

市场营销专业 人才培养方案

(2019 修订)

二〇一九年八月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
（一）培养目标.....	1
（二）培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	3
（一）公共基础课程.....	3
（二）专业（技能）课程.....	18
七、教学进程总体安排.....	22
八、实施保障.....	30
（一）师资队伍.....	32
（二）教学设施.....	33
（三）教学资源.....	35
（四）教学方法.....	35
（五）学习评价.....	36
（六）质量管理.....	37
九、毕业要求.....	38
（一）学分要求.....	38
（二）其他要求.....	39
十、附录.....	39
附录 1：教学进程安排表.....	40

附录 2：专业人才培养方案变更审批表.....	43
-------------------------	----

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：630701。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

全日制学制三年。允许有实际需要的学生工学交替，适当延长学习期限或分阶段完成学业。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

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)	主要岗位群或技术 领域举例	职业资格证书 举例
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	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 (4-02-02-05); 市场营销专业人 员(2-06-07-02)	销售代表; 销售经理; 区域销售经理; 卖场经理; 小微商业企业创 业者; 市场主管; 市场经理; 市场调研员	无

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，具备良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术

技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质要求

（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，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、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。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识要求

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握消费者行为和消费心理学分析的基本内容与分析方法；

- (5) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本;
- (6) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧;
- (7) 掌握市场调查的方式、方法、流程、基本抽样方法和数据分析方法、市场调查报告的撰写方法。
- (8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。
- (9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力要求

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
- (3) 能够与客户进行有效沟通。
- (4) 能够对客群和竞争者进行分析。
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查和分析。
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判。
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (13) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

公共基础课程包括必修课程和选修课程，如表 2、表 3 所示。

表 2 公共基础课程

课程模块		课程名称
公共必修课程	公共基础必修课程	思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、体育与健康、军事理论、形势与政策、心理健康教育、职业规划、职业素养教育、创新教育、创业教育、就业指导、应用数学、实用英语、信息技术、中华优秀传统文化、劳动教育
		军训及入学教育
	集中实践教学	社会实践
公共选修课程	限定选修课程	应用文写作
		马克思主义的时代解读
		中国近现代史
	任选课	艺术类课程
		人文素质类课程

表 3 公共选修课程任选课参考科目

课程性质	课程名称
艺术类课程	音乐鉴赏
	美术鉴赏
	影视鉴赏
	戏剧（戏曲）鉴赏
	舞蹈鉴赏
	书法鉴赏
	艺术导论
	戏曲鉴赏
	合唱与指挥
	艺术实践模块课程
人文素质课程	应用文写作
	社交礼仪
	演讲与口才
	中华优秀传统文化
	马克思主义的时代解读
	中国近现代史
	移动互联网时代的信息安全与防护
	情绪管理
	时间管理
	网络平台课程

说明：人文素质课程可由教师根据学生实际情况，按照选修课程管理办法进行申报开发。

1. 《思想道德修养与法律基础》

课程目标：通过“思想道德修养与法律基础”课教学培养学生高尚的理想情操和良好的道德品质，树立体现中华民族特色和时代精神的社会主义价值标准和道德规范。引导大学生树立崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，加强思想品德修养，掌握马克思主义法学的基本观点，了解宪法和有关专门法的基本精神和规定，增强学生的社会主义法制观念、法律意识和学法守法的自觉性，全面提高思想道德素质和法律素质。

主要内容：主要是进行以社会主义核心价值体系和社会主义核心价值观为主线，以为人民服务为核心、以集体主义为原则的社会主义道德教育，以及优秀的中国传统道德和革命传统教育，培养学生高尚的理想情操和良好的道德品质，树立体现中华民族特色和时代精神的社会主义价值标准和道德规范；进行社会主义法治教育，帮助学生掌握马克思主义法学的基本观点，了解宪法和有关专门法的基本精神和规定，增强学生的社会主义法制观念和法律意识。

教学要求：“思想道德修养与法律基础”课教学必须高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系为指导，不断提升该门课的亲和力和针对性，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装学生头脑，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。

坚持正确政治方向，强化该门课的价值引领功能；增强学生的获得感，促进该门教学有虚有实、有棱有角、有情有义、有滋有味。要结合教学实际、针对学生思想和认知特点，积极探索行之有效的教学方法，课堂教学方法创新要坚持以学生为主体，以教师为主导，加强师生互动，注重调动学生积极性主动性。积极开展实践性教学，拓展实践教学形式，注重实践教学效果。改进完善考核方式，采取多种方式综合考核学生对所学内容的理解和实际运用，注重考查学生运用马克思主义立场观点方法分析、解决问题的能力，力求全面、客观反映学生的马克思主义理论素养和思想道德品质，注重过程考核。

2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》

课程目标：通过“毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论”课的学习，可使广大青年大学生树立建设中国特色社会主义的坚定信念，培养运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决问题的能力，增强对被各种流行的错误理论所误导的免疫力和执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性，为全面建成小康社会和实现中华民族伟大复兴做出自己应有的贡献。

主要内容：包括马克思主义中国化两大理论成果的科学涵义、形成发展过程、科学体系、历史地位、指导意义、基本观点以及中国社会主义建设的路线方针政策，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵，是当代中国最具有可行性的现代化理论。

教学要求：“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”课教学必须高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系为指导，不断提升该门课的亲和力和针对性，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装学生头脑，树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。坚持正确政治方向，强化该门课的价值引领功能；增强学生的获得感，促进该门课教学有虚有实、有棱有角、有情有义、有滋有味。要结合教学实际、针对学生思想和认知特点，积极探索行之有效的教学方法，课堂教学方法创新要坚持以学生为主体，以教师为主导，加强生师互动，注重调动学生积极性主动性。积极开展实践性教学，拓展实践教学形式，注重实践教学效果。改进完善考核方式，采取多种方式综合考核学生对所学内容的理解和实际运用，注重考查学生运用马克思主义立场观点方法分析、解决问题的能力，力求全面、客观反映学生的马克思主义理论素养和思想道德品质，注重过程考核。

3. 《体育与健康》

课程目标：

（1）运动参与目标：积极参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的习惯，基本形成终身体育的意识，能够编制可行的个人锻炼计划，具有一定的体育文化欣赏能力。

（2）运动技能目标：熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能；能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力；掌握

常见的运动创伤的处理方法。

（3）身体健康目标：能测试和评价健康状况，掌握有效提高身体素质，全面发展体能的知识与方法；能合理选择人体需要的健康营养食品；养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式；具有健康的体魄。

（4）心理健康目标：根据自己的能力设置体育学习目标；自觉通过体育活动改善心理状态，克服心理障碍，养成积极乐观的生活态度；运用适当的方式调节自己的情绪；在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉。

（5）社会适应目标：有良好的体育道德以及顽强的拼搏精神和团体协作精神；建立良好的人际关系，正确处理竞争与合作的关系。

主要内容：我院高职专科体育与健康课开设三个学期（第一、二、三学期），总计 96 学时，其中第一学期 32 学时，主要内容为田径、武术（太极拳/青年长拳）；第二、三学期共 64 学时，主要内容为篮球、排球、足球、羽毛球、乒乓球、健美操等。

教学要求：

（1）要处理好基础要求与个性发展的关系，促进学生在掌握好体育与健康课程的基础知识、基本技能和方法的前提下，根据自己的兴趣爱好能学有专长，满足学生个性化学习和发展的需要。

（2）运动主线是载体，而健康主线是目标，应通过载体去

实现目标，突出体育与健康课程以身体练习为主要手段的学科特征，促进学生通过身体练习在身体、心理、社会适应等方面得到健康发展。教学应充分关注学生的身体发展，选择效果较好的练习方式。

（3）鼓励并督促学生坚持课外锻炼，每天不少于 1 小时。提高心肺功能和有氧耐力是发展学生身体素质、增进学生身体健康的重要途径，应给予特别的关注，在各个运动系列的教学中，应充实这方面的活动内容，并加强指导。

（4）重视安全教育，加强安全检查，做好安全保护工作。

4. 《军事理论》

课程目标：本课程主要培养学生当代军事理论知识，增强对我国国防建设的理解，提高履行兵役义务的意识 and 国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。

主要内容：军事思想的形成与发展过程及对军事实践的指导作用；科学的战争观和方法论；军事高科技知识，新武器、新装备及发展趋势；中国国防建设的主要成就、国防领导体制及国防政策；国际战略格局与大国关系；高技术战争的演变历程、发展趋势及特点。

教学要求：通过军事理论学习和训练使大学生掌握基本军事技能与军事理论，增强国防观念，培养自立性和独立性，养成严格自律的良好习惯，形成吃苦耐劳、敢于迎接挑战的作风，树立爱国主义、集体主义观念和团队精神。

5. 《形势与政策》

课程目标：本课程主要培养学生全面正确认识党和国家面临的形势和任务，正确认识世情、国情、党情，正确理解党的路线、方针和政策，增强学生的爱国主义责任感和使命感，不断提高学生的爱国主义和社会主义觉悟。

主要内容：近期国际、国内的基本形势及变化；党的基本理论、路线、纲领和经验；中国改革开放和社会主义现代化建设的基本形势、任务和发展成就；党和国家的重大方针政策、重大活动和重大改革措施。

教学要求：通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使学生掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，从而能够理清社会形势和正确领会党的路线、方针、政策；引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想，增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感、国家大局观，全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。

6. 《心理健康教育》

课程目标：本课程主要培养学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

主要内容：大学生心理健康状况；大学生情绪调节、适应能力、挫折应对、学习心理、人际交往、恋爱与性、自我意识、危机干预等心理问题的理论讲解及应对方法；个人健全人格的塑造。

教学要求：使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。

7. 《职业规划》

课程目标：通过学习《职业规划》课程，引导学生正确认识自己、认识职业，定位职业目标，避免在职业生涯道路中走弯路。通过激发职业规划自主意识，学生能够科学理性地规划自身，打通未来的职业发展通道。通过对就业观、择业观和价值观的正确引导，学生能在今后的学习和工作过程中坚持自己的职业选择，提高职业生涯管理能力。

主要内容：分为职业生涯规划概述、自我认知、职业认知、

生涯决策、生涯管理五个模块，目的在于培养学生的自我评估能力、职业认知能力、生涯决策能力和生涯管理能力。

教学要求：职业规划教育以实现人生的终极意义为出发点，秉承“终身学习”的理念，要求学生在自我规划的的基础上实现综合的、全面的发展。学生通过职业分析，能够找准职业定位、做好职业选择，达到“人职匹配”。职业规划教育本身就企业组织为依托，目的是培养更多符合市场需求的多层次人才。因此，无论从哪个角度来说，职业规划教育、职业生涯规划教育都能够有效培养出社会服务型人才。

8. 《职业素养教育》

课程目标：通过《职业素养教育》课程的学习，使学生掌握和提高与职业活动密切相关的学习能力、沟通能力、组织协调能力，培养学生的敬业精神、团队意识、意志品质、创新意识等，并在课程专门的实践活动和各专业的实习、实训中不断内化职业基本素养，使学生能够更好地适应职场环境，拥有核心竞争力。

主要内容：包括职业精神、职业理想、职业礼仪、人际沟通、团队合作、学习管理、创新管理、健康管理八个模块，基本涵盖了职业素养与能力的主要内容。

教学要求：教学模式采用多种平台和形式进行：以理论与实际相结合，课上和课下相结合；校园与社会相结合；为提高学生的综合素质，促进学生全面发展，适应社会需要，构建建设素质拓展平台，为学生提供更多的锻炼机会。

9. 《创新教育》

课程目标：通过对《创新教育》课程的学习，使学生掌握创新的基本理论、基本知识，掌握创新的方法与手段，并能在教师的指导下进行简单的创新实践，培养学生的创新思维与意识。结合课程特点，建立合适的学习方法、学习手段，在学好书本理论知识的同时，强化课程实践，要求学生在本课程的学习中，学会创新性学习的方法，为以后的专业学习和终身学习打下坚实基础。在课程学习的同时，要求学生提高综合素养，提高应用知识能力、表达能力、创新能力和科研能力。

主要内容：创新的概念、创新的方法、创新案例、阐述课题创新思路和创新想法四部分内容。

教学要求：教学模式采用多种平台和形式进行：以理论与实际相结合，课上和课下相结合；校园与社会相结合；为提高学生的综合素质，促进学生全面发展，适应社会需要，构建建设素质拓展平台，为学生提供更多的锻炼机会。

10. 《创业教育》

课程目标：通过本课程的教学，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识。

主要内容：包括创业精神与人生发展、创业者与创业团队、创业机会、创业资源、创业计划、新企业的开办六个模块。

教学要求：要根据课程内容和学生特点灵活运用案例分析，分组讨论，角色扮演，启发引导等教学方法，引导学生积极思考，乐于实践。提高教育学的效果，进一步更新教育观念，深入研究现代教学手段的合理有效调度，在正确处理现代教育技术与传统手段关系的基础上，充分合理而有效的运用现代教育技术和虚拟现实技术优化教学过程。

11. 《就业指导》

课程目标：通过本课程的教学，学生应当认识自我个性特点，激发全面提高自身素质的积极性和自觉性；了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；提高就业竞争意识和依法维权意识，了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；大学生应当掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，掌握就业基本途径和方法，提高就业竞争力。

主要内容：分为就业形势与就业观念、职业心理及测试、求职材料的准备、面试技巧与礼仪、职业适应、就业签约与权益保护六个模块。

教学要求：大学生就业指导工作是一项系统而艰巨的工作，不但需要领导的高度重视，更需要各部门的密切配合，通力合作。作为一门课程，《就业指导》不同于一般的讲座、咨询活动，其内容必须力求完整、全面、系统，应当贯穿于大学生活的各个阶段和面临社会初段，使学生能够尽早了解，有足够的心理准备，

以便早动手,根据社会的实际需要,结合自己的个人状况和兴趣、专业要求和能力,建立完善的知识结构,培养各方面的能力,提高自己的综合素质,尽快适应职业环境及职业要求。

12. 《应用数学》

课程目标:本课程主要使学生从理论、方法、能力三方面得到基本训练,从而为以后扩大深化数学知识及学习后续课程奠定基础,也为学生以后从事专业技术工作奠定数学基础和数学修养,提高学生适应当今信息时代的综合素质。

主要内容:函数,极限与连续,一元函数导数与微分,一元函数积分学,向量代数与空间解析几何,多元函数微分学,多元函数积分学,级数,微分方程。

教学要求:培养学生基本运算能力以及初步解决实际问题的能力,使当代大学生掌握“应用数学”这一现代科学工具;通过本课程的系统教学,特别是讲授如何提出新问题、如何思考和分析问题、解决问题,逐渐培养学生科学的思维方法和创新思维能力;通过学习该课程,使学生的抽象思维能力、逻辑推理能力和自学读书能力得以提高,逐步提高大学生的科学修养和综合素质。

13. 《实用英语》

课程目标:本课程主要培养学生的英语综合应用能力,特别是听说能力,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,同时增强其自主学习能力,提高综合

文化素养，以适应我国经济发展和国际交流的需要。

主要内容：常见业务活动交际用语；基本的语法规则、常用词组、常见的英语构词法；英语阅读技巧；英语应用文写作知识。

教学要求：掌握一定的词汇、常用表达、专业术语、基本语法知识和应用写作规范，具有一定的听、说、读、写、译的能力，从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流；了解和掌握中西方文化差异、交际礼仪和职场规范，为今后进一步提高英语的交际能力打下基础；培养学生树立积极的人生观、价值观、世界观，提高学生的情商，为学生在以后的职场中取得成功奠定基础。

14. 《信息技术》

课程目标：本课程主要培养学生计算机基本操作、文档处理和互联网使用的能力，通过对 office 等软件的学习，采用边学边上机操作的教学方法使学生全面学习和掌握文档处理、互联网使用的方法和技巧。

主要内容：计算机应用基础知识、Windows 操作系统、Internet 应用、Word 字表处理、Excel 电子表格制作、PowerPoint 演示文稿制作。

教学要求：了解计算机工作特点和计算机的应用领域；理解硬件、软件系统的基本组成，掌握微机外部设备的连接及使用；能够进行计算机基本操作，能进行文件和管理；掌握表格制作的方法，图文混排方法，PPT 文稿制作方法等，能够使

用常用办公软件，包括图文混排、表格制作、数据检索与统计、PPT 文档制作与演示；能够使用 Internet 进行网络信息获取、收发电子邮件。

15. 《中华优秀传统文化》

课程目标：本课程是教育部建议设立的高校人文素质类课程，从思想文化、制度文化、物态文化、行为文化四个方面入手，既全面讲授中国传统文化的发展脉络，也突出中国传统文化的独特发展历程与特色。通过本课程的学习，使学生了解并掌握中国传统文化的精华所在，丰富大学生的精神世界，引导学生形成健康积极的人生观、价值观，提升文化品位和审美情操。提高大学生的人文素养，增强民族文化自信心，培养高尚的爱国主义情操。

主要内容：课程由传统文化精义和中国古诗文赏析两大部分，内容包括：中国传统建筑的基本特征和基本思想；“家国情怀”生成的文化哲学基础；先秦儒家、道家思想核心经典和基本思想；当代青年如何继承发展中国传统美德、践行家国情怀的路径选择；魏晋玄学和中国哲学思想发展的基本脉络；典型古文的内涵和特点，时代背景和文学价值；小说中细腻的心理描写；诗文中蕴含的生命意识以及传统美学；汉字演化过程中的各种字体及代表作品的欣赏。

教学要求：利用多媒体教学，图文并茂，丰富教学内容，提高学生的学习兴趣；在教学过程当中，按照教学大纲要求讲授，基本要求是在教学过程当中注重培养学生理论联系实际的能力。

使学生理解并传承中华优秀传统文化的基本精神，了解中国传统哲学、文学、宗教、建筑等文化精髓和相关理论基础知识，并从优秀传统文化中扩大文化视野，理解传统的人文精神、伦理观念、审美情趣及其中的现代因素。培养学生运用辩证唯物主义观点，历史地、科学地分析中国优秀传统文化的特点，从文化的视野准确而深刻地分析、解读中国的现实问题，提升大学生的文化自信，以理性的态度和务实的精神去继承和发展中华优秀传统文化，不断实现文化创新。

16. 《劳动教育》

课程目标：劳动与教育相结合，努力提高学生的劳动素质，培养学生奋斗精神、诚信品质、创造能力，发挥劳动教育在人才全面发展中的重大作用，为国家人才培养、科技创新、经济发展提供强有力的力量。

课程内容：培养劳动意识，丰富劳动内容，在适当时间和劳动强度的基础上，给学生安排丰富多彩、形式多样的劳动项目，让学生体验劳动的艰辛和收获的快乐，提升学生的社会责任感。比如安排学生辅助教师工作、参加校内外公益活动、进行学校教室、花圃等公共场所卫生管理等等。

教学要求：根据专业学习情况，每周进行一次，有专业教师组织，并根据学生的劳动成果进行评定成绩。

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括必修课程（专业基础课、专业核心技

能课程、集中实践教学）和选修课程（专业拓展课程），见表4。

表4 专业（技能）课程

课程模块		课程名称
专业必修课程	专业基础课程	基础会计、管理学、经济学、统计学、经济法、商品学、中华商业文化
	专业核心技能课程	市场营销基础、市场调查与分析、营销策划、渠道开发与管理、消费者心理、推销技术、新媒体营销、客户关系管理
	集中实践教学	基础会计综合练习、市场营销认知、市场营销实训、市场调研实训、企业管理沙盘（ERP）、新媒体营销实训、推销工作流程实训、市场营销综合实训、毕业教育及鉴定、顶岗实习
专业选修课程	专业拓展课程	物流管理与实务、商务谈判及礼仪、电子商务、房地产营销策划实务、国际贸易理论与实务、销售管理、公共关系

1. 《基础会计》

课程目标：本课程为专业基础课程。通过学习，使学生对会计职业活动、工作过程、职业道德等方面有一定的认知，理解并掌握会计核算的基本方法，初步具备会计核算实操能力，为后续专业课程学习奠定扎实的基础。

主要内容：教学内容：包括会计要素、会计等式、复式记账、会计凭证的填制和审核方法、登记账簿的方法、编制会计报表的方法、财产清查的基本方法、账务处理程序等。

教学要求：熟悉会计要素、掌握会计等式、掌握借贷记账法、掌握会计凭证的填制和审核方法、掌握账簿的登记方法、熟悉账务处理程序、了解会计报表的编制及财产清查的基本方法等。建议采用“教、学、做”合一的教学法、项目教学法、案例教学法等教学方法，使学生掌握会计的基本知识和会计核算的基本技能，能对企业发生的经济业务按照会计核算程序，进行正确的处理；重视对学生职业能力的训练和培养，使学生及时掌握新知识、新技能。

2. 《管理学》

课程目标：本课程旨在让学生掌握和运用管理学的基本原理和方法，树立现代管理的思想观念，提高自身的管理素质，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生专业学习及专升本考试打下坚实的理论知识基础。

主要内容：管理基本原理；管理思想；计划、组织、领导、控制、创新等管理职能。

教学要求：了解古今中外管理思想的发展，理解古典管理理论和行为科学的内容；掌握管理的基本原理与方法，掌握管理学中的计划、组织、领导、控制等职能的基本内涵、要求及方法，并使學生可以运用所学管理知识进行具体的管理案例分析，具备一定分析问题、解决问题的能力；掌握管理的基本知识点和理论架构，为学生参加专升本考试奠定知识基础。建议采用项目教学、案例教学相结合的教学方法使学生全面学习和掌握管理的方法和技巧。

3. 《经济学》

课程目标：本部分课程分两个部分：《政治经济学》和《西方经济学》。《政治经济学》是马克思主义理论的重要组成部分，通过本课程的学习，培养学生运用马克思主义立场、观点和方法分析问题和解决问题的能力，从而引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，为提高学生正确认识经济现象，初步具备思考、分析和解决具体问题提供了基本的经济学知识。《西方经济学》主要学习微观经济学基础。通过本课程的学习，使学生全面系统地掌握经济学的基本概念和基本理论，了解市场经济运行的一般原理和政府对于国民经济进行宏观调控的依据与方法、手段。培养学生利用所学到的经济学知识分析经济现象，具备思考问题和解

决经济问题的能力。学生利用所学到的经济学知识分析经济现象，具备思考问题和解决经济问题的能力。

主要内容：《政治经济学》主要学习马克思主义政治经济学的价值理论、剩余价值理论、资本循环周转理论、分配理论和资本主义积累理论，分析当代资本主义生产关系的新特点，概述社会主义经济制度的建立和演变，探讨中国特色社会主义的形成，揭示两种社会制度的融合与趋同。《西方经济学》包括市场价格机制、消费者行为分析、生产者要素投入分析、成本与收益、市场与竞争分析、生产要素市场、国民收入核算、国民收入的决定理论、经济周期与经济增长、通货膨胀与失业、宏观经济政策和国际经济与政策。

教学要求：《政治经济学》引导学生掌握马克思主义政治经济学的基本原理、基本观点、基本方法；培养学生运用这些基本原理、观点和方法，分析、认识和解决当代资本主义经济和社会主义经济特别是有中国特色社会主义经济发展过程中出现的新现象和新问题；争取能够运用这些基本原理、基本观点和基本方法，结合不断发展的经济实践进行理论创新。教学方法可以采用案例教学、项目模块教学法等。《西方经济学》引导学生掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；能够运用消费者行为理论分析解决消费决策问题；了解进行生产者行为与决策分析；教会学生运用成本分析的基本原理解决收益与利润分析问题；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；学会运用分配理论分析社会收入分配问题等。教学方案可以采用案例分析法、比较法等方法加深学生对经济学的理解。

4. 《统计学》

课程目标：本课程主要使学生理解并应用统计学的基本知识；学会运用科学的统计方法去搜集、整理、分析实际数据，并

会运用一些统计方法来分析相关的经济现象。

主要内容：包括统计认知、统计资料搜集技术、统计资料整理技术、汇总与对比静态指标分析技术、集中趋势静态指标分析技术、抽样推断技术、相关关系分析技术、时间数列分析技术、指数分析技术等。

教学要求：通过本课程的学习，要使学生了解统计调查的组织方式及常用的调查方法；掌握统计数据整理的基本方法；熟练掌握总量指标，相对指标，平均指标以及变异指标的计算及应用；了解抽样推断的相关知识；掌握相关分析和回归分析的方法；掌握时间数列的相关指标以及分析方法；熟悉编制指数的方法以及如何运用指数体系进行因素分析。建议采用项目教学、行动导向和“教、学、做”一体化等教学方法使学生应掌握信息搜集、整理与分析的基本知识和技能。

5. 《经济法》

课程目标：本课程主要培养学生依法维护自身合法权益的能力，使学生掌握营销岗位所必需的经济法基本知识和技能，具有独立运用经济法知识认识、解决实际问题的能力，并强化学生的法律意识。

主要内容：包括经济法基础理论、公司法、企业法、破产法、合同法等。熟知掌握公司的设立变更和解散、个人独资企业和合伙制企业的成立、企业破产的申请受理和清算、合同的订立、效力、履行、担保、变更和违约责任的认定等。

教学要求：本课程的教学，能使学生理解并应用一些经济法的基础知识；熟悉一些常用的重要经济法律、法规的基础内容；增强法制观念，并初步运用自己所学过的法律知识观察、分析、处理有关实际问题的能力。

6. 《商品学》

课程目标：通过本课程的学习，培养学生在经济活动中对商品的深刻认识和理解，具备生产、流通、消费领域中商品采购、管理和经营的能力，能正确运用全面质量管理和标准化管理方法和技术来分析、解决经济活动中的实际商品营销问题。

主要内容：包括商品的概念和特征、商品学的研究内容和研究对象、商品质量和质量管理、商品标准和质量认定、商品检验与质量监督、商品分类与包装、商品储存与质量保持、常见商品类别等。

教学要求：本课程的教学要把重点放在：一是让学生了解商品的标准化和质量管理的意义，树立质量意识；二是让学生掌握商品标准化的途径，熟知商品质量管理的方法和认定标准；三是让学生了解常见商品类型。在具体教学过程中，教师要善于运用案例教学法，引导学生自主学习、自主探究，通过案例教学和创设工作情境，激发学生学习兴趣，提高学生学习效果。

7. 《中华商业文化》

课程目标：通过本课程的学习，可以使学生掌握中国商贸文化的历史发展脉络，了解商贸发展进程中的各种文化现象，解开商人秘而不宣的商业智慧，探索面向未来的商贸经营思维，使学生从中感受到中华商业文化的力量，从而树立符合我国市场经济发展要求的商业思维。

主要内容：包括商史（历代商业简史、货币简史、商品简史）、商道（中国大运河、陆上丝绸之路、海上丝绸之路、茶马古道）、商人（历代知名商人）、商帮（晋商、徽商、沿海商帮、新商帮）、商号（中华老字号、现代商号、知名品牌）、商策（契约、包装、广告、商标）、商战（知名商战介绍）、商道（商道文化、商道与人道、企业社会责任）等。

教学要求：本课程教学设计要求采取可视、可听、可看、可

品的方式进行教学，要求老师具备丰富的历史知识和深厚的商业情怀，从商业发展历史和商业文化的角度来讲述中华商业文化。在具体的授课过程中，建议采用案例教学法或者现场教学法，从具体人、具体物和具体事讲起，也可以通过参观体验的方式，让学生有现实的感触，从而激发其学习兴趣，并培育其浓厚的商贸文化情感，为营销综合素养的培育提供文化营养。

8. 《市场营销基础》

课程目标：通过本课程的学习，使学生从理论上了解市场营销的基本概念、原理和方法，掌握市场营销的基本业务知识和操作技能，熟知市场营销专业的基本流程的知识架构，树立市场营销意识，为今后专业知识的学习打下专业理论基础。

主要内容：包括市场营销的产生与发展、市场营销观念的演变、市场分析、营销环境分析、市场调研、目标市场战略、产品策略、价格策略、营销渠道策略、促销策略等。

教学要求：市场营销课教学必须坚持理论教学与实践教学并重。在理论教学中，必须从营销发展的角度，系统介绍市场营销的前世今生，讲清楚市场营销的基本概念、基本原理和营销策略，着重“4P”策略的深入讲述；在实践教学中，必须把抽象的知识点转化为现实生活的可见案例，运用丰富的案例教学法来讲解知识，运用现实的市场体验来感知理论，从而使学生掌握市场营销的基本知识。

9. 《市场调查与分析》

课程目标：通过本课程的学习，使学生建立起市场意识和顾客意识，树立现代市场市场调查观念，掌握营销调研的基本理论和调查技巧，并且通过实践教学环节，使学生具备运用市场调查知识来分析和解决现实中市场调查问题的能力，为后续专业课程的学习做好知识储备。

主要内容：包括市场调查的基本问题、市场调查内容与方案设计、市场调查资料的收集方法、问卷设计、抽样调查、调查资料的整理分析、市场预测的基本方法、市场调查报告的撰写等。

教学要求：教学过程中，贯彻“教学做”一体化的教学方针，教师作为教练和领导者的角色，以学生为主体，通过案例引导、任务驱动、角色扮演、互动交流的方法，引导学生在真实和模拟的教学环境中，启发诱导学生的创造性，通过对学习资源的主动应用，在完成调查任务过程中进行自主探索和互动协作的体验式学习。

10. 《营销策划》

课程目标：通过实践、实训为主导的教学与操作，使市场营销专业的学生了解营销策划的流程及其各种策划方案侧重点和内容，培养学生初步具有创新思维和分析问题、解决问题的能力，并能制定具体的市场调研策划、营销战略规划、产品上市及品牌策划、营销策略组合策划和各种促销活动策划等方面的策划技能，使学生在知识、能力、素质方面达到专业要求。

主要内容：包括营销策划概述、营销策划中的创新原理与方法、营销策划书的设计与撰写、营销企业策划、产品服务营销策划、创新营销方式策划、营销策划管理与控制等。

教学要求：让学生多关注周边商场超市的促销活动、收集促销宣传资料，通过观察、调研来学习会更形象、更有趣味性，能更贴近实际；多采用案例分析的方式，提供企业成功和失败的营销策划案例供学生学习，吸取经验，接受教训；采用项目教学方法，每个任务均能以策划方案作品的形式呈现，通过策划方案设计完成教学任务。

11. 《渠道开发与管理》

课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握渠道开发管理的

基本知识与基本技能，能够区分不同的分销渠道模式，初步具备根据企业实际状况分析其分销渠道的流程、结构和关键要素的能力，具备根据实际情况选择合适的渠道成员的能力，具备确定渠道具体目标和分配渠道任务的能力。

主要内容：包括分销渠道的设计、渠道成员的选择、渠道管理及目标、渠道冲突、渠道合作、分销渠道物流管理、营销渠道绩效的评估。

教学要求：本课程在教学设计中，根据实际工作岗位的需要，对岗位内容和职责要求进行模块化细分，并对照岗位的实际需要进行实践教学体系的设计与组织，体现任务驱动型的培养手段。本课程在教学过程中，应根据企业实际需要和高职专业培养目标，将课程分为渠道管理和渠道开发两个模块，渠道管理模块作为理论性较强的部分吗，在实际教学中突出知识系统学习和思维的培养和训练；渠道开发模块作为实践操作性较强的模块，在实际教学中突出基本技能训练为目标，突出动手能力培养和训练。

12. 《消费者心理》

课程目标通：过本课程的学习，使学生能对消费者的消费心理和消费行为有一个全面的了解，学会从消费者角度去思考企业的生产、经营问题；掌握消费者心理和行为的变化规律；掌握影响消费者心理和行为的内在和外在因素；掌握不同消费群体的心理特点。通过对消费者心理的分析研究从而提升学生的营销技巧和技能。

主要内容：包括消费心理学导论、消费者心理活动过程、消费者个性心理特征和个性倾向、消费者需求和行为分析、消费者群体与消费心理分析、商品因素与消费者心理、营销环境与消费者心理、消费流行等。

教学要求：本课程在教学设计上要打破原来以知识传授为主

要特征的教学模式，以营销工作中对消费心理知识和技能的要求为基础，突出本课程为提高学生的销售工作技能服务的特征，科学设计学习性工作任务，使教、学、做三者相结合。在具体的教授过程中，教师要灵活运用多种先进的教学方法，充分发挥教师的指导作用与学生参与的主体作用，采用“讨论式”、“研究式”、“问题式”等多种能够启发学生思维的教学方法，变“灌输”为“引导”，有效调动学生的学习积极性，启发学生思考，培养学生“自主学习”、“协助学习”和“发现式学习”的能力。

13. 《推销技术》

课程目标：通过本课程的学习，使学生具备从事市场推销工作的基本知识、基本技能，并形成一定的职业能力；使学生熟练掌握推销过程各个阶段的基本方法和技巧；使学生掌握推销心理、推销模式，有效寻找与发现顾客，掌握接近顾客的方法并能够准确把握处理顾客异议的时机；使学生能娴熟地运用多种方法有效处理顾客异议，充分利用各种成交机会有效促成交易。

主要内容：包括推销心理与推销模式、寻找顾客的途径和方法、接近顾客的方式和技巧、推销洽谈的步骤和策略、处理顾客异议的原则和方法、促成交易的策略和方法、推销管理、顾客投诉等。

教学要求：本课程是以“做”为主体的课程，所有的营销理论和知识都应该在学生推销过程中得以展现和检验。因此，本课程在教学过程中，应该采用以学生学习小组为单位，以各项工作任务为核心，采用互动式的情景演绎法和案例教学法来进行教学组织。使学生在进行情景式的推销体验中，深化知识的理解，掌握推销的基本技巧和方法，并从中不断提高自己的综合素质。

14. 《新媒体营销》

课程目标：本课程是专业核心课程，也是一门操作性很强的

综合课程。通过本课程培养学生敏锐的观察力和发现力，保持对新鲜事物的好奇心和参与度，树立活到老学到老的学习观。

主要内容：课程内容包括新媒体营销与运营概述、新媒体用户与内容定位、新媒体内容图文设计、新媒体数据分析与内容优化，常见的新技术手段和流行营销平台的灵活使用，如新媒体现行的几大平台：微信、微博、今日头条等。

教学要求：通过课程的学习，学生应当熟悉新媒体营销与运营在目前的网络营销环境下的优势，能够掌握新媒体营销与运营用户和内容的定位与优化方法；掌握主流新媒体营销渠道的营销与运营方法。具备新媒体营销与运营的策略制定能力，能够针对不同的新媒体营销渠道开展营销与运营工作。掌握新媒体营销的常用模式，学会收集平台数据和数据分析，进行有效的经营活动策划和实施。能够综合利用各种新媒体渠道开展营销与运营，提高新媒体适应能力，培养学生的营销与运营能力。

15. 《客户关系管理》

课程目标：通过本课程的学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在工作服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。

主要内容：包括客户服务基础、客服人员的管理和绩效评估、客户服务技巧、客户服务中的沟通技巧、客户投诉的处理技巧、客户关系管理系统、处理客户服务压力的技巧。

教学要求：本课程在教学设计中，应以工作任务为中心组织课程内容，让学生在完成具体项目任务的过程中，构建相关理论知识，发展相应职业能力，课程设计应突出学生职业能力的训练。在具体教授过程中，应采取项目教学法，把教学内容转化为具体

的工作任务，着重学生处理任务能力的培养，并在这个过程中，提高锻炼学生的客户沟通能力、随机应变能力和综合素养。

七、教学进程总体安排

教学进程时间分配表和教学进程总体安排表见表 5、表 6。

表 5 教学进程时间分配表（单位：周）

学期 内容	1	2	3	4	5	6	总计	百分比 (%)
军事训练	2	0	0	0	0	0	2	1.33
理论教学	14	15	17	16	16	0	78	52
实践教学	2	4	2	3	3	18	32	21.33
考试	1	1	1	1	1	1	6	4
入学、毕业教育	1	0	0	0	0	1	2	1.33
假期	4	8	6	7	5	0	30	20
总计	24	28	26	27	25	20	150	100

表 6 教学进程总体安排表

课程模块	课程编码	课程名称	学分	学时安排			考核方式	开课学期	参考周学时		
				总学时	理论学时	实践学时					
公共基础必修课程	10001/2B	思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	考试/考查	1-2	2/1		
	10003/4B	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	56	8	考试/考查	3-4	2		
	10005-7B	体育与健康	6	96	16	80	考试	1-3	2		
	10005A	军事理论	1	16	16	0	考查	1	1		
	10006A	形势与政策	1	16	16	0	考查	2	1		
	10007A	心理健康教育	1	16	16	0	考查	1	1		
	10008B	职业规划	1	16	10	6	考查	1	1		
	10009B	职业素养教育	1	16	12	4	考查	2	1		
	10010B	创新教育	0.5	8	6	2	考查	3	1		
	10011B	创业教育	1.5	24	18	6	考查	4	1		
	10012B	就业指导	0.5	8	6	2	考查	5	1		
	10013-14B	应用数学	8	128	96	32	考试	1-2	4		
	10015-16B	实用英语	8	128	84	44	考试	1-2	4		
	10017B	信息技术	4	64	32	32	考查	1	4		
	10018B	中华优秀传统文化	1	16	12	4	考查	2	1		
	10001C	劳动教育	2	32	0	32	考查	2-4	0.5		
	小计		43.5	696	436	260					
	10001C	军训及入学教育	3	90	0	90	考试	1	3周		
	10003C	社会实践	3	48	0	48	考查	2-4	3周		
	小计		6	138	0	138			6周		
选修课程	10011X	财经应用文写作	2	32	20	12	考查	1	2		
	10015X	马克思主义的时代解读	1	16	16	0	考查	3	1		
	10016X	中国近现代史	1	16	16	0	考查	4	1		

专业 必修 技能 课程	课 任 选 课										
		艺术类课程		2	32	32	0	考查	1-4	1	
		人文素质类课程		2	32	32	0	考查	1-4	1	
		小计		8	128	116	12				
	专业 基础 课	14201B	基础会计	4	64	48	16	考查	2	4	
		14202B	管理学	4	64	48	16	考试	4	4	
		14203B	经济学	4	64	48	16	考查	2	4	
		14204B	统计学	4	64	36	28	考查	1	4	
		14205B	经济法	4	64	48	16	考试	3	4	
		14206B	商品学	4	64	40	24	考试	3	4	
		14207B	中华商业文化	4	64	40	24	考查	1	5	
		小计		28	448	308	140				
	专 业 核 心 技 能 课 程	14208B	市场营销基础	4	64	48	16	考试	1	4	
		14209B	市场调查与分析	4	64	24	40	考试	2	4	
		14210B	营销策划	4	64	32	32	考试	2	4	
		14211B	渠道开发与管理	4	64	40	24	考试	3	4	
		14212B	消费者心理	4	64	32	32	考试	4	4	
		14213B	推销技术	4	64	32	32	考试	4	4	
		14214B	新媒体营销	4	64	32	32	考试	3	4	
		14215B	客户关系管理	2	32	16	16	考试	5	2	
		小计		30	480	256	224				
	集 中 实 践 教 学	14201C	基础会计综合练习	1	16	0	16	考查	2	1周	
		14208C	市场营销认知	1	16	0	16	考查	1	1周	
		14203C	市场营销实训	1	16	0	16	考查	3	1周	
		14209C	市场调研实训	2	32	0	32	考查	2	2周	
		14202C	企业管理沙盘（ERP）	1	16	0	16	考查	1	1周	
		14215C	新媒体营销实训	1	16	0	16	考查	3	1周	
		14214C	推销工作流程实训	1	16	0	16	考查	4	1周	
		14203C	市场营销综合实训	3	48	0	64	考查	5	4周	
		14204C	毕业教育及鉴定	1	16	0	16	考查	6	1周	
		14205C	顶岗实习	18	288	0	288	考查	6	19周	
		小计		30	496	0	496			32周	
选 修 课 拓	专 业 课	14216X	物流管理与实务	4	64	32	32	考查	4	4	
		14217X	商务谈判及礼仪	4	64	24	40	考查	3	4	
		14218X	电子商务	4	64	48	16	考查	5	4	

程展课	14219X	房地产营销策划实务	4	64	32	32	考查	5	4		
	14220X	国际贸易理论与实务	4	64	48	16	考查	4	4		
	14221X	销售管理	4	64	40	24	考查	5	4		
	14222X	公共关系	4	64	40	24	考查	5	4		
	14223X	电子商务基础	4	64	40	24	考查	2	4		
	14224X	品牌推广	4	64	32	32	考查	5	4		
	14225X	视觉营销	4	64	32	32	考查	4	4		
	小计（至少选 28 学分）		28	448	264	184					
	合计		171.5	2802	1364	1438					
理论学时：实践学时=1364：1438 =1： 1.05 ，公共基础课学时占总学时比例为 29%，选修课时占总学时比例为 20%。											

八、实施保障

×××学院市场营销专业人才培养方案按照在校生规模为三年合计 150 人，每年招收 50 人设置。应在师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面做好实施保障。

（一）师资队伍

本专业教学团队中教师的配备应适应“以工作过程为导向”的人才培养模式和“教、学、做”一体化的教学模式要求，应满足专业课程中对知识、技能、态度三方面的要求。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1；双师素质教师占专业教师比例不低于 60%，专任教师队伍中专业带头人、专业骨干教师、青年教师的比例要适当，校内专兼职教师、企业兼职教师的数量、结构能实现教学组织的优化组合。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息

化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，也可以考虑具有中级职称且各方面表现突出的专任教师，能够较好地把握国内外市场营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业的相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、摄影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

围绕专业课程设置，参考教育部《高等职业学校物流管理专业实训教学条件建设标准》，建设营销业务综合实训室和营销新技术实训室各 1 个。实训室设备满足 50 人/班同时开展实训教学要求。

(1) 营销业务综合实训室

营销业务综合实训室需要营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1-6 人/台）、路由器、常用办公软件、讨论工位、还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、营销业务相关实训软件；支持本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训。

(2) 营销新技术实训室

营销业务综合实训室需要营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机（1-6 人/台）、路由器、常用办公软件、讨论工位、还可选择配备交换机、服务器、无线路由器、耳麦、二维码扫描仪、微信公众号、液晶电视、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学及营销新技术相关实训。

3. 校外实训基地要求

校外实习基地的数量不应少于 2 个，校企合作关系稳定，能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动。实训基地实训设施齐备，实训岗位、实训指导老师确定，实训管理及实施规章制度齐全。学生在实训基地实训过程中，可以完成认识实习、生产实习、毕业顶岗实习等实践性教学任务。探索简历校外实习基地接收本专业毕业生的体制机制。

4. 学生实习基地基本要求

建立稳定的校外实习基地，能提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

建立具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题

解答等信息化条件；结合教学实际，利用学校现有的教学资源平台，开发市场营销专业相关信息化教学资源，创新教学方法、引导鼓励学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 对教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，不断完善教材选用制度，择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

根据人才培养、专业建设和教科研工作需要配备本专业相关图书文献，方便师生查询、借阅。

3. 数字教学资源配备要求

逐步建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，满足专业教学要求。

（四）教学方法

1. 教学方法

采用“教、学、做”合一的教学法、情景教学法、项目教学法、案例教学法、讨论式教学法、启发引导式教学法、现场教学法实施教学。

2. 教学手段

采用传统和现代信息技术交互的教学手段，充分利用信息网络教学平台建设，上传视频及图片资源，实现课程资源数字化，建设共享型课程资源，为学生自学与深入学习提供条件。

3. 教学组织

认真贯彻“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”的理念，按照“依托行业、对接产业、定位职业、服务社会”的专业建设思路，依据本专业人才培养方案，进行专业核心课程教学设计，建立实训基地，企业专家应参与人才培养的全过程。教师应当以行动导向实施课程教学，形成以教师为主导、学生为主体、教学做合一、理论与实践合一、工学结合的教学模式。

（五）学习评价

建立学生学习绩效考核评价体系，遵循“能力为主，知识为辅；过程为主，结果为辅；应会为主，应知为辅；定量为主，定性为辅”的原则，按照课程类型的不同，采用不同的考核与评价方法。

课程考核：

1. 公共基础课程和专业基础课程由课程主讲教师组织考核；
2. 专业核心技能课程建议采用综合考核即“过程考核+理论考核+职业认证参考”的方式进行考核；
3. 集中实践课程建议采用综合考核即由实训项目指导教师根据“实训过程考核+实训成果”进行考核；
4. 社会实践项目建议采用综合考核即“校外指导老师评价（行业或企业）+校内指导老师评价+实践效果（或成果）”进行评价，综合考核需要合理确定各部分的权重，结合企业考核标准确定能力考核要素，将校内考核与企业实践考核相结合，使学习效果评价与岗位职业标准相吻合。其中：

（1）过程考核主要考察学生的知识积累和素质养成，依据是作业、课堂表现、考勤记录等方面。期终考试以笔试、机试、答辩、论文、总结、报告等形式进行，重点在于考核学生的知识运用能力。

（2）综合考核：主要根据学生完成实训成果、平时表现、

操作能力、技术报告和态度综合评定，按“优、良、中、及格、不及格”五个等级给出考核成绩。

(3) 对于国家职业资格证书对应的课程，可直接参加对应资格证书的认证考核，通过国家职业资格认证的，可不再参加课程考核，且成绩评定为优秀。

5. 第六学期顶岗实习考核：成绩由企业指导教师和校内指导教师共同评定，以企业评价为主。校内指导教师主要根据学生的顶岗实习周记、对学生的指导记录进行评定，并填写《顶岗实习鉴定表》，企业指导教师主要根据学生在顶岗实习期间运用所学专业知识和解决生产实际问题的能力以及职业素质提高情况进行评定，并填写《顶岗实习鉴定表》，校内和校外指导教师的评价各占一定比重。

6. 学分奖励与转换：根据学院《奖励学分认定及管理办法》《学生学业成绩综合管理办法》对学生进行学分奖励和学分替代。

(六) 质量管理

为了促进专业建设的可持续发展，保证专业人才培养质量和目标的实现，应组建由院系领导、学科带头人、专业教师和企业兼职教师参加的专业建设发展领导小组，构建全程管理、全面介入的完整、全面、多方位的人才质量评价体系和监控体系。

1、学校和二级院系应建立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，根据培养目标的要求，高等职业教育要针对各个主要教学环节制定相应的质量标准，即课程标准、实训标准、实习标准、毕业实习标准。并通过专业自查以及学院教务处督导办和系部领导的专项检查、学生评教及听课等多种途

径对教学标准的执行情况进行监督和评价，确保各位任课教师按各个教学标准严格执行。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2、学校和二级院系应完善教学管理机制，实行学院、系部、教研室三级管理，教务处代表学院进行宏观管理和调控，充分发挥系部和教研室在教学中的主体作用，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，组织实施对实践教学运行全过程的质量监控，对教学质量方面存在的问题进行分析研究，采取相应的整改措施。严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3、对于达到重修条件的课程，按照学校《课程重修管理规定》进行课程重修。

4、学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

（一）学分要求

本专业学生应修满 171.5 学分，其中：

1、课内学分，包括必修课 135.5 学分，选修课 36 学分。

2、学生在校期间除修读完成培养方案所规定的课内学分外，还必须取得第二课堂学分不低于 2.5 个学分（具体量化考核按学

校《第二课堂学分制管理办法》、《第二课堂学分制管理实施细则》执行）方能毕业。

（二）其他要求

1. 操行评定合格。
2. 《国家学生体质健康标准》测试

十、附录

附录 1：教学进程安排表

附录 2：专业人才培养方案变更审批表

附录 1：教学进程安排表

×××学院 2019/2020 学年第一学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
一	2	9	16	秋分	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	小寒	13	20	27	3	10
二	3	10	17	24	国庆节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	立春	11
三	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	元旦	8	15	22	29	5	12
四	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13
五	6	中秋	20	27	4	11	18	25	11月	立冬	15	小雪	大雪	6	13	20	27	3	10	17	除夕	31	7	14
六	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	春节	2月	元宵节	15
日	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	12月	8	15	22	29	5	12	19	26	2	9	16
市场营销	入学 教育	军训														财务 报表 分析	ERP 实训	营销 认知	复习	:	=====			
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																							

×××学院 2019/2020 学年第二学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
一	2月17	24	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	6月	8	15	22	29	小暑	13	20	27	3	10	17	24
二	18	25	3	10	17	24	31	7	14	21	28	立夏	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25
三	19	26	4	11	18	25	4月	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	建党节	8	15	大暑	29	5	12	19	26
四	20	27	惊蛰	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	端午节	2	9	16	23	30	6	13	20	27
五	21	28	6	13	春分	27	3	10	17	24	劳动节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	立秋	14	21	28
六	22	29	7	14	21	28	清明	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	8月	8	15	22	29
日	23	3月	8	15	22	29	5	12	谷雨	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30
市场营销																市场调 研	营销 策划	复习	:	实践	=====							
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																											

×××学院 2020/2021 学年第一学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
一	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	大雪	14	冬至	28	4	11	18	25	2月	8	15	22
二	9月	10	17	24	29	6	13	20	27	3	10	17	24	12月	8	15	22	29	小寒	12	19	26	2	9	16	23
三	2	11	18	25	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	立春	10	17	24
四	3	12	19	26	国庆节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	4	除夕	18	25
五	4	13	20	27	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	元旦	8	15	22	29	5	春节	19	元宵节
六	5	14	21	28	3	10	17	24	31	立冬	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13	20	27
日	6	15	秋分	29	4	11	18	25	11月	8	15	小雪	29	6	13	20	27	3	10	17	24	31	7	14	21	28
市场营销														新媒体 营销实 训	市场营销综合实 训			复习	:	实践	=====					
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																									

×××学院 2020/2021 学年第二学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
一	3月	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	端午	夏至	28	5	12	19	26	2	9	16	处暑	30
二	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	6月	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	31
三	3	10	17	24	31	7	14	21	28	立夏	12	19	26	2	9	16	23	30	小暑	14	21	28	4	11	18	25	9月
四	4	11	18	25	4月	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	7月	8	15	大暑	29	5	12	19	26	2
五	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	3
六	6	13	春分	27	3	10	17	24	劳动节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	立秋	14	21	28	4
日	7	14	21	28	清明	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	8月	8	15	22	29	5
市场营销																网店运营推广	复习	:	实践	=====							
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																										

×××学院 2021/2022 学年第一学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
一	6	13	20	27	4	11	18	25	11月	8	15	小雪	29	6	13	20	27	3	10	17	24	除夕	7	14	21
二	7	14	中秋	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	大雪	14	冬至	28	4	11	18	25	春节	8	元宵节	22
三	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	12月	8	15	22	29	小寒	12	19	26	2	9	16	23
四	9	16	秋分	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	大寒	27	3	10	17	24
五	10	17	24	国庆节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	立春	11	18	25
六	11	18	25	2	9	16	霜降	30	6	13	20	27	4	11	18	25	元旦	8	15	22	29	5	12	19	26
日	12	19	26	3	10	17	24	31	立冬	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13	20	27
市场营销														新媒体营 销实训		市场营销 综合实训		复习		:	=====				
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																								

×××学院 2021/2022 学年第二学期教学进程表

周次 星期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
一	28	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	8月	8	15	22
二	3月	8	15	22	29	清明	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	夏至	28	5	12	19	26	2	9	16	23
三	2	9	16	23	30	6	13	谷雨	27	4	11	18	25	6月	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24
四	3	10	17	24	31	7	14	21	28	立夏	12	19	26	2	9	16	23	30	小暑	14	21	28	4	11	18	25
五	4	11	18	25	4月	8	15	22	29	6	13	20	27	端午	10	17	24	7月	8	15	22	29	5	12	19	26
六	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	大暑	30	6	13	20	27
日	6	13	春分	27	3	10	17	24	劳动节	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	立秋	14	21	28
市场营销																网店运营 推广实训	复习	:	实践	=====						
说明	符号含义: : 期末统考: ==== : 假期																									

附录 2：专业人才培养方案变更审批表

专业人才培养方案变更审批表

专业名称	
实施对象	
变更原因	
变更内容	
专业负责人意见	
系主任审核意见	
专业建设指导委员会 审核意见	
院学术委员会意见	
主管院长意见	