**市场营销专业（三年制高职）**

**人才培养方案内容提要**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 适用专业 | | 市场营销 | | | | 专业代码 | | 530605 | | |
| 适用年级 | | 2024级 | | | | 基本修业年限 | | 3年 | | |
| 培养类型 | | 普通高职 | | | | 所在专业群名称 | | 电子商务专业群、宝玉石鉴定与加工专业群 | | |
| 入学要求 | | 普通中学高中毕业生，职业中学、中专、技校毕业生或具有同等学力者。 | | | | | | | | |
| 开设课程总门数 | | 61 | | 开设公共课  总门数 | | | 26 | 开设专业课  总门数 | | 35 |
| 专业基础课总门数 | 8 | | 专业基础课总门数是否满足 6-8门要求 | | | | | | 🗹是 🞎否 | |
| 专业核心课总门数 | 8 | | 专业核心课总门数是否满足 6-8 门要求 | | | | | | 🗹是 🞎否 | |
| 总学时数 | 2785 | | 总学时数是否满足 3 年制最低 2500 学时 | | | | | | 🗹是 🞎否 | |
| 公共基础课学时数 | 844 | | 公共基础课 学时占比 | | 30.31% | | 公共基础课学时 占比是否满足最 低 25%要求 | | 🗹是 o否 | |
| 选修课  学时数 | 299 | | 选修课学时  占比 | | 10.74% | | 选修课学时占比 是 否 满 足最 低 10%要求 | | 🗹是 o否 | |
| 实践教学  学时数 | 1462 | | 实践教学总 学时数占比 | | 52.50% | | 实践教学总学时 数占比是否满足 最低 50%要求 | | 🗹是 🞎否 | |
| 毕业要求 | 1.学生在学校规定年限内，修满专业人才培养方案规定的学时学分，完成规定的教学活动，必修课全部及格，选修课完成最低学分。公共基础课程应修学分51.5分，应修学时844学时，专业课程应修学分100分，应修学时1941学时。  2.毕业应达到的素质、知识、能力等要求详见培养目标与规格。  3.达到《国家学生体质健康标准》及阳光健康跑相关要求。  4.取得1本及以上与本专业相关的职业技能等级（资格）证书。  5.获得1项院级及以上比赛奖状或参与1项院级及以上活动。 | | | | | | | | | |

**市场营销专业人才培养方案**

**（三年制高职）**

**一、专业名称及代码**

1.专业名称： 市场营销

2.专业代码：530605

**二、入学要求**

普通中学高中毕业生，职业中学、中专、技校毕业生或具有同等学力者。

**三、修业年限**

学制：三年

**四、职业面向与职业能力分析**

（一）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）** | **职业技能等级（资格）证书举例** |
| 财经商贸大类(53) | 工商管理类（5306） | 批发业(51)；  零售业(52) | 营销员  （4-01-02-01）  商品营业员（4-01-02-03）  市场营销专业人  员(2-06-07-02)  品牌专业人员  （2-06-07-04） | （1）目标岗位：销售专员、客服专员、活动执行策划员  (2)发展岗位：销售主管、客户服务主管、活动/营销策划经理  (3)迁移岗位：销售经理、客服经理、市场/营销总监 | 营销员、互联网营销师、连锁经营管理师 |

（二）职业能力分析

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **岗位层次** | **职业岗位名称** | **典型工作任务** | **职业主要能力** | **对应核心课程** | **对应核心赛事** | **对应职业技能等级（资格）证书** |
| 1 | 目标岗位 | 销售专员 | 客户开发与维护、销售机会挖掘、销售谈判与合同签订、销售报告与数据分析、产品知识与市场宣传、跨部门协作与沟通 | （1）具备良好的市场开拓能力，能够主动寻找和联系潜在客户。善于建立和维护客户关系，确保客户满意度和忠诚度。  （2）敏锐的市场洞察力，能够准确识别销售机会。  灵活的应变能力，能够迅速调整销售策略，把握销售机会。  （3）优秀的谈判技巧，能够在谈判中争取最有利的条件。良好的沟通能力，能够与客户、同事和上级保持有效沟通。  （4）具备一定的数据分析能力，能够准确分析销售数据。能够撰写清晰、准确的销售报告，为公司提供决策支持。  （5）深入了解公司产品和市场，能够为客户提供专业的解决方案。  具备一定的市场宣传能力，能够参与市场宣传活动，推广公司产品。（6）具备良好的团队协作精神，能够与团队成员共同完成任务。优秀的沟通能力，能够与其他部门保持密切沟通，确保销售过程的顺利进行。 | 《销售管理》、《现代推销实务》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 2 | 客服专员 | 客户咨询与解答、客户投诉处理、客户关系维护、服务记录与报告、服务流程优化、内部沟通与协作 | （1）具备良好的沟通技巧和表达能力，能够清晰、准确地传达信息。  善于倾听客户反馈，理解客户需求和诉求。   1. 具备较强的客户服务意识，能够始终以客户为中心，提供优质的服务。关注客户需求和反馈，持续改进服务质量和提升客户体验。   （3）具备较强的逻辑思维能力和判断能力，能够迅速识别问题并找到解决方案。  具备一定的抗压能力和应变能力，能够在压力下冷静处理问题。  （4）具备较强的学习能力，能够不断学习和掌握新的知识和技能。  关注行业动态和趋势，为公司提供有价值的建议和支持。   1. 具备良好的团队协作精神，能够与团队成员共同完成任务。善于与其他部门沟通协作，确保客户需求和问题得到及时解决。   （6）具备较强的情绪管理能力，能够保持积极、乐观的心态面对工作挑战。在处理客户投诉时能够保持冷静、耐心和礼貌，避免与客户产生冲突。 | 《服务营销》、《商务数据分析与应用》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 3 | 活动执行策划员 | 活动策划与方案撰写、活动筹备与执行、活动效果评估与总结、资源开发与整合、沟通协调与团队合作 | 1. 具备较强的活动策划能力，能够根据客户需求和项目特点，制定切实可行的活动方案。善于创新，能够提出新颖、独特的活动创意，提升活动吸引力。（2）具备较强的执行能力和项目管理能力，能够按照计划有效推进活动筹备和执行工作。善于解决突发问题，确保活动顺利进行。   （3）具备较强的资源整合能力，能够开发并维护活动执行所需的各项资源，确保活动所需资源的有效整合和利用。  （4）具备良好的沟通能力和协调能力，能够与客户、供应商、合作伙伴等进行有效沟通，确保活动信息畅通无阻。善于处理人际关系，能够化解矛盾，促进团队合作。  （5）具备较强的学习能力和适应能力，能够不断学习和掌握新的知识和技能，适应不断变化的市场需求。  （6）具备较强的责任心和抗压能力，能够承担工作压力，确保活动质量和效果。 | 《市场调查与分析》、《品牌策划与推广》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》 | 1.福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅  2.全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛；福建省教育厅 | 营销员；连锁经营管理师 |
| 4 | 发展岗位 | 销售主管 | 销售目标制定与监控、销售团队管理、客户关系管理、市场分析与竞争对手研究、销售活动策划与执行、销售数据分析与报告 | （1）具备制定和执行销售策略的能力，能够根据市场变化和公司目标，制定切实可行的销售计划。能够将销售策略转化为具体的行动计划和措施，确保销售目标的实现。（2）具备敏锐的市场洞察力和分析能力，能够准确把握市场趋势和竞争对手情况。在面对市场变化时，能够迅速做出决策，调整销售策略，确保销售业绩的稳定增长。  （3）掌握各种销售技巧和谈判策略，能够与客户进行有效的沟通和谈判。在谈判过程中，能够灵活应对各种情况，争取最有利的销售条件。  （4）善于收集和分析销售数据，能够从中发现销售机会和潜在问题。  能够编制清晰、准确的销售报告，为公司决策层提供数据支持。 | 《销售管理》、《现代推销实务》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 5 | 客户服务主管 | 客户服务策略制定、客户服务团队管理、客户关系维护、服务质量监控、客户投诉处理、服务数据分析 | （1）能够根据公司战略和业务需求，制定符合实际的客户服务策略。  能够将客户服务策略转化为具体的行动计划和措施，确保策略的有效执行。   1. 能够妥善处理各种复杂的客户关系问题，维护公司形象和利益。（3）善于收集和分析客户服务数据，能够通过数据分析找出服务中存在的问题和不足。根据数据分析结果，提出改进建议，并制定相应的改进措施，持续提升客户服务质量。   （4）具备良好的沟通能力和协调能力，能够与内外部客户、团队成员以及相关部门进行有效沟通。能够妥善处理各种复杂的客户关系问题，维护公司形象和利益。 | 《服务营销》、《商务数据分析与应用》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 6 | 活动/营销策划经理 | 市场调研与分析、营销策划制定、营销活动执行、预算管理与费用控制、团队管理与协作、效果评估与优化 | （1）能够根据公司战略目标和市场环境，制定符合公司发展的营销策划方案。具备敏锐的市场洞察力和判断力，能够准确把握市场趋势和竞争对手动态。  （2）能够设计出具有吸引力和影响力的营销活动。  善于组织和协调资源，确保营销活动的顺利执行。  （3）能够根据营销活动需求，合理编制营销预算，并控制费用在预算范围内。善于进行数据分析，优化费用结构，提高营销效率。  （4）善于收集和分析市场数据，为公司决策提供数据支持。能够根据数据分析结果，制定明智的决策，优化营销策略和活动方案。 | 《市场调查与分析》、《品牌策划与推广》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》 | 1.福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅  2.全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛；福建省教育厅 | 营销员；连锁经营管理师 |
| 7 | 迁移岗位 | 销售经理 | 制定销售策略、管理销售团队、客户关系管理、销售预测与报告 | （1）能够对市场趋势进行深入分析，制定符合公司战略的销售计划和目标。设定具体、可衡量的销售目标，并有效地将目标分解为可执行的任务。  （2）与市场、产品、财务等部门保持密切沟通，确保销售活动与公司整体战略保持一致。整合内外部资源，为销售团队提供必要的支持和保障。  （3）面对复杂的销售问题时，能够迅速分析问题本质，提出有效的解决方案。在关键时刻能够果断决策，为销售团队指明方向。  （4）分析销售数据，预测市场趋势和客户需求，为销售策略的制定提供依据。运用数据分析工具，评估销售活动的成效，优化销售策略。 | 《销售管理》、《现代推销实务》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 8 | 客服经理 | 客户服务策略与规划、客服团队管理、客户关系管理、投诉处理与危机应对、数据分析与报告、跨部门协作与支持、持续改进与创新 | （1）能够激励和指导客服团队，确保团队成员明确目标并高效执行。善于选拔、培训、评估和发展团队成员，构建高效、协作的团队。  （2）能够收集、整理和分析客户数据，为公司决策提供数据支持。基于数据分析结果，能够做出明智的决策，优化客户服务流程。  （3）能够运用技术工具提高客户服务效率和质量，为客户提供更好的服务体验。  （4）能够协调内外部资源，为客服团队提供必要的支持和保障。 | 《服务营销》、《商务数据分析与应用》、《商务谈判》 | 福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅 | 营销员；互联网营销师；连锁经营管理师 |
| 9 |  | 市场/营销总监 | 战略规划与目标制定、市场调研与分析、营销策略制定与执行、销售团队管理、客户关系管理、预算管理与费用控制、绩效评估与激励 | （1）能够根据公司总体战略，制定符合市场趋势的营销战略。在面对复杂的市场环境时，能够迅速做出决策并调整策略。  （2）能够深入了解市场趋势和竞争对手动态，准确分析市场需求。预测市场变化，为公司决策提供准确的市场信息。  （3）能够思考新的市场机会和营销策略，不断创新产品和服务。善于从多个角度思考问题，为公司带来新的发展机会。  （4）能够识别和评估潜在的市场风险，并制定相应的应对措施。在面对市场危机时，能够迅速反应并妥善处理问题。 | 《市场调查与分析》、《品牌策划与推广》、《商务数据分析与应用》、《数字营销》 | 1.福建省职业院校技能大赛；  高职组“市场营销”赛项；福建省教育厅  2.全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛；福建省教育厅 | 营销员；连锁经营管理师 |

**五、培养目标和培养规格**

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，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，具备市场调研、策划、销售、管理沟通、用户画像、数字营销、品牌策划、市场推广、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、市场调研、品牌传播、门店管理等工作，适应福建省经济社会发展需要的可持续发展的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1.素质要求

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识，保守服务对象的秘密。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，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；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2.知识要求

1. 通用知识：

学握必备的思想政治理论；掌握信息化知识、英语知识、公文写作知识；熟悉中华优秀传统文化知识、企业文化知识；熟悉国家安全、绿色环保、身心健康等知识；熟悉本专业或行业内职业法规基本知识、信息安全法律法规等知识。

①具备良好的职业道德和操守，了解所要从事行业的基本工作内容及相关法律法规。

②具备良好的创新精神和创业意识，了解创业基本流程，掌握基本的创新思维和创新技法。

③具备良好的自我规划意识和自我管理能力，掌握自我探索和工作世界探索的方法。

④具备良好的语言文字应用能力，了解中华优秀文化，掌握常用应用文的写作方法。

⑤掌握一定的英语基础知识，在听、说、读、写、译中能正确运用所学语法知识。

⑥掌握体育与健康必备的理论与实践的知识与技能；领会体育精神与体育文化；具备运动安全和健康养护知识。

⑦具备良好的礼仪素养，养成良好的礼仪习惯；掌握社交的基本技巧。

⑧了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。

⑨具备信息意识、计算思维、具备数字化创新与发展素养，遵守信息社会责任。

（2）专业知识：

①掌握企业营销业务活动的基本流程及应用方法；

②掌握消费者行为分析的基础理论及应用方法；

③理解管理学、经济学的基础理论及应用方法；

④掌握门店运营管理的基础理论、应用方法和技巧；

⑤掌握商务沟通谈判的原则、方法和技巧；

⑥掌握客户关系管理的基础理论及应用方法；

⑦掌握市场调查与分析的方式、方法、流程和技巧；

⑧掌握现代推销的基础理论、应用方法和技巧；

⑨掌握销售管理的内容、方法、流程和技巧；

⑩掌握品牌策划与推广的内容、流程、方法和技巧；

⑫掌握新媒体营销的模式、流程、方法和技巧；

⑬掌握数字营销的流程、方法和技巧；

⑭掌握服务营销的基础理论和方法；

⑮掌握中华商业文化的基础理论。

3.能力要求

**（1）通用能力：**

具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力:具备良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备常用办公软件、工具软件和多媒体软件的使用能力；具备独立思考、团队合作、运辑推理、信息加工的能力；具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力。

①具有正确运用思想政治教育的原理和方法解决工作和生活中实际问题的能力。

②具有运用创新思维和创新技法解决工作和生活中实际问题的能力。

③具有运用生涯理论和方法开展生涯规划与管理的能力。

④具有正确地运用应用文写作方法解决工作和生活的实际问题的能力。

⑤具有一定的听、说、读、写、译的能力，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流。

⑥在运动中发展身体素质；掌握一到两项锻炼身体的方法；具有一定的体育鉴赏能力，掌握实用的安全和生存能力；通过体育锻炼进行有效的心理调控；逐步形成适应环境与职业要求、与他人协作互助和个体可持续发展等能力。

⑦掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。

⑧具备信息素养和信息技术应用能力，掌握常用工具软件及信息化办公技术，形成支撑专业学习的信息化能力，并能在日常生活学习和工作中综合运用信息技术解决问题。

**（2）专业能力：**

①具有竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析的能力；

②具有客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标的能力；

③具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力；

④具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；

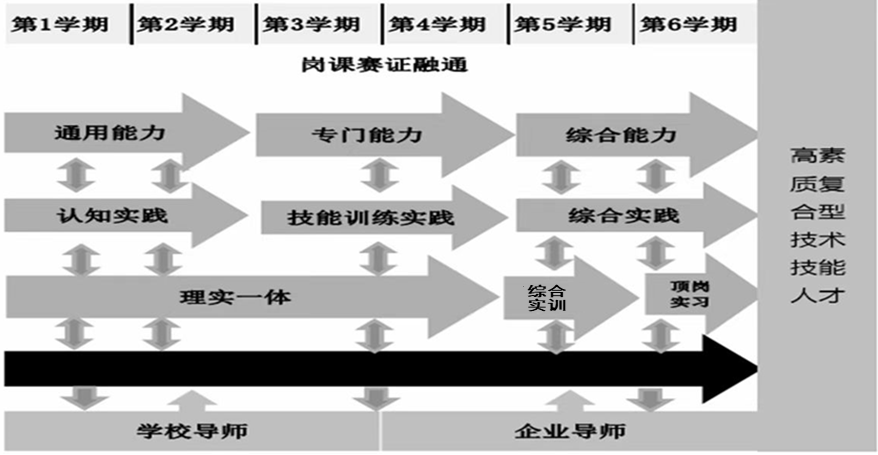
⑤具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理的能力；

⑥具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力；

⑦具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力

**六、人才培养模式**

本专业以“一条主线、二元育人、三位一体、四方协同、五维融合”的电子商务专业群的人才培养模式为导向，与中国轻工焙烤食品糖制品行业职业技能培训基地（福建复茂食品有限公司）、才子服饰股份有限公司、福州市诺飞商贸有限公司、福建省同步体育用品有限公司、福建永辉超市有限公司、三棵树涂料股份有限公司等企业进行合作，实施 “123”的人才培养模式，“一核心、二导师、三融通”即“以职业能力和创新创业能力培养”为核心，采用“双导师制”，实现“课程、岗位、证书”融通。学生用五个学期的时间在校内完成理论课程的学习，第三、四、五学期进行企业课程的渗透和综合实训，并在此基础上进行顶岗实习，实现学校培养与企业需求有效对接。为合作企业培养、输送营销专门人才，有效提高人才培养质量，大大增强就业竞争力。具体如下图所示：

****

**七、课程设置与要求**

**（一）课程体系结构**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **课程性质** | **序号** | **课程名称** |
| 公共基础课程 | 公共基础必修 | 1 | 思想道德与法治 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 |
| 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 |
| 4 | 形势与政策 |
| 5 | 大学生体育与健康 |
| 6 | 军事理论 |
| 7 | 大学生心理健康教育 |
| 8 | 职业生涯规划 |
| 9 | 就业指导 |
| 10 | 创新创业基础 |
| 11 | 应用数学 |
| 12 | 劳动教育 |
| 13 | 大学英语 |
| 14 | 大学语文1 |
| 15 | 国家安全教育 |
| 公共基础限选 | 16 | “四史”课程 |
| 17 | 信息技术 |
| 18 | 艺术与审美 |
| 19 | 中华优秀传统文化 |
| 20 | 应急救护 |
| 21 | 大学生安全教育 |
| 公共基础任选 | 22 | 人文艺术类课程 |
| 23 | 社会认识类课程 |
| 24 | 工具应用类课程 |
| 25 | 科技素质类课程 |
| 26 | 创新创业类课程 |
| 专业课程 | 专业群共享课程 | 27 | 珠宝首饰文化 |
| 28 | 珠宝营销实务 |
| 29 | 3d打印技术 |
| 专业基础必修 | 30 | 商务礼仪与沟通 |
| 31 | 经济学基础 |
| 32 | 基础会计 |
| 33 | 企业管理实务 |
| 34 | 市场营销实务 |
| 35 | 中华商业文化 |
| 36 | 新媒体营销 |
| 37 | 消费者行为分析 |
| 专业核心必修 | 38 | 数字营销 |
| 39 | 销售管理 |
| 40 | 市场调查与分析 |
| 41 | 商务数据分析与应用 |
| 42 | 商务谈判 |
| 43 | 服务营销 |
| 44 | 品牌策划与推广 |
| 45 | 现代推销实务 |
| 专业拓展限选 | 46 | 门店运营管理 |
| 47 | 客户关系管理 |
| 48 | 人力资源管理 |
| 专业拓展任选 | 49 | 现代物流管理实务 |
| 50 | 网络营销 |
| 51 | 经济法 |
| 集中实践必修 | 52 | 军事技能 |
| 53 | 认识实习（含社会实践） |
| 54 | 毕业设计 |
| 55 | 岗位实习 |
| 56 | 劳动实践 |
| 57 | 企业经营沙盘模拟实训 |
| 58 | ITMC模拟实训 |
| 59 | 创新创业模拟实训 |
| 60 | 新媒体营销实训 |
| 61 | 市场营销综合实训 |

**（二）课程内容要求**

1、公共基础课

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 思想道德与法治 | 1.知识目标：使学生形成正确的道德认知，把握社会主义法律的本质、运行和体系，增强马克思主义理论基础。  2.能力目标：加强思想道德修养，增强学法、用法的自觉性，进一步提高学生分析问题、解决问题的能力。  3.素质目标：使学生坚定理想信念，增强学生爱国情怀，陶冶高尚道德情操，树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，提高学生的思想道德素质和法治素养。 | 以社会主义核心价值观为主线，以理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，对大学生进行人生观、价值观、道德观和法治观教育。 | 案例教学法、课堂讲授法、讨论式教学法、视频观摩互动法、案例教学法 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 1.知识目标：帮助学生了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观，系统把握马克思主义中国化理论成果的形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。  2.能力目标：培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本方略的自觉性和坚定。  3.素质目标：提高学生马克思主义理论修养和思想政治素质，培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 | 马克思主义中国化理论成果，即毛泽东思想、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产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 | 讲授法、案例法、讨论法、视频展示法 |
| 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 1.知识目标：帮助学生了解习近平新时代中国特色社会主义思想，系统把握马克思主义中国化理论成果的形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。  2.能力目标：培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本方略的自觉性和坚定。  3.素质目标：提高学生马克思主义理论修养和思想政治素质，培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 | 习近平新时代中国特色社会主义思想产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 | 线上线下结合方式 |
| 4 | 形势与政策 | 本课程通过适时地进行形势政策、世界政治经济与国际关系基本知识的教育，帮助学生及时了解和正确对待国内外重大时事，引导学生牢树“四个意识”，坚定“四个信念”，增强大学生执行党和政府各项重大路线、方针和政策的自觉性和责任感。 | 本课程主要内容通过讲授全面从严治党、我国经济社会发展、港澳台工作、国际形势与政策四个方向的相关专题，帮助学生深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、精神实质、实践要求。教学要求主要是通过教师专题讲授、形势报告、讲座方式并结合实践教学进行。 | 采用课堂讲授、线上授课、线下专题讲授、形势报告、讲座方式并结合实践教学进行。 |
| 5 | 大学生体育与健康 | 体育课程是大学生以身体练习为主要手段，通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康和提高体育素养为主要目标的公共必修课程；  1.身心健康目标：增强学生体质，促进学生的身心健康和谐发展，养成积极乐观的生活态度，形成健康的生活方式，具有健康的体魄；  2.运动技能目标：熟练掌握健身运动的基本技能、基本理论知识及组织比赛、裁判方法；能有序的、科学的进行体育锻炼，并掌握处理运动损伤的方法；  3.终身体育目标：积极参与各种体育活动，基本养成自觉锻炼身体的习惯，形成终身体育的意识，能够具有一定的体育文化欣赏能力。 | 主要内容有体育与健康基本理论知识、大学体育、运动竞赛、体育锻炼和体质评价等。  1、高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核；  2、体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等；  3、学生体质健康标准测评。  充分反映和体现教育部、国家体育总局制定的《学生体质健康标准（试行方案）》的内容和要求。 | 讲授、项目教学、分层教学，专项考核。 |
| 6 | 军事理论 | 军事理论课程以国防教育为主线，通过军事课教学，使大学生掌握基本军事理论知识，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。 | 中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备、共同条令教育与训练、轻武器射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等。  教学要求：增强国防观念，强化学生关心国防，热爱国防，自觉参加和支持国防建设观念；明确我军的性质、任务和军队建设的指导思想，树立科学的战争观和方法论；牢固树立“科学技术是第一生产力”的观点，激发学生开展技术创新的热情；树立为国防建设服务的思想；养成坚定地爱国主义精神。 | 可采用课堂授课、网络平台、系列讲座形式开设、社会实践等方式 |
| 7 | 大学生心理健康教育 | 使大学生能够关注自我及他人的心理健康，树立起维护心理健康的意识，学会和掌握心理调节的方法，解决成长过程中遇到的各种问题，有效预防大学生心理疾病和心理危机的发生，提升大学生的心理素质，促进大学生的全面发展和健康成长。 | 主要内容为大学生自我认知、人际交往、挫折应对、情绪调控、个性完善，学会学习，恋爱认知和职业规划等。针对学生的认知规律和心理特点，采用课堂讲授＋情景模拟+新概念作业+心理影片+心理测试+团体活动等多样化的教学方式，有针对性地讲授心理健康知识，开展辅导或咨询活动，突出实践与体验。 | 采用课堂讲授＋情景模拟+新概念作业+心理影片+心理测试+团体活动等多样化的教学方式。 |
| 8 | 职业生涯规划 | 通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，促使学生能理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。 | 着力于职业生涯规划基础知识、基本理论、自我探索、职业与工作世界探索、生涯与职业决策、大学生职业规划的制定与实施等内容，基本涵盖了大学生职业生涯规划过程中所需要的各种知识和技巧。 | 采用课堂讲授、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论等方法。 |
| 9 | 就业指导 | 引导学生掌握职业生涯发展的基本理论和方法，促使大学生理性规划自身发展，在学习过程中自觉提高就业能力和生涯管理能力，有效促进大学生求职择业与自主创业。 | 本课程以莆田高职院校学生为对象，结合莆田实际,突出高职特点，同时涵盖了教育部规定的大学生职业生涯规划、就业指导、创业指导教育教学大纲的基本内容，就大学生进入大学以后的认识自己、认识职业环境、职业生涯规划、简历制作、礼仪、面试、入职前的准备、创业等进行了详尽的阐述。 | 采用课堂讲授、典型案例分析、情景模拟训练、小组讨论、见习参观等方法。 |
| 10 | 创新创业基础 | 以培养学生的创新思维和方法培养核心、以创新实践过程为载体，激发学生创新意识、培养学生创新思维和方法、了解创新实践流程、养成创新习惯，进而全面提升大学生创新六大素养为主要课程目标，为大学生创业提供全面指导，帮助大学生培养创业意识和创新创业能力。为有志于创业的大学生提供平台支持，让大学生在最短的时间内最大限度地延展人生的宽度和广度。 | 本课程遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合，经验传授与创业实践相结合，紧密结合现阶段社会发展形势和当代大学创业的现状，结合大学生创业的真实案例，为大学生的创业提供全面的指导和大学生的创业进行全面的定位和分析，以提高大学生的创业能力。 | 采用头脑风暴、小组讨论、角色体验等教学方式，利用翻转课堂模式，线上线下学习相结合。 |
| 11 | 应用数学 | 使学生能运用数学中的微积分学、微分方程、概率论与数理统计、线性规划等相关的基本思想方法解决实际学习和工作出现的问题，培养学生的职业技能。提供学生特有的运算符号和逻辑系统，使学生具有数学领域的语言系统；提供学生认识事物数量、数形关系及转换的方法和思维的策略，使学生具有数学的头脑。引导学生思考，提升思维品质，提高学生的认知能力、想象能力、判断能力、创新创造能力等，为未来可持续发展夯实基础。 | 本课程主要包括微积分、线性代数、线性规划、概率统计等几方面的内容，以专业及岗位需求确定教学内容，选择内容组合模块，制定并动态调整贴合实际的差异化课程教学方案。在教学中，以知识教学为载体，突出数学思想和方法，着力提高学生数学素质和思维能力。选取每章知识点所涉及的典型数学思想与方法加以叙述，例举该思想或方法在实际问题中的典型案例，使学生深入体会常用数学思想方法，提高思维能力和数学素养。 | 在课堂教学过程中，采用多媒体课件与板书相结合的教学手段既有利于提高课堂教学效率。运用网络教学平台有效地辅助教学，要求教师建立班课，通过超星平台，实现课前推送学习资源，让学生提前学习相关内容，课上展开头脑风暴、讨论、问卷调查等课堂活动，课后布置作业及小测。最后，期末导出后台数据作为学生过程性考核的依据。 |
| 12 | 劳动教育 | 注重围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动法规、劳动安全、创新创业，结合专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观。 | 开展劳动教育，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动安全及法规等专题教育。明确教学目标、活动设计、工具使用、考核评价等劳动教育要求。 | 采用分散与集中方式，线上学习与线下讲座、实践等方式，组织学生走向社会、以校内外劳动锻炼为主。组织开展劳动技能和劳动成果展示、劳动竞赛等活动。学生参加家务活动和掌握生活技能方式。支持学生深入劳动教育基地、城乡社区、福利院和公共场所等参加志愿者服务，开展公益劳动，参与社区治理。 |
| 13 | 大学英语 | 本课程是全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够达到课程标准所设定的职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升、自主学习完善四项学科核心素养的发展目标。 | 以职业需求为主线开发和构建教学内容体系，以英语学科核心素养为核心，培养英语综合应用能力，巩固语言知识和提高语言技能；通过开设行业英语激发学生的学习兴趣与动力，提高就业竞争力，为将来走上工作岗位准备必要的职场英语交际能力，即可以用英语完成常规职场环境下基本的涉外沟通任务，用英语处理与未来职业相关的业务能力，并为今后进一步学习和工作过程中所需要的英语打好基础。 | 根据不同专业的特点，以学生的职业需求和发展为依据，融合课程思政元素，制定不同培养规格的教学要求，坚持工作环境和教学情境相结合、工作流程和教学内容相结合的教学模式，采用理论教学（教室）﹢实践教学（实际情景）的教学方式。在教学方法和手段上通过任务驱动、项目驱动和交际法等围绕学生组织教学、开展线上线下混合式教学活动。 |
| 14 | 大学语文1 | 通过文学体会语文魅力的同时，将文学中固有的智慧、感性、经验、审美意识、生命理想等等发掘和展示出来，立德树人，传扬中华优秀传统文化。同时进一步提高大学生阅读分析能力和写作表达能力，培养学生的人文精神和职业素养。 | 本课程精选经典古诗文30篇左右，作品以经典名著为主，兼顾各类体裁，从作家的人生经历、作品的背景、作品的思想内容及艺术特色等诸多方面作深入细致地剖析，以点带面，使学生了解和掌握各历史阶段的文学的全貌，提高学生思考、欣赏和分析作品的能力，密切联系当今社会生活实际尤其是大学生生活实际，开展丰富多彩的校园活动，将课堂学习情况与课外学习效果结合起来对学生进行综合评价。 | 采用小组讨论、角色体验等教学方式，利用翻转课堂模式，线上线下学习相结合。 |
| 15 | 国家安全教育 | 通过国家安全教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。 | 主要教学内容：  1、国家安全（16学时）：国家安全的内涵、原则、总体安全观、重点领域；  总论包括：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。重点领域主要包括：政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。国家安全各重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。  2、国家安全形势：我国地缘环境基本概况、地缘安全、新形势下的国家安全、新兴领域的国家安全；  3、国际战略形势：国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向.  教学目标：重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。深刻认识当前我国面临的安全形势。了解世界主要国家军事力量及战略动向，增强学生忧患意识。 | 课堂讲授、案例分析、网络视频、小组讨论。 |
| 16 | “四史”课程 | 教育引导学生深刻把握党的历史发展主题和主线、主流和本质，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”，不断从中深入领会学习马克思主义理论的重要意义，感悟马克思主义的真理力量，持续激发学生爱党爱国爱社会主义的巨大热情，增强道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，做到不忘历史、不忘初心，知史爱党、知史爱国。 | 包含党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，涵盖我们党领导人民进行艰苦卓绝的斗争历程和社会主义发展的几百年历程。 | 线上课程，主要采取案例分析、情景模拟、课后成果检验等方法。 |
| 17 | 信息技术 | 本课程通过丰富的教学内容和多样化的教学形式，帮助学生认识信息技术对人类生产、生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵循信息社会规范；使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题；使学生拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为学生职业能力的持续发展奠定基础。 | 本课程由基础模块和拓展模块两部分构成。基础模块是必修或限定选修内容，是提升学生信息素养的基础，主要内容包含文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、新一代信息 技术概述、信息素养与社会责任六部分内容。  拓展模块是选修内容，各系结合区域产业需求和地方资源、不同专业需要和学生实际情况，自主确定拓展模块教学内容。深化学生对信息技术的理解，拓展其职业能力的基础，主要包含信息安全、项目管理、机器人流程自动化、程序设计基础、大数据、人工智能、云计算、现代通信技术、物联网、数字媒体、虚拟 现实、区块链等内容。 | 基础模块采用理论教学（教室）﹢实践教学（实际情景）的教学方式，采用项目案例+上机实操训练相结合；在教学方法和手段上通过任务驱动、项目驱动和交际法等围绕学生组织教学、开展线上线下混合式教学活动。  拓展模块采用线上授课方式。 |
| 18 | 艺术与审美 | 能力目标：  1.能在艺术欣赏实践中，保持正确的审美态度。  2.能用各类艺术的欣赏方法去欣赏各类艺术作品。  3.能发展个人形象思维，培养自主创新精神和实践能力，提高感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。  素质目标：  1.通过鉴赏中外优秀艺术作品，挖掘艺术作品内涵，领略不同艺术门类独特的艺术魅力等。2.保持积极进取、乐观向上的生活态度，具备脚踏实地、善于学习的品格。3.发扬团队合作精神，养成善于与人交流和合作的作风。 | 通过明确不同门类艺术的语言要素与特点，所具有的审美特征，积累中外经典艺术名作素材，了解最新艺术创作成果，完善个人知识结构体系。通过鉴赏中外优秀艺术作品，挖掘艺术作品内涵，领略不同艺术门类独特的艺术魅力等，树立正确的审美观念，培养高雅的审美品位，尊重多元文化，提高人文素养。 | 线上线下结合方式 |
| 19 | 中华优秀传统文化 | 知识目标：要求学生比较系统地熟悉中优秀传统文化；正确分析传统文化与现代化文明的渊源；懂得中国传统文化发展的大势，领悟中国文化主体精神。  能力目标：要求学生能够具备从文化角度分析问题和批判继承中国传统文化的能力；学生能够具备全人类文化的眼光来看待各种文化现象的能力。  素质目标：使学生能正确认识与消化吸收中国传统文化中的优良传统，增强学生的民族自信心、自尊心、自豪感，培养高尚的爱国主义情操。 | 学习传统文化中的哲学思想、中国文化中的教育制度、伦理道德思想、中国传统文化的民俗特色、传统文学、传统艺术、古代科技、医药养生、建筑、体育文化的发展与影响；了解莆田妈祖文化的简介和精神。 | 线上线下结合方式 |
| 20 | 应急救护 | 知识目标：要求学生比较系统地熟悉救护新概念和生命链，掌握现场急救的程序和原则；熟悉肺、心、脑的关系以及现场徒手心肺复苏CPR意义、操作方法；掌握终止CPR的时间、四个主要环节，掌握急性气道梗阻的急救方法。  能力目标：要求学生能够通过实践训练，具备一定现场徒手心肺复苏CPR操作能力。  素质目标：使学生能在实践活动中培养珍爱生命、关爱他人、服务社会的意识，从而提升学生的社会责任感。 | 本课程以应急救护基本技能为探究对象，以救护理论知识、心肺复苏等项目为重点教学内容，通过教师教授、实物自主探究等方式，了解相关常识以及掌握救护技能，在实践活动中培养珍爱生命、关爱他人、服务社会的意识，从而提升学生的社会责任感。 | 采用线上线下结合以及现场实践教学、小组讨论、角色体验等教学方式。 |
| 21 | 大学生安全教育 | 1.知识目标：使学生掌握国家安全观念、法律法规、防范电信网络诈骗、禁毒、网络安全、应急处理等基本安全知识。  2.能力目标：培养学生具备火灾逃生、地震自救、溺水急救、交通安全、反诈识骗等实践操作能力。  3.素质目标：提升学生遵纪守法意识，增强心理素质，培养面对压力、挫折的自我调适能力，形成良好的安全行为习惯。 | 本课程理论课根据打击治理防范电信网络诈骗形势政策变化实时更新教学内容，讲授高发电信诈骗犯罪活动的套路和手段，强化学生对《反电信网络诈骗法》的掌握，使学生掌握反诈识骗技巧。实践课以讲座、网课、演练等方式开展，包括国家安全观念、法律法规、反诈、网络安全、应急处理等方面知识，注重培养学生的危机应对能力和自我保护技能。旨在提高学生的安全素养，增强法治意识，确保在面临安全风险时能够做出正确判断和有效应对。 | 可采用课堂授课、网络平台、系列讲座形式开设、社会实践等方式。 |

1. 专业课程

（1）专业群平台课程

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** | **开设专业** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 珠宝首饰文化 | 了解中国中国传统文化、珠宝玉石文化、鉴赏方法。 | 主要内容：珠宝玉石美学鉴赏；玉器形制与玉德蕴涵机理；珠宝玉石的文化艺术积淀；中国的图腾和吉祥艺术；首饰的起源、历史演化及中国首饰的民族特色；生辰石与中国生肖文化。 | 案例教学法，任务驱动法 | 市场营销、数控技术、宝玉石鉴定与加工 |
| **2** | 珠宝营销实务 | 知识目标：了解珠宝玉石首饰营销的基本原理；掌握珠宝玉石首饰营销的步骤、方法和技巧；  能力目标：能准确合理运用相关珠宝玉石首饰营销的知识，服务于珠宝玉石销售企业的营销活动。  素质目标：培养正确的营销理念，具有社会市场营销观、良好的营销道德和企业社会责任感。 | 主要教学内容包括珠宝营销认知；珠宝玉石市场分析；珠宝产品的市场定位战略珠宝玉石产品与品牌策略；珠宝玉石首饰价格策略；珠宝玉石首饰促销策略；珠宝首饰门店销售；珠宝特色营销。 | 讲授法、案例教学法、情景模拟法、角色扮演法、小组讨论法、线上线下混合式教学法 | 市场营销、数控技术、宝玉石鉴定与加工 |
| **3** | 3d打印技术 | 了解3D打印技术的现状，开阔学生的视野，丰富学生的生活，发展学生的创意思维，激发学生学习技术的兴趣与热情。形成初步的3D制造技术概念以和了解3D建模的方法，以及对技术作品的鉴赏能力。  学习3D建模技能，提高学生的动手能力；实现能力的迁移与拓展。同时培养学生的社会责任感；提高学生的技术素养。 | 3D打印是一种典型的快速成型技术，它以计算机三维设计模型为蓝本，通过软件分层离散和数控形成系统，利用激光束、热熔喷嘴等方式将金属粉末、陶瓷粉末、塑料、细胞组织等特殊材料进行逐层堆积黏结，最终叠加成形，制造成实体产品。 | 授课方式采用工作页的方式进行，突出学生主导地位的方式进行。 | 市场营销、数控技术、宝玉石鉴定与加工 |

（2）专业基础课程

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** | **开设专业** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 商务礼仪与沟通 | 知识目标：了解在商务礼仪与沟通的基本理论知识；熟悉形象礼仪、宴请礼仪、商务交往礼仪的规范；掌握商务沟通的基本技巧与方法。  能力目标：能够准确地表达自己的观点和见解，能结合实际情境用恰当的语言说服公众；具有较强的为人处世能力、口头表达能力，能够进行良好的人际沟通。  素质目标：培养乐观积极自信的自我认知习惯，养成学生良好的为人处世习惯；树立文明礼貌、诚信待人、塑造形象、友好沟通、开拓创新的意识。 | 主要教学内容包括：商务礼仪与沟通的基本理论知识、商务形象礼仪规范、商务接待和拜访的礼仪礼节、会务礼仪、中西餐宴请礼仪、语言沟通和非语言沟通技巧、倾听和演讲的技巧、网络商务沟通技巧。  要求学生知礼懂礼会用礼，具备良好的口头表达和书面写作能力。 | 讲授法、小组讨论法、案例教学法、角色扮演法、线上线下混合式教学法。 | 大数据与会计、现代物流管理、市场营销、电子商务、跨境电子商务 |
| 2 | 经济学基础 | 知识目标：全面认识经济学的基本问题和基本观点，掌握经济学的基本概念、基本思想、基本分析方法和基本理论，全面了解经济运行，建立经济学的基本思维框架。  能力目标：结合现实问题进行思考和展开讨论，掌握经济学研究方法的应用，具备分析和解决实际经济问题的能力。  素质目标：树立经世济民的责任感，养成对经济问题的敏感性，具备辩证经济思维和数理逻辑思维能力，为进一步学习其他财经类课程及将来从事经济工作奠定基础。 | 主要教学内容包括经济学认知、价格与弹性、消费者行为分析、生产者行为分析、成本与收益、市场结构分析、生产结果分配、市场失灵与政府干预、国民收入核算方法、 国民收入决定、失业与通货膨胀、经济增长和经济周期、宏观经济政策  要求学生树立正确的消费观、财富观、发展观、就业观；渗透民本思想，树立四个自信。 | 理实一体化、项目化教学，主要采用课堂讲授、典型案例分析等具体教学方式 | 大数据与会计、现代物流管理、市场营销、电子商务、跨境电子商务 |
| 3 | 基础会计 | 知识目标：了解会计的基本理论，掌握会计分录的编制，掌握会计凭证填制与审核、账簿设置与登记、财产清查方法及其结果的会计处理等，初步认识资产负债表和利润表。  能力目标：能审核原始凭证、填制记账凭证， 能设置账簿并熟练登记账簿，能模拟财产清查方法并能够对其结果进行会计处理，能编制资产负债表和利润表。  素质目标：具有团队精神和协作精神，具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。 | 主要教学内容包括会计的对象、职能、本质、方法，会计要素及会计平衡式，账户和复式记账，会计凭证，会计账簿，主要经济业务的核算，财产清查，会计核算程序以及财务报告。  要求学生掌握基础会计的基本原理、基本方法，能应用借贷记账法核算企业简单经济业务，知道资产负债表和利润表的作用和结构内容，达到会计从业人员的相关要求，养成诚实守信、严谨细致、认真求实的工作作风，养成独立分析和解决会计实际问题的能力。 | 讲授法、案例教学法、情景模拟法、角色扮演法、小组讨论法、线上线下混合式教学法 | 大数据与会计、现代物流管理、市场营销、电子商务、跨境电子商务 |
| 4 | 企业管理实务 | 知识目标: 理解并掌握管理的基本原理与方法，掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及科学有效实现的方法。  能力目标: 能够运用所学管理知识进行具体的管理案例分析；强化实践动手能力，使学生具有胜任企业基层管理岗位的基本技能与必备知识。  素质目标: 理解管理者的职业道德，具备现代管理意识和管理素养；掌握管理者的职业规范，具有良好的团队合作精神和对企业组织负责的情感；开拓创新意识和创业精神。 | 主要教学内容包括管理认知、预测与决策、计划与组织、领导与激励、沟通与控制、管理创新  要求从国学中学东方管理智慧；从党史中学组织管理经验；从实践中学习自我管理工具。 | 采用案例教学，实际项目任务分解的方式开展，以项目为主线、教师为引导、学生为主体，注重理论与实践相结合 | 大数据与会计、现代物流管理、市场营销、电子商务、跨境电子商务 |
| 5 | 市场营销实务 | 知识目标：掌握市场营销的主要内涵、营销理念、营销核心概念 、营销环境分析、消费者行为分析、市场营销战略、市场营销策略。  能力目标：能熟练应用现代营销理念；能进行宏微观环境分析；能制定 STP 目标市场营销战略；能运用一定的营销组合策略知识设计市场推广计划；具有一定创新创业能力  素质目标：爱国守法；爱岗敬业；团结协作；诚实守信；公平公正 | 主要教学内容包括市场营销的理论知识，包含市场营销认知、营销环境分析、市场调研、目标市场选择与市场定位、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等。  要求学生掌握营销基本理论知识，懂营销、会营销。 | 讲授法、案例教学法、 情景模拟法、角色扮 演法、小组讨论法、 线上线下混合式教学 法 | 市场营销 |
| 6 | 中华商业文化 | 知识目标： 掌握中华商业文化的知识体系，理解、认同和传承优秀的中华商业文化。  能力目标： 能完成对自我形象的塑造，懂得商务基本礼仪和规则，能应对基本的商务活动。  素质目标：培养学习对传统商业文化的理解和热爱，对职业行为和职业态度的认知和认同，提升文化品位和审美情操，提高职业素养与文化修养。 | 主要教学内容包括：商史、商路、商帮、商号、商人、商法、商言、商仪、商礼、商道十部分内容。  要求学生了解中华商业文化，具备从商的职业素养和文化修养。 | 讲授法、情景模拟法、案例教学法、角色扮演法、小组讨论法 | 市场营销 |
| 7 | 新媒体营销 | 知识目标：了解新媒体营销的概念；掌握新媒体营销的技能；掌握新媒体各大平台的营销策略。  能力目标：能够独立进行新媒体营销策划及效果评估工作；能够针对遇到的问题做出一定的应对措施；具备分析问题和解决问题的能力；有效的开展新媒体营销相关活动。  素质目标：具备良好的沟通、协调能力和团队协作意识；具有较强的创新的意识，思维活跃；树立终生学习观念，并具备自主学习的能力。 | 主要教学内容包括新媒体营销认知、新媒体营销概述、微博微信营销、视频营销、新媒体文案创作、社群营销。  要求学生能够独立进行新媒体营销策划及效果评估工作，对于新媒体平台有一定的了解。 | 案例教学法，项目化教学法、讨论教学法 | 市场营销 |
| 8 | 消费者行为分析 | 知识目标： 掌握消费者心理和行为的基本规律；掌握不同消费群体的心理和行为；掌握影响消费者心理和行为的因素；掌握影响消费者心理和行为的方法。  能力目标： 能辨识影响消费者心理和行为的因素；能对消费者心理和行为做出预测；能通过营销工具进行消费者心理和行为分析并制定相应的营销策略。  素质目标： 爱岗敬业、遵纪守法，理论联系实际、实事求是，具备健全的体魄和良好的心理素质，正确对待挫折，能对自身的心理状态进行调适。 | 主要教学内容包括消费者心理与行为分析概述 、消费者心理活动过程、影响消费者心理与行为的因素 、消费者购买行为分析 、消费者行为与产品策略 、消费者行为与价格策略、消费者行为与渠道策略、消费者行为与促销策略。  要求学生能够运用营销工具进行消费者心理和行为分析，并在此基础上为企业决策提供建议。 | 案例分析法、启发引导法、分组讨论法、调研策划实战法、线上线下混合式教学法等。 | 市场营销 |

（3）专业核心课程

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 数字营销 | 知识目标：理解并掌握新媒体平台运营、内容运营、活动运营、用户运营；理解并掌握数据分析等工作的技术技能要求。  能力目标：能够立足新媒体技术视角进行新媒体平台运营；能够进行内容运营、活动运营、用户运营、数据分析。  素质目标：具备自主学习能力、自我管理能力。具备岗位职业意识。 | 主要教学内容包括新媒体技术应用概述、新媒体平台运营、新媒体内容运营、新媒体活动运营、新媒体用户运营、新媒体数据分析技术应用。  要求学生能够立足新媒体技术视角，能够进行新媒体平台运营。 | 项目化教学法、讨论教学法、案例分析法 |
| 2 | 销售管理 | 知识目标：了解销售职业、认识销售岗位，掌握销售规划与设计、销售组织建设、销售区域管理、销售分析、销售人员管理、客户管理等方面的知识。  能力目标：培养学生具备销售指标制定、销售组织架构设定、销售领导能力、销售绩效考评设定及销售控制等能力。  素质目标：培养诚实守信的品德、坚韧不拔的毅力、积极乐观的态度，让学生学会在团队中相互尊重、互相关心、互相帮助，为发展职业能力奠定良好的基础。 | 主要教学内容包括：销售岗位认知、销售组织设计、销售区域管理、销售分析、销售人员管理、客户管理等。  要求学生掌握销售管理的框架和方法，能够运用理论方法指导实际工作。 | 讲授法、案例教学法、情景模拟法、角色扮演法、小组讨论法。 |
| 3 | 市场调查与分析 | 知识目标：基本能够根据调查目的和客观实际情况,设计调查方案。能将一项调查所得到的数据进行初步的整理与显示。能够根据市场调研数据分析结果撰写市场调研报告与制作口头汇报 PPT。  能力目标：  培养查阅资料、独立学习、分析问题与解决问题的能力。养成善于观测、勤于思考的学习能力。  素质目标：具备自主学习能力、自我管理能力。具有市场开拓意识、竞争意识和创新思维能力。 | 主要教学内容包括市场调查认知、市场调查方案设计、市场调查方法选择、抽样方案设计、调查问卷设计、调查资料的整理与分析、调查报告撰写  要求学生能够根据需求进行市场调查、运用合适的调查方法进行信息获取，完成市场分析。 | 采用课堂讲授、典型案例分析、小组讨论、社会调查等方法。 |
| 4 | 商务数据分析与应用 | 知识目标：了解数据处理的相关知识，学会数据的录入、编辑与美化，以及数据的分类汇总和简单计算，最后懂得进行函数的应用及数据透视图表的分析。  能力目标：能运用所学知识，完成对生产经营数据资料的搜集、整理和分析工作，提高学生对社会经济问题的数量分析能力。  素质目标：树立学生数据管理的意识和良好的职业道德以及严谨的工作态度，有自我学习、诚实敬业、成本控制的意识。 | 主要教学内容包括：数据的录入、编辑与美化、数据的分类汇总和简单计算、函数及数据透视图表的应用。  要求学生具备敏锐的定量思维能力意识，培养分析问题的能力和实际操作的能力。 | 讲授法、案例教学法、情景模拟法、小组讨论法、线上线下混合式教学法。 |
| 5 | 商务谈判 | 知识目标： 掌握商务谈判的内涵、类型；熟悉商务谈判的程序和原则；熟悉谈判准备的内容；掌握商务谈判开局的方法和策略；掌握商务谈判的策略和技巧；掌握合同签订的程序和注意事项。  能力目标： 能做好谈判的准备工作；能设计谈判的开局；能灵活运用谈判策略高效达成谈判目标；能促成谈判的成功。  素质目标：树立正确的谈判观，文明诚信、沉着冷静，尊重谈判对手，具备法治思维、底线思维和辩证思维，具备契约精神和工匠精神。 | 主要教学内容：商务谈判认知、商务谈判准备、制定谈判开局、商务谈判磋商  、商务谈判成交及签约。  要求学生能够按照商务谈判流程高效完成谈判工作，成为一个合格乃至优秀的谈判人员。 | 案例分析法、启发引导法、头脑风暴法、角色扮演法、情景模拟法、线上线下混合式教学法等 |
| 6 | 服务营销 | 知识目标：了解服务市场的体系、结构和规律；熟悉掌握服务营销的基本理论和基本方法工具；掌握服务全流程管理；理解服务营销策略和服务质量管理等基本知识。  能力目标：能够认识服务规律；能分析和解决实际服务问题；能运用服务产品设计、服务定价机制、服务流程规划、服务质量管理、有形展示与服务场景设计的基本方法与工具。  素质目标：服务营销思维、服务意识和整合营销传播的沟通能力。 | 主要教学内容包括服务营销概述、服务消费行为、服务产品、服务定价、 服务分销、服务沟通与促销、 服务人员、服务有形展示、服务过程管理  要求学生具有为国家和人民全心全意服务的意识和理念。注重研究中国服务企业和服务管理的本土特性，探索中国式服务营销理论与实践方法。 | 讲授法、案例分析法、小组讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法等 |
| 7 | 品牌策划与推广 | 知识目标：掌握确定品牌策划目标的依据和方法。掌握营销创意的技法和自我训练方法。理解品牌营销策划内容及推广方案。  能力目标：能够运用恰当的方法依据环境分析结果确定营销策划目标。能够运用恰当的创意技法进行品牌推广活动创意。能够撰写品牌策划方案。  素质目标：能了解、掌控自我，调整、保持良好的心理状态；养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；具有善于沟通和与同行共事的团队意识。 | 主要教学内容包括品牌策划认知市场定位策划、市场定位策划的流程和方法、产品与品牌策划、产品策划概述、产品策划  过程、新产品开发策划、包装策划、品牌策划、渠道策划、渠道网络建设策划、渠道网络管理策划、促销策划、营业推广策  划、广告策划、公共关系策划。  要求学生能够对品牌策划内容有一定的了解并能进行恰当的推广。 | 教学内容采用项目化教学法、案例分析法、情境模拟法、小组讨论法，扩散思维、创造性思维 |
| 8 | 现代推销实务 | 知识目标：熟悉推销准备的内容；掌握寻找、接近顾客的方法与技巧；掌握推销洽谈的步骤和方法；掌握客户异议处理的原则、对策、方法和技巧；掌握成交的方法和技巧。  能力目标：能熟练运用各种销售工具；能有效寻找、接近顾客；能高效进行推销洽谈；能有效化解客户异议；能识别成交信号，促成交易。  素质目标：阳光自信、诚实守信，具备法治思维、底线思维和辩证思维，吃苦耐劳，精益求精。 | 主要教学内容包括从销售准备、接近顾客  、销售洽谈 、客户异议处理 、销售成交。  要求学生能够按照推销工作流程做好相关产品和服务的销售工作，成为一个合格乃至优秀的销售人员。 | 案例分析法、启发引导法、小组讨论法、角色扮演法、情景模拟法、线上线下混合式教学法等 |

（4）专业拓展课程

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 门店运营管理 | 知识目标:掌握门店运营的基本内容、组织结构与人员配置、店长作业化管理、卖场规划；掌握营业现场的服务管理、商品管理、防损与安全管理、顾客服务和促销等基本知识。  能力目标:能够进行门店标准化营运作业；能进行门店经营定位，制定工作计划和解决问题；能进行商品结构调整，有效进行卖场布局和陈列、人员管理，实施促销计划。  素质目标:培养服务意识、安全责任意识、团队协作意识、质量意识、效率意识、创新意识、善于沟通。 | 主要教学内容包括：门店营运与管理认知、人员管理、门店布局与商品陈列、商品控制管理、客服管理、促销管理、安全管理、门店绩效分析  要求学生了解连锁门店在社会经济活动中的重要地位，培养学生的从业自豪感。 | 课堂讲授、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演等方法。 |
| 2 | 客户关系管理 | 知识目标：了解客户关系管理的内涵、理论和发展背景；掌握客户关系管理的核心理念以及客户关系管理（CRM）技术的系统实施方法。  能力目标：能够运用客户关系管理的基本原理分析和解释典型企业客户关系管理的实践，提高分析与解决实际问题的能力。  素质目标：培养爱岗敬业的优秀职业素质；培养客户导向、客户关系管理的意识、能力和技巧。 | 主要教学内容包括客户关系管理认知、 客户资源识别与开发、客户维持管理、客户流失管理、客户关系管理应用。  要求课程思政结合社会主义核心价值观和中国优秀传统文化；运用企业客户关系管理的成功事迹，使学生培养爱岗敬业、诚信待人的良好从业素质和职业道德。 | 项目化教学法、讲授法、案例法、分享讨论法 |
| 3 | 人力资源管理 | 知识目标：掌握人力资源工作分析的内容与程序、分析方法；了解员工招聘和录用的程序与方法；掌握员工薪酬与福利管理的、员工劳动关系管理的相关内容等。  能力目标:熟悉人力资源管理工作的内容；能够编制人员需求计划表、招聘广告、应聘申请表、培训需求调查表、员工工资单等；能够设计员工激励与绩效方案，员工福利方案等;能够进行员工劳动合同订立，续订、变更、解除、终止等手续。  素质目标：具有团队精神和协作精神。 | 主要教学内容：人力资源规划，岗位分析，员工招聘与录用，员工的培训与开发，绩效与激励，薪酬与福利管理，劳动关系管理。  要求学生掌握资源管理认知，编制岗位说明书，编制招聘计划表、模拟面试，设计培训需求调查、培训计划制定，制定绩效考核方案，编制工资表、员工福利方案制定，劳动纠纷处理。 | 翻转课堂法、  头脑风暴法、  案例分析法、  小组讨论法、  线上线下混合式  教学法 |
| 4 | 现代物流管理实务 | 知识目标：掌握运输、仓储、配送、装卸搬运、包装、流通加工功能，第三方物流、国际物流、物流信息系统、物流信息技术、供应链管理，物流成本。  能力目标：优化作业方案，合理选择供应商，编制生产物流计划，能正确选择第三方物流服务供应商，能初步设计产品供应链，核算物流成本，分析、控制物流成本。  素质目标：具有团队合作和与人交流沟通的素质，爱岗敬业的精神和自我完善的品质，科学探索的精神和创新意识，严谨的工作态度 | 主要教学内容为物流发展与物流职场分析、物流功能管理、企业物流管理、第三方物流管理、国际物流管理 、物流信息管理、供应链管理、物流成本管理。  要求学生优化作业方案，合理选择供应商，编制生产物流计划，能正确选择第三方物流服务供应商，能初步设计产品供应链，核算物流成本，分析、控制物流成本。 | 理实一体化的项目  法教学，讲授法等 |
| 5 | 网络营销 | 知识目标：了解网络营销的基本概念；了解网络营销的技术基础和网络营销在企业中的各种应用；掌握网络的基本策略；掌握对网络营销的分析、策划。  能力目标：能利用各种通讯工具为客户提供相关服务；能通过网络发布供求信息宣传产品；能进行网站推广，搜索引擎优化；能应用网络软件进行广告、策划、咨询和投资，甚至进行网上创业。  素质目标：初步辩证思维，自我信息保护，团队协作，创新意识。 | 主要教学内容包括网络营销概述，网络营销市场分析，网络营销市场调研，网络营销策略，网络营销工具，网络营销的管理与控制。  要求学生掌握网络营销认知，网络营销环境分析、网络营销市场分析，网络商务信息收集，网络营销产品策略和品牌策略，网络营销价格策略，网络营销广告策略，网络营销渠道策略，电子聘件、电子杂志和RSS营销博客营销和微博营销，搜索引擎营销，网络营销危机处理。 | 多媒体教学法、讲授法、分享讨论法、头脑风暴法 |
| 6 | 经济法 | 知识目标:掌握经济组织法、经济行为法、经济保护法、宏观调控法和涉外经济法、经济仲裁与经济司法的基本知识。  能力目标:运用各种资源、发现经济法律问题的能力；运用所学经济法学知识，分析较复杂的法律关系；能够订立规范的劳动合同；能够识别经济活动中的常见违法行为，并采取有效措施保护合法权益。  素质目标：具备法律素养，充分认识守法的重要性，增强法律意识，树立利用法律维护自己合法权益的法律意识。 | 主要教学内容包括经济法概述，企业法，公司法，企业破产法，竞争法，产品质量法，金融法，合同法，工业产权法。  要求学生掌握认识经济法的重要意义，经济法律关系的认知，经济法律责任的认知，个人独资企业的设立，合伙企业的设立，合伙企业的管理，有限责任公司的设立，股份有限公司的设立，合同的订立，商标的注册，专利的申请。 | 多媒体教学法、讲授法、分享讨论法、头脑风暴法 |

（4）集中实践教学课程

| **序号** | **课程名称** | **课程目标** | **主要教学内容与要求** | **教学方法与手段** | **实训地点** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 军事技能 | 知识目标：了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握单个军人队列动作的基本要领。  能力目标：掌握内务制度与生活制度，列队动作基本要领。  素质目标：学生养成良好的军人作风；增强组织纪律观念，培养令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。 | 提高学生的道德素质和国防意识；掌握宪法、法律基础知识，形成具有正确的政治观念和法律意识；培养学生的责任感、自信心、勇于创新、乐于助人的乐观向上的精神面貌；强化生活中的礼仪训练；树立和谐与团结的社会观念；掌握基本军事常识和军事训练，形成服从指挥、担当责任的品德操行；提高学生的仪容仪表、行动定势和动作协调能力，改善身体素质；培养学生的友爱、正直、勤奋、坚韧的健康人格，使之成为合格的公民。 | 采取现场授课和实操演练的方式相结合的方式。 | 校内 |
| 2 | 认识实习 | 了解专业概况激发学习兴趣，企业参观后完成小结撰写。社会实践结合认识实习开展。 | 企业参观、调研、讲座培训 | 观摩 | 校内+校外 |
| 3 | 毕业设计 | 掌握毕业设计写作要求，能够进行实践应用，做到理论与实际相结合 | 毕业设计写作规范、要求，理论和实践结合 | 项目实战 | 企业 |
| 4 | 岗位实习 | 对在校学习内容进行综合运用与实践，在企业现场能独立完成某一或某几个岗位的工作任务。 | 学生通过高等职业学校营销专业顶岗实习，了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守 信的职业精神，增强学生的就业能力。 | 校外观摩、模拟实操、项目实战 | 实习单位 |
| 5 | 劳动实践 | 通过劳动实践，使学生在以行为习惯、技能训练为主的实践活动中学会生活、学会劳动、学会审美、学会创造，从而达到磨练意志、培养才干、提高综合素质的目的。 | 通过校内实验、实训、技能竞赛、校外社会实践基地、垃圾分类、志愿服务等劳动教育，考察学生基本劳动素养，促进学生形成正确的世界观、人生观、价值观。 | 采用专题实践活动、志愿服务等形式相结合。 | 校内或校外 |
| 6 | 企业经营沙盘模拟训练 | 本课程救学目标是借助 EP沙盘模拟，综合运用管理学、财务基础、经济学等课程知识进行模拟经营，强化学生的管理知识、训练管理技能、全面提高学生的综合素质。通过模拟经营强化学生团队协作意识，强化沟通和协调能力;培养学生独立分析、解决实际问题和创新的能力;使学生具有法律意识，能够在模拟经营中遵守国家法律法规、合法开展经营。 | 主要教学内容是课程进行以项目为载体，共安排课程介绍与模拟企业的概况，沙盘活动规则与模拟企业经营技巧、经营计划与财务预算，模拟企业的运作4个项目。系统了解沙盘运营规则和操作流程，掌握运营技巧，合理安排年度经营规划，根据运营内外部环境灵活调整经营策略。熟练完成财务预算和财务报表。 | 任务驱动、案例分析、实操演示和操作、小组讨论合作 | 院内实训基地 |
| 7 | ITMC模拟实训 | 知识目标：  掌握生产销售型企业经营内容；运用合适的营销策略进行产品销售  能力目标：  通过角色扮演情境模拟，团队协作进行市场分析、企业经营生产、财务预算  素质目标：  通过模拟经营提升团队协作能力、整合营销能力。 | 在软件模拟经营中进行市场调研与分析、销售模式的分析、消费者行为分析、产品定位与功能定位、竞争对手分析和选择目标市场从而形成营销战略，然后根据战略目标进行市场营销策略的组合。在博弈过程中不断的进行营销策略调整，在竞争中取得优势，最终达到为企业创造最大价值的目标。 | 模拟实操、项目实战 | 院内实训基地 |
| 8 | 创新创业模拟实训 | 使学生明确创业者应具有的基本创业素质及其重要意义，进而培养创业意识和创业心理素质，努力学习创业知识，具有初步的创业技能，为今后个人创业团队集体创业奠定良好的基础。 | 主要教学内容为学习创业学堂、创业讲堂内容；进行创业测评；了解设立公司的基本条件；撰写创业计划书；创业实战。  要求学生清楚实训的目的和要求，学习创业学堂和创业讲堂相关内容，服从实训指导教师统一指挥。认真进行创业素质测评。熟悉公司创立条件，组建创业模拟团队。发扬团队精神，完成创业计划书的撰写。模拟创业实战。根据实训情况，做好记录并填写实训日记。撰写实训报告。 | 上机模拟、任务驱动、小组合作、实操演练、案例分享 | 院内实训基地 |
| 9 | 新媒体营销实训 | 知识目标：加深对新媒体营销的理解，掌握微信平台、微博平台、斗鱼平台、抖音平台、头条平台、百度推广、百度贴吧等主流新媒体平台营销的方式方法。  能力目标：能把课堂所学的理论知识与具体实践相结合，能够运用新媒体解决企业营销方面的实际题。  素质目标：培养敏锐的新媒体视角，爱岗敬业、不断精进的职业精神。 | 掌握微信平台、微博平台、斗鱼平台、抖音平台、头条平台、百度推广、百度贴吧等主流新媒体平台营销的方式方法。  要求学生熟练运用传播手段在各大平台开展新媒体营销。 | 上机模拟、任务驱动、小组合作、实操演练、案例分享 | 院内实训基地 |
| 10 | 市场营销综合实训 | 知识目标：掌握营销策划撰写、新媒体文案编辑、汇报等知识。  能力目标：沟通能力、销售能力、 新媒体营销能力、门 店运营管理能力  素质目标：培 养 吃 苦 耐 劳、全心全意服 务 顾 客 的 职业素养、职 业 能 力 和 职 业精神、创新营销方式，为 下 一 步 顶 岗 实 习 奠 定 良好的基础。 | 主要教学内容为学会策划、新媒体文案、汇报等。  要求学生掌握根据实际项目进行策划、执行、汇报。 | 项目驱动、实操演示和操作、小组讨论合作 | 院内实训基地 |

**八、教学计划总体安排**

**（一）教学进程安排表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 课程性质 | 序号 | 课程名称 | 学分数 | 学时分配 | | | 各学期周学时分配 | | | | | | 考核方式 |
| 合计 | 讲授 | 实践 | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 |
| 14W | 18W | 18W | 18W | 14W |  |
| 公共基础课程 | 公共基础必修 | 1 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 40 | 8 | 4×12W |  |  |  |  |  | 考试 |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 36 | 32 | 4 |  | 6×6W |  |  |  |  | 考试 |
| 3 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 40 | 8 |  | 6×8W |  |  |  |  | 考试 |
| 4 | 形势与政策1 | 0.5 | 8 | 8 | 0 | 4×2W |  |  |  |  |  | 考试 |
| 5 | 形势与政策2 | 0.5 | 8 | 8 | 0 |  | 4×2W |  |  |  |  | 考试 |
| 6 | 形势与政策3 | 2 | 32 | 32 | 0 |  |  | √ | √ | √ | √ | 考试 |
| 7 | 军事理论 | 2 | 36 | 36 | 0 |  |  | 2 |  |  |  | 考查 |
| 8 | 大学生心理健康教育 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  | 考查 |
| 9 | 职业生涯规划 | 1 | 16 | 16 | 0 | 2×8W |  |  |  |  |  | 考查 |
| 10 | 就业指导 | 1 | 16 | 14 | 2 |  |  |  | 2×8W |  |  | 考查 |
| 11 | 劳动教育 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  | 考查 |
| 12 | 创新创业基础 | 2 | 32 | 32 | 0 | √ |  |  |  |  |  | 考查 |
| 13 | 应用数学 | 4 | 64 | 64 | 0 |  |  | 2 | 2 |  |  | 考试 |
| 14 | 大学生体育与健康1 | 1 | 22 | 0 | 22 | 2×11W |  |  |  |  |  | 考试 |
| 15 | 大学生体育与健康2 | 2 | 32 | 0 | 32 |  | 2×16W |  |  |  |  | 考试 |
| 16 | 大学生体育与健康3 | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  | 2×16W |  |  |  | 考试 |
| 17 | 大学生体育与健康4 | 1 | 22 | 0 | 22 |  |  |  | 2×11W |  |  | 考试 |
| 18 | 大学英语1 | 4 | 64 | 64 | 0 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |
| 19 | 大学英语2 | 4 | 64 | 64 | 0 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |
| 20 | 大学语文1 | 2 | 32 | 32 | 0 |  |  | 2 |  |  |  | 考试 |
| 21 | 国家安全教育 | 1 | 16 | 4 | 12 | 4×2W | 4×2W |  |  |  |  | 考试 |
| 公共基础必修小计 | | | 41 | 676 | 518 | 158 | 14 | 13 | 8 | 4 |  |  |  |
| 公共基础限选 | 22 | “四史”课程 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | √ |  |  |  |  | 考查 |
| 23 | 信息技术 | 3 | 48 | 8 | 40 | 4×12W |  |  |  |  |  | 考查 |
| 24 | 中华优秀传统文化 | 1 | 16 | 16 | 0 |  |  |  | 2×8W |  |  | 考查 |
| 25 | 艺术与审美 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  | 考查 |
| 26 | 应急救护 | 0.5 | 8 | 0 | 8 | 2×4W |  |  |  |  |  | 考查 |
| 27 | 大学生安全教育 | 1 | 16 | 4 | 12 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | 考试 |
| 公共基础限选小计 | | | 7.5 | 120 | 60 | 60 | 4 | 1 | 0 | 2 |  |  |  |
| 公共基础任选 | 28 | 人文艺术类课程 | 1 | 16 | 12 | 4 |  | √ | √ | √ | √ | √ | 考查 |
| 29 | 社会认识类课程 | 1 | 16 | 12 | 4 |  | √ | √ | √ | √ | √ | 考查 |
| 30 | 工具类课程 | 1 | 16 | 12 | 4 |  | √ | √ | √ | √ | √ | 考查 |
| 31 | 科技素质类课程 | 1 | 16 | 12 | 4 |  | √ | √ | √ | √ | √ | 考查 |
| 32 | 创新创业类课程 | 1 | 16 | 12 | 4 |  | √ | √ | √ | √ | √ | 考查 |
| 公共基础任选小计（至少选修3类，每类至少选修1门，至少3学分） | | | 3 | 48 | 36 | 12 |  |  |  |  |  |  |  |
| 公共基础课程合计 | | | 51.5 | 844 | 614 | 230 | 18 | 14 | 8 | 6 |  |  |  |
| 专业课程 | 专业群共享课程 | 33 | ●珠宝首饰文化 | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2×16W |  |  |  |  | 考试 |
| 34 | ●珠宝营销实务 | 2 | 32 | 24 | 8 |  |  | 2×16W |  |  |  | 考试 |
| 35 | ●3d打印技术 | 2 | 32 | 12 | 20 |  |  |  | 2×16W |  |  | 考试 |
| 专业基础必修 | 36 | ●★商务礼仪与沟通 | 2 | 28 | 20 | 8 | 2×14W |  |  |  |  |  | 考试 |
| 37 | ●★经济学基础 | 3 | 48 | 36 | 12 |  |  |  | 3×16W |  |  | 考试 |
| 38 | ●★基础会计 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  | 4×14W |  |  |  |  | 考试 |
| 39 | ●★企业管理实务 | 3 | 48 | 36 | 12 |  |  | 3×16W |  |  |  | 考试 |
| 40 | ◆★市场营销实务 | 3.5 | 56 | 44 | 12 | 4×14W |  |  |  |  |  | 考试 |
| 41 | 中华商业文化 | 2 | 32 | 22 | 10 |  |  |  | 2×16W |  |  | 考试 |
| 42 | ▲◆★新媒体营销 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  |  |  | 4×14W |  |  | 考试 |
| 43 | 消费者行为分析 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  | 4×14W |  |  |  |  | 考试 |
| 专业基础必修小计（群共享课程用“●”标注） | | | 30 | 476 | 346 | 130 | 6 | 10 | 5 | 11 | 0 |  |  |
| 专业核心必修 | 44 | ▲★数字营销 | 3 | 42 | 22 | 20 |  |  |  | 3×14W |  |  | 考试 |
| 45 | ★销售管理 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  |  |  | 4×14W |  |  | 考试 |
| 46 | ★市场调查与分析 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  |  | 4×14W |  |  |  | 考试 |
| 47 | 商务数据分析与应用 | 3 | 44 | 30 | 14 |  |  |  |  | 4×11W |  | 考试 |
| 48 | ★商务谈判 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  |  | 4×14W |  |  |  | 考试 |
| 49 | ◆服务营销 | 3.5 | 56 | 44 | 12 |  |  | 4×14W |  |  |  | 考试 |
| 50 | ◆品牌策划与推广 | 3 | 44 | 22 | 22 |  |  |  |  | 4×11W |  | 考试 |
| 51 | ★现代推销实务 | 3 | 44 | 22 | 22 |  |  |  |  | 4×11W |  | 考试 |
| 专业核心必修小计（至少开设2门－3门融入创新教育相关专业课程，并用“◆”标注专创融合课程，计6.5学分） | | | 26 | 398 | 272 | 126 | 0 | 0 | 12 | 7 | 12 | 0 |  |
| 专业拓展限选 | 52 | ★门店运营管理 | 2 | 33 | 23 | 10 |  |  |  |  | 3×11W |  | 考试 |
| 53 | ★客户关系管理 | 2 | 32 | 22 | 10 |  |  |  | 2×16W |  |  | 考试 |
| 54 | 人力资源管理 | 2 | 33 | 23 | 10 |  |  |  |  | 3×11W |  | 考试 |
| 专业拓展限选小计 | | | 6 | 98 | 68 | 30 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 0 |  |
| 专业拓展任选 | 55 | 现代物流管理实务 | 2 | 33 | 23 | 10 |  |  |  |  | 3×11W |  | 考试 |
| 56 | ◆网络营销 | 2 | 33 | 23 | 10 |  |  |  |  | 3×11W |  | 考试 |
| 57 | 经济法 | 2 | 33 | 23 | 10 |  |  |  |  | 3×11W |  | 考试 |
| 专业拓展任选小计（至少选修2学分） | | | 2 | 33 | 23 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 |  |
| 集中实践必修 | 58 | 军事技能 | 3 | 78 | 0 | 78 | 3W |  |  |  |  |  | 考查 |
| 59 | 认识实习 | 1 | 26 | 0 | 26 | 1W |  |  |  |  |  | 考查 |
| 60 | 毕业设计 | 4 | 104 | 0 | 104 |  |  |  |  | 4W |  | 考查 |
| 61 | 岗位实习 | 20 | 520 | 0 | 520 |  |  |  |  |  | 20W | 考查 |
| 62 | 劳动实践 | 1 | 26 | 0 | 26 | √ | √ | √ | √ | √ |  | 考查 |
| 63 | 企业经营沙盘模拟实训 | 1 | 26 | 0 | 26 |  | 1W |  |  |  |  | 考查 |
| 64 | ITMC模拟实训 | 1 | 26 | 0 | 26 |  | 1W |  |  |  |  | 考查 |
| 65 | ◆创新创业模拟实训 | 1 | 26 | 0 | 26 |  |  | 1W |  |  |  | 考查 |
| 66 | 新媒体营销实训 | 1 | 26 | 0 | 26 |  |  |  | 1W |  |  | 考查 |
| 67 | 市场营销综合实训 | 3 | 78 | 0 | 78 |  |  |  |  | 3W |  | 考查 |
| 集中实践必修小计 | | | 36 | 936 | 0 | 936 | 4W | 2W | 1W | 1W | 7W | 20W |  |
| 专业课程合计 | | | 100.0 | 1941 | 709 | 1232 | 6 | 10 | 17 | 20 | 21 | 0 |  |
| 合计 | 课内周学时 | | |  |  |  |  | 24 | 24 | 25 | 26 | 21 | 0 |  |
| 总学分/总学时数 | | | 151.5 | 2785 | 1323 | 1462 |  |  |  |  |  |  |  |
| 备注：（1）标注“√”的课程，采用课堂授课、讲座、网络授课、专项活动等形式,不计入周学时。（2）群共享专业基础课程用“●”标注。（3）职业技能等级（资格）证书课证融合专业课程用“▲”标注。（4）立项“课程思政”课程要用“★”标注。（5）创新创业教育相关专业课程用“◆”标注。 | | | | | | | | | | | | | | |

**（二）课程学时比例**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程**  **类别** | **课程性质** | **学分数** | **学时数** | | | **学时百分比（%）** |
| **讲授** | **实践** | **总学时** |
| 公共基础课程 | 公共基础必修 | 41 | 518 | 158 | 676 | 24.27 |
| 公共基础限选 | 7.5 | 60 | 60 | 120 | 4.31 |
| 公共基础任选 | 3 | 36 | 12 | 48 | 1.72 |
| 小计 | 51.5 | 614 | 230 | 844 | 30.31 |
| 专业课程 | 专业基础必修 | 30 | 346 | 130 | 476 | 17.09 |
| 专业核心必修 | 26 | 272 | 126 | 398 | 14.29 |
| 专业拓展限选 | 6 | 68 | 30 | 98 | 3.52 |
| 专业拓展任选 | 2 | 23 | 10 | 33 | 1.18 |
| 集中实践必修 | 36 | 0 | 936 | 936 | 33.61 |
| 小计 | 100 | 709 | 1232 | 1941 | 69.69 |
| 合计 | | 151.5 | 1323 | 1462 | 2785 |  |

**（三）教学计划安排（按周安排）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **军事技能** | **课堂**  **教学** | **考试** | **劳动** | **集中性实训实习实践** | **毕业设计** | **岗位实习** | **机动** | **周数** | **备注** |
| 一 | 1 | 3 | 14 | 1 | √ |  |  |  | 2 | 20 | 1.入学教育结合军事技能安排；  2.社会实践结合认识实习安排；  3.毕业设计结合岗位实习安排。 |
| 2 |  | 18 | 1 | √ |  |  |  | 1 | 20 |
| 二 | 3 |  | 18 | 1 | √ |  |  |  | 1 | 20 |
| 4 |  | 18 | 1 | √ |  |  |  | 1 | 20 |
| 三 | 5 |  | 14 | 1 | √ |  | 4 |  | 1 | 20 |
| 6 |  |  |  |  |  |  | 20 |  | 20 |
| 合计 | |  |  |  | 1 |  |  |  |  | 120 |

**九、实施保障**

**（一）师资条件**

1、本专业专任教师

专任教师具有高校教师资格，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。市场营销专业现有专任教师7人，其中高级职称3人，中级职称3人，初级职称1人。高级职称占主讲教师比例42.86%；拥有硕士学位教师占主讲教师比例100%；“双师”素质教师5人，占71.43%；具有行业企业生产一线工作经历的达100%。专任教师中，考评员5人，营销师1人，经济师2人。荣获国家级教学成果二等奖1项，省级教学成果奖一等奖1项，院教学成果奖三等奖1项；承担省级教研教改项目1项；负责校级精品资源共享课程3门，负责省级精品课程2门。

表1 专业专任教师情况一览表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **姓名** | **学历** | **学位** | **专业技术**  **职务** | **职业资格** | **是否**  **双师型** | **拟任**  **课程** |
| 1 | 黄智萌 | 本科 | 硕士 | 副教授 | 营销师、电子商务师、品牌营销策划考评员、数字营销（中级）培训教师 | 是 | 珠宝营销实务 |
| 2 | 林欣欣 | 研究生 | 硕士 | 副教授 | 电子商务客户关系管理考评员、数字营销（中级）培训教师、数字营销考评员 | 是 | 消费者行为分析、现代推销实务、商务谈判 |
| 3 | 严彬彬 | 本科 | 硕士 | 副教授 | 无 | 否 | 企业管理实务、网络营销、人力资源管理、经济法 |
| 4 | 陈丽晶 | 研究生 | 硕士 | 讲师 | 数字营销（中级）培训教师、数字营销考评员 | 是 | 市场调查与分析、新媒体营销、品牌策划与推广、数字营销 |
| 5 | 谢小兰 | 研究生 | 硕士 | 讲师 | 经济师、数字营销（中级）培训教师、数字营销考评员 | 是 | 商务数据分析与应用、销售管理、商务礼仪与沟通、中华商业文化 |
| 6 | 朱晓宇 | 研究生 | 硕士 | 讲师 | 初级会计证、保险销售从业人员资格证书、数字营销（中级）培训教师、数字营销考评员、经济师 | 是 | 市场营销实务、现代物流管理实务、基础会计 |
| 7 | 许恺怡 | 研究生 | 硕士 | 助教 | 数字营销（中级）培训教师 | 否 | 门店运营与管理、客户关系管理、经济学基础、服务营销 |

2、专业带头人

黄智萌，女，中共党员，副教授，市场营销专业带头人。厦门大学管理学硕士，双师型教师，省级“双带头人”教师党支部书记工作室负责人，第二届福建省职业教育教科研组成员，主要研究方向市场营销。从事市场营销专业教学19年，担任过《市场营销实务》、《市场营销策划》、《市场调查与预测》、《品牌管理》、《新媒体营销》、《珠宝营销实务》等多门课程教学。主持福建省教育厅课题2项，参与市级课题2项，均已结题。发表论文10余篇，主持省级创新创业教育改革试点专业，省级精品在线开放课程立项1项，院级精品在线开放课程立项1项，曾荣获“莆田市先进教师”、“全省高校优秀共产党员”等荣誉称号。

3、本专业兼职教师

兼职教师主要是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。本专业校外兼职教师7人，专兼教师比例 1：1。均为具有本科及以上学历、中级及以上专业技术职称、在相关企业工作 5年以上的从业经验、熟悉市场调研、产品销售、营销策划的中高层管理者和一线工作人员，并具备良好的语言表达能力，能够热心指导和关心学生，能够带领和指导学生完成教学任务。

表2 专业兼职教师情况一览表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **姓名** | **学历** | **学位** | **专业技术**  **职务** | **职业资格** | **所在单位** | **拟任**  **课程** |
| 1 | 郭继光 | 大学 | 学士 | 高级经济师 |  | 福建复茂食品有限公司 | 顶岗实习 |
| 2 | 汤燕飞 | 大学 | 学士 | 高级培训师 | 高级培训师 | 福州市诺飞商贸有限公司 | 顶岗实习 |
| 3 | 林超敬 | 大学 | 学士 | 零售总监 |  | 福州市诺飞商贸有限公司 | 顶岗实习 |
| 4 | 余岚岚 | 大学 | 学士 | 培训师 | 培训师 | 福建同步体育有限公司 | 顶岗实习 |
| 5 | 王建姬 | 大学 | 学士 | 培训师 | 培训师 | 福建永辉超市股份有限公司 | 顶岗实习 |
| 6 | 涂启友 | 大学 | 学士 | 培训师 | 培训师 | 福州市诺飞商贸有限公司 | 顶岗实习 |
| 7 | 许玉芬 | 大学 | 学士 | 大学成长学院院长 | 人力资源管理师 | 三棵树涂料股份有限公司 | 顶岗实习 |

**（二）教学设施**

1、校内实训条件

目前，拥有商务谈判实训室、新媒体营销实训室、门店运营虚拟仿真实训室等，共配有计算机百余台，安装有企业经营沙盘模拟实训软件、新媒体营销软件、ITMC模拟实训软件、推销与谈判软件、创新创业实训软件等。

表3 校内实训设备情况一览表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实验实训**  **基地（室）名称** | **实验实训室功能**  **（承担课程与实训实习项目）** | **面积、主要实验（训）设备名称及台套数要求** | **工位数（个）** | **对应课程** |
| 1 | 新媒体营销实训室 | 企业经营沙盘模拟实训 | 软件、多媒体设备、投影设备、白板、电脑、服务器、路由器、讨论工位 | 100 | 市场营销实务、新媒体营销、新媒体营销实训、企业经营沙盘模拟实训、ITMC模拟实训、创新创业模拟实训 |
| 新媒体营销实训 |
| ITMC模拟实训 |
| 创新创业模拟实训 |
| 2 | 商务谈判实训室 | 商务谈判实训 | 多媒体设备、桌椅、电脑、液晶电视等 | 100 | 商务谈判、现代推销实务、商务礼仪等 |
| 3 | 门店运营虚拟仿真实训室 | 门店运营管理实训 | 门店运营管理虚拟仿真VR软件 | 100 | 门店运营管理 |

备注：工位数指一次性容纳实验、实训项目学生人数。

2、校外实训基地

市场营销专业目前与中国焙烤食品糖制品工业协会技能培训基地——福建复茂食品有限公司、三棵树涂料股份有限公司、才子服饰股份有限公司、福州市诺飞商贸有限公司、福建同步体育用品有限公司、福州永辉超市有限公司等多家知名企业建立稳定的校外实训基地，能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。为企业员工培训、共同开发科研项目等形式促进校企间深度合作，在办学体制创新、管理制度完善、运行机制改革进行探索、积极寻求适合本专业的发展途径。

表4 校外实训基地一览表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **校外实训基地名称** | **承担功能（实训实习项目）** | **工位数（个）** |
| 1 | 福建复茂食品有限公司 | 食品行业市场营销综合实训和顶岗实习 | 20 |
| 2 | 三棵树涂料股份有限公司 | 涂料行业市场营销综合实训和顶岗实习 | 30 |
| 3 | 才子服饰股份有限公司 | 商务男装市场营销综合实训和顶岗实习 | 30 |
| 4 | 福州市诺飞商贸有限公司 | 运动服饰市场营销综合实训和顶岗实习 | 30 |
| 5 | 福建同步体育用品有限公司 | 运动服饰市场营销综合实训和顶岗实习 | 30 |
| 6 | 福州永辉超市有限公司 | 超市门店市场营销综合实训和顶岗实习 | 30 |

备注：工位数指一次性容纳实验、实训项目学生人数。

**（三）教学资源**

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。严格执行国家和省（市）关于教材选用的有关文件规定，完善教材选用制度，经过规范程序选用教材，优先选用职业教育国家规划教材、省级规划教材，根据需要编写校本特色教材，禁止不合格的教材进入课堂。图书、文献配备应能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅、结合专业实际列举有关图书类别。数字资源配备主要包括与本专业有关的音视频素材、教学课件、案例库、虚拟仿真软件、数字教材等，要求种类丰富、形式多样、使用便捷、满足教学。

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1、教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2、图书文献基本要求

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：工商管理类、经济类等方面图书、报纸、期刊等

3、数字教学资源基本要求

严格执行国家和省（市）关于教材选用的有关文件规定，完善教材选用制度，经过规范程序选用教材，优先选用职业教育国家规划教材、省级规划教材，根据需要编写校本特色教材。图书、文献配备应能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅、结合专业实际列举有关图书类别。建设数字资源平台，目前已建设完成《商务礼仪》、《市场调查与预测》2门课程微课和《市场营销实务》省级创新创业精品资源共享课，院级精品课程《现代推销实务》已验收，《现代推销实务》已认定为省级精品课程，在建的省级《珠宝营销实务》1门，院级《商务礼仪》1门，在开发中的校企合作新形态教材《现代推销实务》、《门店运营管理》2本。实训过程中配套使用了《ITMC市场营销综合实训与竞赛系统》、《数字营销综合实训与竞赛系统》等多套软件。音视频素材、教学课件、案例库、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、满足教学。

**（四）教学方法**

1.充分利用信息技术手段和网络教学资源（国家精品在线开放课程、中国大学慕课平台、省级在线开放课程）开展教学。

2.建议采取启发式、参与式、讨论式和探究式的教学方法，并且以学生为主，分层次、分小组进行教学，做到针对不同教学对象和教学内容灵活施教。教师要对教学成果进行评价和展示，以达到提高教学效果的目的。

3.结合爱课程、智慧职教、职教云等平台，实施线上线下混合式教学法，包括以下环节：课前：教师按照标准准备课前学习资源并在平台发布；教师线上指导学生完成课前线上资源学习、讨论，在此基础上，学生完成课前线上作业，教师记录学生线上学习难点。

课中：根据学生课前学习中的疑难点，教师有针对性地进行讲解，通过“课中讨论”、“头脑风暴”、“提问”、“测试”、“小组 PK”等方式帮助学生进一步掌握教学内容。

课后：教师发布课后学习任务，并线上回答学生疑问，与学生进行实时讨论。

4.促进书证融通。实施 1+X 证书制度试点，将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学。

5.贯彻课程思政教育教学理念，围绕“课程思政”目标，充分挖掘各门专业课程中蕴含的思政元素，引导学生正确地做人、做事，提升学生的职业素养。

6.专业核心课程主要采用项目课程的设计思路，努力以典型服务为载体，实施跨任务教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。“以学生为中心”，以项目活动为载体按理论与实践一体化要求组织教学，在教学过程中教师可根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合教学组织形式，进行认知实习、专业实习、实训及岗位实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。将课程思政建设与岗课赛证融通协同育人的目标融合于人才培养目标。依据教育部发布的专业教学标准，参考行业从业标准、技能竞赛标准与“1+X”证书考证标准，将“岗”“赛”“证”中蕴含的行业新技术、新工艺、新规范纳入知识与能力培养目标中，将思想政治素养与职业素养融合纳入素质培养目标中。

**（五）学习评价**

专业群在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

课证融合课程以证代考进行评价考核；项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定，教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，分为应知应会两部分，采取笔试与实践操作按合理的比例相结合方式进行评价考核。校外顶岗实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

**（六）质量管理**

1.完善质量监控机构

（1）成立专业建设指导委员会和系教学工作督导组

成立由行业专家、政府人员、企业业务骨干、专业带头人和院校骨干教师以及若干学生代表（在校生、毕业生）组成的专业建设指导委员会，形成多方参与、多方合作、共同建设的运行机制。每年召开一次专业建设指导委员会会议，定期召开专题会议，参与人才培养方案的制定，促进校企共同开发课程、指导专业校内外实习和实训基地建设，研究专业人才培养中的问题，并提出解决方法和措施，提升人才培养质量。

成立由系主任、系书记、副主任、专业主任、骨干教师和学生信息员组成的教学督导工作组，负责对专业及专兼职教师日常教学工作的完成情况进行督导考核，对校企合作项目化课程改革进行指导，督促专业教师通过论文撰写、教材编写、顶岗实践等多种形式提升自我实践教学能力。

2.完善教学质量保障体系

为保证人才培养质量，加强专业教学质量监控，专业制定了教学信息反馈制度、教学常规检查制度、顶岗实习制度。通过每学期的期初、期中、期末检查，对专业教师日常教学工作的完成情况进行督导考核，提高教学过程各个环节的教学质量；通过开展学生评教、学生信息员反馈、毕业生信息反馈等活动，增强学生与教师的双向互动，不断完善教学过程；通过专业建设指导委员会、实践专家访谈会、学生赴企业顶岗实习、实地走访调研等形式，及时收集政府、行业、企业专家对专业人才培养和教学质量的评价和反馈，促进教学工作不断改进，保障和提高教学质量。

3.结合学院建设的教学质量诊改平台，从学生入口、培养过程、出口三方面着手，开展多维度监测，对教师的教学质量进行多维度评价，加强专业调研，更新人才培养方案，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。

**十、毕业要求**

本专业学生必须至少满足以下基本条件方能毕业：

(一)学时学分要求

学生在学校规定年限内，修满专业人才培养方案规定的学时学分，完成规定的教学活动，必修课全部及格，选修课完成最低学分。具体如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程类型** | **应修学分** | **应修学时** |
| 1 | 公共基础课程 | 51.5 | 844 |
| 2 | 专业课程 | 100 | 1941 |
| 合计 | | 151.5 | 2785 |

(二)其他要求

1.毕业应达到的素质、知识、能力等要求详见培养目标与规格。

2.达到《国家学生体质健康标准》及阳光健康跑相关要求。

3.取得1本及以上与本专业相关的职业技能等级（资格）证书（详见下表）：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **证书名称** | **证书等级** | **颁证单位** |
| 1 | 营销员 | 三级 | 福建省人才开发中心 |
| 2 | 互联网营销师 | 三级 | 福建省人才开发中心 |
| 3 | 连锁经营管理师 | 三级 | 福建省人才开发中心 |

4.获得1项院级及以上比赛奖状或参与1项院级及以上活动。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **赛事名称** | **活动名称** |
| 1 | ITMC院赛 | 各项志愿服务活动 |
| 2 | 品牌策划院赛 | 各类社会实践活动 |
| 3 | 创新创业院赛 | 无偿献血活动 |
| 4 | 数智企业经营管理沙盘院赛 | 十佳歌手赛 |
| 5 | 福建省职业院校技能大赛市场营销赛项 | 校运动会 |
| 6 | 全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛 | 校园文化节系列活动 |
| 7 |  | 校园其他类文体活动 |
| 8 |  | 社区相关系列活动 |
| 9 |  | 宿舍文化节系列活动 |