

# 漯河食品工程职业大学

## 市场营销专业人才培养方案（2025 版）

### 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

### 二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

### 三、修业年限

三年

### 四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类 (代码)	财经商贸大类(53)
所属专业类 (代码)	工商管理类(5306)
对应行业 (代码)	批发业(F51)、零售业(F52)、商务服务业(L72)、制造业(C)
主要职业类别 (代码)	市场营销专业人员(2-06-07-02)、客户服务管理员(4-07-02-03)、互联网营销师S(4-01-06-02)、品牌专业人员(2-06-07-04)
主要岗位群 或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管
职业资格证书或职业技能等级证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

### （二）培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成，三个方面全部合格，方可达到毕业条件。

#### 1.素质要求

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神。

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、

外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具有较强的集体意识和团队合作意识。

（4）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。

（5）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。

（6）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 2.知识要求

（1）了解中共党史国史、掌握必备的思想政治理论、了解中华优秀传统文化。

（2）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识。

（3）掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识。

（4）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等理论知识。

（5）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等理论知识。

（6）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等理论知识。

（7）掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与

推广等理论知识。

(8) 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等理论知识。

(9) 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等理论知识。

(10) 掌握信息技术基础知识。

### 3.能力要求

(1) 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力。

(2) 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力。

(3) 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力。

(4) 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力。

(5) 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力。

(6) 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力。

(7) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能。

(8) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。

(9) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力和沟通合作能力。

表 2 职业岗位、典型工作任务及职业能力分析

岗位(群)	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
1. 市场策划主管	1.1 市场策划 1.2 媒介策划 1.3 广告策划 1.4 品牌策划	1.能够进行市场策划、媒介策划、广告策划、品牌策划; 2.能够进行商务文案策划与撰写; 3.熟练操作计算机及软件	食品营销 品牌策划与推广 消费者行为分析 数字广告营销 商务文案策划与撰写	数字营销技术应用
2. 市场推广主管	2.1 市场调研 2.2 市场分析 2.3 市场推广与拓展	4.能够进行市场调研; 5.能够进行市场分析; 6.能够进行市场推广与拓展	消费者行为分析 数字营销 商务文案策划与撰写 商务谈判	经济专业技术资格
3. 销售业务主管	3.1 销售 3.2 招商 3.3 渠道管理、督导	7.能够胜任销售顾问和业务代表的工作; 8.能够从事招商和渠道管理工作并进行督导	食品营销 食品商品学基础 食品销售与管理 数字营销 商务谈判 渠道管理	数字营销技术应用 新媒体营销
4. 客户服务主管	4.1 跟单、售后、客户服务 4.2 售前售后支持 4.3 处理客户投诉	9.能够从事售前、售后服务; 10.能够进行跟单服务; 11.能够处理客户投诉	智能客户服务实务 服务营销 商务礼仪与沟通	呼叫中心客户服务与管理

## 六、课程设置

课程体系总体由公共基础课程、专业课程、集中实践环节三大类别组成。

### （一）公共基础课程

**1.公共必修课程。**公共必修课主要包括思想政治类课程、大学语文、大学生心理健康教育、大学英语、信息技术与人工智能通识、体育、国家安全教育、劳动教育、军事理论、职业生涯规划、就业指导与创业教育等课程。

**2.公共选修课程。**包含创新创业、食品营养与健康、国学经典与文化遗产、艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）、自然科学与工程、经济活动与社会管理、科学普及与技术创新、外语交流与跨国文化、体育运动与心理健康、生活常识与手工体验等模块课程。其中，公共艺术课程要求选修不低于2学分，技术创新类课程（含数智化类课程）要求选修不低于2学分。

### （二）专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

**1.专业基础课程。**主要包括食品营销、商业经济基础、经济学基础、食品商品学基础、管理学基础、大数据财务管理基础、中华商业文化等领域的内容。

**2.专业核心课程。**主要包括食品销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、消费者行为分析、服务营销、数字营销、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通等领域的内容。

**3.专业拓展课程。**主要包括营销法律法规、数字广告营销、商务谈判、渠道管理、商务文案策划与撰写、社群营销、人工智

能+企业数字化管理等领域的內容。

### (三) 集中实践环节

集中实践性教学环节主要包括实习、实训、毕业设计(论文)、其他社会实践活动等。

## 七、学时安排

表 3 课程设置及教学学时分配表

项目		学时				合计学时	学分
		理论教学		实践教学			
		学时	占总学时比例	学时	占总学时比例		
公共基础课程	公共必修课程	560	20.00%	180	6.43%	740	42
	公共选修课程	130	4.64%	50	1.79%	180	11
专业课程	专业基础课程	168	6.00%	168	6.00%	336	21
	专业核心课程	240	8.57%	240	8.57%	480	30
	专业拓展课程(限选)	96	3.43%	112	4.00%	208	13
集中实践教学安排	军事技能训练	0	0.00%	112	4.00%	112	2
	专业认识实习(含入学教育)	0	0.00%	24	0.86%	24	1
	劳动周(同时开展技术创新成果转化实践活动)	0	0.00%	48	1.71%	48	2
	“双创”实践活动及项目模块拓展	0	0.00%	48	1.71%	48	2
	岗位实习、毕业设计(论文)、毕业教育	0	0.00%	624	22.29%	624	26
合计		1194	42.64%	1606	57.36%	2800	150
公共基础课占总学时比例: 32.86% (920/2800)							
选修课占总学时比例: 13.86% (388/2800)							
实践性教学学时占总学时比例: 57.36% (1606/2800)							

注: 实践教学每周折合 24 学时

## 八、教学进程总体安排

表 4 教学进程表（三年制）

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期1周复习考试）														
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年										
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期									
								20 周(课堂教学16 周)	20 周(课堂教学18 周)	20 周(课堂教学18 周)	20 周(课堂教学18 周)	20 周(岗位实习)	20 周(课堂教学12 周, 岗位实习6 周)									
公共必修课程	1	思想道德与法治	考试	3	48	32	实践16	48														
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	2	32	32			32													
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	3	48	48				48												
	4	中共党史	考查	1	16	16																
	5	形势与政策	考查	1	16	16		4	4	4	4											
	6	高等数学（I）	考试	2	32	32		32														
	7	高等数学（II）	考试	2	36	36			36													
	8	大学英语（I）	考试	4	64	64		64														
	9	大学英语（II）	考试	4	64	64			64													
	10	大学语文	考查	2	32	32		32														
	11	信息技术与人工智能通识	考查	4	64	32	32	64														
	12	大学生心理健康教育	考查	2	32	32				32												
	13	体育（I）	考查	1	36	4	32	36														
	14	体育（II）	考查	1	36	4	32		36													
	15	体育（III）	考查	1	36	4	32				36											
	16	国家安全教育	考查	1	16	16		16														
	17	军事理论	考查	2	36	32	4		36													
	18	劳动教育	考查	2	32		32		32													
	19	职业生涯规划	考查	2	32	32		32														
	20	就业指导与创业教育	考查	2	32	32						32										
小计				42	740	560	180	328	288	88	36										0	
专业基础课	专创融合课	1	食品营销	考试	4	64	32	32		64												
		2	商业经济基础	考试	3	48	24	24			48											
	3	经济学基础	考试	4	64	32	32	64														
	4	食品商品学基础	考试	2	32	16	16	32														
	5	管理学基础	考试	4	64	32	32			64												
	6	大数据财务管理基础	考试	2	32	16	16					32										
	7	中华商业文化	考试	2	32	16	16	32														
	小计				21	336	168	168	128	64	112	32										0
专业核心课	专创融合课	1	食品销售与管理	考试	4	64	32	32		64												
		2	品牌策划与推广	考试	4	64	32	32				64										
	3	智能客户服务实务	考试	4	64	32	32			64												
	4	消费者行为分析	考试	4	64	32	32		64													
	5	服务营销	考试	4	64	32	32			64												
	6	数字营销	考试	4	64	32	32					64										
	7	商务数据分析与应用	考试	4	64	32	32						64									

岗位实习（同时开展形势与政策2次讲座）



## 九、学分置换

根据学校学分置换相关文件执行。

## 十、实施保障

主要包括师资队伍、实践教学环境、教学资源、考核评价、质量保障等方面。

### （一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

#### 1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 22：1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 80%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

#### 2.专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

#### 3.专任教师

具有高校教师资格；具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践

经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### **4. 兼职教师**

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

### **（二）实践教学环境**

#### **1. 校内教学环境**

依托学校创设的基于成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产业孵化实践环境，在“产学研转创”的环境中通过技术链、产业链和创新链推进食品产业发展，用推动食品产业发展使命驱动学生的专业学习，激发学生学习的内生动力。

#### **2. 校内实训基地**

结合“技术研发-成果转化-孵化产业”的成果转化项目课程体系，合理充分利用校内实验实训资源，包括漯河市食品产业公共研发平台、漯河市食品产业技术市场、众创空间、孵化器、成果

转化基地、生产性实训基地及专业实验室开展教学，在“产学研转创”的实践氛围中，在成果转化理念的引领下，锻炼学生技能。同时，市场营销专业配备有投影仪、多媒体、幻灯、CAI 课件等现代教学设施，广泛应用多媒体教学、网络教学、计算机教学等现代化教学手段，配备有营销电商专业实训基地，能够满足学生实训和社会培训的需求。

表 5 营销电商实训基地

实训室名称	实验实训项目	实验室面积(M <sup>2</sup> )	主要设备	工位
VBSE 跨专业综合实训室 1 (M201)	食品市场分析综合实训	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房，安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、VBSE 等教学软件	50
VBSE 跨专业综合实训室 2 (M202)	食品市场分析综合实训	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房，安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、VBSE 等教学软件	50
食品电商产教融合实训室 (M203)	营销项目实践	360	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房，安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查、直播技术等教学软件	80
电子商务数据分析室 (M204)	商务数据分析	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕、分组研讨桌等	50
网店运营推广实训室 (M205)	网络营销	90	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房，安装有市场营销、沙盘模拟企业经营、市场调查等教学软件	40
电子商务发展研讨室 (M206)	电子商务基础知识	90	电脑、电脑桌、电脑椅及大屏幕、分组研讨桌等	40

商品摄影实训室 (M308)	商品摄影	120	商品拍摄设备、电脑、电脑桌、电脑椅	40
新媒体运营实训室 (M309)	新媒体运营	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
网络营销实训室 (M307)	网络营销	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
网店美工实训室 (M305)	网店美工	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
电商创业实训室 (M303)	电商创业	90	电脑、电脑桌、电脑椅及大屏幕、分组研讨桌等	40
网店运营实训室 (M304)	网店运营	120	电脑、电脑桌、电脑椅、投影仪及大屏幕等现代化多功能机房	60
直播电商实训室 (M306)	直播电商	120	直播设备	40

### 3.校外实训基地

在学校周边及全国范围食品行业内拥有相对稳定、结合紧密的教学实训基地 8-10 家，满足学习专业认知、技能实训、顶岗实习等实践教学的要求。实习基地数量上与专业学生规模相适应，管理规范，设备先进，具有代表性。

校外实训基地要有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间便养成遵纪守法的习惯，能真正地领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

### 4.信息网络教学条件

为了满足专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽

要达到千兆速率传输能力，专业教学场所（校内实训基地）、自主学习场所（图书馆、学生宿舍）达到百兆速率到桌面，确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

### （三）教学资源

学校深化校企合作和产教融合，逐步形成了“产学研转创”融合发展办学模式，打破传统单一的知识型学习环境，利用产业学院优质实验实训设施、漯河市食品产业公共研发平台、漯河市食品产业技术市场、众创空间、孵化器、成果转化基地、生产性实训基地等打造的成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产业孵化实践环境，以食品产业发展为使命，激发学生学习的内生动力。

#### 1.教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

将食品技术创新成果转化案例、课程思政成果引入课堂，积极开发行动导向的双创通识课、专创融合课活页教材和食品安全控制新技术、新工艺、新规范活页教材，未开发的课程选用近5年的高职高专优质规划教材。校企合作编写适合我校实际的校本教材，包括技术创新成果转化案例、“双创”通识课、“专创融合”课活页教材、新技术、新工艺、新规范活页教材、课程思政成果、行动导向专业教材。

## 2. 图书文献

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

## 3. 数字教学资源

配备了与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

### （四）考核评价

基于服务创新和成果转化价值引领，实行“学生评教、教师评学、同行评课、专家评质、企业评人”的五评制度。

所有必修课和学生选定的选修课及岗前实训等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核、成果转化能力考核，合格者取得该课程学分。

评价体系包括笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业资格证书或职业技能等级证书考核、技能竞赛、成果转化能力考核等多种考核方式。每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相合的形式进行。

### 1. 笔试

理论性比较强的课程，考核成绩采用百分制，该门课程不合格，不能取得相应学分，由专业教师组织考核。

### 2. 实践技能考核

实践性比较强的课程，尤其是专业核心课程，应根据应职岗

位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织实施过程考核。

### **3.岗位绩效考核**

在企业开设的课程，如岗位实习等，由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

### **4.职业资格技能鉴定**

学生参加职业资格证书或职业技能等级证书考试，获得的认证计入学生总学分。

### **5.技能竞赛**

学生参加国家、省各有关部门及学校组织的各项专业技能竞赛，根据取得的成绩等级核算计入学生总学分。

### **6.成果转化能力考核**

在成果转化引领下，学生参与成果转化，根据取得的成绩等级核算计入学生总学分。

## **（五）质量保障**

1.学校和二级学院建立了专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.学校和二级学院完善了教学管理机制，加强日常教学组织

运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.专业教研室建立了线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4.学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

## 十一、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满 150 学分，准予毕业。

表 6 培养目标实现矩阵

培养目标	培养要求（素质、知识、能力）	实现途径	
		课程	其他（如教学方式、技能竞赛等）
素质目标	1-1 思政素质：热爱党，热爱祖国，热爱人民；努力学习思想理论，有较强的上进心和人生远大理想；有求真务实，勇于创新的精神；遵纪守法，有较强的社会责任感；有正确的人生观、世界观、价值观和道德观	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中共党史、思想道德与法治、形势与政策、军事理论、国家安全教育	理论授课、视频、参观革命纪念馆、爱国主义教育基地、红色大讲堂等

	1-2 文化素质：具有较宽阔的文化视野，具有一定的科学思维和科学精神，具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观，形成继续学习、可持续发展和善于研究的良好习惯	高等数学、大学英语、大学语文	理论授课
	1-3 职业素质：具有良好的职业态度和职业道德修养；热爱营销行业，乐于从事营销事业，具有爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务民众、奉献社会的精神和精益求精的作风；树立创业意识，具有创新精神和成果转化意识，勇于承担社会责任和岗位责任，具有从事职业活动所必需的基本能力和创新素质。	职业生涯规划、就业指导与创业教育、创新思维训练、创业基础与实务、信息技术与人工智能通识	理论+实训、视频、讨论
	1-4 身心素质：具有一定的体育运动和生理卫生知识，养成良好的锻炼身体、讲究卫生的习惯，掌握一定的运动技能，达到国家规定的体育锻炼标准；具有坚忍不拔的毅力、积极乐观的态度、良好的人际关系、健康的人格	体育、大学生心理健康教育、军事理论、国家安全教育	理论授课、视频
	1-5 劳动素质：具备满足生存发展和工作需要的基本劳动能力，形成良好劳动习惯。牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体会劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，具有勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神	劳动教育	理论+实践
知识目标	2-1 思想政治方面：了解党史国史、掌握必备的思想政治理论、了解中华优秀传统文化	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中共党史、思想道德与法治、形势与政策、中华商业文化	理论授课、视频、参观革命纪念馆、爱国主义教育基地、红色大讲堂等

<p>2-2 行业发展方面：了解企业营销、营销行业发展史；了解营销的重要意义、营销行业发展动态；了解创新创业相关政策</p>	<p>食品营销、商业经济基础、经济学基础、管理学基础、就业指导与创业教育、创业基础与实务</p>	<p>案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学</p>
<p>2-3 专业理论方面：掌握本专业必需的食品营销、消费者行为分析、食品商品学、食品销售与管理、品牌策划与推广、服务营销、渠道管理等知识；掌握数字营销的理论和方法、商务谈判的方法与技巧、商务数据分析及应用方法、商务礼仪与沟通的技巧与方法、数字广告营销的方法等。掌握本专业基础理论知识，如高等数学、计算机应用等</p>	<p>食品营销、商业经济基础、食品商品学基础、大数据财务管理基础、食品销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、消费者行为分析、服务营销、数字营销、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通、商务谈判、渠道管理、高等数学、信息技术</p>	<p>案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学、考证、技能大赛等</p>
<p>2-4 法律法规方面：了解与本专业相关的法律法规，特别是经济法律法规</p>	<p>营销法律法规</p>	<p>案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学</p>

能力目标	<p>3-1 通用能力: 适应数字化、智能化技术环境, 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力; 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力; 具有团队合作能力</p>	<p>高等数学、信息技术与人工智能通识、大学语文、大学英语、人工智能+企业数字化管理、商务礼仪与沟通、商务谈判</p>	<p>理论+实训</p>
	<p>3-2 专业能力: 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能, 具有数字营销能力; 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能, 具有消费者行为分析能力; 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能, 具有项目销售能力; 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能, 具有品牌策划与推广能力; 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能, 具有智能客户服务能力; 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能, 具有商务数据分析能力</p>	<p>食品营销、商业经济基础、食品商品学基础、大数据财务管理基础、食品销售与管理、品牌策划与推广、智能客户服务实务、消费者行为分析、服务营销、数字营销、商务数据分析与应用、商务礼仪与沟通、商务谈判、渠道管理</p>	<p>案例教学、情景模拟教学、小组讨论、项目任务驱动式教学、考取职业技能等级证书、技能大赛等</p>

附件 1: 主要课程简介

附件 2: 公共选修课一览表

附件 3: 人才培养方案专家评审意见表

附件 4: 人才培养方案审批表

附件 5: 市场营销专业人才培养方案调研报告