



厦门南洋职业学院

市场营销专业 人才培养方案

专业名称及代码:	市场营销(530605)
适用年级:	2023 级
专业负责人:	朱家奔
制定日期:	2023 年 8 月 1 日

目 录

第一章 编制说明	1
第二章 专业人才培养方案	2
一、专业名称	2
二、专业代码	2
三、入学要求	2
四、基本修业年限	2
五、职业面向	2
六、培养目标	4
七、培养规格	4
八、课程设置及学时安排	6
九、教学进程安排	11
十、实施保障	14
十一、质量保障	18
十二、毕业要求	18

第一章 编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院市场营销教研室、中教畅享（北京）科技有限公司等企业共同制订，并经专业建设指导委员会审定、学校批准在市场营销专业实施。

主要编制人：

市场营销教研室： 朱家奔 讲师

厦门世联兴业房地产顾问有限公司 董事总经理 焦安平

中联教育集团 福建区域总监 陈建凡

厦门市星购信息科技有限公司 副总经理 曹昌茂

百胜餐饮（福州）有限公司 招募项目经理 邹凯

中教畅享（北京）科技有限公司 福建区域经理 江家园

审定：林莉 经管三创学院院长/教授

孔佩伊 经管三创学院院长助理/副教授

邱晓慧 工商管理教研室主任/副教授

黄澄 电子商务教研室主任/讲师

朱家奔 市场营销教研室主任/讲师

李立娟 大数据与会计教研室主任/副教授

李娟 网络营销与直播电商教研室主任/讲师

第二章 专业人才培养方案

一、专业名称

市场营销

二、专业代码

530605

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力的毕业生。

四、基本修业年限

三年

五、职业面向

主要职业面向

专业名称	所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应的行业	市场营销	市场分析 商品销售	营销策划 营销管理	营销高级 管理
市场营销	财经商贸类 (53)	工商管理 (5306)	批发业、零售业 (51, 52)	营销员 市场营销专业人员	销售代表; 销售经理; 区域销售经理; 市场调研专员	1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书(中级)	营销师、互联网营销师

					市场主管； 市场经理		
--	--	--	--	--	---------------	--	--

就业岗位

职业领域	工作岗位		
	初始岗位	目标岗位	发展岗位
市场营销	市场分析 商品销售	营销策划 营销管理	营销高级管理

工作任务与职业能力分析表

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
市场营销	市场营销	企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品推销和营销推广	商务谈判与技巧、商务数据分析、市场营销基础、营销策划实务、新媒体营销、市场调查与预测、1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）等
	销售管理	一定的组织协调能力、具有创新意识和一定的分析问题解决问题的能力,能独立从事市场营销相关的实际工作能力	销售与管理、品牌策划与推广、商务数据分析、全域营销等

六、培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、智能客户服务、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党的领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。
4. 由于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。
5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（二）知识

1. 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。
3. 掌握必备的文化基础知识：政治、体育、数学、外语、计算机等。
4. 具有一定的外语听、说、读、写、译的基本知识。

5. 掌握必备的专业基础知识（管理学、经济学、经济法和会计基础等）。

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

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

（三）能力

1. 基本职业能力

（1）具备探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）熟练计算机基本操作技能。

（4）具备一定的英语听说读写能力。

（5）职业生涯发展与就业、创业能力。

2. 核心职业能力

企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品数字营销推广。一定的学习能力、分析问题和解决问题能力，数据分析应用能力，组织协调能力、沟通能力，具有创新意识、数据意识，一定的分析问题解决问题的能力，能独立从事市场营销相关的实际工作能力。

3. 专业拓展能力

（1）把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。

(2) 具备良好的道德修养及一定的艺术鉴赏力，掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼，了解心理健康的标准和调试的方法，了解并熟悉各项活动的前期策划与后期总结相关知识。

(3) 拓广常识性知识面，精选专业深刻性知识的内容；能较为清晰地认识自己及职业的特性，了解基本的创业知识，掌握生涯决策技能和求职技能等。熟练掌握目前常用流行的操作系统和 OFFICE 办公软件，能进行基本的日常英语交际

八、课程设置及学时安排

专业教学计划中设有公共课（必修、选修）、专业基础课（群平台课）、专业核心课、专业拓展课以及集中实践教学环节（勤工助学）等五大模块。

（一）课程设置

1.公共必修课

详见下表：

公共必修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院（部门）	考核形式	备注
1	思想道德与法治	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第1学期开设，每周理论2课时+实践1课时，3节连排，共计理论教学36课时，实践教学18课时。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2	36	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设，共计理论教学30课时，实践教学6课时。

公共必修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院 (部门)	考核形式	备注
	论体系概论						
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设，每周理论教学2课时+实践教学1课时，3节连排，共计理论教学36课时，实践教学18课时。
4	形势与政策	1	/	48	马克思主义学院	考试	灵活采用讲座、视频直播、社会调查等形式进行高职第1至第6学期开设，第6学期以线上授课形式执行（使用智慧树平台）。
5	军事课	4	/	148	马克思主义学院	考试+考查	军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
6	劳动教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	课程成绩由理论成绩和实践成绩综合构成，马克思主义学院负责理论与实践成绩比例安排、理论教学、出具理论学时成绩并负责汇总评定课程总评成绩。
7	体育与健康	6	/	108	教育学院	考查	理论教学12学时，实践教学96学时，在第1、2、4学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的20—30%。
8	大学语文	2	2	32	人文社科学院	考试	理论教学36课时，与《应用文写作》任选一门开设。
9	应用文写作	2	2	32	人文社科学院	考试	理论教学36课时，实践教学18课时，与《大学语文》任选一门开设。
10	生涯体验-生涯规划	1	/	16	三创学院	考查	高职第2学期开设，理论教学10课时，实践教学6学时
11	生涯体验-创业基础	2	/	32	三创学院	考查	高职第3或第4学期开设，理论教学16学时，实践教学16学时

公共必修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院 (部门)	考核形式	备注
12	生涯体验-就业指导	1	/	16	三创学院	考查	高职第 5 学期开设，课堂教学 8 学时，课程实践 8 学时
13	大学生心理健康教育	2	/	32	心理健康中心	考查	各学院分学期进行，原则上安排在高职第 1 或第 2 学期开设，理论教学 16 学时，实践教学 16 学时
14	基础英语	4	4	64	外国语与旅游学院	考试	该课程一般在第一学年开设，由外国语学院根据《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》组织实施，各专业可结合企业需求，与教研室协商教学内容和考核标准；理论教学 32 学时，实践教学 32 学时。
15	信息技术	4	4	64	信息工程学院	考证	第 1 或第 2 学期开设，由信息工程学院根据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021 年版）》组织实施，理论教学 16 学时，实践教学 48 学时，学生须通过全国计算机等级考试。
16	入学教育	2	/	32	/	考查	在新生军训期间完成，内容包括校史介绍、专业介绍、学生学籍管理规定、校纪校规，以及安全教育、爱国主义教育等内容。

2.公共选修课程

(1) 学生修读的公共选修课总学分应不少于 6 学分，包括公共任意选修课 4 学分和公共限选课 2 学分。

(2) 全校性任意选修课主要包括“文学修养与艺术鉴赏”、“经济活动与社会管理”“国学经典与文化遗产”、“大学生创新创业”“人际交往与沟通表达” 等模块，鼓励学生跨院系、跨专业学习。

(3) 所有学生在校期间须修读不少于 2 学分的公共限选课。公共限选课包括大学英语、美育概论等 2 门课程，每门课程 2 学分，32 学时。

(4) 各专业可在以上原则的基础上，根据专业特点对本专业学生公共选修课提出选课要求和建议。学生选修与本专业重复或相近的课程，不计入公共选修课学分；跨专业领域的课程修习可承认为公共选修课学分。

3.专业课

(1) 专业基础课

市场营销专业基础课程设置 8 门，共计 20 学分。包括：《管理学基础》、《经济学基础》、《会计基础》、《商务数据分析与应用》、《客户服务管理》、《市场营销基础》、《市场调查与预测》、《经济法》。

(2) 专业核心课程

市场营销专业设置 6 门，共计 24 学分。包括：《数字营销》、《服务营销》、《销售与管理》、《消费者行为分析》、《商务礼仪与沟通》、《品牌策划与推广》。

(3) 专业拓展课程

市场营销专业拓展课程设置 6 门，共计 16 学分。包括：《营销策划实务》、《新媒体营销》、《直播营销》、《市场营销案例分析》、《全域营销》、《跨境交易平台应用》。

(4) 实习实训

企业经营管理沙盘模拟实训、市场调查与预测实训、营销策划实训、商务谈判实训。

专业核心课程名称	主要教学内容
数字营销	课程为认证课程，主要学习营销市场分析、网页搜索排名分析、关键词挖掘与分析、搜索排名优化、搜索排名广告营销与分析、搜索引擎品牌营销推广与分析、推荐引擎落地页推广与分析、推荐引擎应用程序推广与分析、推荐引擎线下门店推广与分析。
服务营销	本课程既强调市场细分、目标市场选择和市场定位（STP）以及基于产品、定价、渠道、促销（4P）的营销组合方案，更强调服务的特殊性以及服务营销组合中的新 3P——人员、流程和有形展示；既强调传统的价值创造、传播和交付，更强调顾客体验的设计、打造和分享以及顾客的期望与感知，更强调服务与利润的关系，乃至顾客资产的经营。
销售与管理	本课程是建立在市场营销学和现代管理理论基础之上的应用学科。主要内容包括销售规划管理：销售计划管理、销售组织设计、销售区域设计与管理；销售人员与团队管理：销售人员招聘、培训、激励、薪酬制度特点及其灵活应用、销售分析的目的和内容；销售业务指导管理：订单管理、终端管理、客户关系管理、投诉管理、货品管理、信用管理等
消费者行为分析	该课程主要学习消费者行为特征、影响因素及其应用，培养学生掌握营销活动中消费者心理活动和行为规律，掌握从事营销或销售工作的职业技能。主要内容包括消费者购买决策过程、影响和决定消费者行为的个人、人与心理因素、影响消费者行为的外部因素。以及在此基础上，对各种消费者行为表现和企业营销活动进行阐述、解释、分析和评价。
商务礼仪与沟通	本课程是根据人才培养需要开设的一门必修的综合素质拓展课程。它是一门训练学生基本礼仪规范和人际沟通能力的实用性人文素质课程,旨在通过本课程的教学和训练,使学生掌握现代礼仪的基本规范和。主要讲授求职应聘、个人仪表服饰、商务谈判、商务通讯、商务社交活动等实用礼仪知识及沟通方式方法等内容
品牌策划与推广	通过系统理论学习和动手实践，使学生能够全面深入理解品牌理论及推广方法。内容主要包括品牌的定义及其构成要素、品牌价值界定及其构成、品牌定位原理、品牌个性识别、品牌形象识别、品牌传播的基本概念、品牌延伸的原理、品牌营销战略、品牌推广活动等

4. 实践教学（含勤工助学）

（1）社会实践：2 学分，由学工处统一组织。

（2）校内专业实习实训 6 周（6 学分），原则上以周为单位集中进行，包括以下项目：创业实战实训、营销策划实训等。

(3) 毕业作业或毕业设计：4 学分，采取的方式为：导师指导毕业论文。

(4) 岗位实习：24 学分，按 24 周计算。岗位实习的组织形式为：学生自主实习，导师指导监督。

实践教学环节（含勤工助学）学分、学时安排

开设学期	第一学期	第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期
任务	勤工助学	校内 2 周专业实习实训	勤工助学	校内 2 周专业实习实训	勤工助学	校内 2 周专业实习实训	勤工助学	毕业设计	岗位实习	岗位实习
学分	2	2	2	2	2	2	2	4	4	12
学时	48	96		96		96		4*16+16*24=448		
学分总计	34 学分									
学时总计	不低于 640 学时									

(二) 学时学分安排

总学分控制在 165 学分以内。总学时一般在 2500-3000，其中实践教学时数不低于总学时的 50%，公共必修课学时累计不少于 25%。

九、教学进程安排

(一) 教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

学年	学	课堂教	考	入学	社会	专业实习实践	毕	毕业设	毕业鉴	机	小
----	---	-----	---	----	----	--------	---	-----	-----	---	---

	期	学与课 内实践	试	教育 与军 训	实践	课内	勤工助 学	业 岗 位 实 习	计 (论 文)	定、毕 业教育	动 周	计
一	1	16	1	2	2	0	0	0	0	0	1	20
	2	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
二	3	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
	4	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
三	5	12	1	0	0	0		4	4(工科 类专业 8周)	0	1	20
	6	0	0	0	0	0		12	0	0	0	20
合 计		76	5	2	2	12		16	4 或 8	1	5	20

注：岗位实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式实习，分散在第 1-5 学期，勤工助学 1 学分 40 小时折算成实践教学 24 学时。

（二）专业教学计划进程表

（详见附件 2：2023 级市场营销专业教学计划进程表）

（三）实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内 容	场所	可容纳学生数	备注
1	校内模拟实验实训	商务礼仪与沟通实训	4	2	4	通过阅读、观察、写作等单项项目的训练，增强学生沟通的能力。	校内	60	其中 2 周寒暑假、周末
		综合管理实训	2	4	2	管理技能与技巧的各种实景各种策略模拟。	校内	60	其中 1 周寒暑假、周末
		商务谈判实训	2	4	2	商务谈判	VBSE 综合实训	180	其中 1

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内 容	场所	可容纳学生数	备注
						训练	室		周寒暑假、周末
2	专业实习实训	企业经营管理沙盘模拟实训	4	2	4	模拟企业经营 6 年	ERP 沙盘实训室	40	其中 2 周寒暑假、周末
		营销策划实训	2	3	2	营销与策划	VBSE 综合实训室	180	其中 1 周寒暑假、周末
		市场调查与预测实训	2	3	2	设计问卷调查和市场预测	VBSE 综合实训室	180	其中 1 周寒暑假、周末
3	社会实践	社会实践	2	1	24	社会实践	校外	120	岗位实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式岗位实习，分散在第 1-5 学期
4	勤工助学	勤工助学		— 5		勤工助学	校内外企业		
	毕业生岗位实习	岗位实习	2	— 6		岗位实习	校内外企业		
5	毕业设计（论文）	毕业论文	4	5	4	毕业论文			文科类 4 学分，工科类 8 学分
6	职业技能及岗位培训	1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	2	4	2	市场调查、网络营销	VBSE 综合实训室	120	

（四）课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学分百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
公共课	公共必修课	752	324	428	38	27.54	31.88

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学分百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
	公共选修课	96	96	0	6	4.35	
专业基础课程		320	176	144	20	14.49	
专业核心课程		384	176	208	24	17.39	
专业拓展课程		256	128	128	16	11.59	
勤工助学（周）		784	0	784	34	24.64	
总 计		2592	900	1692	138		

注：课内教学活动原则上按 16-18 学时计 1 学分；专业实习实训每周按 24 学时计 1 学分；实践教学环节（C 类课程）24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式顶岗实习，分散在第 1-5 学期，勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。

十、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

经过多年努力和积累，本专业群已经建立了一支素质优良、结构合理、专兼结合的“双师型”教师队伍：现有福建省技能大赛专家库成员 1 名，厦门市拔尖人才 1 人，厦门市优秀教师 1 人，南洋学者 2 人，教学名师 2 人。专业基础课与专业课教师 20 人，其中具有高级职称教师 6 人，硕士以上学历占 73%，双师型教师比例达到 68%，专业课 50%以上由来自行业企业经营管理者和业务骨干兼任和指导。

2. 专任教师

林莉、孔佩伊、邱晓慧、黄澄、伏聆羲、李娟、李建清、张媛媛、李立娟、鲁小卉、冯蓓蓓、汪阳、陈金辉、刘洋、杨智豪、张淑贞、朱家奔、蓝碧议、双巧

3. 专业带头人

林莉

4. 兼职教师

黄翔、杨月明、赖志煌

（二）教学设施

1. 校内实训基地

序号	校内实训基地（室）名称	主要设备	实训内容（项目）
1	中小企业孵化室	硬件：PC 机 20 台（硬盘 80G、内存 1G、CPU3.0G、17TFT），服务器 1 台、投影仪 1 台、传真机 2 台、复印机 1 台、打印机 2 台、扫描仪 1 台、数码摄像机 1 部、数码相机 1 部以及配套桌椅等。	孵化培养在校学生创办企业，成为法人代表
2	VBSE 跨专业综合实训	硬件：PC 机 60 台（硬盘 80G、内存 1G、	跨专业综合实训

		CPU3.0G、17TFT), 服务器 1 台、投影仪 1 台、音响 1 套、数 码摄像机 1 部、数码 相机 1 部以及配套桌 椅等。	
--	--	---	--

2. 校外实训基地建设

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	功能	使用学期
1	纵通（厦门）电子商务有限公司	厦门市思明区软件园二期望海路 57-2 号 2 楼	产品销售	第 4-5 学期

(2) 校外实训基地建设需求

计划发展 6 个紧密型校外实习基地。与企业共建集市场营销专业创新创业人才培养与职业岗位训练为一体的校内外阶梯式实训体系，并成长为服务中小企业、培养创新型企业管理人才的市级、省级实训基地。

通过 3 年时间，到 2024 年年底之前，实现校企合作的深入化和有效化，与企业合作共赢。在校外共建合作基地重点开展三方面的深层次合作，一是开展 2+1 的教学模式改革，与企业合作实施专业人才培养方案，为企业和社会培养更合适的专业管理和业务技能型人才；二是选派青年教师到合作企业和实训基地顶岗锻炼，提升实践操作能力，培养高素质的双师型教师；三是长期聘请合作企业的高管、技能人才到学校与师生座谈，承担一些教学任务，指导和帮助学生更快的成长。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用教材，禁止不合格的教材进入课堂

2. 图书文献配备基本要求

图书配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查阅。专业类图书文献主要包括：与市场营销专业核心专业领域相适应的图书、期刊、资料、规范、标准等。

3. 数字教学资源配置其本要求

建设、配备与本专业相关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷，满足教学要求。

（四）教学方法

教学既重视知识技能的传授，更重视学生能力的培养。在教学方法上，推行实践主导型教学改革，全面推行“实践主导型”教学建设，将填鸭式的介绍讲解教学变成团队创作和互动讨论。主要教学方法如下：

1. 启发式教学

在教学中想方设法让学生“多思”，用恰当的问题激起学生的思维浪花，使他们于“无疑”之处生“难疑”产生新奇感和探索感，充分体现学生的主体性。结合课程内容特点，从实际生活中的问题入手在课堂上首先提出问题，让学生思考，然后带着问题听课，积极启发学生主动思考。不仅提高了学生的学习能力和积极性，也培养学生独立分析问题和解决问题的能力。长此以往，学生主动获取知识的能力必然得到提高。

2. 案例式教学

本课程积极引入最新发生的案例。各基础理论知识的讲解以案例演示、讨论切入，既生动了授课内容、活跃了课堂氛围，又培养了学生的综合分析能力。还可以将学生分成若干个团队，进行实际练习。

3. 互动式教学

在教师的指导下，让学生走上讲台，发表自己的见解。学生查阅大量资料，准备讲授内容的同时深刻学习了相关知识。变被动为主动的学习方式，不仅激发了学生的学习热情，增强了学生的自信心，也锻炼了学生的阅读和口头表达能力。

（五）学习评价

课程的考核主要是阶段考核与期末考核相结合：即采用平时表现、项目完成、期末试卷等多种考核相综合的方式，避免学生临时抱佛脚的现象，加强学习效果。平时分 50%，期末考 50%。结合课堂提问、课后作业、项目完成等手段，注重平时的评分汇集。平时的评分内容包括学习能力、团队协作精神、沟通交际能力、知识的运用和掌握能力等方面的考核。期末考核也主要注重学生的实际应用能力，期末考试采用开卷考形式，其中大部分题目为案例分析和实务题，给学生很多自由发挥的空间

十一、质量保障

1. 建立专业建设与教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全查课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建议毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量

十二、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和

选修部分)，并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	至少达到 138 学分	
学分结构	公共基础课程 44 学分；专业基础课 20 学分；专业核心课程 24 学分；专业拓展课程 16 学分；勤工助学 34 学分。	
职业技能证书	获得专业要求职业相关技能证书	
其它		

附件 1：市场营销专业人才培养方案评审表

附件 2：2023 级市场营销专业教学计划进程表

附件 3：2023 年市场营销专业调研报告

附录 1:

市场营销专业人才培养方案评审表

评审专家（教学指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	林莉	厦门南洋职业学院	教授/院长	
2	江家园	中教畅享（北京）科技有限公司	福建区域经理	
3	曹昌茂	厦门市星购信息科技有限公司	副总经理	
4	邹凯	百胜餐饮（福州）有限公司	招募项目经理	
5	孔佩伊	厦门南洋职业学院	副教授/院长助理	
6	黄澄	厦门南洋职业学院	讲师/院长助理	
7	邱晓慧	厦门南洋职业学院	副教授/工商企业管理教研室主任	
8	李立娟	厦门南洋职业学院	副教授/大数据与会计教研室主任	
9	朱家奔	厦门南洋职业学院	讲师/市场营销教研室主任	
教学指导委员会评审意见				
专业人才培养方案体现了专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，包括专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置、学时安排、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求等内容，并附教学进程安排表等。 专业群人才培养方案培养目标。依据国家有关规定、公共基础课程标准和专业教学标准，结合学校办学层次和办学定位，科学合理确定专业培养目标，明确学生的知识、能力和素质要求，保证培养规格。注重学用相长、知行合一，着力培养学生的创新精神和实践能力。 评审组长签字: 2023 年 9 月 26 日				
学校意见: 主管校长签字: 2023 年 9 月 28 日				

注：二级学院组织评审，由评审专家签署意见后扫描电子档插入培养方案电子档中。

附件2：2023级市场营销专业教学计划进程表

模块名称	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备 注	
						理论	实践	一		二		三			
								1	2	3	4	5	6		
公共必修课 %	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3							
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2						
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3						
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2							
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2						
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2					第3或第4学期，需与体育教研室协商决定
	G00004	基础英语	4	B	64	32	32	4							经营、艺术、建工、电影第一学期
	G02727	信息技术	4	B	64	16	48		2						电影、艺术、建工、机电、信息第一学期；其余学院第2学期。（每周2课时线下+2课时线上）
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16		2						信息、机电、学前、外语第一学期
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	√							军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》课程36学时（3周，含军训课时20学时）
	G00009	形势与政策	1	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	第6学期线上课
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6		√						
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16			√					
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8						√		
	G00070	应用文写作	2	B	32	16	16	2							二选一：经营、教育、外语、医学院第1学期；其余学院第2学期。
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√							第1或2学期进行。
	G00030	入学教育	2	A	32	32	0	√							含安全教育、2周，穿插在军训中
“公共必修课”模块小计			38		752	324	428	11	11	2	0	0	0		
	“限制性选修	美育概论	2	A	32	32	0	2							经营、外院医、机电第一学期，其余专业第二学期
	第1-4学期开设	公共选修课	4	A	64	64	0								
	“综合素质选修课”模块小计（至少应选修6学分）		6	A	96	96	0	2							
“公共基础课”模块小计			44	0	848	420	428	13	11	2	0	0	0		
专业基础课程 %	G03997	市场营销基础	4	B	64	32	32		4						
	G00150	管理学基础	2	B	32	16	16		2						
	G00131	经济学基础	2	B	32	16	16	2							
	G03881	会计基础	4	B	64	48	16	4							
	G03485	商务数据分析与应用	2	B	32	16	16			2					
	G03916	客户服务管理	2	B	32	16	16		2						
	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16			2					
	G00361	经济法	2	B	32	16	16		2						
专业基础课模块小计			20	0	320	176	144	6	10	4	0	0	0		
专业核心课程 %	G03998	数字营销	4	B	64	16	48			4					
	G03999	服务营销	4	B	64	32	32				4				
	G04000	销售与管理	4	B	64	32	32				4				
	G04001	消费者行为分析	4	B	64	32	32			4					
	G04002	商务礼仪与沟通	4	B	64	32	32			4					
	G04003	品牌策划与推广	4	B	64	32	32				4				
专业核心课模块小计			24	0	384	176	208	0	0	12	12	0	0		
拓展课程 %	G01224	营销策划实务	4	B	64	32	32				4				
	G03491	直播营销	2	B	32	16	16				2				
	G01230	市场营销案例分析	2	B	32	16	16					2			
	G02458	新媒体营销	2	B	32	16	16				2				
	G03488	全域营销	4	B	64	32	32					4			
	G04004	跨境交易平台应用	2	B	32	16	16				2				
拓展课程模块小计			16	0	256	128	128	0	0	0	10	6	0		

“课内教学活动”总计			104	0	1808	900	908	19	21	18	22	6	0		
专业 实践 %	G02517 VBSE综合模拟实训		30	C	48		48				2周			其中1周寒暑假、周末	
	G00622	业经营管理沙盘模拟实训	4	C	96	0	96		4周					其中2周寒暑假、周末	
	G01233	营销策划实训	2	C	48	0	48				2周			其中1周寒暑假、周末	
	G01234	市场调查与预测实训	2	C	48	0	48			2周				其中1周寒暑假、周末	
	G01514	商务谈判实训	2	C	48	0	48			2周				其中1周寒暑假、周末	
勤 工 助 学	专业实践课程(校内实训)		6		144		144		2周	2周	2周			2-4学期进行，每学期2周在校内，2周课外实践	
	G02729	校外实习实训	6	C	144		144		2周	2周	2周				
	G00031	社会实践	2	C	48		48	2						社会实践周安排在暑假	
	G03962	岗位实习	16	C	384		384					4周	14周		
	G00032	毕业设计（论文）	4	C	64		64					4		1学分16学时	
“勤工助学”模块小计			34		784	0	784							勤工助学学分不低于34，学时不低于640	
总 计			138	0	2592	900	1692	19	21	18	22	6	0		
占总学 时比例		A类课程比例	B类课程理论部分				B类课程实践部分				C类课程比例				
		3.70%	31.02%				35.03%				30.25%				
		理论部分						实践部分（应在50%以上）							
		34.72%						65.28%							
市场营销专业		执笔人（签名）					审核人（签名）					年 月 日			

- 注：
1. “计划学时”=“周学时”×“课堂教学与课内实践周数（每学期按20周计算）”。如未排满一学期的课程，应在备注栏中注明实际上课周数。
 2. 课内教学活动原则上按16-18学时计1学分。实践教学按24学时计1学分。
 3. 模块比例按学分进行统计，各类课程占总学时比例按学时进行统计。
 4. 课程类型分为纯理论课程（A类）、理论+实践课程（B类）、纯实践课程（C类）。
 5. 《形势与政策》第1~6学期进行，共计48学时，第6学期线上课，每学期8学时，累计到最后一学期计1学分。岗位实习24学分，其中12学分采用勤工助学方式岗位实习，分散在第1-5学期，勤工助学1学分40小时折算成课堂教学24学时
 6. 《军事理论》在军训期间集中安排。
 7. 综合实践课程中的专业实习实训部分课程按专业群开设课程，部分课程分专业方向开设课程。
 8. 凡是有认证要求的课程必须在备注栏中注明具体认证项目及等级。
 9. 《生涯体验——生涯规划》、《生涯体验——创业教育》与《生涯体验——就业指导》由三创学院组织实施。
 10. 入学教育由学工处负责，共32学时，2学分，含安全教育。
 11. 《劳动教育》课程由马克思主义学院和学工处组织实施，第1-2学期开展，每学期16学时，理论4学时，实践12学时。