



市 场 营 销 专 业

人 才 培 养 方 案

(专 业 教 学 标 准)

执 笔：陈汉明

参 编：苏路丹 何碧海 黄秀娜 杨 斌

丘诗雅 李考奇 姚 茜

河源理工学校（公章）

河源理工学校教研室（公章）

2025 年 4 月

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、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
六、主要接续专业	3
七、课程设置及要求	3
(一) 专业课程设置说明	3
(二) 公共基础课程	4
(三) 专业基础课程	6
(四) 专业核心课程	8
(五) 专业拓展课程	10
(六) 实践实习课	13
八、专业教学进程表	14
(一) 基本要求	14
(二) 学时比例表	14
(三) 教学周数分配表	15
(四) 教学安排表	15

九、实施保障	17
(一) 师资队伍	17
(二) 教学设施	18
(三) 教学资源	20
(四) 教学方法	20
(五) 学习评价	21
(六) 质量管理	22
十、毕业要求	24
(一) 学分要求	24
(二) 证书要求	24
十一、附录	24
市场营销专业人才培养方案审批表	25

河源理工学校市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销专业（代码 730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1：专业岗位面向及技能方向一览表

专业大类 (代码)	专业类别 (代码)	专业名称 (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 举例
财经商贸 大类(73)	工商管理 类(7306)	市场营销 (730602)	批发业 (51)、零 售业(52)	营销员 (4-01-02-01)、商品 营业员 (4-01-02-03)、全媒 体运营师 (4-13-01-05)、市 场营销专业人员 (2-06-07-02)、连锁 经营管理师 (4-01-02-06)	市场销售、市场 推广、新媒体营 销、门店运营、 客户服务等岗位 群	互联网营销师 职业技能等级 证书、电子商 务师、1+X 数字 营销技术应用 职业技能等级 证书、1+X 新媒 体营销职业技 能等级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业坚持立德树人，立足河源、面向粤港澳大湾区对接现代商贸产业，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调研、产品推销、客户服务、营销策划、新媒体营销等基础知识，具备市场信息收集、销售业务洽谈、营销策划与推广、客户关系维护等能力，具有工匠精神、创新意识及信息素养，能够从事产品销售、市场推广、新媒体营销、营销策划、门店运营等工作，适应新质生产力发展需求的技术技能人才。

（二）培养规格

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. 掌握支撑本专业终身学习和可持续发展必备的政治、语文、数学、历史等文化基础知识，具有良好的科学与人文素养，具备职业生涯规划能力；

3. 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，学习一门外语并结合本专业加以运用；

4. 掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解数字商务、服务、零售、物流仓储等相关产业文化，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；

5. 掌握市场营销学的基本理论、前沿动态及发展趋势，能够全面分析行业发展，及时调整企业营销策略；

6. 掌握市场调研与分析的方法和技术，能够准确地进行市场信息收集、整理和分析；

7. 掌握消费者心理分析的理论和方法，能够准确地把握消费者的心理特点和行为规律，能对客户关系和销售进行日常维护和管理；

8. 能运用专业知识发现、分析、解决市场营销问题，能根据企业战略制定具体的市场营销策略，并统筹安排企业市场营销活动有序开展；

9. 了解中华商业文化的精髓和特色，能够在市场营销活动中融入中华商业文化元素，提升企业的品牌形象和文化内涵；

10. 掌握新媒体营销和数字营销的理论和技术，能够运用新媒体和数字营销手段进行市场推广和品牌建设；

11. 具有一定的组织协调能力，会根据工作任务对资源进行分配，

同时控制、激励和协调工作过程，使之相互融合，从而实现组织目标；

12. 掌握办公软件基本技能，能运用 Excel 对市场波动、销售情况、客户信息等数据进行灵活管理与分析；

13. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力；

14. 掌握客户沟通技巧和知识，具备与客户沟通的能力；

15. 掌握市场洞察、策略制定、执行、创新以及其他相关知识，具备营销能力；

16. 掌握基本身体运动知识和至少 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；

17. 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；

18. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能；

19. 爱岗敬业，诚实守信，廉洁自律，坚持准则，养成严谨细致和客观公正的职业精神，强化服务和参与管理的职业意识。

六、主要接续专业

接续高职专科专业：市场营销、工商企业管理、连锁经营与管理、商务管理、中小企业创业与经营；

接续高职本科专业：市场营销、企业数字化管理、品牌策划与运营；

接续普通本科专业：市场营销、工商管理、零售业管理、创业管理。

七、课程设置及要求

（一）专业课程设置说明

本专业课程设置分为公共基础课程、专业基础课程、专业核心课

程、专业实践课程和专业拓展课程。

公共基础课程包括根据学生全面发展需要设置的中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、数学、英语、历史、信息技术、体育与健康、艺术（音乐、美术）等必修课程。

专业基础课程是本专业的学习基础，也是本专业与专业群（相关专业）共同的基础课程；专业核心课程体现面向不同方向就业岗位的核心技能与素养的培养；专业实践课程是专业技能课教学的重要内容，含入学教育、国防教育、毕业设计、校内外实训、顶岗实习等多种形式。专业拓展课程为专业拓展视野，提供多方向技能培养途径的选修类课程。

（二）公共基础课程

序号	课程名称 / 参考学时	主要教学内容和要求	备注
1	中国特色社会 主义 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，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，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	第1学期
2	心理健康与职 业生涯 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯规划指导，为职业生涯发展奠定基础。	第2学期
3	哲学与人生 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	第3学期

4	职业道德与法治 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	第4学期
5	劳动教育 / 32-36	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设，融入职业道德、劳动精神、劳模精神和工匠精神教育，着眼于培养学生树立劳动光荣的观念，培育学生职业精神，为学生成为担当民族复兴大任的时代新人、成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	融入到专题教育和专业项目教学之中
6	公共艺术 / 32-36	依据《中等职业学校艺术课程标准（2020年版）》开设，课程坚持立德树人，充分发挥包含音乐、美术、舞蹈、设计、工艺、戏剧、影视等艺术门类在内的艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导学生主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，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术技能人才。	第1学期 音乐鉴赏 第2学期 美术鉴赏
7	体育与健康 / 168	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设。本课程旨在促进学生喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，掌握1-2项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平；树立健康观念，掌握健康知识和与职业相关的健康知识，形成健康文明的生活方式；遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识。帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，使学生在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。	
8	信息技术 / 68-144	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，课程通过多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对当今人类生产、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。	

9	语文 / 68-198	依据《中等职业学校语文课程标准（2020年版）》开设，在义务教育的基础上，进一步培养学生掌握基础知识和基本技能，强化关键能力，使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力，传承和弘扬中华优秀传统文化，接受人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。	
10	数学 / 68-144	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，通过数学知识学习和数学能力的培养，使学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素养，初步学会用数学眼光观察世界、用数学思维分析世界、用数学语言表达世界，增强学好数学的主动性和自信心，养成理性思维、敢于质疑、善于思考的科学精神和精益求精的工匠精神，加深对数学的科学价值、应用价值、文化价值和审美价值的认识。	
11	英语 / 68-144	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，在义务教育基础上，帮助学生进一步学习语言基础知识，提高听、说、读、写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养；引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	
12	历史 / 34-72	依据《中等职业学校历史课程标准（2020年版）》开设，本课程以唯物史观为指导，促进学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	

（三）专业基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品学基础	本课程主要介绍商品的基础知识，熟悉商品的本质特征及分析能力等内容。其中重点讲解商品质量、商品包装、商品科学养护和品类管理。通过课程的学习，学生掌握商品质量标准、各大品类的成分、性质、分类和质量检验要求、包装要求及其标识包装策略。能够灵活运用商品存储要求养护	68

		要求，同时培养学生全面落实立德树人根本任务，依据最新的管理政策法规，基于市场营销专业人才技能需求，采用工学一体、课证融通育人模式，融入课程思政，培养学生爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、坚持准则、客观公正的职业精神，强化市场营销专业管理服务等职业素养	
2	商务礼仪与沟通	本课程主要介绍、讲解商务礼仪的概述、学生良好礼仪、见面访送礼仪、交通与通信礼仪等内容。其中重点讲解仪表仪容礼仪、仪态礼仪、言谈举止礼仪、餐饮礼仪等内容。通过课程的学习，学生掌握一定的协调能力，基本的社交礼仪，开展多方交流与合作，能够塑造良好的个人形象和企业形象。同时培养学生在注重岗位发展的同时关注情商的发展，在培养学生敬业精神和认真负责的工作态度过程中，注重培养学生的合作意识与沟通技巧，提高学生的职业能力和职业素养。	34
3	中华商业文化	本课程主要介绍商业文化概念及形成发展，包括商业文化思想，商业文化载体，多态市场的变迁，诚信文化，义利文化，勤俭文化，创新文化，商业文化前沿等内容的学习，其中重点讲解商业文化的内涵，理解商业文化与日常商业行为之间的关系，通过课程的学习，学生能够深刻领会诚实守信和义利文化对经商的重要性，同时提高学生的商务契约精神、提高学生对商业文化内涵的认识、培养学生的社会责任感为宗旨。	36
4	电子商务基础	本课程主要介绍电子商务的基本概念、发展历程、行业现状、未来趋势，以及电子商务的主要模式（如 B2B、B2C、C2C、O2O 等）、交易流程、支撑体系（包括网络基础设施、支付体系、物流配送等）等内容，其中重点讲解电子商务平台的搭建与运营、电子商务法律法规、网络安全与隐私保护、电子商务营销策略等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握电子商务的基础理论知识和核心业务流程，熟悉	68

		电子商务平台的基本构成与运作方式。同时培养学生的电子商务综合认知能力、分析判断能力，从而提升学生在电子商务领域的创新能力、实践能力，使其具备适应电子商务行业发展的基础职业素养，为未来从事电子商务相关工作奠定坚实基础。	
--	--	--	--

(四) 专业核心课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销实务	本课程主要介绍市场营销的基本概念、市场调研方法、目标市场定位、营销策略组合等内容。其中重点讲解市场细分与目标市场选择策略。通过课程的学习，学生掌握市场分析、竞争对手研究、产品定价、渠道开发与促销活动策划等基本技能，能够独立制定并执行市场营销计划，有效提升产品市场份额与品牌影响力。同时，该课程还注重培养学生的创新思维、数据分析能力、市场敏锐度及跨部门协作能力等职业素养，以适应现代企业对市场营销人才的高标准要求。	68
2	市场调查实务	本课程主要介绍、讲解市场调查的基本知识、基本理论、基本方法和基本技能等内容。其中重点讲解问卷调查法、访问法、文案调查法、市场调查数据的处理和分析等。通过课程的学习，学生掌握市场调查最常用的基本方式和方法，不同的调查目的和内容拟定调查问卷，能够完成调查结果进行简单的市场分析，撰写调查报告。同时培养学生严谨的工作态度和合作意识，通过合作让学生能直接、亲身参与市场调查企业正在开展的调查业务，以切实达到培养学生形成市场调查技能的目标，提高学生的自信心等职业素养。	72
3	消费者心理分析	本课程主要介绍消费心理学的基本概念和相关理论、消费者的行为特点和心理需求、消费者决策过程和影响因素等内容。重点讲解了消费心理及行为的案例分析。通过课程的学习，学生能够掌握对消费者进行描述、诱发和加强消费者	72

		需要、调节消费者意志、激发消费者动机等基本操作。同时培养学生具备尊重消费者需要的职业素养，具有情绪自我管理和控制能力的职业素养。	
4	推销技术	本课程以职业能力培养和营销素养训练为重点，根据互联网时代推销员的岗位任职要求主要介绍商品介绍、寻找潜在顾客、接洽顾客、线下推销、线上直播推销、线下异议处理、线上客服沟通、达成交易、直播技术等内容。其中重点讲解FABE推销技巧、处理顾客异议的方法和新技术线上的直播方式，通过课程的学习，学生能熟练地进行产品介绍和设计直播带货流程和话术。同时培养学生爱岗敬业的职业精神和诚实守信的电商精神。	72
5	互联网营销实务	本课程主要介绍新媒体营销的基本概念、发展现状、特点优势，以及各类新媒体平台（如微信公众号、微博、抖音、小红书、B 站等）的运营规则、内容创作、营销策略、用户互动、数据监测等内容，其中重点讲解不同新媒体平台针对不同目标受众的精准营销方法、爆款内容打造技巧以及品牌推广策略等方面的知识。通过课程的学习，学生能够系统掌握新媒体营销的全流程操作要点，熟练运用各类新媒体平台开展营销活动。同时培养学生的新媒体营销综合能力、内容创作能力、数据分析能力，从而提升学生在新媒体营销领域的创新能力、实践能力，使其具备适应新媒体营销行业发展的职业素养，为未来从事相关工作奠定坚实基础。	72
6	数字互动营销	本课程主要讲解数字营销的基础理论和方法，掌握企业数字营销基本策略和数字营销效果分析和优化过程。其中重点讲解数字营销的流程和具体步骤，能够构建用户标签，完成数字营销的内容定位、传播策划和客户互动策划，并能通过多途径获取客户数据，掌握数字互动营销实施的过程，同时树立学生树立现代移动互联网数字营销理念和培养大数据思维等运营思维。	72

7	客户服务实务	本课程主要介绍、讲解客户服务的基本概念、沟通技巧、服务流程、客户心理分析等内容。其中重点讲解客户高效沟通技巧。通过课程的学习，学生掌握客户咨询应答、投诉处理、满意度调查、客户维护等基本技能，能够独立完成客户服务项目的策划与执行，提升客户满意度。同时，该课程还注重培养学生的责任心、耐心、团队合作及问题解决能力等职业素养，以适应现代企业对客户服务人才的高标准要求。	54
8	营销策划	本课程主要介绍、讲解营销策划的基本原理、市场分析技巧、消费者洞察方法、营销组合策略及品牌塑造等内容。其中重点讲解市场细分与精准定位策略。通过课程学习，学生掌握市场调研、竞品分析、创意策划、推广执行等基本技能，能够独立设计并执行高效的营销策划方案，提升品牌竞争力和市场占有率。同时，该课程还注重培养学生的创意思维、市场敏锐度、持续学习精神及高效沟通能力等职业素养，以应对快速变化的市场环境，满足现代企业对营销策划人才的多元化需求。	72

（五）专业拓展课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	演讲与口才训练	本课程主要介绍演讲的基础概念、语言表达技巧、非语言沟通艺术、不同场景下的演讲策略，以及沟通与辩论的实用方法等内容。其中，重点讲解即兴演讲技巧与高效沟通策略。通过课程学习，学生能够熟练掌握演讲稿撰写、舞台表现力提升、沟通谈判技巧运用、辩论逻辑构建等基本技能，可独立完成各类演讲任务，在不同场合自信表达观点、传递信息。同时，该课程着重培养学生的逻辑思维能力、临场应变能力、公众表达自信力，以及在团队协作中的沟通协调能力，助力学生满足职场与社会生活中对优秀表达人才的需求。	34
2	广告基础与实务	本课程主要介绍广告的基本概念、创意策划、媒体选择	54

		与投放、效果评估等内容。其中重点讲解广告创意与媒体策略。通过课程的学习，学生掌握广告文案撰写、视觉设计、媒介规划、数据分析等基本技能，能够独立策划并执行广告项目，提升广告效果与品牌影响力。同时，该课程还注重培养学生的创意思维、团队协作与领导力、跨文化沟通以及持续学习能力，以适应现代广告行业对专业人才的高标准要求。	
3	零售实务	本课程主要介绍、讲解门店经营基础理论知识、门店管理基础业务工作和职业能力，以门店运营与管理的理论知识学习为主要内容。其中重点讲解连锁门店商品管理、卖场布局和商品陈列、连锁门店的服务管理、连锁门店的促销管理、卖场的安全管理等内容。通过课程的学习，学生掌握门店订货、收货、补货等流程和方法，能够完成门店收银、客服等工作任务。同时培养学生爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、坚持准则、客观公正的职业精神，强化服务与管理能力，具备热爱劳动和 8S 整理整顿的劳动精神、认真负责和勤劳踏实的劳模精神、精益求精的工匠精神。	72
4	电子商务师考证辅导	本课程围绕电子商务师职业资格考证要求，系统讲解电子商务基础理论、网络营销推广、电子商务运营管理、电子支付与安全、跨境电子商务实务等核心内容。同时，结合考证大纲，重点剖析考试高频考点与难点，深入指导电子商务数据分析、店铺运营优化、客户关系管理等实操技能。通过课程学习，学生不仅能熟练掌握电子商务师考证所需的知识体系，精准把握考试题型与答题技巧，还能提升电子商务平台操作、营销策划、运营执行等工作能力，顺利通过电子商务师职业资格考试。此外，该课程注重培养学生的行业洞察力、数字化思维能力、创新运营能力，以及解决实际业务问题的能力，助力学生成为符合行业标准的专业电子商务人才，适应电商行业快速发展的职业需求。	72

5	创新创业训练	<p>本课程聚焦创新创业领域，系统介绍创新思维培养、创业机会识别、商业模式设计、创业团队组建、项目策划与运营等核心内容。重点围绕创新方法实践与创业项目全流程策划，深度剖析市场调研、产品研发、营销策略制定等关键环节。通过课程学习，学生能够熟练掌握创意转化、商业计划书撰写、路演展示、风险评估与应对等实用技能，独立完成创新创业项目从构思到落地的全过程。同时，该课程着重培养学生的创新意识、市场敏锐度、团队协作能力、资源整合能力与抗压能力，帮助学生不断突破自我，适应快速变化的市场环境，成长为具有创新精神和创业能力的高素质人才。</p>	72
6	就业指导	<p>本课程围绕毕业生求职就业全流程，系统介绍职业规划、行业认知、岗位分析、求职渠道拓展、简历制作、面试技巧、职场礼仪、劳动合同签订与权益保护等核心内容。其中，重点讲解简历优化策略与面试实战技巧，通过模拟演练与案例分析，帮助学生掌握应对不同类型面试的方法。通过课程学习，学生能够熟练掌握职业定位、求职材料准备、岗位精准匹配、薪资谈判等实用技能，有效提升求职竞争力，顺利获得心仪的工作机会。同时，该课程注重培养学生的职业素养、职场适应能力、抗压能力与持续学习意识，助力学生完成角色转变，在职业生涯中实现可持续发展。</p>	72
7	企业经营沙盘模拟	<p>本课程是一门基于制造型企业运营过程，综合采购、生产、物流、营销、财务等多方面知识的课程，其中重点了解企业文化的作用，明确 CEO、生产、物流、营销、财务等岗位职责，以及岗位间相互协作等企业经营知识。掌握生产线建设、产品产能、原料订购、资金收支、贷款额度、各项费用等的计算方法，了解企业成本核算方法。通过课程的学习，学生能按模拟企业运营规则，完成生产布局、物流管理、财务核算、营销规划的物理沙盘操作，并登记运营表。同时培养学生团队合作、沟通协作能力，养成规范操作的习惯、严谨的工作态度。</p>	360

（六）实践实习课

1. 入学教育及军训

主要包括学校基本情况，学校学生管理制度，专业教育和军事训练。通过本课程的学习，使学生了解学校文化及规章制度、了解专业基本情况，掌握人民军队、现代国防、军兵种知识等军事基本知识；队列动作、战术动作、格斗基础与军事体育、卫生与救护等军事基本技能。提升青少年学生国防素养，增强国防观念和国家安全意识，培育爱党爱国爱军情怀，培塑爱国主义、集体主义和革命英雄主义精神，为实现中国梦强军梦培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

2. 认识实习

认识实习的首要是增加学生对所学专业的感性认识。通过参观实习单位、观摩工作流程、体验实际操作等，学生可以直观地了解所学专业在实际工作中的应用场景和方式，从而加深对专业知识的理解。在认识实习过程中，学生会在专业人员的指导下，尝试将所学知识应用于实际工作中，同时认识实习还包括职业道德和职业素养的培养，通过认识实习，学生可以更全面地了解所学专业的就业方向 and 就业前景。

3. 岗位实习

本专业岗位实习主要面向现代商贸产业链的门店营业员、市场推广专员、销售专员、策划专员等工作岗位，实习内容除开展专业职业技能教育外，还包括对学生开展的职业道德、企业文化和安全生产等方面的岗前培训教育。学生根据具体实习岗位确定实习项目及其所属的工作任务，通过实际操作训练、分阶段实施、理论联系实际等方式，使学生能够熟悉基本覆盖专业所对应岗位的工作任务，能够完成所在工作岗位的工序操作，切实提高业务工作能力和职业道德修养，并按要求提供实习过程小结和结果性考核评价记录。

4. 毕业教育

实习结束后，学生回校进行毕业前及上岗前的教育。帮助学生确立新的人生奋斗目标，科学规划毕业后的学习生涯和职业生涯，使学生尽快转换角色，适应社会工作，引导学生养成良好的学习、生活习惯。

八、专业教学进程表

(一) 基本要求

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，周学时一般为 29 学时（按每天安排 6 节课计），岗位实习按每周 30 学时（1 小时折 1 学时）安排，3 年总学时不少于 3000 学时。

实行学分制，原则上一般以 18 学时计 1 学分，入学教育及军训、认识实习、岗位实习、毕业教育等活动，以 1 周为 1 学分，总学分不得少于 170 学分。

公共基础课程学时一般占总学时的 1/3，允许根据本专业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证党和国家要求的课程和学时。按实际情况调整课程开设顺序，但必须保证学生修完本方案确定的公共基础课程的必修内容和学时。

专业课程学时一般占总学时的 2/3，岗位实习时间一般为 6 个月，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，集中或分阶段安排实习时间。

实践性教学学时原则上要占总学时数 50% 以上。各类选修课程的学时数占总学时的比例应不少于 10%。

(二) 学时比例表

课程类别	公共基础课	专业课			实践实习课
课程	公共基础课	专业基础课	专业核心课	专业群拓展课	实践实习课

学时	1197	206	590	736	555
比例 (%)	36.4%	6.3%	18%	22.4%	16.9%

注明：本专业课程总学时为：3386

(三) 教学周数分配表

每个学期共 20 周，第一学期 1 周考核，1 周机动，1 周入学教育及军训，17 周教学；第二学期 1 周考核，1 周机动，1 周认识实习、17 周教学；第三、四、五学期 1 周考核，1 周机动，18 周教学；第六学期，1 周毕业教育，1 周机动、12 周岗位实习，6 周教学。教学周每周 30 节课，其中 1 节班会 1 节劳动，28 节教学。

学期	一	二	三	四	五	六	合计
校内课堂教学 (包含实训)	17	17	18	18	18	6	94
入学教育及军训	1						1
认识实习		1					1
岗位实习						12	12
毕业教育						1	1
机动	1	1	1	1	1	1	6
考核	1	1	1	1	1	0	5
合计	20	20	20	20	20	20	120

注：校内集中实训项目结合本专业实际安排，校内课堂教学周数也将随之调整。

(四) 教学安排表

市场营销教学计划 (3+12W 模式)

课程类型	课程分类	课 程		考试 考查	总学 时	学 分	各学期周学时及实训周数安排						
							第一学年		第二学年		第三学年		
		序 号	名 称				一	二	三	四	五	六	
修	基础	1	中国特色社会主义	B	34	2	2						

		2	心理健康与职业生涯	B	36	2		2				
		3	哲学与人生	B	36	2			2		2	
		4	职业道德与法治	B	36	2				2		
		5	语文	A	172	10	2	2	2	2	2	
		6	外语（英语）	A	136	8	2	2	2	2	2	
		7	数学	B	136	8	2	2	2	2	2	
		8	信息技术	A	136	8	2	2	2	2	2	
		9	体育与健康	A	172	10	2	2	2	2	2	
		10	公共艺术	B	36	2			1	1	1	
		11	专题教育	B	89	5	1	1	1	1	1	
		12	历史	B	89	5	1	1	1	1	1	
		13	劳动教育	B	89	5	1	1	1	1	1	
		小计（占总学时 31.6%）		0.364	1197	64	13	13	14	14	5	14
	专业基础课程	14	商品学基础	A	68	4	4					
		15	商务礼仪与沟通	A	34	2	2					
		16	中华商业文化	B	36	2		2				
		17	电子商务基础	A	68	4	4					
		小计（占总学时 19%）		0.063	206	12	10	2	0	0	0	0
	专业核心课程	18	市场营销实务	A	68	4	4					
		19	市场调查实务	A	72	4		4				
		20	消费者心理分析	A	72	4		4				
		21	推销技术	A	72	4			4			
		22	互联网营销实务	A	108	6		2	4			
		23	数字互动营销	A	72	4				4		
		24	客户服务实务	A	54	3				3		
		25	营销策划	A	72	4				4		
		小计（占总学时 20.4%）		0.180	590	33	4	10	11	8	0	0
限选课	拓展模块	26	演讲与口才训练	B	34	2	2					
		27	广告实务	A	54	3				3		
		28	零售实务	A	72	4					4	
		29	电子商务师考证辅导	A	72	4					4	
		30	创新创业训练	A	72	4					4	
		31	就业指导	B	72	2					4	
		32	企业经营沙盘模拟	B	360	20		4	4	4	8	
		小计（占总学时 3.5%）		0.224	736	39	2	4	4	7	24	0
实践课	实践教学	33	入学教育及军训	A	29	1	1W					
		34	认识实习	A	29	1		1W				
		35	综合实训	B	54	3						3W
		36	毕业设计	B	54	3						3W
		37	毕业教育	B	29	1						1W
		38	岗位实习	A	360	12						12W
		小计（占总学时 25.5%）		0.169	555	21	1W	1W	29	29	29	19W
各学期课堂教学周学时数				1	3284	169	29	29	29	29	29	29

九、实施保障

市场营销专业人才培养方案实施保障主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

教学团队是人才培养方案得以顺利实施的关键。工作过程系统化课程体系的实施需建立由专业带头人、骨干教师、双师型教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队，其人员结构见下表：

表 2：市场营销专业师资结构表

专任教师			兼职教师
专业带头人	骨干教师	双师型教师	企业技术专家和企业指导教师
1 人	6 人	5 人	2 人

1. 专业带头人

基本要求：具有丰富的专业实践能力和经验，在行业内具有一定的知名度；与此同时还需具有丰富的教学经验和教学管理经验，对职业教育有深入研究，能够在专业建设及人才培养模式深化改革方面起到领军的作用。

主要工作：组织行业、企业调研，进行人才需求分析，确定人才培养目标定位；组织召开实践专家研讨会；主持课程体系构建工作，组织课程开发与建设工作；统筹规划教学团队建设；主持满足教学实施的教学条件建设；主持建立保障教学运行的机制、制度。

2. 专业骨干教师

基本要求：具有较丰富的专业任务，有着丰富的专业实践能力和经验；善于将企业先进的技术任务与教学相结合；对职业教育有一定的研究，具有职业课程开发能力；能够运用符合职业教育的教学方法开展教学，治学严谨教学效果良好。

主要工作：参与人才培养方案制定的相关工作；进行专业核心课

程的开发与建设，编写相关教学文件；进行理实一体专业教室建设；参与专业教学管理制度的制定。

3. 专业双师型教师

基本要求：具有一定的专业任务和实践能力，以及职业教育教学能力，能够较好地完成教学任务，教学效果良好。

主要工作：参与专业核心课程的开发以及相关教学文件编写；对专业一般课程进行课程开发及建设；参与理实一体专业教室建设；通过下厂锻炼、参加培训不断提高专业实践能力及职业教育教学能力。

4. 企业技术专家与能工巧匠

基本要求：需具备丰富实践经验和较强专业技能的企业一线技术人员，能够及时解决生产过程中的技术问题；具有一定的教学能力，善于沟通与表达。

主要工作：参与人才培养方案的制定；承担一定的教学任务，指导实训；参与课程开发与建设，参与相关教学文件的编写；参与理实一体专业教室建设及实训基地建设；参加教学培训，提高职业教育教学能力。

5. 企业指导教师

基本要求：需具有较强的实践能力，在企业的相应岗位独当一面；具有一定的管理能力。

主要工作：按照实习大纲的要求在本企业指导学生的岗位实习，具体负责学生在岗实习期间的岗位教育和技术指导工作；反馈学生的在岗情况，发现问题与学校指导教师一同及时解决；负责学生岗位实习期间的考勤、业务考核、实习鉴定等。

（二）教学设施

本专业配备校内实训基地和校外实习基地，按学校实训中心规划逐步完善。学校建有教育部《中等职业学校专业教学标准》对应专业所必备的实训场室，实训场室设施设备基本达到《中等职业学校专业教学标准》配置要求，实训场室具有理实一体化教学功能。

表 3 市场营销专业校内实训室

序号	实训室名称	主要设备
1	企业沙盘实训室	电脑、手工沙盘
2	市场营销模拟实训室	电脑、畅捷通企业经营沙盘、市场营销调查、企业经营管理模拟、市场营销实训等实训教学软件
3	新零售体验馆	展架、商家商品等
4	电子商务基础实训室	电子商务教学实训（省赛）比赛系统 1 套、网络营销教学系统 1 套、市场营销教学系统 1 套、市场调研模拟系统 1 套、服务器 2 台、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 55 台、交换机 3 台、交换机机柜 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、屏风办公台 55 位、挂图 4 幅
5	移动电子商务实训室	移动电子商务实训软件（核心基础模块）1 套、移动电子商务实训软件（移动端前台功能模块）1 套、移动电子商务实训软件（移动端后台功能模块）1 套、连锁企业经营管理模拟软件 1 套、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 54 台、六角台 10 套、平板电脑 20 台、交换机 2 台、多媒体讲台 1 套、推拉黑板 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、Ipad 锁柜 1 个、实验室挂图 4 幅
6	电子商务实战实训室	电子商务 C2C 网上商城软件 1 套、86 寸交互智能一体机 1 台、教师电脑 1 台、学生电脑 50 台、交换机 3 台、交换机机柜 1 个、2.4G 智能无线扩声音箱 1 套、屏风办公台 55 位、挂图 4 副
7	电子商务美工实训室	电脑 55 台、多媒体设备 1 套、电脑桌 59 张、交换机柜 3 个
8	电子商务直播实训室	65 寸一体机 1 台、电脑 9 台、5G 手机 5 台、单反相机 4 台、镜头 2 付、照片打印机 1 台、曲面显示器 2 台、智能直播摄像头 4 个、直播间（大卖场）1 套、麦克风设备若干、灯光设备若干、辅助设备若干
9	物流综合实训室	物流管理信息系统 1 套、无线 RF 手持终端 7 台、无线基站 2 台、托盘货架 8 组、轻型货架 6 组、流利货架 4 组、手动搬运车 4 台、模拟叉车 2 台、站立式堆高车 2 台、条码打印机 2 台、塑料托盘 10 个、木质托盘 40 个、模拟货品 2 批、纸箱若干、电脑 6 台
10	物流 3D 软件实训室	物流管理信息系统 4 套、电脑 55 台
11	共创室	希沃 65 寸一体机 1 台、打印机 1 台、产品展示架 4 张、柜台 2 张、Ipad 锁柜 1 个、屏风办公台 5 位、多功能拼桌 12 张

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足本专业学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需求的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

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。对于相关职业技能等级，推荐选择培训评价组织开发教材；对于其他涉及书证融通的专业教材，建议与 1+X 培训评价组织共同设计研发校本教材。

2. 图书文献配备

图书资料配备要求本专业相关图书文献配备，应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。

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。

（四）教学方法

1. “任务驱动”法

授课时就告诉学生课程的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

2. 案例法

通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对客户关系管理问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. “教”“学”“做”一体教学法

采用边讲解、边剖析、边指导的方法进行教学。

4. 直观教学法

通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5. 讨论交流法

课程教学中，让每个学生积极参与，给学生机会发表自己的意见。

6. 项目教学法

以项目为主线、教师为引导、学生为主体，学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价。

7. 激励教学法

采用小组之间竞赛的方法，竞赛的结果记入平时考核成绩。鼓励团队合作精神和培养创造性解决问题的能力。

（五）学习评价

1. 文化（理论）课程考核评价

倡导考试模式创新和改革，采用多种考试方式，如笔试、一张纸考试、大型作业、探究式考试，充分反映学生的知识掌握程度。

课程考核评价分为结果（期末）考试成绩和过程（平时）考试成绩两个部分，课程考核评价中的结果考试成绩按照理论教学中知识的预期成果要求用笔试方式进行考核，其成绩占总成绩的 60%，平时成绩的考核评价通过课堂教学各种不同教学活动方式下的表现记录进行综合评定，其成绩占总成绩的 40%。

2. 实训实习考核评价

实训实习是指时间在一周以上的课程实习、课程设计、专业实习、岗位实习。实行课程化管理，考核由平时成绩（30%）、审阅成绩（30%）和答辩成绩（40%）折算后按优（90-100），良（75-89），及格（60-74），不及格（59 分以下）评定等级。实习不合格者不具备毕业资格。

依据《河源理工学校教学管理规范》的要求评定成绩。

（六）质量管理

为了圆满完成理实一体化课程、岗位实习等各项教学任务，培养出符合岗位职业能力要求的人才，创新人才培养机制，规范教学过程，建立相应的机制制度保障体系，提高教学质量。

1. 强化教学工作中心地位

校长为学校教学第一责任人，专业带头人为本专业教学第一责任人，负责本专业教育教学工作。学校应加大对专业教学的投入和管理，确保专业教学有序运行。专业带头人要加强本专业建设总体设计，负责本专业教育教学与改革具体组织实施，确保专业人才培养质量。

2. 教学管理组织机构与运行

学校要根据办学规模和实际需要，设立教务、实训实习、教研等教学管理和研究机构，配备与学校规模相适应的教学管理和研究人员；要完善各级管理机构的管理职责，完善管理人员、教师及教辅人员的岗位职责，完善包括教学文件、教学过程、教学质量、教学研究、教学设施设备、图书及教材等各项管理制度。

3. 常规教学管理制度

学校应制订完善的常规教学管理制度。常规教学管理制度主要包括教学组织管理制度、课堂教学管理制度、实践教学管理制度、岗位实习与社会实践管理制度、学生学业成绩考核管理制度、教师教学工作考核评价制度等。

4. 实施性教学计划制定与执行

学校应根据本专业人才培养方案，在充分调研的基础上制订实施性教学计划，根据区域产业结构特点，进一步明确具体的教学内容，科学设计训练项目，即对岗位核心能力课程标准进行二次开发。

学校制订的实施性教学计划，应报河源市教育局审核备案，并严格依据制订的实施性教学计划组织教学与考核。

5. 教学档案收集与整理

学校应做好教学档案的收集与整理，为教学教研工作提供重要的教学信息资源。教学档案主要包括教学文书档案、教学业务档案、教师业务档案和学生学籍档案等。学校应对教学档案的收集、保管和利用做出规定，由专人负责管理，使教学档案管理制度化、规范化、信息化，能更好地为教学教研服务。

6. 教育教学研究与改革

(1) 学校应设立专门的教育教学研究机构，配备专职和兼职教研人员，统筹管理全校的教育教学研究与改革工作。

(2) 教育教学研究与改革要以促进学生形成职业能力、实现全面发展为目的，通过教研活动、教育教学课题研究、校企合作等途径，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

表 4：市场营销专业管理机制与制度

序号	主要机制制度	主要内容
1	双证书制度	学生毕业时持有学历证书、职业资格证书（含 1+X 证书）/技能证书，从制度层面促使学生主动获得职业资格、丰富工作经历，提高综合职业能力，促进体面就业
2	课程考核	对理实一体课程要加强过程控制，引导教师采用过程考核的方式促进学生有效学习。课程考核方式改为过程考核+期末考核+平时考核，使考核能真实反映学生完成实际工作任务能力
3	岗位实习管理	岗位实习由企业对学生实施员工化管理，企业把学生作为员工进行考勤、派工与计酬，主要由企业指导教师对学生进行工作指导，专任教师则主要进行学习指导。实习结束，校企双方联合为学生颁发“工作经历证书”
4	专业教学团队建设	建立由专业带头人、骨干教师、“双师型”教师、企业技术专家与企业指导老师等组成的专业教学团队，建立以专业建设为核心的教学管理组织系统；建立培训制度，促进教师国内外进修学习、下企业锻炼、教育

序号	主要机制制度	主要内容
		教学能力培训，提高教师的专业教学能力和职业教育教学能力。
5	校内实训基地管理	建立合理的实训基地管理体制，健全校内实训基地管理，加强实训教学过程的管理
6	校外实训基地管理	建立校外实训基地建设组织机构，确保校企联系渠道畅通，建立健全的管理制度和提供实践氛围，加强校外专业实习与岗位实习管理

十、毕业要求

（一）学分要求

本专业毕业生需修满最少 169 学分，其中：公共基础课程最低 64 学分，专业基础课程最低 12 学分，专业核心课程最低 33 学分，专业群拓展课程最低 39 学分，实践课程最低 21 学分。

（二）证书要求

1. 毕业证书

毕业生修满最低学分方可办领中等职业学校毕业证书。

2. 其他证书

学校组织学生参加各级各类职业技能鉴定工作，学生可根据个人需求选考并获得证书，具体见下表。

表 5 本专业可选择的各级各类职业技能鉴定考试项目

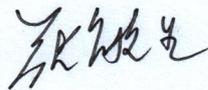
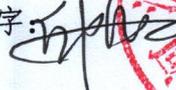
序号	职业资格证书名称	等级	备注
1	全国计算机等级证书	一级	必考
2	电子商务师	初级	必考
3	普通话证书	二级乙等	选考

十一、附录

1. 市场营销专业人才培养方案由专业带头人陈汉明执笔，苏路丹、何碧海、黄秀娜、杨斌、丘诗雅、李考奇、姚茜参编。

2. 附件：市场营销专业人才培养方案（2025 修订版）审批表

市场营销专业人才培养方案审批表

专业所在专业部意见	专业所在党支部意见
<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">情况属实. 拟同意</p> <p>专业部主任签字: </p> <p style="text-align: right;">2025年5月6日</p>	<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意实施</p> <p>党支部书记签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>第四支部委员会 (公章) 2025年5月6日</p> </div>
教研室意见	教务科意见
<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意实施</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>教研室 (公章) 2025年5月7日</p> </div>	<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意实施</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>教务科 (公章) 2025年5月7日</p> </div>
实训中心意见	招生与就业科意见
<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意实施</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>实训中心 (公章) 2025年5月7日</p> </div>	<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意实施</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>招生与就业科 (公章) 2025年5月7日</p> </div>
学术委员会审核意见	学校审批意见
<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>学术委员会 (公章) 2025年5月8日</p> </div>	<p style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">同意</p> <p>负责人签字: </p> <div style="text-align: center;">  <p>学校 (公章) 2025年5月8日</p> </div>