

2022

()

530605

一、专业名称及代码

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

二、入学要求

符合招生考试院录取规定和学院规定，通过对口招生录取的中职毕业生方可入学。

三、修业年限

修业年限：基本修业年限为3年制，弹性修业年限为2.5-5年。

四、职业面向

表 1

所属行业类别 (代码)	所属专业 大类 (代码)	对应行 业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书 或技能等 级证书
管理大 类 (649)	财经商贸 (120801)	商业流 通零售 批发 (5292)	商品销售、营销策 划、渠道管理岗、市 场调查员	商品销售、营销 策划、营销渠道 管理专员、市场 调查员。	数字营销技 术应用

表 2：职业岗位群分析表

岗位名称	岗位能力结构分析
商品销售主管	具有现代营销知识，掌握营销基本技能，熟悉产品销售流程，能担任地区业务或品牌业务管理人员。
营销策划主管	具有现代营销知识，熟悉营销策划流程，具有负责公司营销活动方案策划并组织实施的能力，能担任企业营销活动策划方案撰写、实施及管理工作。
市场调研主管	具有现代营销知识，熟悉营销过程管理，掌握市场调查和 market 分析的实务，有计算机处理营销信息和进行信息开发的能力，能担任公司市场调研主管人员。
渠道管理主管	具有现代营销渠道知识，熟悉营销渠道管理过程，掌握一定谈判和管理知识，能按企业开拓市场的目标要求，完成渠道设计、开发、管理等实务工作。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，适应服务区域经济发展为宗旨，适应“一带一路”倡议背景下区域经济发展需要，以满足学生就业与创业发展为导向，牢固掌握现代市场营销的专业知识、方法和技能，有良好的综合素质和较强的创新创业能力，适应信息时代市场营销和服务管理需要，能够从事市场调查与分析、产品销售、市场开发、品牌推广、客户服务、渠道管理、企业创业、营销策划等营销职业岗位的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 专业基本要求

本专业学生要坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚

的爱国情感和中华民族自豪感；有良好的职业道德、职业精神和心理素质；在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、服务、管理第一线岗位需要的实际工作能力；具有创业精神和健全的体魄。

2. 本专业的素质要求

(1) 政治素质

坚持四项基本原则，具有社会主义和共产主义的理想信念，政治立场坚定。

(2) 思想素质

树立社会主义核心价值观，遵纪守法，吃苦耐劳，乐于奉献，团队意识强，与时俱进，热爱销售事业，事业心、责任感强，作风正，思想素质过硬。

(3) 道德素质

恪守职业道德行为规范，敬业爱岗，忠于职守、认真负责，实事求是、勤奋好学，精益求精、遵纪守法，诚信为本、规范操作，注意安全。

(4) 具有较强的法制意识，能遵纪守法，具备爱岗敬业、吃苦耐劳、诚实守信等基本职业素质；

(5) 具有良好的团队协作精神、沟通能力和强烈的服务意识；

(6) 具有自主学习、持续发展的意识和素质；

(7) 具有较强的创新、创业意识和精神。

3. 本专业的知识与能力要求

知识要求：

(1) 掌握马克思主义哲学的基本原理，树立正确的世界观、人生观和价值观，认识现代中国国情，适应社会。遵纪守法，具有良好的道德修养和

职业发展观，爱岗敬业，合作交流、公平竞争、团结协作、团结奉献。

(2) 人文社会科学知识：具备一定的文学、历史、艺术、法律等方面的知识，有良好的思想品德修养和健康的心理。

(3) 工具性知识：掌握外语、计算机等方面的知识。掌握计算机的基本知识与技能，具有营销专业与相关领域的计算机应用知识；掌握通过网络获取信息的知识、方法与工具。

(4) 专业基础知识：掌握本专业所涉及的营销学的专业基础理论和基础知识。

(5) 专业知识：掌握本专业所涉及的营销专业知识。具备产品销售、市场开发、渠道拓展、营销策划、营销管理等方面的能力，能够比较熟练使用相关营销管理软件。

能力要求：

- (1) 具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力；
- (2) 具备对营销理念的基本把握与执行能力；
- (3) 具备对市场环境的理解与分析能力；
- (4) 具备对消费心理与行为的理解与分析能力；
- (5) 具备终端推销及大客户销售与管理的能力；
- (6) 具备促销策划、品牌推广等企划活动的组织与实施能力；
- (7) 具备营销渠道开发与管理的的能力；
- (8) 具备基本的新媒体营销能力。
- (9) 具备市场调研和数据分析的能力

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

公共基础课程包括必修和限定选修两类；安排 868 学时，共 47 学分，实践学时比例不低于 20%。

1. 公共基础必修课程：包括教育行政部门明确下文规定必修的公共课程，安排 568 学时，计 28 学分。

（1）大学生安全教育：自治区教育厅《关于在全区高等学校开设安全教育课的通知》（桂教安稳〔2011〕14 号），安排 24 学时，计 1.5 学分。

（2）军事技能与军事理论：教育部、中央军委国防动员部《关于印发〈普通高等学校军事课教学大纲〉的通知》（教体艺〔2019〕1 号），军事课由军事理论和军事技能两部分组成。“军事理论”教学时数安排 36 学时，计 2 学分；“军事技能”训练时间 14 天安排 112 学时，计 2 学分。

（3）思想道德与法治：自治区党委宣传部、自治区教育厅关于贯彻落实《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》（桂教教材〔2021〕1 号）的通知，安排 48 学时，计 3 学分。

（4）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论：安排 32 学时，计 2 学分。

（5）习近平新时代中国特色社会主义思想概论：安排 48 学时，计 3 学分。

（6）形势与政策：自治区党委宣传部、自治区教育厅关于贯彻落实《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》（桂教教材〔2021〕1 号）的通知，安排 48 学时、计 1 学分。

（6）英语：国家教育体制改革领导小组办公室《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》，英语课安排 128 学时，计 8 学分。其中，《英语》为公共基础课程，安排 64 学时，计 4 学分；按专业设置《职业英语》

为专业基础课程，安排 64 学时，计 4 学分。

(7) 体育：教育部《关于印发〈高等学校体育工作基本标准〉的通知》（教体艺〔2014〕4 号），安排 108 学时，计 6.5 学分。

(8) 心理健康教育：自治区教育厅《关于进一步加强广西高等学校学生心理健康教育工作的实施意见》（桂教党〔2018〕38 号），安排 32 学时，计 2 学分。

(9) 劳动教育：中共中央、国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》，安排 16 学时，计 1 学分，分 4 个学期开设，任课教师由班级辅导员担任。课程考核标准参见《广西工商职业技术学院学生劳动教育实施方案》及《学生劳动手册》。

2. 公共基础限定选修课程：安排 300 学时，计 19 学分。

公共基础限定选修课程是教务处根据教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）要求制定的限定选修课程，各公共课程教学部门按文件要求分别提出课程目录，经教务处汇总审核，报分管院领导审定。

(1) 计算机基础：教育部高等学校计算机科学与技术专业教学指导委员会《高等学校非计算机专业计算机基础课程教学基本要求》，安排 64 学时，计 4 学分。

(2) 大学生职业发展与就业指导：教育部办公厅《关于印发〈大学生职业发展与就业指导课程教学要求〉的通知》（教高厅〔2007〕7 号），安排 38 学时，计 2.5 学分。

(3) 创业基础：国务院办公厅《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施方案》，安排 32 学时，计 2 学分。

(4) 中共党史：教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号），安排 16 学时，计 1 学分。

(5) 公共艺术课：《广西壮族自治区学校美育老师配备和场地器材建设三年行动计划（2021-2023 年）》（桂教教师〔2021〕10 号），安排 32 学时，计 2 学分。

(6) 公共选修课：教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号），安排 134 学时，计 8.5 学分。

（二）专业（技能）课程

专业基础课程：

1. 市场营销实务

通过讲授市场营销的基本原理及思路，要求学生比较系统地掌握传统营销的理论知识体系，了解绿色营销、服务营销、品牌营销、体验营销、文化营销、网络营销等现代营销新知识。

2. 推销与谈判技巧

本课程针对营销人员从事的业务员岗位任务，讲授寻找客户、制定推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理等知识和技能。

3. 消费者行为分析

通过本课程的学习，使学生掌握消费行为学的基本原理、基本方法和基本策略，学会分析客户消费心理，能够为营销实践作出决策参考。

4. 创业基础

本课程所讲授的教学内容，包括创新创业思维、方法和技巧、组建创业团队、寻找创业商机、创业 STP 战略研究、创业营销策略研究、创业开办、创业经营管理等方面的学习情境，以提高创新思维意思与创业营销水平。

5. 基础会计

通过该课程的教学，使学生了解会计的基本理论和基本方法，掌握会计处理的基本流程和基本技能，能运用借贷记账的方法处理基本会计业务，熟练规范地编制有关原始凭证和记账凭证、登记账簿、并能编制基本的财务报表。

专业主干核心课程：

1. 店长管理实务

本课程主要将店长角色定位、店面形象管理、高效商品管理、员工管理培训、销售策略制定、顾客开发管理、服务质量提升及自我成长提升等方面内容。目的是为今后学生担任店长奠定良好基础。

2. 营销渠道企业见习

本课程主要是根据商品消费的特性，制定针对目标人群的渠道设计计划并进行当地销售网络铺设。对营销渠道日常行为中发生的冲突进行管理，对老客户进行维护，避免窜货发生。熟练制定有效的渠道开发与管理方案，并能够组织实施相关活动。通过课程学习和实训演练，形成一定的渠道组织管理能力。

3. 营销活动组织与执行

本课程主要讲授营销活动开展的基本要素，基本原理，理论知识，着重掌握营销活动开展与执行的基本策略，熟练掌握营销活动开展与执行应用能力。通过本课程的学习，培养学生运用所学的营销与策划知识解决营销活动中实际遇到的问题与能力。

4. 营销策划项目训练

通过讲授市场营销策划的基本原理，各种营销战略和策略的概念、方法

和步骤，以及营销策划方案的制作、实施和控制等内容，培养学生将营销理论、策划理论及其他相关理论结合起来，分析问题，解决问题，进行实际营销策划的能力。

5. 新媒体营销

本课程主要讲授网络营销的基本理论、方法和基本知识，通过学习，是使学生初步掌握在网络空间中开展营销活动所应掌握的技能。作为一种基于互联网的营销活动，互联网为网络营销提供了一系列新的方法和工具，主要表现为新的市场调研、客户管理、沟通方法和技术手段。在定价、分销等方面也产生了一些新的特征和方法，本课程将力求反映这种变化。

6. 客户关系管理

本课程主要讲授客户关系管理的基本理论、基本方法和基本知识，通过学习，能够让学生对渠道和客户进行有效管理，为今后营销业务打下较好的理论和实践基础；同时，通过具体案例情境训练客户关系管理实际操作的基本能力。

7. 连锁企业运营管理

本课程主要使学生能够了连锁企业运营管理的基本知识、原理和理论，能够掌握连锁企业管理的主要内容、能够根据特定环境设计出有针对性的销售、客服、企业运营的策略，并针对店面特点和资源对渠道进行维护。

8. 直播营销

本课程主要讲授直播营销的基础概念、直播营销的策划与筹备、直播活动的实施与执行、直播营销的传播与发酵、直播营销的复盘与提升、直播营销案例分析等知识模块。通过系统学习直播营销的理论和开展专项技能实

训，最终目标是使用学生能运用直播知识和技能完成品牌传播计划和销售目标。

专业拓展课程：

1. 数字营销技术（1+X 证书课程）

本课程主要使学生理解和掌握网店经营的基本方法与技巧，能够对特定网店开展实际业务，掌握自媒体和互联网运用基本技巧，掌握电子商务的基本概念，掌握电子商务的基本技术，熟悉电子商务的业务流程，掌握开展网上营销的常用方法。

2. 房地产销售

本课程主要讲授房地产销售所需信息准备、资源分析、决策分析、创意及营销策略制订、策划和组织实施等原理、方法与技巧。通过重点学习房地产项目运营的流程，房地产项目策划的方法和要求。使学生掌握如何运用系统的方法，掌握房地产项目营销策划以及策划运营的流程及方法。

3. 汽车营销

本课程以汽车营销流程为核心，对汽车营销实务进行了全面阐述，内容包括商务礼仪、潜在客户开发、需求分析、车辆介绍、竞争车型比较、试乘试驾、异议处理、价格谈判、汽车保险、汽车贷款、汽车上牌、交车服务、售后跟踪服务、汽车销售合同等内容。

校企共同开发课程：

快消品营销

本课程主要与广西丹泉酒业营销有限公司合作共同开发，以特定企业为主要背景，通过企业特定品牌的推广，达到熟悉行业知识、产品知识、企业

文化、规章制定、了解企业岗位和特定职业技能的目的。该课程对接企业的岗前培训。

（三）校外职业实践课程

1. 岗位实习（课时：6个月，学分：20）

安排在第5个学期开始至实习满6个月，该环节主要根据专业人才培养方案的要求，组织学生到专业对口、业务较全面的企事业相关岗位，上岗操作，着重于所学知识和各种能力的综合运用，通过该阶段的实习，使学生在实习的工作过程中体验企业文化，培养学生具有吃苦耐劳、耐心细致、认真负责的工作态度，树立良好的质量意识和安全意识，形成对未来职业的理想认识，进一步提高学生的专业技能和综合素质，为下一阶段的“预就业”奠定基础。

2. 毕业综合实践报告（课时：10周，学分：10）

安排在第六学期进行，在前期岗位实习的基础上，针对实习过程中遇到的问题、企业管理过程中存在的问题等，撰写毕业综合实践报告。

3. 预就业（课时：10周，学分：10）

学生经过在企业一线实习实践后，继续在企业实习，使学生把校内所学运用到实际工作中，缩短自己与企业要求的差距，实现角色转变，成为企业的“准员工”，培养学生分析、解决实际问题的能力，全面提升学生的综合素质，增强就业能力。

七、教学进程总体安排

附表 1-1：学时分配表

学年	学期	课内教学学时		校外实践学时					其他	教学周数
		理论	实践（实践、上机等）	岗位实习	实训	课程设计	毕业综合实践报告	预就业		
第一学年	第一学期	274	222							16
	第二学期	298	130							19
第二学年	第三学期	361	155							19
	第四学期	287	101							19
第三学年	第五学期	8		480						19
	第六学期	8					240	10周		20
合计	2564	1236	608	480			240			

附表 1-2：课程学分、学时分类统计表

课程性质		学时			学分	占总学分比例%
		总数	理论	实践		
公共基础课程	必修	568	327	241	28	
	限定选修	300	208	92	19	
	小计	868	535	333	47	30.1%
专业（技能）课程	专业基础课程	320	232	88	20	
	专业主干核心课程	480	355	125	30	
	专业拓展课程	176	124	52	11	
	小计	976	711	265	61	39.9%
校外实践课程		720	0	720	40	26.1%
第二课堂		—	—	—	6	
合计		2564	1246	1318	154	
实践教学比例		51.5%				

附表 1-3 市场营销专业（三年制）课程体及教学进程计划表

学期	课程性质	课程类别	课程名称	考核	学分	总学时	理论学时	实践学时	周学时	授课周数 (学周-专周)	开课、考试说明	
一	公共基础课程	必修	大学生安全教育 1	查	0	12	10	2	特排	—	开学周、考试周	
			军事技能	查	2	112	0	112	专周	—	15-16 周	
			军事理论 1	查	0	18	14	4	1	16	4-19 周, 19 周考查	
			思想道德与法治	试	3	48	38	10	特排	—	4-19 周	
			形势与政策 1	试	0	8	8	0	特排	—	4-19 周	
			英语	试	4	64	50	14	4	16	4-19 周	
			体育 1	试	1	20	10	10	2	10	4-19 周	
			劳动教育 1	查	0	4	2	2	特排	4	12-19 周	
		心理健康教育 1	查	0	16	13	3	1	16	4-19 周		
		限定选修	计算机基础(必选)	试	4	64	32	32	4	16	4-19 周	
			音乐鉴赏	查	1	16	13	3	1	16		
			职业生涯规划(必选)	查	0	18	16	2	特排	—	4-19 周	
			中国传统文化	查	2	32	20	12	2	16	1-19 周	
		专业(技能)课程	专业基础课程	市场营销实务	试/证	4	64	48	16	4	16	4-19 周
小计					21	496	274	222	19+	16		
二	公共基础课程	必修	大学生安全教育 2	查	1.5	12	10	2	特排	—	开学周、考试周	
			毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	试	2	32	19	13	特排	—	1-19 周	
			习近平新时代中国特色社会主义思想概论	试	3	48	32	16	特排	—	1-19 周	
			形势与政策 2	试	0	8	8	0	特排	—	1-19 周	
			军事理论 2	查	2	18	14	4	1	19	1-19 周	
			体育 2	试	2	34	17	17	2	19	1-19 周	
			心理健康教育 2	查	2	16	13	3	1	19	1-19 周	
			劳动教育 2	查	0	4	1	3	特排	4	12-19 周	
		限定选修	商品学基础	查	2	32	20	12	2	16	1-19 周	
			创业基础(必选)	查	2	32	28	4	2	19	1-19 周	
		专业(技能)课程	专业基础课程	商务数据分析与应用	试	3	48	36	12	16	19	1-19 周
				推销与谈判实训	试	3	48	36	12	16	19	1-19 周
				消费者行为分析	试	2	32	24	8	16		
				职业英语	试	4	64	40	24	3	19	1-19 周
小计					28.5	428	298	130	17+	19		
三	公共基础课程	必修	形势与政策 3	试	0	8	8	0	特排	—	1-19 周	
			体育 3	试	2	34	17	17	2	—	1-19 周	
			劳动教育 3	查	0	4	1	3	特排	4	12-19 周	
		限定	礼仪与沟通	查	2	32	20	12	2	16	1-19 周	

学期	课程性质	课程类别	课程名称	考核	学分	总学时	理论学时	实践学时	周学时	授课周数 (学周-专周)	开课、考试说明	
四	选修		中共党史	查	1	16	10	6	1	16		
			新媒体写作	查	1	16	10	6	1	16		
			普通话考证项目	查	0.5	6	0	6	0	特排		
			美术鉴赏	查	1	16	13	3	1	16		
	专业 (技能) 课程	专业 基础 课程		基础会计实训	试	2	32	24	8	2	19	1-19周
				经济法	查	2	32	24	8	2		
		专业 主干 核心 课程		营销策划项目训练	试	3	48	40	8	3	19	1-19周
				客户关系管理	试	3	48	40	8	3		
				销售管理	试	3	48	40	8	3		
				连锁企业运营管理	试	3	48	38	10	3		
				微信营销与运营	试	2	32	24	8	2		
	专业 拓展 课程		新媒体营销 (不考证学生选上 课程)	试/证	4	64	32	32	4	19	1-19周	
			1+X 数字营销(考证 学生选上课程)									
				小计		31.5	516	361	155	19+	19	
四	公共 基础 课程	必修	形势与政策 4	试	0	8	8	0	特排	——	1-19周	
			体育 4	试	1	20	16	4	特排	——	1-10周	
			劳动教育 4	查	1	4	2	2	特排	4	12-19周	
	专业 (技能) 课程	限定 选修		就业指导(必选)	查	2.5	20	16	4	2	19	1-19周
		专业 主干 核心 课程		直播营销	试	3	48	33	15	3	19	1-19周
				店长管理实训	试	3	48	36	12	3	19	1-19周
				营销渠道企业见习	试	3	48	36	12	3	19	1-19周
				营销活动组织与执行	试	3	48	36	12	3	19	1-19周
		专业 拓展 课程		快消品营销/企业 课程	查	4	64	48	16	4	19	1-19周
				房地产销售	查	4	64	48	16	4	19	1-19周
	粮食营销			查	1	16	8	8	1	19	1-19周	
			小计		25.5	388	287	101	21+	19		
五			形势政策 5	试	0	8	8					
			体育健康测试	证	0.5	0	0	0	0			
			岗位实习		20	480						
			小计		20	488						
六			形势政策 6	试	1	8	8					
			毕业综合实践报告		10	240				10周		
			预就业		9+1	10周				9+1周		
			小计		20	248				20周		
			总计		148	2564	1236	1328				

备注：1. 一般以 16-18 学时计为 1 个学分。2. 专业拓展课程中必须有一门涉粮课程，16 学时，1 学分。3. 专业主干核心课程建议开设 6-8 门。4. 请补充完善课程编码，公共艺术课程和公共选修课程可以参照《2021 级公共基础限定选修课程目录》，专业（技能）课程编码带汇总课程后另行下发。5. 每学期 20 周为社会实践周。

附表 1-4：实践性教学环节进程表

学 期	主要实践教学环节		地 点	考核方式
第一学期	实训	市场营销实训	校内外	撰写方案
	比赛	校内营销协会举办的销售竞赛		
第二学期	实训	“XXX 杯”销售技能挑战赛	校内外	撰写活动方案及参与销售技能竞赛
	比赛	广西市场营销技能大赛、汽车营销技能大赛选拔赛		
第三学期	实训	创业活动实训	校内外	撰写创业方案
	比赛	院市场营销协会举办的营销比赛		
第四学期	实训	营销策划节、1+X 证书	校内外	撰写策划方案、1+X 证书培训
	比赛	广西市场营销技能大赛、汽车营销技能大赛选拔赛		
第五学期	岗位实习		校外实训基地	毕业实习登记表
第六学期	毕业综合实践报告		校内	撰写毕业综合实践报告
	顶岗实习（预就业）		校内外	就业协议或证明

附表 1-5：公共选修课程

序号	课程名称	学时	学分	开课单位	开课学期	备注
1	中国文化	32	2	公共基础部		
2	普通话正音训练	6	0.5	公共基础部		
3	中共党史	16	1	马克思主义学院		
4	礼仪与沟通	32	2	通识教育学院		
	商品学基础	32	2	经贸学院		
5	新媒体写作	16	1	通识教育学院		
	合计		8.5			

备注：此表合计学分为 8.5 分，可在《2021 级公共基础限定选修课程目录》的公共选修课程里选择。中国传统文化，普通话正音训练，中共党史要为必选课程。

附表 1—6：公共艺术选修课程

序号	课程名称	学时	学分	开课单位	开课学期	备注
1	音乐鉴赏	16	1	通识教育学院		
2	美术鉴赏	16	1	通识教育学院		
	合计		2			

备注：此表合计学分为 2 分，可在《2021 级公共基础限定选修课程目录》的公共艺术选修课程里选择。

八、实施保障

（一）师资队伍

师资素质是教学质量的重要保证，培养造就一支结构合理，具有强烈的创新精神的师资队伍是专业建设的基础。本专业现有专任教师 18 名，教授、研究员、副教授、副研究员等高级职称的教师 6 名，具有博士、硕士学位教师 10 名，自治区级优秀教师 1 名，“双师型”教师 10 名，还长年聘请一批实践经验丰富的专家担任客座教师的顾问，是一支结构较为合理并且充满活力的团队。为更好的保障人才培养质量，本专业还会不断完善专任教师的学历结构和职称结构；增强专任教师的实践能力，提高教学效果；积极开展教学和科研经验、成果、动态方面的交流探讨，实现科研与教学之间的良性互动，在科研中进一步提升教师的专业素养和学术水平。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

(1) 营销业务综合实训室。

营销业务综合实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1-6 人 / 台)、路由器、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训。

(2) 营销新技术实训室。

营销新技术实训室需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机(1-2 人 / 台)、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可选择配备服务器、无线路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号、液晶电视、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，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。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地，能够提供销售助

理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，有保证实习生正常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件，鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

学院馆藏适用文献 58 万册，订有超星读秀知识库、手机移动图书馆、CNKI 同方知网数据库、重庆维普中文科技期刊数据库和考试服务平台、智立方知识资源服务平台、百度文库等电子资源，随书及其它阅读光碟 8000 余张，具有丰富的图书文献和数字资源。选用的教材也符合知识与能力培养目标 and 对应的职业岗位能力。即通过专业的学习与训练，就能满足专业岗位的工作需要，并可以为后续强化学习训练奠定良好的基础。

（四）教学方法

坚持“教、学、做合一”原则，以学生为主体、教师为主导，根据本专业特点，综合运用项目教学、现场教学、案例教学、情景教学、模块化教学等教学方式，有效利用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，大胆创新教学模式，可利用翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，保障教学质量，打造优质课堂。

（五）学习评价

本专业主要是采用综合评价体系，来评价学生。理论课程学习评价主要包括学习表现、平时作业、阶段性考核、实践性作业考核、期末考试的评价；实训课程学习评价主要包括实训纪律、实训资料、实训态度、实训操作、实训结果的评价；顶岗实习通过实习期间每月月报告、实习总结及实习指导教师意见综合进行评价；毕业综合实践报告根据所选课题或项目，到相应专业岗位实习，综合应用本专业知识及技能，完成毕业综合实践报告情况进行评价。

（六）质量管理

在人才培养方案的实施过程中，不断加强教学运行过程管理及质量监控，完善各项管理制度，建立督导机制，定期召开学生座谈会，建立教学质量信箱以及网络测评等制度，及时掌握、监控教学运行过程和人才培养质量。

九、毕业要求

学生必须具备以下条件，方可毕业：

（一）满足修业年限的要求：基本修业年限为3年制，弹性修业年限为2.5-5年。

（二）满足学分要求：本专业的学生至少取得148学分方可毕业（148学分里不包括第二课堂学分）。

（三）根据本专业特色及专业培养目标要求，通过公共基础课程和专业（技能）课程以及学校组织的各类集体教学活动，在素质、知识、能力等方面应达到以下要求：

1. 素质方面

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(4) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(5) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识方面

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力方面

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 能够与客户进行有效沟通。

(4) 能够对客群和竞争者进行分析。

(5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

(6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织实施推销和商业谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。