

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销 730602

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

本专业主要培养面向通信行业以及各企业，适应我国通信行业以及各企业岗位发展需要，具有健康的身心，基本的科学文化素养、继续学习能力和创新精神，良好的职业道德、扎实的市场营销专业知识，强烈的安全生产与环保意识，较强的就业能力和一定的创业能力的服务于市场营销专业一线工作的高素质劳动者和技能型人才。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业主要培养面向通信行业以及各企业，适应我国通信行业以及各企业岗位发展需要，具有健康的身心，基本的科学文化素养、继续学习能力和创新精神，良好的职业道德、扎实的市场营销专业知识，强烈的安全生产与环保意识，较强的就业能力和一定的创业能力的服务于通信运营服务专业一线工作的高素质劳动者和技能型人才。

1. 就业岗位

序号	就业岗位	发展岗	职业资格证书
1	业务员	店长	电信营业员资格证五级
2	营业员、客户服务、网络业务员		
3	客户服务、网络客服		

2. 主要岗位任务与职业能力分析

序号	主要职业岗位	岗位描述	综合职业能力要求		
			知识	技能	素质（态度）
1	市场营销员	锁定客户群，拜访客户，处理客户异议，促成合作，签订合同并执行合同，维护客户关系	1. 市场营销知识、管理知识、销售与采购心理知识、市场调研知识、产品推销知识； 2. 市场调研报告写作知识、销售方案写作知识； 3. 计算机应用软件操作知识； 4. 交际礼仪知识。	1. 能进行市场信息搜集、整理及分析工作； 2. 能对客户进行拜访； 3. 能对客户提出的异议进行正确的处理； 4. 具有较强的客户沟通与应变能力； 5. 能对客户进行良好的维护； 6. 能促成客户交易； 7. 能根据市场调整服务策略。	1. 工作作风严谨；工作积极热情，责任心强，富有开拓精神； 2. 良好的团队合作精神； 3. 执着、坚毅的精神； 4. 能在较大的压力下保持良好工作状态。
2	客户服务员	接待客户或来电咨询，受理并处理客户投诉，客户回访方案设计并实施	1. 数据处理知识 2. 电脑进销存知识 3. 互联网及通讯工具应用知识 4. 客户拜访、工作礼仪规范知识 5. 消费者心理学知识 6. 市场营销知识 7. 合同法知识 8. 客户管理及维护知识	1. 计算机软件操作能力； 2. 能撰写客服方案； 3. 能对客户信息进行搜集与整理； 4. 能对客户进行恰当的分类； 5. 能对来访客户良好接待；对客户的投诉进行恰当的处理； 6. 能通过各种通讯工具与客户进行沟通与联络；	1. 较强的理解与沟通能力 2. 较强的组织策划能力 3. 应变能力、归纳能力 4. 耐心细致，工作严谨 5. 较强的服务意识，能保持同理心，善于换位思考

(二) 培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养（职业道德和产业文化素养）、专业知识和技能：

1. 职业素养

（1）思想政治素质

具有科学的世界观、人生观和价值观，践行社会主义荣辱观；具有爱国主义精神；具有责任心和社会责任感；具有法律意识。

（2）文化科技素质

具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有不断更新知识和自我完善的能力；具有持续学习和终身学习的能力；具有一定的创新意识、创新精神及创新能力，具有一定的人文和艺术修养；具有良好的人际沟通能力。

（3）专业素质

掌握从事服务营销、通信客服所必需的专业知识；具有一定的系统思维；具有良好的效益意识。

（4）职业素质

具有良好的职业道德与职业操守；具备较强的组织观念和集体意识；有较强的执行能力及较高的工作效率及安全意识。

（5）身心素质

具有健康的体魄和良好的身体素质；拥有积极的人生态度和良好的心理调试能力。

2. 专业知识

（1）工具性知识

外语、计算机基础等。

（2）人文社会科学知识

政治学、社会学、法学、经济学、管理学、思想道德、职业

道德、沟通与演讲等。

(3) 自然科学知识 数学等。

(4) 专业技术基础知识

市场营销专业的基本知识，市场营销专业学科的基本原理。

(5) 专业知识

市场营销专业的基本知识，市场营销专业学科应用的技能。

3. 专业技能

(1) 职业基本能力

- ①具有快速的打字能力和文案编写能力；
- ②熟悉常用办公处理软件的应用；
- ③掌握商务语言、有较强外语能力；
- ④具备一定的商品知识、财务知识、基本的相关法律知识。

(2) 专业核心能力

- ①具备市场需求调查分析能力；
- ②掌握市场营销等相关专业专业知识；
- ③具备较好的客户服务能力
- ④掌握推销技巧方法；
- ⑤掌握商务谈判基本方法；
- ⑥掌握市场营销和企业管理的一般方法。

六、课程设置及要求

本专业课程设置主要包括公共基础课程和专业技能课程。

公共基础课程包括思想政治、语文、历史、数学、外语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育、职业素养等课程。

专业（技能）课程按照相应职业岗位（群）的能力要求，包括 6—8 门专业核心课程和若干门专业课程。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考课时
1	思想政治	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，通过中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治四个模块的学习，培养具有政治认同、职业精神、法治意识、健全人格和公共参与素养的学生。	144
2	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并注重培养学生专业文章阅读、应用文写作等与专业相关的应用能力。	198
3	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并注重培养学生数理与逻辑分析等与专业相关的应用能力。	144
4	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并注重培养学生阅读英语信息技术资料等与专业相关的应用能力。	144
5	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并注重培养学生积极参与体育运动，掌握健康文明的生活方式，塑造良好的体育品格。	144
6	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，引导学生增强信息意识，掌握信息化环境中生产、生活与学习技能，提高参与信息社会的责任感与行为能力，为升学和未来发展奠定基础，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	108
7	历史	依据《中等职业学校历史教学指导纲要》开设，培养学生树立正确的历史观，从历史发展的角度理解并认同社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，认识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。	72
8	艺术	依据《中等职业学校艺术课程课程标准》开设，并注重培养学生基础艺术素养，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信。	36
9	自定公共选修课	根据地方区域特点和学校自身情况，自定公共选修课程。如：现代科学技术、心理健康教育、普通话、专业英语、应用数学及各类专题讲座（活动）等。	32

(二) 专业（技能）课程

1. 课程教学要求

学习领域课程	市场营销
安排第 3 学期，基准学时72 学时，其中理论72 学时，校内实训0 学时，企业实训0 学时	
职业能力	(1) 市场营销环境的调查分析能力。 (2) 营销市场的选择能力。 (3) 营销策略和营销组合策略的理解运用能力
学习目标	(1) 能够运用现代营销理论对经营行为的进行基础判断分析； (2) 能够运用市场营销企业环境分析理论知识进行企业（产品） 市场营销的SWOT 分析； (3) 能够运用市场调查知识进行问卷设计和市场调查； (4) 能够运用目标市场营销战略理论知识完成初步的市场细分工作； (5) 能够运用目标市场营销战略理论知识进行目标市场选择的判断分析； (6) 能够运用目标市场营销战略理论知识进行企业（产品） 市场定位分析， (7)能够运用产品策略理论知识、市场寿命周期、品牌策略等营销综合分析； (8) 能够运用价格策略理论知识进行企业定价的理解，以及价格制定的综合分析； (9)能够运用市场营销策略及策略组合等理论知识进行产品、价格、渠道、促销的综合分析
学习内容	(1)营销核心概念和营销观念 (2)市场调查与分析 (3)营销策略 (4)产品策略 (5)市场营销环境分析
学习方法	任务布置---小组讨论---- 自主学习----集体讨论---实施----完成---教师评价
学习材料	相关教材、网上资料、录像、多媒体等
学生需要的知识和技能	(1)企业管理基本知识 (2)一定的文字编辑和口头表达能力 (3)获取信息、整理信息、分析信息的能力 (4)具有较强的公关能力
教师需要的知识和技能	(1)熟练的管理学、统计学知识 (2)熟悉调查分析手段各种营销技巧 (3)熟悉各种营销技巧 (4)熟悉客户服务与管理 (5)有较强的学习能力

2. 实训教学要求

序号	实训项目	实训内容	实训目标
1	企业经营沙盘实训	(1) 模拟企业的工作过程，设计4个职能中心、5个重要岗位。 (2) 把企业运营所处的内外部环境抽象为一系列的规则，掌握企业的战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与	(1) 了解和掌握生产管理、采购管理、仓储、销售、企业管理、财务管理方面的知识。 (2) 培养学生把管理学理论综合运用用于对实际问题的分析能力，和团队协作精

		管理等的经营管理。	神。
2	服务礼仪实训	服务意识 化妆 着装、装饰 仪态 语音语调	(1) 掌握化妆的技巧，特别是化淡妆 (2) 掌握着装的技巧，特别是工作服搭配和着装要领。 (3) 掌握服务人员的仪态要领 (4) 掌握服务场合的语音语调

3. 顶岗实习要求

(1) 顶岗实习时间

顶岗实习时间集中安排在第五、六学期，时间安排 8 个月时间。

(2) 顶岗实习地点

移动营业厅，以福州为主；

(3) 顶岗实习要求

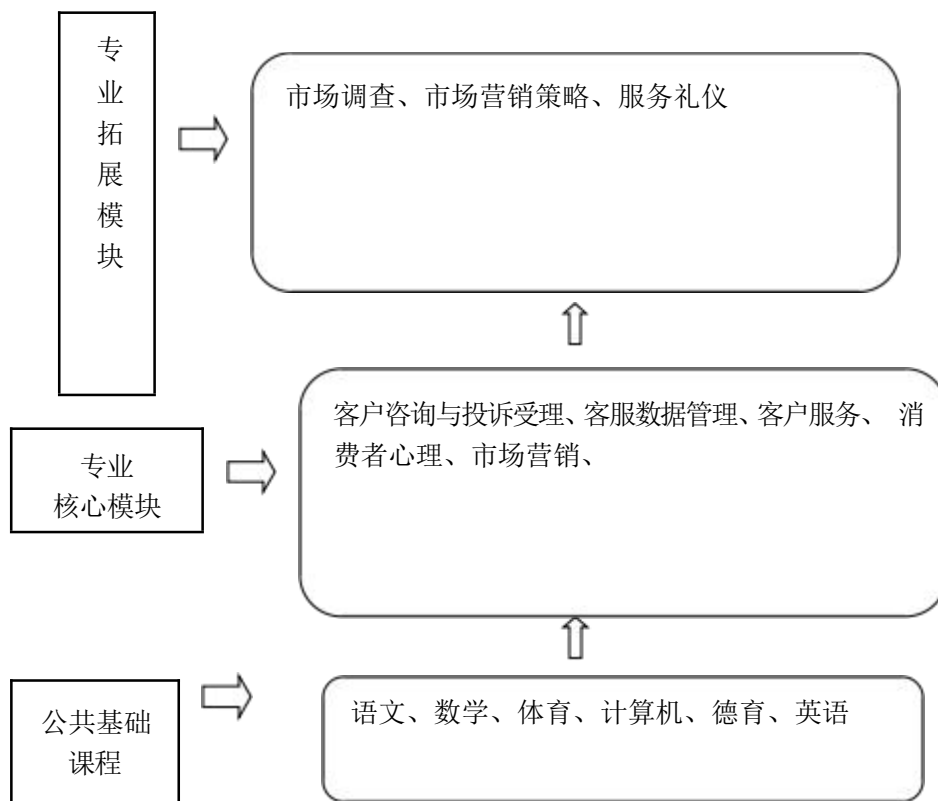
按照顶岗实习管理制度要求，严格规范学生的顶岗实习管理。配备企业导师和带队教师、学生周记记录工作情况和问题、企业导师在项目关键节点对顶岗实习学生进行考核；通过定期检查和抽查校外实践课程各环节，增强实习指导老师的责任心，保证校外实践课程的教学质量。同时注意收集学生的意见或建议，以便及时调整。

(4) 顶岗实习成绩评定

集中实践环节的成绩根据校内外指导教师给出的评价综合得出，其中考勤及工作态度占 20%，任务完成情况占 40%，解决问题能力占 20%，顶岗实习报告占 20%。

七、教学进程总体安排

(一) 教学课程安排结构图



(二) 教学计划表

市场营销专业人才培养方案

《市场营销》专业 21 级教学计划表

招生对象：初中毕业生

学制：三年

适用时间：2021-2024年

课程类别	序号	课程名称	学分	学时数				考核		各学期周学时							
				计划	理论	实验	实习	(按学期)		第一学年		第二学年		第三学年			
								考试	考查	一 17	二 18	三 20	四 18	五 20	六 20		
公共基础课	1	入学教育/军训	2	56			56		1	2周							
	2	中国特色社会主义（读本）	2	34	34				1	2							
	3	心理健康与职业生涯	2	36	36				2		2						
	4	哲学与人生	2	40	40				3			2					
	5	职业道德与法治	2	36	36				4				2				
	6	语文	12	222	222			3、4	1、2	2	2	4	4				
	7	数学	10	184	184			3、4	1、2	2	2	3	3				
	8	英语	10	184	184			3、4	1、2	2	2	3	3				
	9	信息技术	8	140	74	66		2	1	4	4						
	10	体育与健康	10	186	66	120			1-5	2	2	2	2	2	2		
	11	艺术（音乐/美术）	2	36	19	17			2		2						
	12	历史	4	80	63	17			3、5			2		2			
	13	职业素养	2	40	40				5						2		
	14	养成教育/安全教育	5	93	93				1-5	1	1	1	1	1	1		
	15	劳动教育	5	93	93				1-5	1	1	1	1	1	1		
		小计	78	1460	1184	220	56			16	18	18	16	8			
专业课	专业基础课	1	公共关系	2	80	69	11			5						4	
		2	市场营销基础	8	228	192	36			1、2、4	4	4		6			
		3	基础会计	6	0	30	36										
		4	企业管理基础	4	60	36	24			1	4						
		5	语音语调	2	30	17	13			1	2						
		6	市场调查与分析	4	34	21	13			4				2			
		7	商品学基础	4	66	42	24			2		4					
	专业（技能）方向课	X X 方向	1	消费心理学	2	66	51	15			2		4				
			2	网络营销	6	160	100	60			5					8	
			3	客户沟通	2	30	10	20			1	2					
			4	推销技巧	6	80	20	60			3			4			
			5	商务谈判	4	34	-11	45			4				2		
			6	客户服务	4	80	40	40			5					4	
			8	电子商务	4	0	-45	45									
			9	广告策划	4	80	40	40			5					4	
10			市场营销实战	4	120	120			3				6				
综合实训			X X 方	1	服务礼仪	2	0	-20	20			3					
	2	企业经营沙盘实训		2	28			28		1、2	1周	1周					
	3	电子商务综合实训		2	28			28		1、2	1周	1周		1周			
		小计	72	1204	712	502	56			12	12	10	10	20			
就业	1	就业实习指导															
	2	毕业实习	20	560			560									20周	
其它	1	机动								1.5周	1.5周	1.5周	1.5周	1.5周			
	2	复习考试								0.5周	0.5周	0.5周	0.5周	0.5周			
		小计	20	560	0	0	560			2周	2周	2周	2周	2周			
合计项目		学期课程门数								13	12	8	10	6			
		学期考试门数															
		学期周学时数								28	30	28	26	28			
		学期总学分/总学时/总周数	170	3224	1896	722	672			21周	20周	20周	20周	20周	20周		

八、实施保障

（一）师资队伍

本专业师生比适宜,满足教学工作的需要,一般不高于 16: 1。本专业教师应具备本科以上学历,热爱教育事业,工作认真,作风严谨,持有国家或行业的职业资格证书,或者具有企业工作经历,具备课程开发能力,能指导项目实训。在工程项目实践类课程上,建议聘请行业企业技术人员作为兼职教师,企业兼职教师应为行业内从业多年的资深专业技术人员,有较强的执教能力。

（二）教学设施

1. 经营管理沙盘实训室基本配置和支撑实训项目一览表

实训室名称	经营管理沙盘实训室	基本面积要求	150m ²
支撑实训项目	1. 经营管理沙盘实训 2. 经营管理沙盘比赛		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	经营管理沙盘教学课程软件	1套	
2	经营管理沙盘企业模拟经营系统	1套	
3	计算机	20套	
4	投影仪	1套	

2. 服务礼仪基本配置和支撑实训项目一览表

实训室名称	服务礼仪实训室	基本面积要求	96m ²
支撑实训项目	物流服务礼仪教学		
序号	核心设备和工具	基本数量要求	备注
1	电视+DVD	1套	
2	DVD	1个	
3	墙镜	4面	

（三）教学资源

电子教材及其配备的教学课件、通信运营服务操作流程教学录象及技能演示录像、理实一体教学、校内仿真实训及校外顶岗 实践管理制度、学业水平测试考试大纲及模拟习题。

（四）教学方法

本课程实施过程中结合相关学习情境，选用适当的教学方法，体现了多种教学方法的并用：

（1）工作过程导向法

教学中以实际工作过程为导向来组织教学，教师根据工作过程给学生提供相应的操作指导，并根据实际工作过程产生的知识需求引入必需够用的理论知识，教、学、做相结合，有效解决了 理论教学的抽象、枯燥，提高了学生的学习兴趣。

（2）任务驱动教学法

教师将教学内容设计成一个或多个具体的任务，力求以任务驱动，以某个实例为先导，进而提出问题引导学生思考，让学生 通过学和做掌握教学内容，达到教学目标，培养学生分析问题和 解决问题的能力。它是一种以学生主动学习与教师加以引导相结合的教学方法，既符合探究式的学习模式，又符合教学的层欢性和实用性。它可以让学生在完成“任务“的过程中，形成分析问题、解决问题的能力及独立探索的学习精神和与人合作的精神。

任务驱动教学法是以任务为主线、教师为主导、学生为主体，将所要学习的新知识隐含在一个或几个任务之中，学生通过对所提出的任务进行分析，讨论，学生在努力完成任务的过程中在老

师的指导、帮助下找出解决问题的方法，进行自主学习，最后完成任务并总结经验、分析存在问题、提出困惑，讨论交流，从而实现对所知识的掌握。

（3）情境教学法

工学结合教学模式，在教学过程中将课程与校外实训基地、校内实训室融为一体，营造了企业实际会计工作环境，在教学中利用各种情境教学方法，引导学生树立正确的职业理念，培养良好的职业态度，提高职业技能。

（4）角色扮演教学法

在实训教学中，安排学生扮演不同的角色体验工作过程。

（5）实物演示与实物模拟教学法

课本知识相对比较抽象，如何把抽象的知识与具体的实践相结合，实现抽象的知识形象化，教学中必须采用实物与实物模拟教学法，增强学生的感性认识及动手能力。

（五）学习评价

教学评价主要包括教师教学评价和学生学业评价两部分。

（一）教师教学评价

教师教学评价主要包括学生评、教学督导评、行业企业专家评等部分。教师教学评价指标主要包括教学能力评价（综合素养）、教学过程（行为）评价和教学目标评价三部分。

（二）学生学业

坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。对学生考核评价兼顾认知、技能、情感等多个方面，采用学生自评与互评、教师点评、家长评、社会评等评价主体。采用观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价方式；评价过程中注重定性评价与定量评价、过程性评价与终结性评价的结合。

（六）质量管理

1. 做好校内外实训基地建设与管理，确保校企联系渠道畅通，建立健全的管理制度，加强校内外专业实习管理。

2. 加强“双师型”专业教学团队建设，提高教师的专业教学能力和职业教育教学能力。

3. 完善顶岗实习管理，加强顶岗实习的日常管理和考核。将顶岗实习实行课程化管理，采用专业和企业老师指导，做到实习有计划、过程有指导、结果有考核。

九、毕业要求

1. 课程要求：学生应修满规定学时。

2. 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。