

# 浙江长征职业技术学院市场开发与营销专业 人才培养社会调研报告 (2015年)

## 一、前言

### (一) 调研目的

为进一步推动专业建设，大力实施“专业特色化工程”，明确专业定位，凝练专业特色，深化课堂教学创新，增强专业竞争力，更好地开展专业人才培养方案修订工作，市场开发与营销专业选派教师及辅导员到浙江省内与本专业相关的中小微企业开展社会调研活动。调研结果将作为市场开发与营销专业调整专业人才培养方案的重要依据。

### (二) 调研时间

2015年3月9日-2015年3月27日。

### (三) 调研对象

对省内十余家企业进行了深入调研，其中一部分被调查企业是校企合作企业，另一部分是杭州市内的中小微企业，因此调查工作显得更有针对性和实效性。主要企业如下：

杭州唯品淘信息科技有限公司是一家专门为品牌客户提供一站式电子商务解决方案的网络运营服务公司。管理团队由管理咨询、营销顾问、互联网技术、物流、客户管理等电子商务各个领域人士组成。

杭州网迷科技有限公司坐落于杭州西湖区西溪路福地创业园，是中国领先的电子商务一站式解决方案服务提供商，阿里巴巴认证运营服务商、中国产业集群（专业市场）产业升级示范基地、中国产业带指定频道运营服务商、中国民营经济研究所合作单位。公司经营范围有交易运营；诚信通托管；旺铺装修；SEO优化；SNS推广；诚信通；托管；电商一站式运营；淘宝托管；淘宝运营；B2C运营；B2C托管；电商培训；诚信通培训；淘宝培训；B2C培训；网店培训；网店营销培训；SEO优化培训；SNS营销培训等。

杭州德佑生物科技有限公司是一家致力于老年公益事业的企业，是杭州天龙集团战略合作伙伴，是浙江老年报长期合作单位。多年来杭州德佑始终致力于老年健康事业，积极承担社会责任，为助推老年事业做出了贡献。目前公司下属四大事业部：福临康产品事业部、华仁产品事业部、浙江老年人读者文化馆、智能居家养老事业部。

台州一田电子商务有限公司是一家以互联网平台面向全球贸易直销公司。成立于 2013 年，前身为西西利百货连锁店，实体店规模已发展到 19 家，遍布整个台州市。公司员工有 100 多名。

#### （四）调研方法

对营销相关行业、企业、同类院校、毕业生等方面进行调研，采取网络调研、收集行业报告、企业实地考察、院校走访、座谈、电话访谈等方法，对营销人才需求情况、企业状况、专业现状进行等方面进行调研。

## 二、主要内容

### （一）行业企业对本专业人才的需求

本专业毕业生的去向复杂多样，不仅工业企业、商品流通企业、饮食服务业需要众多的市场营销人才，金融业（含保险与证券业）、农业、养殖业、信息产业、尤其是电子商务产业，都需要市场营销人才。本专业人才的目标岗位主要有销售员、业务员或营销管理员。高职市场开发与营销专业人才的目标岗位，大多集中营销管理人员、推销员、营业员（主要分布于连锁店）。其次，工商策划、物流管理、销售主管、部门经理、公关、人力资源等岗位也有一定的分布。

### （二）具体调研单位的人才需求

调研企业均为省内中小微企业，员工人数从几十人到几百人，其中一半以上是大专学生。因为跟本科学生比，大专学生更接地气，收入要求低；跟中职学生比，大专学生更好管理，有一定的责任心和团队精神。企业对学生的科目成绩并不看重，各类证书也是锦上添花。企业看重实际的技能和素养。企业提供的岗位主要有售前售后客户服务、客户维护、客户开发等。企业不要求具体专业，只要有商科背景就可以。调研企业认为我系市场开发与营销专业实习学生在公司有较好的口碑，大多数都刻苦钻研，动手能力强，思想活跃，善于思考，为公司发展做出了贡献，但也存在一些 90 后的普遍心态问题，希望以后能进一步加强职业理想教育以及职业操守教育设想，企业与学校共同合作开发更多的职业教育课程，让学生尽快完成又学习人向职业人的转变。

## 三、总结

根据浙江省、杭州市区域经济特点，以及市场开发与营销人才需求规格，确定专业定位，调整专业培养目标和培养规格，调整专业人才培养方向。

### （一）本专业的培养目标、培养规格及培养模式

#### 1. 培养目标

面向长三角地区民营中小企业，培养培养具有良好的文化素质和职业道德素质，具备一定的沟通协调能力、继续学习的能力和适应能力，具有一定创新和自主创业能力，能够运用市场营销、

网络营销基础知识和技能，完成市场调研、营销策划、产品销售与洽谈、客户管理、网络推广与运营、团队管理等方面的工作任务，能胜任网络运营、客户服务、客户开发、客户维护等岗位的高素质技术技能型营销专门人才。

## 2. 培养规格

本专业学生主要学习市场营销及工商管理等相关方面的基本理论和基本知识，受到营销方法与技巧方面的基本训练，掌握从事实际工作的基本技能，了解本专业营销创新的最新成果与发展趋势；具有较强的自学能力和开拓创新能力；具有从事市场营销、网络运营实务及分析和解决营销问题的基本能力和素质。

## 3. 培养模式

以就业为导向，以校企合作为改革平台，以市场开发与营销专业特点为依据，结合浙江省、杭州市区域经济现状和企业人才需求，遵从高职学校学生职业教育规律实行企业全程参与的工学结合、阶段递进、2.3+0.7的人才培养模式，培养适应长三角地区中小民营企业需求的网络运营首岗适用、多岗通用型营销人才。第一学年主要完成公共基础课学习，第二学年主要完成岗位课程学习，第三学年学生根据未来就业方向，选择到行业、企业相应的技术岗位顶岗实习，进一步强化职业综合素质和职业岗位能力训练，实现满足社会与企业需求的高素质劳动者和技能型人才的培养目标。

### （二）本专业人才需具备的知识、能力（技术技能）、素质

#### 1. 专业知识

掌握一定的市场调查与预测及消费者购买行为分析知识；

掌握目标市场定位、产品、价格、渠道、促销策略制定与实施、制定营销计划的相关知识；

掌握针对不同购买决策过程提出不同营销对策进行推销和试行订约的相关知识；

熟悉商务谈判工作过程，充分了解树立双赢的商务谈判理念，掌握各类商务谈判策略技巧，掌握签订协议的相关知识；

掌握确定、激励、评价客户，通过提高客户服务质量，创造满意的客户方面的基本知识；

掌握网络营销的基本知识；

掌握企业网站开发与运营的基本知识。

#### 2. 技术技能

能组织进行市场调查；

能进行推广活动策划与执行；

能对广告做出合理评价；

能进行产品销售；  
 能进行产品的年度规划；  
 能进行商务谈判；  
 能进行客户管理和营销人员管理。  
 能进行企业营销计划制定、组织、管理、控制实施工作；  
 能顺利地融入团队，有效处理人际关系，与团队成员一起高效地完成工作任务。

### 3. 基本素质

掌握本专业必要的基础理论知识及从事实际工作的基本技能，了解本专业营销创新的最新成果与发展趋势；具有较强的自学能力和开拓创新能力；能独立思考和运用已有的专业知识和技能解决一些实际问题；具有终身学习的精神和创新能力；具有良好的业务沟通能力；掌握一门外语，掌握计算机应用基本知识和技能，具有拓宽专业面的适应能力。

#### (三) 支撑专业人才培养的核心课程体系以及必要的应用能力支撑课程体系

课程体系改革与专业人才培养目标和人才培养模式相一致，通过课程体系实施能够实现培养目标，课程体系运行必须遵从和体现人才培养目标。课程体系构建应从职业资格、岗位工作分析入手，明确典型工作任务，经过教学的转化形成核心课程，随后配置其他课程，建设工作过程系统化的核心课程内容。课程设置后，要进行课程编排，界定课程与课程之间的内容与要求，避免重复和漏掉。遵循学生认知和经验递进原则，设计能力培养的逐级递进，遵循从简单到复杂、从单项到综合的学习原则。

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时	见习实验实训学时
1	市场营销策划	能正确地制定企业的销售计划、产品策划、渠道策划等。	培养学生销售计划制定能力。能够进行营销策划，能够根据营销目标编制、实施与评价销售计划；能够提出新产品开发建议，能够设计与运作连锁经营体系；	72	36
2	广告策划实务	掌握市场推广策划、网络营销策划、公共关系策划的知识。	培养学生市场推广策划能力。能够策划销售促进活动、制定广告策略、策划公关宣传活动，能够制定执行销售促进方案。	54	27

			培养学生网络营销策划能力。		
3	现代推销技术	掌握访问顾客、商务洽谈、试行订约和货品管理商品检验、货品订购决策等相关知识。	培养学生推销能力和试行订约能力。能够分析消费者决策过程、能够针对不同购买决策过程提出不同营销对策，能够分析顾客需求进行推销；能够处理顾客异议，能够寻找合适时机成交并签订合同。	54	27
4	商务谈判	掌握商务谈判的基本知识，熟悉商务谈判的流程，并能够熟练组织、策划、参与商务谈判活动。掌握商务礼仪的相关知识。	培养学生商务洽谈能力。能够运用讨价还价、让步、僵局等常见谈判策略与技巧，分析商务风险、控制谈判进程。能够在商务活动中遵循商务礼仪的要求。	54	27
5	网络营销	掌握 B2B、B2C、C2C 典型网站的建设、网络商务信息的收集与整理、网络交易安全级网络营销实务。	能正确分析 B2B、B2C、C2C 典型网站，电子商店的规划与设计，会进行电子商务网站建设，收集和整理相关商务信息，确保网络交易安全管理，通过网络进行营销。	54	34
6	数据化营销	掌握基础的数据化营销方法。	学会通过高质量、高精度的优化流量来提升企业的流量效能；从各级页面的转化率提升要点，访客特征与行为特征对转化率的影响等方面提升流量转化率；提升日均客单价。	54	34
7	网店运营管理	掌握网店运营的工作流程及管理要点。	学习网店的日常运营和管理、各种辅助工具的使用、商品拍摄及图片处理、网店的推广与营销、网店物流和淘宝商城介绍等。	54	34

#### 四、几点建议

### 1. 教学模式

在教学模式运行中，改变以课堂为中心的教学方式，注重教学过程的实践性、开放性和职业性，灵活采用任务驱动、项目教学、案例教学、模拟实训、综合练习、翻转课堂等教学方式，边学边练，讲练结合，学做合一。强化学生职业能力培养，提高人才培养质量。积极推行课程考核方式改革，建立多样化的考试考核评价体系，采用口试、笔试、实际操作、现场答辩相结合的考核方法，对学生实施全程多方面多任务、多项目的综合性评价。

### 2. 教材建设

现使用教材虽然多数是国家规划教材，但是多数教材是学科体系教材，从教学内容上看，知识面宽，难度大，内容多，理论性强；从岗位需求的知识和技能上看，不能满足需要，教师需要大量的工作整理教学内容，学生看不懂。多数教材不适于工学结合课程体系的要求。因而，需要教师开发、编写适于工学结合课程的校本教材。专业教师和企业技术人员共同深入调研与分析职业岗位（群）所需要的职业能力，研究工作过程中实际应用的技术理论和技能。以网络运营、客户服务、客户开发、客户维护等岗位需求为切入点，从职业岗位分析入手，分析营销专业人才的知识、能力和素质结构，归纳典型工作任务，将行动领域转化为学习领域，再将学习领域内容进行教学情境设计，编写教材，重点针对解决学生的学习和创新意识、专业技术应用能力、一定的分析和解决实际问题能力，兼顾培养可持续发展能力。

### 3. 师资队伍建设

在师资队伍建设中，引导教师接受一些先进的教学理念，学习教育教学理论，积极参加各项教学活动，实践、锻炼教师的教育教学能力；支持教师到企业学习锻炼，坚持长期或不定期参加专业实践活动，提高教师的专业实践能力和专业教学能力，全方面提高教师素质，以使教师能够胜任教学改革的需要。建立一支数量充足、结构合理、专兼结合的双师型队伍。培养顶级的专业带头人和骨干教师，带领教师队伍不断进步。