

# 市场营销（业余）专业人才培养方案

层 次：高起专

学习形式：业余

入学要求：普通高中毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

基本修业年限：2.5 年

## 一、专业培养目标

本专业旨在培养适应我国产业经济发展需要，掌握现代市场营销基本理论知识、基本方法及实践技能，具有良好的综合素质和较强的创新能力，能够满足在各类工商企业的相关营销类岗位工作要求的高等应用型专业技能人才。

## 二、教学基本要求

通过系统的教学，要求学生在基本素质、专业理论知识和专业技能等方面达到：

### 1.基本素质

具有良好的政治素质、文化修养、健康的体魄，养成从事市场营销工作的职业道德和服务意识，具有较强的语言文字表达、团结协作和社会活动等基本能力。

### 2.外语能力

具有较强的英语应用能力，能处理相关的英文文件和材料。

### 3.计算机应用能力

具有熟练的计算机与网络的操作技能，并具有较强的企业信息化管理软件应用能力(ERP、SCM、CRM 等)，能熟练使用办公软件处理相关业务（项目管理、业务方案、财务数据、工作报告等）。

### 4.基本知识和基本技能要求

掌握市场营销方面的基本理论知识和基本方法，具有“能吃苦、会沟通、懂经营”基本素质，具有一定市场分析、销售、策划、客户服务等基本技能。

### 5.专业核心能力

市场分析能力、产品销售能力、营销策划能力、客户服务能力等。

### 6. 创新与创业精神

具有较强的创新能力和创业精神。

#### 四、各类课程学时分配

课 程 类 别	学时	占总学时比例 (%)
公共课程	208	25.7
通识课程	81	10.0
专业课程	447	55.3
毕业论文（设计）	72	8.9
合 计	808	

#### 五、主干课程

##### 1、市场营销

市场营销是市场营销专业的重要的专业基础课程。课程通过介绍典型的有参考价值的营销案例，使学生掌握现代市场营销的基本理论、基础知识和基本方法，使学生对企业整体营销职能、营销活动、营销战略与策略方面有一个整体认识，提升学生对企业经营活动的分析、判断和决策能力。

##### 2、市场调查与预测

课程要求学生在掌握基本理论的基础上，掌握市场调查和分析的相关知识、技能，能独立地开展市场调查工作，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任市场调查相关工作。它既要向学生传授知识，又要培养学生的能力。通过教学实现指导学生学会基本的市场调研的工具和方法；引导和启发学生运用已掌握的营销知识去开展市场调研和预测活动；培养学生的市场敏感性和洞察力的教学目标。

##### 3、谈判与推销技术

课程是为培养学生的涉及交易活动中谈判与推销的基本理论知识与应用能力而设置的一门专业课程。课程的任务是：使自学应考者对谈判与推销的原理、策略、技巧及其具体实务有全面的了解，具有胜任谈判与推销的决策与管理工作的素质与能力；赋予学生发展高水平的人际关系和大众沟通技巧及应对环境变化的能力。

##### 4、网络营销

课程是一门实践性和综合性较强的一门课程。学习各种利用互联网开展营销的具体方法和策略，提高学生利用互联网开展专业工作的能力。主要教学内容有网络营销基础，搜索引擎营销，营销网站策略，邮件列表、网上论坛、新闻组、博客等营销方法及策略，网络市场调查策略，网络广告、网络公关策略，利用互联网开展顾客服务、客户关系管理，网络营销计划、实施、管理。

## 5、营销策划

课程主要涉及到市场营销战略策划、市场营销战术策划和市场营销创新策划三个方面，教学的主要任务是：通过本课程的学习，使学生能系统地理解和掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，并将所学到的理论知识应用到营销策划实践中，具有营销策划案例分析及营销策划实战能力。

## 6、营销心理学

课程是为市场营销等工商管理类专业学生开设的一门基础课程。通过该课程的学习，应使学生基本掌握心理行为分析的基本体系和消费活动的一般心理规律，基本掌握各种营销活动的心理学基本原理或依据。

## 7、分销渠道管理

课程主要涉及分销渠道功能、分销渠道类型、分销渠道设计、分销渠道管理、渠道绩效评估等内容。通过该课程的学习，使学生在了解现代渠道管理理念的基础上，掌握决策、管理和优化渠道的方法，培养学生分析和解决营销渠道实际问题的能力，为今后从事市场营销专业工作打下坚实的基础。

## 8、客户关系管理

课程主要涉及客户关系管理客户关系管理的起源和发展、客户关系管理的内涵及相关理论、客户关系管理战略、客户关系管理的营销策略、客户关系管理系统设计与实施、CRM 中的数据分析与应用、客户服务中心、CRM 与管理信息系统、客户关系管理与企业变革、CRM 的运行绩效及成本效益分析等内容。通过该课程学习，能够让学生运用现代信息技术，结合客户关系管理的最新理念进行客户开发、维护、分析等工作，具备提升顾客满意度的能力。

市场营销（业余）专业教学计划进程表

课程类别	序号	课程名称	学时分配	评价类型	各学年学期教学周数						备注
					第一学年		第二学年		第三学年		
					一	二	三	四	五	六	
					17周	18周	18周	18周	16周		
公共课	1	形势与政策	10	形成性评价	2/1	2/1	2/1	2/1	2/1		网络教学
	2	思想道德修养与法律基础	27	形成性评价	3/9						网络教学
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	27	形成性评价	3/9						网络教学
	4	大学英语	105	混合型评价	3/17	3/18					
	5	计算机应用	39	混合型评价			3/13				

通 识 课	6	职业生涯规划	27	形成性评价	3/9						
	7	应用文写作	27	形成性评价		3/9					网络 教学
	8	趣谈新材料	27	形成性评价		3/9					
专 业 课	9	经济学基础	51	混合型评价	3/17						
	11	会计学基础	54	混合型评价			3/18				
	12	市场营销	54	混合型评价		3/18					网络+面授
	13	管理学基础	27	混合型评价				3/9			网络 教学
	14	营销策划	24	形成性评价					3/8		
	15	市场调查与预测	54	形成性评价			3/18				
	16	网络营销	54	混合型评价				3/18			
	17	谈判与推销技术	54	形成性评价				3/18			
	18	营销心理学	27	形成性评价				3/9			
	19	分销渠道管理	24	形成性评价					3/8		
	20	客户关系管理	24	形成性评价					3/8		
	21	毕业论文（设计）	72	终结性评价					8 周		
合计			808								

## 六、师资队伍，教学资源，设施设备

深圳职业技术学院管理学院师资力量雄厚，有教授 19 人、副教授 37 人，省教学名师、深圳市地方领军人才 5 人，青年珠江学者 1 人。办学实力出众，下设管理、物流、旅游三个专业群 7 个专业，有全国首批高职高专教学改革试点专业和国家示范校重点专业 1 个（港口与航运管理），国家“高等职业学校提升专业服务产业发展能力”项目支持专业 1 个（物流管理），全国职业院校旅游类示范专业 1 个（旅游管理）；省一流院校建设专业 1 个（酒店管理）、省二类品牌建设专业 2 个（物流管理、市场营销）、省示范专业 2 个（市场营销、酒店管理）、省重点专业 1 个（旅游管理）、校重点专业 2 个（工商企业管理、行政管理）。学院拥有物流、旅游、酒店、管理、ERP、i-Lab 等多个实训室，软硬件设备价值一千多万元。有 3 门国家级精品课程、2 门国家精品资源共享课程，出版著作 30 余部，教材 50 多部，发表学术论文 300 余篇，承担科研项目 400 多项（其中国家自然科学基金项目 2 项、省部级项目 50 余项）。2012 年与美国西雅图城市大学合作物流管理（中美合作）专业，在校生 106 人，项目约有 40 人已前往美国继续深造。此外，与英国、法国、澳大利亚等高校开展长期合作。