



# 莆田市中等职业学校人才培养方案

## 市场营销专业人才培养方案

福建省莆田职业技术学校

2021年6月



# 前 言

## （一）编制依据

1. 《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）。
2. 教育部等六部门发布的现代职业教育体系建设规划。
3. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）。
4. 教育部2017年发布的会计专业教学标准、教育部办公厅关于印发《中等职业学校公共基础课程方案》的通知教职成厅。
5. 《福建省福建省教育厅关于做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》闽教职成〔2019〕24号
6. 《职业院校专业人才培养方案参考格式及有关说明》
7. 《市场营销专业人才需求分析和预测调研报告》。
8. 《市场营销专业人才目标、规格、能力分析报告》。
9. 《市场营销专业职业岗位群、典型工作任务与职业能力分析表》。

## （二）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大精神，全面实施素质教育，坚持以育人为根本，以服务发展为宗旨、以促进就业为导向，按行业企业岗位要求，着力培养学生职业道德、职业发展、就业创业能力和可持续发展能力，全面提升学校教育质量和办学水平。构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

# 目 录

一、专业名称（专业代码） .....	错误！未定义书签。
二、入学要求 .....	错误！未定义书签。
三、修业年限 .....	错误！未定义书签。
四、职业面向 .....	错误！未定义书签。
五、培养目标与培养规格 .....	错误！未定义书签。
六、课程设置及要求 .....	错误！未定义书签。
七、教学进程总体安排 .....	错误！未定义书签。
八、实施保障 .....	错误！未定义书签。
九、毕业要求 .....	错误！未定义书签。
十、附录 .....	错误！未定义书签。



# 市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称与专业代码

市场营销专业(530605)

## 二、入学要求

初中毕业生或同等学力者

## 三、修业年限

三年

## 四、职业面向

在各种工商企事业中从事商品销售、促销、推销、导购、理货、客户服务等工作，也可以在企事业中担任业务洽谈、市场调研和开发、市场推广、营销策划、销售管理等工作。具体内容见表 1：

表 1 职业范围

所属大类		商贸类		专业代码	530605
序号	对应行业	职业类别	工作岗位	职业技能等级	行业企业证书
1	零售业、制造业、传媒产业、国家机关等企业事业	市场推广	调查员、业务员、市场推广员、营销策划员	营销员	
2		商品销售	促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员	营业员	
3		客户服务	收银员、前台接待员、售后服务员	客服	

说明：可根据学校实际情况和专业（技能）方向取得 1 或 2 个证书。

## 五、培养目标及人才培养规格

### （一）培养目标

本专业培养适应市场经济需要的德、智、体、美、劳全面发展的高素质劳动者，能系统掌握经济、管理、营销等方面的基础理论知识和方法；熟悉市场运行规律，了解市场营销及管理理论前沿，具备分析和解决市场营销问题的能力，能胜任工商企事业的产品营销、营销策划、营销管理等岗位的工作，具有

一定视野和创新能力的复合型技术技能型人才。

## （二）培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

### 1. 职业素养结构及要求

#### （1）思想道德素质

拥护党的基本路线和我国社会主义制度，德、智、体、美、劳全面发展，树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的道德品质和文明行为习惯；崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、团结协作；崇尚劳动、有进取心、勇于自谋职业和自主创业。同时拥有以下基本职业素养：

- ①具有科学、系统、辩证的人生观与社会观。
- ②具有广博的科学知识与深厚的文化内涵。
- ③具有灵活的头脑和创造性的思维。
- ④具有敏锐的艺术鉴赏力、洞察力以及良好的艺术修养。
- ⑤具有商业经营意识和品牌营销理念。
- ⑥拥有良好的人际关系，能够与他人团结协作共同完成工作。
- ⑦具有良好的语言与文字表达、人际沟通、公共关系处理的能力。
- ⑧具备独立制定工作计划、采集信息及获取新知识等工作方法能力。

#### （2）职业素质和人文素质

立足销售、服务第一线，脚踏实地，爱岗敬业，具有创新能力和创业精神；具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观点，个性鲜明、学有所长；有较强的法律意识，能自觉遵纪守法，善于与人合作。

#### （3）身心素质

具有良好的生活习惯，具有健康的身体；有一定的美育知识，具备高尚的生活情趣和美的的心灵；具有良好的个性品质和抗挫能力、较强的心理调适能力，懂得自我保护。

### 2. 专业知识及能力结构

- （1）能够熟练使用计算机，具备应用文写作能力和英语的基本听说能力；
- （2）具有较好的语言表达能力和人际沟通能力；
- （3）具有营销策划技能，具有市场开发与推广的技能；

- (4) 具备市场调研、预测的综合技能；
- (5) 具有较强的公关技能和推销技能，具备现场促销能力；
- (6) 具备销售渠道开发能力，具有较强的客户服务技能；
- (7) 具备基本的电子商务和网络营销技能；
- (8) 具备商务谈判能力。

### 3. 专业技能与能力结构

(1) 市场推广方向：能够在市场营销环境分析、市场调研与预测的基础上，进行市场营销策划，执行市场调查；能够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动；了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客定位。

(2) 商品销售方向：能够根据不同商品的不同系列进行区域陈设和展示，并根据促销主题，及时调整商品展示；能够根据客户需要进行商品推销，完成售前、售中和售后服务工作；能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活动。

(3) 客户服务方向：能够进行客户信息的搜集、整理、维护和建立客户档案；能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和进行投诉处理。

### 4. 专业技能方向课程结构

- (1) 市场推广方向：包含品牌推广、营销策划、广告实务；
- (2) 商品销售方向：包含商品销售技巧、商品展示；
- (3) 客户服务方向：包含客户关系维护、客户数据处理。

## 六、课程设置及要求

福建省莆田职业技术学校							
2020 级市场营销专业课程及学分安排表							
课程类别	课程名称	课程编码	性质	合计		比例	备注
				课时	学分		
公共基础课	中国特色社会主义	12100001	必修	36	2	32.86%	
	心理健康与职业生涯	12100002	必修	36	2		
	哲学与人生	12100003	必修	36	2		
	职业道德与法律	12100004	必修	36	2		
	时事政策教育	12100005	选修	36	2		



			法律与职业道德	12100006	选修					
			国家安全教育	12100007	选修					
			妈祖文化	12100008	限定选修	18	1			
	文化课		语文	12100009	必修	180	10			
			英语	12100010	必修	144	8			
			数学	12100011	必修	144	8			
	体育与健康		体育与健康	12100012	必修	180	10			
	基础课		信息技术	12100013	必修	144	8			
	艺术课		书法	12100014	选修	36	2			
			音乐	12100015	选修	36	2			
			礼仪	12100016	选修	36	2			
	历史课		历史	12100017	必修	18	1			
专业技能课	专业核心课		营销素养训练	12100018	必修	144	8	47.70%		
			市场营销基础	12100019	必修	144	8			
			商品管理	12100020	必修	72	4			
			消费心理学	12100021	必修	72	4			
			会计基础	12100022	必修	72	4			
			商务沟通与谈判	12100023	必修	72	4			
			网络营销	12100024	必修	72	4			
			门店运营实务	12100025	必修	72	4			
	专业技能方向课	市场推广方向		品牌推广	12100026	必修	72		4	
				营销策划	12100027	必修	72		4	
				广告实务	12100028	选修	72		4	
		商品销售方向		商品销售技巧	12100029	必修	72		4	
				商品展示	12100030	必修	36		2	
			客户服务方向		客户关系维护	12100031	必修		72	4
		客户数据管理		12100032	必修	72	4			
	综合实训		导购岗位实训	12100033	必修	72	4			
			经营管理岗位实训	12100034	必修	72	4			
			推销岗位实训	12100035	必修	72	4			
			个人创业实训	12100036	必修	72	4			
	专业选修课		商务文案	12100037	选修	36	2			
		网店运营基础	12100038	选修	36	2				
		营销沙盘	12100039	选修	36	2				
创新创业		创新创业课程	12100040	必修	36	2				
小计（不含证书）						2736	152			
其他	会考			12100041			6	19.43%		
	证书			12100042			2			
	入学训练			12100043		30	1			
	军训			12100044		30	1			
	综合实习			12100045		600	30			
	毕业鉴定			12100046			1			

	毕业设计			12100047			2		
合计						3396	195	100.00%	
备注	每个学期由卫生室安排一周校园值周劳动共计 54 学时，3 学分								

## （一）教学分析

通过职业岗位能力分析，最终对接运用于专业课程的设置为：公共基础课、专业技能课（含专业核心课、专业技能方向课和专业选修课、综合实训）及其他（含会考）。

公共基础课包括：中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、时事政策教育、法律与职业教育、国家安全教育、妈祖文化、历史、语文、英语、数学、体育、心理健康、历史、劳动、信息技术、书法、礼仪和音乐欣赏。

专业技能课程包括：营销素养训练、市场营销基础、商品管理、消费心理学、会计基础、商务沟通与谈判、网络营销、门店运营实务、品牌推广、营销策划、广告实务、商品销售技巧、商品展示、客户关系维护、客户数据管理、商务文案、网店运营基础、营销沙盘、导购岗位实训、经营管理岗位实训、推销岗位实训、个人创业实训、创新创业课。

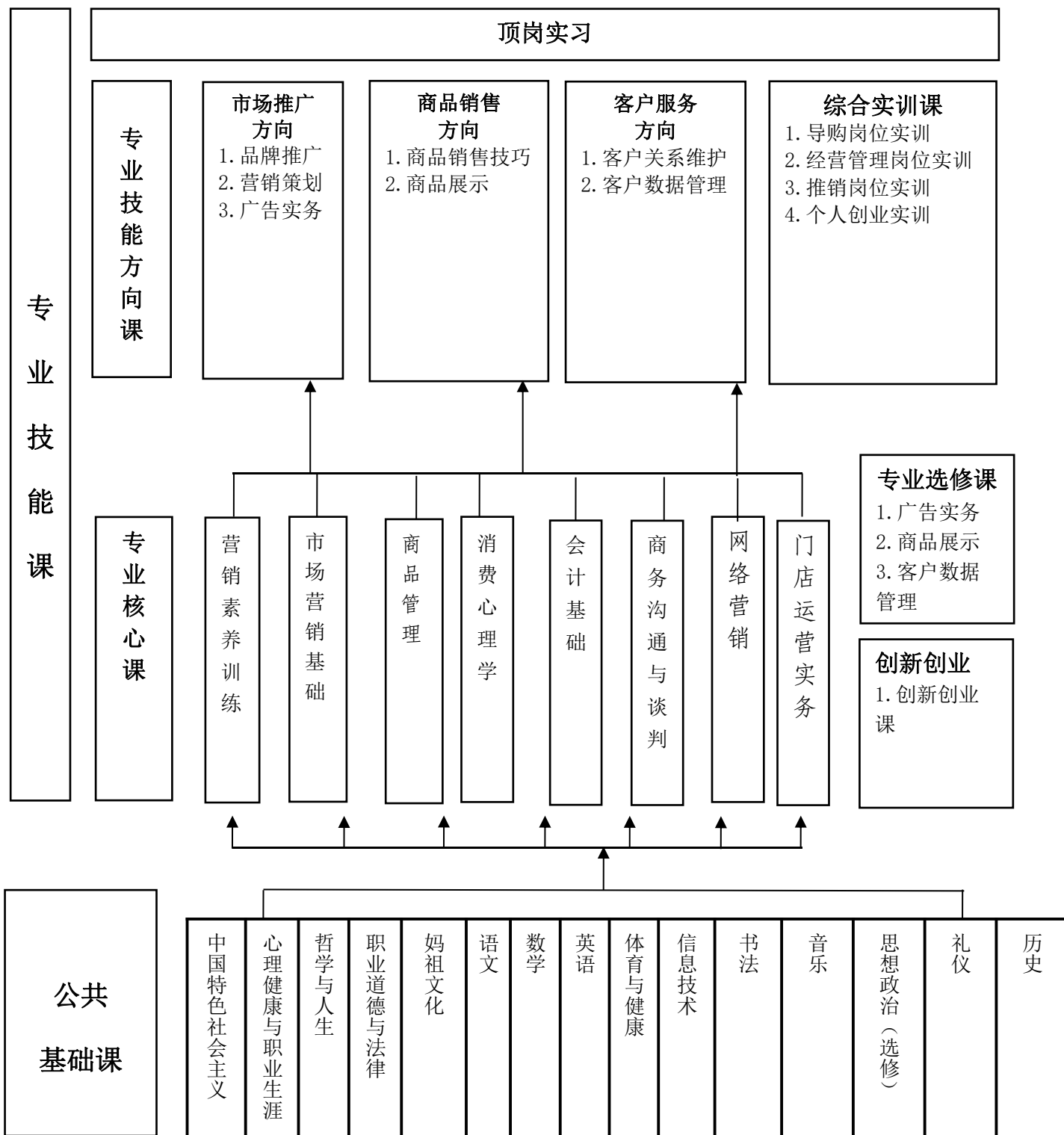
其他：会考、证书、入学训练、军训、综合实习、毕业鉴定、毕业设计。

## （二）课程体系

### 1. 课程结构

课程设置分为公共基础课、专业技能专业课程（含专业核心课、专业技能方向课、专业选修课、综合实训）、其他（含会考）。课程结构图如下：

表 3 课程结构



## 2. 课程设置与描述

### (1) 公共基础课

具体内容见表 4:

表 4 公共基础课

序号	课程名称	课程目标	教学内容和要求
1	思想政治	培养学生思想政治学科的核心素养,包括政治认同、法治意识、公共参与、职业精神、健全人格等。	<p>德育课程课程类别分为必修课程和任意选修课程。必修内容包括“中国特色社会主义”“心理健康与职业生涯”“哲学与人生”“职业道德与法治”四部分。任意选修课程,是必修课程的拓展和补充,由学生选择修习,主要包括时事政策教育、法律与职业教育、国家安全教育等。</p> <p>德育课程每个部分分设若干个学习领域,每个学习领域由学习目标和内容目标组成。实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。结合职业学校学生特点,创新思政课程教学模式。</p>
2	语文	培养学生正确理解与运用祖国的语言文字,注重基本技能的训练和思维发展,加强语文实践,培养语文的应用能力,为综合职业能力的形成,以及继续学习奠定基础。	<p>由基础模块、职业模块和拓展模块三个部分构成</p> <p>(1) 基础模块(上、下册)是各专业学生必修的基础性内容和应该达到的基本内容。</p> <p>(2) 职业模块是适应学生学习相关专业需要的限定选修内容。</p> <p>(3) 拓展模块是满足学生个性发展和继续学习需要的任意选修内容,各专业教学时数不做统一规定。</p> <p>在阅读与欣赏板块,要求学会初步欣赏文学作品。了解散文、诗歌、小说、戏剧等文学形式的特点。</p> <p>在表达与交流板块,要求初步学会介绍、交谈、复述、演讲、即席发言、应聘等口语交际的方法和技能。</p> <p>在语文综合实践活动中要求能根据校园生活、社会生活和职业生活确定活动内容、活动项目、创设活动情境,围绕活动主题开展语文实践活动,运用有关的语文知识和技能,提高语文应用能力,培养职业理想和职业情感。</p>

3	历史	<p>培养学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀文化传统；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；培育社会主义核心价值观，树立正确的历史观、人生观和价值观。</p>	<p>内容分为基础和拓展二个模块构成；基础模块指的是“中国历史”，是中职各专业学生必修的基础性内容；拓展模块指的是“世界历史”，是在基础模块学习的基础上，继续学习和个性发展等方面需要的选修内容。</p> <p>要求：</p> <p>(1) 树立正确的思想价值导向和核心素养目标取向；</p> <p>(2) 体现职业教育特点，促进学生职业发展</p> <p>(3) 提倡多样化的教学方式、方法和策略，激发学生 学习兴趣</p> <p>(4) 注重现代信息技术在历史教学中的应用</p> <p>采用灵活、多样的评价方法，测验与教师观察相结合。充分发挥评价的激励导向和质量监控作用，促进学生的 进步与发展。</p>
4	数学	<p>培养学生所必需的数学基础知识、基本技能；理解基础知识、基本技能所涉及的数学概念、数学结论等产生的背景、应用及关联；了解数学发生、发展的基本规律及其与社会发展的相互作用。获得学习中职业教育其他课程及进一步学习所必需的数学基础知识、基本技能；理解基础知识、基本技能所涉及的数学概念、数学结论等产生的背景、应用及关联；了解数学发生、发展的基本规律及其与社会发展的相互作用。</p>	<p>内容基础和拓展二个模块构成；基础模块包括集合与充要条件、不等式、函数、指数函数与对数函数、三角函数、数列、平面向量、直线与圆的方程、立体几何、概率与统计初步；拓展模块是在基础模块学习的基础上，继续学习和个性发展等方面需要的选修内容。</p> <p>要求：</p> <p>(1) 体现职业教育特点，促进学生职业发展</p> <p>(2) 提倡多样化的教学方式、方法和策略，激发学生 学习兴趣</p> <p>(3) 注重现代信息技术在数学教学中的应用</p> <p>采用灵活、多样的评价方法，测验与教师观察相结合。充分发挥评价的激励导向和质量监控作用，促进学生的 进步与发展。</p>

5	英语	<p>树立学习英语的信心，掌握一定的英语语言知识，具备必需的英语听、说、读、写能力，并能发挥主体作用，形成有效的英语学习策略，了解文化差异，能在不同的生活和工作情境中使用英语进行有效交流。</p>	<p>内容由基础模块和拓展模块两大部分组成。</p> <p>基础模块为全体中等职业学校学生必修内容，学生在完成基础部分的学习，并通过相应的测评后达到基本要求，语言能力能为专业学习打下良好的基础，并满足职业发展对英语能力的基本需求。</p> <p>拓展模块是为学有余力或有继续学习需要的学生设置的选修内容。学生在完成拓展部分的学习，并通过相应的测评后达到较高要求，语言能力能满足其今后工作、学习和生活对英语的基本需求，并为其可持续发展和终身学习奠定较扎实的基础。</p> <p>要求：</p> <p>(1) 注重基础，突出实用性</p> <p>(2) 分层教学，增强选择性</p> <p>(3) 任务驱动，凸现趣味性</p> <p>用多元评价指标评定学生的综合语言素质，用质性评价的方式评价学生在学习过程中表现出的情感、态度和价值观，从而建立综合化的评价体系，促进教学方式和学习方式的根本转变。</p>
6	信息技术	<p>全面提升学生的信息素养和信息化职业能力，让学生掌握信息技术设备与系统操作、网络应用、图文编辑、数据处理等相关知识。</p>	<p>内容由基础模块和拓展模块二部分构成，基础模块为必修模块，拓展模块为选修模块。</p> <p>(1) 基础模块：信息获取、信息加工与表达、信息资源管理及信息技术与社会 4 部分组成。涉及 Windows7 操作平台、Office 办公软件，对音频、视频、动画等信息能进行简单处理，从而培养学生的自学能力、获取计算机新知识、新技术的能力，能使用计算机工具进行文字处理、数据处理及信息获取等能力。</p> <p>(2) 拓展模块：根据不同专业分别开设计算机维护与移动终端、应用办公云、制作实用图册、编制数据报表、保护信息安全等 8 个专题选择性地按项目综合实训方式实施教学。</p> <p>要求：由理论知识学习、基础技能训练、综合应用实践三个方面组成，从实践中掌握相关知识。</p>
7	体育与健康	<p>坚持健康第一的指导思想，通过学习体育与健康的基本知识、运动技战术与技能、科学锻炼身体的方法，提高学生的体能和体育实践能力，培养运动爱好和专长，养成终身体育锻炼的习惯，使学生具有健康的人格、强健的体魄，为学生身心健康和职业生涯发展奠定坚</p>	<p>内容由基础模块和拓展模块两个部分构成</p> <p>(1) 基础模块是各专业学生必修的基础内容。基础模块包括体能和健康教育 2 个子模块，体能模块又包括健康体能、运动体能和职业体能，其中运动体能可结合拓展模块中的运动技能系列实施。</p> <p>(2) 拓展模块是满足学生继续学习与个性发展等方面需要的选修内容，分为拓展模块一和拓展模块二。拓展模</p>

		实的基础。	<p>块一为限定性选修，包括球类运动、田径类运动、体操类运动、水上类运动、冰雪类运动、武术与民族传统体育类运动和新兴体育类运动 7 个运动技能系列。</p> <p>要求：1、掌握必要的体育与健康基础理论知识、2 国家学生体质健康测试必需达到合格以上 3、掌握二项体育运动技能，并能应用于日常体育锻炼。</p>
8	艺术	<p>培养学生了解或掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与自信，丰富学生人文素养，提高学生审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识。</p>	<p>由基础模块和拓展模块二部分构成，基础模块培养学生创新能力和合作精神、喜闻乐见的音乐和美术作为主要内容。课内音乐 18 学时，美术 18 学时；拓展模块是适应不同专业、不同个性特点学生需要，内容既可以是基础模块的专项拓展，也可以是与基础模块不同的艺术门类；既可以是与专业相结合的艺术拓展，也可以是具有地方特色的民间艺术。</p> <p>要求：（1）遵循艺术规律，注重感知体验；（2）加强课程建设，注重衔接融合；（3）运用信息技术，创新教学方法；（4）充分利用资源，拓展教学领域。</p>
9	妈祖文化	<p>通过教学，使学生了解妈祖人物的生平事迹传说、妈祖信仰的发展、妈祖文化的内涵，理解妈祖文化的价值和妈祖信仰的功用，传承和弘扬妈祖精神，增强学生战胜困难的信心，养成热爱劳动、热爱人民、见义勇为、扶危济困、无私奉献等高尚情操。</p>	<p>主要学习妈祖文化、文献文物、莆仙民俗。</p> <p>要求：了解妈祖文化的内容、各地方的习俗以及莆阳古建筑的历史文明。</p>

## (2) 专业核心课

具体内容见表 5:

表 5 专业核心课

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	参考学时
1	营销素养训练	<p>培养学生认识自我的能力，以及对学习、工作积极的态度，能够正确应对压力，调节挫折后心理；培养学生建立创造性思维及创新意识；具备良好的情绪控制能力，以及有效沟通和团队写作能力。</p>	<p>了解商务礼仪的基本知识，掌握交谈的礼仪、电话礼仪、馈赠礼仪、拜会接待礼仪等内容；掌握营销表达语言的特点、表达的技巧与规律；了解思维创新的特点和途径，突破思维定式；了解自己，了解团队合作的重要性，学会与合作者建立信任；掌握一定的学习迁移、环境适应、压力管理等能力。</p>	144

2	市场营销基础	要求学生掌握市场营销各模块理论知识，能够熟悉营销的理念，获得改进营销的思路和具体方法，并拓展学生视野，激发学生的创造性思维，提高学生在市场营销方面的能力。	了解市场营销的核心概念和营销理念；掌握市场分析的基本原理和方法；了解市场细分、市场选择、市场定位的基本原理；了解市场营销组合的基本原理，掌握实施营销组合策略的基本方法。	144
3	商品学	通过任务驱动型的项目活动，使学生熟悉商品的相关理论知识，掌握商品质量鉴别、养护及管理的相关技能，同时培养学生的质量意识、诚信意识、安全意识及分析解决问题的能力。	了解商品采购的相关知识，能够按照采购计划进行商品采购；了解供应商的类型，能够准确的收集供应商的相关信息；了解商品的性质、质量、标准、鉴定、分类方法；掌握商品的出入库、包装、储运、盘点、保管、条形码的基本知识；掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能。	72
4	消费心理学	培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律，提高学生在营销和销售实践中的观察能力、判断能力，同时加深学生对自我的了解，引导学生形成和培养一个良好的心态，强化学生的团队合作能力。	了解消费者购买商品的心理过程；掌握消费者心理现象对购买行为的影响；了解不同消费习惯、参照群体、社会文化对消费行为的影响；了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中的决策心理差异；掌握品牌、价格、外观、销售策略等属性对消费决策的作用。	72
5	基础会计	通过本课程的学习，了解会计工作的环境和职业道德，认识会计工作的一般流程，理解会计要素、会计等式和复式记账的基本原理，培养爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律的会计职业态度和职业行为，提高学生财务分析、企业管理和协作沟通素质，为将来从事财务或审计工作	了解会计的基本职能和特点；掌握企业财务信息的分析方法；了解会计核算的基本方法，掌握企业决算、预算的相关知识；能进行基本的会计记账、报销工作	72



		打下坚实的基础。		
6	商务谈判与沟通	通过学习与实训，使学生掌握谈判能力、推销能力、协调能力、创新能力以及独立解决问题的能力。	了解商务谈判人员的素质；掌握商务沟通的技巧和方法；了解商务谈判的基本原则、模式，掌握商务谈判的程序及各阶段策略；掌握寻找、接近客户、客户异议处理、促成交易的方法；了解合同的签订，合同效力认定，合同的担保和保全，合同的变更、转让和终止，合同的履行，违约责任承担等。	72
7	网络营销	通过本课程的学习培养学生对网络营销重要性的认识，掌握网络营销的基本策略，具有初步的辩证思维的能力、有自我信息保护能力、团队协作能力、实事求是的态度和创新意识。	通过课程学习，要求学生掌握网络商务信息采集的基本知识和操作，主要包括：熟悉网络信息收集和整理方法，能够使用网络检索工具，收集客户信息并对信息初步分类整理；掌握网络商务信息发布的相关知识和技能；了解网络信息和广告发布方法，能够利用电子邮件和网络发布商务信息。	72
8	门店运营实务	是通过门店运营与管理所涉及的各个项目对学生进行系统性的强化训练，让学生在学完具体项目后能够掌握门店运营与管理所需要的知识，具备相关的技巧和能力，着重培养学生日后成为店长所需要的综合能力。	通过门店运营与管理所涉及的各个项目对学生进行系统性的强化训练，让学生在学完具体项目后能够掌握门店运营与管理所需要的知识，具备相关的技巧和能力，着重培养学生日后成为店长所需要的综合能力。	72

### (3) 专业技能方向课

具体内容见表 6、表 7、表 8：

表 6 市场推广方向课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	参考学时
1	品牌推广	通过品牌策划与管理的学习,使学生能对企业品牌进行设计、开展品牌维护与拓展,熟悉品牌设计、品牌传播等知识,提高学生分析问题和解决问题的能力。	了解企业文化及品牌内涵对企业发展和成长的作用;了解企业品牌推广的整体要求,掌握 CI、VI 执行方法及流程;掌握产品推广基本方法,能够运用 POP、堆头特别展示等方式,进行产品推广活动;学会简单分析、评价品牌推广活动的效果,能够提出相关改进建议;了解本行业主要竞争品牌的推广手段,能够提出有针对性的合理建议。	72
2	营销策划	通过学习,使学生理解和运用新的营销视角、新的营销理念、新的营销思维,了解和掌握市场营销策划的基本理念,对整体市场营销活动或某专项市场营销活动进行分析、构思、设计和制订市场营销策划方案,培养学生工作中的团队协作精神、有效沟通意识。	通过本课程教学,使学生掌握营销策划思维,营销策划的原理和原则,营销策划的目的与目标,市场营销策划书的撰写,市场营销调研策划,营销战略策划,营销组合策划等。	72
3	广告实务	培养学生掌握现代广告设计的内容要素,正确认识广告与广告活动的性质与功能,对广告活动的全过程及各环节之间关系有全面的认识,掌握广告活动的内在规律。	在本门课程的教学过程中,从介绍广告的概念和渊源着手,着重介绍了广告的概念、广告策划、广告组织、等广告知识。通过本课程的学习,使学生对广告有一个全面、细致的了解。	72

表 7 商品销售方向课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	参考学时
----	------	------	-----------	------

1	商品销售技巧	使学生了解商品销售的主要环节和能力，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守；培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售工作的综合素质和能力。	了解商品销售相关法律法规；掌握营业前准备的各项操作；掌握零售卖场的环境氛围设计，能够按照商品分类进行相应的商品部别、陈列、展示；掌握判断顾客购买意图的方法；掌握商品推介的相关方法，应用准确的语言向顾客介绍商品；掌握出具购物票据的方法，协助顾客完成交易。	72
2	商品展示	使得学生学会商品展示的全方位知识，认识现代商品展示的规律和特点，掌握现代商品展示所包含范畴。培养学生工作中的团队协作精神、有效沟通意识，提高学生分析问题和解决问题的能力。	了解店面布局的基本原则、方法，能够识读卖场布局图，进行相应的商品陈列与展示；掌握根据价格、规格、色彩、功能等不同商品属性特点进行相应陈列与展示的方法；了解调整陈列与展示以期达到最佳销售效果的方法；掌握商品补货、价签维护等展示细节的操作方法；能够根据店铺的特定环境、位置，布置海报宣传，陈列道具展示。	36

表 8 客户服务方向课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	参考学时
1	客户关系维护	以就业为导向，提升学生客户管理职业素养，使得学生掌握企业客户管理岗位所需掌握的知识和技能，树立客户管理的观念和态度，提高学生的客户管理方面的综合素质和综合技能，符合相关的职业标准，也为终身学习和持续发展打下扎实的基础。	了解接待客户的准备工作，掌握客户服务语言技巧；了解客户选择与开发的渠道、方法；掌握 ABC 分类法，对现有顾客进行分类管理；理解客户期望值，掌握满足客户期望的方法，提升客户满意度；了解客户流失的原因及解决方法。	72
2	客户数据管理	通过本课程的学习，使学生掌握客户数据管理的整个工作流程，培养学生自主学习能力、自我管理能力和沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业	了解收集、调查目标客户信息的渠道；了解客户分类、客户识别的方法，会建立客户信息档案；了解客户管理软件，掌握进行客户信息数据录入、数据查询、定期更新等基本操作；掌握客户数据基本的统计分析方法，	72

		道德和敬业精神。	并根据需要制作、提供相关数据报表。	
--	--	----------	-------------------	--

#### (4) 综合实训课程

采取集中实训或社会实践的教学组织形式，组织学生进行导购、推销、经营管理、创业训练等模块的实际营销工作，培养学生沟通、数据统计、销售等方面的能力与素养，具体安排见表 9：

表 9 综合实训课程介绍

序号	综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
1	导购岗位实训	72 学时	掌握导购的方法、手段、技巧，能够从事门店的基础导购工作；训练收款机的操作使用，达到独立上岗操作的水平，能处理常见的故障。	校内
2	推销岗位实训	72 学时	掌握推销的基本技能，根据不同的商品，采取不同的演示方法，以达到推销的目的；根据不同的顾客类别，采取不同的推销技巧；选取客户群，进行实物推销。	校内或校外
3	经营管理岗位实训	72 学时	了解人员激励及绩效管理的相关知识，了解企业组织结构、管理的相关规章制度，树立服务意识及团队合作；对小组成员的工作进行分工、管理，以达到工作目标。	校内或校外
4	个人创业实训	72 学时	掌握个人创业的相关知识，进行问卷调查、商圈调研等工作；进行基本的开店选址、调研、宣传策划、营销整体策划等工作。	校外

#### (5) 专业选修课

表 10 专业选修课

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	参考学时
1	商务文案	提高学生商务文案写作的专业素质，具备营销活动整体策划的综合能力、创新能力和实践能力。了解商务文案写作的基本概念、理论；了解各类商务文案的用途；掌握各种主要类习惯商务文案的基本写法。培养学生	了解商务文案协作的基础知识，掌握商务文案文的写作要求，能够把握各种广告媒体的文案特点，掌握商务公关文案的写作方法，掌握企业形象识别系统文案的写作，掌握商务契约文案的写作要求，掌握常用的电子商务文案的写作特点。注重	36

		良好的职业道德和高度的敬业精神，具有良好的文化素养。	学做结合，边讲边学，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提高。	
2	网店运营基础	通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程；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。	了解淘宝个性店铺定位方法；掌握商品拍摄、后期处理的方法和技巧；了解淘宝搜索引擎的工作原理和影响因素；了解店铺运营主要数据指标；能够熟练使用淘宝后数据软件，如量子统计、生意经等；掌握客户营销的方法和技巧。	36
3	营销沙盘	通过课程使学生掌握企业模拟经营的关键要素；培养学生认识自我的能力，以及对学习、工作积极的态度，能够正确应对压力，调节挫折后心理；培养学生建立创造性思维及创新意识；具备良好的情绪控制能力。	了解市场营销沙盘模拟企业经营过程；掌握市场营销沙盘模拟企业经营规则及流程；制订经营策略，领会企业的经营管理技巧；模拟生产企业经营与管理，掌握企业经营的本质的。	36

## (6) 综合实习

各专业在第六学期选择专业岗位进行 18 周的综合实习，共 600 学时。学生进行顶岗实习时学校要与顶岗实习单位签订相关协议、购买安全保险，并实施有效的监督、检查。实习单位为学生提供的岗位与学生所学专业应一致，使学生在实践中学习和掌握有关技术、工作岗位所必需的岗位能力和综合技能，详见表 11，以及适应现场的工作环境、工作对象和与合作伙伴共同协作的训练。通过这些实践教学环节的实施，达到毕业生“零距离”培养目的。

表 11 实习岗位任务及能力要求概要

岗位	岗位工作任务	岗位职业能力要求
销售岗位	1、根据不同商品的不同系列进行区域陈设和展示，并根据促销主题，及时调整商品展示；	职业素养要求： 善于表达，沟通能力、人际交往能力强 具有良好的沟通能力；抗挫折能力强，不怕被拒绝，优秀的销售人员遭受挫折后，能够很快地调整过来，继续努力；自信谦虚，不卑不亢，坚信自己的产品和
	2、能够根据客户需要进行商品推销，完成售前、售中和售后服务工作；	

岗位	岗位工作任务	岗位职业能力要求
	3、能够针对不同的产品进行促销策划，并运用多种方式实施促销活动。	服务具有独特的优点，能给客户带来收益和价值；熟悉行业，通晓动态；善于学习，善于总结；明察秋毫，随机应变，销售员需要敏锐的洞察力。不仅需要听话听音，还要通过观察客户的肢体语言，洞察客户细微的心理变化，体会客户套话后面的本质需要，分辨真实企图。
市场 岗位	1、能够根据公司的市场推广方案参与和实施、协助市场推广活动；	职业素养要求： 具有开阔的视野和充足的市场营销知识储备； 能够随机应变，对市场有着较为清晰的想法和把握； 对公司整体的市场营销工作又整体的把握；有足够 的抗压能力、受挫折能力；有一定的分析问题和解 决问题的能力。
	2、负责公司策划的企划活动，完成公司布置的日常工作和软文撰写，负责公司企业文化的宣传方案及宣传资料；	
	3、通过多种渠道搜集潜在客户信息，并针对企业品牌及产品进行宣传；	
	4、在市场营销环境分析、市场调研与预测的基础上，负责与社区、商超的联系公关工作；	
	5、了解商圈分析、顾客分析和竞争对手分析，会进行目标顾客定位；	
	6、负责市场推广资源的管理与开发。	
客服 岗位	1、能够进行客户信息的搜集、整理、维护和建立客户档案	职业素养要求： 回复客户要及时，语气用词要耐心，不骄不躁， 耐心等待。对公司产品十分熟悉，面对顾客的提问， 能准确快速地回答解决客户地疑问；服务接待时效 性，反馈要有及时性；处理售后事件要有公正性、 原则性；明确客户投诉的真正原因及想要得到的解 决方案，注意语言沟通的技巧，平衡公司与客户的 利益，寻求共赢。
	2、能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和进行投诉处理；	
	3、周到、及时、热情地进行商品售后回访，掌握顾客对商品销售全过程地满意度和意见；	
	4、在客户投诉的第一时间接待、做到对商品退换的圆满处置并提供周到的追踪服务，直至矛盾得到化解；	
	5、做好售后服务相应信息的收集、整理、分析、反馈，提出改进商品销售的建议；	

岗位	岗位工作任务	岗位职业能力要求
	6、掌握相应法律、规定，做到依法依规地提供产品的售后服务。	

## 七、教学进程总体安排

### (一) 基本要求

1. 本方案第一学期教学时间 18 周；第二学期教学时间 18 周；第三学期教学时间 18；第四学期学时间 18 周；第五学期教学时间 18 周、第六学期到企业顶岗实习 18 周。每周平均按 30 学时计算。

2. 本方案中，公共基础课应按新颁发的课程标准执行；专业技能课以“够用”为原则，教学内容可根据专业需要进行适当调整。选修课利用第二课堂进行学习。

3. 本方案中，总学时合计 3636 学时，其中公共基础课 1224 学时，占 33.7%；专业技能课 1620 学时，约占 43.52%；其他 828 学时，约占 22.78%。

4. 本方案按照三学年，共 6 学期，每学期约为 18 周，每周约 30 课时进行安排。公共基础课在 1、2、3、4、5 学期开设，周课时分别为 18、18、12、11、2 课时。专业技能课在 1、2、3、4、5 学期开设，周课时分别为 12、12、18、20、28 课时。

### (二) 教育教学活动时间分配表

具体内容见表 12：

表 12 市场营销专业教育教学活动时间分配表（按周分配）

学年	学期	入学教育、军训	课程教学	综合实习	机动	成绩考核	毕业教育	总计
一	1	1	18			1		20
	2		18		1	1		20
二	3		18		1	1		20

	4		18		1	1		20
三	5		18		1	1		20
	6			18			2	20
总计		1	90	18	5	5	2	120

### (三) 教学学时比例

具体内容见表 13:

表 13 教学学时比例

项目	学时数	百分比(%)
公共基础课程（不含选修课）	954	34.87%
专业核心课程	720	26.32%
专业技能方向课程（不含选修课）	396	14.47%
综合实训课程	288	10.53%
选修课程	342	12.50%
创新创业	36	1.32%
总计	<b>2736</b>	100%

说明：本表不含军训、入学教育、顶岗实习、毕业教育等内容。



## (四) 教学安排建议

福建省莆田职业技术学校																					
2020级市场营销专业课程及学分安排表																					
课程类别	课程名称	课程编码	考核方式	实训	性质	第一学年				第二学年				第三学年				合计		比例	注
						18周		18周		18周		18周		18周		18周		课时	学分		
						课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分	课时	学分				
公共基础课	中国特色社会主义	12100001	考试		必修	2	2											36	2	32.86%	
	心理健康与职业生涯	12100002	考试		必修			2	2									36	2		
	哲学与人生	12100003	考试		必修					2	2							36	2		
	职业道德与法律	12100004	考试		必修							2	2					36	2		
	时事政策教育	12100005	考试		选修																
	法律与职业道德	12100006	考试		选修									2	2			36	2		
	国家安全教育	12100007	考试		选修																
	妈祖文化	12100008	考试		限定选修							1	1					18	1		
	文化课	语文	12100009	考试		必修	3	3	3	3	2	2	2	2					180		10
		英语	12100010	考试		必修	2	2	2	2	2	2	2	2					144		8
		数学	12100011	考试		必修	2	2	2	2	2	2	2	2					144		8
	体育与健康	体育与健康	12100012	考试		必修	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			180		10
	基础课	信息技术	12100013	考试	70	必修	4	4	4	4									144		8
	艺术课	书法	12100014	考试		选修	1	1	1	1									36		2
		音乐	12100015	考试		选修	1	1	1	1									36		2
		礼仪	12100016	考试		选修					2	2							36		2
	历史课	历史	12100017	考试		必修			1	1									18		1

专业 技能 课	专业核心 课	营 销 素 养训练	12100018	考试	必修	2	2	2	2	2	2	2					144	8	47.70%		
		市 场 营 销基础	12100019	考试	必修	4	4	4	4									144		8	
		商 品 管 理	12100020	考试	必修	4	4													72	4
		消 费 心 理学	12100021	考试	必修					4	4									72	4
		会 计 基 础	12100022	考试	必修					4	4									72	4
		商 务 沟 通与谈 判	12100023	考试	必修					4	4									72	4
		网 络 营 销	12100024	考试	必修					4	4									72	4
		门 店 运 营实务	12100025	考试	必修							4	4							72	4
	专业 技能 课	市场 推广 方向	品 牌 推 广	12100026	考试	必修						4	4					72		4	
			营 销 策 划	12100027	考试	必修								4	4					72	4
			广 告 实 务	12100028	考试	选修								4	4					72	4
		商品 销售 方向	商 品 销 售技巧	12100029	考试	必修								4	4					72	4
			商 品 展 示	12100030	考试	必修							2	2						36	2
			客 户 关 系维护	12100031	考试	必修								4	4					72	4
		客户 服务 方向	客 户 数 据管理	12100032	考试	必修							4	4						72	4
			综合实训	导 购 岗 位实训	12100033	实操	72	必修			4	4									72
	经 营 管 理 岗 位 实训	12100034		实操	72	必修						4	4					72		4	
	推 销 岗 位实训	12100035		实操	72	必修							4	4				72		4	
	个 人 创 业实训	12100036		实操	72	必修							4	4				72		4	

	专业选修课	商务文案	12100037	实操		选修	2	2										36	2			
		网店运营基础	12100038	实操		选修		2	2									36	2			
		营销沙盘	12100039	实操		选修							2	2				36	2			
	创新创业	创新创业课程	12100040	实操		必修							2	2				36	2			
小计（不含证书）					358		29	29	30	30	30	30	31	31	32	32		2736	152			
	其他	会考	12100041	考试		信息技术	2	文化课							2	市场营销	2		6			
		证书	12100042	考试											收银员		2		2			
		入学训练	12100043	考查														30	1	19.43%		
		军训	12100044	考查														30	1			
		综合实习	12100045	考查											30	30	600	30				
		毕业鉴定	12100046	考查														1	1			
		毕业设计	12100047	考查														2	2			
合计							29	31	30	30	30	30	31	31	32	34	30	37	3396	195	100.00%	

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

根据教育部颁布的根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》有关规定，本专业教师应具备良好的师德和终身学习能力，具有专业或相应专业本科及以上学历、中等职业学校教师资格证书和本专业相关工种中级（含）以上职业资格。

我校市场营销专业通过落实教师在职进修和企业实践制度，通过开展专业建设、课程建设和校企合作项目等途径，实现“双师型”专业教学团队建设与人才培养模式相结合，教师的专业理论水平提高与实践技能提高相结合，校内培养和校外培养相结合，提升教师教学专业能力。“双师型”教师比例达到44%以上。本专业共有专任教师9人，兼职教师1人，其中副教授1人，高级教师2人，讲师2人、助理讲师3人，学历均为大学本科及以上，“双师型”教师4人，详见表15及表16。

表 15 市场营销专业教师情况

序号	姓名	性别	出生年月	学历、学位	职称（职务）	证书类型
1	陈海云	女	197209	在职本科	高级讲师	助理会计师、收银员二级、会计信息化
2	王秀婧	女	198911	研究生、硕士学位	助理讲师	收银员二级、会计信息化
3	辛婉熙	女	199109	本科、学士学位	助理讲师	会计信息化
4	陈金莲	女	197108	在职硕士	讲师	导游证
5	蔡爱萍	女	197103	在职硕士	高级讲师	电子商务师
6	黄铮莹	女	199411	研究生、硕士学位	员级	
7	龚芝璐	女	199006	研究生、硕士学位	员级	
8	张碧虾	女	198504	本科、学士学位	助理讲师	
9	吴镭雄	男	199206	本科、学士学位		
10	熊立坤	女	196807	研究生、硕士学位	讲师	

表 16 市场营销专业兼职教师情况

序号	姓名	性别	出生年月	学历、学位	职称（职务）
1	薛正贵	男	197212	本科	副教授

本专业实施以专业带头人为核心的市场营销专业教学团队建设模式，将教学教改、教研科研、培训考核等纳入团队建设。通过国内外进修学习、培训等方式培养专业带头人、骨干教师。重点培养“双师型”教师，通过对口职业资格证书或职称证书培训，考取职称证书。

通过校企合作方式，将企业、行业专家、能工巧匠列入兼职教师库，在原有基础上增聘行业专家担任兼职教师。通过组织职业教育理念的讲座和教研活动，听课评课提高教学技能。与兼职教师联合教学、共编教材、参与实验室与实习基地建设。

## （二）教学设施

### 1. 校内教学设施条件

目前学校设有财经商贸市场营销专业实训基地建筑面积 180 m<sup>2</sup>，共有 3 间

实训室，提供 140 个工位，配置计算机等主要设备，可开设实训项目 73 个，实训开出率约 100%。

校内实训条件一览表，详见表 17：

表 17，市场营销专业校内实训条件一览表。

序号	实训室名称	主要功能	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	工位数
1	市场营销实训室 1	日常教学	60	60
2	市场营销实训室 2	强化教学	60	60
3	市场营销创业工作室	实操创业指导	60	20

为保障本方案的顺利实施，还需要继续完善实训实习环境，实习实训环境需要具备实训、教研及展示等多项功能及理实一体化教学功能。

## 2. 校外教学设施条件

学校先后与莆田市凤凰百货有限公司、沃尔玛百货有限公司、福建省莆田市德正康济医药有限公司等企业合作，建立了相对稳定的校外实训基地，能满足学生实习（训）需求，详见表 18。

表 18 校外实训基地。

序号	企业名称	企业性质	企业规模	合作项目
1	凤凰百货有限公司	有限责任公司	200 人以上	校企合作（认知学习）
2	沃尔玛百货有限公司	有限责任公司	200 人以上	校企合作（跟岗学习）
3	莆田市德正康济医药有限公司	有限责任公司	50 人以下	校企合作（顶岗学习）

## （三）教学资源

本专业所用教材均为国家规范教材，学校每年均配套一定金额的专项资金用于购买本专业相关的图书与建设资源库。

## 1. 教材资源

在选用教材的过程中应该选用规划教材、获奖教材。由于市场营销的理念更新速度快，对于本学科出现的新方法、新思路应及时补充。教师要善于结合实际教学需要，灵活地和有创造性地使用教材，对教材的内容、编排顺序、教学方法等方面进行适当的取舍或调整。教材使用一段时间以后，应该及时对使用情况进行总结分析，思考一下教材的使用是否达到了预先制订的教学目标；是否有利于提高教学效果；应该在哪些方面做进一步的调整；是否继续使用该教材等。如有问题，及时向上反映，修订或重编教材。

本专业所有教材按照学校教材采购办法由任课教师从《全国大中专教学用书汇编》目录中选出后经教研组长同意后报学校图书人员进行采购，部分教师用参考书可报图书人员单独采购，图书馆配备本专业相关图书不少于 268 册，每年新购本专业相关图书不少于 30 册，各专业技能课配备相应案例的数字化教学资源。

## 2. 数字资源

为满足现代化教学需求，让课堂变得简单、高效、智能，有助于开发学生自主思考与学习能力。学校所有教室需配备有智慧黑板，电脑终端、智能触控大屏、实物展台、智能终端等软硬件设备，集互联网和智能终端等新技术于一体，用于满足智能化教学。

配备网络教学服务平台和教学资源库平台，搭载市场营销专业教学资源库和共享性专业教学资源库。目前已自主建成《网络营销》的教学资源库，其他专业课资源库正在建设与完善中。

## （四）教学方法

教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法，对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。教学项目尽可能来自企业，使教学内容充分体现工学结合，同时，引导学生参与企业营销实践，以加深对市场营销理论的理解及实际工作中的灵活

运用的感悟。

把课堂教学与学生自主学习结合起来：教师要为学生提供自主学习的机会以及充分表现和自我发展的空间，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式，发展市场营销管理综合应用能力，创造条件让学生能够探究他们自己感兴趣的问题并自主解决问题。

采用理论与实践一体化的教学模式。一方面借助于多媒体教学手段通过视频、图片展示，增加直观的教学效果，激发学生学习兴趣。另一方面借助于实物开展现场演练，使学生在实际操作中熟悉掌握相关的专业知识。鼓励学生利用各种机会多观察鉴别各种商品的外观特征和内在质量。教学过程中要从学生的实际能力和企业的实际需求出发，遵照学生的学习特点，以学生为主体，充分调动其学习的主动性和积极性，突出综合职业能力的培养。

相应地，教学方法应根据学生情况应用多种教学手段：可采取理论讲授法、案例分析法、模拟情景教学法、实践教学法、启发式教学法、头脑风暴法等多种教学方法。

### 1. 理论讲授法

理论讲授适用于《市场营销基础》、《广告实务》等课程理论架构的讲述，具有逻辑性，能把知识贯穿起来，使学生的思路脉络更加清晰流畅，利于学生理解理论和流程。但是单纯的理论讲授相对枯燥乏味，可在教学过程中结合营销理论的发展史，采用生动的案例进行阐述，以起到良好的教学效果。

### 2. 案例分析法

案例分析法能提供给学生一个具体的商业场景，为学生创造接触和解决问题的机会，使学生能够了解现实企业中需要解决的问题机器解决方案。例如在《网络营销》、《品牌推广》等课程的教学过程中，尽可能选取易于被学生接受的、有代表性的、高质量的本土案例，也可从报纸、杂志和网络等多种媒介上获得，也可通过实地采访等方式获得。

### 3. 模拟情景教学法

通过设计营销实际情景，模拟营销现实情况，例如在《营销策划》的教授过程中让学生模拟各种不同身份，运用情景模拟教学方法进行教学，既拉近了

与营销策划实际的距离，让学生有身临其境之感。学生根据情节在仿真场景中充当相应角色，身临其境地按设定岗位地职责、任务、工作程序、人际协调等提出观点、方案或进行实际操作。从而激发学生的思维，锻炼学生的临场应变能力、口头表达能力和分析问题解决问题的实际能力。

#### 4. 实践教学法

实践教学法是以在教学过程中构建具有教育性、创造性、实践性的学生主体实践为主要形式，以激励学生主动参与、主动实践、主动思考、主动探索、主动创造为基本特征，以促进学生整体素质全面发展为目的的一种新型的教学方法。在《商务沟通与谈判》、《客户关系维护》的教学过程中，教师要帮助学生在掌握基本理论和知识的同时，学会发现问题、分析问题、解决问题的基本方法和技能。鼓励学生利用节假日到附近超市去打工或者做一些推销工作，在寒、暑假到一些公司进行问卷调查。这样不仅可以获得一些感性知识，还可以将理论与实践相结合。

#### 5. 启发式教学法

启发式教学法是老师根据教学目标，从学生的年龄、心理特征、知识基础和认知结构等实际情况出发，在充分发挥教师主导作用的前提下，确认学生在学习过程中的主导地位，采用各种生动活泼的方法，激发学生的求知欲和学习兴趣，引导学生积极思索、自觉思考、主动获得知识、发展智能的教学方法。例如《消费心理学》的内容与生活联系非常密切，在讲授某些知识点时，教师可以先从学生熟悉的生活现象中提出几个简单的问题，以此激发学生的好奇心和求知欲，激活他们的思维，使学生从感性认识逐步上升到理性认识，树立市场营销观念。

#### 6. 头脑风暴法

头脑风暴法又称激励法、自由思考法，是教师引导学生就某一课题自由发表意见，并对其意见地正确性或准确性不进行任何评价的方法。在《品牌推广》、《商品销售技巧》等课堂上，教师尽可能欢迎、鼓励更多的学生发表自己的想法，而且不要马上针对学生的回答做出相应的评价，同时，教师也可参加到讨论的队伍中，引导鼓励学生想出更多更新的观点、看法。



## （五）学习评价

采用多元化过程性评价模式，充分体现对学生学习过程的全面考核和学生能力的考核。教学效果评价采取形成性评价与终结性评价相结合、课堂参与和课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合、教师评定与企业评定相结合，重点评价学生态度和职业能力。学生的成绩评定以突出阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价为指导。

形成性评价包括常规（学习态度、出勤、课堂提问、职业行为养成等）、课堂作业（各能力训练分项目或任务完成的情况、成果，以及书面作业）、平时测试、课外作业等。

终结性评价包括课程综合训练项目完成情况及成果展示、课程综合设计或报告、期末卷面笔试等。

考试主要采用闭卷方式，考试范围应涵盖所有讲授及自学的内容，考试内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关知识的理解、掌握及综合运用能力。

在评价学生时，要落实课程标准的目标和理念，不仅要重视终结性的评价，还要重视阶段性评价、学习过程和学生能力的评价。倡导评价的多主体化和评价方式的多样化。可以进行学生自我评价和学生间的互评，可以邀请一线工作人员、专家和教师共同参与评价，适当采用现场操作演示评价方式进行考评。教师要转变在学习评价中的裁判员角色，要成为学生学习的促进者、合作者、学习评价的指导者、学习潜能的开发者。

### 1. 理论课程体系的学生成绩评价

校内教师考核与学生自评、学生互评组成，以过程与结果相结合，侧重过程考核。

### 2. 实训课程体系的学生成绩评价

由校内教师评价、企业指导教师评价组成，根据实训岗位、实习时间长短制定实训评价标准，以过程与结果相结合，侧重结果——操作业绩考核。

3. 参加各类社会活动、竞赛、校外实习、校内外考证等，取得良好的效果及成绩的，以不同标准，作为奖励学分计入学生的学业成绩中。

## （六）质量管理

1.完善师德考评制度，将师德表现作为教师考核、聘任和评价的首要内容。通过大力宣传职业教育、通过先进个人、先进集体和优秀教学团队的制度化表彰，引导职业生涯发展等综合措施，形成教师自我约束、自我激励、自我发展的机制，使教师坚定职业方向，爱岗敬业，增强从事职业教育的荣誉感、使命感。

2.制定和完善专业教师下企业实践锻炼管理办法，建立规范的“双师型”教师认定考核机制，重点培养“双师型”教师，通过对口职业资格证书或职称证书培训，考取职称证书；每年到企业参与实践，提升教师实践能力，使双师型教师比例提高到80%以上。

教学质量管理的核心。一般程序是：确定教学质量的标准，主要依据教学目标，使之分解、具体化；进行教学质量检查评价，通过与教育质量标准对照比较，发现问题，改进教学；进行教学质量分析，找出解决或改进教学的路线和方法；进行教学质量控制，依据分析结果，实施改进措施。

3.加强学生管理。做好职业规划，增强学生的学习信念。做到及时发现、及时干预、及时反馈。

## 九、毕业要求

1.根据《福建省中等职业学校学生学籍管理实施细则（试行）》第八章“毕业与结业”第三十五条的规定，必须满足以下三个条件：

（1）全日制学历教育学生综合素质总评合格，非全日制学历教育学生思想品德评价评定合格；

（2）修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格，或修满规定学分；

（3）实习考核合格。

### 2. 学业水平考试

参加福建省中等职业学校学生学业水平合格性考试，考试科目包括公共基础知识综合卷I（德育、语文、数学、英语）、公共基础知识（计算机应用基础）、

专业基础知识卷 I、专业技能。合格性考试各个科目均为 D 等级以上(含 D 等级)。合格性考试不合格的,学校组织补考且补考通过。

本专业最低毕业学分为 180 分。本专业实行完全学分制管理,学生获得的学分满足毕业最低总学分和各课程模块最低学分设置要求,达到最低毕业年限,满足上述各项毕业条件,可获得毕业证书。本专业毕业要求既是实现培养目标的保证,又是专业构建素质、知识、能力结构,形成课程体系和开展教学活动的基本依据。所以,本专业的毕业要求各项目可细化为可落实、可评价、有逻辑性和专业特点的指标点,能引导教师有针对性地教学,引导学生有目的地学习。各项目要求指标如下表,表 19 所示:

表 19 毕业要求指标表。

序号	项 目 要 求
1	按学校规定参加入学训练并得到相应的 2 学分
2	按学校要求参加劳动并得到相应的 3 学分
3	在学期间参加不少于 3 次的志愿者服务活动
4	完成福建省中职学生语文、数学、英语、思政、信息技术、市场营销学业水平合格性考试成绩达到 D 级及以上,或在学校组织的补考中达到 60 分及以上。
5	市场营销学业水平合格性考试成绩达到 D 级及以上,或在学校组织的补考中达到 60 分及以上,专业技能课考试达到 60 分及以上。
6	至少取得专业人才培养方案要求的 1 项职业技能等级证书,或参加省级及以上技能竞赛获得三等奖以上的成绩。
7	完成规定的顶岗实习和毕业实习。
8	总学分达 170 分及以上

财经商贸教研室

2021 年 6 月