

# 市场营销专业简介

专业名称：市场营销（530605）

修业年限：3年

培养目标：

培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

主干课程：

《市场营销学》课程负责人金玉清。通过教学使学生完整、系统地掌握市场营销学的基本知识体系与研究方法，牢固树立以顾客为中心的营销观念，理解顾客满意的真正涵义，掌握市场营销学的基本原理、方法和技巧，学会分析市场，把握市场规律，从而在实践中有效地组织企业的营销活动。

《网络营销》课程负责人郭秀花。从网络营销理论出发，对网络营销的全过程进行分析和总结，使学生认识网络营销环境、学会通过网络进行市场调研、通过分析网络消费者与营销市场、在整体上掌握网络营销战略与计划、灵活运用网络营销的各种策略、借助网络广告与促销策略进行市场营销。

《直播运营》课程负责人陆春文。通过对本课程的学习，学

生能够熟知直播营销的基本概念和政策，遵守直播平台规则，进行直播营销与运营工作，具备直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计等业务能力。

《新媒体技术》课程负责人苗渝婧。采用案例驱动等多种教学方式相结合，充分发挥学生学习的自主能动性，加强实际操作训练，通过作业的形式，培养和考察学生应用多媒体技术的能力。

《现代营销策划》课程负责人温国云。以遵循职业性、开放性、实践性为原则，以“校企合作、工学结合”思想为指导，以通过完成整体化工作任务培养训练学生的“综合职业能力”为核心，以“工作内容”来组织课程内容为着眼点，以学习性工作任务为教学活动载体，使学生在尽量真实的职业情境中“学中做、做中学”。

《客户关系管理》课程负责人马晓霞。使学生掌握客户关系管理的理论渊源、客户关系管理的构成及系统的实际应用，培养学生在客户关系管理系统方面的实际应用能力，为将来从事客户关系管理工作和研究、开发和实施奠定坚实的基础。

## 专业特色

市场营销专业是省级“双高校”建设专业，学校通过不断探索与实践，提出了市场营销专业复合型人才“三位一体”培养模式；课程内容对接职业标准、教学过程对接工作过程，致力打造专兼结合、结构合理的高水平“双师型”教师队伍。专业实行“岗

课赛证”融合培养模式，建立了“以校企合作实践推动专业教育”的专业课程体系和“多层次立体化能力提升”的素质培养体系。

### **（一）岗课赛证融通**

市场营销专业涉及的 1+X 证书，主要有 1+X 新媒体技术基础职业技能等级证书、1+X 直播电商职业技能等级证书、1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书，学生获得证书后可从事市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌运营等职业。

### **（二）产教融合服务社会**

坚持以工学结合为核心的职业教育人才培养模式，在教学过程中注重创设岗位情境，尽可能使学生在学习专业知识的过程中感受岗位环境。强化职业教育的应用性导向，建立和健全职业院校校企联合培养技术技能型人才的体制机制。同时探索建立理论知识学习与实践技能学习之间实现良性对接的方式和途径，从而既充分激发学生的潜能，推进“双师型”职业教育教师队伍建设。

### **（三）技能竞赛成果突出**

市场营销技能竞赛重点考察学生市场分析、数字化运营、营销策略制定等核心技能，全面考验了学生团队合作、知识运用、思维创新等综合能力。我校教师和学生历年职业技能竞赛市场营销、电子商务赛项中取得了优异的成绩，展现了我校市场营销专业的教育改革成果。

**实训条件:**

## (一) 校内实训设施

序号	名称	功能	实训项目
1	市场营销综合实训室	熟悉营销策略和方法 掌握市场调研、市场预测的方法	产品定价、销售渠道、促销方法、市场调研与预测
2	电子商务实训室	熟悉网络营销策略、掌握网店开设、E-MAIL、搜索引擎、博客等营销方法和技巧	网店开设、邮件营销、博客营销
3	物流实训室	掌握采购、运输、仓储、流通加工、配送、物流信息管理的方法	采购管理、仓储管理、配送管理、物流信息管理

## (二) 校外实训基地

序号	校外实训基地名称	实训项目
1	苏州顺丰速运有限公司	客户资源管理、顾客异议处理
2	北京京东世纪商贸有限公司	营销策划、客户服务
3	国美电器有限公司	商品采购、客户关系管理
4	华道数据处理苏州有限公司	市场数据分析
5	美团外卖全城送	销售客服、新媒体推广

### 就业方向:

以互联网+时代市场运营的相关工作为主；近年来专升本情况良好，本科升学率达到15%以上；学生在日常学习中即可掌握专升本考试的所有考试课程，为本科专业的学习奠定良好的基础。