

汕头市中等职业学校 人才培养方案

市场营销专业

汕头三江科技职业技术学校

2021年11月

目录

一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、修学期限	2
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
1. 素质	2
2. 知识与能力	2
六、课程设置	2
1. 公共基础课	2
2. 专业核心课	4
七、教学进程总体安排	5
八、实施保障	6
(一) 师资队伍	7
(二) 教学设施	7
1. 校内实训	7
2. 校外实习基地	7
(三) 教学资源	8
(四) 教学方法	8
(五) 教学评价	8
(六) 质量管理	8
九、毕业要求	8

汕头三江科技职业技术学校

市场营销专业人才培养方案

一. 专业名称：市场营销（专业代码：730602）

二. 入学要求：初中毕业或具有同等学力

三. 修业年限：全日制三年

四. 职业面向

该专业面向的岗位群为营销员、高级营销员。本专业学生毕业后，可以在各类工商企业与事业单位从事市场调研、营销策划、产品销售、客户管理、销售管理工作。

五. 培养目标与培养规格

(一) 培养目标

培养适应社会主义市场经济需要，德、智、体、美全面发展，掌握市场营销专业的基础理论和专业知识，具备从事企业市场营销活动以及市场管理的职业技能和职业道德，能进行市场调研与分析、营销策划、产品销售、客户管理、销售队伍管理等工作，有一定创新能力的应用型人才。

(二) 培养规格

1. 素质：

(1) 政治思想素质：掌握马克思列宁主义的基本原理，掌握邓小平理论的基本思想，有理想、懂政策、有法律意识，热爱祖国，热爱本职工作，有较强的社会公德意识，遵纪守法，勤奋上进。

(2) 人文素养：具有一定的文化艺术修养，具有准确的语言、文字表达能力。

(3) 身心素养：具有良好的身体素质和心理素质。具有健康的体魄、良好的心理素质和身心保健的知识与能力，良好的生活习惯、意志品质和较强的应变能力，具有一定的审美能力，心理健康，形成健全的人格和健康的个性。

(4) 职业素养：培养良好的职业道德；具有较强的团结协作精神、敬业精神、创新精神和创业意识；有遵守行业规范的工作意识和行为意识。

2. 知识与能力

(1) 以经济科学，行为科学，管理理论和现代科学技术为基础的，研究以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动及其计划、组织、执行、控制的应用科学；

(2) 掌握市场营销的相关知识点；

(3) 熟悉市场营销的未来工作流程；

六. 课程设置

1. 本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

2. 公共基础课包括德育课，文化课，体育与健康，艺术（或音乐、美术），以及其他自然科学和人文科学类基础课。

3. 专业技能课包括专业核心课和专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

1. 公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	中华优秀传统文化精典精选	本课程依据《中等职业学校德育教学大纲》开设，旨在帮助学生通过对中华优秀传统文化学习树立健全人格，建立良好人际关系，提高学生文化素质和人文修养，激发学生对传统文化的热爱，增强学生民族自信心，自尊心和自豪感，培养高尚的爱国主义情操，进一步陶冶身心，培养生活中用传统文化视角解决实际生活的能力。	76
2	职业生涯规划	本课程依据《中等职业学校德育教学大纲》开设，旨在引导学生树立正确的职业理想和职业观念，学生能够根据社会需	36

		要和自身特点进行职业生涯规划。课程分成五大模块：职业生涯规划与职业理想；职业生涯规划条件与机遇；职业生涯规划目标与措施；职业生涯规划发展与就业、创业；职业生涯规划管理与调整。通过课堂体验、活动探索形成职业生涯规划能力，树立正确的职业观、择业观和成才观。	
3	社交礼仪	本课程是为了适应学生将来走上工作岗位后引来送往、与人沟通的职业特点而开设的一门公共课，本课程旨在学生通过学习了解社交礼仪的活动的规律、程序、规范，具备基本的社交礼仪基本技能，培养学生礼仪修养，提升学生个人素质，使学生在生活和工作中，能得体的与人进行交往，为组织和个人创造发展契机。	40
4	就业指导	本课程采用教学与训练相结合的方式进行，使学生了解就业形势，熟悉就业政策，提高就业竞争意识和依法维权意识；了解社会和职业状况，认识自我个性特点，激发全面提高自身素质的积极性和自觉性；了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；掌握就业与创业的基本途径和方法，提高就业竞争力及创业能力。	40
5	体育与健康	本课程依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，以树立“健康第一”为指导思想，传授体育与健康的基本文化知识，体育技能和方法。学生掌握两项以上体育技能，通过参与集体性体育活动，培养良好的人际关系和合作精神。学习与职业生涯相关的体育运动项目，认识体育对提高就业和创业能力的价值，提高综合职业素质，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。	152
6	计算机应用基础	本课程依据《中等职业学校计算机基础教学大纲》开设，要求学生学习计算机基础知识、桌面操作系统的功能及使用、办公软件的使用、计算机网络的基础知识与应用。通过学习，掌握计算机操作的基本技能，具有常用的文字处理能力、常用的数据处理能力和一般的演示文稿处理能力具有一定的信息获取、整理、加工能力和网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。	152
7	数学	本课程依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，要求学生掌握必要的数学基础知识，培养观察能力、空间想象能力，分析与解决问题能力和数学思维能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。教学内容由基础模块与拓展模块两部分构成：基础模块包括集合、不等式、函数、指数函数与对数函数、三角函数、数列、平面向量、直线和圆的方程、立体几何（选学）、概率与统计初步（选学）；拓展模块包括三角公式及应用、平面解析几何（椭圆、双曲线、抛物线）、概率与统计。	152
8	语文	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，要求学生掌握语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。本课程设置语文综合实践活动，通过创设生活情景和职业情景，提高学生综合运用知识、技能、方	232

		法的能力。学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。加强阅读与鉴赏经典作品的欣赏能力与基础写作能力，为学生的继续发展服务。	
9	英语	本课程依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，以满足各专业学生就业与升学需求为目标，以融合文化素养、职业技能、语言知识为原则，巩固与延续初中英语知识，培养学生听、说、写、读技能，并初步形成日常生活和职业场景的英语应用能力。能听懂和说出简单指令；能读懂及进行简单的应用文写作；能理解语法项目的形式与意义，并应用于交际任务；能在交流中做到语音、语调基本达意。	156
10	公共艺术	本课程依据《中等职业学校公共艺术教学大纲》开设，以审美教育为核心，通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握各种艺术门类的基本知识、技能和原理，认识不同艺术类型的表现形式、审美特征，掌握欣赏艺术作品的方法、要领及对艺术的鉴赏力，对美丑的分辨力，净化心灵、陶冶情操，丰富学生的人文素养和精神世界，拓展学生的审美视野，发展创新思维与合作意识，形成正确的世界观、人生观和价值观，对提升学生今后的生活品质和文化品位有积极的促进作用。	40
11	历史	本课程依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	40

2. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	管理学基础	要求学生熟练掌握管理合理的基本概念和原则，熟悉管理的发展历史，了解不断变化的管理实践和管理理论的发展趋势，掌握规划、组织、领导、控制等管理职能的基本理论和方法，有理论与实践相结合的能力，分析解决问题，全面掌握工程经济。各种管理的定量分析理论和计算方法，如预测和决策技术、网络规划技术等，都可以熟练地运用。	80
2	消费心理学	通过对企业管理和营销等相关专业岗位的全面调查和分析，借鉴先进的课程开发理念和基于工作过程的课程开发理论，重点研究了学习领域课程的构建和实施。目的是培养学生掌握市场营销活动中顾客的心理现象和规律，使学生具备市场营销或销售工作的专业技能。	80
3	市场营销学	学生通过学习，了解市场营销的基本理论体系，懂得市场营销的基本原理，掌握市场营销的基本方法，学会市场营销的基本思维方式和营销技能。	76
4	商务礼仪	本课程通过对学生讲解国际商务活动领域的基本知识，使得学生对国际商务礼仪有初步的了解，为学生将来走上工作岗位以及进一步深造做出必要的知识储备。	120
5	公共关系学	公共关系是一门综合性的应用科学。其目的是在组织与公众之间建立良好的沟通关系，并在社会中树立组织的良好形象。今天，随着社会主义市场经济的不断发展和完善，没有公共关系	120

		意识的企业不是好的企业，没有一定的公共关系知识和技能的 企业不是好的经营者。公共关系的目的是使学生掌握公共关系的 基本理论，熟悉公共关系的主要技能，成为服务于社会主义 建设事业的综合应用人才。	
6	网络营销	通过对网络营销的理论和实践的学习、研究和分析，掌握网络 营销的现状和发展趋势，它的基本知识和基本原理，提高学生 从事电子商务实践的理论素养和营销工作的能力。	80
7	商场管理	本课程的教学目的是通过课堂讲解与案例分析的手段，使学生 掌握现代市场营销策划的基本理论、基础知识和基本方法，提 高学生对企业经营活动的分析、判断和决策能力。	80
8	商品学	通过本课程的学习，使学生掌握商品学的一些基本概念和基本 原理；掌握必要的商品学概论知识和商品学研究的基本方法； 熟练商品分类、质量、标准、检验、包装等基本知识；能够运 用商品学的知识，解决工作中的一些基本问题。通过本课程的 学习，使学生达到下列基本要求：了解商品学的基本理论；熟悉 商品质量分类、质量标准、质量检验等业务常识；掌握贸易中 控制商品质量的基本方法，能够运用所学的商品学知识，解决 部分实际问题。	120
9	国际贸易实务	通过学习《国际贸易实务》，可使学生了解：为了正确执行我 国的对外贸易政策，把生意做好做活，把对外贸易业务提到一 个较高的水平，更好地完成进出口贸易的各项任务，要求对外 贸易工作人员不仅要懂得国际贸易的基本理论和正确掌握我 国对外贸易的原则、方针和政策，而且需要全面掌握进出口业 务专业知识和技能，学会运用国际贸易惯例和国际法律知识。 《国际贸易实务》课程的开设，就是为这一目的服务的。	160
10	客户管理	这门课是管理的必修课。通过本课程的学习，学生可以了解客 户服务的重要性、客户服务人员的管理要求以及现代管理工具 在客户服务和管理中的应用，从而提高他们的服务意识的综合 素质，客户管理能力和电子信息系统应用能力。	120
11	市场营销策划	使学生系统地了解和掌握营销策划的基本概念、原则、步骤和 技术方法，并将所学的理论知识运用到营销策划的实践中，具 备案例分析和营销策划的实战能力。	120
12	市场调查与预测	通过本课程的学习，学生应充分了解市场，明确市场调查和预 测在企业管理和组织工作中的地位和作用。培养学生深入现 实，注重调查分析，提高学生分析、学习、解决问题的能力， 为学生今后去工作、从事实践管理打下坚实的基础。	76

七. 教学进程总体安排

课程类别	序号	课程名称	学分	总学时	考核		各学期教学周数与周学时分配					
					考试	考查	1	2	3	4	5	6
							18周	20周	20周	20周	20周	20周
公共基础课	1	中华传统文化精典精选	5	76	√		2	2				
	2	职业生涯规划	2	36	√		2					
	3	社交礼仪	3	40	√				2			
	4	就业指导	3	40	√						2	
	5	语文	10	152	√		4	4				
	6	数学	10	152	√		4	4				
	7	英语	10	152	√		4	4				
	8	计算机应用基础	8	134	√		3	1	1	1	1	
	9	体育	12	196		√	2	2	2	2	2	
	10	公共艺术	3	40		√			2			
	11	历史	3	40		√				2		
	12	思想道德修养与法律基础	3	40		√				2		
选修	13	劳动教育	6	98		√	1	1	1	1	1	
	公共基础课小计 33%		72	1156								
专业技能课	专业核心课	1	管理学基础	5	80	√			2	2		
		2	消费心理学	5	80	√				2	2	
		3	市场营销学	5	76	√		2	2			
		4	商务礼仪	8	120		√				6	
		5	公共关系学	8	120		√			6		
		6	网络营销	5	80	√				4		
		7	商场管理	5	80		√				4	
		8	商品学	8	120	√						6
		9	国际贸易实务	10	160	√					4	4
		10	客户管理	8	120	√						6
		11	市场营销策划	8	120	√				4	2	
		12	市场调查与预测	5	76	√		2	2			
	小计 22%		77	1232								
	专业选修课	1	广告学	5	72		√	4				
2		演讲与口才	8	120		√		6				
3		连锁经营管理	8	120	√						6	
4		商务谈判	5	80	√				4			
小计 5%		25	392									
综合实训	1	市场营销实训	10	160		√				4	4	
	小计 5%		10	160								

	顶岗实习	32	570							√
	专业技能课小计	112	1784							
	合计	216	3510			30	30	30	30	30

注：一般 16—18 学时为 1 个学分，3 年制总学分不得少于 170。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动，以 1 周为 1 学分，共 5 学分。

八、实施保障

(一) 师资队伍

(1) 本专业聘任教师应具有教师资格证书，专业核心课的聘任教师应具有市场营销专业或相关专业大学本科及以上学历，聘任实习指导教师应具有中级工及以上专业技能证书。

(2) 专业核心课程的教师应具有双师型教师资格。

(3) 具有聘任教师 7 名，其中 1 名专业带头人，6 名骨干教师。

我校市场营销专业带头人、骨干教师情况如表所示：

姓名	年龄	性别	职称	培养规划	主讲课程
卢丹燕	32	女		专业带头人	公共关系学、消费心理学、客户管理
陈燕	47	女	中级	骨干教师	市场营销策划、市场调查与预测
陈运佳	48	男	中级	骨干教师	商场管理、市场营销学
陈旭东	27	男	初级	骨干教师	商品学
曾佩娴	47	女	初级	骨干教师	网络营销
李洁	27	女		骨干教师	管理学基础、国际贸易实务
李佳翎	44	女		骨干教师	商务礼仪

(二) 教学设施

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地。

校内实训室配置主要设施设备名称及型号规格、数量见下表。

实验场室名称及数量	主要设备清单
市场营销综合实训室 (125 m ²)	电脑 30 台(主板:富士康 G31MV—K,CPU:intel 赛扬双核 E1200 散,内存:金士顿 1G/800 DDR2,硬盘:日立 160G/串口,显示器:明基 G900HD);市场营销仿真软件市场营销教学软件(网络版)1套,配套设备 1 套。
市场营销实务实训室 (85 m ²)	实训工位 30 个【前台形象墙、营销策划工作岛、产品销售自我培训岛(房地产公司楼盘沙盘模型训练模式)、商务培训岛(营销企业职场综合素质训练模式)】;配套设备 1 套。

校外实习基地

我校目前正在逐步建设一支专兼职结合，结构合理，拥有职业道德、深厚专业理论和高超生产实践技能，能够在金融事务专业教学实践中实施一体化教学的“双师型”专业师资队伍。并根据市场营销专业培养目标和相关工种职业资格的具体要求，对学生进行基本操作技能和综合职业能力的训练，通过实践使学生形成专业培养目标要求的职业能力，达到一定的熟练程度，形成初步的技术经验，以适应未来工作岗位的需要。积极贯彻落实国家培养高技能人才的要求，逐步开拓校企合作领域。(1)加强与现有合作企业的协作关系，拓宽合作领域，为学生提供充足的实习、实训时间、条件。

(2)聘请经验丰富的企业营销经理指导学生的实习、实训。(3)联系本市相关企业，既能增加学生的实习、实训机会，又为学生将来就业起到宣传、推荐作用。目前已经与深圳电信实业运营维护公司等知名度较高的大、中型企业建立就业（实习）网络，届时将会安排学生到企业参观调研、教学实习和顶岗实习。

（三）教学资源

严格执行国家和省关于教材选用的有关规定，完善教材选用制度，经过规范程序选用教材，优先选用职业教育国家规划教材，数字资源有教学课件，教学视频等。

（四）教学方法

近几年，我校注重教学方法改革和多种教学方法的探讨，取得了较好的教学效果。除采用讲授、实操、实训、参观等教学方法外，还积极探索案例教学、“理论—实践一体”等教学方法。在专业课中综合使用了多媒体教学手段，大力开展网络信息化资源建设。力争利用网络资源建设本专业主干课的教学资源库，能为师生提供多媒体课件学习、题库练习、在线答疑、实训、考证辅导、资料收集等多种辅助教学服务。

（五）教学评价

近几年，我校特别注重在考核方式上进行了探索与改革，转变了评价观念。评价的目的从注重甄别转变为注重激励、诊断与反馈。注意使用多元评价方式，使终结性评价与过程性评价相结合；个体评价与小组评价相结合；理论学习评价与实践技能评价相结合。除了采用传统的开卷、闭卷考核方式外，还采用了口试和实际操作能力技能测试相结合的考核方式；尤其是实施“理论—实践一体”教学的课程，采用的是综合实训与职业技能等级证书考核来相结合，取得了成效。

课程考核方式为：1、理论考试 2、实操考试 3、职业技能等级证书考核 4、学校和企业共同评价考核。

（六）质量管理

建立中职学校教学工作诊断与改进制度，引导和支持学校全面开展教学诊断与改进工作，切实发挥学校的教育质量保障主体作用，不断完善内部质量保证制度体系和运行机制。根据学校的机构设置情况，健全各级专业教学管理机构，明确职责，同时建立健全覆盖专业教学全过程的教学管理制度规章。为了保证专业教学质量，必须加强监控组织建设。监控组织分为内部监控和外部监控两类。

1、校内建立教学督查组和学生教学质量监控与评价小组。督查组成员由校分管领导、督导组专家、教务处行政领导、学科带头人组成。实现对全校教学工作质量的全程监控，即对教学和管理环节进行动态监控，并通过听课督导等实现评价，并有利于大范围的教学质量监控与评价。学生教学质量监控与评价小组由各班级班长、学习委员、学习成绩优秀的学生按比例组成。及时收集、汇总、反馈教学一线信息，为教学管理和教学监控提供参考。

2、校外外部监控机制由专业建设指导委员会和教育行政主管部门组成。

专业建设指导委员会由行业专家、企业一线人员和示范校的学者专家组成，主要功能是为专业教学中的重点、难点问题提供指导、咨询和督促，尤其是对人才培养目标的定位、人才培养方案、工学结合、顶岗实习、实训设施建设等方面具有实践指导意义的问题，专业建设指导委员会经过充分座谈论证，并出具书面意见。

教育行政主管部门是另一个外部监控机构，通过检查和评估，对我校的专业教学质量进行监控。除了教育行政主管部门依照职权对我校进行工作检查之外，每年邀请教育行政主管部门依据《中等

职业教育教学质量控制与评价指标体系》对该专业的教学环境、实践教学条件师资状况、人才培养模式、学生质量等方面进行评估，以评促建，以评促改，评建结合。

内部、外部监控机制的建立，能较好地对专业发展做全程监控，更重要的是重点地对教学过程、师资队伍建设做好了全面的监控，从而有效地提升整体师资建设水平。

九、毕业要求

学生通过三年的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求，准予毕业。