



吉林交通职业技术学院
Jilin Communications Polytechnic

市场营销专业

人才培养方案(2019 版)

[2 年制]

二 级 学 院： 管理工程学院

执 笔 人： 王若琳

审 核 人： 矫利艳

制 定 日 期： 2019 年 8 月 6 日

吉林交通职业技术学院教务处制

二〇一九年七月

吉林交通职业技术学院
市场营销专业人才培养方案审批表

专业名称	市场营销专业		专业方向	市场营销专业
专业代码	630701		适用学制	二年
参编人员	序号	姓名	职称/职务	承担任务
	1	王若琳	助教	整体规划设计及撰写
	2	刘冰	副教授	整体规划设计及撰写
	2	刘喜敏	教授	整体规划设计及审核
	3	矫利艳	副教授	整体规划设计及审核
	4	管惟琦	副教授	企业调研及资料收集整理
	5	沈文	讲师	企业调研及资料收集整理
	6	闻姝清	教授	企业调研及资料收集整理
二级学院 意见				
教务处 意见				
主管院长 意见				

吉林交通职业技术学院
市场营销专业人才培养方案教学指导委员会意见表

培养目标与人才培养规格：

1. 培养目标：本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，立足互联网、新媒体、文化传媒、高科技企业、制造业、零售业、服务业等行业生产服务第一线，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、诚信品质、敬业精神、责任意识、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销的专业知识和技术技能，能够从事网络营销、产品销售、市场调研、品牌推广、市场策划等工作，为地方经济建设和社会事业服务的高素质劳动者和技术技能人才。

2. 培养规格：热爱中国共产党、热爱祖国，事业心强，有奉献精神；具有正确的世界观、人生观、价值观，良好的职业道德和社会公德；具备专业必需的文化基础，良好的文化修养、审美能力和严谨务实的工作作风；具有从事市场营销专业必需的专业知识和实践技能。

能力要求：

熟练掌握计算机应用知识、具备市场调查与分析、营销和运营管理、文案策划和产品策划能力；具有较强的语言与文字表达、人际沟通、商务谈判以及分析和解决企业市场营销问题的基本能力；具备学习、获取新知识的能力和较强的计划、组织和领导能力。

课程结构安排：

课程主要包括公共基础课程、专业技能课程和集中实践课程三大部分，其中专业技能课程又包括专业课、专业核心课。

公共基础课程 10 门共 120 学时，占总学时的 6.75%；专业课程 10 门共 322 学时，占总学院时的 18.11%；专业核心课程 7 门共 348 学时，占总学时的 19.57%；课内集中实践课程 10 门共 988 学时，占总学时的 55.57%；总学时 1778，共 39 门课程，其中理论 664 学时，占总学时 37.35%；实践 1114 学时，占总学时的 62.65%。

主干课程名称：

1. 理论课：市场营销基础、市场调查与分析、电子商务数据分析与应用、销售管理、品牌管理、网络营销实务、广告实务、消费者行为分析、国际营销、客户关系管理、新媒体营销和移动电子商务等。

2. 实践课：军事训练、创新创业实践教学、入学教育、市场营销技能实训、电子商务概论课程实训、商务谈判与礼仪课程实训、毕业顶岗实习等。

专业委员会意见：

教学指导委员会（签字）：

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、生源类型.....	1
四、修业年限.....	1
五、专业简介.....	1
六、职业面向及职业能力要求.....	1
七、培养目标与培养规格.....	4
八、专业课程体系.....	6
九、专业教学基本情况.....	7
十、毕业要求及指标点.....	11
十一、继续专业学习深造的途径.....	14
十二、教学进程总体安排.....	14
十三、课程标准（单独成册）.....	14
十四、其他说明.....	14

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、生源类型

☒ 1. “3+2”中高职衔接转段生

☐ 2. 其他

四、修业年限

修业年限：2 年

五、专业简介

市场营销专业成立于 2009 年，是由营销与策划专业改变而来，现有校内外专任教师 28 人，其中教授 3 人，副教授 6 人，讲师 17 人，助教 2 人，双师型教师占 87.5%，是与百度营销大学校企合作共建专业。本专业旨在培养学生的互联网思维，使其掌握互联网营销技巧，熟悉各大互联网平台营销工具，学会营销型网站的运营方法，熟练掌握百度商业体系产品，能形成“互联网+行业”营销解决方案，培养具有获取新知识、新技能意识和素质，具备营销策划、运营设计、运营管理能力的技术技能人才。百度营销大学通过将先进的互联网技术、百度商业产品、营销方法、运营技巧等赋能给专业学生，校内建设百度互联网营销实验室，通过实例分析、实境训练、“项目”实战检验，让学员在学校里就能“身经百战”，企业化班级管理，特色化的第二课堂活动，上学即“工作”。

六、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

1. 就业面向的行业：传媒行业、互联网行业、新媒体行业、服务行业、产品营销行业、企事业单位、政府机关等各行各业。

2. 主要就业单位类型：互联网科技类企业、文化传媒类企业、社会服务类企业、金融服务类企业、软件开发类企业、电子商务类企业、新媒体营销类企业等。

3. 主要就业部门：网络营销部、新媒体运营部、客户服务部、数据分析部、市场部、产品部、营销部、企划部、客户部、市场调研部、文案部、信息部、宣传推广部等。

4. 可从事的工作岗位：新媒体营销员、搜索引擎营销员、推销员、促销员、业务员、市场调查员、商务谈判代表、文案策划员、商务策划师、销售主管、网络营销客服、售后服务人员等。

表 1 职业面向分析表

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
财经商贸大 类 (63)	市场营销 类 (6307)	批发、零售 业 (51、52)	营业员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销专业 人员 (2-06-07-02)	销售经理、区域销 售经理、卖场经理、 小微商业企业创业 者、市场主管、市 场经理	物流师、数据分 析师、百度认证师

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	营业员	■	□	负责主营产品销售计划的执行、产品的进货验收和退换、理货及陈列等	具备良好的文字表达处理能力和计算机应用能力，要具有热情、周到、文明服务的综合素质，具备产品的专业知识和耐心细致的服务态度等。
2	促销员	■	□	负责产品促销活动的策划、销售产品商家的联系及活动的安排	具备一定的沟通能力及活动的策划、组织协调能 力
2	销售经理	□	■	负责团队管理以达成公司制定各项指标、对市场调研及同业信息的收集、整理与产品市场销售潜力的分析； 负责开发维护公司渠道以及客户，向客户介绍公司产品及合作流程、对产品广告宣传效果的调研分析等工作。	具较强的市场开拓能力及出色谈判能力；具备较强的分析协调、组织能力；能够进行计划、组织和领导能力以及调研方案策划、组织实施等等。
3	区域销售经理	□	■	负责区域销售计划的制定和执行；了解客户需求动态、	具有优秀的市场开拓能力、良好的商务谈判能力

				指导下属挖掘潜在客户并对客户开发情况进行跟踪，组织做好货款回收工作；负责拜访本区域的重要客户，及时处理客户异议和投诉等等。	及客户关系的能力；具有较强的文字表达能力和领导管理能力、沟通协调能力等。
4	卖场经理	□	■	负责整个卖场的销售、人员、操作、服务和顾客管理；负责管理卖场的销售工作，制定促销方案并督导实施，确保完成销售计划；督导员工落实服务规范，保证为顾客提供满意的服务；负责与采购部加强业务情况沟通，适时调整促销方案；对卖场营业主管进行业绩考核，保证卖场工作正常运转等。	熟悉零售业相关法律法规（合同法、劳动法、消费者保护法）。熟练应用办公软件；具备诚信、敬业精神，优秀的执行力，主动性，决策能力，计划组织，学习创新能力；良好的团队合作，沟通协作，谈判能力，服务意识及下属培养能力等。
5	市场主管	□	■	负责公司形象和产品市场推广策划工作；制定市场部的工作程序及流程；分析市场动态信息资料和发掘潜在客户，设计建立与维护公司产品品种的定位和具体实施方案；制定市场开发方案，协调与相关部门的工作联系等。	具备专业的市场知识、熟悉企业产品与相关产品的市场行情；熟悉产品销售推广的运作流程；具有市场洞察力、较强的分析判断能力和沟通协调能力；具备一定的公关能力等。

（二）典型工作任务及其工作过程

表 3 典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	商务谈判	了解相关政策及法律法规，进行谈判过程中的沟通联络、组织安排、协调关系及相关合同的签订等。
2	资源的合理配置	通过对人、财、物等三大主要资源的计划、决策、组织、领导和控制，使企业的经营顺利进行。
3	营销数据分析	对线下线上相关数据进行整合，通过数据模型分析客户的消费理念，进行营销策划及竞争者分析，给予客户在投放渠道方面的建议与实施
4	市场调研与分析	进行调查问卷设计、调查组织实施、调查报告撰写
5	销售管理	进行产品销售过程中方案的设计、产品信息管理、售后服务等
6	网络营销	主要是进行分析网络营销机会、开发网络营销战略、制定网络营销方案进行网上销售等
7	营销策划	制定品牌推广方案、广告设计制作及发布方案、策划方案的实施

8	客户管理	配合销售部门开展工作客户关系管理工作、建立售后服务客户管理信息系统进行客户消费行为分析、处理客户投诉等
9	新媒体平台运营	利用搜索全网平台进行网站优化，提升网站排名，获取流量，提高客户转化效果；
10	数据分析	通过平台提供的数据，进行数据分析模型的建立和实施，并针对数据模型，
11	品牌推广	主要是利用线上线下营销方式为企业开拓业务、全网品牌管理、培养客户忠诚度等工作；

七、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，立足互联网、新媒体、文化传媒、高科技企业、制造业、零售业、服务业等行业生产服务第一线，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、诚信品质、敬业精神、责任意识、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销的专业知识和技术技能，能够从事网络营销、产品销售、市场调研、品牌推广、市场策划等工作，为地方经济建设和社会事业服务的高素质劳动者和技术技能人才。

表 4 市场营销专业培养目标

序号	具体内容
1	培养学员思想政治坚定、拥护党的基本路线，德智体美劳、德技并修等全面发展，具有良好的科学文化素养、职业道德和扎实的文化基础知识。
2	具有获取营销新知识、新技能的意思和能力，能适应不断变化的工作需要，并掌握从事岗位的专业技能和方法，胜任企业的岗位能力模型要求。
3	具有符合企业要求的职业化、标准化、考核化素质，
4	掌握搜索引擎营销和新媒体运营管理、组建、规划、实施、项目等专业知识和工作技能。
5	面向市场营销领域的高素质劳动者和技术技能人才。

（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) 健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

(7) 掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

(8) 具有正确的就业观和自觉的创业意识。

2. 知识

(1) 掌握必备的政治理论、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、现代市场规则等相关知识；

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

(10) 掌握市场与网络营销、营销策划、营销技术等基本知识；

(11) 掌握搜索引擎营销工具的使用方法；

(12) 掌握网络营销平台专业知识及优化技能方法；

(13) 掌握新媒体平台规则及专业技能知识及运营方法；

(14) 掌握音视频编辑等基本知识及技能；

(15) 掌握文化策划职能的内容和工作方法；

(16) 掌握方案制作、广告策划的基本流程；

(17) 掌握网络客户服务管理和客户服务沟通技巧。

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3) 能够与客户进行有效沟通；

- (4) 能够对客群和竞争者进行分析；
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判；
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- (9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (13) 具有执行能力、应变能力、创新能力、团队协作与承压能力；
- (14) 具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题；
- (15) 具有独立进行网络信息检索、图形图像处理的能力；
- (16) 具备网络营销操作、维护、优化的能力；
- (17) 具备网络推广和数据分析应用能力；
- (18) 具备音视频编辑技巧与撰写文案能力；
- (19) 具备根据不同类型的消费者进行营销的能力；
- (20) 具备广告策划与企业宣传能力。

八、专业课程体系

表 5 专业课程体系

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	电子商务概论	利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务过程中的电子化、数字化和网络化。
2	电子商务数据分析与应用	能够进行商务数据的分析及运营，通过数据模型进行相关数据分析，分析客户消费的理念和文化，进行营销决策。
3	管理学基础	能够进行计划和决策的制定、组织机构的设置、领导方式的权变、组织协调能力的提高、激励方法的运用以及控制的内容和方法等。
4	经济法基础、商务谈判与礼仪	能够正确、深刻地理解相关经济政策及公司法和合同法等法律法规，熟悉商务谈判的过程、商务谈判的策略和沟通、商务谈判障碍的排除及心理克服，个人、社交礼仪和商务礼仪等。
5	市场调查与分析	进行市场调研预测、调查问卷设计、调查组织实施、调查报告撰写、策划方案制作
6	市场营销基础	能够进行营销理念、环境分析；企业市场分析、市场细分定位及目标市场选择；营销组合策略的设计与执行等。
7	广告实务	制定广告策划方案和实施，现代广告设计的制作方法以及线上线下发布方式和方法等。

8	销售管理	能够进行产品销售方案的营销策划的设计、实施以及信息管理、客户关系管理等
9	消费行为分析	配合销售部门开展工作、建立售后服务信息管理系统、处理客户投诉
10	网络营销实务	主要是进行分析网络营销机会、开发网络营销战略、制定网络营销方案等
11	品牌管理	制定品牌推广方案的制订与实施、品牌定位、文化、形象、传播及创新，加强与各大媒体之前的联络及公司危机事件的公关处理等。
12	国际营销	能够具有国际视野的职业素质，具备解决国际市场营销实际问题，能够开展国际业务。
14	客户关系管理	能够向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务，吸引新客户、保留老客户以及将已有客户转为忠实客户，增加市场，同时处理好客户投诉
15	新媒体营销、移动电子商务	能够通过数字媒体实现随时随地、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

九、专业教学基本情况

（一）专业教学团队

专业教学团队的人数 14 人、“双师型”教师的比例占 78.5%、专业团队教授 3 人，副教授 6 人、讲师 4 人、助教 2 人，教学名师 1 人，专业骨干教师 10 人，是老中青相结合的教学梯队。

表 6 专业教学团队成员名单

序号	姓名	性别	年龄	学历 学位	职称/职务	是否 双师	工作单位	专/兼 职
1	王若琳	女	29	硕士研究生	助教	否	吉林交通职业技术学院	
2	矫利艳	女	51	硕士研究生	副教授/副院长	是	吉林交通职业技术学院	兼
2	刘喜敏	男	45	硕士研究生	教授/院长	是	吉林交通职业技术学院	兼
3	刘冰	女	40	硕士研究生	副教授	是	吉林交通职业技术学院	专
4	管惟琦	男	55	本科学士	副教授	是	吉林交通职业技术学院	专
5	沈文	女	36	硕士研究生	讲师	否	吉林交通职业技术学院	专
6	闻姝清	女	52	硕士研究生	教授	是	吉林交通职业技术学院	专
7	高志和	男	55	硕士研究生	副教授	是	吉林交通职业技术学院	专

8	徐鹏	女	42	硕士研究生	讲师	是	吉林交通职业技术学院	专
9	李凤莲	女	47	本科硕士	副教授	是	吉林交通职业技术学院	专
10	祖天明	女	48	硕士研究生	副教授	是	吉林交通职业技术学院	专
11	徐磊	男	40	硕士研究生	助教	否	吉林交通职业技术学院	专
12	赵春园	女	45	硕士研究生	教授/处长	是	吉林交通职业技术学院	兼
13	李晓荻	女	32	本科硕士	讲师	否	吉林交通职业技术学院	兼
14	付岩	男	47	本科	讲师	是	吉林交通职业技术学院	兼

（二）实践教学条件

1. 校内实训室现状（一个实训室一张表）

表7 市场营销实训室

实训室名称		市场营销实训室	总面积	90 m²
序号	核心设备		数量	备注
1	电脑		40	
2	市场营销技能大赛软件		1	

2. 校外实习基地现状

表8 市场营销专业校外实习基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度
1	吉林省领域嘉禾文化传媒有限公司	吉林省领域嘉禾文化传媒有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
2	长春市中和投资有限公司	长春市中和投资有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
3	吉林省文创文化发展股份有限公司	吉林省文创文化发展股份有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
4	长春爱尔眼科医院	长春爱尔眼科医院	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
5	长春高新技术产业开发区双德社区卫生服务中心	长春高新技术产业开发区双德社区卫生服务中心	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
6	吉林省中美城城市规划有限公司	吉林省中美城城市规划有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作

7	吉林省华伸文化传媒有限公司	吉林省华伸文化传媒有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
8	吉林省启致广告有限公司	吉林省启致广告有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作
9	长春市睿盟房地产营销策划有限公司	长春市睿盟房地产营销策划有限公司	认识实习、生产性实习或顶岗实习	一般合作

（三）使用的教材、数字化（网络）资源等学习资料

表9 市场营销专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	物流管理基础	规划教材	机械工业出版社	曾剑	2018.10
2	网络营销	国家十二五规划教材	大连理工大学出版社	刘喜敏	2018.01
3	市场调查与预测	高职高专财经管理系列规划教材	北京邮电大学出版社	王建增	2016.01
4	市场营销学	高职高专规划教材	西南财经大学出版社	张唐槟	2018.06
5	广告学理论与当代实务	全国高职高专规划教材	北京大学出版社	徐世江	2019.03
6	品牌文化与品牌战略	省高职高专规划教材	西安交通大学出版社	李滨	2016
7	管理学理论与实务	高职高专“十三五”规划教材	中国铁道出版社	矫利艳	2016.07
8	电子商务概论	规划教材	大连理工大学出版社	刘喜敏	2018.08
9	客户关系管理（第二版）	全国职业教育规划教材	北京大学出版社	丁建石	2016.12
10	货物学基础	高职高专“十二五”规划教材	水利水电出版社	滕连爽	2013.08
11	移动电子商务	职业教育十三五规划教材	机械工业出版社	王红蕾	2016.08
12	消费者行为分析	职业教育规划教材	中国劳动社会保障出版社	刘树，马英	2013.03
13	商务谈判与礼仪	高等职业教育十二五规划教材	北京邮电大学出版社	胡海	2018.12
14	电子商务数据分析与应用	“十三五”职业教育规划教材	人民邮电出版社	邵贵平	2018.12
15	销售管理实务	国家高职高专规划教材	同济大学出版社	戴昕哲	2015.06
16	新媒体营销	高职高专类教材	人民邮电出版社	李京京	2019.01
17	《国际市场营销》第四版	“十二五”普通高等教育本科国	中国人民大学出版社	王晓东	2018.04

		家级规划教材			
18	美学基础与艺术欣赏	高职高专基础类课程规划教材	华中科技大学出版社	胡先祥	2009. 11
19	舞蹈	“十二五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	王印英	2014. 08
20	音乐鉴赏	高职高专基础类课程规划教材	大连理工大学出版社	张国廷、张艳、苏京	2008. 01

表 10 市场营销专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	《电子商务基础》慕课	http://jjtc.fanya.chaoxing.com/portal
2	《网络营销》慕课	http://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/2041337#teachTeam
3	中国大学 MOOC (慕课)	https://www.icourse163.org/
4	云课堂	http://mall.yxt.com/index
5	MBA 智库——国际市场营销案例	https://doc.mbalib.com/view/cc4c96fd6fdb69cfe6e3a01eff7c863.html
6	i 博导	http://www.ibodao.com/
7	中国品牌网	https://www.chinapp.com/
8	中国广告网	http://www.cnad.com/
9	销售管理实务微课	
10	北大光华市场营销管理课程	优酷网
11	物流资讯	中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn/
12	物流专家观点	国家发展和改革委员会综合运输研究所 http://www.ict.org.cn/
13	中国交通运输综合信息	中华人民共和国交通运输部 http://www.mot.gov.cn/shuju/
14	国家食品药品监督管理总局	samr.cfda.gov.cn
15	企业标准信息公共服务平台	www.cpbz.gov.cn
16	标准专利网	www.standards.cn
17	管理学基础	http://www.nerc.edu.cn/FrontEnd/media/media_detail.aspx?mediaid=b97e57ad-ff0b-4519-9a55-65d3c865ac5b&restype=1
18	电子商务数据分析与应用微课	

19	美学与人生	智慧树
20	舞蹈形体修塑训练	智慧树
21	音乐鉴赏	智慧树平台

（四）教学方法

根据本专业各门课程的教学内容和具体情况，可以选择如下教学方法：

1. 讲授法

讲授法是教师通过简明、生动的口头语言向学生传授知识、发展学生智力的方法。它是通过叙述、描绘、解释、推论来传递信息、传授知识、阐明概念、论证定律和公式，引导学生分析和认识问题。

优点是教师容易控制教学进程，能够使学生在较短时间内获得大量系统的科学知识。但如果运用不好，学生学习的主动性、积极性不易发挥，就会出现教师满堂灌、学生被动听的局面。

2. 讨论法

讨论法是在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。

3. 练习法

练习法是学生在教师的指导下巩固知识、运用知识、形成技能技巧的方法。在教学中，练习法被各科教学广泛采用。练习一般可分为以下几种：

其一，语言的练习。包括口头语言和书面语言的练习，旨在培养学生的表达能力。

其二，解答问题的练习。包括口头和书面解答问题的练习，旨在培养学生运用知识解决问题的能力。

其三，实际操作的练习。旨在形成操作技能，在技术性学科中占重要地位。

4. 读书指导法

读书指导法是教师指导学生通过阅读教科书或参考书，以获得知识、巩固知识、培养学生自学能力的一种方法。

5. 任务驱动法

教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习

的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

6. 参观教学法

组织学生到企业进行观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识的教学方法。参观教学法一般由校外实训教师指导和讲解，要求学生围绕参观内容收集有关资料，质疑问难，做好记录，参观结束后，整理参观笔记，写出书面参观报告，将感性认识升华为理性知识。参观教学法可使学生巩固已学的理论知识，掌握最新的前延知识。

7. 现场教学法

是以现场为中心，以现场实物为对象，以学生活动为主体的教学方法。现场教学主要在校内外实训基地进行。

8. 自主学习法

为了充分拓展学生的视野，培养学生的学习习惯和自主学习能力，锻炼学生的综合素质，通常给学生留思考题或对遇到一些生产问题，让学生利用网络资源自主学习的方式寻找答案，提出解决问题的措施，然后提出讨论评价。

（五）学习评价

1. 即时口头评价；
2. 学生学习态度；
3. 学生课堂表现；
4. 学生完成作业；
5. 学生学习成绩。

（六）质量管理

为更好的完成人才培养目标和培养规格，对质量管理可以从如下几方面进行：

1. 教学秩序管理
2. 课堂教学管理
3. 师资情况管理

十、毕业要求及指标点

（一）毕业要求

1. 毕业学分要求

毕业时应达到的总学分 92 学分。

其中:理论课程学分 42 学分;课内实践课程学分 46 学分;课外实践课程学分 4 学分。

2. 毕业能力要求

表 11 市场营销专业毕业能力要求

序号	具体内容
1	具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力
2	能够熟练操作计算机、办公软件
3	掌握管理学和现代市场营销学的基本理论、基本知识,
4	能够熟练掌握统计方法,对收集的营销数据进行统计分析
5	能拟定调研计划、设计调查问卷、组织市场调研,能够撰写市场调研报告
6	能够根据调研的数据分析市场数据进行销售预测
7	能够根据顾客的消费行为不同表现调整营销方案
8	能够根据购买心理,设计广告方案及运用心理技巧做好潜在顾客心理转化工作
9	能够利用网络资源进行线上线下管理及大数据调拨、网络信息处理、网络优化与推广和网络营销策划等
10	能够通过产品生命周期提出营销对策,进行产品组合决策和产品品牌管理,灵活运用定价策略与技巧
11	能够制定推销访问和商务谈判方案,安排组织谈判活动,营造和调节谈判氛围,促成谈判
12	熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则
13	制定品牌推广方案、品牌定位、文化、形象、传播及创新,加强与各大媒体之前的联络及公司危机事件的公关处理等。

(二) 毕业要求指标点

表 12 市场营销专业毕业要求指标点

序号	毕业要求	对应的指标点
1	具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力	能够通过沟通、组织协调解决销售过程中的实际问题
2	能够熟练操作计算机、办公软件	能熟练操作计算机,熟练操作 office 办公软件及 WPS 软件,能完整编制规范的营销文案
3	掌握管理学的基本理论、基本知识	能够运用管理学知识熟练操作企业人、财、物三大资源的分配及管理问题
4	能够熟练掌握统计方法	能够熟练运用统计方法,对收集的营销数据进行统计分析
5	能够准确分析消费行为	能够根据购买心理设计广告方案及运用心理技巧做好潜在顾客心理转化工作
6	能够掌握市场调查与分析	完整编制调研计划、设计调查问卷、组织市场调研,能够撰写市场调研报告

7	能够根据线上或线下的数据分析市场需求	能熟练进行销售预测,会运用相关统计方法及信息系统进行大数据分析
8	能够进行产品销售的全方位管理	完整编制销售规划、进行渠道、客户关系、人员管理、销售过程管理
9	能够熟练进行品牌管理	制定品牌推广方案、品牌定位、文化、形象、传播及创新,加强与各大媒体之前的联络及公司危机事件的公关处理等。
10	能够合理利用网络资源	能够熟练操作电脑进行线上线下营销、管理及大数据调拨、网络信息处理、网络优化与推广和网络营销策划。
11	能够进行广告方案的设计和管理	完整编制广告的内容、发布的渠道及成本控制
12	能够有针对性提出营销对策	完整编制市场营销组合决策方案,灵活运用 4PS 策略和 4CS 理论与技巧。
13	能够掌握商务谈判技巧	能够制定推销访问和商务谈判方案,安排组织谈判活动,营造和调节谈判氛围,促成谈判。
14	熟悉我国有关国际市场营销的政策与法规	熟练运用国际市场营销的流程、惯例和规则,根据国内外文化整合,完整编制市场营销组合,实行目标营销。

十一、继续专业学习深造的途径

学生可以通过大二下半学期专升本继续本专业或跨专业学习深造。

十二、教学进程总体安排

1. 培养方案主要参数表（附表 1）
2. 课程设置及进程表（附表 2）
3. 课外实践活动表（附表 3）

十三、课程标准（单独成册）

十四、其他说明

本专业学生毕业应获取的物流师、数据分析师,鼓励学生根据自己的特点加以选择,若获得相应的资格证书,则给予学分奖励。