



泉州华光职业学院
HUAGUANG Quanzhou Huaguang Vocational College

商学院

专业人才培养方案

专业名称： 市场营销（直播营销方向）

专业代码： 530605

修业年限： 3

专业负责人： 刘珺瑜

学院专业建设委员会主任： 石东龙

教务处审核： _____

校领导审批： _____

批准日期： _____

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

市场营销，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、职业面向与需求分析

（一）职业面向

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)	主要就业岗位 或技术领域举例	职业技能等级证 书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业 零售业 (51、 52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-01-02-05) 互联网营销师 (4-01-02-07)	网络营销专员、新媒体运营专员、直播营销专员、销售主管、销售代表、市场主管等	互联网营销师 1+X 网店运营推广(中级)

（二）需求分析

以目前营销策划、电商直播运营、数据化运营等各个方向的工作内容的能力需求为主线，以市场需求为起点，以企业与学校专家合作

开发为关键，通过网络、问卷调查、上门走访、专家座谈会等多种方式，对网络营销（包括网络直播营销），电子商务跨境进出口贸易领域的职业岗位分布、市场需求、岗位工作任务及职业能力要求等内容开展调研工作，根据调查结果显示，产品营销策划分析类岗位群包括微营销专员，微信营销专员，O2O营销专员；电商直播运营岗位群包括直播营销专员，短视频拍摄专员，直播运营专员，直播效果监控专业等。这几类人员目前市场需求旺盛。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，培养具有营销素养及营销信息管理能力。掌握市场营销学、新媒体运营、网络营销、营销策划、供应链管理、直播技巧、数据化运营等基础理论知识和实践技能，能运用电子信息平台开展企事业商务活动能力，从事企业市场研究及拓展，营销策划，产品销售、衍生服务等线上线下运营与管理技能的网红产业的营销型技术技能人才。

（二）培养规格

市场营销专业毕业生应素质、知识和能力方面达到以下要求。

1、素质

（1）坚决拥护中国共产党领导和中国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有正确的世界观、人生观、价值观。具有深厚的爱国情感、国家认同

感、中华民族自豪感；

(2) 自觉遵守社会公德与法律法规，崇尚宪法、遵守法律、崇德向善，具有社会责任感和参与意识。

(3) 自觉履行道德准则和行为规范，养成爱岗敬业、诚信守信的职业精神和精益求精的工匠精神；

(4) 尊重劳动、热爱劳动，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；

(5) 具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；

(6) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识。

(7) 掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯。

(8) 具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；

(9) 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2、知识

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和 中华优秀传统文化；

(2) 掌握计算机基础知识、经济理论、商务法律法规 政策等；

(3) 掌握市场营销环境分析、市场细分、目标市场选 择、市场

定位和营销策略制定的基本理论等；

(4) 掌握市场调查方式、方法和流程，数据整理与分析的基本理论，市场调查问卷、调研方案与调研报告的结构等；

(5) 掌握商品基础知识与商品推销的基本原理、模式等；

(6) 掌握商务谈判基本原理、流程与策略等；

(7) 掌握消费者心理与行为基本原理，分析的基本内容与方法；

(8) 掌握市场营销策划的概念、创意以及各类营销策划文案结构与内容；

(9) 掌握微博、微信、社群、短视频等新媒体的类型、传播规律、营销推广技术等营销新知识、新技术；

(10) 掌握客户服务与管理基本概念、原理与服务策略等；

(11) 掌握品牌的内涵、分类、品牌定位、品牌命名、品牌整合传播、品牌延伸、品牌危机处理等理论；

(12) 掌握公共关系构成要素、公共关系工作程序、专题活动设计、公共关系危机处理与公共关系礼仪等知识；

(13) 掌握广告活动的内在规律、广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法等。

3、能力

(1) 一定的英语听说读写能力；熟练的计算机操作能力。

(2) 具有线上线下的营销思维能力，能从互联网营销视角出发，以企业互联网营销活动基本程序为主线，从企业需要的互联网思维，网络营销技术，市场营销理念出发，配合必要的网络营销平台和工具

使用，从而实现企业在互联网时代进行直播营销规划的必要工作目标；

（3）具有供应链管理的能力，能掌握货仓规划、商品出入库、盘点管理、货舱商品的保管与储存、仓库安全管理等工作任务所必须具备的技能目标；

（4）具有数据分析处理的能力，通过学习大数据分析的各种相关知识，学会大数据的相关关键技术进行简单数据分析处理的能力，通过实践学习大数据商业智能的操作与应用。

（5）具有网络直播营销能力，能随着移动互联网的不断发展，以微信为代表的大量移动 APP 打通了线上和线下业务的界限，公众号，抖音，贴吧等。掌握各种移动 APP 和社交 APP 的营销思路，可以快速实现公司业务的推广；

（6）具有创新精神，自主创业能力和可持续发展能力。

六、教学进程安排表

学期	各 周 安 排																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	√:	:	:	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	×	◆
二	□	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	×	◆
三	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	▲	▲	☆	☆	×	◆
四	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	▲	▲	☆	☆	×	◆
五	←	—	—	—	—	—	—	→	×	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆		
六	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	~	◆		

符号说明： √入学教育 :军训 ←→课堂教学 ×考试 ≡假期 □认识实习 ☆课程实训（设计、论文） ▲跟岗实习

●顶岗实习 ~毕业教育 ◆机动

七、教学计划安排表

序号	课程名称	课程性质	学分	学时数分配			考核方式	"岗课证赛"融通	各学期周学时分配					
				理论	实践	合计			一 4-19	二 1-16	三 1-16	四 1-16	五 1-8	六
1	思想道德修养与法律基础	公共必修课	3	36	12	48	试		3					
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	公共必修课	4	48	16	64	查			4				
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共必修课	3	40	8	48	试		3					
4	形势与政策	公共必修课	1	48		48	查		每学期 8 课时					
5	大学英语（一）	公共必修课	2	16	16	32	试		2					
6	大学英语（二）	公共必修课	2	16	16	32	试			2				
7	信息技术	公共必修课	4	32	32	64	查			4				
8	大学体育（一）	公共必修课	2	4	32	36	查		2					
9	大学体育（二）	公共必修课	2	4	32	36	查			2				
10	大学语文	公共必修课	2	32		32	试		2					
11	创造性思维与创新方法（网络课程）	公共必修课	2	2	2	4	查					2		
12	摄影基础（网络课程）	公共必修课	2	8	8	16	查				2			
13	经济数学(商学院)	公共必修课	4	64		64	查			4				
14	职业规划与就业创业（一）	公共必修课	1	16		16	查		1					
15	职业规划与就业创业（二）	公共必修课	1	16		16	查					1		
16	军事理论	公共必修课	1	16		16	查		1					
17	入学教育、军事技能训练	公共必修课	2	0	0	0	查		2W					
18	中国优秀传统文化（网络课程）	公共必修课	2	2		2	查		2					
19	劳动教育（网络课程）	公共必修课	2	0	2	2	查							
20	公共任选课(含体育限选)	公共任选课	6	48	48	96	查							
公共基础课模块			45	408	216	624	0	0	16	16	2	3	0	0

1	管理学实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试		4					
2	会计技能实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试		4					
3	市场营销实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试		4					
4	电子商务实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试			4				
5	经济法实务	专业基础课	4	40	24	64	机试			4				
6	人力资源管理实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试			4				
专业群平台课程模块			24	240	144	384	0	0	12	12	0	0	0	0
1	图形图像制作（劳动工匠精神）	专业限选课	2		32	32	作品		1W					
3	新媒体视频处理与制作（劳动工匠精神）	专业限选课	2		32	32	作品			1W				
4	商务礼仪（职业素养）	专业限选课	2		32	32	面试				1W			
5	认知实习（融入职场文化教育）	专业拓展课	0.5		3	3	报告		0.5T					
6	跟岗实习（融入职场文化教育）	专业拓展课	2		60	60	报告				2W			
7	毕业论文或设计	专业拓展课	8		240	240	论文						8W	
8	毕业（顶岗）实习（校企协同育人）	专业拓展课	8		420	420	报告							18W
专业群集中实训模块			24.5	0	819	819	0	0	0	0	0	0	0	0
1	消费者行为分析	专业核心课	4	32	32	64	笔试				2			
2	市场调查与预测	专业核心课	4	32	32	64	报告				4			
3	商务沟通	专业核心课	2	16	16	32	面试	课岗融通			2			
4	经济学基础	专业核心课	4	64	0	64	笔试				4			
5	网店运营与推广	专业技能课	4	20	44	64	机试	课证融通			4			
6	直播初级技能	专业技能课	2		32	32	作品			1W				
7	客户关系管理	专业核心课	4	32	32	64	笔试	课岗融通			4			
8	数据化运营	专业核心课	4	32	32	64	笔试					4		
9	供应链管理	专业核心课	4	64	0	64	笔试				4			
10	门店数字化运营与管理（融入职场文化教育）	专业技能课	4	32	32	64	机试	课证融通				4		
11	营销策划	专业技能课	4	20	44	64	报告	课岗融通				4		
12	新媒体运营与管理	专业技能课	4	20	44	64	笔试	课岗融通				4		

13	ERP 沙盘实训（融入环境文化教育）	专业技能课	4		64	64	机试	课岗融通				4		
专业课程模块			48	364	404	768	0	0	0	0	24	20	0	0
合计			141.5	1012	1583	2595	0	0	28	28	26	23	0	0

八、各模块学时与学分分配表

课程学分总量、学时的分配及其总比 (%)								
课程模块	学分	总占比	时数	总占比	理实分配			
					理论		实践	
					时数	占比	时数	占比
公共基础课程模块	45	31.80%	624	0.01%	408	65.38%	216	34.62%
专业群平台课程模块	24	16.96%	384	14.80%	240	62.50%	144	37.50%
专业群集中实训模块	24.5	17.31%	819	31.56%	0	0.00%	819	100.00%
专业课程模块	48	33.92%	768	29.60%	364	47.40%	404	52.60%
合计	141.5	100%	2595	100%	实践学时数占比		1583	61.00%
					理论学时数占比		1012	39.00%

九、专业基础课程及基本内容

学习领域课程	管理学实务
安排在第一学期，基准学时 64 学时，其中理论 40 学时。	
职业能力	<p>以培养综合管理技能为主线，建立“124”教学内容体系。“124”是指“一条主线”、“两大基础”、“四大关键能力”。即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在绩效考核的能力。管理的四大职能反映了各级管理者的共通作用与程序。</p>
学习目标	<p>1. 以培养基层管理岗位综合管理技能为主线。这是指基层管理岗位所需要的综合性、一般性的管理技能。既区别于以宏观管理、概念技能为主的高层综合管理能力，又区别于以专业化为特征的生产、营销、财会等职能管理技能。</p> <p>2. 使学生掌握两大基础。一是管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法，管理职能等；二是管理思想，包括管理思想的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等。</p> <p>3. 培养学生四大关键能力。按照基层管理者进行综合管理的需要，本课程要重点培养学生的四大关键能力，即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在绩效考核的能力。管理的四大职能反映了各级管理者的共通作用与程序。</p> <p>4. 培养起良好的团队协作精神。</p>
学习内容	◆管理思想◆管理系统◆计划◆组织◆控制◆领导
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟工作过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆
学生需要的知识和技能	◆技术技能◆人际技能◆概念技能◆行政技能◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆管理知识◆控制能力◆多媒体使用能力◆计算机基本操作能力

学习领域课程	市场营销实务
安排在第一学期，基准学时 64 学时，其中理论 40 学时。	
职业能力	通过本课程的学习能对某个特定企业进行市场营销环境的分析；能比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并采取相应的营销策略；能正确运用细分依据与细分方法对企业所面对的整体市场进行细分；能精准选择目标市场并对市场进行定位；能运用营销 4P 理论对企业营销策略进行设计；具有一定的营销团队管理能力。
学习目标	1、正确理解市场与营销涵义，理解顾客价值理论， 2、掌握市场营销环境内容及分析方法， 3、掌握消费者行为分析的内容， 4、掌握市场细分、目标市场选择和市场定位的主要内容与策略， 5、掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。
学习内容	◆营销观念◆市场环境分析◆目标市场和市场定位◆4P 策略
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆实训◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆电子教案◆网站资料◆视频资料
学生需要的知识和技能	◆分析能力◆市场营销知识◆案例分析能力◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆市场营销知识◆案例设计制作能力◆多媒体◆计算机基本操作能力

学习领域课程	客户关系管理
安排在第三学期，基准学时 64 学时。	
职业能力	根据工作任务要求，熟悉国家《劳动法》以及相关的法律知识，能够在企业分辨公关组织机构的基本概念，熟悉公共关系部的基本职能，并对公关人员素质要求有全面的认识，能掌握提高公关人员素质的实用技能。
学习目标	1、能了解客户关系管理的性质； 2、能掌握 CRM 的含义及应用；

	<p>3、能掌握客户投诉受理流程；</p> <p>4、掌握客户信息收集与管理工作的方法。</p> <p>5、能掌握投诉受理的方法。</p>
学习内容	<p>◆客户关系管理的含义及特征◆客户关系管理的目的◆CRM在我国的发展前景◆定位产品客户群◆利用搜索引擎寻找客户◆调查分析物流客户投诉原因◆寻找潜在客户◆设计客户跟踪记录表◆客户体验管理◆客户信息收集流程</p>
学习方法	<p>◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟面试过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结</p>
学习材料	<p>◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆案例分析</p>
学生需要的知识和技能	<p>◆表达能力◆案例分析能力◆计算机基本操作能力</p>
教师需要的知识和技能	<p>◆教师资格◆专业知识◆计算机基本操作能力</p>

学习领域课程	经济学基础
<p>安排在第三学期，基准学时 32 学时。</p>	
职业能力	<p>根据工作任务要求，熟悉国家的法律知识，具备分析经济学的任务、经济学的发展、经济学的分类、经济学的方法等能力。</p>
学习目标	<p>1、能掌握经济学的定义和基本经济问题，理解经济学的分析方法；</p> <p>2、能掌握需求（供给）的概念、影响因素、表示方法，熟练掌握需求（供给）规律，掌握市场供求均衡分析方法，掌握供求弹性的概念及其简单的分析应用；</p> <p>3、能掌握效用、总效用和边际效用，理解消费者偏好的概念，掌握无差异曲线及其特点，理解并掌握边际效用递减规律和边际替代率递减</p>

	规律，熟练掌握消费者均衡的边际分析方法和无差异分析方法。
学习内容	◆生产要素◆产品市场结构划分标准◆市场失灵◆国内生产总值◆宏观经济政策
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟面试过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆案例分析
学生需要的知识和技能	◆表达能力◆计算机基本操作能力◆案例分析能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业知识◆计算机基本操作能力

学习领域课程	门店数字化运营与管理
安排在第一学期，基准学时 64 学时，其中理论 40 学时，校内实训 24 学时。	
职业能力	主要面向流通类企业的实体门店中，从事门店数据分析及渠道精准推广、成本管控及销售目标管理、连锁门店大数据管理等工作。
学习目标	1. 能根据数据分析结果提出优惠建议及会员分析。 2. 能掌握门店明星产品及高毛利产品分析的技能。 3. 能掌握各推广渠道营销活动的设计方法，进行相关方案制定。 4. KOL 反馈数据分析与效率提升管理 5. 能根据进店顾客的消费金额、频次、储值、金额等数据进行分级分层的分析与标签化管理。 6. 能掌握 5S 操作并能实现对不同场地、物品的使用技能。
学习内容	◆营销原理◆销售体系◆销售方案的制作◆市场分析◆产品分析与销售
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟销售过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆销售案例
学生需要的知识和技能	◆沟通能力◆促销设计制作能力◆办公自动化使用能力◆计算机基本操作能力

教师需要的知识和技能	◆教师资格◆销售知识◆促销计制作能力◆多媒体使用能力◆计算机基本操作能力◆调查分析能力◆项目管理能力
------------	--

学习领域课程	电子商务概论
安排在第一学期，基准学时 32 学时，其中：理论 32 学时。	
职业能力	通过本课程的学习能掌握 B2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务等电子商务主要表现形式，了解网上创业的知识，了解电子商务风险的识别与防范基本方法，懂得电子商务的技术、金融、物流基础知识，掌握电子商务的知识、概念、定义、原理以及基本运作方法。
学习目标	能利用网络收集与分析信息，能够利用网络对企业网站进行推广，能够对给出的企业进行电子商务应用策划，懂得利用网络进行个人网店创业。
学习内容	◆B2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务◆网上创业的知识◆电子商务的技术、金融、物流基础知识◆电子商务风险的识别与防范基本方法
学习方法	◆小组讨论◆任务教学◆模拟场景◆PPT 演示◆练习◆头脑风暴
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网络资料
学生需要的知识和技能	◆自主学习的能力自主学习的能力◆分析问题与解决问题的能力◆计算机基本的能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业的理论知识◆专业的实践经验◆计算机基本操作能力◆具有扎实的电子商务理论功底和一定电商平台实践经验。

学习领域课程	消费行为学
安排在第二学期，基准学时 64 学时，其中：理论 32 学时，实践 32 学时。	
职业能力	通过本课程的学习能具备分析消费者需求与购买行为的能力，能运用购物环境的变化诱导消费者购买行为，能针对不同消费群体特征，制定实用的营销策略，并能灵活处理企业营销中存在的实际问题。

学习目标	了解消费者行为的基本理论，消费的需要、消费者购买动机与购买行为之间的关系；掌握消费者行为学研究的基本方法，消费行为特征及影响因素，消费者的购买决策过程，以及消费者购买的基本心理规律。
学习内容	◆消费需求◆消费者个性心理特征◆消费者群体◆4P 策略与消费心理
学习方法	◆小组讨论◆任务教学◆模拟场景◆PPT 演示◆练习◆头脑风暴
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网络资料
学生需要的知识和技能	◆信息收集的能力◆分析问题与解决问题的能力◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆计算机基本操作能力◆具有扎实的市场营销理论功底和一定的实践经验◆消费心理学知识

学习领域课程	新媒体运营与管理
安排在第四学期，基准学时 64 学时，其中：理论 20 学时，实践 44 学时。	
职业能力	本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营，用户运营、运营人的通用方法等。
学习目标	1、掌握微信运营的操作流程 2、掌握文案写作的技巧 3、掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点 4、掌握活动运营和推广的操作方法
学习内容	◆微信运营◆字媒体运营◆推广运营
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网站资料
学生需要的知识和技能	◆视觉设计的能力◆较强的数字运算能力◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业的理论知识◆专业的实践经验◆计算机基本操作能力◆项目管理能力

十、专业核心课程及基本内容

学习领域课程	供应链管理
安排在第三学期，基准学时 64 学时，其中：理论 24 学时，实践 40 学时。	
职业能力	提高学生走向社会需要的适应能力、实际操作能力，仓库保管作业的，仓储物的分类、库存控制的方法、仓库安全和质量管理能力，最终养成胜任第三方物流企业或者商品流通企业中仓储部门职业工作的综合职业能力。
学习目标	1、掌握仓储的作用，仓库的布局 2、掌握仓库保管的入库、离火、堆存、报关、出库等整个作业过程 3、掌握配送的基本概念及配送业务在物流管理中的重要作用 4、掌握配送线路设计的方法
学习内容	◆仓储与配送设备◆仓储作业过程的控制◆配送作业管理
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网站资料
学生需要的知识和技能	◆管理学基本知识◆严密的逻辑思维◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业的理论知识◆专业的实践经验◆计算机基本操作能力◆项目管理能力

学习领域课程	市场调查与预测
安排在第三学期，基准学时 64 学时，其中：理论 32 学时，校内实训 32 学时。	
职业能力	通过本课程的学习和训练，使学生能够运用市场调查与预测的基本原理和技巧，根据客户需要确定调查课题，自主设计调查方案、调查问卷，能够开展市场调查与预测工作，完成市场调查与预测报告，并为客户提出营销建议。
学习目标	1、掌握市场调查流程和步骤的具体内容 2、掌握市场调查方式和方法 3、掌握市场调查问卷的设计要求、类型、结构和内容 4、掌握市场调查报告的结构和写作要求 5、掌握市场预测的方法 6、掌握市场预测报告的结构和写作要求
学习内容	◆市场调查方式和方法◆市场调查问卷的设计◆市场调查报告的写作

	◆市场预测的方法◆市场预测报告的要求
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网站资料
学生需要的知识和技能	◆市场调查与预测的基本知识◆较强的数字运算能力 ◆调查问卷的设计能力◆数据分析能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业的理论知识◆市场调查的实践经验◆计算机基本操作能力◆市场运营能力

学习领域课程	营销策划
安排在第五学期，基准学时 64 学时，其中理论 24 学时，校内实训 40 学时。	
职业能力	以营销推广、节日活动、产品广告、新品上市、公共关系互动企业形象为主体策划任务，理解和运用直播营销视角、直播营销理念、新的营销思维，了解和掌握市场营销策划的基本理念，理解不同主体策划的方法和要求，对整体直播营销活动进行分析，培养学生团队协作精神、有效沟通意识。
学习目标	1、掌握直播营销视角，营销观念； 2、掌握组合和优化企业资源的营销活动； 3、掌握个别营销策略； 4、掌握广告与促销策划；
学习内容	◆产品售卖策划◆市场营销整体策划◆直播营销调研策划◆分销渠道策划
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆文档页◆幻灯片◆网站资料
学生需要的知识和技能	◆营销专业知识◆文案分析能力◆较强的数字运算能力◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业的理论知识◆专业的实践经验◆计算机基本操作能力◆项目管理能力

十、主要实践教学环节

序号	课程名称	主要实践内容	教学实施建议
1	商务沟通	<p>(1) 组建商务团队的基本技巧和沟通方法 (2) 做好商务谈判准备工作 (3) 商务谈判的僵局的处理方法和技巧</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：16 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第三学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
2	ERP 沙盘模拟实训	<p>(1) 主要的几个实践项目：物理沙盘的使用规则；电子沙盘的使用规则；记录单据的使用；在初始条件给定的情况下模拟当年或连续多年的经营</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生掌握企业整个运作流程，涉及市场营销、流程管理、采购、生产、产品研发、</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：64 个学时</p> <p>(4) 授课学期：</p>

		销售等多部门的业务	<p>第三学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
3	直播初级技能实训	<p>初级技能实训强调学员之间的合作和技能之间的整合，实训以小组形式展开，每个小组分配一个需要多项技能组合才能完成的综合性短期电商项目，项目以实训方案的形式描述，实训项目方案包含三个部分。</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：64 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第五学期</p> <p>(5) 准备工作：安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
4	商务礼仪	<p>(1) 主要的几个实践项目：商务人员的仪容礼仪；职业着装的基本原则；商务人员的举止礼仪；商务活动礼仪及办公礼仪</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p>

		训练学生熟练掌握不同场合的着装举止文明等	<p>(3) 实训课时：54 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第五学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
5	认识实习	<p>(1) 主要的几个实践项目：参观企业；听企业负责人介绍企业状况；座谈会</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，学生了解企业的组织架构和企业文化，熟悉市场营销、采购、物流等部门的工作职责和运作流程，增强对本专业的感性认识</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：三名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时：18 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第一学期</p> <p>(5) 准备工作：联系好企业，安排好实训项目</p> <p>(6) 实施建议：加强现场指导</p>
6	跟岗实习	(1) 主要的几个实践项目：新零售营销；仓储配送；社区零售	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名</p>

		<p>(2) 通过完成这些项目训练, 学生对所实习的单位和企业进行全面、深入的调查、了解, 收集现场资料, 并对现场资料进行归纳、整理, 会写出一般实习报告</p>	<p>专业教师</p> <p>(2) 教学方式: 由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时: 56 个学时</p> <p>(4) 授课学期: 第三学期</p> <p>(5) 准备工作: 联系好企业, 安排好实训项目</p> <p>(6) 实施建议: 要求学生要提前复习相关理论知识; 加强现场指导</p>
7	顶岗实习	<p>(1) 主要的几个实践项目: 新零售销售岗位实习; 新零售产品专员岗位实习; 新零售物流岗位实习; 新零售采购专员实习</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练, 训练学生熟练掌握企业完整的零售业务处理能力; 养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神, 增强学生的就业能力</p>	<p>完成该门课程, 需要:</p> <p>(1) 师资: 10 名专业教师</p> <p>(2) 教学方式: 由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时: 392 个学时</p> <p>(4) 授课学期: 第五学期</p> <p>(5) 准备工作: 由学生自己联系好企业, 安排好实训项目</p>

			(6) 实施建议： 要求学生遵守企业规章制度；跟踪指导和现场指导相结合
--	--	--	--

十一、实施保障

（一）师资队伍

本专业专任教师要求有强烈的事业心和高度的责任感，能够忠诚于党的教育事业，学而不厌，诲人不倦；能够坚持真理，坚持正义；具备深厚的营销理论功底，有较强的专业能力和语言表达能力；能够组织专业研究和专业实践；能够运用现代教育技术，善于汲取新知识和新思想；能够从事专业教学研究和课程开发；职业专业能力课程教师必须具有双师素质或具备行业专项技能；

1、专任教师：市场营销专任教师具有高校教师资格证，1年以上营销岗位工作经历，熟悉营销业务活动，精通营销专业的基本理论与知识，具有较强的教研与科研能力。

2、兼职教师：市场营销专业兼职教师具有3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得奖励；具有较强的教学组织能力。

专业教学团队中，高级职称教师比例不低于30%，中级职称教师比例40%左右。在校生与专任教师之比不高于25:1。教师结构总体上与课程结构相适应。

（二）教学设施

1. 校内实训基地

序号	实训室名称	设备	功能	软件
1	电子商务综合实训室	计算机70台、服务器1台、灯光设备、电子商务环境等	电子商务概论感性认识、电子商务静态网站设计、电子商务平面设计实训、电子商务动画设计实训。每年可供200名学	电子商务综合实训竞赛软件

		模拟软件各 1 套	生实验教学。	
2	电商创业实训室	计算机 20 套	模拟为网络营销、网店开设与运营等,搭建实验教学平台。每年可供 60 名学生实验教学。	
3	网络营销实训室 (机房四)	计算机 61 套, 服务器 1 台, 多媒体设备 (投影仪、幕布、音箱) 1 套	模拟为网络营销、网页设计, 网站建设等,搭建实验教学平台。每年可供 100 名学生实验教学。	
4	ERP 沙盘实训室	服务器 1 台 电脑 16 台	ERP 沙盘模拟实训	实物沙盘 电子沙盘
5	电商直播中心	直播室 10 间	网络直播实习实践, 可供 50 名学生分组上线直播运营	

2. 校外实践基地

序号	基地名称	基地功能	实践目的
1	泉州速腾科技网络科技有限公司	跨境电商、店铺运营	指导学生认识和了解企业跨境电商店铺运营等技能
2	泉州市百淘电子商务有限公司	店铺运营、营销	指导学生认识和了解企业跨境电商店铺运营等技能
3	厦门易尔通网络科技有限公司泉州分公司	网络营销, 新零售运营	指导学生创业、开展电子商务服务能力
4	泉州尚创网络科技有限公司	软件编程、网络营销	指导学生熟悉信息编程的认识
5	金天(厦门)进出口贸易有限公司	进出口贸易	指导学生认识和了解企业国际市场营销
6	中企动力科技有限公司泉州分公司	网络营销	指导学生认识和了解企业网络营销技能
7	厦门名鞋库网络科技有限公司	网络营销, 物流采购	指导学生认识物流采购流程及售后服务技能

(三) 教学资源

1、选用教材及参考资料

课程名称	教材名称	出版社	主编	出版时间	是否高职高专教材

管理学基础	管理学基础 (微课版 第3版)	人民邮电出版社	张金成	2021.7	是
供应链管理	供应链管理基础	高等教育出版社	马翔	2020.10	是
营销策划	营销策划(慕课版)	人民邮电出版社	王晓华 戚萌	2021.7	是
商务礼仪	商务礼仪实务(附微课视频 第4版)	人民邮电出版社	孙金明 王春风 万欢	2022.5	是
商务沟通	商务沟通(第三版)	东北财经大学出版社	程庆珊	2022.1	是
数据化运营	数据化运营管理	人民邮电出版社	张茹	2020.11	是
市场营销学	《现代市场营销》(第三版)	高等教育出版社	肖润松	2021.4	是

2、网络学习资源

教师和学生可以利用业务时间充分理论网络环境中的信息资源进行学习,常见的一些网络学习资源有网络课程、网络课件、电子图书等,如:

- (1) 中国大学 MOOC <https://www.icourse163.org/>
- (2) 智慧职教 <https://www.icve.com.cn/>
- (3) 中国职业培训在线 <https://px.class.com.cn/custom/index>
- (4) 超星数字图书馆 <http://book.chaoxing.com/>
- (5) 国家图书馆 <http://www.nlc.cn/>

(四) 教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则,各专业课程教学中根据课程性质,灵活采用班级授课、分组教学、现场教学、专题讲座等形式组织教学,综合运用讲授法、讨论法、直观演示法、案例教学法、任务驱动法、分组讨论法、情境教学法、角色扮演法、翻转课堂等教学方法,充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空间等信息化手

段实施教学，以培养学生各方面的能力，如使用分组讨论法培养学生主动学习能力、协调能力、语言表达能力、团队协作能力，使用角色扮演法让学生了解营销经理、项目组成员、客户等角色的职责、作用及要求，还有是团队是如何分工协作的。使用的立体化教学手段包括课程网站、案例、项目实例、视频教程、微课、阅读材料等。教学过程中，通过校企合作、校内实训基地建设等多种途径，采取生产性实训、任务驱动、项目教学等形式，给学生提供丰富的实践机会。适当选取多门课程，按照学生原有课程基础、自身学习兴趣、学习能力、毕业后升学意向和就业意向开展分层教学。充分利用自主学习平台，实现课堂教学和网络自主学习相结合，既有集中授课，又强调自主学习，拓宽课堂视野。

（五）教学评价

学生学业成绩评价尽量避免传统的笔试方式，提倡采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力，如以证代考、项目考核、作品考核、操作考核、调查报告等，考核内容包括平时作业、课堂提问、课堂讨论、技术文档、作品、实训操作等，在课程学习评价考核时采用以证代考、项目考核、作品考核、操作考核、调查报告、书面报告、口试、学分认定等多样化的考核形式，综合学生评价、组长评价、教师评价和社会评价等四个方面，从考勤、课堂表现、任务完成情况、知识测试、学生自评、学生互评、组长评价、企业评价和教师评价等多个维度，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价，评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队管理，让学生在活动中增

加团队合作意识和开拓创新能力。

（各课程评价方式与标准略有差异，详见各课程标准）。

（六）质量管理

建立、推进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、人才培养方案更新、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，达成人才培养目标。

完善教学管理机制，加强日常教学组织与管理，健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

改革传统的学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式；应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。关注课程学习评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试等多种方式，注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

完善毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，适时对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行调查分析，定期评价人

才培养质量和培养目标达成情况。

十二、教学实施要求

(一) “三堂联动，六化育人”教学实施要求

序号	名称	课程名称（活动名称）	目标及内容	学分统计
1	制度文化	入学教育及军事技能训练	以学生的全面发展为目标，针对民办高职院校学生特点遵循学生身心发展规律，建章立制，用制度文化规范人，用科学的制度推动严谨、规范、精细的学生管理，形成和谐的制度化生活学习方式，增强育人新成效	2
2	环境文化	ERP 沙盘实训	ERP 沙盘模拟使学生置身于企业决策过程，使学生对企业的整个经营管理过程有了非常透彻的了解，帮助学生培养团队协作精神、逻辑思维能力、组织与计划能力、创新能力和及时应变能力	4
3	行为文化	商务礼仪实训	以学生行为规范和礼仪习惯为着力点，不断提升学生职业道德意识	2
4	精神文化	中国优秀传统文化	以校风、教风、学风建设为切入点，打造	2

			独具华光魅力的精神文化，引导学生“扣好人生的第一粒扣子”，让学生在主动实践体验中汲取精神文化营养，内强素质，外塑形象努力，成为道德纯洁、理想高尚的人	
5	艺术文化	宿舍文化节、科技文化艺术节	营造浓厚的艺术文化氛围，着力提升校园文化品位，让学生在富有华光特色的艺术氛围中健康成长，促进学生全面发展	
6	职场文化	直播初级技能实训、ERP 沙盘实训	通过实验，用行业、企业的职业道德标准影响和塑造学生的良好行为习惯	7

（二）就业创业教学实施要求

针对本专业的特点，邀请企业家为学生开设创业讲座，实施职业生涯规划 and 就业创业教育，提高学生的创业意识、就业能力，将课堂教学与创业实践相结合。

通过项目训练市场营销技能比赛等形式培养学生对网络营销处置与分析，强化在信息化环境下对营销业务的处理能力。

（三）毕业设计教学实施要求

毕业设计是本专业实务性应用研究的一门重要开放式、必修课程，主要是培养学生掌握专业理论基础知识和基本技能，提升将知识与技能在实际工作中整合应用的能力、学习能力、团队合作的工作态度精神、独立思考研究及创新的能力、解决问题的逻辑思考能力、实际项目操作的能力，提升论文撰写与口头报告能力等关键能力，并由此提供学生一个提升自我能力及训练的机会。

根据我院《毕业设计（论文）文件汇编》的要求，以提高学生专业能力和关键能力为目标，在第五学期分阶段修读，共计 8 学分。学生可以依据职业发展需要或个人兴趣选取一个专题进行实务专题制作或撰写调查报告，在专、兼教师指导下完成。

1、毕业设计内容及要求

毕业设计包括文献收集、编写设计方案、制作与研究以及答辩等阶段性内容。毕业设计应综合考虑职业岗位专业知识技能和职业核心能力教育教学需要，编制出具有可行性课程实施计划。

2、组织实施

（1）在专业建设指导委员会的指导下，专、兼教师组成毕业设计指导小组提供题目，学生应依据职业发展需要或个人兴趣选取一个

专题进行制作或撰写调查报告。

(2) 在毕业设计实施前，应开设专题讲座，让学生了解什么是关键能力，怎么样培养提高关键能力，使学生明确毕业设计要求与目标。

(3) 选题流程。指导教师公示题目，学生自主选题，经系批准后开展专题制作或进行调查报告，在实施过程中，若更换题目或指导教师的可按学院规定的程序进行。

(4) 在毕业设计实施过程中，指导教师通过引导、提醒、解答、鼓励、表扬等办法帮助学生开展专题制作或调查报告，记录学生各个关键技能的具体表现。

(5) 答辩。答辩开始前，学生需将专题报告或毕业调查报告等资料提交给指导教师；指导教师应审查所提交的内容是否符合要求，并在签署审核后向系提交参加答辩的学生名单；专题制作报告或作品（实物）未能提交者，不能申请参加答辩。

3、考核办法

(1) 毕业设计考核有两部分组成，一是专业能力考核，可根据学生在选题、文献收集、方案设计、专题制作等过程中专业知识应用、技能操作、创新力等情况进行成绩评定；二是关键能力考核，关键能力考核没有统一标准，一般以 70 分为起点分，通过各阶段实施后，指导教师观察学生关键能力升幅情况而评定学生成绩。

(2) 文献收集阶段的考核。由小组成员相互自评和指导教师评鉴构成，其中组内成员之间相互自评（平均值）和指导教师对组内每一成员之评鉴各占成绩的 50%。

(3) 编写实务专题方案或毕业调查报告的考核。方案或调查报

告应具有科学性、实用性、逻辑性，总字数应该在 4000 字左右，不得少于 3000 字，要求立论正确、结构合理、条理清楚、内容完整、资料详实、文字通顺、引文规范；格式要求见《泉州华光职业学院毕业论文（调查报告）规范化要求》。考核成绩分优秀、良好、中等、合格和不合格五个等级。若评为不及格，限期更改，一个月后再次组织评审，如果仍为不及格，则重修。

（4）答辩阶段。由系指派三位教师（含企业人员）对优秀毕业设计成果进行答辩评分。答辩评分占成果总得分 50%，答辩评分不及格者，限期更改。

（四）认知实习教学实施要求

认知实习是学生在即将开始学习本专业理论课程之前进行的一个重要实践教学环节，通过认知实习，让学生对本专业建立感性认识，并进一步了解本专业的学习实践环节。

1、认知实习安排

- （1）实习时间：新生开学后二周内进行
- （2）实习对象：一年级市场营销专业学生
- （3）实习地点：校外实训基地
- （4）实习内容：了解企业的组织架构和企业文化，熟悉新零售营销、社区营销、零售采购等部门的工作职责和运作流程。

2、实习要求

- （1）实习期间注意自己的着装，不能穿背心、短裤和拖鞋。
- （2）实习期间一定要听从带队老师的指挥，不要擅自离队。
- （3）不得迟到、早退，如因特殊原因不能按时到达或不能去实

习应向带队老师请假。

(4) 实习期间仔细观察，认真听老师或师傅的讲解，遇到不懂得地方可以提出来，随时做笔记。

(5) 实习期间要严肃认真，禁止喧哗打闹。

3、实习考核评价

评分内容	评价目标	评分标准	评价方式	评价分值
实习报告	考核学生对知识、方法的掌握和学习过程中出现现象的理解与解释能力，侧重于学生智能因素的考核	报告的书写质量、字数、规范性；报告内容的完整性；与专业的相关性；对专业的前瞻性	教师评价	60%
过程考核	端正学生在认识实习过程中的态度，培养其组织性及纪律性，使其在实习过程中有最大的收获	学生在实践、参观、学习过程中的积极性、出勤表现，根据学生的综合表现进行评分	企业教师评价 40%，校内教师评价 60%	40%
综合得分	100			

(五) 跟岗实习教学实施要求

跟岗实习是在学生在校学习市场营销专业理论课及专业课的基础上，为全面验证所学理论和了解市场营销岗位而进行的实践教学环节，引导学生理论联系实际，使学生拓宽视野，增强对社会、国情和专业背景的了解；获得实际工作的知识和技能，进一步拓宽学生的专业理论知识，培养学生综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力、实践动手能力和创新能力；增强劳动观念，培养学生的敬业、创业和合作精神，是培养学生综合运用所学专业的基本理论、基本方法、

基本技能、理论联系实际、独立地分析问题、解决问题能力的重要环节。

1、实习的目的

(1) 使学生通过调查研究，深入地了解企业在经济管理、传统营销，零售营销，物流管理等衍生服务等经济活动等方面的现状和经验，巩固所学专业的理论知识，并为以后就业作好充分准备。

(2) 通过跟岗实习，更好地理解新零售工作的性质、特点，明确零售营销工作在经济活动中的重要地位。较全面、深入地了解零售工作的意义，熟悉新零售的形式、新零售的管理与设计，使学生对新零售工作实践有一个较全面的感性认识。

(3) 通过跟岗实习，了解新零售工作的具体操作程序和方法，掌握正确处理新零售业务的能力和技巧。

(4) 通过跟岗实习，培养学生观察问题、分析问题和解决问题的能力，为今后较顺利地走上工作岗位打下一定的基础。

(5) 通过跟岗实习，培养学生理论和实践相结合的能力，培养实事求是的工作作风，踏踏实实的工作态度，树立良好的职业道德和组织纪律观念。

2、跟岗实习的基本内容、目标

跟岗实习是学生接触实践的教学过程，每个学生都要参加新零售各岗位的实务操作实习，在此基础上了解实习单位新零售工作的具体情况，将已学过的专业知识与实践相结合。

跟岗实习主要是对所实习的单位和企业进行全面、深入的调查、了解，认真收集现场资料，并对现场资料进行归纳、整理，写出一般实习报告。

3、教学形式

市场营销专业的跟岗实习的实习方式是对照实习内容,通过下列方法手段完成实习任务。

(1) 实习动员阶段: 由系领导进行实习动员,明确实习性质和目的;由指导教师下达实习任务书(指导书),明确实习要求和任务,拟定实习计划。

(2) 实习阶段: 学生深入实习单位进行实习,参与实习单位的会计核算和财务管理工作。

(3) 实习小结阶段: 实习外勤工作结束以后,学生撰写跟岗实习报告,进行实习经验交流。

在学生实习期间,指导教师应当定期或不定期地对学生的实习情况进行检查。检查可以采用与实习单位指导教师通讯联系、实地走访实习单位等方式。实习检查的主要内容包括:学生劳动纪律的遵守情况;学生工作的主动性;学生在实习过程中论文资料的收集情况等等。指导教师对学生实习的检查应当有书面记录;评定实习成绩时应充分考虑检查结果。

4、考核方式及成绩评定

学生实习成绩应综合体现学生在整个实习过程中的表现和所取得的成效。实习成绩由实习纪律、实习态度、业务能力和任务完成情况等项目构成。毕业实习成绩评定应参考实习单位对该实习生的实习鉴定、学生上交的实习日记、跟岗实习报告和指导教师的检查情况来确定。

(1) 考核方式

采取随时考查、定期抽查、评阅与答辩相结合方式

（2）成绩评定

实习成绩（20分满分为优）：由跟岗实习日记成绩、《跟岗实习过程报告》成绩、《跟岗实习总结报告》成绩四项折合组成，每项分为五个等级，分别为优、良、中、及格、不及格。具体标准如下：

①优秀标准

圆满完成大纲中规定的实习内容，认真撰写实习报告，报告中体现新的思想，实习表现优良。

②良好标准

80%完成大纲规定的实习内容，认真撰写实习报告，实习表现良好。

③中等标准

70%完成大纲规定的实习内容，较认真撰写实习报告，实习表现尚好。

④及格标准

60%完成大纲规定的实习内容，较认真撰写实习报告，实习表现一般。

⑤不及格标准

有下列情形之一者为不及格：实习内容完成60%以下；实习报告撰写不认真；40%以上的内容属抄袭他人；有严重违纪现象，如：不尊重现场人员、打仗、上班喝酒等；擅自离开实习现场3天以上者或参加实习时间不足三分之二者。

（3）实习结束学生必须提交的文件

（1）见习日志

①实行日记要记录实习的时间、地点、指导教师。

②记录每天的实习内容。要求文字简练，语句通顺，内容真实。

③实习收获和体会。

(2) 见习考核表

(六) 顶岗实习教学实施要求

专业顶岗实习为本专业学生联结学校课堂学习与岗位就业创业的桥梁，是学生从学校到社会实现人生转折的一个必经阶段。顶岗实习期间要加强学生职业理想、职业道德、从业创业知识指导教育，把按照学院制定的《泉州华光职业学院顶岗实习管理办法》，做为本专业学生顶岗实习实施管理的主要依据。

1、顶岗实习管理模式

顶岗实习按照校企共同制定实习计划、管理规定、评价标准，共同指导学生实习、评价学生成绩模式等开展实践教学，并由院领导、系部领导、指导教师和辅导员定期、分批、巡回到各实习点探望学生，召开座谈会，了解学生实习状况，解决学生实际问题，确保实习工作顺利进行；同时，在实习企业或实习城市，成立实习生临时党支部或团支部，充分发挥学生党员、团员在实习过程中的模范带头作用，以实现在实习过程中学生的自我服务、自我管理和自我约束。

2、顶岗实习时间

顶岗实习时间安排在第六学期完成，共 14 周。

3、顶岗实习地点

顶岗实习地点由学生自行联系实习单位。

4、顶岗实习要求

职业态度要求：爱岗敬业，工作踏实，学习能力强，树立主人翁的思想。

职业道德要求：节约、安全、文明生产。在实习过程中，要求学生始终坚持“安全第一”的理念，严格遵守工厂的规章制度，服从实习老师的统一管理。

实习岗位要求：顶岗实习的岗位应该是与本专业有关的工作岗位。

考核材料要求：提交顶岗实习记录、顶岗实习报告、顶岗实习考核表等相关材料，完成指导教师和学生顶岗实习各个阶段任务，并做好顶岗实习过程材料整理归档工作。

5、顶岗实习成绩评定

顶岗实习结束，由实习单位和学校老师共同评定顶岗实习成绩。根据学生实习期间组织纪、工作态度、任务完成情况、实习报告质量、实习单位意见、实习指导教师意见等进行综合考核，评定实习成绩。其中，组织纪律占 10%，工作态度占 10%，任务完成情况占 45%，实习报告占 15%，实习单位意见占 10%，实习指导教师意见占 10%。顶岗实习成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级记分制评定。

有下列情况之一的，成绩按不及格处理：①未达到实习大纲规定的基本要求，实习报告马虎潦草，或内容有明显错误；②未参加实习的时间超过全部实习时间三分之一以上者；③实习中有违纪行为，教育不改或有严重违纪行为者。

十三、毕业要求

学生通过规定年限的学习，完成各门课程学习及参与各教学环节活动，参加专业规定的实习，修满专业人才培养方案所规定的 139.5 学分，其中：公共基础课程模块 45 学分，专业基础课程模块 32 学分，专业核心课程模块 26 学分，专业拓展选修课程模块 36.5 学分，

达到本专业人才培养目标和培养规格的要求，并取得至少 1 个与专业相关的职业技能等级证书，如互联网营销师、网店运营推广（中级）等，准予毕业。

十四、继续学习建议

（一）专升本对应相关专业

市场营销、电子商务、网络与新媒体、现代物流管理

（二）提升职业资格渠道

（1）互联网营销师

（2）1+X 证书

培训评价组织名称	证书名称
北京鸿科经纬有限公司	网店运营推广（中级）

十五、说明

1. 根据人才培养目标、专业特点和岗位对人才知识、能力、素质的要求，对课程作了调整和优化。

2. 本培养方案采取“2.25+0.75”（可改）的培养模式。

3. 学生必须修满综合能力拓展模块 10 学分，相关修读、认定标准见教学计划表。

4. 在执行本方案过程中，各二级学院可根据实际情况作适当调整，但必须通过规定程序报教务处审核、分管副校长审批，经批准后方可按调整方案执行。