2019级专业人才培养方案

系（院）： 互联网营销学院

专 业： 市场营销

年 级： 2019级

编 制 人： 黄露萍

2019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：630701

1. 入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

本校实行弹性学制，允许学生提前或延迟毕业。各专业一般修业年限为三年，修业年限最长不得超过九年（从入学时开始计算）。

四、职业面向

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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）** | **职业资格证书或技能等级证书举例** |
| **财经商贸大类（63）** | **市场营销类（6307）** | **批发业、零售业（51、52）** | **市场营销专业人员（2-06-07-02）****营销员（4-01-02-01）** | **销售代表****销售经理****市场专员****市场主管****市场经理****卖场经理****市场调查员** | **市场营销经理助理****经济师****助理策划师** |

五、培养目标和培养规格

**（一）培养目标**

培养思想政治坚定、 德技并修、全面发展， 具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、 掌握市场营销、管理学 、经济学等专业技术理论知识和营销策划、市场调查、促销、客户管理等专业技术技能，具备认知能力、合作能力、创新能力、职业能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力，具有较强的就业创业能力，面向工商 、外贸、金融领域，能够从事市场开发、营销策划、营销管理等工作的高素质技术技能型人才。

**（二）培养规格**

**1.素质**

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感， 遵守法律，遵规守纪， 具有社会责任感和参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。遵守、履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等；具有从事相关职业应具备的其他职业素养要求。

具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养。

**2.知识**

（1）基础知识

①掌握马克思主义基本理论和基本知识；

②掌握思想道德修养和法律基础知识；

③掌握数学计算、应用文写作、英语交流、计算机应用等科学文化基础知识。

（2）专业知识

①掌握市场经济学、管理学、广告学、心理学的专业基本知识；

②掌握市场调查、市场策划、网络营销、公关关系管理、消费者行为学等专业知识。

③熟悉商务办公软件操作、网络运营推广、商务英语、商务公文写作的基础知识。

3.能力

（1）社会能力

①具有独立思考，主动工作的能力；

②具有吃苦耐劳、甘于奉献的品质；

③具有良好的人际交往的能力、沟通协调、团队合作与工作适应能力；

④具有主动学习能力、自我发展能力及创新能力；

⑤具有良好的职业道德、敬业精神；

⑥具有严谨的工作态度和良好的心理素质。

（2）方法能力

①具有终身学习，适应市场环境变化发展的能力；

②具有获取信息的能力，并具有一定信息处理能力；

③具有制定工作计划的能力和进行职业生涯规划能力；

④具有分析、解决问题的能力；

⑤具有主动探索和应用新知识、新技术、新工艺的能力；

⑥具有严格执行工作程序、工作规范、工作标准和安全操作规程的能力；

⑦具有基本的生产组织、技术管理能力。

（3）专业能力

①具有市场调查、营销策划、营销管理的能力；

②具有推销服务、客户服务及管理、广告策划、促销管理的能力；

③具有市场开发、市场渠道管理、营销诊断、营销咨询的能力。

1. 课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. **公共基础课程**

军事技能、军事理论、美育课程、大学生心理健康、职业生涯与规划、思想道德修养、计算机基础、等级英语、大学体育、财经应用文写作、创新创业教育、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、培贤英语。

**1. 公共基础课设置及进程安排表（共计41学分，占总学时33.66%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学 时 数 | 学分 | 开课学期 | 考核方式 | 备注 |
| 总课时数 | 理论教学（学时） | 课内实训（学时） | 集中实训（学时/周） |
| 1 | GRD 112 | 军事技能 | 112 |  |  | 112 | 2 | 1 | 考查 |  |
| 2 | GRD 113/114 | 军事理论课1/2 | 36 | 30 | 6 |  | 2 | 1、2 | 考试 |  |
| 3 | GRD 308 | 美育课程 | 32 | 16 | 16 |  | 2 | 4 | 考查 | 自行选择 |
| 4 | GRD 106 | 大学生心理健康 | 32 | 28 | 4 |  | 1.5 | 1 | 考试 |  |
| 5 | GRD 108 | 职业生涯与规划 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 1 | 考查 |  |
| 6 | GRD 105/205 | 思想道德修养1/2 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 7 | GRD 301/302 | 计算机基础1/2 | 64 | 32 | 32 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 8 | ENG 141/142/144/134 | 等级英语A/B/C/B级英语 | 64 | 64 | 0 |  | 4 | 1、2 | 考试 |  |
| 9 | GRD 201/202/203  | 大学体育1/2/3 | 96 | 18 | 78 |  | 3 | 1、2、3 | 考查 |  |
| 10 | GRD 107 | 财经应用文写作 | 32 | 26 | 6 |  | 1.5 | 2 | 考试 |  |
| 11 | GRD 117 | 创新创业教育 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 3 | 考查 |  |
| 12 | GRD 306/401 | 毛泽东思想概论1/2 | 64 | 56 | 8 |  | 4 | 3、4 | 考试 |  |
| 13 | GRD 307/402 | 形势与政策1/2 | 16 | 16 | 0 |  | 1 | 3、4 | 考试 |  |
| 14 | PXE 211 | 培贤英语A | 144 | 20 | 124 |  | 3 | 1 | 考查 |  |
| 15 | PXE 212 | 培贤英语B | 128 | 18 | 110 |  | 3 | 2 | 考查 |  |
| 16 | PXE 110 | 培贤英语C | 64 | 10 | 54 |  | 1.5 | 3 | 考查 |  |
| 17 | PXE 214 | 培贤英语D | 64 | 10 | 54 |  | 1.5 | 4 | 考查 |  |
| 18 | PXE 111 | 培贤英语E | 48 | 10 | 38 |  | 1 | 5 | 考查 |  |
| 19 | PEC 101 | 泰语 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 根据自己的课程灵活选修 | 考查 | 至少修够1分即可 |
| PEC 102 | 越南语 | 16 |  14  | 2 |  | 1 | 考查 |
| PEC 302 | 营养学 | 16 | 12 | 4 |  | 1 | 考查 |
| PEC 104 | 舞蹈 | 16 | 7 | 7 |  | 1 | 考查 |
| PEC 105 | 羽毛球 | 16 | 5 | 11 |  | 1 | 考查 |
| PEC 103 | 商务外交礼仪 | 16 | 6 | 6 |  | 1 | 考查 |
| PEC 106 | 职业道德 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 考查 |
| 合计 | 1108 | 440 | 668 | 41 |  |  |  |

**2.公共基础课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 军事技能 | 本课程的主要内容包括：共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。通过本课程的学习，让学生了解掌握基本军事技能，养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生良好的战斗素养，提高学生安全防护能力，全面提升学生的综合军事素质。  |
| 2 | 军事理论 | 本课程的主要内容包括：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。通过本课程的学习，让学生了解掌握军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。 |
| 3 | 美育课程 | 本课程主要内容包括认识美，体验美，感受美，欣赏美，创造美等的美学。采用实践教育来体现美的教育。通过本课程的学习，使学生认识美，爱好美，创造美，促进学生德智体的全面发展，提高学生思想，发展学生的道德情操，丰富学生知识和智力，从而学生在自然成长当中收获精神上的充足，对艺术，空间想象等进一步研究有重要的意义。 |
| 4 | 大学生心理健康 | 本课程的主要内容包括大学生心理健康的新观念、悦纳自我、控制调节情绪、塑造健全人格、积极适应环境、提升人际交往能力、学会恋爱、和生命教育等章节。通过本课程的学习帮助学生掌握一定的心理健康知识，正确认识自我，接纳自我，塑造自己的良好形象，管理好自己的情绪，培养健全的人格品质，积极正向的心态，掌握学习和人际交往的科学方法和技巧，并帮助他们树立科学正向的恋爱观，学会尊重生命，努力实现生命的价值。 |
| 5 | 职业生涯与规划 | 本课程的主要内容包括认识职业生涯规划、制订职业生涯规划、职业素质的培养和职业能力的提升、就业准备、求职实践指导、就业权益的保护、创业教育、创业行动实施等内容。通过本课程的学习，使学生掌握职业、职业生涯的基本理论知识、具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，提高学生的各种通用技能，激发学生的社会责任感，增强学生自信心，树立职业生涯发展的自主意识、正确的就业观和价值观、职业观；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，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。 |
| 6 | 思想道德修养 | 本课程是中宣部、教育部规定的大学生的必修课之一，是各专业的公共必修课，也是对大学生进行系统的思想政治教育的核心渠道与阵地。通过学习，使学生树立科学的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观。通过理论与实践相结合的教学模式，培养学生的爱国主义情操，坚定理想信念的自觉，激发敬业创新精神，形成健全人格的品质与心理素质，掌握工作、生活中的基础法律理论，树立法治意识。通过引导和学习，使学生具备作为现代公民的道德素养和法律素养。通过本课程的教学改革与建设，使学生具有明确的职业理想、良好的职业道德、科学的职业价值观和较完善的职业纪律素质，为高职各专业人才培养目标的实现以及高职学生成长成才和终生发展打下坚实的基础。 |
| 7 | 计算机基础 | 《计算机应用基础》课程的主要内容有：计算机基础知识、计算机系统知识、Windows7操作系统知识介绍、Word2010文字处理软件、Excel2010电子表格数据处理软件、PowerPoint2010演示文稿软件、计算机网络基础知识及计算机维护等。通过本课程的学习，结合理论教学和上机操作能力的培养，使学生了解计算机基础知识，掌握Windows7操作系统的文件、程序管理技术，使学生了解Word2010、Excel2010、PowerPoint2010的基本概念，熟练掌握办公软件的使用，学会利用Word2010软件处理文字，学会制作电子表格并利用公式与函数计算数据，学会高级数据处理、图表数据分析及打印输出等，学会幻灯片的版面设计、对象的动画设计和幻灯片的放映控制及输出转换通过掌握相关知识能够制作一个理想的演示文稿。熟悉Internet的使用，了解计算机安全与维护等基本技能与操作。 |
| 8 | 等级英语 | 本课程主要内容有英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际，包括词汇、阅读、翻译、语法和写作技巧等模块，其目的是帮助学生掌握英语语言知识和交际能力，通过丰富的语言输入与多样的练习形式巩固学生的语言基础，提高学生在不同情境下的语言应用能力。通过本课程的学习使学生打好扎实的语言基本功，逐步学会使用英语中的基本词汇、语法以及句型结构；能听得懂英语授课，能听懂日常英语谈话和一般的英文主题讲座；提高学生的阅读和写作能力，培养学生在未来生活工作中使用英语进行口头和书面交流能力。本课程特别重视培养学生说、写、译等语言交际能力的培养，同时培养和训练学生的自主学习能力，提高综合文化素养，通过外文的学习培养其思想道德素质、文化素质和心理素质。 |
| 9 | 大学体育 | 本课程主要的内容有,体育基础、素质拓展、篮球、排球、羽毛球、武术（刀术）足球、田径（跑、跳）等。学习本课程，使学生掌握体育基础知识，基本体育技能和基础体育动作要领，提高学生身体素质，个人兴趣爱好，使学生在现代化、面向世界、面向未来，适应我国社会主义现代化建设和基础体育改革与发展的实际需要，德、智、体、美全面发展，基础宽厚，具有现代体育观念、良好的科学素养以及具有创新精神和实践能力，在社会中有一技之长。 |
| 10 | 财经应用文写作 | 本课程的主要内容包括常用公务文书、常用事务文书、财经活动分析文书、财经调研文书财经契约文书、财经策划文书、财经信息文书、财经函电、财经诉讼文书、财经论文等。通过本课程的学习提高高职高专学生的应用文书写作能力，促进学生思维拓展，帮助学生从应用文写作的感性认识入手，开拓专业视野、培养写作兴趣，到完成积累专业知识、树立专业意识、提高专业素养、规范专业行为、掌握专业技能的学习体系的理性构建。 |
| 11 | 创新创业教育 | 本课程的主要内容创意概述，创意理论基础，创意心理分析，市场竞争中的创意，创意人才，创意人才的培养，创新意识，创新能力，创新方法及技巧，创新人才的培养，创业教育，创业计划，创业团队等。通过本课程的学习，培养学生的三创意识，让他们勇于创新和超越，使学生在生活中能发现创新，创业的灵感，在未来的竞争中取得优势。 |
| 12 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 该课程主要内容是全面论述毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的科学涵义、形成发展过程、科学体系、历史地位、指导意义。 是我国高校本专科学生都必修的一门思想政治理论课程。通过本课程的学习，主要帮助大学生系统掌握中国化马克思主义的形成发展、主要内容和精神实质，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，坚定中国特色社会主义理想信念。培养运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性，积极投身全面建设小康社会的伟大实践。 |
| 13 | 形势与政策 | 本课程是思想政治理论课程的重要组成部分，是高等学校思想政治理论课的必修课。是按照高等学校对学生的培养目标，根据当今大学生普遍关心形势与政策的实际情况以及深化改革、建设全面小康社会新的历史时期对思想政治教育提出的要求设置的。每学期的教学内容是根据中宣部、教育部社科司下发的《“时事报告大学生版”教育教学要点》制定。通过对大学生进行形势与政策教育，使学生全面系统了解社会发展动态，认清时代潮流，把握时代脉搏，正确认识国情、正确理解党的路线、方针和政策，提高爱国主义和社会主义觉悟，明确时代责任，提高分析和解决社会问题的能力，为成才打下坚实的思想基础。 |
| 14 | 培贤英语 | 本课程主要内容有标准的英语语音、语调、基本的词汇句型及日常的不同语境下的句型表达等。通过本课程的学习，使学生可以掌握丰富的日常基本词汇、句型、问候的方式；如何进行自我介绍以及与其他人交朋友；食品、餐具、用餐的相关表达方式；有关购物单词和基本句子；常用国家名称；以电话为主题的句子；紧急情况为主题的单句；时间的表达；购物及商务活动等场合用语，以及在休闲场合使用的对话；与他人电话及紧急情况交流日常句型。培养学生用英语进行基本交流的能力，注重纠正语音语调，强调反复跟读、重复记忆的方式，达到加深印象，自然习得的效果。使学生能较流利地用标准的英语语音、语调表达自己的思想，进行一般的英语会话。逐步培养学生的对话、交谈和叙述等方面的口语实际能力，以达到英语作为交流工具的目的。 |

1. **专业课程**

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程,以及有关实践性教学环节。

**1. 专业基础课设置及进程安排表（共计33学分，占总学时17.01%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学 时 数 | 学分 | 开课学期 | 考核方式 | 备注 |
| 总课时数 | 理论教学（学时） | 课内实训（学时） | 集中实训（学时/周） |
| 1 | OUW 101/ OUW 102 | University English Writing Skills (上）(下） | 64 | 48 | 16 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 2 | OUP 101/OUP 102 | Presentation Skills Course （上）（下） | 64 | 48 | 16 |  | 3 | 2、3 | 考试 |  |
| 3 | Introduction to Quantitative Methods (Level 4) | ACC 814 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 4 | Dynamic Business Environments (DBE)(L4) | ABE 404 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 5 | Enterprising Organisations (EO)(L4) | ABE 405 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 6 | Principles of Marketing Practice (PMP)(L4) | ABE 401 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 7 | International Business Economics and Markets (IBEM)(L5) | ABE 409 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 8 | Buyer and Consumer Behaviour (BCB)(L5) | ABE 408 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 9 | Strategic Marketing (SM)(L6) | ABE 412 | 32 | 30 |  2  |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 10 | MKT202 | 经济学基础 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 3 | 考试 |
| 11 | MKT205 | 管理学原理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 12 | MKT102 | 电子商务概论 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 1 | 考试 |  |
| 13 | MKT508 | 商务文案策划与写作 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考查 |  |
| 14 | MKT204 | 客户关系管理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 15 | MKT402 | 公共关系管理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计 | 560 | 438 | 122 | 33 |  |  |  |

**2.专业基础课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | University English Writing Skills（大学英语写作课课程） | 本课程通过研究英文学术文章的谋篇布局，学习在英文学术文章写作中如何合法地获取与使用英文出版物与非出版物的资料信息、如何正确地使用各种英文资料组织写作，探讨如何评估并优化英文学术文章来培养学生良好的英语学术文章写作技巧与能力。通过本课程的学习，学生可以熟悉英文学术文章的架构与作文技能，掌握写作主题鲜明、重点突出、资料翔实、逻辑清晰、结构合理、层次分明、衔接顺畅的英文篇章的能力，提高并强化学生在学习工作中的国际交流能力。 |
| 2 | Presentation Skills Course（大学演讲课课程） | 本课程通过研究优秀英文演讲的构成要素、分析英文演讲的情景并学习如何撰写优秀的英文演讲稿、如何在英文演讲中合理地管控肢体语言和声音技巧、如何管理视觉辅助器具、如何设计演讲舞台与传递信息来培养学生出众的英文演讲技巧与能力。通过本课程的学习，学生可以熟悉多种情形下的英文演讲的架构与技巧，掌握在英文环境中进行主题鲜明、重点突出、逻辑清晰、结构合理、衔接顺畅的英语演讲技巧与能力。 |
| 3 | Introduction to Quantitative Methods (IQM) 定量分析概论 | 该课程主要内容是研究如何对商业数据的收集分类、处理和分析，以便得出正确行业结论的方法论学科。通过统计所特有的统计指标和指示体系，表明所研究的社会经济现象的规模、水平、速度、比例和效益，以反映社会经济现象发转规律在一定时间、地点、条件下的作用，描述和预测社会经济现象数量之间的联系和变动规律。通过本课程的学习使学生们理解统计学的基本原理，掌握统计学的基本方法，子定性分析基础上做好定量分析。用统计学的知识取“发现问题、分析问题和解决问题” ，培养学生做数据统计、商业分析和市场预测的能力，以适应市场经济中各类问题的实证研究、科学决策和经济管理的需求。 |
| 4 | Principles of Marketing Practice (PMP) 营销实践原则 | 该课程主要内容是介绍市场营销基本概念和基础知识。通过本课程的学习使学生们理解营销方法与技巧，掌握一定的营销理念，将理论与实际结合，具备解决实际赢下问题的能力。 |
| 5 | Dynamic Business Environments (DBE) 动态商业环境 | 该课程主要内容是关于商业的经济学观点、不同的经济制度、政府对企业商业的潜在影响、不同水平的市场竞争、供需关系以及需求的弹性、PESTLE分析法、SWOT分析法和企业内部环境的分析。通过本课程的学习使学生们理解涉及商业环境的全面的基础知识，对商务中涉及道德实务和相关问题有个清晰的认识，为其他专业课的学习简历一个系统与明确的观点，加强学生综合运用所学理论分析实际问题的能力，培养学生一定的上午素质。 |
| 6 | Enterprising Organisations (EO) 企业组织 | 该课程主要内容是关于企业组织结构的多种类型，能绘制最合适的组织结构，并展示不同组织因素之间的联系。组织结构类型以及企业组织的沟通方式，各职能之间的合作与冲突。通过本课程的学习使学生们理解如何分析内外部因素对组织产生的影响；学会用使用一些分析理论分析企业环境。组织基础设施的概念和作用；能够在不同的组织范围内确定组织绩效的关键因素。 |
| 7 | Managing Agile Organisations and People（MAOP） 敏捷组织和人员管理 | 该课程主要内容是学习组织性质的变化，了解现代管理实践与原则，熟悉员工绩效环节和管理者的个人发展。通过本课程的学习使学生们具备分析组织内外部环境的能力，嫩够提出支持采取具体战略的合理论据；具备分析、判断、商业意识能力，了解个人职责、熟悉人员管理，能够反思并制定合适的个人发展规划。 |
| 8 | International Business Economics and Markets(IBEM) 国际商业经济学和市场 | 该课程主要内容是全面论述常见的国际市场状况及国际经济环境形势。通过本课程的学习使学生们理解常见的国际贸易原理和经理理论、国际市场规律、常见的国际金融机构及其运行方式。 |
| 9 |  Human Resource Management (HRM) 人力资源管理 | 该课程主要内容是分析人力资源管理的盖伦及其对组织的影响；评估人力资源管理在职场中的应用过程；评估人力资源管理所涉及的各种实践及应用情况（包括人力资源规划、人员配置、员工发展、员工关系和薪酬）；评估影响职场中员工关系的有关因素。通过本课程的学习使学生们理解现代人力资源开发与管理的专业知识；行政管理与文化建设的专业知识；具有分析解决人力资源战略管理、进行人力资源开发和管理的基本能力。 |
| 10 | 经济学基础 | 本课程是电子商务、市场营销、连锁经营与管理、工商管理、国际贸易、物流管理、会计电算化、投资与理财、国际商务、人力资源管理、财务管理等专业必修的专业核心基础课程，是国家教育部规定的财经管理类类专业十门核心课程之一，在教学中占有重要的地位。通过本课程的学习，使学生了解该学科的基础知识和基本技能，扩大学生的知识面，合理学生的知识结构，使学生了解经济中的各种现象、关系和规律，并学会运用这些规律对经济活动进行管理。 |
| 11 | 管理学原理 | 本课程是市场营销专业的专业基础课程，在市场营销专业课程体系中有着重要的地位和作用。管理学作为一门研究人类社会管理活动中各种现象及规律的学科，其中的管理理论与方法都是实践经验的总结和积累，同时又为实践服务，才能彰显强大的生命力。通过本课程的学习，使学生了解和掌握管理学的基本原理和职能，并能掌握其中的管理理论与方法，同时也要理论联系实际，注重实践。 |
| 12 | 客户关系管理 | 本课程是市场营销专业的专业基础课程，在市场营销专业课程体系中有着重要的地位和作用。客户关系管理作为一门研究客户管理活动中各种现象及规律的课程，其中的客户管理理论与方法都是实践经验的总结和积累，同时又为实践服务。通过本课程的学习，使学生了解和掌握客户管理的基本原理和职能，并能掌握其中的管理理论与方法，同时也要理论联系实际，注重实践。 |
| 13 | 商务文案策划与写作 | 本课程是普通高等学校市场营销专业学生的必修课程。它是适应大学生成长成才需要，帮助大学生科学认识市场营销文案与写作，加强知识框架构建，树立应有的职业素养，成为社会主义事业的建设者和接班人的课程。通过课程的学习，以培养学生营销意识，掌握文案写作知识；从营销的角度，培养学生营销写作的能力，提高学生的营销文案写作的能力。 |
| 14 | 电子商务概论 | 本课程以“电子商务网络技术基础”课程的学习为基础，同时与“网络营销”、“电子商务物流管理”、“网络零售”等课程相衔接，共同打造学生的专业核心技能。通过对电子商务相关概念、理论、业务和案例的教学，培养学生对电子商务领域学习和探究的兴趣，对职业方向和职业岗位的认知，解释和解决电子商务领域基本问题和现象的能力。 |
| 15 | 公共关系管理 | 本课程是市场营销专业的专业基础课程，在市场营销专业课程体系中有着重要的地位和作用。公共关系管理作为一门研究公共关系管理活动中各种现象及规律的课程，其中的公共关系管理理论与方法都是实践经验的总结和积累，同时又为实践服务。通过本课程的学习，使学生了解和掌握公共关系管理的基本原理和职能，并能掌握其中的管理理论与方法，同时也要理论联系实际，注重实践。 |

**3. 专业核心课设置及进程安排表（共计18学分，占总学时8.75%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学 时 数 | 学分 | 开课学期 | 考核方式 | 备注 |
| 总课时数 | 理论教学（学时） | 课内实训（学时） | 集中实训（学时/周） |
| 1 | MKT 304 | 市场营销策划 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 2 | MKT 203 | 消费者行为学 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 3 | MKT 101 | 市场营销概论 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 4 | MKT 401 | 网络营销 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 2 | 考试 |  |
| 5 | MKT 201 | 市场调查预测 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 1 | 考试 |  |
| 6 | MKT403 | 渠道开发与管理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 7 | MKT206 | 销售实务管理 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 3 | 考试 |  |
| 8 | MKT103 | 品牌营销 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 合计 | 288 | 184 | 104 | 18 |  |  |  |

**4.专业核心课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 市场营销策划 | 本课程以当代营销理论为指导，把握营销策划的主体任务、核心策略与主流方法，论述了营销策划思维与谋略，市场调研、市场定位、品牌与产品、价格与分销、广告传播、公关传播和促销活动策划，形成了严密的“营销策划”理论内容构成与方法体系。通过课程的学习学生能够掌握将营销策划基本的理论知识运用到营销策划实践中，具有营销策划案例分析能力，具备营销策划实战能力以及撰写营销策划书的技能。 |
| 2 | 消费者行为学 | 本课程研究个人和家庭为满足生活需要所从事的以购买为中心的决策活动过程及其规律性、消费者心理与行为的关系、消费者心理及行为与营销活动的关系等。通过本课程的学习学生能够掌握分析消费者行为的方法和技巧、掌握消费者行为相关理论在营销中的应用等。 |
| 3 | 市场营销概论 | 主要包括市场营销与市场营销学概述；市场与营销机会分析；制 定市场营销战略（包括STP战略、新产品开发战略、 品牌战略）；市场营销策略（4P）即产品策略、渠道 策略、价格策略及促销策略；市场营销管理；市场营 销创新发展等内容。通过本课程的学习学生能够从实际的角度，对企业的市场营销活动进行评估和分析；并且能够树立营销理念，通过案例分析，对现实商业世界形成初步的科学理解和分析能力。 |
| 4 | 网络营销 | 本课程主要内容包括：现代营销学原理、网络营销概述、网络营销环境分析、网络营销顾客行为分析、网络营销目标市场战略、网络市场调研、网络营销产品策略、网络营销定价策略、网络营销渠道策略、网络营销促销策略、网络营销推广工具与方法、网络营销评估与绩效考核、网络营销服务管理、网络营销客户关系管理、网络营销风险与控制、企业营销网站创建与推广。 |
| 5 | 市场调查预测 | 本课程是市场营销专业的专业核心课程，在市场营销专业课程体系中有着重要的地位和作用。市场调研与预测作为一门研究市场调研与预测活动中各种现象及规律的课程，其中的调研与预测理论与方法都是实践经验的总结和积累，同时又为实践服务。通过本课程的学习，使学生了解和掌握调研与预测的基本原理和职能，并能掌握其中的理论与方法，同时也要理论联系实际，注重实践。 |
| 6 | 渠道开发与管理 | 本课程是普通高等学校市场营销专业的必修课程,是工商管理、市场营销等经济管理专业一门新兴的、重要的专业核心课程。通过课程各项目的学习，使学生了解选择与开发渠道成员，系统理解渠道开发与管理的理念，掌握制定渠道激励策略、管理渠道应收账款、管理渠道冲突、互联网渠道营销管理在渠道开发与管理中基本应用。树立渠道开发与管理意识，对本课程的性质、任务、结构有一个全面明确的体会了解，建立一个完整的构架。较好地掌握渠道开发与管理的基本理论、原理和方法。 |
| 7 | 销售实务管理 | 本课程是通过计划、人员配备、培训、领导以及对组织资源的控制，以达到企业的销售目标、利润目标和顾客满意目标的一种管理活动。本课程将从销售经理的定位、销售规划管理、销售货品管理、构建销售组织和客户管理等方面进行学习，使学生掌握销售业务管理、人员管理和客户管理的相关知识。 |
| 8 | 品牌营销 | 本课程包括企业营销和发展，从战略策划到联合执行的品牌营销管理过程运用的基本原理和方法。通过学习掌握品牌营销的理论，具备运用4P战术组合、建立品牌核心价值的执行能力。 |

**5. 专业拓展课设置及进程安排表（共计25学分，占总学时12.15%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学 时 数 | 学分 | 开课学期 | 考核方式 | 备注 |
| 总课时数 | 理论教学（学时） | 课内实训（学时） | 集中实训（学时/周） |
| 1 | MKT506 | 促销管理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 2 | MKT 507 | 移动电子商务 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 3 | MKT 602 | 营销广告作品赏析 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 4 | MKT 503 | 跨境电子商务 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 4 | 考试 |  |
| 5 | MKT 302 | PS广告视觉设计 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 6 | MKT 504 | 导游基础知识 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 7 | ABE 412 | Strategic Marketing (SM)(L6) | 32  | 30 | 2 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 8 | ABE 407 | Integrated Marketing Communications (IMC)(L5)  | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 9 | ABE 406 | Managing Agile Organisations and People (MAOP)(L5)  | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 5 | 考试 |
| 10 | MKT 301 | 市场营销案例分析 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 11 | MKT601 | 连锁经营与管理 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 12 | MKT502 | 新媒体营销概论 | 32 | 20 | 12 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 合计 | 400 | 282 | 118 | 25 |  |  |  |

**6.专业拓展课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 促销管理 | 促销管理是一门研究促销管理的基本规律，基本业务技术的课程。促销管理课程是市场营销专业的一门核心课程，使学生从促销管理的角度，按照管理活动程序，对促销管理涉及的促销规划管理、促销人员管理等进行系统的阐述分析，为学生日后从事促销管理相关工作奠定良好的知识储备。 |
| 2 | 移动电子商务 | 本课程主要使学生掌握移动电商的相关理论，进行无线终端的B2B、B2C、C2C或O2O的电子商务。 |
| 3 | 营销广告作品赏析 | 本课程包括作品分析和作品赏析两部分，内容包括招贴广告设计、报纸广告设计、杂志广告设计、宣传单广告设计等。通过课程的学习是学生能够运用广告作品赏析的原则和标准，对代表性的广告设计作品以及一些知名品牌的广告设计进行鉴赏、分析、评价。 |
| 4 | 跨境电子商务 | 本课程主要包括以下内容:跨境电子商务内涵和发展；跨境电子商务的业务流程；跨境电子商务平台建设； 跨境电子商务商品营销； 跨境电子商务物品之贸易实务； 跨境电子商务品牌建设；跨境电子商务企业管理；跨境电子商务的风险；跨境电子商务风险的防范。 |
| 5 | PS广告视觉设计 | 本课程是市营专业学生的一门专业重要拓展课,具较强的系统性、创新性、针对性和实用性。学生通过该课程的学习,对广告平面设计工作的性质、任务、作用及其意义应有比较全面的了解;同时培养学生良好的广告设计从业意识,开拓广告设计市场的精神和竞争意识;并初步具备从事广告平面设计工作的能力和处理问题的能力。 |
| 6 | 导游基础知识 | 该课程主要内容是解释导游基础知识，综合介绍导游基础知识在旅游营销实际运用。通过本课程的学习使学生们掌握如何运用导游基础知识, 同时了解旅游营销。 |
| 7 | Strategic Marketing (SM)(L6) | 该课程主要内容是关于市场营销的概念以及发展趋势，介绍营销环境、营销战略、营销技巧以及营销过程中涉及的法律问题。通过本课程的学习使学生们理解营销活动的必要性，更加全面地掌握市场营销理论知识，培养学生的营销能力，使其在未来实践工作运用所学知识解决遇到的营销难题。 |
| 8 | Integrated Marketing Communications (IMC)(L5)  | 该课程主要内容是解释整合营销传播基本概念及原理，综合介绍整合营销传播在实现品牌、市场营销和企业目标中的重要性。通过本课程的学习使学生们掌握如何在各种实际情况下实现整合营销传播, 同时了解客户行为, 媒体计划和品牌战略的相关知识。 |
| 9 | Managing Agile Organisations and People (MAOP)(L5)  | 该课程主要内容是学习组织性质的变化，了解现代管理实践与原则，熟悉员工绩效环节和管理者的个人发展。通过本课程的学习使学生们具备分析组织内外部环境的能力，嫩够提出支持采取具体战略的合理论据；具备分析、判断、商业意识能力，了解个人职责、熟悉人员管理，能够反思并制定合适的个人发展规划。 |
| 10 | 市场营销案例分析 | 本课程在按照市场分析、购买行为分析、STP战略、市场竞争战略、产品策略、分销渠道策略、促销等专题案例的基础上,结合的营销综合案例， 以及运用新型营销理论和手段的营销前沿案例。 |
| 11 | 连锁经营与管理 | 本课程是普通高等学校必修课程。《连锁经营与管理》是工商管理、市场营销、电子商务等经济管理专业一门新兴的、重要的专业核心课程。通过本课程的学习，学生可系统掌握连锁经营管理的基本原理、方法、规律、技巧和策略，培养连锁经营管理的专业素养，将理论与实际紧密结合，满足具有实践能力的、符合中国连锁经营企业对专业管理人员的基本职业要求，也可为后续连锁经营管理专业课程学习打下良好的基础。学生不仅应具备扎实的连锁经营管理的理论知识，而且应具有较强的实践动手能力，同时还应具备一个基层管理人员基本的管理技巧。 |
| 12 | 新媒体营销概论 | 通过本课程的学习，使学生了解新媒体的概念和特征，新媒体的类型，利用相应的工具进行新媒体营销。 |

**7. 实践性课程设置及进程安排表（共计14学分，占总学时28.43%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学 时 数 | 学分 | 开课学期 | 考核方式 | 备注 |
| 总课时数 | 理论教学（学时） | 课内实训（学时） | 集中实训（学时/周） |
| 1 | MKT 501 | 营销综合实训 | 48 | 20 | 28 |  | 3 | 5 | 考查 |  |
| 2 | GRD 902 | 实习报告 | 168 | 0 | 168 |  | 5 | 6 | 考查 |  |
| 3 | GRD 901 | 实习 | 720 | 0 | 0 | 720 | 6 | 6 | 考查 |  |
| 合计 | 936 | 20 | 916 | 14 |  |  |  |

**8.实践性课程内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 营销综合实训 | 本课程以就业为导向，紧紧围绕21世纪高职高专教育新型人才培养目标，依照“理论讲透、实务足够、案例同步、实训到位”的原则，全面介绍市场营销综合管理的内容，注重“教学目标”、“教学内容”、“习题和训练”、“学习考核”四者之间的内在统一。 |
| 2 | 实习报告 | 实习报告是对实习期间工作学习经历的总结，要求学生结合实际情况对工作进行分析和概括，根据今后的工作任务和要求，吸取经验和教训，明确努力方向，提出改进措施。 |
| 3 | 实习 | 结合市场营销专业知识的学习，对专业的定位、基本功能、各个作业流程有了一定的理论基础，通过实习将这些理论与实际的操作相结合，在实践中提高运用知识的能力。 |

七、教学进程总体安排

**（一）教学进程安排表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **序号** | **课程名称** | **课程****代码** | **核心课程** | **学分** | **课程****学时** | **理论****教学****（学时）** | **课内****实训****（学时）** | **集中****实训****（学时/周）** | **考试****（查）** | **各学期教学周数及周学时分配（周学时\*周数）** |
| **一** | **二** | **三** |
| **19** | **20** | **20** | **20** | **20** | **19** |
| 公共基础课程 | 必 修 | 1 | 军事技能 | GRD 112 |  | 2 | 112 |  |  | 112 | 考查 | >112(14天） | 　 | 　 | 　 |  |  |
| 2 | 军事理论课1/2 | GRD 113/114 |  | 2 | 36 | 30 | 6 |  | 考试 | 1\*18 | 1\*18 | 　 | 　 |  |  |
| 3 | 美育课程 | GRD 308 |  | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 考查 | 　 | 　 | 　 | 2\*16 |  |  |
| 4 | 大学生心理健康 | GRD 106 |  | 1.5 | 32 | 28 | 4 |  | 考试 | 2\*16 | 　 | 　 | 　 |  |  |
| 5 | 职业生涯与规划 | GRD 108 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 | 1\*16 | 　 | 　 | 　 |  |  |
| 6 | 思想道德修养1/2 | GRD 105/205 |  | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 考试 | 2\*12 | 2\*12 | 　 | 　 |  |  |
| 7 | 计算机基础1/2 | GRD 301/302 |  | 3 | 64 | 32 | 32 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 | 　 | 　 |  |  |
| 8 | 等级英语A/B/C/B级英语 | ENG 141/142/144/134 |  | 4 | 64 | 64 | 0 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 | 　 | 　 |  |  |
| 9 | 大学体育1/2/3 | GRD 201/202/203  |  | 3 | 96 | 18 | 78 |  | 考查 | 2\*16 | 2\*16 | 2\*16 | 　 |  |  |
| 10 | 财经应用文写作 | GRD 107 |  | 1.5 | 32 | 26 | 6 |  | 考试 | 　 | 2\*16 | 　 | 　 |  |  |
| 11 | 创新创业教育 | GRD 117 |  | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考查 | 　 | 　 | 2\*16 | 　 |  |  |
| 12 | 毛泽东思想概论1/2 | GRD 306/401 |  | 4 | 64 | 56 | 8 |  | 考试 | 　 | 　 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |
| 13 | 形势与政策1/2 | GRD 307/402 |  | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 考试 | 　 | 　 | 2\*4 | 2\*4 |  |  |
| 14 | 培贤英语A | PXE 211 |  | 3 | 144 | 20 | 124 |  | 考查 | 9\*16 |  |  |  |  |  |
| 15 | 培贤英语B | PXE 212 |  | 3 | 128 | 18 | 110 |  | 考查 |  | 8\*16 |  |  |  |  |
| 16 | 培贤英语C | PXE 110 |  | 1.5 | 64 | 10 | 54 |  | 考查 |  |  | 4\*16 |  |  |  |
| 17 | 培贤英语D | PXE 214 |  | 1.5 | 64 | 10 | 54 |  | 考查 |  |  |  | 4\*16 |  |  |
| 18 | 培贤英语E | PXE 111 |  | 1 | 48 | 10 | 38 |  | 考查 |  |  |  |  | 3\*16 |  |
|  | 小计：（总学时比例33.18%） |  | 40 | 1092 | 426 | 554 | 112112 |  | 442 | 298 | 168 | 136 | 48 |  |
| 选 修 （选够 1 分 即 可）  | 1 | 泰语 | PEC 101 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 越南语 | PEC 102 |  | 1 | 16 |  14  | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 营养学 | PEC 302 |  | 1 | 16 | 12 | 4 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 舞蹈 | PEC 104 |  | 1 | 16 | 7 | 9 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 羽毛球 | PEC 105 |  | 1 | 16 | 5 | 11 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 商务外交礼仪 | PEC 103 |  | 1 | 16 | 10 | 6 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 7 | 职业道德 | PEC 106 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
|  | 小计：（总学时比例0.5%） |  |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  |  | 说明：学生在第1—6期选修够1个学分以上即可； |
| 专 业 技 能 课 程 | 专 业 必 修 | 1 | University English Writing Skills (上）(下） | OUW 101/ OUW 102 |  | 3 | 64 | 48 | 16 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |  |
| 2 | Presentation Skills Course （上）（下） | OUP 101/OUP 102 |  | 3 | 64 | 48 | 16 |  | 考试 |  | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |
| 3 | Introduction to Quantitative Methods (Level 4) | ACC 814 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 4 | Dynamic Business Environments (DBE)(L4) | ABE 404 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 5 | Enterprising Organisations (EO)(L4) | ABE 405 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 6 | Principles of Marketing Practice (PMP)(L4) | ABE 401 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 7 | International Business Economics and Markets (IBEM)(L5) | ABE 409 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 8 | Buyer and Consumer Behaviour (BCB)(L5) | ABE 408 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 9 | Human Resource Management (HRM)(L5)  | HRM 815 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 10 | 经济学基础 | MKT 202 |  | 3 | 48 | 30 | 18 |  | 考试 |  |  | 3\*16 |  |  |  |
| 11 | 公共关系管理 | MKT 402 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 12 | 电子商务 | MKT 102 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 | 2\*16 |  |  |  |  |  |
| 13 | \*市场营销策划 | MKT 304 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 14 | \*消费者行为学 | MKT 203 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 15 | \*市场营销概论 | MKT 101 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 16 | 市场营销案例分析 | MKT 301 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 17 | \*网络营销 | MKT 401 |  | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 18 | 营销综合实训 | MKT 501 |  | 3 | 48 | 20 | 28 |  | 考查 |  |  |  |  | 3\*16 |  |
| 19 | \*市场调查预测 | MKT 201 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 | 2\*16 |  |  |  |  |  |
| 20 | \*渠道开发与管理 | MKT403 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 21 | 商务文案策划与写作 | MKT508 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考查 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 22 | 连锁经营与管理 | MKT601 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 23 | \*销售实务管理 | MKT206 |  | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 考试 |  |  | 3\*16 |  |  |  |
| 24 | 新媒体营销概论 | MKT502 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 25 | 客户关系管理 | MKT204 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 26 | \*品牌营销 | MKT103 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 27 | 实习报告 | GRD 902 |  | 5 | 168 | 0 | 168 |  | 考查 |  |  |  |  |  | 28\*6 |
| 28 | 实习 | GRD 901 |  | 6 | 720 | 0 | 0 | 720 | 考查 |  |  |  |  |  | 30\*24 |
|  | 小计：（总学时比例56.2%） |  |  | 69 | 1848 | 680 | 448 | 720 |  | 96 | 272 | 288 | 192 | 112 | 888 |
| 选 修 课 程 | 1 | 促销管理 | MKT506 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 2 | 管理学原理 | MKT 205 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 3 | 移动电子商务 | MKT 507 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 4 | 营销广告作品赏析 | MKT 602 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 5 | 跨境电子商务 | MKT 503 |  | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 6 | PS广告视觉设计 | MKT 302 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 7 | 导游基础知识 | MKT 504 |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
|  |  | 8 | Strategic Marketing (SM)(L6) | ABE 412 |  | 2 | 32  | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
|  |  | 9 | Integrated Marketing Communications (IMC)(L5)  | ABE 407 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
|  |  | 10 | Managing Agile Organisations and People (MAOP)(L5)  | ABE 406 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
|  | 小计：（总学时比例10.3%） |  |  | 21 | 336 | 242 | 94 | 　 | 　 | 0 | 32 | 64 | 144 | 96 | 　 |
|  | 合计 |  |  | 130 | 3292 | 1362 | 1098 | 832 | 　 | 538 | 602 | 520 | 472 | 272 | 888 |

注：1、如是核心课程，需在对应位置标“\*”；

2、等级英语，根据学生测试成绩划分班级，分层次教学，学够个层次即可；

3、公共选修课，最少要修1分；

4、专业必修课程，最少要修够20分。

总时数3292学时，在总课时中，理论教学1362 学时，实践教学1930学时，两者比例1: 1.42 ，实践教学占总时数58.6 %。

**（二）学期周数分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学 期 | 教学周数 | 理论教学周 | 军 训入学教育暨 | 认识实习 | 施工实习 | 工种实习 | 综合实习 | 毕业设计 | 顶岗实习 | 毕业教育 | 复习考试 | 机动 |
| 一 | 20 | 15 | 2 |  |  |  |  |  |  |  | 2 | 1 |
| 二 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | 1 |
| 三 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | 1 |
| 四 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | 1 |
| 五 | 20 | 12 |  |  |  |  |  | 6 |  |  | 2 | 1 |
| 六 | 20 |  |  |  |  |  |  |  | 18 | 2 |  |  |
| 总计 | 120 | 81 | 2 |  |  |  |  | 6 | 18 | 2 | 10 | 5 |

八、实施保障

**（一）师资队伍**

1.队伍结构

市场营销专业师资队伍包括专任教师和兼职教师。为了保证教学内容的实施，市场营销专业重视师资队伍建设，在“教师队伍建设规划”中，本专业重点优化教师的职称结构、年龄结构，采取走出去、请进来的办法提高教师的实践能力。加强中青年骨干教师的培养和提高，积极推进专业教学改革与创新。聘请学者及专业人士担任客座教授，进一步加强专业的师资力量建设。各兼职教师主要来自于行业企业。

2.专任教师

具有一定的专业知识能力，熟悉岗位群工作要求，能胜任专业基础课和专业课的教学和科研能力，能为学生做示范，有创新能力，具有团队合作精神与良好的师德，热爱专业教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的技术职称及职业资格证书。

3.专业带头人

熟悉行业企业的最新技术动态，把握专业发展方向，专业带头人具备较强的专业水平和专业能力，能够带领教学团队完成专业建设、课程建设与教学改革等工作,具备一定的科研能力。

4.兼职教师

在行业企业一线从事管理、技术工作，具有相关工作的丰富经历和较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，具有一定的教学能力，能胜任本专业一体化课程教学工作及指导学生实习实训。

**（二）教学设施**

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、校内实训室和校外实训基地等。

1.专业教室基本条件

专业教室一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,并实施网络安全防护措施。

2.营销综合实训室

为满足教学需要，建设营销综合实训室。营销业务综合实训室模拟商务活动环境，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件等，同时安装营销业务相关实训软件，配备交换机、服务器、无线路由器等，以支持本专业核心课程教学以及营销各项技能实训、综合实训等。

3.校外实训基地

利用校企合作，建立市场营销专业实训基地。努力增加校外实训基地建设，与本地政府部门、对口企事业单位建立稳定的实训基地，满足学生开展商业谈判、营销策划、销售实务管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动,对实训基地的运行每年定期进行考察和评估。

4.学生实习基地

利用校企合作，与广州、深圳等经济发达地区的知名酒店、商贸企业建立稳定的实习基地，以此同时与本地政府部门、对口企事业单位建立实习基地，能够为学生提供客服专员、销售代表、网络营销专员、市场专员等相关实习岗位。学生在实习基地完成实习任务后，撰写实习报告及对实习基地评价意见，作为实习基地继续选择的依据。

**（三）教学资源**

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1.专业教材

按照国家规定选用优质教材,紧随国内外市场营销学理论与实践的发展动态，在教材的选定上，始终做到与时俱进，不断地根据市场营销环境的发展变化，调整教材体系，更新教材内容，紧跟营销学的发展动态。专业教材均是教育部推荐的面向二十一世纪课程教材。

2.专业类图书文献

专业类图书文献主要包括:有关市场营销理论、技术、方法等，以及专业各项技能实训操作类参考书,财经、管理、营销、网络信息技术类图书文献等。

3.数字教学资源

设立有能满足本专业教学要求的专业音视频资源、教学课件、数字教材等专业教学资源库。

**（四）教学方法**

为使教学更加生动，提高学生的学习热情和学习效率，在教学过程中，市场营销专业在集传统教育与信息技术相结合的诸多教学方法的基础上，将“教、学、做”融合为一体，引导学生积极思考、乐于实践，强化学生动手能力的培养，提高专业人培养质量。

在教学方法上，采用任务驱动法，通过“引-试-做-看-创新”的过程，使学生经历“不会-会-熟练-巩固-提高”的过程；采用案例教学法，以学生为学习主体，教师从旁引导启发，激发学生的求知兴趣，鼓励和培养学生的开拓创新思维，提高学生分析问题和解决问题的能力；通过角色扮演法、分组讨论法、现场操作法等方式增加学生的感性认识，增强学生的责任感、使命感和职业归属感，帮助学生养成良好的专业精神和职业道德。

**（五）教学评价**

为了保证专业学生的人才培养质量，市场营销专业通过建立教学监控体系、教学质量评价体系、专业基础课考核评价体系以及专业方向核心课考核评价体系等多种体系，实现对学生学习的考核与评价。即：

1.教学监控体系：由教务处、二级学院、教研室等多部门组成教学管理监控组织，定期和不定期对专业教学情况进行检查、监督与指导。

2.教学质量评价体系：教学考核实行教师评价和学生互评相结合，过程评价和结果评价相结合，课内评价和课外评价相结合，理论评价、实践评价和职业精神评价相结合，校内评价和校外评价相结合，形成一套较完整的课程考核评价体系。

3.专业基础课考核评价体系：包括平时学习态度、平时作业（实验实训报告）、技能考核、期末考试等。

4.专业方向核心课考核评价体系：包括平时学习态度、平时作业（实验实训报告）、技能考核、综合实训考核、工学结合过程企业评价、期末考试等。

通过多种考核评价体系，充分调动学生学习的主动性与积极性，从而进一步提高教学质量和学生学习的效果。

**（六）质量管理**

1.学校和各二级学院通过不断改善课堂教学质量、教学评价以及提高实习实训效果，与时俱进更新与完善人才培养方案并持续投入教学资源建设等，持续提高人才培养质量以达成人才培养规格。

2.学校和各二级学院在日常的教学活动中，加强教学组织运行与管理,定期开展教学质量诊断与改进,通过巡查课、听评课等制度，规范教学纪律,进一步强化教学组织功能,逐步完善教学管理机制,定期举办说课比赛以及开展公开课等教研活动。

3.对在校生学业水平、毕业生就业情分析,定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.充分利用各学期学校、学生评教分析结果改进专业教学,逐步完善教学质量。

九、毕业要求

（一）通过英语B级考试；

（二）通过2门香港公开大学课程；

（三）通过10门ABE校考；

（四）修够130个学分。

十、附录

**人才培养方案制订审批表**

**分院（部）：**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年 级** |  | **专业名称** |  |
| **培养方案****制订情况** | 签 字：  年 月 日 |
| **教研室 意 见** | 签 字：年月日 |
| **分 院 意 见** |  签 字（盖章）：  年 月 日 |
| **归属****校领导****意见** | 签 字：  年 月 日 |
| **教务处****意 见** | **意见：**同意年级专业的人才培养方案从年月日起用。签 字（盖章）：  年 月 日 |