

2020 级市场营销专业人才培养方案

【2021 年修订】

一、专业名称及专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605【原专业代码 630701】

二、入学要求

普通高中毕业

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 专业职业面向一览表

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)	主要岗位类别 (技术领域)	职业资格(职业技 能等级)证书
财经商贸 大类(53)	工商管理类 (5306)	批发(51) 零售(52) 商业服务业 (72)	销售人员 (4-01-02) 其他批发与零 售服务人员 (4-01-99) 市场管理服务 人员(4-07-06)	直播销售员 电子商务师 营销员 商品营业员 互联网营销师 客户服务管理师	1+X《直播电商》职业技 能等级证书 1+X《网店运营推广》 职业技能等级证书 互联网营销师职业技能 等级证书 中国市场营销经理助理 资格证书

五、培养目标与培养规格

(一)培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应区域经济建设和社会发展，面向批发、零售和商业服务业等企业基层业务和管理岗位，具有良好的人文素养、诚信、敬业的职业道德、创新创业意识、精益求精的工匠精神，掌握市场营销、工商管理、创业创新等

知识，具备市场调研、营销策划、产品销售、商务沟通、客户关系管理、新媒体运营、创业等能力，德智体美劳全面发展和较强持续提升能力的工商管理类高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求：

1. 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华民族自豪感；

（2）崇尚宪法、遵法守纪、遵守、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）崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；

（4）具有质量意识、安全意识、职业生涯规划意识和创新思维；

（5）具有较强的团队合作精神和自我管理能力，勇于奋斗、乐观向上；

（6）具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的劳动、健身与卫生习惯；

（7）具有互联网大数据思维、审美和人文素养。

2. 知识

（1）理解并掌握市场营销系统理论、商业文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉专业相关法律法规、现代市场规则和企业经营管理规范；

（3）熟悉和掌握电子商务、直播运营方面的基本理论；

（4）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（5）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（6）掌握推销和商务沟通的原则、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。

3. 能力

(1) 能进行市场调研方案的设计并开展调研工作，具备较强的市场调查分析能力，能撰写调研报告；

(2) 在市场调研的基础上，能策划一般营销方案、促销方案；

(3) 能组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；

(4) 能进行常规的客户开发、拜访和客户关系管理；

(5) 具备开展电子商务和新媒体运营的能力；

(6) 具有较强的商务沟通能力和口头表达能力；

(7) 具有较强的计算机和互联网知识的应用能力，能利用计算机工具进行商务数据分析和专业业务处理；

(8) 能根据主客观条件，准确确定创新创业的发展方向、目标、战略以及制定具体实施方案。

六、课程设置及要求

课程设置主要包括公共基础课程和专业（技能）课程两大类。

（一）公共基础课程

公共基础课分为公共必修课和公共选修课两部分。公共必修课包括思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想政治理论课实践教学、形势政策教育、大学生职业生涯规划、职业发展与就业指导、体育、军事理论、心理健康教育、信息技术、大学英语、创新创业教育、职业素养、大学语文、创意思考与训练等。公共选修课包括中华优秀传统文化、艺术修养、音乐欣赏等。

表 2 公共基础课主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容和要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	教育部规定的高等学校学生各专业的必修课程，是高等学校思想政治理论课程体系的核心课程之一。通过本课程的学习，使学生深刻认识在马克思主义中国化的理论成果的指引下，中华民族迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，迎来了实现中华民族伟大复兴的光明前景，深入理解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要	本课程以马克思主义中国化的历史进程为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义；以马克思主义中国化最新成果为重点，系统阐释十八大以来，以习近平为主要代表的中国共产党人以巨大的政治勇气和强烈的责任担当，从理论和实践结合上系统回答了新时代坚持和

		内容和历史地位,引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,把个人的成长和国家发展结合起来,在实现中国梦的征程中书写人生华章。	发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义这个重大时代课题,创立了习近平新时代中国特色社会主义思想。
2	思想道德与法治	教育部规定的必修课程,是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课程。通过本课程的学习,使同学们可以尽快地适应大学生活,把握人生方向;坚定理想信念,确立正确的人生目标;继承优良传统,弘扬中国精神,做坚定的爱国者和改革创新的主力军;积极践行社会主义核心价值观;自觉加强思想道德修养,明大德守公德严私德;学习并掌握基本的法律知识,增强法治观念,提高思想道德素质和法律素养,为今后的学习和更好地适应社会以及取得良好的发展奠定基础。	本课程以马克思主义基本理论为指导,以社会主义核心价值观为主线,用深刻的哲理和多方面的综合知识,对大学生进行马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育,帮助学生提升思想道德素质和法治素养,成长为自觉担当民族复兴大业的时代新人。
3	形势政策教育	教育部规定的高等学校学生各专业的必修课程,是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑,引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。	理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课,是帮助大学生正确认识新时代国内外形势,深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程。
4	体育	树立“健康第一、终身体育”的指导思想,以增强体质、增进健康,提高体育素养为主要目标。	促进学生身心健康、终身体育思想和积极参与体育活动并形成自觉锻炼的习惯,以及对大学生运动情感的熏陶,积极向上、勇于拼搏、团结协作精神等人文素质的培养。熟练掌握各项运动的基本方法和技能,科学地进行体育锻炼,提

			高运动能力，改善生活，克服心理障碍，养成积极乐观的生活态度，在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉。
5	军事理论、军事训练	普通高校学生的必修课程。通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。	本课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。
6	大学生职业生涯规划	通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生科学规划职业生涯，从容做好就业准备，主动、理性地进行双向选择，顺利走上工作岗位，从而实现对大学生进行专业化职业指导的目的。	帮助大学生尽早确立自己的人生理想和职业目标，根据理想与目标合理规划好大学学习生活，有针对性地提升自己的综合素质与能力为目的，具有互动性、综合性和专业性的显著特点。

(二) 专业(技能)课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程（专业选修课），并涵盖有关实践性教学环节。

表 3 专业（技能）课程主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要内容与要求
1	市场调查与分析	让学生了解市场调研的作用与过程，建立较为完整的市场调研知识框架，掌握二手资料收集、定性访谈、焦点小组等非定量调研方法，掌握态度测量、问卷设计等定量调研方法，掌握基本抽样方法、数据处理与分析、基于 SPSS 的多元统计分析等方法，学会撰写调研报告。	重点考核调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写等知识与实务操作。

2	消费者行为分析	<p>让学生了解影响消费者行为的诸多因素，建立较为完整的消费者行为分析框架，利用问卷调查、二手资料收集、深度访谈等市场调研方法，掌握消费者知觉、动机、态度、个性、生活方式等消费者心理因素的分析方法，掌握消费者价值观、社会阶层、参照群体、家庭影响等社会因素的分析方法。</p>	<p>重点考核消费者购买决策分析，学会撰写消费者行为分析报告，从而提高学生使用消费者行为框架进行用户分析和消费者洞察的意识与能力。</p>
3	营销策划	<p>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。</p>	<p>重点考核营销策划的基本原理及方法、营销战略制定、互联网环境下的新媒体、自媒体等新营销手段整合策划、营销策划方案撰写、营销策划项目预算等知识与实务操作。</p>
4	销售管理	<p>通过以项目为载体的教学活动，使学生熟悉销售经理的岗位要求，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力；在教师的指导下，围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务的学习。</p>	<p>重点考核销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作。</p>
5	品牌推广	<p>通过品牌管理与推广的学习，使学生能对企业品牌进行定位和设计、线上及线下开展品牌维护与拓展，能根据品牌实际开展品牌化战略与品牌架构优选，能根据品牌实际进行理性的品牌延伸扩张策划，并进行绩效评价。</p>	<p>重点考核品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识与实务操作。</p>

6	直播运营	通过对本课程的学习,使学生能够熟知直播运营的基本概念和政策,熟悉直播平台规则,了解直播从业规范。能够在互联网企业、电子商务企业、转型互联网+的传统企业等的电商部门,从事直播策划、直播带货和推广等工作,具备直播创意策划、商品讲解与控场、引流推广和数据分析的工作技能。培养学生善直播流程操作,精直播运营管理,有社会责任担当的复合型直播电商行业人才。	重点考核商品选品、直播脚本策划、直播引流、商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化、直播数据分析、直播产品复盘等知识与实务操作。
7	推销技术	通过以项目为载体的教学活动,在教师的指导下让学生能够完成推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈及推销管理整个推销流程。培养学生具备系统地分析问题和解决问题的能力;在项目实施过程中,培养学生爱岗敬业、诚实守信的工作作风,童叟无欺、公平交易的职业操守。	重点考核潜在客户寻找与识别推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作。

(三) 课程结构

根据《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》(教职成【2019】13号)文件精神,课程分为公共基础课、专业(技能)课两大类,专业(技能)课分为专业必修课和选修课。

表 4 课程结构

课程类型		课程名称	
公共基础课程	必修	思想政治教育	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势政策教育、军事理论
	必修	健康与安全教育	心理健康、体育、军事训练、职业素养
	必修	职业发展与就业指导教育	职业发展与就业指导(含专业始业教育、职业生涯规划、创业教育与就业指导等)
	必修	文化基础教育	大学英语、信息技术、创意思考与训练、大学语文

	选修课	艺术、素质提高类	艺术教育课、素质养成与提高课
专业技能课程	必修课	专业基础课	市场营销实务、企业管理基础、财务管理、商务数据分析与应用、电子商务实务、中华商业文化、商品学
		专业核心课程	消费者行为分析、营销策划、市场调查与分析、销售管理、品牌推广、直播运营、推销技术
		实习课	市场营销综合实习、网店运营(1+X)实习、市场调查与数据分析实习、直播销售(1+X)实习、认知实习、岗位实习、毕业设计(论文)
	选修课	专业选修课	网店运营、商务沟通与礼仪、跨境交易平台应用、客户关系管理、社群营销、渠道管理、农产品营销

七、教学进程总体安排

(一) 各教学环节总周数分配 (见表 5)

表 5 各教学环节总周数分配表

内容学期	课堂教学	实习实训	认知实习	岗位实习	设计答辩	入学(军训)或毕业教育	运动会	机动	总计
一	16	0	0	0	0	2	0.5	0.5	19
二	16.5	2	2	0	0	0	0	0.5	21
三	17	2	0	0	0	0	0.5	0.5	20
四	14.5	3	0	2	0	0	0	0.5	20
五	15	0	0	4	0	0	0.5	0.5	20
六	0	0	0	18	1	1	0	0	20
总计	79	7	2	24	1	3	1.5	2.5	120

(二) 教学进程表 (见表 6)

表6 教学进程表

课程设置				教学时数			学分	各学期周学时											
								(括号内的数字为课堂上课周数)											
类别	序号	课程代码	课程名称	总计	其中			19-20 学年		20-21 学年		21-2 学年							
					理论	实践	1 (16)	2 (16.5)	1 (17)	2 (14.5)	1 (15)	2							
公共 基础课	公共 必修 课程	1	1900012	思想道德与法 治*	48	48	0	3	3										
		2	1900011	毛泽东思想和中国特色 社会主义理论体系概论*	64	56	8	4		4									
		3	1900013	形势政策教育	32	32	0	1											
		4	1704001	大学生职业生 涯规划	16	12	4	1	1										
		5	1704004	职业发展与就 业指导	16	12	4	1				1							
		6	1702001	体育 1	36	4	32	2	2										
		7	1702002	体育 2	36	4	32	2		2									
		8	1702003	体育 3	36	4	32	2			2								
		9	0101002	军事理论	36	32	4	2											
		10	1703001	心理健康教育	32	16	16	2	2										
		11	1604016	信息技术*	52	16	36	3		3									
		12	1302006	大学英语 1*	52	52	0	3	3										
		13	1302010	大学英语 2*	64	64	0	4		4									
		14	0100166	创新创业教育	32	16	16	2		2									
		15	0101005	职业素养	32	0	32	2								2			
		16	1704003	创意思考与训 练	32	16	16	2	2										
		17	1404500	大学语文	32	14	18	2	2										
		18	1702004	体能素质	32	0	32	2	0.5	0.5	0.5	0.5							
	小 计				680	390	290	40	15.5	14.5	2.5	1.5	2	0					
公共 选 修 课 程	1	思想政治	中共党史等																
	2	人文素养	中华优秀传统文化等																
	3	艺术	视频制作等																
	4	科技工程	人工智能等																
	5	升学	高等数学等																
	小计				160	160	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
公共基础课合计				840	550	290	50	15.5	14.5	2.5	1.5	2	0						
专业	专	1	1303028	市场营销实务	64	26	38	4		4									

(技能)课程	业基础课			*										
		2	1303089	企业管理基础*	56	22	34	3.5	4					
		3	1303036	财务管理	56	22	34	3.5		4				
		4	1300083	商务数据分析与应用*	56	22	34	3.5			4			
		5	1303001	电子商务实务	64	26	38	4			4			
		6	1303070	中华商业文化	32	20	12	2		2				
		7	1306004	商品学*	48	20	28	3	3					
		小 计				376	158	218	23.5	7	10	8	0	0
	专业核心课	1	1303029	市场调查与分析*	48	20	28	3			3			
		2	1303013	消费者行为分析*	64	26	38	4			4			
		3	1303002	营销策划*	64	24	40	4				4		
		4	1300082	销售管理*	64	26	38	4				4		
		5	3020011	品牌推广	64	26	38	4				4		
		6	1310005	直播运营*	56	20	26	3.5				4		
		7	1306004	推销技术*	64	26	38	4					4	
		小 计				424	168	246	26.5	0	0	7	16	4
	实习实训课程	1	1303068	市场营销综合实习	40	0	40	2		2周				
		2	1303175	网店运营实习(1+X证书)	20	0	20	1				1周		
		3	1303130	市场调查与数据分析实习	40	0	40	2			2周			
		4	1300085	直播销售实习(1+X证书)	40	0	40	2				2周		
		5	0101006	军事训练	40	0	40	2	2周					
		6	1310015	认知实习	40	0	40	1		2周				
		7	1310021	岗位实习1	40	0	40	1				2周		
		8	1310022	岗位实习2	80	0	80	2					4周	
		9	0101010	岗位实习3	360	0	360	9						18周
		10	0101011	毕业设计(论文)	40	0	40	2						2周
		小 计				740	0	740	24	2周	4周	2周	5周	4周
必修课合计				2220	716	1494	114							
专	1	1303174	网店运营	64	22	42	4				4			

业 选 修 课	2	1303042	商务沟通与礼仪	64	24	40	4			4		
	3	1300084	跨境交易平台应用	64	26	38	4					4
	4	1303036	客户关系管理*	64	28	36	4					4
	5	1300086	社群营销	64	26	38	4					4
	6	1303071	渠道管理*	64	28	36	4			4		
	7	1303086	农产品营销	64	28	36	4					4
	小 计				448	182	266	28	0	0	8	4
专业（技能）课合计				1988	508	1470	102	7	10	23	20	20
总合计				2828	1058	1760	152	22.5	24.5	25.5	21.5	22
毕业要求			1、三年制学生毕业至少达到 140 学分（包括加分），其中：毕业顶岗、毕业设计（论文）必须全部考核合格。不含《大学英语》课程的公共选修课最多计 10 学分），艺术教育课程选修课至少取得 2 个学分。 2、学生必修课（包括公共基础课、专业必修课）必须全部考核合格，必修课如有不合格，经申请，未通过的必修课最多可有 6 学分由选修课超过部分学分顶替。									
注：考试课程名称后面附有“*”，其余均为考查课程。												

（三）学时分配表（见表 7）

表 7 学时分配表

课程分类	分配学时数	所占比例	教学分类	分配学时数	所占比例
公共课	840	29.70%	理论课 (不含选修课)	716	32.25%
专业课	1540	54.46%			
选修课	448	15.84%	实践课(不含选修课)	1504	63.72%
合 计	2828	100%	合计(不含选修课)	2220	100%

（四）实习实训环节设置表（见表 8）

表 8 实习课设置表

序号	实习课程或项目	学期	周数	实训时间安排
1	市场营销综合实习	2	2	第 16 周——第 17 周
2	市场调查与数据分析实习	3	2	第 16 周——第 17 周

3	网店运营实习 (1+X)	4	1	第 15 周
4	直播销售实习 (1+X)	4	2	第 16 周——第 17 周
5	顶岗实习	6	18	第 16 周
6	毕业设计 (论文)	6	2	第 15 周——第 16 周

(五) 职业资格 (技能) 考核安排表

表 9 职业资格 (技能等级) 证书考核安排表

序号	职业资格 (技能) 名称	考核学期	主要支撑课程
1	网店运营推广 职业技能等级证书 (中级)	第四学期	电子商务实务、网店运营、网店运营实习
2	直播电商 职业技能等级证书 (中级)	第四学期	直播运营、直播销售实习
3	互联网营销师 职业技能等级证书	第五学期	商品学、商务数据分析与应用、直播运营、直播销售实习、社群营销
4	中国市场营销经理助理 资格证书	第五学期	市场营销实务、营销策划

八、实施保障

(一) 师资队伍

师资队伍是保障人才培养质量的关键,要不断优化“双师结构”师资队伍,加强师德师风建设,不断提高教师的教学水平。采用“培养和聘用为主,引进为辅”的方式,根据“校企互通、专兼结合、动态组合”的原则,构建一支由专业带头人领衔,“双师”素质骨干教师为主体,行业兼职教师与专任教师比不低于 1:1,高素质、高技能“双师”结构的专兼结合优秀教学团队。

为了建立一支高素质双师结构、专兼结合的教学团队,专业进一步建立完善教师实习、挂职锻炼管理制度,强化校内专任教师业务操作水平,鼓励教师参加企业项目开发,为企业 provide 技术支持。鼓励教师充分发挥自己的特长和兴趣,通过参加国内外专业培训、行业企业挂职锻炼、横向课题、学历进修等途径,培养具有较高教学业务水平和较强实践动手能力的“双师”素质骨干教师。鼓励教师利用寒暑假等业余时间参加各种形式的专业教学及实践技能培训,并建立了专业教师轮流下企业锻炼制度,鼓励教师到企业参加顶岗实践,直接承担或参与项目开发、技术服务和咨询服务工作,提升教师社会服务能力。同时引进一批行业专家、兼职教师参与课程开发,担任实训课程、毕业实习、毕业设计、创新创业指导。本专业在学院相关制度基础上,

制订了兼职教师的聘用管理，行业专家、兼职教师参与课程开发、教师的考核评价激励等具体实施细则。

（二）教学设施

加强教学实训实习条件建设，建设多层次、广覆盖、校企共赢的实训实习网络体系是工学结合人才培养的根本保障。校内营销综合实训室及直播电商生产性实训中心拥有完善的硬、软件设施，能提供仿真化的校内课程实训和社会服务功能。通过“引企入校”及“学生创业项目孵化”两种模式探索“校中店”生产性实训基地建设，通过将真实的经营场地、产品服务、生产过程、企业人员、管理流程等企业环境元素引入学校，在校内生产性实训中培养学生的实际动手能力和创业能力。另一方面，依托行业、校友、学院的资源，积极拓宽渠道，强化校企合作，建设一批紧密型校外实习、实训基地，充分发挥产、学、研一体化的功能与作用，探索基于深层次校企合作的中国特色现代学徒制人才式培养。

为了提高校内实训室的使用效率和效益，加强校外实训基地建设，制定了《校内实训室主任工作职责》、《实训指导教师工作职责》、《校内实训室绩效考评办法》、《校企共建实训基地激励与考核办法》等。为了适应工学结合教学改革，有序组织校内外实践教学环节，提高实践教学质量，制定了《工学交替管理办法》和《毕业实习管理办法》。学生通过至少半年的岗位实习，提升了职业能力，养成了良好的职业素养，积累了营销工作经验，逐渐成为合格的职业人，实现顺利就业和优质就业。校内建立教师实习管理工作考核制度和办法，促进全员管理，产学双方共同制定学生毕业实习管理制度，对师徒关系、准员工身份、实习生职业操作、劳动安全、职业道德操守、实习工作评价等核心作用要素加强重点管理。

（三）教学资源

校企合作开发活页式、工作手册式等特色教材，采用校企双元合作模式，将产业前沿研究成果、企业经营管理的真实案例和新技术、新方法及时吸收充实到教材中。以国家级、省级和校级精品在线开放课程建设为基础，积极开展教学队伍建设、教学内容建设、实训基地建设和机制建设；用信息化技术与手段实现课程教学资料等教学资源线上开放，为广大教师和学生提供免费的优质教育资源。

实施“岗课对接、课证融合”，将课程设置、教学内容与“网店运营推广”、“直播电商”等 1+X 职业技能等级证书标准相协调，采取同步方式促使教学内容和证书内容紧密结合，学生在获得课程知识的基础上取得职业资格证书，提高就业竞争能力。

（四）教学方法

依托市场营销专业国家教学资源库、各级精品资源共享课、精品视频公开课、在线开放课程等丰富优质的教学资源，采用翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等多种教学模式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学方法，开展项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等，解决市场营销专业的实践教学难题。

1. 树立正确教学理念。遵循高等职业教育的基本规律，牢固树立提高课堂教学质量是专业人才培养的根本任务之理念，积极开展教学改革，提高课程教学质量。

2. 科学合理的选择教学方法。要求教师能够在现代职业教育理论的指导下，熟练掌握各类教学方法的特性，基于学生学习需求和社会用人需要，科学选取教学内容，合理选择适宜的教学方法并进行优化组合。

3. 有效地运用教学方法。教师要根据具体教学实际，对所选择的教学方法进行优化组合和综合运用，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。

（五）学习评价

充分重视学习过程的考核和教学过程中学生创造能力的培养，积极探索科学的、行之有效教学评价体系，是促进教学改革和不断提高教学质量的关键。在教学实施过程中，注重引导学生以适应自身的学习方式来学习，形成思考和解决问题的实际能力，逐步推行“过程考核与终结考核相结合，课程考核与技能鉴定相结合”的“多元化”评价模式。

针对不同课程的学习目标和特点，努力探索多元化教学评价体系，从评价主体的多元化、评价标准的多元化、评价方式的多元化、评价手段的多元化、评价内容的多元化等多角度分析建立评价指标体系，以学生评教、教师自评、同行评教、专家评价等多方面进行考虑，采集数据，设置相关权重。同时，由负责教学的副院长牵头，教研室或校企合作的企业导师配合，成立教学评价小组，努力共建督导制度、学生座谈制度、教学检查制度、听课、同行评教、学生评教、教师的自我评价等制度，根据教学进程提出具体的指导意见，采取多种措施确保教学评价有序地进行。

（六）质量管理

通过定期教学检查、教学研讨，发现和解决问题，促使课堂教学设计精细科学；积极组织有效的课堂教学比武和公开课活动，开展高效的观摩学习；教学督导组应认真履行职责，切实深入课堂，指导和督察教学，严肃教学纪律，严格执行调代课制度，保证稳定的日常教学秩序；完善教学质量评价体系，通过听课评课、教学调研、学生座谈、学生评教、教师评教、教师评学，建立有效的教学质量反馈机制。

积极对教学质量关键点进行管理监控，按照教育部相关文件的要求建立以下完整系统的专业教学文件：专业建设与发展规划及其分年度实施计划、教学管理制度、教学质量监控制度、学籍管理制度、成绩考核制度、奖学金管理办法等；在此基础上，根据学生知识掌握能力和养成素质的特点，以及企业岗位能力需求，不断完善专业人才培养方案、课程教学大纲、授课计划、学期进程表、学期课表、实践教学计划及大纲、顶岗实习计划及大纲等。

九、毕业要求

（一）学分要求

1、三年制学生毕业至少达到 140 学分（包括加分），其中：毕业顶岗、毕业设计（论文）必须全部考核合格。不含《大学英语》课程的公共选修课最多计 10 学分），艺术教育课程选修课至少取得 2 个学分。

2、学生必修课（包括公共基础课、专业必修课）必须全部考核合格，必修课如有不合格，经申请，未通过的必修课最多可有 6 学分由选修课超过部分学分顶替。

（二）学分加分主要项目及标准

1. 技能比赛获奖。同学参加各类技能比赛、体育比赛获奖的，国家一类三等奖及以上、省一类一等奖及以上，加 8 学分；获省一类二等奖及相等水平奖项者，加 4 学分；获省一类三等奖及相等水平奖项者，加 2 学分；省一类技能大赛比赛一等奖、国家一类比赛三等奖及以上获奖者免于毕业论文答辩，毕业论文由指导老师及评阅导师通过即可。

2. 学生获取高级别职业资格证书或国考、省考职业资格证书，计 8 学分；学生获得国考、省考的资格证或获得高级工等级证书或获得行业企业高度认可职业资格的，计 4 学分。

3. 英语考级。非英语类专业学生获大学英语三级、大学英语四级、大学英语六级的，分别加 2 学分、4 学分、8 学分。

4. 创新创业成果。同学在导师指导下或自主开展创新创业相关的实验、发表论文、获得专利、参与课题研究、参与项目实验、自主创业等，视成效和工作量，酌情加分。立项市大学生创新项目、省大学生创新项目分别加 2、4 学分左右（主持学生）；获省大学生创新创业大赛一等奖及以上获奖者（前二学生）免于毕业论文答辩并可用答辩作品代替毕业论文，毕业论文由指导老师及评阅导师通过即可。

5. 各加分项总和超过 10 学分，以 10 学分计。

执笔人：***

企业参与人员：

（**电子商务有限公司 董事长）

（**股份有限公司 总经理）

（**有限公司 董事长）

参与论证人员名单：

***（经贸管理学院院长 教授）

***（经贸管理学院副院长 副教授）

***（经贸管理学院市场营销 专任教师 教授）

（股份有限公司 总经理）

（**电子商务有限公司 董事长）

（**网络科技有限公司 董事长）

审核人（二级学院负责人）：***