

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、入学要求

应往届普通高中毕业生、“三校生”（职高、中专、技校毕业生）、退役士兵。

三、修业年限

三年

四、职业面向

所属专业 大类 (代码)	所属专业 门类 (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)	职业资格证书或 技能等级证书举例
财经商贸 大类 63	市场营销 类 (6307)	广告业 (725) 综合零售 (521) 市场管理服 务 (7223)	营销员 (4010201) 商品营业员 (4010203) 商务策划 专业人员 (2060703) 市场营销 专业人员 (2060702)	初始岗位群：推销员、 销售员、促销员、客户 代表、市场营销策划员、 公关员。 发展岗位群：市场营销 经理助理、销售代表、 销售主管、促销主管、 策划主管、高级营销员、 销售经理、门店店长、 市场督导专员、电子商 务专员、销售顾问。	高级营销员、 助理营销师、 助理商务策划师

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要的，德、智、体、美、劳全面发展，懂得市场经济，基础扎实，知识面广，适应流通领域第一线需要的从事营销策划、市场拓展以及销售管理等工作的高素质技术型人才，同时培养部分从事产品推销、客户服务

等工作的高素质技能型专门人才。

(二) 培养规格

市场营销专业人才培养规格经过几年的探索，形成下列基本思路：坚持德育首位，着力培养学生“诚信、敬业、守纪、实干、创优”的人格品质和职业风格，使学生既成才也成人，德才兼备；培养人文精神，塑造现代文明人，使学生“会生活、善审美、有品位”；夯实专业基本技能，努力提高学生“动手能力、实践能力”，使学生形成扎实基本功；提高专业理论素养，形成学生可持续发展能力；强化文学文化底蕴，打造学生创新思维能力；拓宽人才培养口径，让每个学生形成适当的职业迁移能力；培养和铸造高职特色，提高学生就业竞争力。

(1) 专业能力

掌握市场调查与预测、市场营销数据分析知识；市场营销理论与实务、网络营销、营销策划知识；推销与谈判技术、客户关系管理知识；销售渠道开发和终端管理；消费者行为学理论与实务知识；具备网络营销、营销策划知识。

(2) 社会能力

市场调研与规划能力；销售渠道开发和终端管理能力；数据分析与经营分析能力；市场营销策划、网络营销能力；客户关系管理能力。

(3) 可持续发展能力

具有良好职业道德；掌握各种现代营销理念；具备市场开拓、数据分析、商务谈判、营销策划和客户关系管理等市场营销相关工作的业务素质。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

(一) 公共基础课程

序号	课程名称	课程内容	课程目标	教学要求
1	思想道德修养与法律基础	本课程是一门以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，对大学生进行思想道德修养和法律基础知识教育的一门必修课程。	通过本课程的教学，帮助学生逐步形成高尚的道德情操，树立正确的世界观、人生观、价值观和法制观，增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，树立体现中华民族道德传统和时代精神的价值标准和行为规范，注重从自己做起，从小事做起，努力把自己培养成为有理想、有道德、有文化、有纪律的一代新人。	要保证思想政治理论课教师在课堂教学中始终坚持马克思主义立场观点方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚定不移维护党中央权威和集中统一领导。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以建设中国特色社会主义理论与实践为重点，着眼于马克思主义理论的应用，着眼于对实际问题的思考，着眼于新的实践和新的发展，是对大学生系统地进行思想政治教育的主渠道，是一门以马克思主义思想政治教育学科为依托的课程。	本课程对学生进行毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论成果的教育，帮助学生掌握马克思主义的基本立场、观点和方法，使学生更深刻、更全面地掌握本课程的基本原理和方法，培养他们解决实际问题的能力，提高他们的认识能力、实践能力和社会适应能力；使学生在认识社会中逐步认识自我，在了解国情、民情时明确自己的历史责任，牢固树立中国特色社会主义理想信念，增强他们为社会主义现代化建设勤奋学习的积极性。	要保证思想政治理论课教师在课堂教学中始终坚持马克思主义立场观点方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚定不移维护党中央权威和集中统一领导。
3	形势与政策	本课程是一门以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，以高校培养目标为依据，是高校思想政治理论系列课程中的一门必修课，是对学生进行形势与政策教育的主要渠道。	本课程主要对大学生进行形势与政策教育，帮助学生认清国际国内形势，了解党和国家重大方针政策。着重对大学生进行改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施的教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国的对外政策、原则立场教育。	要保证思想政治理论课教师在课堂教学中始终坚持马克思主义立场观点方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚定不移维护党中央权威和集中统一领导。
4	思想政治理论课综合实践	本课程主要围绕思政专题、国内形势的热点、焦点问题，并结合我校教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定，组织实施我校全校学生《思想政治理论课综合实践》课的教育教学工作。	本课程让学生了解社会、认识社会，增强大学生的社会责任感和历史使命感，在实践中学会做人、学会做事、懂得合作，亲身体验我国改革开放和社会主义现代化建设的伟大实践和成就，坚定大学生的社会主义信念，加深大学生对马克思主义理论基本内容、观点和方法的理解，深刻领会	要保证思想政治理论课教师在课堂教学中始终坚持马克思主义立场观点方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚定不移维护党中央权威和集中统一领导。

			马克思主义理论的精神实质，深刻认识马克思主义理论的指导意义并掌握社会调查的方式方法、数据分析、报告撰写等知识。	
5	国防教育与军事理论	本课程以国防教育为主线，主要讲授中国国防、军事思想、世界军事、军事高技术、高技术战争等。	通过教学，使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，促进学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实的基础的目的。	在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，坚定不移维护党中央权威和集中统一领导。
6	大学英语	本课程以英语语言基础知识、英语语言应用技能、和中西方跨文化交际为主要学习内容。	通过英语读、说、听、写、译的综合训练，使学生掌握必需的英语基础知识，具备一定的英语应用技能和跨文化交流能力，并为行业英语的学习奠定良好的基础。力求学生达到高校英语应用能力考试 A 级或 B 级水平。	教师要求： (1) 扎实的专业基础； (2) 掌握最新教学理论，采取高效的教學手段。
7	大学信息技术基础	本课程是学生基本计算机操作技能的基础课程。也是为后续课程和专业学习奠定坚实的计算机技能基础。课程具有很强的实践性，对于培养学生的实践能力、创新能力、分析和解决问题的能力都起到十分重要的作用。	通过课程学习，使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，熟练掌握计算机的基本操作，具有良好的信息收集、信息处理、信息呈现的能力。培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力；使学生初步具有应用计算机学习的能力，提升学生的信息素养，为其职业生涯发展和终身学习奠定基础。	教师要求： (1) 扎实的专业基础； (2) 掌握最新教学理论，采取高效的教學手段。
8	大学体育	本课程主要讲授体育理论知识、专项运动技术和技能、体育情感、体育精神、体育意识以及学生人格(心理、性格、社会化)教育等。	通过合理的体育教育和身体练习，使学生掌握科学的体育锻炼方法和一至二项运动技能，达到增强体质、增进健康和提高体育素养，养成终身体育锻炼习惯。	教师要求： (1) 扎实的专业基础； (2) 掌握最新教学理论，采取高效的教學手段。
9	职业生涯规划与就业指导	本课程主要讲授职业及职业心理、就业政策、就业形势、就业准备、求职面试技巧、职业适应、创业准备等。	通过本课程的学习，使学生了解就业政策与就业形势，转变就业观念，树立创业意识，掌握求职就业的基本程序，面试技巧等知识，能进行自我职业生涯设计，初步适应社会需求。	教师要求： (1) 扎实的专业基础； (2) 掌握最新教学理论，采取高效的教學手段。
10	经济数学	本课程是学生学习专业基础课以及相关的职业技术课程打下必要的数学基础，为这些课程提供必需的数学概念、理论、方法、运算技能和分析问	掌握比较熟练的运算能力，培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力、运算能力、空间想象能力以及综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力，全面提升职业核心能力。	教师要求： (1) 扎实的专业基础； (2) 掌握最新教学理论，采取高效的教學手段。

		题解决问题的素质能力。		
11	大学生心理健康教育	使学生正确认识心理健康的重要性,培养良好的心理素质、合作意识与和谐的人际关系,促进大学生健康成长,为当代大学生的健康、全面发展奠定良好的心理基础。	使学生能了解大学生心理健康知识和当代大学生心理健康的现状,掌握基本的心理调节方法,能正确认识自己的优、缺点,培养良好的自信心和乐观积极向上的生活态度,提高情绪自控能力和人际沟通能力,提升自身心理素质。	教师要求: (1) 扎实的专业基础; (2) 掌握最新教学理论,采取高效的教學手段。
12	创新创业基础	使学生认识创业者的基本素质,了解创业者动机及其对创业的影响,注重识别创业活动的理性因素。	认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性,辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法,熟悉新企业的开办流程与管理。	教师要求: (1) 扎实的专业基础; (2) 掌握最新教学理论,采取高效的教學手段。
13	大学语文	本课程主要教授古代诗词、古代散文、现代诗歌、现代散文、古今小说、应用文	通过本课程的学习,培养学生在语言、文字方面的能力,进而提高其文学鉴赏与文学审美水平,提高其人文素养。	教师要求: (1) 扎实的专业基础; (2) 掌握最新教学理论,采取高效的教學手段。
14	中华优秀传统文化	本课程主要内容是提升学生的爱国情怀、故园情怀、冰雪友情、璀璨爱情、山水之情、智慧人生、理性之光、感悟人生、文书写作	通过本课程的学习,培养学生在语言、文字方面的能力,进而提高其文学鉴赏与文学审美水平,提高其人文素养。	教师要求: (1) 扎实的专业基础; (2) 掌握最新教学理论,采取高效的教學手段。

(二) 专业(技能)课程

(1) 专业基础课

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	教学要求	学时
1	管理学基础	帮助学生初步掌握从事管理工作的基本理论、技术与方法,为后续课程学习打下基础;同时也为今后从事管理工作提供指导和参考。	1、课程介绍了管理的基础知识(管理、管理者及其管理系统、管理环境等); 2、管理思想及其最新进展; 3、研究管理的四大职能(计划、组织、领导、控制)的相应理论、实务与方法。	讲授法 案例教学 课堂讨论 线上教学 课后解疑	48
2	会计学基础	1、认知会计职业岗位的背景、特点和要求,产生对会计职业的兴趣; 2、票据辨别、原始单据审核等会计基本技能,能具备出纳员、收银员岗位的基本能力; 3、能正确应用会计的基本规范,能	1、会计概念、对象和要素; 2、会计前提、会计基础和会计核算要求; 3、会计科目和账户; 4、会计等式和借贷记账法; 5、企业主要经济活动的核算;	课堂讲授 案例讨论 课后辅导	48

		<p>说出会计的基本术语；</p> <p>4、能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法作会计基本业务处理；</p> <p>5、能根据案例资料有能力建账、记账、算账、更改错帐，能具备中小企业记账员岗位的基本能力；</p> <p>6、能理解会计的基本知识和关键的基本理论，具有继续学习会计专业主干课程的良好知识基础。</p>	<p>6、会计凭证和会计账簿；</p> <p>7、财产清查；</p> <p>8、财务会计报告；</p>		
3	电子商务概论	<p>本课程以理论和实际应用相结合，通过本课程的学习，了解电子商务的基本框架，掌握 B2B、B2C 电子商务的特点，掌握电子商务货币的基本知识，掌握电子商务安全控制的作用，掌握电子支付与物流的基本概念。对企业实施电子商务，建立商务网站能初步提出自己的观点。</p>	<p>通过本课程的学习，学生应能掌握“电子商务”、“EDI”、“Internet”、“电子商务的安全”、“电子支付工具”、“网上零售”、“网上银行”、“网上广告”、“网络营销”等基本概念、基本原理；了解电子商务在信息时代的重要地位、应用范围和发展前景、电子商务的基本框架、原理和关键技术；通过案例学习，了解电子商务在各行业的应用；在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关原理和方法，分析具体的电子商务实践中的具体问题，从而达到对电子商务整体的了解和认识。</p>	<p>课堂讲授 案例分析 课堂讨论 教学反思</p>	48
4	统计学基础	<p>学生可在掌握统计基本理论和技能的基础上，达到学以致用目的，为未来学习其他相关专业课程、分析经济问题、从事相关工作，奠定数量分析的基础。</p>	<p>统计设计与调查、统计整理、总量指标与相对指标、平均指标与变异指标、动态数列、统计指数、抽样调查等</p>	<p>讲授法 习题讲解 课堂讨论</p>	48
5	经济学基础	<p>通过学习该课程，掌握微观经济学的基本研究方法，基本理论，原理，定律等，并能运用相关知识分析基本经济问题。</p>	<p>需求理论、供给理论、弹性理论，消费者行为理论、生产理论、市场结构理论、国民收入决定论等</p>	<p>讲授法 习题讲解 课堂练习</p>	48 d
6	计算机网络技术及应用	<p>1、掌握计算机网络技术的基本概念和基本工作原理</p> <p>2、熟悉各种网络应用技术，并学会处理简单的网络故障</p> <p>3、了解网络新技术、新成果</p>	<p>1、计算机网络的发展过程</p> <p>2、数据通信基础知识</p> <p>3、网络操作系统与网络数据库</p> <p>4、各种常用的网络管理软件和测试方法</p> <p>5、局域网的组网与简单故障检修</p>	<p>课堂讲授 案例教学 交流讨论 实践操作 等级考试 备战</p>	48

(2) 专业（技能）课

序号	课程名称	课程目标	课程主要内容	教学要求	学时
1	市场营销学	<p>通过对本课程的学习,使学生全面系统地掌握现代市场营销学的基本理论和知识,认识市场营销的重要地位和作用。</p> <p>培养学生具有分析市场购买行为,研究市场环境变化的能力,并掌握市场调研、市场分析、市场细分、市场定位,市场营销4P、4C组合策略、客户服务等专业技能,为后续职业技术课程的学习打下基础。</p>	1、市场营销概述; 2、市场营销环境分析; 3、消费者心理与行为分析; 4、市场细分战略; 5、产品策略; 6、定价策略; 7、渠道策略; 5、促销策略等	课堂讲授; 案例讨论; 情境教学; 泛雅线上教学; 过程性考核	48
2	市场调研与预测	<p>通过本课程的学习,使学生认识市场调查的基本理论与知识,明确市场调查与预测在企业经营管理中的地位和作用。</p> <p>通过开展市场调查活动,形成市场调查报告,以培养学生深入实际研究问题,进行市场调查分析、研究、解决问题的能力,为学生今后走上工作岗位从事实际管理工作打下基础。</p>	1、市场调查概述 2、市场调查的基本方法 3、市场调查的基本技术 4、市场调查方案的确定 5、市场调查资料的处理 6、市场调查报告的撰写 7、市场预测概述 8、市场预测的方法	课堂讲授; 案例讨论; 泛雅线上教学; 校外市场调查; 课堂演讲; 过程性考核	32
3	广告学与营销策划	<p>通过课程学习,使学生理解广告营销策划的基本理论、流程;掌握广告市场调查与分析;营销推广策划等。使学生能够根据企业市场营销活动的流程,最终独立完成广告营销策划方案,为学生未来成长为企业高级营销管理人员打基础。</p>	1、广告语营销策划概述 2、广告策划流程 3、广告媒体整合 4、广告市场调查与分析 5、广告定位与主题分析 6、创意训练与广告表现 7、广告预算与广告媒体运用 8、广告效果测评	课堂讲授; 案例教学; 情境教学; 泛雅线上教学; 课堂讨论 过程性考核	48
4	现代推销技术	<p>通过课程的学习使学理解现代推销的基本理论,树立正确的现代推销理念;熟悉现代推销工作流程,熟练掌握并灵活运用现代推销各环节的技巧、方法,了解现代推销管理及推销人员的职责、素质、能力。把学到的正确理念、技巧和方法运用到将来的推销工作实践,成为一名合格的营销人员。</p>	1、推销准备 2、寻找顾客 3、推销接近 4、推销洽谈 5、推销管理	课堂讲授; 课堂演示; 情境教学; 课外推销实战; 泛雅线上教学; 过程性考核	48
5	连锁经营管理	<p>通过课堂、市场和企业三个窗口的学习和实践使学生树立现代连锁经营的理念,掌握连锁企业经营管理的基本理论和主</p>	1、连锁经营原理(基本特征、基本类型、主要业态等) 2、连锁经营管理技术(商品采购技术、物流管理技术、	课堂讲授; 案例讨论; 泛雅线上教学;	32

		要技能；以总部、门店、物流配送三大组织机构的职能作为学习切入点，使学生掌握连锁经营管理技术，同时提高学生客户服务能力，培养连锁企业需要的高级应用性技能人才。	信息管理技术三大核心技术)	校企合作企业参访学习； 课堂演讲； 过程性考核	
6	商务谈判与商务礼仪	<p>通过系统讲授商务谈判的基本知识、基本方法和基本技巧，尤其是商务谈判各阶段的策略和技巧的内容和应用要求，让学生全面、正确了解商务谈判活动中的一般程序和内容，正确掌握各谈判过程中灵活运用各种策略和技巧以获得更高的谈判利益的能力，提高学生的实际问题的分析和解决能力，以及提高学生的商务谈判综合素质。</p> <p>通过商务礼仪课程学习，培养学生的礼仪意识，提高礼仪修养，了解和掌握人与人沟通的过程、手段、方法和技巧，从而打造自身良好的个人形象。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、商务谈判基本概述 2、商务礼仪基本概述 3、商务谈判过程基本策略 4、商务谈判技巧 5、商务谈判沟通 6、商务礼仪学习与实操 	课堂讲授； 案例讨论； 泛雅线上教学； 角色扮演； 模拟谈判实操； 过程性考核	48
7	市场营销教学模拟实训	<p>该课程是市场营销学的实践表现形式，要求学生通过课程的学习，掌握企业进行营销活动的完整流程。让学生通过市场调查、市场细分、SWOT 分析，产品研发及包装、价格、推销、渠道等策略的运用，对企业的营销活动有完整的认识，并通过该实践激发学生的动手能力和创新能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、成立公司 2、市场环境分析（SWOT 分析） 3、市场调查与预测 4、市场细分 5、4P 营销组合策略 6、成本与收益核算 	课堂讲授； 因纳特 V4.0 模拟实操； 小组间竞赛； 竞赛考核	32
8	市场营销案例分析	<p>本课程的主要目标是通过案例的分析形式使学生建立市场营销观念及掌握基本分析问题的方法。</p> <p>理解和掌握市场营销环境分析与运筹，消费者购买行为的分析，市场进行调查和预测，目标市场的决策和营销策略应用。提高学生分析问题，解决问题的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、市场营销观念案例分析 2、市场调查与预测案例分析 3、市场环境分析案例分析 4、市场细分与定位案例分析 5、消费者购买行为案例分析 6、4P 营销组合策略案例分析 7、新媒体营销案例分析 8、客户服务案例分析 	课堂讲授； 视频等案例分析； 课堂讨论 过程性考核	32

(3) 集中性教学实践

市场营销专业集中性教学实践安排表

时间安排	实践名称	实践内容	备注
第一学期	1. 行业/企业的调查	行业/企业的发展背景、历程及发展动态，在现代市场营销大环境下对其发展情况进行跟踪。	
	2. 市场营销岗位调查	市场营销专业未来职业岗位跟踪调查	
第二学期	1、推销实战	结合线上线下现代推销媒介，以销售创新和销售竞赛为考核主要指标，进行实战销售活动。	
第三学期	1、市场调查	利用现代市场调查方式与技术进行以某一主题为切入点的校外市场调查活动。	
	2. 校企合作企业参访学习	进入永辉超市、新华都超市等连锁企业做认知性参访学习、企业主题式讲座学习、企业实际运营参访学习。	
	3. 市场营销教学模拟实训	因纳特 V4.0 市场营销教学模拟实训	
	4. 营销策划书撰写	以某一企业为切入点，设计营销推广策划书，并进行策划书的报告。	
第四学期	1. 模拟商务谈判	借助商务谈判实训室，以小组形式进行商务谈判情境谈判演练，包括谈判准备—谈判开局—谈判进行、谈判结束等，并以竞赛为考核方式。	
	2. 商务礼仪情景模拟	课堂进行不同类型商务场合的商务礼仪情景模拟。	
第五学期	毕业论文（设计）	市场营销毕业论文撰写 或 市场调查与报告撰写 或 商业计划书（营销策划书）撰写	
第六学期	企业实习或创业	由学院组织或学生自己选择相关行业/企业实习或创业	

七、教学进程总体安排

(一) 教学计划进程表

市场营销专业 2019 级教学计划进程表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	学分	学时			开课学期与周学时						考核类型		
					计划	理论	实践	一		二		三		考试学 期	考查学 期	
								1	2	3	4	5	6			
公共基础课	必修	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	48	48	0		3						2	
		2	思想道德修养与法律基础	3	48	48	0	3							1	
		3	经济数学	5	80	80		3	2							1~2
		4	大学英语	6	96	96		4	2							1~2
		5	大学信息技术基础	3	48	24	24	3								1
		6	大学体育	6	108	12	96	2	2	2					1~3	
		7	职业生涯规划与就业指导	2	32	24	8	第 1 学期职业生涯规划							1、4	
								第 4 学期就业指导								
		8	创新创业基础	2	32	16	16	第 2 学期创新教育							2、4	
								第 4 学期创业基础								
		9	大学生心理健康教育	2	32	28	4	第 1~4 学期							1~4	
		10	形势与政策	1	32	32		每学期 8 学时							1~6	
		11	国防教育与军事理论	2	36	36		第 1~4 学期							3~6	
12	入学教育与军训	2	56		56	2W								1		
13	思想政治理论课综合实践	1	28		28		1W							2		
			小 计	38	676	444	232	15	9	2						
公共基础课	选修	1	语言文学类	2	32	32										
		2	体育艺术类	2	32	32										
		3	人文社科类	2	32	32										
		4	自然科学类	2	32	32										
		5	大学语文（限选）	2	32	32			2						2	
		6	中华优秀传统文化（限选）	2	32	16	16	第 1~2 学期							1~2	
					小 计	8	128	112	16		2					
专业基础课	必修	1	管理学基础	3	48	40	8	3						1		
		2	会计学基础	3	48	40	8	3						1		
		3	经济学基础	3	48	44	4				3			4		

		4	统计学基础	3	48	44	4			3				3	
		5	经济法概论	2	32	28	4			2					4
		6	计算机网络技术与应用	3	48	20	28		3					2	
		7	专业英语	4	64	48	16			2	2				3, 4
		小计		21	336	264	72	6	3	5	7				
专业 课	必修	1	市场营销学*	3	48	40	8	3							1
		2	消费者行为学	2	32	24	8		2						2
		3	市场调研与预测*	2	32	24	8			2					3
		4	广告学与营销策划*	3	48	36	12			3					3
		5	现代推销技术*	3	48	36	12		3						3
		6	国际贸易实务	3	48	36	12				3			4	
		7	商务谈判与商务礼仪	3	48	36	12				3				4
		8	连锁经营管理*	2	32	24	8			2				3	
		9	网络整合营销	3	48	36	12				3				3
		10	移动互联网营销	3	48	36	12					3			4
		小计		27	432	328	104	3	5	10	9				
		选修	1	电子商务概论	3	48	40	8		3				2	
	2		物流管理概论	3	48	40	8			3			3		
	3		税法	2	32	26	6				2			4	
	4		人力资源管理	2	32	26	6				2			4	
	5		营销战略管理	2	32	26	6				2			4	
	6		市场营销案例分析	2	32	10	22				2			4	
	7		市场营销教学模拟实训	3	48	10	38				3			3	
		小计		17	272	178	94		3	6	8				
专业 拓展 课	选修 (1)	1	分销渠道管理	1.5	24	6	18				4			5	
		2	客户关系管理	1.5	24	6	18				4			5	
		3	企业定价	1.5	24	6	18				4			5	
		4	品牌管理	1.5	24	6	18				4			5	
		小计		6	96	24	72				16				
	选修 (2)	1	跟岗实训	6	96	24	72					16			
		小计		6	96	24	72					16			
	集中 性 实践 教学	必修	1	职场体验	2	56		56			2周				
2			毕业论文（设计）	6	168		168					6周			3
3			顶岗实习	8	540		540						20周		4
小计			16	764		764			2周		6周	20周			
合计				133	2704	1350	1354	24	22	23	24	16			

（二）素质教育活动

为落实“育人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的要求，将素质教育贯穿于教学活动全过程，素质教育不低于 8 学分，分布于学生在校学习期间。

素质教育活动内容

序号	项目	学分	考核内容与方式	组织部门
1	*《大学生手册》测试	1	建立题库，各班级组织学习、测试（手机 APP 随机抽题测试）	各书院
2	*早起床早锻炼	2	第 1~2 学期达标各计 1 分（备注第 3-4 学期按体育成绩）	学工处
3	假期社会实践	2	参加学院/书院/团委组织的假期社会实践、社会调查（一年级或二年级暑假），提供社会实践或调查报告，且考核合格，计 2 分；	书院、学院、校团委
4	勤工俭学	2	学工处（资助中心）开具的勤工俭学证明及用人单位工作鉴定。（不低于 6 个月工作时间，可累计）	学工处
5	志愿者服务	1	在校期间累计达 50 个小时计 1 分（提供“志愿汇 APP”服务记录证明）	校团委
6	文体活动比赛（不含学生干部、志愿者、国励等奖项）	2	获得校级奖计 0.5 分；校级以上奖计 1 分；省级及以上 2 分（提供获奖证书）	校团委、书院
7	学生社团活动	1	至少参加四次社团组织的活动（提供参加社团申请表、活动记录表），社团考核合格。	校团委
8	团队建设活动	1	参加各书院组织的学生干部团队建设活动、素质拓展活动等，取得结业证书。	书院团总支
9	*素质教育活动	2	每学期完成 3 次由各部门/单位组织的《素质教育活动》即可以获得 1 分，每学期最多 1 分。	通识教育学院、书院、校团委
10	参加党课学习	1	提供党校学习结业证书。	党政办
11	技能竞赛	2	参加校内比赛每个项目获奖计 1 分，参加市级以上比赛获奖计 2 分。	教务处 各学院
12	体育竞赛	3	厦门国际马拉松跑完全程计 3 分 省级以上获奖计 3 分，市级获奖计 2 分，校级前 3 名计 1 分（提供获奖证书）	体育部 校团委 书院

注：*为必修内容

（三）就业与创业能力培养

将创业教育课程纳入专业课程体系中。通过直接体验、创业模拟、商业实战等方式，传授创业知识和培养创新能力。以职业技能竞赛为载体，开发系列竞赛技能递进实践课程，培养学生的创新创业能力。创新与创业教育学分不低于 8 学分

就业与创业能力培养

序号	项目	考核内容与方式	组织部门
1	*职业生涯规划与就业指导	提供课程成绩单	通识教育学院
2	*创新创业基础	提供课程成绩单	
3	*市场营销专业创新试点课程	提供课程成绩单	各学院
4	“双创教学资源库”学习	提供系统学习情况	各学院
5	企业参观体验活动	参观本专业主要校外实训基地 2 个以上	所在学院
6	大学生创业培训	出具主办方提供的培训证明（创业孵化班、创业培训计划等）	三创学院/ 就业指导中心
7	创新创业实践活动	1. 进驻学校众创空间项目孵化 2. 参加由各院系或三创学院组织的创新创业实践活动（一带一路、理工地球村、创业实验班、职场体验等）	三创学院/ 各学院
8	大学生科研创新项目	专利、论文、科研成果等	各学院
9	创新创业类比赛	国家级获奖计 4 分；省级获奖计 3 分； 校级获奖计 2 分；参赛作品计 1 分。（详见推荐比赛清单）	三创学院/ 各学院

注：*为必修内容

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（1）师资队伍

经过建设与发展，该专业拥有了一支团结、奉献、业务水平较高、全部具有双师

素质、结构合理的师资队伍。本专业现有专职教师 9 人，其中具有硕士及其以上学历 9 人（占 100%）、高级职称 4 人（占 45%）、中级职称 3 人，初级职称 1 人，另外校外企业导师 4 人。多年来该专业一直注重加强对现有教师实践能力的培养，鼓励教师考取所教学科相应的技术资格证书，现已有 9 名专业教师获得了双师证书，双师素质占专业教师比例达到 100%；鼓励教师利用寒暑假时间下企业参加顶岗学习；鼓励教师承接社会服务项目。市场营销专业师资团队，多人获得各类教学和科研项目，有一定的教学相关科研水平。对专兼职教师的数量、结构、素质等也提出有关要求。

（2）教学设施

1) 3 个综合模拟实验室：市场营销教学模拟技能实训室，旨在促进学生掌握企业营销活动的基本流程与运营管理；商务谈判实训室，满足学生商务谈判模拟实训的校内固定场地；安踏客服在校工作室，服务于企业双十一等电商节假日营销需求。每个实训室可以同时满足至少 50 名同学参与实验实训。

2) 课程实训软件：因纳特市场营销教学 V4.0 模拟实训软件，满足学生掌握企业营销运营管理的基本活动过程。

3) 顶岗实习：拥有超过 7 个比较稳定的校外实习实训基地，每个实训基地每年可以接受至少 20 名学生完成 6 个月的顶岗实训任务，满足区域经济发展需要，服务地方产业。

市场营销专业校外实训基地规划表

校企合作企业	地点	实训岗位
泉州新华都购物广场有限公司	泉州	营运储备干部
福建省永辉超市股份有限公司	晋江、惠安、漳州	营运储备干部
泉州森术家具有限公司	晋江	销售代表
人保财险厦门分公司兴隆支公司	厦门	车险客户经理
福建省金鹿日化股份有限公司	泉州	营销储备干部
福建风光置业有限公司	晋江	销售代表
晋江裕福集团有限公司	晋江	销售代表

（3）教学资源

1) 教材选用

优先选用近三年基于工作过程，“教、学、做合一”的教育部高职高专教育规划教材，选用比例高达 90%以上；实验（实训）课程采用实训软件平台、校企合作实训教材。

2) 图书文献配备

①有满足需要的图书和报刊。校图书馆作为晋江市图书馆的分馆，全年 365 天天开放，馆藏图书百万册（含电子资源），其中与本专业相关的经济类、管理类图书书目众多；报刊种类数百种，其中有很多与本专业相关的财会类、经济类、管理类 etc 报刊。

②有种类齐全、数量充足、内容广泛的专业技术资料和国家、行业颁布的相关标准供教学使用。

③有种类齐全、内容丰富、使用便捷、更新及时的数字化图书馆。

3) 数字资源配备

为了让我们的学生能提高学习兴趣，我教研室借鉴国家级教学数字资源库（移动商务资源库）的相关材料，借鉴泛雅资源库教学平台的相关材料。资源库不仅有利于教学，同时也能增强学生的学习兴趣，使得我们开发一条特色化教学道路，通过资源库的建设激发学生自主学习的能力，也有利于生动形象资源的优化共享，对教学有很大的帮助。

(4) 教学方法

1) 先进的培养理念和模式。以对接地方产业，服务区域经济发展为切入点，树立系统培养、“理实纵深一体化”共发展的理念，采用“校企合作、产教学结合、订单班共育”的人才培养模式，以实现校企“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”的目的，为职业本科的发展奠定基础。

2) 教学方法和手段灵活多样。根据职业教育特点和规律，结合课程内容特点和教学目标，以学生为中心，根据学生特点，灵活采用基于工作过程的现场教学、案例教

学、项目导向教学、探究式教学、任务驱动教学等教学方法；教学方法和手段符合“教、学、做合一”的原则，提倡“理实纵深一体化”教学；充分利用网络学习资源和现代教育技术，创新教学手段与方法。

3) 教学组织形式灵活多样。根据教学内容、特点、要求和目的，采取个体与分组相结合、校内与校外相结合、多媒体教室与实训教室相结合等灵活多样的教学组织形式。

(5) 学习评价

1) 考核形式多样化。逐步推广“知识+技能+企业评价”的过程性考核方式，根据考试科目和内容不同，科学确定考核形式，理论性知识和部分能力课程用笔试+课堂汇报的形式考核，如管理学、市场营销学、经济法基础、广告学与营销策划等课程；需要动手操作的实践技能考核则要在校内实训室、校外合作企业岗位上进行考核，如商务谈判与商务礼仪、市场调查与预测、连锁经营管理、现代推销技术等。

2) 考核方式灵活。根据考核内容和条件，灵活采用闭卷、开卷、笔试、汇报、操作和演示等方式进行考核。

3) 考核内容职业化。根据课程目标不同，考核内容重点突出职业知识、职业能力、专业能力和综合素质。职业素质类课程侧重考核职业能力、职业知识和职业素质，如现代推销技术、商务谈判与商务礼仪、连锁经营管理等；专业核心课程和能力训练课侧重考核专业能力、专业知识和专业素质，如市场营销学、广告学与营销策划、消费者行为学等。

4) 建立题库，试题来源多元化。教师根据课程知识内容与企业实际需要，将职业标准纳入考试范围，实行“教、学、考、用”统一的教学模式。

5) 企业导师评价。结合课程目标与学生岗位职业技能表现，企业导师以等级（优、良、中等、及格、不合格）评定的方式给予学生相应的考核评定及指导意见。

(6) 质量管理

1) 建立健全校、院（二级）、教研室三级的质量保障体系。以保障和提高教学质

量为目标，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、设置教学竞赛项目、教研室教学研讨等自主保障人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

2) 校、院（二级）、教研室三级督导通过课堂听课、学生座谈、评教活动和专项检查等方式，主要职责是检测常态教学条件下在校学生的学习效果、校内实训和校外实习及教师的教学情况，监控教学落实情况。同时各二级学院定期会进行内部质量保障体系诊断与改进工作，各教研室对近期工作进行诊断与改进工作汇报。

3) 通过学校内部的自动反馈机制，教务处进行日常教学管理规范设计与修订、教学质量评价、就业质量评价、人才培养规格的制定等。教务处每学期进行在校生的教师教学质量评价活动，并反馈二级学院；同时评价学生的听课状态、技能学习及学习效果；为了了解毕业生的就业能力和就业状态，招就办邀请麦可思等第三方机构进行对应届毕业生就业质量、往届毕业生的用人满意度、可持续发展能力等内容的控制与评价，检验人才培养目标的实现，并作为进一步调整专业结构、专业发展方向及专业定位的依据。

九、毕业要求

学生思想品德符合要求，修完本专业计划规定的全部课程，完成各教育教学环节，考核成绩合格，修满课程 133 个学分和素质学分 8 个、就业创业能力学分 4 个，通过高等学校英语应用能力 B 级，获得国家计算机等级考试一级证书和一个以上相关职业资格证书，独立完成一个市场调研或营销策划毕业设计并符合要求，准予毕业。

十. 附录

(一) 各学期课程门数与周学时汇总表

各学期课程门数与周学时汇总表

类 别		第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
		门数	周学时	门数	周学时	门数	周学时	门数	周学时	门数	周学时	门数	周学时
公共基础课	必修	9	15	8	9	2	2	3					
	选修	4		2	2								
专业基础课	必修	2	6	1	3	2	5	3	7				
	选修												
专业课	必修	1	3	2	5	4	10	3	9				
	选修			1	3	2	6	4	8				
专业拓展课	选修(1)									4	16		
	选修(2)									1	16		
集中性实践环节	必修		1周				2周				6周		20周
	选修												
合计		16	24	14	22	10	23	13	24	5	16		

(二) 学时学分分配表

学时与学分分配表

类 别		课程门数	计划学时	占总学时比例	学分	占总学分比例
公共基础课	必修	13	676	5.00%	38	26.21%
	选修	4	128	4.73%	8	5.52%
专业基础课	必修	7	336	12.43%	21	14.48%
	选修					
专业课	必修	10	432	15.98%	27	18.62%
	选修	7	272	10.06%	17	11.72%
专业拓展课	选修	5	96	3.55%	6	4.14%
集中性实践环节	必修	3	764	28.25%	16	11.03%
	选修					
素质教育活动					8	5.52%
就业创业能力					4	2.76%
合计		49	2704	100%	145	100%