

漳州第一职业中专学校
市场营销专业

人
才
培
养
方
案

(专业代码: 730602)

漳州第一职业中专学校

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

学制三年。

四、职业面向

本专业主要面向中、小、微型企业，能从事生产、建设、管理、服务第一线岗位工作，能胜任营业员、销售员、销售助理、市场助理、导购员、市场专员、财经文员，广告策划员、仓管员、收银员等岗位的工作。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

我校市场营销专业人才培养目标确定为：以服务发展促进就业与升学为导向，坚持立德树人，培养与现代社会要求相适应，德智体美全面发展，具有良好的职业道德、爱岗敬业的精神、严谨务实的工作作风、健康的心理品质，掌握市场营销、财经商贸等方面的基础知识、基本理论和基本技能，具备较强的业务能力、服务能力和可持续发展能力，面向一：漳州及周边地区中、小、微型企业，符合生产、建设、管理、服务第一线岗位标准，能胜任营业员、销售员、销售助理、市场助理、导购员、市场专员、财经文员、广告策划员、仓管员、收银员等岗位要求的高素质劳动者和中、

初级技能型人才；面向二：为福建省内高职院校输送优质生源，为学生打开升学通道，从而完善人才培养立交桥的规划和建设。

（二）培养规格

1. 职业素养

（1）热爱社会主义祖国，拥护中国共产党领导，懂得马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论的基本原理和“三个代表”重要思想，具有爱国主义、集体主义、社会主义思想和良好的思想品德。

（2）具有为社会主义现代化建设服务，为人民服务，为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感。遵守“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”的公民基本道德规范。

（3）具有严谨治学、求真务实、艰苦奋斗、团结协作的品质，具有创新精神和良好的职业道德。

（4）具有一定的体育和军事基本知识，掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，受到必要的军事训练，达到国家规定的大学生体质健康标准，具备健全的心理和健康的体魄，能够履行建设祖国和保卫祖国的神圣义务。

2. 专业知识和专业（职业）技能

（1）掌握一定的人文社会科学知识。

（2）掌握本专业必备的自然科学基础知识。

（3）掌握必备的市场营销及其应用的基础知识。

（4）掌握本专业必备的市场营销学、管理学的基本知识。

- (5)掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者行为学、商品学、广告学、分销渠道、商务谈判、公共关系等知识。
- (6)具有一定的经济法律知识。
- (7)具有一定的电子商务、国际贸易知识。
- (8)具有市场营销的应用能力。
- (9)具有商务谈判及书面写作的能力。
- (10)具有本专业所必需的各类营销策划能力。
- (11)具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力。
- (12)具有营销管理能力。
- (13)具有广告策划能力。
- (14)具有分销渠道的管理能力。
- (15)具有一定的综合技能和对社会、环境的适应能力。
- (16)具有知识自我更新的能力。

3.典型工作任务能力要求

序号	就业岗位	典型工作任务	应具备的主要能力	专业方向
1	销售助理	销售合同的管理、客户维护、销售报表的管理	(1) 负责公司销售合同及其他营销文件资料的管理、归类、整理、建档和保管工作; (2) 负责各类销售指标的月度、季度、年度统计报表和报告的制作、编写; (3) 协助销售人员做好上门客户的接待和电话来访工作，在销售人员缺席时，及时转告客户信息，妥善处理; (4) 负责客户、顾客的投诉记录，协助有关部门妥善处理。	市场营销方向

2	市场专员	负责市场部的相关工作	(1) 负责市场部的相关工作; (2) 负责市场部各项目资料的收集; (3) 市场部文档的管理; (4) 完成公司临时下达的任务;	市场管理方向
3	店长	负责店内的各种事务管理	(1) 能对店内产品的价格和供求情况; (2) 根据公司制定的月度、季度、年度目标，撰写相应的工作计划，完成目标营收; (3) 负责进行市场调查与分析，对店内商品进行合理的调配; (4) 解决顾客疑问和处理顾客投诉; (5) 确保店铺运营符合健康和卫生部门的相关规定。	市场管理方向
4	广告策划员	广告媒体的选择，广告创意的设计，广告策划文案的撰写	(1) 能熟练广告策划的基本步骤; (2) 能明辨各种广告媒体的预算成本; (3) 能产品的需要进行广告策划文案的撰写。	广告方向
5	财经文员	日常办公事务、信息收集与整理、办公设备及办公软件的使用	(1) 撰写常用事务文书，处理日常办公业务; (2) 核对办公室的基本账务，财务文件的上传下达; (3) 完成各类会计文件、档案整理、装订、归档以及保管。	文秘服务
6	统计员	各类办公软件使用、电子表格的制作、各类函数公式的运	(1) 统计企业物资的进出状况; (2) 统计汇总各种报表并上报各报表和相关数据; (3) 整理、归档、保管各种统计报表; (4) 使用财务软件对企业物资进行核算统计。	文秘服务

		用		
7	仓管员	出入库核对与管理、库存物资管理、数据上报与核对	<p>(1) 按规范保管库存物资，设立物资明细账，定期查验储存期限，反馈信息给物资部门；</p> <p>(2) 做好物资日常收发工作，整理、保管好相关单据，根据入库单、出库单登记物资明细账；</p> <p>(3) 定期清点库存实物数量，账实核对，填制盈盈亏报告表并说明原因；</p> <p>(4) 使用财务软件对企业物资进行统计，对比实存量与最佳储备量，反馈异常信息。</p>	市场管理方向
8	收银员	收取货款、回答顾客咨询，上交销售款、各种票据和文件的收集、保管和传递、识别伪钞、协助盘点和前区商品的理货、补货。	<p>(1) 能熟练掌握操作技能、确保结账、收款的及时、准确、无误；</p> <p>(2) 能在结账收款时，对所收现金要坚持唱收唱付，及时验钞，减少风险；</p> <p>(3) 管好备用金，确保备用金金额准确、存放安全；</p> <p>(4) 管好自己的上机密码，不得与他人共用，不得对外人泄露；</p> <p>(5) 管好用好发票，做到先结账后开票，开票金额与所收现金及机打票金额必须相符；对退票、废票及时更正；</p> <p>(6) 向财务缴款前，需将现金、信用卡分类汇总，与机打票核对相符，发现问题及时查找、避免损失。</p>	营销服务

4. 证书要求

考取高新用友模块合格证书等。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	职业生涯规划	依据《中等职业学校经济职业生涯规划教学大纲》开设，并注重培养学生掌握职业生涯规划的基础知识与常用方法，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观，形成职业生涯规划的能力，增强提高职业素养和职业能力的自觉性，做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。	40
2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并注重培养学生了解文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，形成职业道德行为规范；指导学生掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。	40
3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并注重培养学生掌握马克思主义的基本观点和我国社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设的有关知识；提高思想政治素质，坚定走中国特色社会主义道路的信念；提高辨析社会现象、主动参与社会活动的能力。	40
4	哲学与人生	依据《中等职业学校经济哲学与人生教学大纲》开设，并注重培养学生掌握马克思主义哲学中与人生发展关系密切的基础知识，提高学生运用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展重要问题的能力，引导学生进行正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度，为人生的健康发展奠定思想基础。	40
5	心理健康	依据《中等职业学校心理健康教育教学大纲》开设，帮助学生了解心理健康的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适的方法。指导学生正确处理各种人际关系，学会合作与竞争，培养职业兴趣，提高应对挫折、求职就业、	40

		适应社会的能力。正确认识自我，学会有效学习，确立符合自身发展的积极生活目标，培养责任感、义务感和创新精神，养成自信、自律、敬业、乐群的心理品质，提高全体学生心理健康水平和职业心理素质。	
6	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重培养学生欣赏语文作品的能力；加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平，使学生进一步巩固和拓展必需的语文基础知识，满足学生升学需要。	240
7	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重培养学生数学素养，掌握数学基本运算、基本计算工具的应用，为学习专业课打下基础，并满足学生升学需要。	240
8	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力，在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法，并为学习专门用途英语打下基础，满足学生升学需要。	240
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并注重培养学生掌握基本运动技能、增强体质，全面提升学生综合素质，使学生形成良好的意志品质，促进学生的心理健康。	160
10	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重培养学生根据工作需要利用 OFFICE 软件制作电子文档、电子演示文稿的能力，并能利用电子表格软件进行数据分析与处理。	160
11	公共艺术	通过教学及实践活动，培养学生爱好音乐、美术的情趣，发展艺术的感受与鉴赏能力、表达能力，提高文化素养，丰富情感体验，陶冶情操。	40
12	书法	通过教学活动使学生了解书法历史，了解主要书法艺术特点和书写技法，掌握鉴赏书法作品的一般方法，提高书法	20

		审美水平；掌握财经资料文字书写方法。	
--	--	--------------------	--

(二) 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销基础	了解市场营销基本概念及市场营销环境分析的方法；掌握市场分析、市场调研与预测、市场细分目标市场、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略等基础知识；能分析顾客需求、选择合适的营销策略；会进行简单的市场调研并分析数据。	160
2	营销市场调研	了解市场调研基本问题、总论、市场调研的组织、市场调研基本范围与工作流程、市场调研领域、行业环境调研、市场需求研究、竞争者调研与企业竞争形势分析；掌握市场营销组合要素调研与分析、市场信息数据搜集方法；能实地调研与专家调研、市场数据整理、分析、预测与报告的能力	240
3	连锁经营基础	了解连锁经营的基本概念和特点；掌握连锁经营的业态、连锁经营的基本模式、特许经营、连锁经营的组织结构、连锁经营战略等基础知识；能分析连锁经营典型行业应用实例；会针对环境选择最佳的业态或业态组合、根据合同范本初步拟定特许加盟合同、合理选择连锁企业竞争战略。	80
4	广告学	了解广告基础知识；培养学生从事广告活动的实际技能；能够运用广告学的基本理论及开展广告活动的实际技能。	80
5	消费心理与沟通技巧	了解消费心理学的一般知识；掌握消费者的购买决策过程以及消费者的购买行为类型；能分析影响消费者购买行为的因素；会在营销服务中采用合适的沟通技巧促成销售，会与顾客进行心理沟通。	80

(三) 其他专业课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	消费者行为学	了解消费者心理特点的经营方式与促销技巧；研究的内容包括消费者的需求、动机、态度、学习等心理范畴，消费者的决策程度以及影响消费心理活动的各种社会因素与消费心理的关系。	80
2	客户服务与管理	了解连锁企业客户服务与管理的基本作业；掌握客户服务与管理的基础知识；能进行接待咨询、客户开发、客户维护、会员服务、广播服务、处理投诉、资料管理等工作。	120
3	翻打传票	本课程是会计专业中一项必修的专业技能课。通过本课程的学习使学生能够熟练使用专用的传票翻打实训机，提高传票翻打的速度和准确率，并通过一定的努力达到学校规定的传票翻打校内定级标准。除此之外，学生还能充分锻炼手指的敏感程度，提高打字速度等，并在一定程度上有利于大脑的开发和利用。	160
4	点钞	点钞要求学生通过学习能够熟练掌握单指单张的点钞方法，学会各种捆钞方法，掌握鉴别假钞的基本知识和方法。	80
5	珠算	通过本课程的学习，使学生掌握加、减、乘、除的计算技术；能通过中国珠算协会规定的相应等级测试；掌握计算器的使用，能使用统计键和一般功能键，能利用计算技术为专业服务。	80
6	经济法律法规	了解我国连锁经营的主要管理部门及行业组织、我国连锁经营的政策环境；掌握连锁经营相关法律（知识产权法、反不正当竞争法、合同法、消费者权益保护法、产品质量法等）、连锁经营的主要管理法规；能在经营过程中严格执行	160

		行相关法律法规。	
--	--	----------	--

（四）综合实训实践

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品及品类管理	了解基本商品知识；掌握商品质量、商品包装、商品养护、商品分类、商品管理等基本方法和技巧；能执行并反馈总部商品分类标准；会利用有关分类方法进行商品分类并进行差别化管理。	150
2	顶岗实习	到企业顶岗实习是在基本完成校内教学课程之后，到企业现场直接参与工作过程，综合运用本专业所学的知识和技能，以养成正确劳动态度，完成一定的工作任务，进一步掌握工作方法，为将来就业奠定基础的一种实践教学形式。通过在企业相关工作岗位的实习，使学生学以致用，达到学中做、做中学的目标，并为以后的工作打下基础。	600

七、教学进度安排

（一）学时安排

每学年为 52 周，其中累计假期 12 周，名义教学时间 40 周（含复习考试和集中实训），周学时为 33 学时；综合实训 150 学时（按每周 30 小时安排，5 周），顶岗实习 600 学时（按每周 30 学时安排，20 周），3 年总学时数为 4050 学时（实际教学及实习时间为 3370 学时）。其中公共基础课 1300 学时，占比约 38.56%；专业技能课（含顶岗实习）2070 学时，占比约 61.42%。

（二）学分安排

学分计算方法：20 学时为一个学分。公共基础课 65 个学分，专业技能课（含顶岗实习）104 个学分，军训、专业认识与入学教育、毕业教育与就业指导等活动 1 周各记 1 学分，共 3 学分，总学分 172。

（三）教学安排建议

（考试形式：★—考试，☆—考查，下同）

序号	课程名称	课时安排				学分	第一学年		第二学年		第三学年	
		课堂讲授	课带实验	自修	总计		1	2	3	4	5	6
一、公共基础课												
1	职业生涯规划	40			40	2	★					
2	职业道德与法律	40			40	2		★				
3	经济政治与社会	40			40	2			★			
4	哲学与人生	40			40	2				★		
5	心理健康	40			40	2					☆	
6	语文	240			240	12	★	★	★	★		
7	数学	240			240	12	★	★	★	★		
8	英语	240			240	12	★	★	★	★		
9	体育与健康	160			160	8	★	★	★	★		
10	计算机应用基础	160			160	8	★	★				
11	公共艺术	40			40	2	☆	☆				
12	书法	20			20	1			☆			
公共基础课小计		1300			1300	65						
二、专业基础课												
1	市场营销基础	160			160	8	★					
2	营销市场调研	240			240	12		★	★			
3	连锁经营管理		80		80	4				☆		
4	广告学		80		80	4			☆			
5	消费心理与沟通技巧	80			80	4				★		
专业基础课小计		480	160		640	32						
三、专业课程												
1	消费者行为学	80			80	4		★				
2	客户服务与管理	120			120	6			★			
3	翻打传票		160		160	8	☆	☆	☆	☆		
4	点钞		80		80	4	☆	☆	☆	☆		

5	珠算		80		80	4	☆	☆	☆	☆	
6	经济法律法规	160			160	8			★		
	专业课程小计	360	320		680	34					
四、其他实践实训											
1	商品经营管理		150		150	8				☆	
2	顶岗实习			600	600	30					☆
	小计		150	600	750	38					
	合计	2100	480	600	3370	131					

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专任教师应具有中等职业学校教师任职资格；了解行业发展趋势，熟悉企业情况；关注学生发展；对本专业课程有全面了解，熟练掌握系统的商品经营知识；具备良好的语言表达能力和知识传授能力；良好的师德和终身学习能力；具有一定的实践经验。专业实训实习应配备实训实习指导教师。实训实习指导教师应具有行业、企业工作经历或经过行业、企业培训。

1. 加强师资队伍建设

实施以专业带头人为核心的专业教学团队建设模式，将教学、教研教改、培训考核等纳入团队建设。通过国内外进修学习、主持专业调研、参与课题研究、实训室建设和培养骨干教师等方式培养专业带头人。通过国

内外进修学习、公开课、参与课程资源开发和培养年轻教师等方式培养骨干教师。

2. 加强“双师”素质专业教学团队建设

制定和完善专业教师下企业实践锻炼管理办法，建立规范的“双师型”教师认定考核机制，重点培养“双师型”教师。教师通过对口职业证书或职称证书培训，考取职称证书，或到企业参与实践，提升双师型教师比例。

3. 加强兼职教师队伍建设

通过校企合作方式，将企业、行业专家、能工巧匠列入兼职教师库，并在原有基础上增聘行业专家担任兼职教师。兼职教师通过开展讲座、听课、评课等形式提高教学技能。本专业教师与兼职教师联合教学、共编教材、参与实训室与实习基地建设。

4. 加强师德师风建设

完善师德考评制度，将师德表现作为教师聘任和考核的首要内容。通过先进个人、先进集体和优秀教学团队的制度化表彰，引导教师职业生涯发展等综合措施，形成教师自我约束、自我激励、自我发展的机制，使教师坚定职业方向，爱岗敬业，增强其从事职业教育的荣誉感、使命感。

（二）教学设施

本专业校内实训室具备财经商贸实训室、财经商贸机房等实训室，主要设施及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量（台）
1	财经商贸实训室	计算机	1 台
		投影设备	1 套

2	财经商贸机房	计算机	50 台
		T3 财务软件	1 套
		传票翻打设备	50 台
		投影设备	1 套

（三）教学资源

教学资源主要是为教学、科研提供丰富的、多元化的教学素材，并以各种媒体形式，以多种展示方式组织、存储、管理，便于使用者查询、下载、应用等。市场营销专业拥有丰富的教学资源，主要包括教育部规划教材、教学课件、微课及网络课程、案例库、试题库、与其他院校共建共享课程。

（四）教学方法

为实现培养应用型市场营销人才的目标，加强市场营销实践教学，促进学生市场营销实践能力的提高，本专业在教学时贯彻教学实践性原则、教学直观性、形象性原则、教学系统性、一贯性原则，进行市场营销实践教学。

教学实施过程，采用多样化的教学方法，例如头脑风暴法、思维导图法、角色扮演法、模拟教学法、案例教学法、项目教学法、四阶段教学法等。根据教学内容、教学环境、学生学情针对性地选择教学方法，提高课堂效率，提升教学成果。

（五）学习评价

1. 教学过程将建立“多元化发展性”评价模式，以用人单位对市场营销人员的评价标准为向导，采用以岗位能力为中心，以重技能、重实训为原则，注重职业道德教育，构建学生、老师、家长、企业、社会广泛参与的学生多元主体德育评价体系。

2. 以日常学业过程性评价为主，将学生日常学习态度、学习表现、知识技能运用规范纳入课程成绩评价范围，采用“过程性评价和终结性评价相结合”、“教师评价与学生自评相结合”、“学校、企业、社会评价相结合”的多元化评价主体的考核评价体系。

3. 以职业资格鉴定基础，将学业考核与职业资格鉴定相结合，允许用职业资格证书替代一定专业课程成绩或学分。在评价过程中，重点考核学生利用专业知识解决实际问题的能力，加大技能考核力度。

4. 以行业、企业评价标准为依据，形成学校与企业专业专家共同参与学生企业顶岗实习环节的评价机制，切实加强和实化学习教学内容要求。

（六）质量管理

依据课程教学标准制定课程学期教学计划、落实课程目标与专业人才培养规格吻合、保障专业人才培养规格与专业课程体系对应。完善教学质量评价机制，有效实施教学监控，进行课程教学诊改试验。

“以人为本”教学质量管理观念。教学质量管理观念表现在内容上，主要包括学生学业质量管理、教师教学质量和教学管理人员工作质量管理；培养目标上，着眼于学生的全面和谐发展，肯定素质教育的价值取向；培养模式上，立足于多样化，注重学生的发展要求；规章制度上，倾向于灵活性，满足不同学生个性发展的需要。

九、毕业要求

按教学计划完成所有课程，且成绩合格，学分达标，通过省学业水平测试，高新用友模块合格证书。

十、编写说明

教学部可结合实际情况参照此方案制定三年制教学实施方案，课程开设顺序与周课时安排学校可根据实际情况调整。另据福建省学业水平测试政策的调整，相关文化基础课与专业课也将适时适当调整。

本方案公共基础课程中语文、数学、英语、计算机基础按新颁发的课程标准执行。