

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

(一) 专业名称：市场营销

(二) 专业代码：530605

二、入学要求

普通高中毕业生或三校（中专、技校、职高）毕业生

三、修业年限

标准学制：三年

学分：142

四、职业面向

毕业生主要面向中小工商企业等就业和自主创业，从事中基层营销管理、营销策划和销售代表等工作。

适应的岗位群是：

①营销管理；

②客服管理；

其中 4 个初始岗位，2 个发展岗位，2 个目标岗位。

表 1 职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (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)			职业资格证书 或技能等级证书
				主要职业岗位	初始岗位	发展岗位	
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业、零售业 (51、52)	营销员 4010201 商品营业员 4010203 摊商 4010205 市场营销 专业人员 2060702 互联网营销师 4010207	主要职业岗位	初始岗位	发展岗位	初级经济师 1+X数字营销技能等级 证书 商务数据分析等
				核心岗位	门店销售人员	门店店长	
					销售代表	销售经理	
				辅助岗位	渠道专员	渠道经理	
					电商客服专员	电商客服经理	
					小微企业创业者	小微企业老总	
物流客服专员	物流客服经理						

表 2 市场营销专业职业岗位群

主要职业能力	就业方向	主要业务岗位
市场管理	企事业单位市场一线及基层管理工作	市场策划员、市场调查员、市场拓展员、市场促销员、市场督导等（级别有助理、主管、经理）
销售业务及管理	企事业单位产品销售及基层管理	市场拓展专员、业务代表、销售顾问、商务助理、招商专员、渠道管理专员、督导等；营业员、店长、商品部主管、单店拓展专员、选址开发专员、促销专员
客户服务管理	中小企业单位客户服务中心	跟单员、售后服务、客户服务、售前售后支持、投诉专员、大客户服务专员等
营销策划	企事业单位市场部	市场策划专员、媒介策划专员、市场推广专员、企划专员、广告策划专员、品牌专员等
新媒体销售管理	企事业单位宣传部/广告部门	新媒体运营、微信公众号编辑、短视频运营、直播策划运营

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

全面贯彻党的教育方针，坚持立德树人，以人为本，促进学生在德、智、体、美、劳诸多方面全面发展。本专业构建了营销人才培养模式，培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应“互联网+”和“经济转型升级”需要，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、掌握从事营销工作的技术技能，能够满足市场调查与分析、营销策划与管理、数字营销、新媒体营销、商务数据分析与处理、客户服务等岗位的工作需要，具备认知能力、合作能力、创新能力、职业能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力，具有较强的就业创业能力，面向商贸领域的，“价值观+知识+技能+创新”型德智体美劳全面发展的高素质技术技能型专业人才。

（二）培养规格

1.素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，坚

持中国特色社会主义道路，践行社会主义核心价值观，具有爱国情怀，国家认同感，中华民族自豪感，遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和参与意识；

(2) 具有良好的职业道德和职业素养，遵守履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；

(3) 具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等；

(4) 具有良好的职业形象和服务意识；具有从事市场营销相关职业的应具备的其它职业素要求；

(5) 具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养；

(6) 乐于主动学习，具有创新创业意识和能力。

2.知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

(3) 掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

(4) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3.能力

(1) 具有探究学习、终身学习、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) 能够与客户进行有效沟通；

- (4) 能够对客群和竞争者进行分析；
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判；
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- (9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施；
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。

六、课程设置

(一) 课程体系构建说明

通过市场营销专业人才需求调研、企业技师及专家论证，确定核心能力，结合市场营销国家、行业职业技术标准确立营销人才应具备的知识、能力、素质结构，设置所需的基本素质课程（包括公共基础必修课和公共基础选修课）和职业能力课程（专业基础课、专业核心课和专业拓展课），将企业工作任务及核心能力融入教学内容，建立课程标准，开发教学资源，构建以岗位能力为核心，基于营销和营销管理工作过程的课程体系。通过校内、外实训（实验）和校外实习、第二课堂活动等实践教学环节，培养学生销售岗位需要的专业基本技能和职业基本技能。

表3 市场营销专业课程体系构建

岗位	工作任务	岗位能力	所需知识和素质			课程设置
			知识	技能	素质	
销售管理	市场销售、 调研、策划	1.收集市场信息 2.策划能力 3.沟通能力	市场营销、 营销策划、 市场调查能力	办公软件 操作技能 及专业技 能	良好的职 业道德和 专业知识	经济学基础、市场调查与分析、营销策划、市场营销学、推销实务、销售管理、数字营销、新媒体营销
客服管理	客户服务、 售后服务	1.职业技能 2.沟通能力 3.协调能力 4.预见能力	商务谈判、 公共关系和 客户关系管 理	沟通技能	良好的职 业道德和 专业知识	商务谈判与沟通、客户关系管理、商务礼仪

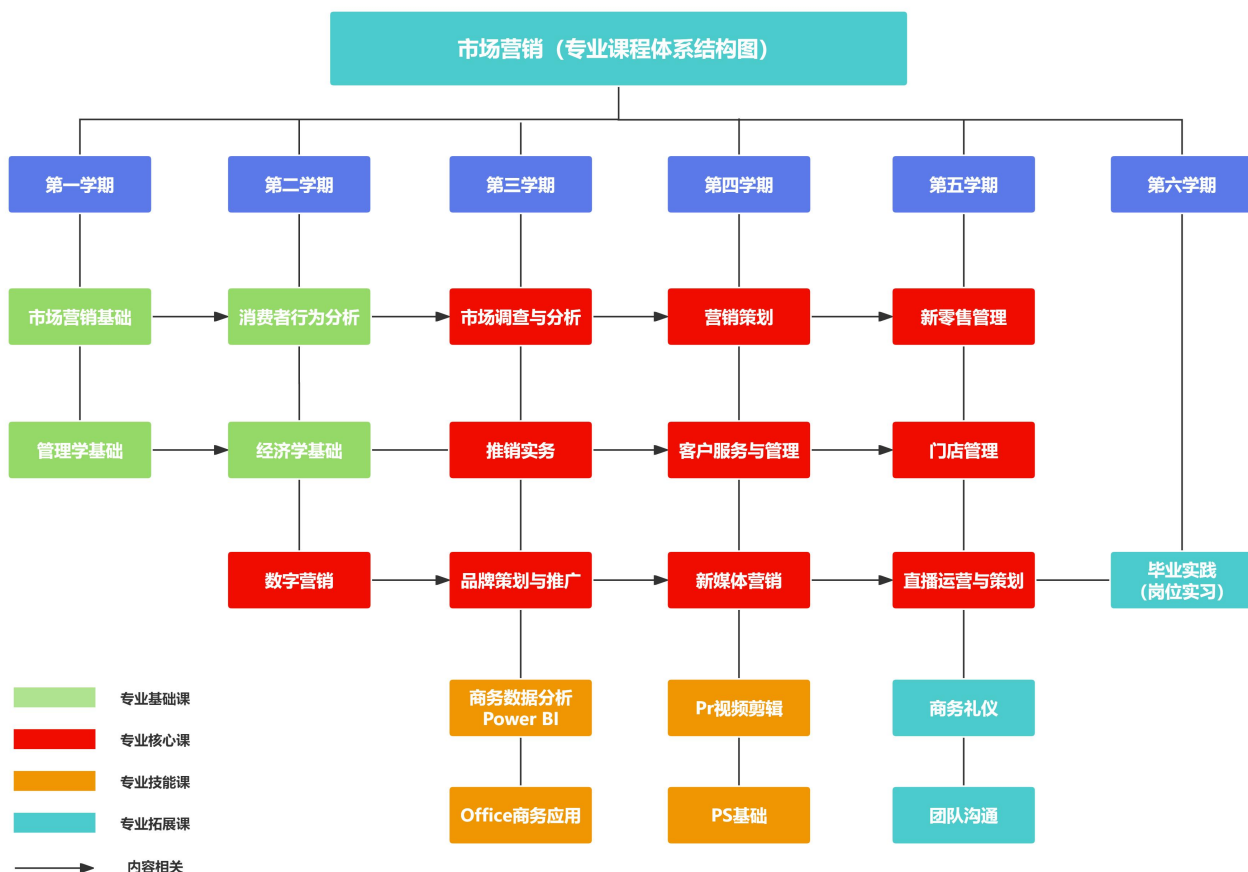
(二) 典型工作任务与专业核心课程职业能力分解

表 4 典型工作任务与专业核心课程职业能力分解

序号	典型工作任务	行动领域（职业能力）	学习领域
1	市场调查方案的制定、市场调查的组织与实施、市场调查报告的编写与跟踪	市场调查方案的制定、市场调查的组织与实施、市场调查报告的编写与跟踪	市场调与预测
2	进行产品调研、产品开发、产品管理	进行产品调研、产品开发、产品管理	市场营销实务、市场营销策划
3	进行渠道规划、渠道管理与控制	进行渠道规划、渠道管理与控制	市场营销实务、销售管理、市场营销策划
4	客户开发、客户维护	客户开发与维护	营销心理学、推销实务、商务谈判、客户关系管理、销售管理
5	促销策划、促销实施	促销策划、促销实施	市场营销实务、市场营销策划、销售管理、广告实务
6	店面销售管理	店面管理	销售管理、推销实务、门店运营与管理

（三）课程设置

市场营销专业课程体系结构图



（四）课程说明

1.公共基础课程

公共基础必修课以培养学生的职业思想素养、职业能力为主要目的，旨在帮助学生对自己的兴趣、性格、能力和价值观等因素进行探索，对职业世界进行探索，提升重要的职业素质，使学生拥有良好的职业素养。

公共基础课程说明表

序号	课程名称	教学内容	教学目标	教学组织
1	大学体育	公共体育课程教学内容根据《全国普通高校体育课程教学指导纲要》的基本要求，并结合我校体育教学师资、场地、器材等实际情况，开设以下专项课:篮球、足球、排球、气排球、乒乓球、羽毛球、健美操、太极拳、散打、健身健美、素质拓展、适应体育等。教学要求身体素质锻炼贯穿始终，目的是使学生通过该项目的学习中，在运动参与、运动技能、身体健康、心理健康和社会适应五个学习领域中有所提高，掌握科学锻炼的基本知识，技术，培养其锻炼的兴趣和习惯，以充分发挥学生的主体能动性。培养学生独立锻炼的能力为终身体育打下基础。	通过体育与健康课程的学习，学生将： 1.增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能。 2.培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯。 3.具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神。 4.提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式。 5.发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度。 6.提高与专业特点相适应的体育素养。	开设第1-4学期，共108课时，第一学期和第二学期分别36课时，第三学期、第四学期采用单双周上课，各18课时，均采用线下教学。
2	高职英语	高等职业教育专科英语课程内容是发展学生英语学科核心素养的基础，突出英语语言能力在职场情境中的应用。课程内容为基础模块和拓展模块组成。课程基础模块内容为职场通用英语，旨在结合职场情境、反映职业特色，进一步提高学生的英语应用能力。教学内容由主题类别、语篇类型、语言知识、文化知	全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够达到课程标准所设定的职场涉外沟通、多元文化交流、语言	课程开设第一学期16周，共64课时；第二学期18周，共72课时。以学生为中心，采用混合项目式教学模式，线上线下相结合，注重实践教学，提升职业竞争力。模拟真实场景，提高学生英语交际能力。采用小组合作学习方式，培养团队

		识、职业英语技能和语言学习策略六要素组成。	思维提升、自主学习完善四项学科核心素养的发展目标。	协作和沟通能力。创造数字化学习环境,提升自主学习能力。制定个性化教学计划,提高教学质量。(理论与实践课比例:1:1)
3	劳动教育	1.劳动本质、劳动教育、劳动素养、劳动关系、劳动安全。 2.开展劳模精神、工匠精神、劳动精神专题教育,组织劳动知识、劳动安全、劳动纪律等方面的实践教学,重点培养学生基本的劳动知识和技能,正确使用常见劳动工具。 3.主要为劳动教育实践课,由劳动教育课程组发布劳动任务,学生自主选择实践内容,通过上传实践过程或结果佐证材料获得学分认证。	1.引导学生了解和熟悉马克思主义劳动观和习总书记关于劳动教育的重要论述,学习劳动科学知识和技能,树立正确的劳动观念,自觉遵守劳动安全规定,养成劳动习惯,从而热爱劳动、尊重劳动、珍惜劳动成果。 2.引导学生认识职业与劳动的关系,学会团队合作,养成劳动习惯,体会劳动创造美好生活,获得从劳动中创造美的成就感,培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。 3.完成劳动理论与实践的结合,通过实践验证理论知识,升华劳动认知,养成劳动习惯,培养劳动精神。	1.开设第一学期8学时,以线上教学为主。 2.第二学期8学时,为线上线下一混合教学。课程形式为劳模课堂和劳动周教学。 3.开设第1-6学期,共计16学时,教学以实践项目实施。
4	心理健康教育	心理健康概述、自我认识、学习心理、管理情绪、人际关系、爱情心理、挫折与压力、生命教育等。	理解和领悟心理学的理论和概念,比如心理健康的标准;掌握自我调适、情绪管理等的基本知识;运用心理知识结合生活实际,预防、缓解和解决自身或身边人的心理困惑。	开设第一学期32学时,理论与实践相结合的教学方式。
5	大学语文	1.充分利用语文教学优势,在教学中进行职业观念、职业理想、职业道德、职业法规等多方面职业素养的渗透教学,从而,为学生迅速成为高素质的专业技术人员奠定思想基础。 2.学习古今中外的名家名作,了解文化的多样性、丰富性,尤其是了解并继承中华民族的优秀文化传统,培养高尚的思想品质和道德情操,帮助学生提升人文素养。	1.知识目标:了解文学鉴赏的基本原理,掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。 2.能力目标:将语文知识与本专业课程相结合进行创作性的学习。 3.素质目标:在教学中运用发散思维,教会学生独立思考,培养他们的创新意识;提升学生的思辨能力和逻辑判断能力。	开设第二学期36学时,线下教学。
6	美育基础	学校美育是培根铸魂的重要工作,提高学生审美和人文素养,全面加强和改进	通过本课程的教学,使学生能够初步运用所学知识技能完成相关实际工作任务,在此基础上	1.开设第三和第四学期。 2.课程总学时共72学时,每学

		美育是高等教育当前和今后一个时期的重要任务，通过课程学习，可以使学生了解并掌握大学美育的基本理论，提高对各类文学艺术样式（如小说、散文、诗歌以及音乐、舞蹈、绘画、雕塑、建筑、摄影、戏剧、电影、电视等）的鉴赏能力，扩大知识视野，陶冶思想情操，从而使读者在德、智、体、美的美育方面有长足的进步。	完成以下目标： 1.知识目标 （1）理解美的基本概念。 （2）学会辨别美与丑，了解美丑的区别。 2.技能目标 （1）提高学生对美的观察能力、感受能力、认知能力、创造能力。 （2）学会用自然美、生活美、艺术美、文字美、辞章美、科技美来感受事物。 3.素质目标 （1）促进学生的人文素质全面发展。 （2）提高学生的艺术审美鉴赏能力。 （3）弘扬民族艺术，培养爱国主义精神。 （4）尊重艺术，理解多元文化。	期 36 课时，每周 2 课时，共 18 个教学周。 3.每学期课程由理论 26 课时与实践 10 课时组成。
7	音乐鉴赏	1.通过赏析古诗词，探讨古诗词与音乐的结合之美。学生将学习经典古诗词作品的意境和情感表达，参与演唱和赏析，感受古诗词音乐的韵律之美。 2.通过观看赏析经典红色电影，探讨红色电影中的音乐之美。通过欣赏红色电影音乐作品的经典情节。学生参与歌曲演唱及剧中情节的排练，并通过表演呈现音乐与电影情节的紧密联系。 3.通过赏析经典器乐、舞蹈、戏剧，让学生了解中国各民族特色音乐的魅力。学生通过参与表演，感受民族音乐的多样性和丰富性。	1.知识目标：通过对各类音乐作品的欣赏，感知诗词音乐、红色电影音乐、各民族音乐之美，提高学生对音乐的认知审美能力。学习、尊重、理解各类各民族的音乐文化，建立多元文化的价值观。 2.技能目标：通过音乐鉴赏训练学生的形象艺术思维能力和综合概括能力，启发学生通过音乐欣赏进行文学艺术创作，提高学生主动参与的意识，培养学生对音乐的感受力、鉴赏力、表现力和创造力，促进学生个性自由和谐地发展，达到艺术熏陶与塑造人的目的。 3.素质目标：通过对各类音乐的鉴赏，了解我国优秀音乐文化的悠久传统，培养热爱祖国优秀音乐文化的感情，从而提高学生文化素质，增进民族文化意识和民族自豪感，懂得继承祖国悠久文化、弘扬优秀音乐文化的意义。	1.开设第一学期，共计 32 学时； 2.教学方式：理论讲授+实践教学。
8	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1.以马克思主义中国化时代化为主线，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和	1.知识目标：使学生从整体上把握马克思主义中国化时代化理论成果，为学生综合素质的提高与创新能力的奠定夯实必要的知识基础。	1.大一第二学期 总学时 32，其中理论学时 28，实践学时 4。

		<p>指导意义。</p> <p>2.中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就和基本经验。</p> <p>3.把握中国共产党领导全国各族人民在集体奋斗的基础上，把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的基本理论、基本路线、基本方略，对马克思主义中国化时代化的理论成果有所了解。</p>	<p>2.技能目标：使学生树立唯物史观、大历史观和正确党史观，提高运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析和解决问题的能力，提高政治判断力和领悟力。</p> <p>3.素质目标：使学生在将来的学习、工作、生活中继承发扬党的优良传统，寻找理论来源和精神滋养，在学习中汲取养分，锻造人格，立志成为有理想、有抱负、有追求、有担当的时代新人。</p>	<p>2.理论课堂授课+实践教学。</p> <p>3.讲授式、启发式参与式、案例式。</p>
9	思想道德与法治	<p>学习这门课程的主要目的是从当代大学生面临和关心的实际问题出发，以正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育为主线，通过理论学习和实践体验，帮助大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，牢固树立社会主义核心价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，进一步提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，为逐渐成为德、智、体、美、劳全面发展的中国特色社会主义伟大事业的合格建设者和可靠接班人，打下扎实的思想道德和法律基础。</p>	<p>1.知识目标：逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。培养对道德规范、道德原则和价值观的认知和理解，培养法治意识和法律素养，运用法律知识解决实际问题。</p> <p>2.能力目标：能用正确的价值观指导生活和学习，更好地融入集体。能用正确的人生观指导和设计自己的人生，并做好三年大学规划，努力实践；通过对热点法律问题的讨论，初步具备以案说法的能力，培养和形成法治意识。</p> <p>3.情感目标：提高学生的思想、政治、道德、法制观念和心理素质，把学生培养成“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会主义事业建设者和接班人。</p>	<p>1.大一第一学期，理论教学建议学时为40学时，实践教学建议学时为8学时。</p> <p>2.教学方式：理论讲授+实践教学。</p>
10	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	<p>1.《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》由导论、17章主体内容和结语构成，全面反映了马克思主义中国化时代化最新成果，反映了新时代伟大实践和伟大变革。</p> <p>2.以问题式专题化的方式，研究和介绍当前新时代中国特色社会主义实践中的重大问题，理清每一专题的历史、理论、实践逻辑，帮助学生正确认识本国国情，</p>	<p>1.知识目标：直面当代大学生投身伟大时代的成长需求、认识和把握现实问题与发展规律的问题需求、不断追求政治进步的理论需求，引导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义。</p> <p>2.能力目标：有助于大学生掌握党的最新理论创新成果，提升理论素养，把握实践规律，成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。</p>	<p>1.大一两个学期，第一个学期16个理论学时，第二个学期36学时，其中30个理论学时，6个实践学时。</p> <p>2.教学方式：理论讲授+实践教学。</p>

		<p>系统把握马克思主义中国化的最新理论成果。</p> <p>3.着力于使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，学会运用所学理论知识提高自身认识、分析和解决现实问题的能力，真正意义上使这一理论成果内化于心、外化于行。</p>	<p>3.情感目标：有助于大学生更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。</p>	
11	红色文化	<p>1.利用比邻红色资源优势，创新教学理念开设方志敏精神现场教学。</p> <p>2.依托《红色文化十讲》教材，以理论讲授为主。</p> <p>3.根据学习、生活和社会实际，积极引导 学生参与社会调查，课堂展示、点评调查结果。</p> <p>4.建立红色资源库和实践教学资源库，利用课余时间完成相关视频资料的自主学习。</p>	<p>1.技能目标：使学生系统了解和掌握红色文化的独特魅力、时代价值和江西红色文化的生成演进。</p> <p>2.知识目标：了解和掌握红色道路、红色理论、红色政权、红色精神的历史贡献和现实意义。</p> <p>3.素质目标：回应和解答坚持红色文化自信、反对历史虚无主义方面的若干问题。从而，激励学生结合自身实际坚定理想信念、传承红色基因、做红色江山接班人。</p>	<p>1.大二第一学期，总学时 16，其中理论学时为 12，实践学时为 4。</p> <p>2.综合运用讲授式、案例式、讨论式、音像式、展示式、参与式、体验式、探究式。</p>
12	形势与政策	<p>以每学期初教育厅转发教育部《高校“形势与政策”课教学要点》为基本遵循，开展教学研讨活动。</p>	<p>以“形势与政策”课为切入口，积极探索问题式专题化团队教学改革等灵活多样的教学形式，教育引导 学生充分认识中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。</p>	<p>在校高职学生每学期 8 课时。</p> <p>教学方式：专题讲座。</p>
13	新生入学教育	<p>1.认识环境：熟悉学校校情校史及优良传统，适应校园环境；清楚高等职业教育的性质、功能及学生学历提升途径。</p> <p>2.学会学习：了解大学历史发展沿革；熟悉大学与中学的差异，以及工匠精神的内涵；掌握自主学习的方式方法，形成自己的学习方式；掌握制定学习的意义与要求，完成个人学习计划的撰写。</p> <p>3.学会生活：树立正确的生活理想，养成</p>	<p>通过教育引导，帮助学生更好地完成大学生活的转变与适应。</p>	<p>第一学期，16 学时，线下。</p>

		健康科学的生活方式；提升独立生活能力，学会独立处理日常生活事务。 4.学会交往：学会如何正确地与教师、同学、家庭成员交往；在实践中提升人际交往能力，树立正确的人际交往观念；具备较强的人际交往能力，能有效维护交往活动中个人、他人的良好社交关系。		
14	职业生涯规划	1.了解职业生涯的基本概念，学习职业生涯规划发展的相关理论。 2.掌握职业生涯规划的基本方法，实现正确的自我认知，结合自身特点和社会需求，确立自己的职业目标和实现路径。 3.使学生树立科学的职业观，就业观，促使大学生提高就业能力和生涯管理能力。	培养学生正确的职业观，树立职业生涯规划意识。	第一学期，16学时，线下。
15	就业指导	1.了解当前的就业形势、政策和就业方向、就业途径，掌握就业前各种手续的办理流程。 2.使学生掌握求职的基本方法。 3.增强学生就业竞争力，提升就业能力，准备求职面试，迈好职场第一步。	树立科学的职业观，就业观，掌握求职的基本方法，掌握就业前各种手。	第四学期，16学时，线下。
16	军事理论	1.适应我国人才培养战略目标和加强国防后备力量建设的需要，为培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者服务。 2.为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。	以国防教育为主线，以军事理论教学为重点，使学生掌握基本军事理论与军事技能，增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进综合素质的提高。	第一学期，共计148学时。 实践：112军训14天（天/8课时）；理论学时36（线上）。
17	信息技术	高等职业教育专科信息技术课程是各专业学生必修或限定选修的公共基础课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学	全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，满足国家信息化发展战略对人才培养的要求，围绕高等职业教育专科各专业对信息技术学科核心素养的培养需求，吸纳信息技术领域的前沿技术，通过理实一体化教学，提升学生应用信息技术解决问题的综合能力，使学生成	大一第一学期开设，共72课时，理论24学时，实操48学时。 教学方式：线上+线下讲授。

		习和服务社会奠定基础。	为德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。	
--	--	-------------	-----------------------	--

2.公共基础选修课

公共选修课程以培养学生的语言交流沟通技巧、金融知识、社会责任、管理、安全等人文素养、科学素养方面的能力为主要目的，旨在帮助学生树立文化自信，注重内外兼修，促进学生身心健康，提高学生审美素养。

学生在校期间至少选修三门公共选修课。

3.专业课程

(1) 专业基础课程

专业基础课程是市场营销基础课，也是学习专业能力核心课的基础，是市场营销的基本理论、基本知识、基本技能，使学生养成良好的专业素养，培养学生的观察能力、分析能力、认知能力。

专业基础课程说明表

序号	课程名称	支撑人才培养规格的素质、知识、能力	主要教学内容与教学目标	教学方式	考核方式	学时
1	市场营销基础	通过学习,使学生能够具备从事营销工作的基本职业技能。培养学生营销意识和基础知识。	市场营销基本概述、市场调研、营销环境、市场分析、目标市场策略、竞争策略、4P 策略。	讲授	考试	64
2	管理学基础	通过学习,掌握管理学的基本理论,达到能够运用所学的管理学原理和方法去解决实际问题的能力。	管理与管理者的概念、管理思想与管理理论沿革和范畴,决策、计划、组织、领导、激励、沟通、控制等管理职能活动的内容、方法及原理。	讲授	考试	64
3	消费者行为分析	通过学习,培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律,为顺利进行营销活动做保证。	消费者心理学的基本认知、消费者的心理活动过程、消费者的个性心理活动、社会环境对消费心理的影响、消费者群体对消费心理的影响、消费态势对消费心理的影响、购物环境对消费心理的影响、营销沟通对消费心理的影响等。	讲授	考试	72

4	经济学基础	通过学习经济学理论的最基础、最重要、最实用的内容,引导学生用经济学理论解释现实生活的经济现象,并利用经济理论解决现实问题。	经济学的基本概念、基本原理、微观个体和宏观个体的经济规律,如何实现个体和整体社会效益的最大化。	讲授	考试	72
5	新媒体营销	通过本课程的教学,使学生了解新媒体的概念、内涵和发展趋势,掌握新媒体的传播特点,理解新媒体营销的核心理论。	新媒体营销的基础知识、基本概念,以及新媒体营销的方法、技巧和策略。具体包括:认识新媒体营销、新媒体用户与内容定位、新媒体营销方式、微信营销、微博营销、社群营销、短视频营销、H5营销和其他新媒体营销方式等内容。	讲授	考试	72
6	数字营销	培养学生运用平台数据分析能力	竞价营销,搜索引擎营销	讲授	考试	72
7	客户服务与管理	了解客户关系管理的基本知识、要素,掌握客户关系管理的基本方法,客户关系管理的主要工作任务和流程,掌握客户细分及其管理策略、数据挖掘方法在客户关系管理中的基本应用。	CRM概述、客户开发、客户价值管理、客户满意于客户忠诚管理、客户关怀、客户异议、客户投诉、客户流失管理、呼叫中心与CRM、数据仓库、数据挖掘技术与CRM。	讲授	考试	72

(2) 专业核心课程

专业核心课程是面向销售管理和客服管理岗位(群),建立任务导向学习项目的专业核心课程。它是市场营销专业的重要课程,培养学生(运用专业知识和技能,进行市场营销各项任务,具备市场销售和客户服务的能力)。

专业核心课程说明表

序号	课程名称	支撑人才培养规格的素质、知识、能力	主要教学内容与教学目标	教学方式	考核方式	学时
1	市场调查与分析	通过学习,让学生掌握市场调查与预测的基本知识和技能,能够基本完成市场调查和预测的实际工作过程,解决工作中遇到的基本问题。	市场调查概述、市场调查组织方式,市场调查方法、市场调查资料的整理与分析、市场预测的基本理论、市场预测的方法。	课堂教学、案例分析	考试	72
2	品牌策划与推广	使学生掌握科学系统的品牌管理理论,掌握品牌管理的内容、程序和方法,使学生在未来的营销工作实践中能够理论联系实际,做好企业的品牌建设和发展工作。	品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作。	课堂教学、案例分析	考试	72

3	营销策划	培养学生活动策划能力	内容策划、方案策划及活动策划	课堂教学、案例分析	考查	72
4	直播运营与策划	通过学习,使学生掌握网络营销常见的工具、方法、策略,并针对企业常见网络营销项目,具备整合营销的能力,能有效开展网络营销策划、制作与运营等工作。使学生树立网络营销意识、建立网络品牌观念、具备网络营销岗位的基本素质,构建学生的网络营销思维,培养学生的实践精神。	网络营销基础:网络营销基础知识和网络营销战略;网络营销方法体系:搜索引擎营销、社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销;网络营销策略:软文营销、事件营销和病毒营销;网络营销策划:网络营销策划认知、品牌营销策划、网站推广策划、产品营销策划和网络舆情管理	课堂教学、案例分析	考试	72
5	销售管理	培养学生销售理念及素养	客户管理、市场管理及渠道和广告管理	课堂教学、案例分析	考试	72
6	推销实务	培养学生推销技巧和方法	推销技巧及推销方式	课堂教学、案例分析	考试	72
7	门店管理	明确门店运营管理的主要内容及相应的操作流程,掌握门店运营的基本内涵、组织结构与人员配置、作业化管理、商品管理等,选择了很多国学经典名言警句反映门店管理知识点,通过传授管理知识之余,更让同学们领略中国传统文化的智慧与魅力,培养了同学们的自豪感和文化自信。通过经典案例由远及近,深入浅出地将党的优秀组织管理案例、党员的先进事迹融入到课程知识点中。这些内容,对于加强学生的党史教育、提高学生的道德品质、培养学生成为社会主义事业合格建设者和可靠接班人都有很大的作用。引导学生了解连锁门店在企业经营管理中乃至社会经济活动中的重要地位,培养学生的从业自豪感。	情境一:门店营运与管理认知 情境二:人员管理 情境三:门店布局与商品陈列 情境四:商品控制管理 情境五:客服管理 情境六:促销管理 情境七:安全管理 情境八:门店绩效指标分析	课堂教学、案例分析	考查	72

(3) 专业拓展课程

专业拓展课程是专业基础和核心课的延伸和补充,依据职业发展目标,建立了市场营销专业拓展课。由PS基础、新零售管理、团队与沟通、数字营销课程构成专业拓展课。

专业拓展课程说明表

序号	课程名称	支撑人才培养规格的素质、知识、能力	主要教学内容与教学目标	教学方法	考核方式	学时
----	------	-------------------	-------------	------	------	----

1	PS 基础	培养创新精神与实践能力	图片处理、摄影	课堂教学、案例分析	考查	72
2	新零售管理	培养学生的专业技能及开拓精神	零售战略规划、环境分析、市场定位与选择	课堂教学、案例分析	考试	72
3	团队沟通	培养学生团队合作精神	团队建设、分工与合作	课堂教学、案例分析	考试	48
4	数字营销	培养学生知识运用技能	数字营销平台的实操	课堂教学、案例分析	考试	48

4.实习（认知、跟岗、岗位实习）

认知实习是一个重要阶段，是提高基础理论、基本知识、基本能力水平，培养发现问题、分析问题、解决问题能力。通过实习使学生具有主动求知和接受信息的意识，具有扎实的理论知识，具有体现专业岗位的仪表、举止、语言、态度和职业情感；奠定扎实的基础。

跟岗或岗位实习期间，实（企业）和学校双重管理，以（企业）管理为主的原则企业和学校分别指定专人作为指导教师负责学生实习期间的管理工作（政治学习、业务学习、劳动纪律、生活安排等），并定期向学校汇报情况，发现问题，及时解决。学校全程跟踪监督，每年度对实习情况进行 2-3 次检查。

（1）学期与时间安排：集中安排在第 6 学期，共 18 周

实习项目	ERP 沙盘实习	职业素养	电商平台实训	营销实战	合计	备注
周数	3	3	3	9	18	

（2）实习内容：（项目或典型工作任务，以及对应的描述）

①ERP 沙盘

项目	目标
市场调查	认识市场营销在现代经济活动中的重要性，同时了解与掌握市场营销功能和意义
信息收集	熟悉市场
进货	会计知识的运用
销售	推销要素与技巧，利用所学知识运用销售策略和技巧

②职业素养

项目	目标
茶艺知识	熟悉茶叶分类
茶艺文化	熟悉茶文化
泡茶	熟悉茶艺流程

（3）考核方式

实习考核以**现场考核**为主，成绩以百分计，按照学校和合作企业共同制定的实习考核标准完成考核，由合作企业根据考核结果和学生表现给予综合评价。实习结束，各系和学校教务处负责审核学生实习成绩并归档。

七、学时与学分安排

(一) 教学时间分配表

学 年		一		二		三		合计
学 期		1	2	3	4	5	6	
序号	类 别	周数						
1	军训	2						
2	实训							
3	课堂教学	16	18	18	18	18	18	
4	考试周数	1	1	1	1	1	1	6
5	社会实践	1	1	1	1	1	1	6
合并		20	20	20	20	20	20	

(二) 学时、学分分配表

	课程性质	学时	其中		学分	所占比例%
			理论	实践		
课堂 教学 课程	公共基础课	900	482	418	44	31.7%
	公共选修课	96	64	32	6	3.4%
	岗位基本学习领域课程 (%)	488	244	244	26	17.2%
	岗位核心学习领域课程 (%)	528	264	264	32	18.6%
	岗位拓展提升学习领域课程 (%)	288	144	144	20	10.1%
	小 计	2300	1198	1102	128	
	第二课堂 (含创新创业)					4
实训 实践	岗位实习	540		540	10	
	小 计	540		540	14	19.2%
	合 计	2840	1198	1642	142	

八、教学进程总体安排

市场营销专业教学进程安排表

课程类别	课程属性	课程性质	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配						考核方式	考核学期
										1	2	3	4	5	6		
										20周	20周	20周	20周	20周	20周		
B	必修	公共基础课	1	大学体育 1	01200000119	2	36	2	34	2						考查	1
B	必修	公共基础课	2	高职英语 1	01200000102	4	64	32	32	4						考试	1
B	必修	公共基础课	3	劳动教育 1 (线上学习课)	01200000104	0.5	8	6	2	第一学期后 8 周完成学习，不记入周课时。						考查	1
B	必修	公共基础课	4	心理健康教育	01200000117	2	32	24	8	2						考查	1
B	必修	公共基础课	5	大学语文	01200000118	2	36	28	8		2					考查	2
B	必修	公共基础课	6	大学体育 2	01200000106	2	36	2	34		2					考查	2
B	必修	公共基础课	7	高职英语 2	01200000107	4	72	36	36		4					考试	2
B	必修	公共基础课	8	音乐鉴赏	01200000116	2	32	16	16	2						考查	1
B	必修	公共基础课	9	劳动教育 2 (劳动周及线下见面课)	01200000108	0.5	8	4	4		2 (4周)					考查	2
B	必修	公共基础课	10	美育基础 1	01200000110	2	36	26	10			2				考查	3
B	必修	公共基础课	11	大学体育 3	01200000113	1	18	2	16			2 (9周)				考查	3
B	必修	公共基础课	12	美育基础 2	01200000111	2	36	26	10				2			考查	4
B	必修	公共基础课	13	大学体育 4	01200000115	1	18	2	16				2 (9周)			考查	4
B	必修	公共基础课	14	劳动教育 3 (主题活动学习课)	01200000116	1	16	6	10	一至六学期通过劳动主题活动完成学习，不记入周课时。						考查	
B	必修	公共基础课	15	思想道德与法治	02200000101	3	48	40	8	4 (12周)						考试	1

B	必修	公共基础课	16	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	02200000107	2	32	28	4		2(16周)					考试	2
B	必修	公共基础课	17	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	022000001121 022000001122	3	48	42	6	2(8周)	2(16周)					考试	1、2
B	必修	公共基础课	18	红色文化	022000000113	1	16	12	4			4(4周)				考查	3
A	必修	公共基础课	19	形势与政策	02200000110	1	40	40	0	2(4周)	2(4周)	2(4周)	2(4周)	2(4周)		考查	1-5学期
A	必修	公共基础课	20	新生入学教育	01200000197	1	16	16	0	2(8周)						考查	1
A	必修	公共基础课	21	职业生涯规划	02200000105	1	16	16	0	2(8周)						考查	1
A	必修	公共基础课	22	就业指导	02200000111	1	16	16	0				2(8周)			考查	4
B	必修	公共基础课	23	军事理论	02200000103	1	148	36	112	4(9周)线上						考查	1
B	必修	公共基础课	24	信息技术	01200000199	4	72	24	48	4							
小计						44	900	482	418	22	14	6	6	2			
(公共选修课 6 学分, 96 学时, 64 理论, 32 实践)																	
A	必修	专业基础课	1	市场营销基础	05253060501	3	64	32	32	4						考试	1
A	必修	专业基础课	2	管理学基础	05253060502	3	64	32	32	4						考试	1
B	必修	专业基础课	3	新媒体营销	05253060503	4	72	36	36				4			考查	4
B	必修	专业基础课	4	消费者行为分析	05253060504	4	72	36	36		4					考试	2
A	必修	专业基础课	5	经济学基础	05253060505	4	72	36	36		4					考试	2
B	必修	专业基础课	6	商务数据分析 Power BI	05253060527	4	72	36	36			4				考查	3
A	必修	专业基础课	7	客户服务与管理	05253060509	4	72	36	36				4			考试	4
小计						26	488	244	244	8	8	4	8				
B	必修	专业核心课	1	市场调查与分析	05253060510	4	72	36	36			4				考试	3

B	必修	专业核心课	2	Pr 视频剪辑	05253060531	4	72	36	36				4			考试	5
B	必修	专业核心课	3	营销策划	05253060512	4	72	36	36				4			考查	4
B	必修	专业核心课	4	数字营销	05253060513	4	72	36	36		4					考查	3
B	必修	专业核心课	5	门店管理	05253060532	4	48	24	24					4		考查	5
B	必修	专业核心课	6	直播运营与策划	05253060533	4	48	24	24					4		考查	5
B	必修	专业核心课	7	推销实务	05253060530	4	72	36	36			4				考查	3
B	必修	专业核心课	8	品牌策划与推广	05253060516	4	72	36	36			4				考试	3
小计						32	528	264	264	0	4	12	8	8	0		
B	必修	专业拓展课	1	新零售管理	05253060534	4	48	24	24					4		考试	5
B	必修	专业拓展课	2	Office 商务应用	05253060536	4	72	36	36			4				考查	2
B	必修	专业拓展课	3	PS 基础	05253060526	4	72	36	36				4			考查	2
B	必修	专业拓展课	4	商务礼仪	05253060535	4	48	24	24					4		考查	5
B	必修	专业拓展课	5	团队与沟通	05253060521	4	48	24	24					4		考查	5
小计						20	288	144	144	0	0	4	4	12	0		
C	必修	实践课	1	第二课堂 (含创新创业)	1000000303	4											
C	必修	实践课	2	岗位实习	1000000305	10	540		540						30		
小计						14	540		540								
总计 (所有课程)						136	2744	1134	1610	30	26	26	26	22			

九、实施保障

(一) 师资队伍（教学团队）

1.校内（教学团队）

序号	姓名	性别	年龄	学历学位	职称	任职时间
1	****	女	41	研究生	讲师	2007
2	****	女	37	研究生	讲师	2020
3	****	男	55	研究生	助教	2006
4	****	男	56	学士	助教	2008
5	****	男	57	学士	助教	2016
6	****	女	53	学士	讲师	1998

2.校外（企业）（教学团队）

序号	姓名	性别	年龄	工作单位	学历学位	职称、职务	任职时间
1	****	男	48	*****	研究生	CEO	2000
2	****	男	38	*****	学士	区域经理	2010
3	****	男	42	*****	学士	总经理	2007
4	****	男	44	*****	学士	区域经理	2003
5	****	女	36	*****	学士	总经理	2018

3.专业建设指导委员会

序号	姓名	性别	年龄	工作单位	学历学位	职称、职务	任职时间
1	****	男	48	*****	研究生	CEO	2000
2	****	男	38	*****	学士	区域经理	2010
3	****	男	42	*****	学士	总经理	2007
4	****	男	44	*****	学士	区域经理	2003
5	****	女	36	*****	学士	总经理	2018

(二) 实训条件

1.校内实训资源

校内实训资源列表

校内实训室		
名称	实训内容	实训目标
电子商务模拟实训室 (2间)	实验室主要面向电子商务、物流、国际贸易及营销策划专业学生专业学习,为其提供实践教学场所。电子商务实验室专门设计实训课程,课程设计对于实践教学效果至关重要。经过反复论证,实验室针对成人大专学生和高职大专学生两个层次。	承担电子商务多门专业课及专业基础课的实训教学。工学结合,组织学生参加全国大学生电子商务大赛、进行创业实践等提供活动场所。为学生参与科学研究、学年实习、毕业论文、进行商务网站设计与开发服务。
电商摄影实训室 (1间)	电子商务摄影实训室主要面向电商商品拍摄和对拍摄的商品进行后期美化处理。	该工作室完成网店商品拍摄的实训工作,主要针对不同类别的商品进行实物拍摄,并对拍摄的商品进行美化处理。主要分以下几个方面:1、模特拍摄2、服装拍摄3、静物拍摄4、产品拍摄。
现代物流综合实训室 (1个)	现代物流综合实训室建设采用了先进的信息技术、自动化技术、物联网技术和先进的实验开设理念将知识点在教学系统中进行了有效的融合,广泛地涵盖了物流专业内的绝大多数知识点,通过让学生参与和实践,将课堂教学与工业企业物流实践紧密结合,达到感性和理性认识的目的。	该实验平台包括自动化配。送分拣实训区、自动化立体仓库实训区、模拟装配生产实训区、电子标签人工辅助拣选实训区、超市模拟配送区和物流沙盘演示区。实现了在真实的职业场景内实践,集教学、实训、考试为一体。
ERP沙盘实训室 (1间)	ERP沙盘实训室融入ERP管理精髓,按制造企业的职能部门划分职能中心,包括营销与规划中心、生产中心、物流中心和财务中心。各职能中心涵盖了企业运营的所有关键环节:战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务结算与管理等。	让学生组成相互竞争的模拟企业,通过实际参与、模拟经营、对抗演练、教师评价、学生感悟等一系列环节,使学生在分析市场、制定战略、营销策略、组织生产、财务管理等一系列活动中,切身感知企业,了解企业。
手工会计实训室 (1间)	手工会计实训室是进行会计技能实训和会计模拟操作的场所。学生可根据给定的基础数据和资料,练习会计凭证的填制、登记账簿、编制资产负债表、利润表、所有者权益变动表和现金流量表等各种会计报表,掌握会计核算的基本流程、基本方法,以及凭证、账簿装订、归档技能,还可进行一些会计基本功训练。	学生通过手工会计实训,熟练掌握企业会计核算及成本计算的基本方法,熟悉会计账务处理程序,提高识别原始凭证,编制记账凭证,登记会计账簿和编制会计报表的操作技能,从而提高学生手工会计实际动手能力。学生还可以进行珠算,点钞等会计基础技能的训练。
商务谈判实训室 (1间)	“商务谈判”实训室的培训目标是,模拟谈判、模拟招聘、礼仪训练等。学生通过“商务谈判”实训可以掌握的基本技能如下:1、学会组建谈判团队,掌握谈判的程序,学习运用相关谈判策略提高谈判技巧,了解合同签订的基础	商务谈判实训室基于企业对商务谈判人员的需要而设定培训目标及内容,能够支持课程实训的诸多要求。同时面向江西省高等院校师生、企事业单位在职人员

	本要求；2、掌握人员招聘的基本程序、要求，应用所学的招聘方法进行模拟招聘；3、利用现有条件进行谈判礼仪、招聘礼仪等的训练。“商务谈判”实训属于模拟实训，培养的业务角色包括谈判业务中的主谈、辅谈、秘书；4、模拟招聘中的招聘专家、求职者等。所培养技能的应用方向主要为商务谈判、人员招聘等。	的商务谈判专业技能培训。
会计电算化实训室 (1间)	会计电算化实训室是进行会计电算化实训操作的主要场所，为学生搭建了一个理论与实践结合的平台。通过实训，主要培养学生操作运用会计软件的能力，增强学生对会计电算化操作的感性认识，使学生在会计电算化的操作技能方面达到会计电算化初级人员培训的要求，为学生的毕业实习打下了良好的基础。	安装了用友 U8 等系列财务软件。学生通过实训，掌握帐套的建立、修改、引入和输出，用户及权限的管理，系统运行，总帐基础设置、初始化，总帐系统的日常业务处理，出纳管理，报表系统的应用，以及薪资管理、固定资产系统、应收、应付系统等的的应用。

2.校外实训资源

校外实训资源列表

序号	基地名称	地点	实习规模 (人)	功能
1	****食品有限公司	*****	50	岗位实习教学
2	****携职实训基地	*****	50	岗位实习教学
3	****淘外实训基地	*****	50	岗位实习教学

(三) 教学资源

教材与课件：包括教科书、辅导书、实验指导书等，以及配套的幻灯片、多媒体课件等辅助教学的工具。

媒体素材：如视频、音频、图片等，可用于丰富教学内容，提高学生的学习兴趣。

试题库：包含各种类型的习题和模拟试题，用于帮助学生巩固知识和进行考试准备。

案例与文献资料：实际案例研究可以帮助学生理解理论知识的应用，而文献资料则为学术研究提供支持。

网络平台：如超星平台、智慧职教--职教云等，提供海量的教学资源下载和使用，包括同步教学、示范课、考试资源等。

包括但不限于教材选用、图书文献配备、数字资源配备等。

（四）教学方法

为激发学生的学习兴趣、提高教学效果以及适应不同学习者的需求，主要通过讲授法、讨论法、直观演示法、参观法、项目教学法、任务驱动法、情境教学法、启发式教学法、案例教学法等方法开展教学，同时根据学科特点、学生特性、教学目标和可用资源等因素来选择教学方法。教师可以根据具体情况灵活运用或结合多种教学方法，以提高教学质量和学生的学习效果。

（五）学习评价

在学习评价中，可以采用多种工具和方法，构建包括但不限于：测试与考试、作业与练习、自我评价、组内互评、项目与作品评价、口头报告与展示等多元评价体系，多元化和综合性反映学生的效果进展，同时激励学生的学习兴趣 and 自主发展。教师应当根据教学目标和学生的实际情况，灵活运用不同的评价方法，以促进学生的全面发展。

（六）质量管理

明确的培养目标：明确市场营销专业的培养目标，确保与行业需求、社会发展趋势以及学科发展相适应。

完善的教学计划：制定科学合理的教学计划和课程体系，确保课程内容的先进性、实用性和系统性。

高质量的教学资源：提供充足的教学资源，包括合格的教师队伍、现代化的教学设施、丰富的图书资料等。

严格的教学质量监控：建立和完善教学质量监控体系，定期进行教学质量评估，及时反馈并改进教学活动。

持续的师资培训：对教师进行持续的专业发展和教学能力提升培训，以适应教育教学改革的需要。

学生评价机制：建立多元化的学生评价机制，综合考察学生的知识掌握、技能应用、创新能力和社会责任感等方

面。

持续改进：基于评价和反馈结果，持续改进教学内容、方法和手段，提高人才培养质量。

道德与素质教育：注重学生的道德教育和综合素质培养，培育具有良好职业操守和社会责任感的专业人才。

专业人才培养的质量管理要求涵盖了培养目标、教学计划、教学资源、教学质量监控、师资培训、学生评价、持续改进、道德与素质教育等多个方面。通过这些要求的落实，可以有效提升专业人才培养的质量，满足社会和经济发展的需求。

十、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，获得 1+X 职业资格证书，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

序号	毕业要求	具体内容	备注
1	课程与学分要求	完成培养方案规定的各门课程的学习，成绩合格；学分达 142 分；并通过毕业设计（专业技能测试）	必备
2	计算机要求	获得全国计算机等级一级以上合格证书	非必备
3	英语要求	全国英语四、六级	非必备
4	普通话要求	普通话二乙等级以上	非必备
5	职业资格证书要求	助理营销师资格证书、证券从业资格证	非必备
6	毕业实习	完成 6 个月岗位实习，成绩合格	必备
7	符合学校学生学籍管理规定中的相关要求		