

河南牧业经济学院

中外合作办学市场营销专业人才培养方案

(三年制专科统招)

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、培养目标

本专业通过引进爱尔兰教育资源和教学管理模式，培养德智体美劳全面发展，具有崇高理想信念信念，具有国际化视野和英语语言交流能力，适应河南农牧经济国际化发展需要，掌握管理学、经济学等学科基础知识，掌握市场营销基本理论和基础知识，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、市场调查与预测等工作，具备良好的职业道德、创新精神和创新能力，具有健康的个性品格和较强的可持续发展能力的国际化技术技能人才。

三、培养规格要求

毕业生应获得以下四方面的知识、能力和素质：

1. 具有坚定的政治方向和良好的思想品德、社会公德和职业道德，树立科学的世界观、正确的人生观和价值观。

2. 掌握现代市场营销学、管理学、经济学的基本理论、基本知识；熟悉我国有关市场营销的方针、政策、法规并了解市场营销的惯例和规则。

3. 具有较好的英语与计算机应用能力，能阅读专业英文资料，能熟练操作常用的办公软件和专业相关软件；具有一定的调查研究、组织管理、口头与文字表达能力。

4. 具有一定的创新意识与创业精神、良好的文化和艺术素养、健全的人格和体魄，达到国家规定的大学生体育锻炼合格标准。

四、主要就业岗位和关键技术（技能）

1. 本专业毕业生主要面向广告公司、营销公司、金融机构及其它各类企业等从事营销策划工作或独立创业。

2. 本专业的关键技术（技能）主要包括市场调研与预测能力、营销策划能力、商品推销与商务谈判能力以及基本的管理能力等。学生可以独立从事市场调查活动，有创造性地组织参与产品策划、广告策划、品牌策划等各种策划活动，能够熟练运用谈判策略与技巧开展推销，并对中间商、推销队伍以及客户管理进行有效的管理。

五、人才培养模式

本专业实行模块式人才培养模式。学生毕业所需具备各类素质要求分解如下。

岗位能力素养	能力描述	知识结构	课程设置
思想道德素养	具有良好的职业道德；具有人际交往和团队协作的能力；具有科学的世界观、人生观和道	了解职业素质要求，熟悉企业管理制度和办法，认识世界观、人生观、价值观的合	思想道德修养与法律基础、管理学（外方）

岗位能力素养	能力描述	知识结构	课程设置
	德观，有明确的是非观念；具有一定的创新能力。	理取向，了解建立良好的人际关系作用和方法。	
	遵守社会公德，有强烈的社会责任感，具有较高的法律意识，具有爱国主义、集体主义精神。	了解中国近现代历史进程，熟悉中国特色的社会主义经济、社会、文化等方面的现状和制度，了解法律法规。	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、国际经济法
基础能力素养	具有良好的沟通表达能力、自主学习能力；具有较强的社会适应能力和学习竞争能力。	了解不同地区的人文环境，熟悉不同行业的市场环境，掌握谈判的方法步骤和技巧。	消费者行为学(外方)、推销理论与技巧(外方)
	有良好的生活习惯，健康的体魄；具有坚强的意志品质和健康的心态；具有吃苦耐劳的精神。	了解行为习惯的养成方法与影响，能够准确认识自身特点，掌握适合的体育锻炼方法和技巧。	体育、专业拓展训练、入学专业教育和军事训练
	具有较好的逻辑思维能力、计算机应用能力、英语读写能力，有一定的商务和财务知识应用能力。	了解高等数学统计学基础知识、熟悉经济问题建模方法、熟练办公软件操作、基础语法与词汇。	高等数学、计算机应用基础、实用英语
专业能力素养	具有对市场进行科学调研的能力，并能用相关工具对调研资料进行分析；具有寻找客户，拜访客户的能力，并掌握推销技巧；具有客户维护与管理的能力；具有渠道开拓及商务谈判能力。	了解市场结构、熟悉市场细分的方法、懂得商品推销的技巧与方法、商务谈判的过程及注意事项、了解不同受众的消费动机的形成，掌握客户管理的技巧。	商品学理论与实务，市场营销学原理(外方)，推销理论与技巧(外方)，商务谈判，消费者行为学(外方)
	熟练掌握企业购，销，运，存各环节的业务流程，有数据表格分析能力，有较强的区域规划能力，具有营销策划能力，广告策划能力和公关策划能力。	了解销售报价、销售订单、销售发货、退货、销售发票处理、客户管理、价格管理等功能，了解市场营销和广告策划的过程，了解公共关系、公关宣传及组织广告的过程和方法。	销售管理、管理学(外方)、营销策划与实务、广告原理与实务、公关原理与实务

六、主干课程

管理学（外方），市场营销学原理（外方），组织行为学（外方），商品学理论与实务，销售管理，财务管理（外方），人力资源管理（外方），商务谈判，市场调查与预测，企业战略管理，消费者行为学（外方），营销策划与实务，ERP 综合实训等。

七、主要专业实践

ERP 综合实训，市场营销模拟实验，营销策划与实务、市场调查与预测、推销理论与技巧等课内实训，社会实践，毕业实习等。

八、学制与毕业标准

1. 本专业标准学制为 3 年。
2. 本专业学生修业期满，满足以下两个条件者，准予毕业。
 - (1) 必修课程全部合格。
 - (2) 总学分达到毕业总学分 113。

九、课程结构与学分、学时分配

1. 各类课程学分与学时结构，见表 1。

表 1 市场营销专业课程学分与学时结构表

课程性质	课程类别	学分	学分比例 (%)	总学时	课堂讲授学时	课内实践学时	各学期周学时分配					
							1	2	3	4	5	6
必修课程	通识教育必修课程	25	21	464	392	72	9	12	2	3		
	专业基础课程	21	19	384	272	112	8	5	5	3		
	专业核心课程	32	29	464	320	144		3	6	11	12	
	集中实践教学环节	19	17									
	小计	96	86	1280	920	360	18	21	15	14	12	
选修课	素质拓展教育课程	8	7	128	88	40		2	2	2	2	
	专业选修课程	8	7	128	72	56		2	2	2	2	
	小计	16	14	256	160	96		4	4	4	4	
总计		113	100	1568	1144	424	18	24	17	21	16	

2. 课程体系与教学计划进程，见表 2—表 6。

表 2 市场营销专业教学计划进程表（通识教育课程）

课程类别	课程代码	课程名称	学分	总学时	课内学时		考核方式	各学期周学时分配							
					理论	实践		一	二	三	四	五	六		

通识教育课程	必修	6226001	实用英语 1	4	64	64	0	考试	4					
		6225005	体育 1	1	32	32	0	考试	2					
		6217001	计算机应用基础	3	48	16	32	考试	3					
		6222017	思想道德与法治	3	48	40	8	考试		3				
		6233001	职业发展与就业指导	1	16	8	8	考查		1				
		6226002	实用英语 2	4	64	64	0	考试		4				
		6230001	心理健康教育	2	32	16	16	考查		2				
		6225006	体育 2	1	32	32	0	考试		2				
		6222021	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	32	0	考试			2			
		6222023	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8	考试	3					
		62FXQJX	形势与政策	1	48	48	0	考试	1-6学期, 每学期8学时					
通识教育课程合计				25	464	392	72		9	12	2	3		

表 3 市场营销专业教学计划进程表 (专业教育课程)

课程类别	课程代码	课程名称	学分	总学时	课内学时		考核方式	各学期周学时分配					
					理论	实践		一	二	三	四	五	六
					专业基础课	6227018		经济学基础 (外方)	3	48	36	12	考试
专业教育课程	必修	6227005	管理学 (外方)	3	48	36	12	考试			3		
		6227035	会计学基础	3	48	32	16	考试		3			
		6218018	国际经济法	2	32	16	16	考试			2		
		6227014	市场营销学原理 (外方)	3	48	36	12	考试				3	
		6227001	组织行为学 (外方)	3	48	36	12	考试					3
		6227022	英语口语 1 (外方)	2	32	16	16	考查	2				
		6223054	高等数学	3	48	48	0	考试	3				
		6227023	英语口语 2 (外方)	2	32	16	16	考查		2			
		专业核心课	6204095	人力资源管理	3	48	40	8	考试				3
	6204021		销售管理	3	48	32	16	考查			3		
	6227016		财务管理 (外方)	3	48	36	12	考试			3		
	6204017		商务谈判	3	48	40	8	考查				3	
	6227012		消费者行为学 (外方)	3	48	36	12	考试					3
	6204102		ERP 综合实训	3	48	0	48	考查					3
	6204099		企业战略管理	2	32	24	8	考试				2	
	6204019		营销策划与实务	3	48	32	16	考查					3
	6204126		市场调查与预测	3	48	32	16	考试				3	
	专业必修课程小计			53	848	592	256		8	8	11	14	12
选修课	6204201	跨境电子商务基础与应用	2	32	8	24	考查		2				
	6204029	品牌管理	2	32	24	8	考查				2		

	6204054	跨国公司经营与管理	2	32	24	8	考查					2	
	6204150	市场营销模拟实验	2	32	0	32	考查				2		
	6227050	推销理论与技巧(外方)	2	32	24	8	考查			2			
	6211002	物流管理	2	32	24	8	考查		2				
	6204005	公关原理与实务	2	32	24	8	考查					2	
	6204024	广告原理与实务	2	32	24	8	考查			2			
	专业选修课小计		8	128	要求选修4门课,共8学分								
	专业教育课程合计		61						11	7	13	16	14

表4 市场营销专业专业教学计划进程表(素质拓展教育课程)

课程性质	素质拓展选修课程分类	课程代码	课程名称	学分	总学时	课内学时		考核方式	各学期周学时分配				
						理论	实践		二	三	四	五	
素质拓展教育课程	选修课	6204330	礼仪与形象设计	2	32	24	8	考查	2				
		6218509	应用文写作	2	32	32	0	考查	2				
		6223042	职场口才	2	32	32	0	考查		2			
		6217004	Excel高级应用	2	32	16	16	考查		2			
		6219450	音乐鉴赏	2	32	32	0	考查			2		
		6219451	摄影艺术实践	2	32	32	0	考查			2		
		6207134	中医养生	2	32	24	8	考查					2
		6227036	爱尔兰概况	2	32	32	0	考查					2
	素质拓展教育课程小计			8	128	从上述课程中跨类别选修8学分							

表5 市场营销专业专业集中实践教学环节安排表

课程代码	课程名称	学分	周数	学期安排	承担单位	备注
6200001	入学专业教育与军事训练(含军事理论)	2	2周	1	国际教育学院	
6204186	社会实践	2	2周	4	工商管理学院	节假日进行
6204188	毕业实习	14	14周	6	工商管理学院	
6204160	就业与毕业教育	1	1周	6	国际教育学院	
集中实践教学合计		19				

表6 市场营销专业教学活动时间分配表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
一	☆	☆	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◆	◆	●
二	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◆	◆	●
三	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◆	◆	●
四	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◆	◆	●
五	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◆	◆	●
六	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎				

备注：☆入学专业教育与军事训练 □课堂教学 ◇专业实践周 ■生产实习
 ●机动 ◎毕业实习 ◎就业指导与毕业教育 ◆期末考核