



漯河职业技术学院
LUO HE VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

漯河职业技术学院（群内）专业 人才培养方案 （2025版）

专业名称： 市场营销专业

专业代码： 530605

专业大类： 财经商贸大类

所属学院： 商贸物流学院

二〇二五年八月

目 录

一、专业描述	1
二、职业面向	1
（一）职业面向岗位	1
（二）职业发展路径及职业能力分析	1
三、培养目标与培养规格	2
（一）培养目标	2
（二）培养规格	2
四、人才培养模式	4
五、课程设置及要求	5
六、教学进程总体安排	11
七、实施保障	11
（一）师资队伍	11
（二）教学设施	11
（三）教学资源	12
（四）教学方法	13
（五）学习评价	13
（六）质量管理	13
八、毕业要求	14
（一）学分条件	14
（二）证书	14
附录一 市场营销专业教学进程表	16
附录二 学时与学分分配表	19
编制说明	20

漯河职业技术学院市场营销专业（群内）人才培养方案

（2025 版）

一、专业描述

专业名称：市场营销

专业代码：530605

入学基本要求：中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

基本修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

所属专业群名称：电子商务专业群

二、职业面向

（一）职业面向岗位

表 1 市场营销专业职业面向岗位一览表

所属专业 大类（代 码）	所属专类 （代码）	对应行业 （代码）	主要职业类别 （代码）	主要岗位群或 技术领域	职业资格证书和技 能等级证书
财经商贸 大类（53）	工商管理 类（5306）	批发业（F51）、 零售业（F52）、 商务服务业 （L72）、 制造业（C）	市场营销专业人 员（2-06-07-02）、 客户服务管理员 （4-07-02-03）、 互 联 网 营 销 师 （4-01-06-02）、 品 牌 专 业 人 员 （2-06-07-04）	市场策划主管、 市场推广主管、 销售业务主管、 客户服务主管	经济专业技术资格、 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、营销师

（二）职业发展路径及职业能力分析

表 2 市场营销专业职业岗位及其岗位能力分析

序 号	岗 位 群	岗位类别		岗位任务描述与核心能力要求	
		入职岗位	发展岗位	岗位任务描述	核心能力要求
1	市 场 策 划 主 管	市场策划专员 文案策划助理	市场策划主管 文案策划经理	①协助完成市场调研，收 集行业、竞品信息； ②参与策划方案撰写，负 责基础文案、数据整理； ③配合执行营销活动，跟 进活动流程与效果反馈。	①具备市场调研与数据 分析基础能力； ②熟练使用办公软件， 掌握文案撰写技巧； ③具备活动执行能力和 沟通协调能力。
				①执行线上线下推广活 动，负责物料准备、渠道	①了解各类推广渠道与 工具，熟悉广告投放流

2	市场推广主管	市场推广专员 活动执行助理	市场推广主管 活动执行总监	对接； ②协助投放广告，监测数据并整理投放效果报告； ③维护合作媒体、平台关系，执行基础推广任务。	程； ②具备活动执行、资源协调能力； ③数据分析能力，能整理基础推广效果报告。
3	销售业务主管	销售代表 销售助理	销售经理 区域销售总监	①开发新客户，维护老客户关系，完成个人销售指标； ②收集客户需求，反馈市场动态； ③协助完成销售合同签订、订单跟进等工作。	①良好的沟通谈判能力与客户拓展能力； ②熟悉销售流程，具备目标达成意识； ③市场敏感度，能及时反馈客户需求。
4	客户服务主管	客服专员 售后接待员	客户服务经理 客户关系总监	①解答客户咨询，处理客户投诉与建议； ②记录客户问题，跟进解决进度并反馈客户； ③协助完善客户服务流程和标准。	①优秀的沟通表达与倾听能力； ②情绪管理能力，能妥善处理客户投诉； ③熟悉客户服务流程，具备问题解决能力。

三、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业依托食品产业集群行业优势，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，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，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，面向批发业、零售业、商业服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目管理、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力和职业态度方面达到以下要求：

1. 素质

（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）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 and 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、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和与科学素养，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应用；

（5）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；

（6）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（7）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政治理论、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、文明生产等相关知识；

（3）掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

（4）熟悉食品产业链、食品安全法规、行业动态及区域食品产业特色；

（5）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能；

（6）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能；

（7）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能；

（8）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能；

（9）掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能；

（10）掌握信息技术基础知识；

（11）掌握必备的美育知识。

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）具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（4）具有数字营销能力；

（5）具有消费者行为分析能力；

（6）具有项目销售能力；

（7）具有智能客户服务能力；

（8）具有商务数据分析能力；

（9）具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

（10）具备食品行业渠道开发与管理、品牌推广、市场调研及销售谈判的能力；

（11）具备商务礼仪规范应用能力；

(12) 具备一定的心理调适能力。

4. 职业态度

(1) 自觉遵守相关法律法规、标准和管理规定；

(2) 具有吃苦耐劳，爱岗敬业的精神；

(3) 具有团队合作意识；

(4) 深刻理解食品安全的重要性，在营销活动中坚守质量底线；

(5) 具有积极向上的态度和创新精神；

(6) 具有良好的学习能力、信息素养、职业能力和可持续发展能力；

(7) 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。

四、人才培养模式

根据专业人才培养目标，本专业采用“3+1+1+1”人才培养模式。“3”是指第1-3学期，进行公共基础课程、专业群共享（基础）课程和专业核心课程的教学和校内实训，完成必需的职业基础和营销技能教育，三个“1”分别是第4学期到河南双汇投资发展股份有限公司全国各销售市场以及其他合作企业的市场一线进行岗位实习，增强对营销职业岗位的感性认识，培养营销管理相关的职业能力和职业素养；第5学期进行“品牌策划与推广”、“销售与管理”等课程教学，着重培养学生营销诊断能力、策划能力、团队建设与管理能力、营销综合能力等，同时对学生创新创业能力进行提升训练；第6学期学生下企业进行岗位实习，实现预就业。“3+1+1+1”的人才培养模式如图1所示：

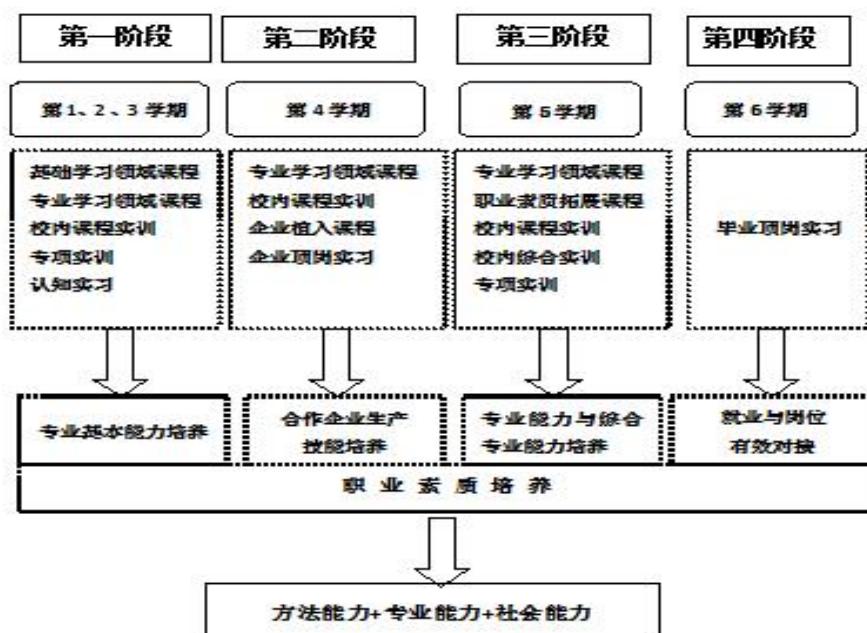


图1 市场营销专业“3+1+1+1”人才培养模式

五、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

见电子商务专业群公共基础课程内容

2. 专业（技能）课程

（1）专业群共享及专业基础课程

本专业共开设专业群共享课 2 门，专业基础课 6 门。

专业群共享课 2 门，包括：管理学基础、市场营销基础，见电子商务专业群共享课程。

专业基础课 6 门，包括：经济学基础、大数据财务管理基础、统计基础、渠道管理、市场调查与分析、营销法律法规。

表 3 专业基础课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
053003	经济学基础	①掌握经济学基本概念与原理，理解市场运行机制、企业行为及宏观政策； ②能够运用经济学工具分析市场现象，理解企业决策的微观基础与宏观环境； ③认同社会主义市场经济体制，树立诚信、公平竞争的市场意识。	①经济学导论； ②供需理论与市场均衡； ③消费者行为； ④生产者行为与成本； ⑤市场结构； ⑥宏观经济指标与政策。	①教学方法：采用案例教学法，结合生活与商业实例讲解理论；组织时事经济话题讨论； ②实践要求：完成针对特定商品的价格波动或行业趋势的微观分析报告。
053227	大数据财务管理基础	①掌握财务管理基本概念、财务报表结构及财务分析核心指标； ②能够阅读主要财务报表，运用比率分析企业财务状况，使用工具进行初步数据处理； ③培养严谨诚信的财务作风与数据驱动的科学决策意识。	①财务管理目标与价值观念； ②三大财务报表解读； ③财务比率分析； ④本量利分析基础； ⑤大数据在财务中的应用初探。	①教学方法：理论讲授与软件操作相结合，以真实上市公司财报为案例； ②实践要求：使用 Excel 完成指定企业的财务数据计算、图表绘制及简易分析报告。
053004	统计基础	①掌握统计学基本概念、数据收集与整理方法、描述性统计与推断统计基础； ②能够设计问卷、收集整理数据、运用软件进行计算分析与可视化呈现； ③培养实事求是、用数据说话的科学精神与数据伦理意识。	①统计学概念与流程； ②调查方法与问卷设计； ③数据整理与图表展示； ④描述性统计指标； ⑤抽样与相关回归初步。	①教学方法：理论教学与上机实操紧密结合，强调软件工具的应用； ②实践要求：独立完成一个从问卷设计、数据收集到分析及图表展示的小型统计项目。

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
053207	渠道管理	①掌握营销渠道的结构、功能、成员类型及管理流程； ②能够设计初步渠道结构，制定成员激励政策，分析处理渠道冲突； ③树立合作共赢、守法履约的渠道协作精神。	①渠道功能与结构设计； ②渠道成员（批发、零售、线上）分析； ③渠道成员选择与激励； ④渠道冲突管理与评估创新。	①教学方法：采用典型案例分析、小组讨论与角色扮演法； ②实践要求：调研分析一个真实企业的渠道模式，或进行渠道谈判与冲突处理的模拟实训。
053206	市场调查与分析	①掌握市场调查的完整流程、各种调查方法与问卷设计技术； ②能够独立设计问卷、组织实施调研、分析数据并撰写规范报告； ③培养求真务实的工作作风和尊重受访者的职业道德。	①市场调查流程与方案设计； ②调查方法（问卷、访谈、观察等）； ③抽样技术与问卷设计； ④数据整理分析； ⑤调查报告撰写。	①教学方法：采用项目式教学法，教师作为指导者，全程跟进学生项目； ②实践要求：以小组形式，为一个真实或模拟的项目完成从方案设计到报告陈述的全流程市场调查。
053221	营销法律法规	①掌握与市场营销紧密相关的《反不正当竞争法》、《广告法》、《消费者权益保护法》等核心内容； ②能够识别营销活动中的法律风险，判断案例的合法性与违法性； ③树立法治观念，强化依法营销和社会责任意识。	①反不正当竞争法； ②广告法； ③消费者权益保护法； ④产品质量法； ⑤电子商务法基础。	①教学方法：以案例教学为主，重点剖析真实违法营销案例，组织课堂辩论； ②实践要求：完成对特定广告或营销活动的合规性审查，或模拟撰写一份合规的营销活动法律风险提示。

（2）专业核心课程

本专业开设 8 门，包括：数字营销、消费者行为分析、服务营销、销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通。

表 4 专业核心课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
053215	数字营销	①认知数字营销岗位，了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识； ②掌握数字营销原理和知识、数字营销策划的方法和技术技能、数字广告营销的方法和技术技能； ③能够运用数字互动营销的方法和技术技能进行数字营销效果分析与优化的； ④培养互联网思维和创新意识。	①数字营销策划； ②数字广告营销； ③数字互动营销； ④数字营销效果分析与优化。	①教学方法，利用抖音、微信公众号等平台进行实操教学；引入企业数字营销项目进行案例分析； ②实践要求：运营个人自媒体账号，开展数字营销活动并分析效果；完成企业数字营销策划方案。
053204	消费者行为分析	①掌握消费者行为的基本理论，理解影响消费者决策的个人、社会、文化等因素； ②能够运用专业方法分析消费者需求、动机和购买行为，具备通过消费者洞察指导营销实践的能力； ③培养敏锐的市场洞察力和消费者导向思维，提升商业决策的科学性和人文关怀意识。	①消费者行为基础理论； ②消费者影响因素分析； ③消费者决策过程； ④特殊消费行为分析； ⑤用户标签形成、用户行为分析、用户画像方法和技术技能。	①教学方法：以岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学情景；案例教学，引入任务驱动； ②实践要求：开展消费者行为调研项目，设计问卷并分析数据；使用仪等设备进行消费者行为实验。
053228	服务营销	①掌握服务营销的核心理论、框架与工具、服务创新与设计的方法和技术技能； ②能够分析服务行业市场环境、识别服务需求、制定服务营销策略，能进行服务补救等方法和技术技能； ③培养学生解决实际服务营销问题的意识。	①了解顾客需求； ②建立顾客关系； ③服务创新与设计； ④服务场景搭建； ⑤服务补救。	①教学方法：理论讲述与案例分析相结合，采用互动教学与情景模拟互补； ②实践要求：完成并撰写调研报告，以小组为单位针对真实服务项目制定完整的服务营销方案。

053219	销售与管理	<p>①掌握销售团队管理、销售流程优化、客户关系维护等核心知识；</p> <p>②具备销售计划制定、销售团队建设与激励、销售渠道冲突管理的能力；</p> <p>③培养销售职业素养和团队协作精神，树立以客户为中心的服务理念。</p>	<p>①销售管理的概念、职能，销售管理与市场营销的关系；</p> <p>②销售战略规划，销售目标设定、销售预测、销售配额分配；</p> <p>③销售团队管理，销售人员招聘、培训、绩效考核、激励设计；</p> <p>④销售过程管理；</p> <p>⑤销售网络的构建。</p>	<p>①教学方法：采用角色扮演法，模拟销售场景；邀请企业销售经理分享实战经验；</p> <p>②实践要求：分组进行销售实战演练，制定并执行销售计划，完成销售业绩目标、组建销售团队。</p>
053015	品牌策划与推广	<p>①理解品牌内涵、品牌定位、品牌形象塑造等理论知识；</p> <p>②能够独立完成品牌策划方案，运用多种手段进行品牌推广；</p> <p>③培养品牌创新意识和文化底蕴，树立长期品牌建设理念。</p>	<p>①品牌理论基础；</p> <p>②品牌战略规划，品牌定位、品牌命名、品牌标志设计、品牌架构；</p> <p>③品牌传播与推广，广告策略、公关活动、事件营销、口碑营销、品牌联合；</p> <p>④品牌维护与管理，品牌危机管理、品牌延伸、品牌国际化策略。</p>	<p>①教学方法：案例分析法，剖析苹果、可口可乐等品牌塑造案例；使用软件进行品牌视觉设计实践；</p> <p>②实践要求：为虚拟或真实企业制定品牌策划方案，包括定位、视觉设计、推广计划。</p>
053016	智能客户服务实务	<p>①了解智能客户服务的技术原理、系统架构和业务流程；</p> <p>②能够运用智能客服工具解决客户问题，分析客户服务数据；</p> <p>③培养服务意识和技术应用能力，提升客户服务效率与质量。</p>	<p>①智能客户服务理论；</p> <p>②技术与工具的操作与配置；</p> <p>③服务流程与管理，智能客服场景设计、服务话术优化、多渠道接入管理；</p> <p>④数据分析与优化，客户服务数据收集与分析，服务质量评估与持续改进策略。</p>	<p>①教学方法：使用智能客服实训平台进行操作演练；分析企业智能客服成功与失败案例；</p> <p>②实践要求：搭建简单的智能客服系统，完成常见客户问题的应答设计与优化。</p>
053202	商务数据分析与应用	<p>①掌握商务数据收集、处理、分析的方法和技术技能；</p> <p>②能独立完成市场营销相关数据的处理和分析，将数据进行可视化呈现；</p> <p>③培养用数据说话的营销思维，提升数据闭环解决能力。</p>	<p>①商务数据收集；</p> <p>②商务数据处理；</p> <p>③商务数据分析；</p> <p>④商务数据可视化。</p>	<p>①教学方法：采用项目式教学，以企业真实数据项目驱动学习；结合小组协作，共同完成数据分析任务；</p> <p>②实践要求：参与企业数据岗位实习或行业数据分析竞赛；利用开源数据平台开展实践。</p>

053011	商务礼仪与沟通	①掌握职业形象、商务交往、人际沟通、会务宴请的礼仪； ②能规范运用商务礼仪的实操在商业场景中有效沟通； ③培养合作与服务的素养，坚守诚信与责任担当。	①职业形象礼仪； ②商务交往礼仪； ③人际沟通礼仪； ④会务宴请礼仪。	①教学方法：理论讲述与案例分析相结合，展开情景模拟与角色扮演； ②实践要求：完成制定场景礼仪实操，参与小组综合商务模拟项目，完成实践报告。
--------	---------	--	--	--

(3) 专业拓展课程

包括体现行业发展新技术、当地区域经济特色的商务文案策划与撰写、商务谈判、企业沙盘演练、物流与供应链管理、社群营销、创新思维与创造力开发共 6 门，学生需要从中任意选 4 门修读。

表 5 专业拓展课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
053012	商务文案策划与撰写	①掌握市场营销领域核心商务文案的撰写规范、逻辑结构与语言风格，明晰不同文案的目标受众与核心诉求差异； ②能够独立完成各类商务文案的策划与撰写，根据营销目标精准定位文案方向，具备文案优化与复盘能力，提升文案的商业效果； ③树立以“商业价值”为导向的文案策划思维，培养严谨的逻辑表达与专业的商业写作素养。	①商务文案基础认知，明确商务文案的定义、分类与商业价值，分析不同行业； ②核心文案类型撰写，系统学习商务文案的撰写方法； ③文案策划逻辑与技巧； ④文案素材与数据运用； ⑤文案优化与复盘。	①教学方法：依托真实商业案例，开展“文案拆解-仿写-创作”阶梯式训练，邀请企业营销策划人员分享实战经验； ②实践要求：独立完成单一类型文案的撰写，以小组为单位完成“全流程文案策划”项目。
053226	商务谈判	①掌握商务谈判的核心理论、基本流程与关键策略技巧，熟悉客户心理分析、销售沟通理论； ②能运用谈判工具与方法分析实际案例，独立设计谈判方案并应对谈判中的突发状况，高效促成交易； ③培养积极主动的营销服务意识，塑造诚信专业的职业形象，提升沟通协调与团队协作能力。	①商务谈判基本原理、谈判的组织与管理、谈判的策略、谈判的思维与沟通； ②商务谈判理论与模型； ③商务谈判流程与策略； ④商务谈判实战与应变。	①教学方法：运用角色扮演法，模拟商务谈判、推销场景；通过案例分析，研讨经典案例； ②实践要求：开展校园或社区产品谈判推销实践；参与企业营销部门实习，积累真实场景谈判经验。

054206	企业沙盘演练	<p>①理解市场营销与生产、财务、供应链等部门的协同逻辑；</p> <p>②掌握基于市场数据的营销决策（产品定位、定价策略、渠道投放）方法；</p> <p>③培养团队协作、风险预判及动态调整营销方案的能力。</p>	<p>①沙盘基础认知；</p> <p>②市场分析与决策；</p> <p>③全流程运营模拟；</p> <p>④复盘与优化。</p>	<p>①教学方法：理论讲解与规则演示结合，分组对抗与实时指导互补，教师进行阶段复盘点评与经验分享；</p> <p>②实践要求：岗位角色全程参与，团队遵循规则完成模拟运营，提交运营报告。</p>
053212	物流与供应链管理	<p>①掌握物流系统规划、供应链协同运作的基础理论，熟悉运输、仓储、配送等环节的管理方法与信息技术应用；</p> <p>②能够进行物流网络设计、库存优化、供应链风险管控，运用物流信息技术解决实际运营问题；</p> <p>③树立绿色物流与可持续发展理念，培养全局意识与成本控制思维，强化团队协作与应急处理能力。</p>	<p>①物流与供应链基础；</p> <p>②物流运作管理 仓储布局与库存控制、配送模式设计与成本管理；</p> <p>③供应链协同管理，风险管理；</p> <p>④物流信息技术，物联网、大数据与供应链中的应用；</p> <p>⑤绿色物流与创新。</p>	<p>①教学方法：任务驱动，运用实地参观法，组织学生考察物流园区与企业仓库；结合模拟仿真软件，开展供应链运营模拟实验；</p> <p>②实践要求：完成物流系统规划及优化方案设计；开展绿色物流主题调研并撰写报告。</p>
053222	社群营销	<p>①理解社群营销的核心价值，掌握社群的搭建与运营逻辑；</p> <p>②培养学生设计社群体系、策划社群活动及促进社群活跃与转化的能力；</p> <p>③提升学生对社群数据的分析能力，能制定针对性的社群优化方案。</p>	<p>①社群营销基础；</p> <p>②社群搭建模块；</p> <p>③社群运营模块；</p> <p>④社群转化与复盘。</p>	<p>①教学方法：对比不同行业的社群运营模式；</p> <p>②实践要求：调研优质品牌社群，撰写调研分析报告；模拟搭建一个垂直领域社群，完成1个月的运营，提交运营方案与数据报告。</p>
053223	创新思维与创造力开发	<p>①理解创新思维的核心方法，建立“以用户为中心”的创新意识；</p> <p>②培养学生运用创新工具挖掘市场需求、解决营销痛点的能力，能产出具有可行性的营销创新方案；</p> <p>③提升学生的团队协作创新能力，能在小组项目中高效沟通、碰撞创意，推动创新方案落地。</p>	<p>①创新思维基础；</p> <p>②创新工具模块；</p> <p>③需求挖掘与痛点解决；</p> <p>④创新方案落地、方案验证与优化方法。</p>	<p>①教学方法：“案例+实操”为主，避免纯理论讲授，通过“提出营销痛点→小组用创新工具解决→方案展示点评”的流程，强化学生实操能力；</p> <p>②实践要求：跨领域学习，要求学生每节课完成小型创新练习，以小组为单位提交营销创新方案。</p>

六、教学进程总体安排

见附录一：市场营销专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

七、实施保障

（一）师资队伍

表 6 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体要求
师资队伍结构	19	学生数与本专业专任教师数比例为 18:1，双师素质教师占专业教师比为 80%。
专业负责人	1	具有副教授职称，能够较好地把握国内外批发业、零售业、商务服务业、制造业行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在区域经济或产业发展领域具有一定的专业影响力。
专任教师	14	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历； 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力； 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究； 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	4	主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入，并实施网络安全防护措施；安装应急照明设置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

表 7 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	商务礼仪实训室	形体训练、礼仪训练、客户拜访模拟	投影设备一套、照相摄像设备一套、小型谈判桌一套，商务礼仪教学软件一套。	

2	企业沙盘实训室	企业运营管理流程的模拟实战实训	电子沙盘软件一套、配套电子沙盘教师端设备一套、学生端设备八套。	
3	营销综合实训室	市场营销综合实训	市场营销综合实训、客户关系管理、市场调查与分析、创新创业、商业能力训练等实训软件，配套电子教师端设备一套、学生端设备 48	
4	商务谈判实训室	谈判模拟、客户拜访模拟	投影设备一套、照相摄像设备一套、小型谈判桌一套。	
5	VBSE 综合实训室	工商管理综合实训	VBSE 教学实训软件一套，配套教师端设备、学生端设备 96 套。	

3. 校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。

表 8 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	河南双汇投资发展股份有限公司	商品管理、商品推销、终端促销、客户开发、商务谈判、品牌推广、新产品推广、营销策划、广告策划、客户异议处理、订货、理货、铺货等。	
2	漯河开小差食品有限公司	校园营销策划、校园新品推广、校园促销等。	
3	河南禾煦达商贸有限公司	方案策划、产品推销、供应商沟通、客户开发与订单反跟踪、网站优化等。	
4	际华三五五皮革皮鞋有限公司	市场调研、校园产品推销、商品管理、商品陈列、直播运营等。	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字资源配置

具有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

市场营销专业采取引导式、互动式教学方式，在教学过程中主要采取案例教学法、项目教学法、角色扮演法、仿真模拟实训教学法、岗位实习教学法、社会实践教学法等，倡导体验式学习。

（五）学习评价

市场营销专业建立了过程性评价和终结性评价相结合，学生自评、教师评价和学生互评的多层次、多主体、多角度的学习评价体系，重视对学生学习全过程的评价。

1. 考试课学习评价

考试课主要侧重于考查学生对课程核心理论知识的系统掌握和灵活运用能力，同时兼顾一定的实践应用能力评价。具体评价内容包括理论知识、知识运用能力和实践应用能力。考试课采用过程性评价（占总成绩的 50%）与终结性评价（占总成绩的 50%）相结合的方式。过程性评价具体包括课堂表现（占 15%）、作业完成情况（占 15%）及单元测试（占 20%）。终结性评价占总成绩的 50%，理论性较强的课程采用笔试方式，实践性较强的课程采用笔试与实践操作评价相结合的方式。笔试主要考查学生对课程整体理论知识的系统掌握和综合运用能力；实践操作评价时，教师根据学生的操作流程规范性、操作技能熟练程度、操作结果准确性以及安全操作意识等方面进行现场评分。

2. 考查课学习评价

考查课的评价方式灵活多样，以过程性评价为主，注重对学生学习过程的全面评价，主要包括以下 3 种评价方式：

一是实践操作评价。适用于实践性较强的考查课，由教师根据课程教学内容和实践教学要求，设计具体的实践操作任务，让学生在实验室、实训基地或企业实习现场进行实际操作，教师现场观察学生的操作过程，根据操作规范、操作速度、操作质量、问题解决能力等方面进行评分。

二是作业与报告评价。包括课后作业、实验报告、调研报告、视频制作等。教师根据学生作业和报告的完成质量、视频内容的完整性和准确性、逻辑的严密性、是否具有创新性等方面进行评分。

三是技能竞赛与成果展示评价。对于部分具有竞技性和展示性的考查课，组织学生开展技能竞赛或成果展示活动，将竞赛成绩或成果展示评价作为课程评价成绩的重要组成部分。通过竞赛和展示活动，激发学生的学习兴趣 and 竞争意识，提高学生的专业技能水平。

（六）质量管理

1. 具备专业建设和教学质量诊断与改进机制，已健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 实施完善的教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和

教学质量诊断与改进，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。

3. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制落地，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研室充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

八、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件：

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分须取得 150 个学分，最低学分要求及所包括内容如下表。

表 9 最低学分要求

课程类别		最低学分
公共基础 及素质教育课程	必修课程	38
	限选课程	6
	任选课程	4
	合计	48
专业（技能）课程	专业群共享及专业基础课	32
	专业核心课程	25
	专业拓展课程	11
	合计	68
岗位实习及单列实习实训		34
总计		150

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职业（执）业资格证书和技能等级证书。

表 10 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话	二级乙等	选考
	全国计算机等级证书	二级	

职（执）业资 格证书和 技能等级证书	经济专业技术资格	初级	任选其中（1）项
	数字营销技术应用	中级	
	新媒体推广		
	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		
	营销师		

附录一 市场营销专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
公共基础及素质教育课程	1	思想道德与法治	161010	44	4	3	4/12						马院	考试	
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	32	4	2		2						考试	
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	46	8	3			4/14					考试	
	4	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25								考查	
	5	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25								考查	
	6	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25								考查	
	7	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25								考查	
	8	中国共产党历史	161011	16	0	1		1						考试	
	9	※军事理论	231001	36	0	2		2					学工部	考查	
	10	军事技能	231006	0	112	2	2周							考查	
	11	劳动教育	231003	6	30	2	1	1						考查	
	12	※大学生心理健康	231005	36	0	2	2						公共教学部	考查	
	13	大学体育(一)	101001	10	26	2	2						公共体育部	考试	
	14	大学体育(二)	101002	10	26	2		2						考试	
	15	大学体育(三)	101003	10	26	2			2					考试	
	16	大学英语(一)	201001	64	0	4	4						公共教学部	考试	
	17	大学英语(二)	201002	36	0	2		2						考查	
	18	信息技术	191001	18	18	2	2						人工智能学院	考试	
	19	职业生涯规划	181001	18	4	1	1						招生就业处	考查	
	20	创新创业教育	181002	16	16	2		1						考查	
	21	大学生就业指导	181003	12	4	1				1				考查	
	22	※实验室安全教育	141001	8	8	1	1						教务处	考查	
	23	国家安全教育	161012	18	0	1			1				马院	考查	
	小计			468	286	38	14	9	7	1					

专业（技能）课程	公共艺术教育部	24	※美学和艺术史论		16	0	0.5	0.5						考试	
		25	※艺术鉴赏和评论		16	0	0.5	0.5						考试	
		26	艺术体验和实践		0	16	1		1					考查	
		27	※大学语文	101008	36	0	2		2					考查	
		28	※职业人文素养	101009	36	0	2		2					考查	
		小计			104	16	6		1						
	教务处	29	※公共任选课程		64	0	4							考查	
		小计			64	0	4								
	商贸物流学院	30	经济学基础	053003	40	32	4		4					考试	
		31	管理学基础	053010	32	32	4	4						考试	
		32	大数据财务管理基础	053227	40	32	4		4					考查	
		33	市场营销基础	053220	40	24	4	4						考试	
		34	统计基础	053004	40	32	4		4					考试	
		35	渠道管理	053207	40	32	4			4				考试	
		36	市场调查与分析	053206	24	48	4			4				考试	
		37	营销法律法规	053221	40	32	4			4				考查	
		小计			296	264	32	4	12	12					
		38	数字营销	053217	24	30	3				6/9			考查	
		39	消费者行为分析	053204	40	32	4		4					考试	
		40	服务营销	053228	24	30	3				6/9			考查	
		41	销售与管理	053219	32	16	3					6/8		考试	
		42	品牌策划与推广	053015	24	24	3					6/8		考试	
		43	智能客户服务实务	053016	32	16	3					6/8		考试	
		44	商务数据分析与应用	053202	12	20	2					4/8		考查	
		45	商务礼仪与沟通	053011	24	40	4	4						考查	
		小计			212	208	25	4	4		12	22			
	专业拓展课程	46	商务文案策划与撰写	053012	24	30	3				6/9			考查	
		47	商务谈判	053226	30	42	4			4				考查	
		48	企业沙盘演练	054206	10	18	1			2/14				考查	

	49	物流与供应链管理	053212	24	30	3				6/9				考查	
	50	社群营销	053222	24	30	3				6/9				考查	
	51	创新思维与创造力开发	053223	30	42	4			4					考查	
	小计			88	120	11			6	12					
岗位 实习 及单 列实 习实 训	52	毕业设计	054212	0	128	8				8周				考查	
	53	岗位实习（一）	054213	0	128	8				8周				考查	
	54	岗位实习（二）	054214	0	160	10					10周			考查	
	55	岗位实习（三）	054215	0	128	8						8周		考查	
	小计			0	544	34									
教学计划总计			2670	1232	1438	150	26	26	25	25	22				

备注：1. ※表示线上教学课程,课时不计入周学时,计入总学时,☆表示线上、线下混合教学课程,公共任选课程每学期初由教务处提供公共任选课程目录,学生自由选择。

2. 每学期安排 20 周的教学活动,其中第 19、20 周为复习考试时间。

3. 美学和艺术史论类含《美术欣赏》《音乐欣赏》2 门课程,学生任选 1 门;艺术鉴赏和评论类含《书法鉴赏》《影视鉴赏》《艺术导论》《舞蹈鉴赏》《戏剧鉴赏》《戏曲鉴赏》6 门课程,学生任选 1 门;艺术体验和实践类含《手工剪纸》《硬笔书法》《手机摄影》《手工编织》《戏剧教育》《现代舞》《歌曲演唱》《大学美育》8 门课程,学生任选 1 门。

4. 信息技术课程开设学期按 2019 年版人才培养方案分配各院系的开设学期执行。

5. 第 4 学期正课 9 周,进入双汇肉制品事业部市场一线开展岗位实习 8 周,岗前培训 1 周,复习考试 2 周,共计 20 周。

6. 第 5 学期正课 8 周,《毕业设计》前 8 周随正课进行,岗位实习 10 周,复习考试、毕业设计答辩 2 周,共计 20 周。

7. 专业拓展课设 6 门,须选 4 门,修满 11 学分。

附录二 学时与学分分配表

课程类型	总学分	总学时	占总学时 百分比 (%)	实践 学时	占总学时 百分比 (%)	选修课 学时	占总学时 百分比 (%)
公共基础 及素质教育课程	48	938	35.13	302	11.31	184	6.89
专业（技能）课程	68	1188	44.49	592	22.17	208	7.79
岗位实习及 单列实习实训	34	544	20.38	544	20.37	0	0
总 计	150	2670	100	1438	53.85	392	14.68

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职市场营销专业，由漯河职业技术学院商贸物流学院专业（群）建设委员会组织专业教师，与河南双汇投资发展股份有限公司、河南禾煦达商贸有限公司等合作企业的专家共同制订，经学校党委会审定，批准从 2025 级市场营销专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务	签 名
1	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
2	寇槐花	漯河职业技术学院	商贸物流学院党总支书记	寇槐花
3	刘智	漯河职业技术学院	商贸物流学院副教授	刘智
4	杨华伟	河南双汇投资发展股份有限公司	综合事业部销售部部长	杨华伟
5	赵伟波	河南双汇投资发展股份有限公司	肉制品事业部市场部部长	赵伟波
6	曹玉豪	河南禾煦达商贸有限公司	总经理	曹玉豪
7	陈淑君	漯河职业技术学院	专业带头人 副教授	陈淑君
8	于芳	漯河职业技术学院	专业带头人 副教授	于芳
9	曹富莲	漯河职业技术学院	骨干教师 副教授	曹富莲


专业负责人：于芳

复核人：刘智

商贸物流学院院长：吕亚博

漯河职业技术学院

专业人才培养方案论证与审定意见表

	姓名	单 位	职务/职称	签 名
专 业 建 设 指 导 委 员 会 成 员	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
	薛林生	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	薛林生
	荣长玲	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	荣长玲
	陈绮	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	陈绮
	于芳	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	于芳
	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海涛
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
	李维情	际华三五五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情
	<p>论证意见：</p> <p>本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《国家职业教育改革实施方案》《河南省职业教育改革实施方案》《职业教育专业教学标准（2025 版）》等文件精神，符合区域经济发展要求，能够满足三年全日制高职市场营销专业人才培养需求，同意从 2025 级市场专业学生开始实施。</p> <p style="text-align: right;">专业建设指导委员会主任签名：吕亚博 2025 年 8 月 18 日</p>			
<p>审定意见：</p> <div style="text-align: center;">  <p>中共漯河职业技术学院委员会（签章） 年 月 日</p> </div>				