

# 市场营销专业 人才培养方案

(2021级适用)

潍坊职业学院

二〇二三年二月

## 修订说明

本人才培养方案在《市场营销专业人才培养方案（2021级）》（2021年2月制定）的基础上进行修订。依据《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）、《中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》（教职成〔2021〕4号）、《教育部关于印发〈职业教育专业目录（2021年）〉的通知》（教职成〔2021〕2号）、教育部《职业教育专业简介（2022年修订）》《高等学校公共艺术课程指导纲要》（教体艺厅〔2022〕1号）、《教育部关于切实加强新时代高等学校美育工作的意见》（教体艺〔2019〕2号）、《山东省教育厅关于加快推进高等职业院校学分制改革的通知》（鲁教职函〔2022〕2号）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》（鲁教职发〔2018〕1号）、《潍坊职业学院学分制管理暂行办法》（潍职院教字〔2018〕19号）等有关文件精神，结合中国特色高水平学校和专业建设要求，进行了修订完善。

《潍坊职业学院人才培养方案审核意见表》和《市场营销专业人才培养方案变更审批表》见附件。

2023年2月

# 目 录

<b>一、专业名称及代码</b> .....	<b>1</b>
<b>二、入学要求</b> .....	<b>1</b>
<b>三、修业年限</b> .....	<b>1</b>
<b>四、职业面向</b> .....	<b>1</b>
<b>五、培养目标与培养规格</b> .....	<b>1</b>
(一) 培养目标 .....	1
(二) 培养规格 .....	2
<b>六、课程设置</b> .....	<b>3</b>
(一) 公共课程 .....	3
(二) 专业课程 .....	4
(三) 学时学分安排 .....	4
(四) 专业核心课程和主要教学内容 .....	5
(五) 实践性教学环节 .....	9
<b>七、教学进程总体安排</b> .....	<b>10</b>
(一) 教学进程表 .....	10
(二) 课程设置及教学计划表 .....	11
(三) 实践教学计划表 .....	16
(四) 职业技能等级证书考核要求与时间安排 .....	17
(五) 岗位实习活动安排表 .....	18
(六) 综合素质拓展课程过程性评价记录表 .....	22
<b>八、实施保障</b> .....	<b>24</b>
(一) 师资队伍 .....	24
(二) 教学设施 .....	24
(三) 教学资源 .....	25
(四) 教学方法 .....	26

(五) 教学评价 .....	26
(六) 质量管理 .....	26
<b>九、毕业要求 .....</b>	<b>26</b>
(一) 学业要求 .....	26
(二) 证书考取要求 .....	27
(三) 其他要求 .....	27
<b>十、附录 .....</b>	<b>27</b>

### 一、专业名称及代码

1. 专业名称：市场营销

2. 专业代码：530605

### 二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

### 三、修业年限

学制三年。实行弹性学制，二至五年内修满规定学分即可毕业。

### 四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	市场营销类（0614）	市场营销专业人员（2-06-07-02） 商务策划专业人员（2-06-07-03） 品牌专业人员（2-06-07-04）	营销管理 营销策划 营销渠道开发 品牌营销与推广 数字营销	数字营销技术应用职业技能等级证书 农产品电商运营职业技能等级证书 连锁特许经营管理职业技能等级证书

### 五、培养目标与培养规格

#### （一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、品牌创建与推广、市场推广、数字营销与管理、数字化客户互动、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品、服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

## （二）培养规格

### 1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导，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；

（2）遵纪守法、诚信友善、尊重生命，履行道德准则和行为规范，具有服务国家经济发展的社会责任感和参与意识；

（3）形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动光荣的观念，培养勤俭、坚韧、奋斗、奉献的劳动精神，具有满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好的劳动习惯；

（4）具有勇于进取、创意创新、乐观向上的职业素养，具有自我管理、职业生涯规划的意识，在具体营销相关工作中能够进行有效的人际沟通和协作，有较强的集体意识和团队合作精神；

（6）具有良好的心理素质和身体素质，达到国家大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；

（7）具有一定的文化素养和审美能力，形成至少一项艺术特长或者爱好；

（8）具有数字思维意识、数字安全意识和数字创新意识。

### 2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）掌握必备的英语、计算机及其应用、应用文写作、创新、创业的基本知识；

（3）掌握经济管理、相关法律法规基础知识以及绿色生产、质量管理等相关知识，熟悉市场营销行业文化；

（4）掌握市场调查的方式、方法、流程、基本抽样方法与数据分析方法、商务数据分析方法、商务数据分析报告的撰写方法；

（5）掌握营销策划、市场推广、商品销售、商务礼仪与沟通基本知识、市场营销活动的业务流程；

（6）掌握消费者行为分析的维度、消费行为特征及影响因素；

(7) 掌握农产品品牌创建、品牌传播、品牌运营与维护、品牌拓展基本理论与方法；

(8) 掌握客户信息管理内容、客户资料管理内容、优质客户服务基本要素、客户接待管理业务流程、客户异议处理方法与技巧；

(9) 掌握数字营销、数字广告方法、互动营销转化、活跃及留存、裂变，互动营销结果分析与优化知识。

### 3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习的能力，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；

(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) 具有商务礼仪策划、商务谈判组织、策划、谈判的能力；

(4) 具有计划、组织、实施市场调查，进行信息搜集的能力；

(5) 具有商务数据搜集、整理、清洗、分析，并用分析结论指导商业活动的的能力；

(6) 具有组织实施产品、服务营销策划、线上线下推广销售和促销活动的的能力；

(7) 具有制定产品品牌营销战略规划、品牌传播策划能力，能够通过营销策略改变消费者的购买行为，能够实施品牌运营与维护；

(8) 具有数字化客户的开发、挖掘客户数据能力，针对数字化客户、能够促成营销转化，促进活跃与提高留存，促成传播与裂变，能够对营销结果进行优化与分析。

## 六、课程设置

构建实施“公共课程平台+专业课程平台+素质拓展课程平台”的课程体系。“公共课程平台”课程主要培养学生的基本素质、基本知识和基本技能，包括公共必修课和公共任选课程两部分。专业课程包括专业基础课、专业核心课、专业实践课和专业选修课四部分，主要培养学生的专业素养和专业技能。素质拓展课程包括综合素质拓展必修课、专业素质拓展选修课和跨专业拓展选修课三部分，主要培养学生的营销综合职业能力、创新创业能力、岗位迁移能力等。

### (一) 公共课程

公共课程包括公共必修课和公共选修课两部分。开设入学教育、国防教育与军训（含心理健康专题）、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、形势与政策、“四史”教育、马克思主义经典著作、劳动教育、大学生职业发展与就业指导、大学生创新创业指导、大学语文、英语、体育与健康、军事理论、大学生心理健康、信息技术、悦读、高等数学、毕业教育等公共必修课，并设置职业核心素养、中华优秀传统文化、公共艺术等公共选修课。

## （二）专业课程

### 1. 专业基础课程

设置 5 门专业基础课程，包市场营销基础、管理学基础、商品学基础、数字互动营销、市场营销法律法规。

### 2. 专业核心课程

设置 7 门专业核心课程，包括市场营销沙盘、商务礼仪与沟通、农产品营销、数字广告营销、消费者行为分析、商务数据分析与应用、客户关系管理。

### 3. 专业实践课程

设置 5 门专业实践课程，包括商务沟通与礼仪专项实训、客户关系管理专项实训、市场营销综合实训、数字营销综合实训、岗位实习。

### 4. 专业拓展课程

设置 6 门专业拓展课程，包括广告实务、市场调查与预测、营销渠道管理、连锁特许经营管理、数字营销技术应用、农产品电商运营等级证书课程，学生任选修满 3 学分即可。

### 5. 专业选修课程

设置 9 门专业选修课程，分为 3 个专业选修方向，每个方向设置 3 门专业选修课程，共计 9 门专业选修课程，包括大数据财务管理基础、营销策划、公共关系学、短视频营销与直播运营、互联网文案撰写、网店运营与推广、服饰营销、药品营销、机电汽车产品营销课程，学生任选修满 3 学分即可。

## （三）学时学分安排

三年制高职每学年教学时间 40 周，总学时数为 2748 课时，课内学时一般按每周 26-28 学时计算，岗位实习一般按每周 24 学时计算。每学时不少于 45 分钟。

学分与学时换算。学分最小单位为 0.5 学分，总学分为 160 学分。其中必修课看 16 个课时为 1 学分计，选修课 16 个课时 0.5 个学分计。时间、实习实训、

军训、入学和毕业教育等集中进行的教学环节，以1周为1学分计。每一门课程和各种实践性教学环节考核成绩合格方能取得相应学分。

市场营销专业总学分为160学分,2784课时。各课程学时学分安排见表2。其中，实践学时占总学时的60.5%，选修课占总学时的10.5%。岗位实习学时一般为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。

表2 市场营销专业各课程学时学分安排

课程类型		总学时	理论学时	实践学时	学分
公共课程	公共必修课	700	460	240	45
	公共选修课	96	96	0	11
小计（占总学时29%）		796	556	240	56
专业课程	专业基础课	320	224	96	20
	专业核心课	480	240	240	30
	专业实践课	960	0	960	40
	专业选修课	96	0	96	3
小计（占总学时67.5%）		1856	464	1392	93
素质拓展课程	综合素质拓展必修课	0	0	0	2
	专业素质拓展选修课	96	64	32	3
	跨专业拓展选修课	0	0	0	6
小计（占总学时3.5%）		96	64	32	11
合计		2748	1084	1664	160

#### （四）专业核心课程和主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	市场营销沙盘	1. 通过模拟训练，掌握市场营销管理的全过程；	1. 营销市场环境分析； 2. 直销、批发市场经	1. 充分利用市场营销沙盘模拟系统，引导学生构建市场营

		2. 掌握市场营销战略管理、生产运作管理、销售管理、财务管理知识，利用市场营销沙盘系统熟练完成营销活动全过程。	营； 3. 生产经营管理； 4. 零售市场经营管理； 5. 财务管理； 6. 营销策略分析。	销工作思维体系； 2. 培养学生围绕市场营销工作进行全流程策划、分析、运营、管理、评估的能力。
2	商务礼仪与沟通	1. 通过课程学习，让学生理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识进行商务活动，提高生活中的礼仪素养； 2. 掌握商务沟通技巧，了解商务谈判的内容、程序、规则、各阶段的策略。	1. 商务活动中的个人礼仪修养、社交礼仪、商务礼仪、职场礼仪、国际礼仪； 2. 商务沟通与合作、沟通中的倾听与交谈技巧； 3. 商务谈判队伍组建、方案制定、谈判。	1. 充分利用多种形式的教学方法，活跃课堂，引导学生树立礼仪观念，掌握礼仪规范； 2. 培养学生围绕市场营销工作进行商务礼仪策划、商务谈判组织、策划、谈判的能力。
3	消费者行为分析	1. 通过学习掌握消费者心理、行为特征及影响因素，为制定合适的营销战略提供依据； 2. 掌握制定营销战略的方法，改变消费者的购买行为，提高消费者的购买品类，为企业	1. 消费者行为学的基本概念； 2. 消费购买决策过程、资源、需要、购买动机、心理活动、态度、学习与记忆对消费者行为的影响。	1. 充分利用案例、角色扮演、心理测试等多种教学方法，提高学生课堂参与感，培养观察和研究消费者的习惯； 2. 培养学生能够利用消费者行为分析，制定营销战略的能力。

		创造顾客和利润。		
4	农产品营销	<p>1. 通过学习，掌握农产品选品方法，能够根据实际选取适合商业营销的农产品；</p> <p>2. 掌握农产品品牌创建工作内容，能够对选取农产品进行品牌创建；</p> <p>3. 掌握农产品推销策略与方法，能够实施农产品运营销售；</p> <p>4. 能够对农产品销售管控与评估；</p> <p>5. 具备完成农产品从选品到策划到最终实现产品营销的能力。</p>	<p>1. 农产品市场分析方法；</p> <p>2. 农产品选品方法；</p> <p>3. 农产品消费圈层分析；</p> <p>4. 农产品品牌创建；</p> <p>5. 农产品推广与销售；</p> <p>6. 农产品营销管理与控制；</p> <p>7. 农产品销售效果评估；</p> <p>8. 农产品品牌资产管理。</p>	<p>1. 对接产教融合企业需求，获取企业真实产品，创设真实任务情境；</p> <p>2. 培养学生农产品选品、分析、定位、品牌创建、销售运营、效果评估、品牌资产维护的全流程策划、实施、管理能力；</p> <p>3. 围绕本土特色文化、企业文化，引导学生将个人职业发展与地域经济发展相融合，培养关注三农发展、爱家乡、爱祖国，热衷于建设家乡经济的热情与动力。</p>
5	商务数据分析与应用	<p>1. 能够围绕企业战略目标，从商品、课后、供应链、竞争对手、营销推广等维度进行商务数据分析；</p> <p>2. 能够根据商务数据分析结果，围</p>	<p>1. 商务数据分析基本理论；</p> <p>2. 商务数据采集原则、方法、步骤；</p> <p>3. 商务数据分类及处理统计的常用方法；</p> <p>4. 商务数据监控与</p>	<p>1. 建立企业经营数据库、行业数据库，创设商务数据分析情境；</p> <p>2. 培养学生数据思维意识，能够有意识对数据进行搜集、分类、统计与分析；</p>

		<p>绕企业经营状况和未来经营计划，撰写商务数据分析报告；</p> <p>3. 能够根据商务数据分析报告进行报告陈述。</p>	<p>报表制作。</p>	<p>3. 培养学生数字化素养，能够对采集的数据进行分类、清洗、分析，形成数据报告；</p> <p>4. 能够清晰陈述数据报告。</p>
6	客户关系管理	<p>1. 掌握客户信息分类管理、客户信用管理、客户服务质量管理、客户接待管理基本知识；</p> <p>2. 能够合理接待客户，处理客户异议问题，提高客户满意度；</p> <p>3. 能够分析客户数据，挖掘客户需求，实现客户价值最大化。</p>	<p>1. 客户信息管理、客户信用管理、客户服务质量管理；</p> <p>2. 客户接待、客户异议处理、客户满意度管理；</p> <p>3. 客户数据分析、客户需求挖掘；</p> <p>4. 客户关系管理实施与测评。</p>	<p>1. 以产教融合企业真实项目为课程实践任务载体，创设真实情境；</p> <p>2. 培养学生客户管理、服务能力、挖掘客户需求实现客户价值最大化；</p> <p>3. 围绕中国传统文化、本土特色文化、企业文化，培养学生爱岗敬业、精益求精的职业精神。</p>
7	数字广告营销	<p>1. 能够根据企业数字化营销需求，进行数字化营销分析；</p> <p>2. 能够根据数字化营销需求提炼关键词、网络传播信息优化、品牌营销推广、竞价营销分</p>	<p>1. 关键词挖掘、关键词词库清洗与筛选；</p> <p>2. 网页信息分析与优化；</p> <p>3. 网站流量分析；</p> <p>4. 制定推广创意策略；</p> <p>5. 品牌推广策略；</p> <p>6. 搜索竞价推广、效</p>	<p>1. 围绕数字营销模拟平台，创设营销情境任务，分模块进行教学；</p> <p>2. 培养学生数字素养，具备关键词分析、品牌卖点提炼、流量数据分析的敏感度和分析能力；</p>

		析与实施。	果分析与优化； 7. 搜索引擎推广数据分析。	3. 培养学生精益求精、不断追求卓越的营销精神。
--	--	-------	---------------------------	--------------------------

### （五）实践性教学环节

实践性教学环节主要包括理实一体化、课程实训、专项实践、综合实践、岗位实习、社会实践等。专业专题实践包括商务礼仪与沟通专项实训、客户关系管理专项实训，综合实践包括市场营销综合实训、数字营销综合实训。实训主要通过校内模拟、校外企业实践等方式实行。

实践性教学环节是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学，严格执行《职业院校学生实习管理规定》和《高等职业院校市场营销专业岗位实习标准》。

## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学进程表

学期	教学周	第一学年		第二学年		第三学年	
		内容	时间	内容	时间	内容	时间
上 学 期	1	入学教育	0.5 周	课程教学	18 周	商务礼仪与沟通专项实训	5 周
	2	国防教育与军训	2 周				
	3						
	4						
	5	课程教学	15.5 周			客户关系管理专项实训	5 周
	6						
	7						
	8						
	9						
	10					数字营销综合实训	5 周
	11						
	12						
	13					市场营销综合实训	5 周
	14						
	15						
	16						
	17						
	18	期末考试	2 周			期末考试	2 周
	19						
	20						
下 学 期	1	课程教学	18 周	课程教学	18 周	岗位实习	20 周
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						
	9						
	10						
	11						
	12						
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19	期末考试	2 周	期末考试	2 周			
20							

(二) 课程设置及教学计划表

平台课程	课程性质	课程名称	学分	学时	课堂教学学时		各学期课内周学时						考核方式	
					理论	实践	一	二	三	四	五	六		
公共必修课	公共必修课	入学教育	0.5	0.5w			√							
		国防教育与军训 (含心理健康专题)	2	2w			√							
		思想道德与法治	3	48	36	12	2	1						★
		毛泽东思想和中国特色社会主义 理论体系概论	4	64	48	16	2	2						★
		形势与政策	1	32	24	8	讲座	讲座	讲座	讲座				★
		“四史”教育	1	16	12	4		1						
		马克思主义经典著作	1	16	12	4		1						
		劳动教育	1	16	16	0	1							
		大学生职业发展与就业指导	1	16	10	6				1				
		大学生创新创业指导	2	32	16	16			2					
		大学语文	2	32	22	10		2						★
		英语	8	128	80	48	4	4						★
		体育与健康	6	108	12	96	2	2	2					
		军事理论	2	32	32	0	2							
		大学生心理健康	1	16	16	0			1					
		信息技术	1	16	8	8			1					
		悦读	2	32	20	12	2							

平台课程	课程性质	课程名称	学分	学时	课堂教学学时		各学期课内周学时						考核方式
					理论	实践	一	二	三	四	五	六	
					经济数学	6	96	96	0	2	2	2	
毕业教育	0.5	0.5w									√		
公共选修课	职业核心素养	1	32	32	0			√					
	中华优秀传统文化	1	32	32	0		√						
	公共艺术	1	32	32	0	√							
	公共任意选修课：第一至第四学期期间修满 8 学分，建议第一学期选 2 学分，二学期选修 2 学分，第三学期选 2 学分，第四学期选修 2 学分												
小计（占总课时比例 29%）			<b>56</b>	<b>796</b>	<b>556</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>1</b>			
专业课程	专业基础课	市场营销基础	4	64	48	16	4						
		管理学基础	4	64	48	16	4						
		商品学基础	4	64	48	16		4					★
		数字互动营销	4	64	32	32			4				★
		市场营销法律法规	4	64	48	16			4				★
	专业核心课	市场营销沙盘	6	96	0	96		6					
		消费者行为分析	4	64	48	16			4				★
		商务礼仪与沟通	4	64	48	16				4			★
		客户关系管理	4	64	48	16				4			★
		商务数据分析与应用	4	64	32	32				4			★
		农产品营销	4	64	32	32				4			★

平台课程	课程性质	课程名称	学分	学时	课堂教学学时		各学期课内周学时						考核方式
					理论	实践	一	二	三	四	五	六	
		数字广告营销	4	64	32	32				4			★
	专业实践课	商务礼仪与沟通专项实训	5	120	0	120					5W		
		客户关系管理专项实训	5	120	0	120					5W		
		数字营销综合实训	5	120	0	120					5W		
		市场营销综合实训	5	120	0	120					5W		
		岗位实习	20	480	0	480						20w	
		专业选修课(修满3学分)	营销策划	1	32	16	16			2			
		大数据财务管理基础	1	32	16	16			2				
		公共关系学	1	32	16	16			2				
		短视频营销与直播运营	1	32	0	32				2			
		互联网文案撰写	1	32	0	32			2				
		网店运营与推广	1	32	0	32			2				
		服饰营销	1	32	16	16			2				
		药品营销	1	32	16	16			2				
		机电汽车产品营销	1	32	16	16			2				
		<b>小计(占总课时比例 67.5%)</b>	<b>93</b>	<b>1856</b>	<b>464</b>	<b>1392</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>22</b>			
拓展课程	综合素质拓展必修课	社团活动、人文素质讲座、社会实践、体育实践、艺术实践、大学生创业特训营、劳动教育实践等	修满2学分				√	√	√	√	√	√	⊕

平台课程	课程性质	课程名称	学分	学时	课堂教学学时		各学期课内周学时						考核方式	
					理论	实践	一	二	三	四	五	六		
专业素质拓展选修课 (修满3学分)		广告实务	2	64	32	32	4							
		市场调查与预测	2	64	48	16	4							
		营销渠道管理	1	32	16	16			2					
		数字营销营销技术应用	1	32	16	16						√		
		连锁特许经营管理	1	32	16	16						√		
		农产品电商运营	1	32	16	16						√		
跨专业拓展选修课		园林植物保护、外贸基础-函电与单证、食用菌生产技术、计算机网络技术、化工安全技术、饮食营养与健康、学前儿童语言教育、电梯安全使用与管理、供应链管理等	修满6学分				√	√	√					⊕
小计(占总课时比例3.5%)			11	96	64	32	4	0	2	0				
总计			160	2748	1084	1664	29	25	26	23	20w	20w		

说明:

1. ★表示考试, 其余为考查; ⊕表示课程实践在课外进行; w表示集中实践教学周; 计学时的课程用数字表示各学期课内周学时数, 不计学时的课程用√表示各学期课内周学时上课学期;
2. 体育与健康学时分为课堂教学96学时和步道乐跑12学时, 共计108学时;
3. 国防教育与军训、入学教育、毕业教育、综合素质拓展必修课、跨专业拓展选修课程只计学分, 不计学时;
4. 信息技术和大学生心理健康实行单双周排课, 共用教学周内2课时;
5. 以慕课形式开放的公共限定选修课职业素养、中华优秀传统文化、公共艺术采用网上选课、网上考核的形式;

- 6.公共任意选修课采用网上选课、网上考核的形式，只计学分，不计学时，学生至少必须选择 1 学分的公共艺术课程；
- 7.劳动教育实践为 16 学时，结合专业实际在课外活动实施。

(三) 实践教学计划表

序号	实践教学项目	学期	周数/学时	主要内容、目标要求	教学地点
1	商务沟通与礼仪专项实训	5	5周	校内外实训基地进行实习，做好实习单位的工作要求，能够胜任自己的本职工作。要求学生能够通过工作实习，强化实践能力，锻炼沟通能力、口头表达能力、具备基本商务礼仪等能力。	校内外实训基地
2	客户关系管理专项实训	5	5周	校内外实训基地进行实习，做好实习单位的工作要求，能够胜任自己的本职工作。要求学生能够通过工作实训，强化客户信息管理、客户资料管理、客户信用管理、客户关系沟通与维护、客户接待、客户异议处理、提升客户满意度与忠诚度，能够分析客户数据，挖掘客户需求，实现客户价值最大化等客户关系专项综合能力。	校内外实训基地
3	数字营销综合实训	5	5周	校内外实训基地进行工作实习，在不同的岗位上体验各种数字营销方面的工作。要求进一步巩固在课堂中学到的知识。	校内外实训基地
4	市场营销综合实训	5	5周	校内外实训基地进行市场营销综合训练，进入企业，在	校内外实训基地

				实际的市场营销岗位上工作。 要求学生能够熟悉市场营销专业技能，了解市场营销相关工作的种类和专业现状，能够提前了解相关工作的特点和要求，使学生在离校实习时能够更快的适应。	
5	岗位实习	6	20周	学生利用最后一学期的时间离校到实习单位进行实习，将在学校学到的知识充分的利用到工作中。 要求能够通过企业实习，进一步强化学生自身的实践能力，锻炼动手操作能力，并能够积累工作经验；学生能够制定自己的职业规划，确定未来的发展方向；并且能够顺利通过企业和学校的实习考核。	校外实训基地
合计			40周		

说明：1.实践教学项目要将本专业的技能项目一一列出，明确项目名称、目标要求，合理安排教学时间，形成实践教学体系；

2.项目要与职业标准对接、与岗位要求对接、与考证对接。

#### （四）职业技能等级证书考核要求与时间安排

证书名称	等级	考核时间	对应专业核心课程	说明
1+X 数字营销技术应用	中级	第 2.3 学期	数字广告营销 营销渠道管理	选考

职业技能等级证书			广告策划	
1+X 农产品电商运营 职业技能等级证书	中级	第 2.3 学期	市场营销沙盘 数字广告营销 广告实务 营销策划 农产品营销	选考
1+X 连锁特许经营管理 职业技能等级证书	中级	第 3.4 学期	市场营销沙盘 营销渠道管理 商务数据分析与应用 营销策划	选考

说明：等级：初级、中级、高级；

(五) 岗位实习活动安排表

实习学期：第 6 学期

实习目标	通过岗位实习活动，让学生能够学习和了解到市场营销相关工作不同的岗位类别和岗位特点，以及员工在不同岗位工作的基本模式，使学生能够熟悉一般的业务手段和方法；能够提前了解市场发展现状，并应用校内所学的理论知识，提出改进建议；能够在真实的工作环境下，认识自我、磨砺意志、锻炼心态，在离校前能够有机会和时间考虑就业方向，方便在离校后进行工作的选择。				
实习安排	实习项目	学期	周数 (学时)	实习内容	实习单位
	营销环境分析	6	4 (24)	了解企业的现状，企业在宏微观环境中具有的优势和劣势，以及企业的发展前景。	
	市场调研	6	4 (24)	针对企业产品的营销	

				现状，提出问题，进行调研并分析，研究不同消费人群对企业产品的购买意图，并作出总结。
	营销策划	6	4 (24)	利用市场调研得到的数据和结论，结合企业的市场环境，制定针对产品的某一目标顾客的营销策划方案。
	销售管理	6	4 (24)	在进行产品销售过程中，针对目标市场和目标顾客，利用所学的营销知识，确定合适的销售渠道，并制定配套的营销渠道方案。
	数字营销	6	4 (24)	面向社群营销、新媒体营销、APP推广、APP活动运营、小程序推广、小程序活动运营、用户运营等岗位(群)，完成社群营销、粉丝营销、口碑营销、APP推广、APP广告、APP客户营销、小程序推广、小程序广告、小程序客户营销等任务，培养移动营销能力。 培养学生的搜索、推荐

				<p>引擎营销能力，对搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销的技能进行强化、补充和拓展。</p>	
<p>教师要求</p>	<p>校外指导教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 应具有 3-5 年的工作经验，具有强烈的责任心，应关心学生的思想、学习、生活、工作和安全，加强对学生法制教育、行为规范教育和劳动纪律教育和生产安全教育，培养学生实际工作能力和社会责任意识；</li> <li>2. 针对学生在岗位实习中遇到的各种问题，应通过开展多种形式的活动，减轻学生的工作压力，使学生有一个快乐的工作环境；</li> <li>3. 应在学生实习结束后，对学生的实习情况进行客观的评价，并对其表现进行评分，反馈给学生所在学院。</li> </ol> <p>校内指导教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 应对学生在习讯云中填写的健康日报每天进行检查，如果有体温异常学生，应及时上报；</li> <li>2. 应对学生在习讯云中提交的周报应及时批阅，提出指导意见并进行评分；</li> <li>3. 应具有强烈的责任心，加强对学生实习期间的安全教育和纪律教育，督促学生要按时完成领导布置的任务；</li> <li>4. 应加强与学生、实习单位及学生家长的联系与沟通，协调解决学生在工作、生活中遇到的困难和要求。</li> </ol>				
<p>学生要求</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生与岗位实习单位必需签定《学生岗位实习协议书》；</li> <li>2. 岗位实习期间，能够遵守岗位实习单位的规章制度，服从安排，不得迟到、早退、旷工，应认真学习，尊敬师傅，团结同事，工作敬业，并且要能够得到岗位实习单位对工作成绩的肯定；</li> <li>3. 岗位实习期间，应按照学校要求使用“习讯云”，每天及时准确的提交健康日报并签到，同时，每周应按时提交周报；</li> </ol>				

	<p>4. 学生负有保守实习单位的商业秘密和与知识产权相关的保密事项的义务，在未取得实习单位书面同意之前，不得泄露实习单位的保密信息；</p> <p>5. 学生在岗位实习期间应与岗位实习单位的指导教师和学校内的指导教师加强联系；</p> <p>6. 学生在实习结束后，需在习讯云中提交实习总结；</p> <p>7. 在岗位实习期间能够实施并完成本岗位的各项工作内容。</p>
<p>实习 考核</p>	<p>1. 学生在实习结束后，由实习单位的校外指导老师，对学生在单位的工作情况进行评分；</p> <p>2. 学生在习讯云中的签到次数、提交周报的次数及校内指导教师进行的评分；</p> <p>3. 校内指导老师对学生在习讯云中提交的实习总结进行评分；</p> <p>4. 学生独立完成《毕业实习报告》并到校答辩，由校内指导教师进行评分；</p> <p>5. 学生按时到校答辩，由学院老师进行评分。</p>

(六) 综合素质拓展课程过程性评价记录表

二级学院: \_\_\_\_\_

专业: \_\_\_\_\_ 班级: \_\_\_\_\_

第 1-4 学期

序号	姓名	学号	综合素质拓展课程包过程性记录																		总评				
			社团活动				人文素质讲座				劳动讲座				体育实践				艺术实践				大学生创业特训营		
1																									
2																									
3																									
4																									
5																									
6																									
...																									
...																									

注：1.综合素质拓展课程为学生第一至第五学期过程性记录；

2.社团活动、人文素养讲座、劳动讲座、体育实践和艺术实践每参加两次即可获得 0.5 学分，大学生创业特训营为 2 学分；

3.此类课程学生需修满 2 学分；

4.学生修满 2 学分的，按照学生综合表现确定总评成绩；未满 2 学分的该课程总评成绩不得高于 59 学分；

5.此类课程由班主任在第五学期负责记录并录入成绩。



## 八、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

专任教师数量结构能够适应本专业教学和发展需要，生师比不高于 18:1，硕士、博士学位教师占专任教师比例不低于 80%，双师型教师比例不低于 90%。专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

#### 2. 专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外营销相关行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

#### 3. 专任教师

具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销等相关专业硕士及以上学历；具有扎实的市场营销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；每五年累计不少于 6 个月的教育实践经历。

#### 4. 兼职教师

主要从行业企业聘任，具备良好的思想政治素质和职业道德，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有营销行业相关专业技术资格，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

### （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、实训室和实习基地。

#### 1. 基本教学设施

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

#### 2. 实训（实验）教学设施

校内实训教学设施需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、耳麦、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及市场营销相关实训。

### 3. 校外实习基地条件

应具有稳定的校外实习基地。能提供市场营销、客户关系管理、数字营销、商务礼仪等相关实习岗位，能涵盖当前大数据营销服务产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

### 4. 信息化教学设施

应具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等资源的信息化条件。鼓励教师进行开发，并吸引教师利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

## （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

依据国家教材委员会《全国大中小学教材建设规划（2019-2022）》和《教育部关于印发〈中小学教材管理办法〉〈职业院校教材管理办法〉〈普通高等学校教材管理办法〉的通知》要求，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，以适应职业教育高质量发展需要，禁止不合格的教材进入课堂。

### 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，生均图书不少于 80 册，并配备市场营销方面的专业书籍与教科研期刊，方便师生查询、借阅。

### 3. 数字教学资源配置

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、数字教材等数字资源，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**

倡导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，对学生采用因材施教、按需施教的教学方法，鼓励创新教学方法和策略，建议采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

#### **（五）教学评价**

对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，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，如观察、口试、笔试、岗位操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

#### **（六）质量管理**

1. 学校和二级学院应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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、毕业设计以及专业调研、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。

2. 应完善教学管理机制，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。

3. 学校应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。

4. 应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，进行诊断与改进，持续提高人才培养质量。

### **九、毕业要求**

#### **（一）学业要求**

本专业学生应在规定年限内修满专业人才培养方案所规定的 160 学分,达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

### **(二) 证书考取要求**

鼓励学生在获得学历证书的同时,积极取得数字营销技术应用、农产品电商运营、连锁特许经营管理与本专业相关的职业技能等级证书,鼓励考取普通话证书。

### **(三) 其他要求**

思想方面,积极向上,有良好的思想品德,热爱祖国,拥护党的基本路线;身体与心理素质方面,要有良好的心理素质和身体素质,达到国家大学生体质测试合格标准;人文素养方面,具有一定的文化素养和审美能力,鼓励至少拥有一项艺术特长或者爱好;职业素养方面,守法自律、爱岗敬业,具有正确的世界观、人生观、价值观。

## **十、附录**

1. 市场营销专业人才培养方案变更审批表
2. 潍坊职业学院人才培养方案审核意见表

附件 1

潍坊职业学院人才培养方案审核意见表

专业名称	市场营销	专业代码	530605
所属部门	经营管理学院		
专业建设指导委员会审核意见	<p>市场营销专业建设指导委员会全体成员听取了专业负责人对本年度人才培养方案修订情况汇报，该专业对《数字广告营销》、《农产品营销》等课程及实践教学等教学安排进行了调整和完善。经论证，所修订人才培养方案适应企业对该专业高技能人才培养的要求，切实可行。</p> <p style="text-align: right;">负责人（签字）： 年 月 日</p>		
教务处审核意见			
党委会审核意见			

附件 2

市场营销专业人才培养方案变更审批表

变 更 理 由	<p>依据教育部《职业教育专业简介(2022年修订)》《高等学校公共艺术课程指导纲要》(教体艺厅〔2022〕1号)、《教育部关于切实加强新时代高等学校美育工作的意见》(教体艺〔2019〕2号)、《山东省教育厅关于加快推进高等职业院校学分制改革的通知》(鲁教职函〔2022〕2号)有关要求,对接市场营销专业需求,申请对2021级市场营销专业人才培养方案进行修订完善。</p>
变 更 内 容	<p>1. 跟岗实习和顶岗实习合并为岗位实习,共20周20学分,开设于第六学期; 2. 跟进行业趋势发展开设数字广告营销课程,4学分,开设于第四学期; 3. 融合地域经济发展需求,以品牌建设为核心开设农产品营销课程,4学分,开设于第四学期。</p>
二级学院意见:	教务处审批意见: