

# 闽西职业技术学院

## 2019 级市场营销专业人才培养方案（面向退役军人）

### 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

### 二、招生对象与学制

（一）招生对象：具有高中、中职学历或同等学力的在岗退役士兵。

（二）学制：采用弹性学制，学生入学可根据自身技能程度与需求，采取灵活学习、网络学习和企业实践等相结合的多种形式完成学习，学制为3-8年。

### 三、人才培养目标与规格

#### （一）人才培养目标：

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展、拥护党的基本路线，适应现代市场经济发展趋势以及用人单位对技能型人才的迫切需求，具有良好的综合素质和市场营销专业领域必备的现代营销理论知识和专门技能型人才。能够独立完成职业典型工作任务，具备从事市场营销职业岗位工作的基本能力。拥有良好的敬业精神和职业道德，良好的沟通能力和协调能力；具有创新精神、创业意识或一定的创新创业能力，能适应产业转型升级和企业技术创新需要的发展型、复合型和创新型的技术技能人才。

#### （二）人才培养规格：

本专业所培养学生应具备的主要知识、能力、素质和证书要求：

##### 1、知识要求

- （1）了解基本的人文社会科学和职业生涯规划知识；
- （2）掌握管理学、经济学、市场营销学、会计学等企业管理基础知识；
- （3）掌握市场调研和预测、营销策划、公共关系、客户关系管理、消费者行为学等专业理论知识；

(4) 掌握旅企业市场营销的专业理论知识，熟悉商务沟通、商务礼仪、商务谈判、档案文书管理等基本理论知识。

## 2、能力要求

(1) 能够熟练采集客户信息、准确把握客户需求、进行顾客关系分析和顾客价值分析、正确处理客户异议以及规避商务风险；

(2) 能撰写调查报告、拟定市场营销计划、营销过程的控制和结果的测评；

(3) 能进行市场策划、组织并有效地开拓市场；

(4) 能进行信息搜集与遴选、分析与捕捉市场机遇、整合与利用资源、中小企业运作管理及创新创业；

(5) 能够对销售人员进行甄选、业务培训以及开展销售促进；

(6) 能进行个人形象与组织形象的设计；能够流畅口头表达，撰写商务文书；

(7) 能够运用计算机进行文字处理和数据统计分析；

(8) 能在社会环境、行业分析和个人能力分析的基础上自我确定职业目标、职业生涯；

(9) 能够进行组织沟通协调管理营销基本事务；能够运用科学方法解决营销中的实际问题。

## 3、素质要求

(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，树立中国特色社会主义共同理想，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。

(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；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。

#### 4. 证书要求

(1) 毕业证书。

(2) 鼓励退役军人结合岗位需求、岗位表现、岗位能力，积极取得多类职业技能等级证书。

### 四、专业面向的主要职业岗位

本专业毕业生能胜任工商企业、跨境企业等市场营销相关的业务工作以及事业单位从事服务相关的工作。

就业领域	主要业务工作	初始岗位群	发展岗位群
企业单位	市场管理	市场部职员	市场部主管
企业单位	市场营销	营销员	销售部经理、营销总监
事业单位	服务性工作	职员	管理人员

### 五、课程体系

#### 1. 公共基础平台

课程名称	承担教学	学时	开设学期	考核	备注
职业生涯规划	学工处	16/1	第二学期	考查	学院统一规划各类系列讲座，承担教学部门负责组织落实，各系负责组织学生，以讲座形式开设。
就业与创业指导	学工处	24/1.5	第五学期	考查	
心理健康教育	学工处	32/2	第一学期	考查	
形势与政策	思政部	16/1	每学期	考查	
古田精神与当代大学生	思政部	16/1	第一学期	考查	按上、下半学期开
闽西革命史	思政部	16/1	第四学期	考查	按上、下半学期开

思想道德修养与法律基础	思政部	48/3	第一学期	考试	理论学时 32、实践学时 16
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	思政部	64/4	第二学期	考试	理论学时 48、实践学时 16
尔雅课程 1	教务处	32		考查	校选课程
尔雅课程 2	教务处	32		考查	校选课程

## 2. 专业基础平台

序号	课程名称	开设学期	考核方式	学分	总学时	实践学时
1	经济学基础	第一学期	考试	3	48	16
2	管理学基础	第一学期	考试	3	48	16
3	市场营销基础	第一学期	考试	3	48	16
4	电子商务基础	第二学期	考试	3	48	16
5	经济法基础	第二学期	考试	3	48	16
6	管理心理学	第二学期	考试	3	48	16
7	物流管理	第二学期	考试	3	48	16
8	商务礼仪	第三学期	考试	3	48	16
9	客户关系管理	第三学期	考试	3	48	16
10	财经应用文写作	第三学期	考试	3	48	16
11	公共关系原理与实务	第三学期	考试	3	48	16
12	消费行为实务	第三学期	考试	3	48	16
13	商务沟通	第四学期	考试	3	48	16
14	企业文化	第四学期	考试	3	48	16
15	互联网营销	第四学期	考试	3	48	16
16	人力资源管理	第四学期	考试	3	48	16
17	企业经营战略	第五学期	考试	3	48	16
18	商务谈判	第五学期	考试	3	48	16
19	办公软件操作	第五学期	考试	3	48	16

20	生产运作管理	第五学期	考试	3	48	16
----	--------	------	----	---	----	----

### 3. 学习领域

序号	课程名称	开设学期	学分	总学时	学习场所
1	市场调查与预测	第三学期	4	64	多媒体教室
2	门店营运管理	第四学期	4	64	多媒体教室
3	营销策划实务	第五学期	4	64	多媒体教室
4	推销理论与实务	第五学期	4	64	多媒体教室

## 六、专业学分要求

本专业学生应修满 128.5 学分，通过毕业资格审查，方可准予毕业。

## 七、教学计划

专业：市场营销      填表人：陈玉章      时间：2019 年 9 月    日

课程类别	序号	课程名称	学分 数	学时数			各类课程按学期设置的周课时						
				共计	讲课	实践	一	二	三	四	五	六	
							16	18	18	18	18	16	
实际教学周数													
公共 基础 平台	1	思想品德与法律基础	3	48	32	16	3						
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义概论	4	64	48	16		4					
	3	形势与政策	1	16	16		4	4	4	4			
	4	职业生涯规划	1	16	16			2					
	5	就业与创业指导	1.5	24	24							2	
	6	心理健康教育	2	32	32		2						
	7	古田精神与当代大学生	1	16	16		2						
	8	闽西革命史	1	16	16					2			

小 计		14.5	232	200	112	11	10	4	6	2	
专业 基础 平台	1	经济学基础	3	48	32	16	3				
	2	管理学基础	3	48	32	16	3				
	3	市场营销基础	3	48	32	16	3				
	4	电子商务基础	3	48	32	16		3			
	5	经济法基础	3	48	32	16		3			
	6	管理心理学	3	48	32	16		3			
	7	物流管理	3	48	32	16		3			
	8	商务礼仪	3	48	32	16			3		
	9	客户关系管理	3	48	32	16			3		
	10	财经应用文写作	3	48	32	16			3		
	11	公共关系原理与实务	3	48	32	16		3	3		
	12	消费行为实务	3	48	32	16			3		
	13	商务沟通	3	48	32	16				3	
	14	企业文化	3	48	32	16				3	
	15	互联网营销	3	48	32	16				3	
	16	人力资源管理	3	48	32	16				3	
	17	企业经营战略	3	48	32	16					3
	18	商务谈判	3	48	32	16					3
	19	办公软件操作	3	48	32	16					3
	20	生产运作管理	3	48	32	16					3
小 计		60	960	640	320	9	12	15	12	12	
学习 领域 平台	1	市场调查与预测	4	64	32	32			4		
	2	门店营运管理	4	64	32	32				4	
	3	营销策划实务	4	64	48	16				4	
	4	推销理论与实务	4	64	48	16				4	
	小 计		16	256	160	96	0	0	4	4	8
校选 课程	1	尔雅课程 1	2	32	32						
	2	尔雅课程 2	2	32	32						

综合实训 (含毕业顶岗实习)	1	毕业顶岗实习	34	1020		1020						30
	学期学分、学时累计		128.5	2532	1064	1468	20	22	23	22	22	30

## 八、教学学时（或学分）比例表

类别	学时		学分	
	总学时	百分比 (%)	总学分	百分比 (%)
公共基础平台	232	10.3	14.5	12.6
专业基础平台	960	37.44	60	46
学习领域（专业核心平台）	256	9.98	16	12.24
校选课	64	2.5	4	3.11
综合实训 (含顶岗实习)	1020	39.78	34	26.05
合计	2532	100	128.5	100

## 九、教学组织形式及学习评价

### 1. 教学组织形式

实行分类教学管理，已就业的退役军人定制人才培养方案，单独编班，单独教学，创新教学组织形式，育训结合、工学交替、在岗培养，统筹利用周末、节假日、寒暑假等时间，实施弹性学习时间，实施灵活多元的教学模式。

依据课程类型及属地招生规模，采取线上和线下学习相结合，集中教学和自主学习相结合，学校学习和企业学习相结合，根据学生需求“送教进社区”、“送教入企业”，与行业企业联合开展实践教学、实训，各类课程

学习形式及学时比例分配如下：

A类（纯理论）课程和B类（理论+实践）课程：学习形式主要以面授、辅导、答疑为主，所占学时约为课程总学时的40%；同时学生以自学为辅，所占学时约为课程总学时的60%。

C类（纯实践）课程：学习形式主要以基于专业岗位相关工作任务的完成，学校教师和企业人员共同参与工作任务的指导。

## 2. 学习评价

依据课程类型及生源特点，采取灵活多样的考试和考核形式，包括笔试，面试，作品评价、任务考核，业绩考核、工作表现等，突出过程性考核和在岗工作评价，探索多元主体考核评价，行企业、学校等不同主体相结合对学生学习和学业进行考核和评价，具体执行如下：

A类（纯理论）课程：课程考核包括课程网络学习过程性考核（60%）和期末终结性考核（40%）。

B类（理论+实践）课程：课程考核包括课程网络学习过程性考核（50%）、在岗工作评价（30%）和期末终结性考核（20%）。

C类（纯实践）课程：校企“二元”考核，以企业评价为主。

## 十、教学基本条件

### （一）师资队伍

拥有一支在专业建设中发挥中坚作用、满足教学需要、相对稳定、经验丰富的专业骨干教师队伍。市场营销专业现有9位专任教师，其中高级职称3人，中级职称6人；具有“双师型”教师6人，4位教师具有硕士学位。聘用有实践经验的行业专家、企业工程技术人员、高技能人才和社会能工巧匠担任兼职教师，建设一支以企业（行业）技术人员为主体、相对稳定、动态更新的兼职教师队伍。目前有4位兼职教师。

### （二）教学设施

#### 1. 校内实训基地

市场营销专业积极吸纳行业企业参与实训基地建设与人才技能培养，探索“校中企”“企中校”等实习实训基地建设模式，搭建起校企协同育人

创新创业基地，通过校企合作，共同打造产学互动的实践教学、科研和项目孵化平台。经过多年的建设，现有校内实训基地3间。

表1：现有校内实训基地一览表

电子商务专业校内实训基地一览表									
序号	名称	地点	主要使用专业	面积	主要设备	设备值(万元)	软件(万元)	可容纳人数	主要承担的课程或环节
1	商务谈判实训室	实训大楼811-812	电商、物流、营销、工商、人力、金融	110	商务谈判桌、商务谈判椅、led屏、投影	4.21		50	管理学基础 商务谈判 人身保险实务
2	营销金融综合实训室	实训大楼913-914	金融、营销	146.08	服务器1台、台式机15台、货柜及货架若干	20.5	营销8万，金融12万 合计20万	45	商业银行实务 商业银行综合柜台业务 金融营销实务 金融基本技能实训 推销实务与技巧 公共关系原理与实务
3	VBSE综合实训室	实训大楼813-815	电商、物流、营销、工商、人力、金融	180	台式机106台、交换机、服务器等	60.5	30	106	

## 2. 校外实训基地

在现有基础上，市场营销联合更多的行业知名企业，建设高水平的校外实习实训基地。具体如下：

表2：现有校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	功能及服务
1	厦门市新景祥房地产策划代理有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
2	福建绿色鑫家园房地产营销策划有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
3	福建海华医药连锁有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
4	福建龙岩麒丰百货有限公司	教学实习、顶岗实习

5	龙岩市中信广告装潢有限公司	认知实习、教学实习、顶岗实习
6	三六一度福建分公司	教学实习、顶岗实习
7	龙岩市佳丽斯家纺有限公司	教学实习、顶岗实习

### 3. 多措并举，提升实习实训基地功能

加强与企业在实践教学、顶岗实习、教学方案设计与实施、指导教师配备、协同管理等方面的合作，设计开发有行业代表性的精品实训项目。校企合作共同规划学生在校内外实习实训基地的实践学习内容，包括：认知实习、课程实训、集中实训、教学顶岗实习、毕业顶岗实习、订单培养等；根据基地资源特性，开展应用研究、学术交流、职业培训、课程体系开发、教学资源建设等多样化的校企合作，配备指导教师进行协同管理，确保实习实训的教学效果和技能训练水平。遴选多家企业进行深度合作，开展横向课题研究、技术推广、社会服务等。

#### （三）教学平台与资源

主要依托校企深度融合企业-北京世纪超星信息技术发展有限责任公司的产品“学习通”APP 以及“网络教学云平台”进行线上教学与自主学习，同时引进和用好职业教育专业教学资源库，如爱课程、智慧树、职教云等在线课程资源，利用信息技术打造移动端的“无边界课堂”。

教师通过平台新建课程、发布课程资源、在线直播、移动录播、布置作业、在线答疑、安排线上考试、建立统计课程数据库；学生通过平台在线视频学习、在线课件学习、查阅课程资源、在线讨论、在线考试、在线问卷、查看课程消息提醒、查看学习统计数据；管理人员通过平台从入学开始为学生建立动态数字化的学习档案，进行质量监控和学籍预警。