



福建省莆田职业技术学校 专业人才培养方案

专业名称：市场营销

专业代码：730602

适用年级：2025 级

编 制 人：辛婉熙

审 核：陈智敏

2025 年 6 月 30 日

市场营销专业人才培养方案

前 言

（一）编制依据

1. 《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）。
2. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）。
3. 《职业教育专业目录（2021年）》
4. 《职业教育专业简介（2022年修订）》
5. 《中等职业学校专业教学标准》
6. 《中等职业学校公共基础课程标准》
7. 《职业院校专业人才培养方案参考格式及有关说明》
8. 《福建省教育厅关于做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》闽教职成〔2019〕24号
9. 《市场营销专业人才需求分析和预测调研报告》。
10. 《市场营销专业人才目标、规格、能力分析报告》。
11. 《市场营销专业职业岗位群、典型工作任务与职业能力分析表》。

（二）概述

市场营销为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域优化升级需要，对接批发、零售、商务服务和制造等行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群）的新要求，不断满足市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本方案。

目 录

一、专业名称（专业代码）	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
六、课程设置及要求	4
七、教学进程总体安排	12
八、实施保障	13
九、毕业要求	20
十、附录	22

一、专业名称（专业代码）

市场营销专业（730602）

二、入学基本要求

初级中等学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（73）
所属专业类（代码）	工商管理类（7306）
对应行业（代码）	批发业（51）、零售业（52）、商务服务业（72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	营销员（4-01-02-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）
主要岗位（群）或技术领域	销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员
职业类证书	数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理

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，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，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、零售、商务服务和制造行业的销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群），能够从事市场信息收集、销售业务洽谈、互联网营销、数字互动营销、客户关系维护等线上线下商品销售和活动执行等工作的技能人才。

（二）培养规格

1. 素质要求

（1）思想道德素质

拥护党的基本路线和我国社会主义制度，德、智、体、美、劳全面发展，树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的道德品质和文明行为习惯；崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、团结协作；崇尚劳动、有进取心、勇于自谋职业和自主创业。同时拥有以下基本职业素养：

- ①具有科学、系统、辩证的人生观与社会观。
- ②具有广博的科学知识与深厚的文化内涵。
- ③具有灵活的头脑和创造性的思维。
- ④具有敏锐的艺术鉴赏力、洞察力以及良好的艺术修养。
- ⑤具有商业经营意识和品牌营销理念。
- ⑥拥有良好的人际关系，能够与他人团结协作共同完成工作。
- ⑦具有良好的语言与文字表达、人际沟通、公共关系处理的能力。
- ⑧具备独立制定工作计划、采集信息及获取新知识等工作方法能力。

（2）职业素质和人文素质

立足销售、服务第一线，脚踏实地，爱岗敬业，具有创新能力和创业精神；具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观点，个性鲜明、学有所长；有较强的法律意识，能自觉遵纪守法，善于与人合作。

（3）身心素质

具有良好的生活习惯，具有健康的身体；有一定的美育知识，具备高尚的生活情趣和美的灵魂；具有良好的个性品质和抗挫能力、较强的心理调适能力，懂得自我保护。

2. 知识要求

（1）公共基础知识

掌握必备的政治理论；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。

（2）专业基础知识

①能够熟练使用计算机，具备应用文写作能力和英语的基本听说能力；

②具有较好的语言表达能力和人际沟通能力；

③具有营销策划技能，具有市场开发与推广的技能；

④具备市场调研、预测的综合技能；

⑤具有较强的公关技能和推销技能，具备现场促销能力；

⑥具备销售渠道开发能力，具有较强的客户服务技能；

⑦具备基本的电子商务和网络营销技能；

⑧具备商务谈判能力。

3. 能力要求

（1）市场推广方向：能够在市场营销环境分析、市场调研与预测的基础上，进行市场营销策划，执行市场调查；能够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动；了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客定位。

（2）商品销售方向：能够根据不同商品的不同系列进行区域陈设和展示，并根据促销主题，及时调整商品展示；能够根据客户需要进行商品推销，完成售前、售中和售后服务工作；能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活动。

（3）客户服务方向：能够进行客户信息的搜集、整理、维护和建立客户档案；能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和进行投诉处理。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
1	思政一: 中国特色社会主义	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 阐释中国特色社会主义的开创与发展, 明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位, 阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容, 引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心, 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, 把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	主要包括: 1. 中国特色社会主义的开创、坚持、捍卫、发展, 2. 中国特色社会主义经济建设, 3. 中国特色社会主义政治建设, 4. 中国特色社会主义文化建设, 5. 中国特色社会主义社会建设, 6. 中国特色社会主义生态文明建设。 学业要求: 通过本部分内容的学习, 学生能够正确认识中华民族近代以来从站起来到富起来再到强起来的发展进程; 明确中国特色社会主义制度的显著优势, 坚决拥护中国共产党的领导, 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; 认清自己在实现中国特色社会主义新时代发展目标中的历史机遇与使命担当, 以热爱祖国为立身之本、成才之基, 在新时代新征程中健康成长、成才报国。
2	思政二: 心理健康与职业生涯	基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标, 阐释心理健康知识, 引导学生树立心理健康意识, 掌握心理调适和职业生涯规划的方法, 帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题, 培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态, 根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯规划指导, 为职业生涯发展奠定基础。	主要包括: 1. 时代导航 生涯筑梦, 2. 认识自我 健康成长, 3. 和谐交往 快乐生活, 5. 学会学习 终身受益, 6. 规划生涯 放飞梦想。 学业要求: 通过本部分内容的学习, 学生应能结合活动体验和社会实践, 了解心理健康、职业生涯的基本知识, 树立心理健康意识, 掌握心理调适方法, 形成适应时代发展的职业理想和职业发展规划, 探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标, 养成自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态, 提高应对挫折与适应社会的能力, 掌握制订和执行职业生涯规划的方法, 提升职业素养, 为顺利就业创业创造条件。
3	思政三: 哲学与人生	阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论, 讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义; 阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义; 引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观, 为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	主要包括: 1. 立足客观实际, 树立人生理想, 2. 辩证看问题, 走好人生路, 3. 实践出真知, 创新增才干, 4. 坚持唯物史观, 在奉献中实现人生价值。 学业要求: 通过本部分内容的学习, 学生能够了解马克思主义哲学基本原理, 运用辩证唯物主义和历史唯物主义观点认识世界, 坚持实践第一的观点, 一切从实际出发、实事求是, 学会用具体问题具体分析等方法, 正确认识社会问题, 分析和处理个人成长中的人生问题, 在生活中做出正确的价值判断和行为选择, 自觉弘扬和践行社会主义核心价值观, 为形成正确的世界观、人

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
			生观和价值观奠定基础。
4	思政四:职业道德与法治	着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养,对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求,了解职业道德和法律法规,增强职业道德和法治意识,养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。	主要包括:1.感悟道德力量,2.践行职业道德,3.增强法治意识,4.遵守法律规范。 学业要求:通过本部分内容的学习,学生能够理解全面依法治国的总目标,了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义;能够掌握加强职业道德修养的主要方法,初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力;能够根据社会发展需要、结合自身实际,以道德和法律要求规范自己的言行,做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。
5	语文	培养学生正确理解与运用祖国的语言文字,注重基本技能的训练和思维发展,加强语文实践,培养语文的应用能力,为综合职业能力的形成,以及继续学习奠定基础。	由基础模块、职业模块、拓展模块三个模块十五个专题组成。课程以主题和专题作为教学内容的构建方式:1.中国革命传统作品选读、社会主义先进文化作品选读、劳模精神工匠精神作品研读(职业模块)专题,体现语文课程全面贯彻党的教育方针,落实“立德树人”课程性质与任务。2.中外文学作品选读、实用性阅读与交流等专题,旨在引导学生阅读不同体裁的中外优秀文学作品,在感受形象、品味语言、体验情感的过程中,提高文学欣赏能力和人文素养。3.跨媒介阅读与交流、科普作品的学习,微写作、广告、说明书等贴近现实生活的教学内容,丰富学生的言语实践,满足学生职业发展需要,增强学生适应与服务社会的能力。
6	数学	培养学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析等数学学科核心素养,初步学会用数学眼光观察世界,用数学思维分析世界,用数学语言表达世界。	由基础模块、拓展模块一和拓展模块二组成。基础模块的内容分别是基础知识(集合、不等式)、函数(函数、指数函数与对数函数、三角函数)、几何与代数(直线与圆的方程、简单几何体)和概率与统计(概率与统计初步);拓展模块一包基础知识(充要条件)、函数(三角计算、数列)、几何与代数(平面向量、圆锥曲线、立体几何、复数)和概率与统计(排列组合)、随机变量及其分布(统计);拓展模块二包含七个专题:数学文化专题、数学建模专题、数学工具专题、规划与评估专题、数学与信息技术专题、数学与财经商贸专题和数学与加工制造专题、数学案例。帮助学生用数学的思维思考问题,全面提升学生的数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
			养。
7	外语（英语）	培养学生树立学习英语的信心，掌握一定的英语语言知识，具备必需的英语听、说、读、写能力，并能发挥主体作用，形成有效的英语学习策略，了解文化差异，能在不同的生活和工作情境中使用英语进行有效交流。	由基础模块和拓展模块两大部分组成。基础模块为全体中等职业学校学生必修内容，学生在完成基础部分的学习，并通过相应的测评后达到基本要求，语言能力能为专业学习打下良好的基础，并满足职业发展对英语能力的基本需求。拓展模块是为学有余力或有继续学习需要的学生设置的选修内容。学生在完成拓展部分的学习，并通过相应的测评后达到较高要求，语言能力能满足其今后工作、学习和生活对英语的基本需求，并为其可持续发展和终身学习奠定较扎实的基础。 要求： （1）注重基础，突出实用性 （2）分层教学，增强选择性 （3）任务驱动，凸现趣味性
8	历史	培养学生通过历史课程的学习，掌握必备的历史知识，形成历史学科核心素养。了解唯物史观的基本观点和方法；了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化传统；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；培育社会主义核心价值观，树立正确的历史观、人生观和价值观。	由基础模块和拓展模块两个部分构成。基础模块是各专业学生必修的基础性内容，包括“中国历史”和“世界历史”。拓展模块是满足学生职业发展需要，开拓学生视野，提升学生学习兴趣，供学生选修的课程。1. 以唯物史观为指导，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；2. 从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；3. 进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；4. 树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；5. 塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
9	信息技术	培养学生全面提升学生的信息素养和信息化职业能力，让学生掌握信息技术设备与系统操作、网络应用、图文编辑、数据处理等相关知识。	中等职业学校信息技术课程内容围绕学生对信息技术理解与应用的实际需求来选取，包含信息技术应用基础、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计入门、数字媒体技术应用、信息安全基础、人工智能初步 8 个部分。信息技术应用基础、网络应用、信息安全基础，体现信息技术课程对人类社会生产、生活方式的影响，了解信息安全常识及相关的法律法规，落实“立德树人”课程性质与任务；图文编辑、数据处理、数字媒体技术应用，采用国产软件 WPS Office 2019 进行演示授课，要求学生掌握日常办公软件的使用，满足学生职业发展需求，加强爱国主义教育；程序设计入门、人工智能初步，要求学生掌握使用 Python 语言设计简单程序，了解人工智能对社会发展的影响，增强学生对信息社会的了解，开拓学生视野。
10	体育与健康	培养学生具有健康的人格、强健的体魄，为学生身心健康和职业生涯发展奠定坚实的基础。	由基础模块和拓展模块两个部分构成 (1) 基础模块是各专业学生必修的基础内容。基础模块包括体能和健康教育 2 个子模块，体能模块又包括健康体能、运动体能和职业体能，其中运动体能可结合拓展模块中的运动技能系列实施。 (2) 拓展模块是满足学生继续学习与个性发展等方面需要的选修内容，分为拓展模块一和拓展模块二。拓展模块一为限定性选修，包括球类运动、田径类运动、体操类运动、水上类运动、冰雪类运动、武术与民族传统体育类运动和新兴体育类运动 7 个运动技能系列。 要求：1. 掌握必要的体育与健康基础理论知识 2. 国家学生体质健康测试必需达到合格以上 3. 掌握二项体育运动技能，并能应用于日常体育锻炼。
11	艺术	培养学生了解或掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与自信，丰富学生人文素养，提高学生审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识。	由基础模块和拓展模块二部分构成，基础模块培养学生创新能力和合作精神、喜闻乐见的音乐和美术作为主要内容。课内音乐 18 学时，美术 18 学时；拓展模块是适应不同专业、不同个性特点学生需要，内容既可以是基础模块的专项拓展，也可以是与基础模块不同的艺术门类；既可以是与专业相结合的艺术拓展，也可以是具有地方特色的民间艺术。 要求：（1）遵循艺术规律，注重感知体验；（2）加强课程建设，注重衔接融合；（3）运用

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
			信息技术，创新教学方法；（4）充分利用资源，拓展教学领域。
12	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	引导学生进一步深化对习近平新时代中国特色社会主义思想的认识，掌握这一思想的科学体系、精神实质、理论品格、重大意义，感受习近平总书记坚定的政治信仰、朴素的人民情怀、丰富的文化积淀、长期的艰苦磨砺、高超的政治智慧，在知识学习中形成正确世界观人生观价值观，在理论思考中坚持正确政治方向，在阅读践行中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。	主要内容：包括第1讲指导思想：习近平新时代中国特色社会主义思想，第2讲目标任务：实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴，第3讲领导力量：坚持和加强党的全面领导，第4讲根本立场：坚持以人民为中心，第5讲总体布局：统筹推进“五位一体”，第6讲战略布局：协调推进“四个全面”，第7讲安邦定国：民族复兴的坚强保障，第8讲和平发展：新时代中国特色大国外交。 学业要求：通过本部分内容的学习，旨在让学生能系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想，牢记习近平总书记的殷切嘱托，树牢共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，争做德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。
13	莆阳文化	培养学生树立对待传统文化的正确态度，养好良好品德，时刻意识到自己是有德之人。	感受莆阳文化的继承，主要学习莆阳文化、文献文物、莆仙民俗。了解莆阳文化的内容、各地方的习俗以及莆阳古建筑的历史文明。
14	劳动教育与安全教育	依据教育部印发《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》，让学生树立正确的劳动观点以及劳动态度，培养学生热爱劳动和劳动人民的情感，养成劳动习惯的教育，注意劳动安全和劳动法规。	根据教育部印发《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》让学生树立正确劳动观，牢固劳动最光荣、最伟大的观念，体会劳动不分贵贱，培养勤俭、奋斗、创新的劳动精神，培养满足生存发展需要的基本劳动能力。

（二）专业（技能）课程

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
----	------	------	---------

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
1	营销素养训练	培养学生认识自我的能力，以及对待学习、工作积极的态度，能够正确应对压力，调节挫折后心理；培养学生建立创造性思维及创新意识；具备良好的情绪控制能力，以及有效沟通和团队写作能力。	了解商务礼仪的基本知识，掌握交谈的礼仪、电话礼仪、馈赠礼仪、拜会接待礼仪等内容；掌握营销表达语言的特点、表达的技巧与规律；了解思维创新的特点和途径，突破思维定式；了解自己，了解团队合作的重要性，学会与合作者建立信任；掌握一定的学习迁移、环境适应、压力管理等能力。
2	市场营销基础	要求学生掌握市场营销各模块理论知识，能够熟悉营销的理念，获得改进营销的思路和具体方法，并拓展学生视野，激发学生的创造性思维，提高学生在市场营销方面的能力。	了解市场营销的核心概念和营销理念；掌握市场分析的基本原理和方法；了解市场细分、市场选择、市场定位的基本原理；了解市场营销组合的基本原理，掌握实施营销组合策略的基本方法。
3	消费心理学	培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律，提高学生在营销和销售实践中的观察能力、判断能力，同时加深学生对自我的了解，引导学生形成和培养一个良好的心态，强化学生的团队合作能力。	了解消费者购买商品的心理过程；掌握消费者心理现象对购买行为的影响；了解不同消费习惯、参照群体、社会文化对消费行为的影响；了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中的决策心理差异；掌握品牌、价格、外观、销售策略等属性对消费决策的作用。
4	会计基础	通过本课程的学习，了解会计工作的环境和职业道德，认识会计工作的一般流程，理解会计要素、会计等式和复式记账的基本原理，培养爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律的会计职业态度和职业行为，提高学生财务分析、企业管理和协作沟通素质，为将来从事财务或审计工作打下坚实的基础。	了解会计的基本职能和特点；掌握企业财务信息的分析方法；了解会计核算的基本方法，掌握企业决算、预算的相关知识；能进行基本的会计记账、报销工作
5	网络营销	通过本课程的学习培养学生对网络营销重要性的认识，掌握网络营销的基本策略，具有初步的辩证思维的能力、有自我信息保护能力、团队协作能力、实事求是的态度和创新意识。	通过课程学习，要求学生掌握网络商务信息采集的基本知识和操作，主要包括：熟悉网络信息收集和整理方法，能够使用网络检索工具，收集客户信息并对信息初步分类整理；掌握网络商务信息发布的相关知识和技能；了解网络信息和广告发布方法，能够利用电子邮件和网络发布商务信息。
6	管理学基础	学生需全面了解管理学的定义、特点及其基本原理，为后续学习打下坚实的理论基础。掌握管理的基本技能与方法，培养学生运用管理学知识分析和解决实际管理问题的能力。理解管理理论的发展与应用，增强团队协作与沟通能力。	通过课程学习，学生应熟练掌握管理的四大基本职能（计划、组织、领导、控制）及其在实际工作中的应用。借助案例分析、小组讨论等方法，培养学生运用管理学知识分析和解决实际管理问题的能力。学生需了解管理学的发展历程，掌握不同管理理论的核心观点及其在现代管理中的应用。通过团队项目和讨论，增强学生的团队协作精神和沟通能力，提升其在未来管理工作中的综合素质。

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
7	品牌推广	通过品牌策划与管理的学习,使学生能对企业品牌进行设计、开展品牌维护与拓展,熟悉品牌设计、品牌传播等知识,提高学生分析问题和解决问题的能力。	了解企业文化及品牌内涵对企业发展和成长的作用;了解企业品牌推广的整体要求,掌握 CI、VI 执行方法及流程;掌握产品推广基本方法,能够运用 POP、堆头特别展示等方式,进行产品推广活动;学会简单分析、评价品牌推广活动的效果,能够提出相关改进建议;了解本行业主要竞争品牌的推广手段,能够提出有针对性的合理建议。
8	营销策划	通过学习,使学生理解和运用新的营销视角、新的营销理念、新的营销思维,了解和掌握市场营销策划的基本理念,对整体市场营销活动或某专项市场营销活动进行分析、构思、设计和制订市场营销策划方案,培养学生工作中的团队协作精神、有效沟通意识。	通过本课程教学,使学生掌握营销策划思维,营销策划的原理和原则,营销策划的目的与目标,市场营销策划书的撰写,市场营销调研策划,营销战略策划,营销组合策划等。
9	广告实务	培养学生掌握现代广告设计的内容要素,正确认识广告与广告活动的性质与功能,对广告活动的全过程及各环节之间关系有全面的认识,掌握广告活动的内在规律。	在本门课程的教学过程中,从介绍广告的概念和渊源着手,着重介绍了广告的概念、广告策划、广告组织、等广告知识。通过本课程的学习,使学生对广告有一个全面、细致的了解。
10	商品销售技巧	使学生了解商品销售的主要环节和能力,培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守;培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格,具备从事销售工作的综合素质和能力。	了解商品销售相关法律法规;掌握营业前准备的各项操作;掌握零售卖场的环境氛围设计,能够按照商品分类进行相应的商品部剧、陈列、展示;掌握判断顾客购买意图的方法;掌握商品推介的相关方法,应用准确的语言向顾客介绍商品;掌握出具购物票据的方法,协助顾客完成交易。
11	商品管理	通过任务驱动型的项目活动,使学生熟悉商品的相关理论知识,掌握商品质量鉴别、养护及管理的相关技能,同时培养学生的质量意识、诚信意识、安全意识及分析解决问题的能力。	了解商品采购的相关知识,能够按照采购计划进行商品采购;了解供应商的类型,能够准确的收集供应商的相关信息;了解商品的性质、质量、标准、鉴定、分类方法;掌握商品的出入库、包装、储运、盘点、保管、条形码的基本知识;掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能。
12	商务沟通与谈判	通过学习与实训,使学生掌握谈判能力、推销能力、协调能力、创新能力以及独立解决问题的能力。	了解商务谈判人员的素质;掌握商务沟通的技巧和方法;了解商务谈判的基本原则、模式,掌握商务谈判的程序及各阶段策略;掌握寻找、接近客户、客户异议处理、促成交易的方法;了解合同的签订,合同效力认定,合同的担保和保全,合同的变更、转让和终止,合同的履行,违约责任承担等。

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
13	客户关系维护	以就业为导向，提升学生客户管理职业素养，使得学生掌握企业客户管理岗位所需掌握的知识和技能，树立客户管理的观念和态度，提高学生的客户管理方面的综合素质和综合技能，符合相关的职业标准，也为终身学习和持续发展打下扎实的基础。	了解接待客户的准备工作，掌握客户服务语言技巧；了解客户选择与开发的渠道、方法；掌握 ABC 分类法，对现有顾客进行分类管理；理解客户期望值，掌握满足客户期望的方法，提升客户满意度；了解客户流失的原因及解决方法。
14	客户数据管理	通过本课程的学习，使学生掌握客户数据管理的整个工作流程，培养学生自主学习能力和自我管理能力、沟通能力、组织协调能力和市场开拓意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。	了解收集、调查目标客户信息的渠道；了解客户分类、客户识别的方法，会建立客户信息档案；了解客户管理软件，掌握进行客户信息数据录入、数据查询、定期更新等基本操作；掌握客户数据基本的统计分析方法，并根据需要制作、提供相关数据报表。
15	商务文案	提高学生商务文案写作的专业素质，具备营销活动整体策划的综合能力、创新能力和实践能力。了解商务文案写作的基本概念、理论；了解各类商务文案的用途；掌握各种主要类习惯商务文案的基本写法。培养学生良好的职业道德和高度的敬业精神，具有良好的文化素养。	了解商务文案协作的基础知识，掌握商务文案的写作要求，能够把握各种广告媒体的文案特点，掌握商务公关文案的写作方法，掌握企业形象识别系统文案的写作，掌握商务契约文案的写作要求，掌握常用的电子商务文案的写作特点。注重学做结合，边讲边学，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。
16	网店运营基础	通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力、强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。	了解淘宝个性店铺定位方法；掌握商品拍摄、后期处理的方法和技巧；了解淘宝搜索引擎的工作原理和影响因素；了解店铺运营主要数据指标；能够熟练使用淘宝后数据软件，如量子统计、生意经等；掌握客户营销的方法和技巧。
17	营销沙盘	通过课程使学生掌握企业模拟经营的关键要素；培养学生认识自我的能力，以及对学习、工作积极的态度，能够正确应对压力，调节挫折后心理；培养学生建立创造性思维及创新意识；具备良好的情绪控制能力。	了解市场营销沙盘模拟企业经营过程；掌握市场营销沙盘模拟企业经营规则及流程；制订经营策略，领会企业的经营管理技巧；模拟生产企业经营与管理，掌握企业经营的本质。
18	创新创业课程	使学生能够具备基本的资金运算能力和战略分析能力。	通过沙盘模拟企业运营实训，掌握投放广告、采购业务、生产业务、销售业务、报表制。在思考战略方案过程中锻炼学生创新创业能力。

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
19	管理学基础	学生需全面了解管理学的定义、特点及其基本原理，为后续学习打下坚实的理论基础。掌握管理的基本技能与方法，培养分析与解决实际问题的能力，理解管理理论的发展与应用，增强团队协作与沟通能力。	通过课程学习，学生应熟练掌握管理的四大基本职能（计划、组织、领导、控制）及其在实际工作中的应用。借助案例分析、小组讨论等方法，培养学生运用管理学知识分析和解决实际管理问题的能力。学生需了解管理学的发展历程，掌握不同管理理论的核心观点及其在现代管理中的应用。通过团队项目和讨论，增强学生的团队协作精神和沟通能力，提升其在未来管理工作中的综合素质。
20	经济学基础	掌握经济学基本概念与原理，理解现代市场经济运行规律。熟悉经济学分析方法及政策工具的应用场景。运用经济学理论解释现实经济现象并提出解决方案，具备数据图表分析能力。通过案例研讨和小组任务培养团队协作、逻辑表达与批判性思维。树立正确的消费观、财富观和诚信意识，强化社会责任感和“四个自信”。理解政府与市场关系的辩证性。	微观经济学模块：核心内容：供求理论、消费者效用最大化、生产者成本与收益、市场结构。教学要求：结合生活案例分析市场均衡与失灵，掌握边际决策方法。 宏观经济学模块：GDP 核算、失业与通货膨胀、财政与货币政策、经济增长理论、国际经济。教学要求：通过 IS-LM 模型等工具分析宏观经济政策效果，对比不同国家经济现象。实践与思政融合方法训练：使用真实数据（如 CPI 变化）进行图表分析，完成调研报告或政策模拟。 思政渗透：通过中国供给侧改革、脱贫攻坚等案例，理解中国特色社会主义经济制度的优越性。

七、教学进程总体安排

（一）教学安排

1. 本方案第一学期教学时间 20 周；第二学期教学时间 20 周；第三学期教学时间 20；第四学教学时间 20 周；第五学期教学时间 20 周；第六学期到企业顶岗实习 20 周。每周平均按 31 学时计算。

2. 本方案中，公共基础课应按新颁发的课程标准执行。专业技能课以“够用”为原则，教学内容可根据专业需要进行适当调整。选修课利用第二课堂进行学习。

3. 本方案中，总学时合计 3880 学时，其中公共基础课 1780 学时，约占 45.9%；专业课程 2100 学时，占总学时 54.1%；选修课 540 学时，占总学时 13.9%。

(二) 教学进程表

福建省莆田职业技术学校市场营销专业课程设置及学分安排表																					
课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	考核方式	第一学年		第二学年		第三学年		合计			比例							
					20周		20周		20周		20周		20周		学时	实践学时	学分				
					课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时					学分			
公共基础课	必修	思想政治（中国特色社会主义）	090201	考试	3	3							60		3	45.9%					
	必修	思想政治（心理健康与职业生涯）	090201	考试			3	3					60		3						
	必修	思想政治（哲学与人生）	090201	考试					3	3			60		3						
	必修	思想政治（职业道德与法治）	090201	考试					3	3			60		3						
	必修	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本		考试	1	1							20		1						
	选修	思政（时事政策教育）	090202	考试																	
	选修	思政（法律与职业教育）	090202	考试							2	2		40			2				
	选修	思政（国家安全教育）	090202	考试																	
	必修	语文	090203	考试	4	4	4	4	4	4	4	4		320			16				
	必修	数学	090204	考试	4	4	4	4	4	4	4	4		320			16				
	必修	外语（英语）	090205	考试	4	4	4	4	4	4	4	4		320			16				
	必修	历史	090206	考试			1	1	1	1			2	2	80			4			
	必修	信息技术	090207	实践	2	2	2	2			2	2		120	120		6				
	必修	体育与健康	090208	考试	2	2	2	2	2	2	2	2		160			8				
专业课程	选修	体育与健康	090209	考试							2	2		40		2					
	必修	艺术	090210	实践	1	1			1	1			40	40	2						
	选修	艺术	090211	实践							2	2	40	40	2						
	选修	莆田文化	090212	实践							2	2	40	40	2						
	小计				21	21	20	20	18	18	18	18	12	12	0	0	1780	240	89		
	基础	市场营销基础	090213	考试	4	4								80		4	54.1%				
	基础	营销素养训练	090214	实践			4	4						80	80	4					
	基础	经济学基础	090215	考试	3	3	2	2						100		5					
	基础	管理学基础	090216	考试	3	3	2	2						100		5					
	基础	商品管理	090217	实践			3	3						60	60	3					
	基础	网络营销	090218	实践					4	4				80	80	4					
	核心	消费心理学	090219	实践					3	3				60	60	3					
	核心	商务沟通与谈判	090220	实践							3	3		60	60	3					
	核心	门店运营实务	090221	实践							4	4		80	80	4					
	核心	品牌推广	090222	实践									3	3	60	60		3			
	核心	营销策划	090223	实践									2	2	40	40		2			
	核心	广告实务	090224	实践									2	2	40	40		2			
	核心	商品销售技巧	090225	实践									3	3	60	60		3			
	核心	商品展示	090226	实践									2	2	40	40		2			
拓展	推销岗位实训	090227	实践					3	3				60	60	3						
拓展	客户关系维护	090228	实践					3	3				60	60	3						
拓展	客户数据管理	090229	实践							3	3		60	60	3						
拓展	导购岗位实训	090230	实践							3	3		60	60	3						
拓展	商务文案	090231	考试									2	2	40		2					
拓展	网店运营基础	090232	实践									3	3	60	60	3					
拓展	营销沙盘	090233	实践									2	2	40	40	2					
	劳动	090234												54	54	3					
	入学训练	090235												36	36	2					
	志愿服务	090236												36	36	2					
	综合实习	090237											30	30	600	600	30				
	毕业鉴定	090238											1	1	18	18	1				
	毕业设计	090239											2	2	36	36	2				
小计																					
总计						10	10	11	11	13	13	13	13	19	19	33	33	2100	1780	101	
						31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	33	33	3880	2020	190	100%
备注		公共基础课课程总学时1780学时，占总学时45.9%。实践性课程总学时2020学时，占总学时52.1%。选修课540学时，占总学时13.9%。																			

八、实施保障

(一) 师资队伍

为保障本方案的顺利实施，根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，本专业专任教师师生比不低于 1:36，其中高级职称不少于 3 人，双师型教师不低于 30%；应有业务水平较高的专业带头人。

1. 现有师资情况

根据教育部颁布的根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标

准》有关规定，本专业教师应具备良好的师德和终身学习能力，具有专业或相应专业本科及以上学历、中等职业学校教师资格证书和本专业相关工种中级（含）以上职业资格，能够适应产业、行业发展需求，熟悉企业情况，平均每两年到企业参加企业实践和技术服务，普遍参加“五课”教研工作、教学改革课题研究、教学竞赛、技能竞赛等活动。能够开展理实一体化教学，具有信息化教学能力。

本专业共有专任教师 10 人，省级专业带头人 1 人、市级名师 1 人、市级学科带头 1 人、其中高级教师 3 人，讲师 3 人、助理讲师 4 人，“双师型”教师 7 人，另有外校与企业兼职教师 4 人。

市场营销专业校内教师队伍情况表							
序号	姓名	性别	出生年月	学历、学位	专业技术职务证书	任教学科	技能证书
1	陈海云	女	197209	在职本科	高级讲师	会计基础	助理会计师
2	郑争春	男	197406	在职本科	高级讲师	会计	电子商务师
3	蔡爱萍	女	197103	在职硕士	高级讲师	会计基础	电子商务师
4	王秀婧	女	198911	研究生、硕士学位	讲师	沙盘	会计信息化
5	朱琳琳	女	199108	本科、学士学位	讲师	图片处理	电子商务师
6	龚芝璐	女	199006	研究生、硕士学位	助理讲师	市场营销基础	营销策划师
7	黄铮莹	女	199411	研究生、硕士学位	讲师	经济学基础	助理会计师
8	杨筱筠	女	198901	研究生、硕士学位	助理讲师	市场营销基础	
9	郑荔萍	女	1987007	研究生、硕士学位	助理讲师	网络营销	
10	周渊韬	男	199703	研究生、硕士学位	助理讲师	管理学基础	

（二）教学设施

1. 校内教学设施条件

目前学校设有财经商贸市场营销专业实训基地建筑面积 180 m²，共有 3 间实训室，提供 140 个工位，配置计算机等主要设备，可开设实训项目 73 个，实训开出率约 100%。

校内实训条件一览表，详见表 17：

市场营销专业校内实训条件一览表。

序号	实训室名称	主要功能	建筑面积（m ² ）	工位数
1	市场营销实训室 1	日常教学	60	60
2	市场营销实训室 2	强化教学	60	60

3	市场营销创业工作室	实操创业指导	60	20
---	-----------	--------	----	----

为保障本方案的顺利实施，还需要继续完善实训实习环境，实习实训环境需要具备实训、教研及展示等多项功能及理实一体化教学功能。

2. 校外教学设施条件

学校先后与莆田市凤凰百货有限公司、沃尔玛百货有限公司、福建省莆田市德正康济医药有限公司等企业合作，建立了相对稳定的校外实训基地，能满足学生实习（训）需求，详见表 18。

序号	企业名称	企业性质	企业规模	合作项目
1	凤凰百货有限公司	有限责任公司	200 人以上	校企合作（认知学习）
2	沃尔玛百货有限公司	有限责任公司	200 人以上	校企合作（跟岗学习）
3	莆田市德正康济医药有限公司	有限责任公司	50 人以下	校企合作（顶岗学习）

（三）教学资源

本专业所用教材均为国家规范教材，学校每年均配套一定金额的专项资金用于购买本专业相关的图书与建设资源库。

1. 教材资源

在选用教材的过程中应该选用规划教材、获奖教材。由于市场营销的理念更新速度快，对于本学科出现的新方法、新思路应及时补充。教师要善于结合实践教学需要，灵活地和有创造性地使用教材，对教材的内容、编排顺序、教学方法等方面进行适当的取舍或调整。教材使用一段时间以后，应该及时对使用情况进行总结分析，思考一下教材的使用是否达到了预先制订的教学目标；是否有利于提高教学效果；应该在哪些方面做进一步的调整；是否继续使用该教材等。如有问题，及时向上反映，修订或重编教材。

本专业所有教材按照学校教材采购办法由任课教师从《全国大中专教学用书汇编》目录中选出后经教研组长同意后报学校图书人员进

行采购，部分教师用参考书可报图书人员单独采购，图书馆配备本专业相关图书不少于 268 册，每年新购本专业相关图书不少于 30 册，各专业技能课配备相应案例的数字化教学资源。

2. 数字资源

为满足现代化教学需求，让课堂变得简单、高效、智能，有助于开发学生自主思考与学习能力。学校所有教室需配备有智慧黑板，电脑终端、智能触控大屏、实物展台、智能终端等软硬件设备，集互联网和智能终端等新技术于一体，用于满足智能化教学。

配备网络教学服务平台和教学资源库平台，搭载市场营销专业教学资源库和共享性专业教学资源库。目前已自主建成《网络营销》的教学资源库，其他专业课资源库正在建设与完善中。

（四）教学方法

教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法，对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。教学项目尽可能来自企业，使教学内容充分体现工学结合，同时，引导学生参与企业营销实践，以加深对市场营销理论的理解及实际工作中的灵活运用的感悟。

把课堂教学与学生自主学习结合起来：教师要为学生提供自主学习的机会以及充分表现和自我发展的空间，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式，发展市场营销管理综合应用能力，创造条件让学生能够探究他们自己感兴趣的问题并自主解决问题。

采用理论实践一体化的教学模式。一方面借助于多媒体教学手段通过视频、图片展示，增加直观的教学效果，激发学生学习兴趣。另一方面借助于实物开展现场演练，使学生在实际操作中熟悉掌握相关的专业知识。鼓励学生利用各种机会多观察鉴别各种商品的外观特征和内在质量。教学过程中要从学生的实际能力和企业的实际需求出

发，遵照学生的学习特点，以学生为主体，充分调动其学习的主动性和积极性，突出综合职业能力的培养。

相应地，教学方法应根据学生情况应用多种教学手段：可采取理论讲授法、案例分析法、模拟情景教学法、实践教学法、启发式教学法、头脑风暴法等多种教学方法。

1. 理论讲授法

理论讲授适用于《市场营销基础》、《广告实务》等课程理论架构的讲述，具有逻辑性，能把知识贯穿起来，使学生的思路脉络更加清晰流畅，利于学生理解理论和流程。但是单纯的理论讲授相对枯燥乏味，可在教学过程中结合营销理论的发展史，采用生动的案例进行阐述，以起到良好的教学效果。

2. 案例分析法

案例分析法能提供给学生一个具体的商业场景，为学生创造接触和解决问题的机会，使学生能够了解现实企业中需要解决的问题机器解决方案。例如在《网络营销》、《品牌推广》等课程的教学过程中，尽可能选取易于被学生接受的、有代表性的、高质量的本土案例，也可从报纸、杂志和网络等多种媒介上获得，也可通过实地采访等方式获得。

3. 模拟情景教学法

通过设计营销实际情景，模拟营销现实情况，例如在《营销策划》的教授过程中让学生模拟各种不同身份，运用情景模拟教学方法进行教学，既拉近了与营销策划实际的距离，让学生有身临其境之感。学生根据情节在仿真场景中充当相应角色，身临其境地按设定岗位地职责、任务、工作程序、人际协调等提出观点、方案或进行实际操作。从而激发学生的思维，锻炼学生的临场应变能力、口头表达能力和分析问题解决问题的实际能力。

4. 实践教学法

实践教学法是以在教学过程中构建具有教育性、创造性、实践性的学生主体实践为主要形式，以激励学生主动参与、主动实践、主动思考、主动探索、主动创造为基本特征，以促进学生整体素质全面发展为目的的一种新型的教学方法。在《商务沟通与谈判》、《客户关系维护》的教学过程中，教师要帮助学生在掌握基本理论和知识的同时，学会发现问题、分析问题、解决问题的基本方法和技能。鼓励学生利用节假日到附近超市去打工或者做一些推销工作，在寒、暑假到一些公司进行问卷调查。这样不仅可以获得一些感性知识，还可以将理论与实践相结合。

5. 启发式教学法

启发式教学法是老师根据教学目标，从学生的年龄、心理特征、知识基础和认知结构等实际情况出发，在充分发挥教师主导作用的前提下，确认学生在学习过程中的主导地位，采用各种生动活泼的方法，激发学生的求知欲和学习兴趣，引导学生积极思索、自觉思考、主动获得知识、发展智能的教学方法。例如《消费心理学》的内容与生活联系非常密切，在讲授某些知识点时，教师可以先从学生熟悉的生活现象中提出几个简单的问题，以此激发学生的好奇心和求知欲，激活他们的思维，使学生从感性认识逐步上升到理性认识，树立市场营销观念。

6. 头脑风暴法

头脑风暴法又称激励法、自由思考法，是教师引导学生就某一课题自由发表意见，并对其意见地正确性或准确性不进行任何评价的方法。在《品牌推广》、《商品销售技巧》等课堂上，教师尽可能欢迎、鼓励更多的学生发表自己的想法，而且不要马上针对学生的回答做出相应的评价，同时，教师也可参加到讨论的队伍中，引导鼓励学生想出更多更新的观点、看法。

（五）学习评价

采用多元化过程性评价模式，充分体现对学生学习过程的全面考核和学生能力的考核。教学效果评价采取形成性评价与终结性评价相结合、课堂参与和课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合、教师评定与企业评定相结合，重点评价学生态度和职业能力。学生的成绩评定以突出阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价为指导。

形成性评价包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）、课堂作业（各能力训练分项目或任务完成的情况、成果，以及书面作业）、平时测试、课外作业等。

终结性评价包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。

考试主要采用闭卷方式，考试范围应涵盖所有讲授及自学的内容，考试内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关知识的理解、掌握及综合运用能力。

在评价学生时，要落实课程标准的目标和理念，不仅要重视终结性的评价，还要重视阶段性评价、学习过程和学生能力的评价。倡导评价的多主体化和评价方式的多样化。可以进行学生自我评价和学生间的互评，可以邀请一线工作人员、专家和教师共同参与评价，适当采用现场操作演示评价方式进行考评。教师要转变在学习评价中的裁判员角色，要成为学生学习的促进者、合作者、学习评价的指导者、学习潜能的开发者。

1. 理论课程体系的学生成绩评价

校内教师考核与学生自评、学生互评组成，以过程与结果相结合，侧重过程考核。

2. 实训课程体系的学生成绩评价

由校内教师评价、企业指导教师评价组成，根据实训岗位、实习时间长短制定实训评价标准，以过程与结果相结合，侧重结果——操

作业绩考核。

3. 参加各类社会活动、竞赛、校外实习、校内外考证等，取得良好的效果及成绩的，以不同标准，作为奖励学分计入学生的学业成绩中。

（六）质量管理

1. 完善师德考评制度，将师德表现作为教师考核、聘任和评价的首要内容。通过大力宣传职业教育、通过先进个人、先进集体和优秀教学团队的制度化表彰，引导职业生涯发展等综合措施，形成教师自我约束、自我激励、自我发展的机制，使教师坚定职业方向，爱岗敬业，增强从事职业教育的荣誉感、使命感。

2. 制定和完善专业教师下企业实践锻炼管理办法，建立规范的“双师型”教师认定考核机制，重点培养“双师型”教师，通过对口职业资格证书或职称证书培训，考取职称证书；每年到企业参与实践，提升教师实践能力，使双师型教师比例提高到 80%以上。

教学质量管理的为保证培养规格，促使教学效果达到课程计划、教学大纲和教科书所规定的要求，对教学过程和效果进行指导、控制的活动。是教学管理的核心。一般程序是：确定教学质量的标准，主要依据教学目标，使之分解、具体化；进行教学质量检查评价，通过与教育质量标准对照比较，发现问题，改进教学；进行教学质量分析，找出解决或改进教学的路线和方法；进行教学质量控制，依据分析结果，实施改进措施。

3. 加强学生管理。做好职业规划，增强学生的学习信念。做到及时发现、及时干预、及时反馈。

九、毕业要求

1. 根据《福建省中等职业学校学生学籍管理实施细则（试行）》第八章“毕业与结业”第三十五条的规定，必须满足以下三个条件：

（1）全日制学历教育学生综合素质总评合格，非全日制学历教

育学生思想品德评价评定合格；

(2) 修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，或修满规定学分；

(3) 实习考核合格。

2. 学业水平考试

本专业最低毕业学分为 180 分。本专业实行完全学分制管理，学生获得的学分满足毕业最低总学分和各课程模块最低学分设置要求，达到最低毕业年限，满足上述各项毕业条件，可获得毕业证书。本专业毕业要求既是实现培养目标的保证，又是专业构建素质、知识、能力结构，形成课程体系和开展教学活动的基本依据。所以，本专业的毕业要求各项目可细化为可落实、可评价、有逻辑性和专业特点的指标点，能引导教师有针对性地教学，引导学生有目的地学习。各项目要求指标如下表，表 19 所示：

表 19 毕业要求指标表

序号	项 目 要 求
1	按学校规定参加入学训练并得到相应的 2 学分
2	按学校要求参加劳动并得到相应的 3 学分
3	在学期间参加不少于 3 次的志愿者服务活动
4	完成福建省中职学生语文、数学、英语、思政、信息技术、市场营销学业水平合格性考试成绩达到 D 级及以上，或在学校组织的补考中达到 60 分及以上。
5	市场营销学业水平合格性考试成绩达到 D 级及以上，或在学校组织的补考中达到 60 分及以上，专业技能课考试达到 60 分及以上。
6	至少取得专业人才培养方案要求的 1 项职业技能等级证书，或参加省级及以上技能竞赛获得三等奖以上的成绩。
7	完成规定的顶岗实习和毕业实习。
8	总学分达 170 分及以上

十、附录

福建省莆田职业技术学校市场营销专业课程设置及学分安排表																				
课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	考核方式	第一学年		第二学年				第三学年				合计			比例		
					20周		20周		20周		20周		20周		20周		学时		实践学时	学分
					课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分				
公共基础课	必修	思想政治（中国特色社会主义）	090201	考试	3	3									60		3	45.9%		
	必修	思想政治（心理健康与职业生涯）	090201	考试			3	3							60		3			
	必修	思想政治（哲学与人生）	090201	考试					3	3					60		3			
	必修	思想政治（职业道德与法治）	090201	考试					3	3					60		3			
	必修	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本		考试	1	1									20		1			
	选修	思政（时事政策教育）	090202	考试							2	2			40		2			
	选修	思政（法律与职业教育）	090202	考试																
	选修	思政（国家安全教育）	090202	考试																
	必修	语文	090203	考试	4	4	4	4	4	4	4	4			320		16			
	必修	数学	090204	考试	4	4	4	4	4	4	4	4			320		16			
	必修	外语（英语）	090205	考试	4	4	4	4	4	4	4	4			320		16			
	必修	历史	090206	考试			1	1	1	1			2	2	80		4			
	必修	信息技术	090207	实践	2	2	2	2			2	2			120	120	6			
	必修	体育与健康	090208	考试	2	2	2	2	2	2	2	2			160		8			
选修	体育与健康	090209	考试							2	2			40		2				
必修	艺术	090210	实践	1	1				1	1				40	40	2				
选修	艺术	090211	实践								2	2		40	40	2				
选修	莆田文化	090212	实践								2	2		40	40	2				
	小计				21	21	20	20	18	18	18	18	12	12	0	1780	240	89		
专业课程	基础	市场营销基础	090213	考试	4	4									80		4	54.1%		
	基础	营销素养训练	090214	实践			4	4							80	80	4			
	基础	经济学基础	090215	考试	3	3	2	2							100		5			
	基础	管理学基础	090216	考试	3	3	2	2							100		5			
	基础	商品管理	090217	实践			3	3							60	60	3			
	基础	网络营销	090218	实践					4	4					80	80	4			
	核心	消费心理学	090219	实践				3	3						60	60	3			
	核心	商务沟通与谈判	090220	实践					3	3					60	60	3			
	核心	门店运营实务	090221	实践					4	4					80	80	4			
	核心	品牌推广	090222	实践							3	3			60	60	3			
	核心	营销策划	090223	实践							2	2			40	40	2			
	核心	广告实务	090224	实践							2	2			40	40	2			
	核心	商品销售技巧	090225	实践							3	3			60	60	3			
	核心	商品展示	090226	实践							2	2			40	40	2			
	拓展	推销岗位实训	090227	实践				3	3						60	60	3			
	拓展	客户关系维护	090228	实践				3	3						60	60	3			
	拓展	客户数据管理	090229	实践					3	3					60	60	3			
	拓展	导购岗位实训	090230	实践					3	3					60	60	3			
	拓展	商务文案	090231	考试							2	2			40		2			
	拓展	网店运营基础	090232	实践							3	3			60	60	3			
	拓展	营销沙盘	090233	实践							2	2			40	40	2			
		劳动	090234												54	54	3			
		入学训练	090235												36	36	2			
	志愿者服务	090236												36	36	2				
	综合实习	090237										30	30	600	600	30				
	毕业鉴定	090238											1	18	18	1				
	毕业设计	090239										2	2	36	36	2				
	小计				10	10	11	11	13	13	13	13	19	19	33	33	2100	1780	101	
	总计				31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	33	33	3880	2020	190	100%
备注	公共基础课课程总学时1780学时，占总学时45.9%。实践性课程总学时2020学时，占总学时52.1%。选修课540学时，占总学时13.9%。																			