

2023 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。

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	就业方向
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. 经济专业技术资格 2. 数字营销技术应用 3. 新媒体营销 4. 网店运营推广 5. 跨境电商 B2B	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

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，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，较强的就业意识和能力及可持续发展的能力；掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理工作的高素质技术技能人才。

（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）具有积极的就业创业意识和勇于承担就业创业风险意识等。

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）熟悉现代市场营销的新观念、新知识、新技术；

（4）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；

（5）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（6）掌握目标营销战略、市场进入战略、竞争战略、品牌规划战略的思路和确定方法；

（7）掌握推销、广告、公共关系、销售促进、商务谈判等营销策略手段的原则、方法和技巧；

（8）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

（9）熟悉营销计划、组织和控制等营销管理的基本流程和方法；

（10）了解就业形势与政策，熟悉就业理论知识。

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;
- (13) 具有较强的就业能力和初步的创业能力。

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、体育、军事理论与训练、就业与创业指导、心理健康教育、劳动教育、美育、中华优秀传统文化等。

2. 公共限定选修课：信息技术、职业应用文、职场通用英语等。

3. 公共任选课：开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、就业创业实践、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、就业创业实践、志愿服务及其他社会公益活动。课程有经济数学、健康教育、职业核心能力、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、管理学基础、市场营销、市场调研与数据分析、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行业岗位需求及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、茶文化营销、营销心理学、商务谈判、数字营销基础、新媒体营销等；

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、数字互动营销等。

(2) 专业拓展任选课

主要设有：商务礼仪、旅游营销、汽车营销、保险营销、市场营销沙盘、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,设有市场营销、市场调研与数据分析、现代推销技术、数字营销技术应用、营销策划、营销综合实训（技能竞赛导向课程）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	<p>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。</p> <p>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；同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>
2	市场调查与数据分析	<p>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。</p> <p>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，同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>
3	现代推销技术	<p>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。</p> <p>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；同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>
4	数字营销技术应用	<p>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，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。</p> <p>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。同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>

5	营销策划	<p>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。</p> <p>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；同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>
6	营销综合实训 （技能竞赛导向型课程）	<p>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。</p> <p>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，同时将培养学生的就业创业意识和相关能力融于该课程教学中。</p>

七、学时安排

每学年教学时间 40 周，总学时数约为 2816；根据专业综合实践的要求，第五学期专业综合实践学时为每周 25 学时；根据毕业岗位实习的特点和要求，第六学期的毕业实习为每周 30 学时。每学时不少于 45 分钟。

学分与学时的换算。理论课、理实一体课，16 学时计为 1 个学分；军事技能（含军训）、入学教育、社会实践（含就业创业实践）、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。1 周为 1 学分；学期实训周 2 周为 1 学分；共 140 学分。

公共基础课程学时数共 752，占总学时的 26.7%；选修课教学时数共 560 占总学时 19.89%。学生毕业实习 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		学期、教学周数、课周时数						考核方式			
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五		六		
						理论	实践	20周	20周	20周	20周	20周		20周		
公共基础课程	公共必修课	1	Z011B10002	思想道德与法治	3	48	30	18	3							试
		2	Z011B10001	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	Z011B100004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	30	18	3							试
		4	Z011A10003-6	形势与政策	1	64	40	24	1	1	1	1				查
		5	G011C10024-7	体育	6	96		96	2	2	1	1				试
		6	G011B10006	大学生心理健康教育	2	32	20	12	2							查
		7	G011A10013	军事技能	2	112	0	112	2周							查
		8	G011B10013	军事理论	2	32	32	0		2						查
		9	G011B10015	劳动教育	1	16	6	10								查
		10	G011B10016	美育	1	16	10	6	1							查
		11	G011B10005	就业与创业指导	2	32	16	16				2				查
		12	G011A10004	大学生安全教育	1	16	10	6	1							查
		13	G011B10035	中华优秀传统文化	1	16	10	6		1						查
	公共限选	14	G011B10033	信息技术	2	32	12	20		2						查
		15	G011B10032	职场通用英语	4	64	44	20	2	2						查
		16	G011B10034	职业应用文	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		学期、教学周数、课周时数						考核方式	
					总学时	教学环节		一	二	三	四	五		六
						理论	实践	20周	20周	20周	20周	20周		20周
课	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。													
公共 任选 课	17	16100201667	就业创业实践	2	32	12	20				2			查
	18	G011B10036	专升本英语	2	32	22	10				2			查
	19	G011B10011	经济数学	2	32	32	0		2					查
	20	G011B10040	健康教育	1	16	10	6							查
	21	G011B10033	职业核心能力	2	32	16	16	2						查
	22	G011B10041	中国共产党史	2	32	22	10			2				查
由学院开设关于国家安全教育、节能减排、绿色环保、社会责任、人口资源、管理等人文素养、科学素养等方面及创业实践等选修课程，建议学生于第1至第4学期选修，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	二	三	四	五		六
								理论	实践	20周	20周	20周	20周	20周		20周
专业 课程	专业 必修 课程	专业 基础 课程	1	L424B10101	经济学基础	3	48	48		3					试	
			2	S224B10101	管理学基础	3	48	32	16	3					试	
			3	S224B10202	市场营销★	4	64	32	32		4				试	
			4	S224B10203	市场调研与数据分析★	3	48	32	16		3				试	
			5	S224B10304	电子商务	3	48	32	16			3			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	20周	20周	20周	20周	20周		20周	
	6	S224B10305	经济法概论	3	48	32	16			3					查
专业能力课程	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
	3	S234B10408	营销综合实训（技能竞赛导向课程）★	4	64		64				4				试
	4	S234B10306	现代推销技术★	3	48	16	32		3						试
	5	S234B20407	商务广告	2	32	16	16				2				查
	6	S234B20308	公共关系	2	32	16	16			2					查
	7	S234B20309	学期专业实践	3	96	0	96		2周	2周	2周				纳入专业课程考核
	8	S234B20509 专业综合实训（理实一体教学）	认识职场（钉钉办公技能、职场礼仪）	1	16	16							1周		
			短视频营销	1	16	16							1周		
			直播营销	1	16	16							1周		
社群营销			1	16	16							1周			
实践操作			12	192		192						12周			
9	S234B20610	毕业综合实践	24	720		720						4周	20周		
小计				80	1840	428	1412								

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	20周	20周	20周	20周	20周		20周
专业拓展选修课程	限选模块一(服务营销推广方向)	1	S245B10411	服务营销	3	48	24	24				3			试
		2	S245B20311	茶文化营销	3	48	24	24			3				查
		3	S245B10412	营销心理学	3	48	24	24				3			查
		4	S245B20216	数字营销基础	3	48	24	24		3					查
		5	S245B20325	新媒体营销	3	48	16	32			3				查
		6	S245B20413	商务谈判	2	32	16	16				2			查
	限选模块二(数字营销方向)	1	S245B20314	办公自动化软件高级应用	3	48	24	24			3				查
		2	S245B20326	基础会计	3	48	24	24				2			查
		3	S245B20415	网络营销	2	32	16	16				3			查
		4	S245B20216	数字营销基础	3	48	24	24		3					查
		5	S245B20317	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	S246B20319	商务礼仪	2	32	16	16			2				查
		7	S246B20320	旅游营销	2	32	16	16			2				查
		9	S246B20421	保险营销	2	32	16	16				2			查
		10	S246B20412	汽车营销	2	32	16	16				2			查
11		S246B20224	市场营销沙盘	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	20周	20周	20周	20周	20周		20周	
	12	S246B20223	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		140	2864	904	1960	25	28	24	25	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	48	16	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
	市场调研与数据分析	48	16	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	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	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 2 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	服务营销	48	24	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	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 1 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	公共关系	32	16	多媒体教室, 营销综合实训室, 校外实训基地	理论课 1 学时/周, 上机实训 1 学时/周
	管理学基础	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	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	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	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	基础会计	48	24	多媒体教室, 会计综合实训室	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	网络营销	32	16	多媒体教室, 电商综合实训室	理论课 1 学时/周, 项目实训 1 学时/周
	数字营销基础	48	24	多媒体教室, 营销综合实训室	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	数字互动营销	48	24	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
	就业创业实践	32	20	多媒体教室, 大学生创业孵化基地	理论课 0.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
	图形图像设计与处理	48	24	多媒体教室, 营销综合实训室	理论课 1.5 学时/周, 项目实训 1.5 学时/周
实训项目	学期实训周	96	96	多媒体教室、营销综合实训室、校内实训基地	按学期实训周大纲开展。
	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	校企合作企业	学生自由选择大数据营销或新媒体营销模块, 由校企合作企业指导教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	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		2008	1556		

(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 (%)
	学分	比例%				
公共必修课	27	19.29	560	224	336	60.00
公共限选课	8	5.71	128	92	36	28.13
公共任选课	4	2.86	64	44	20	31.25
专业必修课	80	57.14	1776	412	1364	76.80
专业选修课	21	15	336	160	176	52.38
合计	140	100	2864	932	1932	67.46

(四) 各学期教学环节总体安排表

学期	课堂教学 (含课内实践、机动)	实践			复习考试	合计
		军训	学期实训周	毕业调查与毕业实习		

1	16	2			2	20
2	16		2		2	20
3	16		2		2	20
4	16		2		2	20
5				4		20
6				20		20
合计	64	2	6	4	8	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“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”的教学团队，在 10 名教师中，有校内专任教师 7 人，已聘请 3 名企业高级技术人才为本专业的兼职教师，生师比达到 25:1。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，能够保障实践教学活动的开展。

(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或是本专业的行家里手，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、1+X 数字营销技术应用操作、商务谈判运作	营销竞赛软件、营销沙盘运营、数字营销实训系统、商务谈判软件
3	大学生创业孵化基地	创新创业设计、就业创业实践	商务洽谈室、会议室、办公区、创新创业软件
4	智慧教室	商务礼仪训练、公共活动策划与实施、广告策划与制作、茶文化营销演练	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
2	校企合作基地	泉州东海湾产教融合有限公司	新媒体营销运作、跨境电商运营推广、电商直播、网络推广。
4	泉州经贸大学生创业孵化基地	厦门海尼电子商务有限公司	网店运营
5	泉州经贸大学生创业孵化基地	泉州市三保教育咨询有限公司	电商直播、跨境电子商务运营
6	泉州经贸大学生创业孵化基地	良优达海网络科技有限公司	网络营销、客户服务
7	泉州经贸大学生创业孵化基地	厦门唐宗实业有限公司	网络营销
5	泉州经贸学院商务系校外实训	泉州丰泽区无界广告有限公司	文案策划与广告创意
7	基地	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

根据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用教材。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，尽量使用国家近期规划教材。

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。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）学习评价

本专业依据市场营销专业人才培养方案，以提升岗位职业技能为重心，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。每门课程独立编制课程标准，明确课程教学目标，作为课程学习评价的基本依据，并根据课程性质、教学内容和课程特点科学设计考核评价体系，并对就业创业能力进行考核，包含学习过程和学习结果的评价，并积极探索增值评价，健全综合评价。详见各课程标准。

（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、敬业精神和就业素养, 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 140 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。

序号	证书名称	等级	发证单位	备注
1	中级 1+X 数字营销技术应用等级证书	中级	中教畅享(北京)科技信息公司 (教育部公布 1+X 证书承办单位)	必须至少取得其中一本证书, 或取得学院及以上教育主管部门认可的其他职业资格证书。
2	品牌营销策划	初级	教育部成人教育业协会	
3	电子商务运行推广	初级	人力资源和社会保障部	
4	经济师(工商管理)	初级	人力资源和社会保障部	

(四) 身体素质要求

具有以县(区)级及以上医院体检合格报告作为依据的身体素质。

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: 课程内容创新, 融入思政教育和地方特色

一是融入“大国使命、精益求精、爱国爱乡、爱拼敢赢、海纳百川”等思政元素, 培养学习者良好的职业素养; 二是融入地方企业案例, 结合泉州非遗文化和侨乡特点, 培养学习

者新思维，掌握新技能；三是融入学生技能竞赛训练和职业技能等级考证训练，助于学生在仿真场景中快速掌握相关营销岗位技能。

特色二：“岗课赛证”四位一体，形成多样化实训系统模式

在课程体系上，既设置了竞赛导向课程《营销综合实训》、《市场营销沙盘》，也设置了职业技能等级考证课程《数字营销基础》、《数字互动营销》、《数字营销技术应用》；在实训空间上，不拘限制，通过校内营销协会的桥梁作用承接营销活动和竞赛项目，从教室、校园、辐射到社会；在实训时间上：既有计划内学时安排、又鼓励学生课余时间主动参与，再通过每学期实训周的系统部署，让学生扎实掌握专业技能；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

本人才培养方案可根据国家职业教育政策的调整、专业的发展变化和学院教学资源的变动而按学院的教学管理制度做必要的调整。

变更审批表、专家论证表、审核意见表等（附后）。

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）

