湖州职业技术学院

市场营销专业人才培养方案（中国特色学徒制）

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、入学要求

高中毕业生、中职毕业生或具有同等学历者

三、修业年限

基本学制3年，学习年限 3-6 年，学分制

1. 职业面向

根据国家颁布的《高等职业学校市场营销专业教学标准》，结合浙江省以及湖州市对市场营销专业人才的需求，确定如下职业类别和岗位。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类（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举例 |
| 财经商贸大类(63) | 市场营销类(6307) | 批发业 (51）零售业（52） | 营销员（4-01-02-01)商品营业员(4-01 -02-03)摊商(4-02-02-05） 市场营销专业人员(2-06-07-02) | 销售代表（顾问）销售经理区域销售经理市场专员市场经理小微商业企业创业者 | 下列专业技能证书之一：数字营销（中级）中级营销员证书 |

五、人才培养目标与规格

**（一）培养目标**

本专业培养思想政治坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，面向批发和零售行业的销售代表、销售经理、区域销售经理、市场专员、市场经理、卖场经理和小微商业企业创业者，具有市场调查与分析、营销策划、商务谈判、网络营销、客户关系管理等知识和技术技能，能够从事市场调研、市场开发、商品销售、销售管理工作以及自主创业的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

1. **培养规格**

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1.素质

（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，有较强的集体意识和团队合作精神。

（4）开朗乐观，积极向上，具有职业生涯规划意识和自我管理能力。

（5）具有健康的体魄，健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的生活及行为习惯。

2.知识

（1） 掌握必备的思想政治理论、道德修养、法律基础以及军事知识。

（2） 理解市场营销含义，掌握营销管理过程基本内容和方法。

（3） 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和方法。

（4） 掌握营销调研的流程与方法、数据分析与调查报告的撰写方法。

（5） 掌握营销活动策划的基本内容、方法和要求。

（5） 掌握推销和商务谈判的原理、原则、方法和技巧。

（6） 掌握客户开发、维护和信息管理的基本内容和方法。

（7） 掌握销售团队组建和管理的知识和方法。

（8） 掌握现代网络营销的内容、方式和操作技术。

（9） 掌握电子商务基本概念、原理，网店的建立和运营方法。

（10）理解体验营销含义、掌握体验营销实施方法与途径。

（11）掌握创业设计与管理基本内容和方法。

（12）掌握经济学、管理学、财务管理、商务礼仪基本知识。

3.能力

（1）具有探究学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的沟通表达能力和人际交往能力。

（3）具有一定的组织管理和经营运作能力。

（4）具有较强的创新创业意识和一定的创新创业能力。

（5）能够组织实施企业产品或服务的与营销调查与分析。

（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）能够组织实施产品推销和商务谈判。

（8）能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。

（9）能够对产品销售、市场推广和客户关系工作进行组织管理。

六、学徒岗位及考核标准

**（一）学徒岗位标准**

校企共同培养学徒制的核心是发扬工匠精神，通过系统培训、导师辅导和轮岗等培养手段带动学生更快更好地实现职业发展目标。根据知识和素质要求设定学习情境，根据关键岗位能力需求和学习情境选择教学模块，构建以掌握现代营销岗位技能与素质为培养目标的教学内容。学徒岗位标准如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 类别 | 职业岗位名称 | 主要工作任务 | 职业能力分析 |
| 初始岗位 | 销售专员 | 1.负责辖区市场信息的收集及竞争对手的分析。2.负责销售区域内销售活动的策划和执行，完成销售任务。3.根据市场营销计划，开拓新市场展新客户,增加产品销售范围。4.管理和维护客户关系，巩固顾客群体。 | 1.能够进行线上或线下信息收集与分析。2.能够开展线上或线下商务谈判与商品推销活动。3.能够建立和维护好线上线下客户关系。4.具有良好的沟通表达和人际交往能力。5.具有较强灵活应变力、心理抗压能力和团队合作能力。6.具有较强学习能力，创新能力。 |
| 市场专员 | 1. 进行市场推广活动的策划并制定具

体的活动方案。
2.联系和协调合作单位，配合市场推广活动。
3.全面执行市场推广方案，并监督执行过程掌握执行进度。
4.根据市场推广活动的效果进行评估，并编写市场推广活动效果评估报告。
6.定期进行市场信息的收集和整理以及分析工作，提出合适的市场推广创意。 | 1.能够进行线上或线下信息收集与分析。2.能够通过线上或线下媒体推广企业品牌、产品或服务。3.能够策划和执行线上或线下市场推广活动。4.能够对线上或线下市场推广活动进行评估。5.具有良好的沟通表达和人际交往能力。6.具有较强抗压能力和团队合作能力。7.具有较强学习能力，创新能力。 |
| 迁移岗位 | 客服专员 | 1.收集客户信息，了解分析客户需求，规划客户服务方案。2.建立客户档案，进行有效的客户管理。3.接待顾客来访或来电，与客户沟通，提供相关业务咨询。4.联络、询访顾客，维护和发展良好的客户关系。5.处理顾客投诉，组织公司产品售后服务工作。 | 1.能够及时正确解答顾客有关产品或服务的咨询。2.能够建立、维护和发展与顾客的关系，稳定客户群体。3.能够收集和分析顾客信息，对顾客进行有效管理。4.能够正确对待并妥善处理顾客投诉。5.具有良好的沟通表达和人际交往能力。6.具有较强心理耐受力和文明礼仪素养。 |
| 网店（直播间）运营专员 | 1.负责网店（直播间）日常运营、管理工作。2.负责网店（直播间）选品、定价、销售推广策略制定。3.收集销售或推广活动的市场反馈数据，进行分析，并调整销售或推广方案。4.与媒体平台及品牌对接，维护商务合作关系，有效整合内外部资源。 | 1.能够管理网店（直播间）日常运作；2.能够采集和分析网店（直播间）经营数据。3.能够对网店（直播间）的销售推广活动进行策划和调整。4.能够对接以及整合外部平台和资源。5.具备较强的沟通谈判能力及解决问题能力。6.具备较强较强的数据采集、分析、判断与决策能力。7.具有良好管理能力、团队合作能力和创新能力。 |
| 发展岗位 | 销售经理 | 1.建立和管理销售队伍，完成销售目标。2.负责职责区域内销售的计划、组织、检查、控制。3.负责职责区域内销售日常管理工作。4.负责职责区域内员工的管理、指导、培训及评估。5.负责职责区域内客户关系管理。 | 1.熟练运用市场调查、商务谈判、商品推销、客户关系管理技能。2.具有较强的沟通表达和人际交往能力。3.具有较强组织管理和领导能力。4.具有较强的学习能力和抗压能力。 |
| 市场经理 | 1.制作市场推广预算、实施方案及详细执行计划。2.负责各类市场推广的策划、组织、实施与总结。3.建立和完善市场推广制度和规范，管理市场推广团队，提升团队工作质量。4.熟悉职责范围内的各类媒体平台，保持良好的媒体对接关系。 | 1.熟练运用市场调查、营销策划、市场推广技能。2.熟悉各类媒体平台及运作。3.具有较强的沟通表达和人际交往能力。4.具有较强组织管理和领导能力。5.具有较强的学习能力、创新能力和团队合作能力。 |
| 营销总监 | 1.对企业营销环境进行分析，掌握市场动态。2.确定销售额、市场占有率、市场知名度等营销战略目标。3.选择经营的细分市场。4.明确企业或产品市场定位。5.制定产品、价格、渠道、促销策略。 | 1.熟练运用SWOT等分析工具，研究企业营销环境状况。2.能够制定企业营销战略方案；3.能够制定营销组合策略，形成整合营销。4.具有较强的分析和研究市场的能力。5.具有较强的判断决策力。6.具有开拓创新能力。7.具有强大心理抗压能力。 |
| 小微企业创业者 | 1.主持公司的基本团队建设、拟订公aq司内部管理机构设置方案和基本管理制度，规范内部管理。2.全面主持公司市场调研、经营战略制定、营销方案设计、财务管理等经营管理工作。3.全面主持公司采购、销售、物流、客户管理等工作。4.全面主持对外交往、公关等工作。5.推进公司企业文化的建设工作。 | 1.熟练掌握市场调查、创业设计技能，具有敏锐的市场洞察力、果断决策力和执行力。2.掌握创业管理技能，能够管理公司各方面业务运作。具有较强组织管理和领导能力。3.具有较强的沟通表达和人际交往能力。4.具有较强的学习能力、创新能力和团队合作能力。5.具有强烈创业意识、坚韧意志力和强大抗压能力。 |

**（二）学徒岗位考核标准**

从课堂学习、技能实训、企业实践三个维度，建立由学徒（学生）自我评价、学校导师评价、企业导师评价、行业专家评价相结合的学徒（学生）质量考核评价体系。根据每个电商轮训岗位的实训考核标准，制订学徒（学生）考核评价标准，设计评价表格，从学徒（学生）在市场营销岗位轮训期间理论知识和专业技能掌握程度、学习态度、实训表现、岗位工作任务完成情况和职业素养等方面，制定该岗位技能考核指标和评分细则，对轮训岗位群进行技能达标考核。

岗位考核采取分阶段考核的方法，在完成每个岗位的实训任务后，经过学徒（学生）自我鉴定、学校导师对学徒（学生）进行理论考核、企业导师和行业专家对学徒（学生）进行技能考核、“双导师”联合对学徒（学生）进行综合考核等程序，或者可借鉴第三方考核评价的方式，综合评价学徒（学生）在该岗位的实训成绩。

七、课程设置

**（一）工作任务与职业能力分析**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **工作领域** | **工作任务** | **职业能力** |
| 商品销售与管理 | 1.建立销售队伍，收集相关市场信息，制定销售规划，落实销售任务。2.针对特定市场，开展产品或服务销售。3.对销售活动进行检查、控制。4.开拓新市场,发展新客户,扩大产品销售范围。5.管理维护客户关系。 | 1.具备市场调查与分析、商务谈判与推销、客户关系管理、组织管理能力。2.具备良好的沟通表达和人际交往能力。3.具有较强灵活应变力、心理抗压能力和团队合作能力。4.具有较强的学习能力和抗压能力。 |
| 市场推广与管理 | 1.制订市场推广规划方案。2.策划并实施市场推广活动。3.评估市场推广效果，提出改进措施。4.管理市场推广团队，提升团队工作质量。5.建立并维持与媒体平台的良好关系。 | 1.具备市场调查与分析、市场推广策划能力。2.具有实施并评估市场推广方案能力。3.具有组织与管理能力。4.具有良好的沟通表达和人际交往能力。5.具有较强的学习能力、创新能力和团队合作能力。 |
| 市场营销管理 | 1.市场营销环境调查与分析预测。2.制定营销目标。3.选择目标市场，确定企业或产品市场定位。4.制定产品、价格、渠道、促销策略。5.制定市场营销预算。6.检查市场营销活动，实施控制。 | 1.具备市场调查、营销环境分析、制定营销战略与营销组合策略能力。2.具备判断决策和组织管理能力。3.具有开拓创新能力。4.具有强大心理抗压能力。5.具有较强的学习能力。 |

1. **课程体系结构**

****

**（三）公共基础课教学内容与要求**

根据党和国家有关文件规定，开设思想政治、体育、军事、心理健康、劳动与美育等课程为公共基础必修课；将职场英语、职业生涯发展与就业指导、创新创业教育等列入限定选修课；并将党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、《课说浙江》、传统文化、生态文明、信息技术、应急救护、职业素养等列入任选课，提升学生综合素质。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要内容与要求** | **学分/学时** |
| 1 | 军事技能 | **主要内容：**内务条令、纪律条令、队列条令教育；单个军人队列动作、分队的队列动作、战术基础动作；射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练；军体拳、战备基础与应用训练。**教学要求：**掌握基本的军事技能和军事素质，有良好的体魄、严明的组织纪律性、强烈的爱国热情、善于合作的团队精神，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官奠定基础。 | 2/112 |
| 2 | 军事理论 | **主要内容：**国防法规、国防义务和权力、国防建设、武装力量和国防动员；安全形势及国际战略形势；世界新军事革命及古今中外军事思想；新军事革命、机械化战争和信息化战争；信息化装备、信息化作战平台、综合电子信息系统和信息化杀伤武器。**教学要求：**掌握军事基础知识，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，增强爱国主义，民族主义、集体主义观念，加强纪律性，提高学生综合国防素质。 | 2/36 |
| 3 | 思想道德与法治 | **主要内容：**马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。**教学要求：**针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题，开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生提升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。 | 3/48 |
| 4 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | **主要内容：**以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验。以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映实现全面建设社会主义现代化强国、中华民族伟大复兴中国梦的战略部署。**教学要求：**准确把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果及其精神实质；加深学生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、历史成就的更深刻认识；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。 | 4/72 |
| 5 | 形势与政策 | **主要内容：**党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。**教学要求：**正确认识党和国家面临的形势和任务，正确认识国情，理解党的路线、方针和政策。具有一定正确分析和认识当前国内外形势的分辨能力和判断能力，坚定走中国特色社会主义道路的信心和决心。 | 1/40  |
| 6 | 大学生心理健康教育 | **主要内容：**包括情绪管理、压力管理、生命教育、心理危机应对以及逆境与成长等主题，涵盖大学生认知与探索、调试与应对、发展与提升等方面内容，由心理现象和心理过程引入心理健康教育的概念等，让学生学会学习，学会生活。**教学要求：**使学生明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及常见的心理问题表现，掌握自我调适的基本知识；使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，正确认识自我、完善自我、发展自我、优化心理素质，提高心理水平，促进全面发展。 | 2/32 |
| 7 | 体育 | **主要内容：**学习基本的体育理论以及田径、球类、健美操、武术等项目的基本知识、技术、技能。增强学生自觉树立培养良好的职业道德及职业习惯的意识，形成敬业、守信、高效、协作、精益求精等职业道德与素质。**教学要求：**掌握运动项目的技战术理论和基本知识、运动健身的基本原理与锻炼方法、运动损伤的预防与处理；使学生能把所学理论、技战术、技能知识运用到具体身体活动中；提高学生在身体活动中观察、思维、推理、判断、分析与解决问题的能力。 | 6/108  |
| 8 | 劳动与美育 | **主要内容：**主要讲授劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规、美与审美的基本理论、自然审美、社会审美、艺术审美活动等内容。增强学生职业认同和劳动自豪感，培育爱岗敬业的劳动态度，严谨专注、精益求精、追求卓越的工匠精神，树立正确的审美观，提高审美境界、审美能力以及提高审美活动和审美教育的自觉性。**教学要求：**使学生树立正确的劳动观点和劳动态度，养成诚实守信、吃苦耐劳的劳动品质和珍惜劳动成果、杜绝浪费的消费习惯。握基本的劳动知识和技能，能够结合所学专业知识，解决实际问题。掌握基本的美学理论，具备一定的审美能力。 | 2/32 |
| 9 | 大学生创业基础 | **主要内容：**从创新教育、创业教育和专业教育相融合的角度，通过创新基本理论、创业团队组建、发掘创业机会、分析创业市场、整合创业资源、推演创业项目等内容学习，使学生在参与教学过程中体验、参悟和提高创新创业能力。**教学要求：**掌握创新创业的基本知识，熟悉创业基本流程和基本方法，了解创新创业的法律法规和相关政策，认知创新创业的基本内涵和创业活动的特殊性，全面提升学生创新创业意识、创新创业能力，增强学生社会责任感、创新精神和创业能力，促进创业就业和全面发展。 | 2/36 |
| 10 | 职业生涯发展规划与就业指导 | **主要内容：**自我认知、社会环境认知、科学决策的方法、确立生涯目标；了解职场与职位、掌握简历写作方法、学习面试成功经验、提升大学生的就业能力。**教学要求：**了解和掌握职业生涯规划的基本知识。增强大学生职业生涯规划的能力，帮助大学生更好的解决职业生涯过程中遇到的问题。 | 2/40 |

**（四）主要专业课教学内容与要求**

1.专业基础课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要内容要求** | **学分/学时** |
| 1 | 市场营销基础 | **主要内容：**包括营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识。**教学要求：**学生初步了解市场营销的基本概念、基本原理和基本技能，能够运用市场营销管理过程开展营销管理活动。能够运用“SWOT”分析法，分析评价企业的市场营销环境；能够运用市场营销战略理论分析企业营销战略案例得失。 | 4/64 |
| 2 | 国际贸易基础 | **主要内容：**国际贸易的基本知识、主要理论及相关政策与措施；当代国际经济贸易的发展趋势、世界贸易组织、当前世界主要国家的对外贸易和中国的对外贸易发展。**教学要求：**使学生能够运用国际贸易的基本知识，按照国际贸易的分类标准及统计方法，从贸易规模、贸易结构等不同角度分析国际贸易的能力。能够从区域经济、国际投资、跨国公司、国际服务贸易的发展状况，分析国际间贸易经济合作的态势及对企业对外贸易发展的正负影响。能够收集、分析、比较国际贸易政策措施，学会应对策略。能够对世界贸易组织的原则及运行机制进行分析，并能解释世界贸易组织的权威性。 | 4/64 |
| 3 | 商务礼仪 | **主要内容：**见面的礼节；服饰礼仪、仪表仪态礼仪、交谈的礼仪；宴请礼仪、访送礼仪等知识。**教学要求：**能进行个人形象的正确设计，包括正确着装、修饰及良好的姿态礼仪，能够正确运用见面礼仪、访送礼仪、宴请礼仪。 | 2/32 |
| 4 | 电子商务基础 | **主要内容：**电子商务的基本概念、基本原理，电子商务模式、电商关键技术及其应用。**教学要求**：使学生掌握企业电子商务基础知识，并通过相关的实践技能训练，使学生认识电子商务的业务流程，并能够网上开设商店，运用所学知识进行电子商务活动。 | 4/64 |

2.专业核心课主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要内容要求** | **学分/学时** |
| 1 | 营销调研实务 | **主要内容**：调查方案设计、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。**教学要求：**掌握营销调研的基本方法与操作过程，能够实施市场信息收集，并对数据进行整理、加工与分析，能够撰写小型的调研报告，使学生成为具有初步调研能力的营销人才。 | 4/64 |
| 2 | 消费者行为分析 | **主要内容：**消费者购买决策的类型及过程、消费者的需要与动机，消费者的个性、自我概念与生活形态，消费者的知觉、情感、态度与学习，文化、亚文化与社会阶层，家庭、参考群体与意见领袖、营销策略与消费者行为等。**教学要求**：能够结合具体行业和产品，用直接和间接收集资料的方法描述和分析特定细分市场消费者在年龄、文化、社会阶层、个性、生活方式、需求和购买动机、收集信息、评价选择产品、购后使用处置产品等方面的特征；能够初步研究消费者的购买决策过程，并运用这些研究结论评价和改进产品的营销策略。 | 4/64 |
| 3 | 营销策划实务 | **主要内容：**市场营销策划的基本流程，市场定位策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划等。**教学要求：**掌握营销策划技术，能够结合一个项目，在市场调研的基础上完成市场定位策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划。 | 4/64 |
| 4 | 商务谈判 | **主要内容：**商务谈判概述、商务谈判原理、商务谈判原则、商务谈判成败标准。商务谈判环境调研、商务谈判方案制定、商务谈判筹备、商务谈判磋商、商务谈判签约与履行。**教学要求**：掌握商务谈判技术，能够遵循商务谈判原理、原则、成败标准，按照商务谈判活动过程，完成商务谈判准备、磋商、签约、履约。 | 4/64 |
| 5 | 销售管理 | **主要内容**：销售管理含义、模式、原理和销售管理中的道德等销售管理基础知识和销售规划、销售对象、销售人员和销售过程管理等内容。**教学要求**：掌握销售管理的基本理论和基本技能，增强学生的营销管理能力、工作能力和创新能力，提高市场营销专业学生的专业技能。为学生将来晋升为销售主管、销售经理等高级职位进行知识和技能的储备。 | 4/64 |
| 6 | 网络营销 | **主要内容**：网络营销学理论体系，网络营销环境，网络消费者购买行为，网络市场细分、网络目标市场选择和市场定位方法，网络促销组合，网络广告知识。**教学要求**：了解网络营销的现状和发展趋势，认识网络营销的内容和方式，掌握网络营销基本知识和技能，提高学生从事网络营销的理论素养和网络营销工作能力。 | 4/64 |
| 7 | 客户关系管理 | **主要内容：**客户关系管理理论与方法，客户开发管理、客户信息管理、客户分类管理、客户满意管理、客户忠诚管理、客户沟通与关怀、客户服务技巧。**教学要求：**了解客户关系管理的基本概念、理解客户关系管理的相关理论知识，掌握一整套客户开发与服务管理的具体方法。使学生成为具有初步客户开发与管理能力的营销人才。 | 4/64 |

1. 学徒岗位综合实践主要教学内容与要求

经与我校开展现代学制联合培养的浙北大厦集团有限公司、老娘舅餐饮有限公司、湖州丁莲芳食品有限公司一起研究探讨，开发如下现代学徒制岗位综合实践课程。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要内容与要求** | **学分/学时** |
| 1 | 门店运营管理岗位实习 | **主要内容：**门店运营管理内容；门店商品陈列的要求和方法；门店经营业务；门店促销的形式。**教学要求：**使学生掌握门店日常管理、门店布局与陈列、门店销售管理、门店商品促销等技能，培养严谨的工作态度、积极创新的职业素养。 | 4/80 |
|  | 线上销售推广岗位实习 | **主要内容：**网店、公众号、APP等线上产品销售与市场推广技术。**教学要求：** 使学生掌握线上产品销售以及推广技术，培养学生敬业、合作、创新的职业素养。 | 6/120 |
|  | 线下销售推广岗位实习 | **主要内容：**企业商品认知、竞争产品认知、顾客需求信息收集与分析、销售礼仪、销售话术与技巧、销售过程服务、以及产品市场宣传推广技术。**教学要求：**使学生掌握企业商品以及竞争产品的性能特点，了解顾客对产品的需求，用恰当的语言、方式帮助顾客购买需要的产品，并建立与顾客的良好关系。培养学生文明礼仪素养、以及沟通表达能力、人际交往能力、灵活应变能力。 | 8/160 |

**（五）主要实践环节**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **实践环节** | **学期** | **课时或周数** | **主要内容及要求** |
| 基本技能 | 专业认知实训 | 1 | 1周 | **主要内容：**专业介绍、职业营销人交流、企业营销工作观摩、职业规划设计。**教学要求：**使学生对营销专业人才培养体系有清楚的认识，明确未来就业岗位、工作内容和职业发展方向，以及需要具备的能力与素质要求。 |
| 企业经营沙盘对抗 | 1 | 1周 | **主要内容：**利用ERP电子软件模拟企业经营。**教学要求：**能够运用软件中企业经营的规则，合理地进行预测和决策；能够利用电子软件完成模拟企业的6年经营。 |
| 情景营销实战 | 3 | 1周 | **主要内容：**使用中教畅享“市场营销综合实训与竞赛系统”模拟企业市场营销。**教学要求：**能够使用模拟训练平台对营销宏观环境、微观环境进行分析，做出企业营销决策，完成模拟对抗。 |
| 综合技能 | 调研实战 | 2 | 1周 | **主要内容：**确定营销调研主题、设计调查问卷、进行实地调研、撰写调研报告。**教学要求：**使学生掌握营销调研的流程，具有初步的营销调研实践能力。 |
| 策划实战 | 3 | 1周 | **主要内容：**结合具体企业的产品项目，进行市场调查，完成市场细分与定位、营销4p策略策划。**教学要求：**使学生掌握营销策划的流程和策划方法与技巧。 |
| 体验营销实战 | 3 | 1周 | **主要内容：**结合项目化教学方法，通过模拟公司设计体验营销方案，并通过团队合作共同完成体验营销方案。**教学要求：**使学生对体验营销有亲身体验，并掌握体验营销活动的整体流程。 |
| 推销实战 | 4 | 2周 | **主要内容：**结合具体商品，针对目标顾客群体,制定综合销售方案，运用推销技巧、商务谈判和客户关系管理等方法实现销售目标。**教学要求：**使学生体验商务谈判与推销的过程，掌握推销技巧，锻炼学生人际沟通能力、团队合作能力。 |
| 现代学徒制岗位实习 | 5 | 18周 | **主要内容：**进入现代学徒制合作企业，在线下销售、线上销售、门店运营管理等岗位轮岗实习。**教学要求：**使学生掌握线下商品销售与推广技能、线上商品销售与推广技能以及门店运营管理基本技能，锻炼学生社会适应能力。 |
| 毕业实习毕业设计 | 6 | 18周 | **主要内容：**进入毕业实习单位工作，对企业营销环境进行调查，发现营销问题，提出营销对策或方案。**教学要求：**了解学生日常工作状况，指导学生完成毕业实习。指导学生毕业设计，完成毕业设计系列任务。 |

八、教学进程及学时安排

**（一）教学周数安排表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项 目周学 期 数 | 授课环节 | 其他环节 | 社会实践 |
| 总教学周数 | 课内教学 | 集中时间教学 | 复习考试 | 入学毕业教育 | 军训/机动 |
| 一 | 20 | 15 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| 二 | 20 | 16 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 三 | 20 | 16 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 四 | 20 | 16 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 五 | 21 | 14 | 4 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 六 | 19 | 0 | 18 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 总计 | **120** | **77** | **29** | **5** | **2** | **5** | **2** |

注:第5学期各专业统一安排社会实践2周，完成第二课堂教学相关要求。

**（二）课程进程及学时安排表**

见附件：2021级市场营销你专业课程设置与安排表

1. 师资队伍

1.校内专任教师

具有贸易经济、企业管理、工商管理、市场营销等相关专业硕士以上学历；具有高校教师资格证和中级以上相关职业技能等级证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有较强教学能力、科学研究和社会服务能力；每 5年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

2. 校内兼课教师

具有贸易经济、企业管理、工商管理、市场营销等相关专业本科以上学历；具有高校教师资格证和中级以上相关职业技能等级证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有较强教学能力和专业实践经验，能理论联系实际开展教学和进行教学改革。

3. 企业教师（学徒制）

具有扎实的营销岗位知识和丰富工作经验、工作业绩突出。具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神。能承担营销职业岗位相关课程教学、实习实训指导等专业教学任务。

 十、校企双方职责

**（一）组织机构**

 成立由校长任组长，分管学生工作副书记、分管教学副校长任副组长，教务处、人事处、科技处、学生处、招就处、实训处负责人和各二级学院院长为成员的现代学徒制试点工作领导小组，全面指导协调现代学徒制开展的各项工作。领导小组实行联席会议制度，每学期定期召开联席会议，研究解决工作推进过程中的重大问题。

领导小组下设办公室（设在教务处），负责试点工作的日常协调。教务处、经济管理与电商学院具体负责组织实施，招生就业处、人事处等相关部门配合执行。

 经济管理与电商学院与企业联合成立现代学徒制试点工作小组和相关专业专家指导委员会，全面推进各试点专业的人才培养方案、课程标准、教学计划制定、日常教学管理、督导检查、考核评价、年度报告、周期总结及资料收集整理等各项工作。

**（二）管理职责**

校企双方签订试点专业《现代学徒联合培养协议》，协议明确校企双方职责、分工；明确校企联合招生、分段育人、多方参与评价的双主体育人过程及其管理办法；明确校内实训场所、校外实训基地、公共实训中心、企业实习岗位等教学资源的方式及其管理办法。

**（三）培养机制**

1.校企共同定位人才培养目标。根据专业主要就业岗位的典型工作任务和职业能力要求，与合作企业研讨确定现代学徒制试点专业人才培养目标。与合作企业开展专业调研和岗位分析，制订人才培养方案，建设新的课程体系，课程教学引入企实际案例和项目。

 2.校企共同参与教学过程。校企推行分段培养、工学交替的教学组织形式。分段培养：第一、二学年，学校承担系统的专业知识学习和基本的技能训练，校企协作开展企业合作课程的教学，依据培养方案进行岗位技能训练；第三学年进行工学结合培养。工学交替:第一、二学年，每学期安排一定的时间到企业认知岗位工作，了解企业文化，形成对企业的认同感；第三学年，到企业现场教学培养，师傅带徒弟。

3. 校企共同选聘企业师傅。校企共同制定企业师傅标准，并按照标准认定企业师傅。建立健全双导师的选拔、培养、考核、激励制度，形成校企互聘互用的管理机制。

4.校企共同完善管理制度。与合作企业共同制定管理制度，建立教学运行与质量监控体系，共同加强过程管理。

**（四）企业介绍**

1.浙北大厦集团有限公司

始创于1987年，是浙江省知名综合性商贸企业、湖州市“十大”城市名片之一。集团拥有浙北大厦购物中心事业部、超市事业部、家电事业部、文旅事业部等7个事业部和长兴、安吉、南浔、桐乡四个区域中心，经营范围辐射浙江湖州、嘉兴桐乡、江西南昌、安徽合肥四地，门店总数达到249家，总营业面积138多万平方米，员工近10000人。

自2005年起，企业连续十二年入围“中国服务业500强企业、连续十六年荣登“浙江省服务业百强企业”和“湖州市服务业优强企业”；获得“全国文明单位、全国百城万店无假货活动示范店、全国五一劳动奖状、全国商贸流通服务业先进集体、全国精神文明建设工作先进单位、全国商业服务业先进企业、中国商业名牌企业、省服务业重点企业、省重点流通企业、省现代服务业重点行业亩产效益领跑者、省著名商标、省知名商号、省名牌产品、省工商企业信用AAA级‘守合同重信用单位’、省消费者信得过单位”等数十项荣誉称号。

1. 老娘舅餐饮有限公司

老娘舅餐饮有限公司创建于1998年，第一家门店于2000年11月2日开业，老娘舅以“做中式快餐，创民族品牌”为经营宗旨，致力于打造以米饭为主的中式快餐连锁餐厅。目前除湖州外，老娘舅连锁餐厅已覆盖长三角主要城市，如上海、杭州、南京、芜湖、马鞍山、苏州、嘉兴、无锡、常州、宁波、金华、南通、扬州、义乌等地。老娘舅致力于为顾客提供稳定一致的优质中式健康食品和快速亲切的服务，让顾客在整洁的就餐换将中，享受物超所值的幸福。老娘舅已连续多年获得“中国餐饮百强”称号，先后获得“中餐科技进步一等奖”、“中国快餐十大品牌”、“餐饮业质量安全提升工程示范企业”等行业荣誉。曾为2010年上海世博会、2016年杭州G20峰会、2018年浙江省运动会、2018年-2019年云栖大会、2020年外滩大会等大型活动提供中式快餐服务。

3.湖州丁莲芳食品有限公司

“丁莲芳”创始于清光绪四年(1878年) ，已有140年的历史，湖州丁莲芳食品有限公司主要生

产销售千张包子、粉丝、卤味、粽子、调味品、休闲食品等20多种系列产品，涉及食品生产加工、餐饮服务产业。其中丁莲芳千张包子作为湖州市的文化名片，其3厘米见方的三角棱柱型享有国家发明专利，被誉为“百年好滋味”。

丁莲芳建有占地面积3.6万平方米的花园式现代食品加工生产基地，按GMA标准要求建有三条现代自动化生产线，通过IS09001和ISO22000体系认证生产千张包子年超100万个。

1997年荣获首届全国“中华名小吃”称号；1994年至2012年连续获得浙江省著名商标;2006年再次荣获国家商务部认定的首批“中华老字号”称号；2009年入选浙江省非物质文化遗产名录，被推荐申报国家级非物质文化遗产名录；2009年入选中国2010年上海世博会园区公共区域第三批餐饮服务供应商。

十一、实施保障

**（一）师资队伍**

1 校内专任教师

市场营销专业目前有专任教师8名，其中硕士5名、博士3名；高级职称3名、中级职称4名。具有双师素质7人，具有良好职业道德素养，以及较强教学能力、教改能力和社会服务能力。另有校内相关专业任课教师，均为硕士以上学历，教学能力较强、职业道德素养良好。

2 校内兼课教师

市场营销专业目前有校内兼课教师10名，其中高级职称3名，硕士3名。具有较好教学能力和良好职业道德素养。

3 企业教师（学徒制）

市场营销专业目前有近200名企业指导教师，企业教师专业知识扎实，实践经验丰富，并具有多年实习指导经历。

**（二）教学资源配置标准**

 1 教材选用

本专业教材选用严格按照《湖州职业技术学院教材建设、选用与管理办法》文件规定执行，思政课全部采用国家“马”工程教材和国家规划教材。公共基础课和专业核心课程从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，其他课程优先选用国家规划教材或省重点教材。自编教材均经学校教学委员会立项审批审核通过后使用。企业岗位实习采用企业编制的岗位操作实务汇编教材、实习指导书。

2 图书文献资源

学校图书馆除有大量藏书和文献资料，还配备有中国知网、[超星移动图书馆](http://lib.hzvtc.net.cn/content.asp?id=255" \t "_blank" \o "超星移动图书馆)、[新东方多媒体学习库](http://lib.hzvtc.net.cn/content.asp?id=191" \t "_blank" \o "新东方多媒体学习库)、[博学易知数据库](http://lib.hzvtc.net.cn/content.asp?id=215" \t "_blank" \o "博学易知数据库)、[京东读书电子书阅览室](http://lib.hzvtc.net.cn/content.asp?id=318" \t "_blank" \o "京东读书电子书阅览室)等服务平台，能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要。

3 数字资源

学校现有410余门网络课程供教师和学生使用（其中自建在线开放课程学习平台拥有课程100余门，在第三方在线平台建有110余门网络课程，购买第三方网络课程200余门）。企业建有线上学堂，提供相关网络课程学习资源。

**（三）教学设施（校内和校外）配置标准**

1.教室要求

学校建有多媒体教小班教室、多媒体公共教室、多媒体云教室等，完全满足理论教学和理实一体化教学要求。

2.校内实训资源

本专业校内建有商务营销策划实训室、商务运营实训室、国际会展谈判实训室、移动商务实训室、直播营销实训室等17个实验实训室，能够满足专业实训教学要求。

3.校外实训资源

本专业校外建有浙北大厦集团有限公司实习基地（湖职院校企合作示范实习基地）、老娘舅餐饮有限公司实习基地、湖州丁莲芳食品有限公司实习基地、阿里巴巴客服实习基地、湖州多媒体产业园实习基地等10个校外实习基地，能够满足学生专业实习实训教学要求。

**（三）教学方法、手段与教学组织形式**

依据专业培养目标、课程教学要求，结合课程教学目标和课程特点以及有关学情和教学资源，选择适合的最优化教学法。坚持学中做、做中学，倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略。根据内容特点和学生特点，以学生为主体，合理选择各种教学方法，教师起引导作用。在教学组织上充分利用校内理实一体化教室、多媒体网络教学条件和校内外实训基地的资源，采用问题教学、案例教学、任务驱动教学、情境教学、单项操作训练和综合能力考核等方法提高学生的职业能力。学校鼓励信息技术在教育教学中的应用，通过改进教学方式，达成预期教学目标。

**（四）学习评价**

学校改革和完善教学评价标准和方法，强调教学过程的质量监控。对教师评价，采取课前注意教学资料检查评价；课中注重教师、督导随堂听课评价；课后注重学生评教评价，确保教学质量。

对学生评价，兼顾认知、技能、情感等方面，采取观察、口试、笔试、技能操作、职业技能竞赛、职业资格考试及鉴定等评价方式，建立多元化考核、评价方式。现代学徒制班级的考核采用平时工作业绩考核加期末考试相结合的方式，平时成绩和期末考查成绩均以百分制计算。

**（五）指导与监管**

经济管理与电商学院与企业联合成立现代学徒制试点工作小组和相关专业专家指导委员会，在学校教学质量监控体系的框架下，建立符合市场营销专业实际的教学质量监控办法，对教学和实习实施全过程质量监控。

通过对人才培养方案、课程标准、教学计划、课堂教学、实训实习、教辅资料编写、成绩考核等各个教学环节质量监测和评价的循环，确保教学质量稳步提高。

为保证实践教学基地的正常运行和规范提高，进一步完善实践教学基地评价系统，建立定期对实践教学基地运行评价的制度，建立实践教学基地正常进入、退出机制，保证实践教学基地能满足现代学徒制人才培养的需求，确保实践教学质量稳步提高。

1. 毕业要求

1.学生应获得148学分方能毕业，其中：必修课59学分、限定选修课32学分、任选课14学分、综合实践25学分，现代学徒制18学分。

2.国家体质健康测试达标。

3.第二课堂学分达6分以上。

十三、学习期间获取证书建议

1 根据专升本等需要，建议参加英语等级证书和计算机等级证书的考试。

2 建议考取以下职业资格证书增强职业竞争力。

（1）数字营销1+X证书

（2）中级营销员证书

**编制执笔人：庞岳红 二级学院院长： 编制日期：**