



福建省莆田華僑職業中專學校
Fujian Putian Huaqiao Vocational Secondary School



市場營銷專業人才培養方案

適用年級：2021 級

修訂時間：2022 年 5 月

莆田侨职 2021 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销(730602)

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3 年

四、职业面向

主要面向房地产公司、金融理财公司、珠宝公司、教育培训公司、制造类公司、医疗企业、餐饮企业、电商企业以及具有市场营销部门或市场营销岗位的企事业单位。

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书举例	专业（技能）方	继续学习专业（高职、本科）
1	市场推广员	初级推销员（五级）	市场推广	市场营销
2	销售代表	中级推销员（四级）	商品销售	电子商务
3	客服服务员	助理营销师（三级/高级推销员）	客户服务	物流管理
4	营销策划师	营销师（二级/技师）	公共关系专业管理人员	汽车营销与服务
5	店面管理人员	高级营销师（一级/高级技师）	客户管理等营销活动	连锁经营管理
6	公关策划人员	营销师	销售促进	物流管理
7	调查员		市场开拓	移动商务

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应社会主义市场经济建设需要，服务莆田地方经济建设，面向房地产公司、金融理财公司、珠宝公司、教育培训公司、

制造类公司、医疗企业、餐饮企业、电商企业等企事业单位的宣传、销售代表、市场专业等岗位，从事店面管理、营销策划、市场推广、市场调查员等工作，具有良好的职业道德和素养，掌握必要的文化基础知识、能够胜任市场终端维护、产品销售、渠道管理、客户维护等工作的销售代表和营销主管，在市场、销售、服务和管理一线工作的高素质劳动者的复合型技术技能型人才。

（二）培养规格 素质 知识能力

1. 职业素质

- ①具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- ②培养学生在诚实正直、自尊自信的基本品性素质。
- ③知礼仪，守诚信，有责任意识。
- ④培养学生的自然的言谈举止、坦然的心态、让人喜欢与赢得尊重的交往素质。

⑤能够廉洁自律，坚持公平交易的营销工作原则。

⑥培养学生的洞察力、应变思维、创造性意识等素质。

⑦ 具有团队合作精神和良好的人际沟通能力。

⑧良好的心理素质和克服困难的能力及坚韧不拔的毅力。

2. 专业知识和技能

（1）基础知识

- ①了解市场营销职业，了解营销理念。
- ②能够根据采购计划进行订单跟踪，完成采购任务。③能够进行商品的保管、调配与出入库操作。
- ④能够根据经营需要，熟练进行商品的陈列与维护。
- ⑤了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中心理决策过程的差异。
- ⑥能够进行基本的会计记账、报表工作。
- ⑦具备较强的商务谈判能力，善于排除客户异议，能够对客户进行信息跟踪，促成交易。
- ⑧了解网络营销的环境、战略、计划与渠道策略，能够利用网络进行市场营销实务操作。

⑨能够运用基本的促销方法进行活动组织和实施促销计划。

⑩能够根据公司现场管理标准，完成卖场标准化工作。

3. 专业（技能）方向

专业(技能)方向一-市场推广方向

① 够根据调查方案执行市场调查。

② 够对调查问卷进行数据录入、统计和进行一定的数据分析

③了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客确定。

④够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动。

专业(技能)方向一-客户服务方向

①能够根据不同商品的不同系列进行区域内的陈列与展示，并能根据促销主题、销售主题等，及时调整商品展示。

②能够根据客户需要进行商品推销，完成商品售前、售中和售后服务工作。

③能够运用各种推销模式和谈判技巧，进行顾客异议处理并促成交易。

④能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活动。

六、课程设置及要求

通过职业岗位能力分析，总结出岗位工作任务所需要掌握的技能要求来设置对应的课程，构建基于工作过程（任务）的课程体系。

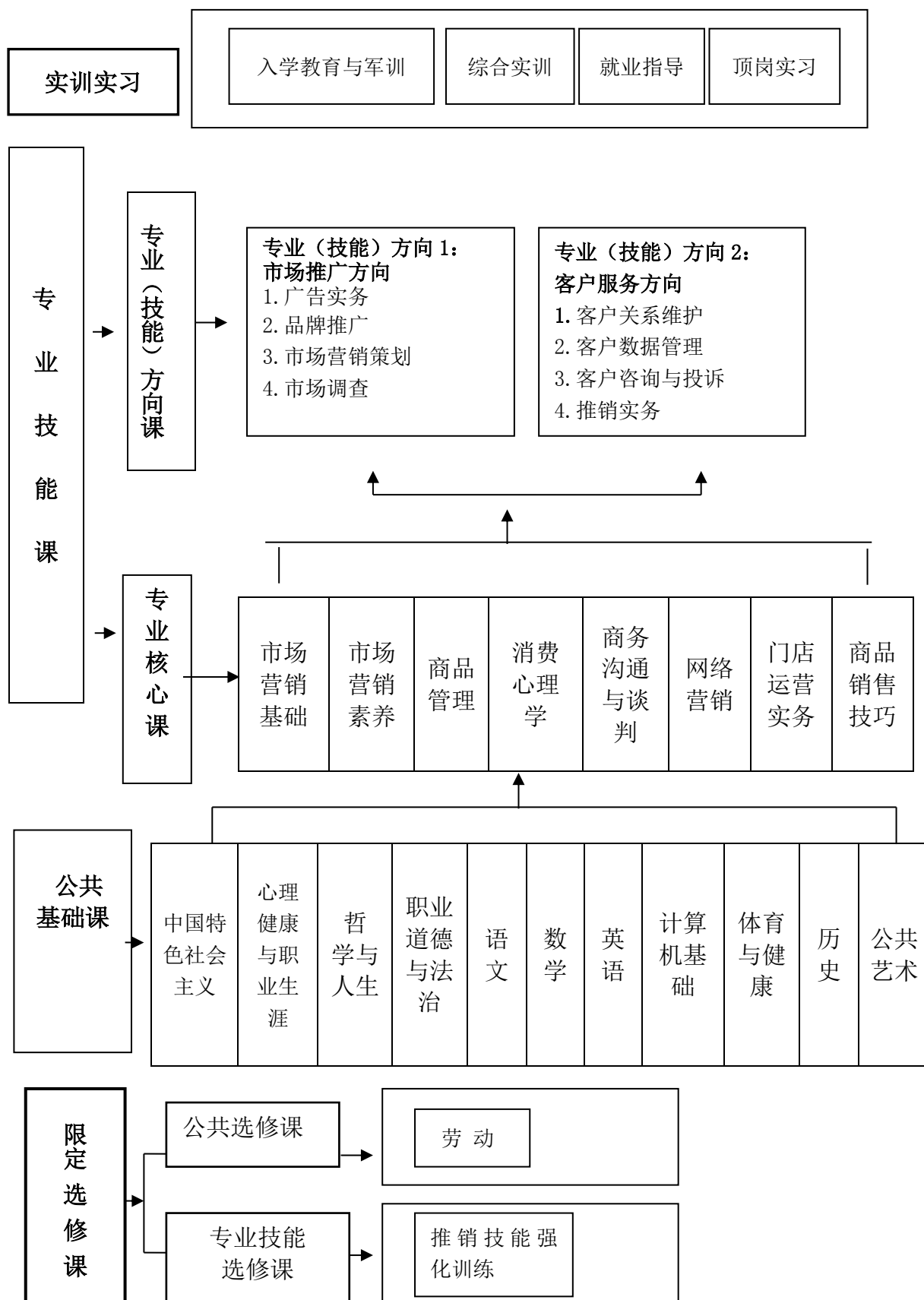
本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

公共基础课包括思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、公共艺术、劳动教育等公共基础必修课和选修课。

专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

设置的基本方法为：公共基础课程按照国家统一要求设置；专业核心课程设置将本专业的工作任务归并成具体的知识或技能，设置成相应的课程；专业方向课程基本上依据工作任务设置，依据相关性和同级性原则，对工作任务进行合理归并或拆解，形成具体课程内容。选修课根据本地区及学校实际情况开设。

本专业课程结构图如下：



(一) 公共基础课程

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	思想政治	通过对《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本（高中）》、职业生涯规划、职业道德与法律、经济政治与社会、哲学与人生等知识的学习，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，使学生具有热爱祖国、热爱人民、关心国家发展的基本品质；具有热爱集体、奉献社会、团结友爱、认真负责的基本素质，提高他们正确的价值判断能力和行为选择能力，以及就业和后续学习、创业、创新的能力。	144
2	语文	本课程主要内容为实用文阅读、应用文写作、口语交际、综合实践、附件（中国文学史、文学作品欣赏）等，使学生掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。使学生接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的修改、健全的人格，促进职业生涯的发展。	198
3	历史	本课程的任务是，在九年义务教育的基础上，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。	72
4	数学	在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。必学与限定选学内容：集合与、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列、向量、直线与圆、立体几何、概率与统计初步。选学内容：逻辑用语、三角函数公式、排列与组合。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。	180
5	英语	在九年制义务教育基础上，帮助学生进一步学习英语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步形成职场英语的应用能力；引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。	180
6	信息技术	在初中相关课程的基础上，进一步学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用，掌握计算机操作的基本技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。	108
7	体育与健康	在初中相关课程的基础上，进一步学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，养成自觉锻炼的习惯；培养自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的意识，全面提高身心素质和社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。	180

8	公共艺术	本课程的任务是：通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与文化自信，丰富学生人文素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识。	36
9	劳动教育	劳动教育是中国特色社会主义教育制度的重要内容。它以学生获得各种劳动体验，形成良好的技术素养，增益创新精神和实践能力为目标，强调动手与动脑相结合，以探究性、操作性为特征的一门实践活动课。对增益学生的劳动观念、磨练意志品质、树立艰苦创业的精神以及促进学生多方面的发展具有重要的作用。	72

(二) 专业（技能）课程

1. 专业核心能力课简介

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	营销素养训练	了解商务礼仪的基本知识，掌握交谈的礼仪、电话礼仪、馈赠礼仪、拜会接待礼仪等内容；掌握营销语言表达的特点、表达的技巧与规律；了解思维创新的特点和途径，突破思维定势；了解自己，了解团队合作的重要性，学会与合作者建立信任；掌握一定的学习迁移、环境适应、压力管理等能力。	126
2	市场营销基础	了解市场营销的核心概念和营销理念；掌握市场分析的基本原理和方法；了解市场细分、市场选择、市场定位的基本原理；了解市场营销组合的基本原理，掌握实施营销组合策略的基本方法。	216
3	商品管理	了解商品采购的相关知识，能够按照采购计划进行商品采购；了解供应商的类型，能够准确的收集供应商的相关信息；了解商品的性质、质量、标准、鉴定、分类方法；掌握商品的出入库、包装、储运、盘点、保管、条形码的基本知识；掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能。	126
4	消费心理	了解消费者购买商品的心理过程；掌握消费者心理现象对购买行为的影响；了解不同消费习惯、参照群体、社会文化对消费行为的影响；了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中的决策心理差异；掌握品牌、价格、外观、销售策略等属性对消费决策的作用。	126
5	基础会计	了解会计的基本职能和特点；掌握企业财务信息的分析的方法；了解会计核算的基本方法，掌握企业决算、预算的相关知识；能进行基本的会计记账、报销工作。	216
6	商务沟通与谈判	了解商务谈判人员的素质；掌握商务沟通的技巧和方法；了解商务谈判的基本原则、模式，掌握商务谈判的程序及各阶段策略；掌握寻找、接近客户、客户异议处理、促成交易的方法；了解合同的签订，合同效力认定，合同的担保和保全，合同的变更、转让和终止，合同的履行，违约责任承担等。	54
7	网络营销	了解网络营销的方法，掌握信息收集、发布的方法；了解网络	108

		营销环境，掌握通过网络进行市场调研的方法；了解网络营销战略与计划，灵活运用网络营销的产品策略、价格策略；了解网络营销的渠道策略，学会利用网络进行市场营销实务操作；掌握网络营销的程序、市场分析、市场开拓、市场维护，网络经营技巧等方法或技能。	
8	门店运营实务	了解人员招聘、入职、培训、任免基本程序，熟悉营销相关岗位员工排班、考勤与团队管理方法；了解门店销售责效管理方案；掌握门店卖场环境维护、日常清洁、安全检查等运营方法；掌握针对负库存、虚库存等库存异常的寺殊盘点、核查方法，了解门店运营损益要点以及提升利润要点；掌握门店促销的基本流程和方法。	108

2. 专业（技能）方向课

(1) 市场推广

序号	课程名称	教学目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	市场调查	了解市场调查与分析的方法；理解市场调查的基本知识；掌握调查问卷设计的方法；掌握市场调查具体实施的方法；了解回收问卷统计、分析的方法；掌握对商圈进行市场分析的方法，能进行竞争对手情况分析。	90
2	广告实务	了解不同广告的分类方法、形式，以及广告业务的运行方式；掌握广告发布方法、流程、政策法规，能制作广告发布思维导图；理解营销策划与广告创意的作用与关系；掌握头脑风暴法等一般性广告创意方法；了解企业广告定位、广告策略、广告文化与经营管理实效的关系。	90
3	品牌推广	了解企业文化及品牌内涵对企业发展和成长的作用；了解企业品牌推广的整体要求，掌握 CI、VI 执行方法及流程；掌握产品推广基本方法，能够运用 POP、堆头特别展示等方式，进行产品推广活动；学会简单分析、评价品牌推广活动的效果，能够提出相关改进建议；了解本行业主要竞争品牌的推广手段，能够提出有针对性的合理建议。	144
4	市场营销策划	理解和运用新的营销视角、新的营销理念、新的营销思维；了解和掌握市场营销策划的基本概念；掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程；熟悉不同主题策划内容的特点和要求；理解不同主题策划方案撰写的方法和要求；掌握专项营销策划活动的专业知识和分析、构思、设计要求。	108
5	推销实务	了解现代推销的模式；了解推销计划制定的方法；熟悉推销工作流程中各个业务环节的基本技术；了解推销的基本技巧，掌握针对一般商品推销的方法；了解顾客异议的类型、原因及处理方法。	90
6	商品展示	了解店面布局的基本原则、方法，能够识读卖场布局图，进行相应的商品陈列与展示；掌握根据价格、规格、色彩、功能等不同商品属性特点进行相应陈列与展示的方法；了解调整陈列与展示以期达到最佳	90

		销售效果的方法;掌握商品补货、价签维护等展示细节的操作方法;能够根据店铺的特定环境、位置,布置海报宣传,陈列道具展示。	
7	客户关系维护	了解接待客户的准备工作,掌握客户服务语言技巧;了解客户选择与开发的渠道、方法;掌握 ABC 分类法,对现有顾客进行分类管理;理解客户期望,掌握满足客户期望的方法,提升客户满意度;了解客户流失的原因及解决方法。	108

(2) 客户服务

序号	课程名称	教学目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	客户关系维护	了解接待客户的准备工作,掌握客户服务语言技巧;了解客户选择与开发的渠道、方法;掌握 ABC 分类法,对现有顾客进行分类管理;理解客户期望,掌握满足客户期望的方法,提升客户满意度;了解客户流失的原因及解决方法。	144
2	收银员实务	了解收银员职业道德规范,掌握收银员基础知识;了解相关法律法规;收银员及相关设备基础知识;掌握收银机操作技能;理解票款结算的专业知识;掌握票款结算的操作技能;了解现金管理的专业知识;掌握现金管理的操作技能;理解顾客服务专业知识;掌握顾客服务操作技能。	144
3	客服数据管理	了解收集、调查目标客户信息的渠道;了解客户分类、客户识别的方法,会建立客户信息档案;了解客户管理软件,掌握进行客户信息数据录入、数据查询、定期更新等基本操作;掌握客户数据基本的统计分析方法,并根据需要制作、提供相关数据报表。	180
4	客户咨询与投诉处理	掌握接待客户咨询的标准语言及行为规范与投诉;了解客户投诉的原因、心理;了解客户投诉处理的流程、原则及标准;掌握处理客户投诉的技巧。	72
5	推销实务	了解现代推销的模式;了解推销计划制定的方法;熟悉推销工作流程中各个业务环节的基本技术;了解推销的基本技巧,掌握针对一般商品推销的方法;了解顾客异议的类型、原因及处理方法。	108
6	市场调查	了解市场调查与分析的方法;理解市场调查的基本知识;掌握调查问卷设计的方法;掌握市场调查具体实施的方法;了解回收问卷统计、分析的方法;掌握对商圈进行市场分析的方法,能进行竞争对手情况分析。	72

七、教學進程總體安排

(一) 教學進程安排表

課程類別	課程名稱	學分	學時	第一學年		第二學年		第三學年		考核方式		
				1	2	3	4	5	6			
				課時	課時	課時	課時	課時	課時			
公共課基礎課程	必修課程	思想政治	8	144	2	2	2	2			考試	
		語文	11	198	2	3	3	3			考試	
		歷史	4	72	1	1	1	1			考試	
		數學	8	180	2	2	3	3			考試	
		英語	8	180	2	2	3	3			考試	
		信息技術	6	108	3	3					考試	
		體育與健康	10	180	2	2	2	2	2		考查	
	公共藝術	2	36	1	1					考查		
限定選修	勞動	4	72	1	1	1	1					
公共基礎課小計		61	1170	16	17	15	15	2	0			
專業技能課	專業核心課	營銷素養訓練	7	126	0	0	0	4	3	0	考試	
		市場營銷基礎	12	216	6	6	0	0	0	0	考試	
		商品管理	7	126	0	4	3	0	0	0	考試	
		消費心理	7	126	0	0	4	3	0	0	考試	
		基礎會計	12	216	6	6	0	0	0	0	考試	
		商務溝通與談判	3	54	0	0	0	3	0	0	考試	
		網絡營銷	6	108	0	0	6	0	0	0	考試	
		門店運營實務	6	108	0	0	0	0	6	0	考試	
			0	0	0	0	0	0	0	0		
	小計	60	1080	12	16	13	10	9	0			
	專業(技能)方向課	市場推廣	市場調查	5	90	5	0	0	0	0	0	考試
			廣告實務	5	90	0	0	0	5	0	0	考試
			品牌推廣	8	144	0	0	0	3	5	0	考試
			市場營銷策劃	6	108	0	0	0	0	6	0	考試
			推銷實務	5	90	0	0	5	0	0	0	考試
			商品展示	5	90	0	0	0	0	5	0	考試
			客戶關係維護	6	108	0	0	0	0	6	0	考試
			0	0								
		0	0									
小計		40	720	5	0	5	8	22	0			
客戶服務	客戶關係維護	8	144	4	4	0	0	0	0	考試		
	收銀員實務	8	144	0	0	0	4	4	0	考試		
	客服數據管理	10	180	0	0	0	4	6	0	考試		
	客戶諮詢與投訴	4	72	0	0	0	0	4	0	考試		
	推銷實務	6	108	0	3	3	0	0	0	考試		
	市場調查	4	72	4	0	0	0	0	0	考試		
小計	40	720	8	7	3	8	14	0				
頂崗實習		30	540						30			
專業技能課小計		130	2340	17	16	18	18	31	30			
總計		191	3510	33	33	33	33	33	30			

(二) 教学时间分配表 (单位: 周)

学期	入学教育、军训	课程教学	公益劳动	专业技能实训	顶岗实习	机动	寒暑假	成绩考核	毕业教育	合计
1	2	16				1	4	1		20
2		17	1	1			8	1		20
3		17		1		1	4	1		20
4		17					8	1		20
5					20		4			20
6					16		8		2	18
总计										119

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 专任教师任职条件

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定,进行教师队伍建设,合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理,中级职称 2 人,初级职称 2 人,建立“双师型”专业教师团队,“双师型”教师 100%;有业务水平较高的专业带头人。

专任教师熟练掌握系统的市场营销知识,具有一定的实际管理经验和丰富的教学经验,具有良好的语言表达能力和知识传授能力;具备中级以上专业技术职务所要求的业务能力;具备良好的师德和终身学习能力,适应产业行业发展需求,熟悉企业情况。

2. 校外兼职教师任职条件

具有良好的思想素质和职业道德,能做到教书育人,为人师表;市场营销专业兼职教师具有 5 年以上营销及相关岗位工作经历,有丰富的实际工作经验,具有中级以上专业技术职务或在职业技能竞赛中获奖,具有较强的教学组织能力。

(二) 教学设施

1. 校内实训实习室

校内实训实习具备商品销售、门店运营、营销实务等实训室,主要设施设备及数量见下表。

序号	主要工具和设施设备		
	实训室名称	名称	数量(生均台套)
1	商品销售实训室	货架	1/5

		商品销售及管理软件	1/5
		收银台	1/5
		商品	1/5
		计算机	1/1
2	门店运营实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		文件柜	1/5
		打印机	1/5
		传真机	1/5
		扫描仪	1/5
		音箱	1/30
		投影仪	1/5
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		门店运营管理软件	1/30
3	企业沙盘实训室	计算机	1/1
		办公桌椅	1/1
		物理沙盘	1/5
		多功能工作桌	1/5
		投影仪	1/30
		服务器	1/30
		交换机	1/30
		企业沙盘管理软件	1/30

2. 校外实训基地

市场营销专业紧密合作的校外实训基地为 4 个, 这些校外实习基地主要保证市场营销专业学期间短期弹性实习需要。能够承担包括商品销售、店面运营、营销实务操作等多功能营销训练的企业。

名称/合作企业	主要实训内容
莆田市涵江区电商产业管理有限公司	客户服务
莆田市佳创农业科技有限公司	店面管理、营销策划
莆田妈祖工艺城股份有限公司	商品推销
福建省钜能电力有限公司	商品推销

(三) 教学资源

1. 《市场营销知识》 冯金祥主编 高等教育出版社。
2. 《市场营销基础》 张润琴主编 高等教育出版社出版社。
3. 《营销素养训练》 徐克美 黄晓蕾主编 高等教育出版社
4. 《市场调查与分析》 将姝蕾 主编 高等教育出版社
5. 百度、新浪、谷歌等网上资源。
6. 校园平台网络教学资源库系统

（四）教学方法

1. 课程实施要突出实践性：《市场营销学》是一门实践性很强的课程，学生学习过程中必须理论联系实际，把所学的理论应用于企业市场营销的实际工作中。

2. 教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法，对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。教学项目尽可能来自企业，使教学内容充分体现工学结合，同时，引导学生参与企业营销实践，以加深对市场营销理论的理解及实际工作中的灵活运用感悟。

3. 把课堂教学与学生自主学习结合起来：教师要为学生提供自主学习的机会以及充分表现和自我发展的空间，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式，发展市场营销管理综合应用能力，创造条件让学生能够探究他们自己感兴趣的问题并自主解决问题。

4. 充分利用现代教育技术和手段，丰富教学内容。

（五）学习评价

1. 公共基础课考核

公共基础课满足中职学生学业水平测试达标要求并兼顾继续升学要求，分为考试和考查两种考核形式，考试课主要以闭卷方式进行，考查课以试卷、课业等学校统一的形式进行。

2. 专业核心课程考核

专业课程采用理论与实践相结合的方式，着重突出学生动手能力的培养，考试形式可采用模块化、实际操作、课业及传统考试形式相结合的方式进行。

实践课程采用实际操作与专业技能证书考试、企业实践相结合的方式进行，对实习、实践教学内容的考核方法为：将学生的实际操作和学生作品及学生的实

习表现作为评定学生成绩的主要依据，其中学生的实操成绩占 40%，学生作品占 40%，学生实习表现占 20%。

3. 顶岗实习成绩考核

顶岗实习成绩由以下部分组成：

1) 出勤占 20%，考察学生到校报到情况、上企业工作情况中，是否能够按时到校、到岗，要求做到不迟到、不早退。

2) 实习初期撰写实习计划占 10%，阐述自己在顶岗实习过程中的打算。

3) 实习日志上交情况占 20%，每月上交一篇，阐述自己在顶岗实习的岗位内容和感受。

4) 企业评价占 20%，根据学生在单位的整体表现由企业负责实习生的人员给出评价。

5) 实习指导教师评价占 20%，根据学生在实习过程中的表现给出指导教师的整体评价。

6) 实习报告占 10%，实习结束后撰写一份实习报告，内容包括实习单位情况、实习岗位情况、就业指导教师管理情况、实习过程中的内容和感受及建议。就业指导教师根据以上几部分的成绩，按照优、良、及格、不及格给出总成绩。

4. 实行 1+X 证书管理制度

积极推行 1+X 证书管理制度，将实践性教学安排与职业资格证书考核有机结合，鼓励学生在取得毕业证书的同时，取得与专业相关的职业资格证书，鼓励学生经培训并通过社会化考核取得与提升职业能力相关的其他技术等级证书。

学生须通过福建省中等职业学校学业水平测试，方可取得学历毕业证书。

(六) 质量管理

市场营销专业教学质量监控以“专业标准”、“课程标准”等教学方面的质量标准为依据，系教学主管人员定期和不定期组织教师座谈会、学生座谈会，及时了解教学、管理中存在的问题，听取教师和学生意见、建议，并形成书面记录，有关意见和建议要及时进行反馈或作出处理。教师座谈会、学生座谈会(分专业)每学期至少分别召开一次。

教学管理。坚持规范性和灵活性相结合，合理调配教师、教学时间、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；注重教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

工学结合 理实一体，注重教学过程质量监控，专业建设指导委员会全程参

与。

对教师教学水平和教学质量的监控、评价与教师综合素质和能力的监控、评价并重。把教育对象作为重要的教学质量监控、评价客体。如学校可建立用人单位人才质量信息反馈系统，主动请社会各用人单位评价学生质量，通过不断跟踪毕业生社会反映，反思与调整学校各项工作，实现人才培养过程的不断优化。

九、毕业要求

(一)对业生知识、能力和素质要求

本专业毕业生应满足如下在知识、能力和素质等方面的要求：

1. 具有一定的工科基础知识、良好的人文知识和文化素质；具有良好的职业道德、社会责任感和开拓创新精神；具有健康的身心素质。

2. 具备运用市场营销基础知识和基本理论解决问题的能力，能够深入分析市场营销宏观环境与微观环境，具备敏锐的市场预测能力。

3. 具备系统的市场营销实践经历，适应互联网时代的要求，具有较强的市场营销策划技能，熟知企业营销活动的全局以及各项营销工作的流程。

4. 具备从事市场营销方面工作的知识和技能。具有从事企业一系列市场营销活动的的能力，包括市场调查、产品促销、产品储存与运输、产品销售管理和个人创业等。

(二)毕业条件

学生达到以下要求，准予毕业：

1. 全日制学历教育学生综合素质总评合格，非全日制学历教育学生思想品德评价评定合格；

2. 修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格；

3. 学生须通过福建省中等职业学校学业水平测试合格性考试；

4. 实习考核合格。

5. 对于在规定的学习年限内，课程考核成绩仍有不合格且未达到留级规定，或实习不合格，或全日制学历教育学生综合素质总评（非全日制学历教育学生思想品德评价）不合格者，不予毕业。

6. 对未修完专业人才培养方案规定的课程而中途退学的学生，学校发给学生写实性学习证明。

十、附录

一般包括教学安排变更审批表等。