2026年市场营销专业人才培养方案

一、专业名称、专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限：三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）
	品牌专业人员（2-06-07-04）
	互联网营销师S（4-01-06-02）
	客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管
职业类证书	数字营销技术应用证书、新媒体营销证书、呼叫中心客户服务与管理证书

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知

识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握企业管理、市场营销、销售管理等方面的专业基础理论知识；

（6）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

（7）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

（8）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标等技术技能，具有项目销售能力；

（9）掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

（10）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

（11）掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

（12）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（13）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（14）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（15）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置及学时安排

（一）主要课程设置

1.职业素养——公共基础课与素质教育课程——学习内容分析

表 1 公共基础课与素质教育课程（公共课部分）

素养		课程	课程概述	
基本素养	思想政治素养	思想道德与法治	课程目标	通过本课程的教学，帮助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；指导大学生运用马克思主义的立场、观点和方法；解决有关人生、理想、道德、法律等方面的理论问题和实际问题；培养高尚的思想道德情操；成为合格的社会主义事业的建设者和接班人。
			教学内容	系统学习马克思主义的人生观、价值观、道德观和法治观，正确看待自身成长中面临的思想道德与法治问题，提升思想道德素质和法治素养。
			教学要求	本课程注重理论性和实践性相结合，在教法上表现为课堂学习与课后实践相结合。通过采用案例教学，运用教学工具及多媒体演示法，让学生全程参与课堂，充分发挥教师的主导作用与学生的主体性。利用组织社会实践活动，开展第二课堂，将理论传授环节与实践环节结合起来，拓展学生学习途径。
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	课程目标	通过本课程的教学，帮助学生正确理解、认识马克思主义中国化时代化的系列理论成果，深刻把握社会主义的本质以及社会主义的政治、经济、文化、外交等方面的理论；帮助学生正确理解我国现行的社会制度、党的方针、政策；正确分析、看待社会中存在的问题；进一步引导学生自觉加强政治修养、提高思想觉悟，理解、支持中国特色社会主义事业，坚定共产主

素养		课程	课程概述	
				义信念，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗。
			教学内容	以马克思主义中国化为主线，突出中国从站起来、富起来到强起来的历史逻辑，系统学习毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。
			教学要求	本课程注重理论性和实践性相结合，借用信息化教学手段，采用讲授、观看视频、分组讨论等方法，以马克思主义中国化时代化为主线，以马克思主义中国化最新成果为重点，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署，培养学生理论思考习惯，不断提高理论思维能力。
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标	学习该门课程有利于帮助同学们全面准确深入领会习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求，引导学生树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，坚定“四个自信”，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。
			教学内容	系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。
			教学要求	本课程注重理论性和实践性相结合，在教法上，按照“八个相统一”要求，紧密结合党的十八大以来新时代的伟大实践，在授课过程中要引导学生把握习近平新时代中国特色社会主义思想的精髓，深刻认识习近平新时代中国特色社会主义思想是实现中华民族伟大复兴的行动指南。
		形势与政策	课程目标	旨在帮助学生全面、正确地认识党和国家当前所面临的政治、经济形势和国家改革发展所处的国际环境、时代背景，自觉拥护党的基本路线、重大方针和政策，深刻理解党和政府治国方略，积极关注社会热点、焦点问题，科学分析我国和平发展进程中的国际环境和社会特征，冷静思考国际阵营面对中国崛

素养		课程	课程概述	
				起的种种反应，主动增强实现改革开放和中国特色社会主义现代化建设宏伟目标的国家荣誉感、社会责任感和民族自信心，刻苦学习、勤奋求实、不断进取、开拓创新、主动成才、报效祖国，全面实现中华民族伟大复兴。
			教学内容	全面了解新时代伟大变革特别是党的二十大以来党和国家事业取得的重大成就，正确认识国内外最新形势，提高自身对各种问题现象的分析判断能力和思辨能力。
			教学要求	结合当前和今后一个时期的国际和国内形势，对学生进行马克思主义形势观、政策观教育，帮助学生熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，从而开拓视野、构建科学合理的知识结构。通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使大学生能够厘清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。
		中国共产党历史	课程目标	通过党史学习，进行爱国主义与革命传统教育，让学生更加深刻地认识近代以来中国共产党领导中华民族走向腾飞的光辉历程，通过史料分析，全面理解中国共产党领导下的中国人民进行新民主主义革命、社会主义革命和建设的历程和经验。运用马克思主义的基本原理，正确分析中国国情，培养爱国主义精神，树立正确的价值观和人生观。坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，以昂扬姿态为全面建设社会主义现代化国家努力奋斗。
			教学内容	本课程主要讲授中国共产党的创立时期；第一次、第二次国内革命战争时期的中国共产党；抗日战争时期的中国共产党；解放战争时期的中国共产党、建国后中国共产党带领全国人民进行社会主义改造，社会主义制度在我国确立起来。从十一届三中全会以来，以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持

素养		课程	课程概述	
				改革开放，全面建成小康社会。
			教学要求	采取理论与实践结合、线上与线下结合、教师讲授与学生读原著学原文悟原理结合等方式开展教学，运用科学、开放、创新的方式方法启智寓情励行。把握学生特点，贴近学生需求，着力讲好党的故事、革命的故事、英雄的故事，深挖教育系统红色资源“鲜活教材”，增强课程吸引力感染力，切实提高育人成效。
		国家安全教育	课程目标	本课程围绕中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。引导学生系统掌握总体国家安全观内涵与精神实质，理解中国特色国家安全体系及复杂国际环境对我国安全的影响，明晰政治安全、网络安全等重点领域与个人的关联。同时，帮助学生树立国家安全底线思维，主动学习并遵守安全法规，掌握网络信息保护、应急避险等个人可操作的安全防范技能，将安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。
			教学内容	本课程主要学习习近平总书记关于总体国家安全观的重要论述，牢固树立总体国家安全观，学习政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。
			教学要求	充分利用社会资源，发挥校园文化作用，围绕总体国家安全观和国家安全各领域，确定综合或专项主题。通过组织讲座、参观、调研、体验式实践活动等形式开展案例分析、实地考察、访谈探究与行动反思，积极引导学生自主参与和体验感悟。课程考核采用“过程性考核+终结性评价”结合模式，过程性考核可纳入实践报告、课堂互动等维度，确保考核全面性与教学目标适配。
	人文素养	普通话社交礼仪与沟通技巧音乐鉴赏	课程目标	提升个人语言表达规范性、社会交往素养与艺术审美能力，实现个人综合素质的全面发展。
			教学内容	普通话课程聚焦语言规范与表达能力训练，社交礼仪课程教授人际互动中的行为准则与素养，音乐鉴赏和影视鉴赏课程

素养		课程	课程概述	
		影视鉴赏等		则分别引导学生感受音乐作品魅力、解读影视作品内涵，四类课程共同提升学生的基础能力、社交素养与艺术审美。
			教学要求	普通话课程要求熟练掌握标准发音与表达逻辑，社交礼仪课程要求掌握不同场景的得体交往规范，音乐与影视鉴赏课程要求具备识别作品风格、解析艺术手法并提炼文化内涵的能力，以全方位提升学生的综合人文素养与实践应用能力。
		大学英语	课程目标	掌握基础英语知识，能在日常生活中和职场中进行有效沟通理解、尊重世界多元文化，拓宽国际视野，增强文化自信,培养自主学习习惯，形成终身学习能力;融入社会主义核心价值观、中华优秀传统文化，引导学生形成正确世界观、人生观、价值观。
			教学内容	以职业需求为导向，掌握英语基础词汇，理解基础语法;强化职场交际能力;以应用为目的，学练结合，注重英语语言知识的学习及实际应用，实现“学用结合”。
			教学要求	以“学生中心、能力导向、多元评价”为原则，构建“参与式课堂-实践化训练-动态化评价”三位一体教学模式，引导学生积极参与课堂活动，强化实践与评价。
		中华传统文化	课程目标	以“能力导向”“思政融入”为核心，构建“文化认知—专业融合—素养提升”体系。帮助学生掌握中华优秀传统文化核心脉络与精神，增强民族自信，树立文化自觉。结合专业特色衔接文化与职业能力：实操类聚焦传统工匠精神，服务类旅游文化挖掘传统礼仪，艺术类武术体艺融合传统技艺。依托数字化手段，引导学生探索文化与职业关联，培养解决实际问题能力。以学生为中心，助其塑造正确职业价值观，形成文化底蕴与职业竞争力兼具的素养，为职业发展奠基。
			教学内容	教学内容分“通识认知—专业融合—实践应用”三层，兼顾文化深度与职业适配。通识模块：讲传统文化主体品格，梳理核心文化与现代职业价值观契合点，选国学经典结合职业场景解读，要求学生背诵并完成情境化作业；专业模块：按专业定制，如实操性强专业讲传统工匠精神与现代工艺，服务类旅游

素养		课程	课程概述	
				文化专业练传统礼仪转化，艺术类武术体艺专业将传统技艺融入设计，亦可结合少林武术教学；实践模块：组织参访本地文化遗址，建数字化“文化—职业” 案例库，引导学生分析与做职业规划。
			教学要求	方法：依“讲学做练一体化”，用“讲授+讨论+案例+实践”法。讲授聚焦文化与职业关联，讨论设开放议题，案例选行业典型，实践完成“学做练”闭环；资源：借数字化建线上平台，传数字资源与虚拟研学场景，线下联社团与文化机构，开讲座、办“专业+文化”活动，融校园文化与教学；评价：建“过程+能力+思政”多元体系，过程评学习互动，能力评文化解决专业问题成效，思政评文化认同与价值观。教师定期收反馈调整教学。
	身心健康	武术素质课	课程目标	以 “育体”“育心”“育德” 为核心，增强学生体质，发扬民族精神，培养终身体育观与良好锻炼习惯；使学生掌握武术专项理论、基本技术及防身自卫技能，具备初级武术教学与示范能力；同时塑造团队精神、坚韧意志、爱国主义情怀及良好武德修养，为学生职业发展与社会适应奠定基础。
			教学内容	主要学习武术基本功（手型、步型、腿法等）、武术套路（拳术、器械套路等）、攻防技击（技术、战术、力量与心理素质训练等）、少林武术文化、武术礼仪规范、武术竞赛规则、训练损伤防治知识等。
			教学要求	严格遵循科学系统的教学原则，遵守课堂纪律，正确运用武术礼仪；精准掌握动作规范与技术要领，注重攻防实战运用；克服畏难情绪与身体惰性，勤学苦练、持之以恒；重视安全训练，兼顾身体素质提升与武德素养培育。
		心理健康教育	课程目标	本课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。同时课程致力于构建全员、全方位、全过程育人格局，把“育德”与“育心”相结合，将心

素养		课程	课程概述	
				理专业知识与思政教育元素同向同行，将价值引领与知识传授相融通，切实实现立德树人润物无声。
			教学内容	增强心理健康理念，了解大学生自我意识特点，了解人际交往心理效应，了解大学学习特点与科学用脑，了解大学生常见情绪困扰及调节方法，了解自我与家庭的关系，培养爱的能力，培养压力应对能力，培养求助能力，学会尊重生命与珍爱生命，增进积极品质，促进全面发展。
			教学要求	大学生心理健康教育课程既有心理知识的传授，心理活动的体验，还有心理调适技能的训练等，是集知识、体验和训练为一体的综合课程。课程要注重理论联系实际，注重培养学生实际应用能力；要充分发挥师生在教学中的主动性和创造性；教师要充分调动学生参与的积极性，开展课堂互动活动，避免单向理论灌输和知识传授。
		劳动教育	课程目标	通过劳动教育，使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；让学生在学习和掌握基本劳动知识技能的过程中，领悟劳动的意义价值，形成勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，实现树德、增智、强体、育美的目的，培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。
			教学内容	帮助学生树立正确的劳动观念，理解劳动的价值和意义；掌握一定的劳动技能，提升动手能力和解决问题的能力；帮助学生更好地适应社会，理解社会分工和合作的重要性。
			教学要求	本课程重点结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。组织学生持续开展日常生活劳动，自我管理生活，增强劳动自立自强的意识和能力；定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益

素养		课程	课程概述	
				求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。
职业发展素养	综合素质提升	军事理论 军事技能	课程目标	通过本课程的教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，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、提升学生国防素养。
			教学内容	以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为根本遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针及总体国家安全观，紧扣立德树人根本任务与强军目标要求，着眼培育践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识、军事素养和家国情怀为重点，服务军民融合发展战略与国防后备力量建设。《军事理论》课程涵盖中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等；《军事技能》课程包含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等。
			教学要求	本课程坚持线上+线下相结合的教学模式，善用信息技术，规范管理慕课、微课等在线资源；推广仿真与模拟训练，严格遵循“按纲施训、依法治训”原则。补充“线上教学互动设计”及“技能训练安全规范”，确保线上教学实效，保障技能训练有序开展，全面贴合课程育人目标。
		职业生涯规划与就业指导	课程目标	通过本课程的教学使学生树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、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信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识，掌握自我探索技能、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，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等，提高就业竞争能力。
			教学内容	学会用科学方法规划自己的职业生涯，具备高技能型人才所必需的就业创业的基本知识和基本技能。了解就业形势，提升学生的综合素质，培养学生以积极的态度应对未来的挑战。
			教学要求	本课程应采用理论与实践相结合、讲授与训练相结合的方式

素养		课程	课程概述	
				进行。教学可采用课堂讲授、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、社会调查、实习见习等方法。教师要引导学生认识到职业生涯与发展规划的重要性，了解职业生涯与发展规划的过程，做出合理的职业发展规划。
		信息技术及人工智能基础	课程目标	通过本课程教学使学生掌握信息技术与人工智能的基本理论和核心知识，熟练使用常用办公软件完成文档、数据、演示文稿等实际工作；具备信息获取、处理、应用与安全防护能力，能够合理运用人工智能工具解决问题；树立正确的信息伦理与 AI 伦理观念，提升数字素养与综合应用能力。
			教学内容	计算机基础理论，深入讲解计算机软硬件、操作系统等知识；常用软件操作，涵盖文字处理、电子表格、演示文稿等软件的高级使用技巧；信息处理，涉及信息的全流程处理与可视化；网络应用，包含网络基础、资源利用、交流协作及故障排查；信息安全与防范，系统传授病毒防范、数据保护等知识；人工智能普及，介绍其基本概念、发展及主要应用领域，全方位构建学生的计算机知识与技能体系。
			教学要求	强调实践操作，通过丰富实践任务与综合性项目巩固知识技能；鼓励勇于尝试与问题解决，设置探索环节并搭建交流平台培养自主能力；倡导自主学习与拓展，推荐资源并组织竞赛活动激发学习热情；采用过程性与终结性相结合的考核方式，及时反馈并给予个性化指导。
		创新创业教育	课程目标	使学生掌握创新创业的基础知识和基本理论，熟悉创新创业的基本流程和基本方法，了解创新创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。
			教学内容	使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识，认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性,辨证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目；使学生具备必要的创业能力；掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能

素养		课程	课程概述	
				力；使学生树立科学的创业观；主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。
			教学要求	遵循教育教学规律和人才成长规律，以课堂教学为主渠道，倡导模块化、项目化和参与式教学，以课外活动、社会实践为重要途径，充分利用现代信息技术，创新教育教学方法，努力提高创业教育教学质量和水平。

2.职业通用能力——专业（基础与核心）课程——学习内容分析

表 2 专业（基础与核心）课程

毕业要求	课程名称	课程概述	
扎实的专业知识	管理学基础	课程目标	使学生系统掌握管理学的基本概念、原理和主要职能，理解管理思想的发展与演变。培养学生分析和解决常见管理问题的初步能力，并树立现代管理观念，强化团队协作意识、诚信品质与社会责任感，为后续专业课程学习奠定基础。
		教学内容	涵盖管理与管理学、管理理论的发展、决策与计划、组织结构与设计、领导与激励、沟通与协调、控制活动与创新管理等核心模块。通过中外企业管理案例对比，借助教学项目，引导学生理解管理的情境性与艺术性。
		教学要求	采用“理论讲授+案例分析+小组项目”混合式教学模式。要求学生能够运用管理理论分析现实问题，完成小组策划方案。在教学过程中，融入中国传统文化中的管理智慧与现代中国企业家的奋斗精神，培养学生的民族自豪感与职业使命感。
扎实的专业知识	市场营销基础	课程目标	引导学生建立对市场营销学的系统性认知，深刻理解以顾客为中心和创造顾客价值的核心理念。熟练掌握 STP 战略和 4P 营销组合策略的基本框架与应用方法，培养学生的市场敏感性和基本营销策划能力。
		教学内容	包括市场营销环境分析、消费者市场与购买行为、STP 战略、产品策略与新产品开发、定价策略、分销渠道策略、

毕业要求	课程名称	课程概述	
			整合营销传播策略等。引入绿色营销、社会责任营销等前沿理念。
		教学要求	强调理论联系实际，大量采用国内外经典与本土鲜活营销案例进行课堂研讨。组织学生进行模拟市场分析并撰写简易营销策划书。注重培养学生的诚信经营、公平竞争意识和反对虚假宣传的社会责任感。
使用现代工具进行研究的能力	商品学	课程目标	使学生掌握商品学的基础知识，理解商品的自然属性、社会属性和市场生命周期。熟悉商品的分类编码体系、质量标准和检验方法，具备对主要类别商品进行科学管理、养护与初步价值评估的能力，树立质量第一、消费者权益至上的职业理念。
		教学内容	主要包括商品分类与编码、商品质量与质量管理、商品标准与认证、商品检验与评价、商品包装与标识、商品储运与养护等。结合快消品、电子产品等典型商品进行讲解。
		教学要求	采用理论教学与实物认知相结合的方式。安排学生参观调研超市，进行商品包装与标签的调研分析。在教学过程中，强调“工匠精神”对于产品质量的重要性，以及保护消费者知情权与安全权的法律与道德要求。
团队沟通协作和职业规范	智能客户服务实务	课程目标	使学生了解智能客服的发展趋势，熟悉主流智能客服平台，如在线客服、客服机器人、工单系统等的操作与管理。培养学生运用数据分析技术洞察客户需求、优化服务流程、处理客户投诉与维护客户关系的能力，塑造“以客户为中心”的服务理念。
		教学内容	包括智能客服系统概述与操作、客户服务礼仪与沟通技巧、客户数据采集与分析、服务流程设计与优化、客户投诉处理与危机公关、客户满意度与忠诚度管理等。
		教学要求	设置真实客户服务案例场景，进行客服场景演练。强调在数字化服务中保护客户隐私和数据安全的法律与伦理规范，培养学生严谨、耐心、高效的信息化职业素养。

毕业要求	课程名称	课程概述	
问题分析和解决能力	消费者行为分析	课程目标	深入理解影响消费者行为的内在心理因素和外部环境因素。掌握消费者决策过程模型及常用的市场调研方法，培养学生从行为数据中提炼市场洞察，并据此制定有效营销策略的能力。
		教学内容	主要包括消费者决策过程、需要与动机、知觉与学习、态度形成与改变、个性与生活方式、文化与亚文化、社会阶层与参照群体、家庭影响以及情境因素等。
		教学要求	结合定量与定性研究方法，组织学生开展小型的消费者行为调研项目，如问卷调查、深度访谈等。引导学生辩证看待消费主义，倡导理性、绿色、健康的消费观念，在营销实践中坚守道德底线，尊重消费者隐私。
使用现代工具进行研究的能力	品牌策划与推广	课程目标	培养学生系统性的品牌思维，掌握从品牌调研、定位、核心价值提炼到形象设计、传播推广和资产评估的全流程知识。使学生能够独立或协作完成中小型品牌的策划与推广方案，提升品牌运营的综合实战能力。
		教学内容	涵盖品牌内涵与资产、品牌定位战略、品牌识别系统、品牌整合营销传播、品牌体验营造、品牌危机管理以及品牌效果评估等内容。
		教学要求	以项目制教学为主线，引导学生为真实或模拟品牌进行全程策划。鼓励学生关注并研究老字号品牌振兴、新国货品牌崛起等案例，在设计策划中融入文化自信，讲好中国品牌故事，培养学生的创新精神与民族品牌情怀。
扎实的专业知识	习近平经济思想概论	课程目标	引导学生系统掌握习近平经济思想的形成背景、丰富内涵、理论体系与重大意义，深刻理解 “七个坚持” 核心内容，把握新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局的内在逻辑；学会运用习近平经济思想的立场、观点、方法分析我国经济发展现实问题，树立正确的发展观、现代化观，增强服务高质量发展、建设社会主义现代化强国的使命感，夯实经济学专业理论根基。

毕业要求	课程名称	课程概述	
		教学内容	涵盖习近平经济思想形成发展、重大意义与理论渊源；坚持党对经济工作集中统一领导、坚持以人民为中心的发展思想；新发展阶段、新发展理念、新发展格局；推动高质量发展、供给侧结构性改革；有效市场和有为政府、统筹发展和安全；乡村振兴、区域协调发展、高水平对外开放；共同富裕、正确工作策略和方法等核心内容，结合新时代我国经济发展实践案例开展理论阐释。
		教学要求	坚持理论联系实际，采用专题讲授、案例研讨、热点辨析等教学方式；引导学生完整、准确、全面理解习近平经济思想，自觉抵制错误经济思潮；要求学生能够运用理论分析宏观经济、产业发展、市场运行现实问题，树立大局意识、家国情怀与科学经济思维，自觉将专业学习融入国家经济建设事业。
扎实的专业知识	销售与管理	课程目标	使学生掌握完整的销售流程及各环节的核心技巧。同时，学习销售团队的组建、培训、激励与绩效管理知识，提升个人的销售执行力与团队的管理协作能力。
		教学内容	涵盖销售原理与哲学、销售流程与技巧、谈判策略、客户关系维护、销售渠道管理、销售计划制定、销售团队组织结构、招聘与培训、薪酬与激励、销售绩效评估与分析等。
		教学要求	大量采用角色扮演、销售模拟等实战化训练方法。通过分析正反销售案例，强调合规销售与可持续客户关系的重要性，反对商业贿赂与不正当竞争，培养学生的抗压能力、契约精神与团队领导力。
使用现代工具进行研究的能力	数字营销	课程目标	使学生全面了解数字营销生态，掌握包括搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销、移动营销等主流数字营销渠道的策略制定、内容创作、投放执行与效果优化方法，培养学生数据驱动的营销思维和实操能力。
		教学内容	包括数字营销概论、数字客户开发、用户画像、数字化

毕业要求	课程名称	课程概述	
			留存营销、裂变营销、数字化营销转化，客户数据分析、营销效果复盘等。
		教学要求	强调“做中学”，依托真实或模拟项目，让学生分组运营一个数字营销主题的公众号或社群，并完成一次完整的广告投放策划。强化网络空间行为规范教育，强调信息真实性、知识产权保护与平台规则遵守，做负责任的数字营销者。

3.职业专项能力——专项能力课程——学习内容分析

表 3 专项能力（教学实践和专业拓展）课程

毕业要求	课程名称	课程概述	
团队沟通协作和职业规范	企业实践课程	课程目标	通过深入企业真实工作场景，参与实际营销项目或岗位工作，使学生将所学理论、技能与商业实践深度融合。培养学生发现、分析并尝试解决企业实际营销问题的综合能力，加速其从学生到职业人的角色转变。
		教学内容	在合作企业导师指导下，参与市场调研、竞品分析、营销活动策划与执行、客户服务等一项或多项具体工作任务，将理论知识与实际工作相结合，了解企业运作，提升职业技能，培养职业素养。
		教学要求	实行校企双导师制，对学生实践过程进行全程跟踪与指导。要求学生以“准员工”的身份要求自己，严格遵守企业和学校的各项规章制度，定期提交实践总结报告。引导学生学习企业的优秀文化和管理规范，理解企业社会责任，培养爱岗敬业、吃苦耐劳的劳动精神。
终身学习能力	毕业研究报告	课程目标	培养学生综合运用所学专业知识、技能与方法，针对一个具体的市场营销问题或现象，系统性地开展文献研究、方案设计、数据收集与分析，最终形成一篇规范、严谨的研究报告的能力。全面提升学生的信息素养、逻辑思维、创新意识与专业写作水平。
		教学内容	在指导老师的帮助下完成研究报告文本。内容涵盖研究选题与价值判断、文献检索与综述、研究设计、研究报

毕业要求	课程名称	课程概述	
			告的结构与撰写规范等。
		教学要求	实行导师一对一或小组指导，通过系统地研究和分析，展示学生在专业领域的知识掌握、研究能力和实践应用水平。严格学术道德规范教育，要求学生对数据真实性和引用规范性进行严格审查，培养学生求真务实的科学精神。
团队沟通协作和职业规范	岗位实习	课程目标	通过较长周期的顶岗实习，使学生全面熟悉特定营销岗位的日常工作内容与业务流程，能够独立完成岗位基础工作任务，实现“学生”到“准员工”的角色转变。在实践中深化职业认知，形成良好的职业道德和爱岗敬业精神，明确自身职业兴趣与长远发展规划，实现从学校到职场的平稳过渡。
		教学内容	在导师带领下，进行系统的岗前培训，学习企业的规章制度和安全生产规范，承担岗位典型工作任务，参与部门日常工作与团队活动等。
		教学要求	通过岗位实习，学生将所学知识应用与实际工作，提升职业技能和综合素质。引导学生观察并思考行业发展趋势、企业运营模式与职场人际关系，培养其坚韧不拔的意志品质和积极向上的职业心态。
使用现代工具进行研究的能力	直播营销	课程目标	使学生掌握直播电商的完整产业链与运营逻辑，能够独立或团队协作完成直播间的搭建、直播主题与脚本策划、直播流程设计与控场、商品讲解与促销设置，以及直播后的数据复盘与优化。培养学生的镜头表现力、现场应变能力和团队协作精神。
		教学内容	包括直播平台规则与生态、直播设备与场景搭建、人设定位与账号策划、直播选品与供应链管理、直播脚本撰写、直播话术与互动技巧、促销活动设计、短视频引流、直播数据关键指标的分析与复盘优化。
		教学要求	要求学生进行模拟直播和实战项目，并高度重视直播内容的合规性，强调产品描述的真实性、促销活动的诚信

毕业要求	课程名称	课程概述	
			度，引导学生树立正确的价值观，拒绝低俗内容，维护清朗网络空间。
使用现代工具进行研究的能力	短视频策划与制作	课程目标	培养学生基于营销目标进行短视频内容策划、拍摄、剪辑与分发的全链路能力。使学生掌握短视频创作的思维与方法，能够为品牌或产品策划并制作出具有吸引力、传播力和转化力的短视频内容。
		教学内容	涵盖短视频平台特性与算法逻辑、内容选题与策划、脚本写作与分镜设计、手机/相机拍摄技巧、灯光与布景、视频剪辑软件应用、音频处理与字幕添加、特效包装、发布策略与数据分析等。
		教学要求	采用项目制教学，以小组为单位完成从创意到成片的系列短视频作品。鼓励学生创作积极健康、符合社会主义核心价值观的内容，加强版权意识教育，明确音乐、字体、影像素材的合法使用范围，保护知识产权，激发学生的创意潜能和艺术审美。

4.实践性教学环节

建立强有力的组织保障体系是推进实践教学的制度基础。由于实践教学牵涉到实践基地建设、教学时间、经费、用车的安排、带队教师的配备等问题，需要多部门的参与和配合。实践教学领导小组负责传达、落实教育部等发布的关于实践教学的文件精神，同时根据学校自身特点及所处地段环境,因地制宜制定适合本专业实践教学文件,全面统筹、合理规划实践教学中的人、财、物等问题，充分发挥其在实践教学中的组织、协调与指导作用。

表 4 校内实训（实践）教学计划表

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求
1	公共基础课	412	23	1-4	校内实践基地	通过公共基础课学习，使学生广泛涉猎不同的学科领域，拓宽知识视野，涵育科学精神和人文精神；使学生树立正确的人生观、价值观、道德观、法律观，并得到美感教育、独立人格教育，促进

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求
						人文、社会和科技文化沟通，培养学生的辩证思维、独立思考与判断能力和创新能力；增强学生的社会责任感和健全人格，具备良好的职业价值观。
2	管理学基础	16	1	1	教学楼	1.构建虚拟公司 2.拟制公司计划
3	市场营销	16	1	1	实训室 305	1.SWOT 分析 2.市场营销组合策略综合实训 3.撰写营销策划书
4	商品学	32	2	4	教学楼	1.商品质量评价与管理 2.商品标准化与法规合规 3.商品分类与信息化管理
5	智能客户服务实务	32	2	2	教学楼	1.分析客户的消费需求 2.设计客户服务项目 3.电话营销的沟通
6	消费者行为分析	32	2	3	实训室 4510	1.消费者购买行为场景观察 2.消费者决策模拟与策略输出 3.消费者行为数据挖掘
7	品牌策划与推广	32	2	3	教学楼	1.广告策划 2.促销策划 3.产品策划
8	习近平经济思想概论	12	1	3	教学楼	1.新时代高质量发展地方调研实践 2.共同富裕典型区域案例走访实践 3.构建新发展格局企业实地调研实践
9	销售与管理	32	2	4	实训室 4510	1.客户拜访 2.产品方案设计与演示 3.商务洽谈 4.项目招投标 5.销售管理

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求
10	数字营销	32	2	4	实训室4510	1.数字营销全案策划 2.数据驱动营销决策
11	直播营销	32	2	3	实训室305	1.抖音直播 2.快手直播 3.微信直播
12	短视频策划与制作	36	2	4	实训室305	1.品牌宣传短视频制作 2.剧情类短视频创作 3.知识科普类短视频制作 4.产品展示类短视频制作 5.Vlog生活记录类短视频创作
13	素质教育课	36	2	1-4	校内实践基地	通过素质课程选修开设，可以发挥学院社科类、体育类、科技类、艺术类课程之间互补性，开阔学生的知识视野，丰富学生的学习与生活，激发创新灵感；使学生德智体美劳诸方面得到全面协调发展，以达到培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的应用型人才目的。
合计		752	44	1-4		

表5校外实训（实践）教学计划表

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求	备注
1	企业实践课程	328	18	5	实习基地	按照职业教育要求，结合市场营销岗位特性，开展市场调研、营销策划、品牌推广、客户关系管理等实践活动。	
2	毕业研究报告	120	7	5	实习基地	结合实习岗位和专业性质，围绕市场营销实际问题，开展毕业设计，撰写具有实际应用价值的毕业研究报告。	
3	岗位实习	420	23	6	实习单位	学生根据专业性质和个人工作意愿，参与企业市场营销相关	

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求	备注
						岗位工作，提升职业素养与就业竞争力，为正式就业奠定基础。	
合计		868	48	5-6			

（二）具体课程设置及学时安排（见附表）

（三）学时分配表

表 6 学时分配表

课程		总学时（学分）构成			备注
		学时	学分	占总学时比例	
必修课	公共基础课程	834	51	32.3%	
	专业基础课程	112	6	4.3%	
	专业核心课程	504	28	19.5%	
	实践教学课程	868	48	33.6%	
选修课	专业拓展课程	180	10	6.9%	
	素质教育课程	88	5	3.4%	

表 7 实践教学与理论教学课时统计表

项目	实践教学		理论教学	备注
	校内实验实训	校外实训		
学时数	752	868	966	
	1620			
所占比例	62.6%		37.4%	
总学时数	2586			

（四）各教学环节总体安排

表 8 各教学环节时间分配表（单位：周）

学年	学期	入学教育军训	教学活动	毕业研究报告	岗位实习	复习考试	机动	合计
第一学年	一	3	14			1	1	19
	二		18			1	1	20

学年	学期	入学教育军训	教学活动	毕业研究报告	岗位实习	复习考试	机动	合计
第二学年	三		18			1	1	20
	四		18			1	1	20
第三学年	五		12	4		1	1	18
	六				14		1	15

（五）考核方式与比例

各门必修课均需按规定进行考核。每学期安排 5 门左右考试课程，考核成绩由三部分组成，期末考试分值占比不超过 40%，综合考勤不超过 20%，学习过程 40%（包含不少于四次的作业，日常分组讨论学习等）。

本专业采取笔试、面试、实训考核、调查报告等多种考核方法。注重学生的实践操作能力，培养学生的实际动手能力。考试课多采用闭卷考试方式，加上调查报告、项目汇报、上机考试、实践能力操作考试或几种考试方式相结合的考试方法。考查课或选修课一般采用开卷考试、项目汇报、论文、报告、答辩、作品制作等考试方法。

备注：考核形式要求，原则上必修课为考试，选修课为考查。

八、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

本专业组建了一支数量充足、结构合理、素质优良、专兼结合的“双师型”教师队伍，以全面支撑专业人才培养目标的实现，满足教学、实训、科研与社会服务的需要，本专业共有 20 名教师，其中专任教师 15 名，兼职教师 5 名，“双师型”教师 13 名；具有硕士研究生及以上学历者 19 名，中级以上职称者 12 名，年龄结构形成“老-中-青”搭配的梯队层次，老中青教师比例为 0.15:0.45:0.4，推行“以老带新”的互帮互助机制，保障教学质量的持续进步和创新活力的不断迸发。

（二）专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外行业发展情况，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，具有不低于5年的专业教学和企业营销工作经历,具有较强的专业建设和专业实战经验，

以及社会服务能力；在省内外相关专业领域具有一定知名度；有能力组织带领专业教学团队开展教学改革和科研。

（三）专任教师

具有高校教师资格；具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业硕士及以上学历；掌握市场营销专业相关理论和知识，具有较强的课程建设和教学能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

从本专业产教融合合作单位（如携程信息技术有限公司、北京电信发展有限公司等）的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

九、教学条件

（一）教学设施

1.专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室一共 12 间，配备有智能教学一体机或多媒体计算机、投影设备、音响设备等，具有互联网接入及网络安全防护措施。教室安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室基本要求

表 9 校内实践教学条件

序号	实训室名称	设备设施及实训项目
1	市场营销实训室	配备电脑、多媒体、数字营销实训软件等设备设施，用于人群画像分析、数字化信息触达策划、客户关系连接规划、营销交易与回报策划、搜索引擎品牌传播、推荐引擎品牌传播、客户开发计划与实施、客户关系分层与分析、客户互动营销计划与实施等实训教学。
2	商务谈判实训室	商务谈判实训室配备谈判圆桌、音视频记录系统、，支持开展

		销售合同协商、客户投诉处理、品牌合作谈判、数字营销项目对接等实战训练，融合消费者行为分析与智能客服实务，覆盖传统谈判与直播带货等现代商务场景，全面培养学生沟通策划、销售管理与数字营销的复合能力。

3.校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，能够提供市场策划、市场推广、销售业务、客户服务、新媒体营销等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 10 校外实习实训教学条件

序号	实习实训基地名称	实训项目
1	携程信息技术有限公司	品牌策划、客户服务
2	中国电信股份有限公司	销售业务、市场推广
3	北京鑫鹏联合教育咨询有限公司	市场推广、短视频策划
4	北京世纪华侨城实业有限公司	市场推广、客户服务

（二）教学资源

1.教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，坚持“凡选必审”基本原则，确保教材价值导向正确，优先选用国家级、省级规划教材和国家优秀教材。

组织有关专家和教师根据学校特色和专业发展要求编写专业教材以及辅导材料。目前本专业自编教材 1 本：《社交礼仪与沟通技巧》。

2.图书配备情况

学校图书馆纸质藏书 74 万册，电子图书 16 万册，纸质期刊近 200 种，电子期刊 30 万册。图书文献配备丰富，为本专业师生提供了充足的文本信息、数据资料等知识服务，基本能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要。专业类图书文献主要包括：行业政策法规资料、有关职业标准、财经商贸大类更大范围的文献资料和图书等。同时及时配置与新经济、新技术、新服务方式等有关的图书文献。

3.数字教学资源建设情况

建设、配备与本专业有关的市场营销综合实训软件、音视频素材、教学课件、数字化教学案例库（《商务礼仪》思政教学案例等）、专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（三）教学方法

为有效达成人才培养目标，倡导“以学为中心，以能力为本位”的教学理念，根据课程类型与内容特点，采用行动导向、BOPPS 等教学方法，结合学生实际学习情况和职业发展要求，灵活采用多元化、信息化教学方法与手段，激发学生学习主动性，提升教学效果。

（四）学习评价

1.全面落实立德树人根本任务，遵循“成果导向（OBE）”和“持续改进（CQI）”的教育理念，构建以能力评价为核心，过程性评价、终结性评价和增值评价相结合，多元（企业、老师、学生）为主体参与的综合性学习评价体系，全面、客观地评价学生的知识掌握、能力达成与素质养成情况，并通过评价反馈促进教与学的双向改进。

2.课程考核形式遵循以下原则：必修课原则上以考试为主，选修课以考查为主，为提升教学效果，鼓励任课教师结合教学改革需要，积极探索考试方式改革，相关改革方案须按学校规定程序申请，获批后方可实施。

十、课证融通支撑关系表

课程名称	职业资格名称	等级	发证单位	备注
市场营销 数字营销	数字营销技术应用证书	初级	中教畅享科技股份有限公司	
短视频策划与制作 直播营销	新媒体营销证书	初级	中国轻工业联合会	
智能客户服务实务	呼叫中心客户服务与管理证书	初级	国家人力资源和社会保障部	

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1.建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，吸纳行业、企业等参与人才培养方案修订及教学评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督。完善人才培养方案、课程标准、课堂教学改革、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，明确责任，实行教务部、院

系主任、教研室主任、任课教师、辅导员教学与反馈一体化管理。

3.专业教研室定期召开教学研讨会，为专业教学精准赋能，持续提高人才培养质量。

4.为确保人才培养质量持续改进，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期开展行业企业调研，了解专业发展趋势和人才需求变化，对教学质量监控进行系统分析，根据各方面反馈情况和数据分析，每年对人才培养方案进行微调，每3年进行一次全面修订，确保人才培养方案的科学性和前瞻性。

（二）毕业要求

1.学业

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

要求1扎实的专业知识：掌握市场营销的基本理论、基本方法与基本技能，掌握必要的管理学、市场营销、数字营销、消费者行为分析相关方面的知识，更好和市场营销专业知识相结合，解决一定的实际营销问题。

要求2问题分析和解决能力：能够应用管理学、营销学的基本理论和方法识别、设计调查问卷、实地调查研究分析复杂营销问题，对市场营销现象进行分析，并获得适当的判断及有效结论,创新营销策划方案。

要求3使用现代工具进行研究的能力：要求学生熟练掌握计算机现代信息工具的应用，能够熟练地运用办公软件和各类营销软件处理有关调研及预测、数据采集与分析、营销策划、新媒体运营业务。了解营销前沿理论和最新研究成果；熟悉当前先进的营销思想和管理方法；并学会应用这些方法对复杂营销问题进行研究。

要求4团队沟通协作和职业规范：学生应具有良好的人际关系和团队精神；能够就复杂营销环境问题与客户进行有效沟通和交流；具备社会责任感和良好的思想品德、社会公德和法制观念；遵守营销职业道德和规范，履行责任；树立现代市场营销理念。

要求5终身学习能力：在营销环境不断发展、变化的大背景下，学生应充分认识到自主学习、终身学习的重要意义，应养成不断学习、不断提升的良好习惯，具有较强的学习提高和知识转化与应用能力；通过不断进取、终身学习，培养、保持和提高营销职业的胜任能力；同时，具有理论联系实际，不断探索理论与实践的创新能力。

2.证书要求

在学校期间具备条件的学生可以争取获得如下证书：

（1）中国武术段位证

（2）普通话水平测试等级证书

（3）驾驶证

（4）市场营销专业职业技能等级证书

①数字营销技术应用证书

②新媒体营销证书

③呼叫中心客户服务与管理证书

附表 1

市场营销专业课程设置及学时安排（必修课部分）

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	教学时数			开设学期及学时						考核形式	备注
					总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六		
必修课	公共基础课	06261001	思想道德与法治	3	48	44	4	48						考试	
		06261002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4		32					考试	
		06261003	国家安全教育	1	16	16			16					考试	
		06261004	心理健康教育	2	32	16	16			32				考查	
		06261005	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8				48			考试	
		06261006	形势与政策	2	32	32		8	8	8	8			考查	
		06261007	军事技能	2	112		112	112						考查	计入 2 学分 不计入总学时
		06261008	军事理论	2	36	36		36						考试	
		06261009	武术素质课Ⅰ	11	192	36	156	84	108					考试	
		06261010	武术素质课Ⅱ	8	144	36	108			72	72			考试	
		06261011	中华传统文化	2	36	20	16	18	18					考试	
		06261012	大学英语	5	84	84		36	48					考试	
		06261013	信息技术及人工智能基础	3	48		48		48					考试	
		06261014	职业生涯规划与就业指导	2	38	30	8		10	10	10	8		考查	
		06261015	创新创业教育	2	32		32			16	16			考查	
		06261016	劳动教育	1	16	4	12	4	4	4	4			考查	
		小计		**51**	**834**	**422**	**412**	**234**	**292**	**142**	**158**	**8**			
	专业基础课	03262004	管理学基础	3	56	40	16	56						考试	
		03262005	市场营销	3	56	40	16	56						考试	
	专业核心课	03263026	商品学	4	72	40	32		72					考试	
		03263027	智能客户服务实务	4	72	40	32		72					考试	
		03263028	消费者行为分析	4	72	40	32			72				考试	
		03263029	品牌策划与推广	4	72	40	32			72				考试	
		03263005	习近平经济思想概论	4	72	60	12			72				考试	
		03263030	销售与管理	4	72	40	32				72			考试	
		03263031	数字营销	4	72	40	32				72			考试	
	教学实践课	03220120	企业实践课程	18	328		328					328			各院系统筹安排
		03220014	毕业研究报告	7	120		120					120			
		03220159	岗位实习	23	420		420						420		
		小计		**82**	**1484**	**380**	**1104**	**112**	**144**	**216**	**144**	**448**	**420**		

附表 2

市场营销专业课程设置及学时安排（选修课部分）

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	教学时数			开设学期及学时						考核形式	备注
					总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六		
选修课	专业拓展课	03263039	直播营销	4	72	40	32			72				考查	
		03264010	短视频策划与制作	6	108	72	36				108			考查	
		小计		10	180	112	68			72	108				
	素质教育课	06265001	艺术导论	1	18		18	18						考查	
		06265002	民间剪纸艺术	1	18		18	18						考查	
		06265003	普通话	1	18		18	18						考查	
		06265004	音乐鉴赏	1	18		18	18						考查	
		06265005	诗词鉴赏	1	18		18	18						考查	
		06265006	戏曲鉴赏	1	18		18	18						考查	
		06265007	茶艺	2	36	18	18		36					考查	
		06265008	书法鉴赏	2	36	18	18		36					考查	
		06265009	社交礼仪与沟通技巧	2	36	18	18		36					考查	
		06265010	Photoshop	2	36	18	18		36					考查	
		06265011	科学技术与科技发展史	2	36	18	18		36					考查	
		06265012	素质拓展与团队建设	2	36	18	18		36					考查	
		06265013	形体与舞蹈	2	36	18	18		36					考查	
		06265014	中国共产党历史	1	16	16				16				考查	
		06265015	影视鉴赏	1	18	18					18			考查	
		06265016	美术鉴赏	1	18	18					18			考查	
		06265017	舞蹈鉴赏	1	18	18					18			考查	
		06265018	大学情商培养	1	18	18					18			考查	
		小计		5	88	52	36	18	36	16	18				
第二课堂		06250001	入学教育												
		06250003	社会实践(选修)												
		06250005	社团活动												
合计				148	2586	966	1620	364	472	446	428	456	420		

注：1.军事技能计入 2 学分，不计入总学时；素质教育课每学期 1-2 门计入总学时。

2.思政课、形势与政策、心理健康教育由马克思主义学院管理；公共艺术类课程由文化传播系管理；军事理论教育由国防教育学院管理；国家安全教育由国防教育学院和马克思主义学院共同管理；涉及公共课教学安排由教务部和分管教学单位统筹安排。

3.信息技术及人工智能基础课程信息技术系、武术学院第一学期上，其他院系第二学期开设。

4.“财经商贸大类”专业将《习近平经济思想概论》列入专业必修课（旅游管理系）；“公共管理与服务大类”专业将《习近平经济思想概论》列入专业选修课（文化传播系）。

5.同一学期专业拓展课最多限选 2 门。

附表 3

入学教育课程目录

序号	课程名称	承担单位
1	学校概况校史介绍	党委办公室
2	理想信念教育	马克思主义学院
3	国防教育	国防教育学院
4	学生十项规定解读	学务部
5	征信教育	
6	心理健康教育讲座	马克思主义学院
7	安全、消防讲座	学务部
8	网络安全知识讲座	教务部（实训中心）
9	图书文献检索	教务部（图书馆）
10	专业教育	旅游管理系

嵩山少林武术职业学院
市场营销专业建设指导委员会论证意见

论证专业（方向）名称：市场营销　论证时间：2026 年 8 月 22 日

专业建设指导委员会名称			市场营销专业建设指导委员会			
专业建设指导委员会成员	姓名	职务/职称	工作单位	专业	签名	联系电话
	丁翠翠	旅游管理系主任	嵩山少林武术职业学院	旅游管理		18837396166
	谢继锋	总经理	携程信息技术(南通)有限公司	营销管理		13801320880
	沈　鹏	总经理	北京鑫鹏联合教育咨询有限公司	体育运营与管理		13801320880
	周景景	讲师	嵩山少林武术职业学院	国际商务		15036102134
	刘军锋	讲师	嵩山少林武术职业学院	农业经济管理		15238362245
	张敏杰	讲师	嵩山少林武术职业学院	物流管理		13213148303
	王文婷	讲师	嵩山少林武术职业学院	国际贸易学		13653812314
	王劲文	助教	嵩山少林武术职业学院	产业经济学		13653812314
	耿京元	助教	嵩山少林武术职业学院	工商管理		18437962362
专业建设指导委员会意见	经委员会集体审议，本人才培养方案对接数字经济下市场营销岗位需求，坚持德技并修，培养目标定位准确，职业面向清晰。课程体系完整，实践教学占比合理，课证融通设计可行，师资与实训条件能够支撑教学开展，符合高职人才培养要求。同意通过论证，建议按方案实施，并结合产业发展动态适时优化。 专业建设指导委员会主任（签字）： 年　　月　　日					

嵩山少林武术职业学院
专业人才培养方案审批意见

<table>
<tr><td rowspan="2">专业人才培养方案主要数据</td><td>专业名称</td><td>培养方案总学时</td><td>理论课总学时</td><td>实践教学学时</td><td>岗位实习学时</td><td>实践教学占总学时比例（%）</td></tr>
<tr><td>市场营销</td><td>2586</td><td>966</td><td>1620</td><td>420</td><td>62.6%</td></tr>
<tr><td>院系意见</td><td colspan="6">院系负责人签字（公章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>教务部审核意见</td><td colspan="6">主任签字（公章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>教学工作委员会审批意见</td><td colspan="6">（公章）：
年　　月　　日</td></tr>
<tr><td>学院审批意见</td><td colspan="6">主管院领导签字：
年　　月　　日</td></tr>
</table>