

江苏省海门中等专业学校

2020 级市场营销专业实施性人才培养方案

一、专业与专门化方向

专业：市场营销（专业代码 121000）

专门化方向：汽车营销、电子产品经营、纺织品营销、房地产营销。

二、入学要求与基本学制

入学要求：初中毕业生或具有同等学力者

基本学制：3 年

总学分：194 分

三、培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美全面发展，具有良好的职业道德和职业素养，既掌握市场营销专业所必备的基本理论知识，又具有市场分析、销售与管理、客户服务、营销策划等综合职业能力，具备职业生涯发展和终身学习能力，能胜任生产、服务、管理一线工作的高素质劳动者和技术技能人才。

四、职业（岗位）面向、职业资格及继续学习专业

专业及专门化方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
市场营销	推销员 收银员 营业员 网店客服人员	电子商务师	高职： 1. 市场营销； 2. 市场开发与营销； 3. 营销与策划	本科：市场 营销
汽车营销				
电子产品营销				
纺织品营销				
房地产营销				

五、综合素质及职业能力

（一）综合素质

1. 具备良好的政治素质、道德品质、法律意识和诚实守信的职业道德；具有良好的人际交往、组织协调能力和团队合作精神；具有正确的择业、就业观和创业、创新精神；
2. 具有较为全面的语文、数学、外语、计算机等文化基础知识和较为宽泛的科学技术知识；具有继续学习的能力；
3. 具有良好的责任心、进取心和坚强的意志；具有较强的自我发展能力，能适应今后职业岗位

的发展；

4. 具有健康的体魄和较好的身心素质，具有善待自己、善待他人，能适应环境的良好心态；

5. 具有较强的计算机应用能力；具有较强的语言表达和规范书写经济应用文的能力；具备一定的英语听、说、读、写、译能力。获得全国计算机等级考试一级证书和全国英语应用能力考试等通用能力证书；

6. 具有从事本专业工作所必需的经济与管理基本原理和会计基础知识及现代物流、信息技术、国际贸易等相关专业基础知识；能运用市场调查与预测的基本方法开展市场调研活动；能运用商务谈判方法和技巧开展营销业务洽谈活动。

（二）职业能力（职业能力分析见附录）

1. 行业通用能力：

（1）市场分析能力：能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测；具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力；具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力；

（2）网络销售与管理能力：能具有运用电子商务知识进行网络商店设置和运营能力；具有从事线上和线下的产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力；具有一定的商务洽谈能力；

（3）客户服务能力：具有正确处理客户关系，与客户建立良好的关系的能力；具有良好的沟通协作和赢得客户的能力；具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力；

（4）营销推广与策划能力：能根据企业营销目标开展产品推广活动；具备从事市场营销策划的能力。

2. 职业特定能力：

（1）汽车营销：具有必备的汽车驾驶、维修等技术知识与能力；熟悉各种汽车的标设或品牌，具有汽车整车销售的能力；了解各种配件的用途，具有汽车配件销售的能力；具有汽车二手车鉴定与评估的能力。

（2）电子产品营销：具有常用电子产品生产与销售成本核算的能力；具有常用电子产品销售的能力；具有常用电子产品安装、调试、运行的能力；具有开展常用电子产品售后服务的能力。

（3）纺织品营销：具有纺织品分析检测的能力；具有一定的纺织品卖场布置能力；具有纺织品营销与使用的能力。

（4）房地产营销：具有房地产产品销售的技巧与能力；具有贯穿整个房地产产品售前、售中、售后三个阶段的服务能力；具有一定的房地产置业顾问的能力。

3. 跨行业职业能力：

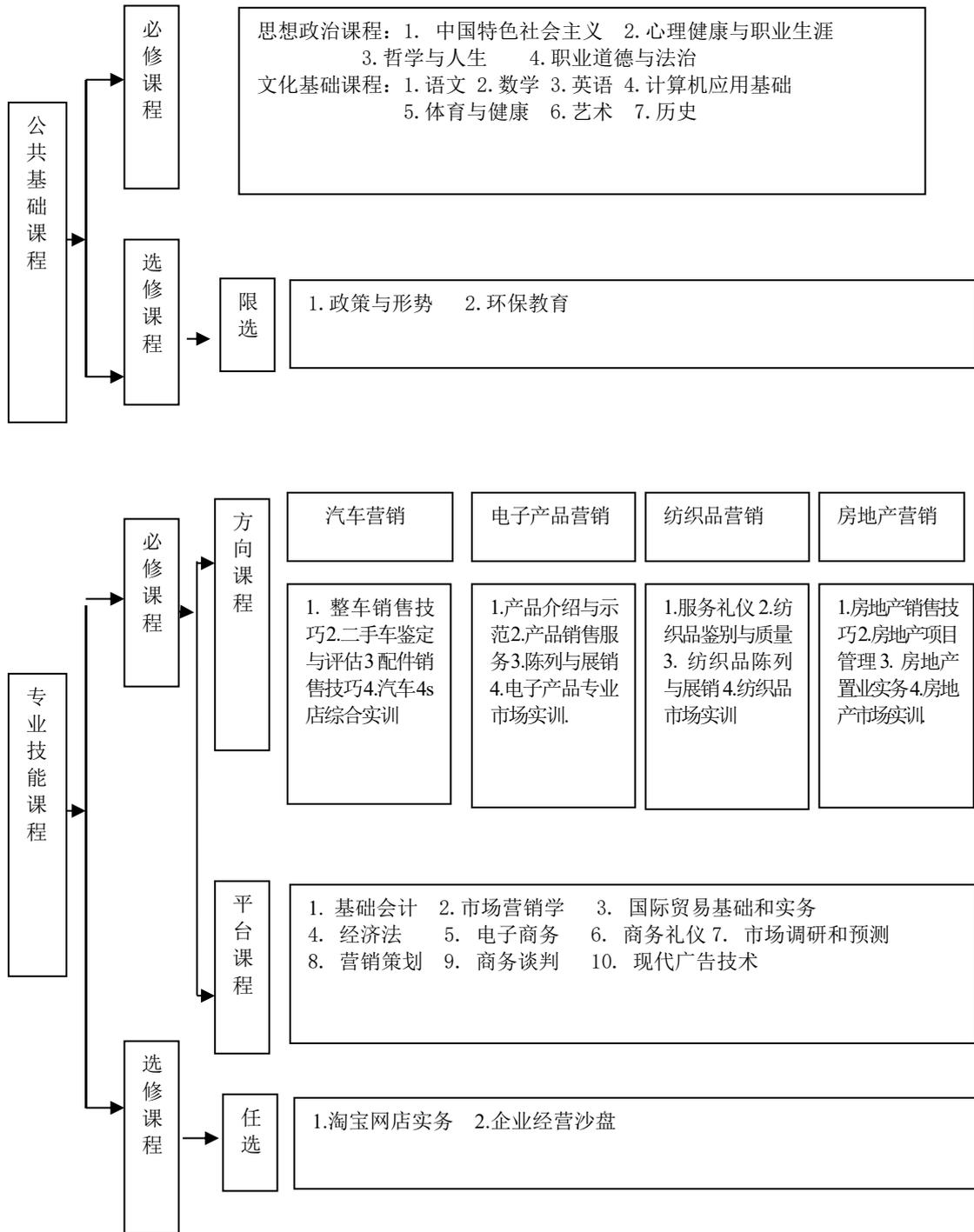
（1）具备较强的自我管理、自我发展能力和创新能力。

（2）具有适应岗位变化的能力。

（3）具有企业管理及现场管理的基础能力。

六、课程结构及教学时间分配

(一) 课程结构



(二) 教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1周（军训及专业入学教育）1周（一级B考前辅导）	1	1
二	20	18	1周（商务礼仪实训）	1	1
三	20	18	2周（市场调查实训）	1	1
四	20	18	1(社会实践综合实训)	1	1
五	20	18	5(汽车4S店综合实训) 5(电子产品专业市场综合实训) 5(纺织品专业市场综合实训) 5(房地产市场综合实训) 上述活动四选一 1周（毕业教育）	1	1
六	20	18	18(顶岗实习)	—	—
总计	120	108	30	5	5

七、教学进程安排

课程类别	序号	课程名称		学时数		课程教学各学期周学时											
				总学时	学分	一		二		三		四		五		六	
						18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周			
16周	2周	17周	1周	16周	2周	17周	1周	12周	6周	18周							
公共基础课程	1	思想 政治 课	必修	中国特色社会主义	32	2	2										
				心理健康与职业生涯	34	2		2									
				哲学与人生	32	2			2								
				职业道德与法治	34	2					2						
		限选	政策与形势	24	2								2				
			环保教育														
	2	文 化 课	必修	语文	312	20	4		4		4		4		4		
	3			数学	312	20	4		4		4		4		4		
	4			英语	156	10	2		2		2		2		2		
	5			体育与健康	156	10	2		2		2		2		2		
	6			计算机应用基础	64	4	4										
7	艺术			66	4	1		1		1		1					
8	历史			66	4	1		1		1		1					
合 计				1288	82	20		16		16		16		14			
	9-14	专 业 基 础 平 台 课 程	基础会计	165	10	5		5									
			市场营销学	198	12	6		6									
			国际贸易基础和实务	132	8				4		4						
			经济法	99	6				3		3						
			商务礼仪	68	4			4									
			电子商务	132	8				4		4						

专业技能课程	15		市场调研和预测	64	4					4						
	16		商务谈判	24	2								2			
	17		营销策划	24	2								2			
	18		现代广告技术	24	2								2			
	小 计				930	58	11		15		15		11		6	
	19	技能方向课程	汽车营销方向	整车销售技巧	36	3									3	
	20			二手车鉴定与评估	36	3									3	
	21			汽车配件销售技巧	36	3									3	
	22			汽车 4s 店综合实训	155	3										5 周
	23		电子产品营销方向	电子产品介绍与示范	36	3									3	
	24			电子产品销售服务技术	36	3									3	
	25			终端陈列技术与展销	36	3									3	
	26			电子产品专业市场综合实训	155	3										5 周
	27		纺织品营销方向	纺织品图案设计	36	3									3	
	28			纺织品检验与质量	36	3									3	
	29			纺织品营销与使用技术	36	3									3	
	30			纺织品专业市场综合实训	155	3										5 周
	31		房地产营销方向	房地产销售技巧	36	3									3	
	32			房地产项目管理	36	3									3	
	33			房地产置业顾问实务	36	3									3	
34	房地产市场综合实训			155	3										5 周	
小 计				263	12								9	5 周		
35			营销创业综合实训	34	2							4				
36			一级 B 考试辅导	31	1		1 周									
小计				65	3		1 周					4				

	37	专业任选课程	1.淘宝网实务	24	2								2			
			2.企业经营沙盘													
	38	专业实训和社会服务课程	商务礼仪实习	31	2			1周								
			39	市场调查实习	62	4				2周						
			40	社会实践活动	31	1						1周				
	小计			148	9			1周		2周		1周	2			
顶岗实习			558	27										18周		
合计			1964	109	11		15	1周	15	2周	15	1周	17	5周	18周	
其他教育活动		军训及入学教育		31	1		1周									
		劳动教育		31	1									1周		
		毕业教育			1	利用实训课进行劳动实践教育；利用班会课进行工匠精神宣讲。										
		小计		62	3		1周								1周	
总计			3314	194	31	2周	31	1周	31	2周	31	1周	31	6周	18周	

注：1. 总学时 3314。公共基础必修和限选课程学时(含军训)占比 39.8%；专业技能课(含顶岗实习、专业认识与入学教育、毕业教育等)占比约 61.1%。其中任意选修课 287 学时，占比约 8.7%。

2. 总学分 194。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 16-18 学时记 1 学分；专业实践教学周 1 周记 2 学分；顶岗实习 1 周记 1.5 学分，共 27；军训、专业认识与入学教育、社会实践活动、毕业教育等活动 1 周记 1 学分，共 3 学分。

八、主要专业课程教学要求

课程名称 (课时)	主要内容	能力要求
市场营销学 (192)	<ol style="list-style-type: none"> (1) 认识市场、感知营销; (2) 市场营销观念的演变; (3) 现代市场营销理论的发展; (4) 分析市场环境、探寻市场影响因素; (5) 进行消费者需求分析,研究消费者行为; (6) 市场调查与市场预测方式、方法; (7) 市场细分和目标市场确立; (8) 市场定位及其策略运用; (9) 分析营销组合策略; (10) 产品策略及其运用; (11) 价格策略及其运用; (12) 分销策略及其运用; (13) 促销策略及其运用; (14) 营销组织与控制。 	<ol style="list-style-type: none"> (1) 能敏锐洞察市场营销观念的演变; (2) 会运用营销基本原理和方法; (3) 熟悉营销活动基本流程及策略运用; (4) 会借助一定的方式和方法,对消费者需求进行分析; (5) 能运用目标市场策略进行市场细分,确定目标市场; (6) 会综合运用营销组合策略; (7) 会运用产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等营销知识与技能。
电子商务 (112)	<ol style="list-style-type: none"> (1) 商品交易模式的变化; (2) 电子商务发展形势; (3) 电子商务网站; (4) 电子商务的功能和特性; (5) 电子商务的系统构成; (6) 电子商务的安全问题; (7) 电子商务的交易过程; (8) 电子商务的运用 	<ol style="list-style-type: none"> (1) 掌握电子商务交易的过程;掌握 B2C 的基本交易过程和 B2B 的基本交易过程。 (2) 掌握网上支付技术; (3) 掌握电子商务的功能和特性; (4) 能掌握电子商务的系统构成; (5) 会通过网络进行网店的运营; (6) 能对网店进行布置和促销;
市场调查与预测 (64)	<ol style="list-style-type: none"> (1) 市场的基本概述; (2) 市场调查基本知识; (3) 市场调查的基本流程; (4) 市场调查方案的设计; (5) 市场调查方法及其运用; (6) 市场调查资料的收集与整理; (7) 市场调查资料的分析; (8) 市场调查报告撰写; (9) 市场预测中的定性预测方法; (10) 市场预测中的定量预测方法。 	<ol style="list-style-type: none"> (1) 熟悉市场调查的基本流程; (2) 掌握市场调查方式和方法; (3) 能根据实际情况,设计市场调查方案; (4) 会运用市场调查方法; (5) 能独立进行市场调查活动; (6) 会进行调查资料的收集与整理; (7) 具备阅读、分析和处理市场调查数据的能力; (8) 会撰写市场调查与预测报告; (9) 能正确运用市场预测中的定性预测方法和定量预测方法。
商务礼仪 (48)	<ol style="list-style-type: none"> (1) 商务礼仪的概念、基本原则以及商务人员应具备的商务礼仪素养; 	<ol style="list-style-type: none"> (1) 能了解商务礼仪的基本原则和商务人员应具备的礼仪修养;

	<ul style="list-style-type: none"> (2) 商务人员的基本礼仪; (3) 商务形象礼仪; (4) 商务活动礼仪; (5) 商务文书礼仪; (6) 商务人员旅行礼仪; (7) 生活礼仪; (8) 商务国际礼仪; 	<ul style="list-style-type: none"> (2) 掌握跟着商务活动的礼仪礼节规范; (3) 能准确塑造职业形象; (4) 能运用各种文书的写作规范和技巧; (5) 在各种旅行途中运用各种衣食住行的礼仪规范; (6) 与不同国家的商人交往中能运用一般的国际商务礼仪 (7) 在不同的场合都能保持优雅的举止、得体的服饰、整洁的仪容和礼貌的谈吐。
<p>营销策划 (64)</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1) 营销策划的认知; (2) 营销策划的撰写; (3) 营业推广策划的流程及方案结构的设计; (4) 节日活动的策划原则及操作要领; (5) 产品广告策划的概述及策划书结构; (6) 新品上市活动策划方案的撰写; (7) 公共关系主题活动策划方案撰写; (8) 企业形象策划流程及方案撰写; 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 熟悉策划的概念、原则以及构成要素; (2) 基本学会营销策划方案的撰写; (3) 了解营业推广策划的流程并能熟练的撰写营业推广活动方案; (4) 熟悉各种节日, 熟练的撰写和操作各种节日活动; (5) 能撰写简单的广告文案; (6) 具有新产品上市活动策划的能力; (7) 具有基本的公共关系主题活动策划的能力; (8) 了解企业形象策划的流程;
<p>现代广告技术 (64)</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1) 广告策划的概述; (2) 广告调查与分析; (3) 广告的战略策划; (4) 广告策略的运用; (5) 广告构成基本要素; (6) 广告媒体的选择; (7) 广告文案的写作; (8) 广告活动的策划 (9) 广告方案的实施; (10) 广告实施效果的评价。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具有一定的广告认知能力, 会辨别广告的含义; (2) 能进行广告调查与分析; (3) 会进行广告的战略策划; (4) 具有对广告活动及创意的鉴赏和评价能力; (5) 具有简单广告文案写作的能力; (6) 能独立进行广告媒体的选择; (7) 具有一般性广告活动的策划能力; (8) 能对广告实施效果进行有效的评价。
<p>整车销售技巧 (48)</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1) 市场营销的基本概念认识; (2) 汽车整车市场营销环境及市场细分; (3) 汽车市场调查及市场预测; (4) 汽车整车产品及定价策略; 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 熟悉各种汽车的标设或品牌, 具有识别汽车整车标识的能力; (2) 会用营销基本原理和方法进

	<ul style="list-style-type: none"> (5) 汽车整车分销和促销策略; (6) 汽车整车产品的服务策略; (7) 汽车整车市场中的消费心理学认识; (8) 汽车电子商务及网络营销认识; (9) 汽车销售中的金融法律知识认识。 	<ul style="list-style-type: none"> 行整车的营销策划; (3) 能正确开展汽车市场的调研及市场预测; (4) 能正确对汽车整车进行定价及了解定价策略; (5) 掌握汽车整车的服务策略和技术要领; (6) 掌握汽车电子商务及网络营销知识; (7) 懂得汽车销售相关法律知识。
二手车鉴定与评估 (48)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国内旧机动车交易市场概况; (2) 国外旧机动车交易市场概况; (3) 辨别车辆识别代号编码和机动车编号规则; (4) 认识汽车的总体构造; (5) 影响汽车使用寿命的因素; (6) 旧机动车鉴定估价的程序; (7) 旧机动车评估与折旧; (8) 旧机动车交易的咨询与服务; (9) 机动车技术状况的评定; (10) 撰写旧机动车鉴定估价报告。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 能辨识车辆识别代号和机动车编号; (2) 能描述汽车构造及其工作原理; (3) 会分辨汽车使用寿命; (4) 会运用旧机动车估价标准鉴定旧机动车; (5) 能操作旧机动车鉴定估价的程序; (6) 能运用旧机动车的正确估计方法; (7) 能掌握旧机动车交易的咨询与服务; (8) 能进行旧机动车交易的手续检查; (9) 能进行旧机动车技术状况的鉴定; (10) 能正确对旧机动车进行估价。
电子产品销售服务技术 (48)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 电子产品分类及基本知识; (2) 电子产品检验和使用知识; (3) 常用电子产品安装、调试与运行; (4) 电子产品 ISO9000 质量管理体系的建立与运行; (5) 电子产品三检制度、不合格品管理制度、质量跟踪制度等质量管理制度的主要内容; (6) 电子产品现场管理的内容和方法; (7) 电子产品市场营销的原理与方法。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具备电子产品生产现场管理能力; (2) 具有常用电子产品生产与销售成本核算的能力; (3) 具有常用电子产品安装、调试、运行的能力; (4) 能运用 QC7 工具分析质量问题; (5) 具备市场调研、市场分析、市场开拓的能力; (6) 能胜任电子产品市场调查、营销策划实施及营销管理等工作; (7) 能对电子产品市场进行市场营销环境分析;

		<p>(8) 能进行有效的市场细分与目标市场定位的能力；</p> <p>(9) 具有为电子产品客户提供各种售后服务的基本技能。</p>
<p>房地产销售技巧（48）</p>	<p>(1) 房地产销售基础知识；</p> <p>(2) 房地产销售的工作流程；</p> <p>(3) 房地产销售宣传资料的准备；</p> <p>(4) 房地产销售人员的配备；</p> <p>(5) 房地产销售现场的准备；</p> <p>(6) 房地产销售工作流程；</p> <p>(7) 房地产楼盘展示技巧；</p> <p>(8) 房地产谈判技巧；</p> <p>(9) 房地产成交策略；</p> <p>(10) 售楼现场实战应对技巧；</p> <p>(11) 房地产销售礼仪。</p>	<p>(1) 树立正确的房地产销售意识；</p> <p>(2) 熟悉房地产销售工作基本流程；</p> <p>(3) 能够准备详尽完备的房地产销售的法律文本；</p> <p>(4) 能够完成房地产宣传资料的策划；</p> <p>(5) 掌握房地产销售的工作流程；</p> <p>(6) 具有房地产销售谈判技巧；</p> <p>(7) 具备售楼现场应变能力；</p> <p>(8) 具备良好的职业形象和亲和力；</p> <p>(9) 具有贯穿整个房地产产品售前、售中、售后三个阶段的服务能力。</p>
<p>房地产项目管理（48）</p>	<p>(1) 房地产项目工作阶段的划分；</p> <p>(2) 房地产项目全程策划的内容；</p> <p>(3) 房地产市场分析的主要内容和方法；</p> <p>(4) 房地产项目可行性分析；</p> <p>(5) 房地产投资决策；</p> <p>(6) 房地产项目风险防范与控制；</p> <p>(7) 房地产项目的价格策略；</p> <p>(8) 房地产项目的销售渠道策略；</p> <p>(9) 房地产项目销售进度控制；</p> <p>(10) 房地产项目营销费用的控制管理。</p>	<p>(1) 熟悉房地产项目管理各阶段划分；</p> <p>(2) 掌握房地产项目策划的工作内容；</p> <p>(3) 能够进行房地产项目可行性分析；</p> <p>(4) 掌握房地产投资决策过程；</p> <p>(5) 能够有效进行房地产项目风险防范与控制；</p> <p>(6) 能够灵活运用房地产项目的价格策略；</p> <p>(7) 能够灵活运用房地产项目渠道策略；</p> <p>(8) 能够把握房地产项目销售进度；</p> <p>(9) 能够有效控制房地产项目营销费用；</p> <p>(10) 具有一定的房地产置业顾问的能力。</p>

九、专业教师基本情况

1. 专任专业教师与在籍学生之比为为 1:30；研究生学历（或硕士以上学位）12.5%，高级职称 25%；获得助理营销师以上职业资格 75%，取得非教师系列专业技术中级以上职称 37.5%。兼职教师占专业教师比例 10%，62.5%具有中级以上技术职称或助理营销师以上职业资格。

2. 专任专业教师 100%具有本专业或相关专业本科以上学历，接受过职业教育教学方法论的培训，三年以上专任专业教师，均达到《江苏省中等职业学校“双师型”教师非教师系列专业技术证书目录(试行)》中规定的本专业相应职业资格或专业技术职称要求。本专业专任专业教师具有“经济师”中级专业技术职称，或具有“营销师”等职业资格证书。

3. 专业教师具有良好的师德修养，为人师表，从严治教，具备理实一体化和信息化教学的基本能力和继续学习能力；积极参加教学改革行动研究，参加“五课”教研和“两课”评比活动；平均每两年到企业实践不少于 2 个月。兼职教师每学期承担不少于 30 学时的教学任务；兼职教师有一定的营销工作经历和丰富的营销管理经验，能悉心指导学生进行实践操作。

十、实训（实验）基本条件

根据专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 35 名学生为基准，校内实训（实验）教学功能室配置如下：

教学功能室	主要设备名称	数量(台/套)	规格和技术的特殊要求
市场营销实训	1. 主流机型电脑	36	台式机内存容 8G；显示器尺寸 22 寸；台式机硬盘容 160G
	2. 配套服务器	1	最大支持 CPU 个数 1；服务器 CPU 二级缓冲容量 8M；服务器内存型 ECC 服务器硬盘容量 160G；服务器型：机架式；处理器类型：Xeon 5410
	3. 投影仪	1	DLP 技术；变焦倍数：1.1 倍；亮度：1000 流明以下；分辨率(dpi):1280×800；对比度：3001:1~4000:1
	4. 模拟实景	1	—
	5. 市场营销模拟软件平台	1	—
	6. 客户管理软件	1	—
	7. 市场营销沙盘演练软件	1	—
模拟商务谈判	1. 笔记本电脑	13	尺寸：15 寸；CPU 型号：Intel Core/酷睿 i3；Intel Core/酷睿 i3：i3-2348M

	2. 录播系统	1	200 万像素；自动/手动；>50db；HDMI、DVI、HD-SDI；可根据镜头的放大倍数决定转速；当垂直旋转过 90 度时图像自动翻转（可设置）
	3. 投影仪	1	DLP 技术；变焦倍数：1.1 倍；亮度：1000 流明以下；分辨率 (dpi)：1280 × 800；对比度：3001:1~4000:1
	4. 大屏幕电视机	2	屏幕尺寸 55；分辨率 1920 × 1080;LED
	5. 谈判场景	1	—
	6. 商务谈判模拟软件平台	1	—
广告策划实训	1. 主流机型电脑	36	台式机内存容 8G；显示器尺寸 22 寸；台式机硬盘容 160G
	2. 配套服务器	1	最大支持 CPU 个数 1；服务器 CPU 二级缓冲容量 8M；服务器内存型 ECC 服务器硬盘容量 160G；服务器型：机架式；处理器类型：Xeon 5410
	3. 彩色打印机	2	喷墨；最大打印幅面：A4；USB 接口
	4. 数码摄像机	2	硬盘+闪存双模；201-300 万像素；传感器尺寸：1/4.85 英寸
	5. 海报展板	2	—
	6. 广告策划图样实物	若干	—
	7. 广告策划模拟软件	1	—
连锁经营实训	1. 收款台	5	—
	2. POS 机	5	—
	3. 写卡机	5	—
	4. 激光扫描平台	5	—
	5. 用友商超实用软件	2	—
	6. 货架	若干	—
	7. 商品	若干	—
	1. 收款台	2	—
	2. POS 机	2	—

	3. 写卡机	2	—
	4. 激光扫描平台	2	—
	5. 货架	20	—
	6. 货物托盘	10	—
	7. 商品货源	若干	以大类组织货源

十一、编制说明

1. 中等职业学校依据本方案制定实施性人才培养方案。

(1) 落实“2.5+0.5”人才培养模式，学生校内学习5个学期，校外顶岗实习不超过1学期。每学年为52周，其中教学时间40周（含复习考试），假期12周。第1、2、5学期，每学期教学周18周，考试周1周，机动周1周，按28学时/周计算；第3、4学期，考试周1周，机动周1周，按30学时/周计算；第6学期顶岗实习18或19周，毕业教育1周。

(2) 任意选修课程可结合学生个性发展需求和学校办学特色针对性开设。以下课程仅供参考：

①公共基础任选课程：文学欣赏、影视赏析、书法鉴赏、体育竞赛规则、演讲与口才、摄影与作品欣赏等；或语文、数学、英语课程的拓展内容。

②专业技能任选课程：公共关系策划、客户管理、电子商务、网络营销、供应链管理等，或技能拓展考级的强化课程，如房地产经纪人协理、汽车经纪人、助理电子商务师等。

2. 本方案根据营销职业岗位能力要求确定专业培养目标、课程设置和教学内容，充分体现了职业教育的课程改革理念，主要突出以下几点：

(1) 重视专业与产业对接、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。

(2) 在课程结构上统筹安排公共基础课程和专业技能课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容。

(3) 注重服务学生全面发展，尊重学生特点，发展学生潜能，强化学生综合素质和关键能力培养，促进学生德、智、体、美全面发展，满足学生阶段发展需要，奠定学生终身发展的良好基础。

附录

市场营销专业职业能力分析

职业岗位	工作任务		职业技能	知识领域	能力整合排序
市场分析	市场调查前的准备工作	1. 调查方案设计，确定市场调查的目标； 2. 调查人员配备与培训； 3. 经费预算。	1. 能掌握市场调查的基本程序； 2. 会合理确定市场调查的目标； 3. 能够规范地策划或撰写市场调查方案； 4. 会正确选择有效的市场调查方式和方法； 5. 会独立进行调查问卷的设计；	市场调查目标；市场调查方案；市场调查方法；市场调查问卷设计；实施市场调查；市场调查资料的整理与分析；市场调查报告的编写；定性分析预测与定量分析预测。	1. 行业通用能力： （1）具有较强的文字和语言表达能力，能规范书写经济应用文和一般信函，能与他人进行良好的沟通与协作； （2）具备一定的英语听、说、读、写、译能力； （3）能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测，具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力； （4）具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力； （5）能运用商品学知识进行商品鉴别，具有商品陈列与商品包、扎、秤、算、量的能力； （6）具有从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力； （7）具有一定的商务洽谈能力； （8）具有正确处理客户关系，与客户建立良好的关系的能力； （9）具有赢得客户的能力；
	实施调查	1. 确定市场调查的方式和方法； 2. 实施市场调查方案，开展实地调查； 3. 整理并分析市场调查数据资料。	1. 能够收集、储存和管理二手资料； 2. 会进行样本的抽取和对误差的控制； 3. 具有组织和管理市场调查活动的的能力； 4. 能运用市场调查方法进行实地调查；		
	调查结果分析，编写调查报告	1. 分析市场调查数据资料； 2. 根据分析，编写市场调查报告。	1. 会通过绘制图表列示市场调查资料； 2. 具有编写市场调查报告的能力；		

	市场预测	1. 预测市场发展趋势; 2. 跟踪市场调查报告。	1. 能对市场发展趋势作一般性预测; 2. 会对市场调查报告进行分析对比。		(10) 具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力; (11) 能根据特定企业营销目标开展产品推广活动; (12) 能根据特定企业的要求, 进行市场营销策划;
	销售中的各项管理	1. 接近顾客; 2. 销售洽谈; 3. 异议处理; 4. 促成交易。	1. 能成功接近顾客; 2. 能向顾客介绍产品并合理地进行价格磋商; 3. 能有效识别顾客异议; 4. 会正确排解顾客异议; 5. 能把握好交易成交的信号, 有效促成交易; 6. 能克服心理障碍, 增强销售工作的自信心;		2. 职业特定能力: 汽车营销 (1) 具有必备的汽车驾驶、维修等技术知识与能力; (2) 熟悉各种汽车的标设或品牌, 具有汽车整车销售的能力; (4) 了解各种配件的用途, 具有汽车配件销售的能力; (5) 具有汽车二手车鉴定与评估的能力。
	销售人员培训与管理	1. 销售人员心理素质; 2. 销售人员基本礼仪; 3. 销售人员沟通技巧; 4. 销售人员自我管理。	1. 具有一定的商务礼仪常识; 2. 具有较强的观察、倾听和语言表达能力; 3. 具有良好的沟通协作和赢得客户的能力; 4. 能进行自我训练和自我管理。		电子产品营销 (1) 具有常用电子产品生产与销售成本核算的能力; (2) 具有常用电子产品销售的能力; (3) 具有常用电子产品安装、调试、运行的能力; (4) 具有开展常用电子产品售后服务的能力。
客户服务	认识客户	1. 开展客户调查; 2. 进行客户开发。	1. 能寻找潜在客户并对潜在客户进行分析; 2. 能把潜在客户转变为新客户的能力;	潜在客户的分析与寻找潜在客户的基本方法; 开发潜在客户; 客户拜访方案的制定与实施; 大客户计划的制定, 大客户的业务管理及为大客户服务的原	化妆品营销 (1) 具有化妆品分析检测的能力; (2) 具有一定的化妆与形象设计的能力; (3) 具有化妆品营销与使用的能力。 房地产营销

	<p>客户服务</p>	<p>1. 企业客户的拜访; 2. 企业大客户的维护。</p>	<p>1. 能够独立拜访中间商客户; 2. 具有判断和选择大客户的能力; 3. 能对大客户进行分析和管理的; 4. 能为大客户提供各种个性化服务;</p>	<p>则与要求; 客户服务标准的确立, 客户服务水平的提高及客户售后服务的跟进; 客户满意度的测量、评价与提升, 客户投诉与处理策略; 客户忠诚度分析与忠诚客户的培养; 客户关系管理 (CRM) 系统建立及零售业 CRM 的应用。</p>	<p>(1) 具有房地产产品销售的技巧与能力; (2) 具有贯穿整个房地产产品售前、售中、售后三个阶段的服务能力; (3) 具有一定的房地产置业顾问的能力。 3. 跨行业职业能力: (1) 具有适应岗位变化的能力; (2) 具有企业管理及生产现场管理的基础能力; (3) 具有创新和创业基础能力</p>
	<p>客户管理</p>	<p>1. 客户服务管理; 2. 客户满意管理; 3. 客户忠诚管理; 4. 客户关系管理。</p>	<p>1. 能为客户提供标准化的售后服务; 2. 能开展客户满意度调查和分析; 3. 能正确处理客户投诉; 4. 能用心培养忠诚客户; 5. 能建立和使用客户关系管理系统。</p>		
<p>营销策划</p>	<p>认识市场</p>	<p>1. 认识市场, 感知营销; 2. 熟悉市场环境,</p>	<p>1. 能正确认识市场, 把握营销观念的演变; 2. 具有熟悉市场环境的基本能力;</p>	<p>市场营销的基本知识; 市场环境的分类及影响因素; 消费者因素分析; 市场细分、目标市场和市场定位; 产品组合; 4Ps 策略及其运用; 营销管理与控制。</p>	

<p>进入市场</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析消费者心理，进行消费行为研究； 2. 找准并把握商业机会； 3. 进行市场细分，选择目标市场，开展市场定位； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能正确分析消费者心理； 2. 能准确地把握消费者购买动机和购买行为； 3. 能识别、寻找和评价商业机会； 4. 会按一定的依据进行合理的市场细分； 5. 能根据市场细分，进行目标市场的选择； 6. 能根据目标市场，开展市场定位； 		
<p>立足市场</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 产品组合及市场生命周期策略的运用； 2. 品牌与商标策略的运用； 3. 定价策略及其运用； 4. 分销渠道策略及其运用； 5. 促销策略及其运用； 6. 构建营销组织，进行营销控制； 7. 市场营销战略策划。 	<ol style="list-style-type: none"> 9. 会运用产品组合及其策略； 10. 能综合运用市场营销组合策略； 11. 能合理构建营销组织，进行营销控制； 12. 能进行市场营销战略策划。 		