

# 2019 级三年制高职市场营销专业人才培养方案

## (罗森尼娜店长班)

### 1. 专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

### 2. 入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

### 3. 修业年限

高中毕业生或同等学力起点的学生修业年限为 3 年。

### 4. 职业面向

4.1 所属专业大类：财经商贸（63）

4.2 所属专业类：市场营销（630701）

4.3 对应行业：批发和零售（51、52）

4.4 主要职业类别：初始岗位：营业员（4-01-02-01）

发展岗位 1：罗森尼娜策划专员

发展岗位 2：罗森尼娜店长

### 4.5 主要岗位类别（或技术领域）及职业资格证书（代码）

岗位一：销售岗位

职业资格证书：营销师

岗位二：市场岗位

职业资格证书：人力资源师

### 4.5 主要岗位类别（或技术领域）及职业资格证书（代码）

序号	岗位类别	职业资格证书
1	罗森尼娜营业员	营销师证书
2	罗森尼娜策划专员	人力资源管理师证书
3	罗森尼娜店长	职业经理人证书

4.6 专升本：各专业平均成绩排名前 20%的应届毕业生可推荐参加“专升本”选拔考试。考试合格，被录取的学生直接进入与我校签订协议的普通二科院校三年级，学习两年，修完本科教学计划规定的内容，达到毕业要求的，颁发本科毕业证书与学位证书。

4.7 应征入伍：国家鼓励大学毕业生应征入伍服义务兵役，在校学生可应征入伍士兵，毕业生可应征入伍士官，入伍学生享受国家规定的学费补偿等优惠政策。

4.8 自主创业：支持有条件和实力的大学毕业生创业，主要是投资小、技术含量适中的行业新领域。

### 5 培养目标与培养规格

#### 5.1 培养目标

培养理想政治坚定、德技并修、全面发展，适应适应郴州产业经济升级转型和现代社会发展需要，具有良好的职业道德和素质，掌握市场调查、商务谈判、渠道管理、客户管理等营销专业知识和技术技能，面向郴州区域经济领域的高素质劳动者和技术技能人才。

## 5.2 培养规格

完成教学计划规定的课程学习、顶岗实习和毕业设计，达到各课程标准的考核要求、实习要求和毕业设计要求，成绩合格，取得毕业证书；达到市场营销职业上岗要求。

### 5.2.1. 素质

具有正确的世界观、人生观、价值观、法治观；

具有良好的职业道德和职业素养；

具有良好的身心素质和人文素养。

### 5.2.2. 能力

岗位一：储备店长

(1) 掌握店面运营管理流程

(2) 能熟练运用各种办公软件，能收集和分析各类信息做出合理的预测；

(3) 掌握沟通技能，能与同事及顾客的进行良好的沟通：包括语言沟通和书面沟通；

(4) 能够面对工作、生活中遭遇的困难，找到解决办法，或自我调整心态的能力。

岗位二：策划岗位

(1) 熟悉各种营销策划的写作要求，文笔好，能独立进行策划方案写作；

(2) 熟悉各种广告宣传手段，能进行正确的选择，并实施；

(3) 具备新媒体营销的思维，能进行微方案的创意和撰写。

### 5.2.3. 知识

了解从事市场营销行业需要的基础知识，参考技能抽查标准，包括：掌握管理学、经济学的原理和基本知识；了解国内市场营销、电子商务和国际贸易的相关商流和资金流知识；具备营销专业人才所掌握的基础的专业营销知识，如渠道管理，商品学、营销心理学等知识。

熟悉主就业岗位所需要的理论知识归纳，并综合技能抽查的基本要求，具体包括：熟练掌握营销策划方法、推销技巧、市场调查与分析方法等专业核心知识。

掌握掌握高等职业教育必备的专业通识知识，如社会主义科学体系基础知识、德育与法律基本知识、数学、英语、体育、信息技术等公共基础知识。掌握一定的音乐鉴赏知识和商务礼仪的基本知识比便于未来的工作发展需要。

## 6. 课程设置

### 6.1 公共基础课

6.1.1 《思想道德修养与法律基础》(简称《思修》)(1) 学习目标：本课程作为大学生必修的思想政治理论课，主要针对大学生成长过程中所面临的思想道德和法律问题，开展马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导大学生领悟人生真谛，坚定理想信念，自觉践行社会主义核心价值观，不断提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

(2) 学时: 48 学时, 其中理论学时 36, 实践学时 12。

### 6.1.2 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》(简称《概论》)

(1) 学习目标: 本课程作为大学生必修的思想政治理论课, 是为了使大学生对马克思主义中国化进程中形成的理论成果有更加准确的把握; 对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识; 对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解; 对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助。

(2) 学时: 72 学时, 其中理论学时 48, 实践学时 24。

### 6.1.3 《形势与政策》

(1) 学习目标: 课程作为大学生必修的思想政治理论课, 主要针对学生关注的国际国内热点问题, 引导学生正确认识国内外形势, 深刻把握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、精神实质、实践要求, 树牢“四个意识”, 坚定“四个自信”, 坚决做到“两个维护”, 成长为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

(2) 学时: 32 学时, 其中理论学时 16, 实践学时 16, 分四个学期开设。

### 6.1.4 《大学生心理健康教育》

(1) 学习目标: 本课程是大学生必修的人文素养课, 主要使学生明确心理健康的标准和意义, 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、心理调适能力等, 增强心理素质, 形成健全的人格, 实现全面发展。

(2) 学时: 36 学时, 其中理论学时 28, 实践学时 8。

### 6.1.5 《创新创业基础》

(1) 学习目标: 通过本课程的学习, 培养学生整合创业资源、设计创业计划以及创办和管理企业的能力, 重点培养学生识别创业机会、防范创业风险、适时采取行动的创业能力, 提高学生的社会责任感、创新精神, 促进学生的创业积极性和成功率。

(2) 学时: 36 学时, 其中理论学时 18, 实践学时 18。

### 6.1.6 《大学生职业发展与就业指导》

(1) 学习目标: 通过本课程的学习, 提升学生的自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能、拓展能力和各种通用技能, 如沟通技能、问题解决技能和自我管理技能等。为培养学生尽快适应社会, 做好从“学校人”到“社会人”转变的准备。

(2) 学时: 36 学时, 其中理论学时 18, 实践学时 18。

### 6.1.7 《国家安全与军事教育》

(1) 学习目标: 本课程是普通高等学校学生的必修课程。该课程授课内容含军事理论、军事技能和国家安全教育。通过课程学习, 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、提高学生综合国防素质。

(2) 学时: 148 学时, 其中理论学时 36, 实践学时 112。

### 6.1.8 《大学体育与健康》

学习目标：通过本课程的学习，学生能增强体能和运动技能水平，加深对大学体育与健康知识的理解；感悟体育学习乐趣，增强体育实践能力和创新能力；形成运动爱好和专长，培养终身体育的意识和习惯；发展良好的心理品质，增强人际交往技能和团队意识；具有健康素养，塑造健康体魄，提高对个人健康和群体健康的社会责任感，逐步形成健康的生活方式和积极进取、充满活力的人生态度。

(2) 学时：72 学时，其中理论学时 8，实践学时 64。

### 6.1.9 《职业交际英语》

(1) 学习目标：通过本课程的学习，培养学生自主学习英语的能力，重点提升听、说、写的的能力，让学生能够用英语表达思想，进行有效的交际；能够将英语学习和将来的职业相联系，用英语完成基础性的商务活动，并能用英语在职场上跟外国客人进行有效的沟通。

(2) 学时：72 学时，其中理论学时 36，实践学时 36。

6.1.11 《信息技术》(1) 学习目标：通过本课程学习，学生掌握计算机基础知识，熟练使用 Win7 操作平台，重点掌握 Word 文字处理软件，具有一定的文字排版能力；掌握 Excel 电子表格软件的应用，能对数据进行查找、排序、筛选、分类汇总等操作，掌握 PowerPoint 基础入门操作和简单的网络应用。36 学时。

(2) 学时：72 学时，其中理论学时 36，实践学时 36。

### 6.1.12 《劳动技能》

(1) 学习目标：让学生通过劳动技能实践，获得积极劳动体验，形成良好职业素养，促进学生全面发展，培养“技高品端”人才，实现学校育人目标。

(2) 学时：总学时 24 学时，其中实践 24。

## 4.2 专业基础课

### 4.2.1 《管理能力基础》

(1) 学习目标：系统研究管理活动的基本规律和一般方法的科学。现代社会化大生产的现有条件下，如何通过合理的组织和配置人、财、物等因素，提高生产力的水平。

(2) 学时：总学时 48 学时，其中理论 24 学时，实践学时 24 课时。

(3) 训练项目：学习计划与决策能力、组织与人事能力、领导与沟通能力、控制与信息处理能力

### 4.2.2 《市场营销原理与实训》

(1) 学习目标：通过本课程的教学，使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使學生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要。

(2) 学时：总学时 72 学时，其中理论 36 学时，实践学时 36 课时。

(3) 训练项目：市场分析、SWOT 分析、产品分析、产品定位。

### 4.2.3 《经济学基础》

(1) 学习目标: 通过经济学的学习, 使学生掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本分析方法, 为进一步学习财经类的专业课程及将来从事经济工作奠定基础; 并且能够运用现代经济学的基本理论知识, 能深入分析社会实际情况, 对实际问题的解决, 提出有效的措施。

(2) 学时: 总学时 72 学时, 其中理论 36 学时, 实践学时 36 课时。

(3) 训练项目: 价格 (1) 学习目标: 本课程主要针对公司的产品进行分类学习, 了解产品结构, 产品的制作流程, 时令产品的销售卖点, 食品安全知识, 门店的订货管理, 产品批次管理, 门店信息物流管理, 门店 5S 管理。

(2) 学时: 总学时 36 学时, 其中理论 18 学时, 实践学时 18 课时。

(3) 训练项目: 商品分类、商品质量判断、商品基本养护技巧。

弹性分析、需求弹性分析、宏观市场判断。

#### 4.2.4 《罗森尼娜产品知识》

#### 4.2.5 《营销心理分析与训练》

(1) 学习目标: 通过本课程的学习, 学生能掌握营销过程中的一般心理现象和心理规律; 能用心理学的观点分析、解决市场营销活动中的问题, 并采用相应的市场营销活动心理对策, 形成营销思想和各种技能, 并能自如地运用于营销活动中, 从而为市场营销活动的开展奠定基础。

(2) 学时: 总学时 72 学时, 其中理论 40 学时, 实践学时 32 课时。

(3) 训练项目: 研究消费者在购买、消费商品或服务过程中的心理现象及其发展变化规律的科学及营销过程中的一般心理现象和心理规律。

4.2.6 《会计基础》(1) 学习目标: 以会计的基本理论、基本操作技能为学习内容, 突出对学生基本会计操作技术和能力的培养, 同时, 通过实训将学生所掌握的技能融会贯通, 进一步提高其动手能力。

(2) 学时: 总学时 72 学时, 其中理论 36 学时, 实践学时 36 课时。

(3) 训练项目: 会计分录设置、资产盘点、会计核算。

#### 4.2.7 《罗森尼娜企业文化》

(1) 学习目标: 是结合罗森尼娜企业及市场运营管理需求而设立的基础课程。其教学任务是使学生了解罗森尼娜理念、意识、文化, 以培养学生对罗森尼娜的认同感为主要目标。

(2) 学时: 总学时 36 学时, 其中理论 18 学时, 实践学时 18 课时。

(3) 训练项目: 参观并参与部分罗森尼娜公司的经营运作。

### 6.3 专业核心课

#### 6.3.1 商品推销能力

(1) 课程目标: 了解推销方式、推销方格理论和顾客方格理论; 推销活动过程中的各种相关礼仪; 寻找顾客的各种方法; 确定约见顾客和接近顾客的方法; 握推销洽谈的程

序；握推销洽谈的技巧，了解洽谈的程序；掌握推销成交的内涵和原则；掌握制定推销计划的技能和签订合同的能力。

(2) 训练项目：能够根据不同的推销对象，具有相应的送访交谈能力；能够针对不同的推销对象，培养学生具有相应的服饰和体态礼仪的能力；能够结合推销品的具体特点，培养学生具有寻找顾客的能力；能够根据实际情况，具有处理顾客各种异议的能力；能够根据实际情况，具有促成顾客成交的能力。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：罗森尼娜食品有限公司、郴州生源超市、郴州奥峰奥迪汽车有限公司；

实训项目：推销方案设计、推销方式、推销环境、推销礼仪、寻找顾客、约见顾客接近顾客、推销洽谈、异议处理、推销成交

### 6.3.2 营销策划能力（1）策划

(1) 课程目标：学生能理解策划与营销策划的涵义，掌握市场营销策划的程序；掌握营销策划书撰写的原则和技巧，弄清营销策划书撰写的内容结构；掌握产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划的谋略与技巧；根据营销策划的程序对某个营销策划活动进行正确安排；能撰写比较规范的市场营销策划书。

(2) 训练项目：市场营销策划的程序；营销策划书撰写的原则和技巧；营销策划书撰写的内容结构；市场营销策划书撰写的基本知识。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州生源时代广场，友谊阿波罗中皇城、郴州步步高新天地广场；

实训项目：营销策划书撰写；营销战略策划；促销活动策划方案；新品推广策划方案

### 6.3.3 营销策划能力（2）广告

(1) 课程目标：广告概述、市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、广告预算、广告效果预测或评估，学生能够独立完成广告策划文案写作，能够根据企业的营销目标，帮助企业策划相应的广告策划文案；能够对常见的广告文案、广告创意、广告效果进行评估。

(2) 训练项目：市场调查、研究分析、确立广告目标、制定广告战略和策略、制定广告计划、广告创作、广告实施、广告效果调查、总结报告。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州有线电视台广告部，郴汽集团广告部、郴州厚德广告公司；

实训项目：广告策划文案设计与写作实训

### 6.3.4 营销策划能力（3）公关

(1) 课程目标：该课程是使学生能综合应用公共关系相关理论，学会如何建立社会组织与社会公众之间良好的沟通关系，能够在社会公众心目中树立社会组织的良好形象，赢得社会公众的信赖并取得市场竞争的主动权，为未来取得成功奠定良好的基础。

(2) 训练项目：公共关系的运作；公关创意策划；公共关系活动执行；公共关系的协调；危机管理。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州有线广播电视台，郴州步步高新天地广场、沃尔玛郴州店

实训项目：公关创意训练，公关策划写作，公关活动执行。

### 6.3.5 市场调查与分析

(1) 课程目标：学生通过《市场调查与分析》课程的学习，深入了解市场调查工作在企业市场营销工作中的地位与作用，理解和掌握市场调查的专业知识与方法技能，掌握市场调查方案设计、调查问卷设计的方法，能正确选择市场调查方，掌握市场调查数据整理分析的方法，学会根据调查分析的数据撰写调查报告。

(2) 训练项目：市场调查设计训练、市场调查方法训练、市场调查数据整理与分析训练、市场调查结果形成训练、专题市场调查应用训练

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州步步高超市，广汽传祺郴州 4S 店、碧桂园郴州房地产公司；

实训项目：市场调查设计训练、市场调查方法训练、市场调查数据整理与分析训练、撰写调查报告

### 6.3.6 商务谈判

(1) 课程目标：课程的内容以谈判准备、谈判过程、谈判结束三个项目为主线，从认识谈判、谈判的准备、谈判心理、谈判计划的制订、谈判开局、僵局与让步、价格谈判的策略与技巧、谈判备忘录与合同的签订等。

(2) 训练项目：商务谈判市场调研、信息收集、分析、整理，撰写商务谈判计划书；了解商务谈判的要素、方式、礼仪等基本内容；了解商务谈判原则、过程、开局、报价、磋商、让步、僵局制造、处理策略。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州罗森尼娜食品有公司，郴州生源时代广场、可口可乐郴州分公司；

实训项目：商务谈判市场调研、信息收集、分析、整理；商务谈判计划书撰写；商务谈判活动执行。

### 6.3.7 渠道管理

(1) 课程目标：掌握分销渠道的模式决策；掌握分销渠道设计的步骤；掌握确定分销渠道长度、宽度等结构的方法；掌握如何谈判获得渠道成员；掌握选择渠道成员的策略；

握激励渠道成员的方法；掌握渠道冲突的处理方法；掌握有效实施渠道合作的方法；掌握衡量渠道成员财务绩效的方法；掌握渠道成员服务水平顾客满意度评估。

(2) 训练项目：分销渠道成员认知、分销渠道管理中的信息管理、设计分销渠道、分销渠道的开发、选择渠道成员、分销渠道运营管理

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 24 学时，校外实习实训学时 48 学时。

实训企业：郴州罗森尼娜食品有限公司，统一饮料郴州分公司，VIVO 手机郴州分公司；

实训项目：分销渠道管理中的信息管理、设计分销渠道、分销渠道的开发、选择渠道成员、分销渠道运营管理

### 6.3.8 《网络营销》

(1) 课程目标：网络信息的收集与发布、网络营销的 4P 策略、网络广告、搜索引擎营销、网络推广相关知识。能够掌握网络营销的基本理论及其网络相关技术，利用网络从事网上市场营销活动，能从事企业网站优化、网站推广、网络广告、网络客户服务、网络市场调研、网络营销管理等方面的活动。

(2) 训练项目：通过对网络产品各种策略分析，让学生掌握网络信息收集与发布、网络调研与分析、网络推广、搜索引擎营销等多项操作技能，并能写出网络营销产品活动方案。

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 36 学时，校外实习实训学时 36 学时。

实训企业：郴州壹巢家居有限公司、郴州步步高超市，郴州金贵银业有限公司；

实训项目：网络信息收集与发布、网络市场调研、网络营销促销策略。

### 6.3.9 《客户关系管理》：

(1) 课程目标：利用相应的信息技术以及互联网技术协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。其最终目标是吸引新客户、保留老客户以及将已有客户转为忠实客户，增加市场。

(2) 训练项目：客户寻找、客户关系识别、客户流失分析、客情维护、客户关系管理系经维推

(3) 训练要求：总学时 72 学时。其中校内理论知识学时 36 学时，校外实习实训学时 36 学时。

实训企业：郴州壹巢家居有限公司、郴州罗森尼娜食品有限公司，郴州生源时代广场。

实训项目：客户开发、客情维护、客户流失分析。

## 6.4 选修课

### 6.4 选修课

#### 6.4.1 公共选修课



共设置 6 门公共选修课程，分别是《口才与交际》、《投资与理财》、《书法鉴赏》、《大学语文》、《信息技术》、《中华优秀传统文化》。开课时将根据学生需要及教师配备情况选择其中 3 门安排授课。

#### 6.4.2 专业选修课

专业选修课主要考虑为学生提供未来更广阔的就业方向，共设置 8 门课程以行业营销为主，分别是《超市经营管理》、《会展营销》、《服务管理》、《销售目标管理》、《汽车营销》、《房地产营销》、《医药营销》。开课时将根据学生需要及教师配备情况选择其中 4 门安排授课。

### 7. 学时与学分

#### 7.1 学时

本专业总学时 2652 学时，共设置课程 33 门。课程学时 1808 学时，理论教学课占 45.2%，实践教学课占 54.6%；其中公共基础课程 9 门，536 学时，占 29.6%；专业基础课 8 门，480 学时，占 24.4%；专业核心课 7 门，648 学时，共占 33%；选修课 7 门，288 学时，占 15.9%。顶岗实习 5 个月，576 学时。

#### 7.2 学分

本专业总学分 134 学分。课程学分 101 学分，其中公共基础课程 30 学分，占 29.6%；专业基础课 35 学分，占 34.5%；专业核心课 36 学分，占 35.8%；选修课 16 学分，占 15.9%。顶岗实习 24 学分。

### 8. 教学进程总体安排（详见附表 3）

#### 9. “订单班”人才培养的保障机制

##### 9.1 责任分工

系部主要负责人是“订单班”人才培养第一责任人，专业负责人（专业建设委员会主任）是“订单式”人才培养的直接责任人，专业教研室主任、专业骨干教师和企业技术人员是校企合作的中坚力量。系部主要负责人负责订单企业的引进方向把握和协调、专业负责人（专业建设委员会主任）是专业与企业的直接联系洽谈人，负责校企合作协议的起草，校企合作项目的立项申报及实施，校企合作成果总结，校企合作资料的建档；系部负责校企合作协议、校企合作项目的初审上报，各专业订单班的检查指导评价；教务处、产学研院等部门对系部上报校企合作项目进行审查，分管校企合作的学校领导、学校院长签批后生效。

##### 9.2 师资队伍

市场营销专任教师具有高校教师资格证，1 年以上营销岗位工作经历，熟悉营销业务活动，精通营销专业的基本理论与知识，具有较强的教研与科研能力，系部选派优秀教师担任订单班任课老师。

表 1 市场营销专业专任教师配置情况表

姓名	性别	学历、学位	职称	企业服务时间	承担教学任务
谢平楼	男	硕士	教授	2 年	管理能力基础、市场营销原理与实训
雷海艳	女	硕士	副教授	1 年	营销策划能力、商务谈判
袁 宁	女	硕士	副教授	3 年	网络营销
刘长军	男	硕士	讲师	2 年	经济学
王丽平	女	硕士	讲师	1 年	营销心理分析
聂国秋	男	大学	副教授	1 年	公关策划
陈复会	男	大学	讲师	2 年	市场调查与分析
魏 宇	男	大学	副教授	1 年	商品学基础
张 军	男	大学	副教授	2 年	广告策划
颜 威	男	硕士	讲师	3 年	渠道管理、超市经营管理
宾 敏	女	硕士	讲师	1 年	商务谈判、商品推销
周正义	男	硕士	讲师	1 年	经济学基础
鲁玉桃	女	硕士	教授	1 年	经济法基础
谢苏闽	女	硕士	讲师	1 年	会计基础

表 2 市场营销专业兼职教师配置情况表

姓名	性别	学历	职称	任职单位及职务	承担教学任务
刘东	男	研究生		郴州市圣安娜食品有限公司 总经理	《企业文化与岗位职责及规划》
黄华之	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 副总经理	《企业文化与岗位职责及规划》 《人力资源与行政管理》
肖斌	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 副总经理	《企业文化与岗位职责及规划》 《销售目标管理及企划活动》
李月华	女	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 运营部经理	《企业文化与岗位职责及规划》 《销售目标管理及企划活动》 《产品知识汇总及货品管理》
朱恩典	女	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 监察部经理	《服务管理》 《销售目标管理及企划活动》 《人力资源与行政管理》
刘小元	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 财务部经理	《企业文化与岗位职责及规划》
廖丽芳	女	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 渠道部经理	《销售目标管理及企划活动》
朱志华	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 品牌推广部经理	《产品知识汇总及货品管理》
吴伟东	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 工厂生产部经理	《产品知识汇总及货品管理》
李平	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 外联行政部经理	《人力资源与行政管理》
曾宪旭	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 监察部现烤主管	《产品知识汇总及货品管理》

姓名	性别	学历	职称	任职单位及职务	承担教学任务
雷银平	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 监察部裱花主管	《产品知识汇总及货品管理》
刘勇琼	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 监察部水吧主管	《产品知识汇总及货品管理》
首旺灵	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 工厂生产部主管	《产品知识汇总及货品管理》
张梦林	男	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 区域经理	《产品知识汇总及货品管理》
欧艳芳	女	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 区域店长	《企业文化与岗位职责及规划》
黎菲	女	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 区域店长	《产品知识汇总及货品管理》
曾艳	女	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 区域店长	《产品知识汇总及货品管理》
刘小英	女	大专		郴州市圣安娜食品有限公司 区域店长	《产品知识汇总及货品管理》
徐康	男	大学		郴州市圣安娜食品有限公司 店长	《产品知识汇总及货品管理》

### 9.3 教学设施

市场营销专业实践教学活动的开展建立在校内实训、校外顶岗实习和配套的学习资源基础之上。

(1) 实训场所：校内市场营销实训分设“八室”：市场营销软件综合模拟实训室、商务谈判实训室、仓储管理实训室、营销心理实训室、专业文化教育室、网络营销实训室、营销策划实训室和电子商务综合实训室。实训室配备了国内最先进价值 114.7 万元的硬软件设施，以保证市场营销专业理实一体化教学的需要。用于进行营销基本技能训练用的实训，配置有应用营销模拟实训软件网络环境的计算机机房，具备营销不同岗位操作的模拟环境的实训室。

郴州职业技术学院市场营销专业“八室”一览表

名称	面积 (平方米)	建设 时间	价值 (万元)	主要设施及功能
市场营销软件 综合模拟实训室	120	2008 年	38.2	装有因纳特市场营销模拟平台、奥派网络营销实践平台等, 能进行营销综合模拟实训
商务谈判实训室	89	2008 年新建 2014 年改建	6.5 18.1	拥有多功能会议室, 学生可组建 4 个虚拟公司, 进行商务谈判仿真实训
仓储管理实训室	120	2008 年新建 2014 年改建	13.1	配有货架、叉车、半自支打包机、叉车等, 能开展进货、入库、保管、出库等环节实训
营销心理实训室	180	2012 年扩建	7.4	开展营销人员团体心理辅导、营销心理方案策划室、营销人员心理测评等实训

名称	面积 (平方米)	建设 时间	价值 (万元)	主要设施及功能
专业文化教育室	374.5	2011年	5	设有六区开展市场营销专业文化教育
网络营销实训室	120	2011年新建 2015年扩建	10 20	配有电脑、网络营销软件、投影设备等，学生可组建10个网络营销团队，进行网络营销顶岗实习
营销策划实训室	124.5	2011年	8	配有电脑、投影、营销策划软件等，学生可组建5~6虚拟营销策划团队，进行策划运作实训
电子商务综合实训室	120	2014年	30	学生可组建多家电子商务公司虚拟或真实运作实训
合计 1448 平方米			181.8	

(2) 实训设备：营销工作所涉及到的各类办公设施设备及基本文具；进行企业管理模拟演练的沙盘及相关资料；

(3) 模拟实训软件：营销模拟软件、企业ERP资源管理软件等；

市场营销专业紧密合作的校外实习基地为6个，这些校外实习基地主要保证市场营销专业学期间短期弹性实习需要。另外还有20余个校外实习基地保证了该专业第六学期全学期的固定顶岗实习的需要。同时，专门制定与实施校外实训教学计划、学生实习指导管理制度，以保证学生顶岗实习率达到100%。

## 9.4 教学资源

### 9.4.1 图书资源

学校图书馆藏图书中市场营销专业相关图书约3.9万册，纸制过刊5100册，电子图书4.1万册，电子学术期刊1100种。完全能满足学生专业学习、教师专业教学研究的需要。

### 9.4.2 教材资源

市场营销专业在专业研究方面有了较深厚的积累。其中专业教师出版《市场营销原理》《管理学原理》《经济学原理》《商务谈判》《超市经营管理》《商品推销能力》等多本教材，其中《市场营销原理与实训》《商品推销能力》被列为高等职业教能十一五精品规划教材。教材内容根据专业特点更具实操性。

### 9.4.3 数字化资源

学校在“职教新干线”构建了学校平台，初步完成标准化、共享型数字资源平台建设，规范资源建设标准；目前平台资源中市场营销专业拥有名师课堂有6门，共享核心课程1门，专业特色核心课程4门，各种工具软件、案例、素材、微课资源若干。已经完成市场营销专业标准、课程总体设计、课程单元设计、校本教材及其配备的教学课件、习题库、试题库、案例素材库、教学素材资料包、营销实践操作流程教学录像及技能演示录像、营销职业资格考试大纲及模拟习题。

## 9.5 教学方法

从学院推行教学改革，提出着重培养学生技能水平以来，市场营销专业一直致力于教学改革，这种培养学生职业能力。在专业建设上按照“五个对接”，专业与产业、职业岗位

对接，专业课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，学历证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接，从服务地方经济出发，服务郴州产业转型升级发展。本专业在“工作过程系统化”课程框架内，依据“三个课堂一体化教学、校内实训、校外顶岗实习”的不同模块课程的特点，采用了不同的教学组织形式。

三个课堂一体化教学以专任教师为主、兼职教师为辅，教师设计课程实施方案（课程总体和单元设计），运用“六位一体”组织教学。教学地点可以在课堂，也可以是课堂的延伸活动。

校内实训由专任教师、兼职教师、实训指导教师共同完成，通过项目实战或模拟方式组织实训教学。教学地点一般在校内实训室。

校外顶岗实习以校外指导教师为主、校内指导教师为辅，通过在生产、经营、管理一线顶岗实践，完成企业实际项目组织教学。教学地点一般在合作企业。

## 9.6 教学评价

按照教育部颁发的专业人才培养方案标准，结合我院“六位一体”课程教学模式与评价标准，对教师教学和学生学习进行综合评价。

### 9.6.1 教师教学评价

主要有三个方面：一是院、系日常教学督查及考核；二是督导团及教研室同行听、评课的评价情况；三是学生评教及学生代表座谈会反馈。同时结合日常过程质量监控进行总体评价。

### 9.6.2 学生学习评价

主要采取过程考核和终结性考核相结合的原则（形成性考核），以学习过程考核为主，终结性考核为辅，学习过程考核占总分值的60%，终结性考核占总分值的40%。其中，学习过程考核应包括学生到课考勤和学习态度（含听课状态、作业、作品或单项职业能力训练完成情况）等方面；终结性考核即课程期末卷面（上机）考试或考查，有些课程也可以用综合职业能力训练项目考核来替代。

## 9.7 质量管理

### 9.7.1 建立健全质量标准体系

以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

建立健全质量标准体系（专业标准、课程标准、考核评价标准等），做到有标准可循；明确各部门及个体的任务、职责和权限；

完善考核评价方法，科学、公正地考核部门及个人教学工作情况；强化过程督查，确保任务的落实，以保障和提高教学质量这一目标的实现。

市场营销专业主要通过问卷调查、访谈调查、听评课等方式对教学质量教学效果进行评价，以保障和提高教学质量这一目标的实现。

## 10. 毕业要求

学生通过三年限的学习，修完教学计划规定的内容，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求，颁发专科毕业证书。

## 11. 教学计划表（附后）

表 1: 课时比例分配表

表 2: 三年制高职市场营销专业教学环节时间分配表

表 3: 专业能力训练项目安排表

表 4: 教学进程表

### 说明:

(一) 专业人才培养方案编制人员名单:

(1) 主持人: 颜威

(2) 参与者:

(a) 校内教师: 谢平楼、袁宁、宾敏、聂国秋、陈复会、刘长军

(b) 行业代表: 黄华芝 (郴州罗森尼娜食品有限公司销售经理)

(c) 企业代表: 李小强 (郴州奥峰奥迪汽车有限责任公司)、王洪 (郴州德欣教育咨询有限公司总经理)

(d) 其他学校专家: 黄建芝 (湘南学院经济学院副主任、副教授)

(e) 学生代表: 付林泉 (15 级, 建设银行郴州分行部门经理)

(二) 专业人才培养方案审核人员名单:

(1) 一审: 市场营销专业指导委员会

(2) 二审: 教务处

(3) 三审: 学校学术委员会

表 1 课时比例分配表

项目		学分	学时数	合计学分	合计学时数	占课程总课时百分比
公共基础课	必修课	22	392	30	536	29.6
	选修课	8	144			
专业基础课	必修课	27	480	35	624	34.5
	选修课	8	144			
专业核心课		36	648	36	648	35.8
选修课	公共选修课	8	144	16	288	15.9
	专业选修课	8	144			
课程总计				101	1808	\
实习实训 (毕业设计+实习) (含军事)				33	844	\
总计				134	2652	\

表 2

三年制高职市场营销专业罗森妮娜订单班教学环节时间分配表

	国家安全与军事教育	课堂教学	专业能力实践或实训	考试与机动	技能抽查综合实训	毕业设计答辩	顶岗实习	合计
1	2w	16w		2 w				20 w
2		12w+2w (企业)	4w	2 w				20 w
3		12w+2w (企业)	4w	2 w				20 w
4		9w+4w (企业)	5w	2 w				20 w
5		8w	1w	2 w	1 w	4 w	4 w	20 w
6							20 w	20 w
合计	2w	65w	14w	10w	1 w	4 w	24w	120w

表 3

高职营销专业罗森妮娜订单班能力训练项目安排表

序号	项目	学 期					学分	合计				
		1 期上	1 期下	2 期上	2 期下	3 期上						
1	客户关系管理			1			1	2				
2	商品推销能力				1		1	2				
3	产品知识				1		1	2				
4	服务管理				1		1	2				
5	营销策划能力 3					1	1	2				
6	销售目标管理					1	1	2				
7	营销心理与行为分析					1	1	2				
8	市场调查与分析						1	2				
9	人力资源管理						1	2				
10	商务谈判						1	2				
11	会计基础						1	2				
12	渠道管理						1	2				
13	网络营销						1	2				
14	专业业技能抽查训练						1	2				
合计				1	3	3	1	2	3	1	14	28

备注：客户关系管理实训放第二学期上段第一周，人力资源管理实训放第四学期上段第一周。

表 4

2019 级三年制高职市场营销专业（罗森尼娜订单班）教学进程表

课程类别	课程名称	学分	总学时	课程学时分配		考试学期	第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
				理论教学	实践教学		上	下	上	下	上	下	上	下	上	下		
				9W	9W		9W	9W	9W	9W	9W	9W	9W	9W	9W	9W		20W
公共基础课	思修（4节/周×12）	3	48	32	16		4*7w	4*5w										
	概论（4节/周×18）	4	72	48	24				4*9w	4*9w								
	形势与政策	1	32	32	0		8学时/学期，共四学期											
	大学生心理健康教育（2节/周×16）	2	32	24	8		2*7w	2*9w										
	创新创业基础（2节/周×16）	2	32	16	16						2*9w	2*7w						
	大学生职业发展与就业指导（2节/周×16）	2	32	16	16								2*9w	2*7w				
	国家安全与军事教育	4	148	36	112		2W											
	大学体育	4	72	8	64	√	2*7w	2*9w	2*9w	2*9w								
职业技能英语	4	72	36	36	2			4*9w	4*9w									
公共基础课合计		26	540	248	292													
公共基础课合计（不含军事）		22	392	212	180													
专业基础课	企业文化（企业师资）	2	36	18	18			4*9w										
	◆管理能力基础	3	48	24	24				6*9w									
	◆市场营销原理与实训	4	72	36	36		8*7w											
	◆经济学基础	4	72	36	36			8*9w										
	◆网络营销	4	72	24	48								8*9w					
	产品知识（企业师资）	2	36	18	18				4*9w									
	会计基础	4	72	36	36								8*9w					
营销心理分析与训练	4	72	40	32					8*9w									
专业核心课	*商品推销能力	4	72	24	48				8*9w									
	*市场调查与分析	4	72	24	48	3					8*9w							
	*商务谈判	4	72	24	48							8*9w						
	*营销策划能力（1）	4	72	24	48	3					8*9w							
	*营销策划能力（2）	4	72	24	48	4						8*9w						
	*营销策划能力（3）	2	36	18	18	3					4*9w							
	◆客户关系管理	4	72	36	36				8*9w									
	人力资源管理（企业师资）	2	36	18	18							4*9w						
渠道管理	2	36	18	18	4							4*9w						
*营销技能训练	6	108	48	60										12*9w				
专业课合计		63	1128	490	638													
选修课	专业选修	服务管理（企业师资）	2	36	18	18				4*9w								
		品牌管理																
		销售目标管理（企业师资）	2	36	18	18						4*9w						
		医药营销																
		超市经营管理	2	36	18	18	3					4*9w						
		房地产营销																
	公共选修	会展营销	2	36	18	18	5									4*9w		
		汽车营销																
		中华优秀传统文化投资与理财	2	36	18	18	5									4*9w		
		书法鉴赏	2	36	18	18						4*9w						
口才与交际																		
大学实用语文	4	72	36	36		4*7w	4*9w											
信息技术																		
选修课合计		16	288	144	144													
课程总合计		101	1808	846	962													
课内平均周学时							20	24	24	26	22	22	22	22	20			
专业能力训练（已经计入课程中）		\	1W		\								1W					
专业技能考核（根据抽查情况定）		1	24	0	24											1w		
毕业设计		4	96		96											4w		
跟岗实习（2个月、学分学时已计入罗森尼娜课程）			8W						2W	2W		2W	2W					
顶岗实习		24	576	0	576										4w	20w		
劳动技能		1	24	0	24						1w							
总学时、总学分		134	2652	882	1772													

说明：1. 课程的开设方式请以“周学时×周数”表示，如2\*5w；2. 标注\*者为专业核心课程，标注◆者为专业群共享课程；3. 考试课需标注考试学期。