福州科技职业技术学院

Fuzhou Vocational College of Science and Technology

市场营销专业人才培养方案

专　　业：市场营销

专业代码：530605

学　　制：三年

适用年级：2026级

专业负责人：王航

制订成员：工商贸易系教研组

系部审核：李凯琳

二〇二六 年 六 月

目录

一、专业名称与代码 3
二、入学要求 3
三、修业年限 3
四、职业面向 3
五、培养目标与培养规格 4
（一）培养目标 4
（二）培养规格 4
六、课程设置及要求 7
（一）公共基础课程 8
1.思政课程 8
2.通识课程 10
（二）专业（技能）课程 14
1.专业基础课程 14
2.专业核心课程 17
3.专业拓展课程 21
4.实践性教学环节 24
（三）课程思政要求 27
七、教学进程总体安排 28
（一）教学活动时间安排表（按周安排） 29
（二）课程学时比例表 29
（三）教学进程安排表 30
八、实施保障 32
（一）师资队伍 32
（二）教学设施 33
（三）教学资源 36
（四）校企合作 36
（五）教学方法 37
（六）教学评价 38
（七）质量管理 39
九、毕业要求 40

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

1.专业名称：市场营销专业

2.专业代码：530605

二、入学要求

中等职业学校毕业、高中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

表 1 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举例	职业资格或职业技能等级证书举例
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）	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）	直播销售员、选品员、视频创推员、平台管理员、市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管、渠道推广经理等	营销员、互联网营销师、连锁经营管理师、电子商务师、全媒体运营师、客户服务管理员、物流服务师、采购员、品牌管理师、数据分析师等

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治合格，德智体美劳全面发展，适应福州市与海峡西岸经济区建设需要、适应现代商贸与先进制造行业发展需要，培养具备市场营销专业理论、良好人文与数字素养、职业道德及创新意识，掌握市场调研、数字营销等技术技能，兼具工匠精神与可持续发展能力的专业人才。培养面向批发零售、商务服务、先进制造等行业，聚焦市场营销专员、互联网营销师、品牌策划师、智能客服管理等职业和岗位，能够从事市场调研分析、项目销售执行、数字营销策划、智能客户服务等工作的市场营销专业的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

表 2 培养规格

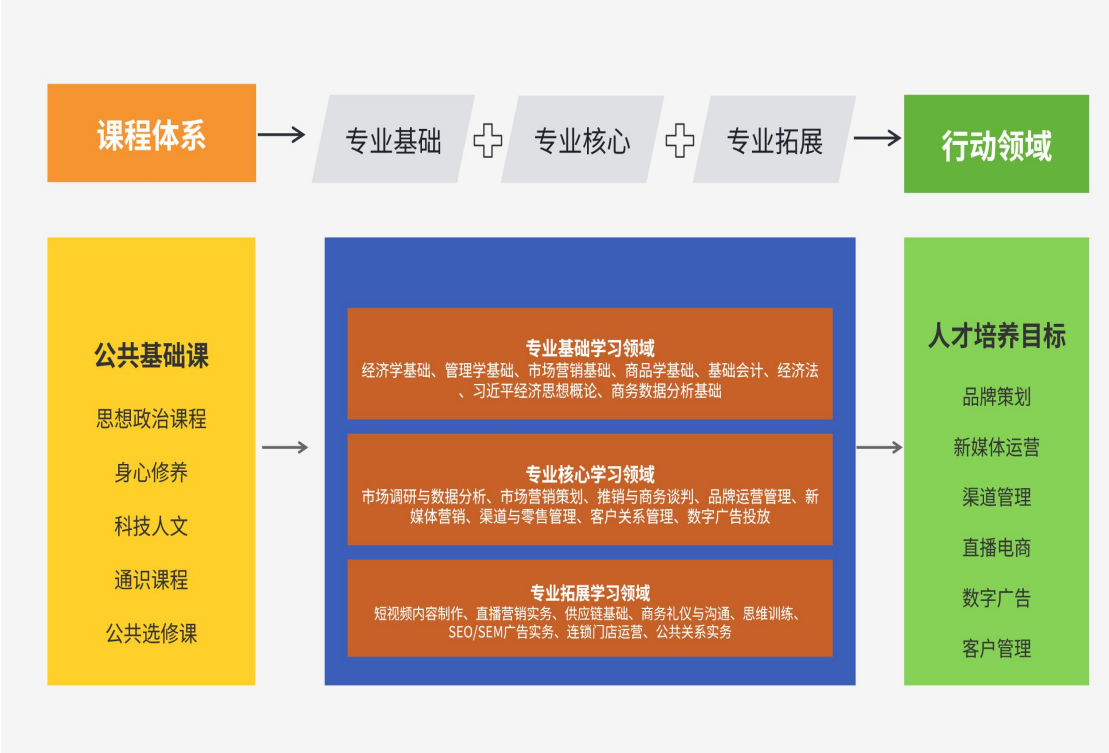
要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	1.具有正确的世界观、人生观、价值观。	坚决拥护中国共产党领导，树立新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。	《思想道德与法治》 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》 《形势与政策》 《军事理论》 《军事技能》 《国家安全教育》
	2.具有良好的职业道德和职业素养。	崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；	《创新创业教育基础》 《就业指导》 《劳动教育》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		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。	具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；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。	《体育》 《美育》 《大学生心理健康教育》
能力（专业）	1. 商务沟通与信息素养能力	具备良好的语言文字表达能力，能规范撰写工作文档、报告及商业信函，善于公开演讲与沟通；具有严密的逻辑分析能力和批判性思维，能准确提炼信息要点；熟练运用办公软件、数据分析工具及云协作平台，高效处理商务数据与文档；具有自主学习和终身学习意识，能主动适应社会与行业变化，保持职业竞争力。	《商务礼仪与沟通》 《商务数据分析与应用》 《商务谈判》
	2. 市场营销核心技能与应用能力	系统掌握市场调研、营销策划、销售管理、客户服务及商务谈判等专业技能；能独立完成调研方案设计与报告撰写，制定完整的营销计划；掌握销售团队管理与过程管控；能处理客户咨询与投诉，提升客户忠诚度；精通谈判策略，达成双赢协议；熟练运用网络营销、	《数字营销》 《销售与管理》 《消费者行为分析》 《客户服务与管理》 《网络营销》 《社群营销》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		社群运营、数字营销工具（SEO/SEM、社交媒体广告等）开展线上推广与用户粘性提升；熟悉零售与供应链基础流程，具备从事一线营销工作的综合实践能力。	
	3.创意与内容制作能力	掌握广告策划与实务技能，能根据品牌与产品特点制定广告策略，设计广告文案与创意表现；精通短视频策划与制作，能够运用新媒体工具进行内容创作与传播；具备创新思维和审美能力，能结合热点与用户需求生产有吸引力的营销内容，提升品牌曝光与转化效果。	《短视频策划与制作》 《广告实务》
知识（专业）	1.经济管理基础理论知识	系统掌握经济学基础理论（微观：供求理论、弹性理论、市场结构；宏观：国民收入决定、通货膨胀、失业），能运用经济原理解释市场现象；掌握管理学基础理论（计划、组织、领导、控制四大职能），了解组织行为学、战略管理基本知识，具备初步的管理决策与分析能力；熟悉零售运营与供应链管理基础流程，理解商品流通与库存管理的基本原理。	《经济学基础》 《管理学基础》 《零售基础》 《供应链管理》
	2.市场营销核心知识	系统掌握市场营销学核心理论（STP 战略、4P 策略、品牌管理），能针对不同市场制定基本营销策略；掌握商品学基础知识（商品分类、质量、标准、检验、包装、	《市场营销基础》 《商品学基础》 《消费者行为分析》 《电子商务基础》

要素	基本要求	培养规格	对应课程
		养护），理解商品属性与消费者需求的关联；熟悉消费者行为分析的基本理论与模型，能运用相关知识指导营销实践；了解电子商务基础模式与运营流程。	
	3. 相关法规与财务知识	熟悉经济法相关知识（合同法、公司法、消费者权益保护法），能识别和规避营销活动中的常见法律风险；掌握会计基础知识（借贷记账法、财务报表分析），能读懂资产负债表和利润表，清晰理解营销活动对企业财务状况的影响；形成跨学科知识整合能力，能在营销决策中综合运用法律与财务知识。	《经济法基础》《基础会计》

六、课程设置及要求



（一）公共基础课程

1.思政课程

表 3 思政课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	思想道德与法治	48	**①知识目标：**掌握马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，明确社会主义核心价值观内涵、中华传统美德内涵和中国精神内涵； **②能力目标：**遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践紧密结合起来，引领良好的社会风尚；追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，培育和践行社会主义核心价值观； **③素质目标：**大学生学习法治思想、养成法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素养和法治素养；领悟人生真谛、把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念。	本课程主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，结合高职院校特点，注重加强学生的职业道德教育，提升学生思想道德素质和法治素养。	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	**①知识目标：**了解马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果，通过学习毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系的形成和发展，建立对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就更深刻的认识； **②能力目标：**运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题；坚持理论联系实际；自觉投身中国特色社会主义伟大实践； **③素质目标：**树立中国特色社会主义共同理想，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提高思想政治理论素养。	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、科学发展观产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
3	习近平新时代中	48	**①知识目标：**掌握习近平新时代中国特	主要讲授马克思主	

	国特色社会主义思想概论		色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践； **②能力目标：**理解中国共产党人如何运用马克思主义理论最新成果习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点、方法解决现实生活的基本问题，推进中国特色社会主义伟大事业。 **③素质目标：**增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，成长为新时代社会主义建设者和接班人。	义中国化时代化的最新成果，系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想形成的时代背景、核心要义、精神实质、丰富内涵、重大意义、历史地位和实践要求，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署，引导大学生增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，成长为新时代社会主义建设者和接班人。	**教学方法：**采用模块化的专题化教学方式，课堂教学中采用问题驱动、案例分析、互动讨论、自主探究等方式，教师讲授与学生自主学习相结合。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
4	形势与政策（一）—（六）	36	**①知识目标：**引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，包括马克思主义的形势与政策观、科学分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生和发展、政策的本质和特征等基础知识；掌握党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系； **②能力目标：**（1）培养学生掌握正确分析形势的能力，用马克思主义立场、观点、方法观察形势，关注形势，判断形势。（2）培养学生对党的路线方针政策的掌握能力。知晓政策、读懂政策、用好政策。（3）培养“四种能力”：时势政治的学习力、客观形势的判断力、国家政策的把握力、路线方针的理解力； **③素质目标：**让学生感知国情民意，体会党的路线方针政策的实践，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，把握正确的世界观、人生观和价值观，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的	根据《高校“形势与政策”课教学要点》通知，结合实际情况，紧跟当下时政热点，全面系统、及时跟进推动党的创新理论进教材进课堂进学生头脑，每学期从《时事报告》大学生版教材中遴选 3 个主题开展专题教学。	**教学方法：**采用专题化教学方式，通过案例分析、互动讨论等使学生完成各种任务目标。 **考核要求：**考查。以提交专题论文、调研报告为主。

			信心和决心，为实现强国建设、民族复兴而发奋学习；		
5	国家安全教育	16	**①知识目标：**通过完成当代大学生国家安全教育课程，学生基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，国家安全各重点领域的基本内涵、重要性； **②能力目标：**熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战；掌握维护国家安全的途径与方法； **③素质目标：**通过当代大学生国家安全教育课程，使学生在日常的学习生活中，自觉养成维护国家安全的良好习惯。	本课程系统阐释总体国家安全观的科学内涵和核心要义。通过系统学习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。	**教学方法：**采用线上线下相结合的方式。具体为专题化教学模式，通过案例分析、分组研讨、场景体验等教学方式完成任务。 **考核要求：**考查（最终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。

2.通识课程

表 4 通识课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要求）
1	体育 （一）—（四）	112	**①知识目标：**掌握、巩固和提升体育专项知识和运动水平，提升专项兴趣爱好。 **②能力目标：**提升学生专项技能，培养团结协作，探究学习、自觉锻炼等良好习惯，培养优秀体育精神和职业素养。 **③素质目标：**树立终身体育和全民健身思想，培养优秀体育精神和职业素养。	体育运动卫生保健知识；二十四式太极拳、篮、足、排等专项体育运动技术、技能；专项理论知识、一般身体素质和专项身体素质练习；第二课堂校园阳光健康跑。	**教学方法：**采用模块化的项目任务，通过现场演示、分组训练使学生完成各种任务目标。 **考核要求：**考查。采用项目式考核，过程项目考核 40%（考勤、作业、课堂表现）+课程考试 60%，成绩采用百分制。
2	大学生心理健康教育	32	**①知识目标：**增强学生的心理健康意识，提高学生心理健康科普知识的水平。 **②能力目标：**培养学生维护心理健康、预防心理疾病的生活及行为习惯；培养和提升学生应对心理问题和心理疾病的基本技能。 **③素质目标：**培养学生对待自身和他人心理健康的科学态度，减少对心理健康相关问题的偏见。	主要内容是理论和实践部分。理论部分主要是介绍心理健康，认识自我，正确的恋爱观，危机与创伤等内容；实践主要是团体辅导活动。	**教学方法：**通过典型案例、心理测试和课堂活动等教学方式，使学生掌握并应用心理健康知识，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理健康素质，促进学生全面发展。 **考核要求：**考查。（最

					终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。
3	军事理论	32	**①知识目标:**了解我国的国防历史和现代化国防建设的现状，增强依法建设国防的观念；了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识；了解高科技，明确高技术对现代战争的影响。 **②能力目标:**具备对军事理论基本知识进行正确认知、理解、领悟和宣传的能力。 **③素质目标:** 培养严明的组织纪律观念；培养敬业乐业、精益求精的工作作风；培养学生交流、沟通能力；培养团队协作意识。	中国国防；国家安全；军事思想；现代战争；信息化装备。	**教学方法:** 采用线上线下相结合方式教学，综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展教学。 **考核要求:** 考查。（最终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。
4	大学英语（一）—（二）	128	**①知识目标:** 掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法；掌握必要的跨文化知识。 **②能力目标:** 具备必要的英。语听、说、读、看、写、译技能；能够识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段，根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；能够辨析语言和文化中的具体现象；能用英语讲述中国故事、传播中华文化；能够效完成跨文化沟通。 **③素质目标:** 培养学生职场涉外沟通和多元文化交流，提升学生语言思维，促进学生自主学习完善。突出职业特色，加强语言实践应用能力培养；提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。	大学英语课程包含大学英语（1）和大学英语（2）两部分。大学英语课程教学内容以基础模块即通用职场英语为主，辅以职业提升英语，涵盖职业与个人、职业与社会和职业与环境三大主题；涵盖日常生活和职场情境中的各种典型语篇；涵盖哲学、经济、科技、教育、历史、文学、艺术、社会习俗、地理概况以及中外职场文化和企业文化等文化知识；并结合专业特色开展提升语言综合应用能力的项目实践。	**教学方法:** 采用模块化的项目任务，通过教师讲解、现场演示、分组讨论、分组实践使学生完成各种任务目标。 **考核要求:** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
5	大学生职业生涯规划	32	**①知识目标:** 通过本课程的教学，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境。 **②能力目标:** 通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能、生涯决策技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用	建立生涯意识、自我认识与职业探索、生涯与职业决策、大学生职业生涯规划制定、职业	**教学方法:** 采用线上线下相结合方式教学，综合运用讲授法、案例法、分组讨论法等方法，充分运用信息化手段开展

			技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。 **③素质目标：**通过本课程的教学，大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。	生涯规划的评估与调整。	教学。 **考核要求：**考查。（最终成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%，采用百分制）。
6	就业指导	16	**①知识目标：**通过本课程的教学使大学生了解国家的就业形势和对大学生创业的优惠政策，把握职业选择的原则和方向；了解就业登记手续，掌握求职过程中简历撰写注意事项，面试基本类型与应对技巧。 **②能力目标：**通过本课程的教学，大学生应当掌握就业信息搜索技能、掌握求职过程中简历和求职信的撰写技巧，掌握面试的基本形式和面试应对要点，提高面试技能。掌握权益保护的方法与途径，维护个人的合法权益。 **③素质目标：**通过本课程的教学使学生了解国家就业方针政策，树立正确的择业就业和职业道德观念，锻造良好的心理素质，了解就业程序和就业权益，掌握求职就业的技巧和礼仪，并树立积极正确的人生观、价值观。	就业形势政策与求职途径、简历撰写、面试技巧与求职礼仪、就业程序与就业权益、职业适应与发展。	**教学方法：**讲授法、讨论法、演讲、角色扮演、结合实践教学。 **考核要求：考查。**最终成绩=平时成绩 50%+个人简历撰写情况 50%，采用百分制）。
7	信息技术	48	**①知识目标：**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。 **②能力目标：**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。 **③素质目标：**具备独立思考和主动探究能力，学生职业技能主要内容包含信息素养与职业文化、新一代信息技术、Windows 操作系统、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作六部分内容。	主要内容包含信息素养与职业文化、新一代信息技术、Windows 操作系统、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作六部分内容。	**教学方法：**采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动法、实训作业法、自主学习法等。 **考核要求：**考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
8	人工智能应用	32	**①知识目标：**熟练运用 AIGC 核心工具（文本、图像、音频、视频类）完成内容生成任务。例如，使用文心一言生成专业文档，	熟练运用 AIGC 核心工具（文本、图像、	**教学方法：**采用讲授法、引导教学法、讨论法、情境教学法、任务驱动

			文心一格设计图像，豆包进行语音合成，即梦 AI 制作视频；能根据需求优化提示词，确保生成内容风格统一、信息准确，并遵守版权与伦理规范。 **②能力目标：** 掌握 AI 智能办公工具的应用，包括使用 XMind、TreeMind 构建思维导图，ChatExcel 处理数据并生成图表，Kimi+PPT 助手制作演示文稿； **③素质目标：**能通过自然语言指令完成数据清洗、可视化分析及文档协同编辑，提升办公效率。通过自然语言指令完成数据清洗、可视化分析及文档协同编辑，提升办公效率。	音频、视频类）完成内容生成任务；掌握 AI 智能办公工具的应用。	法、实训作业法、自主学习法等。 **考核要求：** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
9	大学语文	32	**①知识目标：**掌握基本的语言知识和文学常识，了解中华民族优秀的传统文化。 **②能力目标：** 提高阅读、写作、口语表达等语言运用能力，以及文学鉴赏、批评、探究的自主学习能力。拓宽文化视野，培养高尚的道德情操和健康的审美情趣。 **③素质目标：** 增强民族自豪感，提高民族自信心及文化认同感。	通过经典的诗词、散文、小说等文学文化作品的选读、赏析和讨论，培养学生的人文素养、审美情趣和思辨创新能力。通过学习应用文的写作方法和技巧，如公文文书、事务文书等，提高学生的语言应用能力。	**教学方法：** 讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。 **考核要求：** 考查（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。
10	经济应用数学	48	**①知识目标：**熟练掌握函数与常用经济函数、极限、连续与间断、导数、概率论与数理统计的概念，熟记其几何意义及经济意义；正确理解极限计算公式与方法、导数计算公式和求法、极值与最值求法、边际值与弹性值求法等问题。 **②能力目标：** 培养建模能力，将经济问题量化成数学问题，并会用数学知识和方法求其解；培养计算能力，具有简单的手工计算能力、数理模型的构建和使用能力；培养数理方法在经济领域中应用能力(核心能力)：能够应用数学知识求解相应经济问题。 **③素质目标：**培养学生运用数学思想和方法，提高自主学习、终身学习能力、知识应用能力、问题解决能力，使学生具有思维严密、推理合理、表达准确、创新探索的科学精神。	本课程主要讲解函数、极限和连续、导数、概率论与数理统计的基本概念与基本理论，需要学生掌握函数极限、导数的基本运算方法以及常见的与经济问题相关的函数，能够运用所学数学知识、数学思维和数学方法，解决一些简单的实际应用问题及经济应用问题。	**教学方法：** 讲授法、讨论法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。 **考核要求：** 考试（最终成绩=平时成绩 10%+期中考试 20%+期末考试成绩 70%，采用百分制）。

（二）专业（技能）课程

1.专业基础课程

表 5 专业基础课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	经济学基础	48	**①知识目标：** 掌握经济学的基本原理、理论体系和核心概念，理解微观经济学中的供求理论、消费者行为理论、生产者行为理论、市场结构理论，以及宏观经济学中的国民收入决定、失业与通货膨胀、经济增长等基础知识。**②能力目标：** 能够运用经济学基本原理分析和解释现实经济现象，能够对市场价格波动、企业行为、宏观经济政策等做出初步分析和判断；具备数理逻辑思维能力和经济问题实证分析能力。**③素质目标：** 具备经济学素养和辩证思维，培养数据意识和从经济视角解读商业现象的职业思维；加强职业道德意识，树立绿色、协调、共享的发展理念。	经济学的研究对象与方法；供求理论及其应用；消费者行为理论；生产者行为理论（生产函数、成本理论）；市场结构理论（完全竞争、垄断、垄断竞争、寡头）；市场失灵与微观经济政策；国民收入核算与决定；失业与通货膨胀；经济周期与经济增长；宏观经济政策。	**教学方法：** 采用案例教学法，结合经济热点和企业实际案例讲解经济理论；引入数学统计和社会心理学知识，培养跨学科分析能力；利用图表和数据分析工具增强直观理解。**考核要求：** 过程性考核（课堂讨论、作业、案例分析报告）占 30%—40%，终结性考核（闭卷考试）占 60%—70%，重点考核学生对基本原理的理解和运用能力。
2	管理学基础	48	**①知识目标：** 掌握管理的基本概念、管理思想的演变脉络，理解管理的四大职能——计划、组织、领导、控制的基本原理和方法，掌握目标管理、决策方法、组织结构设计、激励理论、沟通原理、控制类型等核心内容。**②能力目标：** 能够运用管理理论分析和解决企业实际管理问题；具备初步的计划制订能力、组织设计能力、领导与激励能力、沟通协调能力和控制评价能力。**③素质目标：** 具备管理思维和管理素养，培育实事求是、勇于创新的管理精神；树立团队合作意识、责任意识和规则意识；养成良好的职业道德和敬业精神。	管理与管理者；管理思想的演进（古典管理理论、行为科学理论、现代管理理论）；决策与计划（决策类型与过程、计划制订、目标管理）；组织（组织结构设计、组织文化、组织变革）；领导（领导理论、激励理论、沟通管理）；控制（控制类型与过程、控制方法）。	**教学方法：** 采用问题导向教学法和小组讨论法，以企业实际管理案例为引导，启发学生分析管理问题并提出解决方案；结合模拟实训和管理游戏，增强学生的管理实践体验。**考核要求：** 过程性考核（案例分析报告、小组展示、课堂参与）占 40%，终结性考核（闭卷考试）占 60%，重点考核学生对管理职能的理解与应用能力。
3	商品学基础	48	**①知识目标：** 掌握商品学的研究对象	商品学的研究对象	**教学方法：** 充分运用

			与内容，理解商品质量的基本要求与影响因素，掌握商品分类与编码、商品标准与标准化、商品检验与评价、商品包装、商品养护与储运等基础知识和基本方法。 **②能力目标：** 能够识别常见商品的质量特征并进行初步的质量评价；能运用商品分类知识和编码规则进行商品归类；能够分析商品储运过程中的质量变化原因并提出养护措施。 **③素质目标：** 形成严谨认真的商品质量意识，培养团队协作精神和合作交流意识；增强热爱祖国和民族文化的品格，树立诚信经营、质量为本的职业操守。	与内容；商品分类与编码；商品质量与质量管理；商品标准与标准化；商品检验与质量评价（感官检验、理化检验）；商品包装（功能、材料、标志）；商品养护与储运（商品质量变化的类型与影响因素、储运管理）；主要商品的特性与鉴别。	多媒体、网络等教学手段，依托慕课、微课等平台，结合翻转课堂和混合教学模式，构建真实、开放的教学情境；增加实物展示和实训操作环节，强化感官检验等实践技能训练。 **考核要求：** 过程性考核（实训操作、质量分析报告）占 40%，终结性考核（理论与案例分析相结合，闭卷或开卷）占 60%。
4	市场营销基础	48	**①知识目标：** 掌握市场营销的核心概念、营销观念的演变，掌握营销环境分析、消费者行为分析的方法，理解市场细分与目标市场选择、市场定位的理论，系统掌握 4Ps 营销组合策略（产品、价格、渠道、促销）的内容与方法。 **②能力目标：** 能够进行市场营销环境分析与评价；能够完成市场细分、目标市场选择与市场定位；能够设计营销组合策略并制定营销策划方案；能够进行简单的消费者行为分析和竞争分析。 **③素质目标：** 树立以消费者为中心的现代营销观念，培养团队合作能力和创新意识；具备商贸富国、兴商润民、客户至上、诚信共赢的职业信念，践行工匠精神。	市场营销概论（市场与市场营销、营销观念的演变）；市场营销环境分析；消费者行为分析；市场细分、目标市场选择与市场定位；产品策略（产品生命周期、产品组合、品牌与包装）；价格策略（定价目标、定价方法、定价策略）；渠道策略（渠道类型与设计、渠道管理）；促销策略（广告、人员推销、营业推广、公共关系）；市场营销新趋势（数字化营销、新零售等）。	**教学方法：** 采用案例教学与任务驱动相结合的方法，以企业真实营销案例为导入，引导学生分析营销环境、制定营销策略；设置营销策划实训任务，培养学生项目策划和执行能力；运用情景模拟、角色扮演等方式增强实践体验。 **考核要求：** 过程性考核（案例分析、营销策划方案撰写与展示、小组研讨）占 40%—50%，终结性考核（闭卷考试或综合案例分析）占 50%—60%。
5	中华商业文化	36	**①知识目标：** 掌握中华商业文明的演进脉络，理解丝绸之路、明清商帮、老字号品牌等核心内容，掌握商业模式的本质与创新设计方法，了解商业转型的背景与趋势。 **②能力目标：** 能够辨析不同商帮的经营文化特征并汲取传统商道智慧；能够识别老字号品牌的经营精髓并将其启	商史文化（中国商业的起源与变迁）；商路文化（丝绸之路、京杭大运河、茶马古道等）；商帮文化（浙商、晋商、徽商等典型商帮的兴衰与经营哲	**教学方法：** 坚持理论讲授与案例分析相结合，引入《梦粱录》等古籍资源进行解析；课堂研讨与实地走访（商业博物馆、非遗工坊等）相结合；传统商道智慧与现代数字技术应用相

			示应用于现代商战分析；能够关注商业发展趋势并提出商业模式的创新设想。 **③素质目标：** 培育诚信担当、创新协作的商业素养与文化自信，强化家国情怀与商业伦理意识；培养精益求精的匠心精神和爱国明理、合作共生的职业精神。	学）；商号文化（中华老字号与现代名企的经营智慧）；商人精神与商业伦理；商业模式与商业转型（商业模式创新设计、新经济环境下的企业转型）。	结合。 **考核要求：** 采用线上与线下融合、过程性评价与终结性评价相结合的多元化考核模式，过程性考核（课堂参与、小组展示、调研报告）占 60%—70%，终结性考核占 30%—40%。
6	基础会计	48	**①知识目标：** 掌握会计的基本理论和基本核算方法，包括会计要素与会计等式、复式记账、账户结构、会计凭证的分类与内容、会计账簿的设置与登记、会计报表的编制等内容。 **②能力目标：** 能够正确填制和审核会计凭证；能够依据复式记账原理处理常见经济业务；能够规范登记账簿并完成对账、结账；能够编制资产负债表和利润表等基础财务报表。 **③素质目标：** 培养严谨细致的会计职业素养、实事求是的工作态度和良好的职业道德；强化诚信意识和法治观念，认识到会计在企业经济管理中的重要地位。	会计认知（会计的概念、职能、对象与要素）；会计恒等式与会计科目、账户；复式记账原理与借贷记账法的运用；主要经济业务的核算；会计凭证（原始凭证的填制与审核、记账凭证的填制与审核）；会计账簿（设置、登记、对账、结账与错账更正）；财产清查；账务处理程序；财务会计报表（资产负债表、利润表）。	**教学方法：** 贯彻“理实一体”的教学理念，讲授与实训相结合；以典型工作任务为驱动，按实际会计工作流程设计教学环节；展示各类会计凭证和账簿，采用“边讲边练”的方式增强学生的操作体验。 **考核要求：** 过程性考核（实训操作、凭证账簿填制、期中测验）占 40%—50%，终结性考核（闭卷考试，理论知识占 40%、业务处理占 60%）占 50%—60%。
7	商业经济基础	48	**①知识目标：** 掌握商业的基本概念与发展历程，理解商业活动、商业主体与商品流通规律，识别传统与新型商业经营模式的类型与特点，了解商业模式创新与创业的基本方法。 **②能力目标：** 能够分析商业运行环境并识别商业主体的类型；能够运用商品流通规律分析商业现象；能够识别不同商业经营模式的特点并分析其运作逻辑；能够初步识别商业机会并了解创业计划书的基本结构。 **③素质目标：** 培养商业思维和商业素养，增强对商业运行规律的系统认知；培养数据分析能力和创新意识，具备客观分析商业价值的思维能力。	认识商业（商业的含义与产生、中国商业发展历程）；商业活动与商业主体（商业活动的流程与规律、商业主体的类型）；商品流通与商业模式（商品流通渠道与规律、传统商业经营模式、新型商业经营模式如电子商务与新零售）；商业运营体验（商品采购、销售、物流）；商业信用与财务管理；商业模式创新	**教学方法：** 围绕“理论+实践、案例引导、技能培养”的思路展开，以真实商业案例为切入点，激发学习兴趣；融入模拟经营和市场调研等实践活动，增强学生的实际问题解决能力。 **考核要求：** 过程性考核（课堂参与、案例分析、模拟实训、市场调研报告）占 40%，终结性考核（闭卷或开卷考试）占 60%，重点考核学生对商业经济基本知识的理解与应用能力。

				与创业。	
8	习近平经济思想概论	32	**①知识目标：** 掌握习近平经济思想的科学体系、核心要义、基本内涵和实践要求，理解其作为习近平新时代中国特色社会主义思想重要组成部分的理论地位，了解其在经济领域的原创性贡献。 **②能力目标：** 能够运用习近平经济思想的基本原理分析当代中国经济发展中的现实问题，形成辩证分析经济现象的能力，增强在专业实践中践行新发展理念的自觉性。 **③素质目标：** 深刻领会习近平经济思想的重大意义与时代价值，增强拥护党的领导和中国特色社会主义制度的政治认同，培养运用科学理论观察和分析经济问题的思维能力，培育家国情怀和社会责任感。	习近平经济思想的形成背景与时代意义；习近平经济思想的科学体系与核心要义；坚持加强党对经济工作的集中统一领导；坚持以人民为中心的发展思想；新发展理念（创新、协调、绿色、开放、共享）引领经济高质量发展；构建新发展格局、推动高质量发展；统筹发展和安全；习近平经济思想在对外开放、区域协调发展、乡村振兴等领域的实践运用。	**教学方法：** 坚持课堂教学与案例教学相结合，选取经济发展中的典型案例引导学生运用理论分析现实问题；融入研讨式教学和小组讨论，增强师生互动和思想交流；结合经管类专业特点，促进理论学习与专业教育的有机统一。 **考核要求：** 注重过程性考核与终结性考核相结合，过程性考核（课堂参与、案例分析、实践报告、小组研讨）占50%—60%，终结性考核（开卷考试或综合性论文）占40%—50%。

2.专业核心课程

表6专业核心课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要求）
1	品牌策划与推广	48	①知识目标：了解品牌的基本内涵、发展脉络与市场特征，熟悉品牌定位、品牌设计、品牌传播与品牌维护的基本理论与行业规则。 ②能力目标：能够结合市场实际与企业需求开展品牌诊断、品牌策划、推广方案设计，具备基层营销岗位品牌运营与落地执行能力。 ③素质目标：树立市场导向、诚信经营	课程主要包含四大核心内容：品牌基础认知与品牌文化、品牌定位与品牌形象设计、品牌传播与推广策略、品牌维护与品牌升级运营。立足高职营销岗位需求，结	教学方法：采用项目驱动、案例研讨、模拟实操等多元教学模式，全程融入创新素养与职业素养教育。教师紧跟新媒体品牌营销前沿更新教学内容，结合企业岗位标准考核学生策划能力、推广能力与综合职

			的职业理念，养成创新思维、严谨务实的工作作风，增强市场竞争意识、服务意识和职业发展意识。	合市场真实项目与案例，通过项目化教学夯实学生品牌策划与实操推广能力	业素养。 考核要求:过程评价(课堂参与、作业、项目报告等）50% + 期末实操或方案设计 50%。
2	销售与管理	48	①知识目标:掌握销售流程、客户开发、谈判技巧、销售团队管理、销售激励与绩效考核、销售数据分析等知识。 ②能力目标：具备寻找潜在客户、有效沟通、促成交易、处理异议的能力；能制定销售计划、分析销售数据并进行基层销售团队管理。 ③素质目标:培养抗压能力、诚信品质、服务意识、领导力与团队精神。 销售职业与销售流程；客户开发与接近；销售谈判与异议处理；成交与售后服务；销售目标与计划管理；销售团队建设与激励；销售绩效考核；销售数据分析基础。 教学方法:角色扮演、情景模拟、案例分析、企业专家讲座、实战演练、销售模拟软件。 考核要求：平时表现（情景模拟、案例讨论）30% + 销售方案设计或实战业绩模拟 40% + 期末考试 30%。	销售职业与销售流程；客户开发与接近；销售谈判与异议处理；成交与售后服务；销售目标与计划管理；销售团队建设与激励；销售绩效考核；销售数据分析基础。	①知识目标：掌握销售流程、客户开发、谈判技巧、销售团队管理、销售激励与绩效考核、销售数据分析等知识。 ②能力目标：具备寻找潜在客户、有效沟通、促成交易、处理异议的能力;能制定销售计划、分析销售数据并进行基层销售团队管理。 ③素质目标：培养抗压能力、诚信品质、服务意识、领导力与团队精神。 销售职业与销售流程;客户开发与接近;销售谈判与异议处理;成交与售后服务；销售目标与计划管理；销售团队建设与激励；销售绩效考核；销售数据分析基础。 教学方法:角色扮演、情景模拟、案例分析、企业专家讲座、实战演练、销售模拟软件。 考核要求:平时表现(情景模拟、案例讨论）30% + 销售方案设计或实战业绩模拟 40% + 期末考试 30%。
3	商务数据分析与应用	48	①知识目标:掌握商务数据采集、清洗、分析方法，熟悉 Excel 高级功能、SPSS 或 Python 基础操作，了解数据可视化及数据驱动决策原理。 ②能力目标：能运用数据分析工具处理商务数据，制作数据报表与可视化图	商务数据分析概述；数据采集与清洗；描述性统计分析；Excel/SPSS/Python 基础;数据可视化	教学方法：理实一体、任务驱动、软件实操、案例分析（电商、零售数据）、小组项目。 考核要求：平时作业+上机操作 40% + 数据分

			表，发现商业问题并提出优化建议。 ③素质目标：培养逻辑思维、严谨态度、数据敏感度及商业洞察力，遵守数据伦理。	（Tableau、Power BI）；客户与销售数据分析；市场趋势预测；数据分析报告撰写。	析报告或项目 60%。
4	消费者行为分析	48	①知识目标：掌握消费者心理与行为的基本理论（动机、感知、学习、态度、个性），购买决策过程，影响消费者行为的内外部因素（文化、社会、家庭、情境等）。 ②能力目标：能运用观察、问卷、访谈、实验等方法分析消费者需求与偏好，为产品定位、广告、定价等营销策略提供依据。 ③素质目标：培养同理心、批判性思维、人文关怀及市场敏感度。	消费者行为学导论；消费者动机与需求；消费者感知与学习；态度形成与改变；文化、亚文化与社会阶层；参考群体与家庭影响；购买决策过程；网络消费者行为；消费者行为调研方法。	教学方法：案例教学、小组调研、角色扮演、心理测试、课堂讨论、眼动实验或虚拟仿真。 考核要求：调研报告（小组）40% + 案例分析或课堂测试 30% + 期末考试 30%。
5	商务礼仪与沟通	48	①知识目标：掌握商务场合个人形象（着装、仪态）、社交礼仪（见面、介绍、名片、接待、宴请）、商务沟通技巧（倾听、提问、反馈）、谈判礼仪及跨文化沟通知识。 ②能力目标：能得体地进行自我介绍、商务拜访、电话/邮件沟通、会议组织、客户接待及商务宴请；具备良好的倾听与表达能力，能够有效处理冲突。 ③素质目标：培养职业素养、尊重意识、团队合作精神、文化包容性及自信从容的仪态。	商务礼仪概述；个人形象塑造；见面与介绍礼仪；接待与拜访礼仪；电话与邮件沟通；会议与谈判礼仪；中西餐宴请礼仪；跨文化商务沟通；职场沟通与向上管理。	教学方法：示范教学、情景模拟、视频纠错、礼仪实训、小组练习、企业实地观摩。 考核要求：过程考核（情景模拟表现、礼仪展示、日常考勤）50% + 期末综合测评（笔试或实操展示）50%。
6	零售基础	48	①知识目标：了解零售业态类型（百货、超市、便利店、专卖店、电商、无人零售等），掌握零售战略、商品管理、店铺选址与设计、定价与促销、零售数据分析等基础知识。 ②能力目标：能进行零售店铺运营管理（商品陈列、库存控制、收银操作、客户服务），具备初步的零售选址评估与促销策划能力。 ③素质目标：培养服务意识、细节管理	零售学导论；零售业态分类；零售战略与选址；商品规划与采购；定价与促销管理；店铺设计与商品陈列；库存与供应链管理；零售客户服务；新零售与数字化零售。	①知识目标：了解零售业态类型（百货、超市、便利店、专卖店、电商、无人零售等），掌握零售战略、商品管理、店铺选址与设计、定价与促销、零售数据分析等基础知识。 ②能力目标：能进行零售店铺运营管理（商品

			意识、创新思维及成本控制意识。 零售学导论；零售业态分类；零售战略与选址；商品规划与采购；定价与促销管理；店铺设计与商品陈列；库存与供应链管理；零售客户服务；新零售与数字化零售。 教学方法：实地考察、案例讨论、模拟软件（如 Retail Sim）、角色扮演、企业专家分享。 考核要求：平时作业与考察报告 30% + 店铺运营方案设计或模拟经营 40% + 期末考试 30%。		陈列、库存控制、收银操作、客户服务），具备初步的零售选址评估与促销策划能力。 ③素质目标：培养服务意识、细节管理意识、创新思维及成本控制意识。 零售学导论；零售业态分类；零售战略与选址；商品规划与采购；定价与促销管理；店铺设计与商品陈列；库存与供应链管理；零售客户服务；新零售与数字化零售。 教学方法：实地考察、案例讨论、模拟软件（如 Retail Sim）、角色扮演、企业专家分享。 考核要求：平时作业与考察报告 30% + 店铺运营方案设计或模拟经营 40% + 期末考试 30%。
7	客户服务与管理	48	**①知识目标：**掌握客户服务理念、客户关系管理（CRM）系统功能、客户满意度与忠诚度模型、客户投诉处理流程、大客户管理及客户数据分析方法。 **②能力目标：**能运用 CRM 工具进行客户信息管理、客户分级、服务流程优化；具备处理客户投诉、建立良好客户关系、提升客户满意度与忠诚度的能力。 **③素质目标：**培养耐心、责任心、服务热情、问题解决能力和以客户为中心的价值理念。 客户服务概述；客户期望与感知；沟通与共情技巧；客户投诉与危机处理；客户满意度与忠诚度管理；CRM 系统应用（客户信息、销售自动化、数据分析）；大客户管理；客户服务团队建设与绩效考核。 教学方法：案例教学、角色扮演、软件实训（如纷享销客、Salesforce）、企业项目实战、服务情景模拟。 考核要求：平时表现（角色扮演、案例讨论）30% + CRM 操作或服务方案设计	客户服务概述；客户期望与感知；沟通与共情技巧；客户投诉与危机处理；客户满意度与忠诚度管理；CRM 系统应用（客户信息、销售自动化、数据分析）；大客户管理；客户服务团队建设与绩效考核。	①知识目标：掌握客户服务理念、客户关系管理（CRM）系统功能、客户满意度与忠诚度模型、客户投诉处理流程、大客户管理及客户数据分析方法。 ②能力目标：能运用 CRM 工具进行客户信息管理、客户分级、服务流程优化；具备处理客户投诉、建立良好客户关系、提升客户满意度与忠诚度的能力。 ③素质目标：培养耐心、责任心、服务热情、问题解决能力和以客户为中心的价值理念。 客户服务概述；客户期望与感知；沟通与共情技巧；客户投诉

			40% + 期末考试 30%。		与危机处理；客户满意度与忠诚度管理；CRM 系统应用（客户信息、销售自动化、数据分析）；大客户管理；客户服务团队建设与绩效考核。 教学方法：案例教学、角色扮演、软件实训（如纷享销客、Salesforce）、企业项目实战、服务情景模拟。考核要求：平时表现（角色扮演、案例讨论）30% + CRM 操作或服务方案设计 40% + 期末考试 30%。

3.专业拓展课程

表 7 专业拓展课程教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标（素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求（教学方法、考核要求）
1	短视频策划与制作	48	**①知识目标：**掌握短视频平台规则（抖音、快手、视频号等）、内容定位、脚本撰写、拍摄技巧（构图、运镜、灯光）、剪辑软件（剪映、PR 基础）及发布优化策略。 **②能力目标：**能独立完成短视频选题、脚本创作、拍摄与剪辑，并根据数据反馈优化内容，具备账号运营初步能力。 **③素质目标：**培养创意表达、团队协作、网络审美、版权意识及热点敏感度。	短视频行业认知；账号定位与内容策略；脚本编写与分镜头设计；手机/相机拍摄技巧；剪辑基础（剪映/PR）；特效与字幕音乐添加；短视频发布与数据分析；热门赛道案例拆解（剧情、测评、Vlog 等）。	**教学方法：**案例教学、项目实战、分组创作、拉片分析、企业导师分享、手机拍摄实训。 **考核要求：**平时作业（脚本、片段练习）30% + 完整短视频作品（含数据分析报告）50% + 期末理论考核 20%。
2	电子商务基础	48	**①知识目标：**掌握电子商务概念、模式（B2B、B2C、C2C、O2O）、网络零售流程、电子支付、物流配送、网络营销基础、电商法律与安全。	电子商务概述；电商主要模式；电子支付与互联网金融；电商物流基础；	**教学方法：**理实一体、模拟平台实训（如 ITMC、博导前程）、案例讨论、企业参观、真

			②能力目标：能完成主流电商平台（淘宝、京东、拼多多等）的开店准备、商品上架、店铺基础装修、订单处理及简单客服操作，会使用电商后台数据工具。 **③素质目标：**培养诚信经营、风险防范意识、服务精神及创新创业思维。	电商安全与法规；主流平台操作（开店、选品、上架、装修）；网络营销工具（直通车、钻展简介）；客户服务基础。	实开店体验（可选）。 **考核要求：**平时操作练习 30% + 店铺运营方案或模拟店铺成果 40% + 期末考试（理论+实操）30%。
3	广告实务	48	**①知识目标：**掌握广告学基本原理、广告媒介类型（传统媒体与数字媒体）、广告策划流程、广告创意方法、广告文案写作、广告预算与效果评估基础。 **②能力目标：**能完成简单的广告策划方案，撰写广告文案（标题、正文、口号），设计基础平面广告（借助工具或团队合作），并对投放效果进行初步分析。 **③素质目标：**培养创新思维、品牌意识、法律与伦理素养（不虚假宣传），提升审美能力。	广告概述与发展趋势；广告策划与策略；广告创意理论（USP、品牌形象等）；广告文案写作（标题、正文、口号）；平面/短视频广告制作基础；媒介选择与组合；广告预算与效果评估；广告法规与职业道德。	**教学方法：**案例教学、头脑风暴、小组策划、广告赏析、模拟提案、文案实训。 **考核要求：**平时作业（文案、创意练习）30% + 广告策划方案（含设计样稿）50% + 期末考试 20%。
4	网络营销	48	**①知识目标：**掌握网络营销基本概念、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、短视频与直播营销、邮件营销、网络广告、数据监测与分析工具。 **②能力目标：**能制定网络营销组合策略，运用 SEO/SEM、微信公众号/微博运营、短视频平台推广、直播带货等技能，并利用百度统计等工具进行效果分析。 **③素质目标：**培养数据思维、合规意识（如广告法、个人信息保护）、创新与应变能力。	网络营销概述；网络消费者分析；搜索引擎营销（SEO+SEM）；社交媒体营销（微信、微博、小红书）；短视频与直播营销；内容营销（软文、电子书）；邮件营销；网络广告（信息流广告）；网络营销效果评估。	**教学方法：**案例教学、项目驱动、模拟实训（百度推广模拟器）、企业真实项目、小组竞赛。 **考核要求：**平时表现（参与模拟）30% + 网络营销策划方案或实战数据报告 50% + 期末考试 20%。
5	思维训练	48	**①知识目标：**掌握创新思维工具（头脑风暴、思维导图、六顶思考帽、逆向思维、批判性思维等），问题分析与解决模型（5W2H、SWOT、PDCA、鱼骨图）。 **②能力目标：**能运用思维工具进行创意	思维概述与认知模式；创新思维方法（头脑风暴、水平思考、逆向思维）；逻辑思维与批判性	**教学方法：**游戏教学、分组研讨、思维工具练习、案例分析、辩论赛、项目挑战。 **考核要求：**课堂参与与

			生成、问题结构化分析、决策评估，并在团队中有效表达和批判性讨论，提升逻辑与创造力。 **③素质目标：**培养开放心态、系统思维、反思习惯及跨领域联想能力。	思维；思维导图与结构化思考；问题分析与解决流程（界定、分析、方案、评估）；商业模式画布等创意工具；团队思维与协作；案例实训（营销创意、管理决策）。	练习 40% + 思维工具作品集（如思维导图、分析报告）30% + 期末创新方案或答辩 30%。
6	供应链管理	48	**①知识目标：**掌握供应链基本概念（采购、生产、物流、库存、分销、信息流），供应商选择与评估、库存管理方法（EOQ、JIT）、物流配送优化、供应链协同与风险管理。 **②能力目标：**能进行供应商初步评估、库存控制计算、物流成本基础分析，使用供应链模拟软件或Excel进行简单决策，制定基本的供应链改善建议。 **③素质目标：**培养全局意识、成本控制观念、团队协作及风险防范意识。	供应链管理导论；采购与供应商管理；生产计划与库存控制（EOQ、安全库存）；仓储与配送管理；运输与路径优化；供应链信息共享（牛鞭效应）；供应链协同与绩效评价；供应链风险管理。	**教学方法：**案例教学、软件模拟（如 SimFlex、啤酒游戏）、角色扮演（供应商、制造商、零售商）、企业实地参访。 **考核要求：**模拟经营成绩或实验报告 30% + 小组供应链分析项目 40% + 期末考试 30%。
7	社群运营	48	**①知识目标：**掌握社群概念、社群搭建流程（定位、规则、成员结构）、社群内容与活动策划、社群裂变工具、用户分层及数据分析、社群商业变现模式。 **②能力目标：**能独立创建并运营一个社群（QQ 群、微信群或知识星球），制定活跃计划、组织话题讨论与线上活动，完成基础的用户增长与转化。 **③素质目标：**培养用户思维、沟通协调能力、责任心和社群文化塑造意识。	社群商业价值；社群定位与架构设计；社群规则与文化；成员招募与筛选；内容与话题运营；社群活动策划（打卡、分享会、抽奖等）；社群裂变增长工具（任务宝、活码）；社群数据分析（活跃度、转化率）；社群变现模式（电商、课程、会员）。	**教学方法：**项目实战(真实建群运营）、案例拆解、工具实训（Wetool、小 U 管家）、小组路演。 **考核要求：**社群运营实践报告(数据+复盘)50% + 社群活动策划方案 30% + 平时表现 20%。
8	商务谈判	48	**①知识目标：**掌握商务谈判基本概念、谈判准备（BATNA、利益点）、谈判阶	商务谈判导论；谈判风格与原则（哈	**教学方法：**情景模拟、角色扮演、案例分析、

			段策略（开局、报价、磋商、让步、成交）、谈判礼仪与沟通技巧、跨文化谈判特点。 **②能力目标：**能进行谈判前的调研与目标设定，运用报价、让步、说服、僵局处理等策略完成模拟谈判，并撰写谈判纪要或合同草案。 **③素质目标：**培养双赢思维、心理抗压能力、灵活应变能力及职业道德。	佛原则谈判法）；谈判准备与信息收集；谈判团队角色分工；开局与报价策略；讨价还价与让步技巧；僵局与突破策略；签约与谈判复盘；跨文化谈判差异；谈判礼仪。	录像回放与点评、企业谈判专家分享。 **考核要求：**模拟谈判表现（小组+个人）50% + 谈判方案与总结报告 30% + 理论知识测试 20%。

4、实践性教学环节

表 8 实践性教学环节教学要求

序号	课程名称	学时（周）	课程目标 （素质目标、知识目标、能力目标）	主要内容	教学要求 （教学方法、考核要求）
1	入学教育	16	培养遵纪守法、遵守规章制度的能力，对大学和专业学习的认知能力、对未来职业生涯初步规划的能力。	校史校情教育、校规校纪教育、安全知识教育、生命与感恩教育、思想道德与党团教育、学风与专业教育、学院特色教育	**教学方法：**讲授法、案例法、情境教学法、问题导向教学法、比较教学法等。

2	军事技能	56	**①知识目标：**提高学生思想素质，具备军事素质，保持心理素质，培养身体素质，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； **②能力目标：**掌握内务制度与生活制度，列队动作基本要领。具备一定的个人军事基础能力及突发安全事件应急处理能力； **③素质目标：**熟悉并掌握单个军人徒手队列动作的要领、标准。	共同条令教育与训练、战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练	**教学方法：**实施集中训练与分散巩固相结合的教学模式。 **考核要求：**采取过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，总评成绩=平时成绩 30%（其中平时训练占 20%，出勤占 10%）+技能考核成绩 50%+理论考核成绩 20%。
3	劳动教育	16	**①知识目标：**帮助学生对劳动创造价值、劳动对于生存与发展的意义等有科学的认识，树立正确的劳动观； **②能力目标：**学生通过各种劳动体验，提升劳动能力，形成良好的技术素养，使学生学会安全劳动，保证劳动质量； **③素质目标：**提高学生职业素质，形成时代发展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力。锤炼艰苦奋斗、顽强拼搏和艰苦创业的意志。	通过组织系统化、常态化的劳动实践，将马克思主义劳动观、社会主义核心价值观以及劳动精神、劳模精神、工匠精神有机融入，引导学生树立“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的价值取向，增强社会责任感、集体意识和奋斗精神，实现知行合一、以劳育德。	**教学方法：**分为理论课程和实践课程。理论课程：采用课堂教学网络教学相结合的形式授课；实践课程：采用实践教学的形式。 **考核要求：**考查。实践+作业
4	市场营销专项实训	48	**①知识目标：**系统掌握市场调研、营销策划、产品推广、销售管理、数字营销等核心环节的操作流程与规范要求； **②能力目标：**能够独立或团队协作完成某一具体产品或项目的营销方案设计与执行，包括调研问卷设计、数据分析、策划书撰写、模拟销售及效果评估； **③素质目标：**培养敬业精神、团队合作意识、抗压能力、创新思维及严谨的职	市场调研实训（问卷设计、数据采集与分析）；营销策划实训（撰写策划方案、PPT 汇报）；数字营销实训（搜索引擎模拟、社交媒体推广、短视频制作）；销售模拟	**教学方法：**项目驱动教学法、任务导向法、角色扮演法、案例分析、小组协作、软件模拟（如营销实战沙盘）。 **考核要求：**过程评价（考勤、课堂表现、阶段性任务）40% + 实训成果（策划方案、调研报告、

			业态度。	实训（角色扮演、谈判模拟）；综合项目实战（真实或虚拟企业任务）。	作品集）60%。实训成果需提交书面报告并进行路演汇报。
5	企业岗位实习	224	**①知识目标：**学习营销策略；了解新技术、新工艺使用和推广情况；培养良好的职业习惯与职业道德；跟踪行业（产业）信息。 **②能力目标：**进一步了解市场营销在生产建设中的地位与作用；进一步理解和巩固所学的专业基础理论知识；了解过程中的生产组织形式、管理方式；掌握从事市场营销专业技术工作及管理工作所必须的各种基本技术和技能在实际岗位中的应用； **③素质目标：**培养学生团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质；培养学生认真细致的工作态度；培养学生的质量意识、安全意识。	了解新技术、新工艺使用和推广情况；培养良好的职业习惯与职业道德；跟踪行业（产业）信息。	**考核要求：** 与实习单位与指导教师共同考核。
6	毕业实践	504	**①知识目标：**完成毕业岗位实习和毕业设计（论文、总结报告）。 **②能力目标：**结合生产实际的工作任务进行理论联系实际，以提高学生的工程应用能力、自学能力、外语能力、计算机应用能力，培养学生的创新思维、团队协作和吃苦耐劳精神，促进学生综合应用能力的提高，增强学生的社会责任感。 **③素质目标：**培养学生团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质；培养学生认真细致的工作态度；培养学生的质量意识、安全意识。	了解公司相应的业务流程，学习现代企业生产、管理、销售及售后服务等知识；学习相关产品、设备或系统的参数及使用技能；熟悉相应实习岗位上的工作要求，包括业务流程、技术支持、系统运营及维护等环节的工作内容，掌握相关岗位工作的实际技能；适应企事业的工作环境和氛围，培养团队合作及敬业爱岗的职业精神。	**考核要求：** 与实习单位与指导教师共同考核。

（三）课程思政要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以立德树人为核心，把学生思想政治教育工作贯穿和体现在教育教学全过程，全面落实全员育人、全程育人、全方位育人要求。遵循思想政治工作规律、遵循教书育人规律、遵循学生成长规律，因事而化、因时而进、因势而新，以思想政治课程为核心，突出发挥主导作用，以其他课程的“课程思政”为基础，实现思政课程与课程思政的同向同行。

在课程思政实施过程中建议围绕着“意识、精神、素养、态度、能力”五个维度进行规划，根据课程性质、类型和开设阶段进行递进式培养。鼓励任课教师，在课程教学过程中，对标企业岗位对人才提出的具体要求，深度挖掘企业大师、劳模的典型案例，丰富课程思政教育资源库，凝练课程思政主线。以教学任务为载体，优化课程思政内容供给，实施思政主线贯穿始终、按任务特点融入思政元素的任务驱动教学。

公共基础课程：要重点提高学生思想道德修养、人文素质、科学精神、宪法法治意识、国家安全意识和认知能力的课程，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

专业基础课程：要根据市场营销专业的特色和优势，深入研究本专业的育人目标，深度挖掘提炼市场营销知识体系中所蕴含的思想价值和精神内涵，如诚信经营、公平交易、尊重消费者权益、遵守商业伦理等。科学合理拓展专业基础课程的广度、深度和温度，从课程所涉专业、行业、国家、国际、文化、历史等角度，增加课程的知识性、人文性，提升引领性、时代性和开放性。例如，在《市场营销基础》《消费者行为分析》等课程中，引导学生理解营销活动对社会文化、消费观念的影响，树立正确的义利观；在《经济学基础》《管理学基础》中融入中国特色社会主义市场经济理论，增强学生对国家经济政策的认同感；在《商品学基础》中融入绿色环保、可持续发展理念，培养学生负责任的商品意识；在《经济法基础》中强化契约精神、反不正当竞争意识，使学生明白合法合规是营销行为的底线。通过专业基础课程教学，引导学生形成“取之有道、用之有度”的商业价值观，为后续专业核心课程的学习奠定坚实的思想基础。

专业核心课程：要注重学思结合、知行统一，增强学生勇于探索的创新精神、

善于解决问题的实践能力。针对市场营销专业核心课程（如《数字营销》《销售与管理》《客户服务与管理》《商务谈判》《网络营销》《社群营销》等），要注重让学生“敢闯会创”，在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。具体而言，在课程中设计真实或模拟的营销项目，鼓励学生围绕“乡村振兴”“国货品牌推广”“绿色营销”“公益营销”等主题开展策划与实践，培养学生运用营销技能服务国家战略、社会民生的大局意识。在《商务谈判》教学中，强化“合作共赢、诚信为本”的谈判伦理，反对欺诈、胁迫等不正当手段；在《销售与管理》中融入“尊重客户、真诚服务”的职业信条，引导学生树立长期主义的客户观；在《数字营销》《社群营销》中强调网络空间清朗、数据隐私保护、抵制虚假流量和恶意营销，培养学生的信息社会责任。通过专业核心课程的思政融入，使学生成为既懂营销技能，又守商业道德、有家国情怀的高素质技术技能人才。

专业拓展课程：要注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。针对市场营销专业的拓展课程（如《短视频策划与制作》《广告实务》《零售基础》《供应链管理》《商务数据分析与应用》《创新创业教育基础》等），要鼓励学生走出课堂，走进市场、企业、社区和乡村，开展真实的市场调研、助农直播、品牌推广等实践活动。在拓展课程中，引导学生关注中小微企业和本土品牌的营销痛点，运用所学知识提供公益营销咨询或帮扶方案，培养学生的社会责任感与服务意识。同时，注重在团队项目、竞赛、实习中强化学生的抗压能力、协作精神和精益求精的工匠态度，例如在短视频制作中反复打磨内容，在数据分析中坚持客观真实，在零售模拟中做到货真价实。通过专业拓展课程，使学生在“做中学、学中做”的过程中，将个人职业发展融入国家发展大局，形成劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的职业价值观。

课程教学过程中应突出培养学生遵纪守法、遵规守纪、严于律己、尊老爱幼的意识，吃苦耐劳、精益求精的工匠精神、劳模精神、劳动精神；诚实守信、严谨认真、理性思维的职业素养；爱岗敬业、踏实肯干的工作态度，守法合规的法治思维，责任担当的邮政精神，规范操作的规范意识，勇于创新的创新意识，以及质量管理、团结协作的能力等，充分发挥课程思政协同和支撑作用。

七、教学进程总体安排

三年总学时数 2820。整周集中实训单独设置，学时按 28 学时/周计算。公

共基础课程学时占总学时 30%。选修课教学时数占总学时 19%。授课课程以 16 学时计为 1 个学分，美育、劳动教育、国家安全教育、职业发展与就业指导以 16 学时为 1 个学分，集中实践以一周计 28 学时为 1 个学分。

教学时间安排。每学年教育教学活动周为 40 周，三年共 120 周,岗位实习不少于 6 个月，运行表中按 20 周(20 学分)计算。

（一）教学活动时间安排表（按周安排）

表 9 教学活动时间安排表

学年	学期	总周数	课堂教学	考试	入学教育、军训	实践性教育环节				假日及机动	小计
						专项实训	岗位实习	毕业设计	毕业教育		
一	1	20	16	1	3					1	40
	2	20	17	2						1	
二	3	20	17	2						1	40
	4	20	17	2						1	
三	5	20	4	0		3	8	1		1	40
	6	20	0	0			18	3	1	1	
合计		120	71	7	2	3	24	6	1	6	120

（二）课程学时比例表

本专业总学分为 150。课时总数为学时 2820，其中公共课程学时 852，约占总学时 30%，实践教学学时 1518，约占总学时 54%，选修课程学时 544，约占总学时 19%。

表 10 课程学时比例表

课程类别	课程子类	课程性质	学分数	学时数			学时百分比（%）
				理论	实践	总学时	
公共基础课程	思政课程	必修	10	168	12	180	6.38%
	通识课程	必修	29	282	230	512	18.16%

		任选	10	160	0	160	5.67%
	小计		49	610	242	852	30.21%
专业（技能）课程	专业基础课程	必修	21	260	80	340	12.06%
	专业核心课程	必修	21	192	144	336	11.91%
	专业拓展课程	专选	24	240	144	384	13.62%
	实践性教育环节	必修	35	0	908	908	32.20%
	小计		101	692	1276	1968	69.79%
合计			150	1302	1518	2820	100.00%

（三）教学进程安排表

表 11 教学进程安排表

教学进程表（三年制高职）

课程模块	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	学分	学时数			考核方式	各学期周学时分配						备注
							总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年		
											一	二	三	四	五	六	
公共基础课程	思想政治课程	必修	999001	思想道德与法治	B	3	48	44	4	考试	3						
			999002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	32	28	4	考查	2						
			999003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	48	44	4	考试		3					
			999004-1	形势与政策（一）	A	1	6	6		考查	1						
			999004-2	形势与政策（二）	A		6	6				1					
			999004-3	形势与政策（三）	A		6	6					1				
			999004-4	形势与政策（四）	A		6	6						1			
			999004-5	形势与政策（五）	A		6	6							1		
			999004-6	形势与政策（六）	A		6	6								1	
			999005	国家安全教育	A	1	16	16	0	考查	1						
		小计				10	180	168	12	0	7	4	1	1	1	1	
	通识课程	必修	999006-1	体育（一）	B	1	28	4	24	考查	2						
			999006-2	体育（二）	B	1	28	4	24	考查		2					
			999006-3	体育（三）	B	1	28	4	24	考查			2				
			999006-4	体育（四）	B	1	28	4	24	考查				2			
			999007	大学生心理健康教育	B	2	32	24	8	考查	2						
			999008	军事理论	A	2	32	32	0	考查		2					
			999009-1	大学英语（一）	B	4	64	40	24	考试	4						
			999009-2	大学英语（二）	B	4	64	40	24	考试		4					
			999010	大学生职业生涯规划	B	2	32	18	14	考查	2						
			999011	就业指导	B	1	16	8	8	考查					1		
			999012	信息技术	B	3	48	16	32	考试	3						
			999013	人工智能应用	B	2	32	16	16	考试					2		
			999014	大学语文	B	2	32	28	4	考查		2					
			999018	经济应用数学	B	3	48	44	4	考试		3					
		小计				29	512	282	230		13	13	2	2	3	0	
		任选	888001	中华优秀传统文化	A	2	32	32	0	考查				2			
			888002	中国共产党党史	A	2	32	32	0	考查			2				
			888003	创新创业基础	A	2	32	32	0	考查		2					
			888004	艺术与美育类	A	2	32	32	0	考查	2						
			888005	体育竞技与安全健康教育类	A	2	32	32	0	考查					2		
		小计（不低于128学时，8学分）				10	160	160	0		2	2	2	2	2	0	
	公共基础课程合计					49	852	610	242		22	19	5	5	6	1	
专业（技能）课程	专业基础课	必修	501001	经济学基础	B	3	48	32	16	考试		3					
			501006	管理学基础	B	3	48	32	16	考试			3				
			503001	商品学基础	B	3	48	32	16	考试				3			
			501017	市场营销基础	B	3	48	32	16	考试	3						
			503002	中华商业文化	B	2	36	36	0	考试			2				
			501004	基础会计	B	3	48	32	16	考试			3				
			503003	商业经济基础	A	2	32	32	0	考试			3				
			501027	习近平经济思想概论	A	2	32	32	0	考试		2					
		小计				21	340	260	80		3	5	11	3	0	0	
	专业核心课	必修	503004	品牌策划与推广	B	3	48	16	32	考试			3				
			503005	销售与管理	B	3	48	32	16	考试		3					
			503006	商务数据分析与应用	B	3	48	16	32	考查		3					
			503007	消费者行为分析	B	3	48	32	16	考试				3			
			503008	商务礼仪与沟通	B	3	48	32	16	考试				3			
			503009	零售基础	B	3	48	32	16	考试			3				
			503010	客户服务与管理	B	3	48	32	16	考试				3			
		小计				21	336	192	144		0	6	6	9	0	0	
	专业拓展课	选修	503011	短视频策划与制作	B	3	48	32	16	考查					3		
			503012	电子商务基础	B	3	48	32	16	考试	3						
			503013	广告实务	B	3	48	32	16	考试				3			
			503014	网络营销	B	3	48	32	16	考试			3				
			501021	思维训练	B	3	48	16	32	考查				3			
			503015	供应链管理	B	3	48	32	16	考试			3				
			503016	社群运营	B	3	48	32	16	考试		3					
			503017	商务谈判	B	3	48	32	16	考试				3			
		小计				24	384	240	144		3	0	3	6	3	0	
	实践性教学环节	必修	999014	入学教育	C	1	28	0	28	考查	1W						
			999015	军事技能	C	2	56	0	56	考查	2W						
			999016	劳动教育	C	1	16	0	16	考查	1	1	1	1	1	1	
			501022	市场营销专项实训	C	3	48	0	48	考查						1	
			501023	毕业教育	C	1	16	0	16	考查						2	
			501024	企业岗位实习	C	8	224	0	224	考查					8W		
			501025	毕业实践	C	18	504	0	504	考查						18W	
			501026	毕业论文及答辩	C	1	16	0	16	考查						1	
		小计				35	908	0	908		4	1	1	1	9	23	
	专业（技能）课程合计					101	1968	692	1276		10	12	21	19	12	23	
全程合计						150	2820	1302	1518		32	31	26	24	18	24	

八、实施保障

（一）师资队伍

1.师资队伍总体现状

（1）总量与结构标准

本专业严格落实专业开设的基本师资条件，现有专业专任教师 15 名，专业兼职教师 5 名，配备副高级职称以上的教师 5 人。

（2）职称与年龄梯队

本专业重点强化中青年骨干培养，45 岁以下中青年教师占比为 81%，形成以资深教师为引领、中年教师为核心、青年教师为储备的可持续发展格局，有效规避人才断层风险。在职称结构上，高级专业技术职务教师占比达 25%。后续将通过企业实践认证、职业技能培训等路径，逐步提升教师队伍规模与质量，强化“理实一体化”教学能力。

2.师德与能力建设

严格落实 “四有好老师”“四个相统一”“四个引路人” 要求建设专业教师队伍，将师德考核纳入教师年度考核、职称评审 “一票否决” 项，建立师德档案与失信惩戒机制。

3.本专业专任教师

本专业构建了一支结构合理的专任教师队伍，全面保障人才培养质量。所有教师均具备本科及以上学历，其中硕士学位占比达 60%，且专任教师数与学生数比例为 1:18，确保教学精力充分投入与个性化指导实效。教师团队兼具深厚的专业理论功底与丰富的实践经验，均达到相应技术技能水平，在教学中，教师均能落实课程思政要求，推动课堂创新。此外，专任教师每年至少 1 个月深入企业或生产性实训基地锻炼，持续跟踪新经济、新技术发展趋势，积极开展技术研发与社会服务，形成“理论教学—实践赋能—科研创新”的良性循环，为培养适应产业升级的高素质技术技能人才提供坚实支撑。

表 12 市场营销专业专任教师情况一览表

序号	姓名	出生年月	性别	学历	学位	专业技术职务	拟任课程
1	欧亚	1972-11	女	研究生	硕士	副教授	广告实务、管理学基础

2	冯若文	1996-07	女	研究生	硕士	助教	基础会计
3	王航	1991-10	男	研究生	硕士	助教	市场营销基础、销售与管理、习近平经济思想概论
4	董燕萍	1998-07	女	研究生	硕士	助教	基础会计
5	李凯琳	1994-10	女	研究生	硕士	助教	电子商务基础、供应链管理
6	朱志达	1980-11	男	研究生	硕士	副教授	商务数据分析与应用
7	陈茜	1996-9	女	研究生	硕士	助教	商务礼仪与沟通
8	郑珊瑚	1994-4	女	本科	学士	助教	中华商业文化
9	陈涓涓	1999-04	女	研究生	硕士	助教	客户服务与管理
10	张永梅	1973-01	女	本科	/	副教授	思维训练
11	邓曦	1976-02	女	本科	学士	助教	零售基础
12	林华捷	1999-01	男	本科	学士	助教	管理学基础
13	翁莹婷	2001-02	女	本科	学士	助教	数字营销
14	杨敏婕	1997-07	女	本科	学士	助教	商业经济基础
15	蔡　琳	1982-02	女	本科	学士	副教授	短视频策划与制作

4.本专业兼职教师

本专业兼职教师具有扎实的专业知识和实际工作经验，了解教育教学规律，其中硕士学位占比为80%，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专业教学任务。

表13 市场营销专业兼职教师情况一览表

序号	姓名	出生年月	性别	学历	学位	专业技术职务	工作单位	拟任课程
1	潘栅杉	1987-08	女	本科	学士	副教授	福州英华职业学院	商业经济基础、商品学基础
2	黄美晴	1995-02	女	研究生	硕士	讲师	福州英华职业学院	社群运营、品牌策划与推广

3	彭秋丽	2002-06	女	研究生	硕士	/	福建师范大学	网络营销、商务谈判
4	杨欢	1995-09	女	研究生	硕士	助教	福州英华职业学院	经济学基础
5	史晓龙	2001-02	男	研究生	硕士	/	福建师范大学	消费者行为分析

（二）教学设施

本专业具有的教学设施能满足正常课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训实习基地，能有效支撑课程实施。

1.校内实训基地

根据教学课程安排,1 个教学班需要用到理实一体化、机房等校内实训室的课程 1 间。该实训室需要配备有 60 台计算机，并安装有相关教学、实训用软件。目前我校已拥有 2 个一体化机房的综合实训室。

表 14　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	多媒体机房 1	人工智能导论：语音识别与合成、数据分析与预测、图像识别与处理项目； 视频制作：利用相关软件完成视频拍摄与剪辑、特效制作、音频制作与处理等项目；	面积 70；台式计算机 80 台； 服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板； 计算机与网络设备：配备高性能计算机，满足数据处理、视频制作、软件运行等需求；同时，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施，配置高速稳定的网络，确保数据传输和在线操作流畅,支持 Web 开发、移动应用开发等； 服务器：用于存储和管理大量商务数据、视频素材、客户信息等，支持多用户同时访问和数据共享； 软件系统：剪映、Canva、Adobe Premiere Pro 等	80	《短视频策划与制作》

2	多媒体机房 2	数字营销：利用 Excel/Google Sheets、Python/R、营销自动化工具等完成策略制定、数据监测和广告优化； 商务数据分析与应用：利用相关软件进行数据采集与处理、分析与可视化、市场行情与店铺运营数据分析、营销推广数据分析实训； 消费者行为分析：使用统计软件（SPSS）、Craft 等工具挖掘行为规律，分析消费者调研数据； 网店运营与推广：网店开设与装修、选品与产品发布、网店客服管理、网店推广实训； 社群运营与营销；社群数据分析与优化实训； 客户关系管理：使用 CRM 系统管理客户信息，进行客户数据分析和营销活动策划；通过呼叫中心系统进行电话客服实战演练； 市场营销专项实训：市场信息收集与分析、营销认知实训、网络营销技能实训、电子商务应用、品牌策划与推广等。	面积 90；台式计算机 100 台； 服务器、交换机、路由器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、交互式电子白板； 计算机与网络设备：配备高性能计算机，满足数据处理、视频制作、软件运行等需求；同时，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施，配置高速稳定的网络，确保数据传输和在线操作流畅，支持 Web 开发、移动应用开发等； 服务器：用于存储和管理大量商务数据、视频素材、客户信息等，支持多用户同时访问和数据共享； 软件系统：数据分析工具（Excel、PowerBI、SPSS 等）、电子商务平台模拟软件、视觉营销设计软件（Photoshop、Illustrator 等）、互联网产品开发工具（HTML、CSS、JavaScript 等）、客户服务管理软件、DEMO 原型设计实训软件等	100	《品牌策划与推广》 《零售基础》 《商务数据分析与应用》 《消费者行为分析》 《网店运营与推广》 《社群运营》 《客户服务与管理》
3	产品创作室	进行手绘插画、艺术设计以及自由产品创作等多样化的实践活动。学生可以自由设计具有创新性的产品，并通过不断的创作优化，提升作品的质量和价值。从创意构思到最终成品的展示与推广，从而激发学生的创新思维和艺术素养。	自由拼接型活动桌子 10 张；（配套椅子）	50	《公共艺术》
4	商务礼仪实训室	商务礼仪与沟通	配备镜墙、课桌椅、会议沙发套装等设备设施，用于职业形象、商务交往、商务沟通、 商务宴请、会务服务等实训教学。	60	《商务礼仪与沟通》

5	专业教室	市场营销基础、管理学、经济学等理论课程	面积 80-200； 配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。	120	理论课程

2.校外实训基地

本专业与校外企业(公司)进行产学结合，依托行业需求导向，构建 “多层次、深融合” 的产学合作体系。

表 15　校企合作/校外实训基地一览表

序号	校企合作/校外实训基地名称	承担功能（实训实习项目）	工位数（个）
1	文鼎供应链管理(福州)有限公司	岗位实习	20
2	厦门豪客来餐饮管理有限公司	岗位实习	30
3	依长秀服装贸易有限公司	岗位实习	30
4	福建百果园科技发展有限公司	岗位实习	30
5	福州弈道信息科技有限公司	岗位实习、课程共建	20

（三）教学资源

按照国家规定，优先选用全国高职高专应用型规划教材和国家优秀教材，确保教材内容体现行业新技术、新规范、新标准和新形态。教材选用遵循规范程序，由专业教师、行业专家等组成的教材选用委员会负责。

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。本专业充分利用图书馆资源、网络资源、精品课程和优质核心课程，为学生提供丰富的学习资源。

（四）校企合作

1. 依托校企合作深化双师型教师队伍建设，一方面建立教师企业实践流动

站，安排专业教师每年赴合作企业挂职锻炼不少于 1 个月，参与企业实际项目，夯实实操能力与实践教学水平；另一方面聘请企业技术骨干、能工巧匠及高级技术人员担任兼职教师，入校承担课堂教学、实训指导、实习带教、毕业设计辅导等工作，推动校企产学研深度融合，打造专兼结合的优质教学团队。

2.革新双元育人理念，拓展校企合作深度。创新校企双元育人理念，将培养学生“核心职业素养”作为主要目标，推动“学校内部育人”向“校企合作互动育人”转变。学校安排工贸系调研小组深入企业，了解各行业对市场营销人才的需求，优化人才培养方案，提升专业人才培养与企业岗位需求的衔接程度。

3.联合开发实训项目，磨炼学生专业技能。校企联合开发实训项目，将企业实际项目引入学校，为学生提供真实的工作环境和实践机会，提升学生的专业技能和职业素养。

（五）教学方法

1.理论与实践相结合，市场营销专业注重 “知行合一”，教学中需以市场实战为导向，通过讲解市场营销基础理论构建知识框架，同步安排市场调研方案设计、SWOT 分析演练、营销话术模拟等实操环节强化理论转化能力。

2.任务驱动教学，将课程内容拆解为可执行的营销任务，以“解决真实商业问题”为目标。

3.个性化教学，考虑到学生的学习基础和兴趣爱好存在差异，教师根据学生的特点进行个性化教学。对于基础薄弱的学生，提供更多的辅导和帮助；对于学有余力的学生，鼓励其参与更高级的项目或研究。

4.案例教学，选取兼具经典性与时效性的案例，引导学生穿透商业逻辑。通过案例教学，学生可以更好地理解理论知识在实际中的应用，同时培养其分析问题和解决问题的能力。

5.以实际项目为载体，进行项目教学，组织学生进行团队合作，完成从项目策划到实施的全过程。项目教学可以培养学生的团队协作能力、项目管理能力和创新思维。

6.虚拟仿真教学，利用营销综合实训系统，还原营销决策场景，让学生在虚拟环境中进行实践操作。

7.互动式教学，增加课堂互动环节，鼓励学生积极参与课堂讨论、提问和回答问题。通过提问、小组竞赛、角色扮演等方式，激发学生的学习兴趣和积极性。

8.与校外实践教学基地的合作，为学生提供更多的实践机会。通过企业实习、项目合作等方式，让学生在真实的工作环境中积累经验，提升职业能力。

（六）教学评价

1.健全教学质量监控体系，构建全周期评价机制。通过多维度评价制度，实现教学过程可追溯、教学效果可量化、质量问题可预警。

（1）完善评价维度，强化全过程质量管理。一方面，以结果评价迭代优化，以专业人才培养方案为基准，制定课程目标达成度评价标准。例如《市场营销基础》课程中，将 “独立完成简易市场营销方案” 设定为核心结果指标，通过方案的目标市场匹配度（30%）、策略可行性（30%）、逻辑完整性（20%）、创意创新性（20%）进行量化评分。并引入行业标准参与结果评价；另一方面，以过程评价深度嵌入教学，增值评价关注个体成长，构建 “学业成绩（60%）+ 职业素养（20%）+ 实践成果（20%）” 综合评价模型。

（2）评价主体多元化，以全面衡量学生的学习成效和教师的教学质量。学生自评是其中的重要环节，学生通过自我评价学习进度、学习态度和知识掌握程度，反思学习过程，提升自我管理能力。教师评价则对学生的学习成果、课堂表现和实践操作进行全面评估，同时教师通过反思教学过程，调整教学方法以更好地满足学生需求。生生互评促进学生之间的交流与合作，培养团队协作能力和客观评价能力。此外，引入企业导师、行业专家、毕业生和用人单位等第三方评价主体，从不同角度对教学效果和学生能力进行评价，增强评价的客观性和实用性。这种多元化的评价机制不仅有助于学生全面发展，也为教学质量的持续改进提供了有力支持。

2.强化专业教研组织建设，筑牢质量保障根基。通过常态化教研机制，确保教学内容与行业需求同频、教学方法与学生特点适配。

（1）构建 “双师型” 教研团队，明确职能分工。成立由专业带头人（1 名）+ 骨干教师（2-5 名）+ 企业导师（1-3 名）组成的课程建设委员会，专业带头人统筹教学标准制定、对接行业资源、审核课程改革方案，骨干教师负责课程内容开发、实训案例设计、教学方法创新，企业导师提供行业前沿资讯、参与教材

编写、指导实训基地建设。

（2）建立 “三维度” 常态化教研制度，固定每周开展 3 小时备课会，采用 “理论课教师 + 实训课教师 + 企业导师”三方联备模式；每月围绕教学痛点开展深度研讨；每学期进行教学反思与经验分享。

（3）教研成果转化与质量监控，每月发布《教研动态简报》，公示备课会形成的教学改进措施。

3.完善毕业生跟踪与社会评价机制，推动培养目标持续优化。

（1）建立全周期跟踪反馈体系，开展毕业前调研（开展“毕业能力自评”）、毕业 1 年内短期跟踪（每季度通过企业微信推送问卷，收集就业初期反馈）以及毕业 3-5 年长期跟踪（每年邀请优秀毕业生开展 “成长分享会”，提炼能力需求变化趋势）。

（2）多渠道收集社会评价数据，开展用人单位调研以及行业发展动态追踪。

（3）数据驱动培养方案迭代，建立《人才培养目标达成度分析模型》，整合毕业生跟踪数据、用人单位反馈、行业趋势、教学过程评价，形成年度《培养方案修订建议报告》。

（七）质量管理

1. 建立院、系两级质量保障体系，学院层面由分管教学的副院长、教务部门、教学质量评估部门等组成，负责制定教学质量标准、监控方案和管理制度；系部层面由系主任、教研室主任、教学秘书等组成，负责具体实施教学质量监控工作，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

2. 结合学院教学质量监控工程，通过定期的教学检查（如期初、期中、期末检查）、专项评估（如专业评估、课程评估）、教学督导（督教、督学、督管）等方式，对教学过程进行全面监控。同时，利用教学管理平台等信息化手段，实现教学质量管理的常态化和数据化。

3. 系部应定期开展教研活动，如教师互听课、教学研讨会、教学方法改革研究等，通过这些活动进行教学诊断，发现并解决教学中存在的问题。

4. 根据教学质量监控的结果，形成持续改进机制，及时反馈信息，督促教师

和相关部门进行整改。通过定期发布教学质量报告，总结经验教训，不断完善教学质量保障体系。

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：

表 16 三年制学生毕业要求

序号	毕业要求
1	完成专业人才培养方案规定的理论与实践环节，修满 2820 学时，获得 150 学分。
2	完成规定的岗位实习，实习鉴定合格。