合实践 课	必修	1	14010017	大学生职业生涯规划与就业指导 I	2	8	8	32	2*8								考查		
		2	14010016	大学生职业生涯规划与就业指导 II														8	8
		3	14100017	大学生创新创业教育	0.5	8	0	8		2*4									考查
		4	14010018	职业素养与工匠精神	0.5	4	4	8		8 讲座形式							考查		
		5	14070006	入学教育与军事训练	2	16	112	128	64*2										考查
		6	14080008	大学生劳动教育	1	8	8	16	1*16									考查	
				小计	6	52	140	192	148	14	6	6	18	0					
第二课 堂	选修	1	34990023	第二课堂	4	0	64	64	具体内容详见《湛江幼儿师范专科学校“第二课堂成绩单”学分认定及管理办法》（湛江幼专（2025）60号）。							考查			
公共基础课程合计						53	444	512	956	436	242	130	106	42	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	24110567	客户关系管理与实务	3	24	24	48					3*16					考试

专业核心课程		8	24110167	微观经济学		4	48	16	64					4*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	48	112	0		
		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			考试
			6	24110372	营销策划		4	32	32	64					4*16		考试
			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	二选一		2	16	16	32				2*16		考查
			2	24110475	跨境电商供应链管理												
3			24110205	直播文案与剧本策划	三选一												
4			24110678	广告创意与文案写作			2	16	16	32					2*16		考查
5			24110469	短视频设计与制作													
6			24110573	python 数据分析与可视化	四选一												
7			24110574	新媒体数据分析与应用			2	16	16	32						2*16	考查
8			24110474	跨境电商 B2B 数据运营													
9			24110540	Power BI 数据可视化													
10			24110132	汽车市场营销实务	三选一												
11			24110395	茶与茶营销			2	16	16	32						2*16	考查
12			24110679	快消费品营销与渠道管理													
13			24110484	新零售管理	三选一		2	16	16	32						2*16	考查

专业综合实践课		14	24110575	连锁特许经营管理													
		15	24110662	零售门店全渠道运营													
				小计		10	80	80	160	0	0	32	32	96	0		
	必修	专业技能训练	1	24110576	商务礼仪		2	16	16	32	2*16						考查
			2	24030021	普通话		2	16	16	32	2*16						考查
			3	24110151	市场营销沙盘模拟		2	16	16	32		2*16					考查
			4	24110385	谈判与推销实务		3	32	16	48				3*16			考查
			5	24110144	商务英语		2	0	32	32					2*16		考试
			6	24110154	市场营销综合实训		3	24	24	48					3*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	0	40	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		21	104	432	536	64	32	0	48	144	248				
专业课程合计					85	656	904	1560	240	224	256	240	352	248			
总计					138	1100	1416	2516	676	466	386	346	394	248			