



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:	2024 级
专业负责人:	朱家奔
制定日期:	2024 年 6 月 17 日

目录

第一章	编制说明	4
第二章	市场营销专业人才培养方案	5
一、	专业名称及代码	5
二、	入学要求	5
三、	基本修业年限	5
四、	职业面向	5
(一)	主要职业面向	5
(二)	工作岗位举例	5
(三)	工作任务与职业能力分析	6
五、	培养目标与培养规格	6
(一)	培养目标	6
(二)	培养规格	7
六、	课程设置及要求	8
(一)	公共基础课	8
(二)	专业基础课	11
(三)	专业核心课	13
(四)	专业拓展课	14
(五)	实践教学安排	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)	19
(三)	实践教学体系各环节具体安排	19
(四)	课程结构比例	20
八、	实施保障	20
(一)	师资队伍	20

(二) 教学设施 (对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。)	21
(三) 教学资源	22
(四) 教学方法	22
(五) 学习评价	23
(六) 质量保障	24
九、毕业要求	25
十、附录	26
附录 1: 市场营销专业人才培养方案评审表	26
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、厦门市星购信息科技有限公司等企业共同制订，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：

市场营销教研室：朱家奔 讲师
电子商务教研室：黄澄 副教授
工商管理教研室：邱晓慧 副教授
网络营销与直播电商教研室：李娟 讲师
中联教育集团：陈建凡 福建区域总监
中教畅享（北京）科技有限公司：江家园 福建区域经理
厦门市星购信息科技有限公司：曹昌茂 副总经理
金华市思睿信息科技有限公司：周慧敏 产品经理

审定：

厦门南洋职业学院：林莉 经管三创学院院长/教授
黄澄 经管三创学院院长助理/副教授
孔佩伊 经管三创学院院长助理/副教授
邱晓慧 工商管理教研室主任/副教授
朱家奔 市场营销教研室主任/讲师
李娟 网络营销与直播电商教研室主任/讲师
厦门市星购信息科技有限公司：曹昌茂 副总经理
金华市思睿信息科技有限公司：周慧敏 产品经理

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

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力毕业生

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

(一) 主要职业面向

专业名称	所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别(技术领域)	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
市场营销	财经商贸大类(53)	工商管理(5306)	批发业、零售业(51, 52)	营销员、市场营销专业人员	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	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) 工作岗位举例

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
1	市场营销	商品销售员	营销管理	营销高级管理
2	市场营销	市场分析助理	市场分析师	市场部经理

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
3	市场营销	营销策划助理	营销策划	策划部经理

(三) 工作任务与职业能力分析

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
市场营销专业	市场营销	企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品推销和营销推广	商务谈判与技巧、商务数据分析、市场营销基础、营销策划实务、新媒体营销、市场调查与预测、1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）等
	销售管理	一定的组织协调能力和创新意识，具有一定的分析解决问题的能力，能独立从事市场营销相关的实际工作能力	销售与管理、品牌策划与推广、商务数据分析、全域营销等

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业旨在培养掌握扎实的科学文化基础和市场分析、人员管理、商务沟通及相关法律法规等知识，具备数字化操作技能、数字化信息分析能力，具备品牌策划、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等工作的高素质技术技能人才；为社会培养更多的能够从事市场分析、产品销售、客户服务等工作的人才。

（二）培养规格

1. 素质规格

（1）坚定拥护中国共产党的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 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。

2. 知识

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。

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。

（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）掌握必备的文化基础知识：政治、体育、数学、外语、计算机等。

（4）具有一定的外语听、说、读、写、译的基本知识。

（5）掌握必备的专业基础知识（管理学、经济学、经济法和会计基础等）。

（6）具有一定的专业技能知识（战略管理、项目管理、人力资源管理；新媒体营销、网站运营与管理；商务谈判、网络营销策划；会计核算与监督、税费申报、财务管理等）。

（7）掌握较宽的涉外经济知识，了解世界经济的历史和现状，熟悉中国对外经济工作的方针、政策、法规等。

3. 能力（从基本职业能力、核心职业能力、职业拓展能力等方面描述）

(1) 基本职业能力

- ①具备探究学习、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熟练计算机基本操作技能。
- ④具备一定的英语听说读写能力。
- ⑤职业生涯发展与就业、创业能力。

(2) 核心职业能力

- ①企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品数字营销推广能力
- ②组织协调能力、沟通能力，具有创新意识、数据意识，一定的分析解决问题的能力

(3) 专业拓展能力

- ①把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。
- ②具备良好的道德修养及一定的艺术鉴赏力，掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼，了解心理健康的标准和调试的方法，了解并熟悉各项活动的前期策划与后期总结相关知识。
- ③广常识性知识面，精选专业深刻性知识的内容；能较为清晰地认识自己及职业的特性，了解基本的创业知识，掌握生涯决策技能和求职技能等。熟练掌握目前常用流行的操作系统和 OFFICE 办公软件，能进行基本的日常英语交际。

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	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	思想道德与法治	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第1学期开设，每周理论2课时+实践1课时，3节连排；理论教学36课时，实践教学18课时。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	36	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设；理论教学30课时，实践教学6课时。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设，每周理论教学2课时+实践教学1课时，3节连排，共计理论教学36课时，实践教学18课时。
4	形势与政策	3	/	48	马克思主义学院	考试	高职第1至第6学期开设，第6学期评定最终成绩。
5	军事课	4	/	148	马克思主义学院	考试+考查	军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
6	劳动教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	课程成绩由理论成绩和实践成绩综合构成，马克思主义学院负责理论与实践成绩比例安排、理论教学、出具理论学时成绩并负责汇总评定课程总评成绩。
7	体育与健康	6	2	108	教育学院	考查	理论教学12学时，实践教学96学时，在第1学期至第4学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的20-30%
8	应用文写作	2	2	36	人文社科学院	考试	在高职第1学期开设，理论教学36学时。

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
9	生涯体验-生涯规划	1	/	16	三创学院	考查	高职第2学期开设，线下教学10课时，线上教学6学时（智慧树平台）。
10	生涯体验-创业教育	2	/	32	三创学院	考查	高职第3学期开设，线下教学10学时，线上教学22学时（校级精品录播课程）。
11	生涯体验-就业指导	1	/	16	三创学院	考查	高职第4学期开设，线下教学10学时，线上教学6学时（智慧树平台）。
12	大学生心理健康教育	2	2	32	心理健康中心	考查	原则上安排在高职第一学年单周开设，理论教学16学时，实践教学16学时。
13	大学英语	8	4	128	外语与旅游学院	考试	该课程一般在第一学年开设，由《基础英语》与《职场通用英语》组成，由公共英语教研室根据《高等职业教育专科英语课程标准（2021年版）》组织实施。
14	信息技术	3	3	48	信息工程学院	考证	第1或第2学期开设，由信息工程学院根据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021年版）》组织实施，理论教学12学时，实践教学36学时，学生须通过全国计算机等级考试（NCRE）。
15	入学教育	1	/	16	学工处	考查	在新生军训期间完成，内容包括校史介绍、专业介绍、学生学籍管理规定、校纪校规等共16学时。
16	国家安全教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	依照《大中小学国家安全教育指导纲要》要求组织开展教学。
17	大学生成长学	2	/	32	学工处	考查	采取模块化教学，高职一年级双周执行，由学工处统一组织教学。

3. 公共选修课

限制性选修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	美育概论	2	2	32	艺术设计学院	考查	由美育教研室统一组织教学。
2	“四史”概论	2	2	32	马克思主义学院	考查	以党史、国史教育为主要内容，通过智慧树平台开展在线学习。
3	职业素养	2	2	32	招生就业办公室	考查	通过智慧树平台开展在线学习。
4	中华优秀传统文化	2	2	32	人文社科学院	考查	通过智慧树平台开展在线学习。

公共选修课包含“限制性选修课”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；限制性选修课由《美育概论》等4门课程构成，共计8学分，2024级在校学生必须修满方可毕业。

（二）专业基础课

专业基础课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在备注中体现。专业基础课程数量应控制在6-8门，模块学时应控制在192-576之间。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	管理学基础	管理的职能与作用、研究对象与研究方法；计划的种类、计划工作的程序和方法；目标管理；预测与决策；组织的含义及作用、组织结构、类型及工作原则；管理人员的选聘、考评和培训；领导理论、方式及艺术；激励理论、模式和方	

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
		法；控制基本内容等；	
2	经济学基础	供求理论；消费者行为理论；生产者行为理论；分配理论；市场理论与市场失灵；国民收入核算与决定理论；失业与通货膨胀理论；经济周期与经济增长理论；宏观经济政策；	
3	会计基础	会计要素；会计科目、账户与借贷记账法；会计凭证；会计账簿；账务处理程序；财产清查；财务会计报告；会计档案；	
4	商务数据分析	商务数据分析概述、基础数据采集、数据分类与处理、数据描述性分析、基础数据监控与报表制作等；	
5	商品学基础	商品分类与编码、商品自然属性、商品质量与品种、商品标准化与质量认证、商品检验、商品包装、商品养护、副食品、纺织品、日用工业品、商品与环境等常见商品的商品学理论知识和实践性内容	
6	商务礼仪与沟通	本课程是根据人才培养需要开设的一门必修的综合素质拓展课程。它是一门训练学生基本礼仪规范和人际沟通能力的实用性人文素质课程,旨在通过本课程的教学和训练,使学生掌握现代礼仪的基本规范和。主要讲授求职应聘、个人仪表服饰、商务谈判、商务通讯、商务社交活动等实用礼仪知识及沟通方式方法等内容	
7	中华商业文化	原始社会、古代、近现代的商业发展；丝绸之路、京杭运河、茶马古道等典型商路；明清十大商帮兴起的历史缘由，晋商、徽商、浙商等典型商帮文化；传统名商典范和现代名企代表的发展历史、成功因素；名商巨贾的创业经历、商道精神；企业运营、市场运作的商业	

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
		模式；新技术、新经济、新生态下的商业转型等	
8	客户服务管理	客户服务认知；网络客服的基本工具和基本技能；典型现代服务业的客户服务；客户在线投诉处理；客户管理和呼叫中心管理；	

（三）专业核心课

专业核心课是一个专业中开设的富有专业特色，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内容的课程。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 6-8 门（至少开设 6 门及以上《专业简介》中所列课程），专业核心课程确有困难无法开设的，需由教研室提交报告，院领导同意后上报学校教学指导委员会，经学校教学指导委员会批准方可减设相应课程。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	数字营销	课程为认证课程，主要学习营销市场分析、网页搜索排名分析、关键词挖掘与分析、搜索排名优化、搜索排名广告营销与分析、搜索引擎品牌营销推广与分析、推荐引擎落地页推广与分析、推荐引擎应用程序推广与分析、推荐引擎线下门店推广与分析。	
2	市场营销基础	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；市场细分与市场定位；产品策略；价格策略；分销渠道策略；促销策略；市场营销管理过程；服务市场营销；国际市场营销等；	

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
3	销售与管理	本课程是建立在市场营销学和现代管理理论基础之上的应用学科。主要内容包括销售规划管理：销售计划管理、销售组织设计、销售区域设计与管理；销售人员与团队管理：销售人员招聘、培训、激励、薪酬制度特点及其灵活应用、销售分析的目的和内容；销售业务指导管理：订单管理、终端管理、客户关系管理、投诉管理、货品管理、信用管理等	
4	消费者行为分析	该课程主要学习消费者行为特征、影响因素及其应用，培养学生掌握营销活动中消费者心理活动和行为规律，掌握从事营销或销售工作的职业技能。主要内容包括消费者购买决策过程、影响和决定消费者行为的个人、人与心理因素、影响消费者行为的外部因素。以及在此基础上，对各种消费者行为表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价。	
5	服务营销	包括服务营销理念、服务消费行为、服务产品设计、服务定价策略、服务渠道与服务网点规划、服务促销策略、服务的有形展示、服务人员策略、服务流程与流程再造、服务质量、服务补救方法与服务效益评估等	
6	品牌策划与推广	品牌策划与推广的主要教学内容包括品牌和品牌资产、品牌识别系统、品牌定位、品牌推广、品牌战略管理等方面的基础理论知识，以及品牌策划与推广的基本原理与策略等	

（四）专业拓展课

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	主要教学内容	备注
1	营销策划实务	营销策划的基本原理与步骤、营销策划主题与环境策划、营销调研策划、营销创意策划、营销定位策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、CIS 策划	
2	商务谈判与技巧	聚焦商务谈判的全过程，涵盖谈判准备、开局、磋商、终结等阶段，强调策略运用、沟通技巧和心理素质的培养。通过学习，学生将掌握有效的谈判策略，如信息搜集、立场设定、利益分析、让步技巧等，并提升在复杂商业环境中应对挑战、达成共赢的能力。	
3	直播营销	直播运营商业模式选择、直播间环境创建（含基础直播间搭建、多场景直播间搭建、直播间软环境设计）、组建直播运营团队、直播（含直播前准备、开启直播、下播后落实、直播后复盘和直播营销策划）	
4	市场营销案例分析	企业营销观念探究、企业营销机会分析、市场细分及企业目标市场的选择、企业目标市场的竞争策略、产品策划案例、价格策划案例、广告策划案例、公关策划案例、促销策划案例、分销渠道策划案例	
5	新媒体营销	新媒体用户与内容定位；搜索引擎营销；微博营销；微信营销；社群营销与运营；短视频与直播营销；新媒体文案创作；常见新媒体营销工具；	
6	商业经济基础	物质资料生产要素、生产工具的变革、社会生产力与生产关系、商品经济的基本原理、商品的价值与价格形成机制、货币的职能和作用、商业的产生和发展、商业的职能和购、销、存机能的相互关系、商业在社会再生产中的地位和作用、商业部门内部的	

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
		经济关系、国家对商业的领导和管理、商业的业务等。	
7	大数据财务管理基础	财务 Python 基础、财务会计、成本计算与管理、税务管理与筹划、管理会计实务、Python 财务分析与可视化、Python 财务预决策、财务共享与智慧财税、数字化管理会计等	
8	全域营销	产品设计、定价、渠道选择、广告宣传、和销售促进、全渠道触点优化、数据整合与消费者运营、内容营销策略、数据驱动的营销推广	
9	经济法	经济法基本概念、市场主体法律地位、合同法基础、公司法基础、知识产权法基础、竞争法律制度、消费者权益保护法律制度、经济法律制度应用等	
10	跨境交易平台应用	跨境电子商务概述、跨境电子商务平台运营（注册、选品、产品发布、订单处理等）、跨境电子商务法律法规与政策、跨境电子商务物流与供应链管理、跨境电子商务风险管理与防	
11	创新创业	创新思维训练、创业基础知识、实践项目以及创业精神培养等。通过学习，学生将掌握创业所需的商业模式设计、市场营销、融资投资等关键知识，并通过实践项目锻炼解决实际问题的能力。此外，课程还强调团队协作、领导力等软技能的培养，为学生未来的创业之路奠定坚实基础。	
12	组织行为学	个体、群体和组织在特定环境下的行为模式及其规律性。主要模块包括组织行为基础、个体行为分析、群体行为分析和宏观组织管理等。通过学习，学生将了解人类在组织中的行为和心里，提高预测、引导和控制行为的能力，以实现组织目标。	

（五）实践教学

1. 专业实践

专业实践亦称“单设实训课”，为实训周内集中开设的实践性课程（C类），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。

专业实践课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	数据化运营管理沙盘实训	开店、采购、推广（商品发布、SEO优化、SEM推广、促销等）运营、财务	
2	营销策划实训	调研执行及报告撰写、战略性市场营销策划、CIS导入策划、新产品上市推广策划	
3	市场调查与预测实训	市场调查问卷设计、抽样设计、市场信息资料收集、数据整理分析、市场预测、市场调研报告撰写	
4	商务谈判实训	商务谈判概述、谈判准备、谈判方案制定、模拟谈判	
5	新媒体营销实训	新媒体内容定位、新媒体图文内容制作、短视频内容制作、直播营销	

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）岗位实习

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

(一) 教学进程总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

学年	学期	课内教学								课外教学		
		课堂教学与课内实践	考试	入学教育与军训	专业实践	毕业岗位实习	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	0
	6	0	0	0	0	16	0	1	17	0	0	0
合计		74	5	2	6	20	4	6	117	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	专业实践	数据化运营管理沙盘实训	2	2	2	数字化运营沙盘	财经商贸赛训一体化中心	
		市场调查与预测实训	1	3	1	市场调查与预测模拟	财经商贸赛训一体化中心	
		商务谈判实训	1	3	1	商务谈判模拟	财经商贸赛训一体化中心	
		新媒体营销实训	1	4	1	数据化运营管理模拟	财经商贸赛训一体化中心	
		营销策划实训	1	4	1	营销策划模拟	财经商贸赛训一体化中心	
2	勤工助学	/	/	1-4	/	/	校内外	学工认定

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	备注
3	社会实践	/	2	1-4	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	20	5-6	20	/	校外	6个月
5	毕业设计(论文)	毕业设计(论文)	4	5	8	毕业设计(论文)	校内	4周
6	证书培训	1+x 数字营销(中级)	2	4	2	数字营销理论和实操	校内	

(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	实践			
公共课	公共必修课	836	404	432	45	28.67%	35.25%
	公共选修课	192	192	0	12	6.58%	
专业基础课		324	178	146	18	11.11%	
专业核心课		432	216	216	24	14.81%	
拓展课		396	198	198	22	13.58%	
专业实践		144	0	144	6	4.94%	
综合实践		592	0	592	26	20.30%	
总计		2916	1188	1728	153	100.00%	

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

1. 队伍结构

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40%),中

级专业技术职务教师达到 90%以上(目前本专业已实现 50%)。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 40%以上。

2. 专任教师

现有多名中高级职、双师型教师，拥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。

3. 专业带头人

1 人，专业带头人在本专业学术造诣高、实践能力强；提高师资队伍整体水平。

4. 兼职教师

本专业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。

(二) 教学设施（对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。）

1. 校内实训基地

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

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	备注
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. 校外实训基地建设

（1）现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	功能	使用学期
1	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	销售实践	2-4 学期

（2）校外实训基地建设需求

计划发展 3 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职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

1. 教材选用基本要求

规范教材选用流程，优先选用“十四五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂。要求专业课程的教材和教辅资料均必须选取近三年内出版的高职高专教材，同时，鼓励专业教师根据学生的实际情况编写校企合作教材，并可根据实际情况引进企业内部讲义，要求教师尽可能的把企业和行业的与时俱进的知识和技能嵌入在授课过程中，完善教学体系。

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：有关管理理论、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置其本要求

配备与课程有关的音视频素材、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。此外，本专业大力支持混合式教学、手机课程、网上建课等信息化教学手段，丰富数字教学资源。

（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、沟通交流能力、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. 建立专业建设、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，建立健全查课、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、在校生学业水平、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. 专业教研组织应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。。

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 151 学分	
学分结构	公共基础课程 55 学分; 专业基础课 18 学分; 专业核心课程 24 学分; 专业拓展课 22 学分; 专业 实践课 6 学分; 综合实践课 26 学分。	
职业技能证书	至少获得以下 2 类证书之一: 1、 教育部 1+X 职业技能等级证书(中级) 数字营销 2、 ESB 创新创业国际认证证书	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

十、附录

附录 1:

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/院 长助理	
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	讲师/电子 商务教研室主任	
7	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	
8	朱家奔	厦门南洋职业学院	讲师/市场 营销教研室主任	
教学工作指导委员会评审意见				
<p>评审组长签字：_____年 月 日</p>				
<p>学校意见</p> <p>分管校长签字：_____年 月 日</p>				

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

(定稿后以图片格式插入)