

2022 级市场营销专业 人才培养方案

专业代码：530605



辽宁职业学院
2022 年 6 月

目 录

一、专业名称与代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
(一)培养目标	1
(二)培养规格	2
六、课程设置	3
(一)人文素养与职业素质模块课程设置	4
(二)专业能力模块课程设置	4
(三)职业素质拓展模块课程设置	7
七、学时安排	9
(一)学时与学分分配	9
(二)教学周数分配	9
八、教学进程总体安排	10
(一)教学进程	10
(二)教学实施中的柔性管理	11
九、实施保障	11
(一)专业人才培养模式及具体实施办法	11
(二)师资队伍（四有教师，师德师风写进去）	11
(三)教学设施	12
(四)教学资源	14
(五)教学方法	14
(六)学习评价	14
十、毕业要求	15
(一)学制及学分要求	15
(二)证书要求	15
(三)企业岗位实习经历要求	16

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本修业年限为三年，弹性学习年限不超过5年。

四、职业面向

表 1 行业职业面向表

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)	职业资格证书或职业技能 等级证书举例
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 商 (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; 市场调 研 专员。	新媒体运营(初、中、高) 网店运营推广(初、中、 高)

五、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，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，掌握与本专业相关的法律法规、商品分类与管理、消费心理分析、营销计划和控制等营销组织管理、市场调查、营销策划、商务礼仪、网络运营与推广等专业知识和新媒体营销、网络运营与推广、线下商品的推销与商务谈判、策划书的撰写等技术技能，面向批发业与零售业等行业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行

等岗位工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 素质要求

(1) 思想政治素质：拥护中国共产党领导，具有坚定正确的政治方向；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，具有正确的世界观、人生观和价值观；崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信，恪守公民基本道德规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(2) 职业素质：具有良好的职业质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；爱岗敬业、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，具有较强的集体意识和团队合作精神。

(3) 人文科学素质：具有宽阔的视野、良好的科学思维品质、高雅的审美情趣和正确的审美观；能够正确认识社会、主动适应社会，有较强的文字和语言表达能力、人际交往能力和自我发展能力。

(4) 身体心理素质：具有健康的体魄、良好的生活习惯和健康积极的人生态度；良好的心理品质和健全的人格，具有较强的心理调适能力、抗挫折能力和自我管理能力。

2. 知识要求

- (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、安全消防等知识。
- (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、流程和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。

3. 能力要求

- (1) 具有探究学习、独立思考、逻辑推理、分析问题和解决实际问题的能力。
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力、沟通能力和终身学习能力。
- (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) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置

人才培养方案把所开设的全部课程分为三大模块，其课程体系由人文素养与职业素质模块、专业能力模块和职业素质拓展模块构成。

表 2 课程体系结构表

课程体系模块	学习领域模块	主要课程	课程性质
人文素养与职业素质模块	思想政治模块	思想道德与法治、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。	必修课
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党简史。	限定选修课
	职业素质模块	体育、拓展体育、心理健康教育、安全教育、劳动教育、军事理论与军训。	必修课
		信息技术、职业发展与就业指导、美育与优秀传统文化、高职英语、应用文写作、创新创业基础。	必修课、限定选修课
专业能力模块	专业课程模块	专业基础课：现代商品学、商务礼仪、营销心理学、销售管理、广告实务、商务数据分析。	必修课、限定选修课
		专业核心课程：市场营销、市场营销策划、推销技术、客户服务与管理、市场调查与分析、商务谈判。	必修课
		岗位实习、专业综合能力训练、毕业设计等。	必修课
	专业能力拓展课程模块	新媒体营销、电子商务实务、网络运营推广。	必修课、限定选修课
职业素质拓展模块	选修课模块	公共选修课由教务处统筹管理，第1—5学期，学生在AIC智能校园系统上自主选课，要求学生于毕业前至少修满5学分。	公共选修课

	学分互换模块	1. 学生参加教育主管部门组织的省级及以上大赛或参加市级、校级大赛获一等奖者可换3个选修学分； 2. 市级、校级大赛获二等奖可换2个选修学分； 3. 市级、校级大赛获三等奖可换1个选修学分。	活动课程
--	--------	---	------

(一) 人文素养与职业素质模块课程设置

表 3 人文素养与职业素质模块课程设置表

模块	课程名称	总学时	学分	理论学时	实践学时	开设学期
思想政治模块	思想道德与法治	48	3	40	8	1
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	24	8	2
	形势与政策	16	1	16	0	1-2
	中国共产党简史	16	1	16	0	3
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	1	16	0	1
			2	32	0	2
职业素质模块	体育	48	3	4	12	1
				0	32	2
	拓展体育	64	4	0	64	3-4
	军事理论与军训	148	4	36	112	1-2
	心理健康教育	32	2	24	0	1
				8	0	3
	安全教育	16	1	16		1
	职业发展与就业指导	32	2	32	0	1-4
	创新创业基础	32	2	32	0	
	信息技术	64	4	32	32	2
	美育与优秀中华传统文化	32	2	32	0	3
	劳动教育	16	6	16	0	1、3
	劳动周	76	3	0	76	1. 3. 5
高职英语	64	4	64	0	1-2	
应用文写作	32	2	32	0	2	

(二) 专业能力模块课程设置

表 4 专业核心课程简介

序号	课程名称	前导课程	核心能力	对应岗位	主要内容
1	市场营销	思想道德与法治	1. 培养学生熟悉经典营销理论； 2. 掌握移动互联时代全新的营销观念、营销过程和营销策略，具备新时代营销思想。 3. 要求学生结合移动互联时	销售代表、业务代表	在学习过程中，融入课程思政的批判思维和辩证思维，营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市

			代特征, 进行精准的营销环境分析与营销筹划实践。		场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等。
2	市场调查与分析	市场营销、营销法规、商品学	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生的问卷设计能力、市场调查方案的制定能力、调查方法综合应用能力、信息整理分析技术能力、调查报告的撰写能力等。 2. 具有市场认知能力、具有针对性地设计调查方案和问卷能力; 3. 搜集市场信息的能力和沟通能力、资料的分析处理、预测报告编写能力。 4. 能灵活运用市场调查方法的能力。 	市场调查员	<p>在调查教学过程中融入课程思政内容, 培养学生平等、诚信和敬业的工作态度。市场调查与预测是学习市场调查与预测的基本方法、市场调查的技术、市场预测以及市场调查报告的撰写, 注重提高学生的实际动手能力, 把理论和实践紧密地结合在一起。主要任务: 负责各类信息的收集; 做出信息报告; 对借阅档案详细登记, 并按时收回; 客户洽谈、签约; 收集行业政策、竞争对手信息、客户信息等。</p>
3	市场营销策划	市场营销、市场调查与分析、商品学、	<ol style="list-style-type: none"> 1. 注重培养学生与人沟通、分析问题能力、信息处理能力、语言表达能力。 2. 具备市场调查方案设计策划的能力, 调查提纲和调查问卷制定能力。零售管理、销售(商务)代表和金融客户经理等专门化方向的专业主干课程。 3. 其功能在于让学生能分析、策划、执行企业市场营销活动过程中的常规性市场策划, 使学生具备从事市场营销具体业务工作的核心职业能力, 切实提升本专业学生对专业知识的综合应用能力和实际动手能力。 	营销策划专员	<p>在策划教学过程中融入课程思政内容, 培养学生坚强的毅力和吃苦耐劳的精神及团队协作精神, 具有依法营销的意识, 严谨、诚信的职业品质。运用新的营销视角、新的营销思维, 掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程, 熟悉不同主题策划内容的特点和要求。掌握专项营销策划活动的分析、构思、设计、执行要求。</p>
4	推销技术	市场营销实务、商务谈判与沟通	<ol style="list-style-type: none"> 1. 使学生熟悉企业销售人员各工作岗位的技能要求, 培养学生认识问题的能力; 2. 在教师的指导下, 能够完成推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈及推销管理整个推销流程的项目。 	销售代表、业务代表	<p>在项目实施过程中, 融入课程思政内容, 培养学生爱岗敬业、诚实守信的工作作风, 童叟无欺、公平交易的职业操守; 主要活动内容为: 推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈及推销管理整个推销流程。</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 使学生形成系统地分析问题和解决问题的方法能力； 在以小组为单位通过实施具体项目时，要相互补台、资源共享、团结协作； 树立自尊、自爱、自立、自强的品格和坚强的意志力，具备从事销售工作的综合素质和能力。 		
5	客户关系管理	市场营销、营销心理学	<ol style="list-style-type: none"> 使学生通过学习能够正确地理解现代客户服务理念； 培养学生互联网客户服务应用的能力。对已有客户成为稳定客户的售后服务能力，具有合理分配时间开发新客户和维护老客户的能力； 能够对企业实施客户关系管理绩效进行动态的科学测评。 着重互联网产品，互联网市场的调研和分析、互联网市场的预测、以及互联网产品策略、促销策略、价格策略、渠道策略以及物流客户服务与关系管理等一系列互联网营销的基本问题作分析和阐述； 通过为客户服务，锻炼学生处理客户关系时要耐心、细心工作，创造和谐的社会环境。 	客户关系管理专员、客户服务专员	<p>本课程含有 8 学时劳动教育课，并融入课程思政内容，引导学生养成良好的职业素养，文件存放整齐有序，并保持工作环境整洁，工作使用工具摆放整齐有序。树立强烈的社会责任感，良好的职业道德。健全的心理，较强的团队合作精神和协作意识，养成刻苦、严谨、周密细心的工作作风。</p> <p>了解客户调查、电话联系、上门拜访、服务展示和公关活动的方法，了解售后服务的内容和要求，客户价值分析方法，客户维护的方法、客户经营的职业标准、掌握客户服务于管理的知识和运转规律及组织特点。</p>
6	销售管理	市场营销、推销技术	<ol style="list-style-type: none"> 在项目实施过程中，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守； 在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格； 具备从事销售管理工作的综合素质和能力。 	销售代表、业务代表、销售经理、业务主管	<p>销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。</p>

(三) 职业素质拓展模块课程设置

1. **公共选修课模块：**公共选修课由教务处统筹管理，第 1—5 学期，公共选修课采取线上线下教学，学生在 AIC 智能校园系统上自主选课，要求学生于毕业前至少修满 5 学分。

公共选修课主要开设关于国家安全教育、节能减排、社会责任、人文素养、职业礼仪、自然科学等方面的课程，由尔雅通识课提供，学院统一选取不少于 30 门课程供全院学生学习。如下表：

表 5 公共选修课拟设课程设置表

序号	课程名称	学分
1	(W)安全健康与自我管理	1.0
2	(W)创新思维训练	1.0
3	(W)大学生心理健康与发展	1.5
4	(W)当代大学生国家安全教育	1.5
5	(W)对话大国工匠 致敬劳动模范	1.0
6	(W)工匠精神	1.0
7	(W)红色经典影片与近现代中国发展	1.0
8	(W)红色旅游与文化遗产	3.0
9	(W)垃圾分类	1.0
10	(W)情绪管理	1.0
11	(W)人工智能	1.0
12	(W)生态文明——撑起美丽中国梦	1.0
13	(W)丝绸之路上的民族	2.0
14	(W)探寻中国茶：一片树叶的传奇之旅	1.0
15	(W)体育中国	1.0
16	(W)微生物与人类健康	1.0
17	(W)习近平新时代中国特色社会主义思想概论（中国政法大学版）	2.0
18	(W)新青年·习党史	2.0
19	(W)新型冠状病毒肺炎防疫公开课	2.0
20	(W)信息素养：效率提升与终身学习的新引擎	1.0
21	(W)影响力从语言开始	1.0
22	(W)院士带你认识“新冠肺炎”	1.0
23	(W)疫情之下，做自己的心灵守望者	1.0
24	(W)中国道路	3.0
25	(W)中国历史人文地理	4.0
26	(W)生命安全与救援	1.0
27	(W)中华民族精神	2.0
28	(W)中华诗词之美	1.5
29	(W)现场生命急救知识与技能	1.0
30	(W)走近中华优秀传统文化	1.0

2. 学分互换模块：为促进学生发展，打造工匠精神，可学分互换。学生参加教育主管部门组织的省级及以上技能大赛、创新创业大赛及参加市级、校级技能大赛可换选修学分。（教育主管部门组织的省级及以上大赛或参加市级、校级大赛获一等奖者可换 3 个选修学分；市级、校级大赛获二等奖可换 2 个选修学分，获三等奖可换 1 个选修学分；1+X 证书高级可换 3 个选修学分，中级可换 2 个选修学分，初级可换 1 个选修学分。）具体学分由个人申请，二级学院申报，教务处审定，主管教学学院院长审批。

七、学时安排

(一) 学时与学分分配

本专业共开设36门课程。总计2756学时，145.5学分。其中人文素养与职业素质模块课程18门，816学时，44学分；专业能力模块课程18门，1860学时，96.5学分；职业素质拓展模块80学时，5学分。

表6 学时与学分分配表

课程类别	课程门数	学分	学时			占总学时比例(%)	备注
			理论教学	实践教学	小计		
公共基础课程	18	49	536	360	896	32.5	其中选修课程 304 学时，占总学时 11%。
专业（技能）课程	18	96.5	420	1440	1860	67.5	
总学时数为 2756，其中理论教学学时数为 956，占总学时比例为 35%，实践性教学学时数为 1800，占总学时比例为 65%。							

(二) 教学周数分配

表7 教学周数分配表（单位：周）

学期	理论教学	实践教学				考试	入学教育	军训	毕业教育	劳动	机动	合计
		实习实训	专业综合能力训练	岗位实习	毕业设计							
一	15.5					1	0.5	2		1	1	20
二	17					1						20
三	18					1				1	1	20
四	17					1						20
五			8	11						1	1	20
六				15.5	4				0.5			20
总计	67.5		8	26.5	4	4	0.5	2	0.5	3	4	120

八、教学进程总体安排

(一) 教学进程

表 8 教学进程表

课程类别	序号	课程	课程代码	课内学时			学分	必修/选修	考试/考查	学时分配					
				理论	实践	合计				第一学年		第二学年		第三学年	
										1	2	3	4	5	6
										15.5	17	18	17	20	20
人文素养与职业素质模块	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	14200204073	24	8	32	2	B	S		32				
	2	思想道德与法治	14100303739	40	8	48	3	B	S	48					
	3	●形势与政策	14109502908	16	0	16	1	B	C	(8)	(8)				
	4	●中国共产党简史	14200103974	16	0	16	1	B	C			(16)			
	5	●习近平新时代中国特色社会主义思想概论	14110103968	48	0	48	3	B	S	16	32				
职业素质模块	6	职业发展与就业指导	14200203612	32	0	32	2	B	S	8	8	8	8		
	7	创新创业基础	14200203613	32	0	32	2	B	S	8	8	8	8		
	8	◆信息技术	16100403614	32	32	64	4	B	S		64				
	9	体育	16100403615	4	44	48	3	B	S	16	32				
	10	拓展体育	19100203476	0	64	64	4	B	S			32	32		
	11	心理健康教育	14100103615	32	0	32	2	B	S	24		8			
	12	●安全教育	14100103616	16	0	16	1	B	C	(16)					
	13	●军事理论与军训	16100402947	36	112	148	4	B	C	(112)	(36)				
	14	美育	14100203976	32	0	32	2	B	S			32			
	15	劳动教育	14200103413	16	0	16	1	B	C	8		8			
	16	劳动周	19210303521	0	76	76	3	B	C		1周	1周		1周	
	17	高职英语	14100403616	32	32	64	4	B	S	32	32				
	18	应用文写作	14109502923	32	0	32	2	B	S		32				
小计				456	360	816	44			296	310	138	48	24	
专业能力模块	19	★◆市场营销	33981	32	32	64	4	B	S	64					
	20	★◆市场调查与分析	32397	32	32	64	4	B	S		64				
	21	★◆市场营销策划	32393	32	32	64	4	B	S			64			
	22	◆营销心理学	33231	32	32	64	4	B	S			64			
	23	★◆推销技术	32494	32	32	64	4	B	S			64			
	24	◆商务谈判	33233	32	32	64	4	B	S				64		
	25	◆广告实务	16200404001	32	32	64	4	B	S				64		
	26	◆商务礼仪	31806	32	32	64	4	B	S			64			
	27	★◆客户服务与管理	32439	32	32	64	4	B	S				64		
	28	◆现代商品学	33744	32	32	64	4	B	S				64		
	29	★◆销售管理 (8学时企业认知)		20	52	72	4	B	S	72					
	30	◆商务数据分析	19200403657	20	36	56	3.5	X	S				56		
	31	专业综合能力训练	32455	0	192	192	8	B	C					8周	
	32	岗位实习	32779	0	636	636	26.5	B	C					11周	15.5周
33	毕业设计		0	96	96	4	B	C						4周	
专业能力拓展课程	34	◆新媒体营销	16200403656	20	36	56	3.5	X	S			56(调到2学期)			
	35	◆电子商务实务	16200402904	20	36	56	3.5	X	S		56(调到1学期上)				
	36	◆网店运营推广	16200303351	20	36	56	3.5	X	S				56		

	小计	420	1440	1860	96.5			136	120	312	368	456	468
职业 素质 拓展 模块	公共选修课模块	80	0	80	5			1-5 学期选修, 至少修满 5 学分					
	小计	80	0	80	5								
	合计	956	1800	2756	145.5			432	434	450	416	480	468
	周学时							28	26	24	24	24	24

注: 1. ●为讲座形式课程, 不计入周学时, 只计入总学分、总学时; ◆为理实一体课程; ★为专业核心课程; B 为必修课; X 为选修课; S 为考试课; C 为考查课。

2. 表格中填写该课程总学时, 周学时以总学时除理论教学周结果以整数记(按照“四舍六入五成双”进行取舍)。

(二) 教学实施中的柔性管理

根据企业的用人需求(订单培养、企业提前招聘、实习期的调整等), 学校、企业、学生联合签订协议, 对未完成教学的课程进行调整, 理论部分可以采用网上学习、企业课堂完成理论部分教学内容, 实训部分可转移到企业培训完成后, 进行企业实训完成原有课程的实训内容。考核方式可由企业鉴定完成。

九、实施保障

(一) 专业人才培养模式及具体实施办法

1. 构建“项目营销, 就业导向, 能力本位”的高职人才培养模式。构建理论教学、实践教学和综合素质养成三大培养体系。经过改革与创新, 要把传统的以理论教学为主的培养体系, 整合改造为理论教学、实践教学和综合素质养成三大培养体系, 通过渗透与融合实现对人才的全面打造。

(1) 精要、实用的理论教学体系;

(2) 能力主导的实践教学体系;

(3) 全方位渗透的综合素质养成体系。

2. 建设以专业主干课为支撑的、职业技能本位的“三大模块”课程体系的培养目标为依据, 科学地进行课程分类。课程设置包括三大模块: 人文素养与职业素质模块: 公共必修课、公共选修课; 专业能力模块: 专业主干课 6 门(按照所需的主要职业技能设置), 并构成专业课程体系的主体部分; 职业素质拓展模块: 职业拓展选修课。

(二) 师资队伍

市场营销专业有专任教师 6 人, 校内兼职教师 3 人, 企业兼职教师 2 人。有专业带头人 1 人, 所有教师均具有相关职业任职资格, “双师型”教师比例达到 83%, “双师”素质特色显著; 副教

授 1 名，讲师 5 名，兼职教师比例达到 25%；专业教师平均年龄 43 岁，年龄结构合理，是一支极具团队精神和创新意识的充满活力的教师队伍，为专业建设提供强有力的人力资源。

1. 专业带头人

市场营销专业带头人 1 人，带头人能够较好地把握国内外行业、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，教学经验丰富，教学水平较高，有尊重学生、理解学生、宽容学生的好老师品质。

2. 骨干教师

本专业骨干教师均具有高校教师资格；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、企业管理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；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

3. 兼职教师

兼职教师主要从本专业的合作企业聘任，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，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。

(三) 教学设施

1. 校内实践教学条件

表 9 校内实践教学条件表

序号	实训室名称	实训功能	使用课程	设备	数量(台/套)	场地面积(M ²)	容量(人)
1	网络营销实训室(2)	网络营销、客户关系管理、销售管理三门课程实训	网络营销、客户关系管理、企业生产运营	电脑及电脑桌椅，服务器一台	41 套	50	40
2	京东直播实训室	网络直播、运营	新媒体营销、等课程	电脑及电脑桌椅，服务器一台	15 套	200	100
3	京东网络运营推广实训室	网络运营与推广	网络运营推广	电脑及电脑桌椅，服务器一台	41 套	100	50
4	京东商务谈判实训室	商务谈判、客户接待、营销策划书制作	商务谈判、商务沟通、市场营销策划等	电脑及电脑桌椅，服务器一台	41 套	100	50

2. 校外实践教学条件

表 10 校外实践教学条件

序号	实训基地名称	实训基地简介(100 字以内, 重点介绍企业规模、生产能力、能接纳实习生数量)	实训功能
1	辽宁贝壳房地产经纪有限公司	贝壳找房由链家网升级而来, 是以技术驱动的品质居住服务平台, 致力于为两亿家庭提供包括二手房、新房、租赁和家装全方位居住服务。以大数据产品“楼盘字典”, 研发和应用 VR 看房等创新技术手段, 为消费者提供更好的服务体验。旗下八大品牌: 链家、德佑、优铭家、吉祥亿家、21 世纪不动产、华仁不动产、铭家和润、大盛优家。该企业在沈阳拥有 400 多家门店, 可接纳 200 名以上市场营销实习生到门店进行销售实习实训及顶岗实习。	销售实战 沟通技巧 项目销售 市场营销策划 广告创意
2	京东集团	京东(JD.com)是中国的一家自营式网络零售企业, 总部设在北京的中国电子商务公司。它是中国两大交易量和收入的 B2C 在线零售商之一, 它是中国著名 B2C 在线零售商, 也是“财富”全球 500 强企业的成员, 旗下设有京东商城、京东金融、京东智能、O2O 及海外事业部。该企业接纳 60 人以上的市场营销专业实习生到企业进行实习实训和顶岗实习。	网络营销 网络营销广告 市场调查与分析 销售实战
3	泰康人寿	泰康人寿保险有限责任公司(简称泰康人寿)是泰康保险集团股份有限公司(简称泰康保险集团)的子公司。泰康人寿以诚信经营与客户体验为首要原则, 通过覆盖全国、深入县乡的经营网络以及完善的个人保险、银行保险、电话销售、网络销售及经纪代理全渠道, 为个人及家庭提供全方位的人身保障和投资理财产品与服务。该企业接纳 60 人以上的市场营销专业实	市场营销策划 网络运营与推广 销售管理 客户服务与管理
4	沃尔玛	世界 500 强企业, 56 个品牌, 11500 多家分店, 遍布 27 个国家及电子商务网站, 每周服务超过 2.65 亿名顾客和会员, 线上线下全渠道销售的模式, 致力于培养未来零售新星。一站式的人才发展路径为实习生的发展提供空间。该企业接纳 60 人以上的市场营销专业实习生到企业进行实习实训和顶岗实习。	市场营销策划 网络运营与推广 销售管理 客户服务与管理
5	中国远行	中国远行以商业办公选址为核心业务, 创立于 2009 年, 经过多年的发展, 目前企业保持高速前进! 主要产业有房地产经纪服务, 企业管理财税管理、培训顾问等业务, 提供营销储备生计划, 培养 KA 营销经理为各大企业做办公选址服务, 通过公司平台、端口维护、等渠道资源获取客户, 进行商务洽谈, 促成办公室租赁买卖签约; 该企业接纳 60 人以上的市场营销专业实习生到企业进行实习实训和顶岗实习。	市场营销策划 网络运营与推广 销售管理 客户服务与管理

6	中央红集团	成立于 1994 年，旗下拥有四大产业，九大品牌。集团以 300 余家社区连锁门店为中心，向产业上下游延伸发展，深耕 6000 亩有机土地，创建 10 万平方米绿色食品工业园，为企业门店打造前店后厂的城市健康新模式。集团以哈尔滨为大本营向全国发展大健康连锁产业，绿色食品超市、精品超市已先后落户北京、沈阳等地。该企业接纳 60 人以上的市场营销专业实习生到企业进行实习实训和顶岗实习。	市场营销策划 网络运营与推广 销售管理 客户服务与管理
---	--------------	--	--------------------------------------

3. 信息化教学条件

学院图书馆总建筑面积5554平方米，电子图书3015000册，新增纸质图书212997万册，电子专业期刊68150种，阅览室座位495个。市场营销专业电子期刊20种以上。学院实现无线网覆盖范围达到100%，校园网容纳用户数最高可达5万。现有网络营销实训室安装专业教学软件3套，客户关系管理软件、ITMC省级大赛软件和创业之星软件。建设、配备与本专业有关的音视频素材15个、教学课件15套、数字化教学案例库5个、虚拟仿真软件3套等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

(四) 教学资源

市场营销专业有市场营销教学资源15套，包括教学课件、教学习题，数字资源10套。能够满足市场营销专业学生学习及教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。本专业选用教材严格执行国家和省(区、市)关于教材选用的有关要求，各门专业课均按照规定选用国家规划教材包括“十二五”规划教材、“十三五”规划教材等新型规划教材。(教材选用使用的文件)

(五) 教学方法

市场营销专业实施教学采用理实一体化教学、案例教学和工学交替相结合的方法，因材施教、按需施教，在教学中教师注重实施灵活多元的教学模式，积极建设能够满足多样化需求的课程资源，市场营销专业创新服务供给模式，为学生终身学习提供服务。普及案例教学、情境教学、理实一体化等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。教学过程中注重融入市场营销专业职业素养和工匠精神培育。

(六) 学习评价

市场营销专业严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。严格考试纪律，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、毕业设计等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。在评价主体方面，以学校和企业联合评价为主，学生自评、同学互评为辅。广泛吸收就业单位、合作企业、主管部门、家长等参与学生质量评价，建立多方共同参与评价

的开放式综合评价制度。评价方法方面，根据学习内容的不同采取灵活的评价方法，思想政治教育提升课程采取技能考试与考查相结合，语言表达能力提升课程采用笔试与面试评价相结合，专业理论课程采用统一考题与随机抽题相结合，专业技能课程采用试卷与作品评价相结合，所有课程采用过程与结果评价相结合，单项与综合评价相结合，总结性与发展性评价相结合的多种评价方式。

(七) 质量保障

1. 遵循学校教学管理制度建立专业建设管理制度，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、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 按照学校设定的相关组织机构完善二级学院教学管理机制，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. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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. 专业教研组织应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。

十、毕业要求

(一) 学制及学分要求

学制三年。学生在学期间必须修满人才培养方案规定的145.5 学分方能毕业，其中人文素养与职业素质模块44学分，专业能力模块96.5学分，职业素质拓展模块5学分。

(二) 证书要求

1. 计算机能力要求

计算机能力要求：掌握计算机基本操作和常用办公软件的使用，达到全国计算机应用能力一级水平。

2. 外语能力要求

应具备基本外语交流和应用能力，达到高等学校英语应用能力考试B级水平。

3. 职业资格证书或职业技能等级证书

表 11 职业资格证书或职业技能等级证书

序号	职业资格证书或职业技能等级证书名称	颁证单位	等级	对应课程	说明
1	新媒体运营	新华网股份有限公司	中级、高级	新媒体营销、网络营销	选考
2	网店运营推广	北京鸿科经纬科技有限公司	中级、高级	网络营销、销售管理	选考

(三) 企业岗位实习经历要求

在相关销售企业实习不低于六个月（26.5周）。