



福建省莆田華僑職業中專學校
Fujian Putian Huaqiao Vocational Secondary School

市場營銷專業人才培養方案

編寫：財經組 適用年級：2019 級

2019 年 8 月

目 录

| | |
|-------------------|----|
| 一、专业名称及代码 | 3 |
| 二、入学要求..... | 3 |
| 三、修业年限..... | 3 |
| 四、职业面向..... | 3 |
| 五、培养目标与培养规格 | 4 |
| （一）培养目标 | 4 |
| （二）培养规格 | 4 |
| 六、课程设置及要求 | 5 |
| （一）公共基础课程 | 6 |
| （二）专业（技能）课程 | 9 |
| 七、教学进程总体安排 | 12 |
| 八、实施保障..... | 14 |
| （一）师资队伍 | 14 |
| （二）教学设施 | 15 |
| （三）教学资源 | 16 |
| （四）教学方法 | 17 |
| （五）学习评价 | 17 |
| （六）质量管理 | 19 |
| 九、毕业要求 | 19 |
| 十、附录..... | 19 |

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

专业代码：121000

二、入学要求

教育类型：职业教育

学历层次：中职

招生对象：初中毕业生或具有同等学力者。。

三、修业年限

学制：三年

四、职业面向

本专业主要面向商业行业企业，从事市场推广、商品销售、客户服务等工作的德智体全面发展的高素质劳动者和技能型人才。初始就业岗位在以下几个岗位：

1. 市场分析

在企业营销部门或管理咨询公司从事市场调查、市场开发及需求预测等工作。

2. 营销策划

在生产、流通和服务行业的销售部门或其部门内部从事企业或产品的市场推广策划、广告策划和促销策划等工作。

3. 商品销售

在流通企业或生产企业销售部门从事产品推广及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

4. 营销管理

在生产、流通和服务行业的顾客服务机构从事向客户提供产品咨询、接受客户投诉、回访客户、手机并反馈客户的意见或建议等工作。

职业类别、职业岗位分析

| 序号 | 对应职位（岗位） | 职业资格证书 | 专业（技能）方向 |
|----|---|--------|----------|
| 1 | 调查员、业务员、市场推广员、广告策划、公关策划、促销策划、渠道策划、店面管理、物流管理 | 营销员 | 市场推广 |
| 2 | 促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员、产品管理、销售代表、 | 营业员 | 商品销售 |
| 3 | 收银员、前台接待员、售后服务员、客户管理、 | 营销员 | 客户服务 |

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应社会主义市场经济建设需要，服务地方经济建设，服务各类企事业单位以及政府部门相关领域的营销岗位，具有较强的就业竞争力和发展潜力，具有良好的职业素质和职业道德，掌握市场营销专业所必备的基本知识和操作技能，具备营销师职业能力要求，面向莆田市及周边地区红木、汽车、医药、鞋类制造业、金银珠宝及其相关产业，能够胜任市场终端维护、产品销售、渠道管理、客户维护等工作的销售代表和营销主管，具有德智体美劳全面发展的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

1. 知识目标

①了解市场营销学的产生和发展，掌握市场和市场营销的含义及市场营销的一般原理。

②掌握市场营销环境分析、市场细分的方法程序及目标市场、市场定位策略的运用。

③掌握产品策略、定价策略、分销渠道策略和促销策略等市场营销策略的内容及运用。

④掌握市场调研、市场预测的基本方法。

2. 能力目标

①产品推销能力：能准确判断顾客的需求，恰当选择推销模式，灵活处理各种异议并应用各种谈判技巧促成交易能力。

②能分析指定产品所面临的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；能测算指定产品的市场容量。

③具备正确处理顾客关系的能力

④能设计产品品牌名称。

⑤能识别竞争对手产品的价格策略并为产品制定合适的价格。

⑥能分析不同行业产品的渠道模式，并对指定产品设计合适的分销渠道模式。

⑦能设计有效的面向中间商、消费者的营业推广方案；确定合适的广告宣传主题及媒体宣传计划；能根据要求完成完整的市场营销活动方案的制订。

3. 素质目标

①培养学生在诚实正直、专业信心等方面的基本品性素质。

②培养学生的自然的言谈举止、坦然的心态、让人喜欢与赢得尊重的交往素质。

③培养学生的洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人的能力等素质。

④良好的心理素质和克服困难的能力及坚韧不拔的毅力。

六、 课程设置及要求

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、专业技能课和选修课。为了培养实用型会计人才，遵循职业教育的特点，以工作任务分析为基础的课程开发技术，基于工作过程来开发专业课程。

设置的基本方法为：公共基础课程按照国家统一要求设置；专业核心课程设置将本专业的工作任务归并成具体的知识或技能，设置成相应的课程；专业方向课程基本上依据工作任务设置，依据相关性和同级性原则，对工作任务进行合理归并或拆解，形成具体课程内容。选修课根据本地区及学校实际情况开设。公共基础课：思想政治、语

文、历史、数学、英语、计算机应用基础、体育、心理健康、艺术。
专业核心课程：营销素养训练、市场营销基础、商品管理、消费心理、商务沟通与谈判、网络营销、财会知识、门店运营实务。

（一）公共基础课程

课程体系结构表（公共基础课——必修课程）

| 序号 | 课程名称 | 课程目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
|----|---------|---|------|
| 1 | 职业生涯规划 | 职业生涯规划是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，对学生进行职业生涯规划教育和职业理想教育。其任务是引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业、创业 | 32 |
| 2 | 职业道德与法律 | 职业道德与法律是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，对学生进行道德教育和法制教育。其任务是提高学生的职业道德素质 and 法律素质，引导学生树立社会主义荣辱观，增强社会主义法 | 32 |
| 3 | 经济政治与社会 | 经济政治与社会是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，对学生进行马克思主义相关基本观点教育和我国社会主义经济、政治、文化与社会建设常识教育。其任务是使学生认同我国的经济、政治制度，了解所处的文化和社会环境，树立中国特色社会主义共同理想，积极投身我国经济、政治、文化、社会建设。 | 32 |



| | | | |
|---|------------------|---|-----|
| 4 | 哲学 与人生 | <p>哲学与人生是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,对学生进行马克思主义哲学基本观点和方法及如何做人的教育。其任务是帮助学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法,正确看待自然、社会的发展,正确认识和处理人生发展中的基本问题,树立和追求崇高理想,逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。</p> | 32 |
| 5 | 中华优秀 传统 文化 | <p>中华优秀传统文化是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,大力传承和弘扬中华优秀传统文化。通过本课程的学习,帮助学生深入了解中华民族文化的主要精神,从而培养学生对祖国的情感和爱国情操;帮助学生理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式,以便帮助学生掌握多种认识方法,这在影响学生</p> | 18 |
| 6 | 语文 | <p>本课程主要内容为实用文阅读、应用文写作、口语交际、综合实践、附件(中国文学史、文学作品欣赏)等,使学生掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力,具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。使学生接受优秀文化的熏陶,提高思想品德修养和审美情趣,形成良好的修改、健全的人格,促进职业生涯的发展。</p> | 216 |
| 7 | 数学 | <p>在初中数学的基础上,进一步学习数学的基础知识。必学与限定选学内容:集合与、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列、向量、直线与圆、立体几何、概率与统计初步。选学内容:逻辑用语、三角函数公式、排列与组合。通过教学,提高学生的数学素养,培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、思维和简单实际应用等能力,为学习专业课打下基础。</p> | 216 |



| | | | |
|----|--------|---|-----|
| 8 | 英语 | <p>在九年制义务教育基础上,帮助学生进一步学习英语基础知识,培养听、说、读、写等语言技能,初步形成职场英语的应用能力;引导学生了解、认识中西方文化差异,培养正确的情感、态度和价值观。根据学生实际情况选择教学的内容与要求的层次,可因不同行业对学生听、说、读、写等技能的不同需求而异,整合相关专业课,增加相应学时,扩展职场应用英语的深度和广度,以满足职业需求。</p> | 216 |
| 9 | 信息技术基础 | <p>在初中相关课程的基础上,进一步学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用,掌握计算机操作的基本技能,具有文字处理能力,数据处理能力,信息获取、整理、加工能力,网上交互能力,为以后的学习和工作打下基础。</p> | 108 |
| 10 | 体育与健康 | <p>在初中相关课程的基础上,进一步学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能,掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法,养成自觉锻炼的习惯;培养自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的意识,全面提高身心素质和社会适应能力,为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。</p> | 162 |
| 11 | 公共艺术 | <p>本课程的任务是:通过艺术作品赏析和艺术实践活动,使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,增强文化自觉与文化自信,丰富学生人文素养与精神世界,培养学生艺术欣赏能力,提高学生文化品位和审美素质,培育学生职业素养、创新能力与合作意识。</p> | 36 |

| | | | |
|----|------|--|----|
| 12 | 历史 | 本课程的任务是，在九年义务教育的基础上，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化；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，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正确的历史观、人生观和价值观， | 18 |
| 13 | 职业素养 | 对学生进行职业生涯教育和职业理想教育。使学生掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观，形成职业生涯规划的能力，增强提高职业素质和职业能力的自觉性，做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。 | 18 |

（二）专业（技能）课程

1. 专业核心能力课简介

| 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 | 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；掌握营销语言表达的特点、表达的技巧与规律；了解思维创新的特点和途径，突破思维定势；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 | 144 |
| 2 | 市场营销基础 | 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 | 72 |
| 3 | 商品管理 | 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、 | 72 |

| | | | |
|---|---------|---|----|
| | | 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 | |
| 4 | 消费心理 | 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 | 财会知识 | 了解会计的基本职能和特点;掌握企业财务信息的分析的方法;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 |
| 6 | 商务沟通与谈判 | 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 | 了解网络营销的方法,掌握信息收集、发布的方法;了解网络营销环境,掌握通过网络进行市场调研的方法;了解网络营销战略与计划,灵活运用网络营销的产品策略、价格策略;了解网络营销的渠道策略,学会利用网络进行市场营销实务操作;掌握网络营销的程序、市场分析、市场开拓、市场维护,网络经营技巧等方法或技能 | 72 |
| 8 | 门店运营实务 | 了解人员招聘、入职、培训、任免基本程序,熟悉营销相关岗位员工排班、考勤与团队管理方法;了解门店销售绩效管理方案;掌握门店卖场环境维护、日常清洁、安全检查等运营方法;掌握针对负库存、虚库存等库存异常的寺殊盘点、核查方法,了解门店运营损益要点以及提升利润要点;掌握门店促销的基本流程和方法 | 72 |

2. 专业（技能）方向课

(1) 市场推广

| 序号 | 课程名称 | 教学目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
|----|------|---|------|
| 1 | 市场调查 | 了解市场调查与分析的方法;理解市场调查的基本知识;掌握调查问卷设计的方法;掌握市场调查具体实施的方法;了解回收问卷统计、分析的方法;掌握对商圈进行市场分析的方法,能进行竞争对手情况分析 | 72 |
| 2 | 广告实务 | 了解不同广告的分类方法、形式,以及广告业务的运行方式;掌握广告发布方法、流程、政策法规,能制作广告发布思维导图;理解营销策划与广告创意的作用与关系;掌握头脑风暴法等一般性广告创意方法;了解企业广告定位、广告策略、广告文化与经营管理实效的关系 | 72 |
| 3 | 品牌推广 | 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 | 36 |

(2) 商品销售

| 序号 | 课程名称 | 教学目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
|----|--------|--|------|
| 1 | 商品销售技巧 | 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布局、陈列、展示;掌握判断顾客的购买意图的方法;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 | 推销实务 | 了解现代推销的模式;了解推销计划制定的方法;熟悉推销工作流程中各个业务环节的基本技术;了解推销的基本技巧,掌 | 72 |

| | | | |
|---|------|--|----|
| | | 握针对一般商品推销的方法;了解顾客异议的类型、原因及处理方法 | |
| 3 | 商品展示 | 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 |

(3) 客户服务

| 序号 | 课程名称 | 教学目标、主要教学内容和要求 | 参考学时 |
|----|-----------|---|------|
| 1 | 客户关系维护 | 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,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 | 客服数据管理 | 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,并根据需要制作、提供相关数据报表 | 72 |
| 3 | 客户咨询与投诉处理 | 掌握接待客户咨询的标准语言及行为规范与投诉;了解客户投诉的原因、心理;了解客户投诉处理的流程、原则及标准;掌握处理客户投诉的技巧 | 36 |

七、教学进程总体安排

| 课程类别 | 课程名称 | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | 小 计 | | |
|------|------|------|----|------|----|------|----|------|--------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 学期课时 | 占总课时比例 | 考核方式 |
| | | 课时 | 课时 | 课时 | 课时 | 课时 | 课时 | | | |
| | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | (%) | | |
|---------|-------|---------|----|----|----|---|---|------|-----|-----|----|
| 公共課基礎課程 | 必修課程 | 思想政治 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | 144 | 35% | 考試 |
| | | 語文 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | 216 | | 考試 |
| | | 歷史 | | | 2 | | | | 36 | | 考試 |
| | | 數學 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | 216 | | 考試 |
| | | 英語 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | 216 | | 考試 |
| | | 信息技術 | 3 | 3 | | | | | 108 | | 考試 |
| | | 體育與健康 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | | 162 | | 考查 |
| | | 公共藝術 | 1 | 1 | | | | | 36 | | 考查 |
| | 限定選修 | 勞動 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 90 | | 考查 |
| | | 物理 | | | | | | | 0 | | |
| | | 化學 | | | | | | | 0 | | |
| | | 中華傳統文化 | | | 1 | | | | 18 | | 考查 |
| | | 職業素養 | | | | 1 | | | 18 | | 考查 |
| 公共基礎課小計 | | 18 | 18 | 17 | 15 | 2 | 0 | 1260 | | | |
| 專業技能課 | 專業核心課 | 營銷素養訓練 | | 4 | 4 | | | | 144 | 65% | 考試 |
| | | 市場營銷基礎 | 5 | 5 | | | | | 180 | | 考試 |
| | | 商品管理 | 4 | | | | | | 72 | | 考試 |
| | | 消費心理 | | | 4 | | | | 72 | | 考試 |
| | | 會計基礎 | 6 | 6 | | | | | 216 | | 考試 |
| | | 商務溝通與談判 | | | 3 | | | | 54 | | 考試 |
| | | 網絡營銷 | | | 5 | | | | 90 | | 考試 |
| | | 門店運營實務 | | | | 5 | 6 | | 198 | | 考試 |

| | | | | | | | | | |
|-----------|--------|----|----|----|----|----|----|------|------|
| | 小计 | 15 | 15 | 16 | 5 | 6 | 0 | 1026 | |
| 专业(技能)方向课 | 市场调查 | | | | 4 | | | 72 | 考试 |
| | 经济法基础 | | | | 3 | | | | 考试 |
| | 广告实务 | | | | | 6 | | 108 | 考试 |
| | 品牌推广 | | | | 2 | 5 | | 126 | 考试 |
| | 商品销售技巧 | | | | | | | 0 | 考试 |
| | 推销实务 | | | | 4 | | | 72 | 考试 |
| | 商品展示 | | | | | 4 | | 72 | 考试 |
| | 客户关系维护 | | | 3 | | | | 54 | 考试 |
| | 市场营销策划 | | | | | | 6 | 108 | 考试 |
| | 收银实务 | | | | | 4 | | 72 | 考试 |
| | 小计 | | | | 13 | 25 | | 684 | |
| 综合实训 | | | | | | 20 | | 360 | |
| 顶岗实习 | | | | | | | 35 | 630 | |
| 专业技能课小计 | | 15 | 15 | 16 | 18 | 31 | 35 | 2340 | |
| 总计 | | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 35 | 3600 | 100% |

八、实施保障

(一) 师资队伍

1、专任教师任职条件

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定,进行教师队伍建设,合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理,中级职称 2 人,初级职称 2 人,;建立“双师型”专业教师团队,“双师型”教师 100%;有业务水平较高的专业带头人。

专任教师熟练掌握系统的市场营销知识,具有一定的实际管理经验和丰富的教学经验,具有良好的语言表达能力和知识传授能力;具

备中级以上专业技术职务所要求的业务能力;具备良好的师德和终身学习能力,适应产业行业发展需求,熟悉企业情况。

2、校外兼职教师任职条件

具有良好的思想素质和职业道德,能做到教书育人,为人师表;市场营销专业兼职教师具有5年以上营销及相关岗位工作经历,有丰富的实际工作经验,具有中级以上专业技术职务或在职业技能竞赛中获奖,具有较强的教学组织能力。

(二) 教学设施

(1)校内实训实习室

校内实训实习具备商品销售、门店运营、营销实务等实训室,主要设施设备及数量见下表。

| | | 主要工具和设施设备 | |
|----|---------|-----------|----------|
| 序号 | 实训室名称 | 名称 | 数量(生均台套) |
| 1 | 商品销售实训室 | 货架 | 1/5 |
| | | 商品销售及管理软件 | 1/5 |
| | | 收银台 | 1/5 |
| | | 商品 | 1/5 |
| | | 计算机 | 1/1 |
| 2 | 门店运营实训室 | 计算机 | 1/1 |
| | | 办公桌椅 | 1/1 |
| | | 文件柜 | 1/5 |
| | | 打印机 | 1/5 |
| | | 传真机 | 1/5 |
| | | 扫描仪 | 1/5 |
| | | 音箱 | 1/30 |
| | | 投影仪 | 1/5 |
| | | 服务器 | 1/30 |
| | | 交换机 | 1/30 |

| | | | |
|---|---------|----------|------|
| | | 门店运营管理软件 | 1/30 |
| 3 | 企业沙盘实训室 | 计算机 | 1/1 |
| | | 办公桌椅 | 1/1 |
| | | 物理沙盘 | 1/5 |
| | | 多功能工作桌 | 1/5 |
| | | 投影仪 | 1/30 |
| | | 服务器 | 1/30 |
| | | 交换机 | 1/30 |
| | | 企业沙盘管理软件 | 1/30 |

(2) 校外实训基地

市场营销专业紧密合作的校外实训基地为4个，这些校外实习基地主要保证市场营销专业学期间短期弹性实习需要。能够承担包括商品销售、店面运营、营销实务操作等多功能营销训练的企业。

| 名称/合作企业 | 主要实训内容 |
|------------------|-----------|
| 莆田市涵江区电商产业管理有限公司 | 客户服务 |
| 莆田市佳创农业科技有限公司 | 店面管理、营销策划 |
| 莆田妈祖工艺城股份有限公司 | 商品推销 |
| 福建省钜能电力有限公司 | 商品推销 |

(三) 教学资源

在选用教材的过程中应该选用规划教材、获奖教材。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。

- (1) 《市场营销知识》 杜明汉主编 中国财政经济出版社。
- (2) 《市场营销学通论》 郭国庆主编 中国人民大学出版社。
- (3) 《市场营销学教程》 纪宝成主编 中国人民大学出版社。
- (4) 《市场营销理论与实务》 胡德华主编 电子工业出版社。
- (5) 百度、新浪、谷歌等网上资源。

(四) 教学方法

①课程实施要突出实践性：《市场营销学》是一门实践性很强的课程，学生学习过程中必须理论联系实际，把所学的理论应用于企业市场营销的实际工作中。

②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感悟。

③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。

④充分利用现代教育技术和手段，丰富教学内容。

(五) 学习评价

1、公共基础课考核

公共基础课满足中职学生学业水平测试达标要求并兼顾继续升学要求，分为考试和考查两种考核形式，考试课主要以闭卷方式进行，考查课以试卷、课业等学校统一的形式进行。

2、专业核心课程考核

专业课程采用理论与实践相结合的方式，着重突出学生动手能力的

培养，考试形式可采用模块化、实际操作、课业及传统考试形式相结合的方式进行。

实践课程采用实际操作与专业技能证书考试、企业实践相结合的方式进行，对实习、实践教学内容的考核方法为：将学生的实际操作和学生作品及学生的实习表现作为评定学生成绩的主要依据，其中学生的实操成绩占 40%，学生作品占 40%，学生实习表现占 20%。

3、顶岗实习成绩考核

顶岗实习成绩由以下部分组成：

1) 出勤占 20%，考察学生到校报到情况、上企业工作情况中，是否能够按时到校、到岗，要求做到不迟到、不早退。

2) 实习初期撰写实习计划占 10%，阐述自己在顶岗实习过程中的打算。

3) 实习日志上交情况占 20%，每月上交一篇，阐述自己在顶岗实习的岗位内容和感受。

4) 企业评价占 20%，根据学生在单位的整体表现由企业负责实习生的人员给出评价。

5) 实习指导教师评价占 20%，根据学生在实习过程中的表现给出指导教师的整体评价。

6) 实习报告占 10%，实习结束后撰写一份实习报告，内容包括实习单位情况、实习岗位情况、就业指导教师管理情况、实习过程中的内容和感受及建议。就业指导教师根据以上几部分的成绩，按照优、良、及格、不及格给出总成绩。

4、实行 1+X 证书管理制度

积极推行 1+X 证书管理制度，将实践性教学安排与职业资格证书考核有机结合，鼓励学生在取得毕业证书的同时，取得与专业相关的职业资格证书，鼓励学生经培训并通过社会化考核取得与提升职业能力相关的其他技术等级证书

学生须通过福建省中等职业学校学业水平测试，方可取得学历毕业证书。

（六）质量管理

市场营销专业教学质量监控以“专业标准”、“课程标准”等教学方面的质量标准为依据，系教学主管人员定期和不定期组织教师座谈会、学生座谈会，及时了解教学、管理中存在的问题，听取教师和学生意见、建议，并形成书面记录，有关意见和建议要及时进行反馈或作出处理。教师座谈会、学生座谈会(分专业)每学期至少分别召开一次。

教学管理。坚持规范性和灵活性相结合，合理调配教师、教学时间、实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；注重教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

九、毕业要求

（一）学生达到以下要求，准予毕业：

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；
3. 学生须通过福建省中等职业学校学业水平测试合格性考试；
4. 实习考核合格。

（二）对于在规定的学习年限内，课程考核成绩仍有不合格且未达到留级规定，或实习不合格，或全日制学历教育学生综合素质总评（非全日制学历教育学生思想品德评价）不合格者，不予毕业。

（三）对未修完专业人才培养方案规定的课程而中途退学的学生，学校应当发给学生写实性学习证明。

十、附录

一般包括教学进程安排表、变更审批表等。