

工商管理系

市场营销专业（扩招）

人才培养方案

黑龙江建筑职业技术学院

2020 年 6

黑龙江建筑职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销 630701

二、入学要求

根据国家高职院校专项招政策，通过学院统一组织的综合测试及面谈的具有普通高中及中职教育学校毕业生同等学习能力的退役军人、下岗失业人员、农民工、新型职业农民等。

三、修业年限

基本学制三年，实行弹性学制，即 2~6 年。

培养模式：市场营销专业采取校企合作教育“2+1”人才培养模式，2 年在学校学习成长教育课和职业基础、职业技术、职业实践及职业拓展等课程；1 年在企业进行顶岗实习，并与企业签订实习实训合作协议，实行校企联合，互惠互利，实行双赢政策。

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）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类（630）	市场营销（6307）	批发业、零售业（51、52）	营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 摊商（4-02-02-05） 市场营销专业人员（2-06-07-02）	营销运行维护类岗位 营销业务支撑类岗位 营销部门行政服务类岗位 营销发展规划类岗位 营销业务管理类岗位 营销策划类岗位 营销服务类岗位 销售类岗位	暂无

（二）专业特色

本专业紧密结合社会对高技能人才提出的最新要求，与企业互动共同探讨课程体系改革、采用工学结合、校企合作“2+1”的人才培养模式；建立了深度合作的校外实习、实训及就业基地；构建以“双师型”教师为核心的师资队伍；开展创新创业教育，提高学生综合素质；课程设置与行业标准相融合，通过实岗操作、技能大赛等形式强化学生的实践能力，使学生毕业取得职业资格证和毕业证，提升毕业生的竞争力。近年来市场

营销专业毕业生一次性就业率达 98%以上，毕业生受到用人单位的普遍好评。

（三）岗位分析

市场营销专业职业岗位工作过程、典型工作任务与岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力要求	典型工作任务	工作过程	知识点、技能点、经验点、态度点
		初始岗位	发展岗位					
1	客户服务	√	客服经理	1 接受客户咨询，记录客户咨询、投诉内容，按照相应流程给予客户反馈； 2 能及时发现来电客户的需求及意见，并记录整理及汇报； 3 为客户提供完整准确的方案及信息，解决客户问题，提供高质量服务	1 能够与客户建立联系，进行有效的客户管理和沟通 2 能够与客户建立贸易关系，了解并分析客户需求情况 3 能够为客户提供服务 4 能够为客户提供增值服务，发展、维护良好的客户关系 5 能够有效管理客户达成绩效 6 能够与客户维护长期伙	1 客户关系建立（售前） 2 提供客户服务（售中） 3 有效的客户管理与关系维护（售后）	1 整理客户资料、建立客户档案； 2 根据客户档案资料，研究客户的需求； 3 与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务	知识点： 1. 了解客户关系管理的基本概念、工作职责； 2. 熟悉谈判的相关基础知识及技巧； 3. 掌握商务礼仪的基本知识； 4. 掌握作为一名合格客户服务人员必须具备的理论知识。 技能点： 1. 熟悉公司的业务流程 2. 熟练掌握必要的沟通常识和沟通技巧

					伴关系			3. 能够合理处理客户服务工作中常见的问题及异议。 4. 具备良好的倾听能力及技巧 5. 能根据客户需要提供增值服务，维护良好客户关系； 经验点： 1. 能制定客户管理计划并实施； 2. 能及时跟踪并主动了解行业发展的最新动态； 态度点： 1. 具备良好的服务意识、职业道德； 2. 具有实事求是的作风和创新精神； 3. 具有较强的语言表达、职业沟通和协调能力； 4. 具有团队协作精神及妥善
--	--	--	--	--	-----	--	--	---

								处理人际关系的能力； 5. 具有良好的抗挫折能力及适应环境变化的能力。
2	销售代表	√	销售主管（经理）	1 维护和开拓新的销售渠道和新客户，自主开发及拓展上下游用户，尤其是终端用户 2、负责产品的市场渠道开拓与销售工作，执行并完成公司产品年度销售计划 3 动态把握市场价格，定期向公司提供市场分析及预测报告和个人工作情况 4 建立客户资料卡及客户档案，与客户建立良好的关系，把握客户需求，便于完成销售任务 5 收集一线营销信息和用户意见，对公司营销策略、售后服务、等提出参考意见	1 能够进行客户行为分析，与顾客进行有效信息沟通 2 回答顾客的问题、处理与顾客的异议 3 介绍产品的优点和缺点，为顾客提供专业性服务 4 填写发票或单据 5 能够进行渠道开发、维护和管理 6 能解决渠道的矛盾和冲突 7 能制定渠道计划 8 能制定、控制预算 9 能对代理商、经销商的人员进行培训 10 在网站发布企业信息和	1 终端销售 2 渠道推广 3 网络销售	1 要熟悉本公司产品，了解行业知识，要熟悉竞争对手情况，客户群体划分等。 2、寻找潜在客户并加以分类 3 了解客户需求 4、进行竞争对手分析 5 加强与客户的双向交流 6 解决客户的反对意见 7 成交 8 售后服务	知识点： 1. 了解所在行业的发展状况； 2. 掌握市场营销的核基本知识； 3. 掌握销售管理的基本知识； 4. 掌握谈判的基本技巧； 5. 了解消费心理的基本知识； 6. 掌握网络营销的基本知识； 7. 掌握商务数据分析的基本知识； 技能点： 1. 能够进行客户行为分析，与顾客进行有效信息沟通 2. 能介绍产品的优点和缺点，回答顾客的问题、处理与顾客的异议，为顾客提供专业性服

				产品信息的能力 11 能进行商务数据分析与应用能力 12 能熟练应用新媒体等网络应用软件工具实现商品网络销售的能力		务； 3. 能够进行渠道开发、维护和管理,并解决渠道的矛盾和冲突； 4. 能熟练应用新媒体等网络应用软件工具实现商品网络销售的能力； 5. 能运用各种促销手段进行有效促销 经验点: 1. 认真处理有问题的顾客； 2. 及时了解行业发展动态； 3. 学习应用新媒体进行销售； 态度点: 1. 具有良好的职业道德 2. 吃苦耐劳和敬业精神 3. 具有工作创新意识 4. 树立自觉学习和终生学习的态度
--	--	--	--	--	--	--

								5. 具备良好的心理素质
3	市 场 调 研 员	√	市场部 经理	1、研究、建议产品及服务的市场地位。 2、市场竞争对手、竞争产品、竞争策略信息收集、整理、汇报。 3、竞争策略效果调研。 4、市场环境变化调研、整理、报告。 5、替代品发展趋势分析、应对建议。 6、分析产品或服务的潜在市场。 7、制定调研方法。制作数据统计表格，并交促销人员协助收集信息。 8、顾客需求、顾客购买习惯、购买心理等信息调研。 9、市场趋势和市场潜力分析。 10、新产品市场反馈调研，并提出改善意见，定期递交调研报告。	1 能搜集相关行业政策、竞争对手信息和客户信息等； 2 能分析市场发展趋势； 3 能向管理层提出合理意见； 4 总体方案的论证设计 5 问卷的设计、测试、修改和最后定稿 6 问卷的印刷，调查员的挑选和培训 7 调查实施的各种细节的制定 8 调查数据的计算机录入和统计分析 9 调查报告的撰写	1 收集信息 2 设计调查问卷 3 实施调查问卷 4 调查结果统计分析	1、根据市场调查计划，提出调查组织方案，上报市场部主管，签批后执行。 2、按调查组织方案实施调查工作，并取得准确的市场信息。 3、整理取得的市场信息，形成市场信息报告书。 4、对市场信息进行分析，找出潜在客户，进行专项调查，并取得准确的调查结果。 5、将专项调查的结果，整理成潜在客户资料。 6、根据市场信息以及专项调查结果，草拟市场开发方案，提交给市场部主	知识点： 1. 了解营销市场调研的程序； 2. 掌握市场营销调研的各种方法； 3. 数据分析的基本知识； 技能点： 1. 能根据需要设计调查问卷； 2. 能运用问卷技术进行市场调研并撰写调研报告； 3. 能根据收集数据进行数据分析应用； 经验点： 1. 调研范围及人群要有代表性； 2. 调查人员要具有一定专业知识及良好职业道德；

							管。	3. 调查问卷的设计要科学合理； 态度点： 1. 具有良好的职业道德 2. 吃苦耐劳和敬业精神 3. 具有工作创新意识 4. 具备良好的心理素质
4	营 销 策 划	√	市场部 经理	1、做好项目开发前期的市场调研工作、项目的可行性研究、前期策划工作，为公司决策提供准确的依据。 2、准确把握市场变化发展趋势及产品开发发展方向，确定开发项目的市场定位和产品定位；对产品的开发设计提供准确的市场信息，确保开发设计的产品符合市场需求。 3、项目策划的推广、促销策略及广告创意的制定。	1 能进行消费者分析； 2 能进行目标市场分析； 3 能进行 SWOT 分析； 4 能进行市场竞争分析； 5 能进行产品策划、定价策划、品牌策划、广告策划、渠道策划；、公关策划、促销策划； 6 能撰写广告文案 7 能够撰写策划书 8 能按照客户要求对存在分歧的问题进行分析研究，	1 策划方案设计 2 策划方案实施	1 拟定营销推广方案 2 拟定营销推广计划并实施 3 提出相关营销推广创意及建议 4 依据企业及市场状况适时调整营销计划	知识点： 1. 熟悉市场营销的基础知识； 2. 熟悉营销策划基础知识； 3. 熟悉广告策划基础知识； 4. 熟悉 SWOT 基础知识； 5. 熟悉消费心理基础知识； 技能点： 1. 能够运用 SWOT 分析模型； 2. 能够进行市场细分并进行市场定位； 3. 能够撰写策划书； 4. 能够撰写广告文案；

				提出令顾客满意的解决建议 9 能根据市场的反馈及时对方案进行调整 10 能按照策划方案的要求,实施各项推广方案及措施 策划方案实施后, 11 能评估其效果		5. 具有良好的文字功底; 经验点: 1. 策划人员要具有丰富的行业经验; 2. 具有敏锐的市场反应能力 态度点: 1. 具有良好的职业道德 2. 吃苦耐劳和敬业精神 3. 具有工作创新意识
--	--	--	--	---	--	---

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要和营销管理、企业管理等一线需要，具备良好的政治素质、职业道德、创新意识和团结协作精神，掌握市场营销的基本理论和基本知识，具有市场分析、营销管理、营销执行、营销策划和自主创业能力，能从事企业营销部门的客户服务、市场调查、产品销售、市场开发、门店管理和营销策划等工作的高素质技能专门人才。具体目标如下：

序号	具体内容
A	能够解决企业经营管理过程中产品销售、售后服务、市场调查、广告策划等实际问题
B	能具备良好的政治素质、职业道德，爱岗敬业，有责任心
C	能够在工作中发挥有效的组织、沟通、团队协作精神和创新意识
D	能够使自己的工作行为符合伦理道德的要求，具备专业的商务礼仪素质
E	能够通过继续教育或职业培训不断提升自身的能力
F	能够为黑龙江、东三省、中俄边贸等地方区域经济发展做出贡献

（二）培养规格

1. 素质

- 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的指引下，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。
- 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；
- 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；
- 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；
- 具有健康的体魄、和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。
- 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2. 知识

- 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

- 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；
- 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；
- 掌握消费者行为和消费者心理分析的基本内容和分析方法；
- 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；
- 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；
- 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，市场调查的撰写方法；
- 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

- 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- 具有良好的语文、文字表达能力和沟通能力；
- 能够与客户进行有效沟通；
- 能够对客户群和竞争者进行分析
- 能够组织实施营销产品的市场调查和分析；
- 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- 能够组织实施推销与商业谈判；
- 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；
- 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；
- 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- 具备商务礼仪规范应用能力。

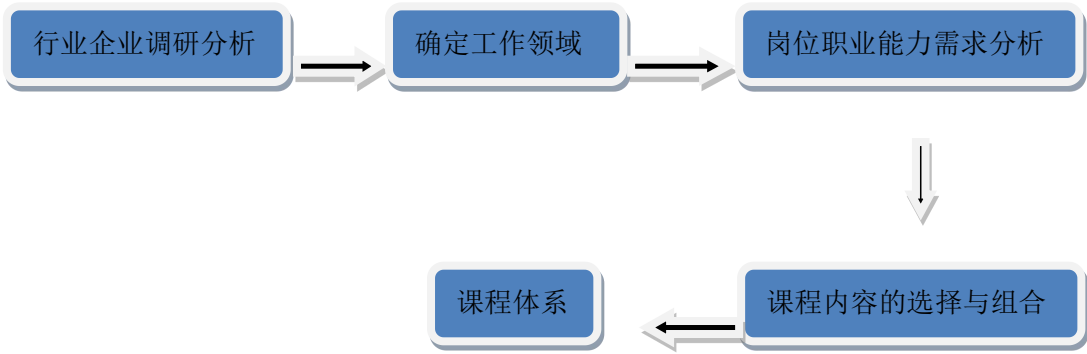
六、课程设置及要求

（一）课程体系设计思路

1. 课程体系设计

市场营销专业课程体系的构建以服务龙江经济为出发点，对接房地产行业，通过开展市场营销专业人才需求调研，了解营销专业面向的主要就业岗位，分析营销专业职业岗位与工作过程。分解市场营销典型工作任务及职业能力，按照职业岗位能力遴选课程内容，序化课程结构，融合教学内容，建立课程标准，形成基于岗位需求的职业素质课

程体系。如图



市场营销专业采取“岗、证、赛”相结合的课程体系，根据职业岗位需求能力设置课程，并将职业资格证书及职业技能大赛融入课程体系中。课程体系以职业能力培养为主线，由成长教育课程、专业平台课程、核心技能课程、职业拓展课程等组成，强调“教学做一体化”教学理念。具体如下图所示。

第六学期	顶岗实习											中级职业资格		
第五学期	顶岗实习											证		
第四学期	选修		形式与政策	职业生涯规划					广告策划	网络营销	广告策划实训		商务礼仪	初级职业资格证
第三学期	选修	心理健康			体	英	消费心理学		营销策划	市场调查	营销策划实训	市场调查实训	电子商务	
第二学期	选修						会计基础	营销统计	推销谈判		推销谈判实训		人力资源管理	
第一学期	思修	心理健康	创新创业	职业生涯规划			管理学基础	市场营销学	市场营销综合技能					
	成长教育课程					专业平台课程		核心技能课程				职业拓展	考证	

2. 创新创业体系设计

创新创业教育的课程体系构建要从其培养目标出发，遵循的原则有：

首先，突出专业特色，创新创业类课程的设置要与专业课程体系有机融合；

其次，理论联系实际，创新创业实践活动要与专业实践教学有效衔接；最后，专业教育与人文教育相结合，在专业教育和学科教学中渗透创新创业教育，构建一个多层次、立体化的课程体系。

按照现代课程理论的观点及近年课程改革实践，创新创业教育课程体系可划分为三种基本形态，即创新创业学科课程、创新创业活动课程、创新创业环境课程。

（1）创新创业学科课程

创新创业学科课程是以“创新创业教育”为中心的而设置的课程，课程的设置首先要体现出创新创业教育的目标、任务、要求，其次创新创业类课程的设置要与专业课程体系有机融合，在各专业学科课程中，结合教材内容和专业特点，渗透创新创业教育的内容，最后在教学内容中适时安排，形成特定的教学方式。

在创新创业教育课程模式中，学科课程被注入了新的内涵，学科课程中的基础课应当更注重全面提高大学生的创新创业素质、创新创业意识。这类课程不存在专业限制，如开设经济学、管理学、心理学、法学、人际交往、公共关系、艺术学等课程。

创新创业教育学科课程的开发，主要有学科渗透课程、必修课程和选修课程三种。在创新创业教育课程体系中，学科课程能体现出创新创业课程所具有的逻辑性、系统性和简约性等特点，有利于大学生在短时间内集中、系统地学习创新创业知识和创新创业技能。通过学科课程的学习，有利于大学生对与创新创业相关的学术理论知识有更深的领悟，树立正确的就业观，为以后更进一步从事创新创业实践和研究工作打下扎实而坚实的基础。

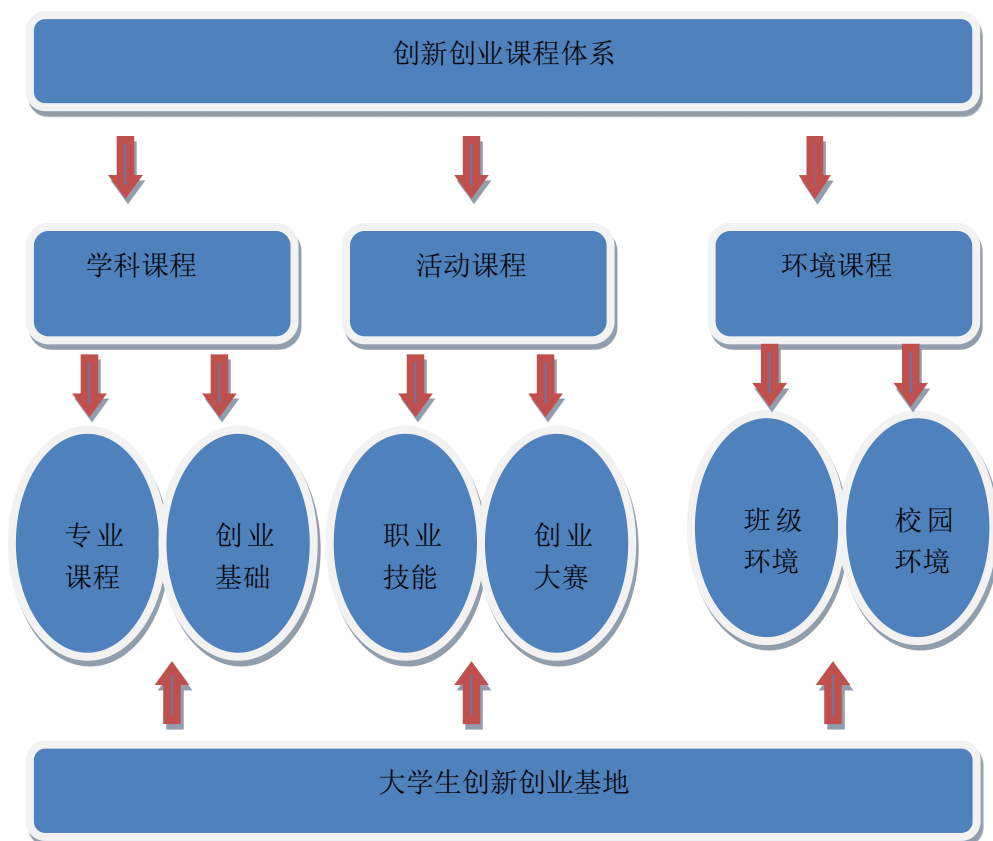
（2）创新创业活动课程

创新创业活动课程是为指导大学生获得直接创业经验和创业信息而设计的一种以活动为中介的创新创业课程形态，也常常被称之为“经验课程”。即根据创新创业教育课程的教育目标、任务、要求，在活动课程尤其是实验实习课程中，渗透并结合各种不同的创新创业教育内容，或结合校内外的各种社会实践活动进行创新创业教育，或专门组织创新创业教育的相关活动课程。一般应有明确的活动目的、特定的活动方式和由低到高的活动系列。通过活动课程的学习有利于提高学生的动手能力、学习能力、创造

能力，有利于他们主体精神的培养和各种非智力因素的发展。活动课程的开发内容可以源于巩固、运用与验证学科知识的需要，也可以发源于大学生的兴趣和爱好，或来自社会问题、家庭生活等社会生活的各方面。开展活动的形式可以灵活多样，如参观企业、访问消费者、模拟创业、参加全国大学生创业大赛等以及开展创业专题讲座和报告，培养大学生的团队协作精神。活动时间可以根据大学生的兴趣、需要、学习速度和计划进行选择。活动空间可以在教室、校园，也可以到企业、商社，使大学生在不同的场所把创业教育与生活联系起来。活动课程的突出特点就是它与现实生活紧密联系，能充分发挥和体现出大学生的创造力和创业能力。

（3）创新创业环境课程

创新创业环境课程是指在班级环境和校园环境等物质环境建设上，不同程度地体现创新创业教育的主旨和目的。用黑板报、宣传栏等方式形成创新创业教育的人文环境；在学校制度层面上，形成创业教育的舆论、氛围；在心理层面上，结合校风、教风、学风建设进行创新创业教育；在师生关系和人际关系的互动和人际交往中，形成创新创业教育的心理氛围。与环境的自发影响不同，环境课程具有鲜明的创新创业教育目的。其内容经过有意识的设计、选择和加工，使环境的自发影响升华到主动的教育。学生在校园的各个空间都会感受到这门课程，从而不断塑造自我、完善自我，养成良好的创业行为习惯。环境课程的开发，主要从自然环境课程和校园文化环境课程两方面着手。自然环境课程指校园花草树木的点缀，墙壁、地面的装饰，校园的整体规划，美好的环境陶冶学生的创业情操，培养创业品格和情感。校园文化环境课程指校园良好的创业教育氛围，在校园中，师生之间的团队精神、良好的舆论导向、正确的人生目标、学习氛围等这些均能形成潜在的教育力量，以特有的形象符号感化着学生，它们都应成为环境课程的重要组成部分。



（二）课程体系构建

1. 课程体系由成长教育课程、专业平台课程、核心技能课程、职业拓展课程等组成。
2. 应体现课程体系所设置的课程与岗位典型工作任务间的关系。

专业核心技能课程体系

序号	课程名称	对应的典型工作任务
1	推销与谈判	1、终端销售 2、渠道推广
2	市场营销策划	1、营销策划方案设计 2、策划方案实施
3	市场调查与预测	1、收集信息 2、设计调查问卷 3、实施调查问卷 4、调查结果统计分析
4	广告理论与实务	1、广告策划方案设计 2、策划方案实施

5	商务数据分析	1、数据分析基本方法 2、数据分析常用工具 3、分析报告撰写
6	网络营销	1、网络商务信息的收集 2、网络商务信息的整理 3、网络商务信息的发布

3. 课程体系应能涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，要采用课程矩阵的方式分析课程与毕业要求、毕业要求指标点三者之间的对应关系

市场营销专业课程体系

毕业要求	毕业要求指标点 ⁶	计算机应用	企业管理	市场营销学	建筑概论	会计基础	统计原理与营销统计	消费心理学	商务礼仪	推销与谈判	市场营销策划	电子商务	市场调查与预测	商务数据分析与应用	广告理论与实务	网络营销	管理学基础	市场营销沙盘操作	推销与谈判实训	营销策划实训	市场调查实训	会计综合实训	广告策划实训	创业基础	职业规划
能够具备良好的口头和书面表达能力	能够通过口头及书面表达方式与同行进行有效沟通，陈述自己的想法。								√	√									√						
	能够撰写实习报告、调研报告、策划书等文件	√					√				√		√	√	√					√	√		√		
能够熟练地操作计算机及相关软件开展网络营销能力	能够应用营销软件，对营销流程进行模拟	√		√														√							
	能利用互联网等新兴媒体开展销售	√		√				√			√	√				√									
能运用外语进行简单的对话交流	能够用外语进行简单的沟通与交流								√																
	能查阅并看懂外文资料	√																							
能看懂专业文献资料	能运用所学专业知 识看懂专业文献资料，了解专业现状和发展趋势		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√								
	通过文献资料的研究分析寻求解决问题的方案		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√								
能熟练掌握检索工作，运用现代信息技术进行自主学习	能够运用计算机和互联网等现代信息技术工具获取信息	√										√				√									
能够运用所学专业知 识解决企业经营过程中的实际问题	具有解决企业经营 管理过程中所需的 管理基础知识，并能将其用于解决复 杂的企业管理问题		√														√								

	具有解决企业经营管理过程中所需的营销基础知识，并能将其用于解决复杂的营销问题				√					√							√	√	√		√		
	具有解决企业经营管理过程中所需的财务基础知识，并能将其用于解决复杂的财务问题					√														√			
能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	能制作创业计划书								√		√	√						√				√	
	参加各类创新创业技能竞赛								√		√	√				√		√				√	
能够帮助企业进行产品销售、售后服务、市场调查、广告设计及策划等工作	能与顾客进行有效信息沟通，介绍产品，为顾客提供专业性服务							√		√							√		√				
	能进行有效的客户管理和沟通，了解并分析客户需求情况；能维持良好客户关系并保持持续发展						√	√	√		√						√						
	能设计调研方案制作调研报告，收集各类市场情报及相关行业政策和信息，向客户管理层提出建议					√					√	√							√				
	能结合市场情况制定与消费群体相适应的经济有效的策划方案并加以评估、实施和检验									√		√	√					√	√	√		√	
在进行营销工作过程中能综合考虑法律、经济、安全、环境、伦理道德、礼仪等因素	能正确认识职业性质与社会责任																						√
	能在营销过程中关注消费者隐私、商业秘密、知识产权保护和生态安全等有关法律、经济、安全、环境、伦理道德等问题							√															

	掌握基本的礼仪知识								√																
具备团队领导能力，能够有效沟通、协调工作领域过程中遇到的各项问题，具有责任意识和职业道德	具有健全的人格和健康身心，具备一定的人际交往能力和领导能力 能够在相关经营活动中适应角色转换，与团队其他成员进行有效合作，并承担相应责任，处理好个人、团队和其他成员之间的关系								√							√									
	具备良好的职业道德																								√
具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	能正确认识终身学习的重要性，具有终身学习的意识																								√
	能不断学习，并具有适应社会和行业发展的能力																								√
熟悉黑龙江、东北地区经济发展现状、趋势	了解地区经济发展现状及趋势																							√	√
	了解行业发展现状及趋势																							√	√

注：毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打“√”。

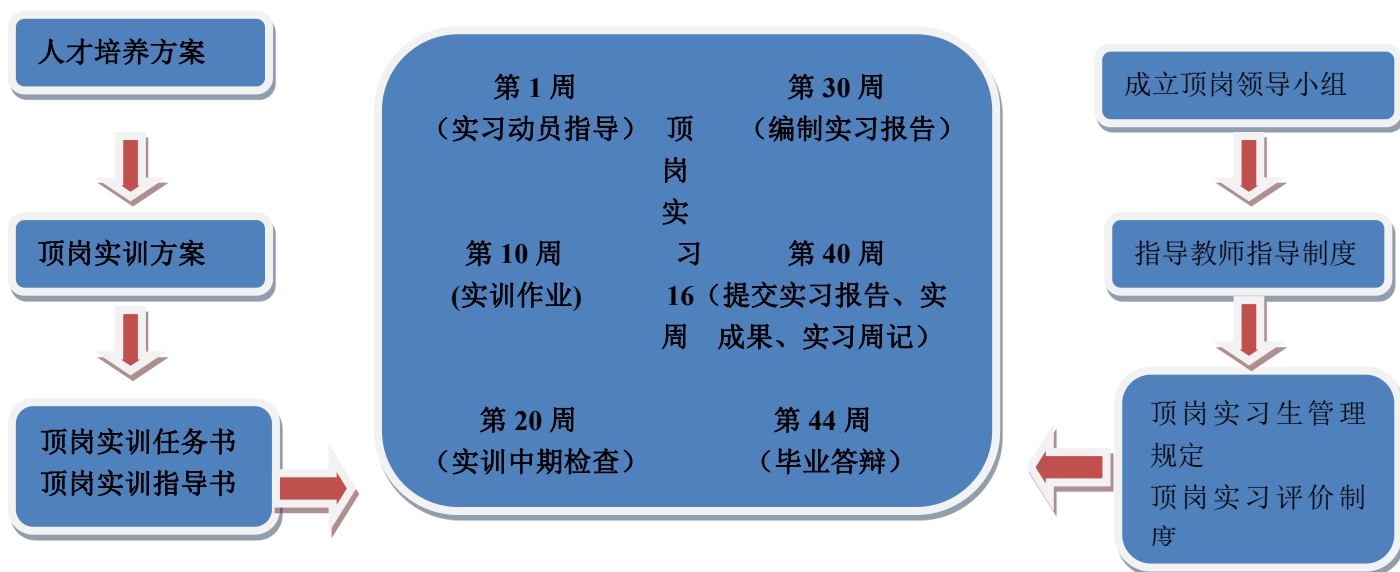
（三）顶岗实习教学环节设计

1. 校企合作设计思路

“校企合作、工学结合”是学校长期坚持的一大办学特色。多年来，我校坚持“围绕市场办专业，办好专业促产业”的办学思路，形成了鲜明的办学特色。市场营销专业积极探索“校企结合”的办学模式，先后与链家地产、葵花药业、黑龙江零距离医药、黑龙江可口可乐等多家企业建立稳定的合作机制；创造性实行“工学结合、校企合作、顶岗实习”的办学模式，推动校企深度合作如校企共同制定教学计划和教学大纲，共同开发与企业生产对接的教材，根据企业不同的岗位，利用场景教学、项目教学等手段提升培养人才的层次，实现专业教学与就业岗位的零距离。近年来，有多家明星企业与营销专业联合办学，学校的校企合作之路越走越宽广。

2. 顶岗实习教学环节设计

顶岗实习是高职教育教学实现专业人才培养目标的重要实践性教学活动，市场营销专业顶岗实习教学环节如下：



（1）实习目的与要求

顶岗实习是实践性的教学环节，能有效提高学生综合运用所学理论知识于实际问题解决的能力。通过实习，努力使该专业的学生达到以下目标

①深入了解和熟悉市场营销岗位一般业务手段和方法，为毕业后胜任专业工作打好基础。

- ②使学生进一步消化、深化已学过的专业相关理论和知识。
- ③培养学生的市场敏感性以及从市场中发现问题和解决市场问题的能力。
- ④在实践中培养学生的专业精神和脚踏实地的工作作风。
- ⑤从学生的实践表现了解学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用于实际的能力，有益于进一步完善教学工作。

（2）实习岗位及内容

实习岗位：本专业顶岗实习可以在房地产企业及房产中介机构、服务业、商业等行业进行。

具体可包括：

- ① 各类企业的销售、推销等岗位实习。
- ② 辅助营销管理、客户服务、公共关系等岗位。
- ③中小企业的营销主管、业务经理、营销经理等岗位。
- ④咨询策划公司策划、营销、客户服务等岗位

学生可以根据企业的实际需要和安排，在上述 1 个岗位或几个岗位顶岗实习。鼓励学生在熟悉并完全胜任一个岗位的条件下，向企业提出轮岗请求，了解更多的专业相关信息和企业的操作规范。

实习内容

根据专业人才培养方案和专业实习目的, 本专业顶岗实习具体包括以下内容：

①了解企业文化，理解企业的价值观与经营理念；了解企业经营类型、营销模式；熟悉所在岗位的职责范围和工作内容、工作规范、业务流程与素质要求；了解与相关职能部门及相关岗位的工作协作关系；

②在做中学、在学中做，掌握履行岗位职责的基本技能（沟通协作技能、操作技能、写作技能）

③熟悉企业的营销活动专业技能

（3）实习形式及时间

①实习形式：由学校联系实习单位，集中安排学生进行顶岗实习。

②时间安排：每年 6 月止到次年 6 月，共 12 个月。

（4）实习纪律与有关注意事项

参加实习的学生应认真学习有关实习的要求，服从学校的组织安排，遵守实习单位

纪律。实习指导教师要对实习学生全面负责，关心实习学生实习期间的思想、工作和生活情况，督促实习学生顺利完成实习任务。

指导教师的职责

①深入了解实习学生和实习单位的情况，指导学生和协助实习单位拟订切实可行的实习工作安排，了解学生在实习期间的表现；

②加强对学生在实习过程中的指导，与实习单位的指导人员共同做好实习学生的成绩评定工作。

对实习学生的要求

①实习学生应当严格遵守学院和实习单位的规章制度，服从管理，遵守职业道德，保守实习单位秘密。

②谦虚谨慎，虚心向实习单位员工学习，进一步树立正确的职业道德与艰苦创业的工作作风；

③实习过程中，实习生需纳入实习单位的正规组织管理中，照章办事；同时也要经常保持与实习指导老师联系，便于实习指导小组进行检查和指导，及时处理和解决实习过程中存在的问题。

④学生到达实习单位后，实习单位会按照学生自身的特点安排实习岗位，学生必须严格地服从，不能以任何理由或借口拒绝安排。

⑤学生在实习的过程中应该团结一致、相互帮助、努力工作，但决不允许聚众闹事，不得与实习单位直接发生冲突。若因学生原因给学院声誉造成不良影响，学院将根据有关规定给予相应处分。

⑥实习学生每人都要坚持做好实习日志，每月必须写一份顶岗实习记录，并由带队老师收集，作为评价实习成绩的依据之一，为实习结束后实习报告的撰写积累素材。

(5) 顶岗成绩评定

依据实习日志、实习鉴定、实习态度及实习报告等，由实习指导老师结合实习单位的评定，综合评定成绩。

(四)、课程描述

《形势与政策》课程描述

课程名称	形势与政策	教学时数:16 学时
课程目标: 形势与政策课是高校思想政治理论课的重要组成部分，是贯彻落实党的路线方针政策的重要途径。本课程是以马克思主义、列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密结合改革开放特别是党的十八大以来国际国内形势，对学生进行马克思主义形势观、政策观教育。要求学生通过了解国内外重大事件，全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策，从而正确认识党所面临的形势和任务，进而拥护党的路线、方针、政策，增强社会责任感，自觉投身于实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大事业中。		
内容: 根据教育部办公厅每年两次下发的《形势与政策要点》进行授课。		方法: ● 讲授法 ● 讨论 ● 案例分析 ● 观看教学资料片
教学媒体: ● 多媒体教室 ● 教学课件	学生要求: 坚持理论联系实际。紧密联系改革开放和社会主义现代化建设的实际，联系自己的思想实际，树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，增强分析问题、解决问题的能力。 培养理论思考习惯。不断提高理论思维能力，以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境，以自己的实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴做贡献。	教师要求: ● 教师有理论教学实践经验 ● 熟练操作多媒体教学课件

《思想道德修养与法律基础》课程描述

课程名称	思想道德修养与法律基础	教学时数:45 学时
课程目标: 引导大学生深入了解和感悟新时代的内涵,对自身作为时代新人的角色形成清醒的认识,确立新目标、开启新征程;引导他们树立正确的人生观,成就出彩人生;树立崇高的理想信念,尤其是理解和树立中国特色社会主义共同理想;领会和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;加深对社会主义核心价值观的理解、认同并积极践行;引导大学生理解道德的功能、作用,形成一定的判断力,并自觉遵守各种公民道德准则;引导大学生理解道德的功能、作用,形成一定的善恶判断力,并自觉遵守各种公民道德准则;全面领会习近平新时代中国特色社会主义思想,懂得运用法律知识维护自身权利,履行法宝义务。		
内容: 绪论 第一章 人生的青春之问 第二章 坚定理想信念 第三章 弘扬中国精神 第四章 践行社会主义核心价值观 第五章 明大德守公德严私德 第六章 尊法学法守法用法		方法: ● 讲授法 ● 讨论 ● 辩论 ● 演讲 ● 案例分析 ● 社会调查 ● 组织参观 ● 观看教学资料片
教学媒体: ● 多媒体教室 ● 教学课件	学生要求: 坚持理论联系实际。紧密联系改革开放和社会主义现代化建设的实际,联系自己的思想实际,树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识,增强分析问题、解决问题的能力。 培养理论思考习惯。不断提高理论思维能力,以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境,以自己的实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴做贡献。	教师要求: ● 教师有理论教学实践经验 ● 熟练操作多媒体教学课件

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程描述

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	教学时数:60 学时
课程目标: 本课程以马克思主义中国化为主线,集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义,充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验;以马克思主义中国化最新成果为重点,系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位。使大学生对马克思主义中国化进程中形成的理论成果有更加准确的把握;对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识;对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解;对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能力的提升有更加切实的帮助。		
内容: 第一部分 毛泽东思想 ● 毛泽东思想的形成发展、主要内容、历史地位、指导意义; ● 新民主主义革命理论 ● 社会主义改造理论 ● 中国社会主义建设道路初步探索的理论成果 第二部分 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观 ● 邓小平理论形成、基本问题、主要内容和历史地位 ● “三个代表”重要思想的形成、核心观点、主要内容和历史地位 ● 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容和历史地位 第三部分 习近平新时代中国特色社会主义思想 ● 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位 ● 坚持和发展中国特色社会主义的总任务 ● “五位一体”总体布局 ● “四个全面”战略布局 ● 全面推进国防和军队现代化 ● 中国特色大国外交 ● 坚持和加强党的领导		方法: ● 讲授法 ● 讨论 ● 辩论 ● 演讲 ● 案例分析 ● 社会调查 ● 组织参观 ● 观看教学资料片
教学媒体: ● 多媒体教室 ● 教学课件	学生要求: 坚持理论联系实际。紧密联系改革开放和社会主义现代化建设的实际,联系自己的思想实际,树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识,增强分析问题、解决问题的能力。 培养理论思考习惯。不断提高理论思维能力,以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境,以自己的实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴做贡献。	教师要求: ● 教师有理论教学实践经验 ● 熟练操作多媒体教学课件

《习近平新时代中国特色社会主义思想专题辅导》课程描述

课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想专题辅导	教学时数:16 学时
课程目标: 习近平新时代中国特色社会主义思想系统回答了新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义等重大问题。是马克思主义中国化的最新成果，是党和人民实践经验和集体智慧的结晶。通过学习习近平总书记新时代中国特色社会主义思想，引导和帮助大学生不断增强对马克思主义的信仰、对社会主义和共产主义的信念、对以习近平同志为总书记的党中央的信赖、对中国特色社会主义事业和实现中华民族伟大复兴的中国梦的信心。		
内容: ● 马克思主义是我国大学最鲜亮的底色 ● 开辟新时代教育发展的新境界 ● 新时代青年放飞青春梦想 ● 中华民族伟大复兴的坚强脊梁 ● 弘扬龙江精神，走全面振兴全方位振兴发展的新路子 ● 习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿的立场观点方法 ● 习近平新时代中国特色社会主义思想的最新内容		方法: ● 讲授法 ● 讨论 ● 案例分析 ● 观看教学资料片
教学媒体: ● 多媒体教室 ● 教学课件	学生要求: 坚持理论联系实际。紧密联系改革开放和社会主义现代化建设的实际，联系自己的思想实际，树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，增强分析问题、解决问题的能力。 培养理论思考习惯。不断提高理论思维能力，以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境，以自己的实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴做贡献。	教师要求: ● 教师有理论教学实践经验 ● 熟练操作多媒体教学课件

《计算机应用》学习领域课程描述

学习领域名称	计算机应用	教学时数：32
课程目标： 本门学习领域课程以实例为载体，使学生掌握计算机的基本知识、掌握 Word、Excel、PowerPoint 等软件的使用，为学生更好的学习专业课奠定基础。通过强化训练，培养学生的计算机应用能力，为学生的素质提高，思维能力的开发打下扎实的基础。 知识目标： 掌握计算机及相关的基础知识； 职业能力目标： 能够熟练操作计算机。 社会能力和方法能力目标： 培养沟通、表达、交往、协作与创新等方面的能力。		
内容： WINDOWS XP 的使用、WORD 的应用、EXCEL 的应用、EXCEL 的使用技巧、图片格式编辑。		方法： 注重理论联系实际，强化实践教学，在教学中注重启发式教学，注重直观教学。
教学媒体： 多媒体微机室。	学生要求： 具备高中的基础知识及沟通协调的能力。	教师要求： 准备不同的教学情境案例，以提高学生实践能力。

《企业管理》学习领域课程描述

学习领域名称	企业管理	教学时数：48
课程目标： 能够运用管理学的基本理论、原则、方法和手段解决企业经营中的业务，提高分析问题及解决问题的能力；运用沙盘模拟企业真实情景经济运营，体会企业经营管理魅力。 知识目标： 掌握企业管理基础知识，管理概论，管理组织机构设置的方法，管理的业务等内容。 职业能力目标： 1、能够运用企业管理的理论和原理、手段和方法解决学习和今后工作中的问题； 2、能够进行企业文化的设计； 3、能够进行企业组织机构的设计； 4、能够进行预测及决策； 5、能够独立地编制计划； 6、能够对设备及材料进行管理的能力。 社会能力和方法能力目标： 1、树立创新和创业意识，能独立完成工作任务； 2、培养学生敬业和团队合作精神； 3、树立良好的职业道德，遵纪守法。		
内容： 建筑企业的基本知识、建筑企业的领导体制和管理组织、建筑企业文化、建筑企业战略、建筑企业的预测、决策、建筑企业计划管理、建筑企业技术管理、建筑企业质量管理、建筑企业设备、材料管理、企业管理全过程运营。		方法： 讲授法、专业分组讨论法、案例分析法。
教学媒体： 多媒体、课件。	学生要求： 了解经济学的基础知识，按要求完成老师布置的各项任务，积极互动。	教师要求： 准备充分、具有管理实践经验。

《市场营销学》学习领域课程描述

学习领域名称	市场营销学	教学时数:64
课程目标: 通过本领域课程的学习使学生掌握市场营销的基础知识,能够运用市场营销理论解决实际工作过程中的的问题。 知识目标: 1、基本掌握市场细分、目标市场与市场定位的方法; 2、理解市场环境分析、购买行为分析、市场营销组织、执行与控制; 3、掌握市场营销的基本原理; 4、掌握市场营销组合策略。 职业能力目标: 1、具备进行市场分析的能力; 2、具备市场细分、选择目标市场、进行市场定位的初步能力; 3、具备制定市场营销组合策略的初步能力。 社会能力和方法能力目标: 1、具有与人交往、合作、共同工作的能力; 2、具有独立学习、获取新知识技能的能力; 3、具有工作组织能力和协调能力。		
内容: 营销信息与营销环境、消费者购买行为分析、市场细分选择目标和市场定位、产品决策与新产品开发策略、定价决策、分销渠道决策、促销决策、企业市场营销管理过程、国际市场营销。		方法: 课堂讲授、案例分析。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 要求学生具备一定的理解问题,分析问题解决问题的能力。	教师要求: 紧密联系实际,注重培养学生分析问题、解决问题的能力。

《建筑概论》学习领域课程描述

学习领域名称	建筑工程概论	教学时数：54
课程目标： 本学习领域课程使学生掌握房屋建筑基本知识、掌握工程图纸在实际工作中的使用，为学生更好的学习专业课奠定基础。 知识目标： 1、掌握房屋建筑结构、构造的基础知识。； 2、掌握建筑施工图识读的基础知识； 3、掌握房屋建筑工程图的基本知识及建筑施工图的识图方法。 专业能力目标： 1、能掌握建筑物的种类及选择建筑物的合理结构； 2、能够掌握建筑结构的基本知识； 3、能绘读懂施工图纸； 4、能正确的使用建筑施工图纸。 方法能力和社会能力目标： 1、树立创新和创业意识，能独立完成设计任务； 2、培养学生敬业和团队协作精神； 3、树立正确的职业道德，爱岗敬业，遵守规则。		
内容：建筑制图及识图部分；建筑构造部分；建筑施工图部分。		方法：课堂讲授、工程实例。
教学媒体：多媒体课件。	学生要求：具有一定识图绘图基础，有一定的读图能力。	教师要求：熟练掌握建筑工程相关知识。

《会计基础》学习领域课程描述

学习领域名称	会计基础	教学时数：54
课程目标： 会计基础是学好各种专业会计的理论基础，要求学生必须掌握会计的基本理论和基本方法，掌握供产销三个环节的常务处理方法，掌握会计工作的组织程序和核算程序。 知识目标： 掌握会计的原则、会计对象及会计要素、会计的核算方法。 职业能力目标： 在掌握会计准则的基础上，能够熟练运用借贷记账法处理经济业务。 社会能力和方法能力目标： 1、具有独立工作能力和协调能力； 2、树立良好的职业道德，爱岗敬业的精神。		
内容： 会计准则；会计对象会计要素会计等式；复式计帐；会计凭证；帐簿；财产清查；会计报表；成本计算；会计工作组织。		方法： 讲授法，工学结合。
教学媒体： 本班教室、多媒体教室、教学实物材料。	学生要求： 要贯彻老师的要求，提高学习的主动性。	教师要求： 教学资料准备要充分，并能充分调动学生的学习积极性。

《推销与谈判》学习领域课程描述

学习领域名称	推销与谈判	教学时数：54
课程目标： 通过本课程的学习，使学生们了解推销与谈判的主要知识，掌握谈判的技巧和推销的策略，培养学生一种综合素质。 知识目标： 1、熟练掌握谈判的步骤及主要知识； 2、掌握推销的知识及推销的技能； 3、掌握营销理论与实践的有机融合，培养学生的营销实战能力，强化学生的综合素质。 职业能力目标： 1、能够进行谈判方案设计； 2、能系统地根据主题设计谈判方案并组织实施； 3、能独立完成营销活动。 4、能收集资料、信息，进行分析并撰写调研报告。 社会能力和方法能力目标： 1、与人沟通能力； 2、语言表达能力； 3、写作能力； 4、团队协作能力。		
内容： 商务谈判与推销理论、谈判策略、推销技巧、推销程序、推销管理、价格磋商、商务沟通、商务礼仪。		方法： 讲述法、案例分析、小组讨论、模拟教学。
教学媒体： 多媒体、课件、视频。	学生要求： 学生具备一定经济学知识。	教师要求： 有丰富的知识，有企业实际经验。

《统计原理》学习领域课程描述

学习领域名称	统计原理与营销统计	教学时数:54
课程目标: 本课程以应用实例为载体,使学生掌握统计学的基本理论、掌握统计信息的调查方法、整理方法、计算方法、分析方法和使用方法,为学生学习其它专业课奠定基础,同时也为学生今后从事统计、建筑企业管理工作奠定基础。 知识目标: 1、掌握统计学的基本理论知识; 2、掌握营销统计调查的方法; 3、掌握营销统计整理的方法; 4、掌握各种统计分析方法的使用; 5、掌握营销统计指标体系内容及统计方法。 职业能力目标: 1、具有营销人力资源统计的能力; 2、具有营销产品统计的能力; 3、具有建筑企业营销财务成本统计的能力; 4、具有建筑企业营销基本情况统计的能力。 社会能力和方法能力目标: 1、树立创新和创业意识,能独立完成各种统计报表的编制工作; 2、培养学生敬业和团队协作精神; 3、树立正确的职业道德,爱岗敬业,遵守规则。		
内容: 统计学的基本理论、统计调查与统计资料整理、综合指标、时间数列、统计指数、统计报表的编制。		方法: 讲述法、典型案例分析、社会调查。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 具备一定的数学计算能力。	教师要求: 实践经验丰富,重视实践,积极参与实践活动。

《市场营销策划》学习领域课程描述

学习领域名称	市场营销策划	教学时数:51
课程目标: 通过本课程的学习,使学生们了解市场营销策划的基础知识,掌握营销策划的步骤,市场调研的方法,策划的基本流程及能对上市产品、品牌、促销活动进行策划。 知识目标: 1、熟练掌握营销策划的步骤及主要知识; 2、掌握设计市场调研方案的知识; 3、熟练应用产品上市、品牌策划、促销策划的知识; 4、熟悉 CIS 策划的内容和流程。 职业能力目标: 1、能系统地根据主题设计调研方案; 2、能制定调研执行计划、组织并实施; 3、能收集资料、信息,进行分析并撰写调研报告; 4、能够制定调研策划,进行全面调研,并进行全面系统的分析调研结果; 5、能够编制营销策划方案。 社会能力和方法能力目标: 1、与人沟通能力; 2、语言表达能力; 3、写作能力; 4、团队协作能力。		
内容: 市场营销策划的基本流程、市场营销策划的调查研究市场定位策划、市场竞争策划、企业形象策划、顾客满意策划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划。		方法: 讲述法、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、社会调查。
教学媒体: 多媒体、课件、视频。	学生要求: 熟练掌握市场营销学基础知识,具备良好的团队协作及良好的沟通和表达能力。	教师要求: 教师必须重视实践、参与实践,应针对学生实际职业能力的培养来进行教学,通过团队化、实战化来提高学生的学习兴趣,通过压力和真实体验,掌握营销策划的程序、方法和在市场运作中处理问题能力。

《电子商务》学习领域课程描述

学习领域名称	电子商务	教学时数:51
课程目标: 通过对本课程的学习,使学生了解电子商务的技术知识,掌握电子商务的市场分析方法并能撰写商务报告,了解电子商务相关安全法律知识,能进行网上交易。 知识目标: 1、了解 B2B、B2C、C2C 等模式的特点及具体操作方法; 2、熟练掌握网上广告的手段; 3、熟练网上交易流程进行网上交易; 4、了解电子商务安全技术与法律; 5、掌握电子商务的技术基础; 6、学会做电子商务的市场分析并撰写报告。 职业能力目标: 1、能够网上进行发布广告; 2、能够分析电子商务市场和撰写报告; 3、能网上进行交易。 社会能力和方法能力目标: 1、语言表达的能力; 2、文字写作绘画的能力; 3、团队协作精神。		
内容: 电子商务的技术基础、电子商务的市场分析、B2C 电子商务、B2B 电子商务、服务业与电子商务、网上广告、电子支付、电子商务与物流、电子商务安全技术与法律。		方法: 课堂讲授、模拟训练。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 熟练掌握营销学,物流概论、计算机等基础知识,具备良好的团队协作及良好的沟通和表达能力。	教师要求: 教师必须重视实践、参与实践,应针对学生实际职业能力的培养来进行教学,通过团队化、实战化来提高学生的学习兴趣,通过压力和真实体验,掌握电子商务管理中的方法和在市场运作中处理问题能力。

《市场调查与预测》学习领域课程描述

学习领域名称	市场调查与预测	教学时数:51
课程目标: 通过对本课程的学习,使学生了解市场调查与预测的基本知识,掌握市场调查和预测的技术及方法,并能够在实践中正确地运用。 知识目标: 1、掌握市场调查的技术、技巧、市场调查方案策划; 2、熟练市场调查的方法、资料的收集整理分析; 3、掌握市场调查报告的编写技巧; 4、掌握预测的原理及预测的方法。 职业能力目标: 1、能独立地进行市场调查的能力; 2、能够独立地编制及分析市场调查报告的能力; 3、能把预测的理论应用到实际中去的能力。 社会能力和方法能力目标: 1、语言表达的能力; 2、文字写作能力; 3、团队协作精神。		
内容: 市场调查基础知识、市场调查方案策划、市场调查方法、市场调查问卷的设计技巧、市场调查资料的整理与分析、市场调查报告的撰写、市场预测的原理、市场预测的方法等内容。		方法: 讲述法、案例分析。
教学媒体: 多媒体、案例集。	学生要求: 具备一些市场方面的知识。	教师要求: 熟悉市场,了解市场和掌握有关市场活动的知识。

《消费心理学》学习领域课程描述

学习领域名称	消费心理学	教学时数:51
课程目标: 通过对本课程的学习,使学生了消费者心理活动特征,掌握销售人员在销售过程中的心理因素及其对顾客的影响,从而满足顾客的需求达到销售目的。 知识目标: 1、掌握顾客的心理活动过程的主要特征; 2、掌握营销人员在营销过程中各种要素与行为对顾客心理的影响; 3、掌握营销人员在营销过程中的自身心理与行为。 职业能力目标: 1、具备根据顾客个性心理规律、不同年龄、职业、性别开展营销的能力; 2、具备在销售中影响顾客心理的能力; 3、具备在商品服务与服务营销中观察分析顾客心理的能力; 4、具备在人员推销过程中观察客户心理的能力; 5、把握顾客心理变化趋势,主动满足顾客需要的能力。 社会能力和方法能力目标: 1、语言表达与顾客沟通的能力; 2、组织与协调; 3、团队合作精神。		
内容: 顾客的个体心理、顾客群体消费心理、商品与顾客心理、营销场景与顾客心理、现场销售与顾客、服务与顾客心理、人员推销与客户心理、广告与顾客心、企业形象与顾客心理、营销人员业务心理。		方法: 课堂讲授、案例教学、分小组讨论。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 掌握一点管理心理学的知识。	教师要求: 把理论与实践有机地结合。

《广告理论与实务》学习领域课程描述

学习领域名称	广告理论与实务	教学时数：60
课程目标： 通过本课程的学习，掌握广告的基本概念及其构成要素；广告公司的基本运作过程；如何选择广告媒体及对广告效果的测评，初步具备广告设计的能力，了解广告与消费者的行为、心理的关系，灵活运用媒体选择策略。 知识目标： 1、掌握广告的构成要素； 2、广告公司的运作过程； 3、广告媒体的选择及广告效果的测评。 职业能力目标： 1、能够选择广告媒体的能力； 2、能够具备广告设计的能力； 3、能够对广告效果进行测评。 社会能力和方法能力目标： 1、树立创新和创业意识，能独立完成设计任务； 2、培养学生敬业和团队协作精神； 3、树立正确的职业道德，爱岗敬业，遵守规则。		
内容：广告调查、广告策略、广告预算、广告媒体概述、媒体应用、广告创意与广告创作、广告效果与测评。		方法：讲述法、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、社会调查。
教学媒体：多媒体、实训室。	学生要求：要求学生具备一定的理解问题，分析问题的能力。	教师要求：紧密联系实际，注重培养学生分析问题、解决问题的能力。

《网络营销》学习领域课程描述

学习领域名称	网络营销	教学时数:60
课程目标: 本课程的学习, 主要任务是使学生掌握网络营销组合策略、市场调查、消费者行为分析、目标市场选择等基本理论、基本知识, 了解网络营销技术基础、常用工具等基本应用技能和相关政策等内容, 从而对网络营销有一个整体的了解和认识, 以适应社会对当代大学生基本素质的要求。 知识目标: 1、基本掌握网络市场细分、目标市场与市场定位的方法; 2、理解网络市场环境分析、购买行为分析; 3、掌握网络市场营销的基本原理、网络市场营销组合策略。 职业能力目标: 1、具有进行网络市场分析的能力; 2、具有网络市场细分、选择目标市场、进行市场定位的初步能力; 3、具备制定网络市场营销组合策略的初步能力。 社会能力和方法能力目标: 1、语言表达能力; 2、与人沟通能力; 3、团队协作精神。		
内容: 网络市场营销环境分析、网络市场调查、网络购买行为分析、网络营销目标市场选择、网络营销产品策略、网络营销价格策略、网络营销渠道策略、网络营销促销策略。		方法: 讲述法、典型案例分析。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 具备一定的电子商务方面的知识。	教师要求: 熟悉互联网特点, 有实际营销的经验。

《商务礼仪》学习领域课程描述

学习领域名称	商务礼仪	教学时数：40
课程目标： 通过本课程的学习，使学生们了解商务礼仪的基本知识，掌握商务礼仪的规范，能够在适当的场合应用正确的礼仪。 知识目标： 1、掌握商务礼仪的基本知识； 2、掌握最新的、实用的现代商务礼仪的规范、原则和技巧； 3、熟练掌握商务礼仪的基本知识及礼仪的规范、原则和技巧。 职业能力目标： 能够正确应用商务礼仪，减少商务沟通的失误和误会，为企业赢得更多的商机和利润的能力。 社会能力和方法能力目标： 1、组织沟通能力； 2、语言表达能力； 3、团队协作能力。		
内容：最新的、实用的现代商务礼仪的规范、原则和技巧、商务礼仪的基本知识及礼仪的规范、原则和技巧、具有正确应用商务礼仪，减少商务沟通的失误和误会，为企业赢得更多的商机和利润的能力。		方法：讲述法、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、社会调查。
教学媒体：多媒体教室、实训室。	学生要求：要求学生具备一定的理解问题，分析问题的能力。	教师要求：紧密联系实际，注重培养学生分析问题、解决问题的能力。

《连锁经营原理与管理技术》学习领域课程描述

学习领域名称	连锁经营原理与管理技术	教学时数:51
课程目标: 1、学会连锁经营管理的基本知识,包括连锁企业的类型、特征,不同类型的连锁企业的管理模式、连锁企业的发展战略管理技术、连锁企业选址和扩张技术 2、学会连锁门店管理的基本理论,包括如何当好店长、理货和商品盘点技术、连锁门店的布置和商品陈列技术、连锁门店的日常管理技术 3、学会商品采购管理的基本理论知识和方法 职业能力目标: (1)能理会连锁经营的基本特征内涵 (2)能理会三种类型的区别和适用范围 (3)能理会五种经营业态的区别和适用范围 (4)能设计特许加盟合同 (5)能理会连锁经营的组织系统和主要管理系统 (6)能应用采购管理技术 (7)能应用物流管理技术 (8)能应用信息管理技术 (9)能应用 ECR 技术 (10)能应用财务管理技术 社会能力和方法能力目标: 1、具有与人交往、合作、共同工作的能力; 2、具有独立学习、获取新知识技能的能力; 3、具有制定工作计划、独立完成工作任务的能力; 4、具有工作组织能力和协调能力。		
内容: 连锁经营的基本特征、连锁经营的基本类型、连锁经营的主要业态、特许加盟经营、连锁经营的组织与主要管理系统、商品采购管理技术、物流管理技术、信息管理技术、ECR 技术、财务管理技术 连锁经营质量保证体系		方法: 讲授法;讨论;案例分析。
教学媒体: 多媒体课件。	学生要求: 有一定理论基础	教师要求: 教师理论的教学与实例分析,与学生广泛的沟通与交流,调动全员的积极性。

《管理学基础》学习领域课程描述

学习领域名称	管理学基础	教学时数:54
课程目标: 本课程通过学习管理基础知识、管理系统和管理思想,掌握管理主体、管理对象、管理方法、管理环境、管理发展史、管理原理与组织文化;通过研究了管理的一般职能及相应的理论、方法和技术,掌握管理的计划、组织、领导、控制四大职能,并将其应用到企业管理的实践中去。从而提高学生的组织沟通、控制协调及团队合作等社会能力。 知识目标: 1、掌握管理基础知识; 2、掌握先进的管理思想; 3、掌握企业管理的基础知识与技能; 4、掌握企业管理的职能。 职业能力目标: 1、具备计划和决策的能力; 2、具备组织与人事能力; 3、具备领导与沟通的能力; 4、具备控制和处理信息的能力。 社会能力和方法能力目标: 1、组织沟通能力; 2、团队合作能力; 3、语言表达能力; 4、敬业精神。		
内容: 管理系统;管理思想;计划;组织;领导;控制;企业管理与改革等内容。		方法: 讲授法、讨论、案例分析。
教学媒体: 多媒体教学。	学生要求: 能积极配合教师完成每一项任务,积极发言、讨论参加各种活动。	教师要求: 任课教师应有一定的教学经验,注意引导学生在自主学习和社会实践等方面形成自律。教师要做充分的课前准备。

《国际贸易实务》学习领域课程描述

学习领域名称	国际贸易实务	教学时数:40
课程目标: 通过对本课程的学习,使学生了解国际贸易政策与措施、国际商品贸易、国际技术贸易、国际市场开拓的相关内容。 知识目标: 1、了解对外贸易政策的种类; 2、熟练掌握国家贸易的相关措施制定; 3、掌握国际市场开拓与进入模式; 4、熟练掌握进出口合同相关条款的制定(国际商品贸易的品质、数量和包装、贸易术语和国际商品贸易的商品价格国际贸易的支付方式); 5、掌握国际商品贸易合同的履行条件; 6、了解其他国际贸易方式。 职业能力目标: 1、能够理解对外贸易政策的能力; 2、能够分析进出口合同的相关条款的能力; 3、能够具有开拓国际市场的潜力。 社会能力和方法能力目标: 1、语言表达的能力; 2、英语读写的能力; 3、团队协作精神。		
内容: 国际贸易及其发展趋势、对外贸易政策及其理论基础、国际贸易、国际市场开拓与进入模式、国际商品贸易的基本业务、贸易术语和国际商品贸易的商品价格、国际商品贸易的运输和运输保险、国际货款的结算、国际商品贸易的商品检验、索赔、仲裁和不可抗力、国际商品贸易合同的履行国际贸易方式。		方法: 课堂讲授、案例教学。
教学媒体: 多媒体、课件。	学生要求: 熟练掌握营销学,物流概论、计算机等基础知识,具备良好的团队协作及良好的沟通和表达能力。	教师要求: 教师必须重视实践、参与实践,应针对学生实际职业能力的培养来进行教学,通过团队化、实战化来提高学生的学习兴趣,通过压力和真实体验,掌握电子商务管理中的方法和在市场运作中处理问题能力。

七、教学进程总体安排

教学计划表 1	专业人才培养方案教学进程表
教学计划表 2	周数分配表
教学计划表 3	课程框架教学计划表
教学计划表 4	实习、实训课学习领域安排表
教学计划表 5	成长教育课程体系安排表

人才培养方案教学进程表

专业：市场营销专业

教学计划表 1

教学周次		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
第一学年	第一学期	★	★	λ	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	=	=	=	=	=	=		
	第二学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	/	/	0	=	=	=	=	=	=
第二学年	第三学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	/	/	=	=	=	=	=	=		
	第四学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	/	/	//	//	//	//	//	//	//	//	//	=	=	=	=	=	=
第三学年	第五学期	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	=	=	=	=	=	=		
	第六学期	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	△	△	△	△	+						

注：符号说明 ★ 军训 λ 入学教育 □ 上课 : 期末考试 / 课程实训 测量实习 × 生产实习

0 认识实习 画 绘画实习 △ 毕业设计 // 毕业实践 ■ 寒暑假 + 毕业教育

市场营销专业教学计划

周 数 分 配 表

市场营销专业

教学计划表 2

项目名称		第一学年		第二学年		第三学年		合计	占总周数 %
		第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期		
课堂教学	理论教学	16	18	17	10			61	52
	小计	16	18	17	10			61	
实践环节	认识实习		1					1	47
	课程设计		2	2	2			6	
	顶岗实习				9	19	16	44	
	毕业论文						4	4	
	小计		3	2	11	19	20	55	
其它	入学教育	18 学时 (1 周)						1	1
	毕业教育						1	1	
	小计	1					1	2	
总计		17	21	19	21	19	21	118	100%
寒暑假		6	6	6	6	6		30	
总计		23	27	25	27	25	21	148	

市场营销专业教学计划

课 程 框 架 教 学 计 划

市场营销专业

教学计划表 3

课程类别	课程编号	课程名称	课程性质	是否核心课程	学期/学时/学分	理论学时/学分	实践学时/学分	教学方式			
								网上学习	集中面授	视频	企业实践
成长教育课	1	外语	必修课		1/60/4	60/4			√		
	2	形势与政策			1/4/0.25 2/4/0.25 3/4/0.25 4/4/0.25	16/1		√			
	3	思想道德修养与法律基础			1/45/3	45/3			√		
	4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			2/60/4	60/4			√		
	5	〈习近平新时代中国特色社会主义思想			3/16/1	16/1		√			
	6	创业基础			1/24/1	24/1			√		
	7	毕业教育			6/24/1		24/1		√		
		小计			245/15	221/14	24/1				
专业平台课	8	计算机应用	职业基础课		1/32/2	32/2			√		
	9	企业管理			1/48/3	48/3			√		
	10	市场营销学			1/64/4	64/4			√		
	11	建筑概论			2/54/3	54/3		√			
	12	会计基础			2/54/3	54/3		√			
	13	统计原理与营销统			2/54/3	54/3		√			
	14	消费心理学			3/51/3	51/3		√			
	15	认识实习			2/24 (1) /1		24 (1) /1				√
		小计			381/22	357/21	24/1				

核心技能课	16	推销与谈判		职业技术课	是	2/54/3	54/3		√			
	17	市场营销策划			是	3/51/3	51/3			√		
	18	市场调查与预测			是	3/51/3	51/3			√		
	19	数字营销			是	3/51/3	51/3			√		
	20	广告理论与实务			是	4/60/6	60/6			√		
	21	网络营销			是	4/60/6	60/6			√		
		商务数据分析与应用			是	4/60/6	60/6					
	22	顶岗实习				6/1056/44		1056(44周)/44				√
	23	毕业设计				6/96/4		96(4周)/4				√
	24	毕业答辩				6/24/1		24(1周)/1		√		
	小计				1563/79	387/30	1176/49					
职业拓展课	25	管理学基础		二选一		2/54/3	2/54/3					
	26	人力资源管理						√				
	27	电子商务		二选一		3/51/3	3/51/3			√		
	28	连锁经营原理										
	29	商务礼仪		二选一		4/40/4	4/40/4			√		
	30	国际贸易实务										
		小计				145/10	145/10					
其它	31	市场营销沙盘操作		职业实践课		1/32/2		32/2		√		
	32	推销与谈判实训				2/24(1周)/1		24(1周)/1		√		
	33	会计综合实训				2/24(1周)/1		24(1周)/1		√		
	34	营销策划实训				3/24(1周)/1		24(1周)/1		√		
	35	市场调查实训				3/24(1周)/1		24(1周)/1		√		
	36	广告策划实训				4/48(2周)/2		48(2周)/2		√		
	37	顶岗实习	营销策划方案		二选一	4/						√
			市场调查方案							√		
		小计				176/8		176/8				
		合计				2510/134	1110/75	1400/59				

市场营销专业教学计划

实 习、实 训 课 教 学 安 排 表

市场营销专业

教学计划表 4

序号	名 称		专用周及 课内时数	学分	学期	教学 地点
1	市场营销沙盘操作		32 学时	2	一	校内实训室
2	认识实习		1 周	1	二	校外实习基地
3	推销与谈判实训		1 周	1	二	校内实训室
4	会计综合实训		1 周	1	二	校内实训室
5	营销策划实训		1 周	1	三	校内实训室
6	市场调查实训		1 周	1	三	校内实训室
7	广告策划实训		2 周	2	四	校内实训室
8	顶岗实习	营销策划方案	44 周	44	四、五、 六	二选一，校外 自学完成，检 验结果是策划 方案等资料。
		市场调查方案				校外实习基地 基地
9	毕业设计（论文）		4 周	4	六	校外（校内）
10	毕业教育		1 周	1	六	校内
11	毕业答辩		1 周	1	六	校内
	合 计		57	59		

市场营销专业教学计划

成长教育课程体系安排表

市场营销专业

教学计划表 5

序号	成长教育课程名称	目标	教学内容	时 间 安 排	学分/ 学期
1	专业认知活动	了解就读专业所属行业发展现状，了解岗位分类和技术要求，帮助学生树立职业目标。	1、开展行业讲座 2、组织企业参观	第一学期 第二学期	
2	体育竞赛活动	提高学生体能，锻炼相互协作能力，培养集体荣誉感。	1、篮球比赛 2、排球比赛 3、乒乓球比赛	每学期（纳入体育课时）	
3	文艺竞赛活动	培养学生艺术情操，树立正确价值观，引导正确的审美观。	1、演讲比赛 2、校园歌手比赛 3、主题辩论赛	每学期	
4	安全教育活动	进行安全宣传教育，培养学生安全意识和自我保护能力，自觉做守法好公民。	1、安全教育宣传大会 2、防火宣传及演练 3、观看宣传视频 4、参加安全管理志愿活动	每学期	
5	爱国主义教育 活动	培养学生爱国情怀，进行感恩教育。	1、参观纪念馆 2、观看爱国影视作品 3、主题演讲活动 4、组织感恩教育活动	每学期	
6	社会实践活动	培养学生组织能力，丰富业余生活，进行社会实践和服务，提高对社会的认知和社会责任感。	1、社会调研活动 2、青年志愿者服务活动 3、社团活动	三次（纳入思政课时）	
7	专业实践活动	提高专业认知，熟悉企业文化，体验工作情境，培养职业素养。	1、寒暑假专业实践活动 2、企业拓展训练	寒暑假	
8	专业技能竞赛 活动	进行理论联系实践训练，提高专业技能，培养学生创新意识。	1、市场营销技能大赛等 2、财经商贸类技能大赛 3、校实践技能大赛活动	每学期	
9	就业创业活动	指导学生就业准备，提高学生就业能力，进行创业指导。	1、创新创业大赛 2、职场模拟大赛 3、简历制作大赛 4、校园创业大赛 5、模拟招聘 6、创业讲座	第四学期	
10	入党启蒙教育 活动	让学生了解党的发展历程、树立正确入党动机、树立远大理想信念。	1、党的启蒙教育讲座 2、观看视频 3、入党积极分子座谈会	每学期	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专任教师比例不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师要求具有高校教师资格；具有良好的师德，爱岗敬业，遵纪守法；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。专业带头人原则应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，在本区域或本领域有一定的专业影响力。

3. 兼职教师主要从行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和“工匠精神”，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和职业能力，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

（二）教学设施

主要包括能满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室的基本条件

满足电源、光照、温控、安全条件，配置课桌椅、黑板、基本教具，配置满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括网络接口或网络环境、计算机、投影仪、应用软件等。安装应急照明装置，并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室的基本要求

需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机 1-2 人/台、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位。还可选择配备服务器、无线路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号、液晶电视、打印机、相关实训软件等。支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展销售、销售管理、营销策划、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度

齐全。

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，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。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。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专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书资料及教学资源等。

1. 教材选用的基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。学校建立了由专业教师、行业专家和教研人员等组成的教材委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励校企合作开发校本教材。

2. 图书文献配备的基本要求

图书、文献配备应能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。其中专业类图书主要包括有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字资源配备的基本要求

建设、配备与本专业有关的音频、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

为了提高教学效果，市场营销专业采取校企合作教育“2+1”人才培养模式，采用项目化、案例及基于工作过程为导向的教学方法。结合各门课程特点，教师应灵活运用讲授式、启发式、互动式、探究式、合作式、翻转课堂等教学方法，有效应用教材、多媒体、实训室、精品课程在线教学平台、多媒体学习库等教学手段。

教师在教学组织过程中要做到以下几点要求：

1. 树立正确的教学理念。遵循高等职业教育的基本规律，牢固树立提高课堂教学质量是专业人才培养的根本任务之理念，积极开展教学改革，提高课堂教学质量。

2. 科学合理地选择教学方法。要求教师能够在现代职业教育理论的指导下，熟练把握各类教学方法的特性，基于学生学习需求和社会用人需要，科学选取教学内容，合理选择适宜的教学方法并进行优化组合。

3. 有效地运用教学方法。教师要根据教学实际，对所选择的教学方法进行优化组合和综合运用，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。

（五）学习评价

学生学习效果评价采用定性评价与定量评价相结合、过程考核与结果考核相结合、校外评价与校内评价相结合，采用多维指标综合评定，突出对学生能力的考核评价，体现对综合素质的评价，逐步加大平时实训成绩所占的比重，突出过程考核比重。学习效果评价应包括学生的知识掌握情况，实践操作能力、学习态度和基本职业素养等方面。

1. 对于培养学生基本职业能力素养的专业平台课系列，通过专业的考核标准进行客观评价，在标准化的评判机制下，达到学生职业能力提升的目的。

2. 对于学生专业核心技能课系列，主要采用基于营销业务流程的项目化教学，对学生的知识和能力相结合的综合素质进行全面性多视角评价的形式，侧重于学生对学习方法的掌握和综合能力的提高。如结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训以及考试情况，过程考核和结果考核相结合，综合评定学生成绩。

3. 对于学生的专业认识实习和校外顶岗实习环节评价，主要以实习企业评价为主，依据实习企业指导教师对学生知识、技能、学习能力、工作态度等实习情况的综合评定认定学生的专业认知实习和校外顶岗实习成绩。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系应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. 学校、二级院系应完善教学管理机制，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. 学校应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. 专业教研室应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

本专业总学时 2513 学时，其中课堂教学学时 1113 学时，实践学时 1400 学时；本专业总学分 125 学分；其中课堂教学 66 学分，实践教学 59 学分，学生需修满上述学分及学生行为与素养学分 6 学分后方可毕业。

（一）毕业要求

市场营销专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的人才培养目标
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	C
2	能够熟练地操作计算机及相关软件开展网络营销能力	A、C、E
3	能运用外语进行简单的对话交流	A、C
4	能看懂专业文献资料	A、B、D
5	能熟练掌握检索工作，运用现代信息技术进行自主学习	A、E
6	能够运用所学专业知识解决企业经营过程中的实际问题	A
7	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	C
8	能够帮助企业进行产品销售、售后服务、市场调查、广告设计 & 策划等工作	A
9	在进行营销工作过程中能综合考虑法律、经济、安全、环境、伦理道德、礼仪等因素	A、D
10	具备团队领导能力，能够有效沟通、协调工作领域过程中遇到的各项问题，具有责任意识和职业道德	B、C、D
11	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	E
12	熟悉黑龙江、东北地区经济发展现状、趋势	F

（二）毕业要求指标点

市场营销专业毕业要求指标点

序号	毕业要求	对应的指标点
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	1、能通过口头及书面表达方式与同行进行有效沟通，陈述自己的想法。 2、能够撰写实习报告、调研报告、策划书等文件
2	能够熟练地操作计算机及相关软件开展网络营销能力	1、能够应用营销软件，对营销流程进行模拟 2、能利用互联网等新兴媒体开展销售
3	能运用外语进行简单的对话交流	1、能够用外语进行简单的沟通与交流 2、能查阅并看懂外文资料
4	能看懂专业文献资料	1、能运用所学专业知 识看懂专业文献资料，了解专业现状和发展趋势 2、通过文献资料的研究分析寻求解决问题的方案
5	能熟练掌握检索工作，运用现代信息技术进行自主学习	能够运用计算机和互联网等现代信息技术工具获取信息
6	能够运用所学专业知 识解决企业经营过程中的实际问题	1、具有解决企业经营管理过程中所需的管理基础知识，并能将其用于解决复杂的企业管理问题 2、具有解决企业经营管理过程中所需的营销基础知识，并能将其用于解决复杂的营销问题 3、具有解决企业经营管理过程中所需的财务基础知识，并能将其用于解决复杂的财务问题
7	能掌握基本的创新方法，具有创新的意识和创业的素质	1、能制作创业计划书 2、参加各类创新创业技能竞赛
8	能够帮助企业进行产品销售、售后服	1、能与顾客进行有效信息沟通，介绍产品，

	务、市场调查、广告设计及策划等工作	为顾客提供专业性服务 2、能进行有效的客户管理和沟通，了解并分析客户需求情况；能维持良好客户关系并保持持续发展 3、能设计调研方案制作调研报告，收集各类市场情报及相关行业政策和信息，向客户管理层提出建议 4、能结合市场情况制定与消费群体相适应的经济有效的策划方案并加以评估、实施和检验
9	在进行营销工作过程中能综合考虑法律、经济、安全、环境、伦理道德、礼仪等因素	1、能正确认识职业性质与社会责任 2、能在营销过程中关注消费者隐私、商业秘密、知识产权保护和生态安全等有关法律、经济、安全、环境、伦理道德等问题 3、掌握基本的礼仪知识
10	具备团队领导能力，能够有效沟通、协调工作领域过程中遇到的各项问题，具有责任意识和职业道德	1、具有健全的人格和健康身心，具备一定的人际交往能力和领导能力 2、能够在相关经营活动中适应角色转换，与团队其他成员进行有效合作，并承担相应责任，处理好个人、团队和其他成员之间的关系 3、具备良好的职业道德
11	具备终身学习的意识，了解对接本专业继续深造以及参加职业培训的途径	1、能正确认识终身学习的重要性，具有终身学习的意识 2、能不断学习，并具有适应社会和行业发展的能力
12	熟悉黑龙江、东北地区经济发展现状、趋势	1、了解地区经济发展现状及趋势 2、了解行业发展现状及趋势

十、黑龙江建筑职业技术学院人才培养方案变更审批表

20 ——— 20 学年第 学期

申请系（部）			适用年级/专业					
申请时间			申请执行时间					
人才培养方案调整内容	原方案	课程名称/ 实践环节	课程性质 (必修、选修)	学时	学分	学期	学时/ 周数	上机 实验
	变更后方案	课程名称/ 实践环节	课程性质 (必修、选修)	学时	学分	学期	学时/ 周数	上机 实验
变更原因								
变更形式		☐ 增设课程 ☐ 取消课程 ☐ 学期变更 ☐ 学时/实践周数变更 ☐ 其它						
系（部）主任意见		系部主任（盖章）： 年 月 日						
教务处意见		处长（盖章）： 年 月 日						
分管院长意见		院长（盖章）： 年 月 日						

说明： 变更人才培养方案必须填写此表，一式两份（教务处一份、提出变更的系部存一份）。