

福州英华职业学院
ANGLO-CHINESE COLLEGE

专业人才培养方案

专 业： 市场营销

专业代码： 530605

学 制： 三年制

适用年级： 2023 级

专业负责人： 郑琳

制订成员： 郑琳、潘栅杉

系部审核： 郑琳

二〇二三年五月 制

目 录

一、专业名称与代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
六、课程设置及要求	6
(一) 公共基础课程	6
1. 思政课程	6
2. 通识课程	7
(二) 专业(技能)课程	9
1. 专业基础课程	10
2. 专业核心课程	11
3. 专业拓展课程	14
4. 实践性教学环节	18
(三) 课程思政要求	21
七、教学进程总体安排	24
(一) 教学活动时间安排表(按周安排)	24
(二) 课程学时比例表	24
(三) 教学进程安排表	25
八、实施保障	30
(一) 师资队伍	30
(二) 教学设施	32
(三) 教学资源	33
(四) 校企合作	33
(五) 教学方法	34
(六) 教学评价	34
(七) 质量管理	35
九、毕业要求	35

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

1. 专业名称：市场营销

2. 专业代码：530605

二、入学要求

高中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

表 1 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）	主要岗位类别或 技术领域 举例	职业资格或职 业技能等级证 书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	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)	产品经理 产品专员 公关经理 小微商业企业 创业者 市场推广 市场总监 项目经理	互联网营销师 网店运营推广 数字营销

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治合格，德智体美劳全面发展，适应福州区域经济发展需要、适应销售行业发展需要，培养具备良好的市场营销职业道德和素质，掌握现代市场营销理论与实务、销售管理、品牌推广与策划等知识和技术技能，培养面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、创业企业营销策划与执行等工作的市场营销专业的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

表 2 培养规格

要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	1. 具有正确的世界观、人生观、价值观。	坚决拥护中国共产党领导，树立新时代中国特色社会主义思想，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；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。	《思想道德与法治》 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 《形势与政策》 《军事理论》 《军事技能》
	2. 具有良好的职业道德和职业素养。	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；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。	《创新创业教育基础》 《就业指导》 《劳动教育》
	3. 具有良好的身心素质和人文素养。	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；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	《体育》 《公共艺术》 《大学生心理健康教育》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		能力。	
能力	1. 通用能力	具有口语和书面表达能力,熟练掌握一门外语(读、写、听、说、译)和电子计算机知识,并能初步运用外语和电子计算机等现代化手段从事国内与国际市场营销活动;具有一定的科学研究、解决实际问题的能力、信息技术应用能力、信息加工能力。	《大学英语》 《信息技术》 《大学语文》 《品牌策划与推广》 《数字营销》 《商务数据分析与应用》 《大数据财务管理基础》
	2. 专业技术技能	了解本学科的理论前沿和发展动态,具有较强的创新精神和自我知识更新的能力;掌握市场调查、营销管理的定性、定量分析方法;具有较强的市场开发能力、推销谈判能力、销售服务能力、营销策划能力、网络营销能力、广告宣传和策划能力、应用计算机进行信息处理的能力;具有较强的公关协调能力、创新能力、策划能力和业务管理能力;具有较强的团结协作精神、社会活动能力和创业能力,毕业前通过学校制订的专业技能项目考核。	《消费者行为分析》 《智能客户服务实务》 《市场营销》 《数字营销》 《企业行为模型—沙盘推演与ERP应用》 《销售与管理》 《ITMC 市场营销技能》 《商业经济基础》
知识	1. 公共基础知识	具有较强的外语和计算机能力;具备发现问题、分析问题、解决问题的判断和决策能力;具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力和组织协调能力;掌握文献检索、资料查询的基本方法。	《大学英语》 《信息技术》 《大学语文》
	2. 专业知识	掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识;熟悉我国有关市场的方针、政策与法规,了解市场的惯例和规则;了解消费者心理及其行为;了解商务谈判过程及相关礼仪。	《管理学基础》 《经济学基础》 《市场营销》 《智能客户服务实务》 《服务营销》 《商务礼仪与沟通》 《商业经济基础》 《统计学原理》

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

1. 思政课程

表 3 思政课程教学要求

课程名称	思想道德与法治			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 使学生领悟人生真谛, 形成正确的道德认知, 把握社会主义法律的本质、运行和体系, 增强马克思主义理论基础。 2. 能力目标: 加强思想道德修养, 增强学法、用法的自觉性, 进一步提高辨别是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力, 提高学生分析问题、解决问题的能力。 3. 素质目标: 使学生坚定理想信念, 增强学生家国情怀, 陶冶高尚道德情操, 树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观, 提高学生的思想道德素质和法治素养。 主要内容: 以社会主义核心价值观为主线, 以理想信念教育为核心, 以爱国主义教育为重点, 对大学生进行人生观、价值观、道德观和法治观教育。 教学方法与手段: 案例教学法、课堂讲授法、讨论式教学法、视频观摩互动法					
课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 帮助学生了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观, 系统把握马克思主义中国化理论成果的形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 2. 能力目标: 培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力, 增强执行党的基本路线和基本方略的自觉性和坚定, 提高为中国特色社会主义伟大实践服务的本领。 3. 素质目标: 提高学生马克思主义理论修养和思想政治素质, 培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 主要内容: 马克思主义中国化理论成果, 即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 教学方法与手段: 讲授法、案例法、讨论法、视频展示法					
课程名称	习近平新时代中国特色社会主义思想概论			开课学期	1-2

参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 帮助学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想, 系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义, 更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。 2. 能力目标: 培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力, 切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性, 提高为中国特色社会主义伟大实践服务的本领。 3. 素质目标: 引导大学生增强“四个意识”, 坚定“四个自信”, 做到“两个维护”, 自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。 主要内容: 习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义。 教学方法与手段: 讲授法、案例法、讨论法、视频展示法					
课程名称	形势与政策			开课学期	1-4
参考学时	32	学分	1	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 了解国际国内形势, 掌握有关形势与政策的基本概念、正确分析形势的方法, 理解政策的途径及我国的基本国情, 党和政府的基本治国方略等。 2. 能力目标: 学会运用马克思主义的立场、观点、方法观察分析形势, 理解和执行政策。 3. 素质目标: 提高思想政治素质, 自觉践行社会主义核心价值观, 成为德智体美全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人、民族复兴大任的时代新人。 主要内容: 国内外形势与政策, 培养学生对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。 教学方法与手段: 讲授法, 案例法, 视频展示法, 讨论法					

2. 通识课程

表 4 通识课程教学要求

课程名称	大学生心理健康教育			开课学期	2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 知识目标: 了解大学生心理健康教育的基本理论和基本知识, 理解维护心理健康的重要意义, 掌握普通心理学、健康心理学、积极心理学以及心理健康自我维护的原理和知识。					

2. 能力目标: 能够运用所学习的心理健康的知识、方法和技能, 深入分析大学生中常见的心理问题, 并提出有意义的解决思路; 运用所掌握的心理健康教育原理, 分析自己心理素质方面存在的优劣势, 并提出建设性的解决方案。

3. 素质目标: 提高全体学生的心理素质, 充分开发自身潜能, 培养学生乐观、向上的心理品质, 不断提高自身的身心素质, 促进学生人格的健全发展。

主要内容:

自我意识、情绪情感、人格心理、学习心理、人际关系、恋爱与性心理、网络心理、生涯规划以及心理危机等内容。

教学方法与手段:

讲授法、案例法、分组讨论法、团体训练法、个案分享法

课程名称	军事理论			开课学期	1
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 知识目标: 了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状, 增强依法建设国防的观念毛泽东军事思想、邓小平和江泽民、习近平的新时期军队建设思想; 了解世界军事及我国周边安全环境, 增强国家安全意识; 了解高科技, 明确高技术对现代战争的影响。

2. 能力目标: 通过军事理论的学习, 能增强对国防军事思想、方针、政策精神领会, 能够进行相关宣传。

3. 素质目标: 培养严明的组织纪律观念; 培养敬业乐业、精益求精的工作作风; 培养学生交流、沟通能力; 培养团队协作意识

主要内容:

以国防教育为主线, 使大学生掌握基本军事理论与军事技能, 达到增强国防观念和国家安全意识, 强化爱国主义、集体主义观念, 加强组织纪律性, 促进大学生综合素质的提高。

教学方法与手段:

网络课程学习

课程名称	劳动教育			开课学期	1-2
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 知识目标: 帮助学生对劳动创造价值、劳动对于生存与发展的意义等有科学的认识, 树立正确的劳动观;

2. 能力目标: 学生通过各种劳动体验, 提升劳动能力, 形成良好的技术素养, 使学生学会安全劳动, 保证劳动质量;

3. 素质目标: 提高学生职业素质, 形成时代发展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力。锤炼艰苦奋斗、顽强拼搏和艰苦创业的意志。

主要内容:

1. 劳动理论课, 包括观念教育, 劳动法律法规教育等
2. 劳动实践课, 包括劳动技能教育, 劳动习惯教育等

教学方法与手段:

分为理论课程和实践课程。

- (1) 理论课程, 16 学时。采用课堂教学网络教学相结合的形式授课。

(2) 实践课程, 16 学时。采用实践教学的形式。					
课程名称	体育			开课学期	1-4
参考学时	128	学分	8	考核方式	考查
<p>学生学习目标:</p> <p>1. 身心健康目标: 增强学生体质, 促进学生的身心健康和谐发展, 养成积极乐观的生活态度, 形成健康的生活方式, 具有健康的体魄;</p> <p>2. 运动技能目标: 熟练掌握健身运动的基本技能、基本理论知识及组织比赛、裁判方法; 能有序的、科学的进行体育锻炼, 并掌握处理运动损伤的方法;</p> <p>3. 终身体育目标: 积极参与各种体育活动, 基本养成自觉锻炼身体的习惯, 形成终身体育的意识, 能够具有一定的体育文化欣赏能力。</p> <p>主要内容:</p> <p>1. 高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核;</p> <p>2. 体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等;</p> <p>3. 学生体质健康标准测评。</p> <p>教学方法与手段:</p> <p>讲授; 项目教学; 分层教学。</p>					
课程名称	大学英语			开课学期	1-2
参考学时	128	学分	8	考核方式	考查
<p>学生学习目标:</p> <p>1. 夯实英语基础, 提高语言技能, 特别是听说能力, 能用英语进行日常交流和职场交际;</p> <p>2. 了解中西文化差异, 培养国际化视野和创新精神, 提高综合文化素养和跨文化交际意识。</p> <p>3. 培养自主学习能力和团队协作能力, 增强扩展职业能力。</p> <p>主要内容:</p> <p>1. 听力;</p> <p>2. 口语</p> <p>教学方法与手段:</p> <p>在线教学平台; 小程序; 视频、音频教学; 小组讨论。</p>					
课程名称	大学语文			开课学期	1
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
<p>学生学习目标:</p> <p>1. 知识目标: 感受中国的文化传承和人格传递, 熏陶中国品格; 以美文感知人类的美好情感, 提升情感道德品质; 拓展语文素质, 能说, 明辨, 会写; 为学生专业学习、专升本考试和终生职业发展奠定良好基础。</p> <p>2. 能力与技能目标: 有对人类美好情感的感受能力以及对美文的阅读欣赏能力; 对优秀文化有敬畏, 尊师重道; 独立思考, 书写表情和表意的文章。</p> <p>3. 素质目标: 树立正确的人生观和价值观, 完成学生文化人格的塑造; 学会自学的方法, 树立终身学习的理念。</p> <p>教学内容:</p>					

根据高职高专人才培养的人文素质要求和职业素养的要求，以及高职生普遍存在的求知欲、自制力、自信心、创新精神、意志力等人文素质方面和语文能力方面存在的问题及成长需求，同时根据我院学生特点选取并设计了相关课程内容。

1. 与学生特点相适应的教学内容。根据高职学生实际，教学内容选择些思维容量大，能体现高尚的理想与人格和积极上进的精神，深刻反映历史与现实社会生活中为大学生密切关注的问题，表现真挚的思想感情、智慧理性、审美价值，并且能提供审美愉悦和思维启迪的课程内容。

2. 贴近社会生活的教学内容。高职学生面临就业挑战，加之高职教育强调实践操作能力的培养，多在真实的职业环境中开展教学，接触社会广泛，因此，选取写作技能，掌握一些解决社会问题的基本技能。

教学方法与手段：

1. 运用启发方式、探究式、分组讨论等教学方法不断激励学生进行思考。

2. 注重开放式教学方法的运用，教学中引入“社会热点问题探讨”和“热点人物讨论”等教学环节。

3. 注重因材施教，鼓励撰写体会或者调研报告，培养科学研究的意识、习惯和能力，提升课程教育后的自学能力。

4. 充分利用现代技术制作教学课件，与学生进行线上交流。

5. 注重教学内容的拓展及教学的延续性。

教学手段：

应用多媒体课件教学，渗透相关中华传统文化形式，营造人文环境，使学生调动视觉、听觉等多种感觉，在生动、形象、具体的过程中，学生身临其境，从而更深刻地理解作家作品，受到审美感染，收到良好效果。

课程组搜集积累相关资料，丰富大学语文网络教学资源，是学生课堂学习的有益补充，调动学生学习的积极性。网络教学平台是课堂教学的辅助性工具，对调动学生学习积极性和丰富学生阅读量起着重要作用，延展师生之间的交流。

（二）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

表 5 专业基础课程教学要求

课程名称	管理学基础			开课学期	2
参考学时	64	学分	4	考核方式	考查
学生学习目标： <ol style="list-style-type: none"> 1.了解和掌握古今中外管理思想的发展； 2.了解管理的基本原理与方法； 3.掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及科学有效实现的方法； 4.掌握组织文化的构成及作用，与组织文化的建设相关知识。 教学内容： <ol style="list-style-type: none"> 1.认识管理 2.计划职能 					

3.组织职能

4.领导职能

5.控制职能

6.组织文化

7.管理创新

教学方法与手段:

多媒体教学。案例分析、模拟教学、角色扮演。

以调动学生积极性为核心，以模拟实践教学为主线，建立参与式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系。

课程名称	市场营销			开课学期	1
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 能够有效地分析营销环境；熟练适用 SWOT 分析，并结合案例制定企业的营销战略；
2. 具备独立和团队配合完成市场调研认为的能力；能够科学分析，寻找对策；能够撰写简单的市场调研报告；
3. 学会市场细分；能够对企业 and 产品进行正确的市场定位；具备正确选择产品组合的能力；
4. 能够制定企业及产品的品牌战略；
5. 能够根据具体的情况对分销渠道进行评价和调整；学会运用技巧制定产品价格；
6. 能够完成简单的人员推销任务能够对竞争环境进行正确分析，制定市场竞争和发展战略。

教学内容:

1. 市场营销概述；
2. 市场营销环境；
3. 市场营销调研；
4. 目标市场营销；
5. 产品策略；
6. 企业形象与品牌战略；
7. 分销策略；
8. 价格策略；
9. 促销策略；
10. 产品竞争战略。

教学方法与手段:

1. 在理论讲授环节建议较多地采用具有现实意义又能体现理论思想的精彩案例，给学生充分思考和讨论的时间，强化学生对知识的理解和领悟。同时锻炼学生的表达能力和思维能力。
2. 在实训环节建议采用任务驱动法教学，结合所学的章节知识，合理巧妙地设计一些实训项目，以任务的形式下达，让学生分组操作完成，锻炼学生的各项能力，强化对知识的运用。
3. 教学的组织遵循“实践——理论——再实践”的过程，实行理论与实践一体化教学，最好充分利用校企合作的产业项目让学生练兵。
4. 教师必须重视实践、参与实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

课程名称	经济学基础			开课学期	3
------	-------	--	--	------	---

参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
------	----	----	---	------	----

学生学习目标:

1.掌握市场运行图。了解经济学的发展史、分类、研究对象、研究方法,以及经济学的发展趋势。掌握市场运行图及其相互关系;掌握供求均衡理论、弹性理论、消费者均衡理论生产者均衡理论、成本理论、四种市场结构、分配理论、市场失灵及微观经济政策;掌握国民收入核算、失业、通货膨胀以及经济周期理论等理论。

2.能够运用市场运行图分析市场运行中各主体及其相互关系;能够对微观经济的几个项目进行分析和解释;能够运用收入法和支出法进行基本的国民经济核算和进行简单的国民收入计算;能够运用失业、通货膨胀 和经济周期理论初步分析社会经济的实际运行情况。

3.培养对身边经济现象和经济政策的敏锐感;树立经济意识、市场意识、成本意识和竞争意识;通过完成项目作业和小组作业增强团队协作素质和精神;通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高经济自我学习和分析素质。

教学内容:

- 1.需求和供给
- 2.消费者行为理论
- 3.厂商行为理论
- 4.市场结构与厂商均衡
- 5.市场失灵与微观经济政策
- 6.国民收入核算与决定
- 7.宏观经济政策

教学方法与手段:

多媒体讲授、案例分析等

课程名称	大数据财务管理基础			开课学期	3
------	-----------	--	--	------	---

参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
------	----	----	---	------	----

学生学习目标:

1.培养学生大数据下数据获取能力、关键指标分析能力、基于业务问题的数据挖掘能力、大数据预测模型搭建能力、预测辅助企业经营决策的能力;

2.培养学生具有现代企业数字化管理的基本职业素养,提高学生对企业财务异常数据的敏感性,初步具备帮助企业管理者预测、决策的能力。

3.了解大数据的技术与工具,掌握Python基础知识,掌握财务大数据项目分析的一般流程,具备一定的数据分析能力,熟悉不同的分析模型和分析方法,以企业的财务和业务数据为对象,能进行企业经营分析及决策辅助。

教学内容:

1. 财务大数据认知
2. 数据采集
3. 数据预处理
4. 数据可视化
5. 投资者角度财报分析
6. 经营者角度财报分析
7. 资金分析与预测,销售分析及预测,费用分析及预测

教学方法与手段:

课堂讲授法、任务驱动法、案例教学法、启发式教学法					
课程名称	商业经济基础			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标: 1. 理解商业经济学的基本理论, 具备分析商业经济现象的能力和将理论知识应用到社会实践中的能力; 2. 培养对商务问题的敏锐洞察力 培养勇于创新和展现自我的意识 培养透过现象看本质的意识。					
教学内容: 1. 商业的分工与发展 2. 商业的社会经济功能 3. 商业主体的基础要素 4. 商业主体的结构形式 5. 商业客体的运动过程 6. 商业的市场环境 7. 商业的社会文化环境 8. 商业的经济效益 9. 商业的微观运行 10. 商业的宏观调控					
教学方法与手段: 案例探究法、情境模拟法、翻转课堂					
课程名称	统计学原理			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
学生学习目标: (1) 能熟练运用统计数据进行数据采集操作流程; (2) 掌握常用的科学统计的方法搜集、整理、分析国民经济和社会发展的实际数据, 描述现象数量之间的联系和变动规律; (3) 熟练掌握应用计算机统计软件进行数据传输及处理的方法及操作流程;					
教学内容: 项目一: 认知统计 项目二: 统计资料的收集 项目三: 统计资料的整理 项目四: 统计资料分析所需要的基本指标 项目五: 总体分布集中趋势分析 项目六: 总体分布离散趋势分析 项目七: 时间数列分析 项目八: 统计指数分析					
教学方法与手段: “任务驱动”法、案例教学法、直观教学法、分组练习法					

2. 专业核心课程

表 6 专业核心课程教学要求

课程名称	消费者行为分析			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试
<p>学生学习目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具备对消费者行为分析基本理论的全面认识能力; 2. 消费者心理现象的认知及信息搜集能力; 3. 联系社会环境分析消费心理的; 4. 应用基本消费心理理论进行商业活动的模拟能力; 5. 具有较强的自学能力、实际观察能力,能分析消费心理研究在现实应用的利弊。 <p>教学内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 消费者的心理活动过程 2. 消费者的个性心理 3. 消费者购买决策与行为 4. 社会文化与消费心理 5. 社会群体与消费心理 6. 商品、价格、广告因素与消费心理 <p>教学方法与手段:</p> <p>多媒体教学、直观演示法、案例教学法</p>					
课程名称	数字营销			开课学期	3
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试
<p>学生学习目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.理解数字营销的基本内容;掌握数字营销的工具及方法运用;掌握数字营销策划与实施。 2.能够树立正确的数字营销观念;能够熟练地运用各种数字营销工具进行推广;能够有效地评估数字营销工具和方法效果;能够针对案例独立地做出数字营销策划方案。 3.通过项目学习与实施,具备团队合作意识与良好的沟通、交际与协调能力;通过项目学习与实施,具备解决问题、信息处理、创新创造能力;通过项目学习与实施,具备踏实肯干、主动热情、诚实守信、勇担责任的能力。 <p>教学内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.数字广告营销策划 2.搜索排名优化 3.搜索竞价营销 4.推荐引擎营销 5.广告效果分析与综合应用 <p>教学方法与手段:</p> <p>采用项目教学,将各类网络生活娱乐应用转化为新营销资源,用最简单、最好理解同时又是学生感兴趣的方式来讲解。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.循序渐进的教学方法,保证基础,突出重点,大量引入数字营销项目实战,增强学生的数字营销触 					

2.通过模拟练习、情景实践、现场实训等形式，增强学生的感性认识，从而更好的掌握知识，增强技能。

课程名称	品牌策划与推广			开课学期	4
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 了解品牌的含义、本质和作用；掌握品牌定位的方法；掌握品牌形象设计的方法；掌握产品策划的方法；掌握品牌推广的方法。
2. 能分析品牌的目前形象与现状；能进行品牌定位、品牌命名和品牌人格化；能进行品牌广告语、品牌故事和品牌广告片脚本创作；能对品牌 LOGO、品牌 IP 和品牌终端形象设计提出建议；能进行产品架构模式制定；能进行产品定位、产品命名、广告语设计和卖点提炼；能进行品牌整合营销传播方案设计。

教学内容:

1. 品牌认知
2. 品牌定位
3. 品牌形象
4. 产品规划
5. 品牌推广

教学方法与手段:

1. 课堂讲授：教师针对学生课前自学情况，对教学内容的重点难点进行讲授和强调，直接、快速、精准地让学生掌握重难点，为学生能更好地完成本课程项目实践打好理论基础。
2. 案例教学：针对教学重点难点，在教师指导下，学生对选定的具有代表性的典型品牌案例进行有针对性地分析、审视和讨论，做出自己的判断和评价。
3. 分组讨论：通过分组讨论让所有学生全部参与到明确的集体任务中，达到合作学习的目的。分组讨论过程中小组成员之间相互依赖、相互沟通、相互合作，共同负责，同时培养学生良好的表达沟通能力和团队合作能力。
4. 项目教学：在课中实操环节，通过校企合作，以企业真实品牌策划与推广项目为载体，在项目任务驱动下，学生将理论知识主动应用到实践中，找出完成项目的路径和方法，最后通过项目的完成实现课程知识点和技能点的掌握，促进学生主动学习，培养学生动手动脑能力。

课程名称	销售与管理			开课学期	2
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 掌握销售管理概念的基础知识:了解销售管理的表现形式;理解销售管理的缘起与发展;理解销售管理理念的内涵;
2. 执行基本的销售行为和销售流程;. 解读企业销售管理的内涵;理解销售管理对企业的意义;
3. 理解销售管理与市场营销体系的联系,理解销售管理的思想,识别销售管理的基本元素;
4. 理解营销、销售与管理之间的关系,理解其内涵。

教学内容:

1. 走进销售职业
2. 销售过程管理
3. 销售规划与设计

4. 销售区域管理
5. 销售组织建设
6. 销售人员的甄选、培训与薪酬
7. 销售人员的激励与绩效考评
8. 销售服务管理
9. 销售管理的新趋势

教学方法与手段:

采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。

课程名称	商务数据分析与应用			开课学期	4
参考学时	64	学分	3	考核方式	考查

学生学习目标:

- 1.掌握 Excel2016 系统设置与管理；能熟练使用 Excel2016 软件中工具的能力；掌握 Excel2016 常用函数的语法，进行数据处理；具有对数据处理及相关数据分析的能力
- 2.能熟练应用各类函数并相互配合进行数据处理工作；能进行数据处理和分析的把控能力；会对相关数据进行直方图的输出；能积极主动获取信息，不断积累知识，具有终身学习理念。
- 3.具有良好的职业道德素质、心理素质；能高效组织和执行工作任务；形成良好的团队全能能力；

教学内容:

- 1.商务数据分析与应用基础
- 2.Excel 管理店铺信息
- 3.商品销售情况管理
- 4.买家购买情况分析与评估
- 5.商品销售情况统计与分析
- 6.商品采购成本分析与控制
- 7.商品库存数据管理与分析
- 8.畅销商品统计与分析
- 9.竞争对手与行业状况分析

教学方法与手段:

本课程在教学过程中主要采用讲授法、演示操作法、项目教学法、案例教学法、启发思考法等。引导教学法。课中探究采用分组形式开展教学，课后进行拓展应用。

课程名称	服务营销			开课学期	3
参考学时	64	学分	4	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 了解课程的体系、结构,对服务营销学有一个总体的把握;
2. 牢固掌握服务营销学的基本概念,深刻理解服务营销学的基本理论,掌握服务营销的基本原理和学科方法,了解服务营销学科的发展前沿;
3. 学会理论联系实际,掌握运用所学理论知识和服务营销学的原理和方法分析市场营销问题和具体案例的能力:学习掌握从服务营销业务实践中探索一般规律和理论概括的思维方法。

教学内容:

1. 服务营销绪论

2. 服务中的顾客感知与消费行为
3. 服务市场细分、选择与定位
4. 服务核心与附加要素
5. 服务定价
6. 服务的有形展示
7. 服务营销文化
8. 整合服务营销沟通

教学方法与手段:

本课程在教学过程中主要采用讲授法、演示操作法、项目教学法、案例教学法、启发思考法等。引导教学法。课中探究采用分组形式开展教学，课后进行拓展应用。

课程名称	智能客户服务实务			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考试

学生学习目标:

1. 初步了解客户服务与客户管理，以及相关的技术与工具。
2. 掌握客户开发的方法，做好客户识别、客户选择、流失客户挽回等工作。
3. 掌握客户服务中的沟通方式、沟通策略和沟通流程。
4. 学会客户信息的收集、客户信息的分析，以及客户信息的规整与管理。
5. 学会客户满意度的调查，掌握客户忠诚度的衡量标准，以及实现客户忠诚的策略。
6. 掌握有效应对客户投诉与企业危机的策略与方法。
7. 掌握实施定制化、分级式、体验式和创新式客户服务的策略。

教学内容:

1. 客户服务与管理
2. 技术与工具
3. 客户开发
4. 客户沟通
5. 客户信息管理
6. 客户满意度管理
7. 客户忠诚度管理
8. 客户投诉管理
9. 客户服务策略

教学方法与手段

采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。

课程名称	商务礼仪与沟通			开课学期	4
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 了解商务谈判的含义、特征及基本原则；
2. 熟悉面对面谈判和电话谈判的特点、操作要求和注意事项；了解商务谈判的一般流程、规则及操作方法；
3. 熟悉商务谈判人员管理的基本原理和方法；掌握基本的沟通方法和技巧；掌握商务谈判的各种

<p>策略及其应用技能。</p> <p>4. 树立现代商务谈判与礼仪观念的能力；掌握语言沟通技巧；掌握应对具体商务谈判与礼仪能力。</p> <p>教学内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 正确认识商务谈判 2. 商务谈判的心理与思维 3. 商务谈判的准备工作 4. 商务谈判开局阶段的策略 5. 商务谈判的磋商策略 6. 商务谈判结束成交阶段的策略 7. 商务谈判礼仪 <p>教学方法与手段：</p> <p>在工作任务引领下以情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等形式展开教学，使学生真切体会到商务谈判人员在现实工作中所需的职业能力和实际动手能力。</p>

3. 专业拓展课程

表 7 专业拓展课程教学要求

课程名称	企业行为模型—沙盘推演与 ERP 应用			开课学期	5
参考学时	2	学分	32	考核方式	考查
<p>学生学习目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解一个企业的真实运作流程； 2. 理解企业成功运营的关键因素； 3. 掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识； <p>教学内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 整体战略； 2. 产品研发； 3. 生产排程； 4. 市场与销售； 5. 财务、团队沟通与建设。 <p>教学方法与手段：</p> <p>课程教学的改革以调动学生的积极性为核心。除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，探索并完善以启发式教学法为基本形式的方法。</p> <p>启发式教学法：在教学中特别注重贯彻启发式教学原则，引导学生养成勤于思考、独立思考的习惯。启发式教学不是简单的“提问式”、“讨论式”，而是在教学的每一个环节充分展示会计思维过程，这是启发式教学的核心。将设问答疑贯穿于课堂，活跃学生的思维，提高学生学习的主动性。</p>					
课程名称	ITMC 市场营销技能			开课学期	2

参考学时	48	学分	3	考核方式	考查
------	----	----	---	------	----

学生学习目标:

- 1.了解一个企业的真实运作流程;
- 2.理解企业成功运营的关键因素;
- 3.掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识;
- 4.掌握沙盘运营的规则及投标、选单规则。

教学内容:

- 1.走进市场营销沙盘的世界
- 2.市场营销沙盘操作基础
- 3.制定经营战略
- 4.制定经营战略
- 5.实战经营,模拟对抗赛

教学方法与手段:

循序渐进的教学方法、任务驱动法、模拟教学法、互动教学法

课程名称	Photoshop			开课学期	3
参考学时	48	学分	3	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 掌握 Photoshop 的系统设置与管理;能熟练使用 Photoshop CS6 软件中各工具的能力;具有对平面图像进行熟练处理的能力;能熟练制作网店的主图、banner 图、详情页等图片
2. 能熟练应用各类制图软件并相互配合进行工作;能进行创造性思维和对色彩的把控能力;会对平面设计进行全方位分析;能积极主动获取信息,不断积累知识,具有终身学习理念。
3. 具有良好的职业道德素质、心理素质;具备良好的审美能力;能遵守平台规则、不进行虚假宣传;具有良好的礼仪修养。

教学内容:

- 1.走近网店视觉设计与制作
- 2.修炼视觉设计与制作核心技能
- 3.设计与制作主图与主图视频
- 4.设计与制作商品详情页
- 5.设计与制作网店首页
- 6.制作商品短视频
- 7.网店整店设计实战

教学方法与手段:

以课程内容为依托,培养学生的核心素养;以典型工作任务为载体,教学过程中体现理实融合,以项目驱动法、案例教学法、翻转课堂法、课堂演示+网店装修实战为主要的教学法的“混合式”、“理实一体化”教学手段。

课程名称	广告理论与实务			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标:

1. 正确认识广告与广告活动的性质与功能;掌握广告活动的内在规律;准确理解广告学科的重要

概念；掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法；了解国内外广告活动与理论的一般状况和最新发展，正确认识国内外广告现实与理论、经验。

2. 具备独立进行广告调研的能力；具备对调研数据进行分析，撰写调研报告的能力；能够提炼出广告主题并综合运用各种创意方法进行广告创意，撰写广告策划书的基本能力；能够合理选择媒体组合的能力；具备撰写广告文案、设计平面广告、制作电子广告作品的基本能力；具备制定合理广告预算、对广告效果进行评估的基本能力。

教学内容：

- 1.初步认识广告
- 2.广告的基本理论
- 3.广告预算
- 4.广告调研
- 5.广告策略
- 6.广告创意与表现
- 7.广告制作
- 8.广告媒体
- 9.广告效果与测评
- 10.广告效果与测评

教学方法与手段：直观演示法：利用多媒体设备播放广告供学生学习。

- 1.提问法：在广告片观看结束后进行提问，请学生思考该广告片的广告主题是什么。
- 2.讲授法：讲解广告主题的概念、三要素、及广告主题策划的基础。
- 3.讨论法：给出实际案例，要求学生讨论案例中产品的价值网、价值链及潜在价值。

课程名称	网上开店实务			开课学期	5
参考学时	32	学分	2	考核方式	考查

学生学习目标：

1. 能够进行行业调研与分析；能够进行商品的选品和规划；能够完成店铺的开设；能够进行电商平台 SEO 优化；能够优化店铺商品、店铺页面、店铺路径，提升店铺运营指标；能够开展店铺日常推广工作
2. 理解行业调研的工具、方法；掌握商品选品和定价的方法；熟悉店铺商品优化的内容和方法；掌握店铺运营数据的获取方法和分析工具；掌握店铺活动的评估方法
3. 具有良好的职业道德和法律意识；具备基本的信息获取能力和数据分析能力；具备良好的方案策划能力；具有良好的沟通能力与团队意识；具备较强的竞争意识和创新意识。

教学内容：

- 1.网上开店概述
- 2.商品发布
- 3.网店管理
- 4.网店图片的拍摄与处理
- 5.网店装修
- 6.网店搜索引擎优化
- 7.网店推广与营销
- 8.网店物流与客户关系管理
- 9.网店运营管理数据分析
- 10.移动网店运营管理

教学方法与手段:

本课程主要采用的是分组教学。在充分考虑课程目标、课程内容、教学条件等要素的基础上，我们确定了分组教学的组织形式。在分组时，遵循组间同质，组内异质的原则将学生 5-6 人分组，尽量使各组条件均衡。

以课程内容为依托，培养学生的核心素养；工作任务为载体，教学过程中体现理实融合，以项目驱动法、案例教学法、翻转课堂法、课堂演示+互联网实战为主要的教学法的“混合式”、“理实一体化”教学手段。

4、实践性教学环节

表 8 实践性教学环节教学要求

课程名称	市场营销认知实训			开课学期	1
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
学生学习目标: <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够了解有关市场营销相关行业的基本概念和理论; 2. 能够熟悉企业的岗位设置和基本运作流程; 3. 能够熟悉市场调查的主要方法; 4. 培养学生注重深入市场调查、研究问题、分析问题和解决问题的能力,为学生今后从事企业管理工作打下基础。 教学内容: <ol style="list-style-type: none"> 1. 行业及岗位分类; 2. 实施企业市场的调查; 3. 调查资料的整理与分析 4. 撰写市场调查报告。 教学方法与手段: 循序渐进的教学方法、任务驱动法、模拟教学法、互动教学法					
课程名称	Itmc 市场营销技能实训			开课学期	2
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
学生学习目标: 企业经营策划方向,以 ITMC 市场营销沙盘为教具,通过对企业战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算和管理等关键环节的模拟,培养复合型、复合型人才。 教学内容: 七大教学单元包括组织准备工作、基本情况描述、市场规则与企业运营规则介绍、教学年、企业经营竞争模拟、教师总结、点评学生总结(考核)等模块。 教学方法与手段: 循序渐进的教学方法、任务驱动法、模拟教学法、互动教学法					

课程名称	数字营销实训			开课学期	3
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
<p>学生学习目标： 通过数字营销的学习，使学生能够根据数字营销策划方案，使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作。</p> <p>教学内容： 1. 关键词挖掘； 2. 网页信息优化； 3. 网页优化分析； 4. 网页竞价推广； 5. 品牌营销推广； 6. 搜索竞价营销分析； 7. 推荐引擎推广； 8. 推荐引擎推广数据分析 9. 推荐引擎推广优化。</p> <p>教学方法与手段： 采用项目教学，将各类网络生活娱乐应用转化为新营销资源，用最简单、最好理解同时又是学生感兴趣的方式来讲解。 1. 循序渐进的教学方法，保证基础，突出重点，大量引入数字营销项目实战，增强学生的数字营销触 2. 通过模拟练习、情景实践、现场实训等形式，增强学生的感性认识，从而更好的掌握知识，增强技能。</p>					
课程名称	品牌策划与推广实训			开课学期	4
参考学时	20	学分	1	考核方式	考查
<p>学生学习目标： 1. 应能够加深对市场营销的理论理解，能够综合、熟练运用所学的营销专业知识分析实例； 2. 具有良好的市场经济意识、创业意识，认识市场规律和规则； 3. 培养分工协作和互助共进的团队意识，具备良好的沟通能力和学习能力； 4. 培养学生养成良好的工作计划性和组织协调能力； 5. 具有商品实战促销能力，能够撰写完整的营销策划案； 6. 全面提升营销策划、促销和销售沟通能力，锻炼市场营销各种专业方法与技巧。</p> <p>教学内容： 1. 营销各种专业方法与技巧综述； 2. 营销实战活动（营销策划方案、商品促销、销售结果统计）； 3. 汇报总结与经验分享。</p> <p>教学方法与手段： 采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。</p>					
课程名称	岗位实习			开课学期	5-6

参考学时	624	学分	24	考核方式	考查
<p>学生学习目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解企业的基本情况; 2. 体验企业工作环境和氛围, 感受企业文化; 3. 了解安全生产操作规程和环境保护的重要性, 养成正确的安全操作习惯和环保意识; 4. 了解公司的管理体制、机构设置; 5. 熟悉实习单位的业务内容; 6. 熟悉企业营销与策划业务流程, 培养解决问题的能力; 7. 适应营销与策划岗位的工作要求, 具有一定的独立工作的能力。 <p>教学内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 企业的组织结构、员工构成、资产规模、设施设备等情况, 主要包括产品推广、营销与策划的步骤、程序等; 2. 学会与同事进行交流和沟通, 培养团队协作精神; 安全操作习惯和环保意识; 3. 企业营销策划业务运作流程及管理的相关内容; 企业进行营销策划预算, 制定方案, 执行和评估方案等内容; 企业产品推广相关内容; <p>教学方法与手段:</p> <p>在教学环节设计方面, 根据国家教学文件精神及工作岗位的需要, 在教学过程中要坚持以实践技能培训为主, 增加实践教学环节的课时。实行学分制, 具体按照福州英华职业学院教务处的有关文件执行。</p>					

(三) 课程思政要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 坚持以立德树人为核心, 把学生思想政治教育工作贯穿和体现在教育教学全过程, 全面落实全员育人、全程育人、全方位育人要求。遵循思想政治工作规律、遵循教书育人规律、遵循学生成长规律, 因事而化、因时而进、因势而新, 以思想政治课程为核心, 突出发挥主导作用, 以其他课程的“课程思政”为基础, 实现思政课程与课程思政的同向同行。

在课程思政实施过程中建议围绕着“意识、精神、素养、态度、能力”五个维度进行规划, 根据课程性质、类型和开设阶段进行递进式培养。鼓励任课教师, 在课程教学过程中, 对标企业岗位对人才提出的具体要求, 深度挖掘企业大师、劳模的典型案列, 丰富课程思政教育资源库, 凝练课程思政主线。以教学任务为载体, 优化课程思政内容供给, 实施思政主线贯穿始终、按任务特点融入思政元素的任务驱动教学。

公共基础课程: 要重点提高学生思想道德修养、人文素质、科学精神、宪法法治意识、国家安全意识和认知能力的课程, 注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神, 提升学生综合素质。

专业基础课程: 要根据专业的特色和优势, 深入研究专业的育人目标, 深度挖掘提炼专业知识体系中所蕴含的思想价值和精神内涵, 科学合理拓展专业课程的广度、深度

和温度，从课程所涉专业、行业、国家、国际、文化、历史等角度，增加课程的知识性、人文性，提升引领性、时代性和开放性。

专业核心课程：要注重学思结合、知行统一，增强学生勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力，要注重让学生“敢闯会创”，在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。

专业扩展课程：要注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。

课程教学过程中应突出培养学生遵纪守法、遵规守纪、严于律己、尊老爱幼的意识，吃苦耐劳、精益求精的工匠精神、劳模精神、劳动精神；诚实守信、严谨认真、理性思维的职业素养；爱岗敬业、踏实肯干的工作态度，守法合规的法治思维，责任担当的邮政精神，规范操作的规范意识，勇于创新的创新意识，以及质量管理、团结协作的能力等，充分发挥课程思政协同和支撑作用。

七、教学进程总体安排

（一）教学活动时间安排表（按周安排）

表 9 教学活动时间安排表

学年	学期	课堂 教学	考 试	入学教 育、军 训	运动会 及技能 赛	实践性教育环节				假日 及机动	小 计
						专项 实训	岗位 实习	毕业 设计	毕业 教育		
一	1	13.5	1	3	0.5	1				1	20
	2	16	1		0.5	1				1.5	20
二	3	16	1		0.5	1				1.5	20
	4	16	1		0.5	1				1.5	20
三	5	6					13			1	20
	6						11	6	1	2	20
合计		67.5	4	3	2	4	24	6	1	8.5	120

（二）课程学时比例表

本专业总学分为 145.5 。课时总数为 2708 学时，其中公共课程 904 学时，约占总学时 33.38%，实践教学 1556 学时，约占总学时 57.46%，选修课程 288 学时，约占总学时 10.64% 。

表 10 课程学时比例表

课程类别	课程子类	课程性质	学分数	学时数			学时百分比 (%)
				理论	实践	总学时	
公共基础课程	思政课程	必修	9	144	16	160	5.90%
	通识课程	必修	35.5	296	352	648	23.93%
		任选	6	96	0	96	3.55%
	小计			50.5	536	368	904
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	20	216	104	320	11.82%
	专业核心课程	必修	28	292	156	448	16.54%
	专业拓展课程	专选	12	108	84	192	7.09%
	实践性教育环节	必修	35	0	844	844	31.17%
	小计			95	616	1188	1804
合计			145.5	1152	1556	2708	100%

（三）教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

教学进程表（三年制高职）

课程类别	课程子类	课程性质	序号	课程编码	课程名称	课程类型	学分	学时数					考核方式	各学期周学时分配						备注				
								总学时	理论教学	课程实训	专项实训	实习		第一学年		第二学年		第三学年						
														一	二	三	四	五	六					
基础课程	公共基础	思想政治	必修	1	G2022001	思想道德	理论+实践	3	48	38	10	0	0	考查	2									

课程				与法 治																	
		2	G20230 02	毛泽 东思 想和 中国 特色 社会 主义 理论 体系 概论	理论+ 实践	2	32	26	6	0	0	考查		2							
		3	G20230 03-4	习近 平新 时代 中国 特色 社会 主义 思想 概论	纯理 论	3	48	48	0	0	0	考查	2	2							
		4	G20230 05-8	形势 与政 策	纯实 践	1	32	32	0	0	0	考查	0. 5	0. 5	0. 5	0. 5					
		小计					9	160	144	16				4	4	0	0				
	通识 课程	必 修	1	G20230 09-12	体育	理论+ 实践	8	128	16	112			考查	2	2	2	2				
			2	G20230 13	大学 生心 理健 康教 育	理论+ 实践	2	32	16	16			考查		2						
			3	G20230 14	军事 理论	纯理 论	2	32	32	0			考查	2							
			4	G20230 15	军事 技能	纯实 践	2	112	0	112			考查								2 1 天
			5	G20230 16-17	大学 英语	理论+ 实践	8	128	96	32			考试	4	4						
			6	G20230 18	信息 技术	理论+ 实践	4	64	32	32			考查	4							
			7	G20230 19-20	劳动 教育	理论+ 实践	2	32	16	16			考查	1	1						
			8	G20230	大学	理论+	3	48	40	8			考	3							

				21	语文	实践							查							
		9	G2023023	公共艺术	理论+实践		2	32	16	16			考查		2					
		10	G2023024	创新创业教育基础	理论+实践		1	16	12	4			考查	2						
		11	G2023025	就业指导	理论+实践		1.5	24	20	4			考查					2		
		小计						35.5	648	296	352				15	9	2	2	2	
		任 选	1		人文素养与职业素养培育类	理论+实践	1.5	24	24	0			考查							
			2		自然科学与科学精神培育类	理论+实践	1.5	24	24	0			考查							
			3		体育竞技与安全健康教育类	理论+实践	1.5	24	24	0			考查	0	2	2	2			
			4		中华优秀传统文化传承类	理论+实践	1.5	24	24	0			考查							
			5		创新创业与职业技能培育类	理论+实践	1.5	24	24	0			考查							
		小计（不低于96学时，6学分）						6	96	96	0					2	2	2		
		公共基础课程合计						50.5	904	536	368				19	17	6	8		
能)课程	专业(技	基础课	专业基	必修	1	A2023028	管理学基	理论+实践	4	64	48	16	考查		4					

				础														
		2	A2018050	市场营销	理论+实践	4	64	48	16			考试	4					
		3	A2018021	经济学基础	理论+实践	3	48	32	16			考试		3				
		4	A2023008	大数据财务管理基础	理论+实践	3	48	24	24			考查		3				
		5	A2023009	商业经济基础	理论+实践	3	48	32	16			考查			3			
		6	510352	统计学原理	理论+实践	3	48	32	16			考查		3				
		小计				21	320	216	108				4	4	9	3		
	专业核心课	必修	1	A2023036	消费者行为分析	理论+实践	3	48	32	16		考试			3			
2			A2023010	数字营销	理论+实践	4	64	32	32			考试		4				
3			A2023037	品牌策划与推广	理论+实践	4	64	44	20			考试			4			
4			A2022003	销售与管理	理论+实践	4	64	48	16			考试	4					
5			A2023011	商务数据分析与应用	理论+实践	3	48	24	24			考查				3		
6			A2023012	服务营销	理论+实践	4	64	48	16			考试		4				
7			A2023038	智能客户服务实务	理论+实践	3	48	32	16			考试				3		
8			A2023039	商务礼仪	理论+实践	3	48	32	16			考查				3		

				与沟通															
	小计					28	448	292	156			0	4	8	16	0			
专业拓展课	选修	1	A2018022	企业行为模型—沙盘推演与ERP应用	理论+实践	2	32	20	12			0	3	3	0	6			
		2	A2018081	ITMC市场营销技能	理论+实践	3	48	24	24										
		3	A2022010	Photo shop	理论+实践	3	48	24	24										
		4	510135	网上开店实务	理论+实践	2	32	20	12										
		5	A2023040	广告理论与实务	理论+实践	2	32	20	12										
		6	A2018028	经济法	理论+实践	2	32	20	12										
		7	A2021005	ITMC电子商务技能	理论+实践	2	32	20	12										
		小计					12	192	108	84								0	3
实践教学环节	必修	1	ASYSX01	市场营销认知实训	纯实践	1	20	0	0	20		20							
		2	ASYSX02	ITMC市场营销技能实训	纯实践	1	20	0	0	20			20						
		3	ASYSX03	数字营销实训	纯实践	1	20	0	0	20				20					
		4	ASYSX0	品牌	纯实	1	20	0	0	20					20				

			4	策 划 与 推 广 实 训	践							查							
		5	G20220 06	岗 位 实 习	纯 实 践	24	624	0	0	0	62 4	考 查						6 个月	
		6		毕 业 设 计	纯 实 践	6	120				12 0							2 0	
		7		毕 业 教 育	纯 实 践	1	20				20							2 0	
		小计					35	844	0	0	80	76 4		20	20	20	20		4 0
		专业（技能）课程合计					95	4	616	344	80	76 4		4	11	20	19	7.5	
		全程合计					145. 5	270 8	115 2		712 80	76 4		23	26	24	23	24	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 本专业专任教师

近年来，市场营销专业专职教师承担多项科（教）研课题，国内发表多篇论文。通过“内培外引”加快专业带头人和骨干队伍建设，完善青年教师培养机制，强化教学队伍的梯队建设。在现有专业带头人的基础上，积极准备引进或聘任具有行业影响力的行业专家1名作为兼职专业带头人，引领专业及课程建设、实训基地建设、技能训练、技术服务等，逐步形成以专业带头人为核心的专业教学团队。优先安排专业骨干教师参加各类型的进修和学术交流等，参与专业规划、建设。

表 12 专业专任教师情况一览表

序号	姓名	性别	学历	学位	专业技术 职务	职业资格	是否 双师型	拟任 课程
1	郑琳	女	本科	硕士	副教授	高级互联网营销师	是	市场营 销
2	潘栅杉	女	本科	学士	副教授	电子商务 （高级）	是	Itmc 市 场 营 销 技能、数 字营销
3	缪海霞	女	本科	学士	讲师	电子商务 （高级）	是	消 费 者 行 为 分 析

4	陈美玲	女	本科	学士	助教	高级互联网营销师	否	广告理论与实务、商务数据分析与应用
5	潘邦国	男	本科		副教授	高级互联网营销师	是	企业行为模型—沙盘推演与ERP应用
6	王丽惜	女	研究生	硕士	副教授	中级经济师	是	统计学基础
7	林钰金	女	研究生	硕士	讲师	无	否	经济学基础、
8	陈洁	女	本科	学士	无	互联网营销师（四级）	否	服务营销、商务礼仪与沟通
9	丘平	男	本科	学士	无	无	否	商业经济基础、智能客户服务实务
10	陈金丹	女	研究生	硕士	无	无	否	管理学原理
11	吴利前	男	研究生	硕士	无	无	否	市场营销、数字营销

2. 本专业兼职教师

表 13 专业兼职教师情况一览表

序号	姓名	性别	学历	学位	专业技术职务	职业资格	所在单位	拟任课程
1	吴志伟	男	本科	学士	无	高级	福州天宏创世科技有限公司	短视频与直播电商
2	陈冰瑜	女	本科	学士	无	中级	可观地产	品牌策划实训
3	陈艳	女	本科	学士	无	中级	福建榕垦信息有限公司	专业综合实训

4	杨景宏	男	本科	学士	无	无	厦门安踏电子商务有限公司	智能客服实训
5	郑碧文	女	本科	学士	无	中级	中商红翼福建分公司	短视频与直播电商

(二) 教学设施

1. 校内实训基地

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

市场营销专业实践教学主要通过建立相应的实习实训资源（包括校内和校外），以及制定相应的实践教学计划，制定实训基地管理规章制度等措施来保障实践教学的顺利实施。校内实训室主要通过建立市场营销软件的模拟实训室来进行，先后购买了市场营销相关软件、企业模拟经营沙盘软件。

表 14 校内实训设备情况一览表

序号	实验实训基地（室）名称	实验实训室功能（承担课程与实训实习项目）	面积、主要实验（训）设备名称及台套数要求	工位数（个）	对应课程
1	专业智慧教室	品牌策划与推广、市场营销、销售管理	102 平、智慧大屏、高清摄像头等	56	品牌策划与推广、市场营销
2	企业模拟经营沙盘室	企业模拟经营、ITMC 市场营销实训	110 平、沙盘	48	企业行为模型—沙盘推演与 ERP 应用、Itmc 市场营销技能
3	商务谈判实训室	商务礼仪与沟通	68 平、谈判桌	50	商务礼仪与沟通
4	财经商贸综合实训室（1）（2）	商务数据分析与应用、数据财务管理	200 平、计算机及桌椅 198 套	130	商务数据分析与应、数据财务管理
6	京东电商直播实训室	直播与短视频实训	80 平、直播灯、直播架等	15	网上开店实务
7	电商虚拟仿真实训室	智能客户服务、网上开店实训	200 平、计算机及桌椅 65 套	65	智能客户服务、网上开店实训
8	摄影实训室	商品图片拍摄、短视频制作	40 平、摄影灯、摄影商品台等	20	网上开店实务

2. 校外实训基地

市场营销专业与多家企业建立了校企合作关系，如众事达(福建)信息技术股份有限公司、厦门安踏电子商务有限公司、福州可观地产房屋中介公司、福建富民云咖信息科技有限公司、中商红翼科技(杭州)有限公司福建分公司等，学生期末实训、顶岗实习、毕业实习都可以到校企合作企业去，同时校企合作企业参与本专业的培养计划制定、课程体系构建，且可以派企业人员入校给学生上课、进行期末实训等，以做到产教融合。

表 15 校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	承担功能(实训实习项目)	工位数(个)
1	众事达(福建)信息技术股份有限公司	市场营销、客服	50
2	福建可观房地产经纪有限公司	市场营销、客服	30
3	厦门安踏电子商务有限公司	客服、网店运营	60
4	中商红翼科技(杭州)有限公司福建分公司	短视频带货、直播带货	50
5	富民云咖信息科技有限公司	短视频带货、直播带货	50

(三) 教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

1. 教材选择与建设

本专业教材应选用高职优秀教材，包括各类精品教材、规划教材等。同时鼓励专业老师、行业专家共同参与教材的选用的编撰。目前本专业有多位教师参与主编或编写高职教材。

2. 图书文献配备基本要求

应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，专业图书文献包括能反映市场营销专业教学和市场营销行业企业发展的新制度、新法规、新业务等的图书资料和电子杂志等。

3. 数字资源配备

本专业大部分职业基础课和职业技能课都已建立 moodle 教学平台或慕课平台，实行较为畅通的网络教学条件。课程资源主要包括：课程说明；课程教案及教学设计方案；授课课件(PPT)；教学案例和视频材料；实训操作指导手册；课程标准实训题库、案例库、习题集、录像、微课等互动性强的教学资料，教学形式实现了图、文、声、像并茂。扩大了课堂信息量，有效提高了教学质量；同时结合开放教育的相关网络课程教学资源进行整合使用；鼓励教师充分开发网络教学资源，利用媒体数据库：电子邮件；QQ 交流平台；BBS 讨论，增强学生学习的方便性。

(四) 校企合作

市场营销专业与多家企业建立了校企合作关系，如众事达(福建)信息技术股份有限公司、厦门安踏电子商务有限公司、福州可观地产房屋中介公司、福建富民云咖信息科

技有限公司、中商红翼科技（杭州）有限公司福建分公司等，学生期末实训、顶岗实习、毕业实习都可以到校企合作企业去，同时校企合作企业参与本专业的培养计划制定、课程体系构建，且可以派企业人员入校给学生上课、进行期末实训等，以做到产教融合。

序号	校外实训基地名称	承担功能（实训实习项目）
1	众事达（福建）信息技术股份有限公司	市场营销、客服
2	福建可观房地产经纪有限公司	市场营销、客服
3	厦门安踏电子商务有限公司	客服、网店运营
4	中商红翼科技（杭州）有限公司福建分公司	短视频带货、直播带货
5	富民云咖信息科技有限公司	短视频带货、直播带货

（五）教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

（六）教学评价

采用“过程与结果”并重的考核方式，设计“形成性评价”与“终结性评价”相结合的学习效果评价指标体系，评价内容包括学生的知识、技能与态度，以突出学生的职业精神、职业能力和素质的结合。考核实行百分制，其中：形成性评价占 30%；终结性评价占 70%。考核比重表如下：

表 1 教学评价表

名称	形成性评价 30 %			终结性评价 70 %		总分
	学生 自评	组内 互评	教师 评价	专业能力 笔试+实战	理论知识	
考核 比例	5%	10%	15%	40%	30%	100
考核 方式	考试；考查；实践					

按照评价指标体系的要求，对学生的学习过程进行过程评价和结果评价，突出阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价，具体评价标准考核如下：

1. 过程性考核主要包括：课堂出勤率，学习态度、课堂表现、团队合作、小组项目作业完成情况等，内容见表一所示。

2. 终结性考核主要包括：基本职业技能考核和理论考试两部分，内容见表所示。

表 2 教学评价分值表

过程性评价内容	分值	终结性评价内容	分值	总分
1. 课堂出勤率	5	1. 专业能力考核	40	45
2. 学习态度	5	2. 专业知识考试	30	35
3. 课题表现	5			5
4. 作业完成情况	10			10
5. 团队协作情况	5			5
小计	30		70	
合计				100

（七）质量管理

1. 健全教学管理与质量监控制度

制定一系列的教学管理规章制度及教学文件，如《教学检查制度》、《教师业务考核办法》、《听课制度》、《实验教学管理制度》等，让教学过程有章可依。坚持教学质量评估与督导检查工作的主要活动有：项目教学成果企业验收制度；教学例会制度；教学督导制度；课程评估；教师讲课比赛；教学观摩和评教评学活动；新生素质调查，毕业生质量跟踪调查等。

2. 加强教学质量监控

调整和优化教学质量监控组织，强化教学质量监控。对教案、授课、实验、作业批改、辅导答疑、命题阅卷教学见习、教学实习、社会实践等教学管理进行全程、全方位监控。通过问卷调查、座谈会、教学督导、学生考试成绩分析等多种渠道，了解教学工作信息，并将信息整理后反馈给有关单位、部门及相关个人，及时进行整改。

3. 建立完善的毕业生反馈制度

继续加强毕业生的跟踪，及时了解企业的反馈。开展毕业生质量跟踪调查的内容包括：毕业生在工作单位的思想品德表现和敬业精神；毕业生的工作态度、工作能力和创新能力；各专业教学计划与课程设置的适应性；毕业生对学校教学与管理工作的意见和建议；用人单位对学校办学的意见和建议；先进典型事例与材料；对社会的贡献等内容。

九、毕业要求

本专业学生必须至少满足以下基本条件方能毕业：

1. 修满 145.5 学分（其中：公共基础课程 50.5 学分，专业课程 95 学分）；
2. 修得学工处（团委）组织实施的第二课堂总分 \geq 18 分；
3. 获得一本及以上与本专业相关的职业资格证书（含“1+X”证书）或“行业上岗证”

表 16 市场营销专业相关职业资格证书

序号	职业资格（证书）名称	发 证 单 位	等级
1	1+X 数字营销应用技术	中教畅享（北京）科技有限公司	中级
2	互联网营销师	腾讯云计算（福州）有限责任公司	中级
3	1+X 网店运营推广	北京鸿科经纬科技有限公司	中级

市场营销专业调研报告

一、行业背景、企业岗位调研

（一）调研工作的安排情况

1. 调研时间：2023年5月

2. 调研范围：

（1）企业调研。重点调研相关企业运营方式变化（商业业态、分销系统发展、服务类型）；劳动组织变化（流水线、小组工作、岗位轮换、一人多岗等）等内容，重点研究上述两个方面变化提出的专业培养目标变化要求，以及岗位职业能力的变化情况。

（2）学校调研。现行市场营销专业教学计划的实施情况（专业教学计划的执行情况、存在问题、课程结构比例等）；学校生源状况；就业与升学情况（专业就业率、对口就业率，升入高一级学校的比例及对口率）。

（3）毕业生调研。重点调研市场营销专业毕业生对专业课程设置、职业技能训练等教学过程与效果的意见和建议。

3. 调研方法及情况：

本次调研采用全面调查和抽样调查相结合的方式，调查形式主要采用问卷调查表和访谈法相结合的方法，并根据实际情况结合电话访问、电子邮件、实地参观等调研方式。

通过这次的调研，目的是希望能够对今后会计人才的培养方面能够更加适应企业需求，在实务操作教学的过程中具有一定的针对性。

（二）行业背景、区域需求情况调研分析

随着我国市场经济环境的日益完善，市场营销已经渗透到各行各业，

人们对市场营销的认知也更深刻了，市场营销岗位需求增加。随着国家“一带一路”倡议的深入实施，国家出台了一系列支持福建省加快发展的意见、规划和方案，尤其是支持区域经济发展以及赋予自由贸易试验区、21世纪海上丝绸之路核心区等重大使命和任务，福建省发展迎来难得的历史机遇。根据福建省“十四五”规划纲要，福建省主动对接“互联网”，做大增量优化存量，积极推进服务型企业，抓好产业龙头推进计划，培育一批千亿元级产业集群、百亿元级品牌企业和十亿元级品牌产品，建成东部沿海先进制造业重要基地，打造福建产业升级版。在此背景下，福建省区域经济的发展需要大批具备营销能力、符合企业需求的市场营销人才。

（三）企业岗位调研分析

1. 公司急需营销人才的类型，就市场营销专业而言分为：

（1）战略型营销人才包括营销项目策划与规划人才，营销教学科研与培训人才。他们从事企业营销战略、发展方向的研究，具备敏锐的市场预测能力，能够深入分析市场营销宏观环境与微观环境，熟知企业、行业的营销活动全局以及各个流程、环节。

（2）管理型营销人才则是指掌握企业或行业的经营活动规律，能够胜任企业的经营管理各个方面的工作。具备良好的协调能力，既积累了一定的营销技能，同时具备与营销有关的其他方面的知识、经验、素质。

（3）应用型营销人才是在企业中从事具体营销工作，主要包括：市场调查、促销、推销等。社会与企业的发展对人才的需求是多层次的，而从高等教育教育的定位与特点来看，我们战略型、管理型人才正是我校市场营销专业的培养定位的基本方向，为了学生的可持续性发展以及满足个性

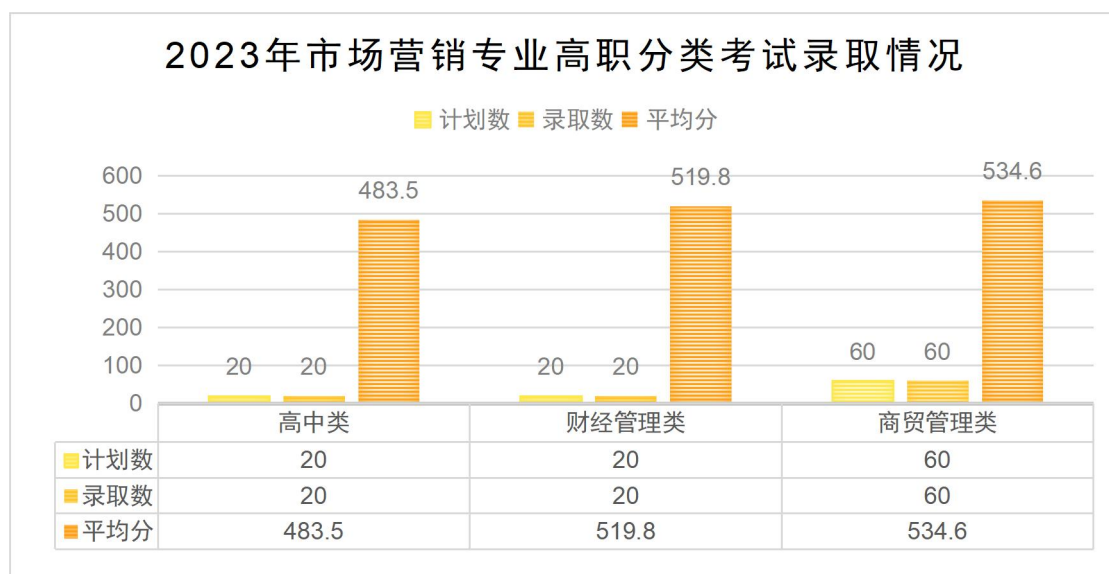
化需求，开设总多符合高级能力要求的课程。

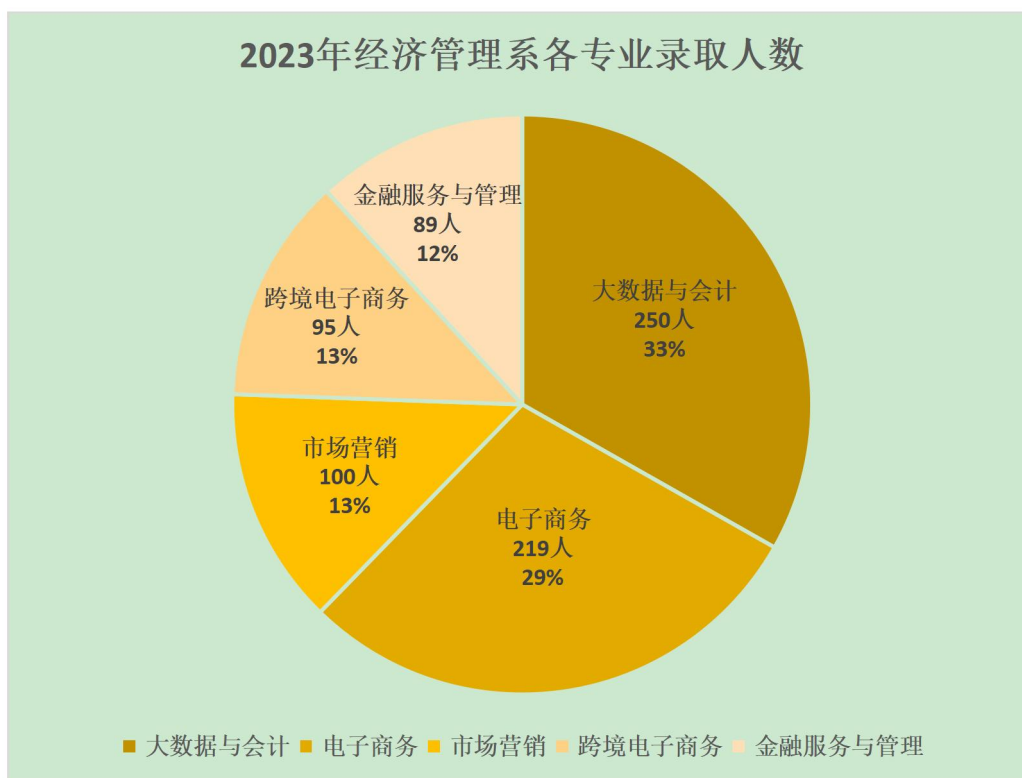
2. 专业岗位群既要求学生具备良好的专业技能，更需要优秀的职业素质。通过调研，我们了解到市场营销专业的岗位群覆盖企、事业单位及政府相关部门，具有非常广泛的就业领域。

我们对市场营销专业的岗位群做出如下描述：

- (1) 企业的销售部门的业务员或主管岗位；
- (2) 零售企业或批发企业的促销员、推销员等岗位；
- (3) 企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务等岗位；
- (4) 企业的营销策划、市场预测人员；
- (5) 各类咨询公司的相关岗位。

二、生源分析





通过对本校市场营销专业 2023 年招生比例情况、录取分数等生源基本情况进行对比分析，本专业生源中不同招生类别的学生录取分数存在较大差距，学生综合素质水平差异较大。

故在制定本专业人才培养方案时，需考虑对不同招生类别的学生采取针对性的培养模式，并选择性地培养学生的实践能力、创造能力、就业能力与创业能力，在强化市场营销专业技能的同时进行因人而异的引导和培养。

三、人才培养方案执行情况分析

（一）往届毕业生情况调研分析

针对往届毕业生情况，本次调研采取调查问卷的形式，对近 2 届市场营销专业毕业生发放问卷 50 份，收回 45 份，有效问卷 45 份。通过整理问卷中毕业生关于人才培养方案的有关意见或建议，得出以下分析结果：

往届毕业生总体就业情况良好，基本达到人才培养方案的培养目的，

其中参与调研的毕业生中就业率达到 91%，且 60% 的学生选择在毕业后进行学历提升。

综合调研结果分析，学生更希望接受多样化、工学结合的教学方式。当前时代学生的学习方式正逐渐成熟化、理性化，这迫切要求对原有的教学方式相应改变。“工学结合”的人才培养模式就是把整个学习过程分离为学校学习和企业工作交替进行的过程。对于学生而言，“工学交替”是完成了一个“实践——理论——实践”的循环上升过程，其目的是通过实践来修正自身的学习从而能够适应社会的需求，简言之就是“社会需要什么，就好好学什么”。

故在制定本专业人才培养方案时，需考虑更加创新的人才培养模式，使学生在深入实践中具备从事市场营销策划与管理工作的团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质和能力。

（二）在校生学习情况调研分析（分阶段目标执行情况）



针对在校生学习情况，本次调研采取调查问卷结合访谈的形式，举办小型访谈会一场，发放问卷 50 份，收回 50 份，有效问卷 49 份。通过整理问卷与访谈会信息，得出以下分析结果：

市场营销是一个广泛的领域，本专业课程体系主要包括市场营销、消

费者行为分析、销售管理、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务实务、服务营销等，按照人才培养体系分阶段展开教学。

根据调研情况分析，大部分市场营销专业在校生对课堂知识理解程度较好，能够达到实训效果要求，对课程难度接受程度高，基本能够实现分阶段培养目标。整体来看，仍存在部分学生对专业学习存在较大意见，在进行访谈后总结以下几点原因：

1. 学生自身能力素质问题，需要针对性辅导；
2. 学生自身对专业学习无兴趣；
3. 课程难度设置存在部分问题，需要依照学生学习进度进行调整。

（三）现有师资、实训等条件现状分析

1. 师资团队

本专业拥有一支素质优良、结构合理的教学团队。目前拥有专职教师 6 人，其中副高以上职称教师 3 人，占 50%；中级职称教师 3 人，占 50%。

“双师”型教师比例占 100%；教师队伍中老师普遍师德高尚、治学严谨，执教能力较强，教学效果好，满足人才培养要求。

2. 实训条件

市场营销专业相关课程均在多媒体教室和商贸实训室进行授课，教室配备投影仪、电脑及相关专业软件等，能较好满足现代化授课要求，为丰富课堂内容提供了保证。同时本专业充分利用校内商贸实训室进行营销策划和布展等实践，保障人才培养达到社会需求要求。

四、专业定位

（一）人才培养目标、面向岗位、规格

1. 培养目标

本专业培养思想政治合格，德智体美劳全面发展，适应福州区域经济发展需要、适应销售行业发展需要，培养具备良好的市场营销职业道德和素质，掌握现代市场营销理论与实务、销售管理、品牌推广与策划等知识和技术技能，培养面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、创业企业营销策划与执行等工作的市场营销专业的高素质复合型技术技能人才。

2. 面向岗位

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）	主要岗位类别或 技术领域 举例	职业资格或职 业技能等级证 书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	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)	产品经理 产品专员 公关经理 小微商业企业 创业者 市场推广 市场总监 项目经理	互联网营销师 网店运营推广 数字营销

3. 培养规格

要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	1. 具有正确的世界观、人生观、价值观。	坚决拥护中国共产党领导,树立新时代中国特色社会主义思想,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;崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪;具有社会责任感和参与意识。	《思想道德与法治》 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 《形势与政策》 《军事理论》 《军事技能》
	2. 具有良好的职业道德和职业素养。	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;具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神;具有较强的集体意识和团队合作精神,能够有效进行有效的人际沟通和协作,与社会、自然和谐共处;具有职业生涯规划意识。	《创新创业指导》 《就业指导》 《劳动教育》
	3. 具有良好的身心素质和人文素养。	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;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。	《体育》 《美育》 《大学生心理健康教育》 《院级公共选修课》
能力	1. 通用能力	具有口语和书面表达能力,熟练掌握一门外语(读、写、听、说、译)和电子计算机知识,并能初步运用外语和电子计算机等现代化手段从事国内与国际市场营销活动;具有一定的科学研究、解决实际问题的能力、信息技术应用能力、信息加工能力。	《大学英语》 《信息技术》 《经济应用数学》 《应用文写作》 《品牌策划与推广》 《数字营销》 《商务数据分析与应用》

			《大数据财务管理基础》
	2. 专业技术技能	了解本学科的理论前沿和发展动态,具有较强的创新精神和自我知识更新的能力;掌握市场调查、营销管理的定性、定量分析方法;具有较强的市场开发能力、推销谈判能力、销售服务能力、营销策划能力、网络营销能力、广告宣传和策划能力、应用计算机进行信息处理的能力;具有较强的公关协调能力、创新能力、策划能力和业务管理能力;具有较强的团结协作精神、社会活动能力和创业能力,毕业前通过学校制订的专业技能项目考核。	《消费者行为分析》 《智能客户服务实务》 《市场营销》 《数字营销》 《企业行为模型——沙盘推演与ERP应用》 《销售与管理》
知识	1. 公共基础知识	具有较强的外语和计算机能力;具备发现问题、分析问题、解决问题的判断和决策能力;具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力和组织协调能力;掌握文献检索、资料查询的基本方法。	《大学英语》 《信息技术》 《经济应用数学》 《应用文写作》
	2. 专业知识	掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识;熟悉我国有关市场的方针、政策与法规,了解市场的惯例和规则;了解消费者心理及其行为;了解商务谈判过程及相关礼仪。	《管理学基础》 《经济学基础市场营销》 《智能客户服务实务》 《服务营销》 《商务礼仪与沟通》

(二) 支撑人才培养目标的人才培养体系

市场营销专业的人才培养体系可以分为以下几个方面:

1. 理论知识与实践能力并重: 市场营销专业的学生需要学习市场营销的理论知识,同时也需要具备实践能力,例如市场调研、市场推广、品牌策划等。

2. 多元化的课程设置: 市场营销专业的课程设置包括市场营销基础知识、市场调研、市场推广、品牌策划、数字营销、社交媒体营销等多个方面。

3. 实践教学与实习：市场营销专业重视实践教学和实习环节。例如，学生可以参与校内活动的策划和推广，或者到企业实习。

4. 产学结合：市场营销专业需要与企业合作，将实际案例引入教学中，提高学生的实践能力。同时，企业也可以提供就业机会给市场营销专业的学生。

5. 团队合作与沟通能力：市场营销专业需要培养学生的团队合作和沟通能力，因为市场营销需要和多个部门合作，需要学生具备良好的沟通和协作能力。

（三）支撑人才培养目标的条件保障

1. 师资队伍

本专业拥有一支素质优良、结构合理的教学团队。目前拥有专职教师 6 人，其中副高以上职称教师 3 人，占 50%；中级职称教师 3 人，占 50%。

“双师”型教师比例占 100%；教师队伍中老师普遍师德高尚、治学严谨，执教能力较强，教学效果好，满足人才培养要求。

2. 实训条件

市场营销专业相关课程均在多媒体教室和商贸实训室进行授课，教室配备投影仪、电脑及相关专业软件等，能较好满足现代化授课要求，为丰富课堂内容提供了保证。同时本专业充分利用校内商贸实训室进行营销策划和布展等实践，保障人才培养达到社会需求要求。

附件 4：福州英华职业学院专业人才培养方案评审意见表

福州英华职业学院专业人才培养方案评审意见表

专业名称	市场营销		年 级	2023 级	
评审地点	线上		评审时间	2023 年 6 月	
会议主持	郑琳		会议记录	林璐洁	
参评成员					
姓 名	工作单位	从事专业	职 称	职 务	签 名
邱菱	福州外语外贸学院	市场营销	副教授		
周金铁	福建商学院	市场营销	副教授		
王衍宇	阳光学院	电子商务	副教授		
冯国春	福建比美特集团	市场营销	无	董事长	
陈垚鑫	福州比美特培训学校	市场营销	无	校长	
评 审 意 见					
	组 长： 年 月 日				

