

# 2023 级市场营销专业 人才培养方案

专业代码：530605

执笔人：\_\_\_\_\_ 聂文明 \_\_\_\_\_

教师代表：郭艳凤 林吉红 黄维雅 柯伯结 \_\_\_\_\_

行业（或企业）代表：林曦、罗洁、王露、苏兰英、叶晓芬 \_\_\_\_\_

专业带头人：\_\_\_\_\_ 刘荣锋 \_\_\_\_\_

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

## 二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

## 三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业

## 四、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)	职业资格证书或技 能等级证书举例
财经大类 (62)	市场营销类 (6204)	批发业 (F51) 零售业 (F52)	购销人员 (4-01)	销售代表 销售经理 卖场经理 市场主管 市场调研专员	数字营销技术应用、 互联网营销师、 PS 图形图像处理

## 五、培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应市场营销环境和技术变化发展需要，具备良好的人文素养、职业道德和创新意识、精益求精的工匠精神和信息素养，具备较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握市场营销专业知识和市场营销技能，掌握市场营销策划、运营以及数据分析等知识和技能，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，面向批发和零售业，能够从事销售、市场调查与分析、营销活动组织、营销策划、品牌推广、销售管理、客户关系管理、新媒体营销等工作的高素质技术技能人才。

## 六、培养规格

### (一) 素质

1. 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定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；具有创新精神、安全意识、社会责任意识、绿色环保意识；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；有良好的职业生涯规划。

3. 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄、心理和健全的人格，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、自我约束和自我管理能力。

## （二）知识

### 1. 基础知识

具有汉语语言知识、计算机应用基础知识，掌握获取信息资料的知识、方法和工具；掌握管理学、市场营销基本原理；掌握电子商务、经济学等课程知识和原理。

### 2. 核心知识

掌握市场营销专业的营销知识体系，掌握营销管理技巧，学会分析消费者行为；熟练掌握市场调查与预测、数字营销、商务谈判、短视频营销、Photoshop、销售管理、新媒体营销技能、大数据分析等学科领域的基本理论和知识。

### 3. 拓展知识

学习网店产品摄影、商品学、广告策划与创意以及现代商贸服务类其他学科知识，具有多元的知识结构。

## （三）能力

### 1. 职业基础能力

具备基本的公文写作能力、娴熟的计算机应用能力；具有较强的语言与文字表达、良好的人际沟通能力，能够使用较为标准的普通话进行沟通交流；具备团队合作营销能力和团队组织能力；掌握管理、电子商务、市场营销、会计等方面的技能，具有企业管理、经济管理等相关学科的基本理论知识和能力。

### 2. 专业核心能力

掌握市场营销核心理论和专业知识，能将所学的基础理论与专业知识融会贯通实践，具有管理多种销售渠道的能力，具有策划和推广企业产品的能力，能独立分析和解决企事业单位营销管理方面的实际问题的职业能力。

（1）市场调研和分析技能：能够拟定调研计划，能够进行调查表与问卷设计，能够组织实施市场调研活动，能够撰写市场调查报告，能够汇总、分析调研数据、评估调查报告，具有商务数据收集、处理、分析和信息技术应用的能力

（2）营销策划技能：能够编写企业营销目标与任务书，能够分析现有业务并编制发展计划，能够熟悉整个营销活动过程，能够根据社会不同需求水平采取不同的营销对策，能够根据新业务计划制定市场营销活动方案，能够分析、评估市场营销活动的效果

（3）产品销售技能：具备邀请客户、访问顾客、产品方案设计与演示、产品推销商务谈判、处理客户异议、项目招投标的能力

（4）客户服务及管理技能：具有客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理的能力

(5) 具有品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的能力；

(6) 销售管理技能：具有售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发的能力

(7) 数字营销技能：具有数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销技术应用的能力

(8) 新媒体营销技能：具有最基本的文字功底和写作能力、能够独立撰写文案，要具备图片处理能力与设计审美能力，具有对时事、热点的敏感性，能够利用网络进行销售服务与客户管理

(9) 创新创业及基本的企业管理能力：具备一定的创新创业能力，掌握企业管理相关知识，具备基本的企业一线管理能力。

(10) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

## 七、课程设置与学时学分安排

### (一) 课程设置

#### 1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、军事理论与军事技能、职业生涯规划、就业指导、大学生创新创业教育、体育与健康、信息技术、大学英语、心理健康教育、应用文写作、沟通与礼仪训练、管理学基础、闽商文化。

#### 2. 职业技术领域

##### (1) 专业技能课程

包括：西方经济学、市场调查与预测、市场营销、营销策划、门店运营管理、经济法、PhotoShop 图像处理、短视频拍摄与剪辑、数字营销技术应用、推销实务、商务谈判技能、新媒体营销、普通话水平训练、电子商务实训、社会实践周（营销实战或创新创业）、消费者行为分析。

##### (2) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	市场营销 (A)	<b>教学内容：</b> 认识市场营销、寻找市场机会、确定目标市场、制订营销策略、实施营销组织管理。 <b>教学要求：</b> (一) 知识目标 1. 掌握市场营销的基本理论与方法； 2. 掌握市场营销战略方案制定的步骤与程序； 3. 熟悉市场营销的环境要素，把握机会，化解威胁； 4. 掌握消费者心理及采取相应的营销策略；

		<p>5. 掌握识别竞争对手和制定竞争方案的方法；</p> <p>6. 掌握市场细分、目标市场选择 1 以及进行市场定位的方法；</p> <p>7. 掌握产品组合、产品生命周期、产品品牌等理论及方法；</p> <p>8. 掌握产品价格制定方法和价格策略及价格调整；</p> <p>9. 掌握分销渠道设计；</p> <p>10. 掌握促销方案设计并执行。</p> <p>（二）能力目标</p> <p>1. 能够制定市场营销战略；</p> <p>2. 能够胜任市场分析工作和客户开发工作；</p> <p>3. 可以识别竞争对手和制定竞争方案工作；</p> <p>4. 能够确认目标市场和进行市场定位；</p> <p>5. 能够胜任品牌塑造工作；</p> <p>6. 能够胜任商品价格制定工作；</p> <p>7. 能够胜任推销工作；</p> <p>8. 能够制定促销方案；</p> <p>9. 能够进行销售网络布局与管理。</p> <p>（三）素质目标</p> <p>1. 自我学习能力；</p> <p>2. 团队协作能力；</p> <p>3. 职业素养。</p>
2	营销策划	<p><b>教学内容：</b></p> <p>围绕营销策划岗位实际工作的需要展开, 包括营销策划原理、营销策划流程和方法、营销调研策划、市场定位策划、广告传播策划、价格策划、产品策划及产品推广策略等等。其中, 每项内容均由理论部分和实践部分共同组成, 实践环节有利于营销策划推广的理论知识消化吸收。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>（一）知识目标</p> <p>1. 熟悉营销策划的基本要素、原理、基本流程步骤；</p> <p>2. 掌握一定的营销策划知识；</p> <p>3. 掌握营销策划的基本技能、方法技巧。</p> <p>（二）能力目标</p> <p>1. 能进行简单的营销策划经费预算和信息处理、撰写营销策划书；</p> <p>2. 能够运用创意的技法进行策划；</p> <p>3. 能够结合理论进行市场细分、市场定位策划；</p> <p>4. 通过对知识的灵活运用, 提高自己的产品策划技能；</p> <p>5. 能运用所学的价格策划知识, 进行相关产品的价格策划；</p> <p>6. 能运用所学理论知识和方法, 进行营销渠道策划；</p> <p>7. 能进行各种促销方式组合运用的策划创意；</p> <p>8. 能够对企业形象进行分析、定位和策划, 能够进行品牌策划；</p> <p>9. 能够在营销策划项目中运用营销策划的创新理念；</p>

		<p>10 能运用所学的理论和方法进行营销策划的实施和控制。</p> <p>(三) 素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 具有良好的道德素质;</li> <li>2. 过硬的职业素质;</li> <li>3. 高尚的人文素质。</li> </ol>
3	数字营销技术应用	<p><b>教学内容:</b> 围绕大数据相关知识;包括大数据思维、数据分析部门的结构及职能、网站数据分析的指标;把握口碑营销、APP推广、APP广告、小程序推广、推荐引擎营销、数字化信息触达等技术应用。</p> <p><b>教学要求:</b></p> <p>(一) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认识数字分析能力的重要性;</li> <li>2. 了解数据分析部门的结构;</li> <li>3. 了解实现成功的数字营销的渠道;</li> <li>4. 熟悉常用数据分析工具;</li> <li>5. 掌握数据营销流程;</li> <li>6. 掌握网站数据统计软件的添加;</li> <li>7. 掌握网站数据分析方法;</li> <li>8. 掌握数字营销分析的工具、内容与流程;</li> <li>9. 掌握搜索引擎营销、移动营销、视频营销、社交媒体营销、以效能为目的创建网站、数字战略的测量方法和投资回报率以及了解数字营销中的法律法规。</li> </ol> <p>(二) 能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够分析行业数据集店铺营销数据;</li> <li>2. 能够运用数据分析具体方法;</li> <li>3. 能够对营销分析结果判断与数据探究;</li> <li>4. 能够根据数据分析的结果制定与之相符的营销战略;</li> <li>5. 能够制定广告的投放;</li> <li>6. 能够进行竞品分析,与竞争对手的策略比较;</li> <li>7. 行业前景分析;</li> <li>8. 并进行产品采购预测定价策略和营销综合策略制定。</li> </ol> <p>(三) 素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 培养学生具有良好的学习态度;</li> <li>2. 良好的沟通能力;</li> <li>3. 创新能力;</li> <li>4. 团队协作精神;</li> <li>5. 培养学生具有良好信息素养。</li> </ol>
4	新媒体营销	<p><b>教学内容:</b> 主要学习新媒体运营的基本知识,文案策划、自媒体运营、短视频自媒体运营、运用运营等内容;通过学习本课程,使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力,成为一个合格的自媒体人,为学生的就业成才多提供一条途径。</p> <p><b>教学要求:</b></p> <p>(一) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解新媒体运营的基础,深入理解新媒体运营的具体操</li> </ol>

		<p>作；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.理解微信运营的操作流程；</li> <li>3.深入理解文案策划的具体实施步骤；</li> <li>4.深入理解活动以及推广的操作流程；</li> <li>5.了解自媒体平台的操作流程以及方法；</li> <li>6.熟悉新媒体宣传推广的各种方法的实施步骤与要点；</li> <li>7.掌握新媒体营销策略、在线销售与服务、平台管理与推广的相关知识。</li> </ol> <p>（二）能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.基本的资料收集汇总能力、软文写作能力；</li> <li>2.能够对新媒体营销方案实施的效果进行有效的评价，并通过评价指导下一步的营销方案的制定；</li> <li>3.能够熟练地利用微信、微博、视频、自媒体、App 等各种新媒体平台，进行有效的新媒体营销活动的实施；</li> <li>4.能够将微信营销、微博营销、视频营销自媒体营销、移动营销、游戏营销、社群营销等新媒体营销的不同手段和方法，适当的导入营销活动中，进行有效的策划，制定可行的营销方案。</li> </ol> <p>（三）素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.培养适应新媒体营销工作的美好业务素质和身心素质，</li> <li>2.培养现代市场竞争意识；</li> <li>3.培养学生自身可持续发展的能力，在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能。</li> </ol>
5	销售管理	<p><b>教学内容：</b> 主要介绍销售管理含义、模式、原理和销售管理中的道德等销售管理基础知识和销售规划、销售对象、销售人员和销售过程管理等内容。该课程教学既要重视销售管理理论，又要突出它的应用性和实践性，注重学生专业技能的培养。</p> <p><b>教学要求：</b></p> <p>（一）知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解销售管理的表现形式；</li> <li>2.理解销售管理的缘起与发展；</li> <li>3.理解营销、销售与管理之间的关系，理解其内涵</li> <li>4.理解企业销售管理发展的核心思想；</li> </ol> <p>理解销售管理对企业的意义；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5.掌握销售管理基础知识；</li> <li>6.掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售，会处理客户异议；</li> </ol> <p>（二）能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.能执行基本的销售行为和销售流程；</li> <li>2.能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；</li> <li>3.能够进行销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理；</li> <li>4.能够掌握销售服务管理，提高服务质量；</li> </ol>

		<p>5. 能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估;</p> <p>6. 能够把握销售管理的新趋势, 学会利用网络进行销售管理。</p> <p>(三)素质目标</p> <p>1.具有一定的执行能力和组织能力;</p> <p>2.具备热爱市场营销和销售行为的精神;</p> <p>3.具备自主学习能力, 在教学实践中养成积极思考问题和主动学习的习惯;</p> <p>4.具备本课程学习内容向专业核心课程学习内容的迁移能力;</p> <p>5.培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会精神;</p> <p>6.忠诚企业的职业操守;</p> <p>7.具备从事销售管理工作的综合素质。</p>
6	消费者行为分析	<p><b>教学内容:</b> 消费者行为概述, 消费者行为与销售管理, 消费者感觉与知觉, 消费者行为动机, 消费者个性与行为, 消费者态度, 消费者购买决策过程, 文化与消费者行为, 社会阶层与消费者行为, 消费领域的负面行为。</p> <p><b>教学要求:</b></p> <p>(一) 知识目标</p> <p>1. 了解消费者行为理论发展历程及前沿问题,</p> <p>2. 了解消费者感觉与知觉的形成过程, 消费者学习、记忆与遗忘过程, 消费者个性及相关理论;</p> <p>3. 熟悉消费者心理与行为特点, 消费者行为规律;</p> <p>4. 消费者行为学理论架构和消费者行为的影响因素;</p> <p>5. 熟悉消费者行为的基本概念、行为理论模型及研究的基本方法;</p> <p>4. 运用基本的消费者行为研究方法研究消费者行为动机及购买决策过程;</p> <p>6. 广泛运用心理学理论分析解释消费者行为的各个方面;</p> <p>7. 探讨消费者消费动机, 分析心理、文化、家庭、社会阶层等因素对消费者行为的影响。</p> <p>(二) 能力目标</p> <p>1. 能够运用所学知识初步观察和分析身边的消费者行为学与行为以及消费者行为产生的内因分析;</p> <p>2. 能够初步运用消费者行为的知识进行营销策划, 制定营销方案;</p> <p>3. 能够运用态度的测量方法和技术的在营销领域的应用;</p> <p>4. 能够对消费者购买行为进行过程分析;</p> <p>5. 能够为企业制定合理的营销组合策略提供理论指导</p> <p>6. 能够对周围消费者消费现象的分析和解决实际问题</p> <p>(三) 素质目标</p> <p>1. 使学生具有良好的学习态度;</p> <p>2. 良好的沟通能力;</p> <p>3. 创新能力;</p>



		4. 团队协作精神。
--	--	------------

### (3) 课证融通

课程名称	学分	总学时	对应职业资格证书	证书等级
PhotoShop 图像处理	4	64	PhotoShop 图形图像处理	专项
*数字营销技术应用	3	54	1+X 数字营销技术	中级
电子商务实训	4	72	电子商务师	专项

### 3. 专业素质拓展课程

包括：网络商品学、推销实务、四史教育、民间艺术等

### 4. 实践性教学环节

实践教学环节包括认知实习、岗位实习 I（原跟岗实习、做中学）、综合实训、毕业设计、岗位实习 II（原顶岗实习）等。

序号	实践项目	学期安排	周数	实践学时	地点
1	市场营销技能对抗	第二学期	2	48	市场营销技能对抗实训室
2	社会实践	第三学期	4	84	校企合作单位
3	岗位实习 I	第五学期	18	360	校企合作单位
4	岗位实习 II	第六学期	18	360	校企合作单位

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	18			70	
实践及机动周	1	1	1	1			4	
考试周	1	1	1	1	2		6	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I 周					18		18	
岗位实习 II 周						18	18	
毕业鉴定						2	2	
合计	20	20	20	20	20	20	120	

(备注:每一学期教学周数,总计 20 周)

分学期课时统计表

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	522	219	303	18	29
2	500	220	280	18	27
3	496	231	265	18	28
4	500	221	279	18	28
5	368	8	360	18	20
6	368	8	360	18	20
合计	2754	907	1847		
占总学时	100%	32.9%	67.1%		

各教学领域课程课时学分统计表

课程类别	学时	学分	占总学分比例	占总学时比例
职业素养与基础知识领域	778	39	26.9%	28.2%
职业技术能力领域	1704	91	62.75%	61.8%
素质拓展领域	272	15	10.35%	10%
合计	2754	145	100%	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

## 八、人才培养模式

本专业依托产教融合、校企合作开放性办学平台，校企双培双考人才培养模式。从企业营销人才需求出发，以培养“现代营销技能”为核心，以“新媒体技术人才培养”、“数字营销技术应用人才培养”为重点方向，与众多营销服务企业共同培养熟练掌握市场营销基本知识与市场营销专业技能的高素质技术技能人才。以培养学生职业能力和创新创业能力主线，采取工学结合，校企双方共同育人，实行校企双导师制，实现教学过程实践性、开放性和职业性。在企业营销一线共岗实训，经过企业导师指导，由行业专家、企业代表、专业教师共同考核评价。

## 九、实施保障

### (一) 师资队伍

应建立一支专兼结合的“双师”结构教学团队，专业教师规模按照 18:1 生师比(含企业兼职)进行配置。

专任专业教师应接受过职业教育教学方法论和岗位技能提升的培训，应具有高等学校教师资格证，具备先进的职教理念，有较强的教学研究与改革能力，在课程开发，项目教学，实训设计等方面有过硬的理论和操作能力；

专任教师应具备本专业或相近专业大学本科以上学历(含本科)，其中“双师”素质的专任专业教师比例要达到 60%；

专任专业教师 3 年内到企业顶岗锻炼的时间累计不少于 2 个月。

企业兼职教师应具有本科及以上学历，工作年限 5 年以上，具备丰富的实践经验，具有经济师、工程师以上职称或从业职业资格。

### (二) 教学设施

#### 1. 校内实训室

为了能够达到专业群人才培养方案的培养目标，取得教好的教学效果，需要具备必要的实践教学条件，下表列出了本专业实践教学环境的设备配置要求。

序号	实训室名称	实训项目	设备配置		备注
			主要设备名称	数量	
1	营销业务综合实训室	数字营销技术应用情景营销	营销业务实训软件、沙盘、投影仪、电脑、服务器	1套	
2	市场营销技能对抗实训室	市场营销技能对抗实训	市场营销软件、沙盘、投影仪、电脑	1套	
3	新媒体实训室	新媒体营销实训	电脑、手机、直播背景、支架、隔音板、直播灯、梳妆台、展示架等	8套	

## 2. 校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，必须建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供顶岗实习平台。目前，已经签约合作的校外实训基地有厦门众冠捷管理咨询有限公司、厦门一品威客信息科技有限公司、厦门保优网络科技有限公司、厦门壹生信息科技有限公司等，应充分利用企业资源进行实践教学。

### （三）教学资源

#### 1. 教材和图书

选用高职高专规划教材，尽可能多地为学生提供参考资料，以典型工作任务为基础编写校本特色教材和学材；

图书馆应配置与专业学生规模相适应的专业图书，数量符合教育部相关规定。

#### 2. 数字化（网络）教学资源

课程数字化、信息化网络教学资源包括图片库、视频库、课件库、习题库、试题库、案例库等资源库，可充分利用高职高专教育网和示范性高职院校现成的教学资源库等网络资源。

### （四）质量管理

根据学校及学院的质量监控要求开展各项工作，保证教育教学质量。专业学科理论知识评价主要考察学生的学科知识和能力，从知识掌握、思维能力、实践应用等方面进行考核。专业技能评价以取得专业技术资格证书或行业企业技能鉴定。

## 十、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：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：145 学分
4. 其他：建议在校期间获取和专业相关的职业资格证书一本。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
数字营销技术应用（1+X 证书）	中级	教育部	每年 11、12 月	五选一 具体时间以考试安排为准
Photoshop 图形图像处理	专项	人社部	每年 5、11 月	
互联网营销师	五级	人社部	每年 5、11 月	
网店运营推广（1+X 证书）	初级	教育部	每年 5、6 月	
供应链运营（1+X 证书）	中级	教育部	每年 5、11 月	
其他	经学院专业委员会认定			

备注：职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部、教育部目录做增补。

### 十一、接续专业举例

接续高职本科专业举例：市场营销

接续普通本科专业举例：市场营销、市场营销教育、工商管理、零售业管理

### 十二、人才培养方案审核

二级学院专业指导委员会审核：（签名）



教务处审核：（签名）



校教学工作委员会审核：（签名）



校学术委员会审核：（签名）



### 后记：修订说明

#### （一）制订过程

本人才培养方案在专业群内各专业 20 级、21 级、22 级人才培养方案的基础上，经过专业群教师讨论，采纳专家建议，结合本专业的社会人才需求调研、毕业生问卷调查、在校生学生代表座谈，拟定初稿，然后由企业代表、专兼职教师组成的专业指导委员会审议通过。

#### （二）其他说明

教学过程应严格按照本培养方案执行，执行过程中如需调整，需报学院、教务处审批。

(三) 课程设置与教学计划进程表(市场营销专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	一	二	三	四	五	六		
								教学与实践周数							
								16周	18周	18周	18周	18周	18周		
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18	3							
	2*	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18		3						
	4*	形势与政策	10003A20	1.0	48	48	0	1-6学期开设							
	5*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6*	职业素养I(职业生涯规划)	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	7*	职业素养II(大学生创新创业教育)	10019B20	1.0	18	9	9			1					
	8	职业素养III(沟通与礼仪训练)	10015B20	2.0	36	10	26		2						
	9*	职业素养IV(就业指导)	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	10*	体育与健康I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11*	体育与健康II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12*	体育与健康III	10007C23	1.0	18	0	18			1					
	13*	体育与健康IV	10007C24	1.0	18	0	18				1				
	14*	心理健康教育I	10019A21	1.0	16	8	8	1							
	15*	心理健康教育II	10019A24	1.0	16	8	8		1						
	16	信息技术	10008C30	2.0	32	8	24		2						
	17	大学英语(B)I	10010A11	2.0	32	16	16	2							
	18	大学英语(B)II	10010A12	2.0	32	18	14		2						
	19	应用文写作	10012B20	2.0	32	18	14		2						
	20	管理学基础(A)	70035B10	4.0	64	32	32	4							
	21	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1							
<b>小计</b>			<b>39</b>	<b>778</b>	<b>327</b>	<b>451</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
专业基础知识模块															
1*	*市场营销(A)	70004B30	4.0	64	32	32	4								
2	西方经济学I	60001A11	2.0	32	16	16	2								
3	*市场调查与预测	70503B10	4.0	64	36	28		4							
4	经济法(A)	70530B20	3.0	56	28	28			4						
销售岗位技能模块-1															
5	普通话水平训练	70008C30	1.0	16	0	16	1								
6	*消费者行为分析(A)	70527B20	3.0	56	28	28			4						
7	*销售管理(A)	70528B20	4.0	72	36	36				4					
8	商务谈判技能(A)	70529B20	4.0	72	36	36				4					
新媒体岗位技能模块-2															
9	PhotoShop图像处理	50307C30	4.0	64	28	36		4							
10	*数字营销技术应用	70524B10	3.0	56	28	28			4						
11	短视频拍摄与剪辑	60517B20	3.0	56	28	28			4						
12	电子商务实训	60509C30	4.0	72	0	72				4					
13	*新媒体营销	70508B20	4.0	72	36	36				4					
营销管理岗位技能模块-3															
	客户关系管理	70027B20	2.0	28	14	14			2						
14	*营销策划	70501B20	4.0	72	36	36				4					
15	*市场营销技能对抗	70513C20	2.0	48	48	48		2W							
16	<b>社会实践(期中4周)</b>	<b>70523C20</b>	<b>4.0</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>84</b>				4W					
专业综合能力训练模块															
17	岗位实习I	10021C21	18	360		360						20			
18	岗位实习II	10021C22	18	360		360							20		
<b>小计</b>			<b>91</b>	<b>1704</b>	<b>382</b>	<b>1322</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	
限定选修模块(不低于216学时)															
1	网络商品学(A)	70531B20	3.0	56	28	28			4						
2	推销实务(A)	70526B20	4.0	72	36	36				4					
3	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1								
4	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2						
5	劳动教育(劳动精神)	GX00201	1.0	18	8	10				1-4学期开设					
任意选修模块															
6	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修4学分		4.0	72	72	0									
<b>小计</b>			<b>15</b>	<b>272</b>	<b>198</b>	<b>74</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>合计</b>			<b>145</b>	<b>2754</b>	<b>907</b>	<b>1847</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	

1、军事理论与军事技能在军训期间完成,含晚间;2、形势与政策每学期不少于8课时,合计1学分;

3、序号打\*为必修公共课及核心课程,其中核心课每个专业确定6门左右。4.限定选修模块包含专业选修课程