

揭阳职业技术学院

2022 级 市场营销 专业（530605）

人才培养方案

（专业负责人：陈晓 教研室主任：罗帆帆 系主任：林汉顺 ）

一、招生对象与学制

1. 招生对象：高中毕业生或具有同等学力者
2. 学制：全日制三年

二、职业面向

（一）主要职业岗位

毕业生主要在工商企业、广告公司、管理咨询公司等企业和非营利组织从事市场调研、营销策划、广告文案策划、营销推广、销售管理等营销管理工作或进行自主创业。

1. 企业销售代表
2. 市场调研专员
3. 广告文案专员
4. 互联网营销师助理
5. 新媒体运营专员
6. 小微商业、企业创业者

（二）发展岗位

1. 企业销售经理或区域销售经理
2. 市场经理或市场主管

3. 广告文案主管
4. 互联网营销师
5. 新媒体运营主管
6. 中小商业、企业创业者

三、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系。能够掌握管理学、经济学、市场营销学的基本理论方法和市场营销专业技能，具备创新创业思维和综合运用相关知识发现、分析和解决营销实际问题的能力，能够在营利性和非营利性机构从事市场调研、营销策划、广告文案策划、营销推广、销售管理等营销管理工作或进行自主创业的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进头脑，积极培育和践行社会主义核心价值观。主要学习管理学、经济学、市场营销以及工商管理学科的基本理论知识，受到科学的定性与定量管理方法与技巧的基本训练，具有分析和解决实际企业管理问题的基本能力，并突出实际动手能力和技能的培养。

要求学生掌握企业营销与销售管理的基本知识、基本技能以及市场调研、企划相关知识，掌握有关方针、政策和法规，具有较高的商务写作能

力、口头表达能力、外语及计算机操作能力，尤其是营销调研与企划以及人际沟通能力；具备较强的信息获取能力以及分析解决企业实际问题的能力。

毕业生应获得以下的素质、知识和能力：

1. 基本素质

习近平新时代中国特色社会主义思想，是新时代坚持和发展中国特色社会主义、为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南。

具有较强的经济法制观念，能够在法律允许的范围内进行相关的企业经营活动，并能依法捍卫自己的权利。

具有体育运动和卫生保健知识，养成良好的锻炼身体、讲究卫生的习惯。掌握一定的运动技能，达到《国家体育锻炼标准》的要求。

具有坚强的意志力，情感判断能力和控制力，自尊、自信、自知、自警、自强的能力和乐观的心理品质。

具有较高的专业学习热情，具备工商企业管理专业高技能型人才所必须的基础知识、基本理论、基本技能和专业知识、专业技能。

2. 知识要求

(1) 掌握管理学、经济学的基本原理和现代企业管理的基本理论、基本知识。

(2) 掌握现代企业管理的定性、定量的科学分析方法。

(3) 掌握市场销售、调研、策划等系列基本知识。

(4) 掌握人力资源管理系列基本知识。

(5) 掌握产品推广、网络营销、广告文案策划等基本知识。

(6) 掌握计算机办公软件操作的相关知识。

(7) 了解我国企业管理的有关方针、政策，了解企业文化基本内涵以

及本学科的理论前沿和发展动态。

(8) 掌握自主创业的相关知识。

3. 能力要求

(1) 专业基本技能

1. 具有助理互联网营销师或同等实践操作技能水平；
2. 具有较强的计算机办公软件操作能力，较强的现代化办公设备操作使用能力；
3. 具有较强的语言文字口头、书面表达能力，具备较强人际沟通以及分析解决企业管理问题的基本能力，具备良好的与人合作与交流的能力；
4. 掌握数据收集、整理、分析的基本方法，具有市场调研以及初步研究的实际工作能力；
5. 具备自主创业的能力素质。

(2) 职业核心技能

1. 具备较强职业社会能力：与人交流、与人合作的能力，创新能力以及应用知识解决实际问题的能力；能独立以及与他人一起完成专业工作。
2. 具备较强职业方法能力：能够组织实施推销和商业谈判；具备商务礼仪规范应用能力；能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

四、职业证书

市场营销专业职业证书一览表

序号	证书名称	颁证部门	等级基本要求	备注
1	全国高等学校英语应用能力	相关部门	B 级	达到相关水平
2	全国高等学校计算机水平	相关部门	一级	
3	会计师	行业认证机构或 劳动和社会保障 部	初级	选择其中一项
4	互联网营销师		互联网营销师四级 / 中级工	
5	电子商务师		助理电子商务师、员	

五、课程设置及要求

（一）公共基础课程

1. 必修课

1.1 思想政治理论课（184 学时）

思想道德与法治，毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论，形势与政策和习近平法治思想概论课等。主要讲授“思想道德与法治”，“政治理论”，“形势与政策”等内容，培养学生具备正确的三观，运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决思想认识问题的能力，培养学生知法、守法、用法能力。

1.2 大学英语（136 学时）

讲授《大学英语》基本内容，主要分为读写和听说两大部分。目的在于帮助学生通过全国高等学校英语应用能力 B 级考试，增强和提高学生英语知识和英语技能，使他们在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口头和书面的信息交流，提高综合文化素养。

1.3 计算机应用基础（54 学时/48 学时）

本课程是一门计算机知识的入门课程，主要是计算机基础知识、基本概念和基本操作技能的学习和培养，计算机实用软件的使用以及计算机应用领域前沿知识的介绍。教学中注重计算机基础知识和应用能力培养相结合，为学生熟练使用计算机并进一步学习计算机有关知识打下基础。使学生掌握用微机处理信息的能力，并通过国家一级水平考试。主要内容有：计算机系统的基本知识、windows 操作系统、Office 办公软件、局域网和 Internet 的应用、常用软件的使用、计算机病毒防治等。

1.4 体育（104 学时）

通过体育基本理论的传授和有效的体育实践，增强学生的体质，促进学生身心健康的发展，培养学生体育锻炼的意志和能力。

1.5 大学语文（36 学时/32 学时）

讲授汉语言文学相关知识，培养学生的阅读与写作能力。

1.6 就业指导（36 学时）

讲授就业政策、就业观念、就业心理及就业必备的素质条件和能力。

1.7 美育（36 学时）

美育课程是大学生人文素质的主干课程，主要培养人的审美意识和审美观点，提高大学生的审美能力和美的创造能力。通过本课程的学习，全面提高学生的思想道德素质和科学文化素质，完善审美心理结构，促进身心健康发展。本课程主要包含音乐欣赏和美术欣赏两大方面。音乐欣赏主要内容包括：中外民歌欣赏、中外歌剧欣赏、中国民族乐器代表作品欣赏、西洋乐器代表作品欣赏等内容。美术欣赏主要内容包括国画欣赏、油画欣赏等。

1.8 大学生心理健康教育（18 学时）

结合当前大学生的实际情况，讲授有关心理健康方面的基本理论，帮助大学生学习了解心理健康知识，正确认识分析评价自己的身心健康和发展状况，学会调节完善自己的个性心理，保持心理的和谐与健康。

1.9 公益劳动（16 学时）

《公益劳动》课的课程内容包括由学校组织或认可的、在常规理论和实践教学以外所开展的有利于培养学生劳动能力和社会责任感的“公益服务类”和“劳动参与类”活动。具体见课程考核方案。

1.10 国家安全教育（12 学时）

本课程主要对学生进行国家安全意识、国家安全观念、国家安全和自觉维护国家安全的教育。

2. 限定选修课

2.1 国家人文历史

本课程授课内容为党史、国史文化。通过本课程的教学，主要是帮助学生认识近现代中国社会发展和革命、建设、改革的历史进程及其内在的规律性，了解国史、国情，深刻领会历史和人民是怎样选择了马克思主义，选择了中国共产党，选择了社会主义道路，选择了改革开放。懂得只有在中国共产党领导下，坚持社会主义道路，才能救中国和发展中国。帮助学生牢固树立中国特色社会主义理想信念，不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，文化自信，自觉担当起实现中国梦的历史使命。提高运用科学的历史观和方法论分析和评价历史问题、辨别历史是非和社会发展方向的能力。

2.2 中国地理国情

《中国地理国情》从地理空间的视角，围绕国家安全、节能减排、绿色环保、人口资源等热点问题，系统讲述我国自然资源禀赋与利用、地表生态格局、基本公共服务均等化、区域经济发展和城市建设的空间分布整体状况，地域空间所存在的差异，在宏观尺度上反映了生态环境与经济发展的关系、自然要素与人文要素的耦合程度。

通过课程的学习，让学生了解中国当前的基本地理国情，提高对当前我国资源、环境、区域经济、城乡建设等方面的认识，形成科学、全面的地理观、国情观，拓展学生的整体素质。

2.3 马克思主义中国化进程与青年学生使命担当

以课堂呈现的形式，讲授自马克思主义诞生以来的时代特点、马克思主义在中国的发展、不同时代青年的责任担当，重点讲授中国特色社会主义新时代、习近平新时代中国特色社会主义思想、当代青年学生的使命担当，引导学生认识到新时代催生新思想、新思想引领新时代，习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化最新成果，是当代中国马克思主义、21 世纪马克思主义，新时代学习和实践马克思主义，就是要学习和实践习近平新时代中国特色社会主义思想；引导学生认识到新时代赋予新使命、新使命要求新作为，当代青年学生身处中国特色社会主义新时代，肩负的使命就是坚持中国共产党领导，同人民一道，为实现“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

3. 全校公共选修课

要求学生至少选修 3 门课程，至少选修 3 个学分，累计 54 课时。全校公选课以培养兴趣爱好，提高学生自身素质水平为目的。

（二）专业技能课程

1. 专业核心课程

1.1 市场营销（64 学时）

市场营销组合，STP 战略，4P 理论的演进，结合实际企业市场营销行为，培养学生较全面、系统的营销理论知识，熟练市场营销的技术和方法，营销的战略战术及策略，学会使用各种营销工具、营销策划及分析方法。

1.2 管理学（64 学时）

管理理论的演进，管理的计划，组织，领导，控制职能理解，使其掌握基本的管理原理，培养学生的管理思想和大局观念。

1.3 统计学（72 学时）

数据收集，数据整理、描述，统计趋势分析和预测，抽样推断和假设检验以及统计指数分析方法，培养学生收集并分析数据的能力，并结合实践掌握数据分析处理能力。

1.4 经济学基础（72 学时）

讲授经济学相关理论知识，培养学生的经济学思维方式以及了解市场运行机制，掌握经济学基本知识和分析方法，学会运用经济学知识分析国内外经济领域内存在的重点问题和焦点问题。

1.5 广告学（54 学时）

广告是市场营销专业在促销中的重要环节，学生通过学习该课程能够运用科学的方法进行广告定位，以企业和产品的真实需求为导向，通过广告创意的各种技法，根据不同的广告媒体形式的特点，提供不同的设计思路与理念，撰写广告文案。最后为企业提供有效的广告作品。

1.6 消费心理学（54 学时）

培养学生具有营销岗位的综合营销技能与素质。通过本课程的学习，让学生了解消费者心理的基本构架、基本概念、基本理论，掌握消费者一般心理活动规律和影响因素，学会对消费者心理做出一定的描述、解释、预测、控制，加强对消费者心理的引导，制定科学合理的营销策略与战略，提高自身营销水平，取得良好的营销效果。

1.7 传播学（54 学时）

传播是营销的重要方法和手段，利用传播信息可以更好的营销产品。讲授中联系实际，通过必要的实际传播现象讲解来启迪学生的思维，加深学生对有关概念、理论等内容的理解，培养学生分析研究实际的传播现象的能力，并学会将传播学的经典理论运用到传播实践中去提高传播效果。

2. 专业必修课程

2.1 销售管理（54 学时）

销售管理的地位与作用，介绍销售计划管理、销售组织与团队、销售网络管理、销售团队的领导等基本内容，注重企业销售管理的效率分析和竞争能力的培养。

2.2 网络营销（54 学时）

了解网络营销的基础技术，灵活地掌握并运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能，从而在实践中有效地帮助企业进行网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，提高企业网络经营管理水平，最终培养受市场欢迎的、具有实际操作能力的应用型专业人才。

2.3 品牌管理（54 学时）

通过零售终端管理工作任务引领的项目活动，使学生了解品牌，进行品牌元素设计。通过仿真模拟各项工作任务，将各种知识综合运用，以训练学生从事品牌管理的各项能力。学生掌握终端管理者从事品牌管理工作所应具备的各方面知识，并具备积极心态、加强其责任感并提升综合职业素养。

2.4 服务营销（54 学时）

主要掌握服务营销的基本概念、基本原理，学会运用所学原理和方法来分析服务市场、进行服务市场的定位、服务营销组合的设计和服务营销的规划，学生能够掌握不同的服务营销使用不同的营销策略特点与方案策划，能够将营销战略管理的基本方法运用到服务市场上，为将来工作的营销实践打下基础。

2.5 市场调查实务（54 学时）

主要掌握市场调查方案的设计、实施、市场数据的整理与分析并预测

方法等知识，培养学生信息的收集与处理能力，培养学生的定量分析能力与科学计算能力。

2.6 人力资源管理实务（72 学时）

人力资源规划，招聘，培训，绩效考核，薪酬管理，人力资源保护等基本知识，并经过软件实训，能实际操作企业人力资源管理系统，达到助理营销师同等能力水平。

2.7 管理沟通（54 学时）

主要掌握个人与团队沟通的各种方式方法、技巧，培养学生与人合作的能力以及人际沟通能力。

2.8 连锁经营管理（54 学时）

提供学生从事连锁经营管理所需要的知识，并致力于培养学生的实践能力，是一门理论与实践密切结合的课程。

2.9 现代推销与商务谈判（54 学时）

学习推销过程中谈判的基本流程，掌握预约客户、销售拜访、产品推介、处理异议等与推销活动顺利进行紧密相关的基本技能。

2.10 市场营销策划（72 学时）

主要讲授根据企业现有的资源状况，在充分调查、分析市场营销环境的基础上，激发创意，制定出有目标、可行的、解决问题的一套策略规划。并通过营销企划实践活动，掌握各种企划方法，培养创新能力，管理思维能力以及企业咨询、诊断等管理专业技能。

3. 专业选修课

主要开设的专业选修课程有：商务礼仪、创业实践、企业沙盘模拟实训等课程。

（三）附表：知识、能力与素质结构分解与分析

职业素质、能力		支撑知识	支撑理论课程	实践教学项目
基本素质与能力	科学基本素质与能力	计算能力	经济数学（财经类）	
		计算机应用、操作、维修知识	计算机应用基础	计算机基本操作
	人文基本素质与能力	培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决思想认识问题的能力。	政治理论课	社会调查与实践
		培养学生知法、守法、用法的能力，维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。	思想道德修养与法律基础/形势教育	军训、军事理论
		汉语言文字材料的阅读与理解、写作知识	大学语文、商务应用写作	
		能阅读一般难度的英文专业资料，译文准确达意；能进行简单的英语会话	商务应用写作、大学英语	写作训练、演讲比赛
		基本的体育知识，科学的锻炼方法；一定的音乐、美术、戏曲文艺鉴赏能力	美育、体育	体育活动、文娱活动、心理健康教育等
		培养学生沟通与表达、自我认知与管理、与人合作等职业核心能力，提升职业素养	与人合作、传播学、管理沟通、商务礼仪	社团活动
专业素质与能力	信息收集处理能力	市场调查方案的设计、实施、数据的收集以及运用办公软件分析整理并预测	经济数学、市场调查实务、统计学、办公自动化	社会实践调查 计算机实训
	企业管理	管理学，经济学，现代企业管理基本理论知识	管理学、经济学、网络营销、企业战略管理、人力资源管理、品牌管理、运营管理、创业设计	社会实践、专业实习、教学软件实训
	销售管理	市场销售、调研、企划等基本知识	销售管理、市场营销、市场调查实务、品牌管理	教学软件实训、专业实习、社会实践
	人力资源管理	人力资源规划、招聘、培训、绩效考核、薪酬管理、员工关系管理	管理学、服务营销、人力资源管理	社会实践、专业实习、教学软件实训
	营销企划	市场销售、调研、企划等基本知识	市场营销、企业营销企划、市场调查实务、服务营销、网络营销、电子商务实务	用友、金蝶会计软件实训
	产品推广	营销传播、广告策划、营销管理、网络营销等	广告学、消费心理学、传播学、营销管理、网络营销	专业实习、社会实践调查、计算机实训
	管理沟通、与人合作	管理沟通的基础知识，口头、书面沟通技巧以及人际关系处理相关知识	消费心理学、推销与谈判管理、商务应用写作、商务礼仪	专业实习、社会实践、社团活动

拓展 素质 与能 力	企业沙盘 模拟实训	网络营销的 SEO 营销等相关知识	网络营销、统计学、经济学、营销策划	教学软件实训、 专业实习、社会 实践
---------------------	--------------	-------------------	-------------------	--------------------------

六、教学进程表

课程类别	课程序号	课程名称	考核方式		课内学时分配			第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
			考试	考查	理论	实践	总计	16周		18周		18周		18周		18周		16周	
								学 分	学 时	学 分	学 时	学 分	学 时	学 分	学 时	学 分	学 时	学 分	学 时
公共基础课	1	思想道德与法治	√		36	20	54	1.5	2	1.5	2								
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义概论	√		40	24	64					2	2	2	2				
	3	形势与政策	√		8	8	16	2学分，1-4学期各4学时											
	4	习近平法治思想概	√		15	3	18			1	2								
	5	大学英语	√		52	84	136	4	4	4	4								
	6	体育	√		0	68	68	2	2	2	2								
	7	计算机应用基础	√		16	32	48	3	3										
	8	大学语文	√		36		36			2	2								
	9	就业指导		√	36		36							2	2				
	10	大学生心理健康教育		√	18		18			1	1								
	11	美育		√	18	18	36					2	2						
专业技 能课	12	经济数学（财经类）	√		48		48	3	3										
	13	管理学	√		48		48	3	3										
	14	市场营销	√		48	16	64	3	4										
	15	基础会计	√		32	16	48	3	3										
	16	商务应用写作		√	18	18	36	2	2										
	17	经济学基础	√		48	24	72			4	4								
	18	统计学		√	36	36	72			4	4								
	19	传播学		√	36	18	54							3	3				
	20	市场调查实务		√	36	18	54			3	3								
	21	组织行为学	√		36	18	54							3	3				
	22	经济法实务	√		18	18	36					2	2						
	23	销售管理		√	36	18	54					3	3						
	24	消费心理学		√	36	18	54					3	3						
	25	广告学		√	36	18	54							3	3				
	26	网络营销		√	36	18	54							3	3				
	27	品牌管理		√	36	18	54					3	3						
	28	服务营销		√	18	36	54									3	3		
	29	人力资源管理实务		√	54	18	72					4	4						
	30	管理沟通		√	18	36	54									3	3		
	31	办公自动化		√		54	54							3	3				
	32	现代推销与商务谈判		√	36	18	54							3	3				
	33	企业营销策划		√	36	36	72							4	4				
	34	生产运营管理		√	36	18	54									3	3		
	35	连锁经营管理		√	36	28	54									3	3		
	36	企业战略管理		√	36	18	54									3	3		
选修	37	国家人文历史（限修）		√	24	12	36			2	2								
	38	中国地理国情（限修）		√	24	12	36					2	2						

课程类别	课程序号	课程名称	考核方式		课内学时分配			第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
			考试	考查	理论	实践	总计	16周		18周		18周		18周		18周		16周	
								学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时	学分	学时
	39	马克思主义中国化进程与青年学生使命担		√	24	12	36	2	2										
	40	商务礼仪		√	36	18	54					3	3						
	41	创业实践		√	18	36	54					3	3						
	42	企业沙盘模拟实训		√		72	72									4	4		
	公共选修课		每生应选3学分，共54学时																
每学期学分数、学时数					1204	976	2180	26.5	28	24.5	26	27	27	26	26	21	21		

备注：（1）马克思主义中国化进程与青年学生使命担当课程根据上级政策要求开设。

（2）美育课程根据上级政策要求开设。

七、综合实践课程

实践教学应突出产学结合特色，与国家职业技能鉴定相接轨，培养学生的实践能力、专业技能、敬业精神和严谨求实作风。实践教学体系主要由基本技能训练、职业技能训练、职业综合实践等组成。

1. 基本技能训练

科学基本技能以及人文能力训练，主要包括计算、计算机应用与操作、马克思主义理论实践、知法守法用法、汉语言文字材料的阅读理解与写作、英语等技能训练。

2. 职业技能训练

专业素质能力以及拓展素质能力训练，主要包括信息收集处理、企业经营管理、销售管理、人力资源管理、营销策划、产品推广、与人交流合作能力以及国际贸易与证券投资等相关技能训练。

3. 职业综合社会实践

包括入学教育及军事训练、社会实践、创新创业教育实践、毕业实习、毕业论文、专业实训及课内实践等。具体安排如下表所示：

序号	实践项目	周数	学时	时间安排						实践地点		备注
				第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	校外	校内	
1	入学教育	1	18	√							√	
2	军事理论与军事技能	1	36	√							√	
3	国家安全教育	1	12	√								
4	公益劳动	1	16	√								
5	创新创业教育	1	18			√						
6	社会实践	2	36		√					√		在暑假期间进行
7	实习	16	288					√	√	√	√	
8	毕业设计(论文)	4	72						√	√		
9	课内实践时数		908	√	√	√	√			√	√	
	合 计		1404									占总课时 53.52%

附表：实践教学环节安排表

八、各类课程学时分配表

教学环节类别		学时		学分	占总学时百分比	备注
公共基础课	理论课	275	530	29	30.88%	公共必修课
	实践课	257				
	理论课	126	378	21		限定选修课 公共选修课
	实践课	252				
专业技能课	理论课	854	1324	77	47.42%	专业必修课
	实践课	524				
综合实践课	入学教育、军训、社会实践		90	5	3.2%	
	创新创业教育实践		54	3	1.9%	
	国家安全教育		12	1	0.4%	
	公益劳动		16	1	0.6%	
	实习		288	16	10.4%	
	毕业设计		72	4	2.6%	
合 计			2764	156	100%	

注：实践课程总学时为：1532 学时，占总学时的 55%。

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

通过招聘、校内优质资源整合、聘请企业能工巧匠等构建一支由具有较高的教学科研水平和学术知名度的专业带头人带领下，具有良好的科研、专业技术背景和丰富行业企业实践经验，有相对稳定的专业课外聘教师队伍，职称结构、学历结构、学缘结构合理，双师型教师比例较高的教学团队。

（二）教学设施

围绕职业能力培养需要，优化校内实训基地建设，营造与工作现场相一致的仿真的职业环境，形成集教学、培训、实践实训功能为一体的实训基地。同时建设一批校外实训实践基地，满足学生实践技能训练、认识实习、顶岗实习等需求。

（三）教学资源

基于专业的培养目标，结合区域经济发展特征，在整合现有资源的，进一步丰富相关教学资源的基础上，进一步提高实践课程比例，选用国内外优质、先进教材，重点培养学生在供应链管理背景下的仓储管理技能、采购技能、运输配送技能、流程管理技能等。

（四）教学方法

在教学中，建议采用“引导文教学法”“项目式教学”等教学方法，如案例分析、项目任务驱动等。在教学过程中实施教学做一体化的教学模式，以学生为教学的主体，教师在教学中起组织、引导、答疑的作用，充

分调动学生学习的能动性。在实践教学上，基于实际工作岗位要求设置实践项目，使学生的技能培养适应实际需要。

（五）学习评价

要求评价方法采用与教学做一体化教学模式相适应的过程评价体系，单一的考核方式无法综合反映学生的整体素质，因此在教学评价方式上，应打破传统，探索有利于学生发展的评价方式。课程培养目标由认知培养目标、能力培养目标和职业素养目标三部分组成，为全面评价学生的学习成果，建议采用过程性评价和终结性评价相结合的方式进行。

（六）质量管理

为切实保证人才培养质量的提高，以学生职业能力培养为中心，对专业人才培养质量开展全过程监控；让企业参与人才培养方案制定与实施，针对人才培养的各个环节，制定管理实施细则，对人才培养的目标、过程和结果进行全过程监控，引入社会评价，以就业率和企业满意度作为人才培养质量的主要衡量指标，促进人才培养质量的提高。

十、毕业要求

本专业学生通过两年半的在校学习，以及半年的顶岗实习完成本培养方案规定的全部教学环节，修满人才培养方案规定总学时学分，具有良好的思想道德和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准，达到素质、知识和能力等方面要求，同时在校期间必须取得相应国家职业资格证书之一，方可毕业。