

郑州市财经学校

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

二、入学要求

招生对象为初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

三年

四、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……

五、培养目标与培养规格

（一）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术技能，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。

（二）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术技能基础，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业技术技能，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 1 门外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、数据整理统计等技术技能，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、合同签订等技术技能，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、小程序营销等技术技能，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术技能，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，具有一定的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。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课和专业课程。

公共基础课程包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等必修课程，以及国家安全教育、职业素养等相关限定选修课程。

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。实践性教学主要包括实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	思想政治	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设。思想政治课程是落实立德树人根本任务的关键课程，以立德树人为根本任务，以培育思想政治学科核心素养为主导，帮助中等职业学校学生确立正确的政治方向，坚定理想信念，厚植爱国主义情怀，提高职业道德素质、法治素养和心理健康水平，促进学生健康成长、全面发展，培养拥护中国共产党领导和我国社会主义制度、立志为中国特色社会主义事业奋斗终身的有用人才。 本课程由基础模块和拓展模块两部分构成。基础模块是各专业学生的必修课程，包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治四部分内容。拓展模块为选修课程，开设有家园安全教育等课程。	180
2	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设。语文课程由基础模块、职业模块和拓展模块构成。学生通过阅读与欣赏、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，树立正确的人生理想，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。	216
3	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设。历史课程由基础模块和拓展模块两个部分构成。基础模块是各专业学生必修的基础性内容，包括“中国历史”和“世界历史”。拓展模块是满足	90

		学生职业发展需要，开拓学生视野，提升学生学习兴趣，供学生选修的课程。历史课程的目标是落实立德树人的根本任务，使学生通过历史课程的学习，掌握必备的历史知识，形成历史学科核心素养。	
4	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，数学课程分三个模块：基础模块、拓展模块一和拓展模块二。通过学习，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。	144
5	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，英语课程由基础模块、职业模块和拓展模块三个模块构成。通过学习，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。	144
6	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，体育与健康课程由基础模块和拓展模块两个部分构成。通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养。	144
7	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，该课程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。	144
8	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设。艺术课程基础模块包括音乐鉴赏与实践和美术鉴赏与实践。该课程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。	36

9	劳动教育	本课程内容围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面，结合专业特点，通过学习增强学生的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。	16
	其他	开设国家安全教育、职业素养等选修课程。	90

（二）专业课程

1. 专业基础课程主要内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品知识	培养学生掌握商品基础知识与行业应用技能，使其具备商品管理、销售推广及客户服务等岗位的专业能力。主要教学内容包括：商品分类与属性认知；商品质量标准与检验方法；常见商品的材质、功能与使用场景；商品包装与标签规范；商品陈列与展示技巧；消费者需求分析与商品推荐；商品采购与库存管理基础。教学要求：熟悉日用消费品、电子产品、服装等常见商品的分类、特性及行业标准，能准确描述商品核心卖点。掌握商品检验、陈列及基础库存管理操作，能根据商品特点设计简单的展示方案。培养严谨的商品质量意识与诚信服务理念，注重消费者权益保护，树立合规经营观念。能结合市场需求分析商品优劣势，运用基础销售话术进行商品推荐，为后续电商、零售等岗位实践打下基础。	72
2	商务礼仪与沟通	主要教学内容包括：个人仪容仪表、着装规范、仪态举止；日常交往礼仪（称呼、握手、介绍、名片递接）；商务接待与拜访礼仪；会议、谈判、宴请等场合礼仪；电话、邮件等沟通礼仪；以及有效沟通的倾听、表达、说服技巧和团队沟通。要求学生应能塑造得体的职业形象，熟练运用商务交往的基本礼仪规范；掌握不同商务场景下的沟通技巧，做到举止得体、表达清晰、尊重他人；能够进行有效的人际沟通，建立良好的人际关系，为顺利开展商务活动奠定基础。	36

3	电子商务基础	电子商务基础主要教学内容包括：电子商务概述（定义、发展历程、分类）、电子商务模式（B2B、B2C、C2C、O2O等）、电子商务平台与工具（如淘宝、京东、拼多多、抖音电商等）、电子支付与物流配送、网络营销基础、电子商务法律法规与职业道德、电商运营与数据分析入门等。教学要求：掌握电子商务的基本概念、主要模式及运行机制；熟悉主流电商平台操作流程与基础工具使用；具备初步的网络营销策划与执行能力；能够运用基础数据分析方法辅助决策；注重实践教学，结合真实案例与模拟操作，培养学生的电商运营思维与职业技能，为后续专业课程学习及就业打下坚实基础。	72
4	现代信息技术应用实务	主要教学内容和要求：培养学生掌握现代信息技术的基本操作与应用技能，使其具备办公自动化、数据处理、网络应用等岗位的实践能力。主要教学内容包括：计算机基础与操作系统应用；办公软件（Word、Excel、PPT）操作与实战技巧；网络基础与互联网应用；信息安全与数据保护；常用工具软件的使用（如PDF编辑、图像处理等）；简单数据库管理与信息检索；移动设备与云技术基础应用。要求学生应熟练操作计算机及常用办公软件，掌握文档处理、表格制作、演示文稿设计等基本技能；具备网络信息检索与资源利用能力，遵守信息安全规范；能够运用现代信息技术工具解决实际问题，提高工作效率；培养严谨细致的工作态度和团队协作意识，树立信息伦理与职业道德观念，为适应信息化办公环境奠定扎实的职业能力基础。	36

2. 专业核心课程主要内容和教学要求

序号	课程名称	主要内容和教学要求	参考学时
1	市场营销实务	培养学生掌握市场营销的基本理论、方法与技能，具备市场分析、营销策划和销售推广的实践能力。主要内容包括：市场营销基础概念与流程；市场调研与消费者行为分析；产品定位与定价策略；渠道管理与促销策划；广告与新媒体营销；客户关系维护；营销效果评估。要求学生能运用市场调研工具分析目标市场，制定简单的营销方案；掌握基础销售技巧与客户沟通方法；熟悉常见营销工具（如海报、短视频等）的应用；具备团队协作意识与职业道德，树立诚信服务、竞争合规的职业理念，为从事销售、	144

		市场推广等岗位打下基础。	
2	市场调查 实务	培养学生掌握市场调查的基本流程、方法与工具，具备开展市场数据收集、分析与应用的实际操作能力。主要教学内容包括：市场调查概述与行业应用；调查方案设计与问卷制作；抽样方法与数据收集技术；数据整理与统计分析（基础）；调查报告撰写与成果展示；调查伦理与质量控制。要求学生能独立完成简单的市场调查项目，熟练使用 Excel 等工具进行基础数据分析；具备良好的沟通能力和团队协作意识；树立客观严谨的职业态度，为从事市场调研、营销策划等岗位打下基础。	72
3	消费者心理分析	培养学生掌握消费者行为与心理的基本原理，具备分析消费需求、制定营销策略的实践能力。主要内容包括：消费者心理概述与影响因素；消费需求与动机分析；消费者决策过程；群体文化与消费行为；价格敏感度与促销心理；消费场景与情感营销；消费者忠诚度培养。要求学生能运用心理学工具分析典型消费行为，掌握问卷设计、访谈等调研方法；具备观察消费者特征、提炼产品匹配点的能力；树立以客户为中心的服务理念，培养诚信经营、数据驱动的职业素养，为零售、电商等岗位奠定基础。	72
4	推销技术	培养学生掌握推销的基本流程、方法与技巧，具备产品销售、客户开发等岗位的实战能力。主要内容包括：推销概述与职业素养；客户需求分析与沟通技巧；产品知识讲解与卖点提炼；推销话术设计与场景演练；异议处理与成交策略；客户维护与关系管理。要求学生能运用基本推销方法完成商品推介，具备良好的表达、观察和应变能力；能根据客户需求制定推销方案，提升成交率；树立诚信服务、客户为本的职业理念，为从事销售岗位打下扎实基础。	72
5	互联网营销实务	培养学生掌握互联网营销的基本知识和实操技能，使其具备从事网络推广、社交媒体运营等岗位的基础能力。主要教学内容包括：互联网营销基础与行业认知；主流营销平台（如微信、抖音、微博等）的特点与操作；内容创作与文案撰写；社交媒体运营与粉丝互动；基础 SEO 与 SEM 知识；简单的数据分析与效果优化；网络营销法律法规与职业道德。要求学生能熟练操作常见营销平台，完成基础的推广任务；具备文案撰写和内容策划能力；掌握简单的用户互动技巧；了解数据反馈的基本分析方法；树立	72

		合规经营、诚信推广的职业意识，为后续就业或深造打下基础。	
6	数字互动营销	培养学生掌握数字互动营销的核心技能，适应社交媒体、品牌推广等岗位需求。主要内容包括：数字营销基础与趋势；主流社交平台（微信、抖音、微博等）运营规则；内容创意与图文/短视频制作；用户互动与社群管理；数据分析与投放优化；线上活动策划与执行；品牌传播与危机应对。要求学生能熟练操作常见社交平台工具，完成基础内容创作与发布；具备用户沟通与活动策划能力；会分析基础数据优化推广效果；树立合规意识，培养团队协作与创新思维，为从事数字营销岗位打下实践基础。	72
7	客户服务实务	培养学生掌握客户服务的基本流程、沟通技巧与问题处理方法，使其具备从事客服岗位的专业能力。主要内容包括：客户服务概述与职业素养；服务礼仪与沟通技巧；客户需求分析与应答策略；投诉处理与危机应对；客户信息管理与服务记录；常见客服工具使用（电话、在线客服等）；客户满意度分析与服务改进。要求学生应熟悉客服工作流程，掌握专业沟通与问题解决技能；具备耐心、细致的服务态度和情绪管理能力；能够规范使用客服工具，准确记录客户需求；树立以客户为中心的服务理念，为胜任客服岗位打下扎实的职业基础。	72
8	网络推广实务	主要教学内容包括：网络推广基础（概念、渠道、工具）、内容营销（文案撰写、图文视频制作）、社交媒体运营（微信公众号、抖音、小红书等平台操作）、搜索引擎优化（SEO 基础、关键词布局）、数据分析（流量统计、用户行为分析、效果评估）。要求学生掌握主流网络推广方式与工具使用，能独立策划并执行基础推广活动；熟悉各平台运营规则与内容发布技巧，具备内容创作与编辑能力；能运用数据分析工具进行推广效果监测与优化；注重实战，通过模拟项目、真实案例提升推广实操与市场应变能力；培养创新思维、沟通表达及团队协作能力，适应电商、新媒体、企业营销等岗位需求。	72

3. 专业拓展课程主要内容和教学要求

序号	课程名称	主要内容和教学要求	参考学时
----	------	-----------	------

1	商务数据分析基础	培养学生掌握商务数据分析的基本方法和工具，具备初步的数据处理和分析能力，为从事电商、零售等行业的基层数据分析岗位打下基础。主要内容包括：商务数据分析的概念与应用场景；数据收集与清洗方法；Excel 等基础工具的数据处理技巧；数据可视化与图表制作；销售、客户等常见业务数据的分析要点；简单的数据报告撰写。要求学生能熟练使用 Excel 进行数据整理与计算；掌握基本的数据分析流程；能读懂常见业务数据报表，并完成简单的数据分析任务；培养严谨、细致的工作态度，树立数据驱动的职业意识，为后续岗位实践提供基础技能支持。	36
2	经济法律知识	培养学生掌握经济法律基础知识，具备初步的法律意识和应用能力，为从事企业文员、销售、客服等岗位奠定基础。主要内容包括：经济法基本概念与原则；常见经济法律关系（如合同、劳动、消费者权益等）；企业设立与经营管理相关法律；经济纠纷解决途径；法律风险防范与合规意识。要求学生了解基础经济法律法规，能识别常见法律问题；掌握简单合同签订、劳动权益保护等实用技能；树立守法诚信、公平交易的职业观念，具备基本的法律风险防范能力。	72
3	软文写作	软文写作教学内容包括：软文概念与特点、目标受众分析、标题撰写技巧、内容结构与逻辑、语言风格与表达方式、植入广告的自然性、常见软文类型（如新闻稿、评测文、故事文等）、SEO 关键词布局、发布渠道选择与效果评估。教学要求：掌握软文写作的基本理论与方法；能够根据不同受众和平台撰写具有吸引力的标题与内容；熟练运用多种写作风格，增强文章可读性与传播力；具备产品卖点提炼与品牌价值传递能力；理解并运用 SEO 优化技巧提升文章曝光度；能够独立完成不同类型软文的创作与修改；注重案例分析与实战训练，提升文案策划与执行能力；培养学生良好的语言组织能力、创意思维和市场敏感度，为从事新媒体运营、品牌推广、内容营销等岗位奠定基础。	72
4	广告实务	培养学生掌握广告策划与执行的基础技能，适应企业宣传、产品推广等岗位需求。主要内容包括：广告基础概念与行业规范；广告类型与媒介选择；创意策划与文案写作；视觉设计基	72

		础（排版/色彩/图片处理）；广告投放与预算控制；效果评估与数据跟踪。要求学生能运用简单工具（如 Canva）完成基础广告设计；撰写简洁有力的广告文案；了解主流平台（微信、抖音等）的广告投放流程；具备团队协作意识，遵守广告法相关规定，形成诚信、创新的职业观念，为从事基层广告工作打下基础。	
5	智慧物流与供应链管理基础	培养学生掌握智慧物流与供应链管理基础的基本概念、流程与操作技能，使其具备从事仓储、物流、采购等基础岗位的实践能力。主要教学内容包括：供应链管理概述与行业应用；仓储与库存管理基础；物流配送流程与成本控制；采购计划与供应商管理；供应链信息化工具（如 ERP、WMS）入门；客户需求与订单处理；供应链协同与基础数据分析。要求学生能理解供应链核心环节的运作逻辑，掌握仓储管理、订单处理等基础操作；具备使用常见信息化工具的能力；树立成本意识、效率意识和团队协作观念，为从事供应链相关岗位打下职业基础。	72
6	销售人员财会知识	培养学生掌握基础财会知识，提升销售业务中的财务协作与风险防范能力。主要内容包括：会计基本概念与财务术语；销售合同中的财务条款解读；发票开具与税务常识；应收账款管理与回款跟踪；销售成本与利润核算基础；常见财务报表（如利润表）的简易分析。要求学生能理解销售相关的财务流程，规范填写票据；掌握基本核算方法，协助完成销售数据统计；具备风险意识，能识别合同中的财务风险点；培养严谨细致的工作态度，树立合规守信的职业道德，为销售岗位的财务协作打下基础。	36
7	公共关系	培养学生掌握公共关系的基本理论和实务技能，使其具备企业宣传、活动策划、媒体沟通等岗位的实践能力。主要教学内容包括：公共关系概念与职能；企业形象塑造与品牌传播；公关活动策划与执行；媒体关系管理与新闻稿撰写；危机公关处理技巧；社交平台运营与舆情监测；公关礼仪与沟通技巧。要求学生应熟悉公关工作流程，掌握活动策划与媒体沟通方法；具备良好的文字表达、协调沟通和危机应对能力；能够运用新媒体工具进行品牌宣传，分析舆情并提出解决方案；培养团队合作意识，树立诚信负责、客户至上的职业理念，为从事公共	72

		关系岗位打下坚实基础。	
8	零售实务	培养学生掌握零售业务的基本流程与操作技能，使其具备门店运营、商品销售及客户服务等岗位的实践能力。主要包括：零售行业概述与发展趋势；门店布局与商品陈列技巧；商品采购与库存管理基础；销售流程与顾客服务规范；收银操作与 POS 系统应用；促销活动设计与执行；客户投诉处理与关系维护。要求学生能熟练操作零售设备（如 POS 机、扫码枪等），掌握商品陈列、销售服务及库存管理的基本方法；具备良好的沟通能力和服务意识；能处理日常零售业务问题，遵守职业规范，树立诚信经营、顾客第一的职业理念，为从事零售岗位打下坚实基础。	72

（三）实践性教学环节

1. 实训

在校内外进行企业模拟经营、连锁经营、营销实战、CRM（客户关系管理）等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等）。

序号	综合实训项目	主要实训内容和要求	参考学时	实训地点
1	商务数据分析实训	培养学生掌握商务数据分析的基本流程、工具与应用，使其具备数据收集、处理和分析的实操能力。主要包括：商务数据分析概述与行业应用；Excel 基础操作与数据处理；数据可视化（图表制作、仪表盘设计）；基础统计分析（描述性统计、数据对比）；电商平台数据解读（流量、转化率等）；简易数据报告撰写。要求学生能熟练使用 Excel 进行数据清洗与分析；掌握基础统计方法并解读数据结果；具备制作清晰数据图表的能力；能结合业务场景撰写简易分析报告；培养严谨、细致的工作态度，为从事基层数据辅助岗位	72	校内

		打下基础。		
2	营销策划实训	培养学生掌握营销策划的基本流程与实战技能，使其具备市场分析、方案制定及活动执行的基础职业能力。主要包括：营销策划基本概念与流程；市场调研与数据分析方法；目标市场定位与竞争分析；活动主题创意与方案设计；预算编制与资源整合；线上线下推广执行；效果评估与优化调整。要求学生能运用基础工具完成市场调研报告；独立撰写简单的营销策划案；掌握活动执行的关键环节；具备团队协作意识与成本控制能力；树立诚信守法、客户导向的职业观念，为从事市场推广、活动执行等岗位打下实践基础。	72	校内
3	市场营销技能综合实训	培养学生掌握营销岗位的基础知识与实操技能，使其具备市场营销综合实操能力。主要教学内容包括：市场营销基础知识（概念、流程、4P 理论）；客户需求分析与沟通技巧；产品推广与销售流程；基础市场调研与数据收集；营销方案撰写与执行；售后服务与客户关系维护；职业素养与法律法规。教学要求：学生需熟悉营销基本理论，能独立完成客户接待、产品介绍及订单处理；具备基础市场分析能力和简单营销方案设计能力；掌握沟通技巧与售后服务规范；树立诚信服务、合规经营的职业意识，为从事零售、推销等岗位奠定实践基础。	72	校内

3. 实习

在批发行业、零售行业、商务服务和制造行业等企业进行市场信息收集、销售业务洽谈、互联网营销、数字互动营销、客户关系维护线上线下商品销售和活动执行等内容的实习，包括认识

实习和岗位实习。学校选派专门的实习指导教师和人员，加强对
学生实习的指导、管理和考核。

实习类型	实习内容和要求	实习学期和学时
认识实习	市场营销专业学生赴实习单位开展参观、观摩与沉浸式体验活动，旨在建立对企业运营模式及相关岗位的初步认知与直观理解。	认识实习一般安排在第一学期。
岗位实习	针对已具备基础实践岗位能力的学生，在企业专业人员（导师）的全程指导与赋能下，以辅助协作或相对独立承担的方式，深度参与实习单位实际业务工作的实践活动。活动核心在于让学生将专业知识转化为实操能力，熟悉岗位工作标准与业务流程，进一步锤炼岗位核心技能，提升职业适配度与实战应用能力。	第6学期4-6月共13周，390学时

七、教学活动时间分配表及教学学时比例表

表 1：教学活动时间分配表（单位：周）

学 年	学 期	军训	入学教育	课程教学	认识实习	岗位实习	机动	成绩考核	毕业教育	总 计
一	1	1	1	17				1		20
	2			19				1		20
二	3			19				1		20
	4			19				1		20
三	5			18			1	1		20
	6			5		13		1	1	20
总 计		1	1	97	0	13	1	6	1	120

表 2：教学学时、学分分配及比例表

课程类别	学时数	占总学时比例 (%)	学分数	占总学分比例 (%)
公共必修课	918	28%	49	27%
公共选修课	324	10%	18	10%

专业基础课		1548	47%	86	48%
专业拓展课		504	15%	28	15%
合 计		3294	100%	181	100%
全部 学时 中	理论教学学时	1584	48%	88	49%
	实践教学学时	1746	53%	93	51%
	必修课学时	2466	75%	135	75%
	选修课学时	828	25%	46	25%

八、教学实施保障

（一）专业师资队伍

1. 本专业专任教师具有教师资格证书；具有市场营销等相关专业学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；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。

2. 本专业共有专业课教师 24 人，其中专业带头人 1 人，具有本专业副高及以上职称和较强的实践能力，郑州市职教专家 1 人。专业教师中级及以上职称占比为 42%，高级职称占比为 12%，双师型教师比例为 80%。

3. 根据专业教学需要，每学期聘任1-3名兼职教师（如零售运营总监、互联网营销专家），其中聘请行业企业技术骨干的兼职教师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。

（二）教学设施

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训室面积、设施等应达到国家发布的本专业实训教学条件建设编撰的要求。信息化条件保障应满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

1. 校内实训基地情况

序号	实训室名称	实训功能	工位数
1	电子商务综合实训室	软文写作、网络营销宣传、线上客户服务、营销策划文案撰写	80 台
2	物流一体化	保证推销实务、创新创业技能的训练	32 台
3	电子商务一体化	保障商务谈判、市场营销策划、商品展示等技能实训。	48 台

2. 校外实训教学基地：应为专业实践课程提供必要的教学资源，确保学生在校期间岗位实习，满足专业技能训练和岗位技能实习任务的需要，将学校学习的知识和技能与企业实际应用相融合。本专业校外实训教学基地主要有：

序号	校外实训基地名称
1	郑州丹尼斯百货有限公司
2	河南云和数据信息技术有限公司
3	河南锐之旗网络科技有限公司

（三）教学资源

本专业教学安排坚持学历教育与岗位培训相融合、职业能力与职业素养兼顾，结合学校具体情况，选择商品销售、营销策划、网络推广三个专业技能方向有针对性地培养、系统化设计人才培养方案。

1. 教学条件

（1）课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、实物及教具模型。

（2）实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在 1:15-1:20。

2. 教材编写与选取

（1）以中原经济区经济发展为基础，紧密结合市场营销专业岗位需求, 引入所必须的理论知识，增加理实一体式、任务驱动式教学内容，培养学生的兴趣，提高学习的主动性，充分体现职业教育特色与区域特点。

（2）教材内容表达必须精炼、准确、科学，体现先进性、通用性、实用性；合理吸收本专业新技术、新工艺、新设备；内容组织以适度够用、规范合理为原则，以便采用多种教学方法灵活组织教学。

（3）教材形式应图文并茂，语言生动，版式活泼，符合中职学生的学习特点。

3. 数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，尽可能采用现代化教学手段，鼓励学校通过购买、检索、校企合作或者自主研发多媒体课件、挂图、实物教具、影像资料、电子教案、试题库、仿真软件等数字化教学资源。

（四）教学方法

按照理论与实践一体化的要求组织教学, 采用项目教学法、任务教学法、情境教学法、案例教学法。注重实践操作, 运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展教学活动。教学中应注

重情感态度和职业道德的培养,将文化基础课相关知识与专业训练相融合,注重知识的应用。应突出学生的主体作用,使学生在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务,培养学生分析问题、解决问题的能力。

（五）学习评价

教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化,教学评价注意吸收商贸行业企业参与,校内校外评价结合,市场营销相关职业技能鉴定与学业考核结合。过程性评价,应从情感态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方而对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评;结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括:参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用。结性评价内容包括分小组汇报总结,上交项目实施报告,汇报演讲、项目答辩考核成绩等;终结性评价内容包括:技能课程成果、实训成果和岗位实习实训成果三部分。考核评价应纳入一定的商贸企业专业人员评价(课堂成果、岗位实习评价)。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质的形成,兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。最终的教学评价中平时成绩占比 50%和期末考核成绩占比 50%。

（六）质量管理

学校建立健全校系两级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,以保障和提高教学质量为目标,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，形成任务职责明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

九、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，本专业学生在规定的年限内修完教学计划规定的全部课程，考试成绩合格或修满不低于 170 总学分，准予毕业。

十、教学进程安排表（见附表）

市场营销专业教学进程表（中专、3+2）

课程类别	序号	课程代码	课程名称	课程性质	学分	学时分配			学期与周学时分配						考核方式			
						总学时	理论教学	实践教学	1	2	3	4	5	6	理论考试	实操考试	考查	
									18周	18周	18周	18周	18周	18周				
公共基础课	公共必修课	1	151300101	中国特色社会主义	必修	2	36	36		2						√		
		2	151300102	心理健康与职业生涯	必修	2	36	36			2					√		
		3	151300103	哲学与人生	必修	2	36	36				2				√		
		4	151300104	职业道德与法治	必修	2	36	36					2			√		
		5	161300101	语文（基础模块）	必修	8	144	144		4	4					√		
		6	161300102	数学（基础模块）	必修	6	108	108		3	3					√		
		7	161300103	英语（基础模块）	必修	6	108	108		2	2	2				√		
		8	161300104	体育与健康（基础模块）	必修	3	54	18	36	2	1						√	
		9	181300101	信息技术	必修	8	144	72	72	4	4					√	√	
		10	151300105	历史	必修	4	72	72		2	2					√		
		11	211300101	艺术	必修	2	36	36				1	1				√	
		12	151300106	劳动教育	必修	1	18	0	18	1								√
	公共选修课	必修课小计				46	828	702	126	20	18	5	3	0	0			
		1	161300401	语文（职业模块）	限选	4	72	72				4				√		
		2	161300402	数学（拓展模块一）	限选	2	36	36				2				√		
		3	161300403	英语（职业模块）	限选	2	36	36					2			√		
		4	161300404	体育与健康（拓展模块一）	限选	5	90	0	90			2	2	1			√	
		6	151300401	职业素养	限选	2	36	18	18					2				√
		7	151300402	历史上的著名工匠	任选	1	18	18				1						√
		8	151300403	国家安全教育	限选	2	36	36						2				√
		选修课小计				18	324	216	108	0	0	9	4	5	0			
		合计				64	1152	918	234	20	18	14	7	5	0			
专业课	专业基础课	1	17116201	商品知识	必修	4	72	36	36	4						√		
		2	17116202	商务礼仪与沟通	必修	2	36	18	18	2							√	
		3	17116203	电子商务基础	必修	4	72	36	36				4			√		
		4	17116204	现代信息技术应用实务	必修	2	36	18	18					2				√
		小计				12	216	108	108	6	0	0	4	2	0			
	专业核心课	1	17116205	市场营销实务	必修	8	144	72	72	4	4					√		
		2	17116206	市场调查实务	必修	4	72	36	36		4						√	
		3	17116207	消费者心理分析	必修	4	72	36	36			4						√
		4	17116208	推销技术	必修	4	72	36	36		4						√	
		5	17116209	互联网营销实务	必修	4	72	36	36			4					√	
		6	17116210	数字互动营销	必修	4	72	36	36					4			√	
		7	17116211	客户服务实务	必修	4	72	36	36			4					√	
		8	17116212	网络推广实务	必修	4	72	36	36				4			√		
		小计				36	648	324	324	4	12	12	4	4	0			
	专业选修课	1	17116301	商务数据分析基础	选修	2	36	0	72				2				√	
2		17116302	经济法律知识	选修	4	72	36	36					4				√	
3		17116303	软文写作	选修	4	72	36	36				4				√		

专业拓展课	4	17116304	广告实务	选修	4	72	36	36			4					√	
	5	17116305	智慧物流与供应链管理基础	选修	4	72	36	36				4			√		
	6	17116306	销售人员财会知识	选修	2	36	18	18					2			√	
	7	17116307	公共关系	选修	4	72	36	36					4			√	
	8	17116308	零售实务	选修	4	72	36	36				4				√	
	小计				28	504	234	306	0	0	4	14	10	0			
综合实训	1	17116213	商务数据分析实训	必修	4	72	0	72					4			√	
	2	17116214	营销策划实训（1-5周）	必修	4	72	0	72					4			√	
	3	17116215	营销员四级职业技能等级认定	必修	8	150		150						30		√	
	岗位实习（第6-18周）			必修	22	390		390						30			
	小计				38	684	0	684	0	0	0	0	8	60			
学分、学时及周学时数					178	3204	1584	1656	30	30	30	29	29	60			
社会综合实践活动			军训	必修	1	30		30	1周							√	
			入学教育	必修	1	30		30	1周								√
			毕业教育	必修	1	30		30						1周			√
			小计		3	90		90									
总学分、总学时数					181	3294	1584	1746	30	30	30	29	29	60			