

**漯河职业技术学院**  
**市场营销专业人才培养方案**  
**(2020 年修订)**

**一、专业名称及代码**

(一) 专业名称：市场营销

(二) 专业代码：630701

**二、入学要求**

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

**三、基本修业年限**

全日制三年，专科。

**四、职业面向**

本专业职业面向如表 1 所示。

**表 1 本专业职业面向**

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术 领域举例领域
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	批发业、零 售业(51、 52)	营销员(4-01-02-01) 商品营业员(4-01-02-03) 摊商(4-02-02-05) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售代表 销售经理 区域销售经理 卖场经理 小微商业企业创业者 市场主管 市场经理 市场调研专员

**五、培养目标与培养规格**

**(一) 培养目标**

本专业培养理想信念坚定，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，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的

高素质技术技能人才。

## （二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

### 1. 素质

（1）坚定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和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，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、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

### 2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、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）掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

（6）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

（7）掌握市场调查方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

（8）掌握营销活动策划与组织管理的基本内容和方法。

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

### 3. 能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）能够与客户进行有效沟通。

（4）能够对客群和竞争者进行分析。

- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。
- (6) 能够阻止实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判。
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (13) 具备一定的创新创业能力。

## 六、人才培养模式

本专业采用“3+1+1+1”人才培养模式。“3”是指第1-3学期，进行公共基础课程、专业基础课程和专业核心课程的教学和校内实训，完成必需的职业基础和营销技能教育。三个“1”分别是第四学期到河南双汇投资发展股份有限公司全国各销售市场以及其他合作企业的市场一线进行顶岗实习，增强对营销职业岗位的感性认识，培养营销管理相关的职业能力和职业素养；第五学期进行“营销策划”、“市场营销综合实训”等课程教学，着重培养学生营销诊断能力、策划能力、团队建设与管理能力、营销综合能力等，同时对学生创新创业能力进行提升训练；第6学期学生下企业进行对口顶岗实习，实现预就业。“3+1+1+1”的人才培养模式如图1所示：

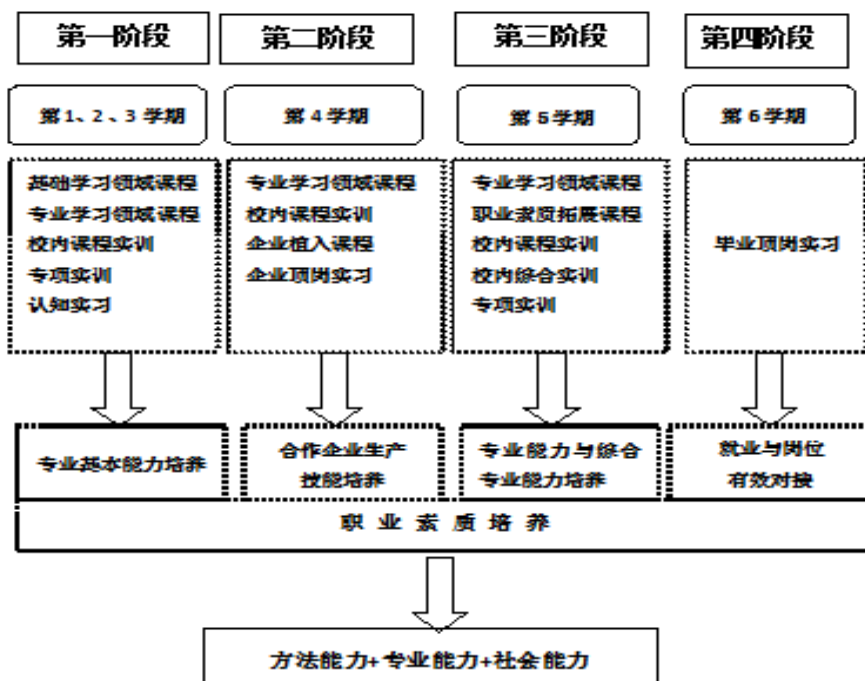


图1 市场营销专业“3+1+1+1”人才培养模式

## 七、课程设置及要求

### （一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

#### 1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育、劳动教育、创新创业教育、公共外语、信息技术等列入公共基础必修课；并将大学语文、美育（音乐欣赏）、中华优秀传统文化等列入限选课。

#### 2. 专业（技能）课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。

##### （1）专业基础课程

包括管理学基础、商务沟通与礼仪、经济学基础、统计基础、经济法、会计学基础、财经写作、商务数据分析与应用，共计 8 门课程。

##### （2）专业核心课程

包括市场营销基础、消费者行为分析、渠道管理、市场调查与分析、谈判与推销技术、营销策划、销售管理，共计 7 门课程。

##### （3）专业拓展课程

包括新媒体营销、整合营销传播、网络营销、物流与供应链管理，共计 4 门课程。

### （二）主干课程教学内容及要求

#### 1. 课程名称：市场营销基础

**课程目标：**使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，使学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。

**主要内容：**市场营销的相关概念、市场营销环境、消费者市场分析、目标市场营销战略、分析竞争动态、产品策略、品牌策略、价格策略、促销策略和分销策略等。

**教学要求：**基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学情景。在课堂中，除理论讲授外，还有课堂讨论、案例分析、市场调查等多种形式的实践性教学环节；在教学内容中，既要系统全面地讲授基本理论、基本知识、基本方法，又要紧密结合中国商业情境，介绍传播中华优秀传统文化中的营销思想和观念，以适应我国社会主义市

济发展的现实需要。

## 2. 课程名称：消费者行为分析

课程目标：使学生系统地掌握消费者心理和行为的基本知识，培养学生运用这些知识进行营销决策和营销策划的能力；使学生熟悉消费者的一般心理活动过程和消费者行为的购买决策和行为模式，掌握影响消费者心理的因素；掌握通过改变营销策略影响消费者心理方法，从而达到影响消费者行为的目的；通过项目式教学，培养学生的综合职业能力、职业素养、创新能力以及团队合作精神。

主要内容：消费者行为相关概念、消费行为特点；消费者购买决策；消费者感知、记忆与学习；消费者个性、自我概念与生活方式；消费者态度；消费者需要与动机；消费者群体沟通与创新扩散；消费文化与消费行为；消费者满意与忠诚——消费者购后行为；营销组合与消费行为；网络消费与消费行为；绿色消费与消费行为。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学情景。在课堂中，除理论讲授外，还应有课堂讨论、案例教学，引入任务驱动，课内情景训练方法，培养学生参与意识，加强教学互动，达到提高课堂教学效率和教学质量的目的。在教学内容中，既要系统全面地讲授基本理论、基本知识、基本方法，又要紧密结合中国商业情境，分析不同消费者的心里特征，并寻找合适的营销策略。

## 3. 课程名称：市场调查与分析

课程目标：使学生了解市场调查的基本问题，掌握市场调查问卷和市场调查方案的设计；掌握各种市场调查与预测的基本理论和方法，培养市场预测能力；掌握市场预测方法在实际问题中的应用，培养撰写市场调查分析预测报告的能力，从而使学生具备有效地进行市场调查预测的核心职业能力。

主要内容：市场调查与预测的基础概念、抽样调查方法、问卷设计技术、市场资料的收集方法、市场预测技术及市场调查与预测报告的撰写方法等。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学情景。在课堂中，除理论讲授外还应有课堂讨论、案例教学，课内情景训练方法和市场调查实践等方法，培养学生参与意识和学生的实际动手能力，加强教学互动，达到提高课堂教学效率和教学质量的目的。在教学内容中，既要系统全面地讲授基本理论、基本知识、基本方法，又要培养学生深入实际，注重调查分析研究，提高学生分析问题、研究问题、解决问题的实际工作能力，为学生今后走上工作岗位，从事营销管理和销售工作奠定基础。

## 4. 课程名称：渠道管理

课程目标：使学生了解企业，熟悉营销渠道建设与管理的思维方法、工作内容和程序，形成系统的营销渠道管理理念；能够识别各种营销渠道模式，能够根据企业的具体情境，开展渠道建设、开发、管理以及终端布局，培养学生营销渠道的建设、管理、评估与改进的能力，使学生具备营销网络的规划、开发与掌控能力。

主要内容：渠道的基本概念、功能、作用、意义、流程、结构等基本知识，以及按照企业的营销渠道开发与管理的流程设计出的营销渠道的建设、管理、评估与改进等。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学任务。在课程内容的取舍和讲授方式上，要以充分提升学生的实际操作技能为第一出发点，以建立学生的工作知识体系为第二要点；在设计教学环节时，以问题、案例、情景等方式导入课程内容，充分调动学生积极性为核心，利用模拟实践教学为主线，教师做好引导工作；在教学过程中，除讲授、提问、案例分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，采取参与式、体验式、模拟教学等教学方法，培养学生的职业技能和职业素养。

#### 5. 课程名称：谈判与推销技术

课程目标：掌握谈判与推销的相关理论、策略和方法，避免谈判与推销方面的失误；使学生能够运用现代推销观念、商务谈判技巧和策略解决企业推销实际问题的能力；具备推销各阶段运用各种策略的能力和推销洽谈各阶段对推销过程的有效控制能力；能够将商务谈判的技巧、策略有效地运用于产品的销售过程中去。

主要内容：商务谈判基本原理、谈判的组织与管理、谈判的策略、谈判的思维与沟通；推销与推销人员、推销心理与推销模式、顾客开发、推销洽谈、推销异议的处理与成交、推销管理、谈判与推销的礼仪等。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学任务。采取课堂讲授与案例分析、模拟训练、推销实践相结合方式进行教学，课堂讲授重在介绍理论知识和技能技巧；课堂训练注重培养学生学以致用用的能力；学生采取小组协作学习法，充分调动学生的积极性，培养学生团队协作精神。

#### 6. 课程名称：营销策划

课程目标：使学生了解营销策划的流程及其各种策划方案侧重点和内容，培养学生初步具有创新思维和分析问题、解决问题的能力，制定具体的市场调研策划、营销战略规划、产品上市及品牌策划、营销组合策划和各种促销活动策划等方面的策划技能，培养学生的职业技能和职业素养。

主要内容：营销策划的程序与应用、营销策划书的设计与撰写、营销企业策划、产品服务营销策划、创新营销方式策划、营销组合策划和营销策划管理与控制等。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学任务。该课程教学既要重视营销理论，更要突出它的应用性，为企业的经营管理服务。在课堂教学的基础上，要进行必要的案例分析和深入企业、市场进行调研，对企业的营销进行诊断和策划。在传授知识的同时要加强学生能力的培养和有利于学生素质的提高。

#### 7. 课程名称：销售管理

课程目标：使学生熟悉销售经理的岗位要求，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力；在教师的指导下，围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务的学习，为毕业生在未来晋升为销售主管、渠道主管、区域经理、销售经理等发展职位进行知识和技能的储备。

主要内容：销售过程管理、规划与设计；销售区域管理、组织建设；销售人员的甄选、培训与薪酬、激励与绩效考评；销售货品管理、客户关系管理、销售服务管理；销售分析与评估、销售管理的新趋势等。

教学要求：基于人才培养目标的要求以及岗位工作任务分析确定教学内容，设计教学任务。从学生的职业生涯发展的角度出发，在重视理论教学的同时，深入企业的销售实践，采取案例分析法、小组协作法、角色扮演法等各种教学方式，培养学生销售管理的职业技能和职业素养，为学生以后的职业发展奠定基础。

### 八、教学进程总体安排

见附录一：市场营销专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

### 九、实施保障

#### （一）师资队伍

表 2 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体配置
师资队伍结构	21	学生数与本专业专任教师数为 23.8:1，双师素质教师占专业教师比为 70%。
专业带头人	1	具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本领域具有一定的专业影响力。
专任教师	10	具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化

		教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	11	主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

## （二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

### 1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入，并实施网络安全防护措施；安装应急照明设置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内实训室基本条件

表 3 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	商务礼仪实训室	形体训练、礼仪训练、客户拜访模拟等	投影设备一套、照相摄像设备一套、小型谈判桌一套，商务礼仪教学软件一套。	
2	企业沙盘实训室	企业运营管理流程的模拟实战实训	电子沙盘软件一套、配套电子沙盘教师端设备一套、学生端设备八套。	
3	营销综合实训室	市场营销综合实训、创业创新实训、客户关系管理实训、市场调查与分析实训、商业能力实训等	装有市场营销综合实训、客户关系管理、市场调查与分析、创新创业、商业能力训练等实训软件，配套电子教师端设备一套、学生端设备 48 套。	
4	商务谈判实训室	谈判模拟、客户拜访模拟等	投影设备一套、照相摄像设备一套、小型谈判桌一套，商务谈判教学软件一套。	
5	VBSE 综合实训室	工商管理综合实训	VBSE 教学实训软件一套，配套教师端设备、学生端设备 96 套。	



### 3. 校外实训基地基本条件

表 4 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	河南双汇投资发展股份有限公司	商品管理、商品推销、终端促销、客户开发、商务谈判、品牌推广、新产品推广、营销策划、广告策划、客户异议处理、订货、理货、铺货等	
2	娃哈哈娃哈哈集团漯河办事处	校园营销策划、校园新品推广、校园促销等	
3	漯海望泽生活广场	终端促销、产品推销、商品管理、商品陈列等	
4	大张集团漯河长申玉店	终端促销、产品推销、商品管理、商品陈列等	

### (三) 教学资源

#### 1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

#### 2. 图书文献配置

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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论，技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

#### 3. 数字资源配置

建设、配备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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

### (四) 教学方法

市场营销专业采取引导式、互动式教学方式，在教学过程中主要采取案例教学法、项目教学法、角色扮演法、仿真模拟实训教学法、顶岗实习教学法、社会实践教学法等，倡导体

验式学习。

### （五）学习评价

市场营销专业建立了过程性评价和终结性评价相结合，学生自评价、教师评价和学生互评的多层次、多主体、多角度的学习评价体系，重视对学生学习全过程的评价。

### （六）质量管理

1. 建立和完善专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 建立和完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，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. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研室将充分利用评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

## 十、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

### （一）学分条件

本专业学生在毕业前必须修满 146 学分。

### （二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书，鼓励学生考取多项职（执）业资格证书。

表 5 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话	二级乙等	必考
	公共英语应用能力	A 级	必考
	计算机等级证书	二级	选考

附录一 市场营销专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
公共基础及素质教育课程	必修课	1	思想道德修养与法律基础	161001	48	0	3	3						思政部	考试
		2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概	161002	72	0	4		4						考试
		3	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25								考查
		4	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25								考查
		5	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25								考查
		6	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25								考查
		7	※军事理论	231001	36	0	2		2						考查
		8	军事实践	231002	0	112	2	2周						考查	
		9	劳动教育	231003	8	28	2	1	1					考查	
		10	※大学生心理健康	231005	36		2	2						考查	
	公共基础及素质教育课程	基础部	11	大学体育(一)	101001	10	26	2	2					考试	
			12	大学体育(二)	101002	10	26	2		2				考试	
			13	大学体育(三)	101003	10	26	2			2			考试	
		许慎文化学院	14	大学英语(一)	201001	64		4	4					考试	
			15	大学英语(二)	201002	72		4		4				考查	
			16	信息技术	191001	18	18	2	2					信工系	考试
			17	职业生涯规划	181001	18	18	2	2					招生	考查
			18	创新创业教育	181002	12	24	2		2				就业	考查
			19	大学生就业指导	181003	8	8	1					2/8	处	考查
			20	实验室安全教育	141001	8	8	1	1					实训中心	考查
小计				462	294	38	17	15	2		2				
限选课	21	※音乐欣赏	152001	18	0	1		1					艺术学院	考查	
	22	※大学语文	101008	36	0	2	2							考查	
	23	※中华优秀传统文化	102001	36	0	2			2					考查	
	小计				90	0	5	2	1	2					
任选课	24	公共任选课程		64	0	4		4					教务处	考查	

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考试形式	
				理论	实践		一	二	三	四	五	六			
专业基础课	25	管理学基础 A	053001	40	24	4	4						双汇学院	考试	
	26	商务沟通与礼仪	053002	24	40	4	4							考查	
	27	经济学基础	053003	40	32	4		4						考试	
	28	统计基础	053004	40	32	4		4						考试	
	29	财经写作 A	053005	20	16	2				4/9				考查	
	30	会计学基础 A	053006	40	32	4			4					考查	
	31	经济法	053201	40	32	4			4					考查	
	32	商务数据分析与应用	053202	20	28	3					4/12			考查	
	小计				264	236	29	8	8	8	4	4			
	专业技能课程	33	市场营销基础	053203	40	24	4	4							考试
		34	消费者行为分析	053204	40	32	4		4						考试
		35	谈判与推销技术	053205	30	42	4			4					考试
		36	市场调查与分析	053206	24	48	4			4					考试
		37	渠道管理	053207	40	32	4			4					考试
		38	营销策划	053208	24	48	4					6/12			考试
		39	销售管理	053209	24	48	4					6/12			考试
		小计				222	274	28	4	4	12			12	
	专业拓展课	40	新媒体营销	053210	24	30	3				6/9				考查
		41	整合营销传播	053211	24	30	3				6/9				考查
		42	物流与供应链管理	053212	30	24	3				6/9				考查
		43	网络营销	053213	24	30	3				6/9				考查
小计				102	114	12				24					
顶岗实习及单列实习实训	44	VBSE 综合实训	0541011		72	4					6/12		考查		
	45	企业沙盘演练	054201		72	4			4				考查		
2	46	市场营销专业顶岗实习	054202		360	12				9周		18周	考查		
	47	市场营销综合实训	054203		36	2					3/12		考查		
	48	市场营销专业毕业设计	054204			8						8周	考查		
小计					540	30			4		9				
教学计划总计				1204	1458	146	31	32	28	28	27				

备注：1. ※表示线上课程。

2. 每学期安排 20 周的教学活动，其中第 19、20 周为复习考试时间。

3. 第一次顶岗实习安排在第四学期，本学期分为两个部分，前 9 周在校内完成《整合营销传播》、《网络营销》、《财经写作》等课程的教学和实训，后 9 周到合作企业进行顶岗实习。第二次顶岗实习安排在第六学期，到企业进行顶岗实习，实现预就业。

4. 企业沙盘演练集中排课 2 周，VBSE 综合实训集中排课 2 周，市场营销综合实训集中排课 1 周。

附录二 学时与学分配表

课程类别		学时	占总学时比例%	学分	占总学分比例%
公共基础及素质教育课程	必修课	756	28.40	38	26.03
	限选课	90	3.38	5	3.42
	任选课	64	2.40	4	2.74
专业技能课程	专业基础课	500	18.78	29	19.86
	专业核心课	496	18.64	28	19.18
	专业拓展课	216	8.11	12	8.22
实践教学占比①540			20.29	30	20.55
总 计 2662			100	146	100
注：①指所顶岗实习及单列实习实训及专业集中实践课程。					

## 编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职市场营销专业,由漯河职业技术学院市场营销专业建设委员会组织专业教师,与双汇发展股份有限公司公司、漯河银鸽纸产有限公司等合作企业的专家共同制订,经中国共产党漯河职业技术学院委员会审定,批准从2019级市场营销专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓名	所在单位	职称/职务	签名
1	兰涛	漯河职业技术学院	双汇学院院长	
2	张改亮	漯河职业技术学院	双汇学院党总支书记	
3	贾新政	漯河职业技术学院	教务处处长、教授	
4	杨惠贞	漯河职业技术学院	双汇学院副院长、副教授	
5	陈淑君	漯河职业技术学院	专业带头人、副教授	
6	陈营	河南双汇投资发展股份有限公司	肉制品事业部市场部部长	
7	李广仁	河南双汇投资发展股份有限公司	肉制品事业部现代渠道总监	
8	王玉敏	漯河职业技术学院	骨干教师、副教授	
9	袁栓成	漯河银鸽纸产有限公司	区域销售经理	

复核人:

杨惠贞

# 漯河职业技术学院

## 市场营销专业人才培养方案论证意见表

姓名	单位	职务/职称	签名
兰 涛	漯河职业技术学院	双汇学院院长	兰涛
张改亮	漯河职业技术学院	双汇学院党总支书记	张改亮
贾新政	漯河职业技术学院	教务处处长、教授	贾新政
杨惠贞	漯河职业技术学院	双汇学院副院长、副教授	杨惠贞
陈淑君	漯河职业技术学院	专业带头人、副教授	陈淑君
陈 营	河南双汇投资发展股份有限公司	肉制品事业部市场部部长	陈营
李广仁	河南双汇投资发展股份有限公司	肉制品事业部现代渠道总监	李广仁
袁栓成	漯河银鸽纸产有限公司	区域销售经理	袁栓成

### 专家意见

本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《河南省教育厅办公室转发教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见的通知》（教办职成〔2019〕363号）文件要求，能够满足三年全日制高职市场营销专业人才培养需要，同意从2019级市场营销专业学生开始实施。

专业建设指导委员会主任签名：

2019年8月18日



审核：

中共漯河职业技术学院委员会（签章）

