



宁德职业技术学院
NINGDE VOCATIONAL AND TECHNICAL COLLEGE

2025 级市场营销
专业人才培养方案
(三年制)

专业负责人：_____刘娟_____

制订成员：_____陈进德、刘娟_____

审核人：_____郑建平_____

二〇二五年三月制

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

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3 年

四、职业面向

（一）职业岗位

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
财经商 贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	1. 商务服 务业 (L72) 2. 零售业 (F52)	1. 市场营销专业 人员 (2-06-07-02) 2. 互联网营销师 (4-01-06-02)	1. 销售业务主管; 2. 市场策划主管; 3. 市场推广主管; 4. 客服服务主管;	1. 经济专业技术资 格; 2. 数字营销技术应 用、新媒体营销、 网店运营推广;

（二）职业岗位、工作任务与核心能力

职业岗位	工作任务	工作过程简述	主要核心能力
销售业务 主管	1. 产品渠道拓展与销售; 2. 维护销售渠道与客户; 3. 扩大产品市场占有率 4. 市场分析及预测;	1. 营销信息收集与处理的准备; 2. 收集处理营销信息; 3. 企业的销售状况的估计与预测; 4. 营销问题的诊断和报告; 5. 签订合同; 6. 解决经济纠纷; 7. 进行商务谈判和评价; 8. 寻找顾客: 约见、接待顾客、拜访顾客; 9. 处理顾客的异议; 10. 推销的成交; 11. 成交后的后续服务与管理;	1. 创新能力; 2. 市场营销基础; 3. 产品推销技巧; 4. 人际交往能力;
市场推广 主管	1. 制定市场调研计划; 2. 品牌传播管理; 3. 收集市场情报及政 策;	1. 信息收集与处理; 2. 了解市场现状和市场动态、为公司产品的 研发、生产和营销提供依据; 3. 了解公司营销活动的作用和产品的市 场状态; 4. 确定调研种类、内容、目的及使用方法; 5. 确定调研人员、编制调查费用预算、编 制市场调研计划表; 6. 策划品牌传播内容(短视频、图文), 维护品牌形象, 处理公关舆情;	1. 信息收集与分析能 力; 2. 新媒体运营能力; 3. 危机公关与舆情分 析能力; 4. 资源整合能力;

职业岗位	工作任务	工作过程简述	主要核心能力
市场策划 主管	1. 品牌战略及项目制定; 2. 推广策略及创意策划; 3. 市场需求调研及分析;	1. 营销信息收集与处理的准备; 2. 收集处理营销信息; 3. 目标市场的分析与选择并制定竞争策略; 4. 产品的设计或改进提案; 5. 价格体系的设计、分解并执行; 6. 分销渠道的建立、维护与管理; 7. 人员推销组织与实施; 8. 营业推广方案制定和实施; 9. 营销文案撰写; 10. 营销策划方案撰写及执行;	1. 基本审美能力; 2. 提炼总结表达能力; 3. 学习能力和知识结构; 4. 创新能力;
客服服务 主管	1. 维护良好的客户关系; 2. 收集和挖掘意向客户; 3. 客户档案管理;	1. 约见客户, 与客户面对面交流; 2. 对客户进行全面调研和资料准备; 3. 对顾客需求进行分析; 4. 竞争对手分析; 5. 客户档案管理;	1. 沟通与协调能力; 2. 管理客户和服务客户能力; 3. 完善的业务思维能力; 4. 收集与识别信息能力;

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业以立德树人为根本, 以服务发展为宗旨, 以促进就业为导向, 构建了市场营销的人才培养模式, 旨在培养学生具备实事求是的品性、身体力行的勇气和担当, 使之成为德智体美劳全面发展、能够从事销售、营销策划、网络平台运营等工作, 服务区域发展的高素质技术技能人才, 具备适应市场营销岗位需要的实际工作能力, 具体目标如下:

1. 掌握经济学和管理学及现代市场营销学的基本理论、基本知识;
2. 掌握市场营销的定性、定量分析方法;
3. 具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力;
4. 熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则;
5. 了解本学科的理论前沿及发展动态, 具备一定从事网络营销工作的能力;
6. 掌握文献检索、资料查询的基本方法, 具有一定的科学研究和实际工作能力。

(二) 培养规格

1、素质结构

(1) 基本素质

- ①具备良好的思想品德修养及职业道德;
- ②具备高职层次相应的文化素养和人文艺术素养;
- ③具有健康体魄、良好体能和适应本岗位工作的身体素质与心理素质;
- ④具有实践、创新专业技术技能的素质;
- ⑤具备吃苦耐劳、团结协作、开拓进取的职业素质;
- ⑥具有良好的气质、仪表, 较强的语言、文字表达和沟通能力。

(2) 职业素质

- ①具有本专业的专业知识和专业技能；
- ②具有从事市场营销专业各职业岗位的实际工作能力；
- ③具有良好的职业道德，较强的敬业精神和创新精神；
- ④具有爱岗敬业、自律、诚信、进取、勇于创新的良好品质；
- ⑤具有较强的沟通与协作、协调与组织能力，并有良好的团队精神。

2、能力结构

(1) 基本能力

- ①自我学习与创新能力。
- ②熟练计算机基本操作技能。
- ③具备一定的英语听说读写能力。
- ④职业生涯发展与就业、创业能力。

(2) 职业能力

- ①市场调查与分析能力；
- ②市场营销策划能力；
- ③新媒体营销能力；
- ④销售管理能力；
- ⑤营销心理能力；
- ⑥商务谈判能力；
- ⑦客户管理能力。

3、知识结构

(1) 具有经济与管理学基础、市场营销理论与实务、商品管理、商务数据分析、消费心理学和市场调研、新媒体运营等专业基础知识。

(2) 掌握商务谈判、现代推销技术、客户关系管理、销售管理、新媒体营销、营销策划、新零售管理等专业理论知识。

(3) 了解商务礼仪、供应链管理、新媒体文案策划、公共关系、广告学等相关知识。

(4) 具有本专业先进的和面向现代人才市场需求的科学知识。

(三) 其他证书获取

1. 鼓励获取基本技能证书（英语四六级等证书），获得其中一本证书可相应转换为 1 学分（仅可转换为公共选修课学分），不累加。

2. 鼓励大学生积极参与与本专业相关工种国家职业技能鉴定并取得相应职业资格证书。学生在校期间取得 1 个职业资格证书可转换为 2 学分（可转换为相关专业课学分），不累加。

3. 鼓励大学生积极参加职业技能等级证书考证，学生在校期间获得 1 个职业技能等级证书可转换为 2 学分（可转换为相关专业课学分），不累加。

（四）继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、成人教育、自学考试等方式，参加网络营销、电子商务、全媒体电商运营、跨境电子商务等专业本科层次的继续深造。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

1. 公共必修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	思想道德与法治	主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。作为高等职业院校应结合自身特点注重加强对学生的职业道德教育。	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	主要讲授毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观，帮助学生理解理论的主要内容以及马克思主义中国化理论成果之间一脉相承又与时俱进的关系，引导学生深刻认识为什么要不断推进马克思主义中国化，培养学生的马克思主义历史观，增强对中国特色社会主义的认同，坚定“四个自信”。	32
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	主要讲授马克思主义中国化的最新理论成果，即习近平新时代中国特色社会主义思想引导学生准确理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心内容和科学体系，自觉用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，指导实践，积极投身全面建设社会主义现代化国家中，为中华民族伟大复兴不懈奋斗。	48
4	形势与政策	主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。	48
5	大学英语	本课程旨在发展学生英语学科核心素养的基础，突出英语语言能力在职场情境中的应用。课程内容为基础模块和拓展模块组成。基础模块为职场通用英语，奠定学生英语学科核心素养的共同基础，使所有学生都能达到英语学业质量水平的要求。拓展模块分为职业提升英语、学业提升英语和素养提升英语三类，与基础模块形成递进关系，供不同专业、不同水平、不同兴趣的学生在完成基础模块后选修，尊重个体差异，突出职业特色，加强语言实践应用能力培养。	128

6	体育与健康	本课程内容分理论和实践两部分。理论部分包括体育与健康概述、体育锻炼的影响与意义、健康的锻炼原则和方法、体育保健四方面内容。实践部分包括篮球、排球、羽毛球运动、太极拳等。培养学生养成良好的体育锻炼习惯，全面发展体能，提高自身科学锻炼的能力，练就强健的体魄。	128
7	信息技术	依据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021年版）》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色，围绕高等职业教育专科各专业对信息技术学科核心素养的培养需求，吸纳信息技术领域的前沿技术，通过理实一体化教学，提升学生应用信息技术解决问题的综合能力。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。	48
8	军事理论	以习近平国防和军队建设思想为指导，通过军事教学，使学生掌握基本军事理论和军事技能，增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。	36
9	大学生心理健康教育	本课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。	32
10	大学生职业生涯规划	通过本课程的教学使大学生确定与自己实际情况相符合的发展目标，明确自己的职业生涯的目标；注重自身内在就业能力的提升，不断提升个人职业素养，掌握自我探索技能、生涯决策技能、管理技能，为实现职业发展目标奠定扎实的基础。	16
11	国家安全教育 (含安全微课)	本课程旨在培养大学生了解国家安全体系和能力现代化，引导大学生为建设更高水平的平安中国而努力，为推全贯穿党和国家工作各方全过程，确保国家安全和社会稳进国家安全体系和能力现代化贡献青春力量，开创新时代国际安全工作新局面。培养学生的家国情怀，坚定文化自信，传承弘扬中华优秀传统文化，继承革命文化，发展社会主义先进文化。	28
12	大学语文	培养学生的家国情怀，坚定文化自信，传承弘扬中华优秀传统文化，继承革命文化，发展社会主义先进文化。 具体表现为：设置“古典诗文诵读”，建立诵读系统，以古汉语精品固其本，通过学习既传承弘扬中华优秀传统文化，又能感悟汉语语言的魅力；设置“现代文阅读”，建立阅读系统，以现代文作品立其标，培养学生的文学鉴赏能力，陶冶学生的情操，使之树立正确的人生观、世界观和价值观，形成高尚的德行标准，并建立美好的精神家园，要让学生成为具有人文情怀和精神追求的职业化个体；设置“实用写作”，建立操练系统，突出实用性，便于提高学生的语文应用能力和实践活动能力。	32
13	就业指导	本课程的目的是通过课堂教学、课堂活动、校园活动和校外体验等形式，为大学生就业提供全面的指导，帮助大学生更好地适应从大学生到职业人的角色转换，不断提升就业竞争力和主动适应社会的能力，同时为有志于创业的大学生提供有效帮助。	32

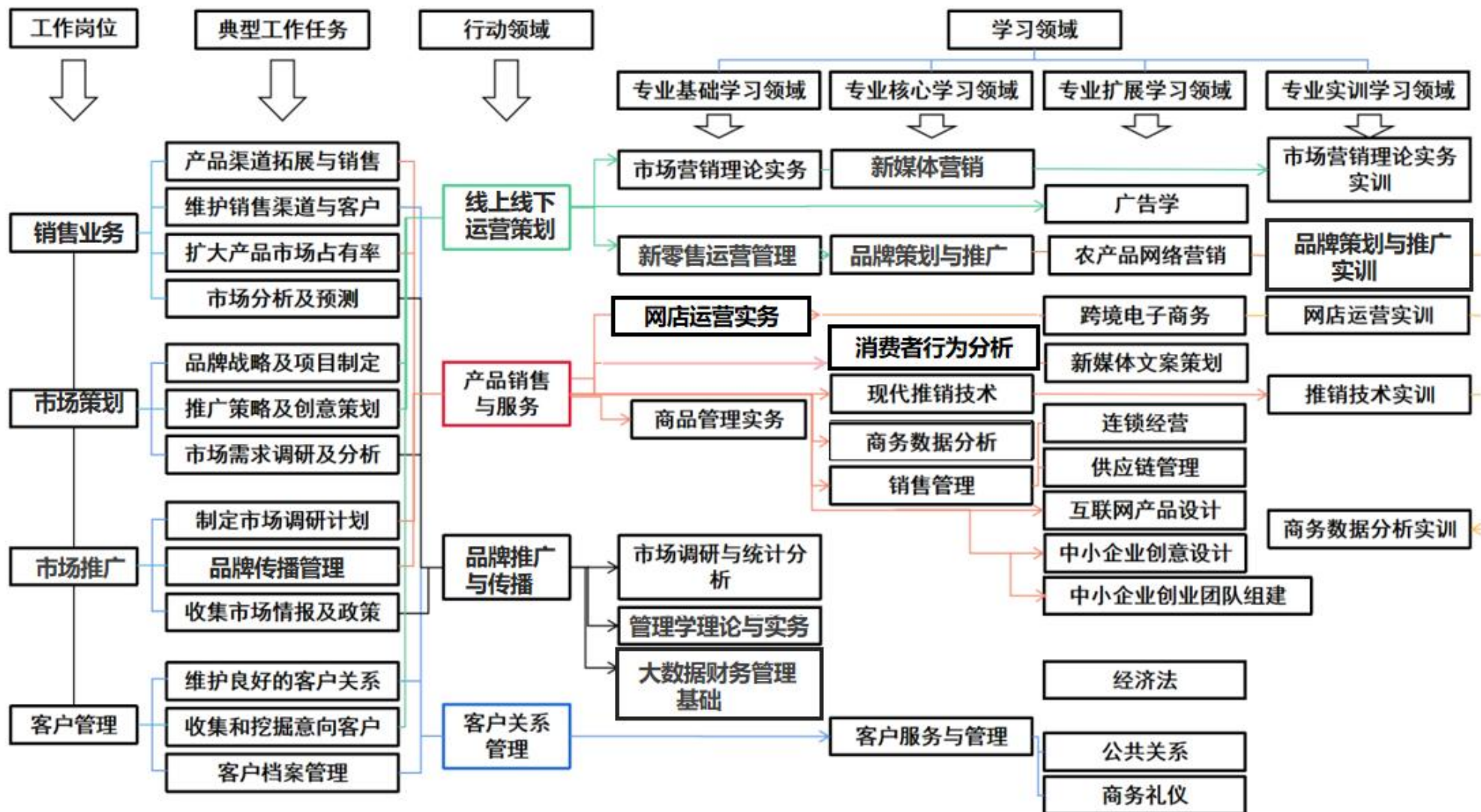
14	大学生创新创业通识课程	本课程主动适应国家经济社会发展和青年学生全面发展的需要，以“精益理念培养、思创教育融合、课赛实践融合、前沿思维引领”四大理念为着力点，将精益精神、企业家精神与创新创业的知识体系有效融合的同时，还融入了思想政治教育、创新创业竞赛、时代前沿问题等元素，开启了创新创业课程“思创融合”的教学实践。	32
15	劳动教育	该课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，依据《中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》和《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》，结合专业特点开设课程。通过劳动教育，增强学生职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度；该课程主要围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面设计；注重培养学生的敬业精神，吃苦耐劳、团结合作、严谨细致的工作态度。	16

2. 公共选修课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	人工智能通识课（限选）	主要讲授人工智能的基本概念、发展历史、主要技术和应用领域等。通过课程学习培养学生人工智能思维方法，熟练应用人工智能解决问题的能力，提升创新创业创造意识。	32
2	“四史”教育（限选）	主要讲授党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，深刻阐述人民的政治选择历程、国家的政治现代化历程和中国共产党的政治建设历程，将“四史”教育融入思想政治理论课教学，有助于培养学生正确的历史观、政治观，帮助大学生树立崇高理想；引导大学生树立强烈的使命意识，自觉把个人理想和国家前途、民族命运紧密联系起来，实现个人成长与国家发展、民族复兴有机结合。	18
3	美育公共艺术课（限选）	美育公共艺术课程融合音乐、美术、舞蹈、影视、中华优秀传统文化等多元艺术形式，通过理论解析、经典作品鉴赏，帮助学生掌握艺术鉴赏方法，提升审美感知与创造力，拓宽艺术视野，激发人文情怀，助力学生塑造健全人格，提升综合素养。	32
4	其他公共选修	公共选修课有利于学生拓宽视野，有利于不同专业间的交叉渗透，能进一步培养和增强学生获取知识的能力、思辨能力、创新能力、审美判断能力、心理承受能力、适应能力、自我评价能力等。	64

(二) 专业（技能）课

1. 专业课程体系架构



2. 专业课程

(1) 专业基础课程

序号	课程名称	主要教学内容与要求	主要技能与要求	课程思政融合点	考核	学期	学时
1	管理理论与实务	以培养基层管理岗位综合管理技能为主线,掌握管理的基础知识与现代管理思想与理念为基础,掌握现代管理的基本原理和过程,懂得运用管理学的原理、工具和方法进行管理实践。	计划与决策能力、组织与人事能力、领导与沟通能力和控制与信息处理能力。	学生了解相关专业和行业领域的国家战略和相关政策,引导学生深入社会实践、关注现实问题,培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。	考试	2	48
2	市场营销理论与实务	本课程主要包括:认识市场营销、市场营销环境分析、市场营销调研、目标市场策略、营销 4P 组合策略、营销活动策划等。	使学生掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本方法和技能,能运用营销学的基本技巧解决企业在市场营销活动中发生的问题。	在课程教学中坚持以马克思主义为指导,加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。帮助学生了解相关专业和行业领域的国家战略和相关政策,引导学生深入社会实践、关注现实问题,培育学生经世济民、诚信服务的职业素养。	考试	1	48
3	市场调研与统计分析	本课程主要包括:资料收集、问卷设计、抽样调查、资料整理、市场调查方法、调查资料的统计分析、市场调查报告的撰写等。	掌握市场调查、统计分析的基本技能,实践对典型调查方案、调查问卷的设计,以及对取得的调查资料的整理分析,为后续专业课的学习和学生可持续发展打下坚实的基础。	引导学生深刻理解并自觉实践行业的职业精神和职业规范,增强职业责任感,培养遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯。	考试	1	48

序号	课程名称	主要教学内容与要求	主要技能与要求	课程思政融合点	考核	学期	学时
4	大数据财务管理基础	1. 课程内容包括财务数据采集与清洗（ERP/CRM 系统数据接口）； 2. 财务报表智能分析（可视化仪表盘制作）； 3. 营销投入产出比（ROI）测算模型； 4. 客户生命周期价值（LTV）预测； 5. 大数据风控与预算智能分配等；	1. 掌握 Python/Power BI 基础财务数据分析； 2. 能建立营销活动财务评估模型； 3. 具备成本敏感意识与资源优化决策能力；	1. 结合"央企数字化转型"案例，强调数据安全的红线意识； 2. 通过"乡村振兴资金精准投放"项目培养学生社会责任感； 3. 植入"厉行节约"的财务伦理观；	考查	1	48
5	新零售运营管理	课程内容包括认识新零售的商业模式、零售 O2O、全渠道构建、商品管理与创新、数据化运营、深度营销、数字化运营等。	能够运用新零售运营思维，能够在互联网营销或销售工作中灵活加以应用。	1. 经典案例分析； 2. 职业道德操守； 3. 创新意识；	考试	3	48
6	网店运营实务	本课程主要包括： 1. 网店基础知识； 2. 网店基础操作； 3. 网店商品拍摄、发布与管理； 4. 网店装修； 5. 网店交易、客服与物流； 6. 网店推广与营销等；	1. 使学生能够掌握网络开店的必备理论知识和基本流程； 2. 培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。	注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。	考查	4	48
7	商品管理实务	本课程主要包括商品管理基本理论、商品概念和商品价值的组成、商品管理技术（定价、促销、陈列、质量管理、品类管理、采购管理、库存管理等）。	阐明商品质量形成、评价、实现、维护及再生等内外因素及规律，使商品使用价值充分实现，使学生了解商品、熟悉商品，培养学生商品经营和管理的能力，并为走上企业工作岗位做好市场营销工作打下基础。	引导学生深刻理解并自觉践行社会主义核心价值观、职业精神和职业道德规范，增强社会责任感，具有法律意识，诚实守信，具有开拓创新的职业精神。	考试	4	48

(2) 专业核心课程 (6-8 门)

序号	课程名称	主要教学内容与要求	主要技能与要求	课程思政融合点	考核	学期	学时
1	新媒体营销	本课程主要包括：认识新媒体运营、微信运营、微博运营、短视频平台运营、文案策划等。	1. 在掌握新媒体营销基本理论与研究方法的基础上，能够与企业相关实际工作实践相结合，树立现代移动互联网新媒体营销理念； 2. 掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够掌握营销多元化发展背景下各个新模式的特点，构建企业新媒体营销系统；	1. 培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业素养； 2. 要注重学思结合、知行统一，增强学生勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力；	考试	4	54
2	现代推销技术	本课程内容涉及推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈及推销管理等方面。	培养学生的推销能力、人际沟通能力、语言表达能力。	注重教育和引导学生弘扬劳动精神，将“读万卷书”与“行万里路”相结合，扎根中国大地了解国情民情，在实践中增长智慧才干，在艰苦奋斗中锤炼意志品质。	考试	4	54
3	消费者行为分析	1. 本课程内容包含数字化消费场景下的行为轨迹追踪（埋点技术/热力图分析）； 2. 消费者决策心理模型（AIDA 法则的 AI 验证）； 3. 社群消费行为与圈层营销策略； 4. Z 世代/银发族等群体的差异化管理； 5. 消费舆情大数据监测与预警；	1. 能设计线上 A/B 测试方案； 2. 掌握 SPSS/问卷星等分析工具； 3. 具备用户画像构建与需求洞察能力；	1. 通过“直播打赏行为研究”引导学生树立理性消费观； 2. 结合“国潮消费崛起”增强文化自信； 3. 强调数据隐私保护的职业道德；	考试	3	48

序号	课程名称	主要教学内容与要求	主要技能与要求	课程思政融合点	考核	学期	学时
4	客户服务与管理	本课程主要包括：顾客满意度及其管理、顾客忠诚度及其管理、顾客价值及其管理、客户关系管理 CRM 系统的核心理念及其实施与管理等。	1. 掌握从事客户关系管理工作所必需的基本知识与技能； 2. 能够在理论上进行分析、在实践上具有客户关系管理问题的分析和处理能力；	教育引导学生在深刻理解并自觉实践各行业的职业精神和职业规范，增强职业责任感，培养遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯。	考查	3	48
5	销售管理	本课程主要包括：销售管理概述、团队的组建与培训、销售的执行、销售的管理与控制、销售份额反馈与绩效管理、互联网+环境下的业务新常态等。	培养学生销售指标制定能力、与公司发展阶段匹配的销售组织架构设定能力、销售领导能力、销售绩效考评设定能力及销售控制等能力。	帮助学生了解相关专业和行业领域的国家战略和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务的职业素养。	考试	5	48
6	商务数据分析	本课程内容包括认识商务数据，利用 EXCEL 进行数据分析，PYTHON 基础和数据抓取、数据分析报告的撰写等。	掌握从方案设计、数据的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。	1. 信息素养； 2. 商业数据安全； 3. 职业道德操守；	考查	3	48
7	品牌策划与推广	本课程内容包括品牌资产数字化评估体系（社交声量/搜索指数）；元宇宙营销与虚拟 IP 运营；跨界联名策划与知识产权保护；危机公关 3.0 时代的舆情应对；非遗老字号品牌年轻化案例研习等。	1. 能完成品牌 VI 系统设计（含动态 LOGO）； 2. 掌握社交媒体矩阵运营技巧； 3. 具备舆情应对方案撰写能力；	1. 以“华为品牌突围”案例强化科技自立自强信念； 2. 通过“地方特产品牌化”服务乡村振兴战略；在侵权案例教学中渗透知识产权法律意识；	考试	3	54

(3) 专业实践课程（独立设置专周实习实训教学环节）

序号	专业实践课程	学期	周数	技能实训 主要内容	实训形式	主要技能要求 (或标准)	实训地点	考核方式	条件要求及保障	备注
1	军事技能训练	1	2	1. 队列训练、内务整理； 2. 学习学校各项规章制度； 3. 国防教育及爱国主义教育、军事训练、专业介绍和职业素养；	集中演练	立正、跨立、稍息、停止间转法、齐步走、正步走、跑步走、蹲下、起立、敬礼等动作规范、准确，内务整洁整齐，培养学生融入群体、团结协作的能力	校内	考查	1. 由承训教官开展本课程军事训练部分的教学及实践； 2. 由各专业带头人负责专业介绍、职业素养培育等入学教育部分的教学； 3. 通过理论讲授、案例导入、实操训练等方法，充分利用信息化教学手段开展理论教学及军事训练； 4. 采取形成性考核+终结性考核各占 50% 权重比的形式进行课程考核与评价；	
2	劳动教育		1	1. 劳动技能的学习与训练； 2. 通过劳动教育，增强学生职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度；	模拟实操	1. 该课程主要围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面设计； 2. 注重培养学生的敬业精神，吃苦耐劳、团结合作、严谨细致的工作态度；	校内	考查	该课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届三中全会精神，依据《中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》和《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》，结合专业特点开设课程。	

序号	专业实践课程	学期	周数	技能实训 主要内容	实训形式	主要技能要求 (或标准)	实训地点	考核方式	条件要求及保障	备注
3	市场营销理论实务实训	1	1	运用市场营销基本的原理和实务解决营销活动中遇到的实际问题	模拟实操	营销工作的基本流程，包括环境分析、STP 战略制定以及营销 4P 组合策略的制定方法	校内	考查	项目案例资源库；校内实训基地	
4	现代推销技术实训	4	1	推销工作全过程的情景练习	项目实战	现代推销的基本流程和方法，以及执行过程中的相关实战技巧	校内外	考查	校内外实训基地	
5	商务数据分析实训	3	1	商务数据分析平台模拟训练	模拟实操	运用数据分析工具进行数据收集和分析的基本方法	校内	考查	商务数据分析模拟平台以及其它相关硬件设施设备	
6	品牌策划与推广实训	3	1	品牌全案策划与数字化推广执行训练	项目实战	能完成品牌视觉系统提案；会制定月度社交媒体运营计划	校内外	考查	项目案例资源库；校内实训基地	
7	网店运营实训	4	1	网店运营全过程实战训练	项目实战	网络开店的基本流程，以及网店运营和推广的方法和实战技巧	校内外	考查	校内外实训基地	
8	考证训练（周）		1	专业相关证书考前训练	实操		校内			
9	岗位实习与毕业设计	5-6	24	在实习企业市场营销相关部门进行轮岗实习	实操		校外	考查		

七、教学进程总体安排

(一) 课程学时结构 (单位: 学时)

模块名称	课程类别	理实一体化教学		理论教学 (学时)	实践教学 (学时)	合计	占总学时比例 (%)
		理论 (学时)	实践 (学时)				
公共 基础课	公共必修课			532	172	704	25.53%
	公共选修课			114	16	130	4.71%
专业课	专业基础课	60	36	168	72	336	12.18%
	专业核心课	60	36	150	108	354	12.84%
	专业实践课				1042	1042	37.78%
	专业拓展课			192		192	6.96%
合计		120	72	1156	1410	2758	100%
占总学时比例 (%)		4.35%	2.61%	41.92%	51.12%	100%	

(二) 周教学时间分配表 (每学期按 20 周计算, 单位: 周)

学 年	学 期	军事技能训 练	课程教学	独立设置专周实 训环节 (含岗位 实习)	考试	节假日、运动 会及机动	小计
一	1	2	15	1	1	1	20
	2		18	0	1	1	20
二	3		16	2	1	1	20
	4		16	2	1	1	20
三	5		14	4	1	1	20
	6		0	20	0		
合计		2	79	29	5	5	120

(三) 教学进程表 (2025 级)

(见附表)

八、实施保障

(一) 专业建设指导委员会 (应包含行业、企业、学校等各方代表)

姓名	职称/职务	工作单位	联系电话	备注
罗朋朝	副教授	宁德职业技术学院经济管理学院	13774780786	主任
陈建华	总经理	福安市农垦集团有限公司	13365026886	委员
张寿杰	总经理	福安市宝诚电子商务有限公司	18016775252	委员
王廷皓	经理	福安市宇星酒业有限公司	13685098168	委员
陈星	总经理	福安会展大酒店	18850355538	委员

吴建	总经理	福建吴歌实业有限公司	13950593789	委员
陈进德	副教授	宁德职业技术学院经济管理学院	15859353699	委员
吕大桂	副教授/副处长	宁德职业技术学院教务处	15160552368	委员
张婧	讲师/经管院副院长	宁德职业技术学院经济管理学院	18678843243	委员

（二）师资队伍

序号	姓名	性别	年龄	学历学位	职称	毕业院校及专业	是否双师
1	罗朋朝	男	59	本科、硕士	副教授	福州大学技术经济及管理	是
2	陈进德	男	55	本科、学士	副教授	安徽财贸学院商品学	是
3	吕大桂	男	55	本科、学士	副教授	福建农学院农业经济管理	是
4	刘娟	女	44	本科、硕士	副教授	福建师范大学中国现当代文学	否
5	刘碧庄	女	44	本科、学士	讲师	福建师范大学数学与应用数学	是
6	张婧	女	42	研究生、硕士	讲师	法国奥尔良大学企业管理与信息系统	是
7	孙志浩	男	29	本科、学士	助教	重庆理工大学市场营销	是
8	兰细贤	男	49	本科、学士	副教授	中南民族学院教育管理	是
9	施宏哲	男	37	研究生、硕士	讲师	法国维莱尔国际商学院市场营销和企业传播	否
10	郑川辉	男	36	研究生、硕士	助教	华侨大学数量经济学	否
11	陈彦颖	女	32	研究生、硕士	助教	英国谢菲尔德大学市场营销管理实践专业	是

（三）教学设施

要求配备校内实训基地和校外实训基地，其中校内实训基地要求至少两个市场营销模拟实训室，有 1 个与其他专业共享实验室，1 套专业教学实操模拟系统，以及一间拥有市场营销模拟教学软件、市场调研模拟教学软件、商业连锁分销管理软件、网络营销模拟教学软件、国际贸易进出口模拟教学软件、电子商务教学软件、客户关系教

学软件及与物流管理共用的 ERP 沙盘软件实验室。

在校外实习实训基地建设方面要求至少有 5 家企业校外实习实训基地，从而为课堂上学生实际的业务技能培训提供坚实的基础和可靠的保证，通过理论与实践教学，使学生毕业时都能达到业务操作人员的岗位标准，达到“零距离”就业。

本专业教室、校内、外实习实训基地一览表

序号	教室或实训基地名称	地点 (校内、外)	教室或实训基地功能
1	电子商务实训室	校内	电子商务模拟训练
2	营销策划实训	校内外	营销策划
3	营销综合实训室	校内	营销综合模拟训练
4	ERP 实训室	校内	ERP 仿真训练
5	商务谈判实训室	校内	商务谈判训练
6	福安会展酒店校外实训基地	校外	营销综合实操
7	福安永辉超市校外实训基地	校外	营销综合实操
8	福安市宇星酒业校外实训基地	校外	营销综合实操
9	福安市思威特食品有限公司校外实训基地	校外	营销综合实操

（四）教学资源

1. 课程教学资源

市场营销专业标准、课程标准、课程实施方案、讲义（教材）及其配备的教学课件、习题库、试题库、案例素材库、教学素材资料包、营销实践操作流程教学录像及技能演示录像、营销职业资格考试大纲及模拟习题。

2. 实训教学资源

营销工作所涉及到的各类办公设施设备及基本文具；进行企业经营管理模拟演练的沙盘及相关资料；营销模拟软件；ERP 软件；校内外实训基地等。

3. 教学辅助资源

建立网络教学平台，建立有利于学生自主学习的、内容丰富的、使用便捷的数字化专业学习资源，及时进行教学资源与教学素材的调整、补充与更新，能够通过现代信息技术手段开展教学，满足专业人才培养需要。结合专业发展的新趋势、营销人才市场需求的新变化、企事业用人单位的特定要求，编写市场营销专业系列教材，利用网络教学平台形成电子教材并及时补充更新，以满足育人市场化的特定需求。

（五）教学方法

采用现代教学技术手段，编制多媒体课件，利用视频材料，使学生更清晰直观地理解教学内容，提高教学效果。采用集中与分散相结合的多元全景式训练——训练环节既有方法论式教学和自学内容，又有头脑风暴式、启发式、讨论式、无领导小组式等教学手段和方法：既有演讲、辩论、佳作欣赏、沙盘模拟、自我测试、自我训练等教学部分，还有走出课堂，面对社会的案例训练、营销实战训练等，最大限度提升教学效果，让学生在快乐中学习。线上学习，学生任何时间、地点，通过在线专业资源库灵活、便捷进行学习，拓展延伸知识内容，提高学习效率。

课程标准建设与制定：

高等职业教育教学改革工作是以人才培养模式改革、课程体系重构和教学内容改革为重点，而工学结合课程标准的制订作为课程体系和教学内容改革落到实处的保障。在以工作过程为导向的新高职课程体系下，课程标准制订的思路与内容，对于明确课程目标、课程内容，制订课程实施方案，规范课程的教学过程，指导任课教师完成各项教学任务具有重要的指导意义。

课程标准设计的思路是：首先依据专业人才培养方案中关于人才培养目标的阐述，明确课程的性质与地位；其次应结合职业教育课程观、教学观、能力观，以项目化教学来组织课程内容，在课程内容的选择与排序中，选择典型任务为载体，将课程内容划分为互相联系的学习情境；第三应通过对各学习情境中学习目标、主要内容、授课方式、师生要求等各项内容的描述，来规范课程所要求的内容；第四应通过对课程内容的选取和组合，以一个完整的项目为载体，完成课程的实施；最后，通过对项目实施过程中各个环节的考察和评价，来完成对课程的评鉴与考核。

（六）学习评价

教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

本专业在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。对于培养学生具备基本的职业能力素养的专业基础能力实践课程系列，通过专门设计的操作考核标准系统进行客观评价；课证融合课程通过以证代考方式进行课程评价；对于专业核心能力实践课程教学评价的标准以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定；对于学生的专业社会实践教学环节评价，主要以实习企业评价为主，依据实习企业指导教师对学生知识、技能和学习能力、工作态度等实习情况的综合评定认定学生的专业实习成绩。

对学生的评价与考核分三个部分：职业素养考核、知识考核、技能考核：

1. 职业素养考核，包括平时的出勤率、听课态度（课堂发言）、完成实训作业任务的情况等，占总评价成绩的60~70%。部分内容重点考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力的程度以及表现出来的效果。

2. 期末考试，卷面考核学生对理论的实际掌握情况，占 30~40%。

3. 鼓励学生参加市场营销类职业资格考试。

（七）质量管理

统筹各环节的教学质量管理活动，结合教学诊断与学情分析，形成相互协调、相互促进的质量管理有机整体，重点抓好落实好校内教学质量监控和毕业顶岗实习管理。

1、结合信息技术手段，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，不断改进学习过程管理和评价，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程成绩中的比重。严格考试纪律，健全多元考核评价体系，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。通过教学环节、过程监控、质量评价和持续改进，促进人才培养目标和培养规格的达成。

2、完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，完善巡课和听课制度，严格教学纪律和课堂纪律管理。在学院教务处和教学督导处的领导和专业教学委员会的指导下具体落实本专业的教学管理工作以及教学全过程的监控。

3、建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，校企合作共同修订教学质量内部评价标准，对培养目标是否达成进行定期评价。

4、有效利用评价分析结果改进专业建设有关工作，持续提高专业建设水平和人才培养质量，推动专业建设、教学模式、教学理念、教学内容的改革，培养紧跟社会发展、符合行业需求、具有可持续发展潜力的高素质技术技能人才。

九、毕业要求

学生在学校规定学习年限内，完成规定的学习任务，修满本专业人才培养方案所规定的课程与学分（133 学分），大学生体质健康测试达到要求，岗位实习考核成绩合格，具有良好的思想政治素质、职业道德、职业精神。

十、附录

教学进程安排表、人才培养方案审批表

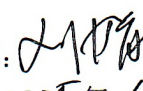
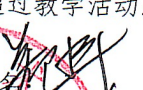
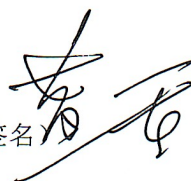
附表： 宁德职业技术学院市场营销专业（三年制）教学计划进程表（2025级）
专业代码:市场营销

模块名称 及比例		序 号	课 程 名 称	总学 时数	学时分配		按学期周学时分配						考试 学期	授课方式	学分	课程 代码
					理论	实训	第一学年		第二学年		第三学年					
							1	2	3	4	5	6				
公共基础课 30.24%	A类公共必修 25.53%	1	思想道德与法治	48	40	8	4						1	线上+线下	3	001029
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8	4						1	线上+线下	2	011018
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	40	8		4					2	线上+线下	3	011025
		4	形势与政策Ⅰ	8	8		2						考查	线下	1	001037-01
		5	形势与政策Ⅱ	8	8			2					考查	线下		001037-02
		6	形势与政策Ⅲ	8	8				2				考查	线下		001037-03
		7	形势与政策Ⅳ	8	8					2			考查	线下		001037-04
		8	形势与政策Ⅴ	8	8						2		考查	线下		001037-05
		9	形势与政策Ⅵ	8	8							2	考查	线上		001037-06
		10	大学英语Ⅰ	64	64		6						1	线上+线下	4	011010-01
		11	大学英语Ⅱ	64	64			6					2	线上+线下	4	011010-02
		12	体育与健康Ⅰ	32	4	28	2						考查	线下	1	011005-01
		13	体育与健康Ⅱ	32	4	28		2					考查	线下	1	011005-02
		14	体育与健康Ⅲ	32	4	28			2				考查	线下	1	011005-03
		15	体育与健康Ⅳ	32	4	28				2			考查	线下	1	011005-04
		16	信息技术	48	24	24		4					2	线上+线下	3	065127
		17	军事理论	36	36			2					考查	线上+线下	2	035145
		18	大学生心理健康教育	32	20	12		2					考查	线上+线下	2	011031
		19	大学生职业生涯规划	16	16			1					考查	线下	1	011040
		20	国家安全教育	16	16			2						线上+线下	1	004212
		21	大学语文	32	32			2					考查	线上+线下	2	014052
		22	就业指导	32	32						2		考查	线上+线下	2	011034
		23	安全微课	12	12		1	1					考查	线上	0.5	004211
		24	大学生创新创业通识课程	32	32		2						考查	线上+线下	2	011041
		25	劳动教育	16	16				讲座	讲座	讲座	讲座	考查	线上+线下	1	081012
	小 计				704	532	172	21	28	4	4	4	2		37.5	
	A类公共选修 4.71%	1	人工智能通识课（限选）	32	16	16			2					线上+线下	2	004331
		2	“四史”教育（限选）	18	18				1					线上+线下	1	001022
		3	美育公共艺术课（限选）	32	32			2							2	
		4	其他公共选修课	48	48				2	2					3	
		小计（修满8学分）			130	114	16		2	5	2				8	
	专业基础课 12.18%	B类专业基础课 12.18%	1	管理理论与实务	48	48			4				2	线上+线下	3	052002
2			市场营销理论与实务	48	30	18	4					1	线上+线下	3	052060	
3			市场调研与统计分析	48	30	18	4					1	线上+线下	3	052107	
4			大数据财务管理基础	48	30	18	4					考查	线上+线下	3		
5			新零售运营管理	48	30	18					4	3	线上+线下	3	052183	
6			网店运营实务	48	30	18				4		考查	线上+线下	3	052069	
7			商品管理实务	48	30	18				4		4	线上+线下	3	052165	
小 计			336	228	108	12	4	0	8	4	0		21			
B类专业核心课 12.84%		1	新媒体营销	54	30	24				4			4	线上+线下	3.5	052113
		2	现代推销技术	54	30	24				4			4	线上+线下	3.5	052010
		3	消费者行为分析	48	30	18			4				3	线上+线下	3	
		4	客户服务与管理	48	30	18			4			考查	线上+线下	3	052096	
		5	销售管理	48	30	18					4	5	线上+线下	3	052057	
		6	商务数据分析	48	30	18			4			考查	线上+线下	3	052177	
		7	品牌策划与推广	54	30	24			4			3	线上+线下	3.5		
		小 计			354	210	144	0	0	16	8	4	0		22.5	
专业实践课 69.76%	C类专业实践课 37.58%	1	军事技能训练	112		112	2周					1	线下	2	004169	
		2	劳动教育（周）	30		30							线下	1	081013	
		3	市场营销理论与实务实训	30		30	1周					1	线下	1	053001	
		4	现代推销技术实训	30		30				1周		4	线下	1	053031	
		5	商务数据分析实训	30		30				1周		3	线下	1	053063	
		6	品牌策划与推广实训	30		30				1周		3	线下	1		
		7	网店运营实训	30		30				1周			线下	1	053189	
		8	考证训练（周）	30		30									023029	
		9	岗位实习与毕业设计	720		720					4周	20周		线上+线下	24	081006
	小计(学时/周)			1042	0	1042	0	0	0	0	0	0		32		
B类专业拓展 32.18%	1	省级及以上职业技能竞赛（含创新创业大赛）												1-2		
	2	专业创新创业教育课	32											2		
	3	中小企业商务谈判	32	32									线上+线下	2	052008	
	4	供应链管理	32	32									线上+线下	2	055169	
	5	连锁经营	32	32									线上+线下	2	055040	
	6	新媒体文案策划	32	32									线上+线下	2	055069	
	7	经济法	32	32									线上+线下	2	055032	
	8	商务礼仪	32	32									线上+线下	2	055015	
	9	公共关系	32	32									线上+线下	2	055002	
	10	跨境电子商务	32	32									线上+线下	2	055060	

展 课 6.96 %	11	会计基础与实务	32	32								线上+线下	2	055043
	12	电子商务概论	32	32								线上+线下	2	055210
	13	互联网产品设计	32	32								线上+线下	2	055170
	14	中小企业创业团队组建	32	32								线上+线下	2	055202
	15	中小企业创意设计	32	32								线上+线下	2	055203
	16	农产品网络营销	32	32								线上+线下	2	055302
	17	汽车营销与服务	32	32								线上+线下	2	055301
	18	政治经济学	32	32								线上+线下	2	055094
	19	西方经济学	32	32								线上+线下	2	052030
	20	应用文写作	32	32								线上+线下	2	
	小计（修满12学分）		192	192	0	0	0	6	4	2			12	
第二课堂												1-2		
总计		2758	1276	1482	33	34	31	26	14	2	0	0	133	

宁德职业技术学院人才培养方案审批表

二级学院：经济管理学院

专业名称	市场营销	适用年级	2025
所属教研室	市场营销	方案执笔人	刘娟
教研室意见	明确表述相关专业相应岗位（群）的岗位职责和工作任务，确定素质、能力和知识三方面的具体要求，以此构建了突出综合素质和职业能力培养的课程体系。 教研室主任签名：  2025年6月3日		
二级学院专业建设指导委员会论证意见	在区域行业、企业调研的基础上，对接区域产业发展需求变化，人才培养目标明确。细化“工作任务”及“岗位职责”分析，明确表述相关专业相应岗位（群）的岗位职责和工作任务，确定素质、能力和知识三方面的具体要求，以此构建了突出综合素质和职业能力培养的课程体系，突出职业技能培养，强化实践教学，实践教学超过教学活动总学时的50%。 专业建设指导委员会主任签名：  2025年6月3日		
二级学院意见	拟同意 院长签名：  (公章) 2025年6月3日		
教务处审核意见	同意 处长签名：  (公章) 2025年6月13日		
学校教学工作委员会论证意见	同意 教学工作委员会主任审批意见（签名）  2025年6月22日		
校党委审定意见	同意 党委审批意见（公章）  2025年6月27日		