



阜新高等专科学校
FUXIN HIGHER TRAINING COLLEGE

市场营销专业人才培养方案 (2022 级)



2022 年 5 月 20 日

【专业简介】

阜新高等专科学校市场营销专业是校重点改革试点专业，校级品牌专业。面向对普通高中及中职学校应往届毕业生及同等学历者招生，专业建于 2006 年，共培养学生 1000 多名，在校生近百名。

本专业师资力量雄厚，队伍结构合理，现有专任教师 9 名，其中教授 4 人，副教授 1 人，讲师 4 人。阜新市专业带头人 1 名；“双师型”素质教师占比为 67%，研究生以上学历占比 45%；具备企业工作经历的专任教师占比 45%。

本专业配备完善的专业实践教学资源，建有市场营销沙盘模拟、客户关系管理、电子商务、综合拓展、大数据会计等实训室 5 个，生产实践基地（实习超市）1 个，拥有近 20 余家深度合作的校企合作企业，并设有订单班。专业主要开设《市场营销学》、《电子商务基础》、《推销技巧》《营销策划》《市场调查与分析》《网络与新媒体营销》《客户关系管理》《销售管理》《数字营销》《广告与促销策划》《营销电商运营实战》等专业课程。学生初期实习与就业岗位主要围绕市场调研、产品销售、客户服务、市场推广、网络及门店运营等工作岗位，持续发展职业岗位为销售经理、市场经理、客户经理等。市场营销专业注重实践教学和校企合作，积极参加省市技能大赛，并获得一、二、三等奖。专业把建设与教育教学秉承“培养一名青年、成就一个家庭、拉动一方产业”的理念，积极落实立德树人根本任务，连续多年对口就业率均在 95%以上。

目 录

【专业简介】	1
一、专业名称及代码	- 1 -
二、入学要求	- 1 -
三、修业年限（学制）	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
表 1：市场营销专业职业面向表	- 1 -
五、培养目标与培养规格	- 1 -
（一）培养目标	- 1 -
（二）培养规格	- 1 -
六、毕业要求	- 2 -
七、课程设置及修读要求	- 2 -
表 2：分类课程学时与学分分类统计表	- 3 -
（一）公共基础与职业素质平台课（56 学分）	- 3 -
（二）专业平台课程（124 学分）	- 3 -
表 3 专业群平台课程设置一览表	- 3 -
表 4 专业核心课程设置一览表	- 4 -
表 5 专门化领域课程设置一览表	- 4 -
表 6 实习平台课程设置一览表	- 5 -
（三）公共选修与职业素质拓展课程（12 学分）	- 5 -
表 7 公共选修与职业素质拓展设置一览表	- 5 -
八、学年学期设置表	- 5 -
表 8 学年学期设置表	- 5 -
九、培养模式	- 6 -
十、实施保障	- 7 -
（一）师资队伍	- 7 -
表 8 师资队伍情况表	- 7 -
（二）教学设施---校内与校外实践教学保障情况	- 7 -
表 9 校内实践教学场所情况表	- 7 -
表 10 校外实践教学情况表（校企合作与产教融合）	- 7 -

(三) 教学资源	- 8 -
(四) 教学方法	- 8 -
(五) 学习评价	- 9 -
(六) 质量管理	- 9 -
十一、有关附件附表	- 9 -
修订日期：2022 年 5 月 20 日	- 9 -
(一) 专业建设指导委员会	- 9 -
(二) 课程设置情况表	- 10 -
1. 公共基础与职业素质平台课部分	- 10 -
2. 专业平台课部分	- 12 -
(三) 课程体系执行表 不用整理此部分！！	- 14 -
.....	- 14 -

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高中及中职学校应往届毕业生及同等学历者。

三、修业年限（学制）

学制：三年

四、职业面向

依据《国民经济行业分类》及《国家职业分类大典》，结合教育部 1+X 证书制度相关文件规定，按本专业培养目标，首要岗位为各类工商企事业单位的产品销售、市场推广、客户管理、网络及门店等营销、运营及管理人员，辅助岗位为市场调研、促销、广告策划等。

表 1：市场营销专业职业面向表

所属专业大类 (代码)	530000	所属专业类 (代码)	530605	对应行业 (代码)	
主要职业类别	财经商贸——工商管理				
主要岗位类别	产品销售 市场推广 客户服务 网络与门店运营管理				
(1+X 证书)	数字营销 新媒体运营				

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，积极培育和践行社会主义核心价值观，培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展的社会主义现代化建设事业的建设和者和接班人。本专业围绕国家社会主义市场经济重大需求，面向各级各类工商企事业单位的营销等领域，培养具备良好科学文化素质与人文修养、具备优秀职业道德与创新意识、掌握良好的专业理论知识与专业实践技能的专业技术人才，全面服务于区域产业经济发展。

（二）培养规格

1. 素质结构要求

（1）思想道德素质：坚定拥护中国共产党领导和社会主义制度，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；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。

（2）文化素质：具有一定的审美和人文素养，能进行良好的工作实用文体撰写，培育良好的自觉学习能力与阅读习惯，热爱文艺体育活动。

（3）身心素质：具有健康的体魄、健康的心理和健全的人格，掌握基本运动知识，有良好的健康卫生习惯和生活行为习惯；吃苦耐劳、乐观向上，具有良好的自我管理自我约束能力、职业发展规划的能力，有较强的集体意识和团队合作精神。

（4）专业素质：热爱营销事业，立足工商业，有良好的“全心全意为人民、为客户”的情怀，和服务于社会主义市场经济发展的良好知识素养与愿望；有质量意识、

效益意识、标准意识、环保意识和安全意识，立足产业经济发展，丰富和完善自身知识能力结构。

2.知识结构要求

(1) 工具性知识：具备信息查询检索、数据收集分析与运用、信息技术操作与运用、新媒体应用及岗位应用文体撰写等必备的工具性知识。

(2) 专业基础知识：掌握市场营销学、经济法基础、统计学与商业数据分析、营销电商文案写作、经济学原理、管理学基础等基本理论和基本知识，能充分保障市场营销技能课程任务的学习，并能综合有效的应用于市场营销工作中。

(3) 专业核心知识：完全掌握并具备消费者行为学、市场调查与分析、推销技巧、营销策划、商务谈判、客户关系管理、电子商务基础、销售管理、市场营销案例分析的基本理论和实践技能，形成知识体系，并能综合有效的应用于市场营销工作中。

(4) 专业拓展知识：能掌握短视频与图文制作技术、数字营销、市场营销沙盘模拟实训、公关与礼仪、网络与新媒体营销、连锁经营与管理、广告与促销策划、会计基础、房地产营销、汽车营销、营销电商运营实战的基本理论和实践技能，并能综合有效的应用于市场营销工作中。

3.能力结构要求

(1) 基本能力：具有较强的表达能力，能有效运用沟通理论和技巧，有良好的团队意识与能力，能与服务对象与工作群体进行有效沟通，能进行总结及工作报告撰写、开展有关业务活动方案、计划制订与实施；具有良好的网络与信息化技术应用能力，会使用 Word 文档、Excel 表格、PPT 文稿制作演示、业务数据材料整理分析能力、有基础性新媒体技术应用能力，可以进行微信公众号维护与信息发布等。

(2) 专业能力：具有探究学习、发现分析问题和解决问题的能力；具有市场营销、电子商务、网络新媒体知识技能的实践应用运营能力；具有商务统计数据分析和信息工具技术应用的能力；具有运用法律法规进行市场营销活动的的能力；具有运用经济学方法分析解决问题的能力；具有商务应用文写作能力；具有市场调查与分析能力，根据市场信息制定合适的市场营销方案；具有洞察分析消费者行为和心理的能力；具有运用实体店、新媒体、电子商务等各类平台进行线上线下产品推销销售的能力；具有进行营销策划并组织实施的能力；具有客户开发、客户管理、客户服务、客户维护的能力；具有商业视频与图像制作能力；具有运用各种广告、促销手段进行市场开发拓展推广能力；具有良好的语言、文字表达和与客户进行有效沟通的能力。具有销售计划、任务、流程、控制、目标的组织管理的能力；具有企业团队部门人员组织管理能力；具备公共关系与商务礼仪规范应用能力；具备进行数字营销、精准营销能力；

(3) 创新能力：具备一定的以互联网、大数据及电子信息为核心的创新性思维能力；具有本行业新知识、新技术的敏感度和探究学习的意识；具有持续关注市场营销行业和市场发展动态的意识。

六、毕业要求

在规定学制期间完成培养计划中规定课程的学习且课程成绩均达到及格或以上水平，总学分达到的 176 学分，方可毕业并获得本专业毕业证书。

七、课程设置及修读要求

本专业的课程包括公共基础与职业素质平台课、专业平台课和公共选修与职业素质拓展课程三部分，并涵盖有关实践教学与岗位实习环节，共 176 学分。

表 2：分类课程学时与学分分类统计表

类型	名称	总学时	学分	实践学时	实践学时占
公共基础课	1. 公共基础与职业素质平台课	764	44	304	40%
	2. 公共选修与职业素质拓展课程	192	12	56	5%
专业理论与实践课程	3. 专业群平台课程	296	18	114	38.5%
	4. 专业核心课程	522	29	250	47.9%
	5. 专门化领域课	594	33	356	59.9%
	6. 实习平台课	720	40	720	100%
合计		3080	176	1856	60.3%

(一) 公共基础与职业素质平台课 (56 学分)

通识教育课程分为思想政治素质与爱国主义教育课程、国防军事、双创教育与实践劳动、基础文化素质能力培养四类，共 56 学分，其中必修学分 44 学分，选修学分 12 学分。

1. 思想政治素质与爱国主义教育课程

思想政治素质与爱国主义教育课程包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想、形势与政策、四史教育课程，共 11 学分，174 学时，全部为必修课程。主要引导学生增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦之中。

2. 国防军事理论课程

教学内容包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备。通过国防和军事课教学，使大学生了解当前国际军事斗争形势，掌握基本的军事技能和军事理论知识，履行法律所赋予的义务，为其成为高素质的社会主义建设者和保卫者奠定基础。

3. 双创教育与实践劳动课程

培养创新思维与创业能力兼具的技能人才,服务地方区域经济发展,积极推动创新创业教育与思想政治教育紧密结合,与专业教育深度融合,促进学生全面发展,让创新引领创业,以创业带动就业。在教学实施过程中完成大学生职业生涯规划、大学生创新创业指导、大学生就业指导三个主要方面的教学内容，同时积极开展多种形式的创新创业活动与竞赛。

结合专业人才培养，依托实习实训和社会实践，使学生参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强学生的职业认同感和劳动自豪感，培育学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。每学期开设劳动教育课，并积极融入各假期的社会实践过程之中。

(二) 专业平台课程 (124 学分)

专业教育课程包括专业群平台课、专业核心课、专门化领域课和实习平台课。

1. 专业群平台课程 (全部为必修课程)

本专业设置 6 门专业群平台课程，共 18 学分,全部为必修课程。

表 3 专业群平台课程设置一览表

课程名称	课程代码	学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
市场营销学		4	64	38	26	1
经济法基础		4	64	38	26	1
统计学与商业数据分析		4	64	38	26	1
营销电商文案写作		2	32	20	12	1
经济学原理		2	36	24	12	2
管理学基础		2	36	24	12	2

2.专业核心课程（全部为必修课程）

本专业设置 8 门专业核心课程，共 29 学分,全部为必修课程。

表 4 专业核心课程设置一览表

课程名称	课程代码	学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
消费者行为学		4	72	44	28	2
市场调查与分析		4	72	44	28	2
推销技巧		4	72	44	28	2
营销策划		4	72	44	28	3
客户关系管理		3	54	32	22	3
电子商务基础		3	54	32	22	3
销售管理		3	54	32	22	4
市场营销案例分析		4	72	0	72	4

3.专门化领域课（全部为必修课程）

本专业设置 12 门专门化领域课程，共 33 学分,全部为必修课程。

表 5 专门化领域课程设置一览表

课程名称	课程代码	学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
短视频与图文制作技术		2	36	0	36	2
商务谈判		2	36	24	12	3
网络与新媒体营销		4	72	44	28	3
广告与促销策划		2	36	22	14	3
市场营销沙盘模拟实训		4	72	0	72	3
连锁经营与管理		2	36	22	14	4
会计基础		2	36	22	14	4
公关与礼仪		3	54	32	22	4
数字营销		4	72	36	36	4

房地产营销		2	36	18	18	4
汽车营销		2	36	18	18	4
营销电商运营实训		4	72	0	72	4

4.实习平台课（为必修课程）

本专业设置 2 门岗位实习平台课程，共 44 学分,为必修课程。

表 6 实习平台课程设置一览表

课程名称	课程代码	学分	周学时	理论学时	实践学时	开课学期
认识实习（1-2-3-4）	-----	4	72	0	72	1-2-3-4
岗位实习	062900027ab	44	720	0	720	5-6

（三）公共选修与职业素质拓展课程（12 学分）

公共选修与职业素质拓展课程分为一级、二级选修课程和职业能力提升课程三个部分，共 12 学分，为选修学分。

表 7 公共选修与职业素质拓展设置一览表

课程分类名称	开设要求	备注
人文科学类选修课程（校级）	学校按年度统一开设，各专业学生选择学习。	可进行学分转化计算
自然科学类选修课程（校级）	学校按年度统一开设，各专业学生选择学习。	可进行学分转化计算
学生社团（校级）	参加社团获奖并获得学分	可进行学分转化计算
文体竞技（校级）	参加文体竞技获奖并获得学分	可进行学分转化计算
选修课（系级）	二级教学单位开设学生选择学习	不进行学分转化计算
大学生课外活动（系级）	----	不进行学分转化计算
专业第二课堂	参加校内专业第二课堂成绩排名前 10%可获得学分。	可进行学分转化计算
专业技能竞赛	学生职业技能大赛获奖可获得学分。	可进行学分转化计算
英语等级证书	英语等级证书获得学分可与相应级别的英语课程学分互认。	可进行学分转化计算
计算机等级证	计算机等级证书获得学分可与信息技术课程学分互认。	可进行学分转化计算
1+X 证书	获得本专业 1+X 证书可与专业核心课程学分互认。	可进行学分转化计算

八、学年学期设置表

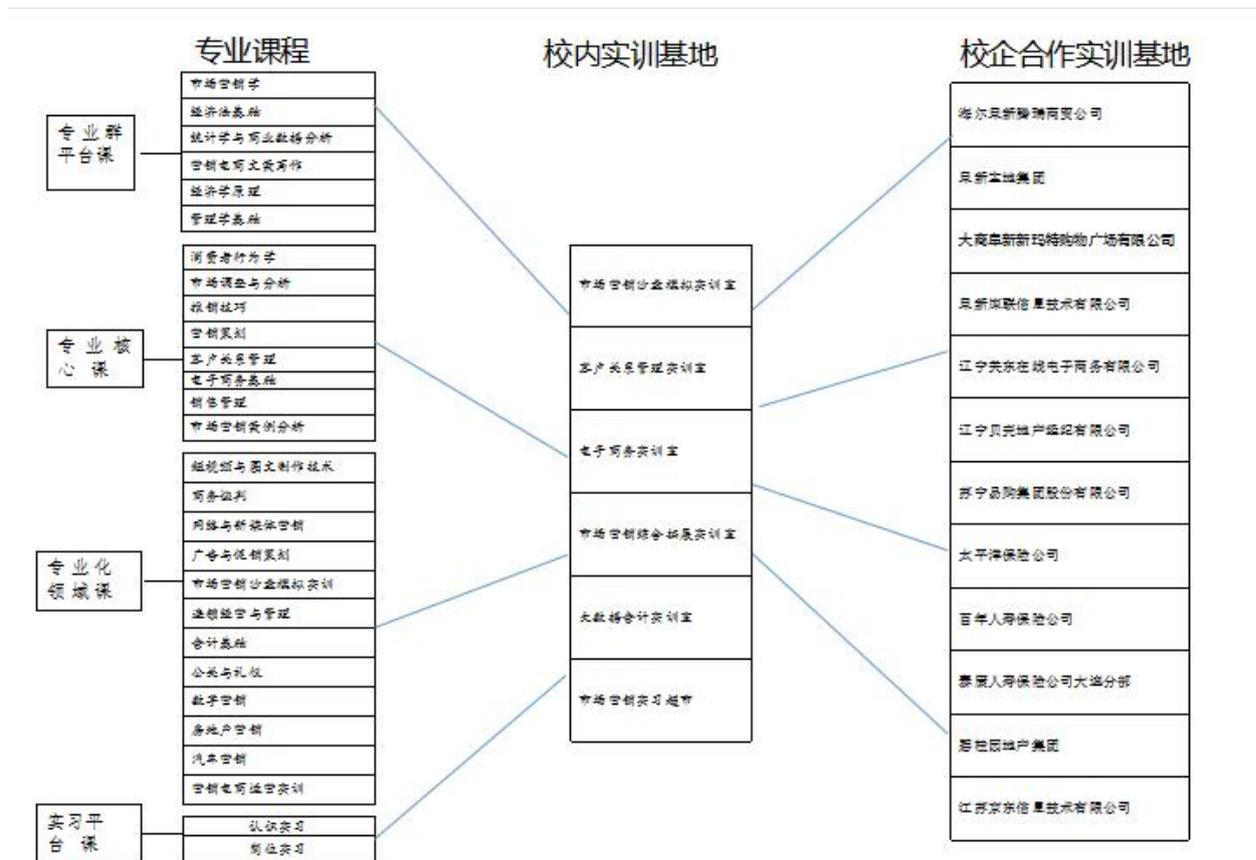
表 8 学年学期设置表

年 级	一		二		三	
	1	2	3	4	5	6
学 期	1	2	3	4	5	6
学期总周数	20	20	20	20	20	20
军训周数	2	0	0	0	0	0
考试周数	1	1	1	1	1	1
社会实践周数	1	1	1	1	7	7

上课周数	16	18	18	18	12	12
------	----	----	----	----	----	----

九、培养模式

按照“校企合作、产教融合、知行合一”的职业教育理念实施专业实践教学体系的改革创新，市场营销专业在具体的专业建设模式与实践教学体系改革创新发展中，始终将企业的育人作用、企业参与专业人才培养过程的覆盖度、行业企业的技术（专业社会服务能力）需求与实践教学有机融合做为核心任务进行深入探索和实践，实施起“教、训、服”三位一体的市场营销专业教学体系与培养模式。教学团队本着积极落实“立足专业、面向行业、融入产业、成就职业”的专业教学思想，切实履行“培养一名青年、成就一个家族、拉动一方产业”的职业教育责任担当，落实好立德树人根本任务，努力在对标财经商贸类工商企事业单位用人标准达成的目标下，实施了实践教学体系改革创新，即遵循职业教育改革发展的基本模式路径，又在深入开展学情分析的基础上依托此类专业特点进行了针对性的实施，将市场营销、电子商务、新媒体、网络及门店运营管理等行业企业和社会群体的技术需求与实践教学素材的保障通过校企共建的生产性实践教学基地进行对接，在保证实践教学质量提升与专业社会服务能力建设的同时，完成了此类专业实践课程体系构建任务。



十、实施保障

(一) 师资队伍

表8 师资队伍情况表

教师性质	姓名	教师职业能力情况
校内专任	海秋丹	锦州师范大学、辽宁大学本科 学士；东北师范大学 硕士
校内专任	包红君	辽宁师范大学 本科 学士；东北师范大学 硕士
校内专任	赖宝成	辽宁师范大学 本科 学士
校内专任	田洪远	辽宁师范大学 本科 学士
校内专任	韩桂英	辽宁师范大学 本科 学士
校内专任	郝娜	辽宁工程技术大学 本科 学士
校内专任	王晶儒	渤海大学 本科 学士；辽宁工程技术大学 硕士
校内专任	苗奥	大连医科大学 本科 学士
校内专任	洪光	辽宁工程技术大学 硕士

(二) 教学设施---校内与校外实践教学保障情况

1、校内实践教学条件情况表

表9 校内实践教学场所情况表

序号	实践场所名称	主要完成的实训项目	设备值
1	市场营销沙盘模拟实训室	市场营销沙盘模拟实训	40.4
2	客户关系管理实训室	客户关系管理、客户服务、销售管理	10
3	电子商务实训室	电子商务、网络与新媒体营销、数字营销、短视频与图文制作	10.8
4	市场营销综合拓展实训室	商务谈判、营销策划、广告与促销、公共关系与礼仪、市场营销案例分析	9.5
5	大数据会计实训室	市场调查、会计基础、统计学与商业数据分析	99.2
6	市场营销实习超市	连锁经营与管理、营销电商运营实战	10

2、校外实践教学条件情况表

表10 校外实践教学情况表（校企合作与产教融合）

序号	企业名称	主要合作内容
1	海尔阜新腾瑞商贸公司	成立于2012年，经营范围为销售海尔家用电器类产品，地点：阜新，为学生提供短期销售推广类实习见习工作。
2	阜新宝地集团	成立于2011年，经营范围为房地产开发、温泉康养旅游，地点：阜新，为学生提供综合类实习见习工作
3	大商阜新新玛特购	成立于2004年，是集百货零售、超市大卖场、大商电器专卖店、餐饮娱乐于一体的一站式购物中心，总面积4万平方米。地点：阜新，为学生提供短期销售推广促销类实习见习工作。

	物广场有限公司	
4	阜新库联信息技术有限公司	成立于2016年,经营范围包括信息技术咨询、互联网信息服务,农、林、牧产品、食品及饮料、文化、体育用品及器材、纺织、服装及日用品、机械设备、五金产品、电子产品销售。地点:阜新,为学生提供电子商务类实习、见习工作
5	辽宁关东在线电子商务有限公司	成立于2016年,是以互联网服务为基础的信息科技公司,是东北地区较具影响力的电商服务型企业。业务涵盖电子商务托管、运营咨询与策划、网络营销、工具开发、新媒体开发等方面。基础业务服务于辽西地区2000多家大中小企业。农村电商项目,建成230多家村镇服务站,服务农民5万多户。特产电商,在线产品超过1000多个品类。中小企业的联合办公采购服务与后勤保障服务和定向电商采购与消费服务。地点:阜新,为学生提供电子商务类实习、见习工作
6	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,提供包括二手房、新房、租赁和家装等全方位居住服务。覆盖全国超过50个城市,服务超过2亿的社区家庭,连接20万职业经纪人和2万家门店,赋能超过30个品牌。经营范围:房地产销售与租赁 地点:沈阳大连,为学生提供房地产类实习见习工作
7	苏宁易购集团股份有限公司	苏宁易购,是苏宁易购集团股份有限公司旗下新一代B2C网上购物平台,现已覆盖传统家电、3C电器、日用百货等品类。2011年,苏宁易购强化虚拟网络与实体店面的同步发展,目前位居中国B2C市场份额前三强。总部位于南京。“苏宁易购遍及全国30多个省1000个配送点3000多个售后服务网点。经营范围:电子商务平台 地点:南京、阜新,为学生提供电子商务类实习见习工作
8	太平洋保险公司	成立于1991年,是中国第二大财产保险公司,也是三大人寿保险公司之一。经营多元化保险服务,包括人寿保险、财产保险等,地点:沈阳,为学生提供保险类实习见习工作
9	百年人寿保险公司	成立于2009年,总部大连,经营范围:人寿财产等保险业务,地点:沈阳,为学生提供保险类实习见习工作
10	泰康人寿保险公司大连分部	成立于1996年,总部位于北京,经营范围:人身保险、资产管理、医疗养老、健康管理等多领域,地点:大连,为学生提供保险类实习见习工作
11	碧桂园地产集团	成立于1992年,是一家以房地产为主营业务,涵盖建筑、装修、物业管理、酒店开发及管理、教育等行业的国内著名综合性企业集团,中国房地产十强企业。涉及酒店、教育、等多个行业。经营范围:房地产开发与销售,地点:阜新,为学生提供房地产类实习见习工作
12	江苏京东信息技术有限公司	成立于1998年,旗下设有京东商城、京东金融、拍拍网、京东智能、O2O及海外事业部等。经营范围:电子商务平台 地点:宿迁,为学生提供电子商务类实习见习工作

(三) 教学资源

教材选用国家高职高专规划教材,同时使用国家职业教育资源数字资源库(智慧职教平台),积极使用国家精品课资源网,中国大学慕课等网络教学平台进行日常教学,达到传统教材与数字化教材兼容使用;校本教学资源可供学生免费使用;学校图书馆有大量相关专业的期刊、专业用书和影像资料,上述教学资源可满足学生日常教学需求。

(四) 教学方法

在教学过程中通过深入开展学情分析、教情分析,在遵循科学性 with 教育性相结合原则下,以学生必备的理论知识与岗位实践技能要求达成为目标,能过采取基于智慧职教平台的线上线下混合教学体系的构建进行课程教学。

1.专业群平台课的理论教学主要采取讲授法、讨论法、直观演示法、练习法、读书指导法、网络课件辅助教学法,实践教学采取现场实验室直观演示法、实验法、校内生产实训室轮岗实训法,校外实践企业参观教学法、现场体验教学法进行。

2.专业核心骨干课的理论教学采取讲授法、讨论法、直观演示法、练习法、网络课件辅助教学法,实践教学采取校内实验实训室实验法、校内生产实践室轮岗实训法,校外实践企业参观教学法、现场实践教学法进行。

3.专业定向课程以企业岗位学习为主，根据学生选择的就业方向 and 岗位，在相关企业进行实习，配套采取 123X，“1”指完成人才培养方案中要求的理论知识和专业素养，获得 1 个学历证书；“2”指校企共建实习基地和企业订单班的两种岗位育人途径；“3”理论讲授、实训演练、岗位练兵三位一体的教学方法。“X”可以考取多种行业证书。

（五）学习评价

总体原则：以人为本，侧重过程，综合评价，理论适度够用，实践必须达成。在教学评价过程中突出过程性考核评价，侧重学生实操能力，强化综合素质考核。

公共课、专业基础课采取过程性考核评价、实训成绩、期末试卷相结合的综合考核评价，侧重过程性考核评价；专业核心课、专业选修课采取过程性考核评价、实训成绩、期末试卷相结合的综合考核评价，侧重实训成绩；专业定向课程采取三位一体(企业、技术指导教师、教师)考核评价体系，强化综合素质考核，企业 20%，技术指导教师 30%，教师 50%；顶岗实习采取三位一体(企业、技术指导教师、教师)考核评价体系，强化综合素质考核，企业 30%，技术指导教师 30%，教师 40%。

（六）质量管理

建立和完善专业建设诊断和改进制度，根据人才需求市场变化和实践教学不断改进和完善人才培养方案，做到每届一方案，总体稳定适时调整优化完善。建立完整的教学监督和评估制度，对各科目授课内容和效果做出客观评价。通过校系两级联运机制的建立将教学评价与教学督导纳入教育教学全过程。建立教研室人才培养方案、课程标准定期讨论机制，发挥专业骨干教师积极性，提升人才培养质量。

十一、有关附件附表

- （一）专业建设指导委员会
- （二）课程设置情况表
- （三）课程体系执行表
- （四）专业人才培养方案审定意见

修订日期：2022 年 5 月 20 日

（一）专业建设指导委员会

姓名	职务	工作单位/职务	联系电话
魏彤光	主任	阜新高等专科学校/副校长	18641877887
李春雨	副主任	阜新高等专科学校/教务处长	13898541802
包冉	副主任	阜新高等专科学校/财经商贸系主任	18504189518
袁明	副主任	辽宁省电商协会/副会长	15141816616
王艳秋	副主任	阜新新玛特集团千盛百货公司/总经理	15042576758
海秋丹	成员	阜新高等专科学校/教研室主任	18504189860
包红君	成员	阜新高等专科学校/教师	18504189648
洪光	成员	阜新高等专科学校就业办/副主任	18504189725
胡小光	成员	辽宁关东在线有限公司/总经理	15041824751
高金宝	成员	阜新库联信息技术有限公司/总经理	13104188144
刘宝	成员	阜新腾瑞海尔商贸公司/总经理	14740801111

(二) 课程设置情况表

1. 公共基础与职业素质平台课部分

课程名称	课程目标	课程主要教学内容	课程教学要求 (考核评价体系)
思想道德与法治	引导学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华民族传统美德，弘扬中国精神，尊重和维 护宪法、法律权威，提升思想道德素质和法治素养，从而使 学生具备优秀的思想道德素质和法治素养。	主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。包括思想政治教育、道德教育、法治教育等内容。	理论+实践 期末考试+平时 实践过程性考核
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	使学生对马克思主义中国化过程中形成的理论成果有更加准确的把握；对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革、复兴的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解；使学生学会运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题。	以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，反应中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新理论成果（习近平新时代中国特色社会主义思想）为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映全面建成社会主义现代化强国、实现中华民	理论+实践 期末考试+平时 实践过程性考核

		族伟大复兴中国梦的战略部署。	
形势与政策	使学生更加准确地把握党的历史发展的主题主线、主流本质；使学生正确认识我国经济社会发展形势、政策及其给自身带来的机遇和挑战；使学生更加透彻的理解党的创新理论，坚定走好中国道路、实现中华民族伟大复兴的信心和决心；引导广大学生为社会主义现代化建设奉献青春力量。	以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记最新重要讲话精神为主线，全面贯彻落实党的历次全会精神，系统阐释党的百年奋斗重大成就和历史经验，深入阐释我国沉着应对百年变局和世纪疫情，深入阐释“十四五”良好开局和发展态势及党中央关于经济发展、新发展理念、构建新发展格局等重大决策部署，充分反映习近平总书记关于时代趋势和国际局势的重大判断。	理论 平时过程性考核
大学美育	1. 通过艺术、自然、社会人生诸种形态的审美教育以及潜移默化的方式，培养大学生健康完整的人格。 2. 借助新媒体手段，适应媒体变革带来的对教育方式、思维方式的变革，实现新媒体环境下的最优化教学效果。	大学美育课程共6个部分，第1部分导论包括审美教育溯源等内容；第2部分美术之美包括再现与表现、意境等内容；第3部分诗歌之美包括抒情表意等内容；第4部分戏剧之美包括剧场之美等内容；第5部分人生之美包括人生之美的前提等内容；第6部分小城之美包括潮州小城之美探寻等内容。	理论教学 考查
军事理论与国防教育	。国防教育——军事理论课程是按照中国《兵役法》《国防法》《国防教育法》等法律基本要求开设的，通过国防教育——军事理论课程学习，增强大学生的中国国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，树立总体中国国家安全观，为中国国家培养高素质后备人才奠定基础。	概述：介绍习近平强军思想及新时代国防教育；中国国防：讲述了国防教育概念及法规，以及现代国防的内涵和外延等内容；国家安全：讲述了分析国际战略格局及中国周边的安全形势的方式；军事思想：讲述了中国源远流长、博大精深的军事思想发展史及其特点，以及毛泽东军事思想的概念及内容；现代化战争：讲述了新军事变革的发展趋势及战争形态的发展历史，以及当今面临的战争形式；信息化装备：讲述了信息化装备及新概念武器、核生化武器等；军事高技术：讲述了军事与技术发展的关系、技术对中国国防的重大影响。	理论教学 考查
大学生创新创业教育	本课程目的是为大学生创新创业提供全面指导，帮助大学生培养创新精神、创业意识和创新创业能力。不仅为大学生创新创业理论知识积累，而且为有志于创新创业的大学生提供平台支持，让大学生在最短的时间内最大限度地延展人生的宽度和广度，积累起人生最宝贵的经验值和成就感。	了解创新创业的内涵和知识；提升创新创业能力；辨识创新创业机会；整合创新创业资源；选择创新创业模式；规避创新创业风险；制定创新创业计划并实践。	本课程采取线上线下教学相结合的方式，教学。成绩评定采用过程性评价考核：课件学习20%+出勤20%+课堂参与10%+作业20%+期末考试30%
大学生职业发展与就业指导	通过本课程教学，使学生树立起职业生涯发展的自觉意识，树立积极正确职业态度和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力的积极态度。	了解职业发展的阶段特点；清晰地了解自身角色特性、未来职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场相关信息、相关的职业分类知识以及就业创业的基本知识。	本课程采取线上线下教学相结合的方式，教学。成绩评定采用过程性评价考核：课件学习20%+出勤20%+课堂参与10%+作业20%+期末考试30%。

<p>社会实践与大学生劳动教育</p>	<p>准确把握社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，通过劳动教育弘扬劳动精神，促使学生形成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，全面提高学生劳动素养，增强学生社会实践能力，培养他们的社会责任感，弘扬砥砺奋进的时代精神，促进学生全方面发展。</p>	<p>根据新时代劳动教育精神以及人才培养方案，明确劳动教育课程的教学目标，以劳动精神、劳模精神和工匠精神为核心加强马克思主义劳动观理论教育，落脚劳动实践教学，劳动教育实践教学内容主要包括日常生活劳动教育、生产劳动教育和服务性劳动教育三个方面。</p>	<p>要求学生完成规定次数的实践活动，实践活动完成过程和效果由二级系部负责考核。</p>
---------------------	---	---	--

2. 专业平台课部分

课程名称	课程目标	课程主要教学内容	课程教学要求 (考核评价体系)
消费者行为学	掌握消费者在购买过程中的心理状态和一般规律和特征，促进企业的营销活动。	消费者行为学概述、消费者心理活动的基本过程、消费行为与购买决策、个性心理因素对消费行为的影响、群体与社会阶层对消费心理的影响、社会环境因素对消费心理的影响、商品设计心理分析、价格心理分析、广告心理分析、新产品设计、销售与消费心理分析、营销沟通与消费心理	日常考核评价、实训成绩、期末试卷相结合的综合考核评价
市场调查与分析	掌握市场调研的内容、方案制定、问卷设计、调研的组织实施、信息资料的整理分析、市场调研报告的撰写	设计市场调查计划书选择市场调查方法、设计市场调查问卷、选择和市场调查组织方式、组织实施市场调查、整理分析市场调查资料、市场预测与定性预测、定量预测、撰写市场调查报告	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价
推销技巧	掌握推销的基本理论；推销员应具备的素质与能力；推销基本礼仪；推销的基本过程及各环节的操作要求；推销管理内容和方法	推销概述、推销人员、推销礼仪、寻找顾客、推销接近、推销洽谈、处理顾客异议、推销成交、电话推销与店堂推销、推销人员的管理	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价
营销策划	掌握营销策划内涵，战略制定阶段；掌握产品、价格、渠道、促销、品牌、企业形象、公关策划的基本理论、内容、程序和方法；理解营销策划创新理念	营销策划一般原理、营销策划基本流程、调查研究、市场定位策划、市场竞争策划、企业形象策划、顾客满意策划、产品策划、价格策划、分销策划、创新策划	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价
客户关系管理	掌握客户开发管理、信息管理、分类管理、信用管理、满意管理、服务管理、忠诚管理的主要内容和工作方法，熟悉客户关系管理软件的使用。	客户关系管理概述、客户的选择、识别与寻找、客户调查与信息管理、客户分类管理、客户信用管理与追债实务、客户满意管理、客户忠诚管理、客户服务管理、客户关系管理	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价
电子商务基础	掌握电子商务的基本概念、框架；电子商务模式；网络营销和移动电子商务；电子商务的洽谈、运作、营销推广、电子支付、物流等相关流程；电子商务安全技术、法律法规。	认识电子商务、电子商务的框架与环境、电子商务的模式、电子支付、应用网络营销、电子商务物流体系、电子商务安全基础、电子商务的法律制度、移动电子商务、电子商务典型案例	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价
销售管理	掌握销售管理的模式；设计并改进销售组织；进行销售人员	主要内容：销售组织与团队管理、销售过程管理、销售网络管理、客户关	强化过程性考核评价，过程性考

	的管理；销售网络的组建；运用各种方法进行销售竞争。	系管理、销售领导、销售竞争、销售评价等。	核评价和期末考试相结合的综合考核评价
市场营销案例分析	熟悉理解营销典型案例、综合案例、前沿案例，并应用于营销实践之中，培养学生的综合职业能力。	市场分析案例、购买行为案例、STP 战略案例、市场竞争战略案例、产品策略案例、品牌建设案例、包装策略案例、价格策略案例、分销渠道案例、促销案例、营销综合案例、营销前沿案例	强化过程性考核评价，过程性考核评价和期末考试相结合的综合考核评价

(三) 课程体系执行表

不用整理此部分！！

序号	课程名称	课程类别	课程代码	教学形式	授课方式	评价方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	开设学期	按学期开设课程（周学时）								
												第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年			
												1	2	3	4	5	6			
1	思想道德与法治	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	3	54	40	6	1	是	3							
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	4	64	64	0	2	是		3						
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	3	54	36	18	3	是			3					
4	形势与政策	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	36	0	1-6	是	是	是	是	是	是	是	是	
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	1	是	是							
6	中国历史教育	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	2	是	是							
7	中国传统文化与非遗教育	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	3	是	是							
8	马克思主义基本原理	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	4	是								
9	大学英语	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	4	是								
10	军训	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	3	54	0	54	1	是	是							
11	军事理论与国防教育	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0	3	是								
12	大学生创新创业教育	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	1	18	0	0	2-3	是		是						
13	大学生职业生涯规划与就业指导	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	1.5	24	12	12	1+4+0	是	是					是	是	
14	社会实践与大学生创新创业教育	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	2.5	40	0	40	1-4	是	是							
15	课程1-2-3	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	6	104	30	74	1-3	是	2	2	2					
16	课程1-3-3	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	10	172	172	0	1-3	是	4	4	0					
17	信息技术	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	4	64	0	64	1	是	4							
18	大学生心理健康	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	0	36	10	10	1-2	是	是							
19	大学生卫生健康	公共基础		理论+实践	学时授课	考试	1	18	0	0	1+4	是	是							
公共基础课程组计入总学时、周学时数及学分合计							40	700	470	314			13	0	2	0	0	0	0	
20	市场营销学	专业基础	062003002a	理论+实践	学时授课	考试	4	64	30	20	1	是	4							
21	经济法基础	专业基础	063003003a	理论+实践	学时授课	考试	4	64	36	28	1	是	4							
22	统计学与商业数据分析	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	4	64	30	20	1	是	4							
23	营销信息管理系统	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	32	20	12	1	是	2							
24	经济学原理	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	24	12	2	是		2						
25	管理学基础	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	24	12	2	是		2						
26	商务礼仪	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	4	72	44	28	2	是	4							
27	市场调研与策划	专业基础	063003005a	理论+实践	学时授课	考试	4	72	44	28	2	是	4							
28	推销技巧	专业基础	0630030100	理论+实践	学时授课	考试	4	72	44	28	2	是	4							
29	营销策划	专业基础	063003012a	理论+实践	学时授课	考试	4	72	44	28	2	是			4					
30	客户关系管理	专业基础	063003014a	理论+实践	学时授课	考试	3	54	30	24	2	是			3					
31	电子商务基础	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	3	54	32	22	2	是			2					
32	网络营销	专业基础	063003018a	理论+实践	学时授课	考试	3	54	30	24	4	是					3			
33	市场营销案例剖析	专业基础		实践教学	学时授课	考试	4	72	0	72	4	是						4		
34	搜索引擎优化技术在营销中的应用	专业基础		实践教学	学时授课	考试	0	36	0	36	0	是		0						
35	商务谈判	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	24	12	2	是			2					
36	网络与新媒体营销	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	4	72	44	28	2	是			4					
37	广告与促销策略	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	22	14	2	是			2					
38	市场营销沙盘模拟实训	专业基础		实践教学	学时授课	考试	4	72	0	72	3	是						4		
39	谈判技巧与管理	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	22	14	4	是					2			
40	商务谈判	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	22	14	4	是					2			
41	公共与礼仪	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	3	54	30	24	4	是					3			
42	数字营销	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	4	72	36	36	4	是						4		
43	移动互联网营销	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	0	36	10	10	4	是						0		
44	汽车营销	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	2	36	18	18	4	是						2		
45	营销电商运营实训	专业基础		理论+实践	学时授课	考试	4	72	0	72	4	是							4	
46	岗位实习	专业基础		实践教学	学时授课	考试	40	720	0	720	0-6	是							30	30
专业基础课程组计入总学时、周学时数及学分合计							120	2130	692	1440			14	16	22	24	26	30	30	
1	人文科学英语课程（选修）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	1	16	16	0		否								
2	自然科学英语课程（选修）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	1	16	16	0		否								
3	学生社团（选修）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	1	16	0	16		否								
4	写作英语（选修）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	1	16	0	16		否								
5	选修课（系选）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0		否								
6	大学生课外英语（系选）	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	0.5	9	0	0		否								
7	专业第二课堂	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	0	0	0	0		否								
8	专业拓展课程	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	1	16	0	16		否								
9	英语等级证书	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	0.5	0	0	0		否								
10	计算机等级证书	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	0.5	0	0	0		否								
11	1+X证书	公共选修		理论+实践	学时授课	考试	3	48	0	48		否								
公共选修与职业技能拓展课程组计入总学时、周学时数及学分合计							13	192	72	120			27	27	29	26	30	30		
总计							170	3116	1042	1674			27	27	29	26	30	30		

(四)

2022 级人才培养方案制（修）订审核意见表

教学单位名称		财经商贸系			
人才培养方案专业名称		市场营销			
制（修） 订参与人	姓名	职称	学历学位	工作年限	人员身份
	海秋丹	教授	双本科硕士	26	教研室主任
制（修） 订依据	1. 《高等职业学校专业教学标准》； 2. 教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成[2019]13号）； 3. 教育部职成司《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函[2019]61号） 4. 《阜新高等专科学校专业人才培养方案制订工作指导意见》				
制（修） 订基本 情况					
教学单位审核意见： 负责人签字（公章）： 年 月 日			教务处审核意见： 负责人签字（公章）： 年 月 日		
学校主管 领导意见	负责人签字（公章）： 年 月 日				
学校党委 意见	负责人签字（公章）： 年 月 日				

