

广西国际商务职业技术学院

市场流通系

2019 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称

市场营销，专业代码：630701

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：大专

三、学制

标准学制三年，允许在三——五年内取得相应学分，获得毕业资格。

四、培养目标

本专业主要面向零售业、现代服务业、信息技术产业技术、管理、服务第一线，围绕学生成长“五到”目标，培养具备良好的职业道德和创新能力、市场调查与分析能力、销售渠道设计与执行能力、营销活动策划与执行能力、产品推销能力与市场营销综合业务能力，具有市场营销管理的知识结构和综合素质，从事市场调研、市场开发、营销活动策划、产品销售、渠道管理、销售管理、广告执行、营销公关与营销谈判等工作，具备创新精神、创业意识和创新创业能力，具有国际化视野的、现代商务特色鲜明的高素质应用人才。

五、职业与岗位分析

（一）行业发展现状

市场营销是企业和市场之间的桥梁，当代企业的一切经济活动都是围绕市场营销策略进行的。电子商务时代，消费者行为、营销理念、营销策略、营销方式等都在发生着日新月异的变化，企业的市场营销工作也迎来前所未有的机遇与挑战。准确的市场营销策略可保障企业的经营畅通，达到增加市场份额，增加企业效益的目的。因此，随着全

球经济一体化和商业竞争的日益激烈，市场新业态、新形势的不断发展与演变，企业的生存与发展越来越倚重市场营销体系和市场营销策略。

(二) 人才需求分析

当前社会正处在一个最需要营销而又最缺乏营销人才的时期，它的需要来自日趋激烈的市场竞争、日趋个性化和成熟的市场需求。鉴于我国正处于经济飞速发展时期以及市场竞争的加剧，各行各业对市场营销专业人才均有需求。在经济发展过程自然需要大量高素质的市场营销人才，这就为市场营销专业提供了广阔的发展前景，市场营销成为需求最旺盛的专业之一。近三年人力资源和社会保障部发布的信息均表明，销售类、市场类、客户服务类职位位居当年需求量最多的前十个职位之列。广西现代流通业及全区发展战略也急需应用型商贸流通人才作为支撑。国情、区情的现状与发展趋势，急需市场营销专业应用型专业人才的供给。

(三) 工作任务分析 (表一)

序号	工作项目 / 工作领域	工作任务	职业能力分析			学习领域
			知识	技能	素质	
1	市场开发	市场调查、营销方案策划、销售经营分析、市场推广	客户、价格、竞品、政策环境分析；产品、价格、渠道定位，促销规划，人员执行；销售分析，成本与分析；方案执行分析，方案修正	对市场信息判断能力；行业环境发展趋势分析能力；市场调查能力；统筹规划分析总结能力；具备财务结算能力	热爱市场营销专业，具有良好的专业知识素养；具有扎实的沟通协作意识，有良好的团队合作精神；遵纪守法，有良好的思想品德、社会公德	市场营销沙盘、市场营销基础、市场调查实训、营销活动策划与管理、营销谈判技巧实训、加盟与创业、创业基础、就业指导、创新创业课程

2	销售管理	目标管理、销售执行、销售跟进、销售风险鉴别	目标确定、任务分解；渠道推广、产品推广、客户谈判、跟踪售后；目标达成跟进、应收账款鉴别、费用控制	吃苦耐劳、自我激励能力、较强的洞察力；极强的执行力、掌握产品知识、具有自我否定能力、较强的自我学习能力、较强的环境适应能力；公司专项系统操作、谈判能力、公关能力	有强烈的事业心、责任心和社会责任感；良好的语言表达及与人沟通、共事的素质；具有吃苦耐劳、不屈不挠的韧劲	销售管理实务、市场营销沙盘、行业营销实务、互联网+产品推广、推销实训、消费者心理与行为、广告实务、营销公关、新媒体营销、现代营销礼仪、计算机应用基础、office 常用软件操作
3	渠道管理	分销渠道建设，分销渠道管理，分销渠道创新	认识分销渠道战略模式，设计渠道结构，选择渠道成员，分销渠道激励，分销渠道控制，解决渠道冲突，分销渠道维护，分销渠道评估与创新	数字分析能力、非线性思维能力、抓住目标、理清重点能力、洞察力、察言观色、洞察力、社会适应能力、应变能力	良好的道德品质、亲和力、缜密逻辑思维、拓展知识广度、持续学习、具有健全的心理和健康的体魄、具有服务意识和艰苦创业精神	分销渠道执行与管理、销售管理、卖场管理实务、市场营销沙盘
4	客户服务	客户管理、服务管理、投诉管理	客户资料建档、客户需求分析；目标确定、规范制度、管控流程、客户对接、客户服务考核；投诉定性、投诉处理、投诉总结	熟练运用办公软件、了解客户心理、解决问题的能力、人际关系协调、抗压抗挫折、良好的语言表达、情绪自我掌控调节	具有良好的职业道德，扎实的敬业精神和创新精神；良好的语言表达能力及与人沟通、共事能力	客户服务技能、营销谈判技巧实训、普通话训练、就业指导
5	营销支持	培训管理、团队建设	产品知识培训、技能培训、客户信息培训、流程规范培训；企业文化、团队活动	学习理解能力、组织能力、协调能力、讲解及写作归纳能力、创新能力、团队领导、管理及沟通协作能力	具有爱岗敬业、自律、诚信、进取、勇于创新的良好品质；团结协作精神，具有一定的文学艺术修养和人文素养；具有一定的审美能力	管理学基础、经济法基础、互联网+创业实务、商贸流通综合实训、心理健康、音乐、摄影、课外阅读、校园艺术节、职业生涯规划、创新创业基础、就业指导、创新创业课程

(四) 岗位分析 (表二)

主要就业行业	零售业、贸易业、服务业、制造业、信息技术产业
主要就业部门	销售部、市场营销部、市场部、客服部、广告部等营销部门
初次就业岗位	业务员、销售代表、门店销售人员、商业批发类、零售类及消费品生产企业的推销员、销售主管助理、区域经理助理等营销业务岗位
主要提升岗位	销售经理、市场经理、品牌经理、客服经理、营销总监等营销管理岗位

六、人才培养规格

(一) 能力要求 (表三)

专业能力	社会能力	方法能力
<ul style="list-style-type: none"> ●具备利用市场调查、营销策划知识进行市场开发与维护的能力 ●具备利用销售管理知识进行销售执行、销售目标推进与消费风险鉴别防范的能力 ●具备利用策划、广告、公关、谈判等知识进行营销策略执行、卖场营销与客户服务的能力 ●具备利用商务沟通与客户服务、营销礼仪、普通话及英语、东盟国家语言等知识进行客户服务与支持、解决销售沟通问题的能力 ●具备利用管理学和营销学知识组织和执行企业营销管理任务的能力 	<ul style="list-style-type: none"> ●适应能力： <ol style="list-style-type: none"> (1) 心理承受能力 (2) 人际沟通能力 (3) 应变能力 (4) 团队合作能力 (5) 执行能力 (6) 良好的语言与文字表达能力 ●创造能力： <ol style="list-style-type: none"> (1) 发现和解决问题的能力 (2) 动手操作能力 (3) 组织管理协调能力 (4) 创新创业能力 	<ul style="list-style-type: none"> ●自主学习能力 ●数据分析与处理能力 ●问题解决能力 ●总结能力

(二) 能力结构与证书要求 (表四)

能力领域		能力目标	证书	备注
通用能力	语言能力	英语应用能力强，口语与听力日常交流无障碍；	全国大学生英语应用能力B级考试	必考
			职业英语水平等级证书（英语托业桥）	鼓励

		汉语口头表达能力强、普通话标准	全国普通话等级测试（二级乙等）	必备
	计算机应用能力	计算机应用能力强，熟练操作计算机常用软件	全国计算机等级考试一级	鼓励
专业能力	市场营销从业能力	市场调研、市场分析、营销策划、市场开拓、直接销售、客户管理能力强		
	商务策划操作能力	掌握商务创意与策划技巧，商务策划文案写作能力强		
	相关领域扩展能力及后续发展能力	具备加盟与创业的意识与能力		

(三) 学分要求 (表五)

学习领域模块			学分数			所占比例	备注
			理论	实践	总学分		
必修课	公共必修课	职业基础能力学习领域	5	7	12	9.6%	必修课占 64.8%
		职业通用能力学习领域	7	7	14	11.2%	
		创新创业能力学习领域	2	2	4	3.2%	
	专业必修课	专业通用能力学习领域	13	7	20	16.0%	
		专业实践能力学习领域	0	31	31	24.8%	
选修课	专业选修课	专业核心能力学习领域	10	10	20	16.0%	选修课占 35.2%
		专业拓展能力学习领域	10	10	20	16.0%	
	公共选修课	职业拓展能力学习领域	2	2	4	3.2%	
学习领域模块小计			49	76	125	100%	理论教学 学分占 39.0% 实践教学 学分占 61.0%
素质教育学分					10		
学分合计					135		

备注：学生必须按要求修满以上学分方能毕业。

(四) 学时分配表：(表六)

学习领域模块	学时数	所占比例	备注
--------	-----	------	----

			理论	实践	总学时		
必修课	公共必修课	职业基础能力 学习领域	136	184	320	11.9%	必修课占 70.4%
		职业通用能力 学习领域	126	126	252	9.4%	
		创新创业能力 学习领域	37	37	74	2.8%	
	专业必修课	专业通用能力 学习领域	228	132	360	13.4%	
		专业实践能力 学习领域	0	882	882	32.9%	
选修课	专业选修课	专业核心能力 学习领域	180	180	360	13.4%	选修课 占 29.6%
		专业拓展能力 学习领域	180	180	360	13.4%	
	公共选修课	职业拓展能力 学习领域	36	36	72	2.7%	
合 计			923	1757	2680	100%	理论教学 学时占 34.4% 实践教学 学时占 65.6%

（五）素质学分要求

素质教育学分（共 10 分）分为必修学分与选修学分。必修学分包括“普通话训练”、“心理健康教育”和“安全教育”等内容，计 4.5 学分，选修学分分成“社会实践、职业技能、学术创新、业绩奖励”四项，计 5.5 分。学生在校期间必须通过参与各类社会实践、创新创业活动、第二课堂活动、职业技能竞赛、校园文化建设活动、公益服务等方式修满素质教育学分才能取得毕业资格（具体要求见《广西国际商务职业技术学院素质教育学分管理办法》桂商职院教〔2011〕17 号和《关于〈广西国际商务职业技术学院素质教育学分管理办法〉的补充说明》教务处〔2012〕61 号）。

本专业有意向参与“百丽国际店长班”现代学徒制订单培养的学生，要求在大学一年级期间，务必参与所有由百丽集团在学院内举办的关于百丽企业文化、岗前认知等内容的讲座，并在市场流通系实习实训教研室“百丽国际店长班”项目负责人的认证下，获取相应的素质学分，才可在大学二年级获得百丽国际店长班的选课资格。

（六）课程结构

1. 课程体系思路：

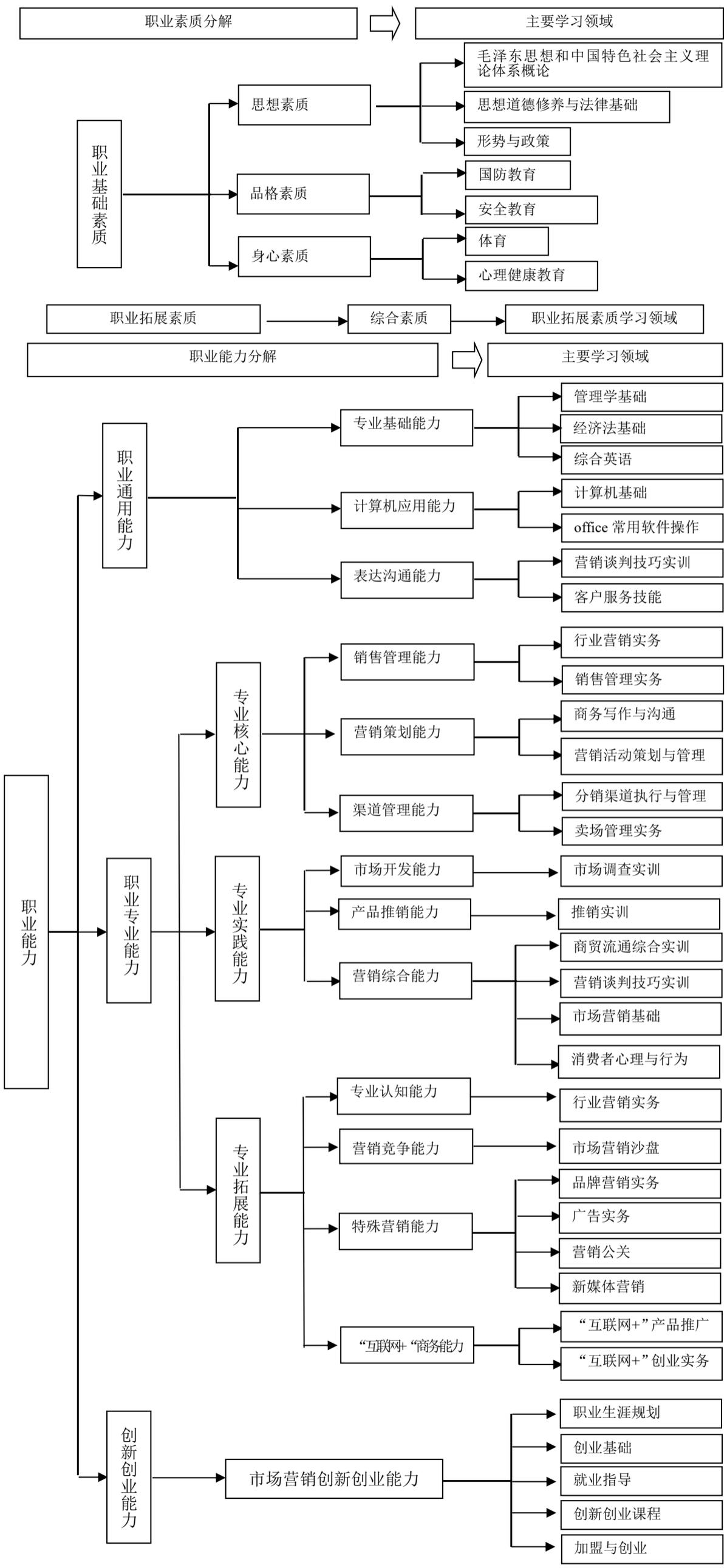
(1) 构建工学结合的人才培养模式。把工学结合作为人才培养模式的重要切入点，带动课程体系建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革。工学结合的人才培养模式的构建原则是教学过程的实践性、开放性和职业性。重视学生校内学习与实际工作的一致性，校内成绩考核与企业实践考核相结合，探索课堂与实习地点的一体化；积极推行订单培养，探索工学交替、任务驱动、项目导向、顶岗实习等有利于增强学生能力的教学模式；引导建立企业接收市场营销专业学生实习的制度，加强学生的生产实习和社会实践。

(2) 进行特色化课程的建设与改革。按照工学结合人才培养模式要求积极与行业企业合作，根据行业企业技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容，以此开发特色化课程。建立突出职业能力培养的课程标准，规范课程教学的基本要求，提高课程教学质量。改革教学方法和手段，融“教、学、做”为一体，强化学生能力的培养。加强教材建设，与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材，并确保优质教材进课堂。重视优质教学资源和网络信息资源的利用，把现代信息技术作为提高教学质量的重要手段，不断推进教学资源的共建共享，提高优质教学资源的使用效率。

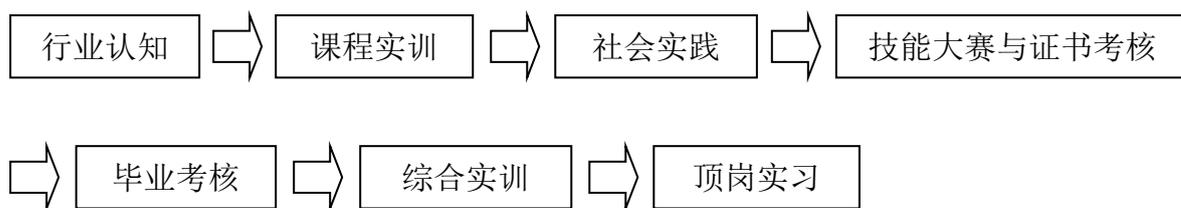
(3) 培养结构合理的师资队伍。注重“双师型”教师的培养，建立“双师型”教师培养的激励机制，积极安排专业教师到企业顶岗实践，积累实际工作经历，提高实践教学能力。同时要聘请行业企业的专业人才和能工巧匠到学校担任兼职教师，形成实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制。建立切实可行的师资队伍管理制度是师资队伍建设的一个重要方面，它有助于在师资培养、考核、聘用等方面形成完善的管理体系，从而激发教师不断提高自身综合素质的积极性和主动性，推动专业师资队伍建设的规范化与科学化。

(4) 建立一套科学化的评价体系。推行“知识、技能、职业资格三位一体”的专业评价体系。从工学结合的人才培养模式出发，按照评价体系建设的指导思想和原则，将建设科学化的评价体系，从总结性评价向过程性评价转变，评价内容由侧重知识向侧重能力转变，评价方式由封闭式向开放式转变，推行由知识、技能、职业资格三部分内容组成的“三位一体”的专业评价体系，以此和行业企业现场接轨，拓展学生所学专业知识，强化其专业技能，促进未来就业。

2. 课程体系结构与素质能力分解：



(六) 实践教学体系:



七、教学进程表

(一) 必修学习领域教学进程表 (表七)

类别	核心课程	学习领域名称	学分	学时数		开课学期及周学时分配						考核方式		开课系部			
				总学时	其中		一	二	三	四	五	六	与学期				
					理论教学	实践教学							考试		考查		
公共必修课	职业基础能力学习领域	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	56	8		4						2		社科部	
		思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	3							1		社科部	
		形势与政策	1	10	10	0	1								1	社科部	
		体育	3	108	12	96	2	2	2					1-3		基础部	
		国防教育	1	60	18	42	2周									武装部	
		入学教育		30	0	30	1周									学工部、流通系	
		小计	12	320	136	184	6	6	2	0	0	0					
	职业通用能力学习领域	综合英语	8	144	72	72	4	4						1.2		外语系	
		计算机应用基础	4	72	36	36		4						2		信工系	
		商务写作与沟通	2	36	18	18	1							1		基础部	
		小计	14	252	126	126	5	8	0	0	0	0					
	创新创业能力学习领域	职业生涯规划	1	18	9	9	2								1	创新创业学院	
		创业基础	2	36	18	18			2						3	创新创业学院	
		就业指导	1	20	10	10				2					4	创新创业学院	
		小计	4	74	37	37	2	0	2	2	0	0					
	合计			30	646	299	347	13	14	4	2	0	0				
	专业必修课	专业通用能力学习领域	市场营销基础	4	72	48	24	4							1		流通系
			★ 消费者心理与行为	4	72	48	24		4						2		流通系
			★ 分销渠道执行与管理	4	72	48	24			4					3		流通系
			★ 销售管理实务	4	72	48	24				4				4		流通系
★ 营销活动策划与管理			4	72	36	36				4				4		流通系	
小计			20	360	228	132	4	4	4	8	0	0					

专业实践能力学习领域		市场调查实训	2	36	0	36		2					2	流通系
	★	推销实训	2	36	0	36			2				3	流通系
		商贸流通综合实训	1	30	0	30			1w				3	流通系
		毕业设计答辩	2	60	0	60				2周			4	流通系
		顶岗实习 I	16	480	0	480					16周		5	流通系
		顶岗实习 II	8	240	0	240						8周	6	流通系
		小计	31	882	0	882	0	2	2	0	0	0		
合计		51	1242	228	1014	4	6	6	8	0	0			
总计		81	1888	527	1361	17	20	10	10	0	0			

备注：

1. 社会实践安排在课余时间进行，不计学时，不占用教学周数。职业认知是要求学生利用寒暑假到企业进行调查、见习，撰写调查报告或见习小结。专业核心课程标注“★”。

2. 建议学生参加教学类职业技能大赛获奖，获得奖励学分：

A. 国家级竞赛：优秀及以上等级；

B. 自治区级竞赛：二等奖及以上等级；

C. 厅级（市级）竞赛：一等奖及以上等级。

获奖层次界定：

A. 国家教育部发文为国家级奖励，区教育局发文为自治区级奖励，特殊情况除外。

B. 两个以上（含两个）国务院有关部委联合发文的为国家级奖励；一个国务院部委发文或者两个以上（含两个）自治区有关厅局联合发文的为自治区级奖励；

C. 冠以“全国”称谓的行业系统（协会）发文的视同为自治区级奖励；一个厅局或者市一级人民政府发文为厅级（市级）奖励；冠以“广西”称谓的行业系统（协会）发文的视同为厅级（市级）奖励。

说明：学生参加比赛必须事先向系部申请、教务处审核、学院领导审批、以学院的名义参加。教学类职业技能大赛的参赛时间从第1学期至第6学期，学生可自主选择参赛时间。竞赛不占用教学周数。

(二) 选修学习领域教学进程表(表八)

类别	核心课程	学习领域名称	学分	学时数		开课学期及周学时分配						考核方式与学期		系 开课			
				总学时	其中		一	二	三	四	五	六	考试		考查		
					理论教学	实践教学											
专业选修课	专业核心能力学习领域	市场营销专业方向课程包	广告实务	2	36	24	12		2						2	流通系	
			卖场管理实务	4	72	48	24			4					3	流通系	
			营销公关	2	36	24	12			2					3	流通系	
			市场营销沙盘	4	72	24	48			4					3	流通系	
			行业营销实务	4	72	48	24				4				4	流通系	
			营销谈判技巧实训	2	36	0	36				2				4	流通系	
			现代营销礼仪	2	36	12	24				2				4	流通系	
			小计	20	360	180	180	0	2	10	8	0	0				
	专业核心能力学习领域	营销与策划专业方向课程包	策划原理与实务	4	72	48	24		4						2	流通系	
			营销服务技能	2	36	18	18		2						2	流通系	
			策划文案写作	2	36	12	24			2					3	流通系	
			市场营销沙盘	4	72	24	48			4					3	流通系	
			广告实务	2	36	18	18				2				4	流通系	
			现代营销礼仪	2	36	12	24				2				4	流通系	
			行业营销实务	4	72	48	24				4				4	流通系	
			小计	20	360	180	180	0	6	6	8	0	0				
	专业拓展能力学习领域	市场营销能力拓展包	管理学基础	2	36	18	18		2						2	流通系	
			营销服务技能	2	36	18	18		2						2	流通系	
			互联网+产品推广	2	36	18	18		2						2	流通系	
			加盟与创业	4	72	36	36			4					3	流通系	
			互联网+创业实务	2	36	18	18			2					3	流通系	
			新媒体营销	2	36	18	18				2				4	流通系	
			品牌营销实务	2	36	24	12				2				4	流通系	
			经济法基础	2	36	18	18				2				4	社科部	
			office 常用软件操作	2	36	12	24				2				4	信工系	
			百丽店长班模块	百丽零售基础	2	36	18	18			2					3	流通系
				百丽金牌店长实务	4	72	36	36				4				4	流通系
小计	20	360	180	180	0	6	6	8	0	0							
计划		管理学基础	2	36	18	18		2					2	流通系			

			互联网+产品推广	2	36	18	18		2					2	流通系
			加盟与创业	4	72	36	36		4					3	流通系
			互联网+创业实务	2	36	18	18		2					3	流通系
			卖场管理实务	2	36	18	18		2					3	流通系
			office 常用软件操作	2	36	12	24			2				4	信工系
			新媒体营销	2	36	18	18			2				4	流通系
			品牌营销实务	2	36	24	12			2				4	流通系
			营销策划案例分析	2	36	18	18			2				4	流通系
		百丽店长班模块	百丽零售基础	2	36	18	18		2					3	流通系
			百丽金牌店长实务	4	72	36	36			4				4	流通系
			小计	20	360	180	180	0	4	8	8	0	0		
			合计	40	720	360	360	0	12	14	16	0	0		
公共选修课	职业拓展能力学习领域		经济类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			艺术类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			科技类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			人文类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			职业类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			健康类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			创新创业课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			其他类课程	2	36	18	18		3	3	3			2-4	各系部
			在线通识课	2	36	18	18		3	3	3			2-4	基础部 社科部 创新创业学院
			合计	4	72	36	36	0	3	3	3				
		总计	44	792	396	396	0	15	17	19	0	0			

备注:

1. 专业选修课应选修 40 学分，其中,专业核心能力学习领域选修 1 个课程包 20 学分；专业拓展能力学习领域选修 1 个课程包 20 学分。

2. 公共选修课应选修 4 学分。

3. 选择市场营销能力拓展包的学生如入选“百丽国际店长班”，第三学期必须选修《百丽零售基础》，替换《互联网+创业实务》课程；第四学期必须选修《百丽金牌店长实务》，替换《品牌营销实务》和《office 常用软件操作》课程。

4. 选择营销与策划能力拓展包的学生如入选“百丽国际店长班”，第三学期必须选修《百丽零售基础》，替换《互联网+创业实务》课程；第四学期必须选修《百丽金牌店长实务》，替换《office 常用软件操作》和《营销策划案例分析》课程。

(三) 素质教育课进程表 (表九)

课程类别	课程名称	学分	学时数		开课学期及周学时分配						考核方式与学期		开课系部	
			总学时	其中	一	二	三	四	五	六	考试	考查		
				理论教学										实践教学
必修学分	心理健康教育	2	32	16	16		√						2	社科部
	安全教育	1.5	24	8	16		√	√	√				2-4	学工部
	普通话训练	1	16	8	8		√	√	√	√			2-5	基础部
选修学分		5.5												
合计		10	72	32	40									

备注：1. 《普通话训练》由公共基础教学部统一安排考证和培训学期。

2. 学生在校期间必须修满素质教育学分 10 学分才能取得毕业资格。

八、专业学习情境一览表

市场营销专业学习情境一览表 (表十)

序号	学习领域名称	学习情境 1	学习情境 2	学习情境 3	学习情境 4	学习情境 5
1	市场营销基础	市场营销认知	分析市场营销环境	分析消费者的购买行为	STP 分析	4P 分析
2	消费者心理与行为	消费者心理与行为认知	消费者购买决策过程	消费者心理分析	消费者行为分析	消费者行为与营销策略
3	市场调查实训	制定市场调查方案	抽样及问卷设计	市场调查实施	调查资料的整理	撰写市场调查报告
4	推销实训	分析顾客心理与应用推销模式	选择目标顾客、接近与约见顾客	推销洽谈	处理顾客异议、促使推销成交	处理推销追踪管理问题
5	分销渠道执行与管理	设计渠道结构	分销渠道激励	分销渠道控制	解决渠道冲突	分销渠道维护
6	营销活动策划与管理	营销活动策划与管理的基本要求	营销活动的分类与特点	营销活动策划与前期准备	营销活动过程管理与评估调整	营销活动后期评估与总结
7	销售管理实务	销售规划管理	销售对象管理	销售货品管理	销售人员管理	销售过程管理
8	卖场管理实务	卖场设计	商品陈列	商品标价与专柜管理	卖场促销	顾客投诉处理
9	营销谈判技巧实训	营销谈判准备	谈判开局	谈判磋商	谈判沟通技巧	结束谈判

10	现代营销礼仪	营销人员的个人礼仪	商品推销礼仪	营销谈判礼仪	会议礼仪	活动与宴请礼仪
----	--------	-----------	--------	--------	------	---------

九、主要学习领域描述

主要学习领域 1（表十一）

学习领域名称	推销实训	基准学时	36	学分	2
教学目标描述	通过本课程的学习与训练，使学生熟悉、掌握现代推销理论与推销模式、寻找顾客、推销接近、推销洽谈、顾客异议处理策略、成交、推销组织与管理等推销策略、技巧与实务，培养学生的推销决策与管理工作能力。				
学习情境组成	主要教学内容			学时分配	
推销职业基础能力	培养推销职业能力、提高推销素质			4	
分析顾客心理与应用推销模式	分析顾客的购买心理、辨析顾客类型、应用推销模式			4	
选择目标顾客	寻找目标顾客途径、寻找目标顾客方法			4	
接近与约见顾客	接近顾客前的准备、约见顾客的方法、接近顾客的方法			4	
推销洽谈	推销洽谈的步骤、报价与还价策略、推销洽谈技巧			5	
处理顾客异议	顾客异议的原因、顾客异议的类型、应对顾客异议的方法			6	
促使推销成交	识别推销成交信号、推销成交方法、考核推销成交业绩			4	
处理推销追踪管理问题	售后服务问题、贷款回收问题、顾客投诉问题、客情关系管理问题的处理			5	
教学条件与环境要求	多媒体与实训室				
主要教学方法	项目教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法				
考核评价标准	考核形式：过程性与结果性评价相结合，考查				
	评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%）				

主要学习领域 2（表十二）

学习领域名称	销售管理实务	基准学时	72	学分	4
教学目标描述	通过本课程的学习，使学生掌握对销售管理涉及的销售组织建设、销售规划管理、销售对象管理、销售货品管理、销售人员管理和销售过程管理及销售诊断与分析等方面的知识，培养学生的销售管理能力。				
学习情境组成	主要教学内容			学时分配	
销售组织建设	销售组织的建立、销售组织的职责			8	
销售规划管理	销售计划、销售预测、销售定额、销售预算			12	
销售对象管理	客户关系管理、客户信用管理			8	
销售货品管理	订单、发货与退货的管理、终端管理、窜货管理			16	
销售人员管理	销售人员的招募、销售人员的甄选、销售人员的培训			8	
销售过程管理	销售准备、销售展示、处理顾客异议、促进成交			12	
销售诊断与分析	销售诊断、销售分析与评价			8	
教学条件与环境要求	多媒体与实训室				
主要教学方法	项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法				
考核评价标准	考核形式：过程性与结果性评价相结合，闭卷考试				
	评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%）				

主要学习领域3（表十三）

学习领域名称	消费者心理与行为	基准学时	72	学分	4
教学目标描述	通过本课程的学习，掌握与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析、具备发现问题、分析问题和解决问题的能力。掌握消费者心理与行为的基本理论知识、消费者个性心理知识、消费者购买行为的基本理论和分析方法、消费者群体心理知识、商品因素及非商品因素对消费者心理与行为影响的分析方法。				
学习情境组成	主要教学内容			学时分配	
消费者心理与行为认知	消费者的概念；消费者心理与行为含义；研究对象及方法			6	
消费者购买决策过程	需要认知与信息搜集；评价与购买；购后行为			16	
消费者心理分析	消费者的需要与消费动机；感觉与知觉；学习与记忆；消费者的态度；个性、自我概念与生活方式			18	

消费者行为分析	影响消费者行为的经济和文化因素；社会因素；信息流、互联网；情境因素	16
消费者行为与营销策略	新产品设计和推广的心理策略；商品命名、品牌、商标的心理策略；商品定价、调价的心理策略；商品包装设计的心理策略	16
教学条件与环境要求	多媒体、实训室、实训基地	
主要教学方法	项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法，情景教学法	
考核评价标准	考核形式：过程性与结果性评价相结合，闭卷考试	
	评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%）	

主要学习领域 4（表十四）

学习领域名称	分销渠道执行与管理	基准学时	72	学分	4
学习目标描述	通过本课程的学习，使学生比较系统地认识分销渠道战略模式，设计渠道结构，选择渠道成员，分销渠道激励，分销渠道控制，解决渠道冲突，分销渠道维护，分销渠道评估与创新，培养学生分析和解决分销渠道实际问题的能力，使学生在进入实际工作岗位以后，能够胜任一般性的分销渠道管理工作。				
学习情境组成	主要教学内容			学时分配	
分销渠道认知	了解分销渠道，认识分销渠道战略模式			8	
分销渠道建设	设计渠道结构，选择渠道成员			20	
分销渠道管理	分销渠道激励，分销渠道控制，解决渠道冲突，分销渠道维护			36	
分销渠道创新	分销渠道评估与创新			8	
教学条件与环境要求	多媒体教室，实训基地				
主要教学方法	项目教学法，案例教学法，任务驱动法				
考核评价标准	考核形式：过程性与结果性评价相结合，闭卷考试				
	评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%）				

主要学习领域 5（表十五）

学习领域名称	营销活动策划与管理	基准学时	72	学分	4
教学目标描述	通过本课程的学习,使学生能够了解在营销行业岗位要求中,营销活动筹划与管理中的各程序及要求,在借助大量案例分析及课内实训课程学习的基础上,培养和锻炼学生具有营销活动筹划与管理的基本能力,为今后从事市场营销行业工作奠定基础。				
学习情境组成	主要教学内容			学时分配	
营销活动概论	国际、国内营销活动概念、发展、行业的形成概况			4	
营销活动策划	营销活动策划的方法、程序、内容			14	
营销活动的市场营销	营销活动策划的原则、策略及手段			12	
节庆赞助与财务管理	营销活动及赞助活动的操作程序,营销活动财务管理的原则与实际操作技能			6	
营销活动的现场管理实施	营销活动现场管理的各环节要求,现场管理及实施的具体操作程序			20	
营销活动的风险控制与管理	营销活动的风险类别情况,营销活动风险的控制方法及管理评估方式			4	
营销活动配套管理	营销配套活动的管理程序及操作要点			6	
营销活动评估	营销活动结束时对营销活动的评估环节			6	
教学条件与环境要求	多媒体教室,实训基地				
主要教学方法	项目教学法,案例教学法,任务驱动法				
考核评价标准	考核形式:过程性与结果性评价相结合,闭卷考试				
	评价构成:过程性评价(40%)+结果性评价(40%)+态度评价(20%)				

十、教学实施说明

(一) 产教融合

依托市场流通综合实训中心、商贸物流实训基地等校内实训基地,对学生的市场营销基本技能进行专门项目的训练,使学生更好地学习专业知识,拓展学生的就业适应性。以通用、实用为原则,让学生有足够的时间受到高质量的实训操作训练。

(二) 校企合作

通过与百丽、顺丰、屈臣氏、和桂等校外实习基地的合作,建立稳定的校外实习实训基地。充分利用实习实训基地的资源开展学生校外实训工作,促进学生专业理论的

实践，并为学生提供良好稳定的实习平台。

（三）教学改革

根据用人单位和时代发展对大学生的素质需求，不断完善市场营销专业的课程体系，从突出专业技能的培养入手，适度精简基础课程，调整市场营销主干课程的门类及课时分配，加大实训课时比例。科学调整相关科目的讲授内容与总学时，较好的解决内容的交叉重复问题。为了更好的满足技术应用能力培养和职业准入资格的要求，要求学生不仅要取得学历证书，还要争取获得从事专业工作所需的职业素质证书和职业资格证书，深入企业一线进行顶岗实习。

市场营销专业的各门课程在教学方法上都进行了适度的改革，以学生为主体，注重对学生专业知识综合应用能力的培养，积极推行项目教学法、案例教学法、情景教学法、互动教学法等教学方法，增强学生的感性认识，最大限度的调动学生的积极性，鼓励学生勤思考，在巩固所学知识的基础上，可以拓展新知识、开阔视野。教学方法的改革与教学手段的运用是相辅相成的，充分利用学院多媒体教室、实践基地、计算机辅助教学等资源运用到教学中，增大教学的信息量，培养学生的创造灵感，取得了较好的教学效果，并且积极组织学生参与商业技能竞赛、市场营销沙盘技能竞赛等活动。

（四）专业特色

作为高职院校的财经管理类专业，加强对学生的实践性教学，建立有效的培养学生职业能力的教学模式十分必要。近年来，市场营销专业开始与企业联合，搭建平台，开展院内大型实践活动教学模式的探讨。通过实践，贯彻了“以能力为导向，以学生为主体”、理论与实践紧密结合的教学理念；构建了校企结合、教学与经营实践结合，理论教学与实践教学结合的教学模式；探讨了“体验式”的教学方法，是高职教育培养学生职业能力教学模式的一种创新。

（五）其他说明

在专业人才培养中，注重专业教育与人文教育相融合，通过弘扬和传承中华优秀传统文化，以音乐、舞蹈、影视、艺术等优秀文化的载体，不断提升学生的人文素养和文化品格，促进学生的全面发展。