

市场营销专业人才培养方案 (三年制)

编 制 人 : 王建姬 (福建永辉超市有限公司)

张野 (福建复茂食品有限公司)

黄智萌 (湄洲湾职业技术学院)

林欣欣 (湄洲湾职业技术学院)

严彬彬 (湄洲湾职业技术学院)

陈丽晶 (湄洲湾职业技术学院)

谢小兰 (湄洲湾职业技术学院)

朱晓宇 (湄洲湾职业技术学院)

编制单位 : 工商管理系

编制日期 : 2026 年 6 月

审 核 人 : 郑宗旭

专业负责人：朱晓宇

系院负责人：方丰霞

市场营销专业（三年制）

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	2026级	基本修业年限	三年
培养类型	普通高职	所在专业群名称	电子商务专业群
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。		
开设课程总门数	55	开设公共课总门数	20
		开设专业课总门数	35
专业基础课总门数	9	专业基础课总门数是否满足6-8门要求	
		<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 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	
		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
总学时数	2632	总学时数是否满足3年制最低2500学时	
		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
公共基础课学时数	832	公共基础课学时占比	31.36%
		公共基础课学时占比是否满足最低25%要求	
		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
选修课学时数	308	选修课学时占比	11.7%
		选修课学时占比是否满足最低10%要求	
		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
实践教学学时数	1466	实践教学总学时数占比	55.7%
		实践教学总学时数占比是否满足最低50%要求	
		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
毕业要求	<p>1. 学生在规定年限内，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分，应修学时832学时，专业课程应修学分86分，应修学时1800学时。</p> <p>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。</p> <p>3. 达到《国家学生体质健康标准》及阳光健康跑相关要求。</p> <p>4. 取得1本及以上如下表所示相关证书等(包括但不限于)其他类证。</p> <p>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。</p>		

市场营销专业人才培养方案

（三年制）

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

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)	市场营销专业人员(2-06-07-02) 客户服务管理员(4-07-02-03) 互联网营销师 S(4-01-06-02) 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、客户经理、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		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	<p>(1) 客户开发: 主动挖掘潜在客户并建立合作关系</p> <p>(2) 产品推广: 熟练介绍产品卖点及促成交易</p> <p>(3) 需求分析: 准确把握客户需求并提供解决方案</p> <p>(4) 客情维护: 持续跟进客户并提升复购率</p>	《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, 福建省技能大赛组委会主办	营销员; 互联网营销师; 连锁经营管理师
2	目标岗位	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	<p>(1) 沟通应答: 专业解答客户咨询与投诉</p> <p>(2) 服务执行: 规范完成服务流程与工单处理</p> <p>(3) 情绪管理: 妥善应对客户情绪保持服务品质</p> <p>(4) 信息反馈: 准确记录问题并推动内部优化</p>	《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, 福建省技能大赛组委会主办	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	<p>(1) 方案执行: 落实活动流程与现场管控</p> <p>(2) 资源协调: 对接供应商与执行团队协作</p> <p>(3) 创意呈现: 将策划方案转化为具体执行细节</p> <p>(4) 应急处理: 快速解决活动突发状况</p>	《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, 福建省技能大赛组委会主办 2. 全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛, 福建省教育厅主办	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	<p>(1) 团队管理: 激励与指导销售团队达成目标。</p> <p>(2) 策略制定: 分析市场, 制定销售计划与策略。</p> <p>(3) 客户维护: 深化大客户关系, 提升长期合作。</p> <p>(4) 数据分析: 评估业绩, 优化销售流程。</p>	《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, 福建省技能大赛组委会主办
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	<p>(1) 团队管理: 优化客服团队效能与服务质量。</p> <p>(2) 流程优化: 制定标准并改进服务流程。</p> <p>(3) 投诉处理: 牵头解决重大客</p>	《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, 福建省技能大赛组委会主办	营销员; 互联网营销师; 连锁经营管理师

				诉与危机公关。 (4) 数据分析: 监控服务指标并推动服务升级。			
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、费用控制、团队管理与协作、效果评估与优化	(1) 全案策划: 统筹品牌营销活动全流程方案 (2) 资源整合: 协调内外部资源确保项目落地 (3) 创意输出: 主导策划具有传播力的营销事件 (4) 效果评估: 建立 KPI 体系并优化执行策略	《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, 福建省技能大赛组委会主办 2. 全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛, 福建省教育厅主办	营销员; 连锁经营管理师
7		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) 战略规划: 制定销售战略及目标分解 (2) 团队建设: 培养销售团队并提升整体业绩 (3) 渠道管理: 开拓维护销售渠道与客户体系 (4) 业绩管控: 监控销售数据并优化运营策略。	《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, 福建省技能大赛组委会主办	营销员; 互联网营销师; 连锁经营管理师
8	迁移岗位	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) 团队领导: 组建高效客服团队并制定服务标准 (2) 体系优化: 完善客服流程与智能化服务系统 (3) 质量监控: 建立服务质量评估与改进机制 (4) 战略协同: 配合企业战略提升客户满意度	《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, 福建省技能大赛组委会主办	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) 战略规划: 制定品牌营销战略及市场拓展计划 (2) 资源整合: 统筹营销资源与跨部门协同落地 (3) 团队管理: 建设高效营销团队并提升整体业绩 (4) 创新驱动: 主导数字化营销转型与商业模式创新	《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, 福建省技能大赛组委会主办 2. 全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛, 福建省教育厅主办	营销员; 连锁经营管理师

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 and 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) 掌握体育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、课程设置与要求

(一) 公共基础课程

序号	课程名称	学分	学时	开设学期
1	形势与政策	1	16	第一至二学期
2	思想道德与法治	3	48	第一学期
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	第二学期
4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	第一学期
5	中华民族共同体概论	1	16	第二学期
6	国家安全教育	1	16	第二学期
7	高等数学	4	64	第一至第二学期
8	大学生体育与健康 1	1	22	第一学期
	大学生体育与健康 2	2	32	第二学期

	大学生体育与健康 3	1.5	26	第三学期
	大学生体育与健康 4	1.5	28	第四学期
9	大学英语 1	3.5	56	第一学期
	大学英语 2	4	72	第二学期
10	艺术与审美	1	16	第二学期
11	大学语文	2	32	第三学期
12	中华优秀传统文化	1	16	第四学期
13	创新创业基础	2	32	第一学期
14	军事理论	2	36	第一学期
15	职业生涯规划与就业指导	2	32	第一学期和第四学期
16	劳动教育	1	16	第二学期
17	大学生心理健康教育	2	32	第一至第二学期
18	大学生安全教育	2	32	第一至第二学期
19	信息技术与人工智能	3	48	第一学期
20	“四史”课程	1	16	第四学期

(二) 专业课程

1. 专业基础课程

序号	课程名称	学分	学时	开设学期
1	习近平经济思想概论	1	16	第一学期
2	商务礼仪与沟通	1.5	28	第三学期
3	经济学基础	2	36	第四学期
4	基础会计	3	54	第二学期
5	企业管理实务	2	36	第三学期
6	市场营销实务	3	54	第一学期
7	中华商业文化	1.5	28	第四学期
8	新媒体营销	3	54	第四学期
9	消费者行为分析	3	54	第二学期

2. 专业核心课程

序号	课程名称	学分	学时	开设学期
1	数字营销	2.5	44	第四学期
2	销售管理	3	54	第四学期
3	市场调查与分析	3	54	第三学期

4	商务数据分析与应用	2.5	44	第五学期
5	商务谈判	3	54	第三学期
6	服务营销	3	54	第三学期
7	品牌策划与推广	2.5	44	第五学期
8	现代推销实务	2.5	44	第五学期

3.专业拓展课程

序号	课程名称	学分	学时	开设学期
1	门店运营管理	1.5	24	第五学期
2	智能客户服务实务	1.5	24	第三学期
3	人力资源管理	1.5	24	第五学期
4	3D 打印技术	1.5	24	第四学期
5	AIGC 营销	2	36	第三学期
6	网络营销	2	36	第三学期
7	视觉沟通技术与应用	2	36	第三学期

4.集中实践课程

序号	课程名称	学分	学时	开设学期
1	军事技能	3	78	第一学期
2	认识实习	1	26	第一学期
3	毕业设计	4	104	第五学期
4	岗位实习	20	520	第六学期
5	思政课实践	1	16	第四学期
6	艺术实践	1	16	第四学期
7	ITMC 模拟实训	1	26	第二学期
8	创新创业模拟实训	1	26	第三学期
9	新媒体营销实训	1	26	第四学期
10	办公软件技能提升实训	1	26	第五学期
11	市场营销综合实训	2	52	第五学期

(三) 课程内容要求 (见附件)

七、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	学时分配			各学期周学时分配						授课方式	考核方式	
					合计	理论	实践	一	二	三	四	五	六			
								20W 【14W】	20W 【18W】	20W 【18W】	20W 【18W】	20W 【14W】	20W 【20W】			
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							②	考试
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	2*14W+4							②	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		4*12W						②	考试
		4	形势与政策	1	16	16	0	4*2W	4*2W	√	√	√	√		③	考试
		5	中华民族共同体概论	1	16	16	0		2*8W						③	考查
		6	军事理论	2	36	34	2	2*2W +32							③	考查
		7	大学生心理健康教育	2	32	16	16	2*6W	2*10W						②	考查
		8	职业生涯规划与就业指导	2	32	30	2	2*6W			2*10W				②	考查
		9	劳动教育	1	16	12	4		2*8W						③	考查
		10	创新创业基础	2	32	16	16	2*8W+16							③	考查
		11	高等数学	4	64	32	32	2*14W	2*18W						②	考试
		12	大学生体育与健康	6	108	0	108	2*11W	2*16W	2*13W	2*14W				②	考试

		13	大学英语 1	3.5	56	36	20	4*14W					②	考试	
		14	大学英语 2	4.5	72	36	36		4*18W				②	考试	
		15	大学语文	2	32	32	0			2*16W			②	考试	
		16	国家安全教育	1	16	16	0		2*8W				②	考试	
		公共基础必修小计		40	656	400	256	21	15	4	3				
	公共基础 限选	17	“四史”课程	1	16	16	0				2*8W		①	考查	
		18	信息技术与人工智能	3	48	8	40	4*12W					②	考查	
		19	中华优秀传统文化	1	16	16	0				2*8W		②	考查	
		20	艺术与审美	1	16	16	0		2*8W				②	考查	
		21	大学生安全教育	2	32	16	16	2*8W	2*8W				③	考试	
		公共基础限选小计		8	128	72	56	4	2	0	2				
	公共基础 任选	22	人文艺术类课程	1	16	12	4		√	√	√	√	√	③	考查
		23	社会认识类课程	1	16	12	4		√	√	√	√	√	③	考查
		24	工具类课程	1	16	12	4		√	√	√	√	√	③	考查
		25	科技素质类课程	1	16	12	4		√	√	√	√	√	③	考查
		26	创新创业类课程	1	16	12	4		√	√	√	√	√	③	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		1	1	1	1	1		
		公共基础课程合计		51	832	508	324	25	18	5	6				
专业 课程	专业 基础	27	习近平经济思想概论	1	16	16	0	2*8W							
		28	●★商务礼仪与沟通	1.5	28	20	8			2*14W			②	考试	
		29	●★经济学基础	2	36	24	12				3*12W		②	考试	

必修	30	●★基础会计	3	54	44	10		4*14W					②	考试
	31	●★企业管理实务	2	36	24	12			3*12W				②	考试
	32	◆★市场营销实务	3	54	44	10	4*14W						②	考试
	33	中华商业文化	1.5	28	28	0				2*14W			②	考试
	34	▲◆★新媒体营销	3	54	34	20				4*14W			②	考试
	35	消费者行为分析	3	54	36	18		4*14W					②	考试
专业基础必修小计（群共享课程用“●”标注）			20	360	270	90	6	8	5	9	0			
专业核心必修	36	▲★数字营销	2.5	44	32	12				4*11W			②	考试
	37	★销售管理	3	54	44	10				4*14W			②	考试
	38	★市场调查与分析	3	54	34	20			4*14W				②	考试
	39	商务数据分析与应用	2.5	44	32	12					4*11W		②	考查
	40	★商务谈判	3	54	36	18			4*14W				②	考试
	41	◆服务营销	3	54	44	10			4*14W				②	考试
	42	◆品牌策划与推广	2.5	44	32	12					4*11W		②	考试
	43	★现代推销实务	2.5	44	26	18					4*11W		②	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）			22	392	280	112	0	0	12	8	12	0		
专业拓展	44	★门店运营管理	1.5	24	24	0					4*6W		②	考试
	45	★智能客户服务实务	1.5	24	24	0			2*12W				②	考试
	46	人力资源管理	1.5	24	24	0					4*6W		②	考试

限选	47	3D 打印技术	1.5	24	0	24				4*6W			②	考试
专业拓展限选小计			6	96	72	24	0	0	2	4	8	0		
专业拓展任选	48	AIGC 营销	2	36	36	0			3*12W				②	考试
	49	◆网络营销	2	36	36	0			3*12W				②	考试
	50	视觉沟通技术与应用	2	36	36	0			3*12W				②	考试
专业拓展任选小计（至少选修 2 学分）			2	36	36	0	0	0	3	0	0	0		
集中实践必修	51	军事技能	3	78	0	78	3W						②	考查
	52	认识实习	1	26	0	26	1W						②	考查
	53	毕业设计	4	104	0	104					4W		②	考查
	54	岗位实习	20	520	0	520						20W	③	考查
	55	思政课实践	1	16	0	16				4*4W			②	考查
	56	艺术实践	1	16	0	16				2*8W			②	考查
	57	ITMC 模拟实训	1	26	0	26		1W					②	考查
	58	◆创新创业模拟实训	1	26	0	26			1W				②	考查
	59	新媒体营销实训	1	26	0	26				1W			②	考查
	60	办公软件技能提升实训	1	26	0	26					1W		②	考查
61	市场营销综合实训	2	52	0	52					2W		②	考查	
集中实践必修小计			36	916	0	916	4W	1W	1W	1W	7W	20W		
专业课程合计			86	1800	658	1142	6	8	22	21	20	0		

合 计	课内周学时					31	26	27	27	20	0		
	总学分/总学时数	137	2632	1166	1466								

(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	40	400	256	656	24.92
	公共基础限选	8	72	56	128	4.86
	公共基础任选	3	36	12	48	1.82
	小计	51	508	324	832	31.61
专业课程	专业基础必修	20	270	90	360	13.68
	专业核心必修	22	280	112	392	14.89
	专业拓展限选	6	72	24	96	3.65
	专业拓展任选	2	36	0	36	1.37
	集中实践必修	36	0	916	916	34.80
	小计	86	658	1142	1800	68.39
合计		137	1166	1466	2632	100.00

(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	√	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			1	20	
二	3		18	1	√	1			1	20	
	4		18	1	√	1			1	20	
三	5		14	1	√	3	4		1	20	
	6							20		20	
合计										120	

注意：按照教育部要求每学年安排 40 周教学活动

八、实施保障

(一) 师资条件

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。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制。

1、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。市场营销目前 24 级学生有 89 人，25 级学生有 102 人，26 级学生预计有 100 人，市场营销专业现有专任教师 6 人，其中高级职称 3 人，中级职称 3 人，生师比为 43.17:1，高级职称占主讲教师比例 50%；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 83.33%；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，负责校级混改课 1 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	智能客户服务实务
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、经济学基础
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	是	商务数据分析与应用、

					师、数字营销考评员		销售管理、商务礼仪与沟通、中华商业文化、市场营销实务
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	基础会计、门店运营管理、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，福建省职业教育高级“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组成员，主要研究方向市场营销。从事市场营销专业教学22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3项，参与各级各类课题10余项。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1项，指导学生参加省级各类竞赛获得奖项10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1:1.17。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	岗位实习
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	岗位实习
3	林超敬	大学	学士	零售总监		福州市诺飞商贸有限公司	岗位实习
4	余岚岚	大学	学士	培训师	培训师	福建同步体育有限公司	岗位实习
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	岗位实习
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	岗位实习
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	岗位实习

4、教师创新团队机制

(1) 校企双元协同机制

建立"学校教师+企业导师"的双带头人制度，实施"每月 1 次企业走访+每季度 1 次技术研讨"的常态化互动机制，确保教学内容与行业前沿同步更新。

(2) 模块化教学组织机制

组建教学模块小组，实行"首席教师负责制"，每个模块组配备 1 名企业技术专家，共同开发项目化课程。

(3) 动态能力提升机制

实施"三阶培养计划"：新教师完成 6 个月企业轮岗，骨干教师主持 1 项横向课题，专业带头人每年参加国家级研修，配套建立教师能力成长档案。

(二) 教学设施

学校配备多媒体教室、机房、图书馆等基本教学设施。

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)设备名称及价值	工位数(个)	对应课程
1	新媒体营销实训室	新媒体营销实训、ITMC 模拟实训、创新创业模拟实训、数字营销软件	50m ² 、电脑、4套模拟软件、投影设备等,价值70万	50	市场营销实务、新媒体营销、新媒体营销实训、ITMC 模拟实训、创新创业模拟实训、数字营销
2	商务谈判实训室	商务谈判实训	50m ² 、电脑、1套模拟软件、投影设备等,价值40万	50	商务谈判、现代推销实务、商务礼仪等

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	岗位实习	50
2	三棵树涂料股份有限公司	岗位实习	50
3	才子服饰股份有限公司	岗位实习	50
4	福州市诺飞商贸有限公司	岗位实习	50
5	福建同步体育用品有限公司	岗位实习	50
6	福州永辉超市有限公司	岗位实习	50

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。

表 5 课程推荐教材一览表

课程名称	教材名称	作者	出版单位	出版时间
市场营销实务	市场营销（第五版）	张晋光	机械工业出版社	2024 年
商务谈判	商务谈判(第五版)	毕思勇、 赵帆	高等教育出版社	2025 年
市场调查与分析	市场调查与分析（第三版）	夏学文、 周惠娟	高等教育出版社	2024 年
门店运营管理	连锁门店营运与管理实务(第六版)	陆影、高 皖秋	东北财经大学出版社	2024 年
服务营销	服务营销理论与实务（第四版）	仲晓密	清华大学出版社	2025 年
网络营销	网络营销	汪永华	高等教育出版社	2024 年

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》、《商务礼仪与沟通》2门已验收，省级精品课程《珠宝营销实务》1门已验收，《现代推销实务》已认定为省级精品课程，校企合作新形态教材《现代推销实务》、《门店运营管理》2本已验收。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。

表 6 教学课程学习资源一览表

序号	课程名称	空间学习资源地址	其它学习资源
1	推销实务	https://www.xueyinonline.com/detail/237246143	https://www.xueyinonline.com/detail/262030433
2	珠宝营销实务	https://www.xueyinonline.com/detail/233725277	
3	商务礼仪与沟通	https://www.xueyinonline.com/detail/239732208	https://www.xueyinonline.com/detail/260726912

（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）质量保障

1.建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等专业调研、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，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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.为提升教学质量，推动专业建设与行业需求对接，本专业将构建“线上线下相结合”的教研组织体系，重点建立以下制度：

(1) 线上线下相结合的集中备课制度

线上备课：依托智慧教学平台（如超星、钉钉等），建立专业教学资源库，定期上传课程大纲、案例素材、企业项目等，供教师共享研讨。

线下集中备课：每月组织 1 次全体专任教师与企业导师参与的集体备课，围绕核心课程进行教学设计优化，确保教学内容与行业动态同步。

(2) 定期教学研讨会议制度

月度教研会：聚焦教学问题，如学生技能短板、企业新需求等，制定改进措施。

学期总结会：结合学生就业数据、企业反馈，调整人才培养方案，强化实践教学。

通过制度化教研活动，促进教师能力提升，确保人才培养质量。

5.为全面提升人才培养质量，本专业将构建"四维一体"的教学质量监控体系：

(1) 改进结果评价：建立"就业质量+职业发展"双维度结果评价体系，引入第三方评估机构开展毕业生跟踪调查。

(2) 强化过程评价：实施"课堂观察+实训考核"动态监测机制，推行"教师自评+同行互评+学生评教"三维评价。

(3) 探索增值评价：设计"入学-毕业"能力成长指标体系，运用大数据分析学生个体成长轨迹。

(4) 健全综合评价：构建"知识+技能+素质"多元评价模型，实施"学校+企业+行业"多方参与的评价机制

(5) 配套措施：开发智能化的教学质量监测平台，建立评价结果与教学改进的闭环机制，每学期形成教学质量分析报告并持续改进。通过系统化的质量监控体系，确保人才培养质量持续提升。

6.专业教研室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。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。

九、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	832
2	专业课程	86	1800
合计		137	2632

(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 本及以上如下表所示相关证书等(包括但不限于)其他类证

(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

十、办学特色

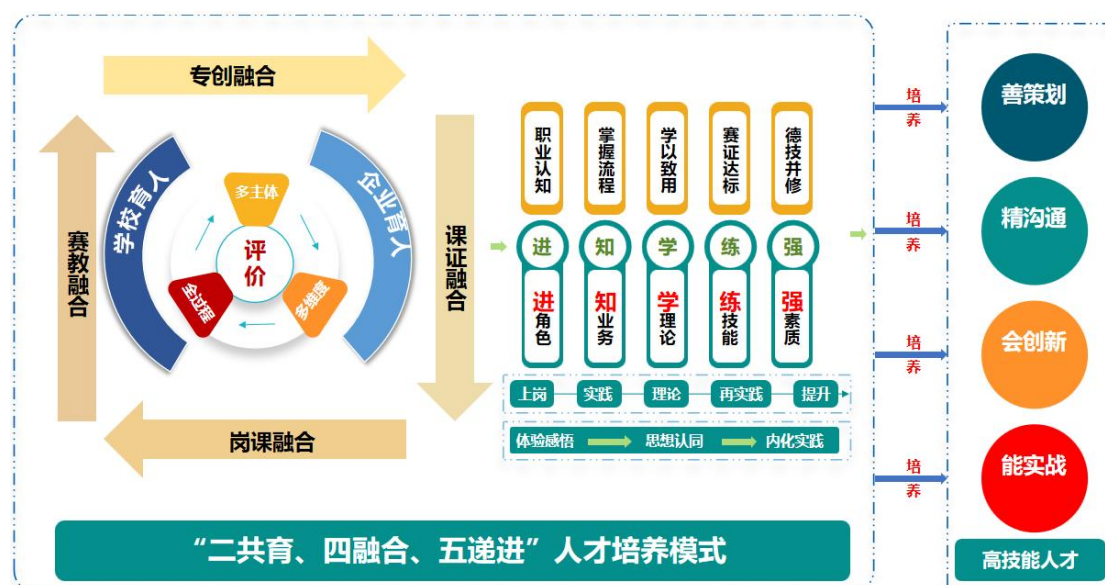
本专业能紧跟区域产业优势和行业需求，及时调整人才培养方案，培养目标、培养规格、课程体系、教学条件等要素能与时俱进，突出校本特色，专业辨识度高，打造具有区域特色的专业品牌。

1.总体定位

市场营销专业立足高职办学层次，对接区域产业需求，以实践育人为主线，实施“二共育、四融合、五递进”人才培养模式，着力培养善策划、精沟通、会创新、能实战的高技能人才。

2.人才培养模式特色

以专创、岗课、课证、赛教“四融合”为路径，联动学校、企业双方协同育人，构建多主体、多维度、全过程评价体系。通过“进角色、知业务、学理论、练技能、强素质”五步递进，实现职业认知、流程掌握、学以致用、赛证达标、德技并修，本专业立足高职商科人才培养规律，落地二共育、四融合、五递进闭环式人才培养模式，打造全链条育人机制，具体如下图所示：



(1) 二共育：校企双主体协同共育

以学校育人 + 企业育人双主体协同为核心，搭建多维度、全过程多元评价体系，学校负责理论根基与思政素养培育，莆田本地鞋服、电商龙头企业深度嵌入人才培养全流程，共建课程、共建实训、共评学生，形成双向互通、闭环反馈的育人评价机制，破解校企育人脱节痛点。

(2) 四融合：四维融通贯穿人才培养全链路

岗课融合：锚定莆田电商、鞋服营销岗位标准，将岗位工作内容拆解融入课程体系，岗位需求反向修订课程标准；

课证融合：对接互联网营销师职业技能等级证书考核内容，考证考点嵌入日常课堂教学；

专创融合：创新创业教育贯通专业教学，依托莆田创业产业氛围，把产品策划、创业项目作为专业实训内容；

赛教融合：将市场营销技能大赛、互联网 + 创新创业大赛赛项规程转化为实训项目，以赛促教、以赛促学。

（3）五递进：五步阶梯式能力成长（进角色→知业务→学理论→练技能→强素质）

遵循上岗→实践→理论→再实践→提升成长路径，配套体验感悟→思想认同→内化实践思政递进养成：

进角色（职业认知）：新生入校即进入企业认知，完成职业认知，建立岗位角色意识；

知业务（掌握流程）：依托实训项目，模拟岗位任务，熟悉业务流程；

学理论（学以致用）：依托岗位实践反哺课堂理论学习，实现理论落地学以致用；

练技能（赛证达标）：依托技能竞赛、职业资格证书考核打磨实操技能，实现赛证双达标；

强素质（德技并修）：全程融入德育与职业素养教育，实现德技双修，最终定向培育善策划、精沟通、会创新、能实战的营销高技能人才。

3.校本特色

（1）师资融合：学校打造了一支“双师型”师资队伍，既有具备深厚专业理论知识的校内教师，又有来自企业一线的兼职教师。校内教师定期参加企业实践培训，企业教师参与学校教学研讨，共同开发课程与教材。

（2）课证融通：对接互联网营销师考试，将考试大纲内容融入课程体系。

（3）专业认知：通过开展专业认知实训，组织学生深入企业，亲身体验业务流程，感受职场氛围。同时，邀请行业名师进校园，分享前沿知识与实战经验，拓宽学生视野，助力学生快速建立专业认知，明晰职业发展方向。

4.区域特色

（1）校企协同：与莆田当地企业紧密合作，如福建复茂食品有限公司、才子服饰股份有限公司、方家铺子（莆田）绿色食品有限公司等。企业为学生提供实习岗位和实践项目，让学生接触真实业务场景实现人才培养与企业需求无缝对接。

(2) 数字经济赋能：紧扣莆田市数字经济政策，紧跟莆田十五五商贸数字化发展规划，专业动态对标区域产业政策调整人才培养内容，实现人才供给与地方数字产业岗位需求同频，打造“立足莆田产业、服务数字商贸、助力本土实体经济数字化转型”独有区域办学标签。

十一、附录

1. 公共基础课程说明表
2. 专业基础课程说明表
3. 专业核心课程说明表
4. 专业拓展课程说明表
5. 集中实践教学课程说明表

附件 1

公共基础课程说明表

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	通过理论学习和实践体验，帮助大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，牢固树立社会主义核心价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，进一步提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，为逐渐成为德、智、体、美、劳全面发展的中国特色社会主义伟大事业的合格建设者和可靠接班人。	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	通过该课程的教学，帮助学生掌握马克思主义中国化的历程和理论成果，了解党的路线、方针和政策，帮助大学生树立正确的世界观、人生观和价值观；自觉运用马克思主义的立场、观点和方法，提高分析解决现实问题的能力；确立中国特色社会主义的共同理想和信念。坚定走中国特色社会主义道路的信念，坚定建设和发展中国特色社会主义的信心，坚定对党和政府的信任，增强实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴的历史使命感与社会责任。	以马克思主义中国化的历程和理论成果为主线，帮助学生了解党的路线、方针和政策，树立正确的世界观、人生观和价值观；自觉运用马克思主义的立场、观点和方法，提高分析解决现实问题；确立中国特色社会主义的共同理想和信念。	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	通过该课程的教学，引导学生系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的理论成果和思想精髓，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华。深刻理解“十个明确”、“十四个坚持”、“十三个方面成就”的重要内容及内在逻辑，进一步增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。	课程系统论述习近平新时代中国特色社会主义思想的科学理论体系，让学生掌握当代中国马克思主义观察世界、分析国情的思维方法，使大学生能自觉运用马克思主义的立场、观点和方法，提高分析解决新时代中国特色社会主义建设过程中出现的现实问题的能力；使大学生确立新时代中国特色社会主义的共同理想和信念。	全程运用多媒体进行教学
4	形势与政策	通过该课程的教学，帮助学生提高思想政治素质，正确认识国内外形势，增强民族自信心和自豪感，增强建设中国特色社会主义的信心；有助于学生拓宽视野，改善知识结构，了解我国社会改革与发展的实践与进程。	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，引导学生牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，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。	采用课堂讲授、线上授课、线下专题讲授、形势报告讲座方式。

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
5	中华民族共同体概论	通过该课程的教学，帮助学生掌握中华民族共同体的理论内涵、历史渊源及现实意义，理解各民族共同团结奋斗、共同繁荣发展的核心要义，熟悉党的民族政策与实践路径。培养学生具备运用马克思主义民族理论分析现实问题的能力，增强跨文化沟通与民族团结实践能力，最终强化中华民族共同体意识，坚定文化自信与国家认同，培养维护民族团结、促进社会和谐的责任感。	课程内容紧扣理论与实践相结合的原则，涵盖中华民族共同体的理论基础、历史渊源、文化根基及新时代实践路径。帮助学生掌握中华民族共同体形成逻辑、历史贡献与政策体系，提升政策理解与跨文化沟通能力，增强“五个认同”，树立民族团结意识与责任感。	案例教学、互动研讨与实践教学、线上线下结合教学
6	军事理论	军事理论课程以国防教育为核心，通过系统化的军事教学实践，帮助大学生掌握基础军事理论知识体系。课程旨在实现三大育人目标：一是筑牢国家安全根基，增强国防观念与国家安全意识；二是培育家国情怀，强化爱国主义、集体主义精神；三是锻造纪律素养，提升组织纪律性与团队协作能力。通过多维度的素质培养，该课程不仅有效促进大学生综合素质的全面发展，更为中国人民解放军储备优质兵员、培养高素质预备役军官奠定了坚实基础。	教学内容涵盖中国国防、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方面。教学要求如下：增强学生的国防观念，强化其关心国防、热爱国防、自觉参加和支持国防建设的意识。帮助学生明确我军的性质、任务和军队建设的指导思想，树立科学的战争观和方法论。引导学生牢固树立“科学技术是第一生产力”的观点，激发其开展技术创新的热情。培养学生为国防建设服务的思想，培育坚定的爱国主义精神。	采用课堂授课、线上平台、系列讲座等形式
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	职业生涯规划与就业指导	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。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。	本课程着力聚焦职业生涯规划基础知识、基本理论、自我探索、生涯与职业决策以及大学生职业规划的制定与实施等内容，基本涵盖了大学生在职业生涯规划过程中所需的各类知识与技巧。课程紧密贴合学生求职、创业的实际需求，将求职心理学、社会学、品德修养以及职业素养等知识与技能有机融合，致力于培养学生在求职、创业等方面的专业技能，塑造良好的求职心理品质，增强综合职业素养，从而全面提升学生的就业能力。	采用课堂讲授、典型案例分析、行为测试、小组讨论、见习参观等方法。

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
9	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。	结合学院垃圾分类、志愿服务、劳动精神、劳模精神、工匠精神、学生实训等劳动教育与实践开展情况，从“理解劳动的意义”“树立正确的劳动态度”“锻炼劳动能力”和“尊重劳动成果”等模块，阐释了劳动思想、劳动知识、劳动技能和劳动实践等有关内容。	采用课堂讲授、专家讲座、专题实训、实践活动等形式相结合。
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	高等数学	使学生能运用数学中的微分方程、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。	采用多媒体课件与板书相结合的教学手段,运用超星平台,课前推送学习资源,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。
12	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。

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
13	大学英语 1、2	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。	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	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	1.知识目标：系统掌握总体国家安全观的核心内涵，理解“12+4”重点领域安全的定义、威胁与维护方法。 2.能力目标：具备分析国家安全问题的能力，能够结合专业领域提出维护国家安全的对策。 3.素质目标：树立国家安全底线思维，强化责任担当，践行总体国家安全观。	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。包括国家安全的内涵、原则、总体安全观、重点领域；国家安全形势；国际战略形势。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、实践教学

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
16	信息技术与人工智能	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。	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。
17	中华优秀传统文化	知识目标：要求学生比较系统地熟悉中华优秀传统文化；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
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

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
19	大学生安全教育	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>可采用课堂授课、系列讲座、社会实践等方式。</p>
20	“四史”课程	<p>教育引导學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。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>

附件 2

专业基础课程说明表

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	考核方式
1	习近平经济思想概论	<p>知识目标：了解习近平经济思想的基本理论体系，明晰其形成背景、核心要义与重大时代价值；深刻把握党领导经济工作、新发展理念、高质量发展、中国式现代化等核心内容。</p> <p>能力目标：能够运用习近平经济思想观察、分析日常经济现象与行业发展问题，解读国家经济政策对岗位、行业的影响，具备理论联系实际、独立思考辨析的能力。</p> <p>素质目标：坚定理想信念与政治认同，厚植家国情怀，树立正确职业观、发展观，增强担当意识、实干精神，自觉将个人成长融入国家现代化建设大局。</p>	<p>主要教学内容：习近平经济思想的形成脉络、理论精髓与实践伟力；经济工作的根本保证与人民至上价值立场；新发展阶段、新发展理念、新发展格局与高质量发展；现代化经济体系建设、统筹发展与安全、共同富裕等专题内容。</p> <p>教学要求：要求学生系统掌握理论逻辑，读懂新时代国家经济发展战略，能够结合自身专业岗位践行发展要求，树立服务产业升级、助力经济发展的责任意识。</p>	综合运用讲授法、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。	过程性考核 + 期末考试
2	商务礼仪与沟通	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、开拓创新意识。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	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。	过程性考核 + 期末考试

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	考核方式
3	经济学基础	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p> <p>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。</p>	<p>理实一体化、项目化教学,主要采用课堂讲授、典型案例分折等具体教学方式</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>
4	基础会计	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>

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	考核方式
5	企业管理实务	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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 and 创业精神。</p>	<p>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</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核 + 期末考试</p>
6	市场营销实务	<p>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。</p> <p>能力目标：能熟练应用现代营销理念；能进行宏观环境分析；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</p> <p>素质目标：爱国守法；爱岗敬业；团结协作；诚实守信；公平公正。</p>	<p>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。</p> <p>要求学生掌握营销基本理论知识，懂营销、会营销。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核 + 期末考试</p>

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	考核方式
7	中华商业文化	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>讲授法、情景模拟法、案例教学法、角色扮演法、小组讨论法</p>	<p>过程性考核 + 期末考试</p>
8	新媒体营销	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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思，思维活跃；树立终生学习观念，并具备自主学习的能力。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>案例教学法，项目化教学法、讨论教学法</p>	<p>过程性考核 + 期末考试</p>

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	考核方式
9	消费者行为分析	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>过程性考核 + 期末考试</p>

附件 3

专业核心课程说明表

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	考核方式
1	数字营销	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>素质目标：具备自主学习能力、自我管理能力和自我管理能力。具备岗位职业意识。</p>	<p>主要教学内容包括数字营销概述、数字营销原理与技术认知、数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析与优化。</p> <p>要求学生能够掌握了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。认知数字营销岗位。掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。掌握数字营销策划的方法和技术技能。掌握数字广告营销的方法和技术技能。掌握数字互动营销的方法和技术技能。掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。</p>	项目化教学法、讨论教学法、案例分析法	过程性考核+期末考试
2	销售管理	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	讲授法、案例教学法、情景模拟法、角色扮演法、小组讨论法。	过程性考核+期末考试
3	市场调查与分析	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>素质目标：具备自主学习能力、自我管理能力和自我管理能力。具有市场开拓意识、竞争意识和创新思维能力。</p>	<p>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</p> <p>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。</p>	采用课堂讲授、典型案例分析、小组讨论、社会调查等方法。	过程性考核+期末考试

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	考核方式
4	商务数据分析与应用	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、成本控制意识。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>过程性考核+期末考查</p>
5	商务谈判	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>
6	服务营销	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p> <p>要求学生具有为国家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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>
7	品牌策划与推广	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>

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	考核方式
8	现代推销实务	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>

附件 4

专业拓展课程说明表

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	考核方式
1	门店运营管理	<p>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。</p> <p>能力目标:能够进行门店标准化运营作业;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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p> <p>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。</p>	<p>课堂讲授、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演等方法。</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>
2	智能客户服务实务	<p>知识目标:掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。掌握客服团队组建的方法和技术技能。掌握客户投诉监控和危机事件处理的方法和技术技能。掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>主要教学内容:售前售中售后服务管理体系建设。客服团队组建。客户投诉监控和危机事件处理。智能客服应用场景设计及开发。</p> <p>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。</p>	<p>项目化教学法、讲授法、案例法、分享讨论法</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>
3	人力资源管理	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>素质目标:具有团队精神和协作精神。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>	<p>过程性考核+期末考试</p>

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	考核方式
4	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，激发学生在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。	过程性考核+期末考试
5	AI GC 营销	知识目标：掌握 AIGC 基础与主流工具，熟悉提示词设计、多模态内容生成及行业伦理规范。 能力目标：能熟练运用 AIGC 工具进行全链路营销内容生产，具备人机协同与数据驱动能力。 素质目标：具备职业道德、文化自信、创新思维、工匠精神及团队协作、自主学习意识。	主要教学内容为 AIGC 基础与工具；提示词设计；文案、短视频、数字人直播等实战应用；营销数据分析；全流程综合实训与案例答辩。 要求：掌握主流 AIGC 工具操作，能独立完成多平台内容创作与数字人直播运营，具备全链路营销实战及数据分析优化能力。	理实一体化的项目法教学，案例教学法，讲授法等	过程性考核+期末考试
6	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，电子聘任、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	过程性考核+期末考试
7	视觉沟通技术与应用	知识目标：掌握视觉沟通基本原理、设计元素与版式法则，熟悉营销场景中图像、色彩、文字的组合规范。 能力目标：能运用软件工具制作海报、H5、短视频等营销视觉物料，具备视觉信息提炼与创意表达能力。 素质目标：培养审美感知力、细节专注力及团队协作意识，树立视觉营销伦理与版权观念。	教学内容：视觉基础与设计原则、营销图形与字体应用、版式编排、品牌视觉识别、社交媒体视觉物料（海报/H5/短视频）、数据可视化图表、动态视觉基础。 要求：学生能独立完成从需求分析到视觉输出的完整流程，作品符合商业营销规范，注重信息传达的准确性与吸引力。通过项目实训，强化工具实操与问题解决能力。	多媒体教学法、讲授法、分享讨论法、项目驱动教学法	过程性考核+期末考试

附件 5

集中实践教学课程说明表

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	学分学时/开设学期	实训地点
1	军事技能	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。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。	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。	3 学分、78 学时/第一学期	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	1 学分、26 学时/第一学期	校内+校外
3	毕业设计	掌握毕业设计写作要求，能够进行实际应用，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	4 学分、104 学时/第五学期	企业
4	岗位实习	对在校学习内容综合运用与实践，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岗位实习，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	20 学分、520 学时/第六学期	对在校学习内容综合运用与实践，在企业现场能独立完成某一或某几个岗位的工作任务。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	教学方法与手段	学分学时/开设学期	实训地点
5	思政课实践	通过社会实践引导学生深化对国家发展成就和制度优势的认识；增强学生分析解决实际问题的能力，培养家国情怀与服务社会的意识；提升沟通能力、创新思维和公民责任感，践行社会主义核心价值观；树立正确的世界观、人生观、价值观，坚定理想信念，成长为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	主要内容包括社会调查与研究、志愿服务与公益实践、红色教育与研学、案例分析与模拟实践、职业体验与劳动教育。课程强调“知行合一”，通过多样化实践形式，引导学生将思政理论内化于心、外化于行，培养担当民族复兴大任的时代新人。	社会调查、报告撰写、实践成果、反思总结	1 学分、16 学时/第四学期	校内或校外
6	艺术实践	掌握艺术创作与表演的核心技能（如绘画、设计、音乐、舞蹈、戏剧等），培养艺术项目策划、团队协作与市场适应能力，参与公共艺术项目、社区文化传播，等强化艺术服务社会的责任感。	通过校内艺术实践、校外社会实践、公共艺术服务、数字艺术实践等，参与校内展览或舞台演出，听艺术家讲座，围绕“传统文化创新”“乡村振兴”“红色文化”等主题进行创作，赴非遗传承地、民俗村落、博物馆等开展实地调研，为社区、学校、乡村提供墙绘、公益演出、美育课堂等服务。	校内实践、校外实践、大学生艺术节、运动会	1 学分、16 学时/第四学期	校内或校外
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	1 学分、26 学时/第四学期	院内实训基地

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	学分学时/开设学期	实训地点
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	1 学分、26 学时/第三学期	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	1 学分、26 学时/第四学期	院内实训基地
10	办公软件技能提升实训	知识目标:掌握 Excel 财务函数(如 SUMMIF、VLOOKUP)、数据透视表及图表分析技术,熟悉 Word 文档排版规范,了解办公软件协同操作流程。 能力目标:能独立运用 Excel 完成数据计算、图表生成及可视化分析,提升办公自动化效率。素养目标:培养严谨细致的工作态度,增强数据安全意识,树立规范操作的职业习惯,提升团队协作与信息化办公素养。	主要教学内容包括:Excel 应用:数据录入,公式函数(SUMFS/VLOOKUP)、数据透视表制作。Word 文档:排版、目亲生成、格式规范。效率工具:PDF 转换、数据保护、邮件合并等协同技能。综合实训:数据分析及报告撰写,要求学生熟练操作办公软件,强调规范性与推准确性,独立完成分析报告,纳入实操考核。	项目驱动、案例分析、实操演示和操作、小组讨论合作	1 学分、26 学时/第五学期	院内实训基地

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	学分学时/开设学期	实训地点
11	市场营销综合实训	<p>知识目标：掌握营销策划撰写、新媒体文案编辑、汇报等知识。</p> <p>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</p> <p>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。</p>	<p>主要教学内容为学生进行营销活动策划、新媒体文案制作、项目汇报等。</p> <p>要求学生掌握根据实际项目进行活动策划、活动执行、项目汇报。</p>	项目驱动、实操演示和实操、小组讨论合作	2学分、52学时/第五学期	院内实训基地