**市场营销专业人才培养方案**

**一、专业名称(专业代码)**

市场营销（630701）

**二、入学要求**

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生、其他具有同等学力的学生。

**三、基本修业年限**

三年制，专科

**四、毕业要求**

1、本专业规定学生须修满150学分，其中选修课程最低学分为25学分；

2、本专业规定学生须获得以下任一职业资格证书（或省级职业技能大赛二等奖及以上、专项职业能力证书、从业资格证书或其它职业能力证明材料）。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **职业资格证书名称** | **证书等级** | **发证机关** | **相应职业岗位** |
| 1 | 浙江省高校计算机等级考试 | 一级/二级 | 浙江省教育考试院 | 销售各岗位 |
| 2 | 互联网营销师 | 初级/中级 | 中国移动通信联合会教育与考试中心 | 网络营销专员 |
| 3 | 呼叫中心客户服务与管理“1+X”证书 | 初级/中级 | 北京华唐中科科技集团有限公司 | 客户代表、客户经理 |
| 4 | 数字营销技术应用“1+X”证书 | 初级/中级 | 中教畅享（北京）科技有限公司 | 销售代表、网络营销专员 |

**五、培养目标与人才规格**

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有良好的职业道德、人文素养和创新精神，掌握管理学、市场营销学等基本理论与方法，具备较强的市场分析及解决企业营销实际问题的能力，并能适应当前数字经济与传统行业深度融合需求，面向互联网企业及各类传统工商业企业，能够从事市场开发、营销策划、产品销售、品牌推广、客户服务、新媒体运营等相关工作的高素质技术技能人才。

（二）人才规格

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **素质** | **思想政治素质** | | 热爱国家，拥护党的基本路线，坚持教育的社会主义方向，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，具有正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的职业道德和社会责任感。 |
| **文化素质** | | 具有一定的人文和艺术修养；具有良好的人际沟通能力；具有开拓进取的健全人格；具有适应环境、善于调节的健康心理。善于自学，同时关注本行业技术的新发展，不断更新知识；具有社会交往、处理人际关系的基本能力。 |
| **职业素质** | | 具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有不断更新知识和自我完善的能力；具有持续学习和终身学习的能力；掌握科学的学习方法，能够独立思考，有较强的观察能力和反应能力，具有创新精神和研究能力；具有良好的职业道德与职业操守；具备较强的组织观念和集体意识。 |
| **身心素质** | | 具有坚强的意志力和自律能力，积极进取的健康心态；具有健康的体魄、健全的人格、良好的心理素质和行为习惯；具有良好的人际关系和社会适应能力。 |
| **知识** | **通用知识** | | 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；掌握管理学、经济学、会计学、统计学、市场营销学等专业基础理论与方法；掌握计算机、互联网、人工智能、大数据等数字技术基础知识。 |
| **专业知识** | **数字营销方向** | 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；通过数字化手段进行市场调查的方式、方法 、流程以及收集市场信息，分析市场动态的方法；掌握全渠道营销活动策划与推广的基本内容和方法；掌握数字化客户运营管理的内容和方法。掌握新媒体运营基本知识及操作流程。 |
| **营销策划方向** | 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；掌握市场调查的方式、方法 、流程以及数据分析方法、市场调查报告的撰写方法；掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。 |
| **能力** | **通用能力** | | 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备有效的团队协作能力以及抗挫折能力；具备信息技术的应用能力。 |
| **专业技能** | **数字营销方向** | 具备现代商业信息技术与工具的应用能力；具备数据意识和商务数据分析应用能力；能够基于数据分析合理策划并有效实施线上线下一体化销售的能力；能够运用数字化技术和手段进行全渠道营销和推广及客户服务及社群运营的能力。 |
| **营销策划方向** | 能够与客户进行有效沟通，对客群和竞争者进行分析；能够组织实施营销产品的市场调查与分析；能够组织实施品牌和产品的推广和促销活动；能够组织实施推销和商业谈判；能够对客户关系进行日常管理；能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。 |

**六、职业面向与岗位能力**

（一）职业面向

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **所属专业大类** | **所属专业类** | **对应行业** | **主要职业类别** | **主要岗位类别** |
| 财经商贸大类 | 市场营销类 | 批发/零售业 | 销售人员、客户服务人员 | 销售代表、市场专员、客户代表 |
| 互联网行业 | 销售人员 | 网络营销专员、互联网产品经理 |

（二）岗位-任务-能力-课程

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **核心岗位** | **典型工作任务** | **核心能力要求** | **相应核心课程** |
| 1 | 销售代表 | 负责产品的销售和推广 | 1. 表达能力强，具有较强的沟通和谈判能力； 2. 具备一定的市场分析及判断能力； 3. 具备良好的客户服务意识。 | 《市场调查与分析》、《销售管理实务》、《商务沟通与谈判》。 |
| 2 | 市场专员 | 负责市场推广活动的调研、策划及执行 | 1. 具备良好的沟通能力； 2. 主动积极、责任心强； 3. 具备良好的市场拓展能力。 | 《市场调查与分析》、《营销策划》、《品牌策划与推广》。 |
| 3 | 客户代表 | 为客户提供服务，解决客户在使用公司产品或服务中遇到的问题 | 1. 具有较强的沟通能力； 2. 具备一定的市场分析及判断能力； 3. 具备良好的客户服务意识及客户服务能力 | 《公共关系学》、《客户关系管理》、《服务营销》。 |
| 4 | 网络营销专员 | 线上品牌及业务推广、搜索引擎推广等 | 1. 熟悉互联网行业，熟悉网络推广运营模式； 2. 具有较强的文字功底和良好的统筹策划能力； 3. 具有较强的团队合作能力。 | 《网络营销策划》、《短视频制作》、《直播营销与运营》。 |
| 5 | 互联网产品经理 | 负责互联网产品的设计与推广 | 1. 熟悉互联网领域产品开发、管理和运营流程； 2. 了解消费群体的需求，能够分析市场，把握产品发展方向； 3. 具有良好的沟通表达能力、逻辑思维能力及问题分析能力。 | 《商务数据分析》、《新零售实务》、《数字化客户管理》。 |

**七、课程设置与模式构建**

（一）学分、学时分配

1、本专业设定总学分为150分，其中必修课程学分为125学分，选修课程学分为25学分。

2、本专业设定总学时为2406学时，其中选修课1040学时，选修课教学时数占总学时的比例为43.3%。实践教学1314学时，实践教学学时占总学时比例为54.45%。

（二）课程模块比例分配

| **课程模块** | **课程类别** | **学时** | **学分** | **比例（%）** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 公共基础课 | 公共必修课 | 428 | 28 | 18.67% |
| 公共选修课 | 144 | 15 | 10% |
| 专业课 | 专业基础课 | 370 | 22 | 14.67% |
| 专业方向课 | 432 | 24 | 16% |
| 岗位核心课 | 288 | 16 | 10.67% |
| 专业选修课 | 176 | 10 | 6.67% |
| 综合实践课 | 认知实习课 | +18 | 1 | 0.67% |
| 校内课外实训课 | +18 | 1 | 0.67% |
| 专项综合实践课 | 64 | 4 | 2.67% |
| 专业社会实践课 | +18 | 1 | 0.67% |
| 跟岗实习课 | 216 | 12 | 8% |
| 顶岗实习课 | 216 | 12 | 8% |
| 毕业设计（论文） | 72 | 4 | 2.67% |
| 合 计 | | 2406 | 150 | 100.0% |

1. 专业课程设置表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程模块** | **课程**  **类型** | **序号** | **课 程 名 称** | **课程**  **性质** | **课程**  **类型** | **学**  **分** | **学时分配** | | **学 年 及 学 期 周 学 时 数** | | | | | | | | | **备注** |
| **计划**  **学时** | **实践**  **学时** | **第一学年** | | |  | **第二学年** | |  | **第三学年** | |
| **1** | | **2** | **暑假** | **3** | **4** | **暑假** | **5** | **6** |
| **16** | | **18** | **18** | **18** | **18** | **16** |
| 公共  基础  课 | 公  共  必  修  课 | 1 | 思想道德修养与法律基础 | 必/试 | B | 3 | 48 | 9 | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会义理论体系概论 | 必/试 | B | 4 | 72 | 9 |  | | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 形势与政策 | 必/查 | A | 1 | 32 | 0 | √ | | √ |  | √ | √ |  |  |  |  |
| 4 | 军训 | 必/查 | C | 2 | +2W | +112 | +2W | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 军事理论 | 必/查 | A | 2 | 36 | 0 |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 高职英语 | 必/试 | B | 2 | 32 | 12 | 2 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | 商务英语 | 必/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | 大学生职业生涯规划 | 必/查 | B | 1 | 18 | 6 | 2\*9 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | 大学生就业指导 | 必/查 | B | 1 | 18 | 6 |  | |  |  |  | 2\*9 |  |  |  |  |
| 10 | 大学生心理健康教育 | 必/查 | B | 2 | 36 | 20 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | 基础体育课 | 必/试 | C | 2 | 32 | 30 | 2 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | 体育选项课 | 必/试 | C | 2 | 36 | 32 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | 阳光体育课 | 必/查 | C | 1 | +20 | +20 |  | | +1 | | |  |  |  |  |  |
| 14 | 体质测试训练 | 必/查 | C | 1 | +20 | +20 |  | |  |  | +0.5 | +0.5 |  |  |  |  |
| 15 | 人工智能基础 | 必/查 | B | 2 | 32 | 12 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 公  共  选  修  课 | 1 | 艺术类选修课 | 选/查 | B | 2 | 32 | 12 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  | 实  计  8  学  分 |
| 2 | 人文类选修课 | 选/查 | B | 2 | 32 | 12 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 3 | 科学类选修课 | 选/查 | B | 2 | 32 | 12 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 4 | 体育类选修课 | 选/查 | C | 2 | 32 | 32 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 5 | 创业类选修课 | 选/查 | B | 2 | 32 | 16 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 6 | 素质拓展类选修课 | 选/查 | B | 6 | +96 | +48 | +6 | | | | | |  |  |  |  |
| 7 | 党史 | 选/查 | A | 1 | 16 | 0 |  | 1 | | | | |  |  |  |  |
| **合 计** | | | | | | **43** | **572** | **204** | **9** | | **10** |  | **5** | **4** |  |  |  |  |
| 专业课程 | 专业  基础课 | 1 | 市场营销学 | 必/试 | B | 4 | 64 | 16 | 4 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 管理学原理 | 必/试 | B | 3 | 48 | 16 | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 统计学基础 | 必/试 | B | 3 | 48 | 20 | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 会计学基础 | 必/试 | B | 3 | 48 | 20 | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 经济法基础 | 必/试 | B | 2 | 36 | 8 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 6 | 大学信息技术基础 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | 供应链管理 | 必/试 | B | 3 | 54 | 18 |  | | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| **合 计** | | | | **22** | **370** | **134** | **13** | | **7** |  | **2** |  |  |  |  |  |
| 数  字  营  销  方  向 | 专业方向课 | 1 | 消费者行为学 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 网络营销策划 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 3 | 市场调查与分析 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 4 | 销售管理实务 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 5 | 电子商务概论 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Python语言基础与应用 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 7 | 广告理论与实务 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| **应 修 小 计** | | | | **24** | **432** | **192** |  | | **6** |  | **10** | **8** |  |  |  |  |
| 岗位核心课 | 1 | 数字化客户管理 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 2 | 商务数据分析与应用 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 3 | 新零售实务 | 必/查 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 4 | 短视频制作 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 5 | 直播营销与运营 | 必/查 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  |  |  | 12\*6 |  |  |
| **应 修 小 计** | | | | **16** | **288** | **144** |  | |  |  | **3** | **9** |  | **4** |  |  |
| **合 计** | | | | | | **40** | **720** | **336** |  | | **6** |  | **13** | **17** |  | **4** | **0** |  |
| 营  销  策  划  方  向 | 专业方向课 | 1 | 商品学概论 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 营销策划 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 3 | 消费者行为学 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 市场调查与分析 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 5 | 客户关系管理 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 6 | 公共关系学 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 7 | 新媒体运营 | 必/试 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
|  | **应 修 小 计** | | | | **24** | **432** | **192** |  | | **6** |  | **7** | **11** |  |  |  |  |
| 岗位核心课 | 1 | 广告创意与策划 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 2 | 品牌策划与推广 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 3 | 连锁门店运营管理 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 4 | 销售管理实务 | 必/查 | B | 4 | 72 | 36 |  | |  |  |  |  |  | 12\*6 |  |  |
| 5 | 商务沟通与谈判 | 必/试 | B | 3 | 54 | 24 |  | |  |  | 3 |  |  |  |  |  |
|  | **应 修 小 计** | | | | **16** | **288** | **144** |  | |  |  | **6** | **6** |  | **4** |  |  |
| **合 计** | | | | | | **40** | **720** | **336** |  | | **6** |  | **13** | **17** |  | **4** | **0** |  |
| 专业  选修课 | 专业  群内  选修  课 | 1 | 会展营销 | 选/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  | 2选1 |
| 2 | 服务营销 | 选/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 3 | 创业营销策划 | 选/查 | B | 2 | 36 | 20 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  | 2选1 |
| 4 | SPSS数据分析 | 选/查 | B | 2 | 36 | 20 |  | |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 5 | 财务管理 | 选/查 | B | 2 | 36 | 8 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  | 2选1 |
| 6 | 企业文化 | 选/查 | B | 2 | 36 | 8 |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |
| **合 计** | | | | **6** | **108** | **44** |  | | **2** |  |  | **4** |  |  |  |  |
| 跨专  业群  选修  课 | 1 | 浙江地方文化 | 选/查 | B | 2 | 32 | 12 | 2 | |  |  |  |  |  |  |  | 2选1 |
| 2 | 普通与口才训练 | 选/查 | B | 2 | 32 | 12 | 2 | |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 服务礼仪 | 选/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  | 3选1 |
| 4 | Photoshop图形图像处理 | 选/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 5 | 小程序开发与应用 | 选/查 | B | 2 | 36 | 16 |  | |  |  | 2 |  |  |  |  |
| **合 计** | | | | **4** | **68** | **28** | **2** | |  |  | **2** |  |  |  |  |  |
| 综合实践课 | 认知实习 | 1 | 岗位认知实习 | 必/查 | C | 1 | +18 | +18 | +1W | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 校内课外实训 | 1 | 创意营销实战 | 必/查 | C | 1 | +18 | +18 |  | |  |  |  |  |  | +1W |  |  |
| 专项综合实践 | 1 | ERP沙盘模拟实训 | 必/查 | C | 2 | 32 | 32 |  | | 8\*4W |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 营销技能综合实训 | 必/查 | C | 2 | 32 | 32 |  | |  |  | 8\*4W |  |  |  |  |  |
| 专业社会实践 | 1 | 专业社会实践 | 必/查 | C | 1 | +18 | +18 |  | |  | +1W |  |  |  |  |  |  |
| 跟岗实习 | 1 | 跟岗实习(销售岗) | 必/查 | C | 12 | 216 | 216 |  | |  |  |  |  |  | 12W |  | 3选1 |
| 2 | 跟岗实习(市场岗) |
| 3 | 跟岗实习(客服岗) |
| 顶岗实习 | 1 | 毕业顶岗实习(销售岗) | 必/查 | C | 12 | 216 | 216 |  | |  |  |  |  |  |  | 12W | 3选1 |
| 2 | 毕业顶岗实习(市场岗) |
| 3 | 毕业顶岗实习(客服岗) |
| 毕业设计  （论文） | 1 | 毕业综合实践报告 | 必/查 | C | 4 | 72 | 72 |  | |  |  |  |  |  |  | 4W |  |
|  | **合 计** | | | | 35 | 568 | 568 |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **总**  **计** | **方向一** | | **数字营销方向** | | | **150** | **2406** | **1314** | **24** | | **25** |  | **22** | **25** |  | **4** |  |  |
| **方向二** | | **营销策划方向** | | | **150** | **2406** | **1314** | **24** | | **25** |  | **22** | **25** |  | **4** |  |  |

备注： ①课程性质分为必修课与选修课，考核方式分为考试与考查；②课程类型分为A（纯理论课程）、B（理论与实践一体课程）、C（纯实践课程）。③专业拓展课可以是2选1、3选1等，自行设计，但同一系列的备选课程必须课程性质、课程类型、学分学时等一致；④综合实践课为必修选项课程，但须设计不同的实训项目与顶岗岗位供学生选择，学分按选修课程计算；⑤顶岗实习一般为6个月（含寒假），但学分按12学分计；⑥竞赛作品（A类竞赛省级二等奖及以上）可冲抵毕业综合实践报告。

（四）培养模式构建

创新创业能力

基本素养/能力

岗位迁移/可持续发展能力

品德素养

人文素养

职业素养

市场调查与分析能力

市场开拓能力

客户开发及维护能力

营销策划能力

职业岗位迁移能力

专业/职业技能

可持续发展能力

公共基础模块

专业技能模块

拓展模块/顶岗模块/创业模块

高素质技术技能人才

1. **岗位核心课程简介**

**数字营销方向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **教学内容** | **学分** | **学时** |
| 1 | 商务数据分析与应用 | 1．知识目标：理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；掌握商务数据分析的常用模型与方法；了解常用数据存储查询、数据分析与数据可视化工具；掌握行业数据、客户数据、产品数据、运营数据分析的内容、方法、工具与流程；  2．技能目标：能够严格遵循业务规范，实施基本的商务数据分析，支持企业数据化运营；能够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、存储、管理各类数据；能够根据企业需求，分析数据并编写数据分析报告，并进行可视化展示；  3．素质目标：具备基本的职业道德和法律意识；具备熟练的计算机与网络应用能力；具备良好的沟通与团队意识；具备较强的竞争意识和创新意识；具备较强的自主学习能力。 | 1．数据分析基本方法；  2．数据分析常用工具；  3．行业数据分析；  4. 客户数据分析；  5. 产品数据分析；  6. 运营数据分析；  7. 分析报告撰写。 | 3 | 54 |
| 2 | 数字化客户管理 | 1.知识目标： 了解客户关系管理相关理论；掌握数字化客户管理的基础，掌握用户画像的重要性和方法；了解全渠道接触客户，建立、维护和挽救客户关系；  2．技能目标：能够适应企业数字化转型对客户关系管理带来的新要求；具备以客户为中心的数字化连接能力和转换能力；  3．素质目标： 具有继续学习、能独立获取新知识能力，具备分析和解决客户需求、保持好客户关系的特殊处理能力；能够具有专业业务素质，积极应对客户投诉、挽救客户关系的能力。 | 1．数字化客户管理的基础；  2. 建立客户画像；  3. 预测客户行为；  4. 创造和赢得客户信任；  5. 可持续客户经营。 | 3 | 54 |
| 3 | 新零售实务 | 1．知识目标：了解新零售与传统零售的关系；掌握新零售的方法；了解新零售的发展趋势；  2．技能目标：能够识别新零售最新业态趋势，能够运用新零售实战方法开展业务活动；  3．素质目标：具有继续学习、能独立获取新知识能力，提高对数学经济环境的适应能力。 | 1．认识新零售；  2．新零售的发展趋势和面临的挑战；  3．新零售“人-货-场”方法论：重新认识目标客户；重新定义产品创新；重新构建营销场景；  4. 新零售的具体实战方法。 | 3 | 54 |
| 4 | 短视频制作 | 1．知识目标：熟悉短视频的特点、视频脚本编辑，拍摄人员配置；掌握产品视频和广告视频拍摄的要点和策划；熟悉Premiere软件的基本操作；  2．技能目标：具备短视频脚本编辑能力；能够拍摄各类景别的镜头；能组接拍摄的镜头、搭配文字、音乐，制作广告和产品视频；  3．素质目标：培养学生的互联网思维能力，强化艺术创意意识，培养团队合作能力，锻炼学生吃苦耐劳、有责任心、做事细致等基本素质。 | 1．短视频认知；  2．短视频策划；  3．短视频拍摄；  4. 视频剪辑；  5. 产品视频制作；  6. 广告视频制作。 | 3 | 54 |
| 5 | 直播营销与运营 | 1．知识目标：了解直播营销的基本形式和类型；掌握直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品、引流互动、数据分析等直播相关知识；  2．技能目标：具备较强的语言表达能力、形象管理能力、直播控场能力、商品讲解能力及数据分析能力；  3．素质目标：培养学生的表达能力和团队协作能力；强化新媒体营销意识。 | 1．直播营销认知；  2．直播营销方案策划；  3．直播团队组建；  4. 直播话术；  5. 直播商品的选择与规划；  6. 直播引流与数据分析；  7. 淘宝、抖音、快手、腾讯等电商案例解析。 | 4 | 72 |

**营销策划方向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **教学内容** | **学分** | **学时** |
| 1 | 广告创意与策划 | 1．知识目标：掌握广告文案、广告创意理论、广告创意思维、广告实施步骤的知识；  2．技能目标：提供学生的广告创意思维、广告策划、制作技能，并提高其审美、鉴赏和独立进行广告设计的能力；  3．素质目标：提高学生的创造力、鉴赏力、文字分析能力和对广告的整体认识。 | 1．广告设计的概念、分类和基本类型；  2．广告文案写作；  3．广告版面设计；  4. 影视广告的类型和常见表现手法；  5. 广告创意作品赏析。 | 3 | 54 |
| 2 | 品牌策划与管理 | 1．知识目标：了解品牌管理的要素和流程；了解品牌定位方法、企业CIS系统构成；熟悉品牌设计、品牌传播、品牌管理、品牌策划等知识；  2．技能目标：能够根据品牌开展品牌化战略，策划品牌延伸扩张活动；具备科学地管理品牌资产的能力，能开展品牌维护与危机管理；  3．素质目标：培养团队合作意识、交流沟通能力、表达能力；培养自我管理能力及现代信息技术的应用操作能力；提高学生的学习主动性和分析问题、解决问题的能力。 | 1． 品牌认知；  2．品牌定位；  3．品牌形象识别策划；  4. 品牌个性识别策划；  5. 品牌传播策略；  6. 品牌延伸策略；  7. 品牌营销与管理； | 3 | 54 |
| 3 | 连锁门店运营管理 | 1．知识目标： 掌握连锁门店运营的基本内涵、组织结构与人员配置；掌握营业现场的服务与管理，促销活动的组织与实施；明确连锁门店运营管理的操作流程；  2．技能目标：能够进行门店理货、收银、盘点的标准化营运作业；能够根据目标顾客群需求的变化进行门店经营定位，能够进行商品结构调整，提高门店运营效率；  3．素质目标：培养团队协作意识，善于与人沟通，培养服务意识和创新意识。 | 1．连锁门店的设立；  2．连锁门店的组织结构与人员配置；  3．连锁门店理货与营业员作业管理；  4. 连锁门店卖场的规划与管理；  5. 连锁门店现场服务管理；  6. 连锁门店促销活动的组织与实施；  7. 连锁门店商品管理。 | 3 | 54 |
| 4 | 销售管理实务 | 1．知识目标：了解公司的组织结构、发展规划与目标；掌握销售团队的组建方法；掌握销售计划的制定方法；熟悉在销售方案的执行过程中如何进行管理与控制；  2．技能目标：能够建立和组建销售团队，能结合公司发展目标制定销售计划并执行，并且能够根据实际情况对员工进行激励；  3．素质目标：具备良好的抗挫折能力；培养良好的信心和推销职业心态；培养团队合作能力。 | 1．销售及其管理的基本内容；  2．销售团队的组建与培训；3．销售方案的制订和执行；  4. 互联网+环境下的业务新常态。 | 4 | 72 |
| 5 | 商务沟通与谈判 | 1．知识目标：了解商务沟通的基本原则及沟通中的价格策略、应对策略；了解商务谈判的概念、特点、程序等知识；掌握谈判和沟通过程中的各种技巧；掌握商务文书和合同的写作方法；  2．技能目标：具备商务活动中与人谈判和沟通的基本策略、技巧、礼仪；具备撰写各类商务文书和合同的能力；  3．素质目标：具备较强的敬业精神，能承受一定的工作压力；具体良好的团队合作意识，有持续的学习能力。 | 1．认识沟通和商务谈判；  2．商务沟通的准备、策略和技巧；  3．商务谈判的流程、策略和技巧；  4 . 商务文书的写作方法。 | 3 | 54 |

**九、实践教学总体设计**

（一）实践教学总体目标

通过军事理论与训练、教学实习、综合实践、专业考察、顶岗实习等实践教学环节，完成教学任务。结合“双证”培养目标，建立理实一体的实践教学体系。在实践教学过程中，注意培养学生组织纪律、劳动观点、集体主义、科学严谨的精神。

（二）实践教学具体安排

1.校内实践教学安排表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序**  **号** | **实训项目** | **学期**  **安排** | **周**  **安排** | **学**  **时** | **学分** | **主要内容与要求** | **实训**  **成果** |
| 1 | ERP沙盘模拟实训 | 2 | 1W | 32 | 2 | 了解企业与企业的组织架构；认清沙盘模拟与真实企业之间的关系；熟练掌握竞赛规则；了解各角色的任务和作用；深刻认识管理者所担任角色的作用和任务；按照企业运行流程，履行管理者所担负的职责；团队协作，努力争取竞赛的胜利；做好实训总结，获得最大的收获； | 实训报告和实训心得总结 |
| 2 | 营销策划实训 | 4 | 1W | 36 | 2 | 了解和掌握市场营销策划的基本理论、程序和方法，能从新的营销视角对企业生存和发展的市场环境进行分析，寻找企业与目标客户群体的利益共性，以消费者满意为目标，重新组合和优化配置企业资源，对企业营销活动进行分析、判断、预测、设计和制定方案。 | 营销策划方案 |
| 3 | 营销技能综合实训 | 3 | 1W | 32 | 2 | 通过市场营销技能的学习和实践，培养学生商品需求信息的采集与分析、目标市场选择与定位、营销活动策划与组织，成本核算与财务分析等技能点，还培养学生灵活运用理论知识判断分析的能力。将所学的经济学基础、市场营销、市场调查与分析、消费心理学、营销策划、统计分析、财务会计、广告原理与实务等课程的知识综合运用于模拟经营对抗中。 | 实训报告和实训心得总结 |

2.校内课外实训安排表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实训项目** | **依托课程** | **学期**  **安排** | **学**  **时** | **学分** | **内容与要求** | **实训**  **成果** |
| 1 | 创意营销实战 | 直播营销与运营、销售管理实务 | 5 | 18 | 1 | 内容：结合产品特点分析市场、策划产品销售和推广方案并选择线上或线下渠道实施方案。  要求：运用所学营销知识，结合现代信息技术销售推广产品获得较好业绩并从中有所收获。 | 销售业绩及心得报告 |

3.校外实践教学安排表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序**  **号** | **实习名称** | **实习岗位** | **学期**  **安排** | **周**  **安排** | **学**  **时** | **学分** | **主要内容与要求** | **实训**  **成果** | **备注** |
| 1 | 认知实习 | 线上销售岗 | 1 | 1 | 18 | 1 | 内容：认识、了解岗位职业及素养要求。  要求： 对岗位的工作内容和所需要的知识和技能有基本了解，对未来的职业发展方向有一定规划。 | 认知报告 | 2选1 |
| 线下销售岗 |
| 2 | 专业社会实践 |  | 暑期 | 1 | +18 | 1 | 内容：结合实际情况，采取调研、实习、科研、自主创业、志愿服务等形式进行社会实践。  要求：认真参与，利用所学知识服务社会。 | 社会实践报告 |  |
| 3 | 跟岗实习 | 销售岗 | 5 | 12 | 216 | 12 | 内容：学习岗位基本技能。  要求：掌握职业基本技能。 | 实习报告 | 3选1 |
| 市场岗 |
| 客服岗 |
| 4 | 顶岗实习 | 销售岗 | 6 | 12 | 216 | 12 | 内容：运用专业所学知识和技能，专业地、职业地完成企业相应岗位要求的工作任务。  要求：完成毕业顶岗实习要求中规定的各项内容。 | 实习报告 | 3选1 |
| 市场岗 |
| 客服岗 |
| 5 | 毕业综合实践报告 | 选题与专业相关 | 6 | 4 | 72 | 4 | 内容和要求：  1.获奖竞赛作品（A类竞赛省赛二等奖及以上）可替代毕业综合实践报告；  2.按照学校要求完成毕业综合实践报告。 | 实践报告或竞赛作品 |  |

**十、人才培养方案实施说明**

（一）人才培养模式及特色

根据教育部“以服务为宗旨，以就业为导向，走产学结合发展道路”的精神指导，本专业紧密结合“平安浙江建设”，立足行业人才需求，突出职业技能培养，实行“校企合作、工学结合、突出岗位技能、数字技术+营销技能”的复合型营销人才培养新模式。本专业分为数字营销与营销策划两个方向，在满足传统工商业企业营销岗位人才需求的基础上，结合现代企业数字营销的需要，培养市场调研、产品宣传促销、客户运营、营销策划等方面应用型技术人才，同时增强学生的岗位迁移能力和可持续发展能力；通过校企合作和学徒制，让学生进入企业顶岗实习，熟悉实际岗位工作内容，增强理论知识应用能力。通过“以赛代考”，“以赛代毕业设计”等模式，激发学生的学习潜力和创造力，提升学生的知识应用能力和职业发展能力。

（二）教学条件与教学资源

1.师资队伍

本专业具有一只结构合理、专兼职结合的专业教学团队，其中专任教师中具有中高级职称的教师占50%，双师型教师占25%，硕士学位教师占87.5%。专兼职教学团队能够胜任本人才培养方案过规定的各项教学任务。

2.教学设施

具备相对成熟的校内实训基地、校外实习基地等，条件、设施比较完备。学校已建成营销综合实训室和企业经营ERP沙盘实训室，开面向专业群开展ERP沙盘模拟实训和营销技能综合实训。依据高职高专人才培养需要，深化与企业的合作，引企业入驻校园，校企共建具有高度专业性和针对性的实训基地，共同开发高水平的实训项目，通过实训项目对保证人才培养质量，已与宇视科技、浙江大华、海康威视、新大陆科技公司、浙江天地人科技有限公司、浙江奥乐智能系统工程有限公司、浙江豪联信息科技有限公司、浙江帝杰曼信息科技股份有限公司、温州科达智能系统工程有限公司等多家企业合作共建了校外实训基地，为学生开展实习提供了良好的保障。

3.教学资源

（1）专业特设设计阅览室，现有与本专业相关约1000余册，每年预投入10万元购置专业书籍。

（2）学院目前与本专业相关的数字资源，包括中国知网数据库、维普中文期刊数据库、超星移动图书馆等。

（3）教材选用情况：一般是首选高职高专“十三五”教材，再选校企合作教材、教师自编校本教材。目前教师自编校本教材1本。

（三）人才培养方案实施建议

本专业在总结现代学徒制试点经验的基础上，不断加强校企合作、产教融合，探索有效的校企联合培养模式，逐步将企业真实项目转化成专业课程案例，突出实践教学。

在专业课程中普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，在已建设完成的四门省级在线共享开放课程上，推进翻转课堂、混合式教学、项目教学等新型教学模式，推广教师采用“一平三端”智慧教学系统，推动课堂教学改革。

加强课堂教学管理，实践准警务化要求，规范教学秩序，打造优质课堂。

（四）学生可持续发展建议

学生目前可通过两种途径继续深造：第一，通过参加浙江省普通高等学校本科插班生考试考入普通本科高校学习，毕业后可获得全日制本科文凭；第二，学生可在校自考本科或通过函授、网络学院专升本。

（五）质量保障体系

充分发挥学院教学委员会的全局指导作用和专业指导委员会的实践指导作用，以及学院教学行政管理部门（教务处、实训中心和督导处）的监督作用，具体来说，通过以下措施保证人才培养质量：

1.学院建有“学院-系-教研室”三级管理自我诊断与改进制度，建有健全的专业教学质量监控管理制度，完善的课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案修订、资源建设等方面的质量标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.学院有完善的教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.学院建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.专业团队将充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。