



福建省莆田華僑職業專科學校

Fujian Putian Huaqiao Vocational Secondary School



市場營銷專業人才培養方案

適用年級：2024 級

修訂時間：2024 年 6 月

莆田侨职 2024 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称、代码及所属大类

市场营销(730602)、财经商贸大类(73)

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。

专业类别	专业代码	对应行业	岗位类别	职业资格证书
工商管理类	730602	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	市场推广员 销售代表 客服服务员 营销策划师 店面管理人员 公关策划人员 调查员	新媒体营销师 (初级)

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，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、服务和管理工作一线的复合型技术技能人才。

（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能够根据调查方案执行市场调查。
- ②能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能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。

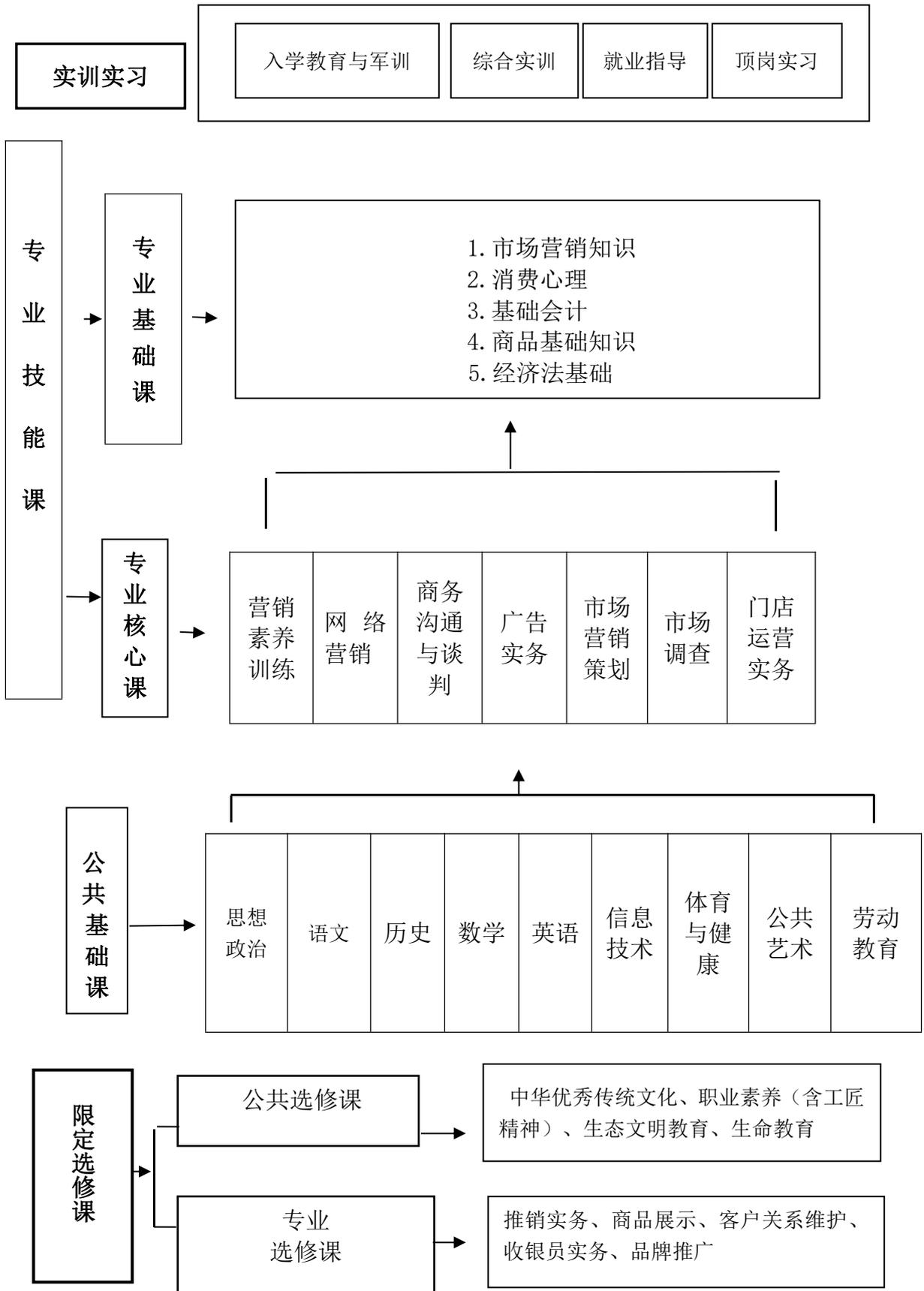
本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。

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《中国特色社会主义》、《心理健康与职业生涯》、《哲学与人生》、《职业道德与法治》等课程的学习，用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，对学生进行思想教育、政治教育、道德教育、法治教育、心理健康教育、职业生涯和职业精神教育，培育政治认同、职业精神、法治意识、健全人格、公共参与等核心素养，树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，自觉培育和践行社会主义核心价值观，为学生成为担当民族复兴大任的时代新人、成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	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传统；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。	144
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。根据学生实际情况选择教学的内容与要求的层次，可因不同行业对学生听、说、读、写等技能的不同需求而异，整合相关专业课，增加相应学时，扩展职场应用英语的深度和广度，以满足职业需求。	144

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。	144
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。	36
10	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本（高中）	通过本课程的学习，旨在让学生不断深化对习近平新时代中国特色社会主义思想的系统认识，坚定方向、涵养力量、锻造本领，逐步形成对拥护党的领导和社会主义制度、坚持和发展中国特色社会主义的认同、自信和自觉，引导学生为国家和人民、为社会主义和共产主义事业而不懈奋斗；感受习近平总书记坚定的政治信仰、朴素的人民情怀、丰富的文化积淀和高超的政治智慧。在学习中形成正确的世界观、人生观和价值观，在理论思考中坚持正确的政治方向，在阅读践行中坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。	18
11	通识一：中华优秀传统文化	以增强学生对中华优秀传统文化的理性认识为重点，引导学生感悟中华优秀传统文化的精神内涵，增强学生对中华优秀传统文化的自信心。通过阅读经典传统文学作品，提高古典文学和传统艺术鉴赏能力；认识中华文明形成的悠久历史进程，感悟中华文明在世界历史中的重要地位；认识人民群众创造历史的决定作用和杰出人物的贡献，吸取前人经验和智慧，培养豁达乐观的人生态度和抵抗困难挫折的能力；感悟传统美德与时俱进的品质，自觉以中华传统美德律己修身；了解传统艺术的丰富表现形式和特点，感受不同时代、地域、民族特色的艺术风格，接触和体验祖国各地的风土人情、精神（民俗风尚，了解中华民族丰富的文化遗产。通过本课程的教学，引导学生深入理解中华民族最深沉的精神追求，更加全面客观地认识当代中国，看待外部世界，认识国家前途命运与个人价值实现的统一关系，自觉维护国家的尊严、安全和利益。	18



12	通识二： 职业素养	通过本课程的教学，使学生树立起职业生涯发展的自觉意识，树立积极正确职业态度和就业观念，使学生了解职业的有关概念、职业生涯设计以及发展、求职就业、劳动合同等有关知识；了解职业道德以及职业道德行为养成，了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场相关信息及就业创业的基本知识。	18
13	通识三： 生态文明教育	把生态文明教育作为素质教育的重要内容，在学生中广泛开展以基本国情、能源资源形势、节能低碳、绿色文明、节粮节水节电等为重点内容的教学教育和社会实践活动，引导广大青少年积极参与节能创意创作，牢固树立和培养勤俭节约、反对浪费的节能低碳理念和行为习惯，营造节约型绿色校园的良好氛围。	18
14	通识四： 生命教育 (安全教育)	通过生命安全教育，使学生了解生命本体生存的一些基本常识，掌握一些适合于他们年龄特征的、维护生存和发展必需的基本技能和方法，体会生命的珍贵，尊重生命的存在，认识生命的责任，形成积极向上的生命观，从而在生活实践中激发生命的潜能，提升生命的价值，提高生命的质量。	18

(二) 专业课程

1. 专业基础课

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	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
2	商品基础知识	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。	72
3	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。	90
4	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
5	经济法基础	了解企业法、公司法、合同法等基础法律知识，培养学生的法律意识，使其在从事经济活动中自觉遵法守法，利用所学的经济法只是在不同的情况下做出正确的决策，为更好学习其他课程打下一定的知识基础。	72

2. 专业核心课

序号	课程名称	教学目标、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。	72
2	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。	72
3	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
4	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。	108
5	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。	72
6	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。	198
7	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。	90



(3) 专业选修课

序号	课程名称	教学目标、主要教学内容和要求	参考学时
1	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
2	商品展示	了解商品展示并且掌握展示设计,使学生掌握从建立卖场、营造气氛、协调风格、商品推销等与商品展示相关的内容的基本原理,懂得商店的置物装置、商店的运作、美术作品和设计等,全面了解商品展示的设计理论、构思,并能应用于实际中,提高自己的设计能力,动手能力。	72
3	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。	72
4	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。	72
5	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。	108



七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表														
课程类别	课程名称	学分	学时分配				第一学年		第二学年		第三学年		考核方式	
			学时	百分比(%)	理论	实践	1	2	3	4	5	6		
							周课时	周课时	周课时	周课时	周课时	周课时		
公共基础课程	思想政治	8	144	31.28%	144	0	2	2	2	2	0	0	考试	
	语文	11	198		198	0	2	3	3	3	0	0	考试	
	历史	4	72		72	0	1	1	1	1	0	0	考试	
	数学	8	144		144	0	2	2	2	2	0	0	考试	
	英语	8	144		144	0	2	2	2	2	0	0	考试	
	信息技术	6	144		58	86	4	4	0	0	0	0	考试	
	体育与健康	10	180		60	120	2	2	2	2	2	0	考查	
	公共艺术	2	36		26	10	1	1	0	0	0	0	考查	
	劳动教育(含工匠精神)	4	36		16	20	1	1	0	0	0	0	考查	
	小计	61	1098		862	236	17	18	12	12	2	0		
限定选修	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	1	18	2.56%	18	0	1	0	0	0	0	0	考试	
	中华优秀传统文化、职业素养等	4	72		72	0	0	1	1	1	1	0	考查	
	小计	5	90		90	0	1	1	1	1	1	0		
公共基础课小计		66	1188	33.85%	952	236	18	19	13	13	3	0		
专业课程	市场营销知识	12	216	18.97%	86	130	0	0	6	6	0	0	考试	
	消费心理	5	90		27	63	5	0	0	0	0	0	考试	
	基础会计	12	216		86	130	6	6	0	0	0	0	考试	
	商品学基础	4	72		29	43	4	0	0	0	0	0	考试	
	经济法基础	4	72		29	43	0	4	0	0	0	0	考试	
	小计	37	666		257	409	15	10	6	6	0	0		
	专业核心课	营销素养训练	4	72	19.49%	29	43	0	4	0	0	0	0	考试
		商务沟通与谈判	4	72		29	43	0	0	4	0	0	0	考试
		网络营销	6	108		22	86	0	0	6	0	0	0	考试
		广告实务	4	72		29	43	0	0	4	0	0	0	考试
		市场调查	4	72		29	43	0	0	0	4	0	0	考试
		门店运营实务	11	198		80	118	0	0	0	5	6	0	考试
		市场营销策划	5	90		27	63	0	0	0	5	0	0	考试
	小计	38	684	245	439	0	4	14	14	6	0			
	专业选修课	客户关系维护	4	72	12.31%	29	43	0	0	0	0	4	0	考查
		收银实务	4	72		29	43	0	0	0	0	4	0	考查
		品牌推广	6	108		22	86	0	0	0	0	6	0	考查
		商品展示	4	72		29	43	0	0	0	0	4	0	考查
		推销实务	6	108		22	86	0	0	0	0	6	0	考查
小计		24	432	131		301	0	0	0	0	24	0		
顶岗实习	30	540	15.38%	0	540	0	0	0	0	0	30			
专业课小计		129	2322	66.15%	633	1583	15	14	20	20	30	30		
总计		195	3510	100.00%	1585	1819	33	33	33	33	33	30		

注：本表不含军训、社会实践、入学教育、毕业教育等教学活动，学校何根据实际情况灵活设置。

(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
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) 教材选用

成立教材选用委员会

为加强学校教材建设，保证教材选用质量，提高教学质量，根据教育部《职业院校教材管理办法》要求，并结合我校具体情况，决定成立学校教材选用委员会，其成员名单如下：



主任：朱国舜（校长）

副主任：李 航 陈华斌 陈先永 刘映昕

委员：余玉妹 林志宝 黄忠志 郭杨凡 李思颖 方丽芳

姚 颖 黄 兴 许俊芳 许冰萍 方晓萍 陈丽萍

王 鹏

其工作职责如下：

- （1）审定学校教材建设规划和年度计划；
- （2）指导各学科（专业）的教材建设、教材研究和教材评价工作；
- （3）负责向各学科（专业）教研组征询教材使用意见，撰写教材年度使用情况；
- （4）监督学校教材使用与管理情况；
- （5）负责学校教材征订、选用的审核工作并将选用的教材上报市教育局备案。

2、教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、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教材。

（四）教学资源

配合该课程体系，可根据具体情况开发地方和校本教材，丰富教材形态，建立具有明显特色的课程和教材体系。要打破传统的按照学科体系知识进行教材编写的模式，开发和推广基于工作过程的综合性和案例性课程和教材。在综合性和案例性课程和教材的开发中，既可将原有教学内容按照职业活动的特点和要求进行整合，形成综合性的课程，也可以完全打破学科体系，按照企业实际的工作任务、工作流程和工作情境组织课程，形成围绕工作过程的新型教学项目。

（五）教学方法

将学生专业素质培养与教学内容结合起来，使公共基础课程的教学内容更具实用性和针对性，配合好专业技能课程教学。课程教学应贴近学生、贴近职业、贴近社会，注重实践教育、体验教育、养成教育，做到知识学习与能力培养和行为养成相统一，促进学生全面发展和综合职业能力的提高。

专业技能课按照营销职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、学中教”的职业教育教学特色。提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结合。遵循思想政治工作规律、教书育人规律



和学生成长规律，将课程思政理念全面融入各学科专业教学，渗透到每个育人环节，构建起全员、全程、全方位的“三全育人”体系，形成全方位协同育人效应。

教学方法举例：

1、项目教学法就是在老师的指导下,将一个相对独立的项目交由学生自己处理,信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价,都由学生自己负责,学生通过该项目的进行,了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。“项目教学法”最显著的特点是“以项目为主线、教师为引导、学生为主体”,具体表现在:目标指向的多重性;培训周期短,见效快;可控性好;注重理论与实践相结合。项目教学法是师生共同完成项目,共同取得进步的教学方法。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的感悟。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。

2. 案例教学法:案例教学法是指以案例作为教学材料,结合教学主题,通过模拟或者重现现实生活中的一些场景,让学生把自己纳入案例场景,通过讨论或者研讨来进行学习的一种教学方法。通过讨论问答等师生互动的教学过程,让学生了解与教学主题相关的概念或理论,并培养学生高层次能力的教学方法。案例教学的重点在于启发学生研究实际问题,开发学生智力及能力培养。在计算机应用基础课程中的应用案例教学法不仅形式多样,而且教学气氛良好,有助于学生探究能力和创新能力的提高也可以让学生通过自己的思考或者他人的思考来拓宽自己的视野,从而丰富自己的知识。

(六) 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。

(七) 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。

教学结合理实一体，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)对毕业生知识、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；

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不合格者，不予毕业。

十、附录

一般包括教学安排变更审批表等。