



貴州經貿職業技術學院

GUIZHOU VOCATIONAL COLLEGE OF ECONOMICS AND BUSINESS

2020 级高职市场营销专业

人才培养方案（修订）

所属系部 商贸物流系
专业名称 市场营销
专业代码 603701
联系人 孟仕印
联系电话 13765133428
填报日期 2020 年 12 月

教务处 制

目 录

一、指导思想	1
二、专业名称及代码	1
三、入学要求	1
四、修业年限	1
五、职业面向	2
六、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
1.综合素质	3
2.专业知识	4
3.专业能力	5
七、课程设置	6
(一) 公共基础课程	6
1.公共基础必修课课程设置	6
2.公共基础选修课课程设置	7
(二) 专业课程	14
1.专业基础必修课课程设置	15
2.专业核心必修课课程设置	15
3.职业技能等级考试必修课课程设置	19
4.专业拓展选修课课程设置	19
(三) 教学实践及创新实践课程	22

贵州经贸职业技术学院

1.公共教学实践必修课课程设置	22
2.专业教学实践必修课课程设置	25
3.创新实践课课程设置	27
八、学时安排	27
九、教学进程总体安排	29
十、实施保障	33
(一) 师资队伍	33
1.专业带头人	33
2.骨干教师	36
3.双师型教师	36
4.教师团队	36
(二) 教学设施	39
(三) 教学资源	39
(四) 教学方法	42
(五) 教学评价	42
(六) 质量管理	43
十一、毕业要求	44

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养营销行业复合型技术技能人才。

二、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：603701

三、入学要求

普通高级中学毕业生、三校生（职高、中专、技校毕业生）或具备同等学力者。

四、修业年限

全日制三年

五、职业面向

表 5-1 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)	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
1102	110202	17 19 82 83 93	2-2 2-29 4-12 4-90	营销业务管理员 营销方案策划员 市场调查分析员 销售代表	营销员 高级营销员 助理营销师 营销师 高级营销师

表 5-2 X 证书

职业(岗位)面向		
主要就业岗位	其他就业岗位	发展就业岗位
推销员	调查员、策划师	营销师
职业技能等级获得(X证书)		
应取得职业技能等级证书	鼓励和引导学生取得职业技能等级证书	
助理营销师	计算机等级一级证、普通话	
继续学习专业		
市场营销		

六、培养目标与培养规格

培养目标与培养规格应贯彻党的教育方针，落实党和国家对人才培养的有关总体要求，对接行业需求，体现职业教育特色。

(一) 培养目标

本专业面向市场培养具备管理、经济、法律、营销等方面的知识和能力以及技术方面的基本理论和知识、技术的专业人才；培养能在企、事业单位及政府部门从事市场营销与管理方面工作的应用型专业人才；以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，拥护有中国特色的社会主义，培养学生德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的敬业精神、创新精神和精益求精的工匠精神等方面的职业素养，能胜任技术含量较高的营销策划、广告策划、市场开发、营销管理等岗位工作的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

根据《国家职业教育改革实施方案》（职教 20 条）中“启动实施‘1+X’证书制度改革”和《关于在院校实施‘学历证书+若干职业技能等级证书’制度试点方案》中“部署启动‘1+X’证书试点工作”精神，市场营销专业将坚持以立德树人为导向，以培养匠心、匠能、匠艺俱全的人才为目标，加强学生在政治素养、专业理论知识和专业技术能力等方面的培养。

1. 综合素质

（1）政治思想素质

培养学生具有正确的世界观、人生观、价值观，具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识。培养大局意识，坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

（2）职业素养

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；要敢于负责，勇担责任，敢于迎接挑战，乐意奉献。具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；要树立我就是我生命的创造者的理念，积极、主动、进取，同时还要具有职业生涯规划意识，对职业发展有一个清晰的目标。

（3）身心素质

树立学生良好的生活理念养成锻炼身体的习惯，具备的健康的人格，全面发展的身体耐力与适应性，合理的卫生习惯与生活规律等。

同时大学生还应具备稳定向上的情感力量，坚强恒久的意志力量，鲜明独特的人格力量。

(4) 人文素养

培养本专业学生注重心灵自悟、灵魂陶冶，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美、发现美的能力。具有一定的审美和向往美好生活，热爱和追求真理，严谨、求实的科学精神，掌握具备扎实的营销分析基础和较强的营销策划及解决问题的能力，养成良好的生活、学习习惯以及自我管理能力和能力。

2. 专业知识

(1) 通识知识

- ①掌握马克思主义的基本理论和观点；
- ②知晓和践行社会主义核心价值观和价值体系，具备基本的人文社科知识、国防知识；
- ③掌握汉语言文字的应用表达和社会交往的基本知识和技巧；
- ④掌握青年生理心理及体育锻炼的基本知识；
- ⑤具备一定的文学、美学、音乐、艺术等方面的知识；
- ⑥具备一定的组织管理、经营管理和创新创业知识；
- ⑦掌握必备的数学和计算机应用知识；
- ⑧具备学习和职业发展方面的知识；
- ⑨具备一定的英语听、说、读、写的基本知识。

(2) 专业知识

- ①掌握必备办公软件的操作和应用知识；
- ②知晓和掌握商务活动中各类礼仪培养良好个人修养，以及具备一定商务谈判的基本知识；

- ③掌握管理理念，具备组织管理和经营管理的相关知识；
- ④掌握各类商品特性及管理方面的知识；
- ⑤知晓经济相关法律法规，培养知法守法意识；
- ⑥掌握市场营销专业必备的基础知识，培养专业思维；
- ⑦具备必备的 Photoshop、广告策划以及网络营销应用知识；
- ⑧掌握消费心理学和推销的技巧等相关应用知识；
- ⑨掌握市场策划、预测和分析的相关应用知识。

(3) 专业拓展知识

- ①具备大数据营销的相关应用知识；
- ②知晓行业营销的基本知识；
- ③掌握客户开发，客户关系维系、服务和管理的相關应用知识。

3. 专业能力

(1) 通用能力

- ①具有站在正确的立场、应用正确的思想和观点、分析和认识社会形势和问题、抵制错误思想和思潮的能力；
- ②具有良好的思想道德品质、团队合作意识和个人修养，遵纪守法；
- ③具有较强的口头表达、文字写作和人际沟通与交往能力；
- ④具有两项以上体育运动技能和良好的意志毅力，具有健全的心理、健康的身体和较强的心理承受能力及社会适应能力；
- ⑤有一定的文学美学及艺术欣赏能力，具有有品位的兴趣爱好或艺术特长；
- ⑥具有创新创业意识和一定的创新创业能力和管理能力；
- ⑦具备较强的数学计算和计算机应用能力；
- ⑧具有较强的接受新知识、新事物以及自主学习、终身学习的能力；

⑨能运用英语进行一般的日常生活工作交流，能阅读较简单的专业领域的文献资料。

（2）专业能力

- ①具有较强的办公软件操作应用能力；
- ②能将礼仪运用到日常生活和工作交流中；
- ③具备较强的组织管理能力；
- ④具有较强的各类商品管理能力；
- ⑤具有一定的法律知识，掌握基本的法律学习能力；
- ⑥具有市场营销策划、调研等应用能力；
- ⑦具有 Photoshop 进行一般操作的应用能力；
- ⑧具有较强的口头表达、文案写作能力；
- ⑨能运用营销知识在日常工作中的专业能力。

（3）专业拓展能力

- ①能将大数据、信息化相关知识运用到实际营销、策划和数据分析中；
- ②具备良好的生活习惯和审美；
- ③具备较强客户开发、服务、管理和维系能力。

七、课程设置

（一）公共基础课程

根据国家有关文件明确规定，本专业人才培养方案明确将《思想道德修养与法律基础》、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《形势与政策》、《大学生心理健康教育》、《大学语文》、《应用文写作》、《高等数学》《大学英语》《职业素养》《健康教育》等课程列入公共基础必修课。将《中国近代史纲要》、《美育》、《茶艺》等列为公共基础选修课。

1. 公共基础必修课课程设置

表 7-1: 公共基础必修课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	思想道德修养与法律基础	<p>通过这门课程的学习,使大学生深入了解和真切感悟新时代的内涵,对自身作为时代新人的角色形成清醒的认识,确立新目标,开启新征程;引导大学生树立正确的人生观,成就出彩人生;树立崇高的理想信念,尤其是理解和树立中国特色社会主义共同理想;领会以爱国主义为核心的民族精神,做忠诚的爱国者,弘扬以改革创新为核心的时代精神,做改革创新生力军;加深对社会主义核心价值观的理解、认同并积极践行,扣好人生的扣子;引导大学生理解道德的功能、作用,形成一定的善恶辨别能力,明大德守公德严私德;全面领会习近平新时代中国特色社会主义思想,尊重和维 护法律权威,懂得运用法律知识维护法律权利,履行法律义务。从而引导学生探究现实生活中的道德和法律问题,坚定理想信念,明辨是非善恶,自觉砥砺品行,不断完善自我;树立对待人生历程中各种矛盾的正确态度和掌握科学的处理办法;形成廉洁自律、爱岗敬业的职业观念,提高自身的思想道德素质和法律修养,引导学生在日常生活中自觉践行。</p>	<p>树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育,提高学生分析问题、解决问题的能力;引导大学生提高思想道德素质和法治素养,成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人;践行社会主义核心价值观,做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军;理解中国特色社会主义法治体系的精髓,增进法治意识,养成法治思维,更好地形式法律权利、履行法律义务。</p>	<p>1、教学方法:注重理论联系实际,切忌照本宣科和空洞说教。课堂讲授要精、要实、要新、要活,要特别注重引导学生积极参与教学过程,以教材为基础,采用师生互动、课堂讨论、案例分析、电化教学、参观访问等灵活有效的科学方法,增加课程的吸引力,实现教学的基本目的。</p> <p>2、教学手段:采用多媒体教学,配合教学音像资料片、案例教学、专题演讲、课堂讨论等形式多样、生动活泼的教学方式和手段。</p> <p>3、实践教学 实践教学有计划、有选题、有要求,主要是针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题,有效地开展马克思主义的人生观、价值观、道德观和法制观的教育,更好地引导大学生树立高尚的理想情操和养成良好的道德素质,树立体现中华民族优秀传统文化和时代精神的价值标准与行为规范。通过深入社会进行调查研究使青年学生了解社会、认识社会、思考问题、提高认识。</p>	√		54

市场营销专业人才培养方案

续表 7-1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>通过这门课程的学习，使学生知道马克思主义中国化的历史进程和理论成果；掌握社会主义本质论、社会主义初级阶段理论、社会主义改革开放、中国特色社会主义经济、政治和文化、社会等理论和基本观点；了解构建社会主义和谐社会的基本原理；了解构建社会主义和谐社会的困难与解决问题的思路，坚定和平解决国家统一问题的立场；理解并运用马克思主义的立场、观点、方法解决现实生活的重大问题。通过基本知识的学习，帮助学生坚定社会主义信念，认清只有在中国共产党领导下坚持社会主义道路，才能救中国和发展的中国。能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法分析党的路线方针、政策分析和解决实际问题。具有当代大学生的使命感和责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者应有的基本政治素质和相应的能力。</p>	<p>学习认识毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观以及中国特色社会主义思想的历史地位及对中国革命、建设和改革的指导意义；把握毛泽东思想和“三个代表”重要思想以及习近平新时代中国特色社会主义思想及其科学体系，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想基本内容，把握活的灵魂。</p>	<p>通过本课程的学习，使学生认识掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质；坚定走中国特色社会主义道路的信念，树立实现中华民族伟大复兴的崇高理想；培养学生运用马克思主义中国化理论立场、观点和方法分析和解决问题的能力；使学生具备建设社会主义现代化事业应有的基本政治素质和相应的能力。使学生深刻把握四个自信，两个维护的丰富内涵，从而自觉地投身社会主义建设中来。</p>	√		72
3	形势与政策	<p>通过这门课程的学习，通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使大学生能够厘清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力；通过了解和正确认识经济全球化形势下实现中国特色社会主义现代化的艰巨性和重要性，引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想，增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感以及国家大局观念，全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。</p>	<p>依据教育部“形势与政策”最新教学要点，结合高校“形势与政策”课教学实际，在介绍当前国内外经济形势、国际关系以及国内外热点事件的基础上，阐明了我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。</p>	<p>1、结合教材“理论聚焦”、“时事报告”、“形势讲座”、“政策解读”和“新观察”五大板块的内容，结合本大纲的要求讲授国内外大事，正确地解读大学生们关注的社会热点、焦点问题。2、通过适时地教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使大学生在改革开放的环境下有坚定的立场、有较强的分析能力和适应能力。</p>			36

市场营销专业人才培养方案

续表 7-1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
4	大学生心理健康教育	高校学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共课程。课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义,增强自我心理保健意识和心理危机预防意识,掌握并应用心理健康知识,培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,切实提高心理素质,促进学生全面发展。	帮助学生了解心理健康的基本知识,树立心理健康意识,掌握心理调适的方法;指导学生正确处理各种人际关系,学会合作与竞争,培养职业兴趣,提高应对挫折、求职就业、适应社会的能力。使学生能够正确认识自我,学会有效学习,确立符合自身发展的积极生活目标,培养责任感、义务感和创新精神,养成自信、自律、敬业、乐观的心理品质,提高全体学生的心理健康水平和职业心理素质。	知识层面:通过本课程的教学,使学生了解心理学的有关理论和基本概念,明确心理健康的标准及意义,了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现,掌握自我调适的基本知识。技能层面:通过本课程的教学,使学生掌握自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能等。自我认知层面:通过本课程的教学,使学生了解自身的心理特点和性格特征,能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价,正确认识自己、接纳自己,在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助,积极探索适合自己并适应社会的生活状态。		√	36
5	体育与健康(1)	通过学习这门课程,培养学生的健康人格、提高学生的身体素质、提高综合职业能力,培养学生运动的兴趣和爱好,发扬体育精神,形成积极进取、乐观开朗的生活态度,养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯,提高生活质量,为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。	第一学期内容包括:大学生健康教育、体质测试的指导、田径(短跑技术、中长跑技术、接力赛)、排球(排球规则及基本技术)、武术(太极拳)。	能熟悉大学生体质测试的所有项目;懂得田径的基本知识;了解排球比赛的基本规则,掌握排球的基本技术;了解武术基本功;学会24式简化太极拳。		√	36
6	体育与健康(2)		第二学期内容包括:运动损伤的预防及治疗、田径(跳高技术及比赛规则)、足球(球性练习,传球、停球、射门技术)、武术(健身气功八段锦)。	能了解跳高的基本技术及简单的比赛规则;掌握足球的基本动作;能学会武术八段锦;了解运动损伤的预防及简单的治疗。		√	36
7	体育与健康(3)		第三学期内容包括:篮球运动的起源及竞赛规则、田径(跳远技术)、篮球各项基本技术、篮球教学比赛。	能了解跳远的基本技术及简单的比赛规则;掌握篮球基本技术,能参加篮球比赛,懂得普通的篮球比赛规则。		√	36
8	体育与健康(4)		第四学期内容包括:体育健身和保健、田径(长跑)、乒乓球规则及基本技术、羽毛球规则及基本技术。	掌握长跑项目的技术;掌握基本的体育健身知识和日常保健知识;了解乒乓球及羽毛球的基本技术及简单的比赛规则。		√	36

市场营销专业人才培养方案

续表 7-1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
9	大学语文	本课程在传授语文知识、培养语文能力的同时,向各专业学生传播中华民族优秀的思想文化,进行思想、道德、情操以及审美的教育。培养学生人文精神,营造校园文化氛围,培养全面发展的新世纪人才的重要基础课程。	散文、文言文、小说、话剧。	通过学习,提高文学鉴赏水平,提升大学生的人文素养、人文精神,使学生的内心世界更为充实、丰富、健康;通过对文章写作要领及语言表达技巧的认识,提高语言文字的实际应用水平,为学好本专业各类专业课程及接受通才教育打下坚实基础。	√		36
10	应用文写作	本课程主要使学生通过学习,了解应用文的含义及种类,理解有关实用文体的实际用途及特点,使学生掌握常用应用文的格式和写作技能方法,达到比较熟练、规范地写作应用文,为今后工作和从事学术研究做好必要的知识准备。	应用文概述、党政机关公文概述、党政机关公文、事务性文书、新闻传播类文书、公关礼仪类文书。	通过本课程的学习,使学生了解和掌握各种应用文、公文的概念、特点、分类、写作格式、写作基本要求,以及一些常用的、重要的应用文的写作格式。要求学生熟练掌握,对知识的运用能够达到举一反三,触类旁通的效果。	√		36
11	高等数学(1)	本课程的目标是使学生掌握进一步深造所必需的重要数学知识;使学生学会用数学的思维方式去解决工作中遇到的实际问题,增进对数学的理解和兴趣;使学生具有一定分析问题、解决问题的能力;使学生能适应社会经济发展的需要。	函数的概念、极限的概念及其运算、导数的概念及其运算、无穷小和无穷大、函数的微分。	通过对极限概念的学习,使学生建立无限的思想观,并使学生能用“分割求和取极限”的思想方法求一些诸如无穷数列和、图形面积等问题,能够把理论知识与应用性较强实例有机结合起来培养学生的逻辑思维能力并能用数学知识解决实际问题。	√		36
12	高等数学(2)	本课程的总目标是要通过对高等数学的学习,不仅有助于学生专业课程的学习,而且要掌握进一步深造所必需的重要数学知识;使学生学会用数学的思维方式去解决工作中遇到的实际问题,增进对数学的理解和兴趣;使学生具有一定分析问题、解决问题的能力;使学生能适应社会经济发展的需要。	导数的应用、不定积分的概念及运算、定积分的概念及运算。	通过对积分的学习,使学生能够利用“微元法”的思想方法,解决一些诸如求面积、求体积、求功等问题,使学生对高等数学知识能力有深入的理解,尤其使学生对高等数学知识与专业理念与实际技能之间的联系有进一步的了解,培养学生用数学知识解决实际问题和爱岗敬业与团队合作的基本素质。	√		36

市场营销专业人才培养方案

续表 7-1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
13	大学英语 (1)	培养学生具有较强的阅读能力和一定的听、说、写、译能力,使他们能进行简单的英语交流,养成良好的语言学习习惯,掌握一定的语言学习方法,从而提高他们的文化素养,以适应社会发展和经济建设的需要。	College life, Education, Culture, Etiquette, Shopping, Entertainment, Technology, Advertising.	通过对话的学习,掌握自我介绍的一些句型;通过描述一种教育或者教学,掌握介词短语的运用;通过阅读文章,了解孔子的儒家思想,同时学会用英语把中国的文化宣传出去。	√		36
14	大学英语 (2)	使学生掌握一定的基础知识和技能,能用英语进行交流。同时,掌握良好的语言学习方法和培养自主学习的习惯,逐步提高自己英语综合能力。	Love, Sales Promotion, E-commerce, Stores; Management, Business Ethics, Presentation, Globalization.	通过这门课程的学习,希望他们掌握一定的词汇和语法;了解相关的一些文化知识背景,培养学生的语言文化意识。	√		36
15	信息技术 (计算机基础)	通过理论授课和上机实训,使学生了解计算机的基础知识、常用办公软件的基本操作,以及网络与多媒体的基础知识,让学生具有良好的动手能力和办公自动化应用能力。	计算机的基本知识、Windows 的操作方法、Word、Excel、PowerPoint 的使用等内容。	通过学习,了解计算机基础知识,熟悉计算机应用领域,增加对计算机软、硬件的认识;掌握计算机的基本操作方法。	√		72

市场营销专业人才培养方案

续表 7-1

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
16	职业素养	通过这门课程的学习,使学生除了专业能力以外对情感、态度和价值观提出更高的要求,培养学生职业责任心、守时负责、诚实守信、能够适应环境变化的能力;培养学生自我学习和自我发展的能力与人交流和与人合作的精神;培养学生良好的职业道德与创新能力等。	职业道德、职业意识、职业行为和职业技能。	通过课程的学习,使学生掌握和提高与职业活动密切相关的学习能力、沟通能力、组织协调能力,培养学生的敬业精神、团队意识、意志品质、创新意识等,并在课程专门的实践活动和各专业的实习、实训中不断内化职业基本素养,使学生能够更好地适应职场环境,拥有核心竞争力。		√	18
17	健康教育	通过这门课程的学习,使学生了解健康是指人在生理心理及社会适应性的良好状态。帮助学生建立科学的健康观,能以科学的态度和方法来认识和处理健康问题。学会自我保健,自我调适,更好地认识自己,促进自我身心健康的发展。	大学生健康教育概论、食品安全教育、生活方式与健康、运动与健康、环境与健康、性卫生与性传播疾病、常见传染性疾病的预防、现场急救技术和意外伤害的预防及处理、健康教育视频和案例讨论等。	培养学生良好的卫生习惯和健康的心理状态,正确了解自身生长发育不同阶段,特别是青春期生理和心理的变化特点及影响因素,改变不良行为,建立健康行为,改善环境,促进身心健康发育。		√	18
18	生态文明教育	本课程旨在学习与领悟习近平生态文明思想,提高学生综合生态素质,培养学生的生态人格,使学生对人与自身、人与他人及人与自然的和谐共生关系有更加深刻的认识和理解,提升学生的生态文明素养,形成生态文明意识,养成良好的生态文明习惯。	文明史、文明观和生态观,中国共产党生态文明理论,习近平生态文明思想,生态系统与生物多样性,生态环境的污染与治理修复,气候变化与能源问题,当代中国生态文明建设实践,生态产业建设,贵州的可持续发展道路,共建生态文明社会。	通过本课程的学习,要求学生明确生态文明的基本概念与内涵,了解中国共产党生态文明理论,深刻理解习近平生态文明思想;了解人类文明的发展历程及生态文明新形态的形成背景,认清中国生态文明建设面临的主要挑战与发展方向。通过本门课的学习了解贵州关注民生、造福百姓系列工程,了解生态文明引领城市文明的含义,思考如何践行生态文明观、做新时代“生态文明人”。		√	16
合计							682

2. 公共基础选修课课程设置

表 7-2: 公共基础选修课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	中国近现代史纲要	认识近现代中国社会发展和革命、建设、改革的历史进程及其内在的规律性,了解国史、国情,深刻领会历史和人民是怎样选择了马克思主义,选择了中国共产党,选择了社会主义道路,选择了改革开放。	通过这门课程的学习,使学生能够运用所学专业知识,理论联系实际,解决现实社会遇到的各种现实热点问题。深刻领会“三大选择”,以及历史和人民怎样选择了马克思主义、怎样选择了中国共产党、怎样选择了社会主义道路;历史和人民怎样经过艰辛曲折的社会主义建设道路的探索,进一步增强拥护共产党领导和接受马克思主义指导的自觉性。联系新中国成立以后的国内外环境,了解中国人民走上以共产党为领导核心的社会主义道路的历史必然性。让学生的思想道德素质获得极大提高,充分理解实行改革开放和搞好现代化建设的重大意义。了解改革开放以来,我们寻找到了中国特色社会主义道路,形成中国特色社会主义理论体系,在中国特色社会主义理论体系指引下振兴中华民族的历程,从而自觉地传承和发扬近代以来中国人民的爱国主义传统和革命传统,进一步增强民族自尊心、自信心和自豪感,坚定对马克思主义的信仰,对中国共产党的信任,对社会主义的信心。	通过本课程学习,使学生能较系统地了解中国近现代历史基础知识,认识中国近现代历史发展的基本线索和规律,明确中国革命和中国历史发展的方向,增强爱国主义思想感情,进一步提高对历史必然性和整体性的认识,从而增强在政治上、思想上坚定走社会主义道路的的决心和信心。具体要求为:(1)通过对中国近现代历史重大事件、人物、经济和文化变迁历程的学习,掌握中国近现代历史发展的基本内容和基本线索,把握近现代历史发展的内在逻辑。(2)了解有关前沿学术成果和相关理论研究,通过对有关问题的分析和讨论,培养问题意识;学习评价历史事件和人物的方法,提高分析问题和解决问题的能力。(3)通过对中国近现代历史发展规律和特征的探讨,培养学生的爱国情怀和责任意识。		√	36

市场营销专业人才培养方案

续表 7-2

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
2	美育	本课程的任务是以全面推进素质教育为宗旨，以艺术审美体验为核心，引导学生主动参与艺术审美实践，以提高学生的审美能力，形成良好的人文素养，为学生喜爱艺术，学习艺术、享受艺术奠定良好的基础。	艺术导论、艺术鉴赏、音乐艺术、影视艺术、戏剧艺术。	通过这门课程的学习，使学生具备一定的文学、美学和音乐鉴赏能力。学生能够初步运用所学知识技能完成相关实际工作任务，达到一定对于美的鉴赏能力，同时培养学生应有的诚实守信、善于沟通和合作的品质。		√	18
3	茶艺	本课程通过介绍茶的相关知识，使学生具有茶艺、茶文化的基础知识和基本技能；使学生能够正确运用茶文化知识，同时能陶冶情操，净化心灵，建立和谐人文关系，提高综合人文素养。	茶文化知识、茶基础知识、茶艺表演。	通过这门课程的学习，使学生能够认识六大类茶的功效、名品、鉴赏、购买和保存方法等茶类知识。使学生认识冲泡用具的使用以及茶叶冲泡的程序、手法和服务礼仪。		√	18
合计							72

(二) 专业技能课程

根据市场营销专业培养目标要求，其课程内容紧密联系生产劳动实际和社会实践，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。因此，本专业明确将《市场营销基础》、《沟通的艺术》、《商务礼仪与谈判》、《消费心理学》、《管理学》等列为专业基础课，将《企业沙盘运营》、《推销技巧》、《电子商务基础》、《网络营销》、《市场调研与营销策划》等列为专业核心课，将《呼叫中心客户服务与管理》列为职业技能等级考试课，将《电子商务物流配送》、《行业营销》、《摄影美学》、《演讲与口才》、《客户关系管理》等列为专业拓展（选修课）课。

1.专业基础必修课课程设置

表 7-3：专业基础课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	办公自动化	通过这门课程的学习，培养学生信息的获取、处理、交流和应用能力，在提高效率的基础上，增加协同办公能力，强化学生的动手操作技能	主要介绍了 Microsoft Office 中最常用的办公应用软件 Word、Excel、PowerPoint 和 Access 的功能。	本课程不能采取罗列知识点的传统教学方式，而是采用轻松有趣的动画形式去演绎计算机基础理论知识，并通过大量教学案例培养学生办公自动化能力，为今后应用计算机进行学习和研究奠定基础。		√	72
2	沟通的艺术	通过学习，切实提高表达和沟通能力，成为一个更受欢迎的人，在今后的工作中能发挥重要作用。	本课程的创新点在于：在以往的《管理沟通》课程理论上①将美学的相关认识融入沟通过程，从“美”的角度让人学会正面沟通；②将心理学融入沟通，通过观察和对人心理的分析提高沟通效率，加强沟通效果。	课程不仅将介绍沟通的基本知识，还将沟通的准备（包括创造安全的氛围和自我调整）、沟通的过程（发出信息、接受信息、反馈信息）、肢体语言，乃至沟通的结果以及如何将沟通的结果转化为行动等都进行了详细的讲述，其中还穿插了典型的沟通实例，既生动有趣又便于理解。		√	36
3	商务礼仪与谈判	其融知识、能力、素质培养为一体，旨在使学习者树立正确的商务交往理念，熟悉商务交往规则，掌握职业形象塑造、商务活动中的高效沟通方法，能有效策划、组织商务活动。概言之，内强素质、外塑形象，助推个人及其组织事业发展。	课主要教学内容：形象礼仪、举止礼仪、接访礼仪、沟通礼仪、办公室礼仪、求职礼仪、商务接待、商务宴请、商务公关、商务沟通、商务谈判、商务会议等文明礼仪修养基本规范知识	理论与实训相结合，培养学生商务礼仪和社交礼仪，树立商务礼仪交往理念，理解服饰、仪表、仪态、商务活动等礼仪方面专业知识，掌握商务活动中形象、仪表、仪态、职业形象塑造。		√	72
4	管理学	本课程立足于实际能力培养，在教学中以管理思想的培养，启迪为基础，进行管理四大职能实用技能的训练。能够理解有关概念和原理的含义，掌握一些管理的技能和方法，并在实际工作和生活中加以运用。	主要教学内容：商品活动、组织、决策、控制、领导及决策。	通过这门课程的学习，帮助学生更好的理解社会生活中的管理现象，培养学生提高自身的管理能力，了解市场经济背景下管理的组织、决策、领导和控制等活动的一般规律。	√		72

市场营销专业人才培养方案

续表 7-3

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
5	商品管理与实务	通过任务驱动型的项目活动,使学生熟悉商品的相关理论知识,掌握商品质量鉴别、养护及管理的相关技能,同时培养学生的质量意识、诚信意识、安全意识及分析解决问题的能力。	主要教学内容:商品认知、商品技术管理、商品监督管理和商品消费。	通过这门课程的学习,使(培养)学生商品管理能力,增强商品知识,有效提高商品经营与管理能力	√		72
6	经济法	使学生掌握经济法的基本概念和原理,了解经济法的学说和制度的基本体系、内容及其最新发展,并能初步掌握运用所学知识分析相应的法律实际问题。	主要教学内容:经济法基础理论、市场主体法、市场秩序监管法、宏观调控法、社会保障法、经济纠纷解决机制。	通过这门课程的学习,使(培养)学生掌握专业学习和未来发展的法律知识的需求,提高学生适用基本理论和基础知识解决实际问题的能力,提高学生综合素质。	√		72
7	市场营销基础	通过学习可以形成系统化的市场营销基础知识和能力,包括市场营销基础知识、市场营销环境分析和基本方法、市场定位的知识和基本方法、市场营销策略如产品、品牌、价格、渠道、传播策略的知识和策略应用能力。	主要教学内容:经济法基础理论、市场主体法、市场秩序监管法、宏观调控法、社会保障法、经济纠纷解决机制。	通过这门课程的学习,使(培养)学生掌握专业学习和未来发展的法律知识的需求,提高学生适用基本理论和基础知识解决实际问题的能力,提高学生综合素质。	√		72
8	消费心理学	通过本课程的学习,学生在未来的营销工作中能够更好地把握消费者的心理特点和规律,根据不同消费者的心理需求,制定营销策略方案,提高营销工作的针对性和有效性。	主要教学内容:消费者的心理活动过程,消费者的个性心理特征,影响消费者行为的心理因素,消费者购买过程的心理活动,社会环境对消费心理的影响等	通过这门课程的学习,培养学生养成善于观察和思考的能力,通过观察商品、选择商品品牌、决策购买方式、使用商品形成心理感受和心理体验、向生产经营单位提供信息反馈等	√		72
9	会计基础	通过本课程学习,学生应掌握会计职业基础知识和基本核算技能,培养学生具有敬业精神和团队合作和良好的职业道德修养。	主要教学内容:认知会计、设置会计账户与认识记账方法、运用记账方法、填制与审核会计凭证、设置与登记会计账簿、编制会计报表等。	通过这门课程的学习,使(培养)学生学习的主动性、目的性,培养学生独立思考能力、灵活运用能力、应变能力和创新能力,提高学生总体把握基础会计知识的能力	√		72
合计							612

2.专业核心必修课课程设置

表 7-4：专业核心课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	企业沙盘运营	通过这门课程的学习，使（培养）学生的商品分类、商务数据采集与分析等基本专业技能；考察营销过程中市场调查、营销策划、产品促销、线上线下推广、客户关系管理等各类典型职业活动的方案设计、组织落实、过程管理等基本专业技能，以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素质，考察学生的目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等基本专业技能，还进一步考察学生对充分竞争市场的综合判断分析能力	主要教学内容：商务数据分析、营销实战展示和情境营销	学生组成小组进行合作，实操较多，需要学生之间团结合作		√	72
2	广告策划	培养学生对于广告策划与创意的深入把握，能独立策划与创作广告作品。使学生通过本课程的学习，对广告策划与广告创意有一个切实的了解与扎实的知识把握。	主要教学内容：广告策划、广告设计、广告传播等。	通过这门课程的学习，使（培养）学生培养具备广告学理论与技能、宽广的文化与科学知识，市场营销策划及市场调查分析能力。着重培养学生的个性和创新意识，提高学生的综合素质和能力。	√		72
3	网络营销	借助大数据，了解网络消费者的行为特征和购买过程，以及影响网络消费者购买的因素。理解并运用 4P 组合策略，网络产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略，以及 4C 在网络营销中的应用。	主要教学内容：网络营销概述、网络营销基本理论与理念、网络营销环境分析、网上消费者行为分析	通过这门课程的学习，使（培养）学生培养注重市场调研，收集并分析大量的信息，具备较强的洞察力、识别力和决断力，PC 端和移动端网络营销工具及常见的方法应用。	√		72

市场营销专业人才培养方案

续表 7-4

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
4	推销技巧	本课程的任务在于帮助学生熟悉推销工作的性质及步骤,在今后的推销过程中建立以满足顾客需求为前提,以顾客满意为目标的核心观念,灵活运用各种推销原理和推销技巧,成为高素质的推销人员。	本课程主要以销售实际工作过程为主线构建课程内容,在了解推销基本礼仪,并对推销活动有初步体验认知的基础上,主要围绕“推销准备、引起客户注意、激发客户欲望、促成交易”等典型工作环节展开。	理论知识按照“必需、够用”组织,实训按岗位实际工作要求来开展,具有很强的职业岗位针对性。	√		72
5	电子商务基础	通过学习,使学生能够对电子商务的含义、基本架构、运行环境、所涉及的技术内容、交易手段与管理方法、以及电子商务在各行业的应用等基本知识有一个概括的认识和了解。	《电子商务基础》是电子商务专业的专业基础课,是一门集商务技术、信息技术和管理技术于一体的新兴的交叉学科,它是人类经济、科技、文化发展的必然产物,是21世纪全球经济的重要组成部分,是商务的未来。	引导学生理解和掌握电子商务的基本概念和相关知识;培养学生在电子商务应用方面的实践操作能力;培养学生独立分析和解决电子商务应用当中存在问题的实际能力。	√		36
6	软文创意与营销	以“聚焦思维激发,实现创作梦想,引领文化创新”为价值导向,本课程满足本科教学及学生的创作能力提升诉求。通过该课程学习,掌握创意写作基本理论,激发创意思维,培养写作兴趣,突破写作障碍,提升各类文体写作和文化创新能力。	涵盖创意写作基本理论、创意写作简史、创意思维训练、小说创作、散文创意写作、戏剧创作、自媒体写作、现代诗写作、儿童文学创作、创意秘书思维、佛教世界观与文学叙事、中国神话故事的创作与改编、古代寓言特点和现代改编、西安历史文化资源的文学开发等内容,兼顾专业性、通识性、大众性,引导创意写作实践具备中国文化底色。	课程以“创意、实践、致用”为基本原则。理论与实践并重,彰显专业性,凸显时代感,面向需求、注重实效。将创意思维激发的价值理念贯穿到系列课程中,运用多元化思维激发形式,选取鲜活生动、富含启发性的案例,突破传统写作课程单一化的教学模式。	√		72
7	市场调研与营销策划	通过课程的学习,力求学生掌握并熟练运用几种主要的市场调研技术和方法,并了解随着互联网及数据挖掘技术的发展,市场调研技术的发展动态,以使学生掌握顺应时代要求的市场调研的知识和技能,提升学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。	本课程是基于市场调研工作过程开发的一门集调研业务知识与实践技能相结合的专业课程。通过本课程学习,使学生能比较全面系统地了解市场调研的工作流程,掌握市场调研的基本理论与方法,培养学生较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力。	理论学习与实践相结合,通过实训,了解市场调查、预测和决策的整个过程,用理论指导金融市场实践,真正做到学以致用。	√		72
合计							468

3.职业技能等级考试必修课课程设置

表 7-5：职业技能等级考试课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	呼叫中心客户服务与管理（中级）	掌握商业经营运作能力；掌握千牛工作台的操作能力；掌握销售接待流程中的解决问题能力；掌握售后服务过程中的解决问题能力；掌握客户关系管理能力。	课程的构建来源于职业岗位工作内容的优化与重组，从客服工作流程分解开始，对客服工作的售前、售中、售后的每一个环节都做了详细的介绍，如岗位销售技能，解决售后问题，对接顾客技巧等。	课程作为电子商务专业课程的重要组成部分，以“培养电商服务类人才”为根本，不忘“电商助力区域经济发展”的初心。	√		36
合计							36

4.专业拓展选修课课程设置

表 7-6：专业拓展（选修课）课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	电子商务物流配送	通过对电子商务物流与配送知识这门课程的学习，使学生掌握电子商务物流与配送的相关知识、帮助学生掌握的商品分类、编码、整配货等理货技能，为学生学习其他电子商务专业知识奠定良好的理论基础，同时为学生日后从事电子商务物流与配送工作打下良好的基础。	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。旨在培养学生依据用户订货要求对其进行的一系列分类、编码、整理、配货等理货工作的能力，并充分了解将有确定数量、规格要求的商品按约定时间、地点传递到用户手中的活动过程。	其任务是以物流管理、客户服务等职业岗位业务处理能力培养为重点，培养学生在电子商务物流方面的实际应用能力，养成基本的物流职业素养，为将来从事电子商务物流工作奠定坚实的基础。		√	72

市场营销专业人才培养方案

续表 7-6

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
2	行业营销	课程突出对学生的市场观念、创新意识能力的培养,提高学习者的综合职业素质。	围绕学生“市场营销职业能力形成”这一主线,创新性地将市场营销职业能力细分为专业能力、社会能力、方法能力、营销思维能力、营销做人能力等几方面。	采用营销寓言、故事、案例分析、思维训练、营销游戏、角色扮演、模拟训练、实战演练等多样化的训练方式,使学生市场营销能力的培养更为具体、全面、科学、有效。		√	36
3	客户关系管理	理解 CRM 产生的原因及条件;掌握企业 CRM 战略的制定方法与实施方法;理解商务智能的基本知识。具备对客户、客户关系的认知、能掌握客户价值的能力;具备使用 CRM 软件的系统操作能力。重视与正确对待客户资源;具备主动观察与自主分析问题的能力;积极建立并维护客户关系的能力。	本课程要求学生了解客户关系管理系统理论及客户关系管理系统、数据仓库、数据挖掘等基本内容。理解客户关系的产生与发展、概念和内涵以及进行客户关系管理的意义、原则和目的;理解客户的概念和分类、客户的满意度和忠诚度的含义,如何进行客户盈利率分析;理解关系营销的概念和策略;理解客户关系定位及生命周期。掌握如何进行客户识别,如何开展客户服务,能够分析客户流失原因和进行客户保持。	通过本课程的学习可以使学生对客户关系管理的基本理论和内容有初步的了解,并为学习其它课程奠定一定基础,能够运用客户关系管理的原理和方法给出解决方案。		√	36
4	摄影美学	通过全面系统的学习,使学习者掌握手机摄影的技巧与后期处理方法;了解数码单反的构造和原理,了解不同焦距镜头的成像特点,进而掌握数码单反的操作,能够根据拍摄场景的不同特点选择恰当的拍摄模式;了解光在摄影造型中的重要作用,掌握光的基本特性及不同类型光线的造型特点;掌握摄影构图中的基本法则,塑造摄影眼;最终实现提高审美素养和实践拍摄能力的双重授课目标。	摄影造型中的重要作用,光的基本特性及不同类型光线的造型特点;摄影构图中的基本法则,塑造摄影眼。	系统的学习摄影理论知识,掌握过硬的摄影操作技能,在实际拍摄场景中实践,最终能够实现技术与思想的结合,完成个性化的创意拍摄。本课程以学生为中心,在真实拍摄环境中有效提升学习者分析解决问题的能力。		√	36

市场营销专业人才培养方案

5	演讲与口才	<p>本课程秉持培养“全人英才”的教育理念，结合语言学、教育学、心理学、艺术学等相关学科知识，以“高阶性、创新性、挑战度”为课程建设目标，将“口才与演讲实训教程”打造成线上线下混合式精品课。引导大家在全面掌握“口才与演讲”基础知识及实践技能的前提下，切实提升“语言建构与运用”“思维发展与提升”“审美鉴赏与创造”“文化传承与理解”等核心素养。</p>	<p>是一门工具性、实用性、可操作性很强的技能性课程。通过这门课程的教学，使学生全面、系统地了解演讲与口才方面的基本知识，以语言为突破口，开发学生的表达、思维、交际等潜能，掌握演讲与口才的一般规律、方法和技巧，从而提高学生的演讲水平与口头表达能力、培养学生的勇气和自信、团队精神和合作精神。这门课程是在一定的语言学、心理学等学科理论指导下，重在培养学生在未来的社会工作中口语运用能力的实践性很强的一门职业技能必修课。</p>	<p>学好本课程，需要多看、多记、多练。多看。不仅要看课程网上的视频、文本资料，而且在生活中要多读书看报，广泛涉猎，增加积累，提升修养。</p>	√	36
6	Photoshop	<p>学会 Photoshop 软件常用工具和命令的使用方法；能够熟练应用 Photoshop 进行图形图像的设计和制作；培养和提高学生的艺术设计思维。</p>	<p>Photoshop 是目前最流行的图像处理软件，可以对位图图像进行编辑加工处理，主要应用于数码照片处理、平面设计（广告设计、企业形象设计、包装设计、书籍设计、字体设计、标志设计）、网页制作、界面设计、建筑效果图的后期修饰、绘制插画、绘制或处理三维贴图等领域。</p>	<p>在项目制作过程中培养学生创新能力及艺术修养，提高创新能力和艺术欣赏水平，养成认真细致的工作态度。</p>	√	72
合计						288

(三) 教学实践及创新实践课程

1. 公共教学实践必修课课程设置

根据国家有关文件明确规定，本专业人才培养方案明确将《军事理论》、《贵州省情》、《安全教育》等列为公共教学实践课。

表 7-7：公共教学实践课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	军事理论	通过军事理论教学，让学生掌握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。	中国国防、国际战略环境、军事思想、军事高技术、信息化战争、军队共同条令教育与训练、轻射击、战术、军事地形学及其应用、综合训练。	通过学习，使学生掌握战略基本理论，了解世界战略格局的概况，正确分析我国的周边环境，增强国家安全意识；使学生了解军事高技术概况，明确高技术对现代战争的影响。树立“科学技术是第一生产力”的观点，明确科技与战争的关系，树立为国防建设服务的思想。		√	36
2	军事技能	通过军事技能课教学，让学生了解掌握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。	内务条令、纪律条令、队列条令、阅兵。	通过军事训练，使学生掌握基本军事技能和军事理论，增强国防观念、国家安全意识，加强组织性、纪律性，弘扬爱国主义，集体主义和革命英雄主义精神，磨练意志品质，激发战胜困难的决心和勇气，培养艰苦奋斗、吃苦耐劳的作风，树立正确的世界观、人生观和价值观，提高综合素质。		√	112

市场营销专业人才培养方案

续表 7-7

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
3	贵州省情	<p>通过这门课程的学习,使学生掌握贵州省情的基本概念、基础知识和基础理论。培养贵州大学生热爱家乡、热爱祖国的需要。学生的爱乡之情不是自发产生的,是基于对家乡的了解和认识不断形成的。只是将贵州的历史和文化、环境和资源、人口和民族、经济社会发展的现状以及未来发展的前景展现在面前,才能加强对本省的认识和了解,培养学生的爱乡之情。同时只有让学生了解贵州、认识贵州,了解到贵州的价值,才能参与开发和建设贵州。</p>	<p>从贵州省情出发,阐述了政治、经济、人口、文化、教育、科技、民族、宗教、自然、环境、资源等要素的发展方向,不同其于一般的省情史、省情资料汇编。它以新颖、内容、丰富、翔实、可读性强为特点,突出现实性、科学性和前瞻性,提供认识贵州的基本理论和方法。</p>	<p>“贵州省情”课程要求学生掌握教材中的基本概念、基本知识、基本理论,按照“了解、掌握、重点掌握”三个层次开展教案。了解:要求学生这部分内容知道,对其涉及到的理论知识及人物、事件等能够清楚;掌握:要求学生这部分内容能够理解并把握,对一些基本特点和知识要点能够识记并适当分析;重点掌握:要求学生这部分内容能够深入理解并熟练掌握,对重点问题能够深入分析,同时能够理论联系实际,学会解决现实生活中的问题。</p>		√	18
4	安全教育	<p>通过对这门课程的学习,引导学生了解大学生安全教育的必要性和重要性,了解大学生应该掌握的安全常识,了解与治安管理法规,增强法制意识,并清醒认识大学生犯罪的原因,同时学会利用法律手段保护自己。</p>	<p>本课程结合集体案例,主要包含当前安全形势、治安安全教育的意义、消防安全教育、交通安全教育、自觉遵纪守法,预防犯罪等内容。</p>	<p>了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。掌握安全防范技能;树立起安全第一的意识;树立积极正确的安全观;把安全问题与个人发展和社会发展相结合,为构筑平安人生主动付出积极的努力。</p>		√	18

市场营销专业人才培养方案

5	入学教育	<p>主要是学校的规章制度、新生学籍管理、学生资助管理、学生宿舍管理、新生入学安全教育、新生入学礼仪培训、新生入学艾滋病禁毒教育、新生心理健康教育。</p>	<p>帮助新生正确认识自己,只有实事求是地规划自己的职业生涯,并且脚踏实地地实现自己的职业目标,最终快速地实现自己的人生目标。让学生遵守学校的法律法规、学校的规章制度、学会相处、学会求知、学会生活,养成良好的学习、生活习惯。</p>	<p>遵章守纪不违法、禁止携带和私藏危险物品进入校园、预防物品丢失(防盗)、严禁翻越围墙出入校园、禁止在校园及周边参与打架斗殴、严禁下河游泳、交通安全、防火事故发生、节假日安全防范、防意外事故发生、防拥挤踩踏事故。</p>	√	18
6	毕业教育	<p>通过这门课程的学习,使学生进一步树立正确的人生观、价值观、择业观,培养良好的职业道德。对毕业生进行比较全面的择业指导。</p>	<p>开设《就业指导》课程,全面介绍就业形势和就业政策,进行道德、纪律等方面的系统指导和教育;安排毕业生大会、举办各种报告、请企业领导作报告,介绍企业对毕业生的基本要求;进行就来模拟试验、择业面试技巧、面试礼仪等讲座。</p>	<p>通过系列就业教育讲座、会议,对学生进行职前培训、职业道德培训、礼仪培训,培养学生爱岗敬业精神,帮助学生适应身份转变。</p>	√	18
7	中华优秀传统文化	<p>以中华优秀传统文化为主线,挖掘和寻求熠熠生辉的精神瑰宝,继承和发扬传统的美德、良好的风范、高雅的情趣、坚韧的意志、顽强的追求,引导广大学生树立民族自尊心、自信心、自豪感。</p>	<p>中华优秀传统文化介绍、中国汉字文化、中国传统服饰文化、中国传统文学、中国传统艺术文化</p>	<p>通过这门课程的学习,为学生奠定文化修养的基础,使学生未来能以健全的人格、道德和智慧投身于社会,为中国文化之发扬与继承做出贡献,培养名副其实的文明人、现代人、成功人。</p>	√	36 (不计入总学时)
合计						108

2.专业教学实践必修课课程设置

表 7-8：专业教学实践课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	专业认知实习	通过这门课程的学习，使（培养）学生通过人事实习，学习本专业方面的生产实践知识，为专业课学习打下坚实的基础，同时也能够为毕业后走向工作岗位积累有用的经验。	主要教学内容：实习的过程中，学会从技术人员和工人们那里获得直接的和间接地生产实践经验和知识，积累相关的生产知识。	学生学习本专业方面的生产实践知识，为专业课学习打下坚实的基础，同时也能够为毕业后走向工作岗位积累有用的经验。			72
2	跟岗实习	通过这门课程的学习，使（培养）学生在专业人员指导下实际了解岗位职能，提升职业技能，扩展专业知识。	主要教学内容：不具有独立操作能力、不能完全适应实习岗位要求的学生，由职业学校组织到实习单位的相应岗位，在专业人员指导下部分参与实际辅助工作的活动。	通过这门课程的学习，使（培养）学生在专业人员指导下实际了解岗位职能，提升职业技能，扩展专业知识。			288
3	创新创业教育	通过这门课程的学习，培养学生的意识能力、环境认知、以及创办企业流程与风险管理。	培养学生的创业意识、培养学生的批判性思维、洞察力、决策力、组织协调能力与领导力；引导学生认知当今企业及行业环境，了解创业机会，把握创业风险，掌握商业模式开发的过程，设计策略等；开展实践模拟，通过创业计划书的撰写、模拟实践活动开展，鼓励学生体验创业准备的各个环节，包括创业市场评估、创业融资、创业企业流程与风险管理等。	通过这门课程的学习，培养学生的意识能力、环境认知、以及创办企业流程与风险管理。			18

市场营销专业人才培养方案

续表 7-8

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
4	职业发展与就业指导	通过这门课程的学习,让学生能了解当前社会的就业形势;一是就业形势在压力和危机中蕴藏契机,危机之中有机遇;二是就业政策唱响基层就业主旋律,鼓励创业实践;三是就业服务在加强全面指导下实施重点帮扶;四是就业心态渐趋理性,求职选择多元化;五是就业机制通过加强统筹协调不断完善与创新。	就业指导与就业、就业准备与求职方法、职业生涯与规划、自我认知与职业选择、职业生涯规划与实施、职业适应与发展、职业素质职业适应、职业精神创业引领与创业、创业认识等。	通过这门课程的学习,让学生能了解当前社会的就业形势;一是就业形势在压力和危机中蕴藏契机,危机之中有机遇;二是就业政策唱响基层就业主旋律,鼓励创业实践;三是就业服务在加强全面指导下实施重点帮扶;四是就业心态渐趋理性,求职选择多元化;五是就业机制通过加强统筹协调不断完善与创新。			18
5	毕业设计(论文/作品)	通过这门课程的学习,使(培养)学生培养对某一课题作专门深入系统的研究,巩固、扩大、加深已有知识,同时综合运用已有知识独立解决问题的能力。	主要教学内容:培养设计能力的专业或学科应届毕业生的总结性独立作业。目的是总结检查学生在校期间的学习成果,是评定毕业成绩的重要依据;同时,通过毕业设计,也是学生走上国家建设岗位前的一次重要的实习。	通过这门课程的学习,使(培养)学生培养对某一课题作专门深入系统的研究,巩固、扩大、加深已有知识,同时综合运用已有知识独立解决问题的能力。			72
6	毕业生学历注册认证	学生得到毕业证书	毕业生学历注册认证	顺利毕业			18
7	毕业顶岗实习	通过这门课程的学习,使(培养)学生通过完成一定的生产任务,并进一步获得感性认识,掌握操作技能,学习企业管理,养成正确劳动态度。	主要教学内容:是指在基本上完成教学实习和学过大大部分基础技术课之后,到专业对口的现场直接参与生产过程,综合运用本专业所学知识和技能。	通过这门课程的学习,使(培养)学生通过完成一定的生产任务,并进一步获得感性认识,掌握操作技能,学习企业管理,养成正确劳动态度。			360
8	劳动教育	通过劳动教育,帮助学生形成正确的劳动观念、养成良好的劳动习惯。	教育学生认识劳动的伟大意义;培养学生爱劳动、珍惜劳动成果、尊重劳动者的品质;教育学生勤奋学习	通过这门课的学习,帮助学生形成正确的劳动观念,养成良好的劳动习惯,培养学生爱劳动,爱惜劳动成果,尊重劳动者的品质,教育学生勤奋学习		0	
合计							846

3.创新实践课课程设置

表 7-9：专业教学实践课课程设置情况表

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求	考核方式		参考学时
					考试	考查	
1	科研获奖	此模块根据学生个人实际情况而定，不列入常规教学内容。					
2	科研项目						
3	科研论文						
4	科学竞赛						
5	科研著作						
6	学术活动						
7	技能等级证书						
8	文化、艺术、体育比赛						
9	社团活动						
10	科技活动						
11	创业活动						
12	社会实践						
合计							

八、学时安排

根据市场营销专业的特点，特设本专业每学年教学时间为 40 周，总学时数为 3112，顶岗实习一般按每周 36 学时计算。每学时不少于 45 分钟。

学分与学时的换算。一般理论课程 18 学时计为 1 个学分，实训、实践课程 36 学时为 1 个学分，市场营销专业总学分 159。军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）、顶岗实习等，以 1 周为 1 学分。市场营销专业学生顶岗实习为 16 周。

市场营销专业人才培养方案

表 8-1： 市场营销三年制教学学时学分分配表

分配情况		课程门数	学时合计			3244	学分合计			158
课程类型			理论学时	实践学时	小计	占总学时比例	理论学分	实践学分	小计	占总学分比例
公共学习领域	公共基础必修课	18	520	162	682	21.51%	28	8	36	22.15%
	公共基础选修课	3	72	0	72	2.33%	4	0	4	2.53%
	公共教学实践必修课	7	72	36	108	3.49%	6	4	10	6.33%
专业学习领域	专业基础必修课	7	432	180	612	19.77%	24	5	29	18.35%
	专业核心必修课	8	216	252	468	15.12%	12	7	19	12.03%
	职业技能等级考试必修课	1	0	36	36	1.16%	0	1	1	0.63%
	专业拓展选修课	5	144	144	288	9.30%	8	4	12	7.60%
	专业教学实践必修课	8	36	810	846	27.33%	4	44	48	30.38%
	创新实践课	12	0	0	0	0	0	0	0	0
合计		71	1492	1620	3112	100%	86	73	159	100%

市场营销专业人才培养方案

九、教学进程总体安排

表 9-1：2020 年市场营销专业课程设置与教学时间安排表

2020 年市场营销专业课程设置与教学时间安排表

(专业代码：603701) 2+0.5+0.5 (高职阶段院本部)

课程类别	课程性质	课程序号	课程名称	课程编码	学时分配		学期课程安排						考核方式		学分分配			学时比例		
					学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	其中			学分	
						理论	实践	一	二	三	四	五	六			理论	实践			合计
								20周	20周	20周	20周	20周	20周							
公共基础必修课	1	思想道德修养与法律基础	54	36	18	2							√		2	1	3	21.5%		
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	72			4							√	4	0	4			
	3	形势与政策	36	36		开设 4 个学期，每学期 9 节								1	0	1				
	4	大学生心理健康教育	36	36		2								√	2	0	2			
	5	体育与健康 (1)	36	9	27	2								√	0.5	1.5	2			
	6	体育与健康 (2)	36	9	27		2							√	0.5	1.5	2			
	7	体育与健康 (3)	36	9	27			2						√	0.5	1.5	2			
	8	体育与健康 (4)	36	9	27				2					√	0.5	1.5	2			
	9	大学语文	36	36		2								√	2	0	2			
	10	应用文写作	36	36			2							√	2	0	2			
	11	高等数学 (1)	36	36		2								√	2	0	2			
	12	高等数学 (2)	36	36			2							√	2	0	2			
	13	大学英语 (1)	36	36		2								√	2	0	2			
	14	大学英语 (2)	36	36			2							√	2	0	2			
	15	信息技术 (计算机基础)	72	36	36	4								√	2	1	3			
	16	职业素养	18	18		2 单双周									√	1	0		1	
	17	健康教育	18	18												√	1		0	1
	18	生态文明教育	16	10					9W						√	1	0		1	
模块 1 共 17 门 684 学时					682	496	162	18	12	2	3	0	0	0	0	28	8	36		

市场营销专业人才培养方案

续表 9-1

课程类别	课程性质	课程序号	课程名称	课程编码	学时分配		学期课程安排						考核方式		学分分配			学时比例	
					学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	其中			学分合计
						理论	实践	一	二	三	四	五	六			理论	实践		
								20周	20周	20周	20周	20周	20周						
选修课	公共基础	1	中国近代史纲要		36	36			2					√	2	0	2	2.33%	
		2	美育		18	18				2单双周					1	0	1		
		3	茶艺		18	18									1	0	1		
	模块 2 共 3 门 72 学时					72	72	0	0	2	2	0	0	0	0	4	0	4	
专业基础必修课	1	办公自动化		72	36	36		4						√	2	1	3	19.7%	
	2	沟通的艺术		36	36		2							√	2	0	2		
	3	商务礼仪与谈判		72	36	36	4							√	2	1	3		
	4	管理学		72	36	36			4					√	2	1	3		
	5	商品管理与实务		72	36	36	4							√	2	1	3		
	6	经济法		72	72				4					√	4	0	4		
	7	市场营销基础		72	36	36	4							√	2	1	3		
	8	消费心理学		72	72			4						√	4	0	4		
	9	会计基础		72	72				4					√	4	0	4		
	模块 3 共 9 门 612 学时					612	432	180	12	6	4	12	0	0	0	0	24	5	29
专业技能课	专业核心必修课	1	企业沙盘运营		72		72		4					√	0	2	2	15.12%	
		2	广告策划		72	36	36			4				√	2	1	3		
		3	网络营销		72	36	36			4				√	2	1	3		
		4	推销技巧		72	36	36		4					√	2	1	3		
		5	电子商务基础		36	36				2	0			√	2	0	2		
		6	软文创意与营销		72	36	36		4					√	2	1	3		
		7	市场调研与营销策划		72	36	36			4				√	2	1	3		
模块 4 共 7 门 468 学时					468	216	252	0	4	8	14	0	0	0	0	12	7	19	
职业技能等级考试必修课	1	呼叫中心客户服务与管理（中级）		36		36				2				√	0	1	1	1.16%	
	模块 5 共 1 门 36 学时					36	0	36	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	

市场营销专业人才培养方案

续表 9-1

课程类别	课程性质	课程序号	课程名称	课程编码	学时分配		学期课程安排						考核方式		学分分配			学时比例		
					学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	其中			学分	
						理论	实践	一	二	三	四	五	六			理论	实践			合计
								20周	20周	20周	20周	20周	20周							
专业技能选修课程		1	电子商务物流配送		72	36	36			4				√		2	1	3	9.30%	
		2	行业营销		36	36			2					√		2	0	2		
		3	客户关系管理		36	36			2					√		2	0	2		
		4	摄影美学		36		36			2				√		0	1	1		
		5	Photoshop		72	36	36			4			√		2	1	3			
		6	演讲与口才		36		36		2					√		0	1	1		
	模块6 共6门 288学时					288	144	144	0	2	14	0	4	0		8	4	12		
公共教学实践必修课程		1	军事理论		36	36		2周							2	0	2	3.49%		
		2	军事技能		112		112	2周							0	2	2			
		3	贵州省情		18	18									1	0	1			
		4	安全教育		18	18									1	0	1			
		5	入学教育		36		36	1周							0	1	1			
		6	毕业教育		36		36					1周			0	1	1			
		7	中华优秀传统文化					4学期					√	2	0	2				
	模块7 共7门 108学时					108	72	184	0	0	0	0	0	0	0	6	4	10		
教学实践及创新实践课程	专业教学实践必修课程	1	专业认知实习		72		72	1周	1周	1周	1周				0	4	4	27.33%		
		2	跟岗实习		288		288					16周			0	16	16			
		3	创新创业教育		18	18					1-9周				2	0	2			
		4	职业发展与就业指导		18	18					1-9周				2	0	2			
		5	毕业设计（论文/作品）		72		72						4周		0	4	4			
		6	毕业生学历注册认证		18		18						1周		0	1	1			
		7	毕业顶岗实习		360	0	360					4周	16周		0	18	18			
	8	劳动教育		0		0	融入专业教学实践（实训）中								0	1	1			
模块8 约846学时					846	36	810	0	0	0	0	0	0	0	4	44	48			

市场营销专业人才培养方案

续表 9-1

课程类别	课程性质	课程序号	课程名称	课程编码	学时分配			学期课程安排						考核方式		学分分配			学时比例	
					学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年		考试	考查	其中		学分		
						理论	实践	一	二	三	四	五	六			理论	实践			合计
								20周	20周	20周	20周	20周	20周							
创新实践课	1	科研获奖																		0
	2	科研项目																		
	3	科研论文																		
	4	科研著作																		
	5	科学竞赛																		
	6	文化、艺术、体育比赛																		
	7	社会实践																		
	8	社团活动																		
	9	科技活动																		
	10	创业活动																		
	11	学术活动																		
	12	技能等级证书																		
模块9 共12门 0学时																				0
周课时数							30	24	30	33										
三学年合计（教学时数）					3112	1492	1620								总学分			159		

十、实施保障

(一) 师资队伍

市场营销专业共有教师 29 人，其中骨干教师 7 人，专职教师 21 人。

1. 专业带头人

表 10-1：专业带头人（一）

姓名	石瑜阳		性别	男	专业技术职务	讲师	第一学历	本科
	出生年月	1977 年 6 月	行政职务		最后学历	硕士研究生		
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业	贵州大学环境科学专业 2003 年 7 月毕业 贵州大学工商管理硕士 2009 年 1 月毕业							
主要从事工作与研究方向	教育教学班主任工作							
本人近三年的主要工作成就								
近三年主要担任 19 电商 2 班班主任工作，同时担任《电子商务物流》、《网络营销》、《商务谈判与推销技巧》、《商务礼仪》、《移动电子商务》等课程的教育教学工作。								
最具代表性的教学科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间				本人署名位次	
	1							
目前承担的主要教学科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费		本人承担工作	
	1							
目前承担的主要教学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间	
	1	网络营销	高职	30	8	专业必修课	2020 年四月开始	
	2	电子商务物流	中职	104	36	专业必修课	2020 年 2 月 24 日开始	

市场营销专业人才培养方案

表 10-2：专业带头人（二）

姓名	王婷婷		性别	女	专业技术职务	高讲	第一学历	本科
			出生年月	1983.9	行政职务		最后学历	本科
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业			2006年7月湖南工商大学（原湖南商学院） 国际贸易专业（电子商务方向）					
主要从事工作与研究方向			从事电子商务相关课程教学工作，商贸物流系行政； 研究方向：电子商务。					
本人近三年的主要工作成就								
2016年事业单位工作人员年度考核“优秀等次”； 2016-2017年度获“优秀教师”荣誉称号； 2019年获得贵州省高职院校技能大赛“电子商务技能”（高职组）赛项“优秀指导老师”； 2018-2019学年“优秀教师”荣誉称号； 2019年i博导全国十大元气教师评选获得“省级十大元气教师”； 2019年贵州省职业院校技能大赛教学能力比赛高职专业课程一组比赛“第三名” 近三年编写期刊论文5篇。								
最具代表性的教学科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次		
	1	《消费者行为分析》	中国轻工业出版社 2018年			副主编		
	2	“新零售”趋势下区域性生鲜电商经营模式研究——以黔南州为例	良好 黔南州社科联 2019年5月-10月			第三作者		
目前承担的主要教学科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作		
	1							
目前承担的主要教学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间	
	1	《网店美工》	高职	150	216	专业必修课	2017-2020年	
	2	《电子商务案例分析》	高职	50	72	专业必修课	2018年	

市场营销专业人才培养方案

表 10-3：专业带头人（三）

姓名	钟萍	性别	女	专业技术职务	高讲	第一学历	本科
		出生年月	1969年10月	行政职务		最后学历	大学本科
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		1991年6月20日毕业于贵州民族大学					
主要从事工作与研究方向		承担电子商务专业课程教学、研究和电子商务专业班主任					
本人近三年的主要工作成就							
<p>承担了《PS 图形图像处理》、《网页设计与制作及网站建设》、《网络营销》、《网店美工》、《网络广告设计与制作》、《高级办公自动化》课程的教学工作；</p> <p>担任了 2015 级电子商务（一）班的班主任工作；</p> <p>组织和辅导了每年电子商务专业学生的校级《网页设计与制作技能大赛》、《PS 图形图像处理技能大赛》还参加了《电子商务网店运营技能比赛》，并作为老师评委；</p> <p>撰写了电子商务专业课程教学和专业实习的论文，共 5 篇；</p> <p>参予电子商务专业学生的专业实习；</p> <p>参予电子商务专业学生的毕业论文指导。</p>							
最具代表性的教学科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	《网络营销》	十三五规划教材			第一作者	
目前承担的主要教学科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1						
目前承担的主要教学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	PS 图形图像处理	中职	505	1040	专业必修课	2017-2019 年
	2	网页设计与制作及网站建设	中职	225	600	专业必修课	2017-2019 年
	3	网络营销	中职	140	280	专业必修课	2017 年
	4	网店美工	中职	90	160	专业必修课	2019-2020 年
	5	网络广告设计与制作	中职	135	80	专业必修课	2020-2020 年
	6	电子商务基础	中职	90	80	专业必修课	2017-2018 年

2. 骨干教师

表 10-4：骨干教师列表

编号	姓名	出生年月	性别	学历	学位	毕业院校	职称
1	刘勋	1971.10	男	研究生	硕士	贵州大学	高讲
2	张胜利	1963.10	男	本科	学士	西南师范大学	高讲
3	罗国勇	1964.10	男	本科	学士	贵州教育学院	高讲
4	郑慧	1965.12	女	本科	学士	贵州师范大学	高讲
5	黄河	1984.12	男	本科	硕士	贵州财经大学	讲师
6	闫馨	1982.02	女	本科	学士	西南民族大学	讲师
7	黄爱云	1987.01	女	本科	学士	贵州大学	讲师

3. 双师型教师

市场营销专业具有职业资格证书和企业工作经验的双师型教师占专业教师 68%。

4. 教师团队

表 10-5：教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历 毕业学校 专业学位	最后学历 毕业学校 专业学位	现从事专业	拟任课程	所属学校
1	郑慧	女	54	高级讲师	贵州师范大学 政治教育专业 法学学士	贵州师范大学 政治教育专业 法学学士	政治思想教育	大学生心理	贵州经贸职业

市场营销专业人才培养方案

2	张胜利	男	57	高讲	本科，西南师范大学，政治经济	本科，西南师范大学，政治经济	市场营销	经济类专业技能课	技术学院
---	-----	---	----	----	----------------	----------------	------	----------	------

续表 10-5

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历 毕业学校 专业学位	最后学历 毕业学校 专业学位	现从事专业	拟任课程	所属学校
3	刘勋	男	49	高讲	本科，贵州师范学院，地理教育	硕士，贵州大学，工商管理	市场营销	电子商务物流管理	贵州经贸职业技术学院
4	钟萍	女	50	高讲	贵州民族大学物理系理学学士	贵州民族大学物理系理学学士	电子商务	图形图像处理，网络广告与制作，网络营销	
5	石瑜阳	男	43	高讲	贵州大学环境科学专业理学学士	贵州大学 MBA 硕士	市场营销	电商物流	
6	王婷婷	女	37	高讲	湖南工商大学国际贸易（电商方向）经济学学士	贵州财经大学工商管理硕士	电子商务	网店美工 网络营销	
7	高小黔	男	58	高讲	本科，贵阳农学院，农学学士	本科，贵阳农学院，农学学士	思政	心理健康教育	
8	李敬	男	55	高讲	本科，贵州师范大学，地理	本科，贵州师范大学，地理	市场营销	市场营销基础、商务谈判	
9	罗国勇	男	56	高讲	本科，贵州教育学院，政治经济	本科，贵州教育学院，政治经济	市场营销	市场营销基础	
10	黄河	男	36	讲师	贵州大学电子商务专业管理学学士	贵州财经大学 MBA 硕士	电子商务	网站建设	
11	闫馨	女	38	讲师	西南民族大学工商管理专业管理学学士	西南民族大学工商管理专业管理学学士	市场营销	市场营销基础	
12	朱璐璐	女	34	讲师	贵州财经学院物流管理专业管理学学士	湖北师范大学信息计算与智能系统专业理学硕士	电子商务	网络客服	
13	黄爱云	女	33	讲师	贵州大学工商管理（物流方向）管理学学士	贵州大学工商管理（物流方向）管理学学士	市场营销	消费心理学、商务礼仪、商业文化	

市场营销专业人才培养方案

14	阎寅飞	男	31	讲师	贵州大学科技学院 国际经济与贸易 专业 经济学学士	贵州大学科技学院 国际经济与贸易 专业 经济学学士	市场营销	市场营销基 础、消费心理 学	
15	刘芳妤	女	35	助讲	东北农业大学市 场营销专业管理 学学士	贵州大学工商管 理专业硕士	市场营销	门店运营管 理, 营销策 划, 演讲与口 才	

续表 10-5

序号	姓名	性别	年龄	专业技术 职务	第一学历 毕业学校 专业学位	最后学历 毕业学校 专业学位	现从事 专业	拟任课程	所属学校
16	刘云	女	36	助讲	海南大学市场营 销专业管理学学 士	贵州财经大学 MBA 硕士	市场营销	网络营销、品 牌管理、客户 服务	贵州 经贸 职业 技术 学院
17	邓玉能	男	33	助讲	湖南工程学院电 子信息工程专业 工学学士	湖南工程学院电 子信息工程专业 工学学士	电子商务	信息技术, 计 算机基础	
18	郑茜熹	女	33	助讲	贵州大学科技学 院国际经济与贸 易专业经济学学 士	贵州大学科技学 院国际经济与贸 易专业经济学学 士	市场营销	商品管理与 实务	
19	张娟	女	26	助理 讲师	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	电子商务	电商运营	
20	代玥	女	32	助理 讲师	华中农业大学市 场营销专业管理 学学士	华中农业大学市 场营销专业管理 学学士	市场营销	营销策划与 品牌推广、市 场营销基础	
21	付宇洁	女	31	助理 讲师	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	电子商务	新媒体运营	
22	林红	女	30	助理 讲师	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	贵州师范大学电 子商务专业管理 学学士	电子商务	网店运营 计算机基础	
23	胡鑫	男	29	助理 讲师	莆田学院 市场营销专业 管理学学士	莆田学院 市场营销专业 管理学学士	市场营销	市场调查	
24	王美艳	女	30	助理 讲师	天津财经大学 国际经济法专业 法学学士	天津财经大学 国际经济法专业 法学学士	电子商务	电子商务法 律法规、会计 基础	
25	左欣灵	女	27	助理 讲师	沈阳师范大学 物流管理专业 管理学学士	沈阳师范大学 物流管理专业 管理学学士	物流管理	仓储与配送 管理	

市场营销专业人才培养方案

26	邱雯	女	27	助理讲师	山东财经大学市场营销专业管理学学士	山东财经大学市场营销专业管理学学士	市场营销	软文创意与营销	
27	肖道会	女	29	助理讲师	本科,晋中学院,行政管理	硕士,贵州大学,马克思原理	思政	思政理论课	
28	韩密	女	24	助理讲师	南华大学市场营销专业管理学学士	南华大学市场营销专业管理学学士	市场营销	推销技巧与实务	

续表 10-5

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历毕业学校专业学位	最后学历毕业学校专业学位	现从事专业	拟任课程	所属学校
29	蒙潇潇	女	25	助理讲师	贵阳学院物流管理专业管理学学士	贵阳学院物流管理专业管理学学士	电子商务	电商物流	贵州经贸职业技术学院
30	耿晓琴	女	27	助理讲师	贵州大学企业管理专业管理学硕士	贵州大学企业管理专业管理学硕士	市场营销	门店营运、现代物流	
31	王方文	男	32	助理讲师	贵州财经学院计算机科学与技术工学学士	贵州财经学院计算机科学与技术工学学士	电子商务	视频后期处理	
32	李颖怡	女	22	助理讲师	天津职业技术师范大学教育技术学专业理学学士	天津职业技术师范大学教育技术学专业理学学士	电子商务	短视频制作	

(二) 教学设施

表 10-6: 教学设施列表

序号	名称	主要仪器设备	价值(元)	备注
1	营销专业实训室	商务洽谈室模拟设备 1 套、新闻发布模拟设备 1 套等	142678	
2	网络实训室	三层交换机 14 台、二层交换机 14 台、出口防火墙 2 台、机柜 1 台、试验组机柜 8 台、路由器 12 台、广域网模块 12 个、路由器线缆 12 台等	707030	
4	营销模拟仿真实训室	教师机 1 台、学生机 70 台、戴尔服务器 1 台、客户关系管理系统 1 个、市场营销模拟平台系统 1 个等	604840	

市场营销专业人才培养方案

5	模拟贸易谈判实训室	多媒体电脑音箱功放一体化设备 1 套、茶具 1 套、谈判桌 1 套等	57800	
6	电话营销中心	计算机 4 台、电话 6 部	14600	
7	实验中心电脑 11 间机房	实训电脑 676 台	3300000	
8	计算机操作与应用实训室	扬天 V580 笔记本电脑 15 台、超越 Z700C 台式计算机 100 台等	666241	
9	财经商贸软件实训室	台式计算机 40 台、T3 软件 3 套等	700989	

表 10-7：企业沙盘运营实训室

序号	名称	主要仪器设备	单位	数量	价值（元）	备注
1	机房综合管理系统	噢易多媒体网络教室软件 v9.0	套	1	¥3,500.00	
2	智能多媒体控制系统	谷尔 C-620D	套	1	¥490.00	
3	市场营销沙盘实训软件	中教畅享沙盘实训软件 v1.0	套	1	¥173,800.00	
4	功放	赛尔 D-6800	台	1	¥1,162.00	
5	音响	赛尔 KS-350	对	1	¥1,300.00	
6	交换机	H3C—S1224R	台	1	¥750.00	
7	多媒体讲台	鑫海威 XHW-03	个	1	¥2,025.00	
8	无线话筒	赛尔 U 段 S-92	套	1	¥777.00	
9	讲台椅	森凡 FJ-665	把	1	¥256.00	
10	沙盘桌（含椅子）	森凡 FJ-DZ003	台	5	¥6,380.00	
11	机柜	一舟 P26624100	台	1	¥1,910.00	
12	显示器	N223V	台	55	¥780.00	
13	沙盘实训室文化建设	现场定制	套	1	¥45,000.00	
14	教师机	HP ProDesk 480 G5	台	1	¥7,176.00	
15	主学生机	HP 288 Pro G4 MT	台	54	¥4,780.00	

表 10-8：摄影实训室

市场营销专业人才培养方案

序号	名称	主要仪器设备	单位	数量	价值(元)	备注
1	单反相机(套机)	佳能EOS 80D套机 18—135USM	台	2	¥9,875.00	
2	测光仪	AS813 标准型	台	2	¥380.00	
3	引闪器	神牛(Godox) FT-16/FT-16S 套装	台	2	¥330.00	
4	与电视机的连接线	20米长	条	2	¥102.00	
5	摄影灯(套装)	SK400灯头+60X90柔光箱+2.8米灯光支架(主灯400W)	套	2	¥3,060.00	
6	标准罩	金贝神牛55度	个	2	¥111.00	

序号	名称	主要仪器设备	单位	数量	价值(元)	
7	四叶挡板、蜂窝片和色片	神牛 DB04	套	2	¥205.00	
8	雷达罩	神牛 C-01	个	2	¥324.00	
9	束光筒	神牛保荣卡口	个	2	¥111.00	
10	摄影台	南冠 CN-T6240 折叠便携式淘宝拍照摄影摄影桌子倒影拍摄台静物台	台	2	¥498.00	
11	柔光屏	摄影柔光屏套装(含脚轮)	套	2	¥3,368.00	
12	反光板	90X120CM 五合一椭圆折叠板	套	2	¥185.00	
13	背景架	电动+摇控+6轴+3米	套	2	¥1,500.00	
14	背景布	黑、白、红、绿、蓝、灰(六色)各3米长。	组	2	¥390.00	
15	背景纸	黑、白各5米	卷	2	¥306.00	
16	摄影棚	神牛 LED 小型	个	2	¥555.00	
17	电视机吊架	瑞思美 DJ-03	个	2	¥228.00	
18	储物柜	森凡 FJ-1324	组	1	¥11,560.00	
19	电视机	创维 E388G	台	2	¥3,199.00	
20	摄影棚实训室文化建设	现场定制	间	1	¥40,000.00	

(三) 教学资源

专业书籍约 2 万册，相应市场营销及省赛国赛软件 8 套。

(四) 教学方法

1. 启发引导法

在讲解中，采用先引入例子，再从例子的分析中引出概念或理论结论的方法，这样不仅有利于提高学生的听课兴趣，而且有利于提高学生分析问题的能力；

2. 案例教学法

案例教学是在学生掌握了有关基本知识和分析技术的基础上，运

用典型案例，运用实训机房设备，将学生带入特定事件的现场进行案例分析，通过学生的独立思考或集体协作，进一步提高其识别、分析和解决某一具体问题的能力。

3. 换位教学法

包括换位讲授、换位质疑、换位小结、换位评价 4 个环节。学生首先以“教师”的角色讲授该节课程的部分内容，然后由其余学生以“教师”的角色提问、质疑，并作小结，教师最后以“学生”的角色对“教师”的授课效果加以评价。这种方法是通过“教”来“学”充分发挥学生的主体性，促进学生的主动发展，加深对知识内容的印象。这一方法通常与案例收集并分析时结合使用；

4. 头脑风暴法：

充分激发学生对思考的兴趣，让学生放松头脑，尽情想象，最后从众多的想法中总结出大家认可的模式；

5. 鼓励学生自我拓展，充分利用网络环境自我学习。

（五）教学评价

1. 课程考核

（1）课程成绩评定：过程性评价占 60%，终结性评价占 40%。终结性评价可采用闭卷考试、开卷考试、口试、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、笔记、课程参与度）、平时作业、阶段性测验考核、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 60 分为及格，100 分为满分。

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、日志（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. 顶岗实习考核

(1) 顶岗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) 顶岗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、遵纪守法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。顶岗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。

4. 职业技能等级考核

根据“1+X”证书制度确定本专业根据专业实际情况要求例如“呼叫中心客户服务与管理”等，学生取得相关的职业技能。

(六) 质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量

管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

十一、毕业要求

（一）基本要求

本专业毕业最低学分要求为 158 学分，且完成毕业设计/论文，顶岗实习。列入《教学进程计划表》理论课 18 学时计 1 学分，实践课 36 学时计 1 学分。专业实训、毕业设计、毕业实习、社会调查等实践活动按 36 学时/周计。

（二）应取得的职业技能等级证书

表 11-1：2020 年市场营销专业应取得的职业技能等级证书

序号	证书名称	发证机关
1	呼叫中心客户服务与管理职业技能等级证书 中级	北京华唐中科科技集团有限公司
2	全国计算机等级一级考试 MS Office 应用	教育部考试中心
3	全国计算机等级一级考试 Photoshop 应用	教育部考试中心
4	普通话	贵州省语言文字工作委员会