



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： 2024

专业负责人： 潘栅杉

制订成员： 潘栅杉 吴利前

系部审核： 郑琳

二〇二四年五月 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.....	4
（一）培养目标.....	4
（二）培养规格.....	4
六、课程设置及要求.....	5
（一）公共基础课程.....	6
1. 思政课程.....	6
2. 通识课程.....	8
（二）专业（技能）课程.....	13
1. 专业基础课程.....	13
2. 专业核心课程.....	18
3. 专业拓展课程.....	24
4. 实践性教学环节.....	29
（三）课程思政要求.....	31
七、教学进程总体安排.....	32
（一）教学活动时间安排表（按周安排）.....	32
（二）课程学时比例表.....	33
（三）教学进程安排表.....	34
八、实施保障.....	38
（一）师资队伍.....	38
（二）教学设施.....	39
（三）教学资源.....	40
（四）校企合作.....	41
（五）教学方法.....	42
（六）教学评价.....	42
（七）质量管理.....	43
九、毕业要求.....	43

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

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力者

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	数字营销技术 应用职业技能 等级证书、网店 运营推广职业 技能等级证书、 互联网营销师

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 and 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》 课程思政 树立了正确的世界观、人生观和价值观。
	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	《创新创业教育基础》 《就业指导》 《劳动教育》 课程思政 注重培养学生的创新创业精神，提供就业指

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		和谐共处；具有职业生涯规划意识。	导，强化劳动观念，具有良好的职业道德和职业素养
	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》 《公共艺术》 《大学生心理健康教育》 《院级公共选修课》 课程思政 体育塑造强健体魄，美育滋养审美情操，心理健康教育呵护学生心灵成长，综合推进思政教育，促进学生全面和谐发展。
知识	1. 公共基础知识	掌握基本的外语和计算机知识；熟练掌握语言与文字表达、人际沟通等基础知识；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》
能力	1. 通用能力	具有口语和书面表达能力，熟练掌握一	《大学英语》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		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。	《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》 课程思政：培养学生人文素养、诚信经营和社会责任感，弘扬社会正能量
	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》 《销售与管理》 《ITMC 市场营销技能》 《商业经济基础》

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	16	学分	1	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	36	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	军事技能			开课学期	1

参考学时	168	学分	2	考核方式	考查
学生学习目标： 1. 知识目标： (1) 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； (2) 了解世界军事发展现状及我国周边安全环境现状，增强国家安全意识； (3) 了解中国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平新时期军队建设思想、江泽民国防和军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想以及习近平强军思想； (4) 了解军事思想的形成和发展过程，初步掌握我军军事理论的主要内容，树立科学的战争观和方法论； (5) 了解高科技军事精确制导技术、空间技术、激光技术、夜视侦察技术、电子对抗技术及指挥自动化等军事高技术方面的概况； (6) 理解当代高技术战争的形成及其特点，知道高技术对现代战争的影响。 2. 能力与技能目标 (1) 通过国防概述、国防法规、国防建设、国防动员等内容的学习，能进行国防概念、要素、历史、法规、公民国防权利和义务、国防领导体制、国防建设成就、国防建设目标和国防政策、国防教育的宣传； (2) 通过战略环境的学习，能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传； (3) 通过军事思想的学习，能进行军事思想形成与发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传； (4) 通过对军事高技术的学习，能进行军事高技术的发展趋势，对现代作战的影响的宣传； (5) 通过对高技术与新军事改革，能进行高技术与新军事改革的根本动因、深刻影响的宣传； (6) 通过对信息化战争的特征与发展趋势的学习，能进行信息化战争的特征与发展趋势的宣传； (7) 通过对信息化战争与国防建设的学习，能进行信息化战争与国防建设的宣传。 3. 素质（价值）目标 (1) 通过教学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； (2) 适应我国人才培养的长远战略目标和加强国防后备力量建设的需要，培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官，打下坚实基础。 教学方法与手段： 实践教学					

课程名称	劳动教育			开课学期	1-2
参考学时	16	学分	1	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	112	学分	7	考核方式	考查
学生学习目标： 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； 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； 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。 主要内容： 1. 高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核； 2. 体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等； 3. 学生体质健康标准测评。 教学方法与手段：					

讲授；项目教学；分层教学。

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	考试

学生学习目标：

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；
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。
3. 培养自主学习能力和团队协作能力，增强扩展职业能力。

主要内容：

1. 听力；
2. 口语

教学方法与手段：

在线教学平台；小程序；视频、音频教学；小组讨论。

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	考试

学生学习目标：

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。

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。

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。

主要内容：

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：

教学方法：

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，渗透相关中华优秀传统文化形式，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	考试
学生学习目标： 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：

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	48	学分	3	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，积极引导学生提升职业素养，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	考试

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	考试

学生学习目标：

1. 能熟练运用统计数据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：

1. 认知统计
2. 统计资料的收集
3. 统计资料的整理
4. 统计资料分析所需要的基本指标
5. 总体分布集中趋势分析

6. 总体分布离散趋势分析

7. 时间数列分析

8. 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
学生学习目标: 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。 教学内容: 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 教学方法与手段: 多媒体教学、直观演示法、案例教学法					
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
学生学习目标:					

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。

教学内容：

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

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。

课程名称	品牌策划与推广			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. 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	4
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	48	学分	3	考核方式	考试

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 with 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策略及其应用技能。
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。

教学内容：

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

教学方法与手段：

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。

3. 专业拓展课程

表 7 专业拓展课程教学要求

课程名称	新媒体营销			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. 了解新媒体营销的基本概念、特点、趋势和发展，以及新媒体营销在当今社会的重要性。 2. 让学生掌握新媒体营销的策略、方法和技巧，包括运用新媒体工具进行推广等。 3. 培养学生在实际操作中应用新媒体营销的能力，提高学员的营销意识和创新能力。 教学内容： 1. 介绍新媒体的发展历程、分类和特点 2. 讲解用户在新媒体平台上的行为特点和心理需求 3. 介绍市场营销理论和实践，结合新媒体特点，制定合适的营销策略。 4. 新媒体广告与传媒策划。 5. 新媒体数据分析评估与优化，改进营销效果。 教学方法与手段： 课程采用多种教学方法，如项目驱动法、案例教学法、翻转课堂等，这些教学方法有助于激发学生的学习兴趣，提高学生的实践能力和职业素养。 同时，课程会依托 H5 课件、职教云课等信息化手段，这些手段丰富了教学内容，使教学更加生动有趣，同时也有助于学生更好地理解和掌握新媒体营销的知识和技能。					
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	中华商业文化			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：掌握中国商业文化的历史脉络和基本特征，理解其在中国社会发展中的重要地位和作用。学习和领悟中华商业文化中的诚信、创新、协作等核心价值观，培养自身的职业素养和道德情操。了解中国商业文化的传统习俗和礼仪规范，提高在商务交往中的礼仪素养和跨文化沟通能力。 2. 能力目标：通过案例分析和实践操作，学会将中华商业文化的优秀元素应用于现代商业实践中，提升商业竞争力。 3. 素质目标：培养学习者对传统商业文化的理解和热爱，对职业行为和职业态度的认知和认同，提升文化品位和审美情操，提高职业素养与文化修养，达到律己与敬人、知识与商务素养的和谐统一。希望帮助每一位学习者内修素养，外塑形象，不仅知道还要做到，成为中华商业文化的传承者与践行者。 教学内容： 《中华商业文化》课程的教学内容涵盖了商业文化的多个方面，包括： 商业文化的历史演变：介绍中国商业文化的起源、发展和演变过程，以及不同历史时期的商业文化特点。商业文化的核心价值观：讲解诚信、创新、协作等中华商业文化的核心价值观，以及这些价值观在现代商业实践中的应用。商业礼仪与习俗：介绍中国商业交往中的礼仪规范和习俗，包括称呼礼仪、介绍礼仪、名片礼仪、握手礼仪等，以及商务宴请和涉外商务礼仪的注意事项。业伦理与道德：探讨商业活动中的伦理道德问题，引导学生树立正确的商业道德观念，遵守商业伦理规范。商业文化与现代商业实践：通过案例分析和实践操作，让学生了解如何将中华商业文化的优秀元素应用于现代商业实践中，提升商业竞争力。 教学方法与手段： 1. 讲授法：通过教师的讲解和阐述，让学生全面了解商业文化的基本知识和理论体系。 2. 案例分析法：通过分析典型的商业案例，让学生深入理解商业文化的实际应用和价值。 3. 小组讨论法：组织学生进行小组讨论和交流，分享对商业文化的理解和看法，培养学生的团队协作和沟通能力。 4. 实践教学法：通过实地考察、企业参访等方式，让学生亲身感受商业文化的氛围和实践应用，加深对商业文化的理解和认识。					

同时，课程还会采用多媒体教学手段，如 PPT 演示、视频教学等，使教学内容更加生动、形象、直观。					
课程名称	会展营销与策划			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. 了解会展营销的基本知识，认识会展营销的作用；了解会展营销，了解会展营销的影响因素；了解会展营销的基本策略；能够对会展营销模块进行 SWOT 分析；能够运用 FTP 战略开展会展营销活动；能够综合运用会展营销策略开展会展营销，进行项目的招展招商。 2. 让学生了解会展业的概述；理解会展立项、招展、招商策划与管理；领会会展现场、服务策划与管理的要点；熟悉各类会议、相关活动的策划与管理，能有效地进行会展立项、招展、招商策划与管理；能根据不同的会展及相关活动进行有针对性的策划与管理。 教学内容： 会展营销概述、会展产品营销、会展分销渠道营销、会展促销活动营销、会展新型营销、会展主题营销等内容 教学方法与手段： 教师主要采取讲授法、案例分析法、小组讨论法等基本方法和技巧，以学生为中心，启发式教学，注重学生能力的培养，根据课程内容设置小组演练、PPT 展示、微视频等多项实践任务，提升教学效果。					
课程名称	经济法			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. 知识目标 （1）要求营销等相关法律基本知识，熟练掌握法律的运用，做到学法、懂法、用法； （2）采用基础知识的讲述与案例分析相结合的课堂教学方法； （3）要求学生掌握基础知识的同时，能够正确分析案例。 2. 能力目标 （1）要求在经济法的教学和学习过程中做到理论联系实际、密切联系经济生活，通晓与经济活动相关的法律和市场规则，不仅能够用所学知识解决课堂所举案例，也能够运用经济法律和市场规则维护自身的合法、正当的经济权益。					

(2) 以实用性为基础，培养学生理解、分析、解决法律问题的能力； (3) 能够掌握社会保险的计算以及相关规定以及票据结算的各种要求，并在实际工作中运用自如。 3. 素质目标 (1) 学生通过学习经济法基础课程，对经济法的基本理论、基本知识有个全面的了解； (2) 能掌握我国经济法理论及其相关的法律法规，培养学生运用经济法的原理，分析和解决实际工作中有关经济法律方面实际问题的能力。 通过老师课程的讲授以及实践训练，学生应该具有良好的法律修养和较强的运用法律知识解决问题的能力。 教学内容： 公司法律制度、合同法律制度、产品质量保护法制度、消费者权益保护法制度等 教学方法与手段： 本课程在教学过程中主要采用讲授法、引导教学法、案例教学法实训作业法自主学习法等。 引导教学法:每个单元都有一个话题。在每个单元的第一堂课上，教师会先进行相关话题的导入，从而引导学生结合旧知识，了解新知。					
课程名称	保险实务			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. 知识目标：分析保险及保险业中的各种含义。 2. 能力目标：分析不同类型的保险 3. 素质目标：能培养学生正确的认识保险行业，正确的处理保险的相关事务 教学内容 1. 识别和管理风险 2. 了解保险和保险市场 3. 认知保险业务岗位 4. 保险合同业务处理 5. 人身保险规划 6. 人寿保险经营 教学方法与手段： 教师主要采取讲授法、案例分析法、小组讨论法等基本方法和技巧，以学生为中心，启发式教					

学，注重学生能力的培养，根据课程内容设置小组演练、PPT 展示、微视频等多项实践任务，提升教学效果。

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	品牌策划与推广实训			开课学期	2
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查
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。 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。 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	数字营销实训			开课学期	3
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查
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。 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。

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。

课程名称	销售与管理实训			开课学期	4
参考学时	26	学分	1	考核方式	考查

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、销售人员的甄选、培训
- 2、销售礼仪与沟通技巧
- 3、销售流程的执行和管理

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	岗位实习			开课学期	5-6
------	------	--	--	------	-----

参考学时	624	学分	24	考核方式	考查
学生学习目标： 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。 教学内容： 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； 教学方法与手段： 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。					

（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、劳模的典型案例，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。

专业拓展课程：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	14	1	3	1					1	20
	2	16	1		1	1				1	20

二	3	16	1		1	1				1	20
	4	16	1		1	1				1	20
三	5	5	1			1	13				20
	6						11	6	1	2	20
合计		67	5	3	4	4	24	6	1	6	120

(周次设置根据专业教学需要)

(二) 课程学时比例表

本专业总学分为 141.5 。课时总数为 2670 学时，其中公共课程 932 学时，约占总学时 34.91 % ，实践教学 1514 学时，约占总学时 56.70% ，选修课程 288 学时，约占总学时 10.79 % 。

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	10	160	16	176	6.59%
	通识课程	必修	32.5	300	360	660	24.72%
		任选	6	96	0	96	3.60%
	小计			48.5	556	376	932
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	169	200	104	304	11.39%
	专业核心课程	必修	28	292	156	448	16.78%
	专业拓展课程	专选	12	108	84	192	7.19%
	实践性教育环节	必修	34	0	794	794	29.6074%
	小计			93	600	1138	1738
合计			141.5	1156	1514	2670	100%

(三) 教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

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		
公共基础课程	思想政治课程	必修	1	G2023001	思想道德与法治	理论+实践	3	48	38	10			考查	4							
			2	G2023002	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			考查		2						
			3	G2023003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	纯理论	1.5	24	24				考查	2							
			4	G2023004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	纯理论	1.5	24	24				考查		2						
			5	G2020001	形势与政策（一）	纯理论	0.25	8	8				考查	2							
			6	G2020002	形势与政策（二）	纯理论	0.25	8	8				考查		2						
			7	G2020003	形势与政策（三）	纯理论	0.25	8	8				考查			2					
			8	G2020004	形势与政策（四）	纯理论	0.25	8	8				考查				2				
		小计					9	160	144	16				8	6	2	2				
		选择性必修课	1	G2023030	中华优秀传统文化	纯理论	1	16	16				考查								至少任选一门
			2	G2024001	党史	纯理论	1	16	16				考查								
			3	G2024002	新中国史	纯理论	1	16	16				考查								
			4	G2024003	改革开放史	纯理论	1	16	16				考查								

通识课程		5	G2024004	社会主义发展史	纯理论	1	16	16				考查						
		小计				1	16	16								2		
	必修	1	G2024005	体育（一）	理论+实践	1.5	2624	2	22			考查	2					
		2	G2023010	体育（二）	理论+实践	2	32	4	28			考查		2				
		3	G2023011	体育（三）	理论+实践	2	32	4	28			考查			2			
		4	G2024006	体育（四）	理论+实践	1.5	24	2	22			考查				2		
		5	G2021002	大学生心理健康教育	理论+实践	1	16	16				考查		2				
		6	G2024007	军事理论	纯理论	2	36	36				考查	3					
		7	G2024008	军事技能	纯实践	2	168		168			考查						21天
		8	G2023016	大学英语（一）	理论+实践	4	64	48	16			考试	4					
		9	G2023017	大学英语（二）	理论+实践	4	64	48	16			考试		4				
		10	G2024009	信息技术	理论+实践	3	48	16	32			考试		3				
		11	G2024010	劳动教育（一）	纯理论	0.5	8	8				考查	2					
		12	G2024010	劳动教育（二）	纯理论	0.5	8	8				考查		2				
		13	G2024012	大学语文	理论+实践	3	48	40	8			考试	3					
		14	G2023023	公共艺术	理论+实践	2	32	16	16			考查		2				
		15	G2023024	创新创业教育基础	理论+实践	1	16	12	4			考查		2				
		16	G2024013	职业发展与就业指导(一)	理论	0.5	8	8				考查	2					
		17		职业发展与就业指导(二)	理论	1	16	16							2			
		18		国家安全教育	理论	1	16	16				考查			2			

		小计				32.5	660	300	360				16	17	6	2		
		任选	1		人文素养与职业素养培育类	纯理论	1.5	24	24				考查					
			2		自然科学与科学精神培育类	纯理论	1.5	24	24				考查					
			3		体育竞技与安全健康教育类	纯理论	1.5	24	24				考查					
			4		创新创业与职业技能培育类	纯理论	1.5	24	24				考查		2	2	2	2
		小计（不低于 96 学时，6 学分）					6	96	96						2	2	2	2
		公共基础课程合计					48.5	932	556	376				24	25	10	8	2
专业 （技 能）课 程	专业基 础课	必修	1	A2024060	市场营销	理论+实践	3	48	32	16			考试	4				
			2	A2024061	管理学基础	理论+实践	4	64	48	16			考查		4			
			3	A2024062	经济学基础	理论+实践	3	48	32	16			考试			3		
			4	A2024063	大数据财务管理基础	理论+实践	3	48	24	24			考查			3		
			5	A2024064	统计学原理	理论+实践	3	48	32	16			考查			3		
			6	A2024065	商业经济基础	理论+实践	3	48	32	16			考查				3	
		小计					19	304	200	104				4	4	9	3	
	专业核 心课	必修	1	A2024066	品牌策划与推广	理论+实践	4	64	48	16			考试		4			
			2	A2024067	数字营销	理论+实践	4	64	24	40			考试			4		
			3	A2024068	服务营销	理论+实践	4	64	48	16			考试			4		
			4	A2024069	消费者行为分析	理论+实践	3	48	32	16			考试				3	
			5	A2024070	商务数据分析与应用	理论+实践	3	48	32	16			考查				3	
			6	A2024071	智能客户服务实务	理论+实践	3	48	32	16			考试				3	
			7	A2024072	商务礼仪与沟通	理论+实践	3	48	32	16			考查				3	
			8	A202406173	销售与管理	理论+实践	4	64	44	20			考试				4	

专业拓展课	小计					28	448	292	156					4	8	16			
	选修		A2024074	ITMC 市场营销技能	理论+实践	3	48	24	24			考查		3					
			A2024075	Photoshop	理论+实践	3	48	24	24			考查			3				
			A2024049	中华商业文化	理论+实践	2	32	20	12			考查	2						4 门任选
			A2024048	新媒体营销	理论+实践	2	32	20	12			考查					4		2 门
			A2018028	经济法	理论+实践	2	32	20	12			考查							
			A2024050	会展营销与策划	理论+实践	2	32	20	12			考查							
			A2024052	保险实务	理论+实践	2	32	20	12			考查							
	小计					12	192	108	84				2	3	3		4		
			ASYSX04	品牌策划与推广实训	纯实践	1	26			26				26					
			ASYSX03	数字营销实训	纯实践	1	26			26					26				
				销售与管理实训	纯实践	1	26			26						26			
			G2022006	岗位实习	纯实践	24	576				576						6 个月		
				毕业设计	纯实践	6	120				120								
				毕业教育	纯实践	1	20				20								
	小计					34	794			78	716			26	26	26			
	专业（技能）课程合计					93	1738	600	344	78	716		6	11	20	19	4		
	全程合计					141.5	2670	1156	720	78	716		30	36	30	27	6		

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师资队伍

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、品牌策划与推广
2	潘栅杉	女	本科	学士	副教授	电子商务（高级）	是	数字营销、Itmc市场营销技能
3	陈洁	女	研究生	硕士	助教	互联网营销师	否	网络营销
4	陈金丹	女	研究生	硕士	助教	无	否	管理学原理
5	吴利前	男	研究生	硕士	助教	无	否	市场营销、数字营销
6	丘平	男	本科	学士	无	无	否	商业经济基础、智能客户服务实务

7	朱磊	男	本科	学士	无	中级经济师	否	消费者心理
---	----	---	----	----	---	-------	---	-------

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	新媒体营销
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	新媒体

（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）	短视频带货、直播带货

	有限公司福建分公司	
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 %		
课程考核	学生自评	组内互评	教师评价	专业能力 笔试+实战	理论知识	总分
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，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、社会调查与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

表 16 市场营销专业相关职业资格证书

本专业学生必须至少满足以下基本条件方能毕业：

1. 修满 141.5 学分（其中：公共基础课程 48.5 学分，专业课程 93 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”（各专业需与职业面向列出的职业资格证相对应）；
4. 体质测试达标。

表 16 市场营销专业相关职业资格（技能）证书

序号	职业资格（技能）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