

2018 级市场营销专业人才培养方案

(专业代码: 630701)

一、培养目标

市场营销专业培养德、智、体、美、全面发展,具有良好职业道德和人文素养,掌握市场调研、消费心理等市场营销基本知识,具备市场分析、推销谈判、客户服务等专业能力,适应销售运营和管理工作的高素质技术技能人才。

二、就业方向

本专业学生就业主要面向各类生产和服务企业,在销售及市场岗位群从事销售代表、销售主管等工作。分为两个递进层次:

(1) 基础岗位: 营销业务员、销售代表、市场调查分析员、营销方案策划员、客服人员。

(2) 发展岗位: 门店店长、销售经理、市场经理、营销策划经理、业务经理、客户服务主管以及自主创业人员。

三、招生对象与修业年限

1、招生对象: 高中毕业生或“三校”毕业生

2、学 制: 全日制三年

四、人才培养规格 (知识、能力及素质结构分解表)

1、知识结构

序号	知识结构	知识能力	相应课程和教学环节
1	公共基础知识	掌握一定的思想道德与法律、中国特色社会主义理论等必要知识	思想道德与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系
		具有必备的人文知识	人文类选修课
		具有必备的体育知识	体育与健康、拓展游戏与体能训练
		具备良好的就业心态	职业发展与就业指导
		1) 具有必备的英语知识 2) 具有必备商务英语知识	大学英语 (听读)
2	专业基础知识	具有从事工商企业经营管理的基本知识	经济学基础、管理学基础、经济法、会计学基础
		具有消费者心理活动基本规律知识	消费者行为分析与实务

		1) 具有市场营销、推销技巧的基本理论知识 2) 掌握连锁经营管理的理论知识 3) 客户开发与维护、客户服务与管理的知识	市场营销、现代推销技巧、连锁经营与管理、客户关系管理
		具有市场调查和市场信息收集能力	市场调查与预测
		具有商务谈判与礼仪知识	商务谈判与礼仪
		具有国际贸易、物流管理基础、电子商务知识	电子商务实务、国际贸易实务、现代物流管理概论
		具有良好财经类文书写作知识	商务应用文写作
3	专业 实践 知识	具有市场调查报告撰写专业技能知识、推销技能知识	市场调查与销售实训
		1) 具有良好口语表达与沟通技巧知识 2) 具有电子商务应用知识	商务沟通与技巧模拟训练、电子商务模拟软件的训练
		具有市场营销、销售管理、营销策划实践知识	市场营销模拟软件实训、市场营销策划与沙盘演练实训、顶岗实习、毕业论文等
4	专业 拓展 知识	掌握网络销售知识	网络营销、电子商务实务相关模拟软件上机训练
		掌握广告策划与设计创意的知识	广告理论与实务
		掌握创业的意义以及创业的基本流程知识	市场营销实战训练、市场营销策划与沙盘演练实训、创业管理、企业模拟经营实训

2、能力结构

序号	能力结构	能力要求	相应课程或教学环节	考证考级要求
1	基础能力	1) 具有运用与时俱进的方式认识、分析、解决问题的能力 2) 具备良好的口语表达能力 3) 具有健康的心态与体质	政治、形势与政策、拓展游戏与体能训练 演讲与口才 职业发展与就业指导、心理健康教育、体育与健康	普通话水平达到国家三级甲等标准

		<p>1) 具备英语听说读写能力</p> <p>2) 具备计算机的基本操作技能</p> <p>3) 会计核算基本能力、掌握统计分析技术</p> <p>4) 具备分析和解决经济、法律、管理问题的基本能力, 财经类文书写作能力</p>	<p>大学英语</p> <p>计算机文化基础</p> <p>会计学基础、经济数学</p> <p>经济学基础、经济法、管理学基础、商务应用文写作</p>	<p>全国大学英语四级及以上、《省级高校计算机考试》一级及以上</p>
2	专业核心职业能力	<p>1) 具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力。</p> <p>2) 具备对市场环境的理解与分析能力, 具有市场调查和市场信息收集、市场调查报告撰写能力</p> <p>3) 具备对消费心理与行为的理解与分析能力。掌握消费者心理活动规律, 认识和分析消费需求的能力</p> <p>4) 具备促销策划、品牌推广等企划活动的组织与实施能力。掌握推销技巧、具备客户管理、渠道开发与管理能力</p> <p>5) 掌握电子商务运用能力</p>	<p>消费者心理、连锁经营与管理、客户管理、渠道管理课程模拟训练、市场调查与销售实训、市场营销模拟软件实训、网络营销、电子商务实务相关模拟软件上机训练、顶岗实习、毕业论文等</p>	
		<p>1) 具备对营销理念的基本把握与执行能力</p> <p>2) 具备基本的新媒体营销能力</p>	<p>市场营销案例分析、市场营销模拟实训、网络营销模拟软件上机训练</p>	<p>助理营销师资格证</p>
		<p>具有在全面掌握营销基本理论和业务知识的基础上, 精策划、善公关、能谈判、会推销、求创新的能力</p>	<p>市场营销策划、商务沟通与技巧、现代推销技巧、公共关系实务、商务谈判与礼仪、客户关系管理</p>	<p>客户服务管理师资格证</p>
3	专业拓展能力	<p>能够熟练应用互联网资源, 进行网上销售的能力及商务网站规划与建设能力</p>	<p>网络营销、电子商务实务及模拟软件上机训练</p>	
		<p>掌握广告策划与设计能力</p>	<p>广告理论与实务</p>	
		<p>掌握创办经营企业的基本能力</p>	<p>市场营销实战训练、企业经营之道软件训、高校园区 O2O 创业大赛策划项目训练</p>	

3、素质结构

序号	素质结构	素质要求	相应课程或教学环节
1	思想道德素质	1) 热爱祖国，拥护中国共产党的领导，坚持四项基本原则 2) 懂得毛泽东思想和中国特色社会主义理论 3) 具备社会主义核心价值观 4) 遵纪守法，有良好的思想品德、社会公德 5) 具有服务意识和艰苦创业、团结协作精神	思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系、专题讲座、综合素质教育、形势与政策、各种主题活动、青年志愿者活动
2	身心素质	1) 具有一定的体育、卫生基本知识 2) 掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，达到国家规定的高职学生体育和军事训练合格标准 3) 具有健全的心理和健康的体魄	体育与健康 心理健康教育 职业生涯规划与就业指导 大学生创业基础
3	人文素质	1) 具有一定的文学、艺术修养和人文科学素养 2) 具有一定的音乐，书画，审美等方面的素养 3) 具备相关的社交、商务、服务礼仪素养	各类社团活动、综合素质教育、商务谈判与礼仪、等
4	职业素质	1) 热爱市场营销专业，具有专业知识和专业素质 2) 具备市场调查与分析、市场营销、商务谈判、公关、网络营销的能力与素质	市场营销、市场调查与分析、网络营销、现代推销技巧、商务谈判与礼仪、
		1) 具有从事市场营销相关职业岗位的实际工作能力与素质 2) 具有较强的产品营销策略的制订及销售组织实施能力与素质	消费者心理、现代推销技巧、市场营销、市场营销策划、电子商务实务、网络营销
		1 具有较强的管理和沟通的能力与素质 2) 初步具有从事企业经营管理的基本专业素质和基本技能	劳育、管理学、商务沟通与技巧、毕业实习、职业资格考試
		1) 具有良好的职业道德，较强的敬业精神和创新精神 2) 具有较强的沟通与协作、协调与组织能力，并有良好的团队精神 3) 具有强烈的事业心、责任心和社会责任感 4) 具有良好的语言表达能力及与人沟通的能力 5) 具有吃苦耐劳、不屈不挠的韧劲 6) 具有较强的执行力	职业道德、职业生涯规划与就业指导、课程实习、顶岗实习、拓展训练；各种专题活动等

五、职业资格证书

序号	职业资格证书名称	必考选考	考核等级	考试学期	颁（发）证发部门
1	助理营销师资格证	必考	三级	第四	南昌市人力资源和社会保障厅职业技能鉴定中心
2	客户服务管理师	选考	三级	第四	江西省人力资源和社会保障厅职业技能鉴定中心
3	C&G 职业资格	选考	初级	第六	中国劳动和社会保障部职业技能鉴定中心、英国 C&G
3	英语 CET	选考	四级/六级	第四学期	省教育厅
4	计算机	选考	一级	第四学期	省教育厅

六、主干课程设置及要求

1、课程名称：管理学基础

①课程性质：专业素质课

②先修课程：无

后续课程：市场营销、商务沟通与技巧

③学时数：64（理论课时数：56，实践课时数：8）

④主要内容及要求

主要介绍管理与管理学、管理思想的发展、管理的基本原理、管理道德与社会责任、管理的基本方法、决策、计划与计划工作、计划的实施、组织、组织设计、人员配备、组织力量的整合、组织文化、领导与领导者、激励、沟通、管理信息、控制与控制过程、控制方法、管理的创新职能、企业技术创新、企业组织创新。要求学生熟悉管理学的有关概念，较为全面地掌握管理学的基本理论与方法，理解并掌握管理科学的知识体系，从而具备一定的分析与解决管理过程中的实际问题的能力。

⑤学生考核方式：学习效果评价方式以期末考试评价为主，考试评价与过程评价相结合，总评成绩=过程考核成绩×30%+期末考核成绩×70%。过程考核的计算分为若干个项目，包括课堂提问成绩、平时作业成绩、考勤成绩、案例讨论成绩、参观实习成绩等许多方面。

⑥教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学文件建设、教学过程、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为100分。

2、课程名称：市场营销

①课程性质：专业核心课程

②先修课程：经济学基础、管理学基础

后续课程：现代推销技术、市场调查分析、市场营销策划

③学时数：60（理论课时数：36，实践课时数：24）

④主要内容及要求：

市场营销是一门应用型课程，本课程旨在让学生了解市场营销基本原理，和主要的营销策略技巧。本课程依据营销职业岗位流程把教学内容序化为五个项目：营销认知、商机分析、商情选择、商计策略、销售管理。基于工作过程的五个项目分解为十二个递进的学习任务：认识营销、市场营销环境分析、市场调研、市场细分、目标市场选择、市场定位，产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略，销售管理、营销创新。课程以培养职业情境中的能力为中心，使学生就业时能迅速适应营销岗位要求并具备职业发展的潜力。

⑤ 学生考核方式：采用期末考试与过程评价相结合，理论考试与实践考核并重。总评成绩=过程考核成绩×40%+期末考核成绩×60%，其中平时的过程考核占40%，期末考核占60%，过程考核成绩包括平时专业理论知识成绩、出勤成绩、完成每个任务成绩、团队协作成绩，等多方面的综合成绩，使考核更有效、更全面、更准确地评价学生的学习质量。

⑥ 教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学方法、教学过程、教学文件建设、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、学生学习积极性、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为100分。

3、课程名称：商务谈判

①课程性质：专业技能课程

②先修课程：经济学基础、管理学基础

后续课程：市场营销策划、网络营销

③学时数：60（理论课时数：40，实践课时数：20）

④主要内容及要求：

《商务谈判》是一门实践性很强的课程，本课程要求学生掌握商务谈判过程的几个阶段，掌握商务谈判的基本方法、技巧和策略，以及人际沟通、组织沟通、团队沟通，

商务谈判等知识和技能。通过学习本课程学生能在一般商务活动和工商企业管理活动中，提升沟通能力。

⑤学生考核方式：采用期末考试与过程评价相结合，理论考试与实践考核并重。总评成绩=过程考核成绩×40%+期末考核成绩×60%，其中平时的过程考核占40%，期末考核占60%，过程考核成绩包括平时专业理论知识成绩、出勤成绩、完成每个任务成绩、团队协作成绩，等多方面的综合成绩，使考核更有效、更全面、更准确地评价学生的学习质量。

⑥教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学方法、教学过程、教学文件建设、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为100分。

4、课程名称：市场调查分析

①课程性质：专业核心课程

②先修课程：经济学基础、管理学基础、市场营销、商务应用文写作

后续课程：市场营销策划、网络营销

③学时数：60（理论课时数：32，实践课时数：28）

④主要内容及要求：

本门课程是企业了解市场和把握市场需求的重要手段，对于市场营销人员来说，熟悉和掌握市场调查的方法和技能是非常必要的。本课程主要从培养学生的实际工作能力的要求出发，全面介绍了市场调查和分析常用的基本知识和方法。通过本门课程的学习，使学生掌握市场调查的含义与类别、了解市场调查的基本组织方式、学会运用各种调查方法与统计方法进行市场调查与分析。

⑤学生考核方式：采用期末考试与过程评价相结合，理论考试与实践考核并重。总评成绩=过程考核成绩×40%+期末考核成绩×60%，其中平时的过程考核占40%，期末考核占60%，过程考核成绩包括平时专业理论知识成绩、出勤成绩、完成每个任务成绩、团队协作成绩，等多方面的综合成绩，使考核更有效、更全面、更准确地评价学生的学习质量。

⑥教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学文件建设、教学过程、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为 100 分。

5、课程名称：现代推销技巧

①课程性质：专业核心课程

②先修课程：管理学基础、市场营销

后续课程：市场营销策划、网络营销

③学时数：60（理论课时数：30，实践课时数：30）

④主要内容及要求：

推销是一门艺术，懂得灵活的运用推销的方法和技巧，推销才能成功。现代推销技术

课程的主要内容：推销人员角色认知以及心理素质、推销人员礼仪，推销人员的沟通技巧、销售工作的写作技能、推销接近技能、谈判技能、异议处理技能、促成交易技能等。教学重点是介绍推销过程的推销策略与技能技巧。本门课程每个学习情境各有能力目标需要学生达到。在学习过程中，进行由理论到实践的训练，充分发挥学生的主观能动性，通过场景模拟训练逐渐提高学生对现代推销理论与方法、策略、技巧的灵活应用的能力。

⑥ 教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学文件建设、教学过程、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为 100 分。

6、课程名称：市场营销策划

①课程性质：专业核心课程

②先修课程：管理学基础、市场营销、商务应用文写作

后续课程：项目化 O2O 创业大赛策划、公司开业庆典策划

③学时数：60（理论课时数：42，实践课时数：18）

④主要内容及要求：

市场营销策划是市场营销基础理论在实践中的具体应用，本课程使学生了解市场营销策划在现代市场经济社会的重要作用，熟悉市场营销策划的一般原理与基本流程。本课程内容：市场定位策划、竞争策划、企业形象策划和产品策划、促销策划等等。通过学习，学生能熟练进行市场营销策划，进行有关营销创新。

⑤学生考核方式：采用期末考试与过程评价相结合，理论考试与实践考核并重。总评成绩=过程考核成绩×40%+期末考核成绩×60%，其中平时的过程考核占40%，期末考核占60%，过程考核成绩包括平时专业理论知识成绩、出勤成绩、完成每个任务成绩、团队协作成绩，等多方面的综合成绩，使考核更有效、更全面、更准确地评价学生的学习质量。

⑥教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学文件建设、教学过程、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为100分。

7、课程名称：网络营销

①课程性质：专业核心课程

②先修课程：管理学基础、市场营销、电子商务

后续课程：广告实务、项目化O2O创业大赛策划、网店运营实践

③学时数：60（理论课时数：30，实践课时数：30）

④主要内容及要求：

本课程以培养学生网络商务能力为目标、以解构网络营销贸易类岗位主要业务内容为基础，重构出七个渐次递进的学习项目，分别是网络营销认知、网络信息的搜集与分析、中小企业网络营销平台建设规划、中小企业网络推广、网络贸易实践、网络客户服务、网上创业实战。其主要任务是培养学生能够胜任网络营销岗位群所要具备的知识体系与职业能力，成为网络营销方面中高级应用型专门人才。

⑤学生考核方式：采用期末考试与过程评价相结合，理论考试与实践考核并重。总评成绩=过程考核成绩×40%+期末考核成绩×60%，其中平时的过程考核占40%，期末考核占60%，过程考核成绩包括平时专业理论知识成绩、出勤成绩、完成每个任务成绩、团队协作成绩，等多方面的综合成绩，使考核更有效、更全面、更准确地评价学生的学习质量。

⑥教师教学质量评价方式：依据学院相关指标进行评价，主要围绕着教学态度、教学文件建设、教学过程、教研教改业绩、教学管理实践环节建设、教学效率、教学效果等方面进行评价。

考核评价由学院考核小组测评（院领导、教务处、督导处）、分院考核小组测评和学生测评企业评价等多方面评价相结合，满分为100分。

七、教学计划实施表

- 1、课程设置及教学计划表（见表1）
- 2、实训（实践）教学计划表（见表2）
- 3、时间分配表（单位：周）（见表3）
- 4、实践教学与理论教学统计表（单位：学时）（见表4）
- 5、实践教学与理论教学分类统计表（单位：学时）（见表5）

八、毕业条件

序号	毕业要求	具体内容	备注
1	课程要求	教学计划表1所列课程考核合格	
2	计算机、英语要求	省级计算机一级及以上 全国大学英语四级及以上	选考
3	职业资格证书要求	助理营销师	必考
4	符合学院学生学籍管理规定中的相关要求		

九、实施说明

（一）专业建设

1、专业指导委员会构成

市场营销专业的专业指导委员会由校外企业专家和校内教师组成，其中企业专家五人，都是营销界的资深人士，均有相关职业资格证；校内教师五人，都是“双师型”素质教师。专业指导委员会，定期召开会议，认真研讨人才培养方案，并对专业定位、市场需求、岗位能力、课程设置及实验室建设等方面提出宝贵意见和建议，为优化市场营销人才培养方案，加强专业建设与教学改革，提供指导和帮助。本专业指导委员会定期进行相关岗位能力分析，指导制定市场营销专业的教学计划、实训计划。企业为现场教学提供了设备较先进、条件良好的实习基地和优秀的兼职教师。

姓名	职务/职称	工作单位	委员会职务
余露	教授、营销师	江西工业职业技术学院	主任
韩世龙	人力资源部总经理	浙江康瑞祥生物科技有限公司	委员
曾柳	综合部经理	杭州微一案科技有限公司	委员
胡敏	经管分院副院长 教授、中级物流师	江西工业职业技术学院	委员
邓金梅	教授、中级物流师 SYB培训师	江西工业职业技术学院	委员
余世民	教授、高级秘书	江西工业职业技术学院	委员
刘康	副教授、电子商务师	江西工业职业技术学院	委员

2、市场营销专业人才培养模式的特色及重点

人才培养模式以职业能力培养为本位，学校企业二元共育；顶岗实习、校内外实训，理论实践一体化教学三环紧扣；基础技能、岗位技能、关键能力培养，顶岗实习四阶递进。在岗位调研的基础上，明确人才培养目标，真正实现基于工作过程的营销业务员层、营销主管层、营销经理层层级岗位需求，教学做一体化、工学交替的模式培养，使学生、专业能力、方法能力、社会能力螺旋式提升。

（二）课程体系建设

本专业构建以职业标准和岗位需求为纲、并与职业能力相适应的课程体系，以培养学生营销职业能力为核心，递进式构建基础素质学习领域、职业能力领域、职业延伸领域、拓展学习领域四个领域。

基础素质学习领域（第1、2学期）、职业能力学习领域（第2、3、4学期）、职业延伸学习领域（第5学期），第6学期为拓展学习领域。拓展学习领域，学生在企业进行顶岗实习8周，借助企业真实工作任务，完成营销工作过程中各能力的有效融合与提升，成为社会认可和欢迎的营销专业高技能型人才。

市场营销、消费心理学、推销技术、商务谈判、网络营销等核心课程在第二、三、四学期。建议校企合作的工学交替，将课堂搬到企业，在教学过程中由企业一线技能人员直接担任兼职教师，借助企业实际场景开展真实环境的教学和技能训练，学生职业能力强化提升、职业素质养成作为重点培养目标。除必要地实习实训环节外，要求教师在将社会情境模拟进入课堂，切实开展市场营销技能教学，力求学生在毕业后能够独立完成企业市场营销岗位的工作。实现学校与社会就业岗位“零距离”衔接。为了提高学生的就业竞争力，组织开展实物推销大赛、营销策划大赛、广告策划大赛等各类竞赛活动，并支持和指导学生成立模拟营销公司。

（三）教学条件

1、教学团队

本专业培养了一支素质优良、理论知识和能力水平并重，能适应高职教育专业发展需要的“双师型”专业教师团队。市场营销教学团队拥有教授5名、副教授1名，讲师3名。本专业聘请了两名企业专家担任专业课教学和实训指导，兼职教师共4人。专兼职结构比例合理。

专任教师一览表

姓名	出生年月	学历	学位	职称	承担任务	专业	资格证
余露	1969年5月	本科	学士	教授	理论、实践教学	市场营销	中级营销师
胡敏	1971年1月	本科	硕士	教授	教学管理	工商企业管理	中级物流师
邓金梅	1970年12月	本科	硕士	教授	理论、实践教学	物流管理	中级物流师 SYB培训师
余世民	1967年9月	本科	硕士	教授	理论、实践教学	市场营销	中级文秘
刘康	1980年11月	本科	硕士	副教授	理论、实践教学	电子商务	电子商务师
赵怀明	1969年10月	本科	学士	教授	理论、实践教学	电子商务	电子商务师
范江洪	1964年11月	本科	学士	讲师	理论、实践教学	市场营销	经济师
陈灏	1979年1月	研究生	硕士	讲师	理论、实践教学	市场营销	助理营销师
冯团英	1986年1月	研究生	硕士	讲师	理论、实践教学	工商企业管理	助理人力资源管理师

2、实训设施

课程利用仿真训练与校企合作顶岗实习相结合，建立与企业实际对接工作环境。

(1) 仿真实训场所：校内市场营销实训中心配备国内最先进价值百万元的硬件设施，以保证市场营销专业理实一体化教学的需要。用于进行营销基本技能训练的实训，配置有应用营销模拟实训软件网络环境的计算机机房，具备营销不同岗位操作的模拟环境的实训。

校内实训基地一览表

实验/实训室				
序号	实验/实训室名称	设备数量（台/套）	资产（万元）	使用方向
1	市场营销模拟实训室	48台	20	市场营销模拟实训
2	多媒体语音室	200台	40	专业英语
3	电子商务模拟实训室	48台	20	电子商务、商务网站规划与建设实训
4	营销沙盘实训室	6套	20	营销策略、渠道管理等模拟实训
5	企业模拟经营实训室	48台电脑 多功能会议室		商务谈判与礼仪模拟实训

6	电子商务创业孵化中心	80 台	展品展销、广告策划等 现场教学、电子商务 O2O 创业实训、计算机 图像处理、网店运营与 管理项目等
---	------------	------	----------------------------------------------------------------

校外实训基地一览表

序号	校企合作单位	签订时间	备注
1	杭州微一案科技有限公司	2014 年 4 月 21 日	
2	南昌萍鑫贸易有限公司	2013 年 5 月 4 日	
3	江西迅达旅行社有限公司	2011 年 4 月 30 日	
4	德邦物流股份有限公司	2014 年 4 月 2 日	
5	浙江康瑞祥生物科技有限公司	2013 年 7 月 26 日	
6	上海仁友管理咨询有限公司	2013 年 9 月 26 日	

(2) 数字化教学资源（课程网站、教材与其它教学资源）等。

充分利用网络信息技术，网络资源，搭建网络课程平台，开发网络课程，实现优质教学资源共享。

教学团队把《市场营销》《网络营销》等核心课程的课程简介、教学大纲、授课教案、多媒体课件、课后练习、试题库、自我测试等教学资源全部上网。同时开通了在线答疑系统，学生不仅可以通过 Internet 查询资料，还可充分利用网上教学资源自主学习、递交作业、参加学习讨论等。

本专业选用高职高专教材，突出培养学生正确的科学思想和科学方法，以适应人才市场的需要。教材编写以岗位职业能力分析和职业技能考证为指导，并开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和指导学生学习的多媒体教学课件。

(四) 教学实施

包括整周实训课程、项目化课程、顶岗实习等教学环节的实施安排及要求。

1、整周实训课程

市场营销专业的整周综合实训有《市场营销实训》和《市场调查与销售实训》、《市场营销策划实训》三门课程，每门课每周课时 22 节课。

三门实训课程都是在专业指导委员会的指导下，以市场营销岗位需求及工作过程为

基础，进行课程开发与设计，采用了“基于工作过程的教学做一体”的理念，设计和实施了“以职业能力培养为核心、基于工作过程，项目导向任务驱动的”教学模式。

①《市场营销实训》是一门新的营销技能综合模拟软件训练课程，在第二学期开设。

实训以市场营销岗位需求及工作过程为基础，参加实训的学生组成相互竞争的多家模拟企业，为完成经营目标，借助第二学期所掌握的市场营销理论知识，独立做出各种运营决策。

实训内容：参加训练的所有学生分组、组成多家模拟企业，并在一个共同的环境下相互对抗竞争，小组成员分别担任企业的总经理、直销总监、技术总监、市场总监、生产总监、财务总监等角色，在模拟经营过程中，全面体验企业从产品研发设计、生产、定价、渠道、促销的各个阶段。通过逼真再现的商业环境和学生对虚拟企业的亲自运营管理，帮助学生掌握应对在现实中可能碰到的各种营销问题的有效办法，让参加训练的学生在模拟经营竞赛中体会并学习企业市场营销岗位知识，熟悉企业的业务流程，变被动学习为主动学习，创造型学习，最大限度地调动学生的学习积极性，实现教与学的有机结合，形成教师与学生的良性互动。

《市场营销实训》要求学生模拟企业，从产品研发设计、生产、定价、渠道、促销的各个阶段进行运营管理，对每个任务进行分析讨论，并形成自己的决策方案，这个经营过程是循序渐近连续的营销工作流程无法间断完成，因此设置为一周实训。

②《市场调查与销售实训》

《市场调查与销售实训》是市场营销专业学生在学习《市场营销》、《市场调查》、《推销技巧》课程之后，在第三学期开设的实训课程，是综合实战性训练课程。

实训内容有十个真实性实战任务：市场调研（企业）、市场调查问卷设计与统计、市场调查报告撰写、制定推销计划、寻找开发客户、约见客户、产品推销洽谈、处理客户异议、客户服务、总结评估。通过本课程课程的实战训练，能够培养学生五大基本能力：调查方案设计能力、资料收集、整理与分析能力、调查报告撰写能力和创造性运用资料能力、推销能力。实现从认识—到设计—到实施—到运用的一体化训练。藉此使学生受到一次系统的综合训练，因此设置为整周实训。

这个营销策划实战过程，是循序渐近连续的营销策划工作流程，无法间断完成，因此设置为一周实训。

③《市场营销策划实训》

《市场营销策划实训》是市场营销专业学生在学习《市场营销》、《商务沟通技巧》、《推销技巧》、《电子商务实务》课程之后，融合本学期《市场营销策划》理论知识，在

第四学期开设的实训课程。是一门基于工作过程的经营管理模拟软件与营销策划实战相结合的综合实训。其核心是培养学生市场营销策划能力以及经营管理能力。

实训内容共十个实战任务：市场定位策划、竞争策划、企业形象策划、品牌策划、产品策划、价格策划、营销渠道策划、促销策划、撰写策划书、制订企业战略。通过真实的商业环境和学生对虚拟企业的亲自运营管理，使学生掌握策划的流程和方法，学会制订营销策划方案，培养职业能力。

2、项目化课程实施

市场营销专业项目化课程，教学环节为期 12 周，总课时为 240 课时，三个项目化课程名称是：高校园区 OTO 创业大赛策划项目、开业庆典策划项目、XX 网店运营实践项目，采用项目化教学方法，是《毕业设计（论文）》和《顶岗实习》等职业核心技能课程的基础。

项目化课程一：高校园区 O2O 创业大赛策划（6 周）

①课程性质：专业技能课

②先修课程：市场营销策划、电子商务实务、网络营销、市场调查与分析

后续课程：顶岗实习和毕业论文

③授课课时：120

④教学组织：以互联网和南昌高校园区为依托，教师指导学生调查考察、网络实战，策划 O2O 创业大赛。项目教学组织：学生以不超过 6 人为单位组成团队，结合节日气氛，在教师指导下自组团队、自选商品、自主经营、自负盈亏，做校园线下促销为主、配合线上社会化媒体促销为辅的 O2O 模式的促销项目策划与实施。

⑤项目内容：学生校园线下促销同时完成微博营销、微信公众号营销、QQ 空间营销等线上促销工作，学生每天校园线下促销时间为上午 10:00 至晚上 9:00。学生将线下销售、线上促销策划与实施以方案形式展现出来，并进行现场汇报。每班由老师选出两队优胜团队，参加创业总决赛。策划举行“大学生如何创业”的讲座，各班优胜团队进行总决赛答辩。同时对优秀团队进行颁奖；优秀团队的衡量标准为：销售业绩及利润、线上线下创意实施、团队组织协调能力。

⑥考核方式：专业教师与学生团队代表以过程考核与成果评价相结合进行考核。

⑦教师教学质量评价方式：督导评价、学生评价、分院评价、企业评价等多方评价相结合。

项目化课程二：开业庆典策划（2 周）

①课程性质：专业技能课

②先修课程：市场营销策划、商务谈判与礼仪、商务沟通与技巧

后续课程：顶岗实习和毕业论文

③授课课时：40

④教学组织：以创业团队创建的公司或门店开业庆典为项目，由专业教师设计项目教学计划。项目教学组织：给学生团队安排相应任务；指导学生在2周内完成：调研报告、设计茶艺馆开业庆典策划方案，并提交方案。小组成员代表以PPT形式宣讲成果，小组每个成员参与进行模拟开业庆典的情境表演。

⑤项目内容：设计撰写创业计划书、开业庆典的筹备、设计开业庆典的主题与庆典选址、业典礼的媒体宣传工作，塑造企业形象、业庆典物质准备、礼仪训练、开庆典策划方案撰写与团队汇报、开业庆典实施、策划实施评估等。为扩大公司或门店的知名度、树立公司或门店的好形象，要求学生主题选定、选择传播媒介、做好礼品馈赠、接待服务、场地布置、来宾约请等工作。

⑥考核方式：专业教师与学生团队代表以过程考核与成果评价相结合进行考核。

⑦教师教学质量评价方式：督导评价、学生评价、分院评价、企业评价等多方评价相结合。

项目化课程三：网店运营实践（4周）

①课程性质：专业技能课

②先修课程：市场营销策划、电子商务实务、网络营销、广告实务

后续课程：顶岗实习和毕业论文

③授课课时：80

④教学组织：以某品牌系列产品为例，针对目标市场，教师指导学生团队针对消费者的特性，有目的性的展开市场分析，产品定位、营业推广等方面的工作，实践淘宝网店的开通与运营。由专业教师设计项目教学计划；给学生团队安排相应任务；指导学生在4周内完成：在淘宝网上注册一个网上商店的步骤，网店类型有哪几种，货源从哪来，网店如何装修如何运营。

⑤项目内容：网店类型、货源寻找、网店装修、商品详情页设计、网店推广。

⑥考核方式：专业教师与学生团队代表以过程考核与成果评价相结合进行考核。

⑦教师教学质量评价方式：督导评价、学生评价、分院评价、企业评价等多方评价相结合。

3、顶岗实习实施

通过顶岗实习，培养学生职业技能、职业素养和职业道德，树立正确的就业观，学

习企业优秀的文化和管理经验，最大限度的提高学生的综合素质，并获得一定的劳动报酬，为学生将来的个人发展打下坚实的社会基础。

实习期间，结合实习岗位收集有关资料，完成实习月报、实习总结。并在4月底前完成以上材料，交指导教师批阅评定成绩。

4、毕业论文撰写

通过毕业论文撰写，目的在于进一步综合学生在校期间的学习成果，培养学生具有综合地创造性地运用所学的全部专业知识和技能解决较为复杂问题的能力，并使他们受到科学研究的基本训练，初步掌握食品生产与检验方案的设计等有关技能或科学研究的方式方法，培养学生严谨、求实、创新的科研作风。

5. 参照“高等职业学校专业教学标准”（2012版）与“普通高等学校高等职业教育（专科）”（2015版）专业目录及专业简介。

专业负责人：余露

审核人：龚奇

分院负责人：徐倩怡

教务处：邱恩海

制定时间：2018年8月

修订时间：2018年9月

表 1、 课程设置及教学计划表 (2018 级市场营销专业)

课程类别	课程序号	课程名称	考试考查	学分	学时数			开课学期及周学时数						备注 ←周数	
					总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年			
								1期	2期	3期	4期	5期	6期		
								16	18	16	16	16	16		
公共基础课	1	思想道德修养与法律	查	3	48	40	8	4							08
	2	毛泽东思想和特色社会主义理论体系概论	试	4	64	56	8		4						08
	3	体育与健康	查		72		72	2	2						06
	4	职业生涯规划与就业指导	查		38	32	6			2					06
	5	大学生创业基础	查		32	26	6				2				06
	6	心理健康教育	查		32			1	1						08
	7	国防军事理论	查		32	32			2						06
	8	形势与政策	查	1	32	32	0	4	4	2	2				08
	9	校园安全教育	查		24	20	4								06
	10	入学教育、军训	查		44		44	2w							06
	11	劳动教育	查		44		44		1w	1w					06
	12	大学英语<听读>	试		120	60	60	4	4						06
	13	经济数学	试		60	60		4							06
	14	计算机基础	查		60	30	30		4						04
	小计				704	416	288	12	12	4	4				
专业素质课	1	管理学基础	试		64	56	8	4							03
	2	会计学基础	查		64	42	22		4						03
	3	经济学基础	查		64	64		4							03
	4	商务应用文写作	查		30	30				2					03
	5	经济法	查		60	50	10			4					03
		小计				282	242	40	8	4	6				
专业核心课	1	市场营销实务	试		60	36	24		4						03
	2	消费心理学	查		60	46	14		4						03
	3	市场调查分析	试		60	32	28			4					03
	4	市场营销策划	试		60	42	18				4				03
	5	现代推销技巧	试		60	30	30			4					03
	6	商务谈判	试		60	30	30				4				03
	7	网络营销	查		60	30	30				4				03
		小计				420	246	174		8	8	12			
职业技能	1	商务沟通技巧	查		60	40	20	4							03
	2	电子商务实务	查		60	30	30			4					03
	3	连锁经营与管理	试		60	42	18				4				

力 能 课	4	客户关系管理	查		30	30				2				03	
	5	国际贸易实务	查		30	30				2				03	
		小计			240	172	68	4		8	4				
	6	市场营销实训			22		22		1w					03	
	7	市场调查与销售实训			22		22			1w				03	
	8	营销策划实训			22		22				1w			03	
	9	*高校园区 OTO 创业大赛策划	查		120		120					6w			
	10	*公司开业庆典策划	查		40		40					2w			
	11	*网店运营实践	查		80		80					4w			
		小计			306		306		1w	1w	1w	12w			
	12	顶岗实习			400		400						15w	03	
	13	毕业设计（论文）			110		110					4w		03	
	14	毕业教育			22	22							1 w	03	
		小计			532	22	550						16w	16w	
职 业 拓 展 课	能力拓展课	1	广告实务	查		30	15	15				2		03	
		2	现代物流管理	查		60	30	30				4		03	
			小计			90	45	45				6			
		专业选修课													
	1	渠道管理	选修		32	18	14					2		03	
	2	品牌管理	选修		32	22	10					2		03	
	3	网店美工	选修		32		32					2		03	
		小计			96	40	56					2	4		
	素质拓展课	1	素质教育通识课	选修		128	128		2	2	2	2			06
		2	创新创业教育课	必修		32	32				1	1			06
3		美育	必修		72	72		2	2					06	
4		社会实践	选修		44		44	1w	1w						
		小计			276	232	44	4	4	3	3				
	课程总计				2670	1183	1487	24	26	26	24				

注：① 理实一体化、项目化教学课程在课程名称前以*标注。

② 每学期考试课程一般为 2~4 门，其它课程为考查。

③ 备注栏填写课程所属分院部：01 机电、02 轻纺、03 经管、04 电信、05 建艺、06 基础、08 思政教学部。

④ 素质拓展课主要从中华文化与历史传承、自然科学与科技、社会热点与世界视野、自我认知与人生发展、艺术鉴赏与审美体验等五大方面开设课程，具体每学期开设的课程由教务处统一安排。

⑤ 职业拓展课中的“素质教育通识课”统一安排与红色文化、诚信教育、法制教育和增强学生社会责任感相关的选修课程。

表 2、实践（含实习实训）教学安排

序号	项目名称	学时数	学期	周数	实训场所	备注
1	入学教育、军训	44	1	2W	学校	
2	劳动教育	44	2、3	2W	学校	
3	社会实践	44	1、2	2W	学校	
4	市场营销实训	22	2	1W	实训室机房	
5	市场调查与销售实训	22	3	1W	实训室机房、商业企业	
6	市场营销策划实训	22	4	1W	实训室机房、商业企业	
7	职业技能考试	22	5	2W	实训室机房	
711	顶岗实习	400	6	15W	企业	
12	毕业设计（论文）	110	5、6	5W	企业	
13	毕业教育	22	6	1W	学校	
14	（其它）					
合 计		752		47		

注：认知实训、专业实训和综合实训三个环节须分项填写具体实训项目，同时注明实训场所，其它项目可以不标注实训场所。

表 3、时间分配表（单位：周）教学时间分配如下：

序号	教育教学活动		各学期时间分配（周）						合计
			一	二	三	四	五	六	
1	课内教学活动 时间 (16周)	理论教学、实践教学、项目教学、综合实训等	16	16	16	16	10		80
2	课外教学活 动时间(4周)	考核	1	1	1	1	1		6
3		社会实践	1	1					2
4		机动	1	1	1	1	1		6
5		劳动教育		1	1				2
6		入学教育、军训	2						2
7		顶岗实习					6	16	22
8		毕业设计（论文）					2	1	3
9		毕业教育、离校						1	1
合 计			21	20	20	18	19	18	116

表 4、实践教学与理论教学分类统计表（单位：学时）

课程分类	分配学时数	所占比例	教学分类	分配学时数	所占比例	备注
公共基础课	704	27.2%	理论课 (不含选修课)	1223	45.6%	
专业素质课	278	11%				
专业技能课	1082	42%	实践课 (不含选修课)	校内：905	54.4%	实践 课（不含 选修课）
专业核心课	420	16.3%				
职业拓展课	366	3.5%		校外：550		
合 计	2946	100%	合计 (不含选修课)	2678	100%	

表 5、选修课与必修课统计表（单位：学时）

项目	必修课程		选修课程	备 注
	公共课	专业课		
学时数	704	1974	268	
	2678			
所占比例	91%		9%	
总学时数	2946			