

# 江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点

## 实施性人才培养方案

学    制：        五年制    

专    业：        市场营销    

年    级：        2023 级    

制订/修订：      制订  修订    

二〇二三年九月

## 目录

一、专业名称及代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、基本修业年限.....	3
四、职业面向.....	3
五、培养目标.....	3
六、培养规格.....	3
(一) 素质.....	4
(二) 知识.....	4
(三) 能力.....	5
七、课程设置.....	5
(一) 公共基础课程.....	5
(二) 专业课程.....	6
八、教学进程及学时安排.....	12
(一) 教学时间表(按周分配).....	12
(二) 专业教学进程安排表(见附件).....	12
(三) 学时安排表.....	12
九、教学基本条件.....	13
(一) 师资队伍.....	13
(二) 教学设施.....	14
(三) 教学资源.....	15
十、质量保障.....	16
十一、毕业要求.....	17
十二、其他事项.....	17
(一) 编制依据.....	17
(二) 执行说明.....	18
(三) 研制团队.....	19
附件 1: 教学进程安排表.....	20
附件 2: 任选课程开设安排表.....	21

## 一、专业名称及代码

市场营销（530605）

## 二、入学要求

初中应届毕业生

## 三、基本修业年限

5年

## 四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	市场营销（5306）
对应行业（代码）	批发（51）、零售（52）、商品服务业（72）
主要职业类别（代码）	营销员（4-01-02-01）、商品营业员（4-01-02-03）、 互联网营销师（4-01-06-02）、客户服务管理员 （4-07-02-03）市场营销专业人员（2-06-07-02）、 商务策划专业人员（2-06-07-03）
主要岗位（群）或技术领域举例	市场调研、项目销售、数字营销、项目策划与推广、 客户服务管理等
职业类证书举例	职业技能等级证书：电子商务师（中国人力资源与 社会保障部，中级）

## 五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德和创新意识，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，面向批发、零售及商务服务行业企业的市场调研、市场策划、市场推广、销售业务、客户服务及小微商业企业创业者等主要岗位（群），能够从事市场调研、项目销售、数字营销、项目策划与推广、客户服务管理等工作的高素质技术技能人才。

## 六、培养规格

本专业学生在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总

体上须达到以下要求。

### （一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和羽毛球、篮球等运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

5. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成美术、音乐艺术欣赏能力或爱好；

6. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

### （二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2. 掌握市场营销、经济学、商品学、管理学、商务礼仪等方面的专业基础理论知识；

3. 掌握会计、国际贸易、电子商务、统计学、企业经营管理等相关知识；

4. 掌握市场调查与预测、销售管理、数字营销、营销策划、客户服务管理等专业知识。

5. 掌握营销法律法规、新媒体营销、网店运营与推广、短视频策划与制作、直播营销等专业知识。

6. 掌握专业拓展知识，为可持续发展奠定基础。开设丹阳眼镜、眼镜营销实务、眼镜店管理等方向性课程。

7. 掌握快消品营销与策划、商务数据分析与应用等专业知识。

8. 了解行业相关法律法规规范，及行业标准、环境保护等知识。

### **(三) 能力**

1. 具有探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等用户画像的能力；

4. 具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标等项目销售的能力；

5. 具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用等数字营销的能力；

6. 具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用等商务数据分析的能力；

7. 具有客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控等运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力；

8. 具有项目调研与分析、定位与设计、传播与推广等综合营销策划的能力；

9. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握市场营销领域数字化技能。

10. 具有良好的团结协作、沟通交流和合作的能力；

11. 具有继续学习新知识和接受新技能，良好的科学创新精神和可持续发展的能力。

## **七、课程设置**

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

### **(一) 公共基础课程**

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程，包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策等思想政治课和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、地理、中华优秀传统文化等必修课程；根据本校优势和

学生专转本对接情况开设了形体训练、健美操、摄影技术、微视频创作、劳动教育、环保教育、文学欣赏、大学英语（专转本课程）等任选课程。

## （二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

### 1. 专业平台课程

专业平台课程的设置注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。包括商务礼仪、经济学基础、市场营销、商品学基础、会计基础、国际贸易基础、统计学基础、管理学基础、企业经营管理、电子商务基础 10 门必修课程。

表：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	商务礼仪 (68 学时)	职业形象礼仪；商务交往礼仪；人际沟通礼仪；会务宴请礼仪等	具备商务礼仪意识；掌握商务礼仪的基本知识与基本技能；能按照礼仪规范进行常见的商务活动；养成礼貌待人的习惯；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	经济学基础 (68 学时)	包括微观经济学和宏观经济学两部分。微观经济学包括经济学导论、价格理论、消费者均衡、生产与成本理论、市场结构理论与市场失灵等；宏观经济学包括国民收入核算、失业与通货膨胀等	树立市场经济的意识；掌握市场经济的思维方式及市场运行中的经济规律的基本原理；形成初步具备经济领域从业的基本职业意识和职业素养；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	市场营销 (68 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者购买行为分析；市场营销调研；市场细分；目标市场选择；市场定位；产品策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等	理解市场营销在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用；掌握市场营销理论基本内容；掌握市场分析基本原理和方法知识，能进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要；能独立完成有关资料的搜集、整理、分析，并运用营销 4P 策略解决企业市场营销中的实际问题；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	商品学基础 (68 学时)	商品学的基本认知；商品分类管理；商品质量管理；商品包装；商品养护管理；商品标准；商品检验；商品认证；商品选购；假冒伪劣商品的识别等	了解商品学的社会意义；会识读商品条码；能科学制定企业商品目录；会进行商品管理；能对商品生产、流通和消费各环节进行质量控制和管理；会根据商品定位制定包装策略；能识读商品标

			准；会进行商品养护；能合理进行选购商品；会识别假冒伪劣商品；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	基础会计 (68 学时)	会计的概念、范围和分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别；企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告等	能正确应用会计的基本规范；能正确判断经济业务的性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
6	国际贸易基础 (68 学时)	国际贸易的基本概念；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；进口关税措施；非关税壁垒措施；鼓励出口和出口管制措施；外国直接投资；跨国公司与国际贸易；区域经济一体化；世界贸易组织等	掌握国际贸易的基本概念，知晓国际贸易发展趋势；熟悉国际贸易政策和常见的国际贸易措施，了解世界贸易组织相关内容；能运用国际贸易基本理论知识对我国外贸措施、动态进行分析；初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	统计学基础 (68 学时)	统计学的研究对象、基本概念和基本方法；统计活动的一般过程；统计调查的种类、调查方案的内容、调查表的结构；统计整理的步骤、统计分组、分配数列相关概念；总量指标、相对指标、平均指标概念、计算方法；时间数列概念、种类，水平指标和速度指标分析；统计指数概念、种类，综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法	初步掌握统计学的研究对象、基本概念和基本方法，了解统计工作过程，掌握统计调查的种类、调查方案的内容、调查表的结构；了解统计整理的步骤，掌握统计分组、分配数列相关概念；明确总量指标、相对指标、平均指标概念、计算方法；掌握时间数列概念、种类，水平指标和速度指标分析；明确统计指数概念、种类，掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 逻辑思维能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
8	管理学基础 (68 学时)	管理思想及其发展；管理的基本原理；管理的基本方法；决策理论；计划职能；组织职能；领导职能；激励职能；控制职能；创新职能等	掌握管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，并能够将其综合运用于对实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力；培养管理意识和综合管理素质；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
9	企业经营管理 (68 学时)	企业的特征与类型；企业的设立与登记；企业的组织与管理；企业的目标与责任；企业的经营定位与目标；经营管理的职能与方法；企业经营管理要素等	正确进行企业经营定位；能分析并会制订企业的经营目标；会进行企业经营决策；会对企业的营销进行全面控制，以保证营销计划的贯彻执行；会进行人力资源管理；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
10	电子商务基础 (68 学时)	电子商务概念、分类；B2C、C2C、B2B 等常见电子商务交易模式；	掌握电子商务的基本概念、分类、交易模式；掌握网络营销概

		网络营销；网上支付与安全交易；物流配送；网上创业等	念、特点和策略；掌握物流配送的基本概念、分类；掌握网络广告的类型和特点；熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付问题，以及电子商务相关法律；能将所学技能创造性地应用于各类电子商务网站，进行网上创业；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
--	--	---------------------------	---

## 2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求，注重理论与实践一体化教学，提升学生专业能力，培养学生职业素养。包括消费者行为分析、市场调查与预测、现代广告策划、销售管理、商务数据分析与应用、客户服务管理、营销策划、数字营销 8 门必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	消费者行为分析 (68 学时)	消费者、消费者行为的概念；消费者购买决策类型及特点；消费者购买决策的过程；影响消费者态度形成的因素；消费者需要的特征和分类；消费者具体的购买动机类型及其在实践中相应的营销策略；影响消费者行为的主要参照群体及其影响消费者行为的方式；；社会阶层的含义和不同社会阶层的消费者行为差异；不同社会阶层对应的市场营销策略；用户画像分析等	提高在营销和销售实践中的观察能力、判断能力、营销能力；学会辨识影响消费者消费的心理因素及行为的方法；会利用大数据技术进行用户画像分析，学会通过对消费者心理及行为分析，提高营销技巧与技能的方法；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	市场调查与预测 (68 学时)	市场调查及预测产生和发展；市场调查与预测的必要性；市场调查与预测的基本知识和方法；调查资料的整理与分析；市场调查与预测报告的撰写等	掌握市场调查与预测的方法；明确市场调查与预测在企业中的重要性；理解市场调查与预测的基本知识；能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测；具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	现代广告策划 (68 学时)	广告构成要素；广告媒体的选择；广告创意；广告文案的写作和广告活动的策划等	培养对广告活动及创意的鉴赏和评价能力；训练文案写作能力和广告活动的策划能力；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	销售管理 (68 学时)	销售目标设定与分解；销售团队建设与管管理；渠道中间	能执行基本的销售行为和销售流程；能进行销售规划与设



		商的选择; 激励与管理; 客户关系管理; 销售数据分析; 诊断与改进等	计, 制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算; 能合理选择渠道中间商; 掌握销售人员的行为和动机、对其采取有效的激励措施, 并进行绩效考评; 能进行销售服务管理, 提高服务质量; 能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估等; 挖掘思政元素, 发挥课程思政育人功能
5	商务数据分析与应用 (68 学时)	数据分析工作流程分析; 商务数据分析指标体系; 数据分析方法和工具运用; 流量来源分析; 成交转化率分析; 网店商品分析; 网店客服服务分析; 行业数据分析; 客户行为分析; 订单漏斗分析; 店铺优化方案实施与效果评估等	熟知电子商务数据分析的思路与流程; 掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力; 掌握电子商务数据分析方法、数据分析与预测; 分析报告撰写
6	客户服务管理 (68 学时)	客户服务管理岗位认知; 寻找开发潜在客户; 客户信息管理; 大客户管理; 客户体验管理; 客户满意管理; 客户忠诚管理	了解客户服务与管理的内涵; 掌握客户服务与管理的主要业务与流程; 掌握客户细分与管理策略; 了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用; 挖掘思政元素, 发挥课程思政育人功能
7	营销策划 (102 学时)	营销策划的发展过程; 营销策划的基础与方法; 目标市场策划; 产品定位策划; 新产品开发策划; 产品生命周期与营销策划; 竞争战略策划; 定价策划; 促销策划等	结合丹阳地区眼镜特色, 掌握如何在进行营销活动时根据企业的营销目标开展有效的市场策划活动, 并具备从事市场营销策划的能力; 挖掘思政元素, 发挥课程思政育人功能
8	数字营销 (102 学时)	数字营销岗位类型; 搜索引擎营销、移动营销、视频营销和社交媒体营销等具体类型的内容方法及策划; 数字营销分析的内容、工具和流程; 数字营销分析结果的判断与探究方法; 数字营销法律法规等	了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识; 认知数字营销岗位; 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识; 会利用具体数字营销的方式开展营销策划活动; 具备利用大数据进行数字营销效果分析与优化的能力; 挖掘思政元素, 发挥课程思政育人功能

### 3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接数字经济前沿, 聚焦热门行业, 促进学生全面发展, 培养学生综合职业能力。专业拓展必修课程和任选课, 其中专业拓展课程包括营销法律法规、新媒体营销、网店运营与推广、短视频策划与制作、直播

营销；根据丹阳地区眼镜产业特色和本校优势特色，专业拓展任选课开设了ERP沙盘、创新思维与创造力开发、视觉沟通、网店装修、丹阳眼镜、连锁经营与管理、眼镜营销实务、社群营销技术与应用、眼镜店管理、演讲与口才、管理学原理（专转本课程）、快消品营销与策划、市场营销学（专转本课程）、渠道管理等课程。

表：专业拓展课程（必修课程）主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	营销法律法规 (68学时)	产品质量法、消费者权益保护法、反不正当竞争法、环境保护法等内容。	掌握产品质量法法律条款、法律责任与义务；掌握消费者权益保护法的条款、法律责任与义务；掌握反不正当竞争法法律条款、法律责任与义务、掌握环境保护法法律条款、法律责任与义务；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
2	新媒体营销 基础 (68学时)	微博营销、企业微博技巧、微信公共账号	培养学生在移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统全面构建、微信电商实施；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
3	网店运营 与推广 (68学时)	电商平台站内论坛、博客、旺旺群等内容建设、互动和推广方法；软文贴子的构思、编写、发布、论坛推广；数据分析市场趋势、店铺的流量结构统计计算等，内容。	掌握电商平台站内论坛、博客、旺旺群等内容建设、互动和推广方法；日常运营与分析等操作技能；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	短视频策 划与制作 (68学时)	短视频概述、特征与优势、商业变更方式、优质内容的基本模式、短视频类型分类、拍摄用光与构图、剪辑短视频等内容。	掌握短视频的认知、构图的基本知识、剪辑的方法等技巧，拍摄的方法、根据消费者的心理策划构思等；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	直播营销 (68学时)	初识直播营销、直播营销的整体思路、直播营销前期策划、直播营销中期实施、直播营销后期传播。	理解直播营销的价值、掌握直播营销的基本流程、目的、方式；方案的确定、营销团队的架构、宣传规划等；挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

#### 4. 技能实训课程

技能实训课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求，对接真实职业场景或工作情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括市场营销实训、市场调查与预测实训、电子商务实训、客户服务管理实训、项目销售实训、营销策划综合实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称（学时）	主要教学内容	教学要求
1	市场营销实训 (1周 30学时)	可利用相关实训软件或项目化实训教学开展市场调研实训、市场细分实训、SWOT分析实训、产品研发和包装策略制订实训、价格策略制订实训、渠道策略制订实训、促销策略制订实训等	会运用市场营销的基本理论、方法和程序,从新的营销视角、观念及思维出发,对企业生存和发展的宏观经济与微观市场环境进行分析,寻找企业与目标市场顾客群的利益共性,以消费者满意为目标,重新组合和优化配置企业可开发利用的人、财、物资源和市场资源,对整体或某一方面的市场营销活动进行分析、判断、推理、预测、构思、设计,从而制订出具有一定创意、可操作的、以最少投入取得最大效益的市场营销方案;实训中培养专业素养
2	市场调查与预测实训 (1周 30学时)	可开展市场调研目标与内容分析实训、市场调查方案的设计实训、抽样设计实训、问卷设计实训、态度测量设计实训、访问调查实训、市场信息资料整理和分析实训、定性预测法实训、定量预测法(一元线性回归法的应用)实训、市场调查报告撰写实训等	能熟练掌握整个市场调查程序的各项工作流程,培养对市场信息的收集、整理、分析能力,锻炼对资料的综合分析能力、对实际问题的解决能力和创新能力;在实训中培养吃苦耐劳
3	电子商务实训 (1周 30学时)	商品选择与渠道管理;网络平台的选择与应用;网店运营与推广;客户管理和网络客服;电子商务物流等	采用实例的方式讲解电子商务项目的运营方式及电子商务企业的运营实践
4	客户服务管理实训 (1周 30学时)	可开展客户服务管理规划实训、客服人员管理实训、客户信息管理实训、客户满意度与忠诚度管理实训、大客户管理服务实训、客户关系建立与维护实训、呼叫中心管理实训等	能熟练利用现代信息管理方法进行客户信息的收集、管理、运用,会正确选用和制订大客户管理方法与策略,会准确测量客户满意度和忠诚度,会运用CRM系统并利用它来改善管理效率
5	销售管理实训 (1周 30学时)	可开展寻找顾客模拟实训、推销接近模拟实训、推销洽谈模拟实训、处理顾客异议模拟实训、交易促成模拟实训、客户维护模拟实训、项目销售综合实训、社会实践等	熟练掌握特定项目背景下的推销业务流程及实施技巧,从单项到综合实训、从模拟情境到真实业务情境进一步有效提升实际销售工作能力
6	营销策划综合实训 (1周 30学时)	可开展目标市场策划实训、产品定位策划实训、新产品策划实训、产品生命周期与营销策划实训、竞争战略策划实训、产品价格策划实训、产品销售渠道策划实训、产品促销策划实训、整体策划方案综合实训等	参与企业实际(或自主、模拟创业主题)的营销活动,能根据企业实际情况对部分营销活动进行策划,形成方案或策划书;掌握企业营销策划的具体方法、程序和技巧;能运用所学营销策划知识解决企业营销中存在的实际问题

7	商务数据分析与应用实训 (1周30学时)	可开展 Excel 实训、包括数据采集、数据分析、数据挖掘的商务数据分析认知实训、包括数据预处理、数据分析、数据展现、分析报告撰写的商务数据分析基础实训以及数据可视化实训等	以行业经典场景作为教学案例，充分利用相关软件自助大数据，通过通用实验、行业实验、精选活动的递进实践，从基础理论到专业结合再到拓展应用，全方位内化数据分析方法论，提升学生动手实操能力
8	电子商务师职业技能等级考试项目实训 (1周30学时)	根据考证系统软件开展项目实训，有直播、网店开设、网店运营和推广、客服管理、图片拍摄和处理	提升学生综合技能操作水平

## 八、教学进程及学时安排

### (一) 教学时间表 (按周分配)

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业论文、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与实训	1	0
				专业认识与入学教育	1	
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	市场营销实训	1	1
四	20	17	1	市场调查与预测实训	1	1
五	20	17	1	电子商务实训	1	1
六	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
七	20	17	1	销售管理实训	1	1
八	20	17	1	营销策划综合实训	1	1
九	20	16	1	商务数据分析与应用实训	1	1
				电子商务师职业技能等级考试项目实训	1	
十	20	0	0	毕业论文	4	2
				岗位实习	14	
合计	200	152	9		29	10

### (二) 专业教学进程安排表 (见附件)

### (三) 学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1976	39.71%	不低于 1/3
2	专业课程	2340	47.03%	/
3	集中实践教学环节	660	13.26%	/
总学时		4976	/	/
其中：任选课程		638	12.82%	不低于 10%
其中：实践性教学		2505	50.34%	不低于 50%

说明：实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

## 九、教学基本条件

### （一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

#### 1. 队伍结构

市场营销专业专任教师 9 人，目前在校学生 137 人，生师比约 15: 1，“双师型”教师 7 人，占比 78%；高级职称 4 人，占比 44%，学校通过整合校内外优质人才资源，组建校企合作、专兼结合的教师团队，本专业教师队伍职称、年龄等梯队结构合理，定期开展教研活动，并在江苏省朱益湘眼镜营销名师工作室的引领下，不定期参加省内各校间开展的公开课等教研活动，培养青年教师成长，带动骨干教师提升与发展。

#### 2. 专任教师

专任教师具有教师资格证、营销师、电子商务师技能证书；思想上有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、工商管理等相关专业本科及以上学历；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计有 6 个月的企业实践经历。

#### 3. 专业带头人

专业带头人朱益湘教师，教育硕士，高级讲师，高级市场营销师，江苏省“教学名师”，江苏省职业教育眼镜营销“双师型”名师工作室领衔人、江苏省中等职业学校学生学业水平考试营销与商务类研究组副组长、江苏省财经商贸职业教育行业指导委员会委员、镇江市学科带头人、第四届镇江市商贸学科中心组组长。具有本专业较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发、零售及商务服务行业专业发展，保持与行业企业常态化联系，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在市场营销专业改革发展中起引领作用。

#### 4. 兼职教师

本专业外聘教师3人，其中1人为企业的高级培训师，在本专业领域享有较高声誉、丰富实践经验的行业企业技术专家；平常能参加学校组织的教学方法培训，能承担专业课程教学、实习实训指导工作；能承担专业课程教学、实习实训指导工作。建有专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

## （二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

### 1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展市场营销、市场调查与预测、电子商务、客户服务管理、销售管理、营销策划等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。鼓励开发虚拟仿真实训项目，建设虚拟仿真实训基地。

表：校内实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置
1	市场营销综合实训室	用于市场调查与预测、销售管理、营销策划、现代广告策划等的实验教学	配备电脑、网络、多媒体设备、专业教学资源库设备、市场营销相关单项或综合实训软件及设备设施
2	电子商务实训室	用于电子商务基础、网店运营推广等的实验教学	配备电脑、网络、多媒体设备、专业教学资源库设备、电子商务相关实训软件、1+X 网店运营与推广考证软件及直播平台设备设施
3	客户服务实训室	用于客户服务管理规划、客服人员管理、客户信息管理、客户满意度与忠诚度管理、大客户管理、客户关系建立与维护、呼叫中心管理等的实验教学	配备电脑、网络、多媒体设备、专业教学资源库设备、智能客户服务相关实训软件及设备设施
5	数字营销实训室	用于数字营销、新媒体营	配备电脑、网络、多媒体设备、专

		销、消费者行为分析等的实验教学	业教学资源库设备、1+X 数字营销技术与应用、新媒体营销考证软件、数字媒体相关实训软件及设备设施
6	商务数据分析实训室	用于电子商务交易数据分析、电子商务运营管理、数据分析决策等项目训练，提高学生电子商务的操作技能和管理能力	配备服务器、多媒体教学设备、专业教学资源库设备，商务数据分析教学软件等

### 3. 实习场所

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地提供市场调研、市场策划、市场推广、销售业务、客户服务管理等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表：校外实训场所基本情况

序号	企业名称	性质	联系人	主要岗位
1	江苏万新光学有限公司	民营	董光平	眼镜销售与客服服务
2	江苏汇鼎光学眼镜有限公司	民营	杨姝颖	眼镜销售与客服服务
3	海昌隐形眼镜有限公司	民营	许月兰	眼镜销售与客服服务
4	丹阳丹耀光学股份有限公司	民营	祁云	统计、销售跟单、客服
5	束金宇眼镜	民营	束金宇	门店销售与服务
6	丹阳水中仙酒店集团	民营	郇永强	短视频拍摄与剪辑、公众号运营
7	丹阳金陵饭店	民营	汤仙花	服务员、策划与运营

### （三）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、图书及数字化资源等。

### 1. 教材选用

健全教材选用制度，本专业在教学实施中优先选用选择国家规划教材，学院院本教材，优先选用校企合作编写和开发的，符合生产实际和行业最新趋势，能够反映本专业最新知识以及新工艺、新规范和新标准的高质量教材。

### 2. 图书文献配备

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。专业类图书文献主要包括经管类、教育类、艺术类、历史类等学科基础书籍，商业、贸易及管理类专业领域的优秀期刊，营销行业相关的技术、方法、操作规范和实务案例类专业书籍和文献等。每年新购进最新的关于直播电商、网络营销、新媒体运营、电子商务、数字营销等相关的新出版图书及文献。

### 3. 数字教学资源配置

针对教学的需要和难点，加快建设、配备与市场营销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；结合课程建立网络教学资源，丰富课堂教学形式与资源，动态更新、满足教学，服务于学生，丰富学生实践与实训内容。

## 十、质量保障

1. 依据学校《专业设置管理实施办法》、《人才培养方案管理办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据学校《课程管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，与企业合作开发课程、共建课程资源。

3. 依据学校《教育教学质量监控的规定》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学日常管理规定》、《专业实践教学管理规定》，结合学校“教学五认真”要求，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，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，保持优良的教育教学秩序。

5. 依据学校《校本教研制度》，规范教研活动，积极组织、参加专指委的



各类专业建设和教学研究活动，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

6. 依据学校《学生综合素质评价实施方案》、《学生综合素质评价量化指标评分细则》等制度，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价，引导学生积极主动发展，促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

7. 依据《毕业论文质量标准》、《毕业论文评分标准》，规范毕业论文工作，确保毕业论文质量。

8. 依据学校《毕业生就业跟踪调查制度》，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。

## 十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。
2. 完成本方案所制定的各教学环节活动，各门课程及毕业论文成绩考核合格。
3. 学生具备普通高校计算机一级同等水平及以上（非计算机专业）的通用能力；
4. 取得本方案所规定的电子商务师证书或相对应的基本学分。
5. 修满本方案所规定的 269 学分。

## 十二、其他事项

### （一）编制依据

1. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）；
2. 《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）；
3. 《高等职业教育专科市场营销专业简介》；
4. 《高等职业教育专科市场营销专业教学标准》；

5. 《关于深入推进五年制高职人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32号）。

6. 《江苏省联合职业技术学院五年制高等职业教育市场营销专业指导性人才培养方案（2023版）》。

## （二）执行说明

1. 规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学年教学时间40周，军训在入学后2-3周开设。

2. 理论教学和实践教学按16~18学时计1学分（小数点后数字四舍五入）。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周计30学时、1个学分。学生取得职业类证书或在各级各类比赛获奖可参照《学校奖励性学分管理规定》折算一定学分。

3. 思想政治理论课程和历史课程，因集中实践周导致学时不足的部分，利用自习课补足。

4. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。在校外建立了丹阳市眼镜博物馆等校外德育实践基地，定期组织学生开展志愿者服务、假期实践活动等社会服务，提升学生社会责任感、担当精神等综合素养。

5. 将劳动教育、创新创业教育等融入专业课程教学和有关实践教学环节中，在劳动实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于30学时。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育。在校外设立“丹阳市高新区茶园与农桑园”劳动实践基地，每学期定期组织学生开展劳动实践。

6. 技能实训课程根据相关专业课程在同一学期开设。“市场营销实训”与“市场调查与预测实训”“电子商务实训”“客户服务管理实训”，与丹阳地区眼镜商城线下门店营销与线上电子商务、眼镜营销实务等课程匹配。

7. 丹阳有世界最大的眼镜镜片生产、销售基地，医疗、酒店等行业的对营销服务岗位需求量较大，结合本校专业优势，开设专业平台课程10门（经济学基础、市场营销、商品学基础、会计基础、国际贸易基础、统计学基础、企业经营管理、电子商务基础）。专业核心课程8门（消费者行为分析、市场调查与预测、现代广告策划、销售管理、商务数据分析与应用、客户服务管理、

营销策划、数字营销。技能实训课程增加考证课程。具体按“附件：五年制高等职业教育市场营销专业教学进程安排表（2023级）”进行。

8. 落实“1+X”证书制度，将实践性教学安排与职业类证书考核有机结合，使学生具备体现修读五年制高等职业教育市场营销专业核心能力的职业类证书所需要的知识和技能。在课程教学中提升学生普通话、英语、计算机等通用能力。

9. 依据学校《五年制高职毕业论文管理办法》，加强毕业论文全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德。

10. 加强岗位实习管理，由学校与企业根据生产岗位工作要求共同制订岗位实习教学计划，教学活动主要由企业组织实施，学校参与管理和评价。

### （三）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	刘振华	常州旅游商贸高等职业技术学校	正高/教务主任	高校专家
2	程玉慧	丹阳市教师发展中心	研训室副主任	审核人
3	周建平	江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点	高级讲师/副校长	审核人
4	朱益湘	江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点	高级讲师/教务处主任	负责人
5	朱惠玲	江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点	高级讲师/专业教师	执笔人
6	朱群跃	江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点	高级讲师/部主任	成员
7	龚晓芬	江苏联合职业技术学院丹阳中专办学点	讲师/专业教师	成员
8	张军伟	江苏君策企业管理咨询有限公司	总经理	企业专家
9	李洁琪	江苏省汇鼎光学有限公司	培训部经理	行业专家

# 附件 1：教学进程安排表

类别	属性	序号	课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式	
				学时	实践教学学时	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查
							17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	17+1周	16+2周	18周		
公共基础课程	思想政治课	1	中国特色社会主义	36	0	2	2											√
		2	心理健康与职业生涯	36	0	2		2										√
		3	哲学与人生	36	0	2			2									√
		4	职业道德与法治	36	0	2			2									√
		5	思想道德与法治	51	0	3				3								√
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2						2						√
		7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3							3					√
		8	形势与政策	24	0	1					总8	总8	总8					√
	必修课程	9	语文	306	60	18	4	4	4	2	2	2						√
		10	数学	272	60	16	4	4	2	2	2	2						√
		11	英语	272	60	16	4	4	2	2	2	2						√
		12	信息技术	136	68	8	2	2	2	2								√
		13	体育与健康	306	284	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2			√
		14	艺术（音乐）	18	6	1	1											√
		15	艺术（美术）	18	6	1		1										√
		16	历史	72	36	4	2	2										√
		17	地理	68	12	4	2	2										√
		18	中华优秀传统文化	34	17	2							2					√
	任选课程	19	（见任选课程开设安排表）	170	68	10					2	2	2	4				√
公共基础课程小计				1976	677	115	23	23	14	12	11	10	6	9	6	0		
专业课程	专业平台课程	必修课程	1	商务礼仪	68	30	4	4										√
			2	经济学基础	68	30	4		4									√
			3	市场营销	68	30	4			4								√
			4	商品学基础	68	30	4			4								√
			5	会计基础	68	30	4				4							√
			6	国际贸易基础	68	30	4				4							√
			7	统计学基础	68	30	4			4								√
			8	管理学基础	68	30	4				4							√
			9	企业经营管理	68	30	4					4						√
			10	电子商务基础	68	30	4					4						√
	专业核心课程	必修课程	11	消费者行为分析	68	30	4				4							√
			12	市场调查与预测	68	30	4			4							√	
			13	现代广告策划	68	30	4				4						√	
			14	销售管理	68	30	4					4					√	
			15	商务数据分析与应用	68	30	4						4				√	
			16	客户服务管理	68	30	4					4					√	
			17	营销策划	102	40	6						6				√	
			18	数字营销	102	40	6						6				√	
	专业拓展课程	必修课程	19	营销法律法规	68	26	4		4									√
			20	新媒体营销	68	26	4				4						√	
			21	网店运营与推广	68	26	4					4					√	
			22	短视频策划与制作	68	28	4						4				√	
			23	直播营销	68	28	4							4			√	
	任选课程	24	（见任选课程开设安排表）	468	234	28		2	2		4	6	6	8			√	
	技能实训课程	必修课程	25	市场营销实训	30	30	1			1周								√
			26	市场调查与预测实训	30	30	1				1周							√
			27	电子商务实训	30	30	1					1周						√
			28	客户服务管理实训	30	30	1						1周					√
			29	销售管理实训	30	30	1							1周				√
			30	营销策划综合实训	30	30	1								1周			√
			31	商务数据分析与应用实训	30	30	1									1周		√
			32	电子商务师职业技能等级考试项目实训	30	30	1										1周	
专业课程小计				2340	1168	132	4	6	14	16	16	16	20	16	16	0		
集中实践教学环节		1	军事理论与训练（开学前开设）	30	30	1	1周										√	
		2	专业认识与入学教育	30	30	1	1周										√	
		3	劳动实践	30	30	1		1周									√	
		4	社会实践	30	30	1		√		√			√				√	
		5	毕业论文	120	120	4										4周		√
		6	岗位实习	420	420	14											14周	√
集中实践教学环节小计				660	660	22	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	1周	2周	18周		
合计				4976	2505	269	27	29	28	28	27	26	26	25	22	18周		

附件 2：任选课程开设安排表

任选课程类别	序号	课程名称	开设学期	周课时	学分	选课方式
公共基础课程 任选课程	1	形体训练/健美操	第 6 学期	2	2	2 选 1
	2	摄影技术/微视频创作	第 7 学期	2	2	
	3	劳动教育/环保教育	第 8 学期	2	2	
	4	文学欣赏/大学英语（专转本课程）	第 9 学期	4	4	
小 计				10	10	-
专业拓展课程 任选课程	1	ERP 沙盘/创新思维与创造力开发	第 2 学期	2	2	2 选 1
	2	视觉沟通/网店装修	第 3 学期	2	2	
	3	丹阳眼镜/连锁经营与管理	第 6 学期	4	4	
	4	眼镜营销实务/社群营销技术与应用	第 7 学期	6	6	
	5	眼镜店管理/演讲与口才	第 8 学期	6	6	
	6	管理学原理（专转本课程）/快消费品营销与策划	第 9 学期	4	4	
	7	市场营销学（专转本课程）/渠道管理	第 9 学期	4	4	
小 计				28	28	-