

九州职业技术学院 市场营销专业人才培养方案



专业带头人： 刘雨花

专业群主任： 刘雨花

系院审批： 刘雨花

教务处审批： 刘雨花

学校审批： 刘雨花

二〇二四年六月

九州职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销，530605，隶属商贸专业群。专业特色：围绕“校企融通，项目嵌入，培养精英，服务地方”主题，与众多地方中小企业展开长期、广泛、深度合作，强化实践、实战育人，学生校内即可开展多种形式的营销实战、创业项目，注重学生实践能力的培养，实现了毕业生从学生到业务精英的快速衔接，为区域营销行业培养了大批理论基础扎实，实践能力较强的复合型应用人才。

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。入学时间为秋（春）季。

三、修业年限

基本学制三年，专科。根据《九州职业技术学院学分制学籍管理办法》学生可以在3~6年内毕业。

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)	主要岗位群或 技术领域举例	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 (51) 零售业 (52)	1. 营销员 (4-01-02-01) 2. 市场营销专业人 (2-06-07-02) 3. 商务策划专业人 (2-06-07-03) 4. 品牌专业人员 (2-06-07-04)	销售人员 营销推广 客户服务 营销专业人员	企业咨询(1+X 证书中级) 市场营销师

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，具备较强的市场分析能力、营销策划能力、产品销售能力、营销管理能力、创新创业等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高技能人才。

(二) 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。

1. 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，养成良好的健康与卫生习惯，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。

(7) 具有专业技术素质，掌握现代营销基本理论及技巧，组织和执行企业的营销管理；能利用市场调研知识、消费者行为知识分析解决一定的实际营销问题；能利用营销知识和促销方法解决现场问题。

(8) 具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。

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) 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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 具有较强语言与文字表达能力、处理公文的能力和开拓市场要求相适应的英语听说读写能力。

(6) 掌握企业应对市场变化所需要的市场营销技术，具备市场调研与分析、产品管理、价格管理、渠道管理、促销管理、销售与策划管理等技能知识；熟悉商品知识，了解卖场布局与商品陈列，熟悉网络营销知识。

3. 能力

(1) 核心能力

① 市场调研技能：获得信息的技能；

② 市场分析技能：营销环境分析，消费者分析，竞争者分析；

③ 营销策划技能：能设计策划方案；网络营销与推广；

④ 产品销售技能：访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销能力；

⑤ 客户管理技能：客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理。

(2) 拓展能力

① 具有一定的人际交往、沟通能力；

② 具有一定的市场营销能力；

- ③具有一定的创新思维能力；
④具有整合资源进行创业的基本素质与基本能力。

(三) 目标岗位与专业课程对应表

目标岗位与专业课程对应表

目标岗位	典型工作任务	职业能力	课程
客户服务主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析产品针对的顾客群体特点。 2. 与客户保持良好沟通, 实时把握客户需求。 3. 为客户提供主动、热情、满意、周到的服务。 4. 收集一线营销信息和用户意见, 对公司营销策略、售后服务等提出参考意见。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备良好的沟通能力。 2. 具备识别目标客户的能力。 3. 具备客户资料搜集的能力。 4. 具备信息化办公能力。 5. 具备良好的服务意识, 耐心和责任心, 工作积极主动。 	市场营销基础、消费者行为分析、直播营销、智慧客户服务实务
销售业务主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 明确市场、制定线上线下市场销售计划。 2. 组建并管理销售团队。 3. 建立客户档案并进行客户管理。 4. 商务洽谈、销售签约。 5. 优化营销组合。 6. 销售业绩考核。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备线上线下整合营销的能力。 2. 具备团队管理能力。 3. 掌握商务谈判策略和技巧, 进行商务洽谈的能力。 4. 具备一定的客户管理能力。 5. 具备针对市场需要, 制定营销策划方案的能力。 	数字营销、视觉营销、新媒体营销、企业管理认知实训、营销岗位综合实训、岗位实习
市场策划主管	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在公司领导和部长指导下, 根据企业内外环境条件和发展战略, 提出企业经营思路和策略的多个方案, 供领导比较优选; 2. 密切关注法律和体制环境的重大变化, 以前瞻性的眼光提出相应对策; 3. 收集主要竞争对手商业资讯, 解剖其案例, 分析其优劣势, 并与公司横向比较后提出竞争建议。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备丰富的广告和营销策划相关知识, 良好的文字和分析能力, 文笔佳; 2. 具有较强的组织、综合协调及沟通能力, 有责任心、进取心。 	企业营销策划、商务数据分析与应用、市场信息采集与处理、新媒体文案策划、新商业综合运营实训、营销岗位综合实训、岗位实习
推广主管	<p>从事市场分析、产品宣传促销、生产经营决策咨询服务的专业人员。</p> <p>主要工作任:1. 进行市场调研, 收集市场信息, 分析市场动态; 2. 研究、提出新产品开发计划; 3. 研究、提出产品定价和调整建议; 4. 策划并组织实施产品销售、促销方案; 5. 管理用户服务系统, 组织售后服务活动。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有良好的语言表达能力、人际交往能力、信息处理能力。 	品牌策划与推广、商务谈判与推销技巧

(四) 课程体系 (见下表所示)

课程体系

课程 大类	课程类别		课程		学分	备注
			课程说明	具体课程		
公共 基础 课程	公共 基础 必修 课程	思想政治 类课程	全校各专业学生必修的课程, 主要用以培养学生的学习能力、思维方 式、人文素养、科学精 神, 职业道德和职业素 质与精神等的课程。	思想道德与法治、毛泽东思想和中 国特色理论概论、习近平新时代中 国特色社会主义思想概论、形势与 政策 1-4、国家安全教育	10	
		体育健康 类课程		军事理论、军训、体育 1-3、劳动 教育、心理健康教育	11	
		文理基础 类课程		信息技术基础、信息技术基础实 训、高职英语 1、高职英语 2、经济 数学 1、经济数学 2	17.5	
		职业发展 规划课程		包括职业目标确定, 职 业生涯规划制定, 创新 创业基本知识	大学生职业发展与生涯规划、大 学生就业指导、大学生创新创业指导	
	公共 基础 选修 课程	人文素养 课程	加强革命文化和社会主义 先进文化教育、推动 中华优秀传统文化 传承、促进身心健康、提 高审美和人文素养。	大学语文、马克思主义理论类课 程、党史国史类课程、中华优秀传 统文化类课程、健康教育类课程、 美育类课程、职业素养类课程、	2	
小 计					43.5	
专业 (技 能) 大 类 课 程	专业 基础 课程	专业平台 模块	本专业群学生必修的课 程, 培养学生的专业基 础能力和通用能力。	管理学基础、基础会计、市场营 销基础、电子商务实务、经济法概论	13	
	专业 核心 课程	专业核心 模块	从事本专业必修的专业 主干课程, 包括专业理 论课程与实 33 践课程。	数字营销、视觉营销、市场信息采 集与处理、企业营销策划、新媒体 文案策划、消费者行为分析、营销 心理与实务、商务谈判与推销技 巧、	28	
	专业 拓展 课程	专业拓展 模块	本专业细分方向必修的 专业方向主干课程; 对 不细分方向的专业, 指 专业落脚点相关课程。	智慧客户服务实务、商务数据分析 与应用、品牌策划与推广、新媒体 营销、直播营销、创业管理与实务	19.5	
	技能 实训 课程	技能实训 模块	本专业技能实训课程	市场信息采集处理与应用实训、企 业管理认知实训、营销岗位综合实 训、新商业综合运营实训、	8	
	综合 技术 技能 课程	岗位实习	学生通过岗前培训后, 在专业人员指导下, 辅 助或相对独立参与实际 工作。	岗前综合培训、岗位实习	28	
		毕业设计 (论文)	对某一课题, 做出解决 实际问题的设计。结题 时, 要完成一份书面报 告并做答辩。	毕业设计(论文)应包括完整的、 符合工程规定的描述和对解决方案 的描述。可以是专题型、论辩型、 综述型和综合型。	7	
	小 计					103. 5
合 计					147	

六、主要课程

1. 专业基础课程

管理学基础、基础会计、经济法概论、市场营销基础、电子商务实务

2. 专业核心课程

数字营销、视觉营销、市场信息采集与处理、企业营销策划、商务谈判与推销技巧、新媒体文案策划、消费者行为分析、营销心理与实务、

3. 专业拓展课程

智慧客户服务实务、商务数据分析与应用、品牌策划与推广、新媒体营销、直播营销、创业管理与实务

4. 技能实训课程

市场信息采集处理与应用实训、营销岗位综合实训、新商业综合运营实训、企业管理认知实训

七、专业核心课程简介

课程信息			
课程名称	数字营销	课程代码	3320427
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	商务数据分析与应用
课程目标			
通过本课程的学习，学生不但要掌握基础理论知识，还需要具有通晓数字营销的基本操作性学问及与相关的运用工具和规则体系的应用能力。数字营销课程设计重在培养学生对数字营销基础知识的具体应用和实际操作能力，使学生掌握数字营销实务的基本原则、基本技能。			
课程主要内容			
具体学习内容包括：数字营销基础、网络广告营销、网络公关与口碑、场景化营销、社交网络营销、内容营销、数据营销、跨境电商营销、网络视频营销、网络直播营销、自媒体营销、网上平台营销。			
教学要求			
1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。 2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。 3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。			

课程信息			
课程名称	视觉营销	课程代码	3320428
课程学时	56	课程学分	3.5

课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	市场营销基础、电子商务实务	后续课程	新媒体营销、直播营销
课程目标			
通过本课程的学习，使学生具备一定的审美能力和图像处理能力，掌握店铺的装修方法，从而可以独立完成网店的设计与制作。			
课程主要内容			
具体学习内容包括：网店美工基础知识、图片调色、图片修饰、核心模块设计、详情页视觉设计、推广图与视频的设计与制作、装修店铺、移动端店铺视觉设计与装修。			
教学要求			
<p>1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>			

课程信息			
课程名称	市场信息采集与处理	课程代码	3320082
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	营销岗位综合实训、新商业综合运营实训
课程目标			
通过本课程的学习，使学生能够掌握市场调查与分析的基本理论，基本方法和技巧。通过教学，使学生充分认识市场，明确市场调查与分析在企业经营管理中的重要作用，培养学生深入实际注重调查分析研究的优良作风；提高学生分析问题、研究问题、解决问题的实际工作能力。			
课程主要内容			
具体内容包括：市场调查准备、制订市场调查方案、设计市场调查问卷、组织控制市场调查、整理市场调查资料、分析市场调查资料、挖掘市场调查资料、预测市场发展趋势、完成市场调查报告			
教学要求			
<p>1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实地观摩法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>			

课程信息			
课程名称	企业营销策划	课程代码	3320070
课程学时	56	课程学分	3.5

课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	品牌策划与推广
课程目标			
<p>通过本课程使学生全面理解和掌握现代企业营销学的基本理论，比较系统地掌握从事市场营销活动的基本方法和策略，掌握互联网+营销的理论和方法，掌握企业营销在中国制造 2025 实践中的作用，培养学生观察问题、分析问题、解决问题的能力，为工商企业、管理部门、各类营销机构培养具备现代市场营销知识、互联网+营销知识和技能、具有开拓和创新精神、适应现代市场经济发展需要的高层次专门人才。</p>			
课程主要内容			
<p>主要内容：市场营销导论、购买行为分析、营销环境、营销战略策划、营销创意与方法、整合营销策划、市场调研策划、品牌策划、企业形象策划、网络营销策划。</p>			
教学要求			
<p>1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>			

课程信息			
课程名称	新媒体文案策划	课程代码	3320429
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	品牌策划与推广
课程目标			
<p>通过本课程的学习，让学生掌握新媒体文案策划与写作的核心技巧，能够独立创作出吸引人、转化率高的新媒体文案，同时还培养学生的创意思维和团队协作能力，为其职业发展奠定坚实基础。</p>			
课程主要内容			
<p>具体学习内容包括：新媒体文案的基础知识、新媒体文案写作准备、新媒体文案策划与写作、展示类新媒体文案写作、品牌类新媒体文案写作、推广类新媒体文案写作、软文类新媒体文案写作、使用 AI 写作新媒体文案、新媒体文案综合实训等内容。</p>			
教学要求			
<p>1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。</p> <p>3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>			

课程信息

课程名称	商务谈判与推销技巧	课程代码	3320076
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	市场营销基础、电子商务实务	后续课程	智慧客户服务实务

课程目标

通过本课程的学习，让学生对商务谈判与推销形成一个系统的认识，在更深的层面上把握商务沟通与谈判活动，提高学生的综合素质。同时教学围绕商务谈判实战的战术技巧展开，包括商务谈判策略技巧的运用、商务谈判中的讨价还价、商务谈判中的僵局破解、商务谈判合同的签约与履行等，主要目的是增强学生的实际推销技巧和操作能力。

课程主要内容

具体学习内容包括：沟通、商务沟通与商务谈判、沟通原理、沟通方式、沟通策略、沟通能力、跨文化沟通、商务谈判概述、商务谈判原理、商务谈判过程与策略。

教学要求

1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。
2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。
3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。

课程信息

课程名称	消费者行为分析	课程代码	3320102
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	新媒体营销、直播营销

课程目标

通过本课程的学习，让学生掌握消费者购买决策过程；消费者的情绪、情感与意志；消费者需要与购买动机；消费者的注意、感觉与知觉；消费者的记忆、想象与思维；消费者的学习心理与行为变化；消费者的态度形成与改变；消费者的个性、自我概念与生活方式。

课程主要内容

具体学习内容包括：1. 消费者决策过程：介绍消费者在进行购买决策时所需要完成的五个阶段，即问题意识、信息搜索、评估选择、购买行为和后购行为，并探讨消费者在每个阶段的行为特点。2. 消费者心理需求分析：分析消费者在购买商品或服务时的心理需求，如安全感、社会信息等，进而加深对目标人群的了解。3. 消费者行为特征研究：通过各种手段了解消费者的购物行为，比如消费者的购买习惯、购买力度、消费渠道等方面的研究，从而得到更准确的消费者行为分析结果。4. 营销策略分析：根据对消费者行为的研究结果，分析制定营销策略的关键因素。

教学要求

1. 教学模式：利用丰富的教学资源及信息化教学环境，让学生在中学的过程中认识，通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标，形成课前、课中、课后的全程数据评价。
2. 教学方法，运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实践教学法，引导学生积极思考，勇于实践，激发学生学习热情。
3. 考核评价：最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%，作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩

包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。

课程信息			
课程名称	营销心理与实务	课程代码	3320120
课程学时	56	课程学分	3.5
课程类型	B	课程性质	必修
先修课程	管理学基础、市场营销基础	后续课程	新媒体营销、直播营销
课程目标			
通过本课程的学习,让学生掌握营销心理与实务的核心技巧,能够研究个体感觉、知觉、情感、意志、需要、动机、态度、自我概念、生活方式以及个性心理特征与消费者心理的内在关系,分析在社会、文化及营销因素影响下消费心理的形成和行为表现,并研究从消费心理到营销决策及行为的形成机制,为其职业发展奠定坚实基础。			
课程主要内容			
具体学习内容包括:营销心理学概述、感觉和知觉、记忆、想象与思维、情绪、情感与意志、个性心理特征、需要与动机、学习与态度、自我概念与生活方式、文化、流行与习俗、群体与家庭、社会阶层与社会角色、营销与推广、消费决策与行为、网络消费心理等内容。			
教学要求			
<p>1. 教学模式:利用丰富的教学资源及信息化教学环境,让学生在中学的过程中认识,通过分组探究、讨论、设计、演示教学策略完成教学目标,形成课前、课中、课后的全程数据评价。</p> <p>2. 教学方法,运用情境教学法、案例讨论法、小组讨论法、实地观摩法、实践教学法,引导学生积极思考,勇于实践,激发学生在学习热情。</p> <p>3. 考核评价:最终成绩由平时成绩和作业成绩两大部分构成。其平时成绩考核为 50%,作业成绩考核为 50%。平时成绩由课堂任务完成、随堂测试、互动数量等方面成绩构成。作业成绩包括课程期末测试成绩、组内互评和组间互评等指标。</p>			

八、资格证书

1. 职业技能等级证书

学生获得体现本专业核心能力的中级及以上职业技能等级证书,则可免修相关课程。

职业技能等级证书名称	体现专业核心能力	备注
1. 高级营销员	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发
2. 营销师	产品销售	劳动和社会保障部职业技能鉴定中心颁发
3. 企业管理咨询师	产品销售、策划	1+X 技能等级证书

2. 职业资格证书

学生获得体现本专业核心能力的中级及以上职业资格证书,则可免修相关课程。

职业资格等级证书名称	体现专业核心能力	备注
1. 高级营销员	产品销售	高级
2. 营销师	产品销售	初级
3. 企业管理咨询师	产品销售、策划	中级

3. 通用能力证书

学生参加英语等级考试获得高等学校英语应用能力 B 级及以上证书英语等级证书或全国英语等级考试 (PETS) 3 级及以上证书, 可免修高职英语 2。

学生参加计算机等级考试, 获得普通高校全国计算机等级考试一级 (B) 及以上证书, 则可免修信息技术基础课程。

九、毕业条件

1. 修满所有必修课程学分; 修满专业选修课和公共选修课规定的最低学分。
2. 完成毕业设计 (论文) 或岗位实习总结, 且毕业答辩成绩合格。
3. 取得至少 1 项和专业核心技能相关的职业资格证书或技术等级证书。
4. 学生在校期间至少报名参加全国高等学校英语应用能力 B 级考试、大学英语四级或者公共英语三级考试、普通话等级测试、计算机一级 B 考试等考试各 1 次。

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; 具有市场营销与电子商务相关专业硕士及以上学历; 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, 提高专业技能; 至少必须具备一种职业资格证书

3. 专业带头人

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，互联网接入或 Wi-Fi 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。

支持信息化教学方面的基本要求具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导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、提升教学效果。

2. 校内实训室（基地）

校内专业实验、实训室（基地）配置情况

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积/m ²	使用课程	备注（现有、在建、待建）
1	数字营销实训室	市场营销场景模拟实训、营销工具的应用、商务数据的分析	实训工作台，市场营销实训软件平台，电脑，椅子	50	70	商务数据分析与应用、企业营销策划、销售与管理、市场信息采集与处理实训、视觉营销	待建
2	电商直播实训室	网店运营与管理项目	实训工作台，电脑，椅子	50	100	视觉营销、品牌策划与推广	现有
3	CRM 仿真实训室	创业策划大赛	实训工作台，电脑，椅子	50	100	企业管理认知实训、智能客户服务实务、新商业综合运营实训	现有

3. 校外实习实训基地

通过校企合作，具有稳定的校外实训基地，能够开展市场调研、产品销售与管理、客户服务等实训活动，并组织学生到实习基地见习或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生对企业实际业务流程进行了解或动手。

校外实习实训基地一览表

序号	校外实习实训基地名称	合作企业名称	合作类型	合作内容
1	徐州市德川网络科技有限公司	徐州市德川网络科技有限公司	提供学生就业岗位 提供学生实习岗位 指导专业建设	市场调研、营销策划、销售岗位实习
2	北京百思特捷迅科技有限公司	北京百思特捷迅科技有限公司	指导专业建设	市场调研、营销策划、销售岗位实习
3	徐州鼎慧网络科技有限公司	徐州鼎慧网络科技有限公司	提供教师锻炼岗位 指导专业建设	市场调研、营销策划、销售岗位实习
4	必应网络科技有限公司徐州有限公司	必应网络科技有限公司徐州有限公司	提供学生实习岗位 提供教师锻炼岗位 指导专业建设	营销策划、销售岗位实习
5	徐州筋斗云数字科技有限公司	徐州筋斗云数字科技有限公司	提供学生实习岗位 提供教师锻炼岗位	市场调研、营销策划、销售岗位实习

(三) 教学资源

课程网络资源一览表

序号	网络课程名称	对应课程名称	网址	所在平台	级别(无、校级、市级、省级、国家级)
1	市场调查与预测	市场信息采集与处理	https://www.icourse163.org/course/SCU-1206682842?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcassjg_	中国大学MOOC	无
2	电子商务数据分析	商务数据分析与应用	https://www.icourse163.org/course/JSCFA-1462939163?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcassjg_	中国大学MOOC	无
3	新媒体运营	新媒体营销	https://www.icourse163.org/course/NTVU-1468606161?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcassjg_	中国大学MOOC	无
4	消费者行为模式分析	消费者行为分析	https://open.163.com/newview/movie/free?pid=MBJI1MMQC&mid=MC3ERTQ9D	网易公开课	无
5	策划文案写作	新媒体文案策划	https://open.163.com/newview/movie/free?pid=LHIGR4DVT&mid=CHIMCP156	网易公开课	无

十一、学时分配与教学安排

(一) 本专业各教学环节时间分配总表(以周记)

学 年	学 期	理论及实践教学周	考 试	岗 位 实 习	毕 业 设 计	入 学 教 育	军 训	毕 业 教 育	机 动	寒 假	暑 假	学 期 合 计	学 年 合 计
一	一	15	1			1	2		1	5		25	52
	二	19	1								7	27	
二	三	18	1						1	5		25	52
	四	19	1								7	27	
三	五	0		20						5		25	41
	六	0		8	7			1				16	
小 计		71	4	28	7	1	2	1	2	15	14	145	145

(二) 学时/学分分配表

课程类别	总学分	总学时	理论学时	实践学时	课外学时	线上学时
公共基础必修课程	37.5	660	380	142	130	8
公共基础选修课程	2	32	----	----	----	32
专业基础课程	13	208	112	96	----	----
专业核心课程	28	448	216	232	----	----
专业拓展课程	19.5	312	156	156	----	----
技能实训课程	8	160	----	160	----	----
校内合计	112	1690	----	----	----	----
百分比	----	----	49.9%	50.1%	----	----

(三) 年度培养目标表

学年	培养目标和要求	达到标准
第一学年	培养学生的社会素质与职业，掌握市场营销专业调研、营销与策划核心能力培养所需的基本知识。	全国计算机等级考试证书、普通高校大学英语应用能力(A级或B级)合格证书
第二学年	提升学生从事调研、营销和策划岗位所需的职业素质与职业能力的培养，并具备一定的职业核心能力。	1+X 职业技能等级证书、市场营销师
第三学年	拓展学生的创新思维能力，提高学生思考问题、解决问题的能力以及从事相关岗位的素质与能力。	毕业论文或岗位实习报告

(四) 教学进程表

		第一学年																										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
第一学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	☆	☆	△	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	*	=	=	=	=	=	=		
		第二学年																										
第二学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	x	x	x	x	%	*	=	=	=	=	=	=	=
		第三学年																										
第三学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	x	x	*	=	=	=	=	=	=	=	=	
		第四学期																										
第三学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	进程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	x	x	x	*	=	=	=	=	=	=	=	=
		第五学期																										
第三学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
	进程	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	=	=	=	=	=		
		第六学期																										
第三学年	周序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16											
	进程	#	#	#	#	#	#	#	#	//	//	//	//	//	//	△												

说明：入学毕业教育△，理论及教学√，整周实训x，课程设计O，毕业设计//，岗前综合培训&，岗位实习#，考试*，假期=，军训☆，信息技术实训%。

(五) 教学安排表

课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	课内学时		课外学时	开课学期及周学时分配					
								理论	实践		1 15 周	2 14 周	3 16 周	4 16 周	5	6
公共基础必修课程	1	3920082	思想道德与法治	B	C	3	48	40	8		4					
	2	3320289	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	S	2	32	28	4			2				
	3	3320378	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	S	3	48	40	8			4				
	4	3320308	形势与政策 1	A	C	0.25	4	4				2				
	5	3320309	形势与政策 2	A	C	0.25	4	4					2			
	6	3320310	形势与政策 3	A	C	0.25	4							2		
	7	3320311	形势与政策 4	A	C	0.25	4								2	
	8	3320293	军事理论	A	C	2	32	8		24	2					
	9	3320299	心理健康教育	A	C	2	32	16		16		2				
	10	3320316	劳动教育	B	C	1	32	6	10	16		2				
	11	3320292	体育 1	C	C	1	24		24		2					
	12	3320290	体育 2	C	C	1	28		28			2				
	13	3320296	体育 3	C	C	2	56		24	32			2			
	14	3320419	信息技术基础	B	S	3.5	56	28	28		4					
	15	3320418	高职英语 1	A	S	4	64	48		16	4					
	16	3320469	高职英语 2	A	S	4	64	48		16		4				
	17	3320056	经济数学 1	A	S	3	48	48			4					
	18	3320057	经济数学 2	A	S	2	32	32				2				
	19	3320295	大学生职业发展与生涯规划	B	C	1	16	6		10	2					
	20	3320409	大学生就业指导	A	C	1	16	16						2		
	21	3320420	国家安全教育 1	B	C	0.5	8	4	4		4					
	22	3320507	国家安全教育 2	B	C	0.5	8	4	4			4				
小 计								37.5	660	380	142	130	16	18	2	

课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	课内学时		课外学时	开课学期及周学时分配							
								理论	实践		1 15 周	2 14 周	3 16 周	4 16 周	5	6		
公共基础选修课程	1		大学语文	A	C	1.5	24											
	2		马克思主义理论类课程	A	C	0.5	12											
	3		党史国史类课程	A	C	0.5	12											
	4		中华优秀传统文化类课程	A	C	0.5	12											
	5		健康教育类课程	A	C	0.5	12											
	6		美学类课程	A	C	0.5	12											
	7		职业素养类课程	A	C	0.5	12											
	小计																	
专业基础课程	1	3320145	管理学基础	B	C	2	32	16	16		2							
	2	3320184	基础会计	B	C	2	32	20	12		2							
	3	3320053	经济法概论	B	C	2	32	20	12		2							
	4	3320084	市场营销基础	B	C	3.5	56	28	28		4							
	5	3320024	电子商务实务	B	S	3.5	56	28	28			4						
	小计								13	208	112	96		10	4			
专业核心课程	1	3320427	数字营销	B	S	3.5	56	28	28				4					
	2	3320428	视觉营销	B	S	3.5	56	28	28				4					
	3	3320082	市场信息采集与处理	B	S	3.5	56	28	28			4						
	4	3320070	企业营销策划	B	S	3.5	56	20	36				4					
	5	3320429	新媒体文案策划	B	S	3.5	56	28	28				4					
	6	3320076	商务谈判与推销技巧	B	S	3.5	56	28	28				4					
	7	3320102	消费者行为分析	B	S	3.5	56	28	28					4				
	8	3320120	营销心理与实务	B	S	3.5	56	28	28					4				
	小计								28	448	216	232		4	24	4		
专业拓展课程	1	3320431	智慧客户服务实务	B	C	3.5	56	28	28					4				
	2	3320434	商务数据分析与应用	B	C	3.5	56	28	28					4				
	3	3320432	品牌策划与推广	B	C	3.5	56	28	28					4				
	4	3320435	新媒体营销	B	C	3.5	56	28	28					4				
	5	3320433	直播营销	B	C	3.5	56	28	28					4				
	6	3320506	创业管理与实务	B	C	2	32	16	16						2			
小计								19.5	312	156	156				22			
总计								108	1628	864	786	138	26	26	26	26		

课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	课内学时		课外学时	开课学期及周学时分配					
								理论	实践		1	2	3	4	5	6
											15周	14周	16周	16周		
技能实训课程	1	3320489	市场信息采集处理与应用实训	C	C	2	2周		40			2周				
	2	3320430	企业管理认知实训	C	C	2	2周		40			2周				
	3	3320436	营销岗位综合实训	C	C	2	2周		40				2周			
	4	3320437	新商业综合运营实训	C	C	2	2周		40					2周		
	小计						8	8周		160						
综合技术技能课程	1	3320298	军训	C	C	2	2周				2周					
	2	3320470	信息技术基础实训	C	C	1	1周					1周				
	3	3320471	大学生创新创业指导	C	C	1	1周							1周		
	8	3320513	岗位实习	C	C	28	28周								20周	8周
	9	3320315	毕业设计	C	C	7	7周									7周
	小计						39	39周				2	5	2	3	20

说明：1. 课程类型分为ABC三类：A类（纯理论）、B类（理论+实践）、C类（纯实践）。

2. 考核方式分为考试（用S表示）和考查（用C表示）两种。

3. 公共基础选修课利用线上教学平台进行，三年累计选修不少于2学分。

十二、培养方案论证意见

九州职业技术学院 人才培养方案论证意见

专业名称：市场营销

专业代码：730602

开设系院：现代服务与管理学院

从培养目标、课程体系、课程结构、课程名称的规范性、学时多少、人才培养规律、文字数据等方面论证其科学性和合理性，表明是否同意该方案。

论证意见：

随着市场经济的蓬勃发展和企业竞争的加剧，市场营销专业人才的需求量呈现持续增长的趋势。为更好地适应市场需求，提升学生的专业技能和综合素质，本教研室经过深入研究和精心设计，制定了市场营销专业人才培养方案。在本次人才培养方案的制定过程中，全体教研室成员通过网络调研，企业调研，社会调研等多个方面进行了数据的收集与整理。该人才培养方案在专家组领导的讨论研究下，从以下多个角度提出了意见。

一、培养目标的科学性和合理性

市场营销专业的人才培养目标应当与当前市场的需求紧密相连，同时要具备一定的前瞻性。目标应涵盖理论知识与实践技能的结合，注重创新能力和批判性思维的培养。本方案分别从素质、知识和能力三个方面进行了详细的解读，提出培养目标为“培养具备市场分析、营销策划、品牌管理、数字营销等核心能力的复合型人才”。这一目标既符合当前市场营销领域实际需求，也考虑到未来行业发展的趋势，因此是科学和合理的。

二、课程体系的科学性和合理性

课程体系是实现培养目标的关键，应包括专业基础课程、专业核心课程和专业方向课程三个部分。专业基础课程应涵盖市场营销的基本理论和方法；专业核心课程应深入讲解市场分析、消费者行为、营销策略等关键知识点；专业方向课程应通过案例分析、模拟营销等方式，提供多样化的学习方向，如智能客户服务实务、商务数据分析与应用等，以满足不同学生的兴趣和职业规划需求。本方案的课程体系设置全面，层次分明，符合市场营销专业的人才培养规律。

三、课程结构的科学性和合理性

课程结构应保证理论与实践相结合，且各课程之间应有逻辑性和连贯性。本方案中，课程结构从市场营销基础到高级应用，再到实践环节，层层递进，有助于学生系统地掌握知识。同时，课程之间相互衔接，避免了内容的重复和脱节，确保了学习的连贯性。

四、课程名称的规范性

课程名称应准确反映课程内容，避免模糊不清或过于宽泛。本方案中的课程名称如“市场营销基础”、“数字营销”、“新媒体文案策划”等，均能清晰地表达课程的核心内容，规范性良好。

五、学时分配的科学性和合理性

学时分配应保证学生有足够时间来吸收和理解课程内容，同时也要留有余地让学生进行自主学习和实践操作。本方案中，专业基础课程，专业核心课程和专业方向课程的学时分配均合理，同时实操实训环节的学时也得到了充分的保障，符合人才培养的需要。

六、人才培养规律的科学性和合理性

市场营销专业的人才培养应遵循从知识传授到能力培养，再到素质提升的规律。本方案在课程设置上体现了这一规律，从基础理论到专业技能，再到综合素养的提升，循序渐进，有助于学生全面发展。

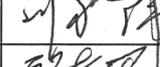
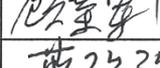
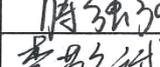
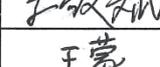
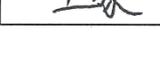
七、文字数据的准确性和完整性

在人才培养方案中，所有的文字描述和数据统计都应准确无误，以确保方案的权威性和可信度。本方案中的文字表述清晰，数据统计完整，没有发现明显的错误或遗漏。

综上所述，本次市场营销专业人才培养方案在培养目标、课程体系、课程结构、课程名称规范性、学时分配、人才培养规律等方面均表现出一定的科学性和合理性。

因此，经过全体专家组的讨论，一致同意本次人才培养方案，并建议在实施过程中根据市场反馈和教育效果进行适时调整和优化。

专家组组长（签字）：
2024年 6 月 15 日

序号	姓名	工作单位	职务/职称	签字
1	魏贤运	徐州工业职业技术学院工商管理学院	院长	
2	王道顺	九州职业技术学院	教授	
3	何颜	九州职业技术学院	副教授	
4	刘雨花	九州职业技术学院	副教授	
5	刘永伟	江苏安全技术职业学院	副教授	
6	顾荣军	徐州行知网络科技有限公司	总经理	
7	蒋强强	徐州硕强网络科技有限公司	总经理	
8	李敬斌	徐州网搜网络科技有限公司	总经理	
9	王蒙	品宅(徐州)电子商务有限公司	总经理	

十三、培养方案审批表

九州职业技术学院 人才培养方案审核批准表

专业名称：市场营销

专业代码：530605

开设系院：现代服务与管理学院

专业带头人	刘雨花	专业群主任	刘雨花	制订时间	2024.06.15
参与制订人	姓名	职称	工作单位		备注
	武艳	副教授	现代服务与管理学院		
	何颜	副教授	现代服务与管理学院		
	居少婷	讲师	现代服务与管理学院		
	吕扬	讲师	现代服务与管理学院		
	崔小洛	讲师	现代服务与管理学院		
	赵桐	讲师	现代服务与管理学院		
	王志伟	助教	现代服务与管理学院		
	梁辰霄	助教	现代服务与管理学院		
专业建设指导委员会意见	<p>同意，主任委员（签字）： 2024年7月3日</p>				
二级学院审核意见	<p>同意，学院负责人（签字并盖章）： 2024年7月3日</p>				
教务处审核意见	<p>同意，处长（签字并盖章）： 2024年7月5日</p>				
学校教学工作委员会意见	<p>主任委员（签字）： 2024年8月6日</p>				
学校党委会审批意见	<p>党委领导（签字）： 2024年8月15日</p>				