



郑州市财贸学校  
Zhengzhou Finance and Trade School

# 市场营销专业 2025 级人才培养方案

专业类别：财经商贸大类工商管理类  
专业代码：730602  
适用级别：2025 级学生  
修订时间：2025 年 09 月  
编制部门：财经商贸部

## 目录

一、概述 .....	2
二、专业名称及代码 .....	2
三、入学基本要求 .....	2
四、基本修业年限 .....	2
五、职业面向 .....	2
六、培养目标 .....	3
七、培养规格 .....	3
八、课程设置及学时安排 .....	4
(一) 课程设置 .....	4
(二) 学时安排 .....	16
九、师资队伍 .....	19
(一) 队伍结构 .....	19
(二) 专业带头人 .....	19
(三) 专任教师 .....	20
(四) 兼职教师 .....	20
十、教学条件 .....	20
(一) 教学设施 .....	20
(二) 教学资源 .....	22
(三) 教学方法与模式 .....	23
(四) 学习评价 .....	24
十一、质量保障和毕业要求 .....	25
(一) 质量保障 .....	25
(二) 毕业要求 .....	25

# 市场营销专业人才培养方案

(2025年修订稿)

## 一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域优化升级需要，对接批发、零售、商务服务和制造等行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群）的新要求，不断满足市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本校市场营销专业人才培养方案。

## 二、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

## 三、入学基本要求

初级中等学校毕业生或具备同等学力

## 四、基本修业年限

三年

## 五、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（73）
所属专业类（代码）	工商管理类（7306）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、商务服务业（72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	营销员（4-01-02-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）
主要岗位（群）或技术领域	销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员
职业类证书	数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商、B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理

## 六、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，掌握本专业知识和技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发、零售、商务服务和制造行业的销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群），能够从事市场信息收集、销售业务洽谈、互联网营销、数字互动营销、客户关系维护等线上线下商品销售和活动执行等工作的技能人才。

## 七、培养规格

本专业学生应全面提升知识、能力、素质，筑牢科学文化知识和专业类通用技能基础，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（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）掌握与本专业对应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，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，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）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习英语并结合本专业加以运用；

（5）掌握商品学、商务礼仪、现代信息技术等方面的专业基础理论知识；

（6）掌握调查问卷发放、调查数据采集、数据整理统计等技能，具有市场信息收集能力；

（7）掌握线上线下客户寻找、客户拜访、商品介绍、合同签订等技能，具

有销售业务洽谈能力；

（8）掌握产品选品、直播销售、短视频制作推广、社交营销、App 营销、小程序营销等技能，具有数字营销能力；

（9）掌握客户资料管理、客户关怀、客户投诉处理、智能客服语音标注等技能，具有客户关系维护能力；

（10）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的基本数字技能；

（11）具有终身学习和可持续发展的能力，具有使用数据分析问题和解决问题的能力；

（12）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，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；

（13）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（14）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 八、课程设置及学时安排

### （一）课程设置

包括公共基础课程、专业课程和实践性教学环节等。

#### 1. 公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程，包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

##### （1）公共基础必修课程

设置 12 门。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、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育。

表 1：公共基础必修课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	中国特色社会主义	培育学生政治认同核心素养，坚定中国特色社会主义	掌握中国特色社会主义开创、发展历程及进入新时代的重大

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
		道路、理论、制度、文化自信，理解党的领导是中国特色社会主义最本质特征，将个人职业发展融入国家现代化建设。	意义，理解习近平新时代中国特色社会主义思想核心要义。了解“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局，知晓经济、政治、文化等领域建设成就与基本政策。结合电商行业发展，认识国家经济政策对职业领域的影响，增强服务国家经济建设的责任感。
2	心理健康与职业生涯	培育健全人格与职业精神，帮助学生树立正确职业观，掌握心理调适与职业生涯规划方法，提升适应职业发展的心理素养与规划能力。	学会全面认知自我，明确自身优势与职业适配性，掌握情绪管理、挫折应对等心理调适技能。了解电商行业职业特点与发展趋势，掌握职业生涯规划制定与调整方法，确立符合行业需求的职业理想。学会处理职场人际关系，培养敬业乐群、理性平和的职业心态，为电商岗位实习与就业奠定基础。
3	哲学与人生	引导学生树立科学世界观和方法论，学会用辩证唯物主义、历史唯物主义观点分析问题，培育科学精神与正确价值判断能力。	掌握物质与意识、实践与认识、矛盾普遍性等基本哲学原理，理解客观规律与主观能动性的辩证关系。学会用联系、发展、全面的眼光看待职业发展与人生问题，在电商工作中坚持实事求是、求真务实。领悟实践出真知的道理，认识劳动创造价值的本质，强化电商职业所需的理性思维与创新意识。
4	职业道德与法治	培育职业精神与法治观念，使学生掌握电商行业职业道德规范与相关法律法规，养成爱岗敬业、依法办事的职业行为习惯。	掌握爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律等电商职业道德核心要求，理解劳模精神、劳动精神、工匠精神的内涵。了解公司法、税法、民法典等与电商工作密切相关的法律法规，明确权利与义务的统一关系。学会在电商运营中坚守道德底线、不触碰法律红线，养成依法运营、诚信运营的职业行为。

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
5	语文	<p>学生通过阅读与鉴赏、表达与交流及语文综合实践等活动，在语言理解与运用、思维发展与提升、审美发现与鉴赏、文化传承与参与几个方面都获得持续发展，自觉弘扬社会主义核心价值观，坚定文化自信，树立积极向上的人生理想，涵养职业精神，为适应个人终身发展和社会发展需要提供支撑。</p>	<p>依据《中等职业学校语文课程标准（2020年版 2025年修订）》，系统学习中职《语文》国家统编教材（2023年8月版）。其中，基础模块是学生必修的基础性内容，职业模块是为提高学生职业素养安排的限定选修内容，拓展模块是满足学生继续升学与个性发展需要的自主选修内容。以立德树人为语文课程的根本任务，以发展学生的语文学科核心素养为目标，以学生发展为中心促进语文教学与评价改革，坚持德技并修的职业教育理念，融入职业道德、职业精神教育，加强教学内容与生活、专业课程的联系，形成协同育人合力，突出听说读写的整合，从升学与就业的实际需要出发，积极创设与学生日常生活、专业教育以及未来工作密切相关的语言运用情境，引导学生在真实的情境中学语文、用语文，提高运用语文知识和技能解决实际问题的能力。</p>
6	历史	<p>培育唯物史观、时空观念、家国情怀等核心素养，帮助学生从历史中汲取智慧，增强民族自豪感与职业使命感。</p>	<p>把握中国历史发展基本脉络，重点了解统一多民族国家形成发展、近现代民族独立与复兴历程。了解世界历史发展大势，认识人类社会从分散到整体的发展规律，拓宽国际视野。—结合电商行业历史演变，领悟中华优秀传统文化中的诚信理念与职业精神，传承精益求精的工匠文化。</p>
7	数学	<p>全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，在义务教育的基础上，通过中等职业学校数学课程的学习，使学生获得继续学习、未来工作和发展所必需的数学基</p>	<p>依据《中等职业学校数学课程标准（2020年版）》开设，并注重培养学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能与能力，并注重在职业模块中体现专业特色。</p>

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
		础知识、基本技能、基本思想和基本活动经验，具备一定的从数学角度发现和提出问题的能力、运用数学知识和思想方法分析和解决问题的能力。	
8	英语	全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，在义务教育的基础上进一步激发学生英语学习的兴趣，帮助学生掌握基础知识和基本技能，发展英语学科核心素养，为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。	依据《中等职业学校英语课程标准（2020年版）》开设，并注重培养学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。
9	信息技术	落实立德树人的根本任务，在完成九年义务教育相关课程的基础上，通过理论知识学习、基础技能训练和综合应用实践，培养中等职业学校学生的信息素养和适应职业发展需要的信息能力。	依据《中等职业学校信息技术课程标准》（2020年）开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色，帮助学生认识信息技术对当人类生产、生活的重要作用，理解信息技术、信息社会等概念和信息社会特征与规范，掌握信息技术设备与系统操作、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计、数字媒体技术应用、信息安全和人工智能等相关知识与技能，综合应用信息技术解决生产、生活和学习情境中各种问题；在数字化学习与创新过程中培养独立思考和主动探究能力，不断强化认知、合作、创新能力，为职业能力的提升奠定基础。
10	体育与健康	全面提高学生身体素质，发展身体基本活动能力，增进学生身心健康，培养学生从事未来职业所必需的体能和社会适应能力。使学生掌握必要的体育与卫生保健基础知识和运动技能，增强体育	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》（2020年）开设，在本课程的教学中应树立“健康第一”的指导思想，全面锻炼学生身体，提高学生体育文化素质，增进学生身心健康，为培养高素质劳动者和中

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
		锻炼与保健意识, 了解一定的科学锻炼和娱乐休闲方法;注重学生个性与体育特长的发展, 提高自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力, 为学生终身锻炼继续学习与创业立业奠定基础。通过体育教学, 进行爱国主义、集体主义和职业道德与行为规范教育, 提高学生社会责任感。	初级专门人才打好身体基础。
11	艺术	坚持落实立德树人根本任务, 使学生通过艺术鉴赏与实践等活动, 发展艺术感知、审美判断、创意表达和文化理解等艺术核心素养。	依据《中等职业学校艺术课程标准》(2020年)开设, 并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色, 培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力, 帮助学生塑造美好心灵健全健康人格, 厚植民族情感, 增进文化认同, 坚定文化自信, 成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能人才。
12	劳动教育	准确把握社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求, 全面提高学生劳动素养, 使学生树立正确的劳动观念。具有必备的劳动能力。培育积极的劳动精神。养成良好的劳动习惯和品质。珍惜劳动成果, 养成良好的消费习惯, 杜绝浪费。	依据《大中小学劳动教育指导纲要(试行)》开设, 并与专业实际和行业发展密切结合。增强职业荣誉感和责任感, 提高职业劳动技能水平, 培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。

## (2) 公共基础选修课程

设置 4 门：党史国史、中华优秀传统文化、国家安全教育、音乐赏析。

表 2：公共基础选修课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容与要求
1	党史国史	帮助学生系统了解中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的辉煌历程和新中国的发展成就，深刻理解历史和人民选择马克思主义、选择中国共产党、选择社会主义道路、选择改革开放的必然性，传承红色基因。	以中国共产党的奋斗发展史和中华人民共和国史为主线。要求通过史实学习，引导学生知史爱党、知史爱国，坚定理想信念。
2	中华优秀传统文化	使学生了解和感悟中华优秀传统文化的精髓与魅力，认识其当代价值，增强文化认同感和文化自信，自觉传承和弘扬中华优秀传统美德，提升个人人文素养和思想道德境界。	教学内容包括国学经典、传统美德、民俗风情、文学艺术、科技成就等。要求取其精华，并与时代精神相结合，内化于心，外化于行。
3	国家安全教育	增强学生国家安全意识，树立总体国家安全观，了解维护国家安全的法律义务和责任，掌握基本的国家安全知识和风险防范技能，自觉维护国家主权、安全和发展利益。	教学内容涵盖政治、军事、国土、经济、文化、网络、科技等多领域安全知识。要求结合案例教学，提高学生维护国家安全的自觉性和实际能力。
4	音乐赏析	通过聆听和欣赏中外经典音乐作品，培养学生对音乐的兴趣和感知能力，学习基本的音乐要素和欣赏方法，开阔音乐视野，提升审美情趣和人文素养，丰富情感体验。	教学内容包括中外不同时期、不同风格的代表性音乐作品介绍与赏析。要求以聆听为主，引导学生积极参与审美体验，能够对音乐作品进行简单的描述与评价。

## 2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

### （1）专业基础课程

设置 4 门，包括：电子商务基础、智慧物流与供应链基础、市场营销实务、网络推广实务。

表 3：专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	电子商务基础	电子商务平台操作辅助，包括网站浏览、商品上架、订单处理、支付结算、客户咨询回复等工作内容，使用电脑、互联网、办公软件、电商平台后台等完成工作任务。	<p>①掌握电子商务基本概念、模式和发展趋势。</p> <p>②能够操作常见电商平台进行商品管理和交易处理。</p> <p>③能够处理基本客户服务和数据记录。</p>
2	智慧物流与供应链基础	物流与供应链管理辅助，包括库存监控、订单配送跟踪、供应商协调、物流数据录入等工作内容，使用物流管理系统、GPS 跟踪工具、办公软件等完成工作任务。	<p>①掌握智慧物流和供应链管理基础知识。</p> <p>②能够操作物流软件进行库存和配送管理。</p> <p>③能够分析物流数据并优化流程。</p>
3	市场营销实务	市场营销活动执行，包括市场调研、营销策划、促销活动执行、客户关系维	<p>①掌握市场营销基本理论和策略。</p> <p>②能够进行市场调研和制定营销</p>

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		护等工作内容，使用市场分析工具、CRM 软件、办公软件等完成工作任务。	计划。 ③能够执行促销活动并评估效果。
4	网络推广实务	网络推广，包括平台内工具推广、社会化媒体推广、KOL（关键意见领袖）媒介营销、新媒体推广、网络广告投放等工作内容，使用办公相关软件、平台营销推广工具及平台后台操作完成工作任务。	①掌握网络推广基础知识。 ②理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位。 ③能够执行推广任务，跟踪推广效果，收集与发布推广内容与素材。 ④能够收集、整理营销推广数据，制作日报、周报及投入产出数据报表等。

## （2）专业核心课程

设置 8 门，包括：商务礼仪、市场调查实务、中华商业文化、视觉营销设计、短视频制作、直播营销及客户服务、门店运营、商贸法律法规等领域的课程。

表 4：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	商务礼仪	务场合礼仪应用，包括客户接待、电话沟通、邮件写作、会议参与等工作内容，使用办公软件、沟通工具等完成工作任务。	①掌握商务礼仪基本规范。 ②能够在各种商务场景中得体行为。 ③能够处理跨文化沟通。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
2	市场调查实务	调查问卷发放，调查数据采集，数据整理统计。	①掌握调查问卷发放的方法和技能。 ②掌握调查数据采集的方法和技能。 ③掌握数据整理统计等市场信息收集的方法和技能
3	中华商业文化	初步了解商业文化，弘扬商业文化，应用商业文化	①学习商史文化。 ②了解多态市场的变迁。 ③掌握弘扬商业文化的精髓包括（诚信文化、义利文化、勤俭文化、创新文化等）。 ④掌握商业文化的前沿发展趋势
4	视觉营销设计	视觉设计与制作，包括图片处理、海报设计制作、主图制作。页面设计、短视频制作等工作内容，使用数码相机、手机等设备及设计、剪辑相关软件完成工作任务。	①掌握视觉设计基础知识。 ②理解平台规则和营销需求等内容。 ③能够完成图片合规化处理。 ④能够收集和输出设计素材。 ⑤能够设计制作和优化海报、主图、商品详情页等。 ⑥能够拍摄标准化视频素材。 ⑦能够制作并优化短视频。
5	短视频制作	短视频剪辑，短视频创作。	①学习短视频剪辑基础知识。 ②掌握短视频进阶剪辑功能。 ③学会如何创作短视频（包括图文类、城市宣传类、生活 Vlog 类、商业广告类文艺类等）。
6	直播营销及客户服务	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务。客户服务，包括客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护、评价管理等工作	①掌握直播销售和客户服务基础知识。 ②理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告，能够回复客户咨询。 ③能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签。 ④能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本，能够进行商品讲解。 ⑤能够辨识受众类型，完成直播复盘。能够进行异常订单处理。能够进行售后纠纷处理。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
		作内容，使用客服、社群工具及办公相关软件完成工作任务。	
7	门店运营	人员招聘、入职、培训、任免、绩效管理，门店卖场环境维护、日常清洁、安全检查、库存盘点，门店促销	①了解人员招聘的目的和意义，掌握门店人员招聘的方法。 ②理解门店环境维护的意义，熟悉门店环境维护要求，掌握门店管理内容。 ③掌握商品管理的方法。 ④学会如何做门店促销。
8	商贸法律法规	法律法规学习，法律责任的了解	①学习法律基础知识。 ②了解消费者权益保护法。 ③掌握商标的注册、使用和保护。 ④认识不正当竞争行为、了解违反《反不正当竞争法》的法律责任。 ⑤认识《产品质量法》的处罚方式。

#### 4. 专业拓展课

设置 6 门，主要包括：广告实务、商务应用文写作、会计基础、职业素养、金融风险防范、就业指导。

表 5：专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	广告实务	①市场调研。 ②广告设计与制作。 ③广告策划案的整合。	①学习广告的定义、功能与分类和 ②熟悉现代广告运作的基本流程。 ③进行简单的市场调研方法（问卷调查、观察法）以及学会 SWOT 分析法在广告中的运用。 ④认识创意发散方法和创意在广告中的作用。 ⑤广告媒介的选择。 ⑥学习平面广告设计基础，构图原则、色彩搭配、字体选择的基础操作。
2	商务应用文写作	①撰写推介会的通知。 ②撰写会议记录。 ③撰写工作总结。	①了解商务写作基础，特点与写作基本原则。 ②认识商务文书；商务信函/电子邮件、商务邀请函、询价函与报价函、简单的商务合同/协议。 ③学习求职文书的撰写方法。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
3	会计基础	①认识会计工作的一般流程。②培养爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正的会计职业态度和职业行为 ③提高学生财务分析、企业和管理协作沟通素质。	①了解会计的工作职责与要求。 ②熟悉会计核算工作程序。 ③领会会计核算对象、会计核算方法体系和会计基础工作规范要求。 ④会填制和审核原始凭证。 ⑤会运用借贷记账法填制企业主要经济业务记账凭证。 ⑥会编制简单资产负债表和利润表。
4	职业素养	①认识职业素养。 ②模拟虚拟项目，扮演虚拟角色。	①了解职业的意义、发展趋势及成功职业生涯的要素。 ②职业态度与职业道德 ③职业沟通与团队协作 ④职业发展与规划
5	金融风险防范	①模拟情景，识别和规避一次针对性的金融诈骗。 ②完成一份《风险事件处理记录表》	①金融风险基础认知 ②典型金融诈骗识别与防范 ③金融机构基层风险合规实务 ④完成角色扮演分组研究并汇报经典金融风险案例。
6	就业指导	①撰写个人求职简历。 ②模拟求职与面试过程。	①了解创业政策及法规，进行充分市场调研。 ②了解创业项目评估的方法和过程。 ③了解如何分析行业背景，资金准备以及创业计划书的制作。 ④学习职业生涯规划，依据自身特点进行就业分析和选择。 ⑤掌握提升自身职场竞争力的途径和技巧。 ⑥了解入职和转岗及辞职换岗等职场基本情境的流程及注意事项。

### 3. 实践性教学环节

实践性教学主要包括校内实训、校外岗位实习等形式。

#### (1) 校内实训

第 2、3、4、5 学期的 11 月第一周举办校园购物节活动，共计 60 学时，具体项目安排如下：

表 6：校内实训项目主要实训内容与要求

项目	项目内容要求	学时
项目 1 团队组建与角色认知	<p>了解：现代企业常见的营销组织架构（如产品、渠道、推广、销售部）。</p> <p>理解：不同营销岗位（如策划、运营、推广、客服）的核心职责与协作关系。</p> <p>掌握：能够根据实训任务进行小组分工，明确个人职责，并模拟完成岗位工作交接流程。</p>	2
项目 2 营销人员基本能力	<p>了解：有效沟通、市场洞察与数据分析对营销工作的重要性。</p> <p>理解：营销沟通的基本模型与客户消费心理的基本类型。</p> <p>掌握：能够运用基本工具进行市场信息搜集与整理；能够撰写简洁明确的产品介绍；掌握面对面的基本推销话术与流程。</p>	2
项目 3 营销职业道德与规范	<p>了解：营销人员应具备的职业礼仪、形象规范及法律底线。</p> <p>理解：诚信营销、客户至上等职业道德对个人与企业长期发展的价值。</p> <p>掌握：能够在模拟场景中，规范处理客户异议与投诉，并对自己的职业生涯进行初步规划。</p>	2
项目 4 产品与价格策略制定	<p>了解：影响产品选择与定价的内外部因素。</p> <p>理解：常见的产品组合策略与定价方法（如成本导向、竞争导向、价值导向）。</p> <p>掌握：能够针对目标市场进行简单的竞品分析，并为实训产品制定合理的定价方案与卖点提炼。</p>	2
项目 5 数字营销内容创作与推广	<p>了解：主流短视频与直播平台的规则及流量分发机制。</p> <p>理解：短视频脚本结构、直播流程规划。</p> <p>掌握：能够独立或协作完成短视频的拍摄与剪辑；能够作为主播或助播，完成一场完整的直播带货活动，并运用互动技巧提升直播效果。</p>	18
项目 6 营销场景设计	<p>了解：场景氛围对消费者购买决策的直接影响。</p> <p>理解：线下展位“黄金陈列”原则与线上店铺/直播间视觉设计要点。</p>	2

项目	项目内容要求	学时
与搭建	掌握：能够利用现有物料，动手搭建一个主题鲜明、具有吸引力的线下销售展位或线上直播场景。	
项目 7 线上线下销售实战	了解：完整的销售流程从引流、接洽、成交到售后。 理解：线上线下的销售策略与客户维护方式的差异。 掌握：能够综合运用所学技能，在真实场景（校园市集/线上社群）中完成商品销售任务，独立处理从商品介绍、价格谈判、订单处理到客户服务的全流程。	30
项目 8 实训复盘与经验萃取	了解：复盘对于个人与团队成长的重要意义。 理解：数据分析（如销售额、流量、转化率）与定性总结相结合的方法。 掌握：能够整理分析本组的销售数据与过程记录，撰写实训总结报告，并清晰地陈述成功经验与失败教训，进行公开分享。	2

## （2）校外岗位实习

在批发、零售、商务服务和制造行业的企业（机构、单位）进行销售、市场推广、客户服务等实习，包括认识实习和岗位实习。学校有稳定、够用的实习基地，并选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

## （二）学时安排

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，岗位实习按每周 30 学时安排，3 年总学时 3630 学时。我校实行学分制，18 学时折算 1 学分。新生教育、社会实践、校园购物节、校内等活动按 1 周为 1 学分。公共基础课程学时占总学时的 36.2%，专业课程学时占总学时的 45.62%。实习时间累计 6 个月，校外企业岗位实习时间为 3 个月。实践性教学学时占总学时 50%。各类选修课程的学时占总学时的比例为 10%。

表7: 教学计划安排表

课程类别	序号	课程名称	课程性质	学分	学时	学期课时安排						考核方式
						1	2	3	4	5	6	
公共基础必修课	1	中国特色社会主义	必修	2	36	2						考试
	2	心理健康与职业生涯	必修	2	36		2					考试
	3	哲学与人生	必修	2	36			2				考试
	4	职业道德与法治	必修	2	36				2			考试
	5	语文	必修	14	252	4	4	2	2	2		考试
	6	历史	必修	2	72				2			考查
	7	数学	必修	14	252	4	4	2	2	2		考试
	8	英语	必修	14	252	4	4	2	2	2		考试
	9	信息技术	必修	4	72	2	2					考试
	10	体育与健康	必修	10	180	2	2	2	2	2		考查
	11	艺术	选修	2	36			2				考查
	12	劳动教育	必修	1	18					1		考查
		小计		69	124 2	1 8	1 8	1 2	1 2	9		
共基础选修课		党史国史	选修	1	18	1						考查
		中华优秀传统文化	选修	1	18		1					考查
		国家安全教育	选修	1	18			1				考查
		音乐赏析	选修	1	18				1			考查
		小计		4	72	1	1	1	1			
专	1	电子商务基础	必修	10	180	4				6		考试

业技能课	2	市场营销实务	必修	8	144	4			4		考察
	3	视觉营销设计	必修	4	72	4					考察
	4	智慧物流与供应链基础	必修	10	180		4		6		考试
	5	网络推广实务	必修	12	216		4	4	4		考试
	6	市场调查实务	必修	4	72		4				考察
	7	商务礼仪	必修	2	36			2			考试
	8	直播营销及客户服务	必修	4	72			4			考察
	9	门店运营	必修	10	180			4	6		考察
	10	短视频制作	必修	8	144			4	4		考察
	11	商贸法律法规	必修	4	72				4		考试
	12	中华商业文化	必修	4	72				4		考察
小计				80	1440	12	12	18	18	20	
专业拓展课	1	广告实务	选修	2	36	2					考查
	2	商务应用文写作	选修	2	36		2				考查
	3	会计基础	选修	2	36			2			考查
	4	职业素养	选修	2	36				2		考查
	5	金融风险防范	选修	2	36					2	考查
	6	就业指导	选修	2	36					2	考查
小计				12	216	2	2	2	2	2	
实习	校内实训		必修	10	300		1	1	1	1	6
	校外实习		必修	12	360						12
	小计			22	660		1	1	1	1	18
合计			187		3630	334	344	344	322	20	

表 8：教学活动安排表

环节 学期	入学教育	课程教学	劳动教育	校内实训	岗位实习	复习考试	合计周数
一	1	18				1	20
二		18		1		1	20
三		18		1		1	20
四		18		1		1	20
五		18		1		1	20
六			1	6	12	1	20
合计	1	90	1	10	12	6	120

表 9：教学学时占比表

课程类型	课程性质	学时		学时百分比		学分		学分百分比	
公共基础课	必修	1242	1314	34.21%	36.20%	69	73	36.90%	39.04%
	选修	72		1.98%		4		2.14%	
专业技能课	必修	1440	1656	39.67%	45.62%	80	92	42.78%	49.20%
	选修	216		18.18%		12		6.42%	
实习实训		660	660	18.18%	18.18%	22	22	11.76%	11.76%
总计		3630		100.00%		187		100.00%	

## 九、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。

### （一）队伍结构

本专业专任教师队伍的数量、学历和职称符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。本专业专任教师 7 人，学生数与专任教师数比例为 20：1，专任教师中具有高级专业技术职务人数 3 人，占比 42.86%；硕士研究生 2 人，占比 28.57%；“双师型”教师 6 人，占比 85.71%。

### （二）专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外批发、零售、商务服务及制造等行业发展新趋势，准确把

握行业企业用人的实际需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

### **(三) 专任教师**

具有教师资格证书；具有市场营销、工商管理等相关专业学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技能水平；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，开展社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

### **(四) 兼职教师**

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

## **十、教学条件**

### **(一) 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、实训室和实习实训基地。

#### **1. 专业教室基本要求**

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. 校内实训场所基本要求**

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注

重工学结合、理实一体化，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展商品拍摄与素材编辑、运营数据采集、新媒体营销、网络推广、视觉设计、客户服务等实训活动。

本专业现有校内实训场所为通用机房实训室，直播营销实训室和商品信息采编实训室。

表 10：校内实训室配置表

序号	实训室名称	主要实训内容	设备名称	设备主要功能（技术参数与要求）	数量（台/套）
1	通用机房	1. 网店推广 2. 客户服务 3. 营销策划	电脑	教学设备	48 台
			教师机	教学设备	1 台
			商务数据分析	教学软件	1 套
			网店推广	教学软件	1 套
			客户服务实训平台	教学软件	1 套
			视频剪辑软件	教学软件	1 套
2	直播营销实训室	1. 直播模拟训练 2. 直播间场景搭建 3. 直播数据分析	直播设备	教学设备	1 套
			补光灯/柔光灯	教学设备	1 套
			计算机	教学设备	48 台
			直播营销实训平台	教学软件	1 套
			电子商务直播实训平台	教学软件	1 套
3	商品信息采编实训室	1. 摄影器材基础 2. 商品拍摄实战 3. 图片后期处理 4. 营销综合应用	计算机	教学设备	50 台
			摄影设备	教学设备	2 套
			静物摄影台	教学设备	2 台
			货架与置物架	教学软件	1 套

### 3. 校外实训基地

场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展市场营销技能、客户服务、直播销售

等实验、实训活动。学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 11：校外实训基地表

序号	实训基地名称	实习内容
1	郑州丹尼斯百货有限公司	理货、商品推销、收银
2	尚佳上网络科技	直播设计、直播营销
3	郑州高动企业有限公司	理货、商品推销、客户服务
4	深圳百果园实业（集团）股份有限公司	水果切、摆、推销

## （二）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

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

### 2. 图书文献

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：国内外相关标准和规范类文献、技术类和案例类图书等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

### 3. 数字教学资源

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、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

#### 教学平台：

中教畅享-网店开设与装修实训软件（中职）

中教畅享-TB 电子商务推广实训系统 V1.0

中教畅享-直播营销实训系统 V1.0

### （三）教学方法与模式

#### 1. 教学方法

##### （1）案例教学法

结合实际案例，引导学生从中发现问题、分析问题和解决问题的方法。

##### （2）项目驱动教学法

通过开展项目实践活动，激发学生的学习兴趣和主动性，培养学生的实践操作能力和团队协作能力。

##### （3）理实结合教学法

在理论授课的同时，加强实践操作环节，让学生在操作中加深理解，提高实践能力。

##### （4）多媒体教学法

利用多种教学媒介，如音频、视频、图片等，丰富教学形式，提高教学效果。

#### 2. 教学模式

##### （1）双师型教学模式

采用专业教师和行业专家双重指导的模式，使学生能够更好地接触和了解行业的发展和变化，从而更好地适应和融入行业。

##### （2）实训实习型教学模式

将实践环节融入教学过程，通过校内实训、跟岗实习和岗位实习等形式，让学生接触实际工作环境，培养实践操作能力和职业素养。

##### （3）分层次教学模式

根据学生的不同水平和兴趣爱好，设置不同层次的教学内容和实践项目，让每个学生都能够找到适合自己的学习和实践方式，达到最优教学效果。

通过以上的教学方法和模式，可以有效提高市场营销专业学生的实践操作能力、创新能力和团队合作能力，更好地适应和融入行业发展需要，为学生的职业发展和个人素养提升奠定良好的基础。

## （四）学习评价

### 1. 课程考核

（1）课程成绩评定：过程性评价占 50%，终结性评价占 50%。终结性评价可采用闭卷考试、开卷考试、技能操作考核等方式或者它们的组合形式；过程性评价可选择平时表现（考勤、课程参与度）、平时作业、阶段性测验考核、竞赛、设计、编制报告、提交学习心得等一切反映学习过程的指标作为考核标准。

（2）考试课程成绩采用百分制评定：60 分为及格，100 分为满分。

（3）考查课程成绩的评定采用优、良、中、及格和不及格五级制。

### 2. 专业实习考核

专业实习成绩由三部分构成：实训表现（30 分）、实训报告（10 分）、实训考核（60 分），其中实训表现反映了学生的实训状况（包括考勤、劳动纪律、服从管理、实训状况、爱护公物、实训日记等）。

### 3. 岗位实习考核

（1）岗位实习考核成绩实行等级制，分优秀、良好、合格和不合格四个等级。

（2）岗位实习考核应综合评定学生实习期间的职业道德和职业能力两方面的状况。职业道德按学生对实习的认识、实际表现、遵纪守规情况和劳动态度等情况评定；职业能力按学生的实习报告和业务考核情况评定。岗位实习考核工作由校内实习指导教师会同实习单位选派的实习指导教师共同完成。

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

本校结合办学实际，细化、明确学生课程学习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。

# 十一、质量保障和毕业要求

## （一）质量保障

本校建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

本校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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

本专业部建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

本校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

## （二）毕业要求

### 1. 成绩要求

在规定年限内修完人才培养方案中要求的三大类课程，有公共基础课、专业基础课、专业技能课。职业拓展课程的学习任务，课程考核合格，达到 187 学分。完成校内各项实训项目、毕业实习等教育环节，成绩合格。

### 2. 技能要求

要求学生应具有本专业技能人才必备的文化基础知识，积极关注国内外的经济动态及本专业发展趋势，掌握本专业必需的基本理论和基本技能；能较熟练地掌握计算机应用技术。在专业上要求学生应具备一定的门店运营能力。

### **3. 技能证书的要求**

学生须通过计算机等级考试证书，如基础级技能，应用软件基础（三合一）初级技能包括初级 Word、初级 Excel、初级 PPT。学生获取二级乙等以上的普通话等级证书。

专业能力证书的考取是职业教育的重要环节，尤其是《国家职业发展纲要》要求，对该专业的学生，需要考取营销员证书。