

# 广东工商职业技术大学成人高等学历教育专业培养方案

**专业名称：**市场营销

**专业代码：**530605

**所属学院：**商学院

**办学层次：**专科

**办学形式：**函授

## 一、培养目标

本专业培养思想政治坚定，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，掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

## 二、职业面向岗位及岗位群

职业面向行业：批发业、零售业、政府与企事业单位。

初始职业岗位群：销售代表、市场调研专员、市场主管、市场经理、卖场经理、销售经理、区域销售经理、小微商业企业创业者。

## 三、学制

基本学制：2.5年

弹性学习年限：2.5~5年

## 四、专业培养方案的有关说明

1. 本专业培养方案总学分：100 学分（含全部选修课和实践教学学分）。

毕业最低要求学分：96 学分。

2. 毕业最低学分要求及课程体系学时与学分分配

课程类别	学分 / 学时	占课程体系学分比例（%）
公共基础课	27/243	28.1
专业基础课	26/234	27.1
专业必修课	25/225	26.1
专业选修课（3选2）	8/72	8.3
实践环节	10/90	10.4
合计	96/864	100

3. 自学安排：每门课程安排自学时数为面授时数的 2 倍。

4. 本专业开设专业课程

- (1) 经济学基础
- (2) 管理学基础
- (3) 经济法基础
- (4) 市场营销学
- (5) 市场调查与预测
- (6) 营销心理学
- (7) 服务营销
- (8) 广告策划
- (9) 谈判与推销技巧
- (10) 客户关系管理
- (11) 连锁企业门店运营实务
- (12) 网络营销实务
- (13) 国际市场营销

5. 专业主干课程（专业基础课和专业必修课）简介。（7-8 门）

#### **(1) 市场营销学**

主要内容：本课程是一门理论性和实践性较强的应用学科，其核心是研究动态市场上企业的市场营销问题。通过本课程的学习，使学生比较系统地了解 and 掌握市场营销的基本原理、基本技能和基本方法，能够胜任市场营销的工作。

#### **(2) 市场调查与预测**

主要内容：本课程以市场调查与预测理论和方法应用为研究对象的，通过本课程的学习，使学生能够掌握市场调查与预测的基本理论，基本方法和技巧。该课程是市场营销人才和企业经营管理人员掌握市场运作服务的必修课程，具有很强的实用性和可操作性。

#### **(3) 营销心理学**

主要内容：本课程主要阐述顾客一般心理、营销过程心理和营销人员心理等内容。通过本课程的学习，使学生掌握市场营销的各个环节、各个参与者心理活动的规律性和特殊性，通过掌握相关的知识初步形成解决实际问题的能力。

#### **(4) 服务营销**

主要内容：该课程是针对服务行业和企业服务活动的具体特点，着力研究服务产品、服务活动及其特殊性的一门课程。该课程有较强的实践性和技巧性，涉及到服务、服务市场、服务消费行为、顾客期望与服务承诺、服务调研、服务策略、有形展示与服务环节、服务质量等内容。

#### **(5) 广告策划**

主要内容：主要涉及丰富的广告学知识以及与广告学交叉的其他学科知识，针对广告的整体战略和策略的运筹规划、广告决策、广告计划以及实施广告决策、检验广告决策过程等内容进行讲授。使学生了解广告策划的基本概念，对广告策划在整个广告活动过程中的特殊位置、基本原理、主要方法、具体规范、操作规范、表现类型等基本问题有清晰的把握。

#### **(6) 谈判与推销技巧**

主要内容：该课程是建立在心理学、逻辑学、传播学、公共关系、现代管理学理论之上的应用型课程。旨在使学生比较全面地掌握谈判与推销的基本理论，学会谈判与推销的基本方法，并且能够结合实际，开展谈判与推销业务。

#### **(7) 客户关系管理**

主要内容：该课程重点讲述客户关系管理的基本知识、基本原理和基本技术。旨在让学生了解客户关系管理的基本概念、原理和应用，掌握客户满意度管理的基本方法和客户忠诚的管理办法，确立以客户为中心的管理理念。

## 五、教学进程安排

课程类别	序号	课程名称	学分	考核方式	学时			各学期完成学分					备注	
					共计	讲授	实践							
								1	2	3	4	5		
公共基础课	1	政治理论	4	●	36	36		4						
	2	政策与形势	4	●	36	36		4						
	3	高职英语	8	●	72	72		4	4					
	4	计算机应用基础	4	●	36	36		4						
	5	商务礼仪	4	●	36	36		4						
	6	应用文写作	3	▲	27	27			3					
小计			23		207	207		20	7					
专业基础课	7	经济学基础	6	●	54	54		6						
	8	管理学基础	5	●	45	45			5					
	9	经济法基础	5	●	45	45			5					
	10	市场营销学	5	●	45	45			5					
	11	市场调查与预测	5	●	45	45				5				
小计			26		234	234		6	15	5				
专业必修课	12	营销心理学	5	●	45	45				5				
	13	服务营销	5	●	45	45				5				
	14	广告策划	5	●	45	45				5				
	15	谈判与推销技巧	5	●	45	45					5			
	16	客户关系管理	5	●	45	45					5			
小计			25		225	225				15	10			
专业选修课	17	连锁企业门店运营实务	4	▲	36	36				4				
	18	网络营销实务	4	▲	36	36					4			
	19	国际市场营销	4	▲	36	36						4		
	小计(3选2)			12		108	108							
实践环节	20	专业实习	10	▲	90		90						10	5周
	小计			10		90		90						
合计			100		900	810	90	26	22	24	14	14		

说明:1.“政治理论”课程有马列主义学院承担,可在“思想道德修养与法律基础”和“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”两门课程中任选一门。

2. 考核方式：●代表考试, ▲代表考查

## 六、本专业培养方案制定人及学院审核人

制定人：林嘉政

2022年1月10日

学院审核人：王子飞

2022年1月11日