

广西商业学校

**市场营销专业
人才培养方案
(2024 级)**

广西商业学校财经商贸系

二〇二四年六月

目 录

一、专业名称（专业代码）	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	4
1. 素质	4
2. 知识	4
3. 技能	6
六、主要接续专业	7
七、课程设置及要求	7
（一）公共基础课设置及要求	8
（二）专业课课程设置及要求	10
八、学时安排	16
九、教学进程总体安排	16
（一）课程结构	16
（二）学期教学活动周进程安排	17
（三）教学进程安排	17
十、实施保障	22
（一）师资队伍	22
（二）教学设施	22
（三）教学资源	24
（四）教学方法	25
（五）学习评价	25
（六）质量管理	26
十一、毕业要求	27
十二、附录	27
（一）专业人才培养方案专家论证表	27
（二）专业人才培养方案审批表	27
（三）专业人才需求与人才培养调研分析报告	27
（四）专业人才培养方案优化调整审批表	27

一、专业名称（专业代码）

市场营销（730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3年。

四、职业面向

所属专业大类（代码）A	所属专业类（代码）B	对应行业（代码）C	主要职业类别（代码）D	主要岗位类别（或技术领域）E	职业资格证书或技能等级证书F
财经商贸大类（72）	工商管理类（7306）	批发业（51） 零售业（52） 商务服务业（72）	营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 商务专业人员（2-06-07） 其他批发与零售服务人员（4-01-99） 收银员（4-01-02-04）	营销推广 经营管理 营销策划 客户服务 商品销售 收银服务	商品营业员 营销师

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、德、智、体、美全面发展，具有基本的科学文化素养、良好的职业道德、继续学习的能力和创新精神；掌握市场营销、营销策划、市场调查、营销数据分析、新零售门店运营等知识，具备客户分析、客户异议处理、商品陈列、门店商品盘点、视频制作与营销等专业技术技能，具有较强的就业能力和一定的创业能力；面向营销推广、经营管理、营销策划、客户服务、商品销售等领域的高素质劳动者和技术技能人才。主要面向批发、零售、商务服务业企业的营销员、商品营业员、商务专业人员、其他批发与零售服务人员、收银员职业群，从事营销推广、经营管理、营销策划、客户服务、商品销售、收银服务等工作的高素质劳动者和技能型人才。

(二) 培养规格

1. 素质

Q1: 具有正确的世界观、人生观、价值观、财富观, 良好的职业道德、职业素养、法律意识。遵规守纪, 崇德向善、诚实守信, 爱岗敬业。

Q2: 坚决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。

Q3: 具有社会责任感和质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新精神、集体主义精神、团队合作精神、劳动与工匠精神。

Q4: 勇于奋斗、乐观向上, 能够进行有效的人际沟通和协作, 与社会、自然和谐共处, 具有职业生涯规划的意识。

Q5: 具有良好的身心素质、健康的体魄和心理、健全的人格, 能够掌握基本运动知识和一两项运动技能, 养成良好的卫生习惯、生活习惯、行为习惯、自我管理能力和时间管理意识。

Q6: 具有一定的审美和人文素养, 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力, 能够形成一两项艺术特长或爱好。

Q7: 树立消费者心理满足是比物质满足更高层次的需要的理念, 树立为人民服务的思想。培养满足消费者心理需要是提升品牌美誉度和提高顾客重购率基础的理念, 提升学习者职业素养。

2. 知识

K1: 掌握必备的思想政理论、基本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、安全消防等知识。

K2: 了解商品知识, 包括商品内涵和属性, 商品质量的定义、要求、影响因素以及商品质量管理的内容; 掌握商品分类、分级的方法, 掌握商品检验的流程和方法以及商品储存和养护的基本要求。

K3: 掌握市场营销基础知识, 营销发展的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。

K4: 了解会计基础知识, 包括会计的基本概念, 会计工作中的常用知识点, 掌握复式记账原理、会计核算方法。

K5: 了解电子商务基础知识, 了解电子商务概述、电子商务的实现技术、电子商务的安全、电子商务支付、网络营销及物流基础知识、电子商务法律规范。

K6: 了解管理学基础知识。了解管理理论的发展历史和发展趋势,研究管理模式、管理方法对管理效率的影响。

K7: 了解经济学基础知识。了解经济学的研究对象、主要内容、分析方法。掌握市场价格机制形成。

K8: 掌握商务沟通基础知识,包括商务沟通的内涵、类型、障碍、途径和基本形式。掌握服务礼仪要求,优质服务的要素和提升服务质量的方法,包括“看”、“听”、“笑”、“动”、“问”五项修炼的意义和技巧。

K9: 掌握新零售门店运营知识,包括零售发展的历史和业态形式,新零售的类型、特征和发展趋势,门店销售准备工作内容等;掌握新零售门店装饰、音乐氛围营造、餐饮服务、引流、配送、售后服务、盘点和运营总结知识。掌握智能货架管理和商品陈列设计知识。

K10: 掌握视频制作以及在移动互联网时代运营视频开展营销活动的知识。

K11: 了解消费心理学基础知识,包括感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意志的含义及特征;消费者认识过程、情感过程、意志过程对购买行为的影响。掌握消费者分类方法。

K12: 了解企业模拟经营所需的基本理论知识,掌握企业模拟经营实训流程。

K13: 了解素质拓展基础知识。了解素质、职业素质、团队精神理念、实习工作流程等基本知识;通过体验感恩活动分享精神思考。

K14: 了解商务礼仪基础知识。熟悉车辆、餐桌、谈判桌座次礼仪,商务着装配饰礼仪、即时通讯礼仪,目光交流、倾听、介绍礼仪知识和技巧的应用。

K15: 了解新零售小微企业创业基础知识。了解新零售业态的发展趋势及市场形势,了解创业的准备工作和企业家所应具备的素质、创业应具备的条件及创业将面临的挑战等基本知识,掌握组建模拟创业团队,根据需要与实际自主产生创业构思的技巧。

专业(技能)方向 1——网络营销

K16: 掌握网络营销基础知识,能够说出网络营销的定义、特点、策略和发展趋势。

K17: 掌握门店促销活动策划基本方法,能够说出门店促销的种类、形式和特点,能够解释门店促销活动的一般流程及基本要求。

K18: 掌握服装、快销品、水果商品陈列的基本知识,包括商品陈列的原则、方法、基本要求等。

K19: 掌握门店 POP 制作及分类知识,包括门店 POP 应用场景及要求,不同 POP 的设计特点,能够描述制作应用的基本流程。

K20: 掌握社群建群、直播营销的基础知识,了解社群营销的理

念和方法，直播人员分工、活动等基本知识。

专业（技能）方向 2——商务策划

K21: 掌握市场营销策划基础知识。了解市场营销策划基本方法、程序、PPT 制作与运用技巧等知识。

K22: 掌握市场调查、分析基本知识，能够说出市场调查的常用方法及调查流程，能够解释调查数据分析的要求及应用。

K23: 掌握产品推销知识，包括推销模式、方格理论、推销人员基本素质组成和行为推销，能够描述客户管理的重要性和常见方法。

K24: 掌握商务谈判知识，包括常见形式、基本流程、业务项目、准备工作，影响谈判的因素等，能够描述开展商务谈判的策略。

3. 技能

A1: 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具有独立思考、逻辑推理、信息加工及技术应用能力；具有创新思维能力，能够运用一定的创新方法和技巧开展创新活动；具有团队作战及他人合作的能力。

A2: 能够分析水果、服装、日清三大类商品性质、储存、陈列、销售基本要求。

A3: 能够完成市场营销中的 STP，能够运用 4PS 策略开展营销策划。

A4: 具有识别各种常见的原始凭证、填制普通会计报表的能力，能填写企业模拟经营中所需的各种财务表格，并能熟练利用 EXCEL 表格完成企业经营实训所需的数据分析。

A5: 能够运用电子商务技术开展线上销售活动。

A6: 能够理解、分析管理学基本原理，运用管理职能开展管理活动。

A7: 能够运用经济学原理分析经济问题，会解经济学基本理论。

A8: 掌握服务中观察、聆听、微笑、说的一般技巧，具有完成商务接待、商务协商、产品推介和客户投诉处理能力。

A9: 能够操作 Xma11 新零售直播商城小程序系统，完成商城门店装修、线上商品上架、公司宣传文发布、商品下单、数据分析。完成新零售门店橱窗、POP 设计、背景音乐设置，会开晨会、交接商品、社群建群、处理突发事件、调看监控，会收银。会使用智能货架、虚拟穿戴、称量设备。

A10: 能使用摄影摄像设备完成素材的采集，并能熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。

A11: 会分析顾客的消费心理，并通过消费者行为分析指导门店经营管理活动。

A12: 能够操作 ERP 企业模拟经营平台，具有根据案例背景管理

企业进、销、存的能力。

A13: 能够完成团队展示、团队竞争活动, 会分析解决实习中典型问题。

A14: 能够完成商务礼仪坐姿、站姿、行礼、递物基本动作。

A15: 能够完成创业项目选择、分析、选址、市场分析, 以及销售预测表、成本利润表、现金流量表、投资表填写。

专业(技能)方向 1——网络营销

A16: 能够完成网络营销策划活动, 会使用网络营销工具进行营销方案策划。

A17: 能够策划常规的门店促销活动, 会写策划方案, 能够独立或团队组织一次完整的模拟促销活动。

A18: 具有完成销售性陈列的能力, 能够完成不同类型商品的陈列操作, 能够熟练运用各种工具完成门店印制和手绘 POP 的制作和张贴。

A19: 能够完成社群建群和直播营销操作。会微信分身、设计群名称, 撰写群公告, 发布群商品消息, 会拉新与日常维护社群活跃度; 会直播话术设计与撰写, 掌握直播环节与流程操作, 会使用直播设备与软件。

专业(技能)方向 2——商务策划

A20: 具有设计市场调查问卷和开展模拟抽样调查的能力, 能够完成调查数据的统计分析, 会总结调查结论与建议。

A21: 会写营销策划方案, 能够根据策划方案组织模拟的营销活动。

A22: 具有接近、拜访客户的能力, 会使用寒暄、攀认、洽谈技巧, 能够处理客户异议促成交易。

A23: 具有运用谈判的一般技巧开展一场模拟商务谈判, 并扮演其中任一谈判角色。

六、主要接续专业

高职: 市场营销、营销与策划、市场开发与营销专业

本科: 市场营销专业

七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业课。

公共基础课分为必修课程和限定选修课程。必修课程包括思想政治课, 文化课, 体育与健康, 艺术(或音乐、美术), 历史。限定选修课程包括劳动教育、职业素养等相关课程。

专业课包括专业基础课和专业核心课, 实习实训是专业核心课教学的重要内容, 含校内外实训、岗位实习等多种形式。

(一) 公共基础课设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
中国特色与社会主义	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36	Q1 Q2 Q3 Q4 K1
心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。	36	Q5 Q7 K1
哲学与人生	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	36	Q1 Q2 Q3 Q4 K1
职业道德与法治	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36	Q1 Q2 Q3 Q4 K1
语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，对学生进行阅读与欣赏、表达与交流的教学以	288	Q1

	及语文综合实践活动的开展,使学生掌握必需的语文基础知识,并注重培养学生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,掌握具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力,使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,引导学生重视语言的积累和感悟,接受优秀文化的熏陶,提高思想品德修养和审美情趣,提高科学文化素养,以适应就业和创业的需要,形成良好的个性、健全的人格,促进职业生涯的发展。		Q2 Q3 Q4 Q5 K1 A1
数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设,对学生讲授集合、不等式、函数、数列等内容的教学,使学生掌握必要的数学基础,培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能,培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力,使学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度,提高学生就业能力与创业能力。	216	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K1
英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设,对学生进行听、说、读、写、语音、词汇、语法的教学,帮助学生进一步学习英语基础知识,培养听、说、读、写等语言技能,初步形成职场英语的应用能力,激发和培养学生学习英语的兴趣,提高学生学习的自信心,帮助学生掌握学习策略,养成良好的学习习惯,提高自主学习能力,引导学生了解、认识中西方文化差异,培养正确的情感、态度和价值观。	216	Q1 Q2 Q3 Q4 K1 A1
信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设,对学生进行计算机基础知识、操作系统的使用、因特网应用、文字处理软件应用、电子表格处理软件应用、多媒体软件应用、演示文稿软件应用的计算机教学,使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能,提高学生计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面的技能,培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力,使学生能够根据职业需求运用计算机,体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程。	108	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 K1 A1
艺术	依据《中等职业学校公共艺术课程标准》开设,以学生普遍具有一定认知基础、喜闻乐见的音乐和美术作为主要教学内容,使学生了	36	Q1 Q2 Q3

	解科学的音乐欣赏体系，欣赏优秀的音乐作品，为美妙的乐声所陶醉，感受着精神境界的升华；丰富音乐素养，提高审美情趣，从而培养高尚的情操和品格。学习不同美术类型（绘画、书法、雕塑、工艺、摄影等）的表现形式与发展演变进程，使学生了解美术的基础知识、技能与原理，熟悉基本审美特征，理解作品的思想情感与人文内涵，感受社会美、自然美和艺术美的统一，提高审美能力。		Q4 Q5 Q6 K1 A1
体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，对学生进行健康教育专题讲座、田径类项目、体操类项目、球类项目教学，使学生掌握体育运动的基本技能和良好的锻炼身体的方法，培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，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	144	Q5
历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，学生能够了解中国历史的基本知识，认识中国历史发展的总体趋势，对人类历史的延续与发展产生认知兴趣，感悟中华文明的历史价值和现实意义，形成爱国主义情感，开拓观察世界的视野，为形成正确的世界观、人生观和价值观，树立科学发展观，成为具有综合素质的合格公民奠定基础。	72	Q1 Q2 Q3 Q4

（二）专业课课程设置及要求

1. 专业基础课课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
管理学基础	了解管理理论的发展历史和发展趋势，研究管理模式、管理方法对管理效率的影响。根据管理的目标，会分析并应用计划、组织、指挥、协调、控制五大职能开展管理活动。能够根据新时期市场对企业的的需求，开展激励与创新活动。会设计企业的战略管理、营销管理、人力资源管理等多项管理内容。	72	Q1 Q2 Q3 K1 A1 K6 A6
电子商务基础	了解电子商务概述、电子商务的实现技术、电子商务的安全、电子商务支付、网络营销及物流基础知识、电子商务法律规范。	72	K5 A5
经济学基础	了解经济学的研究对象、主要内容、分析方法。掌握市场价格机制形成，会分析消费者、	108	K7 A7

	生产者行为，认识成本收益分析和市场竞争分析；了解生产要素市场的相关知识；掌握国民收入核算、决定理论；会分析经济周期与经济增长以及通货膨胀与失业的关系。		
商品知识	了解水果、服装、日清三大类商品的内涵、属性、质量管理，商品规格型号、代码、条码等基本知识；掌握这三类商品识别、识读规格型号、代码、条码、分级的方法，能就具体商品识读并诠释标准号的含义；能举例说明商品包装的作用与分类；会按流程和方法检验商品；会商品储存和养护的基本操作；树立全面的系统的商品价值观念和商品质量观念。	36	K2 A2
市场营销	了解市场营销的基本概念和市场营销观念，影响企业市场营销的宏观和微观因素；了解营销管理和全渠道营销的基本理论和方法；掌握分析顾客类型和特点，市场调查和市场预测的方法、程序；能运用 SWOT 分析法分析案例中企业的优势、劣势、机会、威胁并说出应采取的相应策略，能够在老师的指导下运用所学方法开展市场调研和预测；能够比较完整地说出 STP 战略并能应用 STP 战略相关知识讨论分析案例；会运用 4Ps 营销组合理论准确举例阐述产品、价格、渠道、促销四大营销策略，讨论分析典型营销案例；培养学生一切以顾客需求为出发的现代营销思维。	72	K3 A3 Q7 Q1 Q2 Q3 K1 A1
会计基础知识	了解会计基本概念、会计工作中的常用知识点、复式记账原理、会计核算方法。掌握设置会计科目和账户，识别各种常见的原始凭证，规范地编制记账凭证，会计账簿登记，会计差错更正，正确地进行财产清查的方法；能够熟练应用借贷记账法来编制业务分录和进行简单的成本计算；会编制简单的资产负债表和利润表，会按会计账务处理的基本程序处理基础账务；具有更新专业知识的学习能力和适应会计改革发展所需要的能力。	36	K4 A4

2. 专业核心课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
------	-----------	------	---------

新零售实体店运营实务 I	<p>了解新零售业态的发展趋势及市场形势，了解新零售线下体验、线上销售、数据分析、物流配送、智能货架、门店餐饮服务等基本操作知识；掌握新零售门店线上、线下引流，线上商品上架、线下商品陈列，门店收银、配送、巡查等技能；能够开展门店晨会激励活动，处理监控和设备异常，能够完成线上和线下促销活动设计与组织，能够分析门店经营数据，能够撰写门店运营总结；会调试门店音响，会画门店手绘 POP，会展示性和销售性商品陈列，会盘点和补货商品，会使用社群营销工具；熟练运用新零售店运营知识与技能，通过企业实践最终掌握新零售实体店的门店运营实际业务操作规范与基本流程，达到门店营业员和门店店长岗位要求。</p>	72	<p>Q1 Q2 Q3 K1 A1 K9 A9</p>
新零售实体店运营实务 II	<p>该课为《新零售实体店运营实务 I》技能实训加强课。重点学习和训练学生能够完成智慧货架商品陈列、展示屏促销信息上线、商品识别码处理。智能穿戴设备商品图上传、设备操作使用。展台商品展示性陈列设计与创新。货架商品销售性陈列速度提升。手绘宣传海报和橱窗设计创作强化实训。称量设备使用。</p>	36	<p>Q1 Q2 Q3 K1 A1 K9 A9</p>
消费心理学(行为分析)	<p>为分析消费者购买行为，了解感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意识的含义及特征，了解消费者认识过程、情感过程、意识过程对购买行为的影响，了解营造环境对消费者心理的影响；掌握根据消费者的个性心理特征将消费者分为不同的类型的方法，掌握企业如何根据消费者心理进行定价和调价的方法；能够举例说明对不同类型的消费群体应该采用的销售技巧和营销策略；能够说出消费者的价格心理特点，会在模拟场景中扮演角色根据消费者的心理状态进行有效的心理沟通，会处理客户投诉。</p>	108	<p>Q7 K11 A11</p>
视频制作与营	<p>了解视频制作的基本理论知识；掌握</p>	72	K10

销	视频制作流程和技巧；能使用摄影摄像设备完成素材的采集，能结合各种营销的手段和方法进行视频营销推广；会熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作；会选择适合平台，按操作流程要求和营销策略投放营销视频作品。		A10	
商务沟通	了解商务沟通的内涵、类型、障碍、途径以及基本形式等基础知识；结合客户服务技巧当中“看、听、问、笑、动”五项修炼的具体要求，掌握倾听、介绍、说服和拒绝等基本技能；能够举一反三地运用商务接待、商务协商、商品推介以及有效处理顾客投诉的技巧；会使用 SPIN 引导问答、FABE 利益推介和 13351 落单句式开展商务沟通活动；通过学习让学生树立正确的职业观，培养学生积极的沟通意识与精神；提升学习者情商与团队协作能力，促进其与他人合作。	36	K8 A8	
网络营销方向	社群与直播营销	了解社群营销的理念和方法，直播人员分工、活动等基本知识，会微信分身、设计群名称，撰写群公告，发布群商品消息，会拉新与日常维护社群活跃度；会直播话术设计与撰写，掌握直播环节与流程操作，会使用直播设备与软件。	72	K20 A19
	门店促销活动策划	了解新零售门店促销活动的概念、原则、要求、准备工作等基本知识；掌握创意门店促销活动策划的方法和技巧；会组织门店促销活动策划方案讨论会议，会组建门店促销活动工作团队；能够完成既定主题的新零售门店促销活动方案撰写，能够使用 PPT 展示介绍、沟通所设计的方案。	72	K17 A17
	商品陈列与 POP 制作	了解商品陈列的原则、方法、注意事项，以及门店 POP 类型、制作与设计原则、要求、常用工具等基本知识；掌握门店商品展示性陈列、销售性陈列的技巧，以及电子化制作 POP 和手绘制作 POP 的技巧；能够熟练使用模特、展台、货架、展架等陈列道具，能够熟练使用切割板、造型剪	72	K18 A18 K19

		刀、马克笔、水粉（水彩）等 POP 制作工具；会根据主题画出橱窗陈列设计草图，会完成商品展示性陈列和销售性陈列，会根据主题画手绘 POP。		
	网络营销	了解网络营销的定义、特点和发展，网络营销策略，各种网络营销工具的使用，学会使用网络营销工具进行营销方案策划。	72	K16 A16
商务 策划 方向	市场调查与分析 (门店数据)	了解市场调查方法、内容，门店数据采集、分类方法等基本知识；掌握市场调查方案设计、问卷设计、抽样调查等技巧。会设计一份合格的调查问卷，会按要求开展抽样（分层、分段、重点）调查；能够合理应用对应方法收集、整理和分析调查资料，撰写市场调查报告；会计算与分析客单价、品单价、日均销量、坪效、人效、品效、销售额占比、可销天数、毛利率、高（低）库存、缺货率、动销、不动销、滞销；会画饼图、柱图、直方图、雷达图、折线图和散点图，并说明其适合分析内容。	72	K22 A21
	市场营销策划	了解市场营销策划基本方法、程序、PPT 制作与运用技巧等知识；会运用头脑风暴、联想思维进行品牌名称、门店名称创意命名和广告语设计；完成一份企业市场推广营销策划案和一份门店促销策划案撰写；个人能够完成至少 1 个策划案 PPT 设计与制作，以团队的方式组织一次策划方案 PPT 汇报展示会。提升学生的竞争意识、策划能力、团队协作能力和创新精神。	72	A20 K21
	推销技巧	了解推销的内涵、常见模式、方格理论等基本知识；了解推销人员基本素质；会分析推销心理活动、色彩应用、行为应用；掌握寻找、接近、约见顾客、洽谈、处理顾客异议、促成交易的方法和技巧；能够应用客户管理方法，会作客户档案表、回访表、变动表，会进行客户分类、跟踪回访和开发新客户。培养学生的务实精神、竞争意识、服务意识和整体推销能力。	72	K23 A22

	商务谈判	了解商务谈判理念、原则、模式、基本流程、常见形式和八个常见业务项目等基本知识。掌握并能够在模拟商务谈判的场景中按礼仪要求进行操练；掌握商务谈判中有效沟通的技巧并能初步在模拟场景中运用；会在模拟商务谈判的场景中做好谈判前的准备工作、运用磋商技巧和策略，营造谈判气氛，打破僵局，会报价、磋商、沟通有效地促成交易；会处理产品买卖合同，签约。以团队方式完成一次商务模拟谈判展示与考核。	72	K24 A23
--	------	--	----	------------

3. 专业选修课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
新零售创业培训	了解新零售业态的发展趋势及市场形势，了解创业的准备工作、企业家所应具备的素质、创业应具备的条件及创业将面临的挑战等基本知识，掌握组建模拟创业团队，根据需要与实际自主产生创业构思的技巧；能够熟练运用“评估你的新零售市场”等小微企业创办的十大步骤与方法，完成每一步任务进行纸上模拟创业，会撰写创业计划书，会填制销售预测表、成本利润表和现金流量表。帮助学生树立正确的职业观、就业观和创业观；增强在新零售环境下的市场竞争意识，敢于创新。	144	Q1 Q2 Q3 K1 A1 K15 A15
素质拓展	了解素质、职业素质、团队精神理念、实习工作流程等基本知识；通过体验感恩活动分享精神思考；掌握融入团队、调适心理的技巧，能通过团队挑战活动；会处理“骂人”的主管等十个实习突出问题，会处理传销、网络诈骗、电信诈骗等问题。	36	Q1 Q2 Q3 K13 A13
企业模拟经营(ERP)	了解企业模拟经营实训所需的基本理论知识，掌握企业模拟经营实训流程，能填写经营中所需的各种财务表格，能够组建团队，完成团队合理分工，熟悉相关工序，按给定情景开展企业模拟生产、营销	36	K12 A12

	等企业经营活动；会熟练利用 EXCEL 表格完成企业经营实训所需的数据分析，会团队操作 ERP 企业模拟经营系统。		
商务礼仪实训	熟悉车辆、餐桌、谈判桌座次礼仪，商务着装配饰礼仪、即时通讯礼仪，目光交流、倾听、介绍礼仪知识和技巧的应用；拥有良好的站姿、坐姿，能够熟练展示标准的点头礼、15 度鞠躬礼、握手礼、递物礼、介绍礼、引导礼。	36	G5 Q6 K14 A14

4. 综合实训课程设置及要求

课程名称	主要教学内容和要求	计划学时	支撑的培养规格
岗位实习	能将自己的理论知识应用于实践，到企（事）业等用人单位的实际工作岗位进行的实习，单独参加专题活动，相对独立地从事某岗位的具体工作。	540	Q1 Q2 Q3 K1 A1

八、学时安排

学年教学时间不少于 40 周，周学时一般为 28，三年总学时数约为 3000-3600，岗位实习一般按每周 30 学时计算；学分与学时的换算。一般 18 学时计为 1 个学分，总学分一般不少于 170 学分，军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分。

公共基础课程学时一般占总学时的 1/3，必须保证学生修完公共基础必修课程的内容和总学时数。选修课教学时数占总学时的比例均应不少于 10%。

学生岗位实习一般为 6 个月，学校可根据实际情况，采取工学交替、多学期、分段式等多种形式组织实施。

九、教学进程总体安排

（一）课程结构

课程类型		课程性质		开设课程
一级		二级		
名称	代码	名称	代码	
公共基础课程	G	必修课程	1	中国特色与社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、历史、艺术
		限定选修课程	2	心理健康、生理健康、安全教育、新生入学教育、军训、劳动

专业(技能)课程	S	专业基础课程	1	管理学基础、电子商务基础、商品知识、市场营销、会计基础知识、经济学基础
		专业核心课程	2	两个方向专业核心课: 新零售实体店运营实务 I、新零售实体店运营实务 II、消费心理学(行为分析)、视频制作与营销、商务沟通、门店促销活动策划、商品陈列与 POP 制作、网络营销、市场调查与分析(门店数据)、市场营销策划、推销技巧、商务谈判、社群与直播营销
		专业选修课程	3	新零售创业培训、素质拓展、商务礼仪实训、企业模拟经营 ERP
		综合实训课程	4	岗位实习

(二) 学期教学活动周进程安排

分类 学期	入学教育 与军训	素质教育 活动	理实一体 教学周	实训教学 周	岗位实习、 社会实践	课程考核与教 学测评	教学周合计
第 1 学期	2	—	17	—	—	1	20
第 2 学期	—	—	19	—	2(暑假)	1	20
第 3 学期	—	1	18	—	1(寒假)	1	20
第 4 学期	—	1	18	—	2(暑假)	1	20
第 5 学期	—	1	18	—	1(寒假)	1	20
第 6 学期	—	—	—	—	20	—	20

(三) 教学进程安排

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学分	总学时	各学期周数、学时分配						考核方式
						1	2	3	4	5	6	
公共 基础课	必修	语文 I	G101	2	36	2						考试
	必修	语文 II	G102	2	36		2					考试
	必修	语文 III	G103	4	72			4				考试
	必修	语文 IV	G104	4	72				4			考试
	必修	语文 V	G105	4	72					4		考试
	必修	数学 I	G106	2	36		2					考试
	必修	数学 II	G107	2	36			2				考试
	必修	数学 III	G108	4	72				4			考试
	必修	数学 IV	G109	4	72					4		考试
	必修	英语 I	G110	2	36	2						考试
	必修	英语 II	G111	2	36		2					考试
	必修	英语 III	G112	2	36			2				考试
	必修	英语 IV	G113	2	36				2			考试
	必修	英语 V	G114	4	72					4		考试
	必修	历史 I	G115	2	36	2						考试
	必修	历史 II	G116	2	36		2					考试
	必修	体育与健康 I	G117	2	36	2						考试
	必修	体育与健康 II	G118	2	36		2					考试

	必修	体育与健康Ⅲ	G119	2	36			2				考试
	必修	体育与健康Ⅳ	G120	2	36				2			考试
	必修	体育与健康Ⅴ	G121	2	36					2		考试
	必修	中国特色社会主义	G122	2	36	2						考试
	必修	心理健康与职业生涯	G123	2	36		2					考试
	必修	职业道德与法治	G124	2	36				2			考试
	必修	哲学与人生	G125	2	36			2				考试
	必修	信息技术Ⅰ	G126	2	36	2						考查
	必修	信息技术Ⅱ	G127	4	72		4					考查
	必修	艺术	G128	2	36	2						考查
	限选	安全教育	G201	1	18	1						考查
	限选	新生入学教育	G202	1.5	28	1W						考查
	限选	生理健康	G203	1	18	1W						考查
	限选	军训	G204	3	54	2W						考查
	限选	劳动	G205	1.5	28	1W						考查
	小计				66	1370	14	16	12	14	14	0
	专业基础课		商品知识	S111	2	36	2					考查
市场营销			S112	4	72	4						考试
会计基础知识			S113	2	36		2					考查
电子商务基础			S114	4	72		2	2				考查

专业 课		管理学基础	S115	4	72					4		考查	
		经济学基础	S116	6	108				2	4		考查	
		小计		22	396	6	4	2	2	8	0		
	专业核 心课	网络营 销方向	商务沟通	S221	2	36	2						考查
			新零售实体店运营实务 I	S222	4	72		4					考试
			新零售实体店运营实务 II	S223	2	36			2				考试
			视频制作与营销	S224	4	72			4				考试
			消费心理学（行为分析）	S225	8	144				4	4		考试
			网络营销	S226	4	72	4						考试
			门店促销活动策划	S227	4	72		4					考试
			商品陈列与 POP 制作	S228	4	72			4				考试
			社群与直播营销	S229	4	72				4			考试
			小计		36	648	6	8	10	8	4	0	
		商务策 划方向	商务沟通	S221	2	36	2						考查
			新零售实体店运营实务 I	S222	4	72		4					考试
新零售实体店运营实务 II	S223		2	36			2				考试		
视频制作与营销	S224		4	72			4				考试		
消费心理学（行为分析）	S225		8	144				4	4		考试		

		市场营销策划	S230	4	72	4						考试
		市场调查与分析（门店数据）	S231	4	72		4					考试
		推销技巧	S232	4	72			4				考试
		商务谈判	S233	4	72				4			考试
		小计		36	648	6	8	10	8	4	0	
	专业选修课	企业模拟经营（ERP）	S311	2	36	2						考查
		素质拓展	S312	2	36			2				考查
		商务礼仪实训	S313	2	36			2				考查
		新零售创业培训	S314	8	144				4	4		考试
		小计			14	252	2	0	4	4	4	0
	综合实训课	岗位实习	S401	30	540						30	考查
		小计		30	540	0	0	0	0	0	30	
学时合计				168	3206	28	28	28	28	30	30	

十、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 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

具有教师资格；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、商业经济、经济学、工商管理、国际贸易、经济管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，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。专业带头人需具有本科以上学历，高级讲师，具有“双师”资格，承担两门以上专业核心课程，有较高的专业学术水平和企业实践能力，具有先进行职业教育理论和较新的专业建设理念，能在专业发展、课程建设、科研与教研、教学改革和青年教师培养等方面起着引领的作用。

专业骨干教师需具有大学本科以上学历，有教师职业资格证书，具备本专业基础理论知识、专业技术知识、课程开发和专业研究能力，有一定的职业技术教育、生产实践经验和专业技能，独立承担 1~2 门专业课程，正确分析、设计、实施及评价课程，具有指导学生参加专业领域的创新和技能大赛的能力，主持或参与核心课程建设或自治区级以上课题，参与编写实训教材或者专业资源库建设的材料。

3. 兼职教师

主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

从企业聘请具有专业理论基础和专业技术人员来校任教，聘请校企合作实训基地的企业人员作为校外实训指导教师，担任专题讲座、校企合作专业核心课程的教学及岗位实习的教学，同时参与课程标准的制定、专业教学计划的修订、校企合作教材的开发。

(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。

1. 校内实训室基本要求

校内实训实习必须具备收银实训室、新零售体验中心、商务谈判实训室等实训室，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要功能和设施设备	
		主要功能	面积、设备台套数基

			本要求
1	新零售体验中心实训室	完成商品展示性陈列和销售性陈列实训教学	1. 面积不小于 1000 平方米； 2. 标准货架不少于 10 组，智能货架不少于 4 组； 3. 冰柜 3 台，冰箱 3 台； 4. 商品陈列实训桌 10 张； 5. 门店直播设备 2 套； 6. 新零售线上模拟平台一个； 7. 模特、展示台各 10 个。
		完成商品盘点、补货操作	
		完成线下促销活动实训教学	
		完成门店清场、清洁等 7S 及设备检查实训教学	
		完成线上商品上架、会员注册、线上商品促销实训	
		完成门店直播营销、短视频营销实训教学	
2	商务沙盘实训室	完成企业模拟经营进货实训教学	1. 面积不小于 300 平方米； 2. 百树电子沙盘 1 个； 3. 笔记本电脑 9 台； 4. 服务器 1 个； 5. 多媒体设备 1 套； 6. 投影仪 1 个； 7. 操作工位 50 个。
		完成企业模拟经营广告投放实训教学	
		完成企业模拟经营财务报表填制实训教学	
		完成企业模拟经营商品销售实训教学	
3	连锁零售业一体化实训室	完成商品编码录入实训	1. 面积大于 300 平方米； 2. 收银机 40 台，收银台 40 个；多媒体设备 1 套。 3. 蓝牙无线音响 1 个。
		完成商品收银实训，小票打印实训教学	
		完成商品包装实训教学	
4	商务谈判实训室	完成商务协商实训教学	1. 面积大于 300 平方米； 2. 不少于 20 人的会议圆桌 1 个；5 人会谈桌 4 套； 3. 笔记本电脑 5 台； 4. 多媒体设备 1 套； 5. 演讲台及设备一套； 6. 操作工位 50 个。
		完成商务接待实训教学	
		完成协议谈判与签订实训	
		完成商品电子化展示实训	
		完成商务演讲实训教学	
5	营销策划实训室	完成线上商品上架实训	1. 面积大于 300 平方米； 2. 新零售线上操作平台 1 套； 3. 电脑及电脑桌不少于 40 台套； 4. 多媒体设备 1 套； 5. 圆形讨论桌 4 套。
		完成线上商品促销实训	
		完成线下营销策划创意活动实训教学	
		完成营销策划方案撰写实训教学	
6	无人售货实训室	完成商品上架实训	1. 面积大于 150 平方米；

	完成商品陈列实训	2. 新零售智能货架 8 组; 3. 无人售货智能收银设备 2 套子; 4. 监控设备 3 组。
	完成设备一般维护实训	
	完成商品管理实训	

2. 校外实训基地基本要求

序号	实训基地名称	合作企业名称	实训活动内容
1	果品新零售实训基地	果叔叁拾加农产品加工有限责任公司	能够提供开展果品新零售门店经营、管理等实训和岗位实习活动，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。
2	精品服装新零售实训基地	斯得雅中国有限责任公司	能够提供开展服装新零售门店经营、管理等实训和岗位实习活动，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。
3	校园便利店实训基地	厦门颜值立方科技有限责任公司	能够提供开展快销品新零售门店经营、管理等实训和岗位实习活动，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。

(三) 教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。优先选用体现工学结合、特色鲜明的省部级以上中职规划教材，选用近 3 年出版的中职规划教材比例达到 80% 以上。根据课程需要也可选用优质自编校本教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：市场营销、营销管理、企业经营等各类专业藏书（含电子读物）、营销类专业期刊、专业技术资料和国家及行业颁布的相关标准等。

3. 数字教学资源配置基本要求

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，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

对实施教学应采取的方法提出要求和建议。

普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

（1）在校学习的教学方法

在校教学环节，主要采取项目教学、案例教学、任务教学、模块教学等方法。通过实际与仿真的项目或任务，让学生在教师的引导下参与探究式学习。所有课程全面普及项目教学、案例教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学等新型教学模式。

部分课程还需要使用讲授法、演练法等让学生巩固学习成效。

（2）企业实践的教学方法

企业实践一部分由学生所有单位或实习单位提供实习岗位，另一部分由学校统筹组织安排。实习期间实行岗位工作任务式教学，由岗位导师提供项目或任务，并组织开展教学组织与教学考核。

（3）线上学习的教学方法

部分课程或课程的部分环节需使用线上教学。线上教学基于超星在线课程等知名在线课程平台，形成“互联网+教学管理系统”的开放共享学习平台，实现线上、线下混合式学习。

教师通过平台完成答疑、作业管理、课程管理、考试管理，实现学习过程实时监管、进度统计、成绩统计。学生通过平台完成视频播放、作业、答疑、讨论、在线考试等操作，通过考核即可获取学分。根据教师设定的课程学习进度，完整地学习在线课程、记录笔记，师生、生生之间实现在线提问、在线讨论交流。系统将详细记录教学过程、学习过程，并分析学习行为与评估学习效果。

根据市场营销专业中职学生的特点，本着“知识够用，能力实用”为原则；在教学过程中，教师依据以行动为导向的教学方法，在课程教学过程中，基于“要我学”过渡为“我要学”的学习理念，重点倡导“学中做、做中学”；加强创建真实的企业情境，通过分组教学，强调探究性学习、互动学习、协助学习等多种学习策略，采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、案例教学法、头脑风暴法、演示法等多种教学方法，践行“做中学”，教学过程突出“以学生为主体，老师为主导”，促进学生职业能力的培养，有效地培养学生解决问题及可持续发展的能力。

（五）学习评价

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考

核成绩在课程总成绩中的比重。严格考试纪律，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

教学评价主体、评价方式、评价过程多元化，注意吸收行业企业参与。校内校外评价结合，职业技能鉴定与学业考核结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合。过程性评价与结果性评价相结合，不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注运用知识在实践中解决实际问题的能力水平，重视规范操作、安全文明经营、节约能源、爱护经营设备和商品，提倡环保意识。

1. 注重过程性考核

课程教学要关注学生的学习过程，对学生的过程进行评价和记录，形成过程性考核和评价成绩。

2. 注重职业素质评价

课程教学过程中，将职业素质的基本要求落实到学生的课堂行为和学习行为中，按职业要求对学生的行为、方法思路、过程表现进行评价，引导学生认知、实践和巩固职业意识和职业行为，形成良好的职业习惯，提高职业综合素质。

3. 注重能力评价

课程教学评价，特别是专业课程的评价，在基础知识评价的基础上，更注重能力的评价，在评价内容、方式的设计上，体现出专业能力，在实施上注重专业能力。

4. 多主体评价

通过设计多环节、多方面的评价项目，将评价主体从任课教师扩展到学生、学校相关部门或人员、行业企业人员等，实现评价主体的多元化。

（六）质量管理

1. 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。成立市场营销专业理事分会，每年至少召开一次理事大会，就有关市场营销专业建设和发展、专业教学计划审订、课程体系建设、提高专业技能等问题进行商议研讨。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理。建立市场营销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。

3. 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。

4. 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。

5. 专业教研组织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。

6. 深化校企合作，认真按照教学计划安排，开展学生岗位实习，确保人才培养方案的实施到位。

十一、毕业要求

(1) 课程学习要求：必须通过所有课程考核。

(2) 岗位实习要求：合格。

(3) 学生综合素质测评：全部合格。

(4) 职业资格证书要求：获得一项职业资格证书（含 1+X 职业技能证书、职业技能等级证书）

(5) 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十二、附录

(一) 专业人才培养方案专家论证表

(二) 专业人才培养方案审批表

(三) 专业人才需求与人才培养调研分析报告

(四) 专业人才培养方案优化调整审批表