



**长春职业技术学院**  
CHANGCHUN POLYTECHNIC

# 市场营销专业（现代学徒制） 人才培养方案

执笔： 臧冬蓉 初审： 王玥 终审：

2019年7月

# 市场营销专业（现代学徒制）人才培养方案

【专业名称】 市场营销专业（现代学徒制）

【专业代码】 630701

【招生对象】 普通高中毕业生、中职毕业生或同等学力人员

【办学层次】 高职（大专）

【学 制】 基本学制 3 年

## 一、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；市场营销专业（现代学徒制）暨新道数字营销班主要面向用友集团及其生态合作伙伴企业，适应企业营销数字化转型对新型营销人才的迫切需求，具有良好的职业道德和职业精神，适应性强、具备开拓创新精神、敢打敢拼；掌握扎实、全面的专业知识，具备全渠道营销及业务运营、互联网营销推广、会员制营销、项目式营销等多方面营销实战技能，能够胜任用友集团及其生态合作伙伴企业数字营销产品助理、业务运营、实施顾问等相关企业岗位，“重诚信、擅沟通、懂管理、擅经营”的高素质复合型技术技能人才。

## 二、职业面向

表 1 市场营销专业（现代学徒制）职业面向

专业大类 (代码)	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)	职业技能等级证书
财经商贸 大类 (63)	市场营 销类 (6307)	现代服务 业	数字营销	运营专员、运营助理、 客户经理、门店经理、 渠道助理	提供用友体系认 证：用友数字营销 系统应用技能等 级认证证书
				客户经理、产品助理、 产品测试、事实顾问、 服务支持	

## 三、培养规格

## 1. 素养要求

(1) 思想政治素质：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) 文化素质：具备合理的知识结构以及运用这些知识的方法能力，塑造完善的文化品质和良好的思维机制，使其不仅具有广博的知识，而且具有较强的适应企业发展变化的能力，能很快适应岗位要求，有发展潜力。

(3) 职业素质：具有良好的职业道德和职业素质，遵守企业规章制度；具有敬业精神和职业荣誉感，热爱本职工作，忠于职守；具有专心专注、精益求精的工匠精神；具有较强的观察能力、想象能力、分析能力、协调能力和创造能力；具有合作意识和团队精神；具有较强的安全意识、服务意识、环保意识。

## 2. 知识要求

(1) 掌握管理学、经济学基础知识和营销专业知识；

(2) 掌握从事市场营销专业工作所需的经济与管理知识；

(3) 掌握现代市场营销的基本理论、基本的定性和定量分析方法；

(4) 掌握企业数字化转型营销理论与业务方法论；

(5) 掌握管理学、经济学、历史学、哲学、社会学和心理学等方面的知识，能够客观评价营销对社会、健康、安全、法律以及文化的影响；

(6) 掌握数学、外语、计算机及信息技术等工具使用知识。

## 3. 能力要求

(1) 具有探究学习、终身学习、职业判断、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) 具有文字、表格、图像的计算机处理能力，本专业必需的信息技术应用能力；

(4) 具备将管理学、经济学基础知识和营销专业知识运用于企业实际营销问题的改善和创新的能力，并形成有效的解决方案；

(5) 具备在社会、健康、安全、法律、文化、环境等实际约束下，编制可行营销策划方案的能力；

(6) 掌握企业营销数字化转型相关组织结构、角色分工和基本工作流程，具备

开展企业全渠道营销业务协同的营销思维能力，具备线上线下一体化业务运营和业务拓展的经营理念。

(7) 具备新零售门店服务和业务数字化的营销思维和开展典型业务的技能；

(8) 掌握开展线上、渠道、门店、会员、项目式营销的业务技能；

(9) 掌握互联网业务推广、运营、地推的工作模式和业务技能；

(10) 具备市场条例理解能力、商品鉴别与运营能力；

(11) 掌握企业营销中台业务支撑体系（订单处理/仓储物流/结算中心）运行机制和开展典型业务的技能；

(12) 具备营销环境分析、制定市场调查方案、市场调查项目实施、撰写调研报告的业务能力；

(13) 具备市场调研预测和数据管理能力；

(14) 掌握电子商务和网络营销等基本知识，具备收集和应用市场信息进行销售渠道设计的能力。

#### 四、课程设置

通过对用友集团及其生态合作企业的调研，分析典型的数字化营销转型企业构架、营销业务岗位和职业发展路径，确定学生就业岗位，提炼行业企业所需要人才的核心能力，并且进一步参阅了《中华人民共和国职业分类大典》（2015版）和《高职高专专业目录》，从企业的需求和职业未来发展变化综合考虑，围绕营销、产品和供应链的知识和技能需要，设置本专业岗位群职业核心能力所对应的主要课程，如表2所示。

表2 职业岗位以及对应开设的课程分析表

职业岗位群	职业核心能力	对应主要课程
客户经理	沟通能力、全渠道销售能力、市场经济形式分析能力、谈判能力	市场营销实务 消费者行为分析 全渠道营销推广与活动执行 商务沟通 微观经济学 推销与谈判 品牌推广 客户服务与管理
产品助理、产品测试	产品设计与推广能力	消费者行为分析 会计信息运用 VBSE 策略营销实训 商品数字化管理实务

运营助理、运营专员	营销策划能力、统筹协调	品牌推广 新零售店铺运营实务 消费者运营实务
门店经理	沟通能力、推广能力、谈判能力、营销策划能力、市场调研与预测能力	市场营销实务 消费者行为分析 市场调研与预测 营销数据分析与决策 数字化营销综合实训 客户服务与管理 新零售营销策划
渠道助理	全渠道营销能力、策划实施能力	市场营销实务 消费者行为分析 全渠道营销推广与活动执行 营销数据分析与决策 B2B 方案营销实战
实施顾问、服务支持	管理能力、沟通能力、执行力	商务管理实务 商务沟通 客户服务与管理 品牌推广

### 1. 课程体系

根据数字营销岗位群职业能力分析，按照岗位技能与职业发展逐级递进的建设思路，结合 1+X 证书制度试点，校行企研共同研究，引入数字营销产业技术要素和商业文化要素，构建“岗位能力导向、课岗证赛融通”的课程体系，如图 1 所示。

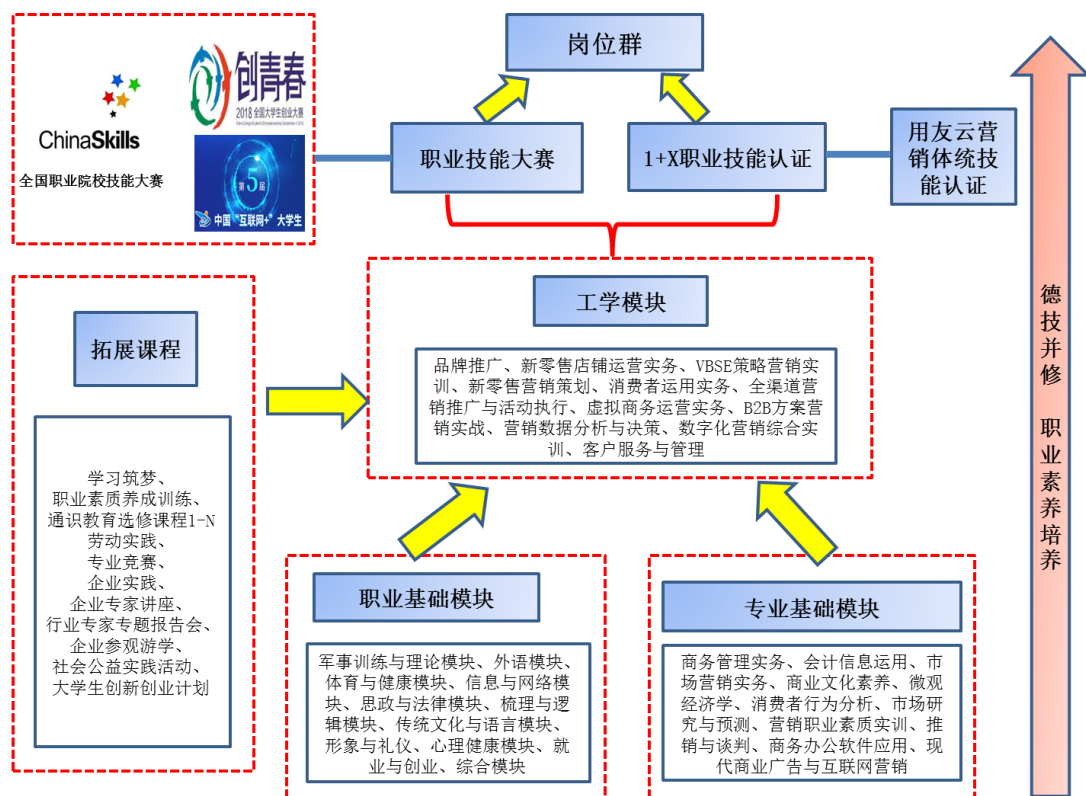
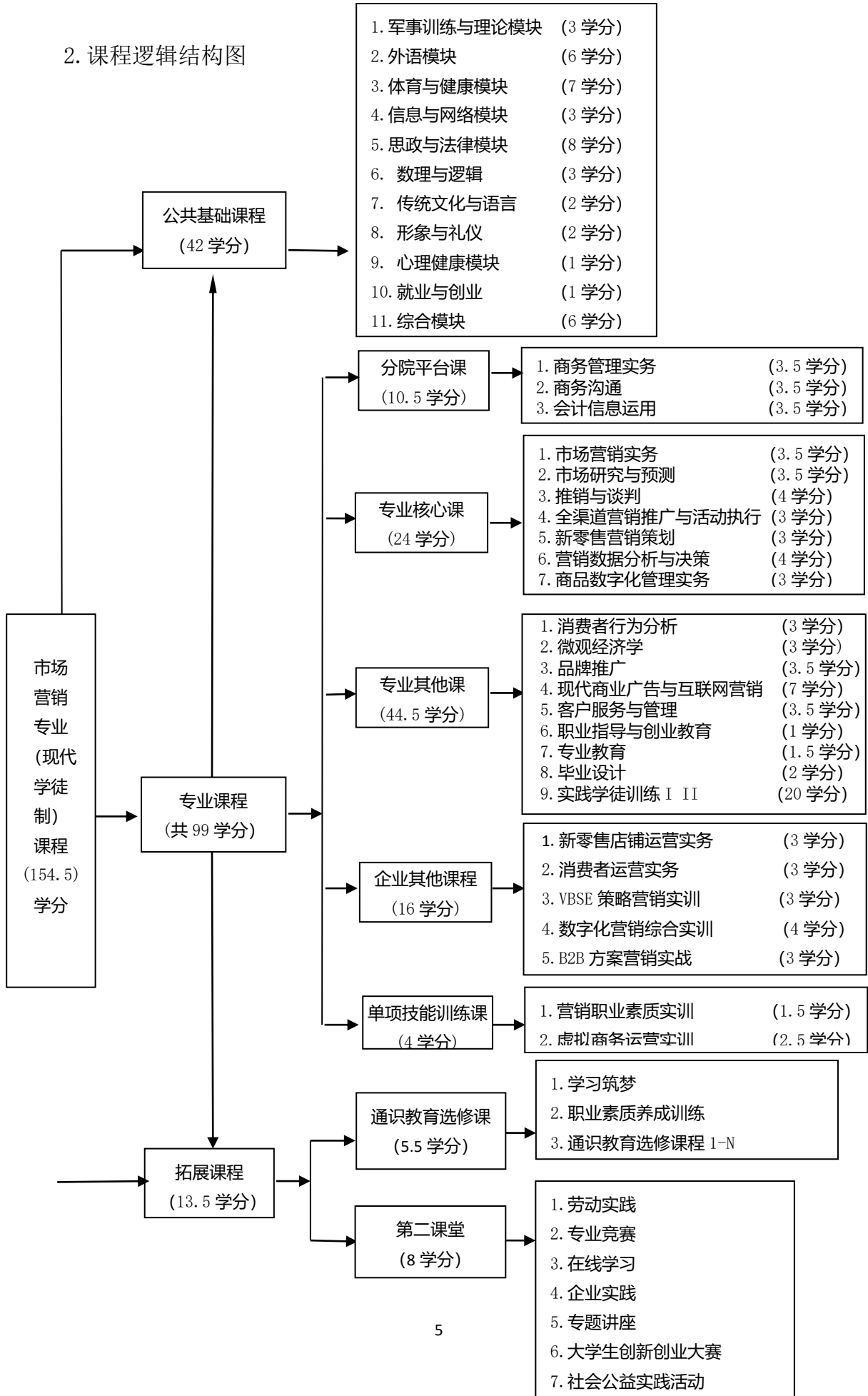


图 1 “岗位能力导向、课岗证赛融通”课程体系

## 2. 课程逻辑结构图



### 3. 专业核心课程说明

本专业围绕职业核心能力开设了市场营销实务、市场调查与分析等 6 门专业核心课程。其主要内容如表 3 所示。

表 3 专业核心课程

课程	模块	知识内容与要求	技能考核项目与要求	学时
市场营销实务	1. 市场营销基础理论 2. 市场分析 3. 营销策略	1. 掌握市场营销基础理论 2. 掌握市场环境分析模型 3. 掌握 STP 理论模型 4. 掌握 4P 理论	1. 具备营销基本理念 2. 具备市场宏观与微观环境分析方法 3. 具备市场细分、市场定位能力，根据不同目标市场选择不同营销策略 4. 具备营销组合策略应用能力	56
市场研究与预测	1. 市场与市场经济 2. 市场调查基本方式与方法 3. 调查资料整理分析 4. 市场调研技术应用 5. 市场预测方法	1. 掌握调查方案设计相关理论 2. 掌握不同调查方案 3. 设计调查问卷 4. 掌握调查数据整理与分析的方法 5. 撰写调查报告	1. 能够制定调查方案 2. 具备选择合适的调查方法的能力 3. 具备设计、制作调查问卷的能力 4. 能够整理分析调查数据 5. 具备撰写调查报告的能力	56
推销与谈判	1. 推销模块	1. 掌握推销方格 2. 掌握线上线下寻找和开发客户相关知识 3. 掌握接近与约见客户相关知识 4. 掌握线上线下客户洽谈与异议处理相关知识 5. 掌握客户管理体系和标准	1. 能够利用推销方格分析客户类型 2. 具备开发客户的方法 3. 具备接近和约见客户的方法 4. 具备客户洽谈的技巧 5. 具备处理客户异议的技巧，促成交易 6. 具备售前、售中、售后服务的基本技巧	64
	2. 谈判模块	1. 掌握商务谈判的提出的基本知识 2. 掌握商务谈判准备要素 3. 掌握商务谈判开局基本方法 4. 掌握商务谈判磋商的相关知识 5. 掌握商务谈判促成的信号	1. 明确商务谈判的一般程序； 2. 具备撰写商务谈判方案的能力； 3. 具备商务谈判开局气氛的控制方法、开场陈述、摸底策略与技巧； 4. 具备商务谈判的报价技巧、讨价还价的基本技能、制造谈判僵局的技巧、处理谈判僵局的原则、策略和技巧； 5. 掌握商务谈判让步的策略，具备	

			把握商务谈判时机促成谈判的能力。	
全渠道营销推广与活动执行	1. 线上渠道 2. 线下渠道 3. 高端客户渠道	1. 掌握渠道与渠道参与者基本特征 2. 了解渠道规划 3. 掌握渠道开发与管理的理论 4. 掌握渠道政策 5. 了解典型行业渠道方案	1. 能够根据渠道参与者的特点和功能，分辨不同的渠道结构； 2. 掌握渠道规划方案的评估方法； 3 具备选择渠道成员的能力； 4. 具备设计渠道激励的方案、渠道管理决策以及渠道应收账款管理制度的能力； 5. 掌握数字营销渠道建设方法；能够完成企业招商与投标方案的设计与实施。	48
新零售营销策划	1. 新零售基本认知 2. 新零售市场运营相关理念 3. 营销策划原理 4. 新媒体营销推广	1. 基本认知 2. 新零售运营理论与实践 3. 营销策划基本理论与实践 4. 新媒体与自媒体营销策实践	1. 了解新零售行业基本运营过程；掌握供应链系统关联角色； 2. 了解新零售背景下营销策划活动的特点； 3. 了解新零售环境营销策划活动基本技巧和实施关键； 4. 具备新媒体营销的基本业务技能。	48
营销数据分析与决策	1. 营销数据基本指标 2. 营销数据分析的理论 3. 营销数据分析与评估 4. 市场走势分析与预测	1. 掌握营销数据的分析与应用的基本理论 2. 掌握商品销售情况管理要素 3. 掌握买家购买情况分析与评估的要点 4. 掌握畅销商品统计与分析关键要素 5. 掌握竞争对手行业与行业状况分析与预测的核心要素	1. 了解营销数据的分类与来源，掌握营销数据分析指标，营销数据分析的流程、方法和常用工具； 2. 使用 EXCEL 对店铺、商品销售情况进行分析和管理的； 3 能够针对买家购买情况选择适当的指标并做具体分析； 4. 能够使用不同的分析方法和指标，对商品的长效情况、定价、流量与成交量占比等进行有针对性地分析； 5. 能够使用不同的分析指标和方法，对竞争对手的商品销售情况、行业状况做出适当的分析，并利用不同的预测法对未来销售市场的趋势做出适当的预测。	64
商品数字化管理实务	1. 商品学基本原理 2. 商品数字化的相关知识 3. 商品数字化管理模型	1. 了解商品的基本属性，掌握商品分类、明细的基本规则 2. 掌握商品数字化的基本要素和方法 3. 结合企业相关案例，掌握商品数字化管理的工作原理	1. 明确产品属性，能够根据不同类别和特征进行产品划分 2. 具备将具体商品数字化的操作技术 3. 掌握商品数字化管理过程中的基本操作技术	48



## 五、教学组织与评价

### 1. 教学组织

在教学实施过程中，我们采用工学交替的形式，通过工学交替教学模式的实施，不仅提升学生的综合职业素养和实践能力，从而实现学生向学徒、准员工、企业员工的身份转变。

表4 市场营销专业（现代学徒制）教学组织表

学期	教学内容	教学目标	场所	授课人员
1	基础课程、通识课程、职业基本素养课程	培养学生专业基本能力、信息化应用能力和职业素养	在校	在校教师
2				
3				
4	专业核心课程、学徒企业核心岗位相关课程	培养学生专业核心技能和胜任学徒企业核心岗位的应用技能		在校教师 企业教师
5	学徒企业核心岗位实践课程、企业门店管理学习	培养学生职业综合素养和企业综合实践能力	企业	企业教师
6	企业顶岗实习	培养学生企业业务综合能力		

结合用友新道深耕教育行业的丰富经验，注重实战教学，依托用友集团营销、电子商务、新零售、渠道管理及生产供应链等产品体系，将企业实操案例融入课堂教学中。专业将根据课程教学内容，采取案例教学法、任务驱动教学法、头脑风暴教学法、角色扮演法、启发式教学法、小组讨论法、模拟仿真法等多种教学方法，注重讲、练、做结合，注重学生能力培养，使学生在“做中学、学中做”中提高职业技能和职业素质。充分利用多媒体课件、视频、微课、翻转课堂等多种现代教学技术手段。

将专业知识与技能课程、专业竞赛、职业技能等级证书内容进行梳理，针对职业院校技能大赛、职业技能等级证书的知识和技能要求，对接教学资源，匹配课程内容和核心技能。着力在授课过程中，夯实专业技能。鼓励学生通过专业技能大赛、考取职业技能等级证书的方式，进行学分置换。

### 2. 教学考核评价

校企双方共同制定现代学徒制下的考核评价管理体系。学生、学徒的学业考核评价由两部分组成：

一是学校课程采取的考核评价方式有笔试、过程性考核、机考、笔试+操作等形式。根据每门课程的教学内容和教学目标不同，设定不同考核评价模式。为了使考核更加客观，多采取过程性考核和终结性考核相结合、知识评价和技能评价相结合、教师评价和学生评价相结合的评价模式。其中，专业基础课以知识掌握和运用能力考核为主，以职业素质能力考核为辅，综合评价学生对专业知识学习和对基本技能的运用的总体表现。专业核心课程采用阶段评价、过程评价与目标评价相结合，理论与实践一体化的模式，结合平时课堂提问、技能训练及测验等方式综合评价学生成绩。实践技能课采用阶段评价、过程评价与作品展示等方式相结合，以实际操作达标为主的评价模式。

二是企业课程的考核由校企双方共同完成，企业师傅对学徒行为规范和岗位工作技能进行评价考核，占总成绩的60%；校内指导教师对学生的实习报告和实习任务书进行评价，占总成绩的40%。成绩评定分等级制，即优秀、良好、及格和不及格四个等级，学徒考核合格者获得相应学分。

## 六、实施保障

### 1. 师资队伍

本专业任职教师要具有强力的事业心和高度的责任感，能够忠诚于党的教育事业，愿意为教育事业付出精力。教师团队结构合理，高级职称教师占比不低于30%，中级职称教师占比不低于40%；专兼职教师比例1:1，师生比例约为1:18。

#### (1) 专任教师任职资格

具有高度的职业素养，爱岗敬业，学而不厌，诲人不倦；具备深厚的专业理论功底和较强的专业技能；具有较强的沟通表达能力，敏锐的洞察力和经济意识；具有较强的教学技能及教学研究与课程开发能力；熟知高职教育的特点；熟练运用现代教育技术和手段；具备高校教师资格证；具备“双师”素质。

#### (2) 校外兼职教师任职资格

热爱教育事业，关心学生；具备扎实的行业经验和管理技能，3年以上行业岗位工作经历；具备本科以上学历，中级以上专业技术职务或担任部门负责人职务；具有较强的沟通和表达能力；了解高职教育的特点，能够采用合理的教学方式；熟练运用

现代教育技术和手段。

## 2. 实训条件

为满足实践教学课程的教学需要，本专业实践教学条件包括校内实训室和校外实习基地，以满足学生校内课程实践操作和校外顶岗实习需要。

校内实训室配备至少 100 人同时进行实训的培训桌、椅、电脑等基本设备，提供课程项目要求的课程教学资源 and 模拟训练系统。

校外实训基地以国内知名房地产开发企业及房地产中介服务型企业为主，学生在实习期的实习及顶岗实践工作主要在其门店完成，使学生在其实习期间真正参与完成房地产行业的营销、策划、服务、评估等相关工作，达到理论与实践相结合的效果。

## 3. 教学资源

(1) 加强课程资源的开发与建设，建设在线专业课程资源库，涵盖课程网站、教学资源、线上辅导以及与课程相关的视频资料、电子书、财经资讯网站等，实现多媒体教学资源共享，形成碎片化学习资源。

(2) 立足现有条件，进一步完善教学设施，保证教学效果，提高教学信息化水平，实现线上线下一体化的教学资源。

(3) 根据信息化教学需要，开发建设新形态立体化教材，配套相应教学资源，有利于辅助线下课后教学。

## 七、毕业标准

学生按照本新道数字营销班人才培养方案要求修完规定的课程，考核合格，达到毕业总学分要求和《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》相关要求，获得本专业要求的证书，方可准予毕业。

### 1. 学分要求

具有良好的思想道德和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准，同时必须通过本培养方案规定的全部教学环节，毕业总学分达 154.5 学分方可毕业，其中专业课程 99 学分（商贸平台课程 10.5 学分、专业核心课程 24 学分、专业其他课 44.5 学分、企业课程 16 学分、单项技能训练课程 4 学分），拓展课程 13.5 学分（通识教育课程 5.5 学分、学生自主学习课程 8 学分），公共基础课 42 学分。

### 2. 体能测试要求

体能测试成绩达到《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》要求。

### 3. 证书要求

(1) 本新道数字营销班学生经过新道企业的专业课程培训和岗位技能实践，申请参加用友厂家职业资格认证考试，并顺利通过考试，获得用友数字营销系统应用技能认证证书，以达到企业对岗位知识和技能的基本要求。

(2) 获得以下英语证书之一

- ①吉林省教育厅颁发的英语 A\B 级证书；
- ②全国大学英语四、六级考试委员会颁发的全国大学生英语四级或六级考试证书。

## 八、专业教学进程与学时、学分分配

- 1. 职业基础课程设置及教学进程表（附表 1）
- 2. 专业课程设置及教学进程表（附表 2）
- 3. 拓展课程设置及教学进程表（附表 3）
- 4. 学期学分、学时明细表（附表 4）

## 九、专业教学工作委员会

序号	姓名	专业教学工作委员会职务	工作单位	单位职务	职称
1	臧冬蓉	主任	长春职业技术学院	专业带头人	讲师
2	王万德	副主任	新道科技股份有限公司	BG 服务部经理	顾问
3	金丽巍	委员	新道科技股份有限公司	吉林分公司经理	顾问
4	王玥	委员	长春职业技术学院	教研室主任	副教授
5	张丽华	委员	长春职业技术学院	骨干教师	副教授
6	李敏	委员	长春职业技术学院	骨干教师	讲师
7	田琦	委员	长春职业技术学院	骨干教师	讲师
8	朱瑞琳	委员	新道科技股份有限公司	吉林分公司渠道经理	专员
9	李微笑	委员	新道科技股份有限公司	吉林分公司专职班主任	专职班主任

附表 1:

市场营销 专业(现代学徒制) 职业基础课设置及教学进程表(2019 版)

课程性质	课程模块	课程类型	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配				修读学期	备注	
							课内学时		课外学时				
							理论	实践	理论	实践			
必修	军事训练与理论	理实一体课程	00030001	军事训练与军事理论	3	72			12	60	1	*	
必修	思政与法律	理实一体课程	07030008	思想道德修养与法律基础	3	48	40			8	1		
		理实一体课程	07030009	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	56			8	2		
		理论课程	07030003	形势与政策 I	0.2	6	6					1	*
		理论课程	07030004	形势与政策 II	0.2	6	6					2	*
		理论课程	07030005	形势与政策 III	0.2	6	6					3	*
		理论课程	07030006	形势与政策 IV	0.2	6	6					4	*
		理论课程	07030007	形势与政策 V	0.2	8			8			5	*
必修		实践课程	00030201	体育与健康 I	1.5	26		26			1	*	
		实践课程	00030202	体育与健康 II	2.5	36		36			2	*	
选修	体育与健康	实践课程	00030203 00030204 00030205 00030206 00030207 00030208 00030209 00030210 00030211	足球 篮球 排球 羽毛球 乒乓球 太极拳 太极剑 健美操 瑜珈(限女)	1.5	24		24			3	* 学生自选(9选1)	

				生选)	1.5	24	24				4	* 学生自选 (9选1)
必修	就业与创业	理论课程	00030402	职业指导与创业教育II	0.5	8	8				3	*
		理论课程	00030403	职业指导与创业教育III	0.5	8	8				4	*
必修	外语	理论课程	00030101	大学英语 I	3	48	48				1	
		理论课程	00030102	大学英语 II	3	48	48				2	
必修		理论课程	00030704	职业基础数学	2	32	32				1	*
选修	数理与逻辑	理论课程	00030705 00030706	经济数学 理工数学	1	16	16				2	* 各专业自选 (2选1)
选修	传统文化与语言	理论课程	00030602 00030601 00030603	大学语文 中华传统文化 人际沟通艺术	2	32	32				3	* 学生自选 (3选1)
必修	形象与礼仪	理论课程	00030501	职业形象礼仪训练	2	32	32				4	*
必修	心理健康	理论课程	99030105	心理健康 I	0.5	6	6				1	*

		理论课程	99030106	心理健康 II	0.5	6	6				2	*
必修	信息与网络	理实一体课程	00030301	计算机文化基础	3	48	16	32			1	*
选修	综合模块	理论课程	99030221	中国文明史								* 1-4 学期内，在表中 11 个模块中共计选择 3-4 门，且每个模块最多选 1 门、每学
			99030222	中国文化复兴古典同济天下								
			99030223	中国当代文学史								
			99030224	中国近现代史纲要								
			99030225	习近平新时代中国特色社会主义思想概论								
			99030226	红色经典影片与近现代中国发展								
			99030227	马克思主义的时代解读								
			99030228	中国道路								
			99030201	大学生健康指导								
			99030202	职业人的营养健康管理								
99030203	营养免疫与健康管理											
99030204	职业健康与安全											
99030205	社会与心理											
99030206	跨文化交际											
99030207	日语与日本文化											
99030208	韩语与韩国文化											
99030209	创新创业能力培养与训练	6	96	96								
99030210	生活与法律											

1-4

			99030211 人力资源管理实务 99030212 管理学基础 99030213 门店管理基础 99030214 现代工厂精益管理 99030215 新媒体营销与推广									期最多选1门，此模块实施动态管理，具体开课情况以当学期开课计划为准。	
			99030216 商业文化素养 99030217 财政金融基础知识										
			99030218 音乐基础知识与音乐鉴赏 99030219 中西方艺术史										
			99030220 网络应用及信息检索										
合计				42	706	468	142	20	76				

注：1. 考查课用“\*”在备注栏内标注。

2. 经济数学开设在第2学期前8周，理工数学开设在后8周，由各专业二选一（删除另一门）。



附表 2:

市场营销专业（现代学徒制）专业课程设置及教学进程表

课程性质	课程类型	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配				修读学期	备注
						课内学时		课外学时			
						理论	实践	理论	实践		
必修	实践课程	99030108	入学教育	0.5	12				12	1	
	理论课程	99030107	职业指导与创业教育 I	1	24			24		1	
	理实一体课程	04039606	市场营销实务	3.5	56	30	26			1	★
	理实一体课程	04039601	消费者行为分析	3	48	24	24			1	*
	理实一体课程	04039411	微观经济学	3	48	30	18			1	*
	实践课程	04039602	营销职业素质实训	1.5	24	0	24			1	*
	理实一体课程	04039605	推销与谈判	4	64	24	40			2	★
	理实一体课程	04039002	会计信息运用	3.5	56	28	28			2	*
	理实一体课程	04039003	商务沟通	3.5	56	16	40			2	*
	理实一体课程	04039412	市场研究与预测	3.5	56	20	36			2	★
	理实一体课程	04039004	商务管理实务	3.5	56	28	28			3	*
	理实一体课程	04039413	品牌推广	3.5	56	26	30			3	*
	实践课程	04039414	新零售店铺运营实务	3	48		48			3	*

	实践课程	04039415	VBSE 策略营销实训	3	48		48			3	*
	实践课程	04039416	新零售营销策划	3	48		48			3	★
	实践课程	04039417	消费者运营实务	3	48		48			3	*
	实践课程	04039418	全渠道营销推广与活动执行	3	48		48			3	★
	理实一体课程	04039608	现代商业广告与互联网营销	7	112	48	64			4	*
	实践课程	04039005	虚拟商务运营实训	2.5	40		40			4	*
	实践课程	04039419	商品数字化管理实务	3	48		48			5	★
	实践课程	04039420	B2B 方案营销实战	3	48		48			5	*
	实践课程	99030101	顶岗实习 I	8	192				192	5	
	理论课程	99030109	毕业教育	1	16				16	4	
	实践课程	99030104	毕业设计（论文）	2	48				48	6	
	实践课程	99030102	项岗实习 II	12	288				288	6	
	小计			87.5	1588	274	734	40	540		
方向 ▽ 选修课程	实践课程	04039421	营销数据分析与决策	4	64		64			4	★
	实践课程	04039422	数字化营销综合实训	4	64		64			4	*
	理实一体课程	04039604	客户服务与管理	3.5	56	20	36			4	*

	小计		11.5	184	20	164	0	0			
			99	1772	294	898	40	540			

注：1. 考查课用“\*”、专业核心课用“★”在备注栏内标注。

2. 在同类课程中，课程排列以开课学期为序，先开课程在前；同一学期课程学分高的课程在前。

3. 专业各方向的课程总学时必须一致。

4. 课内学时（无论理论实践）都是 16 学时 1 学分，课外学时（无论理论实践）都是 24 学时 1 学分。

附表 3

市场营销专业（现代学徒制）拓展课程设置及教学进程表

课程性质	课程类型	课程名称	学分	总学时	课外学时		备注
					理论	实践	
通识教育选修课程	理论课程	学习筑梦	1	12	12		学校统一安排
	理论课程	职业素质养成训练	1.5	24	24		学校统一安排
	理论课程	通识教育选修课程 1—N	3	48	48		开设在第 1-4 学期选修 2 门以上，至少 3 学分
小计			5.5	84	84		
第二课堂	实践项目	劳动实践	2	48		48	开设在 1-6 学期，根据进程灵活安排。由学校、分院进行组织及学分认定，至少 8 学分
		专业竞赛	2				
		在线学习	1				
		企业实践	1				
		专题讲座	0.5				
		大学生创新创业大赛	0.5				
		社会公益实践活动	1				
小计			8				
			13.5	132	84	48	

附表 4:

市场营销（现代学徒制）专业人才培养方案各学期学分、学时明细表

学年	学期	学 分			学 时										学期课内 学时	平均周学 时					
		职业基 础课程	专业课 程	拓展课 程	职业基础课程				专业课程				拓展课程								
					课内		课外		课内		课外		通识 教育	第二 课堂							
					理论	实践	理论	实践	理论	实践	理论	实践									
一	1	17.7	12.5	---	172	58	12	68	84	92	24	12	---	---	406	27.07					
	2	12.7	14.5	---	156	36	0	8	88	144	0	0	---	---	424	23.56					
二	3	5.7	22	---	70	24	0	0	54	298	0	0	---	---	446	24.78					
	4	5.7	22	---	70	24	0	0	68	268	16	0	---	---	430	23.89					
三	5	0.2	14	---	0	0	8	0	0	96	0	192	---	---	96	---					
	6	0	14	---	0	0	0	0	0	0	0	336	---	---	0	---					
小计		42.00	99.00	13.50	468	142	20	76	294	898	40	540	84	---	1802	---					
		154.50			610		96		1192		580		84		---	---					
合计		154.50			706				1772				84		---	---					
总计		理论与实践之比		35:65		课内总 学时		1802		课外总 学时		760		总学时		2562		总学分		154.50	
注：1. 总计课内总学时=职业基础课程课内学时+专业课程课内学时。 2. 总计课外总学时=职业基础课程课外学时+专业课程课外学时+拓展课程学时。 3. 职业基础课综合模块的 96 学时，按照 24 课时/学期平均分配至 1-4 学期。																					