**三明医学科技职业学院**

**2020级市场营销专业人才培养方案**

**（专业代码：630701 ）**

（招生方式：春夏季高考；生源类别：春夏季高考考生）

**经管学院**

**二〇二〇年六月**

# 编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由经济管理学院工商管理系经济教研室与沃尔玛（福建）商业零售有限公司福州大利嘉分店、梅园酒店管理公司、福建兄弟物流有限企业等共同制订，于 2020 年 5 月 29 日，经市场营销专业指导委员会专家评审论证后提报给教务处。2020 年 6月学院组织两委会进行了评审，提出了评审及修改意见， 根据专家评审意见进行了修改，形成此稿。

主要编制人：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 单位 | 姓名 | 职务/ 职称 |
| 三明医学科技职业学院 | 谢寿星 | 经管学院院长 |
| 三明医学科技职业学院 | 薛俊林 | 工商管理系主任/副教授 |
| 三明医学科技职业学院 | 王盛勇 | 产业经济研究所所长/专业带头人/副教授 |
| 沃尔玛（福建）商业零售有限公司福州大利嘉分店 | 巫小明 | 人力资源总监/一级人力资源管理师 |
| 梅园酒店管理公司 | 朱庆洪 | 董事长 |
| 三明市国际贸易促进委员会 | 陈斌 | 国际商务师/秘书长 |
| 福建兄弟物流有限公司 | 陈清江 | 副总经理 |
| 三明医学科技职业学院 | 杨敏 | 骨干教师/讲师 |

审核人：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 审核人 | 职务 | 姓名（签名） |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# 市场营销专业建设委员会

为适应高职教育人才培养的要求，促进市场营销专业建设与教学改革的不断深化，使专业人才培养规格更加符合和满足三明地区经济建设对人才结构、产业结构与经济结构的客观需求，根据学校工作部署，经研究决定，成立市场营销专业建设委员会。市场营销专业带头人担任专业建设委员会主任，聘请本地区行业专家和龙头企业技术骨干为副主任和成员。市场营销专业建设委员会定期召开研讨会，对本专业规划、专业发展、专业建设等予以具体指导和工作协调。市场营销专业建设委员会成员名单，详见下表：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 性别 | 单位 | 职务/职称 | 专业建设委员会职务 |
| 1 | 巫小明 | 男 | 沃尔玛（福建）商业零售有限公司福州大利嘉分店 | 人力资源总监/一级人力资源管理师 | 委员 |
| 2 | 朱庆洪 | 男 | 梅园酒店管理公司 | 董事长 | 委员 |
| 3 | 陈斌 | 男 | 三明市国际贸易促进委员会 | 秘书长/国际商务师 | 委员 |
| 4 | 陈清江 | 男 | 福建兄弟物流有限公司 | 副总经理 | 委员 |
| 5 | 薛俊林 | 男 | 三明医学科技职业学院 | 工商系主任/副教授 | 委员 |
| 6 | 王盛勇 | 男 | 三明医学科技职业学院 | 产业经济研究所所长/专业带头人/副教授 | 主任委员 |
| 7 | 杨敏 | 女 | 三明医学科技职业学院 | 骨干教师/讲师 | 委员 |

# 2020级市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称（专业代码）

市场营销（630701）。

## 二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学历。

## 三、基本修业年限

三年。

## 四、职业面向

### （一）职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

**表 1 本专业职业面向**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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）** | **主要岗位群或技术领域举例** |
| 财经商贸大类  （63） | 市场营销类  （6307） | 批发业、零售业  （51、 52） | 营销员（4-01 -02-01）；  商品营业员（4 -01 -02 -03）； 摊商（4 -02 -02 -05）；  市场营销专业人员（2 - 06 - 07 - 02） | 销售代表；  销售经理；  区域销售经理；  卖场经理；  小微商业企业创业者；  市场主管； 市场经理； 市场调研专员 |

### （二）职业岗位分析

本专业职业岗位分析如表 2 所示。

**表 2 本专业职业岗位分析**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **岗位类别** | **职业岗位** | **岗位描述（典型工作任务）** | **职业能力要求** | **相应课程或教学环节** |
| 1 | 初始岗位 | 销售代表 | 开发市场，与顾客进行有效的信息沟通，介绍产品，为顾客提供专业性支持。 | 1.要求有较强的学习、沟通能力，善于交际；  2.有良好的团队合作意识和承压能力；  3.吃苦耐劳，保持良好的工作积极性；  4.主动开发新客户，整理客户材料，建立客户信息档案；  5.完成客户洽谈、签订合同、跟单和后期维护；  6.完成公司下达的销售任务。 | 市场营销实务、消费者心理学、商务谈判等 |
| 市场调研专员 | 通过调查、统计分析等方法获得全面、准确的市场信息和分析结论，为企业管理决策提供强有力的支持。 | 1.思维活跃，具备创新能力，在市场调查工作中，不断开拓丰富信息资源，了解新的市场动向；  2.较强的研究能力，能就某一产品的开发可行性进行多方面论证；  3.能对市场、产品进行跟踪调研，提供高质量的调研报告；  4.较强的沟通和协调能力；  5.较强的计划管理能力，能制定合理的计划、监控计划执行并提供相应的调整建议。 | 市场营销实务、市场调查与预测、市场调研实训、网络营销等 |
| 客服人员 | 负责收集客户信息，了解并分析客户需求，规划客户服务方案；负责进行有效的客户管理和沟通；负责建立客户服务团队；定期或不定期进行客户回访，以检查客户关系维护的情况；负责发展维护良好的客户关系，负责组织公司产品的售后服务；建立客户档案、质量跟踪记录等售后服务信息管理系统。 | 1.具备良好的语言表达能力；  2.拥有丰富的行业知识及经验；  3.具备熟练的专业技能；  4.优雅的形体语言表达技巧；  5.思维敏捷，具备对客户心理活动的洞察力；  6.具备良好的人际沟通能力；  具备良好的倾听能力。 | 客户关系管理、公共礼仪实训、消费者心理学、商务谈判等 |
| 2 | 相近岗位 | 销售内勤 | 协助销售人员进行售前、售中、售后工作，提供销售服务。包括接受客户咨询，及时对客户反馈意见进行传递和处理；协助销售人员进行销售订单跟单、核算业绩提成；完成各类销售信息的收录、统计和分析；完成本部门的行政事务工作，为本部门人员提供后勤服务；负责本部门文件的收发及部门档案管理等。 | 1.具备一定的销售知识和能力；  2.具备较强的沟通协调能力；  3.具备良好的客户服务意识；  4.具备工作责任心；  5.具备高度的工作热情；  6.具备良好的人际关系处理能力。 | 市场营销实务、客户关系管理、公共关系、商务谈判 |
| 电子商务专员 | 开拓市场，挖掘潜在客户，通过沟通达成订单，提高产品销售额；利用不同的网络工具进行推广互动，提高公司和产品的知名度；对公司产品推广策略、市场定位、主要面向人群提出合理可行建议；收集主要竞争对手信息，对其进行分析结合市场变化适时调整自身业务推广方案。 | 1.熟悉互联网电子商务的运作，熟悉电子商务支付与安全，接受新事物能力强；  2.具备强烈的进取心和责任心；  3.能够承受较强的工作压力；  4.熟悉消费者心理，熟悉电商市场状况和运营规则，具备敏锐的市场洞察力，具备相关的产品知识  5.具备良好的沟通能力和团队合作精神； | 电子商务基础、网络营销、电子商务实训、创新创业实训等 |
| 物流管理岗位 | 制定物流计划，组织商品运输、仓储和配送，进行物流信息处理、商品陈列与维护工作。 | 1.掌握物流配送、仓储等相关知识及有关职业素质和职业道德；  2.备强烈的进取心和责任心；  3.能够承受较强的工作压力；  4.具备良好的沟通能力和团队合作精神； | 现代物流管理、快递超市综合实训 |
| 3 | 发展岗位 | 销售经理 | 制定销售计划，确定销售政策，设计销售模式，完成销售人员的招募、选择、培训、调配，对销售业绩进行考察评估，管理销售渠道和客户，对销售情况及时汇总，汇报并提出合理建议等。 | 1.具备良好的沟通能力，能与下属、与客户进行友好沟通，并对沟通提炼出来的有效信息进行及时响应；  2.备强烈的进取心和责任心；  3.能够承受较强的工作压力；  4. 具备团队合作精神 | 市场营销实务、市场调查与预测、市场调研实训、商务沟通等 |
| 市场经理 | 能够合理制定中长期营销发展战略和年度营销计划，深入市场，及时发现营销运作中存在问题，密切注意公司销售动态和竞争对手销售策略，同时根据根据公司发展需要，合理调整公司产品结构，配合做好新产品开发和上市。 | 熟悉营销等相关专业知识，要有较强的市场意识，并具有良好的沟通能力。 | 市场营销实务、市场调查与预测、市场调研实训、商务沟通等 |
| 小微商业企业创业者 | 根据自身情况经营实体或虚拟店铺。 | 1.能正确把握市场信息与有关政策；  2.能正确应对各种风险；  3.有一定谈判能力与沟通能力；  4.有一定管理能力和营运能力；  5.清楚店铺运营各环节及相关业务的处理方法。 | 经济学原理、管理学原理、市场营销实务、电子商务基础、创新创业实训、人力资源管理等 |

### （三）职业资格证书要求（可选）

本专业职业资格证书要求如表 3 所示。

**表 3 本专业职业资格证书要求**

| **序号** | **类别** | **证书名称** | **颁证单位** | **等级** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 基本  能力  证书 | 福建省高校计算机一级考试证书 | 教育部考试中心 | 一级 | 必考 |
| 2 | 高校英语应用能力测试B级证书 | 教育部考试中心 | B级 | 选考 |
| 3 | 1+X证书 | 跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书 | 阿里巴巴（中国）教育科技有限公司 | 中级 | 选考 |
| 6 | 客户关系、销售等技能等级证书 | 三明医学科技职业学院电子商务产业学院 |  | （校内1+X）  必考一个 |

## 五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的复合型技术技能人才。

## 六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

**(一)素质**

1. 坚定拥护中国共产党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. 勇于奋斗、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。

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

**(二)知识**

1. 掌握必备的思想政治理论、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. 掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

4. 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

5. 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

6. 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

7. 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

8. 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

9. 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

**(三)能力**

1. 具有探究学习、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. 能够与客户进行有效沟通。

4. 能够对客群和竞争者进行分析。

5. 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

6. 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

7. 能够组织实施推销和商业谈判。

8. 能够对客户关系和销售进行日常管理。

9. 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

10. 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

11. 具备数据意识和商务数据分析应用能力。

12. 具备商务礼仪规范应用能力。

13. 具备一定的创新创业能力。

## 七、课程设置及学时安排

### （一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

### 公共基础课程

（1）思想道德修养与法律基础（54学时/3学分）

旨在运用辩证唯物主义和历史唯物主义世界观和方法论，引导大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，解决成长成才过程中遇到的实际问题，更好适应大学生活，促进德智体美劳全面发展。

（2）毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论（72学时/4学分）

旨在从整体上阐释马克思主义中国化理论成果，既体现马克思主义中国化理论成果形成和发展的历史逻辑，又体现这些理论成果的理论逻辑;既体现马克思主义中国化理论成果的整体性，又体现各个理论成果的重点和难点，力求全面准确地理解毛泽东思想和 中国特色社会主义理论体系，尤其是马克思主义中国化的最新成果——习近平新 时代中国特色社会主义思想，引导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，努力培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

（3）大学英语（60学时/3.5学分）

英语教学主要培养学生具有较强的阅读本专业英语书刊的能力，并能在实践中以英语为工具， 获取本专业所需要的信息，为进一步提高英语水平打下较为坚实的基础。通过学习，使学生能够在日常交往中熟练地用英语进行简单会话，教学中注重学生听、说能力的培养。

（4）经济数学（56学时/3学分）

通过经济数学的学习，使学生掌握微积分的基本概念与原理，能够运用微积分知识解决经济问题中数量分析，建立相应的数学模型；掌握线性代数的基本概念与相关定理，能够用矩阵与线性方程组的有关知识分析、处理生产实际中的相关数据；掌握概率论与统计学的基本知识，能够对现实生活中的随机现象作出基本正确的判断与估计。

（5）计算机应用基础（56学时/3学分）

使学生了解计算机的基础知识，能够熟练地进行 Windows 系统的操作，以及利用 Word、Excel 等常用的办公自动化软件进行文档编辑，了解数据库的基本应用以及计算机网络等相关知识，为适应现代化网络时代的社会打下基础

（6）体育（60学时/3.5学分）

目的要求：通过体育训练，学习体育常识，增强学生体质，提高学生运动系统的灵活性、控制力和形体表现力，从而培养学生良好的体态，优美的气质与风度。

（7）军事理论（32学时/2学分）

普通高等学校通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

（8）形势与政策（24学时/1学分）

通过教学，使学生较为全面系统地掌握有关形势与政策的基本概念和正确分析形势的方法，理解政策的途径及我国的基本国情、党和政府的基本治国方略，形成正确的政治观，学会用马克思主义的立场、观点和方法观察分析形势，理解和执行政策。

（9）创新创业教育基础（32学时/2学分）

课程结合当前大学生的就业形势，针对高职大学生的特点，理论联系实际，内容具有针对性、实用性、时代性和指导性。既有理论方面的深入阐述，又有切合高职大学生职业发展实际的能力训练、操作方法。《职业生涯规划与指导》不仅有利于引导高职大学生正确对待就业难题，从容应对就业竞争，而且还可以帮助他们树立职业目标，合理规划自己的学业，为将来个人职场成功奠定基础。

（10）大学生心理健康教育（16学时/1学分）

提高全体学生的健康素质，优化每一个学生的人格，帮助学生解决成长发展中的各种困惑及问题，增强其适应现代社会生活的能力，开发个体心理潜能，使全体学生都能得到全面而健康的发展。

（11）劳动教育（32学时/2学分）

培养具有劳动精神、劳模精神、工匠精神、“明劳动之理”的新时代大学生。强化劳动教育，明确劳动教育时间，弘扬劳动精神、劳模精神，教育引导学生崇尚劳动、尊重劳动增强其适应现代社会生活的能力，开发个体心理潜能，使全体学生都能得到全面而健康的发展。

（12）课程超市、网络选修课（4学分）

依托超星尔雅及课程超市的课程，如 CPR 心肺复苏、党史国史、中华优秀传统文化、健康教育、美育课程、职业素养等课程利用课余时间自选 5 个学分的选修课程，其中 CPR 心肺复苏是必选项目。

### 专业课程体系

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **专业基础课** | **专业核心课** | **专业拓展课** |
| 电子商务基础  商品学  企业管理  经济学原理  统计学原理  经济法  金融概论  商务沟通 | 市场营销实务  推销技术  品牌推广  销售管理  市场调查与分析  消费者行为分析  网络营销理论与实务  客户关系管理 | 社群营销  定制营销  物流营销  EXCEL在经济管理中的应用  国际营销  跨境电子商务  医药营销  农产品营销  服装营销  机电营销 |

|  |  |
| --- | --- |
| **职业能力课程** | |
| 客户服务、消费行为分析  商品学知识（服饰、机械、药品等）、办公软件应用 | 电子商务基础  跨境电子商务 |

|  |  |
| --- | --- |
| **对接1+X职业技能等级标准** | |
| 客户关系（售前、售中、售后）管理 | 跨境电商B2B数据运营（中级） |

### 专业核心课

专业的专业核心课程及教学内容如表 4 所示。

**表 4 专业核心课程介绍**

| **序号** | **专业核心课程名称** | **主要教学内容** | **学时/学分** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 市场营销实务 | 营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市 场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等。 | 64学时/4学分 |
| 2 | 推销技术 | 潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下 推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务 等知识与实务操作。 | 44学时/2.5学分 |
| 3 | 品牌推广 | 品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒 介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作。 | 44学时/2.5学分 |
| 4 | 销售管理 | 销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管 理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。 | 44学时/2.5学分 |
| 5 | 市场调查与分析 | 调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与 分析、调查报告撰写等知识与实务操作。 | 44学时/2.5学分 |
| 6 | 消费者行为分析 | 主要研究消费者心理、行为特征及其影响因素, 从而为制定市场营销战略提供依据。 | 22学时/1学分 |
| 7 | 网络营销理论与实务 | 主要内容包括：网络营销的基本理论、基本知识，学会利用网络进行市场信息收集和企业形象宣传，可以成功开展网络营销，培养学生的动手能力。 | 60学时/3.5学分 |
| 8 | 客户关系管理 | 主要内容包括客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户渠道。 | 30学时/2学分 |

### 实践性教学环节

（1）企业经营模拟沙盘实训(26学时/1学分)

此课程将把参加模拟实训的学生分组，每组各代表不同的一个虚拟公司，每组4-5人，分别担任公司中的重要职位(CEO、CFO、市场总监、生产总监等)，采用情境模拟、角色扮演等体验方式，让参与实验的同学在仿真的企业环境中扮演不同角色，体验不同岗位职能进行工作的实践训练，培养学生的职业感、团队协作精神、人际沟通能力，实现“做中学”的目标，是使学生迅速成长为企业经营管理人员的可行途径。

（2）电子商务仿真模拟实训（26 学时/1 学分）

以构建出可应用、可操作、能运营的网站交易环境和产品营销结果为目标，运用所学知识，如电子商务基础、市场营销实务等，以电子商务项目策划、网站规划和建设、产品网络营销策划和推广为基本内容，使学生通过 ITMC电子商务系统接受电子商务职业技能仿真训练，提高在企业电子商务应用方面的综合策划和建设能力以及分析和解决实际问题的能力。

（3）公共礼仪实训（26学时/1学分）

旨在让学生明确在各种场合应该遵循的举止和礼仪方面的规范与标准，树立自身的形象。实训内容主要为个人礼仪、会面礼仪、位次礼仪、餐饮礼仪、政务礼仪、销售礼仪、会务礼仪、仪典礼仪、服务礼仪、外事礼仪、求职面试礼仪等。

（4）市场调研实训（26学时/1学分，地点：校内）

本课程是一门操作性极强的应用性课程，重点培养学生四大基本能力：市场认识能力、调查设计能力、调查资料处理与分析能力、调查报告撰写能力。实现从认识——设计——实施——运用的一体化训练。学生通过实训一方面可以巩固课堂理论的内容，使学生能在实践中把课堂上所学的知识点转化为解决问题的方法；另一方面能使学生正确的利用市场调查方法并认识市场调查在企业经营过程中的重要作用，积累社会实践经验，提高分析问题和解决问题的能力。

（5）市场营销沙盘实训（26学时/1学分，地点：校内）

本课程以企业实际经营为蓝本，让学生以团队的方式经营同一出发点的某一企业，通过小组人员的分工与合作，完成某企业4-6年的经营。实训要求学生通过仿真模拟，能够快速经营企业，重点培养学生的营销战略规划能力、市场研究及预测能力、市场开拓及运作能力、广告投放及市场销售能力。

（6）多岗位综合实训（52学时/2学分）

学生在仿真的环境下，模拟十多家行业机构，数十个岗位，学习开展企业运营决策的同时，与虚拟环境中的不同机构进行交互作用和影响产生“沉浸”于真实环境的感受和体验；在动态数据支撑的企业竞争的立体性环境下，学生以小组为单位，开展竞争环境不断变化的、经营模式多样的企业经营决策级对抗；动态数据的教学环境下实现了服务环境参数可调、企业运营难度可变、企业间对抗的复杂程度可设；在模拟企业竞争运营的背景下，在明确的、主动与被动的任务驱动下，在一定的时间内学生必须高质量的完成岗位作业，这些工作结果对企业经营结果、对团队成绩起到重要作用，并提高训练饱和度、增强学生学习主动性；在丰富的信息资源环境下，不同学习者，在不同经营阶段，对不同类信息资源价值的不同认知，直接影响了企业内经营模式、企业间合作模式，形成了服务业社会协同，企业间供应链协同，部门间流程协同；在现代社会对人才实际需求的背景下， 从企业经营前的商业计划书撰写，就职前演讲，应聘面试，到企业经营过程中的投标述标，团队间交流，服务业窗口业务处理，全方面的锻炼学生的求职能力，沟通能力，业务能力等职业基础素质， 缩短学生与企业实际需求的距离。

（7）企业综合实训（182学时/7学分，地点：校外）

依托校外实训基地进行专周实训，通过轮岗及企业课程培训的方式，让学生接触不同岗位，使学生与市场零距离对接，学生参与工作实践，有利于培养爱岗敬业、吃苦耐劳的精神，增强对岗位、职业的感情，对于端正学生的职业态度，训练与巩固学生的营销技能，学会待人接物的基本方法，全方位锻造学生的职业素质大有裨益。同时把理论知识和实践能力融为一体，学生返校后在学习上表现出来的自主性和实训前对比面貌焕然一新，使学校的教学质量得以真正提高，更重要的是，学生的动手能力、综合分析能力、独立完成工作的能力和应变能力等这些职业岗位能力得到了很好的培养和锻炼，

（8）创新创业实训（26学时/1学分）

通过基础理论知识的讲授，要求学生熟悉创业环境 、培养创新思维、锻炼创业能力等，特别要掌握创业项目选择的方法，不断提高自身素质，具备高职院校培养高素质技能型人才的目标。会运用创新思维解决学习生活中的各类问题；能够根据自身条件制订合理创业目标；能够运用创业技巧完成创业项目的选择；能够适应职业环境，完成从学生到社会人的角色转换并合理进行个人职业发展；能够具备创业者的基本素质与能力，做好创业准备。

（9）毕业顶岗实习（540学时/18学分，地点：校外）

通过顶岗实习，进一步提高学生的专业实践技能，增强社会适应能力、就业能力，了解社会， 熟悉企业生产经营活动业务全过程，增强对职业岗位认识，为顶岗从事专业工作奠定坚实的基础。

### 大学生德育课程

学生德育课程成绩由团学处具体负责考评办法的制定、完善和实施指导。德育课程成绩由团学处负责考核评定,学生德育课程以学期为单位，每学期测评一次,学生德育课程满分为 100 分，及格分

为 60 分。

### 1+X 职业资格认证说明

（1）8门专业核心课程+企业门店综合实训+MLC和企业营运内训课程成绩合格即可取得学校颁发的客户关系管理、销售等技能等级证书。

（2）学生在第 5学期可以选考跨境电商 B2B数据运营等级证书，获得等级认证的同学可以替换免修职业资格相应课程并获得相对应学分。

### （二）教学进程总体安排（见附件）

八、教学基本条件

**（一）师资队伍**

**1. 市场营销专业核心教学团队如表 5 所示。**

**表 5 电子商务专业核心教学团队介绍**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **姓名** | **年龄** | **职称/职务** | **学历** | **教师素质** | **承担主要课程** |
| **专业带头人** | 王盛勇 | 49 | 副教授  国际商务师 | 本科 | 双师素质；  国际商务师； | 市场调查与分析  经济学基础 |
| **团队成员**  **（校内）** | 杨敏 | 37 | 讲师 | 研究生 | 双师素质；  跨境电子商务师；  1+X电子商务数据分析职业技能等级培训讲师（中级） | 统计学基础  推销技术  品牌推广  消费者行为分析  网络营销  客户关系管理  跨境电子商务 |
| 蔡素妹 | 42 | 副教授 | 研究生 | 双师素质； 副教授  电子商务师 |
| 周静 | 36 | 讲师 | 本科 | 双师素质；  跨境电子商务师；  1+X电子商务数据分析职业技能等级培训讲师（中级） |
| **团队成员**  **（校外）** | 巫小明 | 52 | 人力资源总监 | 本科 | 从事营销相关教学培训工作 28 年 | 企业门店综合实训  MLC和企业营运内训课程 |

1. **专业主干课程教师配备情况如表 6 所示。**

**表 6 专业主干课程教师配备情况**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **专业主干课程教师配备情况** | | | | | | |
| **姓名** | **性别** | **出生年月** | **职称** | **学历** | **毕业院校及专业** | **备注** |
| 经济法 | 薛俊林 | 男 | 74.09 | 副 教 授 高级物流师 | 本科 | 华侨大学 企业管理专业 | 双师素质 |
| 金融概论 | 王鑫 | 男 | 87.8 | 讲师  中级经济师 | 本科 | 南京审计学院国际经济与贸易专业 | 双师素质 |
| 商品学 | 黄京华 | 女 | 75.09 | 副 教 授 高级物流师 | 本科 | 华侨大学 企业管理专业 | 双师素质 |
| 商务谈判 | 黄琳 | 女 | 81.03 | 副教授物流师 | 本科 | 华侨大学 企业管理专业 | 双师素质 |
| 市场营销基础 | 马玉水 | 男 | 82.10 | 讲师物流师 | 本科 | 华侨大学 公共管理专业 | 双师素质 |
| 快递超市轮岗实训客户关系管理 | 夏芳 | 女 | 95.6 | 助教 | 本科 | 集美大学电子商务 |  |

### （二）教学设施

**1、校内实验、实训设施（详见表 7）**

**表 7 校内实训教学设施一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **名称** | **实训设施** | **承担主要课程** |
| 1 | 跨专业综合实训室 | 一体式云终端131台  云平台服务器和多岗位实训软件一套 | 多岗位实训课程 |
| 2 | 创新创业实训室 | 微型电子计算机30台 | 创新创业实训课程 |
|  | 市场营销沙盘实训室 | 分销与零售沙盘模块一套  微型电子计算机30台 | 市场营销沙盘实训课程 |
| 4 | 企业经营模拟沙盘实训室 | 计算机150台  用友ERP沙盘软件 | 企业经营模拟沙盘实训课程 |
| 5 | 电子商务技能实训室 | 电子商务综合实训与竞赛系统一套计算机 100 台 | 电子商务仿真模拟实训客户管理管理 |
| 6 | 快递超市综合实训室 | 快递超市一间  菜鸟驿站软件一套 | 快递超市轮岗实训 |

1. **校外实训基地**

与省内外 50 多家大中型企业建立了良好合作关系，依托企业集团建立学生校外实习实训基地，同时还建设了三明医学科技职业学院农村电子商务产业学院，对学院内部电子商务专业群提供实习实训的平台，对外开展技术服务、技能鉴定、实训项目等服务。校内实训场地能充分满足对应证书专业的理论学习与实践操作。主要校外实训基地有沃尔玛股份有限公司（福建）、百盛集团（福建）、香港恒信家私有限公司、三明梅园国际大酒店、福建兄弟物流有限公司、厦门越千阳发展有限公司、厦门浩源工贸有限公司、泉州寰球鞋服有限公司、福建华嘉工贸有限公司、福建高科日化有限公司、福建福联精编有限公司、福建海鑫金属市场有限公司、福建好多多商贸有限公司、福建金顺通信息技术有限公司、福建三明新华都购物广场有限公司、福建省第一建筑工程公司、福建省工业设备安装有限公司、福建思嘉环保材料科技有限公司、福建苏宁电器有限公司、福建天清食品有限公司、福建新泰革业有限公司、夏商集团有限公司、三明万科实业有限公司、上海耿坤实业有限公司、厦门鑫万华管理咨询有限公司、用友软件股份有限公司福建分公司。

1. **教学资源**
2. **教材方面**

本专业教材的选用严格根据教育部《职业院校教材管理办法》（教材〔2019〕3 号）文件精神， 并遵守《经管学院教材选用管理暂行办法》。专业核心课程原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录《职业教育国家规划教材书目》中选用，且要求选用近三～五年出版的新版修订教材，选用目录外教材要说明选用理由。教材选用应保持相对连续性，不得因任课教师临时变动或其它原因随意更换，教材选用还应考虑学生经济承受能力，杜绝选用包销质劣的教材。

专业基础课和专业选修课在同类教材中优先选用国家级规划教材、国家教学资源库及省部级教学资源库教材、教育部行业职业教育教学指导委员会推荐教材、全国百佳出版社出版的规划教材、各级各类精品教材、获奖教材等，且应选用近三年出版的新教材或修订版教材。对未有上述类教材的课程可选用国家职业资格证书、“1+X”证书等培训教材或经相关组织机构审核认定的校本教材， 不得以岗位培训教材取代专业课程教材。

1. **信息化教学资源**

对教师进行培训，提高教师合理运用现代信息技术进行教学活动的水平，充分利用学校开设的精品在线开放课程网络平台，精品在线开放课程的教学标准、教案、课件、习题、技能指导、参考文献目录等线上资源，实现优质教学资源共享，带动课程的建设。同时教学过程应该积极使用超星学习通网络课件系统（包括超星学习通网络实时录播机和超星学习通网络课程管理软件平台）。

**3.推进信息技术与教学有机融合**

适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革。加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，服务学生终身学习。

### （四）教学方法

**1. 关于理论课教学内容**

组织教学必须紧扣培养目标，贯彻理论与实践并举，教学、生产、服务相结合的原则。加强基础课，提高学生深造和就业适应性。低年级主要开设基础课及专业基础课，理论联系实际，注重内容的实用性，强调基础知识够用的原则。在教学实施中，学完基础知识模块后再学习专业知识模块， 专业知识模块对应不同的就业岗位，一环紧接着下一环，最后完成从基础知识到工作岗位所需专业知识。

1. **关于实践课**

主要依托合作企业开展实践课，采取理论和实践教学交叉、交融的方式，将有关理论知识和实践教学环节结合起来，提高学生的技能和应用能力。在安排上，低年级以学习单项技能为主，高年级以掌握新技术和综合技术为主。

1. **关于产学结合的培养途径**

以合作企业为依托，开发实战项目和创业项目，重点培养学生在真实环境下开展网络营销活动的实战能力，在团队实战项目中，贯彻“学教做合一”人才培养模式，真正实现“在做中学、在学中做”，对应专业人才培养，强化专业核心技能的培养，实现学生综合能力和就业竞争力的进一步提高。

### （五）学习评价

1. 结合培养目标与专业特色，把知识评分标准与能力检测标准有机结合起来。根据学校的办学特色和培养目标的要求，将传统的命题标准、知识评分标准与能力检测标准有机结合起来，在全面考核过程中，引导学生把精力更多地用在强化动手能力和提高专业技能方面。如安排的考证课程、实践教学课程教学实行的是“与营销行业的岗位能力要求相结合”的开放式教学模式，理论与实践一体化。通过讲授、示范、实训三位一体的教学方法，实现教、学、做一体化。

2. 结合学生的个性特点选择不同考核方式，充分挖掘个人优势和特长，注重评价的发展性。 在制定培养方案及授课计划的过程中，在很多方面和层次上要考虑到因材施教和学生个性发展的问题， 就是因材施教，鼓励学生个性发展。本专业的做法是结合学生的个性特点选择不同考核方式，充分挖掘个人优势和特长，注重评价的发展性。

3. 结合高职院校考试评价改革的要求，教师改革教育思想，提高自身素质。体现素质教育的教学改革，相对弱化了考试的评价功能，强化了考试的信息反馈和分析判断功能，使考试成为因材施教的调节手段。高职院校的考试改革要求教师依据考试信息，及时调整、设计和改进教育教学工作，不断更新教学观念、知识结构和教学方法。

4. 结合学生实践能力训练,做到理论与实践统一，应特别突出对学生实践能力的考核。学生实践能力的考核中所涉及的理论的点与面要体现“必须与够用”的原则，考核内容要重基础、重覆盖面、重学生对基础知识的灵活掌握；“运用与实践”部分重基本方法和基本原理的掌握运用；与学生职业能力形成无直接关系的内容不纳入考核范围；提倡学生通过参加各种认证考试取得相关职业资格证书或能力等级证书；“以人为本”，正确对待学生学习中的强项与弱项，在教学考核机制上给学生扬长避短的机会。

5. 结合社会实践的要求，注重实习实训考评，突出强调学生的实际动手能力的培养和提高。学生在校期间提高实践动手能力的重要途径就是增加学生的社会实践活动次数，实践有“课程实训” “顶岗实训”“毕业实习”等多种方式。通过社会实践活动，使学生深入到社会生活“第一线”， 深入到企事业单位去锻炼和提高自己。

## 八、质量保证

**（一）机制和制度保障**

**1.校企合作长效机制**

校企合作是进行工作过程系统化课程开发的基础，为此，本专业在充分调研的基础上，根据电子商务岗位的特点，产教融合。校企合作的内容包括教学内容、师资队伍、实训基地建设等多方面的的合作。在校企合作过程中，广泛挖掘合作的深度与广度，主要与企业在教学内容、师资队伍、实训基地建设等方面进行了合作。

**2.教学管理保障**

校院二级都制定相应的教学管理规定，设有教学督导组、学生信息员等质量监控人员，对教学管理及教学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，包括专业定位、培养计划和培养目标，对教学条件、实训室教学与使用、教学过程、教学效果、毕业生质量的跟踪等，科学地鉴定了教学质量的全面状况，并提供反馈信息，促进了教学质量进一步提高。

### （二）毕业要求

1. 学分、学时分配说明

### 本专业规定学生修满 136.5学分准予毕业。

**本专业总学时共计 2774 课时，其中实践教学课占总课时的62.18%，选修课占总课时的18.17%。**

1. 获得全国计算机等级一级证书（注：入校前，已取得以上基本能力证书的学生，可提出申请免修相应课程）。
2. 获取的基本能力证书的要求（社会实践或志愿服务经历等）：需要参加为期 2 周的企业志愿者服务，鼓励取得由学校组织的相应等级英语水平考试证书。

4.工作经历证明的要求：学生在校学习期间，需要在2个冬季学期、2个夏季学期参与社会实践与企业实习，按要求填写工作经历证书。

5.体质健康测试达标：按照《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》测试的成绩达不到 50 分者按结业或肄业处理。符合免测条件、按规定提交免测申请并获得批准者不受本条毕业资格的限制。

6.德育合格：学生处规定的德育成绩合格，没有处分，或者处分已经撤销。

7.1+X 学习成果认定：学生在校期间，所修专业核心能力课程成绩合格，参加电子商务产业学院或其他电子商务企业的专业综合实践考核合格，可以获得由学校认定的技能 X 证书（客户关系、销售等），同时，鼓励学生参加选考跨境电商 B2B 数据运营技能等级证书，获得等级认证的同学可以免修职业资格课程并获得相对应学分。

**九、附件：市场营销专业课程设置表（三个部分组成）**

**（一）市场营销专业课程设置表[不含集中实践环节] 课程类别、课程代码**

| **课**  **类** | **序**  **号** | | | **课程名称** | **性**  **质** | **课程代码** | **学**  **分** | **学**  **时** | **学时分配** | | **学年及学期周学时数** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **理论**  **教学** | **实践**  **教学** | **一** | | **二** | | **三** | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **14** | **16** | **11** | **15** | **16** | **18** |
| 公共基础课程 | 必修课 | 1 | | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 必/试 | 10010000010 | **4** | **72** | **64** | **8** |  | 4 |  |  |  |  |
| 2 | | 思想道德修养与法律基础 | 必/试 | 10010000020 | **3** | **54** | **45** | **9** | 3 |  |  |  |  |  |
| 3 | | 形势与政策 | 必/查 | 10010000030 | 1 | 24 | 24 | 0 | (3次) | (3次) | (3次) | (3次) |  |  |
| 4 | | 大学英语 | 必/试 | 10010000060 | 3.5 | 60 | 60 | 0 | 2 | 2 |  |  |  |  |
| 5 | | 计算机应用基础 | 必/试 | 10010000090 | 3 | 56 | 28 | 28 | 4 |  |  |  |  |  |
| 6 | | 体育 | 必/试 | 10010000170 | 3.5 | 60+（48） | 4 | 56+（48） | 2 | 2 |  |  |  |  |
| 7 | | 大学生健康教育 | 必/查 | 10010000100 | 1 | 16+（16） | 16 | （16） |  | 2 |  |  |  |  |
| 8 | | 创新创业教育基础 | 必/查 | 10010000080 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  |
| 9 | | 大学生就业指导 | 必/查 | 10010000210 | 1 | 16 | 8 | 8 |  |  |  |  | (4次) |  |
| 10 | | 经济数学 | 必/试 | 10010000230 | 3 | 56 | 56 | 0 | 4 |  |  |  |  |  |
| 11 | | 劳动教育 | 必/查 | 10010000220 | 2 | 32 | 8 | 24 | (4次) | (4次) | (4次) | (4次) |  |  |
| 12 | | 军训 | 必/查 | 10010000160 | 2 | 112 | 0 | 112 |  |  |  |  |  |  |
| 13 | | 军事理论课 | 必/查 | 10010000040 | 2 | 32 | 32 | 0 |  | 2 |  |  |  |  |
| 14 | | 大学语文 | 必/试 | 10010000250 | 2 | 30 | 30 | 0 |  |  |  | 2 |  |  |
| 选修课 | 15 | | 课程超市、网络选修课 | 选/查 |  | 4 | 64 | 16 | 48 | (16) | (16) | (16) | (16) |  |  |
| **公共基础课（含公共选修课）小计：** | | | | | | | **37** | **716** | **407** | **309** | **17** | **12** | **0** | **2** | **0** | **0** |
| 专业技能课程 | 专业基础课 | | 1 | 经济学原理 | 必/试 | 03620401001 | 3 | 56 | 56 | 0 | 4 |  |  |  |  |  |
| 2 | 商品学 | 必/试 | 03620401040 | 1.5 | 28 | 28 | 0 | 2 |  |  |  |  |  |
| 3 | 电子商务基础 | 必/试 | 03620401007 | 4 | 64 | 64 | 0 |  | 4 |  |  |  |  |
| 4 | 企业管理 | 必/试 | 03620401041 | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |
| 5 | 统计学原理 | 必/查 | 03620401004 | 1 | 22 | 12 | 10 |  |  | 2 |  |  |  |
| 6 | 金融概论 | 必/试 | 03620401042 | 2 | 44 | 24 | 20 |  |  | 4 |  |  |  |
| 7 | 经济法 | 必/查 | 03620401003 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
|  | | 8 | 商务沟通 | 必/试 | 03620401043 | 2 | 30 | 20 | 10 |  |  |  | 2 |  |  |
| 专业核心课 | | 1 | 市场营销实务 | 必/试 | 03620401008 | 4 | 64 | 34 | 30 |  | 4 |  |  |  |  |
| 2 | 推销技术 | 必/查 | 03620401044 | 2.5 | 44 | 24 | 20 |  |  | 4 |  |  |  |
| 3 | 品牌推广 | 必/查 | 03620401045 | 2.5 | 44 | 24 | 20 |  |  | 4 |  |  |  |
| 4 | 销售管理 | 必/查 | 03620401046 | 2.5 | 44 | 24 | 20 |  |  | 4 |  |  |  |
| 5 | 市场调查与分析 | 必/试 | 03620401047 | 2.5 | 44 | 24 | 20 |  |  | 4 |  |  |  |
| 6 | 消费者行为分析 | 必/试 | 03620401048 | 1 | 22 | 12 | 10 |  |  | 2 |  |  |  |
| 7 | 网络营销理论与实务 | 必/试 | 03620401049 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
| 8 | 客户关系管理 | 必/试 | 03620401018 | 2 | 30 | 20 | 10 |  |  |  | 2 |  |  |
| 专业  拓展  课程 | | 1 | 社群营销 | 选/查 | 03620401050 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
| 2 | 定制营销 | 选/查 | 03620401051 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
| 3 | 物流营销 | 选/查 | 03620401052 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
| 4 | EXCEL在经济管理中的应用 | 选/查 | 03620401020 | 3.5 | 60 | 40 | 20 |  |  |  | 4 |  |  |
| 5 | 国际营销 | 选/查 | 03620401053 | 4 | 64 | 24 | 40 |  |  |  |  | 4 |  |
| 6 | 跨境电子商务 | 选/查 | 03620401054 | 4 | 64 | 24 | 40 |  |  |  |  | 4 |  |
| 7 | 医药营销 | 选/查 | 03620401055 | 4 | 64 | 24 | 40 |  |  |  |  | 4 |  |
| 8 | 农产品营销 | 选/查 | 03620401056 | 2 | 32 | 12 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| 9 | 服装营销 | 选/查 | 03620401057 | 2 | 32 | 12 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| 10 | 机电营销 | 选/查 | 03620401058 | 2 | 32 | 12 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| **专业课小计：** | | | | | | | **62.5** | **1064** | **642** | **422** | **6** | **10** | **24** | **20** | **16** | **0** |
| 职业能力课程 | 职业资格课程 | | 1 | 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级认证 | 选/查 |  | 4 | 64 | 0 | 24（40） |  |  |  |  | 4 |  |
| **小计** | | | | | | | **4** | **64** | **0** | **64** |  |  |  |  | **4** |  |
| ***学分/学时/周课时合计*** | | | | |  |  | **103.5** | **1844** | **1049** | **795** | **23** | **22** | **24** | **22** | **20** | **0** |

**备注：**

1. 公共基础课（）数字是指课外实践，超星尔雅课程为学生在超星尔雅平台上选择党史国史、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、创新创业教和信息技术等相关线上课程完成自主学习；
2. 专业技能课程（）数字表示该门课在集中实训半工半读期间完成的实践教学课时，计入实训教学课时，不计入专业拓展学时；
3. 第五学期，在学校统一组织下，参加工商系集中实训；
4. 职业资格课程（）数字为线上教学课时。

### 市场营销专业课程设置表[集中实践环节]

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课类** | | **序号** | **课程名称** | **实践**  **周数** | **学时** | **学分** | **学年及学期实践周数** | | | | | |
| **一** | | **二** | | **三** | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| 校内技能专周实训 | | 1 | 企业经营模拟沙盘实训 | 1 | 26 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |
| 2 | 电子商务仿真模拟实训 | 1 | 26 | 1 |  | 1 |  |  |  |  |
| 3 | 公共礼仪实训 | 1 | 26 | 1 |  |  |  |  | 1 |  |
| 4 | 市场调研实训 | 1 | 26 | 1 |  |  |  | 1 |  |  |
| 5 | 创新创业实训 | 1 | 26 | 1 |  |  |  |  | 1 |  |
| 6 | 市场营销沙盘 | 1 | 26 | 1 |  | 1 |  |  |  |  |
| 7 | 多岗位综合实训 | 2 | 52 | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| 校外综合实践 | 跟岗实习 | 8 | 企业门店综合实训 | 7 | 182 | 7 |  |  | 7 |  |  |  |
| 顶岗实习 | 9 |  | 18 | 540 | 18 |  |  |  |  |  | 18 |
| 毕业作业 | 10 |  | （6） | （180） | （6） |  |  |  |  |  | （6） |
| ***学时/学分/实践周数合计*** | | | | **33** | **930** | **33** | **1** | **2** | **7** | **3** | **2** | **18** |

### （三）市场营销专业集中实践环节课程教学主要内容与要求

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **内 容 与 要 求** | **学期** | **学时** | **地点** | **考 核** |
| 1 | 企业经营模拟沙盘实训 | 通过仿真实训和企业实战综合训练，培养学生在实际操作过程中综合运用知识、熟练掌握ERP系统流程与操作方法，锻炼学生动手实践能力和企业实战本领，做到学校与企业的无缝对接。 | 1 | 26 | 企管沙盘实训室 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 2 | 电子商务仿真模拟实训 | B to C电子商务模式、B to B电子商务模式、C to C电子商务模式、银行卡支付、电子钱包支付、网上银行业务、物流系统模拟实训。 | 2 | 26 | 电子商务实训室 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 3 | 公共礼仪实训 | 介绍个人礼仪、会面礼仪、位次礼仪、餐饮礼仪、政务礼仪、销售礼仪、会务礼仪、仪典礼仪、服务礼仪、外事礼仪、求职面试礼仪等，让学生掌握接人待物的礼仪技巧。 | 5 | 26 | 一体化教室 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 4 | 市场调研实训 | 重点培养学生四大基本能力：市场认识能力、调查设计能力、调查资料处理与分析能力、调查报告撰写能力。实现从认识——设计——实施——运用的一体化训练。 | 4 | 26 | 校外 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 5 | 创新创业实训 | 学生创新思维训练，创业素质实践。 | 5 | 26 | 创新创业实训室 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 6 | 市场营销沙盘 | 让学生以团队的方式经营同一出发点的某一企业，通过小组人员的分工与合作，完成某企业4-6年的经营。实训要求学生通过仿真模拟，能够快速经营企业，重点培养学生的营销战略规划能力、市场研究及预测能力、市场开拓及运作能力、广告投放及市场销售能力。 | 2 | 26 | 思嘉集团企业情境体验实训室 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 7 | 多岗位综合实训 | 利用方宇多岗位仿真实训平台，让学生在仿真环境下，进行各工作岗位基本技能和技巧的训练 | 4 | 52 | 跨专业多岗位生产性实训基地 | 校内形成性评价+总结性评价 |
| 8 | 企业综合实训 | 校外实训基地专周实训，使学生与市场零距离对接，对于端正学生的职业态度，训练与巩固学生的营销技能，学会待人接物的基本方法，全方位锻造学生的职业素质大有裨益。 | 3 | 182 | 沃尔玛 | 校内校外考核相结合 |
| 10 | 实习实训 | 参与一线企业从事具体岗位操作 | 6 | 540 | 校外 | 校内校外考核相结合 |

**（四）各类课程学时数分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **学时数** | | | **学分数** | **学时数比例** |
| **总学时** | **理论**  **学时** | **实践**  **学时** |
| **公共基础课** | **必修课** | **652** | **391** | **261** | **33** | **23.50%** |
| **选修课** | **64** | **16** | **48** | **4** | **2.31%** |
| **专业课** | **基础课** | **336** | **264** | **72** | **19** | **12.11%** |
| **核心课** | **352** | **202** | **150** | **20.5** | **12.69%** |
| **拓展课（选修）** | **440** | **176** | **264** | **27** | **15.86%** |
| **集中实践** | | **930** |  | **930** | **33** | **33.53%** |
| **总 计** | | **2774** | **1049** | **1725** | **136.5** | **100%** |

**备注：总课时共计2774课时，其中实践教学1725课时，占总课时62.18%。选修课占总课时的18.17%**