

## 市场营销专业 专业教学标准

一、专业名称 市场营销

二、专业代码 530605

三、招生对象 高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

四、学制与学历 三年，专科

### 五、就业面向

专业名称	所属专业大类	对应行业	主要职业类别	核心岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
市场营销	财经商贸大类	批发业、零售业、商务服务业等	社会生产服务与生活服务人员	市场推广、营销管理目标岗位群	助理营销师 职业经理人

本专业定位于市场推广类和营销管理类两个岗位群，重点服务淄博和山东省各地市，辐射长三角等主要沿海城市，面向生产、商贸、纺织服装、互联网营销等行业企业，培养适应互联网营销思维的营销策划、市场开发、销售管理、客户服务等岗位工作，具有市场分析能力、营销策划能力、产品销售能力、客户管理能力，培养能胜任营销、策划客服等中基层管理岗位，适应互联网线上线下新营销、智慧营销需求的高素质技术技能型专门人才。

### 六、培养目标与培养规格

#### （一）培养目标

依托互联网商贸省级品牌专业群，培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会主义市场经济建设和发展需要，具有遵纪守法、爱岗敬业、团结协作等职业道德素质，掌握市场营销专业所必备的基本知识和操作技能，具备助理营销师职业能力要求，面向山东省及周边地区生产、商贸、互联网营销等行业企业，具有互联网营销、智慧营销、精准营销、新媒体营销等创新思维和意识，具备市场分析能力、营销策划能力、产品销售能力、客户管理能力，适应智慧营销、客服等中基层管理岗位需要的高素质技术技能型人才。

## （二）培养规格

### 1. 素质

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪。

具有良好的身体和心理素质，有切合实际的生活目标和个人发展目标，正确看待现实，主动适应环境；有正常的人际关系，能处理好友谊与爱情关系；积极参加体育锻炼和有益活动，达到大学生体质健康合格标准。

具有为人正直、诚实守信、不谋私利、廉洁自律的道德品质，以及认真负责、爱岗敬业的敬业精神和责任意识，爱护环境、讲究卫生、文明礼貌，坚持公平、公正的工作原则，保守职业秘密。

具有正确的择业观、健康的择业心态和勤劳务实、吃苦耐劳的职业态度和职业精神，树立高度的事业心、自信心、责任感和风险意识，工作严谨、认真、细致，热爱集体，团结协作，文明生产。

### 2. 知识

#### （1）职业知识

职业素养和职场礼仪知识、办公自动化知识、信息技术知识、法律知识、电子商务知识等。

#### （2）专业知识

市场调查和分析知识、营销策划知识、产品销售知识、客户服务知识、沟通与表达知识、网络营销知识、网店策划经营知识等。

### 3. 能力

#### （1）职业通用能力

口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力，英语应用能力、法律应用能力等。

#### （2）专业技术技能

市场调研与分析能力，市场推广和开发能力，营销策划与管理能力，产品销售能力，客户服务与管理能力，沟通与表达能力，网络营销与管理能力，网店策划经营能力等。

## 七、职业证书

选考：呼叫中心客户服务与管理等“1+X”职业技能（中级）证书

助理营销师（三级）证书等

## 八、课程体系与核心课程

### （一）课程体系构建

#### 1. 目标岗位群

经过调研分析，本专业就业岗位定位于立足鲁中、辐射山东省，分市场推广、营销管理两个岗位群，培养从事市场分析、营销策划、产品销售、客户服务、网络营销等基、中层管理工作的高素质技术技能营销骨干和基层职业经理。具体目标岗位群分析情况如下表 1-1。

表 1-1 目标岗位群分析

岗位群	具体工作岗位	主要工作任务容
市场推广	1. 市场专员	1. 能够根据企业要求确定市场调研目标、设计调查方案、组织实地调查、统计分析结果、撰写出书面调查报告；能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研、分析和预测。
	2. 营销专员	2. 能根据产品营销的需要制定合理的营销策略，选择合适的分销渠道分销商；能准确判断顾客的需要，灵活运用各种推销策略和技巧，促成成功交易；能有效管理营销团队，合理进行商品采购，加强供应商、中间商的管理与激励，提高营销绩效。
	3. 销售代表（店长）	3. 能制定销售人员的任务和效益指标、确定销售人员的报酬、为销售人员制定竞争激励措施，正确实施业绩考核等；具备对销售过程、销售现场管理、销售收入回款和销售费用的初步管理能力；协调产品陈列和补货，对现场服务规范及时督导跟进。
	4. 区域经理	4. 能根据区域市场的分析，选择合目标市场，制定市场竞争策略；能根据市场需求，进行产品、价格、促销、渠道等营销策划；能有效管理营销团队，对现有分销渠道进行维护和管理，解决渠道冲突，并进行调整和优化。
营销管理类	1. 企划师	1. 能为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进而进行市场竞争策划、产品策划、促销策划

	<p>2. 陈列师</p> <p>3. 运营经理</p> <p>4. 客服专员</p>	<p>等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。</p> <p>2. 对各家店铺商品的分析、调配制定陈列和销售计划；对陈列方案的制定，实际操作、维护、监督；店铺陈列实操培训；</p> <p>3. 修订及执行与日常运营相关的制度体系、业务流程；策划推进及组织协调公司重大运营计划、进行市场发展跟踪和策略调整；建立规范、高效的运营管理体系并优化完善；制定公司运营标准并监督实施；制定公司运营指标、年度发展计划，推动并确保营业指标的顺利完成；</p> <p>制定运营中心各部门的战略发展和业务计划，协调各部门的工作，建设和发展优秀的运营队伍。</p> <p>4. 能准确判断顾客的需要，灵活运用各种推销模式，灵活处理各种异议并应用各种谈判技巧促成交易成功的能力；具备灵活处理与顾客关系的能力；能为企业进行客户关系的建立与维护、客户的分级管理、客户满意度管理、客户忠诚管理。</p>
--	---	--

## 2. 典型工作任务

根据企业各类作业、管理和中层管理人员的工作内容、岗位职责、作业规范和技能要求，对相似或相关的岗位合理归类，描述了以下任务领域和典型工作任务。

表 1-2 典型工作任务分析

岗位	典型工作任务	具体工作内容
市场专员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场调研设计</li> <li>2. 市场调研的实施</li> <li>3. 调查资料的整理</li> <li>4. 市场调研分析和预测</li> <li>5. 撰写调研报告</li> </ol>	能够根据企业要求确定市场调研目标、设计调查方案、组织实地调查、统计分析结果、撰写出书面调查报告；能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研。
营销专员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品采购</li> <li>2. 营销策划</li> <li>3. 中间商选择、管理与激励</li> <li>4. 市场开拓</li> <li>5. 推销谈判，促成交易</li> <li>6. 营销团队管理</li> </ol>	能准确判断顾客的需要，灵活运用各种推销模式，灵活处理各种异议并应用各种谈判技巧促成交易成功的能力；具备灵活处理与顾客关系的能力。

销售代表 (店长)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场调研分析</li> <li>2. 销售管理</li> <li>3. 产品陈列</li> <li>4. 现场管理</li> <li>5. 回款和费用管理</li> <li>6. 客户服务跟进</li> </ol>	协调产品陈列和补货；对现场服务规范及时督导跟进；制定、实施和检查各营业店的销售计划；负责本区店面人员的管理、培训和考核；了解销售情况和库存量；具备对销售过程、销售现场管理、销售收入回款和销售费用的管理能力。
区域经理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 管理驻当地销售人员工作</li> <li>2. 库存及订单管理</li> <li>3. 目标市场管理</li> <li>4. 促销管理</li> <li>5. 新产品销售计划及执行</li> <li>6. 处理投诉，客户管理</li> <li>7. 货款和费用管理</li> </ol>	能根据市场分析，选择目标市场，制定市场策略；能根据市场需求，进行产品、价格、促销、渠道等营销策划；能有效管理营销团队完成目标任务，进行业绩考核；对现有分销渠道和客户进行维护和管理，并进行调整和优化；具备对销售过程、销售现场、回款和销售费用的管理能力。
企划师	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设计企划目标</li> <li>2. 制订企划计划</li> <li>3. 设计企划内容</li> <li>4. 选择广告媒体和策略</li> <li>5. 企划实施与管理</li> </ol>	能为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进而进行市场竞争策划、产品策划、促销策划等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。
陈列师	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对各家店铺商品的分析、调配制定陈列和销售计划；</li> <li>2. 对陈列方案的制定，实际操作、维护、监督；</li> <li>3. 店铺陈列实操培训。</li> </ol>	对店铺陈列工作进行记录，对店面形象进行检查、监督；分析每家店销售情况，及时做出各家店卖场商品及陈列的调整；熟悉所辖品牌的产品知识、陈列规则及要求，协助更换卖场内的应季宣传画及 POP；负责店铺员工陈列实操培训
客服专员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 顾客开发</li> <li>2. 顾客心理分析和需求激发</li> <li>3. 商品推荐</li> <li>4. 顾客异议处理，交易促成</li> <li>5. 连带销售（交叉销售）</li> <li>6. 售后服务</li> </ol>	能为企业进行客户关系的建立与维护、客户的分级管理、客户满意度管理、客户忠诚管理。
运营经理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 运营策略拟定与呈报；</li> <li>2. 销售管理、物价管理；</li> <li>3. 现场服务及质量管理；</li> <li>4. 部门费用预算计划和控制；</li> <li>5. 营运成果效益评估和改进；</li> <li>6. 部门运营考核管理</li> </ol>	监督处理顾客投诉，监督退换货管理、物价管理、商品陈列；商场销售绩效数据的收集、分析、反馈；监督现场服务质量、环境质量、现场纪律的管理；部门费用预算的计划、控制；工作成果报告，营运成果效益评估、改善报告，运营考核管理；

		短、中、长期营运策略拟定与呈报；配合策划部组织好各种促销活动。
--	--	---------------------------------

### 3. 职业能力具体分析

根据企业各类基层市场营销和中层管理人员的工作任务和技能要求，参照行业技能和作业考核标准的要求，结合行业专家、教育专家和毕业生对职业能力和岗位能力的评价考虑职业可持续发展及转岗需要，明确了以下职业能力。

**市场调研能力：**能够根据企业要求确定市场调研目标、设计调查方案、组织实地调查、统计分析结果、撰写出书面调查报告；能完成市场环境、市场需求和供给、市场行情、市场销售等方面的调研。

**产品推销能力：**能准确判断顾客的需要，灵活运用各种推销模式，灵活处理各种异议并应用各种谈判技巧促成交易成功的能力；具备灵活处理与顾客关系的能力。

**网络营销管理能力：**运营信息技术开展网络营销，对现有分销渠道进行维护和管理，解决渠道冲突，能够对现有的渠道进行线上线下新零售、新营销策略和方法调整和优化。

**市场营销策划能力：**能为企业或企业具体产品进行目标市场细分并确定市场定位，进而进行市场竞争策划、产品策划、促销策划等活动，为企业形象、公关等内容进行策划。

**客户关系管理能力：**能为企业进行客户关系的建立与维护、客户的分级管理、客户满意度管理、客户忠诚管理。

**销售管理能力：**能制定销售人员的任务和效益指标、确定销售人员的报酬、为销售人员制定竞争激励措施，正确实施业绩考核等；具备对销售过程、销售现场管理、销售收入回款和销售费用的初步管理能力。

### 4. 课程体系构建

依据专业调研情况及相关职业标准，通过专任教师与行业企业专家、技术人员共同参与专业课程体系的研讨和构建的形式，以职业能力培养为切入点，分析

岗位包含的实际工作任务，确定了本专业的6项典型工作任务和30项具体工作任务，转化为基于项目引领、任务导向的课程体系。课程体系由素质与基础学习领域课程、专业学习领域课程、专业拓展领域课程三个学习领域构建而成。

课程体系构建思路见图1-1，课程体系构建流程见图1-2，具体课程体系见表1-3。

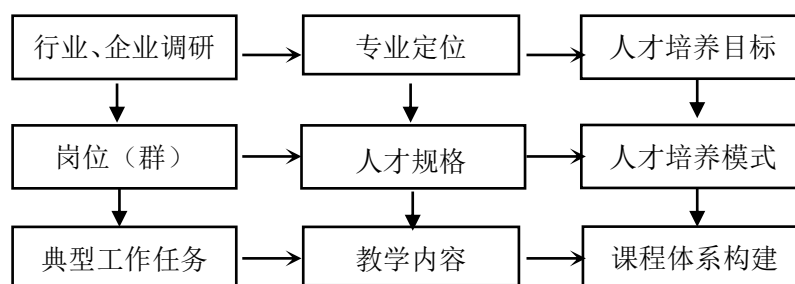


图 1-1 课程体系的构建思路

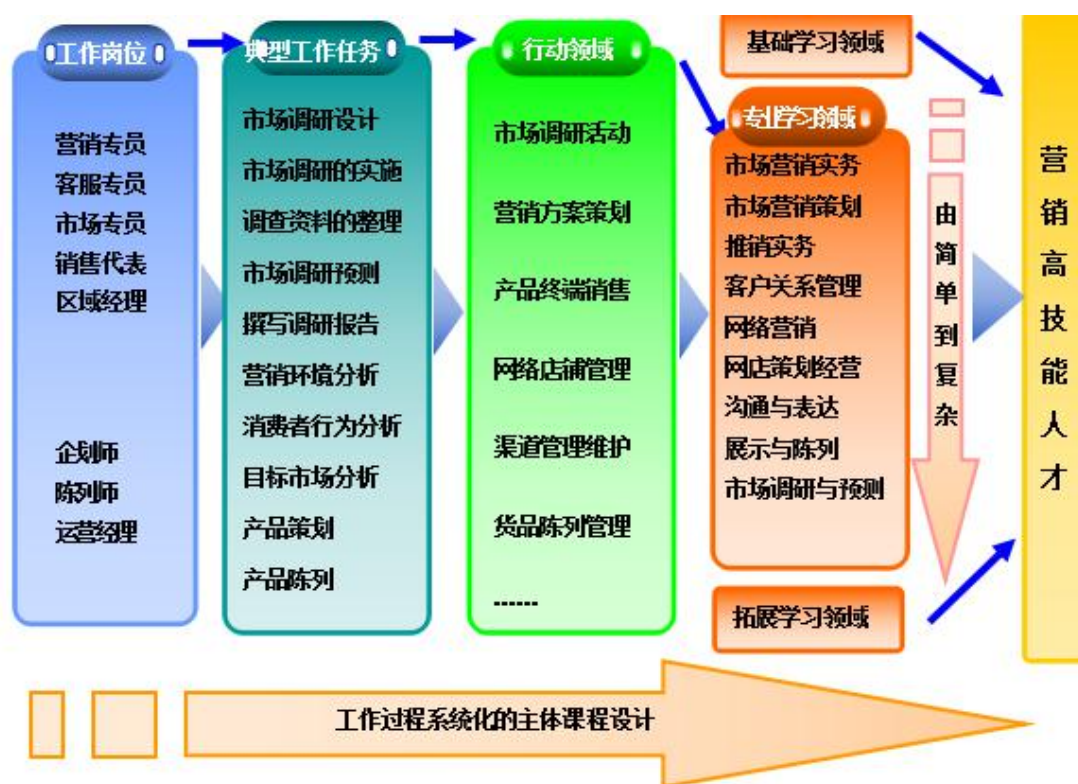


图 1-2 课程体系的构建流程

表 1-4 课程体系

17 门素质与基础学习领域课程	11 门专业核心和方向课程	20 门其他课程
思想道德修养与法律基础 形势与政策 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 信息技术 大学英语 体育与健康 大学语文 军事理论 音乐鉴赏（公共选修课） 大学生职业发展与就业指导 <b>（也是互联网商贸专业群平台课程）</b> 创新创业教育 <b>（也是互联网商贸专业群平台课程）</b> 大学生安全教育 公共选修课 军事技能 入学教育 劳育 社会实践与素质提升	<b>6 门专业核心课程：</b> 市场营销* <b>（也是互联网商贸专业群平台课程）</b> 客户关系管理* <b>（也是互联网商贸专业群平台课程）</b> 网络营销* <b>（也是互联网商贸专业群平台课程）</b> 市场调查与预测* 推销实务* 展示与陈列*  <b>5 门专业方向课程：</b> 消费者心理分析 网店策划经营 市场营销策划 茶艺 服装营销基础	<b>其它 13 门互联网商贸专业群平台课程</b> 经济学基础 工匠精神与企业文化 沟通与表达 商务礼仪 电子商务* 物流快递服务实务 电子商务与现代物流 电商物流配送实务* 商务办公自动化 统计实务 电商运营管理实务* 跨境电子商务运营实务* 职业素养与拓展训练 <b>7 门实习实训课程：</b> 专业认识实习 ERP 实训 职业体验实习 综合实训 毕业设计 跟岗实习 顶岗实习

## （二）核心课程综合开发

### 1. 核心课程的开发过程及设置要求

专业核心课程的开发过程是随着人才培养的不断修正和完善慢慢调整和整合的，是从专业的整个课程体系去考虑，以培养高素质技术技能人才为目标，将本专业定位的两个岗位群进行了深入调研分析的基础上，确定了专业核心课程，以培养主要就业岗位的职业素质和技能为基础，为整个专业课程体系目标的实现



起到了关键的支撑性作用，在具体设置教学进程环节，遵循职业能力养成规律，将基于工作岗位的任务、项目，贯穿在教学内容的设计上，将人文素养的培养贯穿始终。

## 2. 课程内容的优化整合

以岗位能力的培养为目标，依据岗位的典型工作任务，分析该岗位应具有的职业能力，选择相应的课程内容，并进行优化整合。选择课程内容时，尽可能地直接明确具体的知识、技能、素质等要求，打破传统学科课程的束缚，将课程内容进行整合重构。同时依据国家统一的职业资格证书制度，根据产业需求、就业市场信息和岗位技能要求确定专业课程内容，将课程内容与职业技能有效衔接。

课程内容及时反映营销新技术、新设备、新标准、新的作业和管理方法等。注意吸收在实际工作中起关键作用的经验和技巧。实现人文素质教育与专业能力培养的有机结合，培养学生的综合素质，满足行业多岗位转换甚至岗位工作内涵变化，发展所需的知识和能力，提升学生的发展潜力。

## 3. 理论与实践有机结合

专业课程在具体的课程设计中，要求遵循教育规律和仓储技能养成的规律，与行业企业一起精心开发课程项目和学习情境，探索并努力构建“教学做一体化”、“理实一体化”的教学模式，体现职业教育的实践性、职业性和开放性。具体为一是重视理论课程内容。围绕岗位职业能力，采用任务导向的方法，将项目分别设计相应的理论教学内容，并创设相应情境，或提出问题、或给出任务，让学生在问题和任务的驱动下，分组进行思考、讨论，最后教师通过点评、讲解的方式，对项目的完成情况进行总结。二是重视实践课程体系。通过在校内实训室、校外实习基地等进行认识实习、模拟训练和软件实训等实训项目训练，使学生加深对营销技术及流程实际运作情况的把握，初步具备营销过程、管理控制等的实际模拟操作和管理技能，完成对学生的知识传授和能力培养。突出人才培养的针对性、灵活性和开放性。

目前，专业课程在课改、整合优化内容的基础上，都基本做到了能够根据工作任务的性质，部分课程在课堂组织教学、部分课程模拟实训和实际操作在校内实训室和校内外实训基地进行；能够充分利用校企两种教学资源，校企师资队伍，边讲边做，边做边学，学做合一；综合利用相关课程网络教学资源 and 校内外丰富

的实训资源。采用多种教学组织形式、教学方法和手段相结合，使教学内容理论联系实际，教学内容紧紧围绕课程的工作过程，全面提升学生的综合素质。

表 1-3 核心课程设置与要求

编码	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	学时
030562	市场营销	<p>主要教学内容：消费者心理、市场调研、经济法等相关内容，使学生掌握消费者心理、商品知识、广告策划与宣传等相关知识；</p> <p>要求：掌握经济贸易、贸易谈判、谈判技巧、沟通技巧；懂得行业知识、客户关系管理、国际贸易、商务服务与社会信息化有关的各类商务服务及管理。</p>	能熟练运用 4PS 营销策略进行分析，能够初步运用。	26
030342	网络营销	<p>主要教学内容：网络营销概念和职能、网络营销信息传递模型、网络营销的框架和基本思想、各种常用网络营销工具和方法及其在网络营销中的应用，主要包括企业网站研究、搜索引擎营销、电子邮件营销、Web 2.0 网络营销和网络广告等。</p> <p>要求：掌握营销型企业网站推广与运营的方法、关键词优化的概念和优化方法、网络广告投放的流程，熟悉常用的 Email 营销的实施流程与效果评价指标、网络广告的基本制作技巧、视频营销的创意思想和操作方法等，了解微博或博客的概念、特点等</p>	<p>1. 掌握网络市场调研的基本流程。</p> <p>2. 熟悉网络营销站点的建设。</p> <p>3. 初步具备搜索引擎营销的能力。</p>	52
020322	推销实务	<p>主要教学内容：掌握推销的基本过程和步骤，熟练掌握各种推销技巧，进行产品的推销方案设计和推销活动。</p> <p>要求：掌握推销的基本过程和步骤，熟练掌握各种推销技巧，以及如何有效运用推销技巧，进行产品的推销方</p>	有效运用推销技巧，进行产品的推销方案设计和推销活动。	52

		案设计和推销活动。		
030338	客户关系管理	<p>主要教学内容：熟悉互联网时代客户关系管理基本运作模式和新经济时代的商务规律，树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统掌握客户关系管理的理论、方法与应用技术，掌握组织(企业)客户资源管理理论。</p> <p>要求：熟悉客户关系管理的基本手段和方法，能够准确区分不同类型的客户；具备在网络环境下，利用信息技术与智能技术规划客户关系管理系统的基本技能，并具备一定的 CRM 战略制定、CRM 开发及 CRM 项目管理控制的能力。</p>	根据客户的类型有效进行客户的管理和维护。	26
020335	市场调查与预测	<p>主要教学内容：市场调查与预测在企业经营管理和组织工作中的地位和作用，了解有关市场调查与预测的基本概念和理论，熟悉市场调查与预测策划的基本程序。</p> <p>要求：掌握运用市场调查技术和市场预测技术的主要方法，具备深入实际调查研究问题、分析问题和解决问题的能力。</p>	掌握运用市场调查技术和市场预测技术的主要方法，进行准确的市场调查与预测策划。	52
020327	展示与陈列	<p>主要教学内容：产品、橱窗、货架、道具、模特、灯光、音乐、POP 海报、通道等一系列卖场元素进行有组织的规划设计，从而达到促进产品销售、提升品牌形象的一种视觉营销课。</p> <p>要求：通过学习本课程，使学生运用所学知识，熟练、生动、完美地展示各种不同风格不同品牌的商品陈列，培养学生设计思维的表现能力。</p>	熟练、生动、完美地展示各种不同风格不同品牌的商品陈列，促进产品销售、提升品牌形象。	52

### (三) 综合实训课程建设

## 1. 综合实训课程的开发与设置

综合实训课程在开发过程中,以“专业技能培养与学生全面素质提高相结合,学生就业能力培养与学生职业的可持续发展相结合,校内实训与企业工作现场实践实习相结合”的三个结合为原则,实施四层次递进式实践教学体系,推进和实施“由浅入深、持续加强”的人才培养工作,突出全时空、全方位素质教育和能力提升,主要对学生进行“大一专业认识实习——大二职业体验实习+综合实训——大三跟岗、顶岗实习”的螺旋渐进式良性循环培养,让学生在多层次、深度的实习中实现对综合素质的全面形成,并提升学生的专业技能。

表 1-4 综合实训课程设置与要求

课程名称与编码	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	学时
专业认识实习 课程编码: 030331	<p>主要实习内容:</p> <p>企业简介、岗位素质要求、主要作业流程、企业规章制度和礼仪要求、内部设备设置布置、运用管理模式。</p> <p>要求:</p> <p>了解企业的概况和运营管理模式,熟悉相关岗位实际工作的内容,并通过实际岗位的锻炼加强对岗位素质和技能的理解。</p>	<p>1. 了解企业的岗位素质要求、运营管理模式</p> <p>2. 实地学习相关岗位的实际工作的内容</p> <p>3. 较熟练的掌握作业流程和技能要求,认真的进行锻炼</p>	30
职业素养与拓展训练 课程编码: 030425	<p>主要实习内容:</p> <p>职业素养的基本内容、要求和培养途径、团队合作的主要内涵和要求、职业素养和团队合作能力的模拟训练。</p> <p>要求:</p> <p>熟悉职业素养的基本内容和要求、团队合作的主要内涵,通过学习和训练,掌握职业素养培养和团队合作能力的培养要点,使学生提高思想认识,使职业素养培养和团队合作能力有效提高,更好地适应专业人才培养和就业发展的需要。</p>	<p>1. 掌握职业素养和团队合作能力的培养的要点和途经,并形成自觉的意识和行动</p> <p>2. 熟悉一般电商岗位的职业工作内容、素质要求和道德标准</p>	30

<p>ERP 实训 课程编码： 030535</p>	<p>主要教学内容： 企业生产经营的经营战略、市场营销、计划制定、物料采购、生产组织、产品销售、产品供应、财务核算等主要环节和工作内容，并进行生产经营的模拟训练和竞争对抗。 基本要求： 熟悉企业生产经营各主要生产环节和工作内容，通过模拟训练和竞争对抗，使学生掌握企业经营的基本方法和技能，提高经营管理能力，更好地适应专业人才培养和就业发展的需要。</p>	<p>1. 掌握企业经营的主要工作内容、基本方法和运营技能，提高经营管理能力 2. 熟悉企业经营的主要环节和基本技巧</p>	<p>30</p>
<p>职业体验实习 课程编码： 030332</p>	<p>主要教学内容： 电商企业简介、岗位素质要求、主要作业流程、企业规章制度和礼仪要求、内部设备设施布置、运营管理模式。 要求： 了解企业的概况和运营管理模式，熟悉相关岗位实际工作的内容、素质和技能要求、主要作业流程和操作规范、企业规章制度和礼仪要求，并通过实际岗位的锻炼加强对岗位素质和技能的理解。</p>	<p>1. 了解企业的岗位素质要求、运营管理模式 2. 实地学习相关岗位的实际工作的内容 3. 较熟练地掌握作业流程和技能要求，认真地进行岗位锻炼</p>	<p>150</p>
<p>综合实训 课程编码： 030333</p>	<p>主要实习内容： 本课程是顶岗实习之前的校内综合实践课程，主要是进一步巩固专业知识 1. 通过校内实训的商务网站或商务项目的策划，提升学生的专业技能。2. 营销师要求的基本理论和技能操作 要求： 综合运用信息收集，营销管理知识和运营能力，完成综合性的一个营销项目或一个运作案例的策划。完成实训内容并取得营销师职业资格证书。</p>	<p>1. 实体店面的运营管理 2. 网络营销的具体实施 3. 营销师实践技能操作。</p>	<p>150</p>

<p>毕业设计 课程编码： 030334</p>	<p>主要实习内容： 认识毕业论文撰写的重要性，理解毕业设计与答辩的主要程序、方法和要求；掌握毕业设计及答辩各环节的要求和所必备的知识；熟练掌握论文撰写的内容组织和阐述等文字处理能力、论文特定选题方面的专业知识。 要求： 根据毕业设计与答辩方案的要求和时间进行毕业设计，并能完成答辩。</p>	<p>1. 毕业设计须提出自己的观点和建议。 2. 进行团队合作、共同完成高质量的毕业设计。 3. 能够制定有效的毕业设计方案</p>	<p>150</p>
<p>跟岗实习 课程编码： 030335</p>	<p>主要实习内容： 通过在对应岗位的跟岗实习，积累一定的工作经验，加强自身在进出口业务流程的操作和管理能力，培养自身吃苦耐劳的工作精神。 要求： 了解客户如何进行管理，学习电商业务员在工作中如何应对各种突发事件等等，为自己将来正式参加到工作岗位做下充分的准备，以利于自己以后更好的事业发展。</p>	<p>1. 能熟悉对应岗位的具体要求 2. 为顶岗实习和就业打下一定基础</p>	<p>420</p>
<p>顶岗实习 课程编码： 030336</p>	<p>主要实习内容： 学生在实习企业认真实践、仔细观察，全面地学习所在企业的营销、推销、管理全过程及相应的管理知识，培养理论联系实际、综合运用所学知识解决实际问题的能力。 要求： 按时向指导老师汇报实习情况，实习结束后，认真撰写顶岗实习报告。</p>	<p>1. 深入了解和熟悉实习企业在本专业的工作流程及管理知识 2. 初步具备理论联系实际、综合运用所学知识解决实际问题的操作和基本管理能力。</p>	<p>480</p>

## 2. 综合实训课程教学过程管理

综合实训课程在教学过程中，为保证起到良好的教学效果，一般采用分组讨论、项目实施、教师引导与总结的方式完成。在进行之前，教师有计划书、指导书，分别对学生的实习及时作出有计划的规划和相应的指导教师安排；在实习的

进行过程中，教师有实习过程指导记录、学生也有相应的实习日志等，做到对实习充分掌握和实时指导；最后，学生以总结的形式完成综合实训的教学过程管理。

### 3. 跟岗实习、顶岗实习与毕业设计项目安排与管理

#### (1) 项目安排

第5学期，安排学生到企业进行市场调研，根据行业企业实际进行毕业设计，以分析和解决企业实际问题为主。毕业设计结束后，学生在主要合作企业师傅的指导下，进行跟岗实习，学习所在企业的生产技术、作业过程及相应的管理知识和技能，培养理论联系实际、综合运用所学知识解决实际问题的能力，及时总结和汇报实习情况，提升岗位技能，逐渐从事简单的业务技能操作，理论联系实际地做好实习工作，初步具备综合运用所学知识解决实际问题的基本作业能力。

第6学期，学生到企业进行顶岗实习，全面地学习所在企业的生产技术、作业过程及相应的管理知识，培养理论联系实际、综合运用所学知识解决实际问题的能力，树立正确的职业意识，增强敬业、创业精神。实习时突出实习与就业相结合，让学生到企业从事顶岗实习，开展岗位技能训练实现专业教学与企业生产融合，使学生掌握综合运用所学知识解决实际问题的多岗位操作和基本管理能力，能独立顶岗工作。

实习前，由教研室主任、班主任、专业课教师负责召开实习动员大会，明确实习目的与要求、实习时间的安排、实习内容与任务、实习方法与步骤、实习纪律、实习总结与考核等。分发实习手册，指导学生如何完成实习作业文件，指导学生定期上交实习月结。

#### (2) 实习管理

由校内专业教师和企业兼职教师共同制定实习走访计划表，主动加强与实习单位和实习生的联系，定期进行巡回检查指导，及时准确地掌握实习生的顶岗实习情况，帮助解决顶岗实习中出现的问题和困难。

指导教师要充分利用网络平台加强对学生实习的指导与监控，定期进行检查、指导，了解和掌握学生实习情况，指导学生撰写实习报告；做好学生顶岗实习指导记录。

### (四) 其他课程说明

#### 1. 素质与基础学习领域课程

(1) 《思想道德修养与法律基础》（编码：000103）

本课程主要介绍人生观、价值观、道德观和法制观的养成教育，采用项目导向的模块教学，使大学生系统地掌握提高修养、启迪智慧的知识，掌握修身养性、陶冶气质的方法，使学生具备先做人后做事的基本素质和较强的工作方法能力、社会能力，促进大学生职业能力与职业素养的提高。

(2) 《形势与政策》（编码：000104）

本课程主要以国内、国际形势与政策教育为主线，介绍时事热点、难点，宣传中央大政方针，以“反映时代焦点，把握形势方向”为宗旨，依托教育部社政司的教学要点，对学生进行形势与政策教育，是学校德育的一项重要内容。

(3) 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（编码：000105）

本课程主要介绍马克思主义中国化的历史进程，毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观。使学生了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系内容，为其他素质与基础学习领域课程以及专业课程的学习奠定政治方向理论基础。

(4) 《信息技术》（编码：000313）

本课程主要介绍计算机技术的发展历程，将计算机基础教育与文化基础教育、人才素质教育进行充分融合，该课程是大学专科各专业学生必修的公共基础课，它是为能够适应未来计算机使用要求的应用型人才并掌握使用计算机的技能而开设的课程。

(5) 《大学英语》（编码：000201）

本课程主要介绍英语交际场景、跨文化语境，利用多媒体等教学手段、分层次教学的教学模式，以及灵活多样的教学方法，将英语基础知识、应用技能与学生专业相结合，致力于培养学生的英语交际能力和在跨文化语境中的工作与处事能力，同时拓宽学生视野，提高综合文化素养，以适应我国经济发展和国际交流的需要。

(6) 《体育与健康》（编码：000206）

本课程实施“三自主”教学模式，即自主选项目、自主选教师、自主选时间，在最大的程度满足学生的兴趣爱好和锻炼需求。本课程是大学生以身体练习为主要手段，通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康



和提高体育素养为主要目标的公共必修课程；是学院课程体系的重要组成部分。主要学习内容：篮球、排球、足球、健美操、羽毛球、乒乓球、二十四式太极拳以及体育理论基本知识（大学生身心健康及养护；体育保健卫生；运动能量代谢与营养学知识）等。

（7）《大学语文》（编码：000221）

本课程主要介绍文学鉴赏的方法，培养学生的审美能力和阅读兴趣，提高和强化对本民族语言文字的理解能力和运用水平；以中国文学所体现的人文精神及优秀传统熏陶学生，帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强爱国主义精神和民族自豪感；满足社会对当代大学生的要求，进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，提高人文素养，对学生进行素质教育、提高语言文学水平和写作能力。

（8）《军事理论》（编码：000316）

军事理论课是一门公共必修课程，本课程的开设主要是为提高学生的军事理论和素质，而进行的爱国主义教育和国防教育。本课程主要介绍国内外的军事理论、当前先进的军事理论和策略等。

（9）《音乐鉴赏》（编码：000401）

本课程主要介绍音乐知识和鉴赏常识，通过音乐鉴赏，陶冶情操，放松身心，提高音乐艺术欣赏能力，提高人文素养，更好为生活、学习和工作服务。

（10）《大学生安全教育》（编码：000319）

本课程是面向大学生开设的一门公共必修课，旨在通过开展日常安全知识学习、预防和演练，教育学生树立安全意识和习惯，保障个人和公共安全。本课程主要介绍人身安全、消防安全、交通安全、公共安全、财产安全等。

（11）《公共选修课》

学生根据个人兴趣、爱好和全面发展的需要自主选择公共选修课程，该课程的开设旨在培养学生全面发展和个性化自由发展所需要的知识和技能，具体教学内容因所选课程的不同而不同。

（12）《军事技能》（编码：000314）

军事技能训练是为了训练基本的军事技能，为国防安全服务。本课程主要介绍队列训练、军姿训练、内务训练、军训汇报表演等。

(13) 《入学教育》（编码：000320）

入学教育是为了帮助学生尽快适应新的生活学习环境，养成良好的生活学习习惯。本课程主要介绍爱国爱校教育，校规校纪教育，安全及健康知识教育，专业思想及学习方法教育，心理健康教育，诚信教育感恩教育等方面。

(14) 《劳育》（编码：000499）

公益劳动课是为培养学生优良的劳动品德及自身动手能力。本课程主要介绍理论教育、实践教育。理论教育主要是给学生讲授劳动的意义、要求，介绍劳育课的考核办法等内容。实践教育主要是保持校园环境的整洁、在公寓老师的指导下，做好公寓纪律、卫生检查工作、完成学校交给的力所能及的其它劳动任务。

(15) 《社会实践与素质提升》

第一、二学年寒暑假安排学生进行社会调研、专业调研，了解当地经济发展、人民生活、风土人情、行业发展、相关企业发展和岗位素质及技能要求情况，使自己更好地了解和融入社会，增强自身的社会责任意识，树立服务于国家、人民、地区经济建设和行业企业的信念，提高自身综合素质和社会实际技能。

(16) 《大学生职业发展与就业指导》（编码：000311）

本课程是面向大学生开设的一门公共必修课，旨在提高大学生的就业能力和职业素养，为择业、就业、创业做准备。其任务是教育引导大学生在认识自我的基础上树立正确的职业理想和择业观；指导大学生科学规划职业生涯，了解国家的就业政策及法规，培养创业意识，掌握求职择业的方法与技巧，正确选择职业，顺利就业，为成才与发展打下良好的基础。

(17) 《创新创业教育》（编码：000318）

本课程是面向大学生开设的一门公共必修课，旨在通过开展创新创业教育，培养学生的创新创业意识，使学生熟悉创新创业的主要方法和途径，通过开展创新创业指导和训练项目，使学生掌握基本的创新创业能力，为成才与创业发展打下良好的基础。

## 2. 其他课程

(1) 《经济学基础》（编码：030340）

本课程主要介绍经济学的基本问题和基本观点，学生掌握经济学的基本概念、基本思想、基本分析方法和基本理论，对经济运行有一个比较全面的了解，建立

起经济学的基本思维框架，为进一步学习其它专业课程奠定理论基础。

(2) 《工匠精神与企业文化》（编码：030560）

本课程主要介绍电商合作企业的发展历程和概况、特色企业工匠文化，电商企业的经营管理模式、规章制度、岗位工作和任务要求，优秀企业的成功经验，以及涌现出的代表人物的工匠精神，使学生树立良好的职业操守和工匠精神，为早日成长为企业骨干和能工巧匠打下良好的基础。

(3) 《沟通与表达》（编码：030413）

本课程主要介绍商务沟通的基础理论、基本知识。熟悉案例的分析与模拟实践，通过大量案例帮助学生系统地深入理解和把握商务沟通的有关理论、原则和方法，学习和掌握商务沟通的有关经验、策略与技巧，具备商务沟通的基本技能。

(4) 《商务礼仪》（编码：030405）

本课程主要介绍当前世界商务贸易发展中涉及的文化、礼仪、习俗等方面的新变化、新趋向。熟悉礼仪在国际商务活动中的作用，掌握中国主要贸易伙伴国家和地区的商务礼俗、礼仪等。具备在实际交往中熟练应用礼仪知识的能力。

(5) 《电子商务》（编码：030344）

本课程主要介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。要求学生熟悉计算机基本操作的基本原理，在此基础之上，学生才能准确地理解和把握网络营销、电子支付等其它课程的基本内容。学习电子商务，其重点应放在让学生理解和把握电子商务的基本操作和应用上，为学习其他专业管理课程打下良好的基础。

(6) 《电子商务与现代物流》（编码：030525）

了解电子商务基本内容，认识电子商务框架和网络基础，熟悉企业电子商务物流运作模式和供应链管理要点，掌握电子商务现代物流的主要活动、流程和管理要点，具备对电子商务条件下的物流运输、仓储和配送业务进行操作和管理的技能。

(7) 《电商物流配送实务》（编码：030534）

通过学习使学生了解电商物流配送的发展历程，理解电商物流配送的基本模式和规划设计，掌握电商物流配送订单处理、理货、分拣、包装、流通加工、装卸搬运、配货、配送、信息管理等方面的专业知识和职业技能，着重培养学生运

用基本理论解决电商物流配送管理和优化问题的综合素质和专业技能，为《毕业设计与答辩》、《顶岗实习》等后继课程的学习打下良好的基础，为培养高端技能型电商物流管理专门人才服务，为学生今后进入电商物流配送等企业从事配送工作做好专业技能和职业素质的准备。

(8) 《商务办公自动化》（编码：030327）

了解秘书职业的秘书工作特点，能联系企业工作实际，熟悉物流等企业文秘、办公文员、营销内勤等岗位工作内容、要求和规范，掌握秘书日常事务和主要商务活动的内容、工作流程和应培养的技能，通过以能力为核心、任务为驱动、学生为主体、教师为主导的现代商务秘书工作技能训练，拓展和锻炼学生的文秘和行政管理工作技能。

(9) 《统计实务》（编码：030348）

本课程主要介绍反映社会经济现象变化的各种常用统计指标，掌握实际工作中常用的各种统计理论和方法，能够从社会现象的数量方面把握现象发展变化的规律，在此基础上具备定性分析、定量分析和解决问题的能力。

(10) 《电商运营管理实务》（编码：030415）

本课程主要教学内容：电子商务与网络零售、电子商务职业规划、网店日常运营管理、网店工具的应用、商品拍摄与网店美化、网店推广与营销、物流与仓储、天猫。要求：掌握电子商务运作和管理的基本方法，电子商务类企业生产、销售、物流等全过程各类模式。

(11) 《跨境电子商务运营实务》（编码：030717）

本课程是基于跨境电子商务操作基本流程，主要讲解跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息化操作、跨境产品定价、刊登和发布操作、跨境店铺优化及推广操作、接订单、发货、出境报检报关操作、收款、售后服务及客户维护操作等业务。要求学生熟悉并学会利用跨境电子商务平台开发外贸客户的基本思路和基本方法，能够掌握客户开发过程中的一些具体处理的技巧及客户跟进、客户管理的措施，掌握跨境电商的基础理论知识，初步具备进行跨境电商实务操作的各项专业基本技能。

(12) 《物流快递服务实务》（编码：030528）

本课程主要是让学生了解物流快递服务业的产生和特性，了解中国快递业的

发展和现状以及快递在国民经济中的地位与作用,熟悉快递企业的经营管理模式、主要岗位及职责要求,掌握快递服务主要业务流程、工作任务、规范要求和相关技能,使学生能够适应快递企业主要岗位的技能 and 素质要求。

(13) 《职业素养与拓展训练》(编码: 030425)

本课程主要介绍职业素养的基本内容、要求和培养途径、团队合作的主要内涵和要求、职业素养和团队合作能力的模拟训练。要求学生熟悉职业素养的基本内容 and 要求、团队合作的主要内涵,通过学习和训练,掌握职业素养培养和团队合作能力的培养要点,使学生提高思想认识,使职业素养培养和团队合作能力有效提高,更好地适应专业人才培养和就业发展的需要。

(14) 《消费者心理分析》(编码: 020326)

了解心理学的基础知识,熟悉不同消费者的心理特征,掌握消费者心理分析的过程以及对消费者心理反映准确把握,准确分析消费者心理变化以及消费者行为进行分析。

(15) 《网店策划经营》(编码: 020321)

掌握网上开店的基本流程,培养学生的实际操作能力、动态接受新知识的能力、对社会环境变化作出反应并及时调整适应的能力以及独立解决实际问题的能力,学生在完成本课程学习的同时,能运营自己的网上店铺。

(16) 《市场营销策划》(编码: 020319)

通过本课程的学习,使学生熟悉现代企业营销策划方案撰写的基本环节和内容,掌握营销策划方案的撰写技巧,能够根据营销目标完成营销方案策划设计和实施。

(17) 《茶艺》(编码: 030559)

通过本课程的学习,使学生了解茶文化的来源,熟悉营销谈判和交往中品茶喝茶的规范,掌握茶文化在沟通交往中艺术,促进营销目标的达成。

(18) 《服装营销基础》(编码: 020332)

通过本课程的学习,使学生掌握服装材料品种、特征等方面的理论知识,具备服装材料结构分析,性能判断等方面的技能,培养学生扎实、严谨的工作和学习态度,为服装设计、服装制作等后继课程的学习打好基础。了解服装生产流程的基本情况,熟悉各类服装设备所能适应的工艺种类,能够针对具体生产过程中

所出现的一般性、常规性的问题进行处理。

## 九、专业办学基本条件和教学建议

### （一）专业办学基本条件

#### 1. 师资队伍

本专业现有校内教师 6 名；校外兼职教师 3 名。校内任课教师中，硕士学位 6 人（比例为 100%），高级职称 2 人（比例为 33%）。

##### （1）骨干教师

本专业现有骨干教师 2 名，我们积极组织教师学习先进的教学理念，主要通过鼓励教师外出参加培训、去企业实践锻炼、考取职业资格证书、提供社会服务等形式，提高专业教师的综合技能，同时鼓励教师多参与教科研建设、课程改革等，进一步提高骨干教师的比例。

公昆，男，教授，硕士，高级职业指导师，学院党委委员、工会主席。山东省职教学会文化素质教育委员会委员，淄博市哲学学会副秘书长，省级市场营销专业教学团队负责人、省级互联网商贸品牌专业群负责人。从事教育教学及管理 20 余年，主要担任《市场营销》等课程的教学。先后获得“中国纺织服装先进教育工作者”、“中共山东省委高校工委优秀共产党员”、“中共淄博市委高校工委优秀共产党员”、“淄博市先进教育工作者”、“淄博市教育局先进工作者”等荣誉称号。近年来，积极开展教育教学和研究工作，主持和参与教育部、山东省教育厅等省级以上教科研课题 6 项；在《中国职业技术教育》、《中国成人教育》、《当代职业科学》等核心期刊发表论文 10 余篇；编著教材 2 部；主持《仓储管理实务》省级精品课程 1 门，院级精品课程 1 门；承担淄博市《淄博大染坊丝绸集团有限公司人力资源研究及应用》横向课题 1 项。先后获得“山东省职业教育优秀科研成果一等奖”、“山东省高等学校优秀科研成果二等奖”、“淄博市社会科学优秀成果二等奖”等多个教科研奖项。

刘伟伟，女，硕士，副教授。通过到国内访问学习、培训、企业专业实践，学习先进教学理念、教学内容和教学方法；通过参观实验实训设备、广泛交流经验及利用假期参加专业考察和企业实践 锻炼、参加专业技能培训考取职业资格证书等方式，使其掌握专业方面的最新技术。负责主干课程的课程标准建设、独

立承担两门以上专业课教学，积极做好专业建设和技术服务，完善了专业标准及课程标准。在本专业及专业群教学、课程建设与实训基地建设的过程中发挥骨干作用，发表国家级论文两篇、核心期刊论文一篇。

张德洲，男，1971年出生，毕业于西安科技大学企业管理专业，硕士研究生，讲师。2007年进入我院从事教学工作，现任商务贸易系经管教研室主任。在企业从事技术管理及咨询工作10年，淄博市高校系统优秀教师，院级优秀教师、优秀共产党员；中国物流学会会员，淄博市专线物流协会等企业顾问。主要担任《沟通与表达》、《电商物流配送实务》等课程的教学和改革任务。主持和参与山东省教育厅等省级以上科研课题6项；公开发表论文15篇；作为主编、副主编编著教材4部；主持省级精品课程1门，院级精品课程、精品资源共享课2门，指导学生参加条码知识竞赛一等奖1项；省级物流技能大赛三等奖1项、大学生科技节创新创业企业经营模拟大赛一等奖和三等奖各1次，为多个企业提供管理咨询和培训服务。

### （2）双师素质教师

校内任课教师中双师素质4人，在校内任课教师的比例均达到67%。重视双师素质培养，教师通过参与企业顶岗挂职、企业研发、专业研修、学习、培训、认证等方式提高双师素质。安排教师到企业挂职顶岗锻炼，参与企业的技术研发；参加国内各种学习、培训、观摩，使专业教学团队在多途径、多形式、多渠道建设中得到提升。形成能够完成教育教学、企业职工培训、职业技能考评鉴定、企业技术咨询服务的双师结构教学团队。

### （3）兼职教师

本专业聘请在行业企业、高职院校有专业理论基础的业务骨干和能工巧匠为校外兼职教师，如南京圣迪奥时装有限公司市场培训师朱存杰老师等参与课程开发、人才培养方案制订与修改、教学质量评价，承担技能实训课程教学、实习实训指导等。

我系非常重视团队专兼教师分工协作，专任教师主要完成核心课程的校内讲训一体的教学工作，兼职教师主要完成体现专业核心岗位技能的以顶岗实习、职业体验实习为主的实践教学和指导任务。在教学过程中，实施教学督导与评估处、教务处和系部三级共管的教学质量与监控体系，对教学过程实施全程跟踪和指导，

以发现教学中存在的问题，进一步提高教师教学能力。同时，重视市场营销专业教师的能力培养，积极鼓励青年教师在本专业方向上继续深造，创造条件加强教师的理论与实践教学培养，如到先进院校学习和交流、到企业培训和实践、加强听课学习和经验交流等。这些措施有力促进了教师教育教学能力和教学质量的不断提高。

## 2. 教学设施

### (1) 校内教学设施

实验实训条件建设紧紧围绕专业岗位技能要求进行，以学生实践技能培养为本位，以建设实操性实训为突破口，注重职业能力、创新能力、协作精神的培养，注重工程实践能力和解决实际问题的综合能力培养，注重学生兴趣及学习积极性的培养，对学生的职业能力、就业竞争力和发展潜力的培养发挥了重要作用。

市场营销专业现已建立了市场营销模拟企业（ERP 沙盘）实训室、市场营销模拟创业实训室等。

市场营销模拟实训室：用一种全新的视觉和感官冲击，通过真实的模拟沙盘进行学习，极大地增强了娱乐性，并使枯燥的课程变得生动、有趣。通过近乎真实的商场模拟，充分地调动了参与者的竞争热情，培养了学生将理论知识与企业实际运作紧密联系的能力和发现问题、分析问题、解决问题、进行科学决策的能力。通过 ERP 理论学习和模拟企业实际运作，学生能够理解 ERP 的管理理念和核心管理思想，达到学以致用目的，学生的知识储备更加牢固、丰富，为以后的工作打下坚实的基础。在培养应用型人才方面，模拟实训显示出其独特的作用。

市场营销模拟创业实训室：可以进行两部分创业实训，一是连锁加盟创业训练。以开设连锁加盟干洗店为开发背景，模拟现实经营中开设加盟连锁干洗店的过程。软件集背景介绍、连锁加盟、店铺选址、证照办理、设备耗材、店铺管理、店铺经营、创业排名为一体，为学生创业训练提供真实的环境和模拟条件。二是实习与创业训练。利用软件创建大学生实习平台，模拟实习环境，并在本平台开展创业模拟训练，让学生在毕业前对岗位、职业、创业有更多认识。并且可作为市场营销专业大学生实习的一个补充，帮助大学生解决实习难的问题；对创业感兴趣的可通过软件了解创业过程；增加学生对企业运营的理解，树立岗位、职业和创业的正确观念。



表 2-1 校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要功能	主要仪器配备	设备总值	工位 数
1	市场营销模拟实训室	认识实习 ERP 实训 综合实训 课程教学	中教畅享市场营销模拟软件、电脑、投影仪、桌椅等。	215300 元	35
2	市场营销模拟创业实训室	综合实训 创业模拟 课程教学	创业模拟经营软件、电脑、投影仪、桌椅等。	116200 元	40

市场营销专业校内实训基地一览表

序号	实训室名称	类别	功能作用
1	市场营销实训室	虚拟情境	承接《市场营销》等专业课程的教学，以及市场营销技能训练、综合实训，市场营销省赛、市赛等备赛任务。
2	市场营销模拟实训室		市场营销模拟实训、企业经营管理创新创业 ERP 实训、市场调查综合实训，市场营销省赛、市赛等备赛任务。
3	电商运营实训室	仿真项目	承接《电子商务运营与管理》等专业课程的教学以及《电子商务综合实训》任务，完成电子商务运营师技能考证。
4	电商综合实训室		承接《电子商务》、《商务办公自动化》等课程的教学以及山东省职业院校技能大赛“电子商务技能”竞赛备赛任务。
5	镰刀农业科技校园运营中心	真实场景	承接《网络信息采集与编辑》等专业课程教学以及《综合实训》任务，完成电子商务运营师技能考证，承接全国高校商业精英挑战赛、商业信息化创新创业竞赛备赛任务。
6	互联网商贸大学生创客空间	实战项目	学生通过《网络营销》等课程的学习和《专业认识实习》、《职业体验实习》、《综合实训》等实训课程的开展，培养学生的创新创业能力，引入企业真实项目，掌握新零售环境下视觉营销、新媒体营销、电子商务平台营销等岗位的专业技能，进行真实的岗位训练。

## (2) 校外实训条件

我们按照有利于促进校企“资源共享、互惠互利共同发展”的原则与企业建立多方位、长期稳定的合作。在与校外实习基地的合作过程中，我们利用企业的

条件培养学生动手能力和创新精神，企业也可以从实习生中选拔优秀人才，满足企业日益增长的对营销人才的需求，达到“双赢”的效果，同时也为探索校企合作的其他方式打下了基础。

目前，我们根据专业建设发展和人才培养需要，先后与新星集团、鲁南制药、屈臣氏等 14 家企业合作，建立了稳定的校外实习基地，见表 2-2。

表 2-2 校外实习基地建设功能任务表

单位	主要生产任务	承担任务	年接纳学生数/人
淄博网商商会	信息服务	跟岗实习、顶岗实习	30
太平洋保险在线服务科技有限公司山东分公司	保险服务, 呼叫服务	专业认识实习、职业体验实习、跟岗实习、顶岗实习	60
青岛链家房地产有限公司	地产销售	跟岗实习、顶岗实习	30
山东鲁南制药有限公司	制药	跟岗实习、顶岗实习	30
山东新星集团有限公司	批发零售	专业认识实习、跟岗实习、顶岗实习	60
山东万声通讯实业有限公司	呼叫服务	专业认识实习、职业体验实习、跟岗实习、顶岗实习	30
圣迪奥时装有限公司	服饰	跟岗实习、顶岗实习	30
信合地产淄博分公司	地产销售	跟岗实习、顶岗实习	10
上海婵之云服饰有限公司	服饰	跟岗实习、顶岗实习	20
青岛屈臣氏个人用品有限公司	零售	专业认识实习、职业体验实习、跟岗实习、顶岗实习	40
山东卓创资讯集团有限公司	资讯服务	专业认识实习、职业体验实习、跟岗实习、顶岗实习	40
山东世联怡高物业顾问有限公司淄博分公司	房地产销售	跟岗实习、顶岗实习	50
山东方达电子商务产业园	电商营销	专业认识实习、跟岗实习、顶岗实习	10

今后每年新发展 2-3 家合作密切的实训基地。一方面邀请企业的能工巧匠、管理人才和校内教师一起指导学生进行校内实训、授课，另一方面安排学生在校外实训基地进行顶岗实习，学生在校外实训基地进行顶岗实习期间，由企业兼职教师与校内教师一起对学生实习工作过程进行指导、评价。

### 3. 教学资源

#### (1) 职业技能标准

助理营销师职业技能标准：

市场调研与预测能力、营销策划能力、商品推销与商务谈判能力以及基本的管理能力；

可以独立从事市场调查活动，有创造性地组织参与产品策划、广告策划、品牌策划等各种策划活动；

能够熟练运用谈判策略与技巧开展人员推销，并对中间商、推销队伍以及客户管理进行有效的管理。

#### (2) 课程资源库

市场营销专业建有部分课程教学资源库，内含丰富的视频、多媒体课件、案例等信息教学资源。学校图书馆数字资源也为本专业的教学和科研提供了丰富的参考文献。目前建设了《客户关系管理》精品课程，完成了《网店策划经营》、《网络课程》、《顶岗实习》等网络课程的建设；制作整理了多门课程的多媒体课件：《推销实务》、《展示与陈列》、《网络营销》等，搜集典型营销案例；录制、搜集、编制了形式多样的扩充性教学资料：《市场营销实务》、《网店策划经营》、《展示与陈列》优质课程视频、动画演示及图片、专业文献等教学资料。

今后，我们将加大课程资源建设力度，建设丰富的主干课程教学资源库。

### 4. 教学评价与考核

#### (1) 教学评价

结合先进的教育教学评价理念，选择科学合理的评价方法，如采用“日常过程性考核、实践考核、期末考核”等评价方式。

日常过程性考核评价：

一般应依据学生的学习态度、课程出勤、课程表现、任务完成情况和质量进行评价，建议结合学生自评、组内互评、小组互评、教师评价，进行多元评价，具体的分值比例可由教学团队结合学生建议进行确定。

实践考核评价：

一般应依据学生的职业态度、考核表现、技能成效进行评价，可结合学生自

评、组内互评、小组互评、教师评价，进行多元评价。

期末考核评价：

一般可采用笔试、测试、考核等方式进行，重在评价检测学生对本门课程知识掌握或技能水平的整体情况。教学团队可根据教学评价要求，适当听取学生的意见建议，选择具体的评价方式方法，制定合理的评价方案。

## （2）教学考核

课内教学课程考核：

依据学院人才培养指导方案及教学管理规范相关规定，对课内教学课程进行考试或考查并评定成绩。提倡考试模式创新和改革，采用多种考试方式，如笔试、项目考核、探究式考试，充分反映学生的知识掌握程度。例如：闭卷或开卷笔试；课程作业、方案设计、调研报告、论文等。倡导教考分离、无纸化上机考核、过程考核、项目考核、以赛代考等方法，促进考核模式的现代化和多元化。也可以是以上多种考试方式的有机结合。

综合实践考核：

实践活动包括实习实训、毕业设计、劳育及社会实践等，均实行课程和学分管理，未能取得规定学分的不具备毕业资格。

实训课程是指各类整周实训实践课程，时间一般在 1-10 周，采用过程考核方式进行评定。过程考核的主要依据是：平时表现、作品成绩或综合考核成绩。实训课程的考核依据学院“实践教学管理规范”之规定及相关规定进行成绩的评定，一般包括学生实习实训的过程表现和实习报告考核，具体比例可以根据需要设计，一般过程表现占总成绩的 40-60%，实习报告占总成绩的 60-40%。

实习课程专指跟岗实习、顶岗实习。实习考核由单位评价和指导教师评价完成。单位评价成绩以实习单位给出的实习鉴定表为依据，指导教师评价根据学生的平常表现、企业实习鉴定和实习报告进行评价。各项权重分别为 40%、30%、30%。折算后按优(90--100)，良(75--89)，及格(60--74)，不及格(59 分以下)评定等级。

毕业设计是高职学生在校学习期间重要的综合性实践教学环节，是实践教学的重要组成部分。上交的材料可以是行业企业调研报告、方案设计，也可以是紧密结合企业实际的论文。依据学院实践教学管理规范的规定，平时成绩（30%）、

评阅成绩（40%）和答辩成绩（30%），折算后按优（90---100），良（75---89），及格（60---74），不及格（59分以下）评定等级。

课外教育考核是提升高职学生综合素质的主要途径。高职学生要加强素质教育，将素质教育融于课内和课外的教育教学活动中，结合开展的思想政治课教育、入学教育、公益劳动、社会实践等教学活动，通过实施班主任及专业教师引导，指导学生在遵规守纪、文明礼貌、和谐相处、自我管理、学业及职业规划等学习、生活和为人处世方面得到提升，融素质教育于日常学习生活中，尊重学生的个性化发展和能力提升，使学生在潜移默化中得到锻炼和成长。课外教育考核，主要依据学院相关规定和学生的综合表现进行等级评定。

**能力、素质考核：**对于能力考核，依据课程的培养目标，课程考核强调以调动学生学习的积极性、监督学生学习过程、评价学生的综合能力为目的，实行学习过程考核和综合考核相结合的考核方案。将过程性考核与期末综合性考核有机结合，围绕课程核心内容，进行专业能力、职业能力的综合考核。对于素质考核，主要依据学院的学生综合素质测评方案，从思想道德、学业成绩、创新能力、身心素质四个方面进行考核测评。

## **（二）教学建议**

### **1. 教学模式**

坚持“教无定法”的原则，在教学过程中因材施教，灵活选择教学模式，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。

市场营销专业教学中注意创设教育情景，一般采用情境导向教学模式、案例导向教学模式；理论实践一体化教学模式真正实现“以学生为中心”和“教师为主导、学生为主体”。

### **2. 教学方法**

（1）分组讨论法。针对较大型的项目训练和操作，对学生进行分组，分派任务后，每组指定一名学生负责，带领全组同学分析讨论项目和任务要求，在了解整个项目流程的基础上进行分工，使所有参加者不仅掌握自己负责的工作，还要掌握自己所完成的工作在整个操作中的位置和作用，从而掌握整个设计内容。分组讨论的教学方法既加快了进度，又培养了学生的团队精神。

(2) 案例分析法。用大量的操作案例诠释操作的实际过程，将抽象的理论问题形象化，便于学生理解与把握。在教学过程中选择普遍性、代表性的案例，整个学习过程是贯穿于案例分析之中，教师围绕案例提出要学生解决的问题或任务，引导学生结合相应的知识点寻找解决问题的途径和手段。

(3) 角色扮演法。通过对具体任务操作过程中某些工作人员的角色扮演，使学生对该任务有比较形象的认识，提高对实际工作环境的适应能力。在教学过程中围绕某一具体问题，从实践、案例和相关资料中，收集相应素材，设计模拟情景，让学生扮演其中的各种角色，从中学习和运用所学知识，从而达到提高学生素质这一目标。

(4) 任务驱动法。按照教师的设计，预先让学生学习相关知识，上课时下达任务书，通过任务引领，让学生自主学习，老师再进行指导，增强感性认识，从而更好地学习相关课程。

(5) 模拟实训法。利用平台软件，组织学生进行企业经营管理沙盘模拟对抗模拟操作。这种教学方式不仅激发了学生的学习兴趣，更好地掌握专业课程的基本理论，而且为学生将来进行营销管理操作打下坚实的基础。

(6) 现场教学法。组织学生利用校外实习基地进行现场观摩教学，直接面对市场营销实践中的实际问题，极大地提高了学生的实践能力和解决实际问题的能力。

## 十、继续专业学习深造建议

学生可以参加自学考试；也可以参加专升本考试，或者出国等深造学习。