2021级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、招生对象与学制

本专业招收中等职业学校、普通高中学校毕业生及同等学历者。全日制三年。

三、人才培养目标

（一）培养目标

本专业坚持立德树人、德技并修，面向生产、商贸等行业企业，培养适应生产、建设、服务和管理第一线需要的德、智、体、美、劳全面发展，具有从事本专业对应的职业道德、敬业精神和创新意识，掌握网络营销、市场调查与预测、市场营销策划等基本理论和专业基础知识，具备市场调研、广告策划、市场开发、营销管理、业务洽谈、推销服务、网络营销等专业技能，能够胜任业务员、客户管理、区域销售经理、网络运营专员、网站推广专员、SEO专员、SEM推广专员、网络营销经理、运营经理等岗位工作的高素质技术技能型人才。

（二）培养规格

1、知识目标

（1）热爱祖国，拥护共产党的领导，遵纪守法；掌握马克思主义、毛泽东思想和新时代中国特色社会主义思想理论体系的基本原理；培育和践行社会主义核心价值观，树立正确的人生观和价值观；

（2）掌握经济学、管理学、统计学和现代市场营销学的基本理论、基

本知识；

（3）熟悉企业市场营销及管理所需的经济、法律、财会、数学等方面基础知识；

（4）具有基本的文化素质和良好的职业道德；

（5）熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规以及国际市场营销的惯例和规则；

（6）掌握国际贸易及网络营销的相关知识；

（7）掌握数字营销的理论知识及相关技能。

2、能力目标

（1）具备在企业第一线从事市场营销、策划、管理的业务能力；

（2）具备依法经营和依法保护企业合法权益及运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力；

（3）具有协调公共社会关系的能力；

（4）取得相应的计算机、英语等级考试证书及职业资格鉴定；

（5）具有一定的自学能力和获取信息的能力，应有较强的工作适应能力；

（6）具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决实际问题的基本能力；

（7）具有独立思考能力，具有创新意识、创新能力；

（8）具有团队协作精神、大局意识、科学思维。

3、素质目标

（1）具有良好的职业道德、吃苦耐劳和敬业奉献精神，以及良好的语言、文字表达、人际交往和组织协调能力，具有可持续发展的能力；

（2）具有正确的世界观、人生观和价值观。坚决拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；

（3）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；

（4）扎实的技能素质：具有市场开拓意识、成本效益意识、风险规避意识，具有科学的思维方式，具备创新精神和创新能力；具有一定的分析解决问题能力和组织协调能力；

（5）具有严谨细致的工作作风，诚实守信、爱岗敬业的职业道德素质，具有一定的创新能力、转换职业的能力、实践能力、创业能力，具有竞争意识、团队合作精神，具备职业可持续发展基础；较强的自我营销意识；吃苦耐劳、不怕挫折的精神；掌握英语和计算机的基础知识和基本技能，具备与职业岗位相适应的一般能力；

（6）具有健康的体魄和健全的人格，良好的心理素质和自我调节能力，具有团队精神和进取意识；具有人文学科方面的基础知识，良好的沟通能力；较强的自我营销意识；吃苦耐劳、不怕挫折的精神；

（7）具有良好的职业道德和职业素养，以及精益求精的工匠精神。

（三）职业面向

本专业学生就业主要面向销售、服务行业，就业范围主要涉及销售、推销、管理、客服、运营、策划等工作。初次就业岗位为：企业的销售部门的业务员；企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务；企业的营销策划、市场预测人员；企业的促销员、推销员；网络运营专员；网站推广专员等一线岗位；可持续发展就业岗位为：市场部经理、区域销售经理、网络营销经理、运营经理等生产和管理岗位。

四、职业证书

本专业学生可考取数字营销等中、高级职业资格证书。

五、课程体系

（一）专业调研

为适应市场营销专业人才培养目标和培养规格，全面了解企业对人才的需求，突出学生的职业精神、职业能力和综合素质培养，专业教学团队对中兴协力山东教育科技集团、山东乐旋体育集团有限公司、宁波臻泰有限公司等企业进行了调研，针对企业的业务员、市场预测人员、推销员；网络运营专员等主要岗位，分析归纳了市场调研、销售、广告策划、市场开发、营销管理、网站运营、业务洽谈和推销服务等典型工作任务，构建了校企双轨并行的课程体系。

（二）课程体系的构建（表 1-1）

专业教学团队对就业岗位、典型工作任务与职业能力、职业资格标准进行分析和描述，确定课程设置。

工作领域	典型工作任务	职业能力	课程设置
产品销售 （业务员、营业员、市场推广）	终端产品的销售工作。	执行终端产品销售工作，以零售为主；招待消费者；介绍产品；回答顾客问题；处理与顾客的异议；填写发票或单据；包装商品。	服装市场营销 推销实务 服装材料学 消费心理学
客户服务 （客服专员、客服经理、销售顾问）	客户咨询、解答，处理异议和投诉，进行信息反馈。	负责所有经营区域客户的咨询、查询解答；产品介绍、演示及客户使用问题等服务；电话回访、跟进及处理客户投诉；信息反馈和工作日志	公关和礼仪 商务谈判
订单履行管理 （业务跟单、销售后勤）	订单跟踪与后勤服务	跟踪订单，订单的履行和后勤服务。	服装贸易实务 经济法

市场调研 （调研员）	策划调查报告与方法，进行分析，完成调查报告	总体方案论证设计；抽样方案设计，调查实施各种细节的制定；问卷的设计、测试、修改和最后定稿，印刷；调查实施；数据录入和统计分析；调查报告的撰写。	市场调查与预测
业务拓展 （渠道专员、公关员）	开发和维系客户	开发客户，诱导客户需求，信息反馈。	消费心理学 公关和礼仪 商务谈判
市场策划 （营销主管、营销策划、营销经理）	提出战略规划和制定策略	根据市场背景、消费者、企业、竞争者状况分析，提出战略规划和制定策略	市场营销策划
网络运营 （网络运营专员、网站推广专员、SEO 专员、SEM 推广专员、网络营销经理、运营经理）	负责网站的运营、推广、策划	网络运营的文案策划、网站传播；内容推广及业务指导管理；媒介公关和广告投放；网站关键词在各大搜索引擎中的排名以及竞价。	网络营销 数字营销

（三）实践教学体系（表 1-2）

主要实践层次	实训项目	课程	实践场所	时间安排
主要实践层次	实训项目	课程	实践场所	时间安排
基本技能实训	英语	大学英语	多媒体教室、商贸实训室	第一、二学期
	办公软件	计算机应用基础	商贸实训室	第一、二学期
专项技能实训	手工会计	会计基础	财经实训室	第二学期
	市场分析	市场调查与预测	多媒体教室、商贸实训室	第三学期
	商务与利益	公关和礼仪	多媒体教室、商贸实训室	第二学期
	贸易与订单管理	服装贸易实务	多媒体教室、商贸实训室	第四学期
	商务谈判技巧	商务谈判	多媒体教室、商贸实训室	第四学期
	销售技巧	推销实务	多媒体教室、商贸实训室	第四学期
	数字营销	数字营销	商贸实训室	第三学期
综合技能实训	企业模拟实训	市场营销综合实训	商贸实训室	第二学期

岗位能力实训	跟岗实习	跟岗实习	企业	第五学期
岗位能力实训	顶岗实习	顶岗实习	企业	第六学期

六、课程描述

（一）公共基础课程描述（表 1-3）

序号	课程名称	主要内容	教学目标	学时
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	教学内容包括毛泽东思想的形成发展、主要内容、历史地位及指导意义，新民主主义革命理论、社会主义改造理论、中国社会主义建设道路初步探索的理论成果；邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位；习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化理论、中国特色大国外交理论和党的领导理论。	使大学生对马克思主义中国化进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；对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能力的提升有切实的帮助。	34
2	思想道德修养与法律基础	教学内容包括绪论，我们处在中国特色社会主义新时代、时代新人要以民族复兴为己任；人生的青春之问；坚定理想信念；弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观；明大德守公德严私德；尊法学法守法用法，社会主义法律的特征和运行、以宪法为核心的中国社会主义法律体系、建设中国特色社会主义法治体系、坚持走中国特色社会主义法治道路、培养法治思维、依法行使权利与履行义务。	开展马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军；形成正确的道德认知，理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成发展思维，更好行使法律权利、履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素质。	32
3	大学英语	本课程的主要内容包括：基本的语音、语法知识；3400 个英语词汇和相关短语，以及常用的日常交际口语；英语听、说、读、写、译基本技能训练，凸显听、说技能的训练。	使学生掌握一定的英语基础知识；具备一定的听、说、读、写、译基本技能；使学生具备较强的英语口语交际能力，能够在工作和日常交往运用英语有效地进行口语交流；学会运用有效的学习方法和策略，培养其自学能力；满足职场环境下“公外实用，专外够用”的岗位需求，提高学生	200

序号	课程名称	主要内容	教学目标	学时
			的综合素养和跨文化交际能力。	
4	计算机应用基础	本课程的主要内容包括：计算机基础知识，操作系统、网络、常用办公软件的操作使用方法。	使学生掌握计算机软硬件的基础理论知识，掌握操作系统、常用办公软件的基本操作方法，了解网络知识，熟练使用网络资源。	64
5	体育与健康	主要包括体育理论知识、技能与健身健康知识和方法；防范和处置运动创伤、预防一般疾病的知识和能力；培养学生的终身体育锻炼意识、习惯与能力。课程包括瑜伽、健美操、篮球、排球、跆拳道、花式跳绳等项目。	使学生掌握运动项目基本知识与技能、指导学生运用运动项目科学锻炼身体、增强体质；培养学生的终身体育锻炼意识、习惯与能力；培养学生的良好体育精神、良好个性品质和社会交往能力。	134
6	大学语文	本课程分为现代汉语知识、文学赏析、应用文写作三部分内容。主要是将学生在大学前所学语文基础知识进行系统总结、提高，学习古今中外各种题材和体裁的著名文学作品，提高学生人文素质和赏析能力，加强学生应用文写作能力。	立足于提高学生人文素质，在提高学生母语听、说、读、写能力的基础上，提高文学欣赏水平和应用文写作水平，培养学生高尚的职业道德情操，强烈的责任感，帮助学生自我发展，为职业转型奠定基础，促进学生可持续发展。	34
7	大学生职业生涯规划与就业指导	本课程的主要内容包括职业生涯规划和就业指导两部分。讲授职业生涯规划概述、自我认知、职业认知、职业生涯管理、评估与修正；毕业生择业心理调适、求职材料准备、就业程序和政策等。	让学生了解职业、认识自我、建立职业意识，指导学生如何学好专业知识，了解国家的就业形势、就业政策及相关法规，做好职业生涯规划，顺利步入职业生涯。	34
8	大学生心理健康教育	本课程主要讲授现代社会人类健康的新理念、大学生心理健康的评价标准、青年期心理发展的年龄特征以及大学生常见的心理障碍与防治等健康心理学的基本概念和基本理论。	帮助学生掌握人际关系调适、青春期性心理与恋爱心理的维护、求职与择业的心理准备以及挫折应对方式等方面的基本方法与技能，解决生活中遇到的各类心理困扰，自觉地优化性格品质，增强社会适应力。	32
9	形势与政策	学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设以及贯穿其中的制度建设的新举措新成效，坚持“一国两制”、推进祖国统一的新进展新局面，中国坚持和平发展道路、推动构建人类命运共同体的新理念新贡献。	引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别是对我国的基本国情、国内外重大事件、热点和难点等问题的思考、分析和判断能力，使之能科学预测和准确把握形势与政策发展的客观规律，形成正确的政治观。	36
10	军事教育	本课程主要包括学生的军事理论	引导大学生正确认识我国安全环	36

序号	课程名称	主要内容	教学目标	学时
	与训练	学习和军训工作方面，军事训练又有理论和实践两个方面的内容，但最基本的目的是增强学生的国防意识和综合素质。	境面临的严重威胁，自觉强化国防观念，为国防建设和军事斗争准备提供有力的保障，奠定人民战争的基础。	

（二）专业平台课程描述（表 1-4）

序号	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时数
1	服装市场营销	本课程主要内容包括：市场营销概念、营销环境分析、消费者需求行为分析、市场细分及目标市场选择、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销组合等内容。重点分析服装市场，运用服装企业案例进行讲解分析，教学通过课内实训、专业基础技能训练、专业单项技能训练、专业综合技能训练、岗位就业实训和社会实践活动。	使学生具有先进的营销理念、良好的语言表达和沟通能力、产品鉴别能力、市场调查能力、推销能力、谈判能力、与人共事能力和社会适应能力等，熟知服装方面知识，能够更好的胜任服装企业的营销工作。	30
2	服装材料学	研究内容是由研究的服装材料所决定的，以商品体为基础，对材料进行学习研究。	使学生对服装的材料有一个了解，能够学会分辨成品服装的材料。	28
3	服装概论	了解服装的发展、构成、设计等相关基础内容。	使学生对服装有一个基本的了解，具备基本的服装设计、色彩、面料等鉴赏及分辨能力。	30
4	专业认知实习	了解生产专业知识，印证、巩固和丰富已学过的专业基础课内容。	使学生了解现代化生产方式和先进的工艺过程，掌握一定的生产技能，培养学生理论联系实际，致力于祖国现代化建设的思想	30

（三）专业方向课程描述（表 1-5）

序号	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时数
1	公关和礼仪	本课程的主要内容包括公共关系的基本内涵、定义、研究对象与研究范畴，公共关系的基本职能，公共关系组织结构的类型及其特征，公共关系从业人员的类型及其工作范围，公共关系四步法的实施，公共关系新闻传播等；礼仪概论、社交、外事等商务	设置本课程的目的是使学生掌握公共关系学的基本原理、基本方法和基本技能，树立公共关系为市场经济服务、为社会发展服务的观念；学生通过对礼仪知识的学习，充分掌握日常生活中、社交中所应注意的礼节。	30

		礼仪等		
2	商务谈判	从其准备、组织谈判队伍，洽谈，讨价还价，报价与磋商到签订协议、合同的全过程作详细介绍，并对签订涉外合同涉及到的法律知识作专门论述；同时，通过案例分析，探讨国际商务谈判的技巧、策略、战术等。	使学生能够独立、灵活地进行国际商务谈判。	34
3	广告学	主要讲授广告的概念、广告产生与发展概述、广告组织的一般形式和活动内容、广告媒体的主要种类和特长、广告策划、广告业的职业道德规范与管理等内容。	设置本课程的目的是使学生掌握与广告业务有关的基础知识和基本理论，了解广告在服装行业中的应用。	60
4	市场营销策划	分别从市场营销策划的理念、哲学思维、路径、战略、策略、技巧等新的视角，深入分析和讨论市场营销策划全过程的市场营销战略策划、市场调研策划、产品策划、品牌营销策划、分销渠道策划、促销策划、顾客满意战略策划、网络营销策划、客户关系管理营销策划、供应链管理策划。	以培养学生市场营销策划的操作能力为宗旨。通过学习，学生能够熟练掌握并运用所学知识进行一般营销项目的策划工作。	68
5	市场调查与预测	本课程的主要内容包括市场调查与预测的主体、客体及研究对象，市场调查的含义、类型、内容及程序，普查、重点调查、典型调查的含义和特点，抽样调查、直观判断预测、市场调查与预测案例分析等。	设置本课程的目的是使学生掌握市场调查与预测的基本理论、基本方法和技巧。	60
6	管理学基础	管理与管理学，管理者，计划，决策，组织，领导职能，激励，沟通与协调，控制，以及管理四大职能之间的关系和运用。	通过该课程的学习，使同学们了解及掌握主要管理学的基础知识和中外管理的基本思想，结合管理者的实际出发，更好的认识管理的四大职能，便于学生将来能够有较强的科学管理理念和管理经验。	60
7	会计学基础	本课程主要讲述会计的基本理论、基本知识和基本技能，以及会计信息的编制和分析方法。	通过对本课程的学习，使学生了解并掌握会计原理、会计前提、会计核算方法，熟悉会计循环，能够根据单位的实际设置帐户，	56

			登记帐薄、结帐、编制报表，对经济业务做出会计处理，从而提高学生综合运用会计信息进行经济管理分析决策的能力。	
8	经济法	本课程包括经济法基础、市场主体法、市场运行法和经济调控监督法，帮助学生用法律思维解决日常生活中的经济问题。	通过本课程学习，使学生了解并掌握经济法的四个调整对象，培养学生具备依法经营和依法保护企业合法权益的能力。	60
9	经济数学	本课程系统介绍相关的数学思想和数学工具，结合数学计算软件的使用方法，掌握微积分、线性代数、概率论和数理统计的相关知识。	以应用为目的，紧密结合经济、管理中常见的实际问题，培养学生正确运用微积分、线性代数、概率论和数理统计的相关知识解决经济领域工作常见问题的能力，使学生能在电子商务及相关工作中进行简单的经济建模和经济分析。	60
10	消费心理学	本课程主要内容包括消费者的消费需求、消费者的购买动机、消费者群体与购买行为心理特征、消费期望与产品效用、消费者心理研究、公共关系与消费心理等。	设置本课程的目的是使学生掌握消费者心理学的基本原理、基本方法和基本策略，培养学生从人文科学的高度分析解决企业在市场运作中遇到实际问题的能力。	60
11	推销实务	本课程主要讲授推销人员的职责与能力、推销配额的设置、寻找与鉴定准顾客、推销洽谈中的价格策略、顾客异议及处理技巧、推销业绩的考核与管理等。	设置本课程的目的是让学生了解并掌握推销基础理论、推销业务管理、推销策略与技巧以及推销实务。	68
12	网络营销	网络营销方式、支付系流以及应用，网络媒体、电子商务的安全题等。使企业以市场为导向，进行产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动。	通过本课程的教学，使学生牢固树立以顾客为中心的市场营销观念，在此基础上系统掌握网络营运与策划的基本原理和方法，从而在实践中有效地组织企业的经营活动，使企业以市场为导向，进行产品开发、生产、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现党的十五大报告所提出的“把开发新技术、新产品、新产业同开发新市场结合起来”、“使社会生产适应国内外市场需求的变化”等战	68

			略设想。	
13	数字营销	主要训练关键词的分析与挖掘，网页分析，推荐引擎广告营销，内容优化，营销数据分析与优化，搜索竞价排名。	通过实训使学生掌握大数据的分析能力，学会通过关键词分析来寻找最优方案，掌握搜索引擎与搜索竞价的分析与优化管理。	52

七、教学组织与计划

实行“2+0.5+0.5”人才培养模式。学生第1、2学期在校主要完成服装概论、服装材料学、服装市场营销等基础知识的学习和企业认知实习，第3、4学期在校主要完成商务谈判、广告学、经济法、消费心理学、推销实务、网络营销、数字营销等知识学习和营销策划、网络运营、数据分析等专项技能训练；第5学期在企业完成企业文化、连锁经营以及分销渠道管理课程的学习，并进行跟岗实习，提高实践能力；第六学期进行顶岗实习，集中训练岗位能力。

（一）教育教学过程时间分配（表1-6）　　（单位：周）

学期 / 项目	第一学年		第二学年		第三学年		合计
	第1学期	第2学期	第3学期	第4学期	第5学期	第6学期	
教学（含理实一体教学及集中实训）	16	17	17	17	17		120
顶岗实习						15	
入学教育、军训	2						
复习、考试	1	2	2	2	2	1	
机动（如专业教育、毕业设计等）	1	1	1	1	1	4	
教育教学活动合计	20	20	20	20	20	20	
假期	4	5	3	5	5		22
总计	24	25	23	25	25	20	142

（二）课程结构学时、学分分配（表1-7）

类别	课程类别	学时	学时比	学分	学分比	课堂学时分配

				例（%）		例（%）	课堂教学		校内集中实训（周）
							理论教学	实践教学	
课程结构	公共基础课程		636	22.8	35	26.8	378	258	
	公共选修课程		96	3.4	4.5	3.4	96	0	
	专业平台课程		118	4.3	5.5	4.2	98	20	
	专业方向课程	课程	1066	54.3	52	51.1	512	1004	
		顶岗实习	450		15				
	专业拓展课程		424	15.2	19	14.5	132	292	
总计			2790	100	131	100	1216	1574	
其中理论、实践课时占课堂教学学时比例（%）							43.6%	56.4%	

（三）授课计划安排（表 1-8）

课程类别	序号	课程名称	总学时	理论	实践	学分	按学年、学期教学进程安排（教学周数/周学时）						考核方式	
							第一学年		第二学年		第三学年			
							1	2	3	4	5	6	考试	考查
							16 周	17 周	17 周	17 周	17 周	15 周		
公共基础课程	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	34	0	2		2					▷	
	2	思想道德修养与法律基础	32	32	0	1.5	2						▷	
	3	大学英语	200	100	100	11	4	4	2	2			▷	
	4	计算机应用基础	64	32	32	3.5	4							▷
	5	体育与健康	134	14	120	7.5	2	2	2	2			▷	
	6	大学语文	34	28	6	2			2				▷	
	7	大学生职业生涯规划与就业指导	34	34	0	2		2						▷
	8	大学生心理健康教育	32	32	0	1.5			2					▷
	9	形势与政策	36	36	0	2								▷
	10	军事教育与训练	36	36	0	2								▷
	公共选修课	课程一	32	32	0	1.5								
		课程二	32	32	0	1.5								
		课程三	32	32	0	1.5								
	小计 A（占总学时比例 26.2 %）		732	474	258	39.5	12	10	8	4	0	0		
专	1	服装市场营销	30	30	0	1.5	2						▷	

课程类别		序号	课程名称	总学时	理论	实践	学分	按学年、学期教学进程安排（教学周数/周学时）						考核方式	
								第一学年		第二学年		第三学年			
								1	2	3	4	5	6	考试	考查
								16周	17周	17周	17周	17周	15周		
	业平台课	2	服装材料学	28	28	0	1.5		2						▷
		3	服装概论	30	30	0	1.5	2							▷
		4	专业认知实习	30	10	20	1	1w							▷
		小计B（占总学时比例4.2 %）		118	98	20	5.5	4	2	0	0	0	0		
	专业方向课程	1	公关与礼仪	30	30	0	1.5		2						▷
		2	商务谈判	34	20	14	2				2			▷	
		3	广告学	60	28	32	3.5			4				▷	
		4	市场营销策划	68	34	34	3.5				4			▷	
		5	市场调查与预测	60	28	32	3.5			4				▷	
		6	管理学基础	60	60	0	3.5	4						▷	
		7	会计学基础	56	28	28	3		4						▷
		8	经济法	60	56	4	3.5			4				▷	
		9	经济数学	60	60	0	3.5	4							▷
		10	消费心理学	60	60	0	3.5			4				▷	
		11	推销实务	68	68	0	3.5				4			▷	
		12	网络营销	68	40	28	3.5				4				▷
		13	数字营销	52	0	52	3			2w					▷
		14	跟岗实习	330	0	330	11					11w			
		15	顶岗实习	450	0	450	15						15w		
		小计C（占总学时比例54.3%）		1516	512	1004	67	8	6	16	14	11w	15w		
	专业拓展课程	1	现代物流管理	68	68	0	3.5				4				▷
		2	市场营销综合实训	78	0	78	4.5		3w						▷
		3	服装贸易实务	68	34	34	3.5				4				▷
		4	分销渠道管理	60	0	60	2					2w			▷
		5	连锁经营	60	0	60	2					2w			▷
		6	企业文化	60	0	60	2					2w			▷

课程类别		序号	课程名称	总学时	理论	实践	学分	按学年、学期教学进程安排（教学周数/周学时）						考核方式	
								第一学年		第二学年		第三学年			
								1	2	3	4	5	6	考试	考查
								16周	17周	17周	17周	17周	15周		
		7	创新创业基础	30	30	0	1.5			2					
		小计D（占总学时比例15.2%）		424	132	292	19	0	3w	2	8	6w			
合计（A+B+C+D）				2790	1216	1574	131	24	18	26	24	18w	15w		

（四）学分转换项目一览表（表1-9）

序号	项目	要求		学分	备注
1	职业技能竞赛	国家级	一等奖	10	按照取得的学分可替代对应专业课程，至多不超过2门
			二等奖	8	
			三等奖	6	
			参加	2	
		省级	一等奖	8	
			二等奖	6	
			三等奖	4	
		市级	一等奖	6	
			二等奖	4	
			三等奖	2	
2	证书	全国英语等级考试（非英语）	六级		替代全部大学英语课程学分
			四级		
		全国计算机等级考试	二级		替代计算机应用基础课程学分
			一级		
		职业资格证书	高级		替代一门专业技能课程学分
			中级		替代一门相关专业基础课程学分
		驾驶证	C证及以上	4	替代就业或创业课程学分
3	体育竞赛	国家级	第一名	4	可替代体育与健康课程部分学分破全国纪录者奖励8分，破省记录者奖6分
			第二、三名	3	
			第四至八名	2	
		省级	第一名	3	
			第二、三名	2	
			第四至八名	1	
4	创新创	国家级	一等奖	6	替代本专业对应课程学分

序号	项目	要求		学分	备注
	业大赛		二等奖	4	
			三等奖	2	
		省级	一等奖	4	
			二等奖	2	
5	论文 专利 科技 成果	论文	省级以上 核心期刊	6	多人署名的第二位作者及以后按位次递减 0.5 学分
			省级以上 非核心期刊	4	
			省级以上报 纸	2	
		专利	发明（实用 新型）专利	4	同一成果多人署名。第二位作者及以后按位次递减 0.5 学分
6	社会实 践活动	国家级	一等奖	6	同一成果多人署名，第二位作者及以后按位次递减 0.5 学分
			二等奖	4	
			三等奖	2	
		省级	一等奖	4	
			二等奖	2	
7	其他	大学生 科技创新	市级立项	4	替代本专业对应课程学分
		自学考试	合格	4	替代本专业对应课程学分

八、考核评价

（一）理论课

理论课采用试卷考核，或者根据开课形式，确定评价标准和考核方式。

（二）理实一体化课程

理实一体化课程采用试卷考核和实践考核相结合的方式。

（三）实践课

实践课考核实际操作能力。

（四）能力证书（表 1-10）

证书名称	主考单位	考核时间	考核要求
全国计算机等级考试	教育部考试中心	第 2-5 学期	自选
普通话考试合格证书	国家语言文字工 作委员会	第 4 学期	选考

1+X 数字营销	中教畅享(北京)科技有限公司	第 4-5 学期	选考
市场营销策划师	中国市场学会	第 5 学期	选考

（五）顶岗实习

顶岗实习是专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解相关岗位要求，掌握岗位所需的销售、策划、推广、运营等技能，应用所学的基础理论和专业知识，增强诚实守信、爱岗敬业的职业道德素质，提高转换职业的能力、实践能力和创新创业能力。

每个学生需按时参加顶岗实习，学生顶岗实习时间为 15 周，顶岗实习考核不及格不予毕业。在学校、实习单位双方商定下，根据专业培养目标和技能训练要求，专业实习指导小组制订详细的顶岗实习计划和顶岗实习考核方案。顶岗实习期间，学生至少完成一套完整的岗位技能训练项目和达到考核要求的其它训练项目。

顶岗实习成绩考核由实习单位和学校考核两部分综合组成。实习单位考核重点为学生顶岗实习期间的工作业绩，学校考核重点依据《学生顶岗实习报告》。实习单位考核所占比例为 60%，学校考核所占比例为 40%。考核分为优秀（90-100 分）、良好（80-89 分）、合格（60-79 分）、不合格（59 分及以下）四个等级。各专业优秀率不超过 10%，良好率不超过 20%。

九、教师队伍

本专业现有专任教师 3 人，硕士学位教师 3 人，占 100%。双师型教师 1 人，中级职业资格 1 人，占 33%，双师型教师比例 33%；校外兼职教师 3 人，专兼职比例 1：1，。按照在校生 260 人计算，师生比为 1：43。

（一）校内专任教师基本情况（表 1-11）

序号	姓名	性别	出生年月	毕业学校及专业	专业技术职务	双证书名称及等级
1	袁瑞鸿	女	1996.07.14	英国普茨茅斯大学商务管理专业	助教	无
2	周鹏	男	1983.5	韩国又石大学市场营销	助教	创业咨询师
3	孙璇	女	1992.12	英国谢菲尔德大学国际管理专业	助教	无

（二）校外兼职教师基本情况（表 1-12）

序号	姓名	性别	出生年月	单位	部门	所教课程	双证书名称及等级
1	李雪	女	1989.6.21	中兴协力山东教育科技集团	教学部	新媒体营销、创新思维训练	无
2	杨基凤	女	1998.03.01	宁波臻泰贸易有限公司	人事部	推销实务	无
3	张明辉	男	1991.11.29	山东乐旋体育集团有限公司	人力资源中心	市场调查与预测	无

十、实践教学条件

（一）校内实训场所（表 1-13）

校内实训场所名称	实训项目	容纳学生人数	对应课程及培养能力
综合实训室	市场调查、数据分析、情境营销、商务谈判	60	市场营销综合实训、商务谈判、公共关系、消费心理学
商贸实训室	市场营销策划、网店运营、推销技巧	60	市场营销策划、网络营销、现代推销实务
创业工作室	网上创业、创新创业实践	30	能识别网上创业机会，能够选择商品并落实货源，能进行网络推广，会进行电子支付与发货操作，能给客户提供网络服务，能撰写网上创业计划书。

（二）校外实训基地（表 1-14）

实习基地名称	功能及服务	接纳实习学生数/年

山东岱银集团	学生实习实训	5
山东乐旋体育集团有限公司	学生实习实训	30
宁波臻泰贸易有限公司	学生实习实训	20

十一、毕业条件

本专业的学生修完本方案所有课程，获得全国“计算机等级考试”等基本技能证书，获得数字营销（初级）等职业资格证书，修满 131 学分，并符合学院学分管理的相关规定，方能准许毕业并获得规定的毕业证书。

十二、继续专业学习深造建议

为体现终身学习理念，明确本专业毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育的专业面向。

本科：市场营销、工商管理、国际商务