

2025 年市场营销专业五年制人才培养方案

一、概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等岗位（群）的新要求，不断满足数字化转型背景下行业企业市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本标准。

二、专业名称、专业代码

（一）专业名称：市场营销

（二）专业代码：530605

三、入学基本要求

初中毕业生或具有同等学力者

四、修业年限

全日制五年，专科

五、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

六、培养目标与培养规格

（一）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。

（二）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 and 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、人才培养模式

根据五年制人才培养目标及我校人才培养方案修订意见，本专业采用“2+3”人才培养模式，即：前 2 年（1-4 学期），以基础教学为主；后 3 年（5-10 学期），以专业教学为主。

八、课程设置及学时安排

（一）主要课程设置

1. 职业素养——公共课程——学习内容分析

表 1 公共课程分析

职业素养		课程名称	课程概述	
职业基本素养	思想政治素养	中国特色社会主义	课程目标	系统掌握中国特色社会主义理论体系，增强政治认同和理论自信，培养运用理论分析和解决实际问题的能力。

职业素养		课程名称	课程概述	
			教学内容	包括中国特色社会主义的形成与发展、基本理论、基本路线、基本方略，以及在经济、政治、文化、社会、生态文明等各领域的具体实践和成就。
			教学要求	要求学生全面理解中国特色社会主义的科学内涵和精神实质，深刻领会其历史必然性和现实意义，能够结合实际案例进行分析和讨论，提高理论水平和实践能力。
		哲学与人生	课程目标	通过学习哲学智慧，引导学生深入思考人生的意义与价值，培养批判性思维和独立思考能力，提升生活智慧和精神境界。
			教学内容	涵盖人生观、价值观、幸福观等哲学问题，结合中外哲学经典案例，探讨人生的意义、幸福的本质、自由的边界等重要议题。
			教学要求	要求学生积极参与课堂讨论，联系个人生活实际，撰写反思报告，培养运用哲学思维分析和解决人生问题的能力。
	知识素养	语文	课程目标	通过系统的语文学习，提升学生的语言文字运用能力，培养文学鉴赏与创作能力，增强文化自信和民族自豪感，促进学生综合素质的全面发展。
			教学内容	包括阅读教学（现代文阅读、古诗文阅读）、写作教学、口语交际与综合性学习。涵盖经典文学作品赏析、现代文阅读技巧、古诗文背诵与鉴赏，以及实用文体写作、创意写作等内容。
			教学要求	要求学生积极参与课堂讨论，注重语言积累与运用，提高阅读理解、写作表达和口语交际能力，培养自主学习和合作探究的精神。
		数学	课程目标	通过系统的数学学习，培养学生的数学思维

职业素养		课程名称	课程概述	
				能力，提升逻辑推理、抽象思维和问题解决能力，增强数学素养和科学精神，为学生的未来发展奠定坚实的数学基础。
			教学内容	涵盖数与代数、图形与几何、统计与概率等基础知识与技能，包括但不限于方程与不等式、函数、几何图形的性质与证明、数据的收集与分析等内容，注重知识的系统性和连贯性。
			教学要求	要求学生注重数学概念的理解与应用，积极参与课堂互动和数学实践活动，培养自主学习、合作探究和创新思维能力，提高数学表达和交流能力，形成良好的数学学习习惯。
		英语	课程目标	通过系统的英语学习，培养学生的英语综合运用能力，提升跨文化交流能力，增强国际视野和文化意识，为学生的未来发展奠定坚实的英语基础。
			教学内容	涵盖英语语言知识（语音、词汇、语法、语篇）、语言技能（听、说、读、写、译），以及文化背景知识。包括基础词汇和语法的学习、听说读写能力的训练，以及英语国家的文化习俗、历史地理等内容，注重语言知识与语言技能的有机结合。
			教学要求	要求学生积极参与课堂互动，注重语言实践，培养自主学习和合作学习能力，提高英语语言运用能力和跨文化交流能力，形成良好的英语学习习惯和学习策略。
		历史	课程目标	通过系统的历史学习，培养学生的历史思维能力，提升对历史事件的理解与分析能力，增强民族自豪感和文化认同感，为学生的全面发展奠定坚实的历史基础。

职业素养		课程名称	课程概述	
			教学内容	涵盖中国古代史、近代史、现代史以及世界历史，包括重要历史事件、人物、制度、文化等方面的知识，注重历史发展的脉络和规律，以及历史与现实的联系。
			教学要求	要求学生积极参与课堂讨论，注重历史知识的积累与理解，培养自主学习和批判性思维能力，提高历史分析和表达能力，形成正确的历史观和价值观。
		信息技术	课程目标	培养学生的信息素养和信息技术应用能力，提升创新思维与问题解决能力，适应数字化社会需求。
			教学内容	涵盖计算机基础知识、网络技术、多媒体制作、编程基础、人工智能初步等，注重理论与实践相结合。
			教学要求	要求学生积极参与实践操作，注重知识应用，培养自主学习与团队协作能力，提升信息技术综合运用水平。
	人文素养	中华优秀传统文化与武术文化	课程目标	传承中华优秀传统文化，弘扬武术精神，培养学生文化自信与身体素质，促进身心全面发展。
			教学内容	涵盖中华传统文化经典、武术历史与流派、武术基本功与套路，融合文化理论与武术实践。
			教学要求	要求学生理论学习与武术训练并重，积极参与课堂互动与实践，培养文化理解与武术技能，提升综合素养。
		大学	课程目标	深入理解《大学》内涵，培养道德修养与社会责任，提升个人综合素质与领导力。
			教学内容	研读《大学》原文，阐释“明明德”“亲民”“止于至善”等核心理念，结合现代案例分

职业素养		课程名称	课程概述	
				析。
			教学要求	要求学生认真研读经典，积极参与讨论与实践，撰写心得感悟，内化理念于行动。
		弟子规	课程目标	通过学习《弟子规》，培养学生良好的道德品质和行为习惯，增强传统文化素养，促进个人品德修养和社会责任感。
			教学内容	深入解读《弟子规》原文，涵盖孝悌、谨信、泛爱众、亲仁、学文等方面，结合现代生活实例进行讲解和讨论。
			教学要求	要求学生熟读并理解《弟子规》内容，积极参与课堂互动和实践活动，将所学知识应用到日常生活中，形成良好的行为规范和道德准则。
		道德经	课程目标	深入理解《道德经》的哲学思想，培养学生的道德修养和哲学思维，提升对传统文化的理解和应用能力。
			教学内容	研读《道德经》原文，阐释“道”“德”“无为”等核心概念，结合现代生活实例进行分析和讨论。
			教学要求	要求学生认真研读经典，积极参与课堂讨论，撰写心得体会，将道家思想内化于心、外化于行。
		论语	课程目标	通过学习《论语》，培养学生对儒家思想的理解，提升道德修养和人文素养，增强文化自信和民族认同感。
			教学内容	深入研读《论语》原文，涵盖“仁”“礼”“君子”等核心思想，结合历史背景和现代案例进行讲解和讨论。
			教学要求	要求学生熟读并理解《论语》内容，积极参与课堂互动和实践活动，将儒家思想应用到

职业素养		课程名称	课程概述	
				日常生活中，形成良好的道德行为和价值观念。
		体育与健康	课程目标	促进学生身心健康，增强体质，培养体育兴趣与终身体育意识，提升团队协作与竞争能力。
			教学内容	涵盖体育基础知识、基本技能，包括田径、球类、体操、武术等项目，结合健康教育内容。
			教学要求	要求学生积极参与体育锻炼，掌握运动技能，注重安全与健康，培养自主锻炼与合作精神。
		音乐	课程目标	培养学生音乐审美能力，提升艺术修养，丰富情感体验，促进个性发展与团队协作精神。
			教学内容	涵盖音乐基础知识、欣赏、演唱、演奏，包括中外经典音乐作品、民族音乐、现代音乐等。
			教学要求	要求学生积极参与课堂活动，认真聆听与感受音乐，尝试演唱与演奏，培养音乐表达与创造能力。
		美术	课程目标	培养学生美术素养，提升审美与创造力，丰富艺术表现力，促进个性与全面发展。
			教学内容	涵盖绘画、雕塑、设计、工艺、欣赏等，包括素描、色彩、国画、油画、现代艺术等。
			教学要求	要求学生积极参与创作与欣赏，注重实践与创新，培养艺术感知与表达能力。
		传统少林拳 套路教程	课程目标	传承少林武术文化，培养学生身体素质与协调能力，提升自我防卫技能与团队合作精神。

职业素养		课程名称	课程概述	
			教学内容	涵盖少林拳起源、基本功（手型、步型、腿法）、传统套路（如小洪拳、大洪拳）及实战应用。
			教学要求	学生需积极参与课堂学习，认真练习基础动作与套路，掌握攻防技巧，培养坚韧不拔的意志品质。
	身心健康	心理健康与 职业生涯	课程目标	帮助学生理解心理健康与职业生涯的紧密联系，掌握应对职业压力的心理调适方法，提升职业发展中的心理韧性与幸福感。
			教学内容	涵盖心理健康与职业发展的关系、职业压力的来源与应对策略、心理调适方法与案例分析。
			教学要求	学生需积极参与课堂互动，将所学知识应用于实践，定期自我反思，提升心理调适能力。
		安全教育“十讲”读本	课程目标	增强学生安全意识，掌握安全知识与技能，提升应对突发事件能力。
			教学内容	涵盖人身、校园、交通、财产、消防、网络、心理、实习就业、体育运动、公共卫生等十方面安全知识。
			教学要求	学生积极参与课堂讨论，主动分享经验，将知识应用于实践，定期复习，保持安全意识。
职业发展 素养	综合素质 提升	职业道德与 法治	课程目标	培养学生的道德修养和法治意识，提升职业素养，增强法律观念，促进学生全面发展。
			教学内容	涵盖职业道德规范、职业行为准则、相关法律法规，结合实际案例分析。
			教学要求	学生需积极参与课堂学习，理解道德与法治内涵，将知识应用于实践，形成良好职业行为习惯。
		礼仪规范教程	课程目标	提升学生礼仪素养，培养良好行为习惯，增强人际交往能力与职业竞争力。

职业素养		课程名称	课程概述	
			教学内容	涵盖礼仪概论、个人礼仪、社交礼仪、校园礼仪、职场礼仪、求职礼仪、涉外礼仪及生活礼仪等。
			教学要求	学生需积极参与课堂互动，掌握礼仪规范，将知识应用于实践，形成良好礼仪习惯。

2. 职业通用能力——专业课程——学习内容分析

表 2 专业课程分析

职业素养	课程名称	课程概述	
知识与能力 素养	市场营销学	课程目标	培养学生掌握现代市场营销理论体系，具备市场分析、策略制定与营销传播的核心能力，树立以顾客为中心的专业理念。
		教学内容	涵盖市场环境分析、消费者行为、STP 战略、4P 营销组合及数字营销等核心模块，结合前沿案例与实战项目展开教学。
		教学要求	要求学生掌握基本理论，能运用工具进行市场分析；积极参与案例研讨与项目实践，具备解决实际营销问题的初步能力。
	市场营销策划	课程目标	培养学生掌握营销策划的整体流程与核心方法，能够独立完成一份结构完整、创意突出且可执行的市场营销策划方案，解决实际商业问题。
		教学内容	系统讲授策划流程、创意生成、预算制定及效果评估；重点训练市场分析、策略设计及文案撰写等核心技能，通过经典与实时案例深化理解。
		教学要求	要求学生熟练掌握策划框架与方法论，能团队协作完成完整的策划案，具备良好的逻辑分析、创意构思与方案呈现能力。

(二) 具体课程设置及学时安排 (见附表)

(三) 专业课程结构及学时分配表

表 3 专业结构学时分配统计表

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	1036	64	59.5%	
	专业核心课程	256	16	14.7%	
选修课	公共限选课程	448	27	25.8%	

(四) 实践性教学环节

1. 实践教学运行情况

本专业实践教学包括校内实验实训、校外实训和岗位实习等环节。校内实验实训主要在市场营销模拟实验室、电子商务实训室等场所进行,通过模拟营销场景、开展营销项目等方式,培养学生的实际操作能力;校外实训与各类企业合作建立实习基地,组织学生到企业进行市场调研、销售实践、营销策划等岗位的实习,让学生在真实工作环境中锻炼和提高专业技能;岗位实习安排在第五学年,学生到实习单位进行为期一年的岗位实习,参与企业的实际营销工作,全面提升综合职业能力和就业竞争力。

2. 实践教学与理论教学统计表 (单位: 学时)

表 4 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	875		865	
	875			
所占比例	50.29%		49.71%	
总学时数	1740			

备注: 前两年总学时 1740, 后三年总学时 2514, 五年总学时合计 4254。

九、教学进程安排

（一）各教学环节总体安排

表 5 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	2	15			2		19
	二		16			2	1	19
第二学年	三		16			2	1	19
	四		16			2	1	19

（二）考核方式与比例

对学生学习评价的考核重点要考核其学习态度、学习方法和能力。为了全面评估学生的学习成效，我们采用综合考核方式，平时成绩综合考量学生的出勤情况、作业完成质量以及课堂表现，旨在鼓励学生积极参与日常学习，培养良好的学习习惯和自主学习能力。期末成绩则通过闭卷考试等形式，检验学生对课程知识的系统掌握程度。这种考核方式旨在平衡过程性评价与结果性评价，既关注学生的学习过程，又注重学习成果，以促进學生全面发展。

总成绩=平时成绩×60%+期末考试成绩×40%

备注：考核形式要求，原则上必修课为考试，选修课为考查。

（三）实践教学进程

表 6 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	军训	56	2	1	室外场地	本课程旨在增强国防观念与纪律性。通过军事化管理，培养学生吃苦耐劳品质、团队协作精神及良好作风，为其职业素养发展奠定坚实基础。
2	政治	60	4	1-4	教室	要求强化价值引领，注重理论联系实际，开展社会调研与志愿服务，提升政治素养与业务能力。

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求
3	语文	112	7	1-4	教室	创设真实语境，引导学生在生活中学语文、用语文，提升语言运用、审美与思辨能力，传承文化精髓。
4	数学	55	3.4	1-4	教室	夯实基础，注重逻辑思维与问题解决能力的培养，激发学习兴趣，并强调知识在实际生活中的应用与联系。
5	英语	72	4.5	1-4	教室	创设真实语境，提高学生跨文化沟通能力与思维品质，提升综合语言素养。
6	历史	22	2	1、3	教室	以唯物史观为指导，引导学生掌握基本史实，培养历史思维与时空观念，增强家国情怀与文化认同。
7	信息技术	62	4	2、4	计算机实训室	掌握计算机基础知识和办公软件的基本操作技能，能够熟练运用Word、Excel、等软件进行办公事务处理。
8	音乐	12	0.5	1	音乐教室	培养音乐感知，掌握基本技能，激发审美情趣，提升艺术素养，增强文化理解，促进全面发展。
9	美术	12	0.5	3	美术教室	掌握绘画基础，培养审美能力，激发创意表达，促进全面发展。
10	安全教育“十讲”读本	10	0.5	1	教室	紧贴生活实际，通过模拟演练与案例分析，让学生掌握安全技能，树立生命至上、预防为主责任意识。
11	礼仪规范教程	16	1	2	教室	知行合一，内化于心外化于行，在真实社交场景中养成文明习惯，培育尊重与自律的品格。
12	体育与健康	16	1	3	训练房	掌握运动技能，培养健康意识，注重体能训练，强化团队合作与竞争

序号	实训项目名称	学时	学分	学期	实训场所	教学要求
						精神，促进学生全面发展。
13	中华优秀传统文化与武术文化	16	1	1、3	教室	以经典诵读与文化实践为载体，强调知行合一，培养文化认同与道德修养，注重传统价值的现代转化。
14	大学	6	0.4	1	教室	注重培养学生的批判性思维、创新能力和自主学习能力，强调理论与实践相结合，塑造健全人格与社会责任。
15	弟子规	6	0.4	2	教室	重在引导幼儿践行孝亲尊师、友爱兄弟等传统美德，培养良好的行为习惯与道德品质，而非机械背诵。
16	道德经	6	0.4	3	教室	重在启发学生领悟“道”的哲学思想，培养辩证思维与自然无为的处世智慧，提升人生境界。
17	论语	6	0.4	4	教室	重在理解仁、义、礼的核心思想，引导学生联系现实，践行伦理道德与处世之道，传承文化精髓。
18	市场营销学	88	5.5	1-2	教室	掌握理论，熟悉工具，培养策略思维，注重实践应用，提升创新能力。
19	市场营销策划	88	5.5	3-4	教室	掌握策划流程，培养创意能力，熟练分析工具，注重实战应用。
20	传统少林拳套路教程	210	13	1-4	训练场	注重基本功，动作规范，发力刚猛，步法稳健，形神兼备，循序渐进，内外兼修，武德为先。
合 计		875	57			

备注：五年制专业前两年不安排校外实习实训。

十、实施保障

（一）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。

1. 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 33 名教师，其中专任教师 30 名，兼职教师 3 名，“双师型”教师 4 名；具有硕士研究生及以上学历者 3 名，中级以上职称者 8 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 0.2:0.4:0.4，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。

2. 专业带头人

原则上应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数字内容服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

有高校教师资格；原则上具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；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

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学条件

1. 专业教室基本条件

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。教室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，具有互联网接入及网络安全防护措施。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. 校内实训室基本条件

表 7 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	信息技术实训室	配备计算机、交换机、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、投影幕、交互式电子白板等设备，安装操作系统软件、办公软件，用于计算机软硬件基础知识、办公软件等实训实训教学。

备注：五年制专业前两年不安排校外实习实训。

（三）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。

2. 图书配备情况

学校图书馆纸质藏书约 55 万册，电子图书约 16 万册，纸质期刊近 200 种，电子期刊 1.5 万种。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、运动训练文献资料，有关运动训练、体育技能类图书等。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。

（四）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。

（五）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。

（六）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、课程教学大纲、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、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。

十一、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
市场营销学	市场营销师	三级	中国商业联合会	
市场营销策划	商务策划师	中级	全国工商联会	

十二、毕业要求

（一）学业

修完本专业所有课程，完成规定学时学分，并通过各门课程考核，成绩在 60 分或合格以上。

（二）学生应考取的证书（毕业时至少考取 2 个以上证书，含 1 个职业资格证书）

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				考核方式	备注
					总学时	理论	实践	一	二	三	四		
必修课	公共基础课	26220001	军训	2	56	0	56	56				考查	计入 2 学分 不计入总学时
		26220002	中国特色社会主义	2	40	25	15	40				考试	
		26220003	职业道德与法治	2	40	25	15		40			考试	
		26220004	心理健康与职业生涯	2	40	25	15			40		考试	
		26220005	哲学与人生	2	40	25	15				40	考试	
		26220006	语文基础模块上册	4	64	38	26	64				考试	
		26220007	语文基础模块下册	4	64	38	26		64			考试	
		26220008	语文（职业模块服务类）	4	64	34	30			64		考试	
		26220009	语文（拓展模块）	4	64	34	30				64	考试	
		26220010	数学基础模块上册	4	64	49	15	64				考试	
		26220011	数学基础模块下册	4	68	52	16		68			考试	
		26220012	数学（职业模块服务类）	2	36	24	12			36		考试	
		26220013	数学（拓展模块）	2	36	24	12				36	考试	
		26220014	英语基础模块上册	4	64	40	24	64				考试	
		26220015	英语基础模块下册	4	64	40	24		64			考试	
		26220016	英语（职业模块服务类）	2	36	24	12			36		考试	
		26220017	英语（拓展模块）	2	36	24	12				36	考试	
		26220018	中国历史	3	40	30	10	40				考试	
		26220019	世界历史	2	32	20	12			32		考试	
		26220020	信息技术基础模块上册	3	52	22	30		52			考试	
		26220021	信息技术基础模块下册	4	56	24	32				56	考试	
		26220022	音乐	1	18	6	12	18				考查	
		26220023	美术	1	18	6	12			18		考查	
		小计		64	1036	629	407	290	288	226	232		
	专业核心课程	26220028	市场营销学	8	128	40	88	64	64			考试	
		26220029	市场营销策划	8	128	40	88			64	64	考试	
		小计		16	256	80	176	64	64	64	64		

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				考核方式	备注
					总学时	理论	实践	一	二	三	四		
选修课	公共限选课	26240001	安全教育“十讲”读本	1	22	12	10	22				考查	
		26240002	礼仪规范教程	2	36	20	16		36			考查	
		26240003	体育与健康	2	36	20	16			36		考查	
		26240004	中华优秀传统文化与武术文化（上）	1	16	8	8	16				考查	
		26240005	中华优秀传统文化与武术文化（下）	1	18	10	8			18		考查	
		26240006	大学	1	16	10	6	16				考查	
		26240007	弟子规	1	16	10	6		16			考查	
		26240008	道德经	1	16	10	6			16		考查	
		26240009	论语	1	16	10	6				16	考查	
		26240010	传统少林拳套路教程	16	256	46	210	64	64	64	64	考查	
		小计			27	448	156	292	118	116	134	80	
总计（必修课+选修课）				107	1740	865	875	472	468	424	376		

说明：1. 本专业人才培养方案适用于五年制高职前 2 年课程学习；后 3 年人才培养方案执行嵩山少林武术职业学院市场营销专业人才培养方案。

2. 军训计入 2 学分，不计入总学时。

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	党务部
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

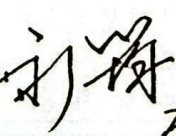
论证专业（方向）名称： 市场营销（五年制）

论证时间： 2025 年 9 月 19 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
	江闪闪	讲师	嵩山少林武术职业学院	信息管理	江闪闪	15290830930
	谢继锋	总经理	携程信息技术（南通）有限公司	营销管理	谢继锋	13801320880
	周景景	讲师	嵩山少林武术职业学院	国际经济与贸易	周景景	15036102134
	张敏杰	讲师	嵩山少林武术职业学院	物流管理	张敏杰	13213148303
	王文婷	讲师	嵩山少林武术职业学院	国际经济与贸易	王文婷	18838932050
	刘军锋	讲师	嵩山少林武术职业学院	农业经济管理	刘军锋	15238362245
	王劲文	讲师	嵩山少林武术职业学院	产业经济学	王劲文	13653812314
专业建设指导委员会意见	方案以德技并修为魂，深度对接数字经济下批发零售与商务服务人才需求，框架科学，路径清晰，契合国家职教改革导向。建议增设直播电商、数字营销新业态课程课外知识，着重大数据选品、AI 客服内容。培养目标锁定数字营销产业链，紧跟职业教育时代发展。建议通过评审。 专业建设指导委员会主任（签字）：江闪闪 2025 年 9 月 22 日					

嵩山少林武术职业学院

专业人才培养方案审批意见

专业人才培养方案主要数据	专业名称	培养方案总学时	理论课总学时	实践教学学时	实践教学占总学时比例 (%)
	市场营销	1740	865	875	50.29%
院系意见	同意 院系负责人签字(公章):  2015年9月22日				
教务部审核意见	将予备案 主任签字(公章):  2015年10月16日				
教学工作委员会审批意见	同意备案 (公章):  2015年10月18日				
学院审批意见	同意 主管院领导签字:  2015年10月19日				