

2022 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称

市场营销

(二) 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

3 年

四、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)	职业资格证书 或技能等级证书举例
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)	销售代表 销售主管/销售经理 市场主管/市场经理 策划人员 策划主管/经理 新媒体营运专员 电商营运专员 卖场主管/卖场经理 中小微企业创业者	1. 中级1+X 数字营销技术应用等级证书(国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心) 2. 中级职业核心能力(教育部成人教育业协会) 3. 初级品牌营销策划(国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心) 4. 初级电子商务运行推广(国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心) 5. 企业人力资源管理师(国家人力资源和社会保障部)

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，落实立德树人根本任务，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场营销、工商管理、法律、电子商务等专业理论知识和具有市场开拓、市场调查分析、营销策划、市场销售、客户服务、企业管理等技术技能，面向批发业、零售业单位的营销员、商品营业员、摊商、市场营销专业人员，能够从事市场开发、全渠道产品宣传与销售、营销文案策划和执行、客户管理与服务、新媒体营销、电商小微企业运营及企业中层经营管理等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（6）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。

（7）具有良好的职业道德、较强的敬业精神和拼搏精神；

（8）具有本专业的专业知识和专业技能，而且了解本专业的现状，较准确分析本专业的发展走向。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

（3）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（4）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

（5）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（6）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报

告的撰写方法；

- (7) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- (8) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
- (3) 能够与客户进行有效沟通；
- (4) 能够对客群和竞争者进行分析；
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析；
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判；
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理；
- (9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施；
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力；
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

1. 公共必修课：思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、体育、军事理论与训练、心理健康教育、劳动教育、习近平新时代中国特色社会主义思想专题、美育等。

2. 公共限定选修课：中华优秀传统文化、创业与就业教育、大学生安全教育、公共艺术、职业社会能力、职业应用文、经济数学等。

3. 公共任选课：开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关知识融入到专业教学和社会实践中。组织开展劳动实践、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动。课程有健康教育、计算机应用基础、专升本英语、中国共产党史等。

(二) 专业课程

1. 专业基础课程

包括经济学基础、现代商务概论、市场营销、市场调研与预测、经济法概论、电子商务等。

2. 专业能力课程

包括数字营销技术应用、现代推销技术、商务广告、公共关系、营销策划、营销综合实

训等。

3. 专业拓展选修课程

专业拓展选修课程可依据市场营销职业发展阶段特点进行调整，应修最低学分不少于21 学分。

(1) 专业拓展限选课

模块一（服务营销方向）：包括服务营销、汽车营销、茶文化营销、营销心理学、商务谈判、企业管理；

模块二（数字营销方向）：包括办公自动化软件高级应用、基础会计、网络营销、图形图像设计与处理、数字营销基础、数字互动营销。

(2) 专业拓展任选课

主要设有：商务礼仪、旅游营销、保险营销、职场形象设计、人际沟通技巧等。

4. ★专业核心课程

包含在专业基础课程和专业课中，包括市场营销、市场调研与预测、营销策划、营销综合实训（技能竞赛导向课程）、数字营销技术应用（1+X 课证融通课程）、现代推销技术等。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	市场营销	主要教学内容：认识市场营销、营销环境分析、需求及购买行为分析、竞争分析、目标市场选择及市场定位策略选择、营销组合策略选择。 教学要求：熟悉市场营销的主要工作内容；了解和掌握市场营销的基本理论和方法；能有效理解执行企业的营销决策；胜任产品宣传、销售等方面的最基本的营销专业技能。
2	营销策划	主要教学内容：营销策划工作任务；营销策划创意与文案；营销策划特征和流程；定位策划；品牌策划；新品上市策划；促销策划；公共策划等。 教学要求：掌握市场营销策划的基本概念、基本原理、基本方法；能够基于各类营销场景开展营销活动策划与实施；具有基于营销策划活动进行分析和改进提升的能力。
3	营销综合实训 (技能竞赛导向型课程)	主要教学内容：市场环境分析调研、市场营销战略与策略策划、市场营销手段实施及市场营销管理流程把控等实训项目的设计等。 教学要求：使学生牢固树立以顾客为中心的营销观念，在此基础上系统掌握市场营销的基本原理和方法，培养学生训练学生的综合营销能力，增强他们作为管理者面对激烈竞争时敢于承担风险和正确对待失败、挫折的心理承受能力。
4	数字营销技术应用 (1+X 课证融通课)	主要教学内容：瞄准企业数字营销领域岗位群需求，介绍数字营销与运营的基础知识、新媒体用户和内容定位、新媒体数据分析与内容优化等内容，

	程)	并结合微信、微博、社群、音频、视频、直播、APP、二维码和新媒体写作平台等多种新媒体途径展开数字营销的技术操作和运营。 教学要求：掌握如何通过内容赢得用户的垂青，树立企业口碑与品牌的技能；通过理论与实践紧密结合，培养和提高学生正确分析和解决企业数字营销相关问题的实践能力，成为适应社会当前需要的数字营销人才。
5	现代推销技术	主要教学内容：推销人员岗位认知、推销人员素质特征、推销工作流程、推销基础知识、推销与谈判策略。 教学要求：了解推销任务相关的岗位工作；熟悉推销的工作流程；掌握销售拜访、销售呈现、拜访评估、处理异议等技能，提升专业化销售能力。
6	市场调查与预测	主要教学内容：调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。 教学要求：以市场信息为研究对象，培养基层营销岗位市场调研的专项技能和综合技能。

七、学时安排

每学年教学时间 40 周，三年制高职总学时数约为 2800 学时；顶岗实习按每周 30 学时计算。每学时不少于 45 分钟。

学分与学时的换算。一般 16 学时计为 1 个学分，按学期独立安排的校内实践一学期计为 1 学分。三年制高职总学分一般为 137 学分；军训、入学教育、社会实践、毕业综合实践（含毕业调查报告或设计、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分。

三年制公共基础课程学时占总学时的 27%，公共选修课教学时数占总学时 8%。

学生顶岗实习 6 个月。

八、教学进程总体安排

(一) 市场营销专业教学进程安排

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时			周学时数/教学周数						考核方式	
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五	六		
						理论	实践	18周	20周	20周	20周	20周	20周		
公共基础课程	1		思想道德修养与法律基础	3	48	30	18	3							试
	2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	20	12		2						试
	3		习近平新时代中国特色社会主义思想专题	3	48	30	18	3							试
	4		形势与政策	1	64	40	24	1	1	1	1				查
	5		体育	6	96		96	2	2	1	1				试
	6		大学生心理健康教育	2	32	20	12	2							查
	7		军事技能	2	112	0	112	2周							查
	8		军事理论	2	32	32	0		2						查
	9		劳动教育	1	16	6	10								查
	10		美育	1	16	10	6	1							查
	11		大学生安全教育	1	16	10	6	1							查
	12		中华优秀传统文化	1	16	10	6		1						查
	13		经济数学	2	32	32	0		2						查
	14		创业与就业指导	2	32	16	16				2				查
	15		职场通用英语	4	64	44	20	2	2						查
	16		职业应用文	2	32	16	16	2							查
公共限选课程第一至第四学期开设，至少修 10 学分，共 160 学时。															

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		周学时数/教学周数						考核方式		
					总学时	教学环节		一 18周	二 20周	三 20周	四 20周	五 20周		六 20周	
						理论	实践								
公共 任选 课	17		信息技术	2	32	12	20		2						试
	18		专升本英语	2	32	22	10				2				查
	19		健康教育	1	16	10	6								查
	20		职业核心能力	2	32	16	16	2							
	21		中国共产党史	2	32	22	10			2					查
公共任选课程由各系根据专业特点第一至第四学期开设，包括但不限于上述课程，至少修4学分，共64学时。															
小计				39	752	360	392								

课程性质		序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		周学时数/教学周数						考核方式	
						总学时	教学环节		一 18周	二 20周	三 20周	四 20周	五 20周		六 20周
							理论	实践							
专业 课程	专业 必修 课程	1	S224A10131	经济学基础	3	48	48		3						试
		2	S224B10101	现代商务概论	4	64	48	16	4						试
		3	S224B10202	市场营销★	4	64	32	32		4					试
		4	S224B10203	市场调研与预测★	3	48	32	16		3					试
		5	S224B10304	电子商务	4	64	32	32			4				试
		6	S224B10305	经济法概论	3	48	32	16			3				查
	专业 能力	1	S234B10306	数字营销技术应用（1+X课证融通课程）★	3	48	24	24			3				试
		2	S234B10407	营销策划★	4	64	32	32				4			试

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		周学时数/教学周数						考核方式	
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五		六
						理论	实践	18周	20周	20周	20周	20周		20周
课程	3	S234C10408	营销综合实训（技能竞赛导向课程）★	4	64		64				4			试
	4	S234B10224	现代推销技术★	3	48	16	32		3					试
	5	S234B20425	商务广告	2	32	16	16				2			查
	6	S234B20326	公共关系	2	32	16	16			2				查
	7		学期专业实践	计入相关课程学分学时					2周	2周	2周			纳入专业课程考试
	8	S234B20509	企业综合实训	16	400	100	300					16周		
	9	S234C20610	毕业综合实践	24	720		720					4周	20周	
小计				79	1744	428	1316							
专业拓展选修课程	限选模块一（服务推广方向）	1	S245B10411	服务营销	3	48	24	24				3		试
		2	S245B20327	茶文化营销	3	48	24	24			3			查
		3	S245B20428	营销心理学	3	48	24	24				3		查
		4	S245B20229	企业管理	3	48	24	24		3				查
		5	S245B20312	汽车营销	3	48	16	32			3			查
		6	S245B20413	商务谈判	2	32	16	16				2		查
	限选模块二（数	1	S245B20314	办公自动化软件高级应用	3	48	24	24			3			查
		2	S245B20230	基础会计	3	48	24	24		3				查
		3	S245B20415	网络营销	2	32	16	16				2		查

课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	计划学时		周学时数/教学周数						考核方式	
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五		六
						理论	实践	18周	20周	20周	20周	20周		20周
营销方向)	4	S245B20316	数字营销基础	3	48	24	24			3				查
	5	S245B20417	数字互动营销	3	48	24	24				3			试
	6	S245B20418	图形图像设计与处理	3	48	24	24				3			查
	小计			17	272	136	136							
专业任选课程	6	S246B20219	商务礼仪	2	32	16	16		2					查
	7	S246B20320	旅游营销	2	32	16	16			2				查
	9	S246B20321	保险营销	2	32	16	16			2				查
	10	S246B20422	职场形象设计	2	32	16	16				2			查
	11	S246B20423	人际沟通技巧	2	32	16	16				2			查
	专业任选课应选最低学分			4	64	32	32							
	专业拓展选修课应选最低学分			21	336	168	168							
全部课程合计				139	2800	920	1880	26	27	24	24	20	20	

(二) 实践教学安排

市场营销专业实践教学安排:

实践教学类别	课程名称	总学时	实践学时	教学地点	对实践教学的相关说明
理论+实践	电子商务	64	32+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 4 学时/周, 上机实训 2 学时/周
	经济法概论	48	16	多媒体教室	理论课 3 学时/周, 项目实训 2 学时/双周
	市场调研与预测	48	16+0.5周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 3 学时/周, 项目实训 2 学时/双周
	市场营销	64	32+0.5周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 4 学时/周, 项目实训 2 学时/周
	数字营销技术应用	48	24	营销综合实训室	理论课 3 学时/单周, 上机实训 3 学时/双周
	营销策划	64	32	多媒体教室, 电商综合实训室	理论课 2 学时/周, 上机实训 2 学时/周
	现代推销技术	48	32+1周	多媒体教室, 电商综合实训室, 校外实训基地	理论课 4 学时/周, 上机实训 2 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	商务广告	32	16	多媒体教室, 营销综合实训室	理论课 1 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	服务营销	48	24+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	营销心理学	48	24+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	商务谈判	32	16	多媒体教室, 营销综合实训室	理论课 2 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	公共关系	32	16+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 3 学时/周, 上机实训 1 学时/周
	企业管理	48	24	多媒体教室, 管理综合实训室	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	汽车营销	48	24+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
茶文化营销	48	24+1周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周	

	办公自动化软件高级应用	48	24	多媒体教室, 营销综合实训室	
	基础会计	48	24	多媒体教室, 会计综合实训室	
	网络营销	32	16	多媒体教室, 电商综合实训室	
	数字营销基础	48	24	多媒体教室, 营销综合实训室	
	数字互动营销	48	24+2周	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	
	图形图像设计与处理	48	24	多媒体教室, 营销综合实训室	
实训项目	营销综合实训	64	64	营销综合实训室	学生独立完成一家模拟企业的营销管理。
	企业综合实训	400	300	布塔信息学院	学生自由选择大数据营销或新媒体营销模块, 由布塔信息学院指导师带领学习相关课程并完成小组项目
实习	毕业综合实践	720	720	布塔集团及旗下子公司、特步中国公司、泉州新华都、泉州无界广告公司等校企合作企业及学生自选相关单位	学生在真实的岗位以准员工的身份进行实际业务工作。
合计		1896	1444+6周		

(三) 分类学时学分统计表

课程类别	学分	计划学时			
		总学时	理论教学学时	实践教学学时	实践教学比例 (%)
公共必修课	25	528	208	320	60.61
公共限选课	10	160	108	52	32.50
公共任选课	4	64	44	20	31.25
专业必修课	79	1744	428	1316	75.46
专业选修课	21	336	160	176	52.38
合计	139	2832	948	1884	66.53

(四) 各学期教学环节总体安排表

学期	课堂教学(含课内实践)	整周实践			复习考试	机动	合计(周)	说明
		军训	专业实训	毕业综合实践				

1	15	3	0	0	2	0	20	第五、六学期的专业实训指实习期间对学生的实习情况跟踪及返校后调查报告的总结
2	16	0	2	0	1	1	20	
3	16	0	2	0	1	1	20	
4	16	0	2	0	1	1	20	
5	0	0	16	4	0	0	20	
6	0	0	0	20	0	0	20	
合计	64	3	22	24	5	3	120	

九、实施保障

(一) 专业教学团队

1. 师资队伍

(1) 专业教学团队基本情况

本专业现已形成一支“以老带新、中青为主、充满活力、团结高效”的教学团队，在10名教师中，有校内专任教师7人，校外兼职教师3人，兼职教师由校企合作企业厦门布塔信息技术股份有限公司、泉州丰泽区无界广告有限公司高层管理者组成。在校内专任教师中有硕士6人，学士1人；副教授1人，讲师4人，经济师1人，助理营销师2人；45岁以上的1人，35岁至44岁的2人，35岁及以下的4人，具有“双师”素质的教师100%，他们均有一定的实践经验，能够保障实践教学地开展。充分体现了“建设一支数量相当，结构合理，素质优良，富有弹性的，以专业带头人为龙头、以骨干教师为主体、专兼结合、体现职业性要求，能确保专业培养目标得以实现的教学团队”的建设思路。

(2) 专业带头人要求

专业带头人具有副高及以上职称，有广告传媒公司工作和实习经历，能够较好地把握国内外行业、专业最新发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对市场营销人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

(3) 骨干教师要求

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

(4) 兼职教师要求

主要从行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和职业能力，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并

具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训基地

序号	实训室名称	实训项目	主要设备要求
1	电子商务综合实训室	电子商务运营管理、网络营销操作	电子商务模拟操作平台，网络营销模拟平台
2	市场营销综合实训室	市场营销运营流程、商务礼仪训练、公共活动策划与实施、广告策划与制作、商务谈判运作	营销竞赛软件，营销沙盘运营、商务谈判软件
3	大学生创业孵化基地	创新创业设计	商务洽谈室、会议室、办公区、创新创业软件
4	智慧教室	职业核心能力培养课程（方法能力模块+社会能力模块）	话筒、扩音器、投影仪、激光笔、移动桌椅等

3. 校外实践教学基地

序号	基地名称	合作单位	主要教学项目
1	校企合作基地	厦门布塔信息技术股份有限公司	大数据应用、基于大数据的市场营销应用实践、市场营销数据收集和整理、市场营销数据挖掘与分析
2		厦门良优达海网络科技有限公司	理实一体教学、跟岗实训
5	泉州经贸学院商务系校外实训基地	泉州丰泽区无界广告有限公司	文案策划与广告创意
6		泉州邮政电子商务局	电子商务运营
7		福建非常道文化传播有限公司	新媒体运营

4. 信息化教学条件

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源

1. 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。学院建立有专业教师、行业专家和教研人员等参加的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

各课程教材由课任教师相关规定提出选用意见，经教研室同意后，报系审定、教务处审批、征订。

实践课程教师应积极与合作企业共同开发实训教材。

2. 图书、文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：营销管理、市场营销、营销策划、营销调研与预测、定位与新定位等。配备市场营销专业教学所需的参考教材、专著和报刊，要及时添置和更新市场营销专业教学图书资料，尤其是要及时增添与市场营销专业相关的新研究成果、新市场动态、新案例等的图书资料，以利于市场营销专业教学具有时代性和一定的前瞻性。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法、手段与教学组织形式

本专业以班级为单位组织教学活动，通过团队作业、情景模拟、项目教学、岗位实习等多种方式，运用现代教育技术开展教学以完成既定教学目标和任务，潜移默化地培养学生的职业素养和职业道德，提高学生的团队合作能力、创新能力及沟通协调能力，使学生毕业后能够直接进入各级社会组织、企事业单位的一线管理岗位，实现教育与就业的对接。在教学中，重视现代信息技术的应用，注重教学课件、视频等网络课程资源开发与利用，逐步构建各核心课程的网络课程平台，提高课程教学的趣味性、实效性；注重实训指导书的开发和应用，分批输送学生在校内外实训基地进行课程实训与顶岗实习，引导学生提升职业技能与素养。

（五）教学评价、考核

1. 校内教学阶段学习评价

（1）评价方式

理论+实践课的考核，由理论知识考核、实践能力考核两部分组成，且两者比例应与课程的理论/实践教学学时比例相当。

（2）评价主体

任课教师或实践导师

（3）评价标准

1) 理论+实践课

①平时课堂表现（考查课占比 30%，考试课占 20%）

包括考勤、课堂纪律、课堂提问、团队合作性，实践操作的积极性等，由任课教师进行打分。

②完成实训项目（考查课占比 30%，考试课占 30%）

包括章节书面作业、实践项目策划、实施及汇报效果，由任课教师与其他团队评价综合确定。

③考试成绩（考查课占比 40%，考试课占比 50%）

学生须完成规定的课程学习任务，参加学院教务处统一安排的期末闭卷笔试考核。

④综合成绩评定

根据学院课程成绩评定的相关标准，综合成绩 60 分以下为不及格，60 分—74 分为及格，75 分—84 分为良好，85 分及以上者为优秀。

2) 校外实践

①实践过程表现

包括考勤、纪律、团队合作性，实践操作的积极性等，由实践导师进行打分。

②完成实践任务

包括完成安排的特定实践任务的时效、质量等，由实践导师进行打分。

(4) 评价过程

理论+实践课的评价过程应注意对“平时课堂表现”和“实训项目”的客观评价和记录。

校外实践活动的评价过程注意对实践过程表现的客观评价和记录。

2. 校外企业教学阶段学习评价

(1) 评价方式

以岗位任务、工作项目为出发点，根据布置的工作项目或任务，按照学生实际完成的情况，进行成绩评定。

(2) 评价主体

企业授课教师

(3) 评价标准

以学生在营销工作岗位中的具体表现或业绩为评价依据。

(六) 质量管理

1. 建立院系两级专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善院系两级教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

(1) 本专业方案按规定程序确定后应保持相对稳定并严肃执行，但可根据实际做必要的、适当的技术性调整，其调整必须按程序进行。

(2) 本专业方案的实施必须以科学的高职教育思想为指导，贯穿保证和提高专业人才培养质量的主线，注重课程教学质量，不断改进课程教学，确保和提高课程教学质量。

十、毕业资格条件

(一) 操行要求

具有正确的思想政治觉悟，具有良好的道德品质，遵纪守法，操行合格，无不良操行记录。

(二) 课程与学分要求

修完所有规定课程并考核合格，总学分达到 135 学分。

(三) 职业资格（技能）证书要求

取得下表所列的其中一项职业资格证书

职业资格证书或技能等级证书举例
中级 1+X 数字营销技术应用等级证书，国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心
中级职业核心能力，教育部成人教育业协会
初级品牌营销策划，国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心
初级电子商务运行推广，国家人力资源与社会保障部技能鉴定中心
企业人力资源管理师，国家人力资源和社会保障部

(四) 身体素质要求

具有合格的身体素质

十一、继续学习深造建议

本专业毕业生可以通过参加专升本、自学考试、成人高考、网络教育、自学等多种形式实现管理类专业本科、研究生层次的学习与深造，提高专业素养。

十二、人才培养特色与创新

特色一：校企合作，产教融合

广泛开展深度校企合作，形成稳固的校企合作，形成 2+0.5+0.5 的应用型人才培养模式。形成了学校与企业融合、教室与市场融合、课堂与社会实践融合的课程体系，以及富有专业特色的“校企合作，产教融合，项目带动，能力递进”的人才培养模式，

特色二：训赛结合，构建多样化实训系统模式

在空间上，不拘限制，从教室、校园、辐射到社会；在时间上：既有计划内学时安排、又鼓励学生课余时间主动参与；在组织方式上：有教师带动布置，但更多的是由学生社团自主推进、合作企业对接实训。在实训环节上：既有调研、策划、促销、售卖、客服等一线营销技巧的设计，也注意全局营销管理与运营的系统培训。

特色三：构建社会服务型师资队伍

双师素质进一步深化，大大提升实践教学水平。各专任老师分别在生产企业、广告公司、

文化传媒公司任职或参与项目实践，切实提升专业能力与声誉。各专任老师自觉深入企事业单位，参与业务实践，发挥专长，为企事业单位提供力所能及的服务。

十三、附录

一般包括调整审批表、论证表、审核意见表等。

专业人才培养方案调整（变更）审批表

_____学年第__学期 编号（由学院编制）：

申请系部					申请时间			
适用年级/专业					申请执行时间		____学年第__学期开始	
原 方 案	课程名称	课程编号	课程性质 <small>（必修、选修）</small>	学时/ 周数	学分	开课学期	增开 或 停开	
调 整 后 方 案	课程名称	课程编号	课程性质 <small>（必修、选修）</small>	学时/ 周数	学分	开课学期	增开 或 停开	
调整原因								
专业带头人意见：				系（部）主任意见：				
签字： _____ 年 月 日				签字： _____ 年 月 日				
教务处审批意见（微小调整）： 签字： _____ 年 月 日								
主管教学副院长审批意见（重大调整）： 签字： _____ 年 月 日								

注：①各专业如有特殊情况需调整教学计划，申请系部须填写此表一式三份（专业教研室、系部、教务处各存一份）交教务处，经教务处处长（方案微小调整）或分管副院长（方案重大调整）批准后才能执行；②学生毕业学分要求不允许变更。

泉州经贸职业技术学院人才培养方案论证表

（专业建设委员会专家论证用）

专业建设委员会名称					
论证专业名称					
专业建设委员会论证意见	<p>专业建设委员会主任签名：</p> <p>年 月 日</p>				
专业建设委员会成员	姓 名	职称/职务	工作单位	专业特长	签 名

____级专业人才培养方案审核意见表

系部：

专业：

专业（教研室）意见：

教研室主任签名：

年 月 日

系审核意见：

系主任签名：

年 月 日

学院意见：

年 月 日

（表格篇幅不够，可另附纸张）

