

福建省泉州市农业学校



市场营销专业人才培养方案

(三年制 2022 级)

财经学科

2022 年 6 月 修订

目录

一、专业名称与专业代码	1
二、入学要求	1
三、基本学制	1
四、培养目标	1
五、职业岗位、职业资格	1
六、人才规格	2
(一) 思政素质和劳动素养	2
(二) 职业素养	2
(三) 专业知识和技能	2
七、主要升学专业	4
八、课程结构	4
九、课程设置	5
(一) 公共基础课	5
(二) 专业技能课	5
十、教学时间	9
(一) 基本要求	9
(二) 教学安排	9
十一、教学实施	10
(一) 教学要求	10
(二) 教学管理	11
十二、教学评价	11
十三、实训实习环境	12
(一) 校内实训室	12
(二) 校外实训基地	12
十四、师资队伍建设	13
十五、毕业条件	13
十六、编制说明	13

福建省泉州市农业学校

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（专业代码 730602）

二、入学要求

入学要求：初中应届毕业生

三、基本学制

基本学制：3年

四、培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的职业道德和职业素养，具有艰苦奋斗、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神；既掌握市场营销专业所必备的基本理论知识，又具有市场分析、销售与管理、客户服务、营销策划等综合职业能力，能进行有效沟通，独立分析问题和解决问题，具有一定创新能力，综合素质优良。具备职业生涯发展和终身学习能力，能胜任门店运营、市场推广、商品销售、客户服务等工作的高素质劳动者和技能型人才。

五、职业岗位、职业资格

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书（1+X）	专业（技能）方向	继续升学专业
1	调查员、业务员、市场推广员	营销员	市场推广	高职： 1. 市场营销； 2. 工商管理； 3. 电子商务
2	促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员	营业员	商品销售	
3	收银员、前台接待员、售后服务	营销员	客户服务	

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下思政素质、职业素养、专业知识和技能。

（一）思政素质和劳动素养

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，掌握马克思主义理论，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国感和中华民族自豪感。

（2）树立科学的世界观、人生观、价值观，坚定“四个自信”。

（3）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、客观公正、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（4）具有艰苦朴素、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神。

（二）职业素养

1. 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。

2. 知礼仪，守诚信，有责任意识。

3. 能够廉洁自律，坚持公平交易、诚信交易的营销工作原则。

4. 具有较强的心理承受挫折能力。

5. 具有团队合作精神，良好的人际沟通能力。

6. 具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力。

7. 具有从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力。

8. 具有正确处理客户关系，与客户建立良好的关系的能力。

9. 具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力。

10. 能根据企业营销目标开展产品推广活动，具备从事市场营销策划的能力。

（三）专业知识和技能

1. 了解营销类型、理念。

2. 能够根据采购计划进行订单跟踪，完成采购任务。
3. 能够进行商品的保管、调配与出入库操作。
4. 能够根据经营需要，熟练进行商品的陈列与维护。
5. 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心理决策过程的差异。
6. 能够进行基本的会计记账、报表工作。
7. 具备较强的商务谈判能力，善于排除客户异议，能够对客户进行信息跟踪，促成交易。
8. 了解网络营销的环境、战略计划与渠道策略，能够熟练运用各种网络营销方式开展营销活动。

9. 能够运用常用的促销方法进行活动组织和实施促销计划。

10. 能够根据公司现场管理标准，完成卖场标准化工作。

专业（技能）方向——市场推广方向

1. 能够根据调查方案执行市场调查。
2. 能够对调查问卷进行数据录入、统计和进行一定的数据分析。
3. 了解商圈分析。顾客分析、目标顾客确定。
4. 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。

专业（技能）方向——商品销售方向

1. 能够根据不同商品的不同系列进行区域的陈列与展示、并能根据促销主题、销售主题等，及时调整商品展示。
2. 能够根据客户需要推销，完成商品售前、售中和售后服务工作。
3. 能够运用各种推销手段和谈判技巧，进行顾客异议处理并促成交易。
4. 能够针对不同的成品进行促销策划，并运用多种方式实施营业推广。

专业（技能）方向——客户服务方向

1. 能够进行客户资料的收集、整理维护和建立客户电子档案。

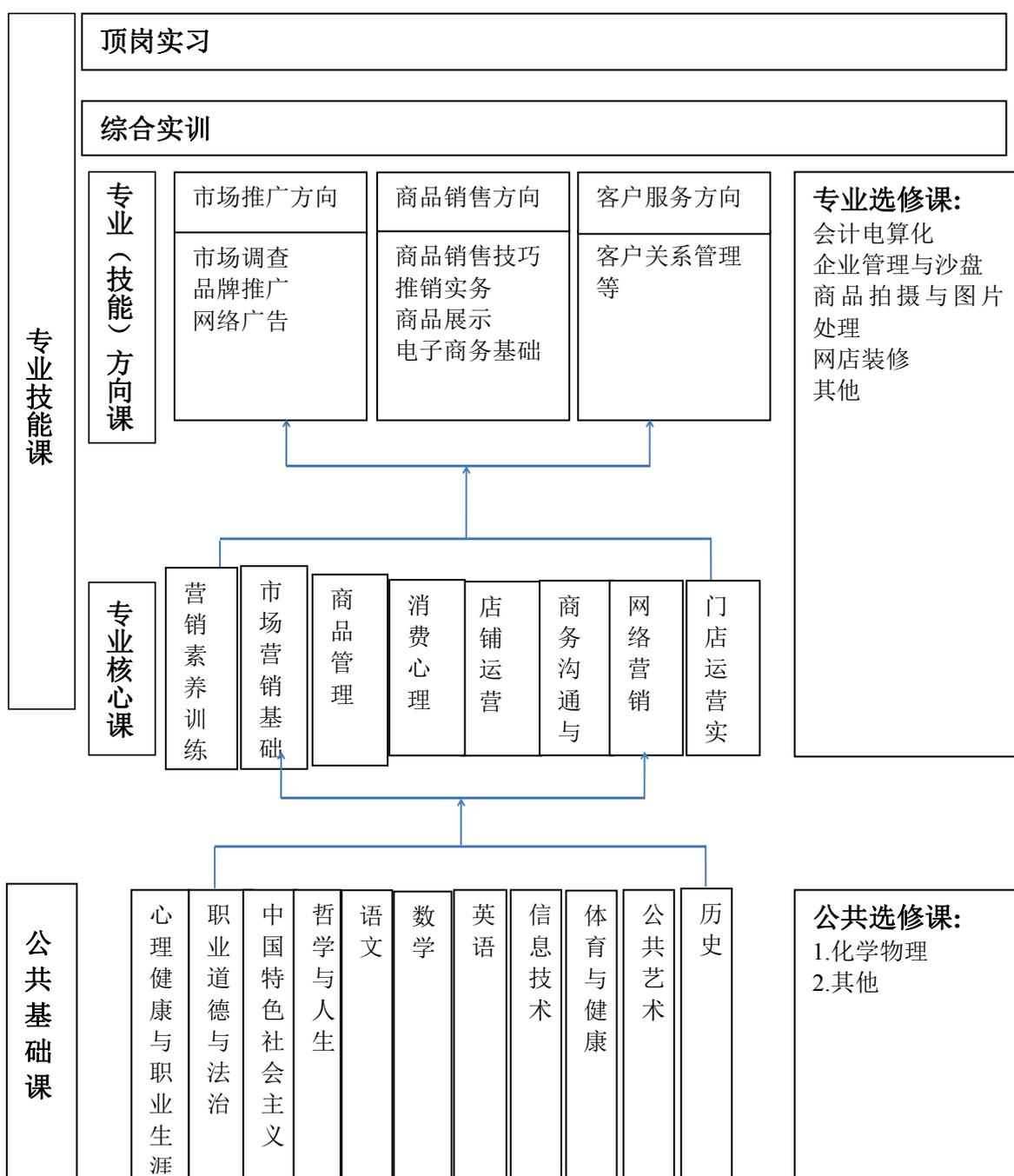
2. 能够建立商品的电子信息档案，并定期进行整理和维护。
3. 能够为客户解答和提供商品的售前、售中、售后等服务信息。
4. 能够综合运用语言技巧、商务礼仪等为客户提供满意的接待服务和投诉处理。

七、主要升学专业

高职：连锁经营管理、市场营销、项目管理、工商行政管理、电子商务

本科：市场营销、电子商务、工商管理

八、课程结构



九、课程设置

本专业课程设置分为公共基础课和专业（技能）课。

公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业（技能）课包括专业核心课、专业（技能）方向课、专业选修课，实习实训是专业技能课教学的重要内容，包括校内实训、顶岗实习等形式。

（一）公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与职业实际和行业发展密切结合	36
2	职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
3	中国特色社会主义	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设专业实际和行业发展密切结合	36
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际的行业发展密切	36
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现职业特色	216
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	216
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
8	信息技术	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色	144
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并与专业实际的行业发展密切结合	144
10	公共艺术	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并与专业实际的行业发展密切结合	36
11	历史	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，并与专业实际的行业发展密切结合	36

（二）专业技能课

1. 专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	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	72
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	180+ 64

		组合的基本原理，掌握实施营销组合策略的基本方法	
3	商品管理	了解商品采购的相关知识，能够按照计划进行商品采购；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	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者决策的作用	72
5	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的方法；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
6	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
7	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、虚库存等库存差异的特殊盘点、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
8	店铺运营	店铺开设、店铺管理、营销推广、客户管理。通过本课程的学习，使同学们对如何开设淘宝店铺、并进行推广运营有一定的了解，具备开店的专业知识和能力	72

2. 专业技能方向课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	市场调查	了解市场调查与分析的方法；了解市场调查的基本知识；掌握调查问卷实际的方法；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	36
2	网络广告实务	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，能制作广告定位、广告策划、广告文化与经营管理实效的关系	36
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；学会接待方向、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
4	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；掌握零售名称的环境气氛设计，能够按照商品分类进行相应的商品布局、陈列、展示；掌握判断各科的购买意图的方法；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；了解顾客完成交易	36
5	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，掌握针对一般送推销	36

		的方法；了解顾客异议的类型、原因及处理方法	
6	商品展示	了解店面的布局基本原则、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
7	基础会计	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，掌握企业决策、预算的相关知识；能进行基本的会计记账、报销工作	108
8	电子商务基础	包括电子商务概述、电子商务的运作、电子交易与支付、网络营销与策划、电子商务安全技术、电子商务物流管理和电子商务客户服务等内容。	72
9	客户关系管理	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，对现有顾客教学分类管理；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	36
10			

3. 专业选修课

- (1) 会计电算化。72 学时
- (2) 企业管理与沙盘。72 学时
- (3) 商品拍摄与图片处理。72 学时
- (4) 网店装修。72 学时
- (6) 其它

4. 综合实训

采取集中实训或社会实践的教学组织形式，组织学生教学导购、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，具体安排如下表：

综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
导购岗位实训	4 学时	通过“铁人”王进喜、“掏粪工人”时传祥等劳模事迹，告诉学生们在平凡的岗位上也可以做出不平凡的事业，对学生进行职业道德的认识和职业素养培养。	校内
	26 学时	训练导购的方法、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，达到独立上岗操作水平，能处理常见的故障	
推销岗位实训	24 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
	6 学时	根据推销过程中可能出现的各种情境进行模拟，锻炼学生的心境，培养学生乐观向上，积极进取，越挫越勇、屡败屡战的精神。	
经营管理岗位实训	30 学时	了解人员激励及绩效管理的相关知识，了解企业的组织结构、管理的相关规章制度，梳理服务意	校内

		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。	
基础会计模拟实训	30 学时	按照财政部颁布的《企业会计准则》和《会计基础工作规范》要求，让学生学会填制和审核原始凭证，编制和审核记账凭证，编制科目汇总表，登记账簿和编制会计报表。	校内
网络营销岗位实训	30 学时	掌握网络营销岗位所需的基本技能。市场调研与创业计划、网店建设与页面设计、供应商引进与商品管理、促销活动策划、网络宣传推广、支付方式与配送方式、客户服务与订单处理	校内
个人创业实训	24 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
	6 学时	通过成功创业案例，激发学生们的创业热情，告诫学生，只有吃得苦中苦，方能成为人上人，成功不是随随便便的，必须要锻炼出吃苦耐劳、积极向上的精神和具备勇往直前的毅力。	

5. 顶岗实习（集中劳动教育 10-12 课时）

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，严格执行教育部、财政部《中等职业学校学生实习管理办法》的规定，加强学生顶岗实习指导，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段有计划地推荐学生实习。

顶岗实习安排在学时不少于 18 周共计 540 学时，在顶岗实习前学科应组织实习学生进行 2-4 个学时实习劳动教育动员，要求学生与学校、实习单位签订实习协议和实习承诺，教育实习学生弘扬艰苦奋斗、吃苦耐劳、积极进取的劳动精神、劳模精神和工匠精神。要遵守实习单位工作制度，尊敬实习单位领导和实习指导教师，虚心实践专业技能，勤于思考，乐于动手，积极参与企业生产劳动，树立正确的劳动观念。

顶岗实习过程中，每个指导教师应定期下点对学生进行集中劳动教育，不少于 2 次，8 课时。每周安排 2 个学时的时间让学生汇报个人或小组实习工作情况，执行岗位工作考核要求等，逐步引导学生正确对待实习工作，养成爱岗敬业、互相协作的团队工作作风。顶岗实习后学生能更深入地了解企业相关岗位的工作环境和管理要求，熟悉企业生产经营活动过程，明确市营相关岗位的工作任务与职责权限，能够用所学知识和技能。

产教融合、校企合作是职业院校提升办学质量的必由之路，我校依托构建校企合作平台，坚持围绕产业振兴和企业创新办市场营销专业，有效对接泉州产业发展和企业需求，不断优化课程设置，与企业共同制定顶岗实习方案，实现专业设置与产业发展、课

程内容与职业能力、教学过程与营销过程的三对接，全面提升教育教学的质量。同时把商业化和实战化实训教学环境搬进学校，让学生有机会将所学的营销理论在实践中检验，全面参与消费者行为分析、市场环境调查、竞争对手分析、市场营销战略制定、市场营销组织实施的全过程，在实训教学环境中培养学生的兴趣爱好、洞察能力、创新意识、合作意识，着力提升学生应对复杂市场营销环境的应战能力。

十、教学时间

(一) 基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时平均为 28 学时，顶岗实习按每周 30 小时安排（1 小时折合 1 学时），3 年总学时数为 3360。

18 学时为 1 学分，3 年总分 180 学分。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动，以 1 周 1 学分。公共基础课 1080 学时，占比 31.14%，选修课 288 学时，占 8.57%，实践比占 61.37%

(二) 教学安排

课程类别	课程类别	课程名称	学分数	学时数		各学期周学时分布						
				总学时	其中		第一学年		第二学年		第三学年	
					授课	实践	一(10周)	二	三	四	五	六
文化基础课程	必修	语文（会考）	12	216	144	72	4	4	2	2		
		心理健康与职业生涯	2	36	30	6		2				
		哲学与人生	2	36	30	6			2			
		英语	8	144	72	72	2	2	2	2		
		数学	12	216	108	108	2	2	4	4		
		信息技术（会考）	8	144	72	72	4	4				
		职业道德与法治	2	36	30	6				2		
		中国特色社会主义	2	36	30	6	2					
		公共艺术（美术）	2	36	16	20		2				
		历史	2	36	20	16		2				
		体育	8	144	24	120	2	2	2	2		
小 计		60	1080	576	504	16	20	12	12	0	0	
专业核心课程	必修	市场营销基础	6	108	58	50			4	2		
		市场营销基础习题课	4	72		72				4		
		营销素养训练	4	72	36	36		4				
		商品管理	4	72	36	36			4			
		商务沟通与谈判	4	72	36	36						4
		消费心理学	4	72	50	22				4		
		门店运营实务	4	72	36	36						4
		网络营销	4	72	36	36			4			
		店铺运营（含 1+X）	4	72	36	36				4		

		专业技能训练	2	36	6	30				2			
		小 计	40	720	330	390	0	4	12	16	0	8	
专业技能方向课	必修	客户关系管理	2	36	18	18						2	
		网络广告实务	2	36	18	18							2
		基础会计	6	108	72	36	6						
		电子商务基础	4	72	36	36	4						
		商品销售技巧	2	36	18	18							2
		推销实务	2	36	18	18							2
		市场调查	2	36	18	18							2
		品牌推广	2	36	18	18							2
		商品展示	2	36	18	18	2						
				小 计	24	432	234	198	12	0	0	0	
专业选修课	公共选修课 化学 物理	会计电算化	4	72	36	36		4					
		商务软文写作											
		商品拍摄与图片处理	4	72	36	36						4	
		企业管理与沙盘	4	72	50	22			4				
		网店装修	4	72	36	36						4	
		小 计	16	288	158	130	0	4	4	0	0	0	8
其它	加分	顶岗实习									30		
		小 计	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	
集中实践课程	必修	军训	1	30		30	1周						
		入学教育	0.4	12		12	2天						
		社会实践劳动	1	30		30	1周						
		导购岗位实训	1	30		30		1周					
		推销岗位实训	1	30		30			1周				
		个人创业实训	1	30		30					1周		
		网络营销岗位实习	1	30		30				1周			
		基础会计模拟实训	1	30		30		1周					
		经营管理岗位实训	1	30		30			1周				
		顶岗实习	30	540		540						18周	
		跟岗综合实训	1	30		30						1周	
		毕业教育	0.6	18		18						3天	
				小 计	40	840	0	840	0	0	0	0	0
		总 计			180	3360	1298	2062	28	28	28	28	30

十一、教学实施

（一）教学要求

公共基础课按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，不断推进教学方法、教学组织形式的改革，加强教学手段、教学模式创新，积极调动学生学习积极性，促进学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展。

将学生专业素质培养与教学内容结合起来，使公共基础课程的教学内容更具实用性

和针对性，配合好专业技能课程教学。课程设置更加贴近学生，做到能力培养和行为养成相统一，促进学生全面发展和综合职业能力的提高。

专业技能课按照营销职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学生，做中教”的重要教育教学特色。提倡教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情景教学等方法，利用校内外实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结合。

（二）教学管理

坚持把立德树人作为根本任务，不断加强学校思想政治工作，融入思想道德教育、文化教育、技术技能培养、社会实践教育各环节，推动政治思想工作体系贯穿教学体系、教学体系、管理体系，切实提高学校思想政治工作和管理质量。

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。

十二、教学评价

积极推进评价主体、评价方式、评价过程的多元化，学生考评体系遵循能力本位，采取“立体化、多样化、灵活化”考评原则，打破传统考核方式，采取实践与理论相结合、仿真与现场相结合、结果与过程相结合、动态与静态相结合、专业成绩与能力评估相结合，开放吸收家长、行业企业参与。校内外评价相结合，职业人技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价相结合。不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更关注知识在实践中运用于解决实际问题的能力水平，重视规范操作、安全文明生产等职业素质的形成，以及节约能源、节省原材料与爱护生产设备，保护环境等意识与观念的树立。

改变单一考试评价方式，除试卷外，案例分析、操作比赛、设计策划、演讲辩论等形式多样的开放式考试方式，并建立开卷考试、过程考核、分散考核等灵活多样的考核方式。考核的结果强调客观化、具体化、透明公开化，以小组为单位进行的考核强调学生的团队协作性和创新性，通过考核发挥学生的想象力、创造力和多向思维能力。

十三、实训实习环境

本专业优化配备了校内实训实习室和校外实训基地。

(一) 校内实训室：

校内实训实习配备了具备导购岗位实训、推销岗位实训、网络营销岗位实训、基础会计模拟实训、经营管理岗位实训等实训室，主要设施设备见表下。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备名称
1	电子商务实训室. 收银实训室 (商品销售)	货架、商品
		投影仪
		商品销售及电子商务软件
		收银台. 收银机.
2	沙盘实训室 (门店运营实训室) (营销实务实训室)	计算机
		办公桌椅
		文件柜
		打印机
		传真机
		扫描仪
		音响
		投影仪
		交换机、服务器
		多功能工作桌(谈判、会议、pop制作等)
		模拟经营沙盘软件
		门店运营管理软件
		营销实务管理软件
3	会计电算化实训室	计算机
		办公桌椅
		营销沙盘
		多功能工作桌(谈判、会议、pop制作等)
		投影仪
		交换机、服务器
		畅捷通 T3 软件、金蝶软件等会计电算化软件
厦门网中网会计手工软件		
4	会计模拟实训(手工实训室)	办公桌椅、会计凭证、会计账簿、会计报表

(二) 校外实训基地

校外实训基地选取了具有一定商业氛围的优势企业，具备学生实训条件，实训设备设施配置合理，能够承担商品销售、门店运营、营销实务操作等方面的营销训练。通过加强校企合作，不仅可以使学生深入了解和接触企业的真实经营，也可以帮助企业在实践中考查、选拔人才。激发学生的学习兴趣，实现自我的欲望，体现了实践环节的意义。

我校积极推进产教融合、校企合作，构建校企合作平台，坚持立足产业办专业，有效对接企业需求，不断优化课程设置，与创新型、领军型企业共同制定人才培养方案，实现专业设置与产业需求、课程内容与职业标准、教学过程与营销过程的三对接，注重商业化和实战化实训教学环境的构建，在尊重市场客观规律的基础上，结合企业和个人营销实际，让学生在实践中将所学的营销理论得以运用，全面参与消费者行为分析、市场环境调查、竞争对手分析、市场营销战略制定、市场营销组织实施的全过程，在实训教学环境中注重培养学生的兴趣爱好、洞察能力、创新意识、合作意识，着力提升学生应对复杂市场营销环境的实战能力。

十四、师资队伍建设

我校根据教育部颁发的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的规定，加强教师队伍建设，优化配置教师资源；鼓励教师考取与营销专业相关的各种职业资格证书；有计划地安排专业教师到企业挂职锻炼、顶岗实践；建立一支稳定的、热心职教事业、具有丰富营销实践经验的兼职教师队伍，主要承担实践技能型课程和实训项目教学任务，加强对我校专任教师在实训实践方面进行培养。鼓励专业教师多方位报考税务师、会计师、经济师、律师或其他系列职称，力求 5 年内本专业学科“双师型”教师从现有的 50% 提高到 60% 以上。完善“双师型”专业教师团队，着力培养 1-2 名专业带头人，再培养 2 名骨干教师和 2 名青年教学能手。

师资队伍素质决定了受教育者接受教育的质量，我校逐步加强师资队伍建设，更新教学方法，转变考试方式。我校采用校企双主体育人、教师“双岗互聘”教育模式，同时我校组织教师假期去企业挂职锻炼，真正的深入企业，了解行业动态，锤炼实践能力。积极推进课堂教学改革，改变灌输式教育、应试教育模式，向启发式教育、创造性教育转变。用恰当的方式引发学生的思考，用科学和人文精神鼓励学生探索，指导学生改变学习方法，通过讨论、演讲等多种方式锻炼其思维能力、表达能力及创新能力。

十五、毕业条件

毕业要求：学业水平合格性考试 D 级以上，修完规定课程，学分 180 分以上，顶岗实训实习成绩均为合格。

十六、编制说明

本方案，主要根据（教职成〔2019〕13 号）《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》，结合《福建省现代职业教育发展规划（2017-2020年）》（闽教职成〔2017〕69号），以及《教育部关于职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》编制。

专业实践课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容，强化与后续高等职业教育课程衔接。

落实“2.5+0.5”人才培养模式，学生校内学习5个学期，校外顶岗实习不超过1学期。按28学时每周计算；第5学期顶岗实习按30学时每周计算，第6学期(含毕业教育等)18或19周。