



石家庄城市经济职业学院

SHIJIAZHUANG VOCATIONAL COLLEGE OF CITY ECONOMY

市场营销专业

(专业代码 530605)

人才培养方案

(2023 年修订)

经贸与管理学院制

2023 年 6 月 12 日

目 录

| | |
|----------------|----|
| 一、专业名称及代码..... | 1 |
| 二、入学要求..... | 1 |
| 三、修业年限..... | 1 |
| 四、职业面向..... | 1 |
| 五、培养目标..... | 1 |
| 六、培养规格..... | 1 |
| 七、课程设置..... | 2 |
| 八、教学安排..... | 8 |
| 九、保障措施..... | 12 |
| 十、毕业要求..... | 15 |

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

（一）专业名称

市场营销

（二）专业代码

530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限为3年，最长修业年限7年。

四、职业面向

表一 毕业生就业范围、行业及职业资格证书一览表

| 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 技能等级证书举例 |
|----------------|-----------------|--------------------|--------------------------|-----------------------------------------|----------------------|
| 财经商贸大类 (53) | 工商管理类 (5306) | 批发业、零售业 (51、52) | 营销员(4-01-02-01) | 销售代表； | 营销师资格证 (劳动和社会保障部) |
| | | | 商品营业员(4-01-02-03) | 销售经理； 区域销售经理； 卖场经理； | 营销员 (劳动和社会保障部) |
| | | | 摊商(4-02-02-05) | 小微商业企业创业者； 市场主管； 市场经理； 市场调研专员。 | 高级营销师 (劳动和社会保障部) |
| | | | 市场营销专业人员 (2-06-07-02) | | |

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应京津冀区域经济发展需要，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握专业知识和技术技能，掌握市场营销的专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动策划、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质

1. 坚定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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

2. 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

3. 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

4. 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

5. 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 能够对客群和竞争者进行分析；

4. 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；

5. 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

6. 能够组织实施推销和商业谈判；

7. 能够对客户关系和销售进行日常管理；

8. 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

鼓励学生在校期间至少取得一个职业资格证书，职业资格证书可以是“教育部 1+X 证书”，也可以是社会和行业认可度高的职业技能等级证书。

七、课程设置

（一）公共基础课

公共基础课主要包括：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、劳动教育、大学英语、经济数学、计算机文化基础、大数据、体育、军事理论、创新创业基础、大学生心理健康、职业发展与就业指导等。

课程名称：思想道德与法治

课程目标:教育学生形成崇高的理想信念，弘扬民族精神和时代精神，确立正确的人生观和价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，进一步提高明辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，把学生的爱国主义情感、科学的理想信念落实到职业岗位中去，为学生学会适应社会、学会交流沟通、团队协作和未来人生的可持续发展打下坚实的基础。

课程主要教学内容和要求:本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法治观教育为主要重点讲授内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，帮助学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国精神，确立正确的人生观和价值观，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。

课程名称:毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标:使学生对马克思主义中国化进程形成的理论成果有更加准确的把握；对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解。提升学生运用马克思主义武装头脑、分析问题、解决问题的能力。

课程主要教学内容和要求:以马克思主义中国化时代化为主线，根据习近平总书记重要讲话和党的十九届六中全会精神，论述马克思主义中国化时代化的提出及其历史进程。帮助学生理解马克思主义中国化时代化的科学内涵和历史进程，理解马克思主义中国化三次飞跃的一脉相承又与时俱进的关系，深刻感悟中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，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。

课程名称：习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标:本课程是普通高等院校学生必修的一门马克思主义政治理论课，是高校思想政治理论课程中的核心课程，旨在帮助学生深入了解习近平新时代中国特色社会主义思想的科学内涵、精神实质、重大意义、实践要求等，正确认识当代中国的指导思想和发展道路；引导学生深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。

课程主要教学内容和要求:全面论述系统深入讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，结合习近平新时代中国特色社会主义思想在中华大地的生动实践，帮助学生全面认识其时代意义、理论意义、实践意义、世界意义，深刻把握其中贯穿的马克思主义世界观和方法论，坚持人民至上，坚持自信自立，坚持守正创新，坚持问题导向，坚持系统观念，坚持胸怀天下，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”的生动实践，在思想政治行动上同党中央保持高度一致，努力成长为担当复兴大任的时代新人。

课程名称：形势与政策

课程目标:本课程主要是帮助学生全面地了解国内外重大时事，经济形势，全面认识和正确理解党的路线、方针和政策，认清形势和任务，把握时代脉搏，增强民族自信心和社会责任感，珍惜和维护国家稳定大局，为建设中国特色社会主义而努力奋斗。

课程主要教学内容和要求:由于“形势与政策”课的内容具有理论性与时效性的特点，因此其内容具有特殊性，不同于传统课程有固定的教学内容体系。本课程教学内容根据教育部下发的每学期“形势与政策”最新教学要点，结合我校教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定，阐明了马克思主义中国化时代化的新境界以

及习近平新时代中国特色社会主义思想。理解中国经济的发展趋势以及珍惜和维护国家稳定大局的发展战略，同时使学生掌握该课程的基础理论知识、分析问题的基本方法，并能够运用这些知识和方法去分析现实生活中的一些问题，把理论渗透到实践中，指导自己的行为。

课程名称：劳动教育

课程目标:新时代劳动教育要从系统化、一体化的顶层设计出发，基于文化传统、基本国情、时代要求，明确新时代劳动教育的内涵与形态，挖掘新时代劳动教育的价值与功能，构建新时代劳动教育的目标体系和内容结构，建设新时代劳动教育的政策环境和文化氛围，从而形成体现新时代社会主义教育性质，符合学生的身心发展规律和教育实际，适应新时代生产力与社会关系以及生活生产方式特征的一体化劳动教育课程体系。

基于此，我校针对学生开设了《劳动教育》这一课程，通过课程学习使学生明白接受劳动教育的重要性和必要性，也从多个方面加强当代学生对劳动的认识，培养学生的劳动意识与劳动技能。

(1) 通过劳动教育使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。

(2) 体会劳动创造美好生活，体会劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。

(3) 具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。

课程主要教学内容和要求:

一、本课程主要教学内容分为三大部分，共包含 10 个章节：

(一) 认知劳动世界。其中涵盖劳动概述、新时代劳动组织、新时代劳动观念、劳动保护与劳动权益；

(二) 培养劳动能力。其中涵盖在劳动中收获点滴幸福（日常劳动实践）、在劳动中练就真正本领（职业劳动实践）、在劳动中淬炼成长（学校劳动实践）、在劳动中创造价值（社会劳动实践）；

(三) 提升职业素养。其中涵盖劳动与职业发展、劳动与创新创业。

二、课程要求，对学生进行劳动教育，不仅要培养学生自主生活的技能，更重要的是让学生形成健康的劳动价值观，尊重劳动、尊重劳动者。

(一) 通过对劳动的基本理论学习，要求学生深刻理解劳动对实现个人价值、创造美好生活、推动民族复兴的重要作用，引导学生积极参与劳动，将中华民族勤俭、奋斗、创造、奉献的劳动精神进一步发扬光大。

(二) 通过对日常劳动、职业劳动、学校劳动、社会劳动等方面的实践，要求学生掌握必备的劳动技能，养成良好的生活习惯，自觉提高自身能力和修养，积极参与志愿服务，在实践中认识到热爱劳动是中华民族的美德，明白劳动对于追求幸福生活的重要性。

课程名称：大学英语

课程目标:通过高职英语课程的教学实施，使学生掌握一定的英语基础知识和技能，具有一定的听、说、读、写、译能力，侧重职场环境下语言交际能力的培养，使学生逐步提高用英语进行交流与沟通的能力，在职业领域和日常生活中能够进行简单的口头和书面交流。同时，培养学生的学习兴趣和自主学习能力，让学生掌握有效的学习方法和策略，提高学生的英语综合应用能力和职业素养，为学生就业能力和可持续发展打下良好的基础。

课程主要教学内容和要求:该课程包括高职英语词汇、语法、口语交际、应用文写作、使用工具查阅翻译专业文献。该课程要求学生掌握一定的英语基础知识和技能，具有一定的听、说、读、写、译的能力；能够运用英语语言知识和语言技能比较准确地理解和表达信息、观点、情感，进行有效口头沟通和书面沟通。在日常生活和

职场中能够有效进行跨文化交际，用英语传播中华文化。

课程名称：经济数学

课程目标：使学生获得从事经济、管理研究所必需的数学知识；初步掌握经济学中的一些术语，熟悉经济学中常用的函数；学会应用变量数学的方法分析和研究自然现象中的数量关系，并进而解决实际问题；培养学生的抽象思维、逻辑思维能力、数学的思想、方法和技巧。

课程主要教学内容和要求：最基础、应用最广泛的高等数学知识，包括极限和连续、一元函数微分学、一元函数积分学、常微分方程、线性代数初步（行列式和矩阵），以及它们在经济中的应用。培养学生具有比较熟练的基本运算能力、综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力。学生在得到思维训练和数学素养提高的同时，为后继课程的学习和进一步扩大数学知识面打下必要的数学基础。

课程名称：计算机文化基础

课程目标：熟悉计算机与网络基本知识，熟练掌握计算机实用办公技能。树立信息化时代的办公观念，能够利用计算机及网络规划和处理日常事务，具有获取信息、加工信息、传播信息和应用信息的能力，为办公自动化工作岗位及后续相关课程的学习打下计算机应用基础。

课程主要教学内容和要求：熟悉计算机基础知识与网络基础知识，能熟练进行 Windows 7 基本操作，熟练使用 Windows 7 进行系统设置与资源管理，熟练使用 Word 2010 进行文字处理，熟练使用 Excel 2010 进行电子表格数据处理，熟练使用 PowerPoint 2010 制作出符合实际需求的演示文稿，熟练使用 Internet 获取信息，交流信息。

课程名称：大数据

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握大数据基础知识和大数据开发技术方法、工具和环境，具备一定的大数据处理技术开发能力，培养独立思考和判断、分析问题和解决问题以及较强的实践动手能力，培养学生勤奋踏实，适应大数据行业快速发展的素质，具备良好的职业道德操守。

课程主要教学内容和要求：了解大数据的发展背景；掌握大数据的基本特点和基本应用流程；了解大数据在行业中的应用；了解大数据在发展中的机遇和挑战，掌握 Apache Hadoop 的基本概念；了解 Hadoop 的安全性流程；掌握 Hadoop 环境的搭建步骤，掌握 Apache Hadoop 的基本概念；了解 HDFS 的概念；了解 HDFS 的工作原理；了解 HDFS 的读、写、删除操作；了解 HDFS 的常用命令；掌握 HDFS 的简单实验。

课程名称：体育

课程目标：在《“健康中国 2030 规划纲要”》文件的时代背景下，体育课程以身体练习为主要手段，通过体育课程的学习，培养学生的体育核心素养、健康的生活方式、良好的体育品德。

课程主要教学内容和要求：主要教学内容为体能、专项运动技能、健康教育三个方面。体能以提高学生的心肺功能、肌肉力量、速度、耐力、协调为主要内容，了解提高身体不同机能的运动方式；专项运动技能以篮球、乒乓球、羽毛球、健美操、瑜伽等为课程内容，学生掌握 2 项以上运动项目的基本方法与技能，为培养学生终身体育思想奠定基础；健康教育以健康的行为以及生活方式，心理健康，疾病预防等为主要内容，形成良好的生活习惯，学生能够通过运动调节不良情绪，养成积极乐观的生活态度。

课程名称：军事理论

课程目标:通过军事课教学,让学生了解军事基础知识和基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

课程主要教学内容和要求:将军事课纳入学校人才培养体系,列入人才培养方案和教学计划,严格按纲施教和考核,成绩计入学籍档案。军事理论课程主要讲述中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等内容。让学生理解国防内涵,了解国防建设,深刻认识当前我国面临的安全形势和新形势下的国家安全,理解习近平强军思想的科学含义和主要内容,掌握信息化战争和信息化装备的基础知识,激发学生爱国热情和学习高科技的积极性,增强学生国防意识,树立科学的战争观和方法论,为国防建设和科研奠定人才基础。

课程名称:创新创业基础

课程目标:通过本课程的教学,了解国内外创新创业情况,掌握创新创业的基本含义与分类,理解市场需求的基本概念,掌握商业模式的基本概念及商业模式,了解常见创业风险,并掌握基本的管理策略;提高学生创新思维与创业能力,提升解决实际问题的能力、团队合作以及沟通能力,在实战项目中提升学生的综合素质;培养大学生树立科学合理创新观与创业观,遵循创新创业规律,积极投身社会创业实践。

主要教学内容及教学要求:创新创业基础是一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的课程。应坚持理论讲授与案例分析相结合、经验传授与创业实践相结合,设计真实的学习情境,通过运用模拟、现场教学等方式,努力将相关教学过程情境化,调动学生学习积极性、主动性和创造性;根据课程教学需要,重点提供创新创业模拟实验室、模拟教学软件、创新创业信息资源等;在校内组织开展创新创业项目设计大赛等活动,在校外组织创业者访谈、创新创业项目考察、企业创办等活动,将课堂知识与创新创业实践紧密结合起来,培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的创新创业能力。

课程名称:职业发展与就业指导

课程目标:通过课程教学,大学生能够树立起职业生涯发展的自主意识,树立积极正确的人生观、价值观和就业观念,把个人发展与国家需要、社会发展相结合,确立职业的概念和意识,从而为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。并且能够基本了解职业发展的阶段特点;较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境等相关方面知识。在通过教学及实践之后能够掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。

主要教学内容及教学要求:职业发展与就业指导是一门结合职业院校各专业人才培养方案,面向全院的一门公共必修课程。既强调职业在人生发展中的重要地位,又关注学生的全面发展和终身发展,是教育部要求列入教学计划的课程,在学生职业生涯规划 and 就业指导过程中起到重要作用。本课程的任务是通过课程的教学,使学生清楚地认识自我、积极主动探索环境,培养生涯决策能力,促使大学生理性地规划自身未来,树立正确的人生观、价值观和择业观;通过本课程的教学,使大学生学会正确认识评估自我、认识评估职业环境评估职业机会,学会决策生涯发展目标及路径,学会编制生涯发展行动计划书及对生涯发展规划进行动态调整等能力;通过本课程的教学,培养大学生自觉开展职业探索、职业素养提升、自我管理良好习惯。通过对本课程的学习,能够加强大学生对职业生涯规划的基本理论、生涯发展,自我认知,就业环境,职业发展决策,大学生生涯发展图以及大学生职业素养的了解,从而有效提升了大学生的综合能力素质。

(二) 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程,并涵盖有关实践教学环节。本专业核心课程如表二所示。

1. 专业基础课程

专业基础课程设置 6 门，包括：企业管理、经济学基础、电子商务、经济法、财务数据分析、商务数据分析与应用。

2. 专业核心课程

专业核心课程设置 10 门，包括：市场营销基础、销售管理、市场调查与分析、消费者行为分析、推销技术、网络营销、商务谈判、新媒体营销、品牌推广、营销策划。

3. 专业拓展课程

专业拓展课程设置 8 门，包括：客户服务与管理、广告原理与实务、社群营销、定制营销、药品营销、房地产营销、商务沟通与礼仪、促销策划与实施。

表二 专业核心课程简介

| 序号 | 课程名称 | 教学要求 | | 学时/学分 |
|----|---------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1 | 市场营销基础 | 课程目标 | 通过本课程的学习使学生了解市场营销基础知识；能够理解一线销售的基本情况；能够阅读和理解营销策划方案；能够撰写基本的营销策划方案。具备按照市场营销思路处理问题的能力；具备一线销售的能力；具备与客户沟通的能力。 | 48/3 |
| | | 主要内容 | 营销理论、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等。 | |
| 2 | 销售管理 | 课程目标 | 能够掌握如何进行团队管理，如何进行中间商的选择，如何进行客户关系管理、如何进行销售数据的分析。 | 32/2 |
| | | 主要内容 | 销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。 | |
| 3 | 市场调查与分析 | 课程目标 | 通过本门课程的学习，使学生掌握了解本课程的基本概念、基本理论，为后续专业课程的学习奠定基础；理解市场调研的各种方法与实施注意事项；理解市场调研在市场营销活动的重要指导作用；具备制定市场调研方案的能力；具备依照市场调研方案进行市场调研的能力；具备撰写和分析市场调研报告的能力。 | 48/3 |
| | | 主要内容 | 调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。 | |
| 4 | 消费者行为分析 | 课程目标 | 能够进行消费者行为分析，了解消费者常见的消费心理及消费行为，能够根据消费者的行为特点，做出对应的营销决策。 | 64/4 |
| | | 主要内容 | 消费者行为分析、消费者的需求和动机、消费者的心理活动、消费者的个性、自我概念和生活方式、消费群体、外部环境、产品、广告与营销、消费者购买决策、消费者购后行为。 | |
| 5 | 推销技术 | 课程目标 | 通过本课程的学习，使学生熟练掌握推销的原理、方法及流程，能顺利完成商品推销所承担的工作任务。 | 32/2 |
| | | 主要内容 | 潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作。 | |
| 6 | 网络营销 | 课程目标 | 能够进行网络营销。 | 64/4 |
| | | 主要内容 | 网络营销概述及各种网络营销方式的展开方式。 | |
| 7 | 商务谈判 | 课程目标 | 能够进行商务谈判，明白商务谈判的流程，并明白谈判各环节应该注意的事项。 | 64/4 |
| | | 主要内容 | 商务谈判的流程、商务谈判各环节应当注意的事项、商务谈判礼仪、模拟商务谈判。 | |
| 8 | 新媒体营销 | 课程目标 | 通过本门课程的学习，使学生能够运用现代化营销平台进行营销活动的开展。 | 48/3 |
| | | 主要内容 | 新媒体营销认知、新媒体营销策划、新媒体营销文案创作、新媒体营销图文类内容设计、新媒体营销视频类内容设计、新媒体营销数据分析。 | |
| 9 | 品牌推广 | 课程目标 | 通过本门课程的学习，使学生明白品牌的重要性，能够明白品牌的意义，能够进行品牌策划，能够进行品牌推广。 | 64/4 |

| | | | | |
|----|------|------|-------------------------------------------------------------------------|------|
| | | 主要内容 | 品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作。 | |
| 10 | 营销策划 | 课程目标 | 掌握营销策划的方法，称为一名合格的营销策划人员。 | 64/4 |
| | | 主要内容 | 策划人员应当具备的素质；营销策划方案的编写；创意思维的训练方法；营销策划的内容等。 | |

八、教学安排

本专业教学安排如表三至表九所示。

表三 课程进程表

| 课程类别 | 序号 | 课程名称 | 课程编码 | 学分 | 学时分配 | | | 考核方式 | 课程性质 | 各学期周学时 | | | | | |
|-------|----|----------------------|----------------|----|------|-----|-----|------|------|--------|------|------|------|------|---|
| | | | | | 总学时 | 理论 | 实践 | | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | |
| | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 公共基础课 | 1 | 思想道德与法治 | 210012110 1 | 3 | 48 | 32 | 16 | ★ | 必修课 | 3 | | | | | |
| | 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 210021110 2 | 3 | 48 | 32 | 16 | ★ | 必修课 | | 3 | | | | |
| | 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 210031110 3 | 2 | 32 | 32 | 0 | ★ | 必修课 | | | 2 | | | |
| | 4 | 形势与政策 | 210011110 4 | 2 | 32 | 32 | 0 | ☆ | 必修课 | 8/xq | 8/xq | 8/xq | 8/xq | | |
| | 5 | 劳动教育 | 200032110 1 | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ | 必修课 | 2 | | | | | |
| | 6 | 大学英语 | 200011110 2 | 8 | 128 | 128 | 0 | ★ | 必修课 | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| | 7 | 经济数学 | 200011110 3 | 4 | 64 | 64 | 0 | ★ | 必修课 | 2 | 2 | | | | |
| | 8 | 计算机文化基础 | 200012110 5 | 3 | 48 | 12 | 36 | ☆ | 必修课 | 3 | | | | | |
| | 9 | 大数据 | 200022110 7 | 2 | 32 | 12 | 20 | ☆ | 必修课 | | 2 | | | | |
| | 10 | 体育 | 200012110 7 | 8 | 128 | 16 | 112 | ☆ | 必修课 | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| | 11 | 军事理论 | 200011110 8 | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ | 必修课 | 2 | | | | | |
| | 12 | 创新创业基础 | 200032110 9 | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ | 必修课 | | | | 2 | | |
| | 13 | 大学生心理健康 | 200022111 0 | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ | 必修课 | | 2 | | | | |
| | 14 | 职业发展与就业指导 | 200032111 1 | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ | 必修课 | | | 2 | | | |
| 小计: | | | | 45 | 720 | 44 | 280 | | | 16.5 | 13.5 | 8.5 | 6.5 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-----------|----------|-----|-----|-----|-----|----------|----------|-----|----|---|---|--|--|--|
| | | | | | | 0 | | | | | | | | | | | |
| 专业课 | 专业基础课 | 1 | 企业管理 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 必修课 | 2 | | | | | | |
| | | 2 | 经济学基础 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 必修课 | 2 | | | | | | |
| | | 3 | 电子商务 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ★ III | 必修课 | | 4 | | | | | |
| | | 4 | 经济法 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ★ III | 必修课 | | 4 | | | | | |
| | | 5 | 财务数据分析 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 必修课 | | | 2 | | | | |
| | | 6 | 商务数据分析与应用 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 必修课 | | | 2 | | | | |
| | | 小 计: | | | 16 | 256 | 128 | 128 | | | 4 | 8 | 4 | 0 | | | |
| | 专业核心课 | 1 | 市场营销基础 | | 3 | 48 | 24 | 24 | ★ III | 必修课 | 3 | | | | | | |
| | | 2 | 销售管理 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 必修课 | 2 | | | | | | |
| | | 3 | 市场调查与分析 | | 3 | 48 | 24 | 24 | ★ III | 必修课 | 3 | | | | | | |
| | | 4 | 消费者行为分析 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ☆ III | 必修课 | | 4 | | | | | |
| | | 5 | 推销技术 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 必修课 | | | 2 | | | | |
| | | 6 | 网络营销 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ☆ III | 必修课 | | | 4 | | | | |
| | | 7 | 商务谈判 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ☆ III | 必修课 | | | 4 | | | | |
| | | 8 | 新媒体营销 | | 3 | 48 | 24 | 24 | ☆ III | 选修课 | | | 3 | | | | |
| | | 9 | 品牌推广 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ★ III | 必修课 | | | | 4 | | | |
| | | 10 | 营销策划 | | 4 | 64 | 32 | 32 | ☆ III | 选修课 | | | | 4 | | | |
| | 小 计: | | | 33 | 528 | 264 | 264 | | | 8 | 4 | 13 | 8 | | | | |
| | 素质拓展课 | 专业拓展课 | 1 | ■客户服务与管理 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 选修课 | | 2 | | | | |
| 2 | | | ■广告原理与实务 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 选修课 | | | 2 | | | | |
| 3 | | | ■社群营销 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 选修课 | | | | 2 | | | |
| 4 | | | ■定制营销 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 选修课 | | | | 2 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------|--------------|--------|-----|----------|---------|----------|----------|-----|------|------|------|------|--------|---------|
| | 5 | ■药品营销 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 选修课 | | | | 2 | | |
| | 6 | ■房地产营销 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 选修课 | | | | 2 | | |
| | 7 | ■商务沟通与 礼仪 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ☆ III | 选修课 | | | | 2 | | |
| | 8 | ■促销策划与 实施 | | 2 | 32 | 16 | 16 | ★ III | 选修课 | | | | 2 | | |
| | 小 计: | | | | 16 | 256 | 12 8 | 128 | | | 0 | 2 | 2 | 12 | |
| 公共选修课 | 1 | □人力资源管 理 | | 1 | 16 | 8 | 8 | ☆ III | 选修课 | | | 1 | | | |
| | 2 | □中华商业文 化 | | 1 | 16 | 8 | 8 | ☆ III | 选修课 | | | | 1 | | |
| | 3 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 小 计: | | | | 2 | 32 | 16 | 16 | | | 0 | 0 | 1 | 1 | |
| 集中实践环节 | 1 | 入学教育 | 320001 | 1 | 20 | 0 | 20 | | 必修课 | 1周 | | | | | |
| | 2 | 军事训练 | 320002 | 6 | 112 | 0 | 112 | | 必修课 | 2周 | | | | | |
| | 3 | 认知实习 | 320003 | 1 | 20 | 0 | 20 | | 必修课 | | 1周 | | | | |
| | 4 | 社会实践 | 320004 | 8 | 160 | 0 | 160 | | 必修课 | 2周 | 2周 | 2周 | 2周 | | |
| | 5 | 劳动教育 | 320005 | 2 | 40 | 0 | 40 | | 必修课 | | 1周 | 1周 | | | |
| | 6 | 岗位实习 | 320006 | 24 | 480 | 0 | 480 | | 必修课 | | | | | 9 周 | 15 周 |
| | 7 | 毕业教育 | 320007 | 1 | 20 | 0 | 20 | | 必修课 | | | | | | 1周 |
| | 8 | 市场营销综合实训 | | 8 | 64 | 0 | 64 | | 必修课 | | | | | 8*8 | |
| | 9 | 网络营销综合实训 | | 8 | 64 | 0 | 64 | | 必修课 | | | | | 8*8 | |
| | 小 计: | | | | 59 | 980 | 0 | 980 | | | | | | | |
| 公共基础课合计: | | | | 45 | 720 | 44 0 | 280 | | | 16.5 | 13.5 | 8.5 | 6.5 | | |
| 专业课合计: | | | | 49 | 784 | 39 2 | 392 | | | 12 | 12 | 17 | 8 | | |
| 素质拓展课合计: | | | | 18 | 288 | 14 4 | 144 | | | 0 | 2 | 3 | 13 | | |
| 集中实践环节合计: | | | | 55 | 980 | 0 | 980 | | | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| 总 计: | | | | 167 | 277 2 | 97 6 | 179 6 | | | 28.5 | 27.5 | 28.5 | 27.5 | | |

注:1.考核方式以符号表示:“I类”表示完全过程考核;“II类”代表过程考核+期末考核;“III类”代表平时考核+期末考核;“IV类”代表证书考核代替课程考核;考试方式:用“★”表示考试课程,用“☆”表示考查课。带◇表示为创新创业类课程;带※表示为校企合作课程;带▲表示为互联网+课程;带“◆”表示课证融通课程;带“■”表示选修限选课;带“□”表示选修公选课,符号放在课程名称的前面。

2.形式与政策课程采取专题讲座/报告形式开设,每学期组织1次。

表四 市场营销专业集中实践教学环节安排

| 序号 | 课程名称(实训项目) | 课程代码 | 周数 | 学时 | 每学期周分配 | | | | | | |
|----|------------|--------|----|-----|--------|---|---|---|---|---|--|
| | | | | | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 | |
| 1 | 入学教育 | 320001 | 1 | 20 | 1周 | | | | | | |
| 2 | 军事训练 | 320002 | 2 | 112 | 2周 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|--------|--------|----|-----|----|----|----|----|----|-----|
| 3 | 认知实习 | 320003 | 1 | 20 | | 1周 | | | | |
| 4 | 社会实践 | 320004 | 8 | 160 | 2周 | 2周 | 2周 | 2周 | | |
| 5 | 劳动教育 | 320005 | 2 | 40 | | 1周 | 1周 | | | |
| 6 | 岗位实习 | 320006 | 24 | 480 | | | | | 9周 | 15周 |
| 7 | 毕业教育 | 320007 | 1 | 20 | | | | | | 1周 |
| 8 | 第五学期课程 | | 8 | 64 | | | | | 8周 | |
| 9 | 第五学期课程 | | | 64 | | | | | 8周 | |
| 合计 | | | 47 | 980 | | | | | | |

- 注：1. 社会实践由各二级学院根据具体情况利用假期安排；
2. 毕业实习环节，学院统一安排时间，各二级学院组织实施。
3. 《军事训练》112学时属于公共基础课的实践环节，因此课时量计入“集中实践环节”中。

表五 市场营销专业拓展课一览表

| 序号 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 理论学时 | 实践学时 | 开设学期 | 负责部门 |
|------|---------|----|-----|------|------|------|---------|
| 1 | 客户服务与管理 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 经贸与管理学院 |
| 2 | 广告原理与实务 | 2 | 32 | 16 | 16 | 3 | 经贸与管理学院 |
| 3 | 社群营销 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 4 | 定制营销 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 5 | 药品营销 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 6 | 房地产营销 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 7 | 商务沟通与礼仪 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 8 | 促销策划与实施 | 2 | 32 | 16 | 16 | 4 | 经贸与管理学院 |
| 选修要求 | | 16 | 256 | | | | |

- 注：1. 要求学生在校期间至少修满10个学分；
2. 专业素质拓展可以开设职业拓展、专业前瞻性课程讲座，由各二级学院制定考核办法，并计入学分。

表六 创新创业课程实践教学一览表

| 序号 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 课程类别 | 负责部门 |
|----|--------------|----|------------|------|------|
| 1 | “互联网+”创新创业大赛 | 1 | 按规定替换学分 | 选修课 | 经管学院 |
| 2 | “发明杯”等创新创业赛项 | 1 | 按规定替换学分 | 选修课 | 经管学院 |
| 3 | 校外专业技能大赛 | 1 | 按规定替换学分 | 选修课 | 经管学院 |
| 4 | 创业项目孵化 | 1 | 替换第5学期课程学分 | 选修课 | 经管学院 |
| 5 | SYB 创业培训 | 1 | 按规定替换学分 | 选修课 | 经管学院 |

表七 课外体育活动

| 序号 | 学期 | 活动名称或内容 |
|----|------|-----------------------------------|
| 1 | 第一学期 | 早操、拔河、田径、团队拓展、健美操、乒乓球、羽毛球、轮滑、跆拳道 |
| 2 | 第二学期 | 早操、体育运动会、跳绳、踢毽子、田径、健美操、乒乓球、羽毛球、轮滑 |
| 3 | 第三学期 | 早操、拔河、团队拓展、健美操、乒乓球、羽毛球、轮滑、跆拳道 |
| 4 | 第四学期 | 早操、体育运动会、跳绳、踢毽子、田径、健美操、乒乓球、羽毛球、轮滑 |

- 注：学生每周至少参加三次课外体育锻炼，保证每天一小时体育活动时间。

表八 教学进程表

| 学期 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
|----|----------------------|---|---------|---|---|---|---|---|------|----|----|----|----|----|----|------|----|----|------|------|
| 1 | 入学教育、军事训练 | | 理论/实训教学 | | | | | | | | | | | | | | | 考核 | 社会实践 | |
| 2 | 补考、理论/实训教学、认知实习、劳动教育 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考核 | 社会实践 |
| 3 | 补考、理论/实训教学、劳动教育 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考核 | 社会实践 |
| 4 | 补考、理论/实训教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考核 | 社会实践 |
| 5 | 补考、集中专业实践教学 | | | | | | | | 岗位实习 | | | | | | | | | | | |
| 6 | 岗位实习 | | | | | | | | | | | | | | | 毕业教育 | | | | |
| 周数 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |

表九 学时学分配表

| 课程类别 | | 课程门数 | 学时分配 | | 学分配 | | 开设学期 | |
|--------------------------|-------|------|------------------------------------------------------------------|--------|-----|--------|------|--|
| | | | 学时 | 占总学时比例 | 学分 | 占总学分比例 | | |
| 必修课 | 公共基础课 | 14 | 720 | 25.97% | 45 | 26.95% | 1-4 | |
| | 专业基础课 | 6 | 256 | 9.24% | 16 | 9.58% | 1-3 | |
| | 专业核心课 | 10 | 528 | 19.05% | 33 | 19.76% | 1-4 | |
| 素质拓展课 | 专业拓展课 | 8 | 256 | 9.24% | 16 | 9.58% | 2-4 | |
| | 公共选修课 | 2 | 32 | 1.15% | 2 | 1.20% | 3-4 | |
| 集中实践环节 | | 9 | 980 | 35.35% | 55 | 32.93% | 1-6 | |
| 总计 | | 49 | 2772 | 100% | 167 | 100% | | |
| 实践教学环节占教学总时数的比例 (66.51%) | | | (必修课课内实践教学总学时 672+集中实践环节总学时 980) / (必修课课内总学时 1504+集中实践环节总学时 980) | | | | | |

九、保障措施

(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，双师型素质教师占专业教师比例一般不低于 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

专任教师应具有高校教师资格；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、企业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；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具备副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，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。

4. 兼职教师

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。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需要的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接人或 WiFi 环境，并实施网络安全防护措施；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. 校内实训室要求

（1）营销业务综合实训室

营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1-6 人/台）、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、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训。

（2）营销新技术实训室

营销新技术实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1-2 人/台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备服务器、无线路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号、液晶电视、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，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。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，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；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。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

表十 校内实训室列表

| 实训室名称 | 地点 | 工位数 | 实训项目 |
|---------|--------------|-----|-------------------------------|
| 营销综合实训室 | 实训中心 4 号 | 50 | 1. 模拟销售流程 2. 进行营销策划展示 |
| 商务谈判实训室 | 实训中心 30 号 | 30 | 1. 进行创业培训 2. 进行创业方案展示 |
| 礼仪实训室 | 实训中心 16 号 | 50 | 1. 仪容训练 2. 体态礼仪 3. 商务礼仪 |
| 直播实训室 | 实训中心 18、22 号 | 30 | 1. 直播设备安装 2. 直播实训演练 |

表十一 校外实训基地列表

| 基地名称 | 地点 | 岗位数 | 实习规模 (人/年) | 实习类型 |
|----------------|-----|-----|---------------|------|
| 河北金鲤教育科技有限公司 | 石家庄 | 30 | 30 | 认知实习 |
| 河北学特教育科技有限公司 | 石家庄 | 10 | 5 | 岗位实习 |
| 河北乐智企业管理咨询有限公司 | 石家庄 | 20 | 10 | 岗位实习 |
| 石家庄富力洲际酒店 | 石家庄 | 5 | 10 | 岗位实习 |
| 美丽华大酒店 | 石家庄 | 50 | 15 | 岗位实习 |
| 泰盈科技集团股份有限公司 | 泰安市 | 100 | 100 | 岗位实习 |
| 石家庄上善美居装饰有限公司 | 石家庄 | 25 | 30 | 岗位实习 |
| 石家庄神威大药房 | 石家庄 | 20 | 20 | 岗位实习 |
| 学而习科技河北有限公司 | 石家庄 | 15 | 20 | 岗位实习 |

(三) 教学资源

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所需要的教材、图书文献及数字教学资源等。

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。学院应建立专业教师、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。

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、科研等工作的需要，方便师生查阅、借阅。专业类图书文献主要包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书等。

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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）质量保障措施

1. 学院和各二级学院应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、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. 学院和各二级学院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，定期开展公共课、示范课等教研活动。

3. 学院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. 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。

十、毕业要求

学生修完专业人才培养方案所规定的课程，修满 167 学分（其中必修课 153 学分，选修课 18 学分），达到本专业人才培养目标和培养规格的要求方可毕业。