**2021级市场营销专业人才培养方案(扩招)**

# 一、专业名称、专业代码、专业大类

（一）专业名称（专业代码） 市场营销（530605）

（二）专业大类

财经商贸大类

# 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,且符合国家、省招考文件精神取得入学资格的社会人员。

# 三、基本修业年限

本专业学制3年，实施弹性学习，最长不超过6年。

# 四、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） | 职业资格证书和职业技能等级证书 | 行业企业标准举例 |
| 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 | 网络营销师直播销售员CRA证书 | 市场研究行业数据分析职业技能等级规范 |

# 五、培养目标

本专业以立德树人为根本，构建“三全育人”的人才培养体系。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，掌握市场营销专业必备知识、技术、技能，具备市场营销职业岗位工作的基本能力，能够从事企业管理、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、市场经理等工作的高素质技术技能人才。

# 六、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：

（一）素质

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国民族自豪感；

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、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神；能够理解企业战略、适应企业文化、保守商业机密；

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一两项运动技能， 养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6.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；

7.树立正确的劳动观念，具有必备的劳动能力和劳模精神、劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。

（二）知识

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.熟悉与市场营销专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

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分析的基本内容和分析方法；

5.掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

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；市场预测方法;

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。

（三）能力

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与分析；

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。

# 七、课程设置及要求

## （一）职业能力分析

## 典型工作任务与职业能力分析表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作岗位 | 定性工作任务 | 职业能力 | 对应课程 |
| 市场营销专员或营销经理 | 帮助总经理制定营销计划、开发客户资源、签订商品合同等任务。 | 沟通能力、协调能力、应变分析能力、写作能力等 | 《市场营销学》 |
| 市场调查分析岗位 | 收集市场信息并进行整理、分析和预测，为决策提供依据 | 掌握市场调查技术，进行数据整理分析，撰写市场调查报告 | 《市场调查与预测》 |
| 销售管理岗位：如销售主管、销售经理等 | 制定销售计划、构建销售组织、培训和指导销售人员、进行销售激励和绩效考评。 | 战略与决策能力、人际关系管理能力、操作能力。 | 《销售管理》 |
| 营销策划专员、主管及相关管理岗位 | 项目前期调研与可行性分析、市场定位和产品定位、项目策划推广、优势资源整合等 | 协调能力、决策能力、组织管理能力、资源运营能力 | 《营销策划》 |
| 销售员、业务经理 | 收集整理分析客户资料、组建谈判团队、完成销售任务 | 具备有关推销理论、谈判模式等具体推销领域的基础知识，掌握推销过程相关的基本技能 | 《推销技巧与谈判》 |
| 消费者行为分析 | 掌握个性心理因素、环境因素、营销因素对消费者行为影响，掌握消费者行为产生，发展和变化的一般规律，制定有效的营销策略。 | 熟练地运用消费者行为学分析的各种方法分析和研究消费者行为活动的能力 | 《消费者行为学》 |

**（二）课程设置**

课程包括公共基础课程和专业课程。

1.公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育，党史国史、劳动教育、大学语文、公共外语、信息技术、创新创业教育列入必修课，将高等数学、理财思维与技能、突发事件及互救自救列入公共选修课。

2.专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业选修课程，并涵盖有关实践性教学环节。

（1）专业基础课程

设置8门专业基础课：商品学、经济学原理、统计学原理、客户服务与管理、广告学、职业素养、团队管理、连锁经营与管理。

（2）专业核心课程

设置6门专业核心课程：市场营销学、推销技巧与谈判、销售管理、市场调查与预测、消费者行为学、营销策划。

（3）专业选修课程

根据行业发展、职业发展、区域经济等对市场营销专业人才的复合型要求设置5门专业选修课程：新媒体营销、渠道设计与管理、数字贸易、数字营销、财经应用文。

（4）“课程思政”教学改革建设课程

“课程思政”教学改革建设课程为市场营销学。

3.实践教学环节

实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学，主要包括实训、实习、毕业设计、社会实践等。课程实训严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求，在校内实训实验室、校外实训基地等开展完成；社会实践、顶岗实习、跟岗实习由学校组织在校企合作相关企业开展完成。

**（三）课程描述**

1.公共基础课课程描述

公共基础课课程描述

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 《思想道德修养与法律基础》 |
| 课程目标 | 本课程旨在帮助学生了解日常生活和职业生活中道德法律知识和规范。课程以马列主义、毛泽东思想为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，帮助大学生确立正确的世界观、人生观和价值观，形成崇高 的理想信念，弘扬伟大的爱国精神，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养，把大学生培养成社会主义事业的合格建设者和接班人。 |
| 主要内容 | 内容包括：绪论、人生的青春之问、坚定理想信念、弘扬中国精神、践行社会主义核心价值观、明大德守公德严私德、尊法学法守法用法等。 |

|  |  |
| --- | --- |
| 教学要求 | 本课程在具备一定文化水平和心理素质基础上，需要将课堂教学和实 践教学有效融合，以真正发挥这门课程的思想引领作用。课程按照国家文 件要求 3 学分，每周 3 学时，在大学生入学后的第一学期开设，该课程的后续课程是《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》。 |
| 课程名称 | 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 |
| 课程目标 | 通过本课程的学习旨在帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系的基本原理及其对当代中国发展的重大意义，增强贯彻党的 基本理论、基本路线、基本纲领及各项方针政策的自觉性和坚定性，树立 中国特色社会主义共同理想，并在不断践履中牢固树立“四个意识”，坚 定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，强化学生服务社会、报效国家的责任意识和实践能力。 |
| 主要内容 | 毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理 论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、邓小平理论、“三个代表” 重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地 位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、 “四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等。 |
| 教学要求 | 本课程集中阐述马克思主义中国化的两大理论成果，结合《习近平新 时代中国特色社会主义思想学习纲要》，以专题的形式着重为学生讲解当 前新时代背景下中国特色社会主义总体布局和战略目标，树立在党的领导 下走中国特色社会主义道路的理想信念，真正做到用习近平新时代中国特 色社会主义思想武装头脑，夺取新时代中国特色社会主义的伟大胜利。 |
| 课程名称 | 《形势与政策》 |
| 课程目标 | 《形势与政策》课是高职院校各专业面向高职大学生开设的一门公共基 础课，是贯彻、落实党和国家路线、方针、政策的一门重要课程，在高校大学生思想政治教育中担负着重要使命。本课程旨在帮助学生及时、正确地认识新时代国内国际热点、难点和敏感问题,及时、正确理解党的理论、 路线、方针、政策，认识党和国家面临的形势与任务，培养大学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践能力和社会适应能力。 |
| 主要内容 | 《形势与政策》课的教学内容涉及国内与国际两个领域的时事热点，具体涉及经济、政治、文化、社会、军事、外交、统战、国际关系等诸多领 域。《形势与政策》课不仅具有非常强的政治性、政策性和现实性，而且 具有高度的敏感性、针对性和时效性。为此，我们根据中宣部、教育部 春、秋两季颁发的《高校“形势与政策”教育教学要点》、党和国家重大 理论政策、国内国际形势与国际关系等与时俱进设定教学内容，确定每学期具体教学内容。 |
| 教学要求 | 本课程教学中主要联系涉及国内与国际两个领域的时政热点问题，灵 活运用多种教学方法和现代化教学手段讲述十八大以来党和国家事业发展 取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，通过 学习增强学生的获得感和满意度。本课程按照国家文件要求 1 学分，分别在新生入校后的第一、第二、第三、第四学期开设，每学期 8 个学时。 |
| 课程名称 | 《就业与创新创业教育》 |
| 课程目标 | 学生通过本课程的学习，能清晰地认识到创新的重要性，掌握一些基 本的创新技法，并且在学习生活中能积极主动去创新；通过对创业理论知 识的学习，学生的创业意识和创业素养有比较明显的提高；通过对创新创 业案例分析与讨论，切实提升学生的创业能力并树立正确的创业成败观。学生需要培养善于思考、勇于探索的创新精神；敢于承担风险、挑战自我的进取意识；面对困难和挫折不轻易放弃的态度；识别机会、快速行动和 善于解决问题的时间能力；善于合作、诚实守信、懂得感恩的道德素养；以及创造价值、回报社会的责任感。 |
| 主要内容 | 熟悉创新思维提升的基本方法；知道创业的基本概念、基本原理和基 本方法；了解创业的产生与演变过程；掌握商业模式的设计；对互联网经 济趋势有较为全面的认识，主动适应互联网经济大趋势。学习创新创业者 的科学思维能力；了解创业过程中的财务计算与分配能力；在项目运营过 程中掌握分析问题、概括、总结能力；通过加强社交能力，从而提升信息 获取与利用，提高合作的能力。掌握主动创新意识，创业潜质分析能力，并能够进行创业机会甄别和分析，树立科学的创新创业观。 |
| 教学要求 | 从以教师为主向以学生为主的转变、从以讲授灌输为主向以体验参与 为主的转变，调动学生学习的积极性、主动性和创造性。充分整合校内教 育资源，组织开展灵活多样的创业讲座、创业训练、创业模拟、创业大赛 等活动。积极创造条件，支持学生创办并参加创业协会、创业俱乐部等社 团活动。充分利用校内外资源，依托校企联盟、科技园区、创业园区、创 业项目孵化器、大学生校外实践基地和创业基地等，开展学习参观、市场 调查、项目设计、成果转化、企业创办等创业实践活动。 |
| 课程名称 | 《计算机基础》 |
| 课程目标 | 该课程旨在培养学生利用计算机查找数据、处理数据的能力，培养学生 使用 Microsoft Office 软件处理日常生活工作中碰到的事务，也为以后能掌握计算机基本操作技能，为学好本专业后续课程打下坚实的基础，本课程的学习对学生毕业后迅速适应岗位需要、在工作岗位上具有可持续发展的再学习能力都具有重要作用。 |
| 主要内容 | 内容包括：计算机发展概论、计算机基本组成和工作原理、WINDOWS2010 操作系统、WORD2010、EXCEL2010、PPT2010 、计算机网络知识、计算机网络安全、多媒体技术。 |

|  |  |
| --- | --- |
| 教学要求 | 针对该课程信息量大、知识更新快、学生基础差异大等特点，借助现代 化的教育教学手段，主要采用以下教学方法：（1）采用“任务驱动”教学 方法，从现代办公应用遇到的实际问题出发，精心选取各种典型工作任务，设计成若干教学任务。这个教学任务均来自实际工作岗位，采取工作过程进行设计，有效地解决学生知其然，不知其所以然的现象。（2）“案 例教学”、“精讲多练”相结合的教学方法普遍采用案例教学法，密切结合设计实例安排教学。教学中能根据所讲授的内容选择有实用性、有代表性的作品来进行分析讲评，通过作品来吸引学生的学习兴趣，也通过作品让学生知道所学习的知识在实际生活中的应用。精讲多练主要做到以下几个方面：对于基本概念、方法，要做到精讲。与基本知识配套的上机练习和操作性很强的知识，属于“多练”内容是本课程的基本教学要求。 |
| 课程名称 | 《大学英语》 |
| 课程目标 | 本课程全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、 国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。通过本课程学习，学生应该能够达到包括职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升、自主学习完善以及知识、技能、素质七项学科核心素养的发展目标。 |
| 主要内容 | 主题类别侧重与职业相关的教学主题。语篇类型包括口头、书面、新 媒体等多模态语篇，涵盖不同类型的体裁，为语言学习提供素材。语言知 识重点突出应用性。文化知识包括世界多元文化和中华文化，尤其是职场 文化，是学生形成跨文化交际能力、坚定文化自信的知识源泉。英语技能 对学生在职场中的口头和书面沟通能力提出具体要求，包含理解技能、表 达技能和互动技能，具体包括听、说、读、看、写以及中英两种语言的初 步互译技能。语言学习策略是实现自主学习和终身学习的手段，具体包括 元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略等。 |

|  |  |
| --- | --- |
| 教学要求 | 坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能;落实核心素养，贯穿英语课 程教学全过程;突出职业特色，加强语言实践应用能力培养;提升信息素 养，探索信息化背景下教与学方式的转变;尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。 |
| 课程名称 | 《大学语文》 |
| 课程目标 | 助推高职高专学生进一步提高语文能力与职业素养，提高学生对文学 精品的鉴赏水平和审美能力，养成学生民族文化情结和高尚品德，激发大 学生的爱国热情，对促进高职高专院校立德树人、培养高素质劳动者和技 能技术型人才起到积极作用。主要目标是引导高职生进一步拓宽视野、启 蒙心智、健全人格，帮助大学生提高阅读、表达和写作能力。 |
| 主要内容 | 培养高职高专学生的语文素养、人文素养和职业素养，体现语文读写 听说能力训练、文学作品鉴赏与国学经典阅读的兼顾，使学生更加全面准 确地认识中华民族的历史文化传统，受到优秀传统文化的陶治，从中汲取 正能量，明辨道理，增强民族文化自信和价值观自信，自觉践行社会主义 核心价值观，坚定走中国特色社会主义道路、实现中华民族伟大复兴中国 梦的理想信念。从高职高专学生毕业后从事生产建设、管理、服务第一线的岗位要求出发,掌握企业文化实务技能。 |
| 教学要求 | 以读写为基础，训练为中心，读练结合，将提高语文素养、人文素养 和职业素养的具体教学要求蕴含于教学内容中，把控每个教学过程的质量 意识和检测要求。实施教学时，立足学生实际，提倡运用精讲与泛读、教 读与自读及指导点拨与学生自主、合作、探究学习相结合的方法，把重点 放在提高学生读写技能与人文素养上。对国学经典品读重在领会传统文化 精神，可通过教师引导和课内外自主学习，潜心体会，含咀英华，明其要 妙，契其真谛。 |
| 课程名称 | 《大学体育》 |
| 课程目标 | 本课程全面落实立德树人根本任务，培养学生学会锻炼身体的科学方 法，掌握 1~2 项体育运动技能，提升体育运动能力，提高职业体能水平。引导学生建立终身锻炼的意识，养成体育锻炼的习惯，形成健康文明的生 活方式。倡导学生积极弘扬体育精神，自觉遵守体育道德规范和行为准 则，塑造良好的体育品格，增强责任意识、规则意识和团队意识，助推学 生运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。 |
| 主要内容 | 本课程由基础模块和拓展模块两部分构成。基础模块包括体能和健康 教育两方面教学内容，拓展模块包括 9 个运动专项，每个专项分为基础知识学习和专业技能学习，主要系统学习各专项运动的基本技术、技能、战 术、理论知识、专项身体素质、竞赛规则、裁判法以及基层单项比赛的指 导方法和组织方法等，内容丰富，能够更好地满足学生继续学习与个性发 展等方面需要。同时把课外体育锻炼、体育竞赛活动、体育社团活动等纳入整体课程结构设计和教学计划中，与课堂教学内容有效衔接，切实保证学生每天一小时校园体育活动时间和效果。 |
| 教学要求 | 遵循体育教学规律，把握课程结构，注重教学整体设计，倡导多元学 习方式。在教学中优化设计运动技能模块，开发和创新职业体能锻炼的内 容和组织形式，注重体育活动及比赛情境的创设，促进学生积极主动地参 加活动和比赛，激发学生提高运动技能的内在动力和竞争能力。强化职业 教育特色，提高职业体能教学实践的针对性。注重结合学生未来的职业发 展与已有的生活经验，创设问题情境，引导学生理解职业体能的内涵，鼓 励学生主动地开展职业体能训练，培养与提高综合职业能力和职业素养。 坚持立德树人，发挥体育独特的育人功能，将增强学生文化自信、培养团 队合作意识、提高沟通和组织能力、增强解决问题能力等有机融入教学全过程。 |

2.专业课课程描述

（1）专业基础课课程描述

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 《经济学原理》 |
| 课程目标 | 本课程是经贸类专业必修的专业课程，该课程是学生学习财经类课程的基础，是财经课程的先导课。通过本课程的学习，旨在培养学生对市场经济规律的把握与应用，对学生职业能力培养和职业素养形成起着重要的支撑作用，以保证经贸类专业培养目标的实现。 |
| 主要内容 | 微观经济规律及原理的掌握与应用，包括价格理论，生产理论，消费者行为理论，市场分析与市场失灵；宏观经济学理论与政策的掌握与应用，包括国民收入核算，宏观经济四大目标，宏观经济政策。 |
| 教学要求 | 课程的设计融入思政教育以职业素养教育为基础，以职业岗位所要求的营销能力为出发点，以职业技能培养为核心，以企业实际工作项目为载体，使学生在实施工作项目过程中，主动建构自己的专业知识、积累职业经验，完成从初学者到熟练者的职业能力发展。 |
| 课程名称 | 《统计学原理》 |
| 课程目标 | 1、知识目标：学生应该通过本课程的学习与训练活动，了解并运用统计学原理的相关知识，掌握处理统计基本业务的能力。通过实训和实践操作，让学生切实体会到统计工作的过程。让学生首先学会统计设计、搜集资料、整理资料、计算分析资料，最后撰写分析报告。从而使学生对统计工作的整个流程得到一个全真认识，使学生掌握统计分析方法，提高解决经济生活中实际问题的能力。2、职业技能目标：（1）能熟练运用统计数据进行数据采集操作流程。 （2）掌握常用的科学统计的方法搜集、整理、分析国民经济和社会发展的实际数据，描述现象数量之间的联系和变动规律。 （3）熟练掌握应用计算机统计软件进行数据传输及处理的方法及操作流程。3、职业素质养成目标：（1）具备一定的沟通能力和组织调查能力。（2）具备一定的分析和运用统计学理论解决实际问题的能力。（3）培养学生勤学好问、诚实、严谨、细心的治学态度。（4）逐步树立运用统计参与管理的观念和意识。 |
| 主要内容 | 课程内容具体包括：总论、统计调查、统计整理、统计综合指标、抽样推断、相关与回归、统计指数、时间数列分析、统计预测等内容。从统计总论入手，以统计工作的四个阶段，即：统计设计、统计调查、统计整理、统计分析为主线，最后撰写分析报告。 |
| 教学要求 | 通过本课程的教学，使学生理解并应用统计学的基本知识；熟悉一些常用的重要理论和方法；能运用所学知识，完成对统计资料的搜集、整理和分析工作，提高学生对社会经济问题的数量分析能力。统计学原理是职业基本能力课程，培养学生拿到统计职业资格上岗证，适应统计岗位工作，操作技能达到本专业上岗标准。 |
| 课程名称 | 《商品学》 |
| 课程目标 | 商品学专业培养具有商品检验、质量认证与管理的基本理论与基本实验技能的应用型人才。培养学生具备扎实的企业管理、现代物流、市场营销、国际贸易等理论与实务，同时掌握建材商品、日用化学品、农产品等商品的检验检测技术及相关法律法规。使学生能够在流通企业从事商品检验与报检业务，以保障商品流通速度和效率，降低贸易成本；使学生也能够在商品质量检验与认证机构、商品质量监督管理部门从事商品质量检验、认证与管理工作，以保障商品质量安全。 |
| 主要内容 | 商品学概论、商品检验与质量认证、质量管理、商品检验法律法规、商品包装与运输、进出口商品检验、化学、物理、材料力学、材料加工工艺、现代分析检测技术、金属材料检验技术、无机非金属材料检验技术、高分子材料检验技术、农产品检验、食品检验、日化品检验、零售管理等。 |
| 教学要求 | 商品学是市场营销专业必修课，对市场营销专业课程的教学质量至关重要。随着经济发展的不断加快，消费品不断的替换、更新，商品学教学内容和课程体系也需要不断改革和创新。为此，我们主要从两方面进行课程规划，力求在“实用、新颖”的原则下，课程内容达到突出“人际沟通能力、社会适用能力、实践能力、创新能力”等综合能力的培养，授课过程达到“与实际生产过程、营销管理过程、经营管理过程、国际贸易管理过程接轨”的目的。 |
| 课程名称 | 《职业素养》 |
| 课程目标 | 课程针对高等职业院校学生的特点，培养学生的社会适应性，教育学生树立终身学习理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。以“培养就业观念端正，掌握职业发展与就业基本技能，能理性将自身发展与区域经济发展溶为一体的高素质技能型专门人才”为课程开设宗旨。 |
| 主要内容 | 一、 树立正确的职业目标二、 培养诚信的品质三、 培养走向成功的良好习惯四、敬业 五、增强责任心六、培养团队精神七、锻炼吃苦能力八、 学会科学管理时间九、 学会有效沟通 十、保持积极的心态 十一、培养进取心 十二、树立自信心 |
| 教学要求 | 以教育部《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》为依据，立足区域经济发展，以创业与就业要求为基础，通过对岗位行动领域、工作过程、职业行动能力的分析，确定课程内容。结合高职类学生在职业发展与就业过程中的能力培养要求，将课程内容整合为职业价值观、职场道德、职场礼仪、职场沟通、职场协作、时间管理、情绪管理等七个主干模块。根据学生的实际情况，重新组合教学内容。构建“体验-理解-对话-反思”的教学模式，遵循“教师引导，学生思考，促进师生共同发展”的教学原则。教学效果评价重点在于评价学生的综合职业能力。 |
| 课程名称 | 《广告学》 |
| 课程目标 | 本课程坚持立德树人、三全育人，以国家政治、经济和文化建设发展需求为基本原则，以行业标准和社会需求为导向，培养具有初步的全媒体新闻传播知识和能力的应用型、复合型、创新型人才。通过本课程学习使学生了解广告活动的基本内容，认识广告活动的基本特点，掌握基本的广告专业术语，掌握广告活动的基本原理与基本操作方法，为进一步深入学习和进入社会实践奠定初步的理论基础。 |
| 主要内容 | 主要内容包括广告概述、广告的起源与发展、广告学的基本原理、现代广告业概况、[广告运作](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=9044231&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)规律、广告信息、广告媒体、广告媒体策划、广告受众、广告效果的测定、[广告组织](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=6405641&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)、广告管理与法规、广告代理制度、国际广告等。 |
| 教学要求 | 本课程教学培养能够在媒介广告部门、广告公司、市场咨询机构、政府部门、企事业单位和[文化创意产业](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=347594&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)部门及其他相关机构，从事广告及传播运营、策划、创意、制作、营销、市场研究等方面工作的复合型人才。教学中要注重广告基本原理与营销传播的理论知识和职业观念和实用策略的有机融合，突出理论培养与技能培养的双重目标。 |
| 课程名称 | 《客户服务与管理》 |
| 课程目标 | 依据专业人才培养方案及本门课程的课程标准，在教学内容和学情分析基础上，确立教学目标。通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握客户服务与管理的基本技能，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任客户服务相关工作，培养具有客户服务综合技能的应用型人才。 |
| 主要内容 | 以企业的客户服务的工作过程为主线，通过对客户服务的售前售中和售后的任务分解，以及 1+X 职业技能等级证书要求整合教学内容，具体包含客户识别与开发、客户信息管理和处理、客户细分和分级、客户满意度和忠诚度管理、客户流失管理等内容。整个工作过程贯穿了从售前、售中到售后的所有环节。 |
| 教学要求 | 围绕技术应用能力培养这一高职教育的核心目标，以完成客户服务的工作任务为教学内容，采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、等教学方法，做到在学中做、做中学。教学效果评价重点评价学生学习态度和职业能力。 |
| 课程名称 | 《连锁经营与管理》 |
| 课程目标 | 通过本课程学习，学生应达到以下目标∶能够描述连锁企业组织结构设计的基本原则；能够叙述连锁企业总部的基本职能；能够完成连锁企业的组织结构设计；能够设计连锁总部组织结构；能够设计连锁企业门店组织结构；能够设计连锁企业物流配送中心组织结构。能够准确描述连锁经营三种基本模式各自的特点；能够陈述连锁超级市场、百货商店、便利店、专业店、专卖店的业态特征；能够列举常规连锁企业总部运营管理体系的主要内容 。具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；具备练好的人际交流和沟通能力；具备解决问题思考问题的能力。 |
| 主要内容 | 认识连锁经营管理；连锁经营主要业态；连锁门店开发与设计；连锁企业采购与配送管理；连锁企业商品策略、价格策略、促销策略。 |
| 教学要求 | 结合本课程的性质、教学的基本任务，突出连锁经营管理重点内容的讲授和实训，强化学生的动手实践能力，为社会提供理论够用，技能娴熟的专业人才。以工学结合为中心，教学内容与社会实践挂钩，在教学过程中要求学生利用业余时间观察连锁企业，并将观察调研成果作为成绩考核的重要组成部分。通过任务驱动、项目导向、创设工作情境，体现教学内容灵活性和针对性，体现弹性结构，培养学生综合职业能力和全面素养。 |
| 课程名称 | 《团队管理》 |
| 课程目标 | 本课程以中国高等教育定位和特点为参考框架，同时以行业标准和社会需求为导向，培养具有初步的知识和能力的应用型、复合型、创新型人才。通过本课程的学生，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握有效沟通的相关知识、技能，能独立地在工作与生活中正确与人沟通，使学生掌握团队管理的相关知识、技能，能进行团队规划、创建、管理，使学生走向工作岗位后能在短时间内胜任团队管理等管理类相关工作。 |
| 主要内容 | 主要内容有团队概述、团队的起源与发展、现代团队现状、团队的类型、团队的基本理论、团队精神与团队文化、团队培育、团队绩效与团队激励、团队领导、团队冲突、团队创新、团队沟通等。 |
| 教学要求 | 根据需要整合教学内容，模块化教学，采取情景模拟、案例分析、小组讨论等教学方法进行教学。线上学生自学，教师导学使学生初步具备专业人才所必需的团队管理能力、方法，培养学生从事团队组建、适应团队工作，进行团队管理工作的综合职业能力。教学考核过程与结果相结合，侧重学生能力的考核。 |

1. 专业核心课课程描述

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 《市场营销学》 |
| 课程目标 | 本课程的教学目标是通过本课程的学习，帮助学生树立科学的营销观念，正确认识企业的营销活动，掌握企业营销管理的相关知识、技能，熟练掌握市场营销过 程，能独立地开展营销活动，能牢固树立以消费者需求为中心的市场营销观念，并以此观念为指导研究和解决市场营销的理论和实际问题。使学生，为将来开拓物流 市场打下坚实的基础。 |
| 主要内容 | 市场营销概述，营销环境分析，市场调研、市场分析、市场营销战略、目标市场分析，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略和营销新发展。 |
| 教学要求 | 课程教学以职业岗位所要求的营销能力为出发点，以职业技能培养为核心，以企业实际工作项目为载体，遵循“任务布置、计划、执行、控制、评价”这一“行 动”过程序列；在基于职业情境的学习情境中，强调“为了工作而学习”和“通过 工作来学习”，工作过程与学习过程相统一。使学生在解决实际问题过程中形成独 立地计划、实施和评估的能力。使学生在实施工作项目过程中，主动建构自己的专 业知识、积累职业经验，紧密联系实际，加强营销案例分析，进行营销实战演习， 解决企业实际问题，把理论的学习融入到对经济活动实践的研究和认识之中去，切实提高分析问题、解决问题的能力，完成从初学者到熟练者的职业能力发展。 |
| 课程名称 | 《市场调查与预测》 |
| 课程目标 | 依据市场营销专业人才培养方案及本门课程的课程标准，在教学内容和学情分析基础上，确立教学目标，坚持立徳树人，实现“三全育人”，把思政教育融入并细化到每堂课的教学过程中，让学生感受到沉浸式的思政教育，达到润物细无声的效果。通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握市场调查和分析的相关知识、技能，能独立地开展市场调查工作和预测工作，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任市场调查和预测相关工作，培养具有市场调查与预测综合技能的应用型人才。 |
| 主要内容 | 以立德树人为基础，基于企业实际工作过程进行设计，重新整合教学内容。以企业市场调查工作过程为主线，通过对企业市场调查工作的任务分析和 1+X 职业技能等级证书要求，将内容整合成认知市场调查、市场调查准备、市场调查实施、市场调查总结共四个模块，具体包含市场调查认知、确定市场调查目标、制定市场调查方案、设计市场调查问卷、市场调查人员准备、市场调查方法、市场调查技术、组织执行市场调查活动、市场调查资料的整理与分析、预测市场发展趋势、撰写市场调查报告等内容。 |
| 教学要求 | 鉴于本课程的服务面向与定位，本课程标准在设计过程中，考虑营销与策划专业对市场调研与预测知识的需求特点，以能力本位的培养目标、过程导向的课程开发和行动导向的教学过程为指导思想，围绕技术应用能力培养这一高职教育的核心目标，以完成市场调研制订的工作任务为教学内容，以市场调研的工作顺序来组织教学过程，采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、实战体验等教学方法，做到在学中做、做中学。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合、课堂参与与课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合，重点评价学生态度和职业能力。 |
| 课程名称 | 《营销策划》 |
| 课程目标 | 通过本课程的学习使学生了解营销策划的基本概念、基本原理；掌握市场营销战略策划、战术策划和市场营销创新策划的一般内容；把握常见市场营销策划的一般过程、程序或步骤、技术与方法。学生能独立撰写市场营销策划书；能运用所学过知识，结合具体实践，对具体营销活动做出营销策划方案；培养和提高学生的组织能力、协调能力、沟通能力、创新能力以及应变能力。 |
| 主要内容 | 市场营销策划导论、市场营销环境分析、企业战略策划、市场调研与预测策 划、市场细分与定位策划、产品策略策划、品牌策划、价格策略策划、营销渠道策略策划、促销策略策划等。 |
| 教学要求 | 强化职业教育特色，提高职业教学实践的针对性。注重结合学生未来的职业发展与已有的生活经验，创设问题情境，要求掌握市场营销策划的基本知识，市场细分策划的基础知识、步骤、策略与方法，分析竞争者；企业形象策划、产品与价格策划、销售渠道策划等内容。 |
| 课程名称 | 《消费者行为学》 |
| 课程目标 | 本课程系统论述了消费者行为学的基础理论和方法,以消费者的购买决策为中 心,详细介绍了影响消费者购买决策的各种因素,包括消费者的心理因素,购买环境 因素以及营销因素.通过本课程的学习,学生能够运用消费者行为学的理论和方法, 并具有一定的认识和分析消费者行为的能力,为学生毕业后能成功地在企业从事市 场营销工作奠定知识和素质基础。 |
| 主要内容 | 分析消费者获得消费信息、形成消费态度、产生消费需要与动机、做出购买决策、享受消费价值、得到消费体验的过程，介绍消费者个性、消费群体的心理特 点，分析网络平台、营业环境、社会因素、商品品牌与消费者心理之间的关系，介绍研究消费者心理的主要方法。 |
| 教学要求 | 在职业能力分析的基础上，以职业所需的知识和技能为先导，采用“工学结合”思想设计训练课。即先根据职业工作内涵，分析对应知识、技能与素质要求， 构造课程体系及层次，并根据课程每个模块的知识与技能组成，对训练内容甄选与整合。在培养学生掌握必须的理论知识的同时，更注重培养学生应用知识解决实际问题的能力，强调在工作中掌握原理、方法和理论知识。 |
| 课程名称 | 《销售管理》 |
| 课程目标 | 本课程全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人的根本任务，培养学生的职业岗位（群）所需要的营销认知、商品销售、营销管理等职业专门技术能力和超越具体职业的、可广泛迁移的职业关键能力与素质。 |
| 主要内容 | 本课程包括销售管理概述、销售计划、销售预测、销售预算、销售定额、销售组织、销售区域管理、销售人员招聘、销售人员培训、销售人员激励、销售人员薪酬、销售人员绩效评估等内容，其内容突出职业岗位（群）所需要职业专门技术能力和超越具体职业的、可广泛迁移的职业关键能力。 |
| 教学要求 | 坚持立德树人，充分发挥和挖掘课程思政的育人功能，落实核心素养，贯穿销售管理教学全过程，突出职业特色。加强销售管理实践能力的培养，素质教育融合在知识学习和能力培养的过程之中。教学中要尊重个体差异，探讨新的信息化教学方式与方法，激发学生学习兴趣，促进学生全面参与和个性化发展。 |
| 课程名称 | 《推销技巧与谈判》 |
| 课程目标 | 贯彻三全育人，坚持立德树人，提升学生职业素养。通过本课程的学习，指导学生将所学知识和方法用于企业推销谈判实践活动中，使学生掌握商务谈判与推销技巧岗位职能，语言沟通能力和表达能力得到极大地提高，并在实践中提升学生的销售洽谈能力，提高学生日后走上工作岗位所需的综合性职业素质。 |
| 主要内容 | 推销与推销人员、推销心理与推销模式、顾客开发、推销接近与洽谈、顾客异议处理与成交、推销管理；商务谈判概述、商务谈判组织与管理、商务谈判策略、商务谈判思维与沟通、国际商务谈判、商务谈判礼仪。 |
| 教学要求 | 坚持立德树人，充分发挥和挖掘课程思政的育人功能，落实核心素养，以企业营销从业人员 所需的职业技能和职业素质为出发点，突出专业能力的全面培养， 融合理论教学与实训环节。提升信息化背景下教与学方式的转变，激发学生学习兴趣，尊重个体差异，促进学生全面参与和个性化发展。 |

1. 专业选修课课程描述

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 《新媒体营销》 |
| 课程目标 | 通过本课程的学习，学生应掌握新媒体营销基本概念、新媒体营销方法，熟悉社群微信公众号、头条、直播网站、知识社区、微店等各类新媒体平台，掌握二维码、短链接、H5等关键技术，能够开展内容策划、微信营销、社群营销、粉丝推广、网络直播营销等新媒体营销活动，以及微信公众号、微店等平台的推广与引流，掌握数据分析的方法及策略，熟悉新媒体营销在各行业的应用，能够运用专业知识和技能截至新媒体平台开展产品的宣传、分享、销售、服务，并具备一定的网络创新、创业意识。融入新媒体文化新闻道德和网络创业精神，塑造学生的商业人文素养，培养学生的营销思维和引流策略，养成吃苦耐劳、作风踏实、注重合作积极上进等良好作风让学生保持对新媒体行业的敏感性、提高沟通协调能力，训练学生的自学能力和可持续发展能力。 |
| 主要内容 | 新媒体营销与网络营销；微博营销与微博活动策划；微信公众平台运营及高级营销方法；微信社群裂变增粉营销全流程实战；自媒体行业分析及运营实战策略；今日头条算法推荐原理及运营实战技巧；短视频营销技巧及短视频运营推广方法论；抖音短视频经典案例制作及营销技巧分析；新媒体数据分析及各平台数据分析技巧。 |
| 教学要求 | 随着科学技术的进步，互联网技术以及人工智能技术逐步发展成熟，新业态也应运而生。本课程与时俱进，大量吸收行业新内容、新发展、新模式、新案例，紧跟行业发展，选取新媒体营销行业典型案例素材，适应企业需求和行业竞争需要，采取线上线下混合式教学，运用情景模拟，案例研讨等方法实施教学，教学评价采取组内互评、组间互评、教师评价的评价体系。 |
| 课程名称 | 《渠道设计与管理》 |
| 课程目标 | 本课程全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人的根本任务。通过本课程的学习，使学生在掌握基本理论的基础上，掌握分销渠道设计与管理的相关知识和技能，能够独立从事分销渠道设计与管理的相关工作，使学生毕业后走向工作岗位能在短时间内胜任相关工作。根据课程内容融入思政教育，增强学生爱国主义教育、对学生进行自信心、责任心教育、转变学习态度，有明确的人生目标、有正确的价值观和人生观。 |
| 主要内容 | 本课程的主要内容包括渠道参与者、渠道结构与组织模式、渠道设计、渠道成员的选择与激励、渠道权力、渠道冲突与控制、渠道绩效评估、改进与整合等。该课程教学既要重视分销管理理论，又要突出它的应用性和实践性，注重学生专业技能的培养。通过分销渠道设计与管理的教学使学生掌握渠道管理的基本理论、基本内容和基本技能，增强学生的渠道设计与管理能力、工作能力和创新能力，提高学生的专业技能 |
| 教学要求 | 坚持立德树人，充分发挥和挖掘课程思政的育人功能，落实核心素养，贯穿教学全过程，突出职业特色。在对本课程的教学中，基于市场调研和岗位能力分析，在教学过程中要善于运用项目教学、案例讨论、自我教学、角色扮演法等各种有利于加强分销渠道设计与管理的实践学习方法，即在学习各种分销渠道设计与管理基本理论和知识的同时，又加深了知识的运用，有利于提高学生的分销渠道与管理技能。同时，把素质教育融合在知识学习和能力培养的过程之中。教学中要尊重个体差异，激发学生学习兴趣，促进学生全面参与和个性化发展。 |
| 课程名称 | 《数字营销》 |
| 课程目标 | 熟练掌握目前市场上主流的数字营销推广的方式和工具，如搜索引擎、数字广告、电子邮件、论坛、博客、网站联盟等，并能根据行业、企业和产品的特点，制订务实可行的推广创意和策划文案。初步掌握毒性营销、事件营销、名人营销、数据库营销等数字营销推广的方法和手段，并能根据企业的实际情况，形成切实有效的数字营销推广的创意与方案。 |
| 主要内容 | 数字营销导引、数字营销市场定位、数字营销平台建设、数字营销产品在线推广、数字营销方案策划与实施、数字营销效果评估与优化。 |
| 教学要求 | 充分体现理论与实践相结合的教学要求，首先，根据电子商务人才培养方案，整理出商务营销类专业学生毕业后在数字营销方面所需要的能力以及所从事的岗位等所对应的数字营销知识点；其次，针对每个典型工作任务进行细化、分解，形成对应的学习内容，再针对每个学习内容形成学习单元及教学单元，进行知识点教育的同时，安排适当的实验内容进行验证；最后进行综合实训以及根据情况参与具体的的企业数字营销。为了加强教学的实践环节，除了加强课堂教学中基本理论和技能的学习外，增加实践教学，并将数字营销分析能力和实际建设操作能力一并纳入考试范围，以便在一定程度上提高教学的效果。 |
| 课程名称 | 《数字贸易》 |
| 课程目标 | 本课程基于市场营销专业人才培养方案及本门课程的课程标准，在教学内容和学情分析基础上，以立德树人为己任，坚持三全育人。通过本课程的学习使学生掌握国际贸易实务基础知识，了解互联网及数字交换技术对国际贸易的影响，掌握数字贸易对经济的影响。 |
| 主要内容 | 以立德树人为基础，结合职业技能比赛和创新商业模式要求，进行教学内容的组合和重构。本课程的教学内容主要包括国际贸易实务基础知识、数字贸易的内涵特征、发展概况、理论基础、经济影响及贸易规则与政策体系。 |
| 教学要求 |  根据教学内容，在国际贸易实务的学习中，以工作任务为主线设计教学内容，充分运用典型任务设计、案例分析、小组讨论、情景模拟等方法、线上线下混合式教学策略等激发学生学习兴趣。以互联网与数字交换技术为出发点，通过典型案例学习数字贸易这一创新商业模式，是学生了解新时代贸易的发展、要求和规则，激发学生学习，为适应新时代经济、贸易的发展做好知识储备。 |
| 课程名称 | 《财经应用文》 |
| 课程目标 | 本课程通过财经应用文写作理论的学习与写作技能的训练，使学生掌握财经应用文写作的基本知识和基本技巧，养成良好的应用写作思维，提高常用财经应用文的写作能力，以适应当前和今后在学习、生活、工作中的写作需要，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。 |
| 主要内容 | 财经应用文写作概述、党政机关公文、财经日用文书、财经专业文书。 |
| 教学要求 | 以专业人才培养方案为依据，选取与学生生活、职业等紧密联系的应用文文种，根据它们之间的内在联系，以模块化的形式对教学内容进行整合，根据学生生活与职业岗位的能力需求，选取对应模块安排教学内容。在教学环节上，以“情境导入”或“案例分析”启发学生对某一文体的认识和思考，再以“知识介绍”让学生掌握应用文体的写作知识和写作要领，然后以“相关链接”拓展学生的知识面，最后以“问题诊断”和“技能训练”有效提高学生的写作技能。为突出应用写作能力的培养，必须指导学生勤写多练，让写作训练得以落实，学生所学的写作知识才能转化为写作能力，本课程的教学目的也才能最终得以实现。 |

1. **学习方式**

充分利用多媒体教室，采用现代化的教学技术进行教学，如教学案例的引入由单一的 WORD 文档形式转变为图片、图表、视频等形式，提高教学效率和效果。教学过程中，以小组合作学习模式为主，采用线上线下混合式教学、理实一体教学等模式培养学生的自主学习和团队合作能力。

# 八、实施保障

**（一）师资队伍**1.队伍结构

专任教师7人，其中：正教授2人，副教授2人，讲师3人；具有双师素质教师7 人，双师素质教师占专任教师比例为100%；教学名师1人。本专业现有统招在校生188 人，在校学生数与本专业专任教师数比例为18.8：1。

1. 专任教师

教学团队成员具有高校教师资格和本专业领域有关证书；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、企业管理等相关专业本科及以上学 历，扎实的市场营销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；每5年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

1. 专业带头人

该专业带头人具有正高职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，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。

1. 兼职教师

聘请的兼职教师具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销等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

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

配备黑（白）板、多媒体设备,互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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。

1. 校内实训室基本要求
2. 营销业务综合实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足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、综合实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

1. 营销新技术实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及营销新技术实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

1. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。遵循长期规划、深度合作、共建共享的原则，优先选择拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业作为校外实训基地，可供完成营销策划、销售管理、市场调查与预测等岗位群核心技能的训练和跟岗实习。校外实训基地能实际开展经营业务，实训设施齐备，实训岗位和实训指导教师确定，实训管理规章制度齐全。

1. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地：能够提供销售助理、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。

## （三）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1.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。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3.数字教学资源及基本要求

学校提供较好的信息条件，来引导鼓励教师开发并利用学习通、微信、QQ等提供的教学资源、教学平台，利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等创新教学方法、提升教学效果。

## (四)教学方法

运用项目教学、任务驱动、案例教学、情境教学等教学方式，灵活运用案例分析、分组讨论、实战体验、启发式、探究式、参与式等教学方法，做到在做中学、学中做。

**（五）学习评价**

教学效果评价采用组间自评、小组互评、教师评价、企业导师评价的多元化教学评价体系，将过程评价与结果评价相结合，综合考虑学生的课堂参与与课前准备情况、课内学习与课外实践成效，重点评价学生学习态度和职业能力。

**（六）质量管理**

1.学校和二级院系建立了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，达成人才培养规格。

2.学校、二级院系完善了教学管理机制，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，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.学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。

4.专业教研组织能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。

# 九、毕业要求

市场营销专业具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，同时满足下列条件，准予毕业并颁发淮北职业技术学院毕业证书，国家承认学历。

（一）具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，所修课程的成绩全部合格，取得规定的必修课、选修课学分。其中，公共选修课为5学分,专业选修课为15学分。

（二）外语应用能力为A级、计算机能力为一级。取得国家要求的相应的职业技能或职业资格证等级书如：CRA证书。

（三）德育考核评价达到合格以上。

# 十、附表《市场营销》专业教学计划进度表

