

福州科技职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销专业；

专业代码：530605

二、入学要求

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

（一）职业面向

按照高职高专教育应以服务区域经济社会发展及产业转型升级需要为己任的要求，依据专业调研分析，我校市场营销专业（代码：530605）属于财经商贸大类（市场营销类），本专业服务面向为：在企事业单位市场营销岗位从事营销、策划、产品设计、服务管理等第一线岗位工作的人员。培养具有良好的职业素养和道德观念，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，能“图文并茂”进行综合营销策划；培养在“互联网+”、“工业4.0”产业发展背景下的具备现代眼光的拥有独立产品开发与设计能力的市场营销人才；以适应海西经济发展对市场营销专业的人才需求。

（二）岗位面向

1、初始岗位：

就业方向：中小企业、社会中介机构和行政、事业单位。初始岗位主要有销售代表（如销售助理、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（如市场调查人员、市场信息管理员）、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）、网站运营人员（如网页美工、网站编辑、网站运营人员、电商客服人员、网络推广专员、微商运营人员等）、产品设计专员；

2、发展岗位群：

未来的职业发展岗位主要营销经理（如企业基层、中层营销管理人员；营销经理等）、销售主管（如销售主管、大客户经理等）、产品经理、区域经理（如渠道总监、营销总监等）以上岗位均要求具有多年从事市场营销工作的实践经验。

五、人才培养目标与规格

（一）人才培养目标

市场营销专业培养德、智、体、美全面发展，爱国守法、爱岗敬业，具有现代营销产品独立开发设计理念，“能说话，会写作，懂画画”做到“图文并茂”；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，掌握本专业的基本知识、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、服务管理等岗位工作的技术技能人才。

（二）人才培养规格

1. 基本素质要求

热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，掌握马列主义、毛泽东思想、邓小平理论等基本原理，树立正确的世界观、人生观和价值观，具有艰苦奋斗、诚信守法、团结合作、乐于奉献的品质，具有良好的思想品德、社会公德和职业道德；达到国家体育锻炼标准，身心健康。具体要求如下：

- （1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识。
- （2）具有健全的人格、健康的体魄和良好的心理素质；
- （3）具备人文科学素养，具有一定的文化艺术修养。
- （4）具有自主意识、独立意识和坚强的意志；
- （5）具有团队精神及人际交往能力；
- （6）具有创新精神；

2. 知识要求

- （1）掌握思想品德与法律的基本知识；
- （2）具备一定的经济学知识、管理学基础知识；
- （3）具备电子计算机应用的基础知识，达到全国计算机等级考试达到一级水平。
- （4）具备基本的英语听、说、读、写能力，达到国家大学英语应用能力B级以上水平；
- （5）掌握市场营销与电子商务工作必须的专业理论知识；
- （6）掌握网络基本知识、网站建设及网页设计的基本知识；
- （7）掌握商务礼仪与谈判和推销技巧的基本知识。
- （8）掌握美学与产品设计基础知识。
- （9）掌握财经应用文写作的基本知识；
- （10）掌握广告基础知识和营销策划基础知识。

3. 能力要求

（1）专业能力要求

- ①“能说话”：具有良好的客户开发、营销服务和管理能力。
- ②“会写作”：具备市场开发与营销策划能力，能够进行营销文案写作。
- ③“懂画画”：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”。

- ④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。
- ⑤具有开展营销信息收集、分析、处理能力。
- ⑥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营销推广能力。
- ⑦取得规定的技术、职业资格证书及相应的计算机、英语证书。

(2) 方法能力要求

- ①有自主学习能力，有良好的学习动机；
- ②能制定工作计划的步骤, 提出解决实际问题的思路；
- ③具有对营销领域新知识、新政策、新技术的学习和理解能力，以及通过不同途径获取信息的能力；
- ④具有全局思维与系统思维、整体思维与创新思维的能力；
- ⑤具有营销职业判断能力，决策能力和知识的迁移能力；

(3) 社会能力要求

- ①具有社会交往与团队协作能力；
- ②具有自我管理与发展能力；
- ③具有创新创业能力；
- ④具有较强的社会责任感；

4. 职业态度要求

- (1) 热爱本职工作，爱岗敬业；
- (2) 具备良好的职业道德修养，树立“诚信为本”的营销职业人格；
- (3) 能确定职业目标，正确规划职业生涯；
- (4) 具备职业谨慎性和风险意识；
- (5) 具备较强的抗压能力；

(三) 职业资格证书

1、职业技能证书

证书项目	发证部门	考证时间
全国计算机等级一、二级证书	教育部考试中心	第二学期 每年4月或9月
全国高等学校英语应用能力（A、B级）证书	高等学校英语应用能力考试委员会	第二学期 每年6月或12月份
大学英语四、六级考试	教育部考试中心	第三学期

2、职业资格证书

证书项目	发证部门	考证时间
图形图像处理 photoshop (6.0/7.0) 中级	国家人力资源与社 会保障部	第三学期或第四学期 每年5月和11月

六、课程设置

(一) 课程结构设计

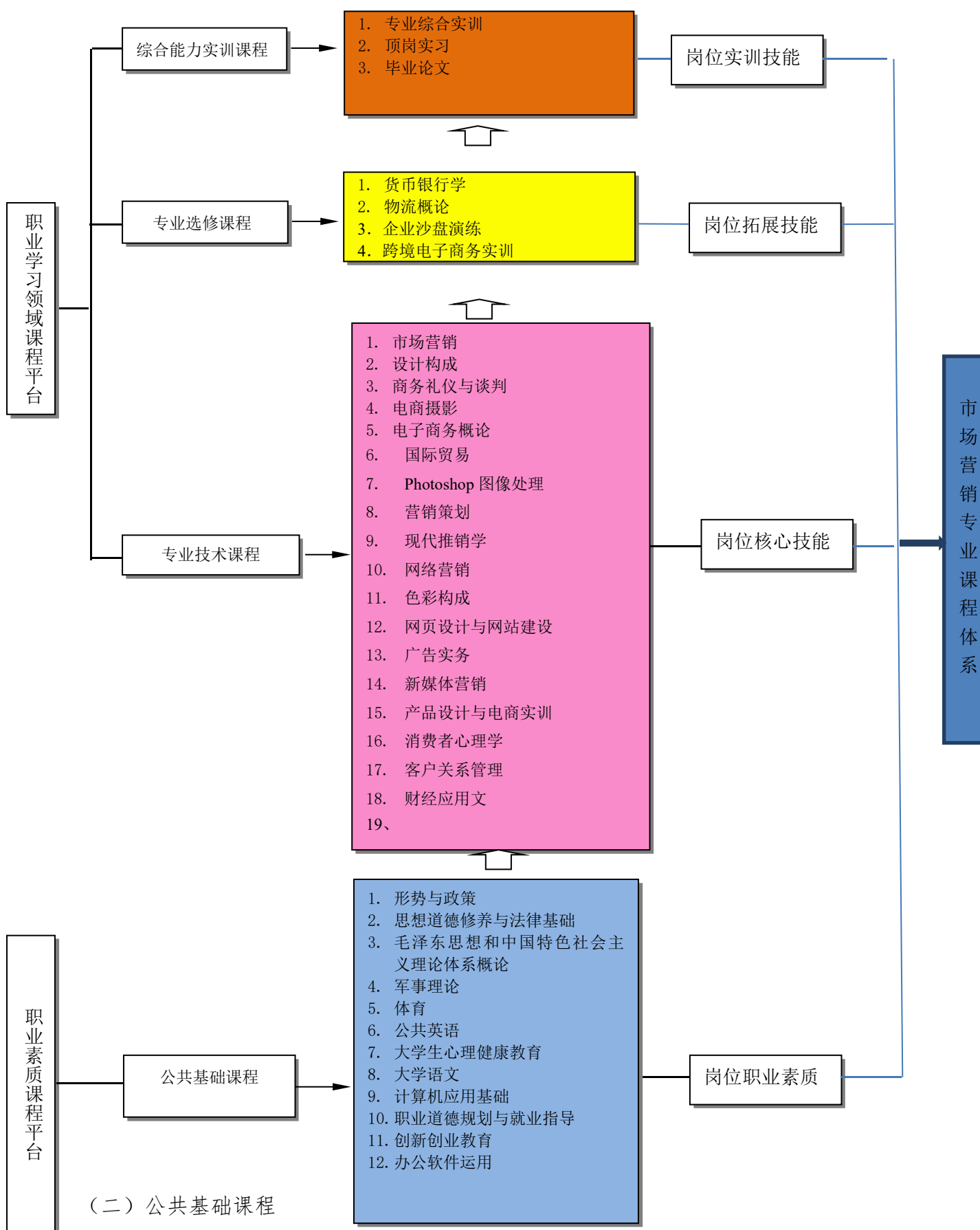


表 1：公共基础课程设置与要求

课程	知识与能力要素结构	能力评价
1. 形势与政策 2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 3. 思想道德修养和法律基础 4. 军事理论 5. 体育 6. 公共英语 7. 职业汉语与技能写作 8. 计算机应用基础 9. 经济应用数学基础（一） 10. 经济应用数学基础（二） 11. 大学生心理健康教育 12. 大学生职业发展与就业指导 13. 职业道德 14. 创新创业教育 （以上课程除“9-10”外属于全校公共基础课程，每一专业必须要开设，其余公共基础课程根据专业情况开设，专业基础课不列入这一部分）	1. 掌握国际、国内形势动向，正确看待和分析国内外重大时事政策，培养学生独立分析与判别是非的能力。 2. 掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论的基本原理和基本观点，树立正确的世界观、人生观和价值观。培养运用马克思主义的立场、观点和方法来认识问题、分析问题和解决问题的能力。 3. 培养高尚的理想情操、良好的道德品质和法律素养；树立正确的人生观和价值观，提升自我的职业能力、实践能力、创新能力和适应社会发展的生存能力；自觉遵守法律法规和社会道德规范，具有良好的职业素养和心理素质。 4. 掌握基本军事理论与军事技能，增强国防观念和国家安全意识，促进学生综合素质的提高。 5. 培养学生良好的协作精神、自我调节情绪的能力以及正确处理竞争与合作关系的能力，具备良好的身体素质和终身体育锻炼的运动知识、技术和技能。 6. 培养学生的英语综合应用能力，提高学生使用英语处理有关专业活动的的能力，并使学生掌握一定的英语基础知识和技能，提高英语综合运用语言的能力和自主学习能力。 7. 学会运用应用写作基础知识，掌握常用文体的写作技巧，具备适应专业工作需要的实用口语表达能力。 8. 培养学生计算机的基本操作能力与实际应用能力，能将计算机操作的能力应用于工作和生活中，并作为学习其它专业课程的有力工具。修完本课程后，要求学生达到福建省计算机一级应用技术考试水平，能熟练地将 Windows、Office 和 Internet 应用于学习和工作。 9. 掌握一元函数极限与导数的概念及相关的理论和运算技能，用导数的知识与思想去解释、分析经济中的边际与弹性问题，解决生产实际中的最优问题；掌握一元积分的概念及相关的理论和运算技能，学会用积分的知识与方法解决经济中的实际问题；并为学习后继课程及后续学习奠定必要的数学基础。 10. 灵活应用线性代数、概率论及数学建模的思想与方法，解决实际问题并提高数学素养。 11. 掌握普通心理学和大学生心理健康教育的基本知识；培养学生了解自我、悦纳自我、调节自我和增强人际沟通的能力。 12. 具备职业生涯规划的能力，掌握求职技能，维护自身合法权益的技巧。 13. 了解职业道德内涵，理解职业道德的基本规范，能调整职业关系，对职业活动的具体行为进行规范，解决现实生活中的具体道德冲突。 14. 掌握开展创业活动所需要的基本知识。具备必要的创业能力。树立科学的创业观。	1. 获得高校英语应用能力考试B级证书或全国英语等级四、六级考试。 2. 计算机应用能力一级B证书； 3. 其余课程合格。 （各专业根据实际情况填写）

(三) 专业基础课程

表 2: 专业基础课程设置及教学要求

经济数学基础	总学时: 54学时	总学分: 54学分	第1学期	理论54学时	54学分	实践0学时	0学分
学习目标: <ol style="list-style-type: none">1、微积分的基本内容; 熟练掌握基本初等函数的性质与图形, 能建立简单的实际问题的函数关系;2、线性代数初步, 熟练掌握矩阵的运算3、线性规划的简介, 能复述线性规划的基本概念4、概率初步的学习5、训练学生严密的科学思维及逻辑推理能力。为学生学习后继课打下良好的基础。6、提高数学的运算能力、综合运用能力以及分析问题的能力。							
学习内容: <ol style="list-style-type: none">1、熟练掌握基本初等函数的性质与图形, 能建立简单的实际问题的函数关系;2、解释极限的概念, 解决极限计算问题;3、说出连续的概念及相关知识;4、解释行列式、矩阵及矩阵秩的概念, 能说出矩阵的有关应用; 会用行列式的性质计算行列式;5、解释克拉默法则, 会用克莱姆法则解线性方程组;⑥、熟练掌握矩阵的运算; 熟练掌握矩阵的初等行变换方法以及用初等行变换化矩阵为(行简化)阶梯形矩阵的方法, 会计算矩阵的秩及逆矩阵;7、说出齐次方程组有非零解的充要条件, 掌握线性方程组的解法;8、能复述线性规划的基本概念。9、熟练掌握两个变量线性规划的图解法和利用 EXCEL 求解线性规划中简单的最优化问题。10、掌握建立和求解线性规划模型的一般方法。11、解释导数与微分的概念; 掌握导数与微分的运算、利用微分进行近似计算;12、解决求函数的极值问题; 概述函数图形, 培养学生数形结合的能力, 培养学生一定的逻辑推理能力13、解释不定积分和定积分的概念及基本性质; 掌握不定积分与定积分的基本公式;14、掌握定积分的微元法, 会用定积分计算相关的几何量, 培养学生一定的逻辑推理能力。15、解释随机事件、概率、条件概率的概念; 掌握事件间的关系及运算; 掌握概率的基本性质, 会计算古典型概率; 掌握计算概率的加法公式、减法公式、乘法公式、全概率公式以及贝叶斯公式等;16、解释事件的独立性的概念, 掌握用事件独立性进行概率计算; 理解独立重复试验的概念, 会计算事件在 n 次贝努里试验中恰好发生 k 次的概率;17、解释随机变量及其概率分布的概念、分布函数的概念及性质; 会计算与随机变量相联系的事件的概率。18、解释离散型、连续型随机变量的概念; 掌握几种常见随机变量的分布;							

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

学习目标：

- 1、能解释经济法的概念，能够解释经济法的调整对象；
- 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；
- 3、掌握市场主体法应用能力；
- 4、掌握市场行为法应用能力；
- 5、掌握经济程序法应用能力；
- 6、能够理解不正当竞争法的基本原则和作用；
- 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；
- 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；
- 9、掌握证券公开发行条件；
- 10.掌握财产保险合同和人身保险合同的具体规定
- 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；

学习内容：

- 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；
- 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；
- 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；
- 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；
- 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；
- 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

经济学基础 总学时：36学时 总学分：36学分 第2学期 理论36学时 36 学分 实践0学时 0学分

学习目标：

1. 理解经济学的含义，可以从现实中看出经济现象；
2. 能运用稀缺性规律、资源等概念去解释一定的经济现象；
3. 能根据商品的需求和供给求出商品的的均衡价格；
4. 能运用消费者的相关知识来了解其均衡是如何达到的；
5. 能了解生产者均衡背后的原因；
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：36学分 第4学期 理论36学时 36学分 实践0学时 0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

(四) 专业核心课程

表 3：专业核心课程设置及学习要求

市场营销	总学时：72学时	总学分：72学分	第1学期	理论36学时	36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、能掌握市场营销的基本概念、理论和方法；							
2、能掌握市场营销环境的概念与特征；							
3、能进行消费者市场与组织市场购买行为分析；							
4、能掌握市场调查与市场预测的方法与问卷设计；							
5、能掌握目标市场营销的基本内容；							
6、能进行市场营销战略初步分析；							
7、能掌握产品策略基本思路；							
8、能掌握价格策略基本思路；							
9、能掌握渠道策略基本思路；							
10、能掌握促销策略基本思路							
学习内容：							
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							
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；							
3、能进行消费者市场与组织市场购买行为分析；							
4、能掌握市场调查与市场预测的方法与问卷设计；							
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							
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；							
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；							
8、能掌握价格策略基本思路；定价目标、方法与基本策略；							
9、能掌握渠道策略基本思路；销售渠道与中间商；							
10.能掌握促销策略基本思路；促销组合基本思路							

营销策划	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
学习目标： （用动词表达，如：用“能”、“会”等。示例）							
1、能认知营销策划，洞察市场先机；							
2、能控制策划流程，做好策划准备；							
3、能构思策划创意，切中策划灵魂；							
4、能掌握营销策划思维导图绘制；							
5、能进行市场调研策划，抓住营销机会；							
6、能掌握市场进入策划，选定目标市场；							
7、能掌握企业产品策划基本思路；							
8、能掌握企业定价策划，掌控盈利魔方；							
9、能进行市场布局策划，拓展成长空间；							

- 10、能进行市场推广策划，实现顾企对接；
- 11、撰写营销策划书，全面提升策划技能；
- 12、能进行综合项目设计（实践推行策划书）。

学习内容：

- 1、认知营销策划，洞察市场先机；理解营销策划的内涵；分析营销策划的内容与类型；明确营销策划的研究对象与方法；把握中国营销策划业的发展历程
- 2、控制策划流程，做好策划准备；组织营销策划的开展；制定营销策划的程序；编写营销策划书。
- 3、构思策划创意，切中策划灵魂；理解营销策划创意；构思营销策划创意；实施营销策划创意。
- 4、营销策划思维导图绘制；
- 5、进行市场调研策划，抓住营销机会；理解市场调研的含义；规划市场调研的内容和方法；设计市场调研的过程和技巧；撰写市场调研报告。
- 6、市场进入策划，选定目标市场；分析市场竞争的格局；实施市场进入的过程策划；设计市场进入的战略战术。
- 7、企业产品策划基本思路；实施个别产品策划；执行产品组合策划；构思新产品开发策划；设计品牌使用策划。
- 8、企业定价策划，掌控盈利魔方；实施制定价格策划；执行修订价格策划；设计变动价格策划。
- 9、市场布局策划，拓展成长空间；理解市场布局的含义；规划区域市场布局；划定与分析商圈；实施网络营销策划。
- 10、市场推广策划，实现顾企对接；理解市场推广策划的含义；制定市场推广策划的程序；实施网络推广策划
- 11、撰写营销策划书，全面提升策划技能；理解营销策划书的内容体系；掌握营销策划书的撰写技巧。
- 12、综合项目设计（实践推行策划书）。

网页设计与网站建设 总学时：72学时 总学分：72学分 第3学期 理论36学时 36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、能熟练使用Dreamweaver软件，进行网页设计与制作的能力；
- 2、能够具有简单网页特效设计的能力；
- 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；
- 4、能够具有网站发布与更新维护的能力；
- 能够具有网站规划的基本能力。

学习内容：

- 1、网站规划与设计
- 2、网页设计
- 3、利用布局表格设计主页
- 4、页面超级链接设计
- 5、带有框架的页面设计
- 6、CSS与层的使用

- 7、网页模板设计
- 8、带有交互式表单的网页
- 9、发布与更新网站

广告实务 总学时：54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：（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
- 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
- 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

(五) 专业选修课程

表 4：专业选修课程设置及教学要求

货币银行学 总学时：54学时 总学分：54学分 第3学期 理论54学时 54学分 实践0学时 0学分
学习目标： （用动词表达，如：用“能”、“会”等。） <ol style="list-style-type: none">1. 能掌握货币与货币制度；2. 能掌握信用的基本概念；3. 能理解利息和利率相关理论；4. 能掌握金融结构体系；5. 能掌握商业银行相关理论；6. 能掌握中央银行相关理论；7. 能掌握金融市场；8. 能掌握货币供求与均衡；9. 能掌握货币政策；10. 能掌握通货膨胀与通货紧缩基本理论11. 能掌握汇率与国际收支基本理论
学习内容： <ol style="list-style-type: none">1、了解货币的起源及其形式的演变；理解货币的本质及其定义；理解和熟记货币的职能、货币制度的概念、内容、种类及其演变过程；掌握每一种货币制度的特征和主要内容以及“劣币驱逐良币现象”的解释和分析。2、理解信用的产生与发展；了解高利贷的含义、高利率的原因及其作用；理解信用的概念及其三要素；理解和掌握现代信用的形式以及每种信用形式下所使用的信用工具；理解信用的作用。3、理解利息和利率，探讨决定利率水平变化的因素，利率变动对经济的影响，以及我国利率体制和利率市场化的改革等问题；4、了解专业银行、政策性银行、非银行金融机构的业务；5、要求了解商业银行的产生与发展、性质与职能；理解和掌握西方商业银行的类型及商业银行的组织形式；理解和熟记商业银行的各项业务；了解原始存款、派生存款和存款货币的概念及其关系，理解商业银行创造存款货币的过程，掌握派生存款的制约因素；了解商业银行的经营管理理论。6、了解中央银行的产生与发展，中央银行的组织形式和资本类型；中央银行的性质和职能；理解和掌握中央银行的业务；中央银行的独立性；了解中央银行的金融监管；7、了解金融市场的概念及其构成要素；了解金融市场的类型；理解和熟记货币市场、资本市场的概念、特征、分类、交易对象、参与主体及其交易工具，了解金融市场的功能和发展趋势。8、了解货币需求理论；掌握货币需求的含义和影响因素；货币供给含义，货币的层次划分，影响货币供给的因素；货币供求均衡的含义和条件。9、理解货币政策的含义与功能，重点掌握货币政策的目标及诸目标间的关系，掌握我国现行的中介指标；理解货币政策工具的含义，熟练掌握各种政策工具的作用机制、我国现行的政策工具；理解传导机制的主要环节，重点掌握传导的时滞效应；理解货币与财政两大政策的一般作用与功能差异，掌握改革开放以来我国货币政策实践；

- 10、了解通货膨胀的含义、度量和分类；掌握通货膨胀的成因，通货膨胀的经济效应和治理方法。掌握通货紧缩的含义，中国通货紧缩的发展过程，造成我国通货紧缩的因素和治理通货紧缩的方法。
- 11、掌握外汇和外汇市场概念，汇率及汇率制度，了解外汇决定理论，理解汇率变动对经济的影响，人民币的汇率问题；掌握国际收支的含义和项目，国际收支失衡与调节，国际收支对经济的影响；国际储备的含义和作用。

七、教学进程总体安排

(一) 独立设置实践教学环节安排表

序号	独立设置实践教学环节名称	学期	周数	主要教学形式	地点	考核	备注
1	军训	1	1周	训练	学院	报告	
2	专项营销实训	1	18课时	企业调研和实践	企业	报告	接到企业订单方才开设
3	专项营销实训	2	18课时	企业调研和实践	企业	报告	接到企业订单方才开设
4	产品设计与电商实训	3	54课时	现场教学	学院	技能考核	
5	专项营销实训	3	18课时	企业调研和实践	企业	报告	接到企业订单方才开设
6	跨境电商实训	4	36课时	现场教学	学院	技能考核	学校具备条件方才开设
7	专项营销实训	4	18课时	企业调研和实践	企业	报告	接到企业订单方才开设
8	顶岗实习	5	8周	企业指导	企业	技能考核	
9	毕业实习	6	8周	企业指导	企业	技能考核	
10	毕业论文(毕业设计)	6	16周	学习指导	学院 &企业	设计报告	

(二) 教学时间分配

教学时间分配表

单位：周

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	16	1			2			1	1	20
	2	16	2						1	1	20
第二 学年	3	16	2						1	1	20
	4	16	2						1	1	20

第三 学年	5			2	16			2			20
	6			2	16		1	1			20
合计		64	7	4	32	1	1	3	4	4	120

(三) 学期课程设置安排

表 7: 学期课程设置安排表

课程代码	课程名称	课程 学时	课程 学分	学期总课时 /周学时
第一学期				
100002	体育	36	2	29
100003	思想道德修养与法律基础	54	3	
100006	形势与政策	18	1	
100007	计算机应用基础	72	4	
100008	大学生心理健康教育	36	2	
100011	大学英语	72	4	
201002	政治经济学	54	3	
201024	市场营销	72	4	
203001	设计构成	36	2	
201001	经济数学基础	72	4	
第二学期				
100002	体育	36	2	30
100004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	4	
100006	形势与政策	18	1	
100009	大学语文	54	3	
100010	办公软件应用	72	4	
100011	大学英语	72	4	
201007	经济法概论	54	3	
203004	营销策划	54	3	
203019	电子商务概论	54	3	
201008	统计学基础	54	3	
第三学期				
203010	现代推销学	36	2	30
203020	色彩构成	36	2	
201009	经济学基础	36	2	
203005	网页设计与网站建设	72	4	
203016	网络营销	36	2	
203007	图像处理技术	72	4	
201003	基础会计	54	3	

203008	商务礼仪与谈判	54	3		
	产品设计与电商实训	54	3		
201012	货币银行学（选修）	54	3		
203021	物流概论（选修）	36	2		
第四学期					
100005	职业生涯规划与就业指导	36	2	29	
201020	管理学基础	36	2		
201019	财经应用文	54	3		
201017	财务管理基础	54	3		
203011	广告实务	54	3		
203012	消费者心理学	36	2		
203013	客户关系管理	36	2		
203022	国际贸易	54	3		
203002	新媒体营销	54	3		
	电商摄影	36	2		
201022	企业沙盘演练（选修）	36	2		
	跨境电子商务实训（选修）	36	2		
第五学期					
	专业综合实训				28
	毕业论文（毕业设计）与答辩				
第六学期					
	顶岗实习			28	
	毕业论文（毕业设计）与答辩				

（四）课程设置及学时、学分分配比例

表 8： 市场营销专业课程设置及学时、学分分配比例

类 别	学时	占课内总学时的百分比(%)	学分	占课内总学分的百分比(%)
公共基础课模块	698	23.2	37	24.5
专业技术课模块	1296	43	72	47.7
专业选修课模块	180	6	8	5.3
综合实训实践模块	840	27.8	34	22.5
合计	3014	100	151	100

（五）实训项目安排

表 9：实训项目安排

实训类别	实训项目	实训内容	实训时间	实训地点
专项实训	营销专项实训	进企业实地调研	第一学期	校外（机动）
专项实训	营销专项实训	进企业实地调研	第二学期	校外（机动）
专项实训	产品设计与电商实训	产品设计与电商实训	第三学期	营销实训室&电脑室
	营销专项实训	进企业实地调研	第三学期	校外（机动）
专项实训	企业沙盘演练	企业沙盘演练	第四学期	营销实训室
	跨境电子商务实训	跨境电子商务实训	第四学期	电脑室
	营销专项实训	进企业实地调研	第四学期	校外（机动）
专业综合实训			第五学期	校外
顶岗实习			第六学期	校外

每学期安排实训实践课程总计平均 72 学时（校内 18-36 学时+校外 18-36 学时或者独立 2 周左右），与理论课程相结合。采用“课程模拟实训+项目实训+自主创业”的教学模式。平时在课程教学中就要求大量进行针对性片段模拟与实战演练，以加强课程的务实性；与校外基地建立密切关系，根据实际需要，在校外实训基地进行专门项目的实训；同时鼓励学生利用课余时间进行自主创业，以提升学生真正的经商能力。

1、第一学期实训教学计划：

校内综合实训课程：市场营销课程实践（18 学时）

校外专项实训课程：校外 36 学时或者独立 2 周左右。（以接到实训基地企业合作项目任务作为开课计划标准，具体时间每学期再定）。

目的：在第一学期开始就安排市场营销理论教学与实训相结合，使学生了解商务活动的基本流程，认知销售活动，加深学生对市场营销理论与实务的理解。让学生开展实地调研，具备撰写条理清晰、结构合理的小型调研报告，分析市场、把握商机的能力。

2、第二学期实训教学计划：

校内综合实训课程：营销策划课程实践（18 学时）

校外专项实训课程：校外 36 学时或者独立 2 周左右。（以接到实训基地企业合作项目任务作为开课计划标准，具体时间每学期再定）。

目的：本学期安排的是营销策划实训，着重提升学生创新思维能力，同时进一步加深对理论知识的理解，掌握营销策划的流程，学会撰写营销策划书。

3、第三学期实训教学计划：

校内综合实训课程：产品设计与电子商务实训（54 学时）

校外专项实训课程：校外 36 学时或者独立 2 周左右。（以接到实训基地企业合作项目任务作为开课计划标准，具体时间每学期再定）。

目的：本学期安排的是产品设计与电子商务实训，使学生了解当今流行的新媒体商务活动，参照电子商务国赛省赛标准要求；与时俱进加深对现代营销活动的理解，激发学生独立创作设计电子商务产品的能力，使理论与实践知识相结合。

4、第四学期实训教学计划：

校内综合实训课程：（跨境电商实训 36 学时）

校外专项实训课程：校外 36 学时或者独立 2 周左右。（以接到实训基地企业合作项目任务作为开课计划标准，具体时间每学期再定）。

目的：本学期安排的是跨境电商实训，参照电子商务国赛省赛标准要求；着重提升学生线上线下相结合的跨境电商运营能力锻炼，打造新时代互联网+模式下的电子商务骨干人才。

5、第五学期（企业跟岗实训 18 周）

通过企业跟岗实训，培养职业意识，熟悉营销业务与管理岗位的工作流程，培养学生的信息收集处理能力、沟通交流能力、推销谈判能力、客户服务能力、营销策划能力、团队管理能力、组织实施能力，提高学生从事营销业务与管理工作的职业技能。主要从事市场信息收集分析、寻找顾客、顾客资格审核、约见接近顾客、进行初次拜访、商品展示、顾客异议处理、促成交易等销售业务活动及客情维护与管理工作。

6、第六学期（毕业顶岗实训 18 周）

通过毕业实习，使学生了解社会、接触实际，获得营销业务与管理第一线岗位所需的基本操作技能、专业技能和综合技能，培养良好的职业道德，继而获得职业能力；学生毕业后短时间内就能上岗，部分理论扎实、实践能力强、爱岗敬业的优秀学生在实习之中能被实习单位录用。通过毕业实习报告培养学生能够综合运用本专业所学基本理论、基本知识和基本技能，培养学生分析和解决实际问题的能力，实现人才培养目标。

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 20-30 人（每届 1 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 30 人（即每届 1 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: 3。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 10：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	色彩构成	具备美学眼光，能初步懂“画画”	1	1
4	网页设计与网站建设	掌握静态网站制作	1	1
5	图像处理技术	掌握 Photoshop 基本操作	1	1
6	现代推销学	掌握“会说话”基本能力	1	1
7	产品设计与电商实训	能熟练运用电商平台进行独立产品设计	1	1
8	营销策划	初步具备市场营销产品策划与文案写作能力	1	1
9	财经应用文	培养营销文案写作能力	1	1
10	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
11	跨境电子商务实训	掌握跨境电商基础知识和未来发展动向研判能力	1	1

备注：专任教师和兼职教师栏只填写数量。

（二）实践教学条件配置

1. 校内实训基地

表 11：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	高端配置计算机 20-30 台左右； 中教畅享“市场营销综合实训与竞赛系统”配套软件 20-30 套； 中教畅享“电子商务综合实训与竞赛系统”配套软件 20-30 套；

2. 校外实训基地

表 12：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。

（二）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。

（三）考核与评价

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。

（四）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

学生毕业需要同时具备以下条件：

1. 修完本专业规定的各门课程（包括实践教学），成绩全部合格，学分满__学分；德育、体育合格（含体育达标）；
2. 获得以下一种以上职业资格证书或行业资格证书。

- （1）网页设计与制作操作员级证书；

(2) 图形图像处理操作员级证书；

(3) 办公软件应用证书。

3. 计算机：获得省计算机等级一级 B 证书；

4. 英语：获得高等学校英语应用能力相应等级水平证书（英语应用能力专业 B 级）或全国大学英语四、六级考试规定成绩（四级 425 分以上）

十、附录

(一) 课程教学进程计划安排表

课程类型	课程代码	课程名称	考试学期	考查学期	学时数			学分数	按学期分配的周学时						
					理论学时	实践学时	总学时		第一学年		第二学年		第三学年		
									20(16)周	20(16)周	20(16)周	20(16)周	20(8)周	18周	
公共必修课	100001	军事教育		1	16	52	68	1							
	100002	体育		1&2		72	72	4	2	2					
	100003	思想道德修养与法律基础	1	3	36	18	54	3	3						
	100004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2		54	18		4		4					
	100005	职业生涯规划与就业指导		5	16	20		2				2			
	100006	形势与政策		1&2	9	9	18	1	1	1					
	100007	计算机运用基础	1		18	54	72	4	4						
	100008	大学生心理健康教育		1	24	12	36	2	2						
	100009	大学语文	2		50	4	54	3		3					
	100010	办公软件运用		2	18	54	72	4		4					
	100011	大学英语	1&2		144		144	8	4	4					
	100012	创新创业教育													
		公共基础课学时/学分/小计				385	313	698	36	16	18		2		
	201024	市场营销		1	36	36	72	4	4						
	203001	设计构成		1	18	18	36	2	2						
	201001	经济数学基础		1	72		72	4	4						
	203019	电子商务概论	2		36	18	54	3		3					
	201007	经济法概论	2		36	18	54	3		3					
	203004	营销策划		2	36	18	54	3		3					
	201008	统计学基础	2		54		54	3		3					
203010	现代推销学	3		18	18	36	2			2					
203020	色彩构成		3	18	18	36	2			2					
201009	经济学基础		2	18	18	36	2			2					
203005	网页设计与网站建设	3		36	36	72	4			4					

	203016	网络营销		3	18	18	36	2			2		
	203007	图像处理技术		3	36	36	72	4			4		
	201003	基础会计		3	36	18	54	3			3		
	203008	商务礼仪与谈判		3	36	18	54	3			3		
	203021	物流概论		3	18	18	36	2			2		
		产品设计与电商实训		3	36	18	54	3			3		
	201020	管理学基础		4	36		36	2			2		
	201019	财经应用文	4		54		54	3			3		
	201017	财务管理基础	4		36	18	54	3			3		
	203011	广告实务		4	36	18	54	3			3		
	203012	消费者心理学	4		18	18	36	2			2		
	203022	国际贸易	4		36	18	54	3			3		
	203002	新媒体营销	4		36	18	54	3			3		
		电商摄影		4		36	36	2			2		
		跨境电子商务实训	4		18	18	36	2			2		
	专业基础课与专业核心课学时/学分/小计				828	468	1296	72	10	12	27	23	
专业选修课	201002	政治经济学	1		36	18	54	3	3				
	201012	货币银行学	3		54		54	3			3		
	203013	客户关系管理	4		18	18	36	2			2		
	201022	企业沙盘演练		4		36	36	2			2		
	专业拓展课学时/学分/小计				108	72	180	8	3		3	4	
总学时、总学分、各学期周学时					1321	853	2174	116	29	30	30	29	
其它教学	1	入学教育与军事训练	--		0	0	0	1.5					
	2	专项实训	--		0	112	112	4		28	28		
	3	专业综合实训	--		0	280	280	10				28	
	4	顶岗实习	--		0	336	336	12					28
	5	毕业论文（毕业设计）与答辩	--		0	112	112	4					28
	6	毕业教育	--		0	0	0	0.5					

环 节	7													
	其他教学环节学时/学分/小计		--		840	840	34							
全学程总学时/总学分				1321	1693	3014	151							

备注：1. 请在专业核心课程后面加★号；2. 按学期分配的周学时中，（）内表示课内教学周数；3. 其它教学环节的课时根据各专业具体情况做调整。

(二) 教学计划调整申报表

福州科技职业技术学院教学计划调整申报表

院(系)：_____ (盖章)

专业：	年级：
调整理由：	

原计划的课程：

课程类型	考核方式	课程编号	课程名称	学分	学时及其分配			各学期周学时										
					总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	七	八			
								15	18	18	18	18	18	18	18	3		

调整后的课程：

课程类型	考核方式	课程编号	课程名称	学分	学时及其分配			各学期周学时											
					总学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	七	八				
								15	18	18	18	18	18	18	18	3			

备注：1、“课程类型”指公共必修课，专业必修课，专业限选课；“考核方式”指考试或考查。

2、教学计划调整每学期第十周截止。逾期不再办理。

3、本表一式二份，院(系)和教务处各执一份保存。

系(部)教研室主任：

年 月 日

系(部)负责人：

年 月 日

教务处复核人：

年 月 日

教务处负责人：

年 月 日

主管教学院领导：

年 月 日