

# 海南省商业学校 市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：121000

## 二、入学要求与基本学制

入学要求：符合国家、海南招生政策的初中毕业生

## 三、修业年限

三年

## 四、职业（岗位）面向

### （一）职业（岗位）面向

1. 主要就业岗位：消费品生产流通企业、工业品生产流通企业和服务性企业相关营销岗位；分销代理机构、中介服务机构、市场研究及广告咨询机构相关营销岗位；各行业连锁经营单位及各门店相关营销岗位。

2. 其他就业岗位（群）：房地产、保险、汽车、医药等行业相关营销岗位。

岗位分类	工作内容	基层营销岗位 (起始岗位)	
		I	II
市场分析	从事市场调查、市场开发及需求预测等工作	调查员	市场调研助理
销售管理	从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作	营业员 收银员	销售代表 业务代表
		内勤员	内勤专员
客户服务	从事接受客户投诉、回访客户、收集并反馈客户意见或建议等工作	坐席代表	现场主管
		回访员	回访专员 服务专员
营销策划	从事企业或产品市场推广策划，广告策划和促销策划等工作		文案策划助理

### （二）职业资格

1. 本专业毕业学生须取得高级营销员（四级）职业资格证书。

2. 有条件的学生可选考与本专业相关的其他高一级技能证书或职业资格证书，如：助理营销师、房地产经纪协理、汽车经纪人、助理电子商务师、物流师等。

证书名称	等级	颁证单位	学分	折合学分	可替代（免修）课程
必考	高级营销员	四级	人力资源和社会保障部	4	—

选考	助理营销师	三级	人力资源和社会保障部	6	投资理财
	房地产经纪人协理	初级	房地产经纪人协会	4	房地产营销一门课程
	汽车经纪人	初级	人力资源和社会保障部	4	汽车营销一门课程
	助理电子商务师	初级	人力资源和社会保障部	6	网络营销

### （三）继续学习专业

市场营销、电子商务及相关经济管理类本科专业。

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美全面发展，具备良好的职业道德和职业素养，既掌握营销基本理论，又具有市场分析、销售与管理、营销策划和良好职业操守等综合职业能力，能适应企业营销、策划等岗位需求的发展型、复合型和创新型技术技能人才。

### （二）综合素质及职业能力

#### 1、综合素质

1) 思想道德素质：具备良好的政治素质、道德品质和法律意识；具有诚实、守信的职业道德；具有良好的人际交往、组织协调能力和团队合作精神；具有正确的择业、就业观和创业、创新精神。

2) 科学文化素质：具有较为全面的语文、数学、外语、计算机等文化基础知识和较为宽泛的科学技术知识。

3) 专业素质：掌握经济学、管理学基本原理和会计基础知识及现代物流、信息技术、国际贸易等相关专业基础知识；掌握市场分析与预测的基本方法；掌握营销沟通与促销等专业知识；掌握商务谈判的方法与技巧；掌握顾客消费心理变化规律及客户服务与管理的方法和技巧；掌握网络操作基本技能及电子商务基础知识；掌握企业营销活动的策划、实施和评估等方法。

4) 身心素质：具有健康的体魄；具有善待自己、善待他人，能适应环境的良好心态。

#### 2、职业能力

1) 基本能力：具有较强的计算机应用能力；具有较强的语言表达和规范书写经济应用文的能力；具备一定的英语听、说、读、写、译能力；获得全国计算机等级考试一级证书和全国英语应用能力考试等通用能力证书。

2) 核心能力：具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力；具有合理运用营销策略进行营销策划的能力；具有独立开展产品销售的能力；具有为客户服务的能力；具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力。

3) 其他能力：具备较强的自我管理与发展能力。

## 六、课程设置及要求

### (一) 课程安排

学期	学期周数	理论教学		实践教学						入学教育与军训	机动周	
		授课周数	考试周数	技能训练		课程设计 大型作业 毕业设计		企业见习 顶岗实习				
				内容	周数	内容	周数	内容	周数			周数
一	20	16	1	商品品质检验							2	1
二	20	17	1					感知营销	1			1
三	20	18	1	沟通与协作技巧 商务礼仪								1
四	20	18	1	市场调查综合 实训 消费行为分析								1
五	20	18	1	电子商务 网上开店								1
六	20	18	1	商务模拟谈判 模拟产品推销								1
七	20	16	1					连锁经营 客户关系	2			1
八	20	16	1					危机处理 经营管理	2			1
九	20	16	1					方向课程 企业见习	2			1
十	20	0	0			毕业 设计	1	顶岗实习	17			
合计	200	153	9		8		2		17	1		9

备注：专业课程训练内容及课时根据学期专业技能课程实际教学内容安排。

### (二) 主要专业课程内容及要求

序号	课程名称 (课时)	主要教学内容及要求	教学实施建议
1	市场营销 (102)	(1) 掌握营销基本原理和方法，熟悉营销活动基本流程及策略，学会消费者需求分析、目标市场策略、营销组合策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等营销知识与技能的运用；	(1) 本课程宜以实战为背景，以经典案例为支点，以工作过程为基础，以任务为载体开展教学；

		(2) 主要教学内容: 市场商机把握, STP, 营销组合, 营销战略和整合营	(2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
2	沟通协作技巧 (36)	(1) 掌握沟通技巧, 提高与他人沟通的质量, 改善与他人沟通的方法, 通过沟通, 赢得客户; (2) 主要教学内容: 沟通理论的系统与基本结构, 沟通的步骤, 沟通技巧及其运用等内容	(1) 本课程宜采用模拟教学为主; (2) 本课程考核可根据学生在与他人沟通时的技巧运用而定
3	公共关系策划 (64)	(1) 掌握现代公共关系基本理论和基本知识, 培养学生运用所学知识, 做好组织与公众的沟通工作, 树立组织形象, 解决组织工作中存在问题的能力; (2) 主要教学内容: 公共关系的基本理论和基本知识, 组织、公众各自的相关情况, 树立组织形象的方法, 组织与公众沟通的手段和技巧等	(1) 本课程以理实一体化教学为主, 注重学生生活学活用; (2) 实践教学侧重于案例分析; (3) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
4	市场调查与预测 (108)	(1) 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; (2) 主要教学内容: 市场调查及预测产生和发展, 市场调查与预测的必要性, 基本知识和方法, 调查资料的整理与分析, 调查与预测报告的撰写等	(1) 本课程以理实一体化教学为主, 注重学生生活学活用; (2) 市场调查部分应面向实际工作而开展; 市场预测应以定性分析为主, 结合定量分析; (3) 本课程考核宜根据学生市场调查与预测报告情况而定
5	电子商务 (72)	(1) 运用所学专业知 识, 做好网上开店、产品营销等工作, 能够独立从事该项工作, 并解决好经营工作中的相关实际问题; (2) 主要教学内容: 以现代互联网和计算机技术为基础的现代企业的网络营销及网上购物、电子交易等电子商务的内容及操作实务等	(1) 本课程宜以实战为背景, 通过项目设置实施教学; (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
6	消费者行为分析 (72)	(1) 掌握顾客购买商品的心理能力, 学会观察顾客的心理表现, 提高观察问题和随机应变的能力; (2) 主要教学内容: 消费者购买行为的心理研究, 对不同类型的消费者购买商品的心理分析与柜台接待的心理研究等	(1) 本课程以案例教学为主; (2) 根据单元教学需要, 可组织学生赴企业观察顾客的心理表现; (3) 有条件可聘请企业人员来校讲授。
7	营销策划	(1) 掌握如何在进行营销活动时根据企业的营销目标	(1) 本课程为综合运用课

	(96)	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； (2) 主要教学内容：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、产品策划、定价策划、促销策划、中小企业的营销策划、成功企业的营销策划等。	程，实践性较强，因此，宜采用理实一体化教学或项目教学； (2) 本课程考核以各策划方案的完整性、实用性为依据，实施过程考核
8	现代推销技术 (108)	(1) 掌握推销工作流程中各个业务环节的基本技术，熟悉本行业产品的具体推销技巧，懂得推销员管理的基本内容与方法； (2) 主要教学内容：推销含义、推销员素质要求与推销基本礼仪、推销准备与策划、接近技术实务、产品介绍与示范、沟通、语言艺术与说服技巧、处理顾客异议技术实务、成交谈判技术、成交手续、售后跟踪、推销员管理等内容	(1) 本课程以理实一体化或项目教学，注重学生生活学活用； (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式
9	现代广告策划 (64)	(1) 培养学生对广告活动及创意的鉴赏和评价能力，训练学生的文案写作能力和简单广告活动的策划能力； (2) 主要教学内容：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内容	(1) 本课程实践性较强，宜采用理实一体化教学或项目教学； (2) 本课程考核以各策划方案的完整性、实用性为依据，实施过程考核
10	客户关系管理 (96)	(1) 学会对客户类型的分析，掌握怎样与客户建立良好的关系，如何进行客户关系管理； (2) 主要教学内容：客户的类型、特点，与客户建立良好的关系的方法，进行客户关系管理的方法等内容	(1) 本课程以案例教学为主； (2) 根据单元教学需要，可组织学生赴企业进行认识实习； (3) 有条件可聘请企业人员来校讲授
11	网络营销 (108)	(1) 掌握网络营销常用的工具和方法，熟练掌握网络营销的各种技巧，掌握网络营销的产品、价格、渠道和促销策略； (2) 主要教学内容：网络营销的各种知识和方法，包括网络营销的外部环境、网络营销对象的特征、购买动机和行为、购买模式以及影响购买的因素、网络营销的基本策略等	(1) 本课程宜以实战为背景，通过项目设置实施教学； (2) 本课程考核采用理论考核与项目训练考核相结合的方式

## 七、教学进程总体安排

### (一) 严格执行专业教学计划

### (二)、课程实施

本专业课程在教学过程中，采用知识与技能相结合的方式，即安排实训将课上内容及时

消化，并掌握相应技能。除了将知识讲解清楚外，还配有校外观摩实训、软件实训、物流实验室实战模拟及校外顶岗实习。

在实训课程中，培养学生团队合作的精神，“先进带动后进”。采用“轮岗制”保证每个学生能够掌握较全面的技能。

### （三）、教学评价、考核要求

学生的考核以各项目的学习目标为依据，从专业能力、方法能力、社会能力三个方面对学生的学习效果进行综合的考核与评价，坚持理论考核与实践考核相结合，课上考核与课余考核相结合，结果性评价与过程性评价相结合，同一性评价与特质性评价相结合，以人为本，遵循评价的完整性、连续性、互动性与科学性的原则，过程评价作为考核的重点，注重学生能力发展的渐进过程。考核的具体方案如下：

理论考核：采取闭卷答题的形式，占课程总成绩的 40%，在学期末进行；考题分客观题、主观题和计算题三种。实践考核：分为案例分析，配送实际作业操作，职业技能竞赛三种形式，占课程总成绩的 60%（三项分别占 10%、40%、10%）。考核随堂进行。

## 八、实施保障

### （一）专业教师队伍

#### 1、教学团队要求

1) 本专业的专任专业教师与在籍学生比不低于 1:30。

2) 专业负责人应具有本科及以上学历、副高以上职称；具有与本专业相关的营销师职业资格或经济师以上非教师系列专业技术职务；从事本专业教学达 3 年以上，熟悉行业产业和本专业发展现状与趋势；主持过校级以上课题研究或参与市级以上课题研究，有市级以上教研或科研成果。

3) 骨干教师接受过职业教育教学方法论的培训，具有专业课程的开发能力，能够指导新教师完成上岗实习工作；每年有 10%以上专任专业教师参加市级以上培训、进修。

4) 本专业兼职教师占专业教师比例 10%~30%。

#### 2、专任专业教师任职资格

1) 具有教师资格证书，具有经济师等非教师系列中级专业技术职务或与本专业有关的中高级职业资格证书或技术等级证书。

2) 具有良好的职业道德和敬业精神。

3) 具备扎实的专业理论基础和合理的知识结构，能遵循职业教育教学规律进行课程改革及课程实施。

4) 具备较强的现代信息技术运用能力，能充分利用信息技术、数字化资源和信息化环境组织教学活动。

5) 每两年至少能到企业进行顶岗锻炼两个月以上，熟悉企业经营管理的实际运作并同企业有关人员保持良好的协作关系。

#### 3、专业兼职教师任职资格

1) 具有一定的营销工作经历和丰富的营销管理经验，具有营销师等中级及以上专业技术职务或市场营销管理职务。

2) 具有一定的专业教学经历和教学水平，能悉心指导学生进行实践操作。

3) 具有较高的思想政治素养和责任心，热爱学生，为人师表。

## (二) 实训实验条件

主要实训 (实验)室	主要功能	主要设备	配套教学资源
市场营销 综合实训室	学生借助市场营销模拟教学软件 进行模拟营销实训，实现营销理论知识与操作实务的对接	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅(40台套)	营销模拟平台软件、调查教学模拟软件、营销课程训练软件
模拟商务 谈判室	通过一个虚拟的谈判环境，使学生对商务谈判过程进行模拟实训，实现商务谈判理论与技巧的对接。	谈判桌椅、录播系统、笔记本电脑、多媒体教学设备、大屏幕网络电视(40台套)	商务谈判实训软件
营销策划 实训室	营销策划实训室作为营销专业教学经营实体，为学生实训、教师研修、企业策划提供平台，主要是面向社会开展项目咨询、策划、设计及相关学术研究	电脑、打印机、复印机、配套桌椅(40台套)	统计分析软件、客户关系管理软件
广告策划 实训室	根据既定的营销计划进行广告创意实践，培养广告创意实战经验，熟悉各种广告媒体的制作与发布流程	电脑、彩色打印机、数码摄像机、海报展板(40台套)	营销管理信息系统
供应链管理 实训室	通过模拟企业与企业间协同，帮助学生建立供应采购、仓储配送包装与条码、连锁商业物流、销售批发等供应链全景联系	电脑、打印机、投影仪及幕布、实训桌椅(40台套)	用友U8软件
连锁经营 模拟实训室	前台为连锁经营收银系统，实现对超市采购、销售、收银等管理。同时配以零售后台管理	激光扫描平台、POS机、写卡机、货架、收款台	用友商超软件
企业沙盘 创业中心	包括企业运营的战略规划、市场营销、生产组织、财务管理等关键环节，是一个制造企业的缩影	电脑、ERP沙盘物理台面、投影仪及幕布、文件柜	用友ERP创业者软件
实习超市	提供全真经营实习	POS机、货架及商品	用友商超软件

## 九、毕业要求

思想品德考核合格，身体健康素质测试达标，修满教学计划规定的课程和训练，且成绩合格，并取得相应的职业技能证书。

## 十、附录

课程设置与教学进程表

### 市场营销专业课程设置与教学安排表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	核心课程	学分	计划学时			教学周学时/教学周数						考核评价方式	教学场所	备注
							总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六			
										16周	18周	18周	18周	18周	18周			
公共课	必修课	1		职业生涯规划		2	32	32	0	2					顶	考查		
		2		职业道德与法律		2	36	36	0		2				岗	考查		
		3		经济政治与社会		2	36	36	0			2			实	考查		
		4		哲学与人生		2	36	36	0				2		习	考查		
		7		劳技		6	106	106	0	1	1	1	1	1		考查		
		8		体育		12	212	212	0	2	2	2	2	2		考查		
		9		语文		4	68	68	0	2	2					考查		
		10		计算机应用基础		4	72	56	16	4						考查		
		13		EXCEL		2	36	20	16							考查		
				小计			36	626	610	16	11	7	5	5	3			
专业课	必修课	1		市场营销	★	4	64	64	0	4						考试		
		2		企业经营管理沙盘		4	64	64	0	4						考试		
		3		商务礼仪		2	32	32	0	2						考查		
		4		电子商务基础		4	64	64	0	4						考试		
		5		商品学		4	64	64	0	4						考试		
		6		销售服务技术	★	4	72	72	0		4					考试		
		7		中国经济地理地理		4	72	72	0		4					考试		
		8		企业管理		4	72	72	0		4					考试		



9	点钞技术与反假 币知识		2	36	36	0		2					考查		
10	商务谈判		4	72	56	16		4					考试		
11	采购管理实务		4	72	72	0		4					考试		
12	经济法		4	72	56	16			4						
13	商务字符录入		4	72	72	0			4				考试		
14	营销心理学		4	72	72	0			4				考试		
15	门店运营实务		4	72	72	0			4				考试		
16	柜组核算	★	4	72	72	0			4				考试		
17	客户服务与管理		4	72	72	0			4				考试		
18	市场营销策划		4	72	72	0				4			考试		
19	导购技巧	★	4	72	56	16				4			考试		
20	店长岗位实训		4	72	72	0				4			考试		
21	收银实务		4	72	56	16				4			考试		
22	摄影技术		2	36	36	0					2		考试		
23	现代物流基础		4	72	36	36					4		考查		
24	电子表格		2	36	36	0					2		考查		
25	网络营销（微营 销）		4	72	36	36						4	考试		
26	会展营销实务		4	72	72	0						4	考查		
27	推销与沟通技巧		4	72	72	0						4	考试		

	28	电子商务案例分析	4	72	72	0					4		考查		
	29	专业课程考前辅导/营销能力综合实训	2	36	36	0					2		考查		
	30	供应链管理	4	72	72	0					4		考试		
	31	办公软件应用	2	36	0	36					2		考查		
	小计		122	1512	1412	100	18	22	24	24	24				
总学分、总学时、必修课周学时合计			211	3730	3528	202	27	27	27	27	27				

注：1. 核心课程用“★”标志。