

中等职业学校市场营销专业

# 人才培养方案

(3年制)

2023年制订

# 石家庄旅游学校 2023 年市场营销人才培养方案

## 一、专业名称及代码

市场营销专业（730602）

## 二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

## 三、修业年限

三年

## 四、职业面向

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书	专业（技能）方向
1	调查员、业务员、市场推广员	收银员	旅游市场推广方向
2	促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员	收银员	旅游商品销售方向
3	网店客服	网店运营 1+X 证书	旅游客户服务方向

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业坚持立德树人，面向商业行业企业，培养以门店运营为主，从事市场推广、商品销售、客户服务等工作，德智体美全面发展的高素质劳动者和技能型人才。既掌握市场营销专业所必备的基本理论知识，又具有市场调研、市场环境分析、产品定价、分销、促销和售后等营销技能，彰显职业教育特色，注重教学内容与社会生活、职业生活的联系。

同时结合学校特色，培养学生的职业特定能力（旅游营销），利用或创设旅游职场情境，突出实践取向，注重职业道德、劳动精神、劳模精神和工匠精神教育，培育学生职业素养，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

### （二）培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

#### 1. 职业素养

- （1）具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- （2）知礼仪、守诚信，有责任意识。
- （3）具有基本的人际交往及团队合作能力。

(4) 具有吃苦耐劳、勤于思考、善于动手、勇于创新的精神。

## 2. 专业知识和技能

(1) 了解市场营销职业，了解营销理念。

(2) 能够根据采购计划进行订单跟踪，完成采购任务。

(3) 能够进行商品的保管、调配与出入库操作。

(4) 能够根据经营需要，熟练进行商品的陈列与维护。

(5) 了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中心理决策过程的差异。

(6) 能够进行基本的会计记账、报表工作。

(7) 具备较强的商务谈判能力，善于排除客户异议，能够对客户进行信息跟踪，促成交易。

(8) 了解网络营销的环境、战略、计划与渠道策略，能够利用网络进行市场营销实务操作。

(9) 能够运用基本的促销方法进行活动组织和实施促销计划。

(10) 能够根据公司现场管理标准，完成卖场标准化工作。

### 专业(技能)方向——市场推广方向

(1) 能够根据调查方案执行市场调查。

(2) 能够对调查问卷进行数据录入、统计和进行一定的数据分析。

(3) 了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客确定。

(4) 能够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动。

### 专业(技能)方向——商品销售方向

(1) 能够根据不同商品的不同系列进行区域内的陈列与展示，并能根据促销主题、销售主题等，及时调整商品展示。

(2) 能够根据客户需要进行商品推销，完成商品售前、售中和售后服务工作。

(3) 能够运用各种推销模式和谈判技巧，进行顾客异议处理并促成交易。

(4) 能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活动。

### 专业(技能)方向——客户服务方向

(1) 能够进行客户信息的收集，整理，维护和建立客户电子档案。

(2) 能够建立商品的电子信息档案，并定期进行整理和维护。

(3) 能够为客户解答和提供商品的售前、售后等服务信息。

(4) 能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和进行投诉处理。

### 职业特定能力：

(1) 了解现代旅游营销的基本理念及旅游市场营销职业前景。

- (2) 具有一定的旅游市场营销环境分析及捕捉旅游市场营销机会的能力。
- (3) 具有旅游市场调研与数据分析能力。
- (4) 能够对目标消费者和竞争者进行分析,选择目标市场,同时根据企业自身的特点,选择并制定合适的旅游市场定位策略。
- (5) 能够根据旅游产品的特点、生命周期,选择合适定价策略、分销渠道及营销推广方案。
- (6) 能够熟练掌握旅游服务技能、商务礼仪和推销模式。
- (7) 具有创新意识,能够根据旅游行业动态,创新旅游产品和市场营销策略。

## 六、主要接续专业

高职:连锁经营管理、市场营销、项目管理、工商管理

本科:市场营销、营销与策划、工商管理

## 七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史,以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课包括专业核心课、专业(技能)方向课和专业选修课,实习实训是专业技能课教学的重要内容,含校内外实训、岗位实习等多种形式。

### (一) 公共基础课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求	学时
1	中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设,通过学习中国特色社会主义的开创与发展、进入新时代的历史方位、“五位一体”总体布局的基本内容等,引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心,坚定“四个自信”,把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36
2	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设,学习心理健康知识,树立心理健康意识,掌握心理调适和职业生涯规划的方法,学会正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题,培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态,根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导,为职业生涯发展奠定基础。	36
3	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设,学习辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义;明确社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义;引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观,为学	36

		生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	
4	职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，着眼于提高学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	36
5	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，指导学生学学习必需的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。	252
6	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并注重培养学生数学素养，使学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能与能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。	180
7	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并注重培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力，在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法，并为学习专门用途英语打下基础，满足学生升学需要。	252
8	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，学生通过对信息技术基础知识与技能的学习，有助于增强信息意识、发展计算思维、提高数字化学习与创新能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，培养符合时代要求的信息素养与适应职业发展需要的信息能力。	108
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运与动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观和价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	180
10	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，通过历史课程的学习，掌握必备的历史知识，了解唯物史观的基本观点和方法，知道特定的史事是与特定的时间和空间相联系的，能够依据史实与史料对史事表达自己的看法，树立正确的国家观，增强对祖国的认同感，形成历史学科核心素养。	72
11	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，通过学生主动参与艺术学习和实践，积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能	72

		力,帮助学生塑造美好心灵,健全健全良人格,厚植民族情感,增进文化自信。	
--	--	-------------------------------------	--

(待续)

(二) 专业技能课

序号	课程名称	课程目标、主要内容和教学要求	学时
1	市场营销基础	了解市场营销的核心概念和营销理念;掌握市场分析的基本原理和方法;了解市场细分、市场选择、市场定位的基本原理;了解市场营销组合的基本原理,掌握实施营销组合策略的基本方法。	216
2	市场调查与预测	了解市场调查的内容、程序与方式方法。掌握市场调查问卷的设计、市场调查资料的分析与整理、市场调查报告的构建。	72
3	商务礼仪	了解商务礼仪的基本知识,掌握交谈的礼仪、电话礼仪、馈赠礼仪、拜会接待礼仪等内容;掌握营销语言表达的特点、表达的技巧与规律;了解思维创新的特点和途径,突破思维定势;了解自己,了解团队合作的重要性,学会与合作者建立信任;掌握一定的学习迁移、环境适应、压力管理等能力。	144
4	消费心理	了解消费者购买商品的心理过程;掌握消费者心理现象对购买行为的影响;了解不同消费习惯、参照群体、社会文化对消费行为的影响;了解消费者购买行为的类型、特点,掌握不同消费者购买过程中的决策心理差异;掌握品牌、价格、外观、销售策略等属性对消费决策的作用。	144
5	基础会计	了解会计的基本职能和特点;掌握企业财务信息的分析的方法;了解会计核算的基本方法,掌握企业决算、预算的相关知识;能进行基本的会计记账、报销工作。	72
6	商务沟通与谈判	掌握对商务沟通与谈判的技巧,从而提高商品竞争力、获得企业经营成功。	108
7	电子商务基础	了解电子商务相关法律法规、行业政策和网络安全知识;了解网络零售市场的基本特点,电子商务B2B、B2C、C2C等典型电子商务运营模式;掌握网络零售的主要交易流程,能进行网络商情信息的处理加工;熟悉网上银行和第三方支付平台业务;能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理。	72
8	公共关系基础	了解公共关系的涵义、公共关系的形成与发展、公共关系的职能;掌握公共关系的主体---社会组织、客体---公众、手段---传播;掌握公共关系的工作程序(公关调查、公关策划、公关实施、公关评估)。	72
9	客户关系管理	了解接待客户的准备工作,掌握客户服务语言技巧;了解客户选择与开发的渠道、方法;掌握ABC分类法,对现有顾客进行分类管理;理解客户期望,掌握满足客户期望的方法,提升客户满意度;了解客户流失的原因及解决方法	108

10	旅游市场营销学	了解旅游市场营销的基本技能，理解旅游市场营销的特点、环境分析、营销机会分析、市场细分、市场调研等知识，掌握旅游市场营销组合策略的基本方法及应用。	108
11	推销实务	了解现代推销的模式；了解推销计划制定的方法；熟悉推销工作流程中各个业务环节的基本技术；了解推销的基本技巧，掌握针对一般商品推销的方法；了解顾客异议的类型、原因及处理方法	108
12	新媒体营销	了解新媒体的内容运营、用户运营、产品运营和活动运营这四大板块。重点讲解了推广与拉新、用户互动、策划思维培养、社群营销、短视频运营、产品运营、营销策划及媒介推广等核心知识点。	72
13	商品经营实务	了解常见的商品经营业态；掌握商品的采购、储运、销售及店铺运营等知识。	72

### 3. 专业选修课

- (1) 办公软件应用。
- (2) 茶叶营销。
- (3) PS制作。
- (4) 经济法。
- (5) 茶艺表演。
- (6) 营销英语。
- (7) POP制作。
- (8) 其他。
- (9) 营销沙盘

### 4. 综合实训

采取集中实训或社会实践的教学组织形式，组织学生进行导购、推销、经营管理、创业训练等模块的实际营销工作，培养学生沟通、数据统计、销售等方面的能力与素养。

### 5. 岗位实习

岗位实习是本专业最后的实践性教学环节。在市场推广、商品销售、客户服务相关工作为主要岗位的企业开展岗位实习。让学生感受企业文化，适应企业管理，熟练操作技能，认识社会和客观评价自我，提高综合职业能力，为顺利走向社会奠定基础。

## 八、教学进程总体安排

### (一) 基本要求

每学年为 52 周，其中累计假期 12 周，名义教学时间 40 周（含复习考试和集中实训），周学时为 30 学时，五个学期计 3000 学时（实际教学时间为 36 周，计 2700 学时），岗位实习 600 学时（实际岗位实习时间为 18 周，计 540 学时），3 年总学时数为 3600 学时（实际教学及实习时间为 3240 学时）。

教学时间分配（周）

学年	学期	总周数	其中		教学周具体分配							
			教学周数	寒暑假	上课	其中		军训	入学教育	毕业职前教育	考试	机动
						教学	实训					
一	一	52	20	4	16			1	1		1	1
	二		20	8	18	18					1	1
二	三	52	20	4	18	18					1	1
	四		20	8	18	15	3				1	1
三	五	52	20	4	18	16	2				1	1
	六		20	8	18		18			1		1
小计		156	120	36	106	106		1	1	1	5	6

教学进度安排表

课程类型	序号	课程名称	学时	学分	考核方式		第一学年		第二学年		第三学年	
					考试	考查	1	2	3	4	5	6
公共基础课	1	中国特色社会主义	36	2	√		2					
	2	心理健康与职业生涯	36	2	√			2				
	3	哲学与人生	36	2	√				2			
	4	职业道德与法治	36	2	√					2		
	5	语文	252	14	√		3	3	3	3	2	
	6	数学	180	10	√		2	2	2	2	2	
	7	英语	252	14	√		3	3	3	3	2	
	8	信息技术	108	6		√	2	2	2			
	9	体育与健康	180	10	√		2	2	2	2	2	
	10	历史	72	4	√		2	2				
	11	艺术	72	4		√	2	2				
	公共基础课小计			1260								
	12	市场营销基础	216	12		√	6	6				
	13	消费心理	144	8		√			4	4		
14	商务沟通与谈判	108	6	√			2	2	2			

岗位实习

15	推销实务	108	6	√			2	2	2	
16	商务礼仪	144	8	√		2	2			4
17	市场调查与预测	72	4	√		2	2			
18	公共关系基础	72	4	√				2	2	
19	基础会计	72	4	√		2	2			
20	商品经营实务	72	4		√			4		
21	新媒体营销	72	4	√					4	
22	电子商务基础	72	4	√					4	
23	旅游市场营销学	108	6		√			2	2	2
24	客户关系管理	108	6		√					2
28	综合实训	72	4							4
专业（技能）课小计		1440								
29	岗位实习	540	30							540
合 计		3240				30	30	30	30	30

说明：本表不含军训、社会实践、入学教育、毕业教育及选修课教学安排，学校可根据情况灵活设置。

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

以德树人，重点提高青年教师的政治素养，培养青年教师吃苦耐劳，安心工作，努力拼搏，积极进取，乐于奉献，勤于学习的精神，培养青年教师的业务能力和专业能力，以培养双师型教师为重点，骨干教师为目标，坚持校内培训和国培、省培相结合的原则，为做好青年教师培训工作是培训工作有计划，有步骤，有依据。

### （二）教学资源

课本选择应符合职业教育的要求，课件、平板等。

## 十、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。按教学计划完成所有课程，且成绩合格，学分达标，准予毕业。

## 十一、附录

教学进程安排表见第7页。