

中等职业学校市场营销专业教学标准（试行）

一、专业名称（专业代码）

市场营销专业（121000）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学力

三、基本学制

3 年

四、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。

五、职业范围

序号	对应职业(岗位)	职业资格证书举例	专业(技能)方向
1	调查员、业务员、市场推广员	营销员	市场推广
2	促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员	营业员	商品销售
3	收银员、前台接待员、售后服务员	营销员	客户服务

说明：可根据区域实际情况和专业（技能）方向取得 1 或 2 个证书。

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

（一）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. 能够廉洁自律，坚持公平交易的营销工作原则。
4. 具有较强的心理承受与抗挫折能力。
5. 具有团队合作精神和良好的人际沟通能力。

（二）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

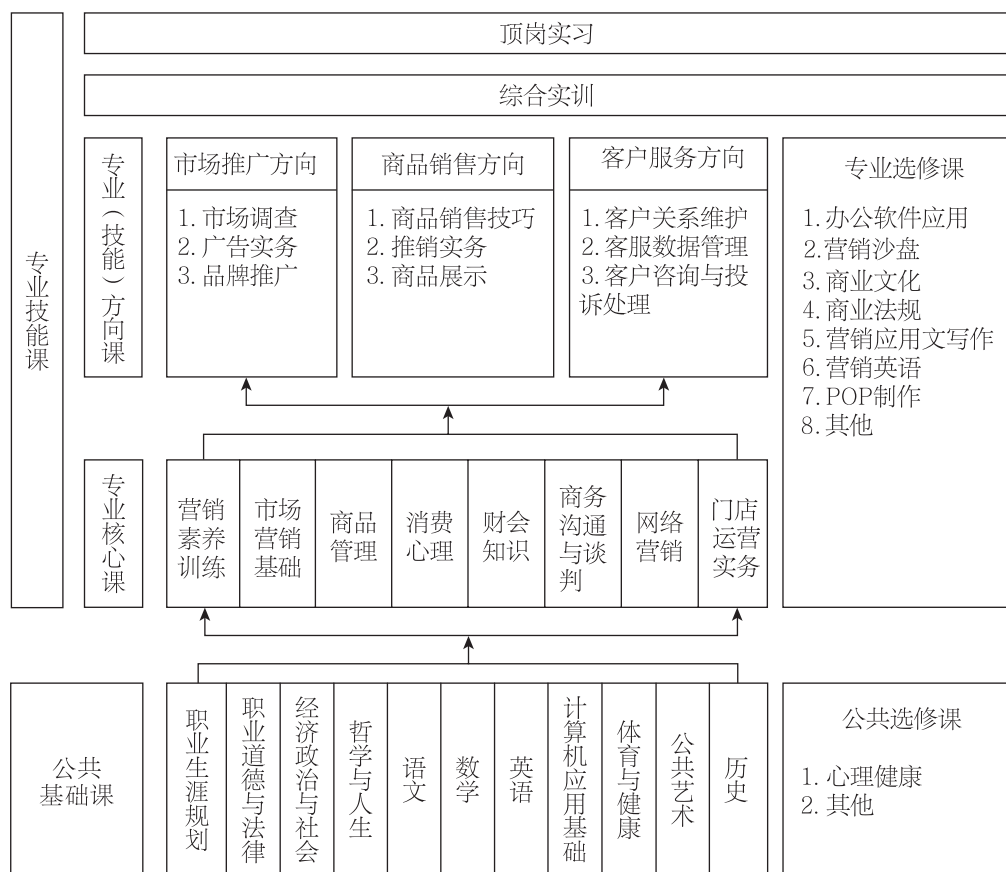
1. 能够进行客户信息的收集、整理、维护和建立客户电子档案。
2. 能够建立商品的电子信息档案，并定期进行整理和维护。
3. 能够为客户解答和提供商品的售前、售后等服务信息。
4. 能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和进行投诉处理。

七、主要接续专业

高职：连锁经营管理、市场营销、项目管理、工商行政管理

本科：市场营销、营销与策划、工商管理

八、课程结构



九、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、顶岗实习等多种形式。

（一）公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	180
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	180
8	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	108
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	180
10	公共艺术	依据《中等职业学校公共艺术教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
11	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36

（二）专业技能课

1. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	营销素养训练	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

续表

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
2	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	72
3	商品管理	了解商品采购的相关知识,能够按照采购计划进行商品采购;了解供应商的类型,能够准确的收集供应商的相关信息;了解商品的性质、质量、标准、鉴定、分类方法;掌握商品的出入库、包装、储运、盘点、保管、条形码的基本知识;掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能	72
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	72
5	财会知识	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	了解商务谈判人员的素质;掌握商务沟通的技巧和方法;了解商务谈判的基本原则、模式,掌握商务谈判的程序及各阶段策略;掌握寻找、接近客户、客户异议处理、促成交易的方法;了解合同的签订,合同效力认定,合同的担保和保全,合同的变更、转让和终止,合同的履行,违约责任承担等	72
7	网络营销	了解网络营销的方法,掌握信息收集、发布的方法;了解网络营销环境,掌握通过网络进行市场调研的方法;了解网络营销战略与计划,灵活运用网络营销的产品策略、价格策略;了解网络营销的渠道策略,学会利用网络进行市场营销实务操作;掌握网络营销的程序、市场分析、市场开拓、市场维护,网络经营技巧等方法或技能	72
8	门店运营实务	了解人员招聘、入职、培训、任免基本程序,熟悉营销相关岗位员工排班、考勤与团队管理方法;了解门店销售绩效管理方案;掌握门店卖场环境维护、日常清洁、安全检查等运营方法;掌握针对负库存、虚库存等库存异常的特殊盘点、核查方法,了解门店运营损益要点以及提升利润要点;掌握门店促销的基本流程和方法	72

2. 专业（技能）方向课

（1）市场推广

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场调查	了解市场调查与分析的方法；理解市场调查的基本知识；掌握调查问卷设计的方法；掌握市场调查具体实施的方法；了解回收问卷统计、分析的方法；掌握对商圈进行市场分析的方法，能进行竞争对手情况分析	72
2	广告实务	了解不同广告的分类方法、形式，以及广告业务的运行方式；掌握广告发布方法、流程、政策法规，能制作广告发布思维导图；理解营销策划与广告创意的作用与关系；掌握头脑风暴法等一般性广告创意方法；了解企业广告定位、广告策略、广告文化与经营管理实效的关系	72
3	品牌推广	了解企业文化及品牌内涵对企业发展和成长的作用；了解企业品牌推广的整体要求，掌握 CI、VI 执行方法及流程；掌握产品推广基本方法，能够运用 POP、堆头特别展示等方式，进行产品推广活动；学会简单分析、评价品牌推广活动的效果，能够提出相关改进建议；了解本行业主要竞争品牌的推广手段，能够提出有针对性的合理建议	36

（2）商品销售

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	商品销售技巧	了解商品销售相关法律法规；掌握营业前准备的各项操作；掌握零售卖场的环境氛围设计，能够按照商品分类进行相应的商品布局、陈列、展示；掌握判断顾客的购买意图的方法；掌握商品推介的相关方法，应用准确的语言向顾客介绍商品；掌握出具购物票据的方法，协助顾客完成交易	72
2	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	72
3	商品展示	了解店面布局的基本原则、方法，能够识读卖场布局图，进行相应的商品陈列与展示；掌握根据价格、规格、色彩、功能等不同商品属性特点进行相应陈列与展示的方法；了解调整陈列与展示以期达到最佳销售效果的方法；掌握商品补货、价签维护等展示细节的操作方法；能够根据店铺的特定环境、位置，布置海报宣传，陈列道具展示	36

(3) 客户服务

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	客户关系维护	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	72
2	客服数据管理	了解收集、调查目标客户信息的渠道;了解客户分类、客户识别的方法,会建立客户信息档案;了解客户管理软件,掌握进行客户信息数据录入、数据查询、定期更新等基本操作;掌握客户数据基本的统计分析方法,并根据需要制作、提供相关数据报表	72
3	客户咨询与投诉处理	掌握接待客户咨询的标准语言及行为规范与投诉;了解客户投诉的原因、心理;了解客户投诉处理的流程、原则及标准;掌握处理客户投诉的技巧	36

3. 专业选修课

(1) 办公软件应用。

(2) 营销沙盘。

(3) 商业文化。

(4) 商业法规。

(5) 营销应用文写作。

(6) 营销英语。

(7) POP 制作。

(8) 其他。

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,具体安排如下表:

综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
导购岗位实训	72 学时	训练导购的方法、手段、技巧,能够从事门店的基础导购工作;训练收款机的操作使用,达到独立上岗操作的水平,能处理常见的故障	校内

续表

综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
推销岗位实训	72 学时	掌握推销的基本技能,根据不同的商品,采取不同的演示方法,以达到推销的目的;根据不同的顾客类别,采取不同的推销技巧;选取客户群,进行实物推销	校内或校外
经营管理岗位实训	72 学时	了解人员激励及绩效管理的相关知识,了解企业的组织结构、管理的相关规章制度,树立服务意识及团队合作;对小组成员的工作进行分工、管理,以达到工作目标	校内或校外
个人创业实训	72 学时	掌握个人创业的相关知识,进行问卷调查、商圈调研等工作;进行基本的开店选址、调研、宣传策划、营销整体策划等工作	校外

5. 顶岗实习

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节,要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求,保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下,可根据实际需要,通过校企合作,实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。

十、教学时间安排

(一) 基本要求

每学年为 52 周,其中教学时间 40 周(含复习考试),累计假期 12 周,周学时一般为 28 学时,顶岗实习按每周 30 小时(1 小时折合 1 学时)安排,3 年总学时数为 3 000~3 300。课程开设顺序和周学时安排,学校可根据实际情况调整。

实行学分制的学校,一般 16~18 学时为 1 学分,3 年制总学分不得少于 170。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动以 1 周为 1 学分,共 5 学分。

公共基础课学时约占总学时的 1/3,允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整,但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

专业技能课学时约占总学时的 2/3,在确保学生实习总量的前提下,可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间,行业企业认知实习应安排在第一学年。

课程设置中应设选修课,其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

（二）教学安排建议

课程类别	课程名称	学分	学时	学期					
				1	2	3	4	5	6
公共基础课	职业生涯规划	2	32	√					
	职业道德与法律	2	32		√				
	经济政治与社会	2	32			√			
	哲学与人生	2	32				√		
	语文	10	180	√	√	√			
	数学	8	144	√	√				
	英语	10	180	√	√	√			
	计算机应用基础	6	108	√					
	体育与健康	10	180	√	√	√	√	√	
	公共艺术	2	36		√				
	历史	2	36		√				
	小计	56	992						
专业技能课	营销素养训练	8	144	√	√	√	√		
	市场营销基础	4	72	√					
	商品管理	4	72		√				
	消费心理	4	72			√			
	财会知识	4	72			√			
	商务沟通与谈判	4	72			√			
	网络营销	4	72			√			
	门店运营实务	4	72				√		
	小计	36	648						

续表

课程类别			课程名称	学分	学时	学期					
						1	2	3	4	5	6
专业技能课	专业（技能）方向课	市场推广方向	市场调查	4	72				√		
			广告实务	4	72				√		
			品牌推广	2	36					√	
			小计	10	180						
		商品销售方向	商品销售技巧	4	72				√		
			推销实务	4	72				√		
			商品展示	2	36					√	
			小计	10	180						
		客户服务方向	客户关系维护	4	72				√		
			客服数据管理	4	72				√		
			客户咨询与投诉处理	2	36					√	
			小计	10	180						
		综合实训	导购岗位实训	4	72					√	
			推销岗位实训	4	72					√	
			经营管理岗位实训	4	72					√	
			个人创业实训	4	72					√	
			小计	16	288						
	顶岗实习			30	540						√
	小计			92	1 656						
	合计			148	2 648						

说明：

(1) “√”表示建议相应课程开设的学期。

(2) 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，学校可根据实际情况灵活设置。

十一、教学实施

（一）教学要求

公共基础课按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

将学生专业素质培养与教学内容结合起来，使公共基础课程的教学内容更具实用性和针对性，配合好专业技能课程教学。课程教学应贴近学生、贴近职业、贴近社会，注重实践教育、体验教育、养成教育，做到知识学习与能力培养和行为养成相统一，促进学生全面发展和综合职业能力的提高。

专业技能课按照营销职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结合。

（二）教学管理

教学管理坚持规范性和灵活性相结合，合理调配教师、教学时间、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；注重教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

十二、教学评价

体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收家长、行业企业参与。校内校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，重视规范操作、安全文明生产等职业素质的形成，以及节约能源、节省原材料与爱护生产设备，保护环境等意识与观念的树立。

十三、实训实习环境

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地。

（一）校内实训实习室

校内实训实习必须具备商品销售、门店运营、营销实务等实训室，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量(生均台套)
1	商品销售实训室	货架	1/5
		收银机	1/5
		商品销售及管理软件	1/5
		收银台	1/5
		商品	1/5
		计算机	1/1
2	门店运营实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		文件柜	1/5
		打印机	1/5
		传真机	1/5
		扫描仪	1/5
		音响	1/30
		投影仪	1/30
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		门店运营管理软件	1/30
3	营销实务实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		营销沙盘	1/5
		多功能工作桌（谈判、会议、POP 制作等）	1/5
		投影仪	1/30
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		营销实务管理软件	1/30

（二）校外实训基地

校外实训基地位置应选取有一定商业氛围基础的商圈，面积适中，实训设

备设施配置合理，能够承担包括商品销售、店面运营、营销实务操作等多功能营销训练的企业。

十四、专业师资

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理,至少应配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师2人；建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师应不低于 30%；应有业务水平较高的专业带头人。

专任教师应熟练掌握系统的市场营销知识，具有一定的实际管理经验和丰富的教学经验，具有良好的语言表达能力和知识传授能力；具备中级以上专业技术职务所要求的业务能力；具备良好的师德和终身学习能力，适应产业行业发展需求，熟悉企业情况。

十五、其他