



厦门南洋职业学院

市场营销专业

人才培养方案

专业名称及代码:	市场营销(530605)
学制:	三年
适用年级:	2025 级
专业负责人:	鲁小卉
制定日期:	2025 年 7 月 12 日

目录

第一章 编制说明	1
第二章 市场营销专业人才培养方案	2
一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、基本修业年限	2
四、职业面向	2
（一）主要职业面向	2
（二）岗位面向与职业能力分析	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	5
（二）专业基础课	12
（三）专业核心课	13
（四）专业拓展课	15
（五）实践教学	17
七、教学进程总体安排	19

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）	19
（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）	20
（三）实践教学体系各环节具体安排	20
（四）课程结构比例	20
八、实施保障	21
（一）师资队伍	21
（二）教学设施	22
（三）教学资源	24
（四）教学方法	25
（五）学习评价	25
（六）质量保障	26
九、毕业要求	26
十、附录	27
附录 1：人才培养方案评审表	27
附录 2：专业计划进程表	28

第一章 编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院市场营销专业教研室中联教育集团、中教畅享（北京）科技有限公司、广州袋鼠妈妈集团等企业共同制订，并经教学指导委员会审定、学校批准在市场营销专业实施。

主要编制人：

市场营销专业教研室：

鲁小卉 副教授

朱家奔 副教授

张媛媛 副教授

蔡雨歆 助教

中联集团教育科技有限公司：

陈建凡 福建区总经理

广州袋鼠妈妈集团：

徐嘉婧 项目经理

厦门象屿自贸区开发有限公司：

李 婷 项目经理

审定：

厦门南洋职业学院：

林 莉 经管学院、三创学院院长/教授

孔佩伊 经管学院、三创学院副院长/副教授

黄 澄 三创学院院助、电子商务教研室主任/副教授

中联集团教育科技有限公司：

陈建凡 福建区总经理

广州袋鼠妈妈集团：

徐嘉婧 项目经理

第二章 市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销（530605）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

（一）主要职业面向

所属专业大类(代码)	财经商贸大类（53）
所属专业类(代码)	工商管理类(5306)
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	销售代表；销售经理；区域销售经理；市场调研专员 市场主管；市场经理，客服人员
职业类证书	1+X数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）、ESB 创新创业国际认证证书、营销师、互联网营销师

（二）岗位面向与职业能力分析

工作领域	工作岗位	工作任务	职业技能要求	能力等级 (初/中/高级)
商品销售	商品销售员	挖掘客户需求，推介产品价值，促成交易达成，提供售后支持，维护客户关系并完成销售指标。	具备良好沟通能力，具备销售技巧，有服务意识，维护客户关系，具备适应市场变化，了解行业动态能力，同时具备抗压能力和团队协作精神。	初级
市场分析 与调查	市场分析师	调研市场动态，分析消费者行为与竞品数据，撰写报告为决策提供依据，监测营销效果并优化策略。	掌握数据分析工具（如SPSS、Excel）、市场调研方法，具备数据解读、逻辑推理及报告撰写能力，熟悉行业趋势与消费者心理。	初级/中级
营销策划	策划部经理	制定项目策划方案，统筹资源推进执行，对接需求方沟通调整，监控项目进度与效果，管理团队协作及跨部门协调。	具备创意策划、流程把控能力，熟练使用办公软件，掌握市场洞察与数据分析，擅长文案撰写、团队管理及跨部门沟通。	初级/中级
互联网营销	互联网营销师	制定线上营销方案，运营社交媒体、直播等平台，策划推广活动，分析数据优化策略，对接客户与合作方促成转化。	具备短视频制作、直播运营、SEO/SEM 等技能，熟悉平台规则与数据分析工具，具备创意策划、用户洞察及跨渠道整合能力。	初级/中级/高级
销售管理	市场部经理	制定市场策略与预算，统筹品牌推广、活动策划及渠道拓展，分析市场数据与竞品动态，管理团队并对接销售部门推动转化。	需具备战略规划、市场洞察与项目管理能力，运用数据分析工具，擅长品牌运营、跨部门协作及营销方案落地执行，具体团队管理、商务谈判和抗压能力。	中/高级
客户服务	客户服务管理员	接听客户咨询与投诉，解答产品疑问，处理订单及售后问题，记录反馈并跟进解决，维护客户满意度与忠诚度。	需具备良好沟通与倾听能力，熟悉产品知识与服务流程，掌握客户关系管理工具，能快速响应需求并妥善处理冲突，有耐心与同理	初级/中级

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素养，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；
4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；
5. 掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；
6. 掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

7. 掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

8. 掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

9. 掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

10. 掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

11. 掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

12. 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

13. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

14. 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

16. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

1. 课程规定

公共基础课分为必修和选修，课程时数不少于教学活动总学时数的 25%（高职）。公共基础课在教务处的统一指导下，由课程归属学院或公共教研室负责管理。公共基础课开设的学期原则上不得随意调动，若确有特殊情况，需先向教务处提出调整申请，批准后方可执行。

2. 公共必修课说明

公共必修课应严格依照下表设置：

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	通过思想、道德、法治等模块的学习，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养良好的道德品质和法治素养，成为有理想、有道德、有法治观念的时代新人。	理想信念的内涵、特征及对人生的重要意义，梳理爱国主义的历史脉络和本质特征，法律的起源、特征和作用等。 理解马克思主义信仰的科学性和共产主义理想的崇高性；培养辩证思维、社会责任感和创新精神；增强法治观念，掌握法律基础知识，提升运用法律解决问题的能力
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (36 学时/2 学分)	马克思主义学院	通过马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程的讲授和实践教学，使学生能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果，从而坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，立志听党话、跟党走，坚定“四个自信”，担当民族复兴大任。	马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果、毛泽东思想及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等。 掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质；培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力；增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性和坚定性。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	助力学生领会马克思主义中国化时代化实现新飞跃所产生的理论成果，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，进而增强对实现中国式现代化的理论自信与实践自信。	习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、核心要义、理论品格、丰富内涵、实践要求等 学会运用习近平新时代中国特色社会主义思想观察、思考和分析问题；增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持“两个确立”，做到“两个维护”，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人
4	形势与政策 (48 学时/3 学分)	马克思主义学院	使学生准确认识国家政治经济态势，以及国家改革发展所处的国际大环境、时代大背景。助力其正确领会党的基本路线、重大方针与政策，理性剖析社会关注的热点问题，激发学生爱国情怀，增强民族自信心与责任感。	党的理论路线教育、现代化建设成就解读、重大政策改革阐释国际形势发展趋势、我国外交政策、重大国际事件分析、政府应对立场等。 掌握党的路线方针政策的基本内容，把握现实社会的内在规律；掌握正确分析形势和理解政策的能力；强化爱国精神和社会责任感，坚定中国特色社会主义道路信念

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
5	军事课 (148 学时/4 学分)	马克思主义学院	通过中国国防、军事思想、国家安全等内容的讲授来培养学生纪律意识、团队合作及问题解决能力，激发其爱国情怀，培养将个人命运与国家结合的高尚情操，强化民族自豪感。	国防基本概念、历史发展、法规体系及公民权责，中国古代军事思想渊源、毛泽东军事思想体系及新时期军事理论，信息化装备分类、发展趋势及作战效能等。 了解军事思想、技术等知识，提升军事素养；掌握习近平强军思想核心内容；理解国际战略格局特征与趋势，及中国周边安全环境演变、现状；理解现代战争特征、演变规律及其对战略战术、军事技术的变革影响。
6	劳动教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党的“五育”并举方针，落实全国教育大会精神，将劳动教育融入人才培养全过程，旨在帮助学生树立劳动观念、培养劳动能力、培育劳动精神，培养创新实践能力，促进德智体美劳融合发展，健全人格与社会适应力	劳动内涵、劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动观念、社会实践等劳动教育理论及安全生产、劳动法规等劳动保障理论，劳动实践教育要求等。 理解并形成正确的劳动观，树立劳动光荣、劳动伟大、劳动美丽的观念；理解劳动价值，尊重崇尚劳动，认同劳动光荣性；掌握生活、生产、服务性劳动技能，提升实践与问题解决能力。
7	国家安全教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	通过对国家安全基本概念、原则，国家安全挑战、威胁及应对方法等内容的讲解帮助学生理解国家安全的重要性，增强国家观念和法治意识，树立正确价值观与责任感，激发维护国家安全的责任感、使命感，将意识转化为自觉行动。	政治安全、国土安全、军事安全等国家安全的基本概念，国家安全相关的法律法规，公民在维护国家安全中的权利和义务等。 掌握国家安全基本概念、原则及内涵，理解我国国家安全体系构成与特点；熟悉国家安全的各个领域，能够识别潜在的安全风险；能够自觉遵守国家安全法律法规，积极履行维护国家安全的责任与义务。
8	大学生成长学 (32 学时/2 学分)	教育学院	通过本课程的学习，帮助学生树立科学的成长观，掌握大学生涯关键阶段的自我认知、规划与管理能力，培养积极的心理品质和社会适应力，实现学术能力、人格素养、职业发展等多维度的综合成长。	大学生心理特点与成长、大学生的身体特点与成长、大学生智力特点与成长、大学生的技能特点与成长等。 掌握成长理论、自我认知工具及心理健康技能；培养学业规划、时间管理、情绪调节、团队协作与职业发展能力；塑造健全人格、社会责任感 and 创新思维。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
9	入学教育 (16 学时/1 学分)	学工处	该课程旨在帮助学生熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感。引导学生实现从中学生到职业人预备役的身份转型。指导学生制定个性化三年成长计划。培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力。	校情校史与规章制度教育、专业思想与职业规划教育、学习方法与技能培训、心理健康与成长辅导、安全教育与法治教育、国防教育与军事训练、礼仪教育与行为规范等。 熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感；培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力；建立学生专业认同感，明确技能学习方向。
10	体育与健康 (108 学时/6 学分)	教育学院	通过理论与实践结合，帮助学生掌握运动科学基础（如生理机能、损伤预防）与健康知识（营养、心理调节），培养 2-3 项终身运动技能（如球类、太极拳）和急救能力，养成自主锻炼习惯，提升团队协作意识与抗压能力，形成健康生活方式。	运动处方制定、健康风险评估、慢性病体育干预等体育基本知识，基础体能训练相关项目的练习；篮球、羽毛球等专项体育。 掌握体育的基本知识、技术和技能；增进健康、增强体质；发展个性，培养学生对体育运动的兴趣、爱好；提高从事体育运动能力，养成自觉锻炼身体的习惯。
11	大学语文 (36 学时/2 学分)	人文社科学院	通过经典文学作品的赏析，传承中华文化，弘扬人文精神，同时培养学生人文素养，提升语言能力，激发其审美与创新能力。	古今中外的名家名作、应用文写作的基本知识、 要求培养和训练学生汉语言文学的阅读、理解、鉴赏能力，提高学生应用文写作能力；掌握一定的文学基础知识，具有分析、评价文学作品的初步能力；掌握运用汉语言文字的规范，具有较好的口头和书面表达能力；强调阅读、思考、写作结合，书面学习与实践体悟结合，提高应用文写作水平。
12	应用文写作 (36 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程旨在培养学生的应用文写作能力，提升其综合素质和职业能力，以满足未来职业生涯中的实际需求。通过学习，使学生具备良好的职业道德、工作态度和团队合作精神，以及较强的语言表达和沟通协调能力	条据、介绍和解说、计划、总结、通知、请示、合同、演讲稿、竞聘词、启事、海报、黑板报和墙报、请柬、感谢信、倡议书、求职信、求职简历等常用应用文的写作方法和技巧。 了解应用文的产生发展、特点作用、种类及写作要求等；掌握应用文写作的基本理论和操作框架；掌握撰写主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的实用文书的方法

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
13	高等数学 (64 学时/4 学分) (理工类专业必修)	人文社科 学院	通过课程学习，学生应达成数学抽象、推理、建模和技术等核心素养目标，学会用数学观察、分析和表达世界，增强实践创新能力，培养科学精神与工匠精神，领悟数学多重价值。	函数与运算、极限与连续、导数及应用、积分及应用、常微分方程等。 掌握基本初等函数特性，理解复合函数与初等函数概念；了解闭区间连续函数定理，理解点连续与区间连续概念；掌握推理原理，培养逻辑思维能力与辩证思维；能够运用数学抽象把握事物本质，形成化繁为简的思维习惯。
14	生涯体验- 生涯规划 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对《生涯规划和发展》课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握未来职业的发展趋势；形成对个人职业生涯发展的责任意识，培养科学的人生观与就业观；完善自我探索能力，对自我有较为准确的认识和定位；	生涯规划的意义、生涯规划课程内容、体验式教学的特点、决策方法和技巧、决策的风格、职业生涯规划书的制作等。 具备收集、评估职业信息的能力，客观根系和认知外部世界；掌握职业生涯规划的基本方法和步骤，能制订适合本人的职业生涯规划；培养良好的职业素质，从而形成初步的职业目标构想。
15	生涯体验- 创业教育 (32 学时/2 学分)	三创学院	本课程在内容上安排与实际联系紧密的创新创业相关知识，使学生掌握创新思维方法与理论技法，熟悉资源整合、计划撰写及新企业开办流程，提升综合素质。同时树立科学创新观与创业观，适应国家发展需求，理解创新创业与职业发展关系，遵循规律并积极实践。	创新与创业的概念、创业意识与创新精神、创业者特质与创业素质研究、市场与创业机会、创业管理、创业计划与资源整合等。 掌握商业计划书撰写以及项目路演；掌握创新创业所需基本知识，认知其内涵与特殊性；具备必要创新创业能力，掌握创新思维方法与理论技法。
16	生涯体验- 就业指导 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握就业的发展趋势；提升个人就业能力。同时帮助学生树立科学的人生观和职业理想，培养学生正确的职业理想，初步养成适应职业要求的行为习惯，激发学生提高全面素质的自觉性，掌握一定的求职技巧和能力，帮助学生顺利走	简历撰写、面试模拟、职场礼仪、职场通用技能、模拟实战等。 了解我国的就业形势和就业政策，把握就业的发展趋势；养成适应职业要求的行为习惯，掌握一定的求职技巧和能力；能够明确职业方向，提升求职成功率。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			上工作岗位奠定基础，	
17	大学生心理健康教育 (32 学时/2 学分)	心理健康中心	该课程旨在促进大学生健康成长，健全大学生人格，提升大学生的生命质量，用科学的价值观来引领大学生心理健康发育、发展与变化，引导大学生学会自我思考、自我认识、自我评价和自我发展，达到助人自助的目的。	认识自我，接纳自我；学会学习，筑梦未来；认识情绪，管理情绪；人际交往，交往沟通、认识世界等。 了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己进行客观评价；掌握并应用心理健康知识，提升自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。
18	大学英语 (128 学时/8 学分)	外语与旅游学院	通过分析英语话语，辨析语言文化现象，帮助学生掌握抽象概括、分析综合、比较分类等思维方法，理解文化内涵与精华，树立共同体意识，形成正确三观。通过文化比较增强文化自信，用英语传播中华文化。	主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言策略等。 掌握英语语言知识及听说读写译等技能；运用体态语言和多媒体策略，在生活与职场中高效完成跨语境沟通；理解文化内涵与精华，掌握跨文化沟通能力。
19	信息技术 (72 学时/4 学分)	信息工程学院	通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。	文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、人工智能、信息素养与社会责任等。 提升学生的信息技术技能和综合应用能力；培养学生的数字化学习能力和创新意识。

3. 公共选修课

公共选修课包含“限定性选修课”与“任意性选修课”两种类型的课程。任意性选修课通过在线教育平台开展教学，每门课程 2 学分，需修满 4 学分方可毕业；限定性选修课由《美育概论》等 5 门课程构成，共计 10 学分，2025 级在校学生必须修满方可毕业。

限定性选修课

序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	美育概论 (32 学时/2 学分)	人文社科学院	该课程旨在培育学生审美与人文素养,通过情感体验培养学生积极人生态度、同理心与团队协作能力,帮助学生养成终身审美学习习惯,适应职业变迁与文化发展需求。	美学基本概念、中西美学简史及审美、中国传统艺术(如书法、戏曲)的文化内涵、世界经典艺术跨文化解读、环境美学、生活美学内、主题艺术创作等。 掌握美学概念与审美规律,能够感知、分析艺术作品及生活之美;理解中华优秀传统文化与多元艺术形式,增强文化自信与跨文化理解;提升对工匠精神、产品审美、服务礼仪的认知与实践。
2	“四史”概论 (32 学时/2 学分)	马克思主义学院	本课程旨在通过系统讲授“四史”的基本内容、发展历程和重要意义,帮助学生理解“四史”在中国近现代历史发展进程中的地位和作用,培养学生的历史思维能力和分析解决问题的能力,增强学生的历史责任感和使命感,激发爱国热情。	中国共产党的创立背景、发展历程、重大事件和基本经验、中华人民共和国的成立过程、社会主义制度的建立和发展、改革开放的历史背景、进程和重大意义等。 理解党在不同历史时期的奋斗目标和光辉成就;了解中国特色社会主义道路的探索和实践;了解新中国在经济、政治、文化等各个领域取得的伟大成就;
3	中华民族发展史 (32 学时/2 学分)	马克思主义学院	该课程旨在使学生了解中华民族从远古至今的发展历程,掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就,培养学生分析历史事件和现象的能力,激发学生对中华民族文化的热爱,增强民族自豪感和文化自信心,培养学生的爱国情怀。	起源与早期文明、民族起源、华夏文明形成发展、统一多民族国家发展、秦汉以来政治经济文化融合历程、对外交流与影响、历史对外交往及中华文化世界地位等。 了解中华民族从远古至今的发展历程;掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就;学会运用历史知识解释当今社会现象。
4	中华优秀传统文化 (32 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程能够使学生了解中华优秀传统文化的基本知识,培养学生欣赏、理解和评价传统文化的能力,提升其文化素养和审美能力,激发学生对中华优秀传统文化的热爱,培育学生的文化自信和民族自豪感。	经典文学、书法艺术、传统绘画、古典音乐、传统戏曲、传统节庆等。 掌握中华优秀传统文化的基本知识,包括经典文学、艺术、哲学思想等方面的内容;具有欣赏、理解和评价传统文化的能力;能够提升其文化素养和审美能力。
5	职业素养 (32 学时/2 学分)	招生就业办公室	该课程旨在培养学生职业通用能力与职业实践能力,帮助学生树立	准职业人导向、职业定位与发展、求职能力训练、高效管理时间等。 掌握职业基础知识;熟悉职业发

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			正确的职业价值观和培 养良好的职业态度,促进 学生全面发展,能够满足 企业用人需求。	展趋势;提升职业实践能力;增强职业 适应能力。

(二) 专业基础课

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程,是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程,要求学生掌握必须具备的本专业基础知识、基本理论和基本技能。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据,结合培养目标、遵循教学规律,充分利用专业群内教学资源开设,专业群共享的专业基础课程需注明。

专业基础课程说明表				
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求	
1	管理学基础	熟悉与掌握管理学的专业理论知识,学会运用管理学知识进行企业管理经营与运营	① 熟悉管理的职能与作用、研究对象与研究方法;计划的种类 ② 熟悉计划工作的程序和方法;目标管理;预测与决策 ③ 掌握组织的含义及作用、结构 ④ 掌握管理人员的选聘、考评和培训 ⑤ 掌握领导理论、方式及艺术;激励理论、模式和方法;控制基本内容等 ⑥ 挖掘思政元素,发挥课程思政育人功能。	
2	经济学基础	熟悉与掌握经济学的专业理论知识,学会运用经济学知识进行市场经营管理,提升职业素养技能运用能力	① 掌握供求理论;消费者行为理论;生产者行为理论;分配理论 ② 掌握市场理论与市场失灵;国民收入核算与决定理论 ③ 掌握失业与通货膨胀理论 ④ 掌握经济周期与经济增长理论;宏观经济政策; ⑤ 挖掘思政元素,发挥课程思政育人功能。	
3	市场营销基础	掌握场营销基础理论与技能,培养职业素养和实践创新能力	① 掌握市场营销基本概论、市场营销调研;市场营销环境与市场营销组合 消费者市场及购买行为分析 ② 掌握市场细分与市场定位,4P 理论及应用市场营销管理过程 ③ 服务市场营销;国际市场营销等;	

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
			④ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
4	会计基础	掌握会计基础理论与技能培养职业素养和实践创新能力。	①熟悉企业主要经济业务的基本办理流程。 ② 熟悉企业主要经济业务会计核算政策与方法。 ③ 掌握应用会计账户正确记录计量企业主要经济业务。 ④ 掌握应用相关政策法规和企业规定审核企业主要经济业务。 ⑤ 掌握编制资产负债表和利润表。
5	商品学基础	掌握统计基础理论与方法,提升数据处理、分析及实际应用能力。	①熟悉商品分类与编码、商品自然属性 ②熟悉商品质量与品种、商品标准化与质量认证 ③掌握商品检验、商品包装、商品养护 ④挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
6	中华商业文化	掌握中华商业文化发展历程及理论,熟练掌握实务流程,提升税务处理作与风险应对能力。	① 熟悉原始社会、古代、近现代的商业发展 ② 熟悉丝绸之路、京杭运河、茶马古道等典型商路 ③ 掌握传统名商典范和现代名企代表的发展历史、成功因素 ③ 掌握名商巨贾的创业经历、商道精神；掌握企业运营、市场运作的商业模式；新技术、新经济、新生态下的商业转型 ⑤ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
7	客户服务管理	掌握客户服务与管理的相关知识，树立正确的客户服务意识，形成管理能力和创新能力，为胜任客户服务与管理工作打下坚实的基础。	① 掌握客户服务人员的综合素质与要求 ② 掌握客户服务工具的运用 ③ 掌握客户需求的了解与满足、进行客户信息管理 ④ 掌握客户投诉、科学合理地处理客户投诉、掌握客户满意度的管理与方法 ⑤ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。

（三）专业核心课

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的骨干课程，以该专业中以及相对应的岗位群中最核心的理论和技能为主要内容。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，结合学校实际开设。

专业核心课程说明表

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	数字营销	掌握数字营销核心知识与技能，培养职业素养与实操能力。	① 财务会计概念框架。 ② 会计要素核算方法和账务处理程序运用。 ③ 财务会计报告编制。 ④ 会计制度设计原理及方法。 ⑤ 利用智能财会实训室开展虚拟仿真实训。 ⑥ 挖掘思政元素，融入课程思政内容，发挥课程思政育人功能。
2	销售与管理	掌握销售与管理理论知识和技能运用，培养渠道管理、销售计划制定、销售推广、销售区域管理、客户服务等综合能力。	① 掌握销售计划制订的方法和技术技能。 ② 掌握客户开发的方法和技术技能。 ③ 掌握客户拜访的方法和技术技能。 ④ 掌握产品方案设计与演示的方法和技术技能。 ⑤ 掌握商务洽谈、项目招投标的方法和技术技能。 ⑥ 掌握销售团队管理的方法和技术技能。 ⑦ 掌握掌握销售渠道管理的方法和技术技能 ⑧ 挖掘思政元素，融入课程思政内容，发挥课程思政育人功能。
3	消费者行为分析	掌握消费者行为分析相关理论与知识，培养用户调研、用户分析与调研、用户行为分析等综合能力。	① 掌握竞争调研的方法和技术技能。 ② 掌握行业调研的方法和技术技能。 ③ 掌握用户调研的方法和技术技能。 ④ 掌握产品调研的方法和技术技能。 ⑤ 掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为分析、用户画像解读等方法和技术技能 ⑥ 挖掘思政元素，融入课程思政内容，发挥课程思政育人功能。
4	品牌策划与推广	掌握品牌策划与推广知识与技能运用，培养技能运用和和实践创新能力。	① 掌握品牌现状分析的方法和技术技能。 ② 掌握品牌定位的方法和技术技能。 ③ 掌握品牌人格化的方法和技术技能。 ④ 掌握品牌命名的方法和技术技能。 ⑤ 掌握品牌广告语创作、故事写作的方法和技术技能。 ⑥ 掌握品牌 logo 设计、IP 构建的方法和技术技能 ⑦ 掌握品牌感官设计的方法和技术技能 ⑧ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	服务营销	掌握顾客关系、服务创新与设计等技能，提升服务客户的意识和技能操作运用能力	① 了解服务营销的理念、顾客服务期望。 ② 掌握顾客关系建立的策略。 ③ 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 ④ 了解服务标准的定义，掌握服务补救等方法和技术技能 ⑤ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
6	商务礼仪与沟通	掌握商务礼仪理论与技能，培养商务礼仪素养与应用能力	① 掌握仪容、仪表、仪态等职业形象的礼仪。 ② 掌握见面、介绍、握手、送行等商务交往的礼仪。 ③ 掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的技巧与礼仪。 ④ 掌握位次、会议、宴请等会务宴请的礼仪

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
			⑥ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
7	商务数据分析	掌握商务数据分析基础理论与方法，提升商务数据处理、分析及实际应用能力。	①熟悉商务数据分析的方法和技术技能 ②熟悉商务数据处理的方法和技术技能 ③熟悉商务数据分析的思路方法和技术技能 ④掌握数据可视化的方法和技术技能

（四）专业拓展课

专业拓展课含专业拓展必修课和专业拓展选修课，根据专业方向，围绕培养学生多方位、多层次的职业相关能力提高课程，这些课程应以满足学生在学习本专业时针对就业定位和不同发展方向的需要设置。各专业可根据本专业多个岗位的的不同能力要求为依据开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不能开设与职业面向无关课程。专业群争取建成2门以上相关专业共享优质拓展课程，群内共享课程应在备注中体现。专业拓展选修课分为一般专业递进课程、竞赛递进课程、创新创业类课程和自主创课。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	商务谈判与技巧	掌握商务谈判的准备、开局、磋商、签约整个流程的专业知识和技能，提升和培养在复杂商业环境中应对挑战、合作共赢的能力。	①了解商务谈判的概念、作用、意义 ②掌握商务谈判准备、开局、磋商、终结等阶段的策略方法与技术技能。 ③掌握商务谈判中僵局破解的方法和技术技能。 ④掌握商务谈判签约的方法和技术技能 ⑤挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
2	直播营销	掌握直播营销的流程与技能，提升直播讲解、直播运营与直播数据分析的综合能力。	①了解直播营销概念、作用、意义 ②掌握直播策划，脚本撰写的方法与技术技能。 ③掌握短视频制作，拍摄、剪辑技巧、直播运营的方法与技术技能。 ④直播销售话术训练，主播沟通促成交易能力的方法和技术技能 ⑤掌握商品选品、流量推广 ⑥挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能。
3	营销策划实务	掌握营销策划的相关知识点和与技能，提升营销策划、产品策	①了解策划的基本原理与步骤 ②掌握营销策划主题与环境策划的方法与技术技能。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
		划等在真实市场环境中的实践运用能力	③掌握营销调研策划、营销创意策划的方法与技术技能。 ④ 掌握营销定位策划、产品策划、价格策划方法和技术技能 ⑤挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
4	短视频策划与制作	掌握短视频策划与制作的知识点和与技能，能制作和剪辑短视频，并且提升转化率和播放量，提升在在真实市场环境中的实践运用能力	①掌握用户画像分析、选题策划、脚本撰写（含分镜设计）的方法与技术技能 ②掌握拍摄技术，讲解设备选择及现场调度的方法与技术技能。 ③掌握短视频制作，拍摄、剪辑技巧的方法与技术技能。 ④ 掌握素材剪辑、转场设计、音效配乐、字幕特效、调色处理的方法与技术技能 ⑤爆款内容逻辑、流量运营及商业化变现的方法与技术技能 ⑥ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
5	市场营销案例分析	通过剖析真实的商业案例，帮助学习者理解并掌握市场营销的底层逻辑、策略应用场景及实战决策思路。通过案例解构，培养分析问题、解决问题的能力，能将营销理论转化为可落地的行动方案。	①掌握市场营销基础理论与框架 ②掌握案例分析的方法与逻辑 ③掌握典型营销场景与策略案例 ④挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
6	全域营销	掌握全域营销的相关理论知识和技能运用，并且提升在在真实市场环境中的实践运用能力	①掌握的产品设计、定价、渠道选择方法与技术技能 ②掌握广告宣传、和销售促进、全渠道触点优化的方法与技术技能。 ③掌握数据整合与消费者运营、内容营销策略的方法与技术技能。 ④ 掌握新媒体文案创作、新媒体营销工具的方法与技术技能 ⑤挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
7	新媒体营销	掌握如何利用新媒体平台实现品牌传播、用户互动与商业转化。课程既包含理论框架，更注重实操技能，帮助学生适应快速迭代的新媒体环	①掌握新媒体概念与平台分类 ②掌握运用新媒体工具进行内容创作与策划的知识与技能 ③掌握运用新媒体工具进行用户运营与私域搭建 ④ 掌握运用新媒体工具进行活动执行与危机应对

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
		境。	⑤挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
8	生成式人工智能（AIGC）应用	掌握本课程的相关理论知识 and 技能运用，并且提升在真实市场环境中的实践运用能力	①掌握剪映 AI 快速出片的方法与技术技能 ②掌握剪映 AI 实现以文生图成片的方法与技术技能。 ③掌握剪映 AI 的剪辑和音效方法与技术技能。 ④ 掌握剪映 AI 的写作方法与技术技能 ⑤挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
9	商务文案策划与撰写	掌握商务文案策划与写作能力，塑造创新思维、锤炼团队协作精神，让学生养成严谨态度，拥有良好抗压能力，以契合多变的行业需求。	①商务文案内涵、类型、适用场景及策划流程的方法与技术运用 ②掌握市场调研、精准提炼卖点、精巧构思标题、流畅撰写正文的方法与技术运用 ③掌握电商、推广等多元文案的方法与技术运用 ④ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能
10	跨境电商基础	掌握如何在全球市场通过线上平台完成商品销售、物流配送、支付结算及合规运营”。兼顾理论框架与实操逻辑，帮助学生建立对跨境电商行业的整体认知，为后续深入学习或从业打下基础。	①掌握跨境电商基本概念与行业生态 ②掌握跨境电商平台规则与运营逻辑 ③掌握平台操作与店铺基础运营、国际物流、跨境支付的方法与技术技能。 ④ 挖掘思政元素，发挥课程思政育人功能

（五）实践教学

实践性教学环节应贯穿于人才培养全过程，主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动。

1. 专业实训课

专业实训课为实训周内集中开设的实践性课程（C类），是专业课教学的重要内容，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。以“周”为计时单位，通常每周执行 24 学时的实践教学，模块学时不低于 6 周，第 2-5 学期执行。实训周内公共基础课程照常执行，专业基础课、专业核心课与专业拓展课暂停执行。

专业实训课程说明表

序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	数据化运营管理沙盘实训	掌握数据化运营与沙盘操作技能,培养运用管理、数据处理及智能服务实践能力。	本课程聚焦市场分析师核心岗位,开展开店、采购、推广(商品发布、SEO 优化、SEM 推广、促销等)运营、财务等技能,提升专业综合实践能力。
2	营销策划实训	掌握策划人员岗位全流程业务操作,强化产品策划与推广综合实践能力。	本课程聚焦销售与管理、策划部经理等核心岗位,开展调研执行及报告撰写、战略性营销策划、CIS 导入策划、新产品上市推广策划,提升综合实践能力。
3	新媒体营销实训	掌握分组运营新媒体账号,完成图文创作、短视频拍摄、直播策划及效果复盘等技能,提升新媒体运营综合实践能力。	本课程聚焦新媒体平台特性(微信、抖音、小红书等)、用户行为分析、内容营销逻辑、广告投放策略及数据分析方法。运营新媒体账号,完成图文创作、短视频拍摄、直播策划及效果复盘等技能,学会新媒体技能提升专业综合实践能力。
4	商务谈判实训	掌握市场部经理商务谈判磋商、谈判准备、谈判方案制定、模拟谈判等技能,学会运用商务谈判知识和技能提升综合实践能力。	本课程聚焦互联网营销师、市场部经理等核心岗位,开展商务谈判磋商、谈判准备、谈判方案制定、模拟谈判等技能,学会运用商务谈判知识和技能提升专业综合实践能力。
5	商务礼仪与沟通实训	掌握客户服务、销售员核心岗位技能,强化服务接待、形象设计、商务拜访等综合实践能力。	本课程聚焦客户服务、客户服务管理、销售员等核心岗位,开展商务形象礼仪设计、服装、造型、化妆、进行商务会议与仪式礼仪的安排与布置、学会运用商务沟通、会面、拜访与宴请礼仪,学会运用商务谈判礼仪提升专业综合实践能力。

2. 综合实践

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分,均由学工处(学生工作部)管理、认定。其中勤工助学作为毕业基本要求之一,但不列入教学计划进程表。

(1) 勤工助学

勤工助学为在校学生利用在校课余时间从事生产、服务相关的活动总称,学生所在班级辅导员提供相应指导。原则上高职学生第 1-4 学期应开展不少于 320 小时的勤工助学。

(2) 社会实践

社会实践为学校利用寒暑假统一组织开展的非教学实践活动,旨在提高学生综合素质,培养社会责任感,加强劳动意识,高职在校生应开展不少于 48 小时的社会实践。

（3）毕业考核

岗位实习，亦称“毕业岗位实习”，本质是教学活动，是实践教学的重要环节。组织开展学生实习应当坚持立德树人、德技并修，遵循学生成长规律和职业能力形成规律，保障学生的合法权益。学生在实习单位的岗位实习时间一般为6个月，不低于384学时，应基本覆盖专业所对应岗位（群）的典型工作任务，不得仅安排学生从事简单重复劳动。岗位实习必须严格依照《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）及其他国家相关文件执行，由教务处统一管理、认定。

（4）毕业设计/论文

毕业设计/论文是评估学生学业水平的重要依据，是学生在校学习期间完成专业人才基本训练最后的综合性实践教学环节，毕业设计/论文评定为“不合格”的不予毕业。毕业设计参照国家相关标准及《厦门南洋职业学院关于毕业设计（论文）工作管理办法（试行）》执行。毕业设计开展学时通常为8周，毕业论文开展学时通常为4周，通常于第5或第6学期集中开展。

七、教学进程总体安排

军训、入学教育、社会实践、毕业教育按活动周1学分/周。其中入学教育第1学期预备周执行，毕业教育第5学期的预备周执行。

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按20周计算）

教学进程总体安排表												
学 年	学 期	课内教学								课外教学		
		课堂教学 与 课内实践	考 试 周	军 训 周	实 训 周	岗 位 实 习	毕 业 设 计 （ 论 文 ）	预 备 周	小 计	勤 工 助 学	社 会 实 践	小 计
一	1	16	1	2	0	0	0	1	20	0	2	8
	2	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
二	3	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4	1	20	2	0	2
	6	0	0	0	0	20	0	0	20	0	0	0
合计		74	5	2	6	24	4	5	120	8	2	10

(二) 专业教学计划进程表 (详见附录 2)

(三) 实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
1	专业实训课	数据化运营管理沙盘实训	2	3	2	数字化运营沙盘	校内	
		商务礼仪与沟通实训	1	2	1	商务礼仪与沟通模拟	校内外	
		营销策划实训	1	4	1	营销策划模拟	校内外	
		商务谈判实训	1	4	1	商务谈判模拟	校内外	
		新媒体营销实训	1	2	1	新媒体营销模拟	校内	
2	勤工助学	/	/	1-4	/	/	校内外	学工认定
3	社会实践	/	2	1-4	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	16	5-6	24	/	校外	不低于 6 个月
5	毕业设计 (论文)	毕业论文	4	5	4	毕业论文	校内	文科类 4 学分

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
公共基础课	公共必修课	876	444	432	47	28.29%	35.53%
	公共选修课	224	224	0	14	7.24%	
专业基础课		324	178	146	18	10.47%	
专业核心课		504	252	252	28	16.28%	
专业拓展课		432	216	216	24	13.95%	
专业实训课		144	0	144	6	4.65%	
综合实践		592	0	592	22	19.12%	
总 计		3096	1314	1782	159	100%	

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学生评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

符合不高于 1: 25 师生比例。在进一步充实现有师资队伍规模基础上，不断优化师资队伍学历结构和职称结构。通过在岗培训、派出进修和在职攻读博士（硕士）学位三者结合的方式，提高博士、硕士学位获得者在教师中的比例，其中 45 岁以下教师研究生学历或硕士学位以上的比例维持 100%(目前本专业群已达到 80%)，专业基础、专业课教师中具有高级专业技术职务的教师达到 70%以上（目前本专业已实现 75%），中级专业技术职务教师达到 90%以上(目前本专业已实现 75%)。目前本专业群“双师型”教师达到 90%，实验实训指导教师均具有中级以上专业技术职务，其中高级职称达到 70%以上。

序号	姓名	专业	职称	职务	是否双师型
1	鲁小卉	公共管理	副教授	商贸副主任\教研室主任	是
2	朱家奔	工商管理	副教授	专任教师	是
3	张媛媛	经济管理	副教授	专任教师	是
4	蔡雨歆	营销传播	助教	专任教师	是

2. 专业带头人

林莉，中共党员，教授，全国技能大赛专家库专家成员，现任厦门市会计学会高等教育分会常务理事。厦门市优秀教师，厦门市“双师型”教师。厦门南洋职业学院“南洋学者”、“教学名师”、“师德标兵”、“骨干教师”，多次获得“南洋贡献奖”、“优秀共产党员”、“先进工作者”等称号。荣获中国智慧工程研究会基础教育“十三五”科研规划重点课题教研成果一等奖。全国微课大赛福建赛区一等奖。主持《税费申

报与计算》课程荣获福建省“在线精品课程”称号。先后主编出版《智能财税》、《智慧化税费申报与管理》等多本高质量教材和多篇论文。

3. 专任教师

本专业现已有 2 名副高级职称教师，1 名讲师职称教师，主干课程教师有丰富的实践经验和教学经验，教学能力强，有一定的学术水平，对本专业人才培养目标、培养规格、课程体系有较全面的把握能力，具有较强的新知识、新技术的吸收、消化和推广能力。

鲁小卉老师为副教授、高级互联网营销师、高级礼仪培训师，任商贸系副主任及市场营销教研室主任，省级双师型教师，主持三项省市级课题，参与市省级和校级课题 6 项。在 CN 期刊上发表论文 10 篇。具备 11 年的一线教学经验，负责多门核心课程，指导学生获省级技能大赛三等奖、校级创业比赛二等奖、科研论文一等奖等荣誉，兼具企业管理与培训经验。

张媛媛老师为副教授，博士在读，曾带队获省市级本专业技能大赛二等奖 1 项，省赛二等奖 1 项，三等奖 2 项。

朱家奔老师为讲师，曾带队获本专业技能大赛市赛三等奖 1 项、省赛三等奖 3 项。

蔡雨歆老师为助教，研究生学历，参与教材编著和多篇论文发表，具有企业经营管理经验和培训师经验，曾获厦门市教学能力比赛一等奖荣誉，指导学生获得省赛三等奖荣誉。

4. 兼职教师

本专业群正致力于建立一支来源、数量稳定，生产经验丰富，学术水平高的兼职教师队伍；专业课来自企业兼职教师的比例应达到 60%以上；兼职教师也将会主动参与专业教学研究，以实现良好的教学效果。

谭心燕老师为副教授，拥有国企、上市公司及民办非企业单位管理实战经验，以“实践赋能教学”为导向，在课程建设、职称培训及企业实践指导中形成多维联动，持续为专业建设与社会服务注入实战经验。

（二）教学设施

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内、外实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展出纳业务、大数据技术应用、云财务会计、智能财会系统应用、企业经营沙盘对抗、智能化成本核算与管理、智慧化税费申报与管理、数字化管理会计、财务大数据分析、会计信息系统应用等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	备注
1	数字商贸产教融合实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等	商科经管大综合实训	J301
2	思凯文化传媒校企实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等	直播运营实训	J301-3 创意/创新直播间
3	星购信息科技电商直播实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等	直播运营实训	J301-3 创意/创新直播间
4	社交电商、网络客服实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	社交电商、网络客服	J307
5	企业沙盘模拟经营实训室	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J302
6	智慧零售产教融合实训基地	联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等	企业沙盘模拟经营	J301 开放区域

（2）现有校外实训基地建设

序号	校外实训基地名称	地点	实训内容（项目）	使用学期
1	中联集团教育科技有限公司	厦门市思明区汇文路 51-59 号 03C 室 B 单元	1、支持学院数字商贸特色高水平专业群建设；2、共建“数字商贸产教融合实训基地”；3、共建“职业技能鉴定中心”；4、支持学院服务数字商贸新业态、新产业进行的人才培养方案的修订，教改等	第 2-4 学期
2	厦门氢量引擎信息科技有限公司	福建省厦门市湖里区安岭二路 93-95 号	1、支持学院数字商贸专业群建设；2、课程建设；3 进行销售学习共享合作。	第 2-4 学期

（3）校外实训基地建设需求

计划发展 6 个紧密型校外实习基地。与企业共建集现代市场营销专业人才培养与就业岗位训练为一体的校内外阶梯式实训体系，并成长为服务中小企业、培养创新型企业管理人才的市级、省级实训基地。通过 3 年时间，到 2025 年年底之前，实现校企合作的深入化和有效化，与企业合作共赢。在校外共建合作基地重点开展三方面的深层次合作，一是开展 2+1 的教学模式改革，与企业合作实施专业群人才培养方案，为企业和社会培养更合适的专业管理和业务技能型人才；二是选派青年教师到合作企业和实训基地顶岗锻炼，提升实践操作能力，培养高素质的双师型教师；三是长期聘请合作企业的高管、技能人才到学校与师生座谈，承担一些教学任务，指导和帮助学生更快的成长。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

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。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和经济、管理、

文化、大数据与会计、信息技术类文献等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

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

教学既重视知识技能的传授，更重视学生能力的培养。在教学方法上，推行实践主导型教学改革，全面推行“实践主导型”教学建设，将填鸭式的介绍讲解教学变成团队创作和互动讨论。主要教学方法如下：

1. 启发式教学

在教学中想方设法让学生“多思”，用恰当的问题激起学生的思维浪花，使他们于“无疑”之处生“难疑”产生新奇感和探索感，充分体现学生的主体性。结合课程内容特点，从实际生活中的问题入手在课堂上首先提出问题，让学生思考，然后带着问题听课，积极启发学生主动思考。不仅提高了学生的学习能力和积极性，也培养学生独立分析问题和解决问题的能力。长此以往，学生主动获取知识的能力必然得到提高。

2. 案例式教学

本课程积极引入最新发生的案例。各基础理论知识的讲解以案例演示、讨论切入，既生动了授课内容、活跃了课堂氛围，又培养了学生的综合分析能力。还可以将学生分成若干个团队，进行实际练习。

3. 互动式教学

在教师的指导下，让学生走上讲台，发表自己的见解。学生查阅大量资料，准备讲授内容的同时深刻学习了相关知识。变被动为主动的学习方式，不仅激发了学生的学习热情，增强了学生的自信心，也锻炼了学生的阅读和口头表达能力。

（五）学习评价

课程的考核主要是阶段考核与期末考核相结合：即采用平时表现、项目完成、期末试卷等多种考核相综合的方式，避免学生临时抱佛脚的现象，加强学习效果。平时分 50%，期末考 50%。结合课堂提问、课后作业、项目完成等手段，注重平时的评分汇集。平时

的评分内容包括学习能力、团队协作精神、沟通交际能力、知识的运用和掌握能力等方面的考核。期末考核也主要注重学生的实际应用能力，期末考试采用开卷考形式，其中大部分题目为案例分析和实务题，给学生很多自由发挥的空间。

（六）质量保障

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	至少达到 159 学分	
学分结构	公共课 61 学分；专业基础课 22 学分；专业核心课程 20 学分；专业拓展课 24 学分；专业实践课 6 学分；综合实践课 22 学分。	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

十、附录

附录 1：人才培养方案评审表

市场营销专业人才培养方案评审表

评审专家（教学指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	林莉	厦门南洋职业学院	教授/院长	
2	陈建凡	中联教育集团	福建区域总监	
3	曹昌茂	厦门市星购信息科技有限公司	副总经理	
4	孔佩伊	厦门南洋职业学院	副教授/副院长	
5	邱晓慧	厦门南洋职业学院	副教授/工商企业管理教研室主任	
6	黄澄	厦门南洋职业学院	副教授/电子商务教研室主任	
7	鲁小卉	厦门南洋职业学院	副教授 /市场营销教研室主任	
8	李娟	厦门南洋职业学院	讲师/网络营销与直播电商教研室主任	
9	李彬	厦门南洋职业学院	讲师/金融教研室主任	
教学工作指导委员会评审意见				
评审组长签字：_____ 年 月 日				
学校意见 分管校长签字：_____ 年 月 日				

注：二级学院组织评审，由评审专家签署意见后扫描电子档插入培养方案电子档中。

附录 2：专业计划进程表

附录2：市场营销专业2025级教学计划进程表(三年制)																
模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备 注		
						理论	实践	一		二		三				
								1	2	3	4	5	6			
公共必修课 28. 29%	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3								
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2							
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3							
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2								
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2							
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2					经营、机电、信息、外语、医学院第三学期开设；电影学院、建筑工程学院、艺术设计学院、教育学院、22级五年制课程停开该课	
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4								
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4							
	G02727	信息技术	4	B	72	36	36		4							
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	✓								
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	第6学期线上课	
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6	✓		✓					第一学期开设3周，第三学期开设1周	
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16		✓							
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8				✓					
	G00070	应用文写作	2	A	36	36	0	2								
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	✓								
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1						第一学期开设16课时，第二学期开设16课时	
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0		2						机电、信息、医学院第一学期开设；经营、外语学院、艺术设计学院、教	
	G04422	国家安全教育	1	A	16	16	0	✓								
	G00030	入学教育	1	A	16	16	0	✓								
	G04875	毕业教育	1	A	16	16	0					✓				
公共选修课 7. 24%	“公共必修课”模块小计		47	/	876	444	432	12	14	2	0	0	0	0		
	G02892	美育概论	2	A	32	32	0	2							经营、外语、医学院、机电第一学	
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0								线上执行	
	G04876	中华民族发展史	2	A	32	32	0								线上执行	
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0								线上执行	
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0								线上执行	
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0								线上执行	
公共选修课模块小计		14	/	224	224	0	2	0	0	0	0	0	0			
专业基础课 10. 47%	“公共基础课”模块小计		61	/	1100	668	432	14	14	2	0	0	0	0		
	G04728	商品学基础	2	B	36	18	18			2						
	G00150	管理学基础	2	B	36	18	18		2						专业群共享课	
	G03997	市场营销基础	4	B	72	36	36		4							
	G00102	经济学基础	2	B	36	18	18	2							专业群共享课	
	G01388	会计基础	4	B	72	52	20	4							专业群共享课	
	G03916	客户服务管理	2	B	36	18	18		2						专业群共享课	
G04729	中华商业文化	2	B	36	18	18	2									
专业核心课程 16. 28%	专业基础课模块小计		18	/	324	178	146	8	8	2	0	0	0	0		
	G03487	数字营销	4	B	72	36	36			4						
	G04000	销售与管理	4	B	72	36	36				4					
	G04001	消费者行为分析	4	B	72	36	36				4					
	G04730	服务营销	4	B	72	36	36				4					
	G00139	商务礼仪与沟通	4	B	72	36	36			4						
	G02820	商务数据分析	4	B	72	36	36				4					
G04731	品牌策划与推广	4	B	72	36	36					4					
拓展课程 13. 95%	专业核心课模块小计		28	/	504	252	252	0	4	16	8	0	0	0		
	G01224	营销策划实务	4	B	72	36	36				4					
	G03491	直播营销	2	B	36	18	18				2					
	G01230	商务谈判与技巧	2	B	36	18	18				2					
	G02458	新媒体营销	2	B	36	18	18					2				
	G03488	短视频策划与制作	4	B	72	36	36					2				
	G02819	商务文案策划与撰写	2	B	36	18	18					2				
	G01230	市场营销案例分析	2	B	36	18	18						2			
	G03488	全域营销	2	B	36	18	18						2			
	G04469	跨境电商基础	2	B	36	18	18							2		
	G05242	生成式人工智能(AIGC)应用	2	B	36	18	18					2				
拓展课程模块小计		24	/	432	216	216	0	0	6	10	6	0	0			
“课内教学活动”总计		131	/	2360	1314	1046	22	26	26	18	6	0	0			
专业实践 4. 65%	G02517	数据化运营管理沙盘实训	2	C	48	0	48			2周						
	G02458	新媒体营销实训	1	C	24	0	24		1周							
	G01233	营销策划实训	1	C	24	0	24				1周					
	G00139	商务礼仪与沟通实训	1	C	24	0	24		1周							
	G01514	商务谈判实训	1	C	24	0	24				1周					
综合实践 19. 12%	专业实践模块小计		6	/	144	0	144	0	0	0	0	0	0	0	2~4学期进行，每学期2周在校内，2周校外实践	
	G00031	社会实践	2	C	48	0	48								社会实践周安排在教育	
	G03962	岗位实习	16	C	480	0	480					4周	20周		毕业实习不少于6个月	
	G00032	毕业设计（论文）	4	C	64	0	64					4周			毕业设计通常为1周，毕业设计通常为8周	
综合实践模块小计		22	/	592	0	592									第1周教学学分不低于34，学时不低于640	
总 计		159	/	3096	1314	1782	22	26	26	18	6	0	0			
占总学时比例	A类课程比例		B类课程理论部分		B类课程实践部分		C类课程比例									
	10. 98%		31. 46%		33. 79%		23. 77%									
	理论部分		42. 44%		实践部分（应在50%以上）		57. 56%									
市场营销专业		执笔人（签名）		鲁小卉		审核人（签名）								年 月 日		