

2021 级市场营销专业人才培养方案

一、专业基本信息

(一) 专业名称(代码)：市场营销专业[530605]

(二) 隶属专业群：智慧供应链专业群

二、培养对象与学制

(一) 培养对象：普通高中毕业生

(二) 学制：全日制三年

三、人才培养目标

本专业群对接现代服务业产业(根据“十三五”专业发展规划)，培养适应区域经济社会发展需要，拥护党的基本路线，思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应互联网、大数据、人工智能与实体经济需要，具有良好的沟通表达能力和团队协作精神，具备实践能力和创新意识，掌握市场营销等知识和技术技能，面向供应链领域的高素质劳动者和技术技能人才。

市场营销专业(方向)的人才培养目标是：面向连锁经营企业、服装、鞋类、快消品、零售、房产、汽车、互联网、教育培训等行业管理、服务一线，培养市场开发和管理领域，具备岗位群工作的基本理论知识和职业能力，从事销售代表、公关专员、客服专员等一线工作的高素质技术技能型人才。

四、就业面向与人才规格

(一) 职业岗位群与核心能力(见表1)

表1 职业岗位群与核心能力

主岗位	销售专员	1. 客户需求分析 2. 业务洽谈 3. 客户关系维护	1. 熟练运用 FAB 法则，掌握客户需求 2. 会运用沟通技巧中商务谈判策略和商务谈判技巧、 3. 提升销售满意度促进二次购买和转介绍能力
	公关专员	1. 市场调查与预测 2. 营销策划 3. 广告策划 4. 公共关系 5. 互联网及新媒体 e 触及策划	1. 会制订并实施调查方案，能进行市场预测 2. 会进行市场分析，制订市场营销策划方案 3. 会广告创意策划，能制作编辑平面广告、视频广告，能进行社会化媒体的传播 4. 会运用公关技巧和公关策略，策划执行公关主题活动 5. 熟练运用互联网策划及 e 触策划及组织能力，策划相关互联网及新媒体的网络营销

拓展 (发展) 岗位	销售 主管	1. 组建管理销售团队 2. 选拔培养激励团队, 提升销售业绩 3. 寻找精准客户群体, 开拓销售渠道	1. 具有丰富的电话销售、渠道销售、网络销售等实战方法和技巧, 管理能力强; 2. 较强的销售组织、销售培训和销售执行能力, 能够激励团队工作, 责任心强; 3. 有很强的应变能力, 思维敏捷、资源整合能力强; 4. 客户意识强、目标意识强, 能承受工作压力
	公关 经理	1. 制定年度品牌公关策略方案 2. 策划和组织品牌公关活动 3. 发布高质量品牌传播文章 4. 关注媒体报导, 协调处理公关危机	1. 具有优秀的文案策划能力及新闻稿和深度文章的写作能力; 2. 对于品牌、公关传播有高度的热情和兴趣, 思维活跃、对新事物充满热爱; 3. 有敏锐的新闻嗅觉, 良好的沟通、执行、抗压能力。

(二) 人才培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求:

1. 素质要求

- ①具备职业岗位必需的分析能力、计算能力、信息收集与处理能力;
- ②具备一定的外语能力、写作能力、口头表达能力、组织能力;
- ③具有经济基本知识、管理基本知识;
- ④熟悉公司的一般会计知识、能分析财务报表;
- ⑤具有从事本专业工作的职业道德等意识, 能遵守相关的法律法规。

2. 知识要求

- ①掌握管理学基础、市场营销学、直播营销、新媒体营销等基本理论方法和市场营销专业技能;
- ②掌握市场调查与预测、客户关系管理、推销技术等基本理论和方法;

3. 能力要求

- ①能够进行市场调查的计划、组织、实施和数据分析;
- ②能够进行市场开发和客户维护;
- ③能够设计和执行销售促进的各项方案;
- ④能够设计和执行公关活动的各项方案;
- ⑤能够进行广告策划和文案撰写;
- ⑥能够进行商务谈判及应用文书写作;
- ⑦能运用网络营销常见工具搜索引擎、门户网站、社交媒体等;
- ⑧会编辑网络文案, 制作网络广告, 制定网络销售策划方案;
- ⑨会建立和运作网店, 实施网络创业创新;
- ⑩能够对耐用品如汽车及快销品进行相应的市场运作和销售拓展。

五、毕业标准

(一) 学分要求

市场营销专业(方向), 获得至少 140 学分, 其中全院性公共选修课及第二课堂素质拓展学分合计不少于 22 学分。

(二) 职业资格证书要求

1. 证书获取范围(见表 2)

表 2 基本技能证书与职业资格(技能)证书

序号	证书类型	证书名称	级别	发证机构	考证安排	支撑课程
1	基本技能证书	浙江省高校计算机等级证书	一级	浙江省教育厅	每年 4 月、11 月	计算机基础
2		全国高等学校英语应用能力等级证书	B 级	高等学校英语应用能力考试委员会	每年 6 月、12 月	大学英语
3		浙江省大学英语等级证书	三级	浙江省教育厅	每年 6 月、12 月	大学英语
		...				
	职业资格(技能)证书	新媒体技术	中级	奥派股份 1+X 证书	每年 6 月、12 月等	新媒体营销
		市场营销师等级证书	初级	教育部中德诺浩	每年 5 月	商用车等级证书
		助理电子商务师	初级	浙江省人力资源和社会保障厅	每年 5 月	电子商务实务
		行业企业经历认可证书		由顶岗实习企业跟学校一起认定并开具		

2. 证书获取要求

市场营销专业: 学生毕业时必须取得至少 1 本基本技能证书或职业技能证书。

六、课程体系与核心课程(教学内容)

(一) 典型工作任务与职业能力分析(见表 3)

典型工作任务	职业能力
T1: 新媒体策划	A1-1: 会制定实施调查方案, 进行市场预测; A1-2: 会制订能制订营销战略和 4PS 营销战术; A1-3: 会制订实施新媒体营销策划方案
T2: 销售推广	A2-1: 会顾客接近技巧、会运用销售促进策略 A2-2: 会运用商务谈判技巧, 能促成商务谈判成交

T3:客户服务	A3-1: 会客户挖掘 A3-2: 会客户维系 A3-3: 会客户管理
---------	---

表 3 工作任务与职业能力分析表

(三) 专业群课程设置

1. 专业群平台课程 (见表 4)

表 4 群平台课程设置表

课程代码	课程名称	典型工作任务	主要教学内容	参考学时
	市场营销学	T1: 新媒体策划	本课程主要内容包括市场营销环境分析、市场营销调查、消费者行为分析、市场定位以及市场营销组合策略等。	28
	电子商务实务	T1: 新媒体策划	本课程主要内容包括电子商务概述、电子商务的模式、网络营销基础、电子支付与安全、电子商务与物流、店铺运营等	28
	现代物流管理	T3: 客户服务	本课程主要内容包括运输管理、仓储管理、装卸搬运管理、包装管理、配送管理、流通加工管理、信息管理等。	32
	管理学基础	T2: 销售推广; T3: 客户服务	管理者与管理工作、管理思想的演变、管理决策、计划、组织、领导、控制七个方面。	28
	直播营销	T2: 销售推广	短视频策划、推广、直播内容策划与脚本撰写; 直播运营管理、推广方案执行与流得提升; 直播数据分析及复盘, 多平台矩阵搭建。	32

注: 表中“典型工作任务”栏填写表 3 中任务编号。

2. 专业核心课程 (见表 5)

表 5 专业核心课程设置表

序号	课程名称	典型工作任务	主要教学内容	开设学期	参考学时
1	市场营销学(一)	T1	本课程主要内容包括市场营销环境分析、市场营销调查、消费者行为分析、市场定位以及市场营销组合策略	1	28

			等。		
2	市场营销学(二)	T2	本课程主要内容包括产品组合及品牌策略、定价策略和方法、渠道策略以促销组合策略等。	2	32
3	新媒体营销	T1	本课程主要内容包括社会化社区媒体营销、社会化发布媒体营销、社会化娱乐营销和社会化商务媒体营销等。	2	64
4	市场调查与预测	T2、T3	本课程主要内容包括市场调查设计、市场调查实施、调查资料整理和市场预测等。	3	64
5	推销技术	T2	本课程主要内容包括推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈、推销成交、推销管理等。	3	64
6	客户关系管理	T3	本课程主要内容包括识别与开发客户资源、分析客户的商业价值、提升客户的满意度和客户的忠诚度、核心客户的管理以及客户关系管理系统的设计与建设等。	3	64

注：表中“典型工作任务”栏填写表3中任务编号。

七、学进程表（见附表）

（教学进程表可分专业（方向）制定）

八、学时与学分分配（见表6）

表6-1 市场营销专业课程资源一览表

课程类别与性质		课程门数	实施分层分类教学的课程门数	备注
公共基础课	必修	11	0	
	限选	3	3	
公共选修课与素质拓展活动	任选	7	7	
群平台课	必修	5	5	
专业（方向）课	限选	9	9	
专业拓展课	任选	6	6	
合计		41	30	
专业群中分层分类课程数占总课程数比例：73% 本专业中分层分类课程数占总课程数比例：73%				

表6-2 市场营销专业（方向）课时与学分分配表

课程类别与性质		课程门数	基本学分分配		基本学时分配		其它重要学分学时分配			备注
			学分	学分占比	学时	学时占比	选修学分	小班化学时	实践学时	
公共基础课	必修	11	22	21%	476	29%	0		268	
	限选	3	9	9%	164	10%	9		100	
公共选修课与素质拓展活动	任选	7	22	21%	180	11%	22	180	60	
群平台课	必修	5	7.5	7%	148	9%	0	148	70	
专业（方向）课	限选	9	31.5	30%	504	30%	31.5	504	1158	
专业拓展课	任选	6	12	12%	192	11%	12	192	84	
合 计		41	104	100%	1664	100%	74.5	1024	1740	
<p>本专业（方向）选修学分占总学分比例：72 % 本专业（方向）小班化学时占总学时比例：62 % 本专业（方向）实践教学学时占总学时比例：68%</p>										

附录：2021级普高市场营销专业（方向）教学进程表

编制人：_____ 审核人：_____ 二级学院院长：_____ 日期：_____