厦门南洋职业学院学历继续教育人才培养方案

一、专业信息

专业名称：市场营销

专业代码：530605

办学层次：高起专

学习形式：非脱产

修业年限：3 年

二、培养目标与规格

（一）培养目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的技能型人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1、素质要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）具备良好的科学素养、人文素养以及语言表达、文字表达、沟通协作能力，具有较强的团队合作意识；

（3）具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（4）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（5）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

2、知识要求：

（1）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化；

（2）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具备职业生涯规划能力；

（3）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（4）掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识。

3、能力要求

（1）掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

（2）掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

（3）掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

（4）掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌 策划与推广能力；

（5）掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

（6）掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

（7）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识 分析问题和解决问题的能力。

三、课程设置

本专业课程体系包括公共基础课、专业课、职业能力拓展课以及综合实践教学。

（一）公共基础课

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论；习近平新时代中国特色社会主义思想概论；思想道德与法治；形势与政策；

应用文写作；信息技术；大学生心理健康教育；国家安全教育；中国共产党党史。

（二）专业课

管理学基础、经济学基础、会计基础、商务数据分析、商品学基础、商务礼仪与沟通、中华商业文化、客户服务管理、数字营销、市场营销基础、销售与管理、消费者行为分析、服务营销、品牌策划与推广。

（三）职业能力拓展课

营销策划实务、新媒体营销、直播营销、市场营销案例分析、全域营销、跨境交易平台应用。

（四）综合实践教学

包括入学教育、毕业教育、毕业实习、毕业论文（设计）等。

四、学时、学分安排

本专业实行学分制，最低总学分为91学分，每学分18学时，总1638学时。课程学时与学分分配总表如下表所示:

课程类别	毕业学分数	学时数	占总学分（时）比例
公共基础课	23	414	25.3%
专业课	39	702	42.8%
职业能力拓展课	16	288	17.6%
综合实践教学	13	234	14.3%

五、教学形式

本专业坚持“理实一体、工学结合”的培养理念，结合行业需求与学生实际，探索联合培养、送教入企、送教下乡、项目式学习等教学模式创新。采用线上教学和线下教学的形式。线下教学不少于人才培养方案总学时的20%,平时面授时间多集中在周末。

线上教学包括网络课程、直播教学、虚拟实训等；线下教学包括线下开展的面授教学、辅导答疑、实习实训、毕业论文（设计）指导等。

六、课程考核

考核采用过程性考核（平时成绩 60%）与终结性考核（期末考试 40%）相结合。

（一）过程性考核（60%）

线上学习（30 %） 按平台视频观看、知识点打卡计分，允许回看、补学，以完成度为主。

平时成绩（20%） 面授、直播课发言、随堂提问、小组讨论计分。

作业成绩（10%） 布置应用型作业（案例分析、方案撰写、实务简答）；设置宽限期，允许延期补交，单次作业难度适中。

（二）终结性考核（40 %）

公共基础课、专业课采用闭卷考试，职业能力拓展课、综合实践教学采用开卷考试，如实操考核、课程作业、成果展示等，考核实操能力与知识落地能力。

七、毕业条件

在规定的修业年限内，完成各教学环节，达到学校毕业要求：思想政治品德良好；通过课程考核，成绩合格；修满规定学时、学分。即准予毕业并颁发专科毕业证书。

八、教学进程安排

附件：专业教学进程表

九、师资队伍

通过在岗培训、派出进修和在职攻读博士（硕士）学位三者结合的方式，提高博士、硕士学位获得者在教师中的比例，其中45岁以下教师研究生学历或硕士学位以上的比例维持100%，专业基础、专业课教师中具有高级专业技术职务的教师达到70%以上，中级专业技术职务教师达到90%以上。目前本专业群“双师型”教师达到90%，实验实训指导教师均具有中级以上专业技术职务，其中高级职称达到70%以上。

十、教学实施保障

（一）教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

（二）数字化资源

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（三）教学及实验实训条件

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和校外实训基地等。

1.专业教室基本条件

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、 投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良

好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室

(1)数字商贸产教融合实训基地

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等。用于商科经管大综合实训。

（2）思凯文化传媒校企实训基地

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、新道软件等。用于直播运营实训。

（3）星购信息科技电商直播实训基地

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等。用于直播运营实训。

（4）社交电商、网络客服实训室

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等。用于社交电商、网络客服。

（5）企业沙盘模拟经营实训室

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等。用于企业沙盘模拟经营。

（6）智慧零售产教融合实训基地

实训室配置联想电脑、交互智能平板显示设备、软件等。用于企业沙盘模拟经营。

（四）质量保障

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案优化、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。科学合理融合职业技能等级证书内容，通过课证融通，校内外双重教学评价、促进教学质量提升。

完善教学管理与考核机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设和教学质量诊断与改进研讨，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立实践教学环节评价督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。专业教研充分利用评价分析结果，及时改进专业人才培养方案和课程体系，改革教学手段与方法，持续提高人才培养质量。

附件

2027级市场营销（高起专，非脱产）专业教学进程表

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	线上教学		线下教学		各学期学时分配						考核方式		
						理论学时	实验实训学时	理论学时	实验实训学时	一	二	三	四	五	六	过程性考核	终结性考核	
																	闭卷	开卷
公共基础课	1	001	思想道德与法治	**3**	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**	√						√	√	
	2	002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**2**	**36**	**24**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	3	003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	**3**	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	4	004	形势与政策	**1**	**18**	**18**	**0**	**0**	**0**	√	√	√	√	√	√	√	√	
	5	005	大学英语 1	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**	√						√	√	
	6	006	大学英语 2	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	7	007	应用文写作	3	54	**45**	**0**	**9**	**0**	√						√		√
	8	008	中国共产党党史	2	36	**30**	**0**	**6**	**0**	√						√	√	
	9	009	信息技术	2	36	**21**	**0**	**9**	**6**		√					√	√	
	10	010	国家安全教育	1	18	**12**	**0**	**0**	**6**	√						√		√
	11	011	大学生心理健康教育	2	36	**21**	**0**	**9**	**6**	√						√	√	
	必修课小计			23	414	**303**	**0**	**93**	**18**									
专业课	12	S001	商品学基础	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**			√				√	√	
	13	S002	管理学基础	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	14	S003	市场营销基础	4	72	**60**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	15	S004	经济学基础	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**	√						√	√	
	16	S005	会计基础	4	72	**60**	**0**	**12**	**0**	√						√	√	
	17	S006	客户服务管理	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	18	S007	中华商业文化	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**	√						√	√	
	19	S008	数字营销	3	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**			√				√	√	
	20	S009	销售与管理	3	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**				√			√	√	
	21	S010	消费者行为分析	3	**54**	**42**	**0**	**6**	**6**			√				√	√	
	22	S011	商务礼仪与沟通	3	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**			√				√	√	
	23	S012	服务营销	3	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**		√					√	√	
	24	S013	商务数据分析	3	**54**	**42**	**0**	**6**	**6**			√				√	√	
	25	S014	品牌策划与推广	3	**54**	**42**	**0**	**12**	**0**				√			√	√	
	专业课小计			39	702	**534**	**0**	**156**	**12**									
职业能力拓展课课	26	S015	营销策划实务	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**				√			√	√	
	27	S016	直播营销	2	36	**24**	**0**	**6**	**6**				√			√	√	
	28	S017	商务谈判与技巧	2	36	**24**	**0**	**6**	**6**			√				√	√	
	29	S018	新媒体营销	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**				√			√	√	
	30	S019	短视频策划与创作	2	36	**24**	**0**	**6**	**6**			√				√	√	
	31	S020	市场营销案例分析	2	36	**24**	**0**	**6**	**6**					√		√	√	
	32	S021	商务文案策划与撰写	2	36	**24**	**0**	**12**	**0**					√		√	√	

	33	S022	生成式人工智能（AIGC）应用	2	36	**24**	**0**	**6**	**6**				√			√	√	
	小计			16	288	**192**	**0**	**66**	**30**									
综合实践教学	34	0015	入学教育	1	18	**0**	**0**	**18**	**0**	√								√
	35	0016	毕业教育	1	18	**0**	**0**	**18**	**0**					√				√
	36	0018	岗位实习	4	72	**72**	**0**	**0**	**0**						√			√
	37	S033	营销策划实训	3	54	**0**	**0**	**0**	**54**				√					√
	38	0019	毕业论文（设计）	4	72	**56**	**0**	**16**	**0**						√			√
	小计			13	234	**128**	**0**	**52**	**54**									
合　计				91	1638	**1157**		**481**										
百分比（%）						**70.6%**		**29.4%**										

备注：1.课程类别：学校可根据实际情况自行确定课程分类。

2.学分与学时换算，一般以 16—18 学时计为 1 个学分。

3.请在考核方式中选择“√”填写。

4.总学时=线上教学学时+线下教学学时，线上（下）教学学时=理论学时+实验实训学时。

5.线上教学中的“实验实训学时”一般指虚拟仿真课程或环节等。