



珠海市理工职业技术学校
Zhuhai Vocational School of Polytechnic

**市场营销专业
人才培养方案（2026 级）**

2026 年 4 月

目录

一、专业名称及代码	- 1 -
二、入学要求	- 1 -
三、修业年限	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
五、培养目标与培养规格	- 2 -
(一) 培养目标	- 2 -
(二) 培养规格	- 2 -
六、课程设置及要求	- 2 -
(一) 公共基础课程	- 4 -
(二) 专业(技能)课程	- 10 -
七、教学进程总体安排	- 12 -
八、实施保障	- 19 -
(一) 师资队伍	- 19 -
(二) 教学设施	- 19 -
(三) 教学资源	- 20 -
(四) 教学方法	- 22 -
(五) 学习评价	- 22 -
(六) 质量管理	- 24 -
九、毕业要求	- 24 -
十、附录	- 25 -

市场营销专业人才培养方案

适用对象：2026 级市场营销专业学生

制定者：林巧妍

参与者：何桂英、李英峰

核准者：黄颖枰、张亚楠

审核者：方芳

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销应用专业

专业代码：730602

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制 3 年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

（前 3 年在中职学校学习，后 2 年在高职学校学习）。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）、互联网营销师 S

	(4-01-06-02)、品牌专业人员 (2-06-07-04)
主要岗位(群)或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管、网络营销主管、新媒体营销主管、直播营销主管
职业类证书	营销员职业技能等级证书、数字营销技术应用职业技能等级证书、电子商务师(网商)职业技能等级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业传承南粤百年工运红色基因，贯彻“劳模精神感召人、劳动精神培养人、工匠精神铸造人”的育人理念，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力。立足粤港澳大湾区产业发展需求，依托学校“工商协同”服务制造业当家的专业集群优势，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，培养能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作，有理想守信念、懂技术会创新、敢担当讲奉献的高技能人才。

(二) 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位(群)需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：



1.坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2.掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3.掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

5.掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

6.掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

7.掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

8.掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

9.掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监



控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

10.掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

11.掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

12.具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力

13.掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

14.掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准,养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

16.树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
----	------	-----------	----



1	中国特色社会主义	本课程旨在帮助学生学习中国特色社会主义理论体系，掌握马克思主义基本原理，了解中国共产党执政经验和社会主义建设成就，培养社会主义核心价值观和爱国情怀。通过教学案例、讨论和实践活动，学生将深入了解中国特色社会主义社会发展的历史进程和现状，提高思想政治素质和社会责任感。	36
2	心理健康与职业生涯	本课程旨在帮助学生学习心理健康常识、压力管理技巧和职业规划与发展知识，以促进个人心理健康和职场适应能力的提升。通过教学案例、角色扮演和心理辅导方式，学生将培养自我认知和情绪管理能力，以及制定明确的职业目标和规划。	36
3	哲学与人生	本课程旨在培养学生独立思考和分析问题的能力，探索人生意义和价值观，形成积极向上的人生态度，更好地面对人生挑战。通过学习哲学思想、社会现象分析和案例研究，学生将发展批判性思维和创造性思维，提高问题解决能力和人际交往技巧。	36
4	职业道德与法治	本课程旨在让学生学习职业道德规范、劳动法律法规等，树立正确的职业道德意识和法律意识，维护良好的职场秩序和个人权益。通过案例分析、角色扮演和讨论，学生将培养诚信、责任和合作精神，提高法律	36



		素养和法治意识。	
5	语文	本课程旨在培养学生正确运用现代语言文字的能力，包括一定的阅读能力、写作能力、口头表达能力以及对文学作品的鉴赏能力。探索如何使学生养成自学和运用语文的良好习惯，更好地为学生的就业和职业生涯发展提供必要的语言文字基础准备。通过学习本课程所涵盖的各类知识与技能，培养学生自主学习和语言运用的良好习惯，提高阅读、写作、口头表达以及文学鉴赏等多方面能力。	180
6	数学	本课程旨在培养学生基本运算、基本计算工具使用、逻辑思维和简单实际应用等方面的能力，探索集合与逻辑用语、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、立体几何、排列与组合、概率与统计初步等数学知识的奥秘，更好地为学习专业课打下坚实的基础。通过学习这些丰富且重要的数学知识，提升学生对数学的深入理解和运用能力，提高数学素养以及解决实际问题的能力。	180
7	英语	本课程旨在培养学生听、说、读、写的基本技能以及运用英语进行交际的能力，探索让学生能更好融入英语语言环境和跨文化交流的途径。通过学习英语基础知识和日常交流技巧，学生能在不同场景下运用英语表达自我和理解他人的能力，提高自主学习和继	180



		续学习的能力，为学习专门用途英语打下坚实基础。 使学生能听懂简单对话，围绕日常话题进行初步交际，读懂简单应用文，从而更好地适应未来多样化的英语学习和使用需求。	
8	信息技术	本课程旨在培养学生扎实掌握计算机基础知识、熟练运用计算机操作系统基本功能的能力，探索 windows 系统的高效使用方法以及文字录入、文本编辑与排版、表格构造与数据计算、幻灯片制作等操作的技巧，更好地适应数字化信息时代的需求。通过学习计算机网络及互联网的初步知识和熟练掌握一种汉字输入方法，培养学生综合运用计算机技术解决实际问题的能力，提高信息处理和办公操作能力。	126
9	体育与健康	本课程旨在培养学生自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力，探索科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，更好地养成自觉锻炼的习惯。通过学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，学生将提升身心素质，提高社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定坚实基础。	180
10	艺术(音乐)	本课程旨在培养学生基本的音乐审美能力，探索音乐与美术设计素质相互促进的关系，更好地提升学生的综合素养。通过学习本课程，学生将发展对音乐的	36



		感知和理解能力，提高音乐鉴赏与审美能力，同时让音乐素养与美术设计素质相得益彰，共同助力学生情操的提升。	
11	历史	本课程旨在培养学生了解人类社会特别是中国社会基本脉络的能力，探索人与人、人与社会、人与自然关系背后的历史逻辑，更好地增强历史使命感和社会责任感。通过学习以唯物史观为指导展现的人类历史发展进程，尤其是以中国历史为主的课程内容，学生将发展对优秀传统文化的认知，提高从历史角度思考问题的能力。学生还能在学习过程中弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育社会主义核心价值观，发展家国情怀，提高国家认同感和民族认同感。通过强化中国传统文化以及工艺技术传承的教学，培养学生对工匠精神和劳动光荣思想的理解，提高将历史学习与职业发展相融合的能力，以便在未来的生活学习和职业发展中掌握必备的历史知识，形成基本的核心素养。	36
12	劳动教育	本课程旨在培养学生的劳动素养、职业精神以及动手实践能力，探索如何结合电气专业特点，将安全规范、团队协作和工匠精神融入教学过程，更好地为电气行业培养高素质的专业人才。通过学习，学生将在	18



		电工实训室完成电路安装、设备维护等实践任务，提高对电气专业劳动技能的掌握和运用能力，提升对电气行业基本劳动安全规范与操作流程的熟悉程度，进而提升自身在电气领域的综合实践能力。	
13	心理健康	本课程旨在培养学生了解心理发展机制、特点及规律的能力，学习形成良好心理素质和健全人格的理论与方法等相关知识点，更好地运用心理学原理解决实际问题。通过学习本课程所涵盖的心理学知识体系，培养学生关注自身及他人心理状态的意识，提高学生应用心理学原理解决实际问题的能力。	18
14	人工智能通识课	本课程旨在培养学生洞察 AI 多领域应用与解决问题的能力，学习计算机视觉、自然语言处理、生成式 AI 等相关知识点，更好地理解 AI 在医疗、金融、艺术等领域所带来的渗透与革新。通过学习 AI 在各领域应用过程中产生的算法偏见、就业冲击、责任归属等争议案例，培养学生关注新兴技术问题的意识，提高学生分析和应对复杂 AI 挑战的能力。	18
15	职业生涯规划	本课程旨在引导学生认识职业生涯规划的重要性，学习自我认知、职业探索、目标设定与行动计划等核心方法，掌握撰写职业生涯规划书的基本技能。通过分析行业发展趋势、岗位能力要求及典型职业发展案	72



		例，帮助学生理解技能型人才的成长路径与成功要素。 同时，结合数字时代就业环境变化，围绕职业适应、终身学习、转岗挑战等实际议题展开讨论，培养学生主动规划、理性决策和动态调整的职业发展意识，提升其应对未来职场变化与实现可持续就业的能力。	
--	--	--	--

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程。

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	市场营销基础	掌握市场营销核心理论，培养市场分析、策略制定与执行能力，为营销实践奠定坚实基础。具体：1. 掌握竞争调研的方法和技术技能，深入分析市场竞争格局与对手策略。 2. 掌握行业调研的方法和技术技能，洞察行业发展趋势与市场机会。 3. 掌握用户调研的方法和技术技能，精准把握消费者需求与行为特征	72
2	网店数据化运营	学会运用数据分析工具优化网店运营，提升销售业绩。具体：1. 掌握产品调研的方法和技术技能，优化商品结构与选品策略。 2. 掌握指标体系搭建、用户行为分析等方法，精准定位目标客户群体。 3. 学会运用数据分析结果调整营销策略，提升网店运营效果。	72
3	中华商业文化	了解中华商业文化的历史渊源与内涵，培养商业伦理	36



		意识与职业素养，传承商业智慧。具体：1. 了解中华商业文化的起源、发展与演变，理解商业伦理的重要性。 2. 掌握传统商业文化中的营销理念与策略，应用于现代营销实践。 3. 培养尊重传统、勇于创新商业精神，提升职业素养。	
4	photoshop 基础	掌握 Photoshop 软件的基本操作，具备图像编辑与设计能力。具体：1. 熟练掌握 Photoshop 软件界面与工具使用，进行基础图像编辑与处理。 2. 学会图像合成、调色、特效制作等高级技巧，提升设计水平与创意能力。 3. 掌握图像输出与格式转换等实用技能，满足不同营销场景需求。	72
5	商品拍摄及图像处理	学会商品拍摄技巧与图像后期处理，提升商品展示效果。具体：1. 掌握商品拍摄的基本构图、光线运用与拍摄技巧，拍摄高质量商品图片。 2. 学会图像后期处理流程，包括裁剪、调色、去瑕疵、背景替换等。 3. 了解商品图片在不同营销渠道中的展示要求与优化策略。	36
6	会计技能	掌握基础会计知识与技能，具备财务分析与决策支持能力，为营销管理提供财务视角。具体：1. 了解会计基本原理与核算方法，掌握财务报表的编制与分析技巧。 2. 学会运用会计数据进行成本分析、利润分析与现金流分析。 3. 理解会计数据在营销决策中的应用，提供财务视角的支持与建议。	72
7	电子商务师（职业技能考证）理论	掌握电子商务师考证所需的理论知识体系，为实操考试与职业发展奠定坚实理论基础。具体：1. 掌握电子	72



		商务的基本概念、模式、运营策略与法律法规。 2. 了解电子商务平台的功能与操作流程，包括网店开设、商品上架、营销推广等。 3. 熟悉电子商务的安全与风险管理知识，保障交易安全。	
8	电子商务师(职业技能考证)实操	通过实操训练，提升电子商务师考证的实操能力，掌握网店运营与营销推广的实战技能。具体：1. 掌握网店开设、商品上架、订单处理等实操技能，熟悉电子商务平台操作流程。 2. 学会运用营销推广工具进行网店引流与销售转化，如搜索引擎优化、社交媒体营销等。 3. 了解电子商务数据分析与优化方法，提升网店运营效果与竞争力。	72

2. 专业核心课

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程。**主要教学内容和要求**

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	消费者行为分析	1. 了解消费者行为分析的基本概念与流程； 2. 掌握消费者心理活动过程和个性心理特征； 3. 掌握不同消费者群体的购买行为类型、特点及购买决策过程的差异； 4. 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研的方法和技术技能； 5. 掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为数据分析及用户画像解读的方法和技术技能。	36
2	直播电商基础	1、了解直播电商的概念、发展历程与平台类型； 2、认知直播电商团队构成与岗位职责； 3、掌握直播项目策划的方法和技术技能； 4、掌握直播场景搭建、设备配置和预热宣传的方法和技术技能； 5、掌握直播脚本编写和商品讲解的技巧与方法； 6、掌握直播互动、控场和促成下单的方法和技术技能； 7、掌握订单处理与客户维护的方法；	72



		8、掌握直播数据采集、整理和分析的方法，能撰写复盘报告； 9、了解直播相关法律法规和职业道德规范。	
3	客户服务	1. 了解客户服务的理念、原则和职业规范； 2. 掌握客户接待咨询、客户开发与维护的方法和技术技能； 3. 掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能； 4. 掌握客户资料管理、客户关怀与客情维护的策略； 5. 了解智能客服应用场景，初步掌握智能客服数据标注等基础技术技能。	72
4	商务礼仪与沟通	1. 掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪规范； 2. 掌握见面、介绍、握手、交换名片等商务交往的礼仪； 3. 掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的原理与技巧； 4. 掌握位次安排、会议、宴请等会务宴请的礼仪规范； 5. 了解常用商务文书（如邮件、信函）的格式及写作技巧。	36
5	新媒体营销	1. 了解新媒体营销的基本概念、发展现状与趋势； 2. 掌握新媒体营销的核心策略与经典模式； 3. 掌握微信公众号、微信群、视频号等微信生态营销方法和技巧； 4. 掌握短视频的定位、创意玩法、运营及推广方法； 5. 掌握直播营销的策略与实操方法； 6. 掌握社群组建与管理的技巧，了解 APP 营销、H5 营销等其他新媒体方式。	72
6	企业沙盘	1. 了解企业经营管理的基本流程和岗位职责； 2. 掌握市场环境分析的基本方法和工具； 3. 掌握产品策略、定价策略、渠道策略与促销策略的制定方法； 4. 了解采购管理、生产排程等运营管理的基础知识； 5. 了解企业财务运作的基本流程，初步掌握三大主要财	72



		务报表的编制方法； 6. 培养学生团队协作、决策分析、资源配置和风险管控的综合能力。	
7	营销活动策划	1. 了解营销活动策划的基本概念、类型与流程； 2. 掌握消费者购买心理分析与市场调研方法； 3. 掌握活动主题、流程设计与促销策略的策划方法； 4. 掌握活动预算编制和资源调配的方法； 5. 掌握活动执行中的人员管控、时间管理及突发事件处理技巧； 6. 掌握活动效果评估的指标体系（如曝光量、参与率、转化率等）及复盘报告撰写要点。	72

3. 专业拓展课

专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	新媒体营销文案写作	培养学生掌握新媒体文案的策划与写作能力，能够根据营销需求撰写不同平台的新媒体文案。包括新媒体文案基础认知、电商产品文案写作（标题、主图文案、详情页）、微博微信文案写作、社群文案策划、今日头条文案、短视频脚本创作及直播话术等。课程以任务驱动方式开展，引导学生完成从文案策划到发布的全流程实训。	54
2	POP 海报设计	培养学生掌握手绘 POP 海报的设计与绘制技能，能够独立完成门店促销海报的创意设计与制作。包括手绘 POP 广告认知、POP 字体书写与设计、版式与色彩搭配、海报构图方法、平面与立体 POP 广告制作等。通过典型范例的实作过程展示，结合理论知识与优秀案例，循序渐进地教授手绘 POP 的专业知识与技法。	36



3	短视频拍摄与制作	培养学生掌握短视频策划、拍摄和后期制作的基本技能，能够独立完成短视频创作。包括短视频行业认知、文案脚本撰写、拍摄设备使用与场景布光、构图与镜头语言运用、剪辑软件操作（剪映、快影等）、后期特效包装及不同主题短视频（Vlog、美食、产品广告等）的制作方法。采用项目化教学，对接真实商业场景。	72
4	商品选品	培养学生掌握商品选品的基本原则和方法，能够根据市场趋势和目标客户群体进行选品决策与分析。包括商品学基础认知、选品渠道与货源开发、选品数据分析方法、竞品分析与差异化策略、选品组合规划与库存管理、不同品类商品（食品、服装、日用百货等）的选品要点等。通过案例教学提升学生的市场判断力。	72
5	视觉营销设计	培养学生掌握视觉营销设计的基本原理与实操技能，能够运用视觉元素提升商品营销效果。包括视觉营销基础理论、色彩与构图原理、网店首页视觉设计、主图和详情页视觉优化、推广图（直通车/钻展）设计、品牌VI设计与移动端视觉装修等。以典型工作任务为导向，实现“岗课赛证”融通。	72

（三）实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

中职学段：

序号	课程名称	课程目标	主要内容	学时
1	岗位实习 (含毕业设计)	培养学生感受企业文化、适应企业管理的能力，熟练营销岗位操作技能，提高综合职业能力和综合素质。	包括在企业真实环境中完成市场信息收集、销售业务洽谈、客户关系维护等岗位任务；感受企业文化，熟悉营销工作环境和管理要求，熟	522



			练操作技能；结合实习经历，撰写市场调研报告或营销策划方案作为毕业设计成果。	
2	商务谈判	培养学生掌握商务谈判的基础知识和基本技能，能准确运用谈判技巧，树立正确的谈判理念，形成良好的职业素养。	包括商务谈判认知、谈判准备、开局与探测、报价与磋商、让步策略、处理僵局、促成交易、签订合同等模块。以工作过程为主线，通过案例教学和模拟实训，训练学生的谈判沟通能力、策略运用能力和突发事件处理能力。	54
3	农产品电商运营	培养学生掌握农村电商运营的核心知识与实践技能，能够独立开展农产品网店运营、短视频与直播营销等工作，服务乡村振兴。	包括农村电商政策解读与选品、网店开设与装修、微信营销、短视频策划与剪辑、淘宝直播带货、农产品品牌打造、物流优化及农旅电商等。采用项目化教学，注重岗位角色分工合作，为农村电商就业和创业奠定基础。	72
4	茶艺服务	培养学生客户服务意识与茶艺服务仪态，掌握茶艺接待礼仪、沟通技巧及基本茶叶知识，提升服务营销综合素养。	包括茶艺师职业素养与客户服务意识培养、仪容仪表与体态训练（站姿、坐姿、行姿、手势）、接待问候与送客礼仪、茶叶基础知识与品鉴、茶具使用规范、茶艺服务流程（备茶、冲泡、奉茶、续茶等）、客户沟通技巧及投诉处理。采用情景模拟与角色扮演，强化服务规范与礼仪实操。	72

七、教学进程总体安排

教学进程安排表

2026年市场营销专业

课	课	课程名称	课程	学	计划学时	各学期教学周数与周学时安排	考核	备注
---	---	------	----	---	------	---------------	----	----



程 属 性	程 性 质		类型 ¹	分	总 学 时	理 论 学 时	实 践 学 时	1	2	3	4	5	6	方式	
								18 周	18 周	18 周	18 周	18 周	18 周		
公共基础课程	必修课	思想政治	A类	8	144	144	0	2	2	2	2			考查	教室
		语文	A类	10	180	180	0	2	3	2	3			考试	教室
		数学	A类	10	180	180	0	2	3	2	3			考试	教室
		英语	A类	10	180	180	0	2	3	2	3			考试	教室
		信息技术	B类	7	126	63	63	4	3					考查	机房
		人工智能基础	B类	1	18	9	9		1					考查	机房
		体育与健康	B类	10	180	36	126	2	2	2	2		2	考查	户外
		艺术（音乐鉴赏与实践）	B类	2	36	18	18		1	1				考查	教室
		历史	A类	2	36	36	0	1	1					考查	教室
				60	1080	846	234	15	19	11	13	0	2		
	公共选修课	心理健康	A类	1	18	18	0	1						考查	心康室
		劳动教育	B类	1	18	0	18			1/0	0/1			考查	
		职业生涯规划	A类	4	72	72	0						4	考查	教室
				6	108	90	18	1	0	0	0	0	4		
				66	1188	936	252	16	19	11	13	0	6		
专业基础课	必修课	市场营销基础*	A类	4	72	72	0	4						考试	教室
		网店数据化运营	B类	4	72	36	36	4						考试	机房
		中华商业文化	A类	2	36	36	0				2			考试	教室
		photoshop 基础*	B类	4	72	12	60		4					考试	机房
		商品拍摄及图像处理	B类	2	36	18	18		2					考试	实训室
		会计技能	B类	4	72	36	36		4					考试	教室
		电子商务师	A类	4	72	72	0			4				考试	教室



		(职业技能考证)理论												
		电子商务师 (职业技能考证)实操	C1类	4	72	0	72			4			考试	机房
				28	504	282	222	8	10	8	2	0	0	
专业核心课	必修课	消费者行为分析	B类	2	36	18	18			2			考试	教室
		直播电商基础	B类	4	72	36	36			4			考试	机房+实训室
		客户服务	B类	4	72	12	60				4		考试	机房
		商务礼仪与沟通	B类	2	36	18	18				2		考试	教室
		新媒体营销*	B类	4	72	36	36				4		考试	机房
		营销活动策划	B类	4	72	36	36				4		考查	实训室
		企业沙盘	B类	4	72	36	36					4	考查	实训室
				24	432	192	240	0	0	6	14	0	4	
专业拓展课	选修课	新媒体营销文案写作	B类	2	54	36	18	3					考试	机房
		POP海报设计	B类	2	36	18	18	2					考查	教室
		短视频拍摄与制作	B类	4	72	36	36			4			考查	实训室
		商品选品	B类	4	72	36	36					4	考试	教室
		视觉营销设计	B类	4	72	36	36					4	考查	机房
				17	306	162	144	5	0	4	0	0	8	
实践性教学环节	综合实训	岗位实习(含毕业设计)	C2类	29	522	0	522					29	考查	企业
		商务谈判	B类	3	54	14	40					3	考查	实训室
		农产品电商运营	B类	4	72	12	60					4	考查	实训室
		茶艺服务	B类	4	72	36	36					4	考查	实训室
				40	720	62	658	0	0	0	0	29	11	

专业课合计（占比 62.86）	109	196 2	698	126 4							
总学分、总学时、必修课周学时 合计	175	315 0	163 4	151 6	29	29	29	29	29	29	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业带头人

专业带头人林巧妍老师熟知市场营销行业、产业的发展现状和最新的技术，获得省教学能力比赛一等奖，主持市级课题《AI 人工智能背景下的职业教育数字资源课程建设——以<直播电商基础>课程为例》，于 2025 年 12 月 29 日结题，出版教材《新媒体营销》，指导学校在区“制造业当家”职业技能大赛获得“互联网营销师”项目一等奖。

2. 专任教师要求

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师 3 人，其中专任教师本科以上学历占比 100%，双师型教师占比接近 67%，高级、中级、初级职称教师比例为 1: 2: 0。

3. 兼职教师

聘任悦航文化传媒有限公司的运营总监、直播总监等企业专家到校担任兼职教师，将企业的“新知识、新技术、新需求、新形势”融入教学；将课程学习和企业需求相结合，拓宽师生的视野，提高师生专业理论水平和实践素养，以适应区域经济发展对人才的需求。兼职教师有 2 年以上从业经验，每学年授课不少于 5 节。

4. 专任教师培养

专任教师有 3 位，学校通过委托高等院校、行业企业培训机构及企业等加强对智能设备运行与维护专业技术专业教师的培训和培养工作，进一步提升教师机器人运行与维护专业技术水平和教学能力，每学年持续开展企业专家进课堂等教学活动。

(二) 教学设施

校内实训实习具备直播、新媒体、电子商务、网络营销实训室，主要设施设备及数量见下表：

序号	实训室名称	主要工具和实施设备		主要锻炼能力	主要支撑课程
		名称	数量(台/套)		
1	直播实训室	平板电脑	50	直播综合运用 短视频制作	直播电商基础
		直播一体机	2		直播综合实训
		直播图形工作站	3		短视频制作与运营
		直播移动补光类套装	3		
		4K 摄录一体机	1		
2	新媒体实训室	图形工作站	8	新媒体运营	网络营销
		直播导播一体机	1		农产品信息采集与处理
		直播支架	50		
		手持稳定器	8		电商综合实训
		LED 摄影棚	6		
		拍摄道具	50		
3	电子商务实训室	计算机	48	网店运营	photoshop 基础
		网店运营推广虚拟仿真实训系统	1		数字化运营
		视觉设计与制作虚拟仿真实训系统	1		网店美工
		电子商务直播虚拟仿真实训系统	1		直播电商基础
		客户服务虚拟仿真实训系统	1		客户服务综合实训
4	网络营销实训室	计算机	60	视觉设计	网络营销
		图形图像设计软件	60		视觉设计

		电子商务技能实训系统	1		电子商务师（职业技能考证）
--	--	------------	---	--	---------------

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求根据《职业院校教材管理办法》和《珠海市理工职业技术学校教材建设与管理制度》的要求，在学校教选用委员会的指导下，选用了国家规划教材《商品拍摄与图片处理》、《沙盘企业模拟经营》、《营销策划与执行》等 6 本和职业教育新形态教材《短视频创作 AIGC》。专业课程教材体现了本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新，校内自编教材《1+X 直播电商基础职业技能等级理论考核辅导》。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：《让顾客心动的王牌销售》、《成交来自坚持》、《互联网思维云计算、物联网、大数据》、《再战农村电商》、《生成式人工智能素养》等技术类和案例类图书，以及推销等方面的专业学术期刊。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

4. 数字教学资源配置基本要求

建设了“市场营销教学资源库”、在智慧职教教学平台上建立了《直播电商基础》精品课程，在泛雅网络教学平台建设了《直播电商》、《短视频制作与运用》线上精品课，配备了与本专业有关的音视频素材、教学

课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

课程在教学过程中充分体现了工学结合、项目驱动的教学方法。在教学过程中考虑到学生的个体差异，要加强对差生的辅导以及对优生的指导。教师采用了灵活多样的教学方法，因材施教。采用过程和终结想结合的考核方法。

具体包括：启发式教学法、讨论研究式教学法、多媒体教学法、现场教学法、实物教学法、案例教学法等。激发学生的学习兴趣 and 求知欲，以增进学习效果，提高学习质量。

结合信息化教学模式，尽可能采用混合式教学模式，鼓励学生展现个人个性，开发学生的创新能力，将知识转化为能力，支持学生自主开展实验创新制作。建立课内学习与课外学习紧密结合的教学方式，将课外学习项目，与实验室开放相结合，与学习任务相结合。以实验促进理论知识的消化吸收，以理论引导学生实践能力的提高。

（五）学习评价

1. 公共基础课

语文、数学、英语学科以校内笔试统考进行学习评价，其他公共基础课以考查为主，方式可以选择试卷及其他灵活的方式，以反应学生的实际应用能力。

2. 专业基础课、专业课程评价标准

教学评价体现了评价主体、评价方式、评价过程的多元化。校内校外



评价结合，学业考核与职业技能鉴定结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。创新评价方式方法，既关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注运用知识在实践中解决实际问题的能力水平。

（1）专业基础课程评价标准

专业基础课程是专业课程的根基，万丈高楼平地起，只有基础扎实，才能立专业学习于不败。专业基础课程主要偏向理论知识，因此其考核重点是考查学生对理论知识的掌握程度，并且在学生成绩评定中注重学生的学习过程，因此学生成绩评定原则为：过程考核占 40%，期中、期末终结性考核占 60%。

过程考核的方式：学生的出勤、作业、实验或实训、课堂小测试、课堂互动情况等。

终结性考核的方式：笔试、实操考核。

（2）专业课程评价标准

专业课程是学生学习专业知识和专门技能的课程。专业课的任务是使学生掌握必要的专业基础知识和专业技能，了解本专业的前沿科学技术和发展趋势，培养分析解决本专业范围内一般实际问题的能力。

由于本专业为偏技能型专业，要求学生掌握较扎实的专业理论知识和技能知识，为日后自学新知识、新技术奠定较好的基础，以及具有较强的职业发展后劲，理论笔试与技能实践并重，重点考查学生掌握专业技术的情况，以及对专业技能的掌握能力。学生成绩评定原则为：过程考核占 40-50%，终结性考核占 50-60%。



过程评价的方式：学生的出勤、作业、实验或实训、课堂小测试、课堂互动情况等。

终结性评价的方式：多种考核方式的综合评价，如笔试、大型作业、作品制作、小论文、答辩等，充分反映了学生对专业基础知识的理解能力以及专业技能的掌握程度。

（六）质量管理

1. 学校建立了专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡堂、听课、评教等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 专业教研组织建立了线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

学生通过规定三年的学习,须修满本专业人才培养方案所规定的学时学分,三年制毕业总学分为 175 学分(含军训 1 分),取得一个以上专业相关技能证书,操行评定合格者准予毕业。

十、附录

(一) 专业技能图谱

序号	工作岗位	岗位任务	核心技能点	知识点	对应课程名称
1	市场策划主管	1. 市场调研与数据分析	设计调研问卷,运用 AI 数据分析工具挖掘市场机会	调研方法、SWOT 分析、数据整理与解读	市场营销基础
2		2. 制定营销策划方案	撰写营销策划书,设计产品/品牌推广策略	4P/4C 组合、策划书结构、预算编制	营销活动策划
3		3. 整合营销传播策划	统筹线上线下活动,协调内外部资源	整合营销传播(IMC)、活动执行流程	新媒体营销
4	市场推广主管	1. 推广渠道选择与预算分配	评估广告、公关、促销等渠道效果,分配预算	推广工具(广告/直销/促销/公关)、渠道评估模型	市场营销基础
5		2. 策划执行推广活动	组织路演、展会、地推或线上引流活动	活动执行 SOP、现场管控技巧	营销活动策划
6		3. 推广效果评估与优化	分析推广 ROI、点击率等指标,提出改进方案	效果评估方法(ROI、CPM、CTR)、A/B 测试	网店数据化运营
7	销售业务主管	1. 制定销售计划与目标分解	根据市场情况设定销售指标,分解到团队/个人	销售预测方法、KPI 设定(销售额、回款率)	市场营销基础
8		2. 客户开发与商务谈判	进行大客户拜访、谈判,处理客户异议	客户开发流程、谈判策略与技巧	商务谈判
9		3. 销售团队管理与培训	组织销售例会,培训销售技巧,分析销售数据	团队激励方法、销售漏斗、CRM 系统基础	企业沙盘
10	客户服务主管	1. 搭建客户服务流程与标准	制定服务规范、投诉处理流程、满意度评价体系	服务质量模型、服务蓝图, AI 智能客服	客户服务
11		2. 处理重大客诉与危机应对	快速响应投诉,协调多部门解决,防止舆情扩大	客诉处理原则(LEARN 模型)、舆情应对策略	商务礼仪与沟通



12		3. 分析客户反馈推动改进	利用满意度调查、文本分析提炼产品/服务改进点	NPS(净推荐值)分析、客户之声(VoC)方法	消费者行为分析
13	网络营销主管	1. 制定 SEO/SEM 策略	优化网站关键词,管理竞价排名广告	搜索引擎原理、关键词规划工具、质量得分	新媒体营销
14		2. 运营电商平台店铺	策划天猫/京东等店铺大促活动,提升流量转化	电商平台规则、流量转化模型(AIPL)	网店数据化运营
15		3. 监测网络营销数据并优化	分析流量来源、转化率、客单价等指标	漏斗分析、归因模型、ROI 计算	网店数据化运营
16	新媒体营销主管	1. 运营双微一抖等新媒体账号	制定内容日历,撰写图文/短视频,提升粉丝互动	平台推荐算法、内容创作工具(剪映/创客贴)	新媒体营销
17		2. 策划用户增长与裂变活动	设计社群裂变、红包助力等玩法	用户增长模型(AARRR)、裂变工具(任务宝)	营销活动策划
18		3. 监测舆情与热点跟进	生成式 AI(如文心一言、DeepSeek、剪映 AI)用于快速生成短视频脚本、直播话术、小红书/公众号图文、海报文案,并可基于热点自动产出创意选题。	舆情监测方法、热点敏捷响应流程	新媒体营销
19	直播营销主管	1. 策划直播活动与选品排期	制定直播脚本,选择带货商品,安排主播排班	直播选品策略、直播间搭建(灯光/设备)	直播电商基础
20		2. 执行直播并控制节奏	现场控场,引导互动,处理突发状况(如设备故障)	直播话术(开场/促单/逼单)、流量承接技巧	直播电商基础
21		3. 分析直播数据并优化转化	复盘观看量、点击率、转化率,调整后续策略	直播数据看板(GMV、UV、停留时长)、转化漏斗	网店数据化运营