

（三年制高职）

# 市场营销专业人才培养方案

（2021 级）

编 制 人：林文胜、陈友益、罗志斌（校内）

马思宇、罗秀兰（企业）

编制单位：福建林业职业技术学院经济管理系

福建南平伊尔婴服饰有限公司

福建众行新能源有限公司

编制日期：2021 年 7 月 10 日

审 核 人：周璇

专业负责人：林文胜

系部主任：林文胜

福建林业职业技术学院教务处制

## 目 录

一、专业名称与代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、修业年限.....	3
四、职业和岗位面向.....	3
(一) 职业面向.....	3
(二) 岗位面向.....	3
(三) 职业能力分析.....	4
五、培养目标与规格.....	4
(一) 培养目标.....	4
(二) 培养规格.....	5
(三) 职业资格证书.....	6
六、课程设置及教学安排.....	6
(一) 课程设置.....	6
(二) 教学安排.....	20
七、教学基本条件.....	27
(一) 师资队伍.....	27
(二) 教学设施.....	29
(三) 教学资源.....	30
八、质量保障.....	31
(一) 机制制度保障.....	31
(二) 质量管理保障.....	33
九、毕业条件.....	34
(一) 大学生体质健康测试合格.....	34
(二) 其他毕业条件.....	34
十、其他说明.....	34
十一、论证与审批.....	34

# 市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

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备同等学历。

## 三、修业年限

一般为3年，可根据学生灵活学习需求，弹性安排3-6年。

## 四、职业和岗位面向

### （一）职业面向

市场营销专业职业面向如表1所示。

表1 市场营销专业职业面向

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)	主要岗位群或 技术领域举例
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；销售经理；区域 销售经理；卖场经理；小微 商业企业创业者；市场主管； 市场经理；市场调研专员

### （二）岗位面向

本专业毕业生主要面向林业行业的中小企业、商贸公司、生产企业等专业岗位，包括市场调查员、业务员、销售代表、市场主管、销售经理等，从事产品销售、市场推广、销售管理等岗位的工作。毕业生就业职业领域及主要工作岗位的初始岗位、发展岗位、目标岗位如表2所示。

表2 职业领域及主要工作岗位（群）

序号	职业领域	工作岗位		
		初次岗位（毕业1~2年）	发展岗位（毕业3~5年）	目标岗位（毕业6~10年）
1	销售	销售员、业务员、推销员、 售后服务员	销售主管、客服经理、区域 销售主管、区域代理、规模 一般的门店店长	省级代理、销售副总、 分公司销售经理、大区 经理
2	市场	促销员、市场调研员、公 关员	策划主管、公关经理、产品 推广经理、市场部经理、产 品经理	市场副总监、分公司销 售经理、大区经理

### （三）职业能力分析

市场营销专业职业能力见下表。

表 3 市场营销专业职业能力分析表

就业岗位	主要工作任务	职业岗位能力		
		要求	阶次	
销售岗位	访问顾客、有效推销	能够接近潜在顾客，引起顾客兴趣，激发顾客购买欲望，能够分析顾客购买心理，能够根据顾客心态进行推销。	职业综合能力	
	商务洽谈、试行订约	能分析各种商务风险，制定商务洽谈计划，能控制谈判进程，能够正确运用常见谈判策略与技巧。能够处理客户异议，能寻找合适时机提出成交建议，能够增减或修改合同。		
市场岗位	品牌推广	能够开展品牌整合传播、品牌整合营销、品牌整合管理。		
	公共关系活动策划	能选择公共关系活动模式，制定公共关系策略，并实施。		
管理岗位	渠道管理	能够选择中间商，能够激励与管理中间商。		
	销售管理	能进行销售人员培训、指导与评价，能管理与激励销售人员，学会货品管理、回款管理、客户管理。		
销售岗位	国际市场商品交易	能借助互联网等渠道开展境外产品交易。		职业拓展能力
	客户服务与客户关系管理	能识别与开发客户，并建设和管理客户信息库，能有效提升服务的满意度和客户的忠诚度，做好客户服务与关系管理		
市场岗位	广告策划	能选择恰当的广告媒体，制定广告策略并加以实施，达到有效推广效果。		
	网络营销策划	能制定网络营销组合策略，利用互联网进行市场推广。		
	新媒体推广	能有效利用搜索引擎、博客与微博平台、微信平台、自媒体平台与论坛、知识平台、直播、音频、视频平台、网络游戏与 APP 等开展市场推广活动		
	社群营销	能够构建一个社群，保持社群的活跃度，组织开展社群线下活动，能够打造社群运营团队，实现社群商业变现。		
管理岗位	网店运营与管理	能从事网店的经营与管理。		
	连锁企业门店营运与管理	熟悉门店的整个工作流程：商品的进货、商品销售、收银、防损、绩效评估，能够做好门店的管理工作。		

## 五、培养目标与规格

### （一）培养目标

本专业培养为社会主义现代化建设服务、为人民服务，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；掌握产品销售、市场推广、销售管理等专业知识和技术技能，面向销售、市场、管理等职业群，在生产企业、商贸企业等企事业单位的生产、服务及管理第一线能够从事市场调查与分析、线上线下销售、客户服务与管理、营销活动组织、线上线下品牌推广、销售管理、创业企业营销策划与执行等工作的复合型技术技能人才。

## （二）培养规格

本专业毕业生应具备的素质、知识、能力、情感、态度和价值观等方面的要求，应将本专业所特有的，有别于其他专业的职业素养要求纳入。

### 1. 素质要求

（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，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。

（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1-2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1-2项艺术特长或爱好。

### 2. 知识要求

（1）掌握必备的思想政治理论、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、安全消防等知识。

（3）熟悉经济基本知识，掌握企业管理的基本知识和方法。

（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）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

（7）掌握推销和商务谈判的原则、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）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

### 3. 能力要求

（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) 能够为小微创业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) 具备一定的创新创业能力。

### (三) 职业资格证书

表 4 市场营销专业职业资格证书

序号	职业资格证书名称	取证性质	认证时间
1	网店运营推广	选考	第 4 学期

(注：高等学校英语应用能力考试 A/B 级证书、计算机等级证书不是职业资格证书，不列入。)

## 六、课程设置及教学安排

### (一) 课程设置

#### 1. 公共基础学习领域课程

本学习领域课程是培养学生思想道德、人文素质、职业素质、数理基础、沟通交流及职业自我发展能力的课程。

##### (1) 思想道德与法治 (参考学时：48 学时)

知识与能力要求：主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，加强职业道德教育，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质、法治素养和职业道德素质。

公民基本道德规范和社会主义道德建设的基本要求，具有良好的社会公德、职业道德和家庭美德修养；具有较强的法制意识和法制观念。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

##### (2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (参考学时：64 学时)

知识与能力要求：讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果，帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。能够运

用科学的世界观、人生观和价值观来观察、分析和科学处理现实社会中的热点问题。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

### **(3) 大学英语（参考学时：64 学时）**

知识与能力要求：掌握一定程度的英语听、说、读、写基本技能，借助字典能够阅读英文文件资料。

课程目标：达到英语应用能力 B 级标准。

### **(4) 体育（参考学时：72 学时）**

知识与能力要求：掌握体育锻炼运动知识、技术与技能，提高自身身体素质。

课程目标：按照教育部《学生体质健康标准》大学组标准。

### **(5) 计算机基础与操作（参考学时：56 学时）**

知识与能力要求：学习计算机基础知识，掌握 Windows 系统操作、Word、Excel、Powerpoint 等办公软件操作，以及计算机常用软件安装、信息数据处理技能。

课程目标：达到计算机一级标准。

### **(6) 就业指导（参考学时：16 学时）**

知识与能力要求：了解就业政策法规，树立正确的就业观，提高求职技能。

课程目标：提高学生的就业能力和生涯管理能力，促进求职择业。

### **(7) 形势与政策（参考学时：40 学时）**

知识与能力要求：主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

### **(8) 大学生创新创业基础（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：了解创业政策法规、创业基本知识，树立创新创业的意识，激发创业热情，引导有能力有条件的学生走上创业之路。

课程目标：提高学生自主创业能力。

### **(9) 大学生心理健康（参考学时：32 学时）**

知识与能力要求：认知心理健康；认识完善自我；培养学习能力；建设和谐人际；培养爱的能力；规划职业生涯；应对压力挫折和珍爱宝贵生命等。

课程目标：提高学生自我完善、抗压和珍爱生命能力。

### **(10) 军事理论（参考学时：36 学时）**

知识与能力要求：了解掌握中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等军事基础知识，了解和掌握我国的国防历史和国防建设的现状及其发展趋势。

课程目标：提高学生自我约束、自我管理能力；增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

#### **(11) 军事训练（参考学时：60 学时）**

知识与能力要求：了解和掌握基本军事技能，进行严格的单个军人队列动作、队列队形、分列式和阅兵式训练，熟练掌握单个军人队列动作和队列队形动作要领，养成良好的军旅生活习惯。

课程目标：提高学生自我约束、自我管理能力；促进学生强身健体；养成良好军旅生活习惯。

#### **(12) 劳动教育（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：进行劳动思想教育、劳动技能培育、劳动实践锻炼。结合宿舍、班级、学校美化净化安排各类劳动实践，根据专业教学计划安排专业实习实训、实施产教融合，专业社会实践等形式，让学生在劳动实践中增进知识、磨炼意志、增长才干、提高素质、培养社会责任感。

课程目标：帮助学生树立正确的劳动观点和劳动态度，热爱劳动和劳动人民，养成劳动习惯的教育，是人德智体美劳全面发展的主要内容之一。让学生在劳动过程中愉悦身心，强健体魄，增强意志力，涵养吃苦耐劳精神。

#### **(13) 闽商文化（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：掌握闽商的文化内涵及闽商发展史概况；了解闽商文化特征及精神内涵；掌握商业文化调研报告的写法,能进行相关调研研究

课程目标：提高学生对闽商文化的了解，学习爱岗敬业、团结开放、精益求精、强化服务的职业素养和闽商精神。

#### **(14) 大学语文（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：掌握正确运用中国语言文字的能力，掌握一定的口语及书面表达能力，掌握对文学作品的阅读、分析和鉴赏能力

课程目标：培养学生高尚的道德情操和健康的审美情趣，提高自身的文化素养

#### **(15) 演讲与口才（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：掌握演讲、口才、交际等基本理论的概述，培养良好的心理素质，提高口才能力。

课程目标：提高学生口语表达必备的基本能力，提升学生职业综合素养。

#### **(16) 商务礼仪（参考学时：30 学时）**

知识与能力要求：掌握站姿、坐姿、走姿等礼仪规范，会对称呼、介绍、握手、鞠躬等社交礼节进行正确施礼；具有良好的审美意识和人文素养。

课程目标：提高学生对商务场合礼仪规范，礼仪知识的灵活运用能力，提升学生职业综合素养

#### **(17) 党史（参考学时：8 学时）**

知识与能力要求：主要讲授中国共产党的诞生、发展和领导全国人民进行革命斗争和社会主义建设的历史，总结了党的建设、领导武装斗争、执政、社会主义建设的成功经验和失败教训，帮助学生理解“中国共产党为什么能”，掌握党的领导是中国特色社会主义的本质特征的内在含义，

传承光荣革命传统和优良作风，坚定共产主义理想信念。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

#### (18) 新中国史（参考学时：8 学时）

知识与能力要求：主要讲授新中国成立以来中国共产党带领全国人民进行社会主义改造确立了社会主义制度，1978 年后改革开放进行社会主义现代化建设，逐步探索中国特色社会主义道路的历史，深刻总结历史经验，积极将马克思主义中国化，最终开辟出适合中国国情和长远发展的特色道路，同时在正确的理论领导下中国实现了从站起来到富起来再到强起来的伟大飞跃。在学史过程中坚定学生民族自豪感，厚植爱国情怀。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

#### (19) 改革开放史（参考学时：8 学时）

知识与能力要求：主要讲授 1978 年十一届三中全会后党带领全国各族人民解放思想，实事求是，进行改革开放，开辟中国特色社会主义建设新道路，开创改革开放和社会主义现代化建设新局面，帮助学生明确“中国特色社会主义为什么好”，坚定制度自信、道路自信、理论自信、文化自信。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

#### (20) 社会主义发展史（参考学时：8 学时）

知识与能力要求：讲授马克思主义诞生以来的世界社会主义历程，了解当代社会主义的发展状况及变化，理解我国为什么选择社会主义，加深理解中国特色社会主义的认同，帮助学生用马克思主义的观点认识世界，理解“马克思主义为什么好”，强化价值认同，塑造共产主义世界观。

课程目标：按照教育部和课程标准的要求，达到合格。

### 2. 专业（技能）学习领域课程

本学习领域课程是学生能力培养的核心内容，课程设置的依据是完成职业岗位工作任务所需的知识与能力，课程中的知识点由单项工作任务中相同或相近知识点合并而成，课程顺序符合学生的认知规律。

学习领域课程名称	经济学基础	开课学期	1
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"><li>• 理解经济学的内涵及研究对象；</li><li>• 能运用供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、市场理论、生产要素市场理论、失业与通货膨胀理论、经济周期与经济增长理论等相关理论分析经济中的各种现象；</li><li>• 能理解国家采取的宏观和微观经济政策；</li><li>• 具有一定的家国情怀和经济素养；</li><li>• 具有良好的职业道德和职业素养，具备诚实守信、吃苦耐劳、敬业奉献、踏实肯干、精益求精的工匠精神。</li></ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 认识经济学：经济学的内涵、研究对象、主要内容、研究方法；</li><li>2. 价格理论：需求理论，供给定理，均衡价格理论，弹性理论；</li><li>3. 消费者行为分析：基数效用论，序数效用论；</li><li>4. 生产者行为分析：生产理论，成本理论，收益理论；</li></ol>		

<p>5. 市场分析：完全竞争市场，完全垄断市场，垄断竞争市场. 寡头垄断市场；</p> <p>6. 生产要素分析：工资，利息，地租，利润；</p> <p>7. 市场失灵与政府干预：市场失灵，政府干预；</p> <p>8. 国民收入核算与决定：国民收入核算，简单的国民收入决定模型，IS-LM 模型，AD-AS 模型；</p> <p>9. 失业与通货膨胀：失业，通货膨胀；</p> <p>10. 经济周期与经济增长：经济周期，经济增长；</p> <p>11. 宏观经济政策：宏观经济政策目标及工具，财政政策，货币政策。</p>
---

学习领域课程名称	管理学基础	开课学期	1
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能够对现实中的管理现象进行正确的分析判断；</li> <li>• 能够制定基本的企业计划书，能够综合运用各种方法进行科学决策；</li> <li>• 能够运用组织结构设计的原则和理论，对真实组织进行合理的结构设计和职权配置；</li> <li>• 能够全面运用各种激励手段和沟通技巧，恰当处理领导工作中遇到的一般问题；</li> <li>• 能够综合运用管理理论和知识解决实际问题，为学习后续各门专业管理课奠定理论和方法基础。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 管理学认知：管理的涵义及性质、管理的四大职能。</li> <li>2. 组织文化与组织环境：对组织的掌握、分清组织对文化与环境的影响</li> <li>3. 管理理论的形成与发展：古典管理理论、泰罗“科学管理”理论，管理理论的演变。</li> <li>4. 计划与决策：计划的编制程序和方法，决策的原则、类型以及定性和定量决策方法。</li> <li>5. 组织：组织部门化、管理幅度与管理层次、集权与分权、组织设计的原则、常见组织形式、招聘与甄选。</li> <li>6. 激励：握并能灵活运用激励的理论和方法解决实际中的问题</li> <li>7. 领导：领导的涵义，领导理论，激励理论的内容及相关激励方式的运用。</li> <li>8. 控制：控制类型、控制标准的确立</li> <li>9. 创新：理解并掌握创新的内容、创新理论</li> </ol>		

学习领域课程名称	市场营销基础	开课学期	2
参考学时	56	学分	3.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能运用正确的营销观念指导营销活动；</li> <li>• 会运用市场调查方法与手段开展市场调查；</li> <li>• 会进行企业营销环境分析；</li> <li>• 能够进行市场细分、选择目标市场和市场定位；</li> <li>• 能够制定和运用市场营销组合策略；</li> <li>• 能够培养良好的职业素养、团队合作、敬业精神。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 营销认知：市场营销的基本概念及研究的主要内容与方法，市场营销观念的基本特征和营销观念产生和发展的历史背景，市场营销组合的概念与基本构架以及特征，市场营销组合理论在企业实践中的意义；</li> <li>2. 企业市场营销环境分析：企业宏观环境与微观环境分析，消费者购买行为分析；</li> <li>3. 市场调查与预测：市场调查的定义与特点，市场调查的类型. 内容及意义，市场调查的程序和方法，市场需求预测的含义和方法；</li> </ol>		

	4. 市场细分、目标市场选择与市场定位； 5. 市场营销组合策略：产品策略，产品定价策略，分销渠道策略，促销策略。
--	--

学习领域课程名称	市场调查与分析	开课学期	2
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能够按照市场调查的程序开展市场调查；</li> <li>• 能够根据调查目的和要求设计调查方案和问卷；</li> <li>• 能够根据调查方案开展调研活动；</li> <li>• 能够对调查数据的统计与分析；</li> <li>• 能够根据调研数据分析结果撰写市场调查报告与制作 PPT ；</li> <li>• 具备市场调研人员的职业道德精神；</li> <li>• 具有良好的心理素质和克服困难的能力。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 组建市场调查团队：组建调查团队、团队负责人、团队成员的分工；</li> <li>2. 确定调查题目：设计市场调查题目、调查题目的评价；</li> <li>3. 设计市场调查方案：市场调查方案的内容、结构；</li> <li>4. 设计市场调查问卷：市场调查问卷设计的程序、基本方法及编排的原则；</li> <li>5. 市场调查方法的选择：实地调查法，文案调查法；</li> <li>6. 市场调查实施：包括组织实地调查、管理控制市场调查过程；</li> <li>7. 整理市场调查资料：数据资料的确认流程及规定，数据编码的方法及录入方式，统计图表的运用方法；</li> <li>8. 分析市场调查资料：定性分析方法，定量分析方法；</li> <li>9. 撰写市场调查报告：市场调查报告的框架，市场调查报告的撰写技巧。</li> </ol>		

学习领域课程名称	电子商务基础	开课学期	3
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 学会运用电子商务中的网络技术；</li> <li>• 能够运用电子商务中的安全技术；</li> <li>• 会运用电子商务中的支付技术；</li> <li>• 学会运用管理电子商务企业；</li> <li>• 会开展电子商务环境下的物流管理；</li> <li>• 能够开展电子商务下的营销管理；</li> <li>• 会物流信息发布系统的设计与实现。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认知电子商务：电子商务的产生与发展，电子商务的概念与影响，电子商务系统及其运作机理；</li> <li>2. 电子商务中的网络技术：计算机系统基础，网络与通信技术基础，电子数据交换，Internet 应用技术，Web 页的表现技术，内联网与外联网；</li> <li>3. 电子商务中的安全技术：电子商务中的安全问题，电子商务的安全技术，电子商务中的安全协议，电子商务中的安全策略；</li> <li>4. 电子商务中的支付技术：电子支付的概念及特征，电子货币，电子支付的发展及展望，网络银行业务；</li> <li>5. 电子商务与现代企业：企业与企业管理基础，电子商务对现代企业管理的影响，电子商务下的企业文化，企业电子商务实施策略；</li> <li>6. 电子商务与物流管理：物流系统，供应链管理，物流业务模式与技术，电子商务</li> </ol>		

	<p>环境下的物流管理；</p> <p>7. 电子商务与营销管理：营销与营销管理，网络营销理论与策略，电子商务下全面营销管理的实现；</p> <p>8. 物流信息发布系统的设计与实现：网站编程基础，节物流信息发布系统分析与设计，物流信息发布系统的实现。</p>
--	--

学习领域课程名称	经济法	开课学期	3
参考学时	40	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具备强烈的法制意识，能自觉遵守经济法规，从事经济活动；</li> <li>• 能运用公司法、合伙企业法、个人独资企业法、物权法、工业产权法、合同法、反不正当竞争法等解决经济活动中的矛盾与纠纷。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 经济法基础知识；</li> <li>2. 公司法；</li> <li>3. 合伙企业法；</li> <li>4. 个人独资企业法；</li> <li>5. 物权法；</li> <li>6. 工业产权法；</li> <li>7. 合同法；</li> <li>8. 反不正当竞争法；</li> <li>9. 消费者权益保护法；</li> <li>10. 仲裁与民事诉讼法。</li> </ol>		

学习领域课程名称	消费者行为分析	开课学期	3
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能够分析影响消费者行为的各种因素；</li> <li>• 能够区分消费者购买决策的类型并分析其影响因素；</li> <li>• 能够分析产品、价格、广告、购物环境与消费者行为之间的关系；</li> <li>• 能运用心理学理论解决营销实践中出现的问题。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 消费者行为的概念及特点；</li> <li>2. 消费者的购买决策；</li> <li>3. 影响消费者行为的各种内在和外部因素；</li> <li>4. 产品、价格、广告、购物环境与消费者行为；</li> <li>5. 购后使用与消费者评价。</li> </ol>		

学习领域课程名称	商务谈判	开课学期	3
参考学时	54	学分	3.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会在商务谈判中进行心理的运用；</li> <li>• 会进行商务谈判的会务准备和现场布置；</li> <li>• 能营造不同谈判的气氛；</li> <li>• 能依对手的态度、实力和作风制订谈判策略；</li> <li>• 能进行合同签约程序，合同担保的主要方式及合同纠纷的处理。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商务谈判认知：商务谈判的基本内涵、构成要素，商务谈判的内容、商务谈判的原则与评判标准、商务谈判的 APRAM 模式，商务谈判的赢-赢谈判模式和合作谈判模式、商务谈判需要与动机；</li> <li>2. 商务谈判运作：商务谈判信息的收集，商务谈判的组织准备、时间和地点的选择，</li> </ol>		

	商务谈判方案的制订, 谈判开局目标的设计、表达与实现, 商务谈判价格磋商的程序. 报价的原则与方法, 商务谈判合同的特点与主要条款; 3. 商务谈判技巧运用: 商务谈判僵局产生的原因与处理的技巧, 商务谈判语言的类型与重要作用, 商务谈判信息的传递及商务谈判后管理的内容。
--	---

学习领域课程名称	推销技术	开课学期	3
参考学时	52	学分	3.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会对顾客资格进行审查;</li> <li>• 能正确约见顾客和接近顾客;</li> <li>• 能灵活运用推销洽谈的各种策略与技巧;</li> <li>• 能正确处理顾客异议;</li> <li>• 能正确进行合同的订立。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品推销认知: 推销的含义. 要素以及各要素之间的相互关系, 推销人员的类型. 职责, 推销人员的职业素质. 职业能力, 推销方格理论;</li> <li>2. 商品推销过程: 准顾客的含义及类型, 顾客资格审查, 寻找顾客的主要方法及应用, 介绍接近. 产品接近等接近方法, 推销洽谈的基本程序, 推销洽谈的各种策略与技巧;</li> <li>3. 顾客异议的处理: 顾客异议的含义及类型, 处理顾客异议的原则与策略, 处理顾客异议的常用技术;</li> <li>4. 成交及合同订立: 推销成交的基本方法, 买卖合同的规范书写。</li> </ol>		

学习领域课程名称	品牌推广	开课学期	4
参考学时	56	学分	3.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 明确品牌的由来、定义、内涵与外延,</li> <li>• 能识别品牌的特征和种类;</li> <li>• 明确品牌推广的价值;</li> <li>• 会开展品牌整合传播. 品牌整合营销. 品牌整合公关。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 品牌的由来、定义、内涵与外延;</li> <li>2. 品牌的特征和种类;</li> <li>3. 品牌发展史;</li> <li>4. 品牌推广的价值;</li> <li>5. 品牌整合传播;</li> <li>6. 品牌整合营销;</li> <li>7. 品牌整合公关。</li> </ol>		

学习领域课程名称	公共关系	开课学期	4
参考学时	56	学分	3.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能理解公关的概念、特征、历史、现状及发展;</li> <li>• 能树立强烈的公共关系意识, 会运用公关的调查、策划、实施及评估的方法;</li> <li>• 能策划和组织实施公共关系活动;</li> <li>• 能运用公共关系技巧开展公关活动, 解决组织危机。</li> </ul>		

学习内容	1. 公关认知：公共关系的概念及特征. 公关历史. 现状与发展. 公关的对象与职能及组织机构； 2. 公共关系调查； 3. 公共关系策划； 4. 公共关系实施； 5. 公共关系评估； 6. 公关危机管理。
------	---

学习领域课程名称	商务数据分析与应用	开课学期	5
参考学时	48	学分	3
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>明确商务数据分析价值，会使用维度法构建数据分析思路；</li> <li>会选择数据收集方法，实施商务数据收集；</li> <li>会商务数据问题检测，能开展商务数据预处理；</li> <li>能够开展商务数据处理；</li> <li>会创建商务数据可视化图表，撰写商务数据分析报告。</li> </ul>		
学习内容	1. 商务数据分析认知 2. 商务数据收集 3. 商务数据预处理 4. 商务数据分析 5. 商务数据可视化及报告撰写		

学习领域课程名称	渠道管理	开课学期	5
参考学时	48	学分	3
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>能够理解分销渠道的涵义，分销渠道基本职能，分销渠道管理的基本内涵，能运用国际分销渠道的进入方式；</li> <li>能够学会分销渠道基本流程，分销渠道基本结构设计，学会分销渠道管理的方法及主要内容；</li> <li>能对分销渠道的成员进行选择与关系管理，能进行分销渠道的协调与合作；</li> <li>能进行窜货管理. 分销渠道的控制管理，能对分销渠道成员进行评估；</li> <li>能进行国际分销渠道的协调与管理；</li> <li>能培养良好的职业素养和敬业精神, 有团队合作精神。</li> </ul>		
学习内容	1. 分销渠道认知； 2. 分销渠道的基本成员； 3. 分销渠道系统设计； 4. 分销渠道管理； 5. 分销渠道的评估与完善； 6. 物流管理； 7. 分销渠道信息系统； 8. 网络分销渠道策略。		

学习领域课程名称	销售管理	开课学期	5
参考学时	50	学分	3
学习目	<ul style="list-style-type: none"> <li>能明确不同性质、不同规模企业销售管理工作的主要任务；</li> </ul>		

标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会市场营销的基本方法和基本技能；</li> <li>• 能进行销售计划，销售定额与销售费用管理；</li> <li>• 能进行销售人员培训，指导与评价；</li> <li>• 能进行销售人员控制与激励；</li> <li>• 学会货品管理，回款管理，客户管理；</li> <li>• 能够培养良好的职业素养和敬业精神，有团队合作精神。</li> </ul>
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 销售管理角色认知：认知销售管理岗位、销售管理职能，如何成为一名优秀的销售经理；</li> <li>2. 销售计划、销售定额与销售费用管理；</li> <li>3. 销售人员培训、指导与评价；</li> <li>4. 销售人员控制与激励；</li> <li>5. 货品管理；</li> <li>6. 回款管理；</li> <li>7. 客户管理。</li> </ol>

### 3. 专业拓展学习领域课程

本学习领域课程是在职业能力课程的基础上，围绕本专业职业能力所拓展的多方位、多层次的职业能力和职业素质课程。

学习领域课程名称	林业经济管理	开课学期	3
参考学时	24	学分	1.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 学会运用林业经济管理的研究方法；</li> <li>• 把握林业发展的历史和趋势，学会运用林业可持续发展的措施；</li> <li>• 学会对林业产业进行分类，学会运用林业产业化发展的主要模式及其经营途径，学会运用林下经济管理模式；</li> <li>• 能识别林业经营要素及其形式，理解集体林权制度改革的历史与配套改革相关内容；</li> <li>• 学会运用森林生态效益补偿方式；</li> <li>• 理解林业市场失灵与林业政策调控内容，学会运用林业经营政策和森林保护政策；</li> <li>• 学会评价林业综合效益。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 林业经济管理认知；</li> <li>2. 林业及其可持续发展；</li> <li>3. 林业产业认知；</li> <li>4. 林业经营与产权；</li> <li>5. 森林生态效益补偿；</li> <li>6. 林业政策与法规；</li> <li>7. 林业综合效益评价。</li> </ol>		

学习领域课程名称	走进林业	开课学期	3
参考学时	24	学分	1.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 认识我国林业的现状与发展趋势；</li> <li>• 会识别我国主要森林群落的种类与基本特征；</li> <li>• 会识别主要森林树种，掌握其生长规律及分布情况；</li> <li>• 理解森林的主要功能和效益及对自然环境的影响；</li> <li>• 会林木良种生产与壮苗培育的生产流程与技术体系；</li> <li>• 会森林培育生产流程及育林技术体系；</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 会森林保护的基础知识及主要技术体系；</li> <li>· 会林业生态工程建设的基础知识及主要技术体系；</li> <li>· 会森林资源可持续经营基础知识及主要技术体系。</li> </ul>
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 林学认知：森林与林业，全球环境问题与森林可持续经营，我国林业的现状与发展趋势，福建省林业的现状与发展趋势；</li> <li>2. 森林及其分布；</li> <li>3. 主要森林树种认知；</li> <li>4. 森林的功能；</li> <li>5. 林木良种生产与壮苗培育；</li> <li>6. 森林培育基础及育林技术体系；</li> <li>7. 森林健康；</li> <li>8. 林业生态工程建设；</li> <li>9. 森林资源可持续经营。</li> </ol>

学习领域课程名称	网店营运	开课学期	4
参考学时	45	学分	3
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 能做好开店准备工作；</li> <li>· 能建立具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰；</li> <li>· 能发布网店商品；</li> <li>· 能备货发货和客户/供应商管理；</li> <li>· 能开展客户服务；</li> <li>· 能维护网点安全；</li> <li>· 能进行店铺和商品推广；</li> <li>· 能开展创新创业活动。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 开店准备：市场调查，店铺定位，货源寻找；</li> <li>2. 网店开设：开店流程，网店设置与装修；</li> <li>3. 网店产品发布：产品描述，产品图片拍摄，产品图片美化，产品发布；</li> <li>4. 网店日常经营与管理：物流服务. 客户服务. 网店安全. 网店推广（包括关键词挖掘与分析，商品标题制作，详情页优化，搜索推广策略制定，搜索推广账户搭建，搜索推广账户优化，信息流推广策略制定，信息流推广账户搭建，信息流推广账户优化证书内容）。</li> </ol>		

学习领域课程名称	连锁企业门店营运与管理	开课学期	4
参考学时	45	学分	3
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 会进行连锁企业门店商圈的设定；</li> <li>· 会进行连锁企业门店商圈的分析评估；</li> <li>· 能正确运用商品陈列的方法和要领；</li> <li>· 能进行连锁企业门店商品盘点的组织及人员分配；</li> <li>· 能进行连锁企业门店商品盘点作业管理。</li> </ul>		

学习内容	1. 连锁体系建立：连锁门店设立，连锁企业门店的组织结构与人员配置； 2. 连锁店长的作业化管理：连锁店长的作业化管理，连锁企业门店理货员与营业员作业管理. 连锁企业门店收银作业管理； 3. 连锁门店现场管理：连锁企业门店卖场的规划与管理，连锁企业门店现场服务管理. 连锁企业门店促销活动的组织与实施； 4. 连锁门店商品管理：连锁企业门店商品管理，连锁门店防损与安全管理。
------	--

学习领域课程名称	广告实务	开课学期	4
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能熟练运用广告心理策略，提高广告宣传活动的效果；</li> <li>• 能采用某种方法对广告进行调研，并调研取得的信息资料形成调研报告，反馈给管理层；</li> <li>• 能灵活运用广告创意的方法和技巧进行广告创意活动</li> <li>• 能开展广告策划，并完成广告策划书的编写</li> <li>• 能运用广告测定方法对广告进行效果测定</li> <li>• 能合法的开展广告活动</li> </ul>		
学习内容	1. 广告认知：广告分类，广告的要害，广告的组织与管理； 2. 广告调查：广告调研的程序，基本方法和技术； 3. 广告策划：广告策略，广告媒体的选择，广告创意与策划； 4. 广告制作：广告文案，电波型广告制作，印刷广告制作，其他类型广告制作。 5. 广告效果测评：广告效果测定的原理和程序，广告效果测定方法的种类。		

学习领域课程名称	新媒体营销	开课学期	4
参考学时	36	学分	3
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能开展新媒体营销调研；</li> <li>• 会进行新媒体营销策划；</li> <li>• 能开展博客与微博平台营销、微信平台营销、自媒体平台与论坛营销、知识平台营销、直播、音频、视频平台营销、网络游戏与APP营销。</li> </ul>		
学习内容	1. 认识新媒体营销； 2. 新媒体营销调研； 3. 新媒体营销策划； 4. 博客与微博平台营销； 5. 微信平台营销； 6. 自媒体平台与论坛营销； 7. 知识平台营销； 8. 直播、音频、视频平台营销； 9. 网络游戏与APP营销。		

学习领域课程名称	客户服务与管理	开课学期	4
参考学时	36	学分	2
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会设计客户服务部门的组织结构和编制客户服务部门的岗位说明书；</li> <li>• 会接待客户、电话受理客户咨询、客户电话回访；</li> <li>• 会识别大客户，建立大客户档案，能回访和维护大客户；</li> <li>• 会售后服务管理，客户满意度测评和提高客户满意度；</li> <li>• 会客户投诉的接待，处理客户忠诚度的测评和培养忠诚客户；</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会建立客户档案，客户关系管理系统和利用客户档案。</li> </ul>
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 规划客户服务部门的组织机构；</li> <li>2. 客户日常交往业务；</li> <li>3. 大客户服务；</li> <li>4. 售后服务管理与客户满意度的测评及提高；</li> <li>5. 客户投诉管理；</li> <li>6. 建设和管理客户信息库。</li> </ol>

学习领域课程名称	客户关系管理	开课学期	4
参考学时	36	学分	2
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能掌握 CRM 软件的运用方法；</li> <li>• 能进行客户组合分析；</li> <li>• 能构建客户信息库；</li> <li>• 能对客户进行周期管理；</li> <li>• 能设计客户价值；</li> <li>• 能通过现有资源搜集客户信息；</li> <li>• 能提供个性化服务方案；</li> <li>• 能独立制定客户服务标准；</li> <li>• 能有效处理客户异议。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 客户获取与分析；</li> <li>2. 培养稳定的客户关系；</li> <li>3. 持续巩固客户关系；</li> <li>4. 日常服务客户；</li> <li>5. 运用 CRM 高效管理客户。</li> </ol>		

学习领域课程名称	网络营销	开课学期	4
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能认知网络营销岗位. 工具体系和内容体系；</li> <li>• 能运用网络营销工具；</li> <li>• 会运用网络营销的方法；</li> <li>• 能开展网络营销与推广策划；</li> <li>• 具有良好的职业素养和敬业精神。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认知网络营销：网络营销岗位及其相关职责，网络营销的工具体系和内容体系；</li> <li>2. 网络营销工具：搜索引擎营销，电子邮件营销，大数据营销等；</li> <li>3. 网络广告营销：网络广告的含义，网络广告策划，网络广告效果监测；</li> <li>4. 事件营销：事件营销的含义，事件营销策划，事件营销效果监测；</li> <li>5. 病毒营销：病毒营销的含义，病毒营销策划，病毒营销效果监测；</li> <li>6. 网络营销与推广策划：网络营销策划的含义，撰写网络营销策划书，网站推广策划思路及执行。</li> </ol>		

学习领域课程名称	社群营销	开课学期	4
参考学时	36	学分	3

学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能够构建一个社群;</li> <li>• 会保持社群的活跃度;</li> <li>• 会组织社群线下活动;</li> <li>• 能够打造社群运营团队;</li> <li>• 会进行社群商业变现。</li> </ul>
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社群营销概述: 什么是社群, 社群的 5 个构成要素, 社群营销的价值;</li> <li>2. 如何完整构建一个社群;</li> <li>3. 如何保持社群的活跃度;</li> <li>4. 如何组织社群线下活动;</li> <li>5. 如何打造社群运营团队;</li> <li>6. 如何进行社群商业变现。</li> </ol>

学习领域课程名称	跨境电子商务	开课学期	5
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会跨境店铺注册操作;</li> <li>• 会跨境物流与海外仓操作;</li> <li>• 能够开展海外市场调研;</li> <li>• 能进行跨境选品和产品信息化操作;</li> <li>• 会跨境产品定价、刊登和发布操作;</li> <li>• 能进行跨境店铺优化及推广操作;</li> <li>• 会进行订单处理、发货、报检报关操作;</li> <li>• 能进行收款、售后服务及客户维护操作。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 跨境店铺注册;</li> <li>2. 跨境物流与海外仓操作;</li> <li>3. 海外市场调研;</li> <li>4. 跨境选品和产品信息化;</li> <li>5. 跨境产品定价、刊登和发布;</li> <li>6. 跨境店铺优化及推广;</li> <li>7. 订单处理、发货、出境报检报关;</li> <li>8. 收款、售后服务及客户维护。</li> </ol>		

学习领域课程名称	进出口贸易	开课学期	5
参考学时	42	学分	2.5
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 能做好交易前准备;</li> <li>• 开展交易磋商;</li> <li>• 能拟定合同的条款, 签订合同;</li> <li>• 能履行合同。</li> </ul>		
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 交易前的准备: 交易的类型和方式;</li> <li>2. 交易磋商: 交易磋商的概念、种类和程序;</li> <li>3. 国际贸易合同的签订: 品质、数量、包装、价格、运输、保险、货款结算、不可抗力、检验、索赔、仲裁条件;</li> <li>4. 国际贸易合同的履行: 进口合同的履行, 出口合同的履行。</li> </ol>		

#### 4. 实践性教学环节

(说明本专业实践性教学环节在什么地方开展完成, 主要有哪些具体项目)

实践性教学环节包括项目实训、综合实训、顶岗实习及总结交流、社会实践等。

表 5 市场营销专业实践性教学环节安排表

学期	实践性教学环节名称	实训地点	具体项目
2	市场营销认知实训 (30 学时)	校内外	根据市场调查结果,融入创新创业思想,拟定营销计划,实施营销计划,认知市场营销各环节及其工作内容。
2	市场调查与分析综合实训 (30 学时)	校内外	设计调查方案,实际调查,在调查数据的整理与分析基础上,撰写市场调查报告。
3	中小企业经营沙盘实训 (30 学时)	沙盘模拟实训室	以创新创业思维,分析自己经营的得失,分析竞争对手的策略,操作第 1-6 年的电子及手工沙盘。
3	销售岗位综合实训 (30 学时)	校内外	开展线上线下销售活动
4	市场岗位综合实训 (30 学时)	营销策划室	线上线下推广活动策划
4	考证训练 (30 学时)	电子商务实训室	SEO 优化、SEM 推广、信息流推广(1+X 证书)
5	管理岗位综合实训 (30 学时)	电子商务实训室	开设网店或进行创业,对网店或创立的企业进行运营与管理
5-6	顶岗实习 (720 学时)	校外	营销相关岗位综合实训
6	顶岗实习总结与交流 (30 学时)	系会议室	顶岗实习总结与交流

## (二) 教学安排

### 1. 学时和学分要求

表 6 市场营销专业学时与学分要求

学习领域	类别	课程门数	学时			学分	
			计划安排	毕业要求	所占比例 (%)	计划安排	毕业要求
公共基础学习领域	必修课	12	548	548	25.4	31	31
	选修课	4	224	104		14	6.5
专业(技能)学习领域	必修课	14	670	670	26.1	41.5	41.5
专业拓展学习领域	选修课	8	570	285	11.1	34	17
项目实训与综合实训			210	210	8.2	7	7
顶岗实习及顶岗实习总结与交流			750	750	29.2	25	25

毕业总学分最低要求	2972	2567	100	152.5	128
-----------	------	------	-----	-------	-----

## 2.教学组织与管理

### (1) 教学时间分配

表 7 市场营销专业教学时间分配表

学 年	学 期	理论与 实践课 程教学	专业实践训练		军训入学 教育	复习 考试	节假日 运动会	顶岗实习总 结与交流	毕业 教育	合计
			实习与 实训	顶岗 实习						
一	1	16			2	1	1			20
	2	16	2			1	1			20
二	3	16	2			1	1			20
	4	16	2			1	1			20
三	5	11	1	6		1	1			20
	6			18				1	1	20
合计		72	10	24	2	5	5	1	1	120

### (2) 课程教学进程计划

表 8 市场营销专业课程教学进程计划表

学习领域	对应行动领域	课程编码	学习领域	课程类别	学分	学时	教学方式	考核方式		各课程按学期设置的周课时					
										第一学年		第二学年		第三学年	
								考试	考查	1 16周	2 16周	3 16周	4 16周	5 11周	6 0周
公共基础学习领域	各行动领域共用（必修课）	990011A	思想道德与法治	B	3	48（8）	讲授 社会实践		√	3/40		每学期 2 学时（社会实践）			
		990021A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64（16）	讲授 社会实践		√		3/48	每学期 4 学时（社会实践）			
		990031A	大学英语	B	4	64(20)	理实一体		√	2/32	2/32				
		990041A	体育	B	4.5	72（66）	理实一体		√	2/26	2/30		每学期 8 学时		
		990051A	计算机基础与操作	B	3.5	56(28)	理实一体		√	4/56					
		990061A	就业指导	B	1.0	16（4）	讲授 社会实践		√					2/16	
		990071A	形势与政策	A	1.0	40（8）	讲授		√	每学期 8 学时			8 学时（社会实践）		
		990081A	大学生创新创业基础	B	2.0	30（6）	讲授 社会实践		√	1-5 学期每学期 6 学时					
		990091A	大学生心理健康	B	2	32(10)	理实一体		√	2/32					
		990101A	军事理论（线上课）	A	2.0	36(0)	线上自学		√		2/36				
		990111A	军事训练	C	2.0	60（60）	实践		√	2周					
		990121A	劳动教育	C	2.0	30(30)	实践		√	1-5 周每学期 6 学时					
		990171B	人工智能导论（线上课）	A	1.5	28(0)	线上自学		√			2/28			

学习领域	对应行动领域	课程编码	学习领域	课程类别	学分	学时	教学方式	考核方式		各课程按学期设置的周课时					
										第一学年		第二学年		第三学年	
								考试	考查	1 16周	2 16周	3 16周	4 16周	5 11周	6 0周
各行动领域 共用（选修课）	990181B	大学生安全教育/国家安全教育(线上课)	A	0.5	8(0)	线上自学		√	√						
	990191B	闽商文化	A	2.0	30(0)	讲授		√					3/30		
	990201B	大学语文													
	990211B	演讲与口才	B	2.0	30(6)	理实一体		√		2/30					
	990221B	商务礼仪													
	990231B	党史/新中国史/改革开放史/社会主义发展史(选1门)	A	0.5	8	讲授		√	2/8						
<b>公共基础学习领域学时学分小计</b>					<b>37.5</b>	<b>652(262)</b>			<b>15</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>		
专业(技能)学习领域	各行动领域 共用(专业基础课)	043002A	经济学基础	B	2.5	42(4)	理实一体		√	3/42					
		040512A	管理学基础	B	2.5	42(4)	理实一体		√	3/42					
		043023A	市场营销基础	B	3.5	56(6)	理实一体		√		4/56				
		043033A	市场调查与分析	B	2.5	42(4)	理实一体		√		3/42				
		044042A	电子商务	B	2.5	42(4)	理实一体		√		3/42				
		043042A	经济法	B	2.5	40(4)	理实一体		√			3/40			
		043052A	消费者行为分析	B	2.5	42(4)	理实一体		√			3/42			
		045063A	商务数据分析与应用	B	3.0	48(12)	理实一体	√					3/48		
	销售岗位 (专业核心课)	043063A	商务谈判▲	B	3.5	54(12)	理实一体	√				4/54			
		043073A	推销技术▲	B	3.5	52(12)	理实一体		√			4/52			
	市场岗位 (专业核心)	043083A	品牌推广▲	B	3.5	56(6)	理实一体	√					4/56		
043093A		公共关系▲	B	3.5	56(4)	理实一体	√					4/56			

学习领域	对应行动领域	课程编码	学习领域	课程类别	学分	学时	教学方式	考核方式		各课程按学期设置的周课时							
										第一学年		第二学年		第三学年			
								考试	考查	1 16周	2 16周	3 16周	4 16周	5 11周	6 0周		
	课)																
	管理	043123A	销售管理▲	B	3.0	50(4)	理实一体	√						5/50			
	岗位(专业核心课)	043113A	渠道管理▲	B	3.0	48(4)	理实一体	√						5/48			
<b>专业(技能)学习领域学时学分小计</b>					<b>41.5</b>	<b>670(84)</b>				<b>6</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>10</b>			
专业拓展学习领域	各领域共用素质拓展课	045104B	中华优秀传统文化(线上课)	A	2.0	32(0)	线上自学		√	2/32							
		045114B	美育课程(线上课)	A	1.5	28(0)	线上自学		√		2/28						
		043544B	走进林业	A	1.5	24	理论		√			2/24					
		043554B	林业经济管理														
	销售岗位(专业选修课)	045054B	客户服务与管理	B	2.0	36(6)	理实一体		√				3/36				
		043504B	客户关系管理														
		043404B	进出口贸易	B	2.5	42(4)	理实一体		√					4/42			
		043414B	跨境电子商务														
	市场岗位(专业选修课)	043444B	网络营销*	B	2.5	42(4)	理实一体		√				3/42				
		043454B	广告实务														
		043463B	新媒体营销*	B	2.0	36(4)	理实一体		√				3/36				
		043474B	社群营销														
	管理岗位(专业选修课)	043133A	网店运营*(证书课程)	B	3.0	45(6)	理实一体		√			3/45					
		043494B	连锁企业门店营运与管理														
<b>专业拓展领域学时学分小计</b>					<b>17</b>	<b>285(24)</b>				<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>			
<b>课内总课时、总学分、周学时</b>					<b>96</b>	<b>1607(370)</b>				<b>23</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>19</b>			

学习领域	对应行动领域	课程编码	学习领域	课程类别	学分	学时	教学方式	考核方式		各课程按学期设置的周课时						
										第一学年		第二学年		第三学年		
								考试	考查	1	2	3	4	5	6	
									16周	16周	16周	16周	11周	0周		
综合实践教学环节	综合实践教学环节	043025A	市场营销认知实训	C	1.0	30	实践		√		1周					
		043035A	市场调查与分析综合实训	C	1.0	30	实践		√		1周					
		043805A	中小企业经营沙盘实训*	C	1.0	30	实践		√			1周				
		043815A	销售岗位综合实训	C	1.0	30	实践		√			1周				
		043825A	市场岗位综合实训	C	1.0	30	实践		√				1周			
		044955A	考证训练	C	1.0	30	实践		√				1周			
		043835A	管理岗位综合实训(个人网商创业)*	C	1.0	30	实践		√					1周		
		043845A	顶岗实习	C	24.0	720	实践							6周	18周	
		043855A	顶岗实习总结与交流	C	1.0	30	实践								1周	
<b>综合实践教学环节小计</b>					<b>32</b>	<b>960</b>				<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>7周</b>	<b>19周</b>		
其他教学环节		-	复习考试	-						1周	1周	1周	1周	1周		
		-	毕业教育	-											1周	
		-	节假日运动会	-							1周	1周	1周	1周	1周	
		<b>其他教学环节小计</b>									<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>2周</b>	<b>1周</b>
<b>总学时、总学分</b>					<b>128</b>	<b>2567</b> <b>(1330)</b>				20周	20周	20周	20周	20周	20周	

注：课程类别：A—纯理论课；B—理论+实践课；C—纯实践课；▲—专业核心课程；\*—双创改革课程。学时中()内学时为实验(实训)等实践学时。

### (3) 综合实践教学项目安排

表 9 市场营销专业综合实践教学项目安排表

学期	实训项目		实训内容
2	市场营销 认知实训 (30 学时)	制定营销计划	任务 1 根据市场调查结果, 融入创新创业思想, 选定目标市场和客户
			任务 2 拟定营销计划
		营销计划实施	任务 3 通过实施营销计划, 认知市场营销各环节及其工作内容
2	市场调查与分析 综合实训 (30 学时)	设计调查方案	任务 1 根据要求, 制定经济可行的调研方案
		进行实际调查	任务 2 按照调查方案利用调查问卷进行实地调查
		进行调查数据的整理与分析	任务 3 对回收的调查问卷进行审核、整理、编码, 对调查资料进行统计分析
		撰写市场调查报告	任务 4 根据调查的整理和分析的结果撰写调查报告, 提出切实可行的建议
3	中小企业经营 沙盘实训 (30 学时)	规则认知	任务 1 认知中小企业运作的基本原则
		手工沙盘认知	任务 2 操作手工沙盘
		沙盘经营第一轮	任务 3 初步操作第 1-6 年的电子及手工沙盘, 看懂各年资产负债表、现金流量表、综合费用表
		沙盘经营第二轮	任务 4 熟练操作第 1-6 年的电子及手工沙盘, 制作各年资产负债表、现金流量表、综合费用表
		经营总结	任务 5 以创新创业思维, 分析自己经营的得失, 分析竞争对手的策略
3	销售岗位综合 实训 (30 学时)	开展线上线下销售活动	任务 1 运用创新思维, 制定谈判方案, 运用谈判技巧, 与客户进行谈判
			任务 2 根据谈判达成的协议, 运用创新思维, 制定销售方案, 运用推销技巧, 开展推销活动
4	市场岗位综合 实训 (30 学时)	线上线下推广活动策划	任务 根据背景资料, 运用创新思维, 开展线上线下推广活动策划, 以实现产品或品牌的市场推广
4	考证训练 (30 学时)	SEO 优化	任务 1 关键词挖掘、高竞争力链接 SEO 优化、低竞争力链接 SEO 优化
		SEM 推广	任务 2 关键词添加、出价、创意编辑与优化、人群定向与溢价
		信息流推广	任务 3 信息流人群定向与出价、信息流创意编辑、信息流账户优化
5	管理岗位综合 实训(个人网商)	开设网店或创立新企业	任务 1 注册开店
		网店(新设立的企业)运营与	任务 2 网店维护、开展网店业务(新设立的

	创业) (30 学时)	管理		企业运营与管理)
5-6	顶岗实习 (720 学时)	营销岗位综合实训	任务	根据实习企业安排, 协助实习企业完成市场调研、产品销售、市场开发、市场推广、渠道管理、销售管理等工作, 或自主创业。
6	顶岗实习总结 与交流 (30 学时)	顶岗实习总结与交流	任务	总结并交流顶岗实习情况

## 七、教学基本条件

### (一) 师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25: 1, 双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%, 专任教师队伍要考虑职称、年龄, 形成合理的梯队结构。

#### 2. 师资标准

##### (1) 专任教师标准

专任教师应具有高校教师资格; 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; 具有扎实的本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; 有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

##### (2) 专业带头人标准

专业带头人原则上应具有副高及以上职称, 双师型教师, 能够较好地把握国内外行业、专业发展, 能广泛联系行业企业, 了解行业企业对本专业人才的需求实际, 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) 骨干教师标准

骨干教师原则上应具有讲师及以上职称, 双师型教师; 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力; 能统筹该门(类)课程的教学内容, 负责教学方法的改进和教学环节的落实, 能负责组织该门(类)课程教学标准的编制和修订; 具有较强信息化教学能力, 能够负责课程教学改革和科学研究; 有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

##### (4) 兼职教师标准

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任, 具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神, 具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验, 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教学任务。

本专业职业能力学习领域课程的师资配置与要求如下表:

表 10 市场营销专业职业能力学习领域课程的师资配置与要求表

序号	课程名称	能力要求	专任教师 (人)	兼职教师 (人)
1	经济学基础	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技	1	

序号	课程名称	能力要求	专任教师 (人)	兼职教师 (人)
		能、具有相当于管理专业中级以上的专业技能和资质，熟悉经济活动，有经济管理工作经验。		
2	管理学基础	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于管理专业中级以上的专业技能和资质，熟悉管理流程，有管理工作经验。	1	1
3	市场营销基础	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉营销流程，有市场销售工作经验。	2	1
4	市场调查与分析	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能：具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉市场调查流程，有市场调查工作经验。	1	1
5	电子商务	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于电子商务专业中级以上的专业技能和资质，熟悉电子商务流程，有电子商务工作经验。	1	1
6	经济法	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉司法流程，有经济管理工作经验。	1	
7	消费者行为分析	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉消费者分析流程，有市场销售工作经验。	1	1
8	商务数据分析与处理	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于管理专业中级以上的专业技能和资质，熟悉商务数据分析与处理，有商务数据收集与处理工作经验。	1	1
9	商务谈判▲	有丰富的商务谈判理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于商务管理专业中高级以上的专业技能和资质，熟悉商务谈判流程，有相关营销管理工作经验。	2	1
10	推销技术▲	有丰富的专业理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉推销流程，有市场销售工作经验。	2	1
11	品牌推广▲	有丰富的品牌管理理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销管理专业中高级以上的专业技能和资质，熟悉品牌管理，有相关品牌管理工作经验。	1	1
12	公共关系▲	有丰富的管理专业理论知识和相应领域较高的操作技能：具有相当于营销专业中级以上的专业技能和资质，熟悉公共关系运行流程，有相关企业公共关系管理工作经验。	1	1
13	渠道管理▲	有丰富的渠道管理理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销管理专业中高级以上的专业技能和资质，熟悉渠道管理，有相关渠道管理工作经验。	1	1
14	销售管理▲	有丰富的营销管理理论知识和相应领域较高的操作技能、具有相当于营销管理专业中高级以上的专业技能和资质，熟悉销售管理，有相关企业或团队管理工作经验。	1	1
合 计			17	12

## （二）教学设施

### 1. 专业教室基本条件

学院有标准专业教室 93 间，每间教室配备有多功能讲台、多媒体电脑、大屏幕、视频展示台、功放、音箱、有线话筒、领夹式话筒、激光教鞭，一套录播系统，标准课桌椅等。拥有可视化智慧群控教室，每间教室都配备了一台智能控制终端，支持“插卡取电”、“教师考勤”、“一键式上下课”，通过共享标准化考场摄像机，实现可视化远程语音对讲功能、报警联动功能、远程观摩功能和教学听课评课功能等，最终实现了对所有多媒体教室的智慧化群控。有智慧教室 1 间，配备有精品录播系统、跟踪录播主机、跟踪录播主机管理系统、图像自动跟踪系统、多媒体导播控制平台等设备。同时实现校园网全覆盖，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态；有符合要求的多个紧急疏散通道，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 实践教学基本要求

#### （1）校内实训基地

表 11 市场营销专业校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要功能	主要设备
1	营销策划室	营造职场氛围，支持市场营销基础、品牌推广、销售管理、公共关系等核心课程教学实训以及市场营销认知实训、岗位综合实训。	计算机 31 台、交换机、机柜、服务器、多媒体中控台、投影设备、电脑桌椅 61 套、白板、计算机 31 台（2 人/台）、操作系统软件和办公软件 31 套、市场营销综合实训软件
2	企业管理沙盘模拟实训室	支持企业经营项目训练、创业训练。	计算机 42 台、多媒体中控台、沙盘桌 10 张，工位 80 个、管理沙盘演示盘、企业管理沙盘模拟软件
3	电子商务实训室	支持新媒体营销、品牌推广、1+X 证书课程、社群营销、网络营销等课程教学实训、岗位实训以及营销新技术相关实训。	计算机 66 台、投影设备、白板、电脑桌椅 66 套、多媒体中控台、操作系统软件和办公软件 66 套、交换机、服务器、机柜、电子商务实训软件、数据营销实训软件、新媒体营销实训软件等
4	管理实训室	支持商务数据分析与应用、市场调查与分析等课程教学实训。	计算机 51 台、投影设备、白板、电脑桌椅 51 套、多媒体中控台、操作系统软件和办公软件 51 套、交换机、服务器、机柜、市场调查与分析实训软件等
5	商务礼仪训练实训室	支持商务礼仪训练、客户服务与管理教学实训	计算机 1 台、多媒体中控台、投影设备、镜墙、课桌椅 50 套、操作系统软件和办公软件 1 套、教学工具 1 套。
6	商务谈判实训室	营造职场氛围，支持推销技术、商务谈判、客户服务与管理、销售管理等课程教学实训、岗位实训	计算机 41 台、交换机、机柜、服务器、多媒体中控台、投影设备、电脑桌椅 41 套、操作系统软件和办公软件 41 套、会议桌 2 张、会议椅 10 张、商务谈判实训软件、客户服务与管理实训软件等

#### （2）校外实训基地

表 12 市场营销校外实训基地一览表

序号	校外基地名称	依托单位	主要功能作用
1	福州众行新能源有限公司实训基地	福州众行新能源有限公司	顶岗实习、毕业生就业
2	贝壳找房(厦门)信息科技有限公司实训基地	贝壳找房(厦门)信息科技有限公司	专业课程实习、顶岗实习、毕业生就业
3	福建南平市依尔婴服饰有限公司实训基地	福建南平市依尔婴服饰有限公司	专业课程实习、顶岗实习、毕业生就业
4	福建永辉超市有限公司实训基地	福建永辉超市有限公司	专业课程实习、顶岗实习
5	闽北经济开发区实训基地	闽北经济开发区	顶岗实习、毕业生就业
6	福建长富乳品有限公司实训基地	福建长富乳品有限公司	课程实习、顶岗实习、毕业生就业
7	南平市工业园区实训基地	南平市工业园区	课程实习、顶岗实习、毕业生就业
8	福州汇邦物流有限公司实训基地	福州汇邦物流有限公司	顶岗实习、毕业生就业
9	福州百果园实训基地	福州百果园	顶岗实习、毕业生就业
10	南平市汇普云仓供应链有限公司实训基地	南平市汇普云仓供应链有限公司	专业课程实习、顶岗实习、毕业生就业

### 3. 信息化教学基本要求 (本条目也可结合各系专业实际修改)

学院以清华在线学习与移动 APP 为平台, 建成数字化教学资源 428 门, 其中院级精品在线开放课程 230 门, 省级精品在线开放课程 12 门; 建成院级专业资源库 7 个, 省级专业资源库 1 个; 还购置了智慧树、超星尔雅等第三方课程平台, 面向学生开设选修课; 购置了电子期刊、电子图书、电子教材和课程资源包等数字化教学资源, 教师积极开展信息化教学, 并引导学生通过信息化教学平台和资源进行自主学习, 推进了学院全面开展信息化环境下的教育与学习。

#### (三) 教学资源

##### 1. 教材选用和建设基本要求

(1) 教材选用。遵循规范程序, 严把马工程教材选用关, 其他课程教材优先选择适用、优质的规划教材, 特别是教育部和国家林草局“十二五”、“十三五”职业教育国家规划教材, 禁止不合格教材进入课堂, 严把教材质量关。

(2) 教材开发。积极参加国家和行业规划教材建设。校企合作共同开发基于工作过程的校本特色教材。

##### 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: 有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书, 经济、管理、营销、信息技术类文献等。

##### 3. 数字教学资源配置基本要求

建成市场营销专业教学资源库, 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，能满足教学要求。

## **八、质量保障**

### **(一) 机制制度保障**

#### **1. “课岗对接、双创融合、技能递进”的人才培养模式**

以校企合作为基础，创新“课岗对接、双创融合、技能递进”人才培养模式，使人才培养质量显著提高，学生就业率达到 98%。

市场营销专业的“课岗对接”的实施是在广泛调研和听取来自企业一线行业专家建议的基础上，确定销售、市场、营销管理三个岗位群，并就各岗位对应的职业能力以及典型工作任务进行分析归纳，以此作为依据开发基于工作过程的课程体系。根据典型工作任务，设计学习性工作任务，实现课程与工作的有机结合。“双创融合”的实施是依托一批能深度合作的校企合作企业，通过认真研讨、精心设计，将创新创业教育全方位融入各个专业教育学习阶段中，针对学生的不同课程，开展不同层次的创新创业活动，课程之间是递进式、有机结合、科学合理的。与此同时，聘请成功的企业创新创业人才特别是优秀校友走进课堂，分享创业过程中的经验与经历。构建多元开放的第一与第二课堂协同的双创课程体系，建构了学习、体验、立业“三级跳”双创人才培养模式，使双创教育与专业教育相融合，培养学生贯通专业创新能力。“技能递进”是第一层次是培养学生初步具有营销基本职业素质和各岗位通用基本技能如统计分析、市场调查与分析、消费者行为分析，第二层次是培养学生岗位职业能力，针对销售、市场等职业岗位进行岗位综合技能训练，第三层次是通过《中小企业经营沙盘实训》、管理岗位综合实训（即创新创业项目实训）等课程，培养学生职业发展的岗位综合能力；第四层次是毕业顶岗实习，培养学生的职业综合能力和职业发展能力，实现“职业基本素养能力培养——职业岗位综合能力培养——职业发展岗位综合能力培养——就业职业综合能力培养”的“能力递进”技能培养模式。同时深入研究职业技能等级标准与有关专业教学标准，推进“1”和“X”的有机衔接，将证书培训内容及要求有机融入《网店运营》专业课程教学实训中（1+X 证书制度试点），增强学生职业技术技能水平和综合职业素质。

#### **2. “岗位导向”课程体系**

在专业建设指导委员会的指导下，根据营销岗位设置，明确职业岗位工作流程，通过职场调研，分析论证就业面向与就业岗位，确定“市场调查”、“产品推销”、“市场推广”、“客户沟通”、“销售管理”等典型工作任务，根据典型工作任务进行行动领域归纳和学习领域转换，构建“岗位导向”工作任务课程体系。“岗位导向”工作任务课程体系着重培养学生的岗位单项能力、岗位综合能力，增强学生就业竞争力与可持续发展能力。

#### **3. 组织保障**

##### **(1) 市场营销专业教学指导委员会**

主 任：林文胜 福建林业职业技术学院 副教授

副主任：马思宇 南平市依尔婴服饰有限公司 助理营销师 运营总监

成 员：陈能艺 福建众行新能源有限公司 行销总监  
陈 跃 福建省南平造纸营林总公司 高级工程师 总经理  
王佳强 南平市汇普云仓供应链有限公司 总经理  
宋李玉 福建林业职业技术学院 副教授

#### 4. 校企合作制度与机制保障

(1) 教学管理制度。为了保障理论与实践教学的顺利实施与运行，学校制订了统一的教学管理制度，主要包括：

(2) 顶岗实习制度。顶岗实训作为工学结合人才培养模式的重要组成部分，相较于校内教学组织而言，更需规范和管理。为此，学校制订了《福建林业职业技术学院学生顶岗实习管理与考评办法》，使顶岗实习教学环节有组织、有计划、有考核，有落实，保证了工学结合人才培养模式的顺利实施。

(3) 校企合作长效机制。坚持“以服务为宗旨，以就业为导向”的职业教育办学宗旨，以培养生产、建设、管理、服务第一线的高端技能人才为目标，依托福建林业职业技术学院董事会及专业建设指导委员会，本着合作办学、合作育人、合作就业、合作发展的方针，与企业在发展规划、专业建设、课程建设、师资建设、实习教学、教学评价、研究开发、招生就业、学生管理等方面开展深层次合作，全面推进校企合作、工学结合工作，增强专业办学活力和社会服务能力。

**校企合作遵循以下合作原则：**①互利共赢原则。专业与企业双方互惠互利，发挥各自优势，共同发展，达到学校在提高人才培养质量与师资队伍建设、企业在经济与社会效益等方面的共赢。②服务企业原则。专业以企业的人才需求为目标，主动深入企业调研，了解企业人才需要状况、用人标准、技术需求，积极为企业开展培训，急企业之所急。③统一管理原则。校企合作是双项活动，校企双方的利益与责任必须高度统一，必须统一领导、统一管理、统一规划、统一实施、统一检查考评。④校企互动原则。专业与企业间以服务换服务，共建共享、共赢共进。

**校企合作的内容：**包括设备、教学内容、师资队伍、实训基地建设等多方面的合作。在校企合作过程中，不断挖掘合作的深度与广度，除了主动争取硬件支持外，主要与生产企业、商业企业在教学内容、师资队伍、实训基地建设等方面进行了合作。在教学内容方面，通过与企业合作开发了工作过程系统化的专业课程体系，构建了学习领域课程的情境，并制订了实训要求与考核标准；在师资队伍方面，从合作企业中选聘了一批优秀的职业人员担任校内实训指导教师和校外顶岗实践指导教师，构建了“双师结构”的师资队伍；在实训基地建设方面，根据“互惠互利”原则，合作共建校外实训基地，既满足合作单位工作需求，又满足了专业教学需要。

**校企合作方式可以采用以下形式：**①顶岗实践合作模式。学生在校完成教学计划规定的全部课程后，采用学校推荐与学生自荐的形式，到用人单位进行为期半年以上的顶岗实习。学校和用人单位共同参与管理，合作教育培养，使学生成为用人单位所需要的称职技术人才。②“订单培养”合作模式。校企签订联合办学协议，采用定向委培班、企业冠名班、企业订单班等形式，校企双方共同制订人才培养方案、课程标准；学生的基础平台和专业技术学习领域由学院负责完成，学生的生产实习、顶岗实习在企业完成，毕业后即参加工作实现就业，达到企业人才需求目标。③共建校外实训基地。

学院根据专业设置和实习需求，本着互惠互利原则选择适合企业建立校外实训（习）基地，培养学生的职业素质、操作能力和创新精神，增加专业教师接触专业实践的机会和场所；合作企业可优先选拔毕业生，满足企业日益增长的用工需求，实现互利共赢。④产学研结合。发挥学院专业师资优势，加强校企合作科研开发，参与企业技术研发或科研课题，使专业建设与产业发展紧密结合，帮助企业解决专业技术难题，促进企业发展。⑤共建职工培训基地。根据合作企业职工培训特点及不同培训方向或培训教学的需要，与合作企业共建职工培训基地。培训地点可设在企业或学校。

## **（二）质量管理保障**

### **1. 教学资料建设与管理**

每年修订完善本专业人才培养方案、实施性教学计划、课程标准、课程整体设计、实验实训指导书、顶岗实习标准，每学期末下达下一学期的教学任务；教师在每学期初准备好授课计划、教案等教学材料；每堂课要填写教学日志和学生考勤表；每学期期中和期末开展教学检查；授课计划、教案、听课评课记录、教研活动记录、课程试卷、试卷分析表等各类教学文件要及时提交和归档。教师各类教学材料质量、教学规范执行情况作为教师年度考核的重要依据。

### **2. 专业建设和教学质量管理**

每年开展 1-2 次专业调研，进行人才需求调研分析，每年依据调研情况进行人才培养方案修订、课程体系完善、优化课程标准。执行专业教学质量监控管理制度，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格情况。每学期末对该专业各年级本学期教学实施效果检查情况，针对成效和存在问题确定是否对下学期的课程和教学环节进行适当调整。

### **3. 教学实施管理**

（1）强化思政课程和课程思政。积极构建“思政课程+课程思政”大格局，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载的思想政治教育功能，推动专业课教学与思想政治理论课教学紧密结合、同向同行。

（2）深化课堂教学模式改革。以学生为中心，普及推广项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学等，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序。

（3）推进信息技术与教学有机融合。结合课程特点，把信息技术广泛应用于日常教学和公开课教学中，开展数字化教学资源建设，开展线上线下混合式教学，推广应用动画、仿真软件、在线课堂、微课及教学视频；将每一课堂的关键知识点、技能点生成不少于 2 个二维码，随堂进行训练、测试等，全面提升教师信息技术应用能力，提高课程教学质量。

### **4. 教学过程管理**

成立院系两级督导机构情况，系部督导组定期开展课程建设和教学质量诊断改进情况，健全巡课、听课、评课、评学制度和具体实施教学督导、定期开展公开课、示范课等教研活动情况。院系督导机构认真按规范开展教学质量监管工作，并引入第三方社会评价机构，通过期初、期中、期末教学检查

和多元主体评价制度、督导听课制度、毕业生跟踪反馈制度等教学过程管理，保证学生满意和教学质量稳定和高的情况。

## **5. 考核评价管理**

按照工作过程系统化课程体系，将市场营销专业需考核的内容分为三类，即学习领域课程、综合实训课程和顶岗实践，并分别制订考核办法。

(1) 学习领域课程考核办法。通过对学习过程和学习结果的评价，对学生知识、素质和能力进行综合考核。强调过程考核，过程考核包括随堂小测、项目测试、技能测试，学习结果主要是阶段考核、期末考试。其中过程考核占 60%，结果考核占 40%。

(2) 综合实训课程考核办法。实训课程的考核应以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核、个人考核与小组考核结合起来，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的协调能力和沟通能力。技能成绩主要从工作质量、工作速度、考勤、工作态度、实习报告、团队合作等方面考核，考核标准见实训手册。

(3) 顶岗实习考核办法。校外顶岗实习成绩由校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三部分组成，具体考核详见《福建林业职业技术学院学生顶岗实习管理与考评办法》的相关规定。

## **九、毕业条件**

### **(一) 大学生体质健康测试合格**

由基础部体育教研室组织测试认定。

### **(二) 其他毕业条件**

1. 通过规定年限 3-6 年学习，修满本专业人才培养方案规定的所有课程（包括实践教学等各项教学活动），成绩全部合格，完成 2567 学时、128 学分；其中：公共基础学习领域课程：完成 670 学时、41 学分；专业（技能）学习领域课程：完成 635 学时、39 学分；专业拓展学习领域课程：完成 285 学时、17 学分；综合实践教学环节课程：完成 960 学时、32 学分。

2. 达到本专业人才培养规格规定的知识、技能、素质的基本要求。

## **十、其他说明**

1. 本人才培养方案由经济管理系与南平市依尔婴服饰有限公司单位等联合开发。

2. 主要撰稿人：林文胜、陈友益、罗志斌、马思宇（企业）、罗秀兰（企业）

3. 完成时间：2021 年 7 月 10 日

## **十一、论证与审批**

### 福建林业职业技术学院人才培养方案论证意见表

系部	经济管理系	专业名称	市场营销		适用年级	2021
专业建设指导委员会成员	姓名	职称/职务	委员会职务	工作单位	专业特长	
	林文胜	副教授/系副主任	成 员	福建林业职业技术学院	市场营销	
	王佳强	执行董事	副主任	南平市汇普云仓供应链有限公司	电商、物流	
	陈能艺	电商、物流工程师/经理	成 员	福建众行新能源有限公司	市场行销	
	陈林青	副总经理	成 员	中国邮政集团有限公司 莆田市寄递事业部	快递及物流	
	陈 强	货运专员	成 员	厦门航空泉州分公司	跨境电商、电商物流	
	马思宇	运营总监	成 员	福建南平依尔婴服饰有限公司	网络营销	
	郭明山	物流师	成 员	福州汇邦物流有限公司	物流管理	
	宋李玉	副教授/系教学科长	秘 书	福建林业职业技术学院	电子商务	
	空					
专业建设指导委员会意见	<p>论证意见：重点围绕专业人才培养目标和培养规格定位、课程体系和实践教学体系设计、毕业要求、学时学分合理性等方面作出评价。</p> <p>专业人才培养目标明确、合理，培养规格定位准备，课程体系设计根据培养目标，从社会对市场营销专业人才的需求出发，坚持以就业为导向、以能力为本位的职业教育指导思想，体现以职业素质为核心的全面素质教育培养，把从单纯的验证知识的传授和基本操作能力的培养转向知识、技能和素质等综合能力的培养，尤其注重学生创新能力的培养，为企业培养有用人才。</p> <p>“职业基本素养能力培养——职业岗位单项能力培养——职业岗位综合能力培养——职业发展能力培养”的“能力递进”实践教学体系设计注重培养学生的职业综合能力和职业发展能力，比较适合社会企业对电子商务专业学生的需求。</p> <p>各学习领域学时学分比例比较合理，满足培养学生“德智体美劳”全面发展人才要求。毕业条件要求比较合理、可行。</p> <p style="text-align: right;">专业建设指导委员会主任（签字）： 林文胜 2021 年 7 月 15 日</p>					

### 福建林业职业技术学院人才培养方案审批表

专业名称	市场营销	专业代码	530605
总学时数	2567	实践教学占总学时的比例	51.81%
教务处审核意见	教务处负责人（盖章）： 年 月 日		
教学指导委员会意见	教学指导委员会主任（签字）： 年 月 日		
院党委审定意见	党委（盖章）： 年 月 日		

