

# 2023 级市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称与代码

专业名称：市场营销专业；

专业代码：530605

## 二、招生对象

专业学历教育入学要求一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

## 三、修业年限

专业学历教育修业年限均为 3 年为主，可根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间，弹性修业年限 3~6 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
工商管理类 (63)	市场营销类 (630701)	批发业 (51)、 零售业 (52)、 商务服务业 (72)	市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 销售和营销经理 (1-05-01-08)	销售助理、业务代表、 销售专员、市场专员、 促销管理员、电话营销 专员等、市场调查员(、 营销策划人员(如营销 文案策划、网站策划、 营销推广、微信营销策划 等)、产品设计专员	全国计算机等级 一、二级证书 全国高等学校英语 应用能力(A、 B 级)证书 图形图像处理 photoshop

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

培养思想政治坚定，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，具备线上与线下结合创新能力的现代型懂互联网计算机应用技术；具有与本专业相适应的文化水平和良好职业道德，具备较好的沟通能力、创新能力、设计能力和学习能力；掌握各种计算机应用技术；具备美学眼光与营销文案写作能力，具备本专业的基本知识、基本

技能、能在企事业单位市场营销岗位从事营销、策划、产品设计、服务管理等的中小微企业一线高素质复合型技术技能人才。

## (二) 培养规格

表 2 培养规格

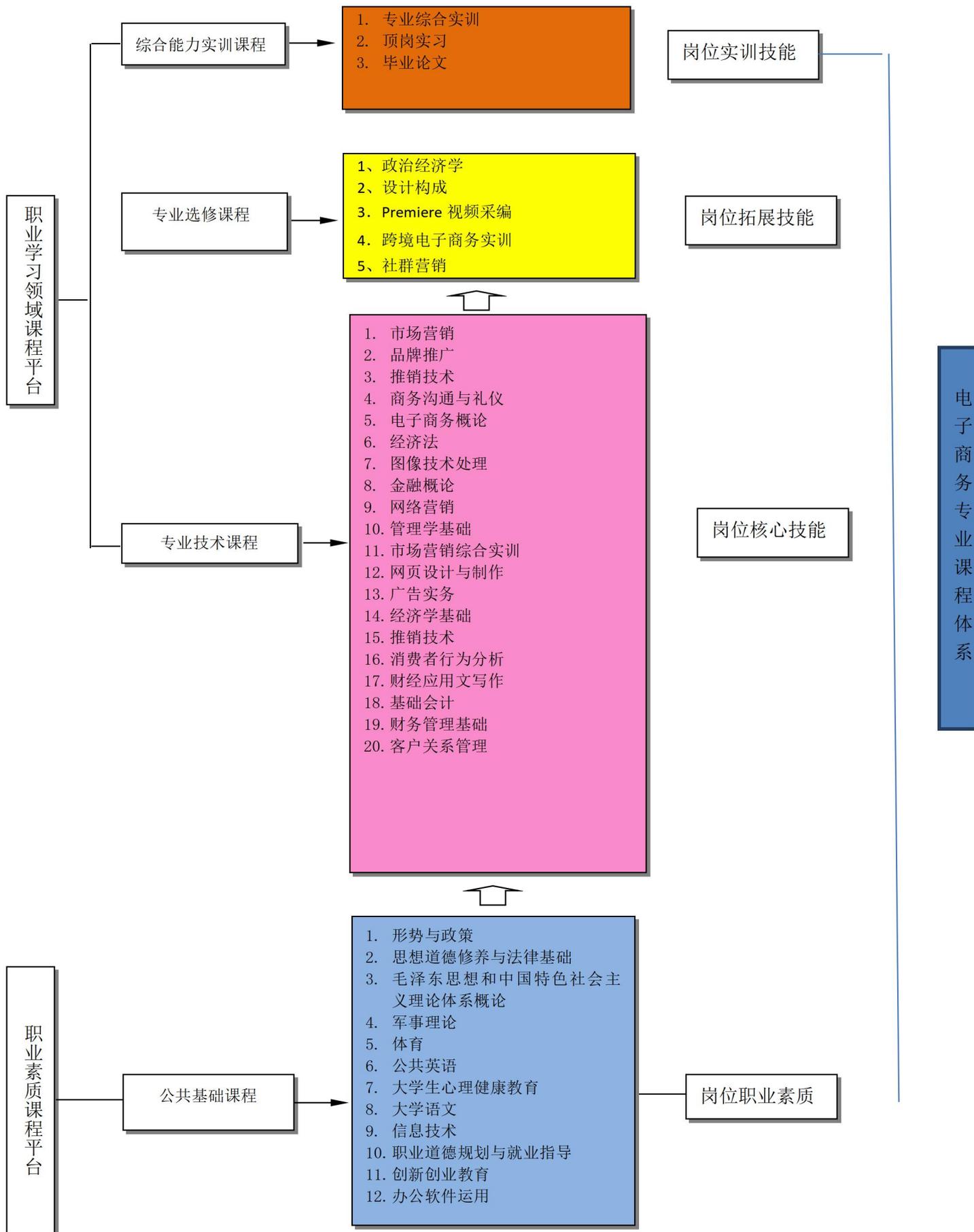
要素	基本要求	培养规格	对应课程
素质	1、具有正确的世界观、人生观、价值观。	坚决拥护中国共产党领导，树立新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。	《思想道德与法律基础》、《毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论》、《形势与政策》、《军事理论》、《校史教育》
	2、具有良好的职业道德和职业素养。	崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，	《创新创业指导》 《就业指导》
		具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、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。	《劳动教育》
	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》 《大学生心理健康教育》 《院级公共选修课》
	1、公共基础知识	具有与大学专科程度相适应的文化基础知识。具有相应的人文与社会科学、自然科学基础知识。	《大学英语》 《信息技术》 《经济应用文写作》 《职业生涯规划与就业指导》

知识	2、专业知识	<p>具有良好的客户开发、营销服务和管理能力。具备市场开发与营销策划能力，能够进行营销文案写作。具备较强的网页制作能力和图像处理技术，能做到“图文并茂”。</p> <p>熟练网络操作系统、常用办公软件安装和操作，有较快文字录入速度。具有开展网络营销信息收集、分析、处理能力。能独立进行电子商务交易平台的操作，具备线上线下结合的互联网产品设计与社交电商运营能力。</p> <p>取得规定的技术、职业资格证书及相应的计算机、英语证书。</p>	<p>《管理学基础》</p> <p>《商务沟通与礼仪》</p> <p>《财务管理基础》</p> <p>《消费者行为分析》</p> <p>《推销技术》</p> <p>《经济学基础》</p> <p>《基础会计》</p> <p>《客户关系管理》</p> <p>《广告实务》</p> <p>《市场营销基础》</p> <p>《品牌推广》</p> <p>《政治经济学》</p>
	1、通用能力	<p>具有一定的逻辑思维、分析判断能力和语言文字表达能力。具有一定的计算机应用能力。具备一定的英语阅读、翻译和人际交往能力。具有较强的自学能力、创新能力和创业能力。具有全局观念和良好的团队精神、协调能力、组织能力和管理能力。</p>	<p>《中国传统文化教育》</p> <p>《信息技术》</p> <p>《大学英语》</p> <p>《创新创业指导》</p>
能力	2、专业技术技能	<p>具有较强的音频制作技术、视频制作软件、音视频合成剪辑技术、全媒体内容生产、全媒体传播、全媒体运营实操等技术。</p>	<p>《网页设计与制作》</p> <p>《财经应用文》</p> <p>《图像技术处理》</p> <p>《设计构成》</p> <p>《网络营销》</p> <p>《电子商务理论与实务》</p>

## 六、课程体系与专业核心课程

### (一) 课程体系

岗位能力与课程结构模块图。



## (二) 专业核心课程

表 3: 专业核心课程设置及学习要求

经济法概论	总学时: 54学时	总学分: 54学分	第2学期	理论54学时	54学分	实践0学时	0学分
<b>学习目标:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1、能解释经济法的概念,能够解释经济法的调整对象;</li><li>2、能够理解公司的概念,明确公司的不同分类并能够作出区分;能够理解并区分公司法人财产权与公司股东权利的不同;</li><li>3、掌握市场主体法应用能力;</li><li>4、掌握市场行为法应用能力;</li><li>5、掌握经济程序法应用能力;</li><li>6、能够理解不正当竞争法的基本原则和作用;</li><li>7、能应用产品质量法的基本理论明确如何对产品质量进行监督;</li><li>8、理解票据行为、票据权利;掌握汇票的出票、背书、承兑、保证、付款、追索;</li><li>9、掌握证券公开发行条件;</li><li>10. 掌握财产保险合同和人身保险合同的具体规定</li><li>11. 能解释仲裁的概念,阐述其性质、特点;能够说出仲裁的基本原则;</li></ol>							
<b>学习内容:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1、经济法基础理论应用能力,能解释经济法的基本原则;能理解经济法律关系的含义;</li><li>2、市场主体法应用能力,能够识别公司设立过程中的违法行为、公司内容内部管理中的不规范行为;能够清楚知道有限合伙企业与普通合伙企业的区别;</li><li>3、市场行为法应用能力,能识别个人独资企业的投资人,会辨析个人独资企业事务管理是否规范,并能处理个人独资企业经营过程中的法律问题;</li><li>4、经济程序法应用能力,能按照成立合同的条件草拟一份合同;能应用合同法的基本原理确定和分析合同的效力;</li><li>5、熟悉商标注册程序和专利申请程序,正确界定专利权属、商标权属,解释专利权、商标权授予的条件;</li><li>6、熟悉民事诉讼管辖的内容,并能够根据给出的实例进行正确的选择与判断;牢记诉讼时效期间;能够知道诉讼当事人在不同诉讼阶段享有的权利,并能够正确行使这些权利;对你民事诉讼程序有所了解</li></ol>							
经济学基础	总学时: 54学时	总学分: 54学分	第2学期	理论36学时	36 学分	实践18学时	18 学分
<b>学习目标:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 理解经济学的含义,可以从现实中看出经济现象;</li><li>2. 能运用稀缺性规律、资源等概念去解释一定的经济现象;</li><li>3. 能根据商品的需求和供给求出商品的的均衡价格;</li><li>4. 能运用消费者的相关知识来了解其均衡是如何达到的;</li><li>5. 能了解生产者均衡背后的原因;</li></ol>							

6. 会从成本--收益的角度理解生产者如何生产；
7. 能分析在不同的市场条件下厂商的决策，判断现实生活中各个行业分别属于哪些市场结构类型；
8. 能理解公平和效率的关系，对政府的相关举措作出解释；
9. 熟练掌握国民收入的核算方法，了解GNP等概念的含义；
10. 能熟练掌握通货膨胀与失业的涵义及其在现实中的运用；
11. 能根据不同的经济环境作出适当的宏观经济决策。

**学习内容：**

1. 经济学的概念：需求、稀缺、抉择和效率；
2. 微观经济学和宏观经济学、实证分析和规范分析的主要区别；
3. 产品的供给和需求以及均衡价格的决定；
4. 效用的含义，消费者均衡含义及实现；
5. 生产者均衡的含义及实现；
6. 生产者行为分析；
7. 不同市场结构的类型和各自的特点；
8. 工资、利息、租金理论；
9. 国民收入的核算；
10. 通货膨胀、失业等基本理论；
11. 经济增长理论及宏观经济政策。

**管理学基础 总学时：36学时 总学分：54学分 第4学期 理论36学时 36学分 实践18学时 18学分**

**学习目标：**

1. 能掌握管理学的基本概念、理论和方法，
2. 会具备学习、研究、应用管理学的的能力；
3. 能明确管理学的研究对象、学科体系和学科性质；
4. 能了解管理理论的发展历史，熟悉各种管理学派的产生背景和应用特点；
5. 能掌握计划、组织、领导、激励、控制等几大管理职能的基本概念、理论、程序、模式和方法。

**学习内容：**

1. 管理与管理学概念；
2. 管理理论的形成和发展；
3. 管理的基本职能之计划；
4. 管理的基本职能之组织；
5. 管理的基本职能之领导与激励；
6. 管理的基本职能之控制；
7. 管理的基本原理及创新

电子商务概论 总学时：54学时 总学分：54学分 第1学期 理论36学时 36学分 实践18学时 18学分

**学习目标：**（用动词表达，如：用“能”、“会”等。示例）

- 1、能掌握电子商务的基本概念及其运作的主要流程；
- 2、能掌握电子商务的基本系统；
- 3、能掌握电子商务的影响；
- 4、能掌握电子商务安全基本知识；
- 5、能掌握电子商务支付工具；
- 6、能掌握网络营销基本知识；
- 7、能掌握物流管理基本知识；
- 8、能掌握电子商务应用系统开发；
- 9、能掌握电子商务管理基本理念；
- 10、能掌握电子商务移动商务；
- 11、能掌握互联网金融的电子商务基本知识；

**学习内容：**

- 1、掌握电子商务的基本概念及其运作的主要流程，了解电子商务的发展过程及其现状，对电子商务活动能有一个清晰准确的认识。通过本章学习，掌握电子商务的概念；了解电子商务的产生与发展，掌握电子商务的概念；熟悉EDI的历史与未来；掌握电子商务的重要性。
- 2、掌握电子商务的基本框架；理解电子商务的各项功能，掌握电子商务的不同分类。
- 3、了解电子商务对企业、消费者、市场与经济政策的影响，掌握电子商务的竞争优势及其对消费者购买行为和生活方式的影响。
- 4、了解电子商务应用系统网络的安全，信息的安全，网上交易的实现、网络交易数据的保密性、商业运作权威认证机构的建立等方面的知识，掌握电子商务面临的各项安全问题的解决方法。
- 5、理解电子商务支付系统的安全技术要求，支付方式，了网上银行的相关知识，掌握电子商务在支付上的要求以及所应用的技术。
- 6、理解网络营销与传统营销地区别，掌握基本的网络营销策略，掌握网络营销将给企业市场营销带来的巨大变革，了解网络广告。
- 7、掌握物流基础知识，了解物流管理以及电子商务与物流的关系。
- 8、了解电子商务活动中的基本网络技术，了解企业开展电子商务的一般流程，掌握企业开展电子商务的步骤与内容。
- 9、了解企业电子商务的应用类型，掌握企业电子商务模式，了解顾客主导型电子商务模式。了解企业间电子商务的模式与分类，掌握企业间电子商务的交易管理。
- 10、了解企业电子商务的应用类型，掌握企业电子商务模式了解电子商务移动商务模式；
- 11、了解企业电子商务的金融应用类型，掌握企业电子商务模式了解互联网金融；

市场营销 总学时：54学时 总学分：54学分 第1学期 理论36学时 36学分 实践18学时 18学分

**学习目标：**（用动词表达，如：用“能”、“会”等。示例）

- 12、能掌握市场营销的基本概念、理论和方法；
- 13、能掌握市场营销环境的概念与特征；

14、	能进行消费者市场与组织市场购买行为分析；
15、	能掌握市场调查与市场预测的方法与问卷设计；
16、	能掌握目标市场营销的基本内容；
17、	能进行市场营销战略初步分析；
18、	能掌握产品策略基本思路；
19、	能掌握价格策略基本思路；
20、	能掌握渠道策略基本思路；
21、	能掌握促销策略基本思路

<p>学习内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 市场营销的基本概念、理论和方法，市场营销观念的发展与创新</li> <li>2、 市场营销环境的概念与特征； 市场营销的宏观环境与微观环境；</li> <li>3、 能进行消费者市场与组织市场购买行为分析；</li> <li>4、 能掌握市场调查与市场预测的方法与问卷设计；</li> <li>5、 能掌握目标市场营销的基本内容； 进行目标市场细分，目标市场选择，目标市场定位</li> <li>6、 能进行市场营销战略初步分析； 进行竞争者与营销战略制定；</li> <li>7、 能掌握产品策略基本思路； 产品生命周期； 新产品策略； 品牌策略与包装策略；</li> <li>8、 能掌握价格策略基本思路； 定价目标、方法与基本策略；</li> <li>9、 能掌握渠道策略基本思路； 销售渠道与中间商；</li> <li>10. 能掌握促销策略基本思路； 促销组合基本思路</li> </ol>
---

网页设计与制作 **总学时：54学时 总学分：54学分 第3学期 理论18学时 18学分 实践36学时 36学分**

<p><b>学习目标：</b>（用动词表达，如：用“能”、“会”等。示例）</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 能熟练使用Dreamweaver软件，进行网页设计与制作的能力；</li> <li>2、 能够具有简单网页特效设计的能力；</li> <li>3、 能使用Fireworks进行图片设计与处理和Flash设计动画的基本能力；</li> <li>4、 能够具有网站发布与更新维护的能力；</li> </ol> <p>能够具有网站规划的基本能力。</p>
--

<p>学习内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 网站规划与设计</li> <li>2、 网页设计</li> <li>3、 利用布局表格设计主页</li> <li>4、 页面超级链接设计</li> <li>5、 带有框架的页面设计</li> <li>6、 CSS与层的使用</li> <li>7、 网页模板设计</li> <li>8、 带有交互式表单的网页</li> <li>9、 发布与更新网站</li> </ol>
---

广告实务 总学时：54学时 总学分：54学分 第4学期 理论18学时 18学分 实践36学时36学分

**学习目标：**（用动词表达，如：用“能”、“会”等。示例）

- 1、能掌握广告的基本内容，
- 2、能掌握广告发展简史；
- 3、能掌握广告组织等基本原理
- 4、能掌握广告策划基础知识；
- 5、能掌握广告调查基本内容；
- 6、能掌握广告定位的基本方法
- 8、能掌握广告创意基本原理；
- 8、能掌握广告文案的内涵及创作过程
- 9、掌握整合营销传播的概念；
- 10、能掌握产品决策；了解产品广告策略。
- 11、能掌握广告设计与制作基本原理。

**学习内容：**

- 1、广告的基本内容，广告学与其他学科的关系；握广告的内涵与构成要素；理解广告的分类与作用；理解广告学与其他学科的关系；
- 2、能掌握广告发展简史；掌握中国广告的发展；认识世界广告的发展状况。
- 3、能掌握广告组织等基本原理；识记广告组织与管理的要点；体会广告组织与管理的地位；
- 4、能掌握广告策划基础知识；了解广告策划的含义和原则；掌握广告策划的流程；了解广告预算的方法；了解广告策划书、广告提案的构成
- 5、明确广告调查的作用；掌握广告调查的内容；学会制作调查问卷。
- 6、能掌握广告定位的基本方法；进行广告定位；掌握广告定位的基本原则；掌握广告定位的具体内容。
- 7、能掌握广告创意基本原理；识记广告创意的要点；体会创意在广告形成中的地位；
- 8、掌握广告文案的内涵及创作过程；识记广告标题的类型及表现形式；掌握广告正文的结构创作要求。
- 9、掌握整合营销传播的概念；掌握整合传播策划特性；了解整合营销传播的内涵；熟悉4C理论；熟知整合营销传播的广告策略；
- 10.了解产品、产品组合；掌握产品决策；了解产品广告策略。
- 11、广告设计与管理基本原理

## 七、教学活动时间安排表

### （一）教学活动周进程时间安排表

表 4 教学活动周进程时间安排表

学年	学期	理论与 实践课 程教学	专业实践训练			入学教育 与军训	毕业设计 (论文)	毕业 教育	考 试	机 动	合计
			专项 实训	专业综 合实训	顶岗 实习						
第一 学年	1	15	1	0.5		2			1	0.5	20
	2	16	1	0.5					1	1.5	20
第二 学年	3	16	1	0.5					1	1.5	20
	4	16	1	0.5					1	1.5	20
第三 学年	5	0	16						0	2	20
	6	0	16						0	2	20
合计		63	36	2		2			4	9	116

注：机动时间可用来安排其它活动，如：毕业教育、法定节假日、临时社会实践、学院活动等。

## (二) 教学进程表

表5 教学进程表

课程属性	课程编码	课程名称	课程类型	课程性质	考核方式		学分	学时数			周学时分配						
					考试	考查		总学时数	理论学时	实践学时	第一年		第二年		第三年		
											1	2	3	4	5	6	
公共课程模块	100001	军事理论	B	必修		√	2	36	36	0	2						
	100002	军事技能	C	必修		√	2	72	0	72	1周						
	100003	入学教育	C	必修		√	1	18	0	18	1						
	100004	思想道德与法治	B	必修	√		3	54	48	6	3						
	100005	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	必修	√		2	36	30	6		2					
	100006	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	必修	√		3	54	48	6		3					
	100007	形势与政策	A	必修		√	1	48	48		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
	100008	思政实践	C	必修		√	1	18	0	18		1					
	100009	创新创业与就业指导	B	必修		√	2	36	26	10				2			
	100010	职业生涯规划	B	必修		√	2	36	26	10		2					
	100011	信息技术	B	必修	√		3	54	48	6	3						
	100012	劳动教育	C	必修		√	2	36	0	36	0.5	0.5	0.5	0.5			
	100013	大学生心理健康教育	B	必修		√	2	36	30	6	2						
	100014	体育	C	必修		√	4	72	0	72	2	2					
	100015	大学英语（1）	A	必修	√		2	36	36	0	2						
	100016	大学英语（2）	A	必修	√		2	36	36	0		2					
	100017	大学语文	A	必修		√	3	54	54	0		3					
	310024	财经应用文写作	B	必修		√	3	54	36	18	3						
		小计						40	786	502	284	19	16	1	3	0.5	0.5
校级选	200001	中国传统文化	B	选修		√	2	36	30	6	2						
	200002	法律知识素养	B	选修		√	2	36	30	6		2					

课程属性	课程编码	课程名称	课程类型	课程性质	考核方式		学分	学时数			周学时分配					
					考试	考查		总学时数	理论学时	实践学时	第一年		第二年		第三年	
											1	2	3	4	5	6
修课模块	200003	人文与职业素养类	B	选修		√	2	36	30	6			2			
	200004	自然科学与科学精神类	B	选修		√	2	36	30	6				2		
	小计							8	144	120	24	2	2	2	2	0
专业基础课程模块	310019	电子商务基础	B	必修		√	3	54	36	18		3				
	310002	基础会计	B	必修	√		3	54	36	18		3				
	310003	管理学	B	必修	√		3	54	36	18				3		
	310014	财务管理	B	必修	√		3	54	36	18			3			
	310005	经济学基础	B	必修		√	3	54	36	18			3			
	340001	商务沟通与礼仪	B	必修	√		3	54	36	18				3		
	310007	经济法	A	必修	√		3	54	54				3			
	330009	金融概论	A	必修	√		3	54	54				3			
	小计							24	432	324	108	0	6	12	6	0
专业核心课程模块	310016	市场营销基础	B	必修	√		3	54	36	18	3					
	340002	品牌推广	B	必修	√		3	54	36	18				3		
	330003	广告实务	B	必修		√	3	54	18	36			3			
	330004	客户关系管理	B	必修	√		3	54	36	18			3			
	340003	推销技术	B	必修		√	3	54	18	36				3		
	330006	网络营销	B	必修	√		3	54	18	36		3				
	330007	消费者行为分析	B	必修	√		3	54	36	18				3		
	小计							21	378	198	180	3	3	6	9	0
专业拓展课程模块	330008	设计构成	B	专选		√	3	54	18	36		3				
	330010	图形图像处理	B	专选		√	3	54	18	36			3			
	330011	Premiere 视频采编	B	专选	√		3	54	18	36				3		
	330012	网页设计与制作	B	专选		√	3	54	18	36				3		
	330013	跨境电子商务	B	专选		√	2	36	18	18				2		
	340005	社群营销	B	专选			2	36	18	18				2		
	330016	政治经济学	A	专选		√	3	54	54				3			
	小计							19	342	162	180	0	3	8	8	0

课程属性	课程编码	课程名称	课程类型	课程性质	考核方式		学分	学时数			周学时分配					
					考试	考查		总学时数	理论学时	实践学时	第一年		第二年		第三年	
											1	2	3	4	5	6
总学时、总学分、各学期周学时							112	2082	1306	776	24	30	29	28	0.5	0.5
实训实习模块	340006	市场营销综合实训	C			√	3	54	0	54				3		
	340007	毕业设计	C			√	3	54	0	54						54
	340008	岗位实习	C			√	32	640	0	640						6个月
	小计							147	2776	1306	1470	24	30	29	31	32.5
全学程总学时/总学分			总学分:147 总学时:2776 理论总学时:1306 实践总学时:1470 比率: 实践总学时/总学时= 1470/2776=0.53													

说明: (一) 部分课程学时计划说明

- 1、创新创业指导及就业指导各 36 学时, 课堂教学各 26 学时, 参加创业竞赛, 就业招聘会等实践各 10 学时。
- 2、劳动教育 36 课时, 由辅导员负责组织实施。
- 3、入学教育 18 学时, 由辅导员负责组织实施。
- 4、实训实习模块课程每周按 20 学时 1 学分计。

(二) 填表说明

- 1、课程类型: A 表示纯理论课程, B 表示理论+实践课程, C 表示纯实践课程。
- 2、课程性质: “必修”为必修课程; “公选”为公共(院级)选修课程; “专选”为专业(系级)选修课程。
- 3、实习实训模块不计入周学时。

## 八、实施保障

### (一) 师资队伍

专业师资配置, 是以本专业在校生为每届 60 人(每届 2 个班为标准), 专业师资要求是根据学习领域课程中知识、技能、态度、以及理论实践一体化教学组织的要求来确定。

#### 1. 专业带头人的基本要求

专业带头人是专业建设和发展的主要策划人和负责人, 是专业教研和教学的带头人, 是双师型教师, 并具备运用现代教育手段实施教学和信息化建设能力。专业带头人应师德高尚, 能把握专业发展方向, 构架科学的、具有前瞻性的、系统性的专业建设规

划和专业课程体系、实践性教学体系；能引领同行根据专业特点进行专业课程建设，教材建设及有关实训（实践）室建设工作。能担任本专业主干课程三门以上教学，教学效果好。具有较强的实践动手能力和组织指导学生开展实践性教学的能力，在 CN 刊物上发表过该学科较高水平的学术论文，或担任正式出版的该学科教材教参的主编或副主编，或担任过非正式出版的有较高水平的该学科教材教参的主编。能制定本专业教师建设规划，具备指导本专业教师的能力。

## 2. 专任教师、兼职教师的配置与要求

专业师资配置，是以本专业在校生为每届 60 人（即每届 2 个班）为标准；本专业现有教师 10 人，其中 4 名专任教师，6 名行业兼职教师。师生比约为 1: 6。根据教师承担的专业方向课程，派出教师参加相应专业进修、参加学术交流，不断提升自己的理论知识水平，并通过在高等学府与名师交流提升自己的人文素质和教学理念。对教师实践提出实践要求和执行实践考核。通过企业实践积累实际工作经验，提高实践教学能力。聘用兼职教师加强实践教学，挑选行业企业的专业人才和能工巧匠担任兼职教师，同时专业负责人对兼职教师进行教法指导。兼职教师参与到专业教学、实习实训等教学过程中。

表 6：核心课程的师资配置与要求表

序号	专业核心课程	能力要求	专任教师	兼职教师
1	市场营销	能掌握市场营销基本理论	2	1
2	设计构成	具备美学设计能力基础	1	1
3	网页设计与制作	掌握静态网站制作	1	1
4	图像处理技术	具备美学眼光，能初步懂“画画” 掌握 Photoshop 基本操作	1	1
5	推销技术	掌握“会说话”基本能力	1	1
6	电子商务基础	能熟练运用电商平台进行独立产品设计	1	1
7	市场营销综合实训	全媒体运营能力	1	1
8	财经应用文	培养营销文案写作能力	1	1
9	广告实务	具备产品综合广告策划与营销综合策划能力	1	1

备注：专任教师和兼职教师栏只填写数量。

## （二）教学设施

### 1. 校内实训基地

表 7：实训室功能与实训要求

序号	实训室功能	实训目标	设备要求
市场营销实训室 1	产品创作室	进行手绘作品；艺术设计；自由产品创作	自由拼接型活动桌子 6-8 张；（配套椅子）
市场营销实训室 2 电子商务实训室	多媒体机房	电脑操作设计产品；市场营销情境软件模拟实训；电子商务软件模拟实训；全媒体运营实训	高端配置计算机 20-30 台左右；
	电脑机房	1+X 证书培训	高端配置计算机 30 台左右；

## 2. 校外实训基地

表 8：校外实训基地与实训项目

序号	校外实训基地名称	依托单位	实训项目

### （三）教学资源

教学教材选用全国高职高专应用型规划教材，教材的选用征订严格按照学院要求执行，优先使用教育部推荐的统编高职高专教材。充分利用图书馆资源、网络资源、精品课程、优质核心课程，为学生的知识补充提供充足的资源保障。

### （四）校企合作

###

### （五）教学方法

以就业为导向，优化专业结构，调整计算机应用技术专业方向的课程设置；以提高应用能力和创新能力为出发点，以提高岗位竞争力为目的，加强素质教育，提高学生综合素质；以转变就业观念为目的，开展就业指导教育，建立计算机应用技术专业人才培养模式。

## （六）教学评价

考核内容应体现：能力本位的原则、实践性原则、实用性原则、针对性原则及可持续性原则。

考核方式应体现：“过程考核，综合评价，以人为本”，强调以人为本的整体性评价观。

评价主体应体现：从过去校内评价、学校教师单一评价方式，转向企业评价、社会评价开放式评价。

1. 公共必修课模块
2. 专业技术课模块和专业选修学习模块
3. 专项实训
4. 顶岗实习

1. 考核应以形成性考核为主，根据不同课程的特点和职业能力要求，采取闭卷笔试、实验技能操作、项目完成、毕业设计等多种方式进行考核。

2. 考核应以能力考核为核心，综合考核专业基础知识、专业基本技能、职业道德素质、应用理论基础知识解决实际问题的能力及团队合作精神。

3. 各门课程应根据本课程的特点和要求，对采取不同方式及对各方面能力的考核结果，通过一定的加权系数评定课程的最终成绩。

4. 完成指导老师布置的毕业设计及毕业论文。

## （七）质量管理

质量监控体系由教务管理体系、督导监控体系、毕业生及用人单位评价体系组成。教务管理体系是直接面向教学过程的管理体系，遵循期初、期中、期末的管理规范，通过资料检查、现场巡查、听课检查、教师评学、学生评教、教师座谈会、学生座谈会等方式，检查和监督教学各个环节的秩序和质量。督导监控体系是学校重要的质量监督环节，主要采用督导听课的方式，遵循全面覆盖、重点督导的原则，对教师课程质量进行督导。毕业生及用人单位评价体系是学校面向社会建设建立的开放式评价体系，围绕毕业生知识、技能、素质等人才培养关键要素，采用企业调研、毕业生跟踪调查等方式，征询社会对学校的评价意见。九、毕业要求

## 九、毕业要求

表9 三年制学生毕业要求

序号	项目要求
1	完成专业人才培养方案规定的理论与实践环节，获得_____学分
2	<b>计算机应用能力：获得全国计算机等级考试一级合格证书，或通过学校组织的计算机应用能力测试。</b>

3	取得职业资格证书或各种职业能力证书，或参加校级以上技能竞赛获得三等奖以上的成绩
4	完成规定的岗位实习
5	备注：如有其他毕业要求，可继续列出。