2026级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

**专业名称：市场营销**

**专业代码：530605**

**办学层次：高起专**

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力并通过成人高考正式录取者。

三、修业年限

最低修业年限 2.5 年，最高修业年限不超过 5 年。

四、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业结合区域经济社会发展对人才的需求，对接温州地区五大支柱产业和十大战略新兴产业，依托区域制造业和现代服务业等行业，与区域中小型企业合作，培养理想信念坚定，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，培养面向市场策划主管、推广主管、销售业务主管、客户服务主管等岗位（群），能够从事运用新媒体、数字技术进行商品销售、市场策划与推广、品牌策划、智能客服、数字营销和商务数据分析等工作的具有创业意识、创业精神和创业能力的高素质技术技能型专门人才。

（二）培养规格

|  |  |
| --- | --- |
| 知识结构 | 1. 掌握必备的思想政治理论、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、安全消防等知识； 3. 掌握市场营销理论与实务、营销策划等知识； 4. 掌握销售渠道开发和管理知识、商品销售与管理的基本知识和方法； 5. 掌握消费心理学、公共关系理论等知识； 6. 掌握市场调查与预测、商务数据分析知识； 7. 掌握推销与谈判、商务礼仪的基本知识与方法； 8. 掌握客户管理及智能客服应用场景设计及开发知识； 9. 掌握数字营销的新知识、新技术。 |
| 能力结构 | （1）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；  （2）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力；  （3）具备商业信息技术与工具应用能力；  （4）具有市场调研与规划分析能力；  （5）具备独立思考、逻辑推理、信息加工能力；  （6）能够进行市场营销策划并组织实施（促销策划、品牌策划与推广等）；  （7）具备用户行为分析、客户管理及智能客服应用场景设计及开发能力；  （8）具备数字营销策划、数字营销技术应用能力；  （9）具备销售渠道开发和终端管理能力；  （10）具备商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；  （11）具备一定的创新创业能力；  （12）具备推销与商务谈判能力和一定的商务礼仪规范应用能力。 |
| 职业素养 | （1）具有坚定的理想信念，能自觉践行社会主义核心价值观。坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感。  （2）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。  （3）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神，吃苦耐劳，重服务。  （4）具有良好的职业道德和敬业精神，吃苦耐劳，职业认同感强；  （5）具有积极的开拓精神和团队合作意识，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；  （6）具有牢固的法制观念、明确的职业目标和清晰的职业发展规划；  （7）具备良好的身体素质、心理素质、抗挫能力和良好的礼貌修养和行为仪态举止；  （8）崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；  （9）具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。  （10）掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。 |

五、课程设置及要求

（一）课程设置与简介

1.公共基础课程

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 备注 |
| 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 1.了解马克思主义中国化的历史；2.掌握马克思主义基本立场观点和方法；3.培养学生的社会责任感，具备社会主义建设合格接班人应有的政治素质、思想品德和相应能力。 | 系统掌握马克思主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论及马克思主义中国化最新成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，坚定建设中国特色社会主义的理想信念。 | 1.配备全国统编教材《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（2023年修订版），高教出版社。2.配备多媒体教室，提升信息化教学水平。3.建设思政教学实践基地。 |  |
| 思想道德与法治 | 使学生能够尽快适应大学生活，积极投身道德实践，提高明辨是非善恶和自我修养的能力，做到尊法学法守法用法，成长为具备良好的思想道德素质和法律素养的高素质技能型人才。 | 1.树立正确的人生观、价值观；2.坚定理想信念；3.弘扬中国精神，做忠诚的爱国者；4.培育和践行社会主义核心价值观；5.提升大学生的道德素质和法治素养。 | 1.具备一定的思想政治理论知识；2.在世界观、人生观、价值观、道德观和法治观受到一定程度教育；3.组织学生到校外实践基地进行参观考察，增强学生的社会实践体验。 |  |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 1.系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想；2.运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析和解决问题；3.领会“两个确立”，增强“四个意识”、坚定“四个自信”。 | 习近平经济思想、习近平生态文明思想、习近平法治思想、习近平强军思想和习近平外交思想等内容。 | 1.配备全国统编教材《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》，高教出版社。2.配备多媒体教室，提升信息化教学水平。3.建设实践教学基地。 |  |
| 形势与政策教育（一～五） | 1.引导青年学生正确认识世界和中国发展大势；2提高学生政治敏锐性和政策判别力，提升学生的综合素质，树立远大抱负，肩负时代责任和历史使命。 | 1.培养观察形势和理解政策的正确立场、观点、方法；2.掌握新时代党和国家重大方针政策；3.我国社会发展形势、国际形势与对外政策。 | 1.教学内容即时更新，紧随国内国际形势和国家重大方针政策；2.配备多媒体教室，采用多种教学手段实施教学，提升教学效果。 |  |
| 大学生心理健康教育 | 使学生了解心理健康基本知识，掌握基本的心理调适方法，帮助大学生树立心理健康意识，预防和缓解心理问题，优化心理品质，增强心理调适能力和社会生活的适应能力。 | 课程包括大学生心理健康概述、大学生自我意识发展、大学生良好人际关系的培养、大学生的恋爱与性心理等八个方面内容。 | 课程采用体验式教学法，线上线下相结合，充分利用网络教学平台资源和多种信息化手段，完成从体验、探究、疏导到转变的教学过程，达成学生的心理素质提升目标。 |  |
| 大学生创业基础 | 对学生的创业意识进行启发，指导，认识企业在社会经济中的作用，了解创办和经营企业基本知识、技能。 | 本课程包括创业概述、创业精神与创业能力、温州人创业精神、创业准备、发现创业机会、创业方式及新技术应用、创业风险和小企业创办一般流程及实践模拟等八个方面内容。 | 1.利用资源库和在线平台，结合实际，完成创意项目设计。2.邀请企业人员讲座，引导学生树立正确创业与就业观念。3.利用实践基地和创业实践活动，学生参与实景体验。 |  |
| 信息技术基础 | 1.运用逻辑思维和计算方法，为专业服务，提高分析解决问题能力。2.能够使用常用办公软件。3.了解数字化新技术。4.培养严谨、细致品质，提高自主学习、团队合作能力。 | 该课程主要内容包含计算机系统、常用办公软件（wps文字、wps表格、演示文稿）应用、计算机新技术（人工智能区块链等）应用。 | 1.根据信息化教学要求在计算机机房授课。2.采用案例化教材教学 |  |

2.专业核心课程

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 备注 |
| 数据调研与分析 | 本课程的学习，使学生掌握调查方案设计、数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用EXCEL进行数据分析的基本方法。 | 调查方案设计、数据资料的收集、数据处理、数据分析、撰写数据分析报告。 | 以数据分析的过程及顺序形成项目化教学内容，遵循“理论够用、适度，重在应用”的原则。 |  |
| 营销策划 | 通过实践、实训为主导的教学，使学生了解市场营销策划的流程及其它各种策划方案的主要内容和侧重点。具备从事市场营销基础工作的基本能力。 | 营销策划的程序和框架内容；市场调研策划；战略性营销策划；企业CIS策划；新产品上市策划。 | 课程采取理论和实际操作相结合教学模式，以学生就业为导向，在行业专家的指导下，融入最新的案例。采用学生组队，模拟企业流程完成各个实训项目任务。 |  |
| 客户关系管理 | 本课程以拓展知识，训练职业能力为导向；以适应不同专业对客户管理知识的需求为出发点；以工学结合为切入点，始终以学生为本；以提高教学质量、增强教学效果为直接目的。 | 寻找潜在客户；进行客户服务管理；进行大客户管理；设计客户体验方案；进行客户满意管理；设计培养客户忠诚度计划；综合项目训练。 | 本课程教学设计以工学结合为切入点，适应综合项目化教学理念。本课程特点及其在专业知识结构适应电子商务专业学生的学习。实践与理论相结合，注重学生实训教学。 |  |
| 销售渠道与终端管理 | 学习过程中了解企业，熟悉销售通路设计与管理方法、工作内容和程序，具备独立开展渠道与终端工作的能力，同时也为学生后续适应工作岗位提供良好的理论和实践基础。 | 渠道认知、渠道设计、渠道开发、终端认知、终端选址与设计、终端铺货与陈列、打造良好的终端关系。 | 基于工作过程导向的课程内容设计，采用工学结合、真实项目综合实践的教学模式，以充分提升学生的实际操作技能为第一出发点，建立学生的工作知识体系为第二要点。 |  |
| 统计基础与数据分析 | 掌握统计学基础知识；掌握商务数据的来源与采集；掌握市场数据、运营数据、商品数据的采集与分析方案的制定；掌握客户画像分析；掌握常见的几种数据可视化分析方法。 | 理论基础；数据采集与分析方案制定；市场数据分析；运营数据分析；产品数据分析；数据监控与数据可视化；数据预测；制作数据分析报告。 | 通过工学结合、课程综合实践项目的教学模式使学生通过数据分析发现企业内部的不足，客户体验的不足，营销手段的不足等，帮助企业改善优化客户体验、产品销量等。 |  |
| 销售管理 | 系统地掌握销售管理的基本理论、基本知识和基本方法；树立科学的销售管理理念，既注重销售管理理论的传承，又注重利用销售理论分析各类社会组织的客观实际。 | 掌握销售管理的重要知识，如销售预测、销售计划、销售人员的组织、招聘、考核与激励、销售区域与竞赛管理、客户关系管理等，更能利用各种销售管理理论解决实际问题。 | 具体教学方法为理论讲授、案例分析、多媒体教学、小组讨论。以培养实用型、技能型人才为出发点，坚持销售管理基础理论“必需、够用”。 |  |

3.其他专业课程

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 课程目标 | 主要内容 | 教学要求 | 备注 |
| 经济学基础 | 掌握经济学的基本原理,为学好与运用财经管理类专业知识和技能服务；能够根据经济学的基本理论知识和技能,对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。 | 供求论﹑消费论、生产论﹑成本论﹑市场论﹑要素价格论﹑一般均衡与福利经济学﹑市场失灵等内容。 | 还原经济学“生活化”本质，注重知识的实用性和与生活的贴近性，突出学生的经济理念、经济思维素质的培养。着重提高学生运用经济理论分析现实经济现象、解决经济问题。 |  |
| 企业管理基础 | 能进行企业登记的网上预评和网上申报，能识别企业所面临环境的不确定性程度，能针对企业的内外部环境进行SWOT分析。能划分企业管理的基本职能，能承担管理者职责。 | 1.企业与环境分析；2.管理与管理者；3.管理理论的发展；4.企业目标与计划；5.科学决策与战略；6.组织结构与变革；7.领导方法与艺术；8. 控制过程与方法。 | 1.以工学结合为切入点，作好课程建设规划；2.根据职业岗位的需求情况，搭建职业行动能力框架；3.实施任务导向，开发学习领域，进行教学情景设计。 |  |
| 市场营销理论与实务 | 通过本课程的学习能够熟悉营销理论、工作流程及职责；能够设计企业市场营销战略方案；通过市场环境分析，评价市场机会与威胁，提出应对措施。 | 1.树立现代市场营销理念；2.市场营销战略方案制定的步骤和程序；3.弄清市场营销环境要素，把握机会，化解威胁；4.消费者购买行为特征及其购买决策过程。 | 1.以培养实用型、技术型人才为出发点，坚持营销基础理论“必需、够用”；2.理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，学生多讲、多练，提高学生实际动手能力。 |  |
| 消费心理应用 | 使学生掌握商品营销者和商品购买者心理活动的产生过程，为从事具体的营销活动提出有针对性地营销计划和方案；增强对营销实践的感性认识，提高其实际动手能力和操作技巧。 | 1.消费心理应用认知；2.消费者心理活动过程分析；3.消费者个性心理特征分析；4.消费者购买动机与行为分析；5.消费者群体与消费心理分析等。 | 本课程教学设计以工学结合为切入点，以培养学生营销能力为目标，采用在课程开始授课之前，各授课班级分别分成若干学习小组，根据消费者心理特征与行为，设计营销方案。 |  |
| 网络营销基础与实践 | 通过工学结合、真实项目综合实践的教学模式使学生在学习过程中了解企业，掌握开展网络营销所需要具备的基本知识与技能，熟练使用目前企业常用的网络营销方法与工具。 | 1.认识网络营销；2.网络营销市场定位；3.企业网络营销平台建设；4.企业网络推广；5.网络创业实践；6.真实项目：\*\*公司网络营销方案设计。 | 现场教学，以不同的案例为载体，教师示范和学生分组操作训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，让学生在“教”与“学”过程中，学习相关技术。 |  |
| 新媒体营销 | 使学生了解的相关概念和理念，全面掌握新媒体营销理论基础；提升学生的实践能力和思考创新能力；培养学生对微信公众平台编辑、微信小程序开发、小红书引流等新媒体工具。 | 1.微信公众号运营；2.微信小程序开发；3.视频剪辑；4.小红书运营；5.二维码制作；6.微博运营。 | 采用个人与小组结合的实训项目，形成理论基础学习、模拟运营练习、综合实操检验的递进培养模式，培养学生对各新媒体工具的实操能力。 |  |
| 展会策划实务 | 课程的目标在于使学生掌握会展策划实务的基本知识和核心技能，具备较强的会展策划管理和实践操作能力，掌握实际会展工作相关业务的基本技巧。 | 1.参展目标计划制定；2.贸易展会选择要素，明确展会参加途径；3.展前市场调查、展品、资料等准备工作；4.对参展人员进行相关培训；5.制定展会推广计划。 | 本课程在教学过程中应注重应用性和操作性，不仅应该对会展策划实务概念、规律、原理和方法进行必要的讲授，还应该注意理论联系实际，培养学生综合分析和实操应用能力。 |  |
| 短视频制作与运营 | 培养具有一定的视频美感和综合实践能力，掌握短视频必备理论知识与专业剪辑技能，具备短视频各大主流平台的运营技巧，了解商业变现方式的综合型营销人才。 | 短视频方案策划、短视频分镜脚本撰写、短视频拍摄、短视频剪辑技巧、短视频运营技巧等。 | 以职业能力为导向，围绕策划、拍摄、制作、运营四个方面并结合实际案例分析、项目化教学、团队协作、实战模拟等进行教学内容的开展。让学生实现做中学，学中做。 |  |
| 推销与谈判技术 | 通过课程的学习，使学生熟悉推销的一些基本概念、基本理论和方法，掌握推销中常用的方法、策略与技巧；通过教学过程中的案例分析及推销实践，强化学生的职业素质。 | 1.推销认知：建立推销思维；2.推销方式与推销模式；3.推销准备；4.寻找与约见客户；5.推销洽谈的时机与策略。 | 以工学结合为切入点，理论结合实践为导向，采用各学习小组合作完成实训项目任务的形式，形成理论基础学习、情景演练熟悉、实战推销检验的递进培养模式。 |  |
| 企业法律实务 | 本课程以企业实际职业岗位对工作人员的法律知识和能力要求为依据，使学生了解与企业经营管理工作最为密切的主要法律知识，增强学生的社会主义经济法制观念，提高学生的职业能力和素养。 | 1.企业法律基础知识；2.企业组织及运行法律制度与实务；3.企业交易与担保法律制度与实务；4.企业工业产权法律制度与实务；5.企业有关权益保护法律制度与实务。 | 具体教学方法为理论讲授、案例分析、多媒体教学、小组讨论。以培养实用型、技能型人才为出发点，坚持营销人员懂得相关法律法规、树立遵纪守法的意识。 |  |
| 商务礼仪 | 使学生具备基本的礼仪素养，掌握现代交际的基本礼仪规范；掌握各类礼仪的基本技巧、规范及操作方法，能以良好的个人风貌得体地与人交往，更好地胜任职业岗位工作。 | 1.初识商务礼仪；2.职业形象礼仪；3.商务交往礼仪；4.商务拜访接待礼仪；5.商务宴请礼仪；6.商务仪式礼仪；商务礼仪综合实训。 | 强调教师引导，学生为中心的教学模式，注重学生自主学习和应用能力的培养，实行讨论教学、案例教学、情景模拟教学等方法，充分调动学生学习的积极性，激发学生的学习动机。 |  |
| 公共关系 | 通过本课程的教学，使学生树立公关意识，基本掌握公关原理和方法；具有一定的形象管理能力、公关策划能力、沟通协调关系能力和良好的公关素养。 | 1.认识公共关系；2.识别公共关系主体与客体；3.公共关系传播；4.公共关系谈判与沟通；5.协调组织内部公共关系；6.协调组织外部公共关系等。 | 主要教学模式为案例教学、社会实践。通过了解实践、联系实践、亲身实践等方式、手段 ,提高学生的素质和能力。具体教学方法为理论讲授、案例分析、多媒体教学、小组讨论。 |  |
| 人力资源管理 | 使学生了解国内外人力资源管理技术的新趋势，掌握人力资源管理各个环节的工作内容、工作流程、工作规范，具备运用人力资源管理基本原理和方法处理中小企业人力资源管理。 | 人力资源管理概述和人力资源管理流程，重点掌握人力资源管理流程模块的工作分析、绩效管理、薪酬与福利管理。 | 以人力资源管理助理和人力资源管理文员等职业岗位能力培养为主线，在教学中强调项目教学，工作任务驱动教学，教学情境设计，自主学习，针对不同的教学内容，设计教学进程。 |  |

六、教学进程总体安排

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 序号 | 课程名称 | 学分 | 总学时 | 各学期学时分配 | | | | | | | | 考核方式 | | |
| 线上教学 | 线下教学 | 实验实训 | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 过程性考 核 | 终结性考核 | |
| 闭卷 | 开卷 |
| 公共基础课 | 1 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 32 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 2 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 38 | 10 |  | 48 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 38 | 10 |  |  | 48 |  |  |  | √ | √ |  |
| 4 | 形势与政策教育（一～五） | 1 | 32 | 26 | 6 |  |  | 32 |  |  |  | √ |  |  |
| 5 | 大学生心理健康教育 | 2 | 16 | 12 | 4 |  |  |  | 16 |  |  | √ |  |  |
| 6 | 信息技术基础 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 |  |  |  | 48 |  | √ | √ |  |
| 专业课 | 7 | 经济学基础 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 | 48 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 8 | 企业管理基础 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 | 48 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 9 | 市场营销理论与实务 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 | 48 |  |  |  |  | √ |  |  |
| 10 | 消费心理应用 | 2 | 32 | 16 | 8 | 8 | 32 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 11 | 数据调研与分析 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  | 64 |  |  |  | √ | √ |  |
| 12 | 网络营销基础与实践 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 |  | 48 |  |  |  | √ | √ |  |
| 13 | 营销策划 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  | 64 |  |  |  | √ | √ |  |
| 14 | 新媒体营销 | 6 | 96 | 48 | 24 | 24 |  | 96 |  |  |  | √ | √ |  |
| 15 | 展会策划实务 | 3 | 48 | 24 | 12 | 12 |  |  | 48 |  |  | √ |  |  |
| 16 | 短视频制作与运营 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  | 64 |  |  | √ | √ |  |
| 17 | 客户关系管理 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  | 64 |  |  | √ | √ |  |
| 18 | 销售渠道与终端管理 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  | 64 |  |  | √ | √ |  |
| 19 | 推销与谈判技术 | 2 | 32 | 16 | 8 | 8 |  |  | 32 |  |  | √ | √ |  |
| 20 | 企业法律实务 | 2 | 32 | 16 | 8 | 8 |  |  | 32 |  |  | √ |  |  |
| 21 | 商务礼仪 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 64 |  | √ | √ |  |
| 22 | 统计基础与数据分析 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 64 |  | √ | √ |  |
| 23 | 销售管理 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 64 |  | √ | √ |  |
| 24 | 公共关系理论与实务 | 4 | 64 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 64 |  | √ | √ |  |
| 25 | 人力资源管理 | 2 | 32 | 16 | 8 | 8 |  |  |  | 32 |  | √ | √ |  |
| 职业能力拓展课 | 26 | 大学生创业基础 | 2 | 16 | 12 | 4 |  | 16 |  |  |  |  | √ |  |  |
| 27 | 应用文写作 | 3 | 48 | 38 | 10 |  | 48 |  |  |  |  | √ |  |  |
| 实践教学环节 | 28 | 入学教育 | 1 | 16 | 6 | 10 |  | 16 |  |  |  |  | √ |  |  |
| 29 | 毕业教育 | 1 | 16 | 6 | 10 |  |  |  |  |  | 16 | √ |  |  |
| 30 | 顶岗实习 | 9 | 144 | 120 | 24 |  |  |  |  |  | 144 | √ |  |  |
| 31 | 毕业综合实践 | 6 | 96 | 80 | 16 |  |  |  |  |  | 96 | √ |  |  |
| 合 计 | | | 101 | 1600 | 946 | 382 | 272 | 336 | 352 | 320 | 336 | 256 |  | | |
| 百分比(%) | | | | | 59% | 24% | 17% | 21% | 22% | 20% | 21% | 16% |

注：职业拓展课按需要可以增加课程

七、教学实施保障

（一）教材使用建议表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **推荐教材** |
| 1 | 数据调研与分析 | 邱桂贤编：《市场调查与预测》，大连理工出版社，2021 |
| 2 | 营销策划 | 郭凤兰等编：《营销策划》，人民邮电出版社，2019 |
| 3 | 客户关系管理 | 许巧珍编：《客户服务与管理》，中国人民大学出版社，2021 |
| 4 | 销售渠道与终端管理 | 易淼清编：《销售渠道与终端管理》， 科学出版社，2021 |
| 5 | 销售管理 | 李先国等编：《销售管理》，人民大学出版社，2019 |
| 6 | 企业法律实务 | 王赛芝等编：《企业法律基础与实务》（第3版），电子工业出版社，2021 |
| 7 | 统计基础与数据分析 | 吴敏等编：《商务数据分析与应用》（慕课版），人民邮电出版社，2022 |

（二）教学及实验实训条件

1.校内实训室配置情况

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实习实训室名称** | **功能** | **工位数** | **面积m2** |
| 1 | 通用管理实训室 | 管理沟通、团队建设、领导力培养、素质拓展、企业经营模拟沙盘实训等 | 55 | 162 |
| 2 | 数字化管理与财务实训室 | 企业数字化管理技能、低代码开发技能、数字化财务核算能力技能实训等 | 55 | 216.5 |
| 3 | 跨专业虚似仿真实训中心 | 企业经营团队的组建、市场开拓环境模拟、生产运作管理、综合素质能力实训等 | 132 | 520 |
| 4 | 市场营销综合技能实训室 | 营销策划模拟、推销与谈判的组织、连锁经营与管理模拟、CRM(客户关系管理)模拟等。 | 64 | 231 |
| 5 | 商务数据分析实训室 | 数据收集、数据整理、数据筛选、数据分析、数据决策、数据报告撰写等实训 | 55 | 188 |
| 6 | 直播运营实训空间 | 国内国际电商直播训练与实战。 | 60 | 523 |

2.校外实践基地配置情况

|  |  |
| --- | --- |
| **合作企业名称** | **合作内容** |
| 浙江奥康鞋业股份有限公司 | 提供兼职教师，提供实习岗位、录用毕业学生等 |
| 温州励臣网络科技有限公司 | 共建双师培训基地、共建实训室、提供兼职教师，提供实习岗位、录用毕业学生等 |
| 巨邦集团有限公司 | 提供兼职教师，提供实习岗位、合作开发课程、录用毕业学生等。 |
| 温州百信超市有限公司 | 提供毕业设计课题项目，共同合作开发课程，提供教师锻炼及学生实践岗位。 |
| 温州德纳展览有限公司 | 提供毕业设计课题项目，共同合作开发课程，提供教师锻炼岗位。 |
| 正辉照明集团有限公司 | 提供学生对口实习和就业岗位，共同合作开发课程，提供教师锻炼岗位及毕业设计课题项目等。 |

八、毕业要求

取得学籍的学生，德、体合格，在学习年限内，学完教学计划规定的本专业全部课程和实践性教学环节，成绩合格，可准予毕业，并发给毕业证书。