

市场营销专业工学结合人才培养方案

一、专业名称（代码）

市场营销专业（530605）

二、入学要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

三年

四、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）
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业、零售业 (51、52)	营销员（4-01-02-01） 商品营业员（4-01-02-03） 摊贩（4-02-02-05） 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售代表 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

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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，面向批发和零售业，能够从事销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微商业企业创业者、市场主管、市理等工作的复合型高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（一）素质目标

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. 具有健康的体魄、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. 具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。

（二）知识目标

- 1.掌握必备的思想政理论、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。

（三）能力目标

- 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

七、典型工作任务与专业课程设置

序号	典型工作任务	专业课程
1	市场调研与分析	市场调研、商务数据分析
2	商务谈判与合同签订	商务沟通训练、企业法律事务
3	产品销售	市场营销实务、消费心理学、数字营销、新媒体营销
4	客户沟通与服务	客户管理
5	渠道开发与维护	渠道管理、电子商务运营
6	营销方案设计与实施	营销策划、商业视听传播、商务行政训练
7	销售团队建设	销售队伍管理

八、专业核心课程简介

专业核心课 1：市场营销实务		第一学年 参考学时 64
学习目标： ● 熟练掌握现代市场营销的基本理论，具备组织和管理工商企业营销工作的基本技能； ● 具熟悉我国有关市场营销的方针，政策和法规，了解该专业的前沿理论和发展动态； ● 具备分析和解决实际问题的能力； ● 具备信息收集、整理、分析和处理的能力； ● 具有较强的语言文字表达、人际沟通能力。		
学习内容： ● 营销环境的分析； ● 消费者市场和购买行为分析； ● 目标市场战略和竞争战略研究； ● 产品信息分析训练； ● 营销组合的应用。		
专业核心课程 2：市场调研		第二学年 参考学时 64
学习目标： ● 具备进行设计市场调研方案的能力； ● 具备进行问卷设计的能力； ● 具备进行市场信息收集的能力； ● 具备进行市场信息整理的能力； ● 具备进行市场信息分析的能力； ● 具备撰写市场调研报告的能力。		
学习内容： ● 市场调研方案的设计； ● 市场调查的实施； ● 调查资料的整理与分析； ● 市场预测； ● 市场调研报告的撰写 ● 市场调研报告的讲解。		
专业核心课程 3：客户管理		第二学年 参考学时 48
学习目标： ● 培养学生良好的专业态度、职业精神、职业思维、职业意识； ● 熟练掌握客户服务部对客户的服务技能； ● 培养学生管理能力和创新能力； ● 对已经形成的稳定客户的售后服务能力。		
学习内容： ● 客户关系管理； ● 客户经营认知； ● 调查客户信息； ● 客户的 25 个隐秘需求； ● 电话礼仪。		

专业核心课程 4: 营销策划 第二学年 参考学时 64	
学习目标: ● 掌握营销策划方案的基本方法和流程; ● 理解各不同主题策划方案撰写的方法和要求; ● 具备制定方案并组织实施的能力; ● 具备团队协作的基本能力; ● 具备熟练进行营销策划方案的排版及用 PPT 汇报方案的能力。	
学习内容: ● 营销策划基础; ● 营业推广策划; ● 节日活动策划; ● 产品广告策划; ● 新产品上市策划; ● 公共关系主题活动策划。	
专业核心课 5: 销售队伍管理 第三学年 参考学时 64	
学习目标: ● 掌握各种管理技能; ● 具备商务沟通能力; ● 具备较强的市场观察能力; ● 具备熟练完成销售人员的招聘、培训、辅导、激励、业务评估; ● 做事认真, 执行力强; ● 善于思考, 强控制力;	
学习内容: ● 销售目制定; ● 销售管理体系流程设计; ● 销售队伍内部组织工作; ● 销售人员招募; ● 销售队伍训练; ● 销售人员的管理; ● 问题解决思考方式训练; ● 团队建设训练。	
专业核心课 6: 消费心理学 第二学年 参考学时 64	
学习目标: ● 具备消费者心理的调查能力; ● 具备消费者购买心理活动分析能力; ● 具备判断消费心理变化的能力; ● 具备顽强的心理素质; ● 具备速度第一, 结果导向思维模式。	
学习内容: ● 消费者个性心理特征研究; ● 消费者群体心理特征研究; ● 消费者的购买心理和行为特点分析;	

● 消费这心理现象及其活动规律的把握； ● 新的营销手段的应用； ● 消费者心理变化的新趋势分析。	
专业核心课 7：数字营销	第二学期 64 学时
学习目标： ● 掌握数字营销的操作流程； ● 具备熟练使用搜索引擎的能力； ● 具备品牌传播的能力； ● 具备维护与已知受众的连接能力； ● 具备开展客户拉新、裂变、促活、留存与转化等互动营销工作的能力。	
学习内容： ● 搜索排名优化训练； ● 客户关系管理训练； ● 搜索竞价营销、推荐引擎营销训练； ● 人群画像与分析训练； ● 数字化信息触达训练； ● 营销关系交易与回报 ● 客户关系链接训练。	
专业核心课 8：营销管理与创业训练	第二学年 参选学时 48
学习目标： ● 能够组建营销团队，共同完成销售任务，具有创业特质的人具备创业技能； ● 具备商务沟通能力； ● 具备综合协调能力； ● 具备市场感知能力； ● 具备市场开拓能力； ● 做到敢于冒险 勇于担当； ● 做到从无到有 持续创新； ● 具有顽强的心理素质； ● 能够执着的坚持； ● 具有永不枯竭的进取精神。	
学习内容： ● 细分市场与目标客户定位训练； ● 企业经营分析训练； ● 创业项目选定与实施训练； ● 亲和力与抗压力训练； ● 市场开拓训练； ● 打造管理团队训练 ● 企业信息管理训练。	