

# 市场营销专业人才培养方案

(2021 级)

## 一、专业名称及代码

市场营销 (630701)

## 二、入学要求

高中阶段教育毕业生、中等职业学校毕业或具备同等学力者。

## 三、修业年限

三年。

## 四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 专业主要职业面向

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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能 等级证书
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	批发业、零售业 (51、52)	市场营销专业人员 (2-06-07-02) ; 电子商务师 (4-01-02-02) ; 摊商 (4-02-02-05) ; 信息通信营业员 (4-04-01-01) ; 房地产经纪人员 (4-06-02-01) ; 客户服务管理员 (4-07-02-03) ;	销售经理; 连锁经营管理者; 全媒体运营师; 互联网营销师; 电子商务师; 直播销售师; 小微商业企业创业者;	1. 初级经济师; 2. 数字营销职业技能等级证书; 3. 商务数据分析专项能力; 4. 数字化零售运营职业技能等级证书。

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业培养适应企业营销数字化转型对新型营销人才的迫切需求, 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, 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，符合市场管理、品类管理、互联网营销、电商运营、社群及会员运营、新媒体营销、渠道分销、企业客户直销、线下零售等岗位群所需的，具备扎实的营销基础理论知识，掌握数字化企业客户直销、数字化零售运营、数字化渠道分销、数字化客户运营、数字化商品管理、新媒体营销推广等数字营销实战技能，适应新时代发展要求的高素质应用型、创新型、复合型技术技能人才。

## **（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**

（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、数据思维、设计思维、创新思维、全球视野和市场洞察力。

（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**

（1）掌握必备的思想政理论、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分析的基本内容和分析方法。

（5）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

（6）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。

（7）掌握新零售营销活动策划与组织的基本内容和方法。

（8）掌握企业数字化转型营销理论与业务方法论。

（9）掌握数字化企业客户直销、数字化零售运营、数字化渠道分销、数字化客户运营、数字化商品管理、新媒体营销推广等多方面营销实战技能。

### 3. 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) 具有文字、表格、图像的计算机处理能力，本专业必须的信息技术应用能力。
- (4) 能够与客户进行有效沟通。
- (5) 能够对客群和竞争者进行分析。
- (6) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。
- (7) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销，具备开展数字化企业客户直销和数字化渠道分销业务协同的营销思维能力。
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (9) 能够为小微创企业进行营销活动策划并组织实施。
- (10) 具备新零售门店服务和业务数字化的营销思维和开拓典型业务的技能。
- (11) 具备开展线上、渠道、门店、会员、项目式营销的业务技能。
- (12) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
- (13) 具备一定的新零售营销策划能力。
- (14) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (15) 具备一定的创新创业能力。

## 六、课程设置及要求

课程设置包括公共基础课程和专业（技能）课程。

### （一）公共基础课程

根据党和国家有关文件规定及专业人才培养目标定位，设置毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、体育、心理健康教育、信息技术、大学生职业发展与就业指导、大学生安全教育、中华优秀传统文化、劳动教育、军事理论、军事技能、创新创业教育为公共基础必修课程；党史和国史、健康教育、美学与艺术、职业素养、大学语文、高等数学、公共外语为公共基础限定选修课程；文学鉴赏、人文地理、中国民俗文化为公共基础任意选修课程。

表 2 主要公共基础课程设置及要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	系统掌握马克思主义理论的科学体系和基本观点，准确认识和理解习近平新时代中国特色社会主义思想	72	4

		义思想的时代背景、重大意义、精神实质、实践要求，筑牢大学生成长成才的科学思想基础，引导大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，激励学生自觉把个人的理想追求融入国家和民族的事业中，培养德智体美全面发展的中国特色社会主义建设者和接班人，培养担当民族复兴大任的时代新人。		
2	思想道德修养与法治	以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面推进习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑“三进”工作。针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，有效地开展马克思主义的世界观、人生观、价值观以及道德观、法律观教育，开展社会主义核心价值观教育。通过理论学习和实践教学，提高大学生思想品德修养，增强尊法学法守法的自觉性，促进全面和谐发展，培养成为担当民族复兴大任的时代新人。	54	3
3	形势与政策	紧密结合国内外形势，紧密结合大学生的思想实际，围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，对大学生进行比较系统的党的路线、方针和政策教育的思想政治教育课程。通过适时地进行形势与政策的国情教育、世情教育、区情教育帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事、政策，增强学生“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，传承和弘扬爱国主义精神，充分认识中国抗疫彰显的中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势，增强听党话、跟党走的自觉，努力做德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	40	1
4	体育	通过学习运动参与、运动技能、运动技能、心理健康、社会适应五个领域的知识和技能，提高学生身体素质、健康水平促进学生的健康发展，促进当代大学生成为社会主义事业的建设者和接班人。	128	4
5	心理健康教育	掌握有关心理健康的理论知识，掌握自我认知、心理调适、心理发展方面的各种技能，帮助学生树立心理健康发展的自主意识，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	36	2
6	信息技术	掌握计算机基础知识、基本操作技能、常用办公自动化软件、网络应用等知识和技能，具有本专业需要的信息技术应用能力。	72	4
7	大学生职业发展与	了解大学职业生涯规划的基本概念、大学生就	36	3

	就业指导	业形势与政策、职场与职业素质要求，掌握就业程序与就业准备、求职技巧与礼仪知识和技能，能够正确开展自我分析与定位。帮助学生确立人生目标、明确毕业去向、树立就业观、提升就业能力。		
8	大学生安全教育	掌握包括法律法规，校纪校规；应急知识，公共安全；物品保管，财产安全；防火知识，消防安全；出行平安，交通安全；饮食卫生，食品安全；珍惜生命，人身安全；校园环境，周边安全等方面的知识和技能，提升学生安全防范及逃生技能。	36	2
9	中华优秀传统文化	理解中华优秀传统文化的精髓，认识中华优秀传统文化是中国特色社会主义植根的沃土，辩证看待中华优秀传统文化的当代价值，正确把握中华优秀传统文化与中国化马克思主义、社会主义核心价值观的关系。培养学生的文化创新意识，增强学生传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。	18	1
10	劳动教育	认识劳动的意义，掌握日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动的方法和技能，具有必备的劳动能力，培育积极的劳动精神，形成良好的劳动习惯和品质。	18	1
11	军事理论	了解我国国防历史和现代化国防建设现状、世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识，提高学生综合国防素质。	36	2
12	军事技能	掌握队列动作的基本要领，了解格斗、防护的基本知识，熟悉卫生、救护、射击动作等要领。培养学生养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、完全拼搏的过硬作风，及安全防范能力。	112	2
13	创新创业教育	了解创新创业的意义、创业者素质和能力、如何开办企业、企业管理等知识，帮助学生树立自立自强的创新创业意识，培养创业技能，做好创业准备。	36	2

## （二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包含专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下教学内容：

### 1. 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门，包括：商业经济基础、电子商务、消费者行为分析、商品学、经济法、商务沟通与礼仪、财务管理、商务数据分析与应用。

## 2. 专业核心课程。

专业核心课程设置 8 门，包括：市场营销基础、新零售门店运营、新媒体营销、互联网营销、会员数字化营销、商品数字化管理、新零售营销策划、渠道数字化管理。

## 3. 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：市场调查与分析、“1+X”职业等级证书(中级)、  
“1+X”职业等级证书(高级)、服装营销、品牌推广、房地产营销、农产品营销、东盟经济与文化、物流营销、摄影与书法、企业战略管理。

### (三) 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 3 所示。

**表 3 专业核心课程设置及要求**

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	学分
1	市场营销基础	学生通过学习国内外市场营销研究的理论和分析国内工商企业市场营销实践，培养学生市场营销基础理论思维。学习内容包括 1. 绪论；2. 市场营销环境；3. 顾客购买行为分析；4. 市场调查与预测；5. 目标市场策略；6. 产品策略；7. 价格策略；8. 分销策略；9. 促销策略；10. 市场营销管理。	54	3
2	新零售门店运营	本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对新零售门店应用型人才核心能力需求，以新零售门店运营为基础，围绕开店准备、门店运营、店存管理、绩效制定和总结、活动总结这几部分内容，通过 O2O 门店布局、新零售门店交易、社区团购等的实操训练，让学生掌握新零售门店运营的技能 and 运营技巧。	72	4
3	新媒体运营	学生通过学习新媒体方式、新媒体运营、新媒体舆论管理等内容，培养学生新型营销技能。学习内容主要包括 1. 新媒体概念与特征；2. 新媒体类型；3. 新媒体广告投放载体；4. 新媒体运营策略；5. 短视频营销与运营；6. 内容分发平台运营；7. 新媒体负面效应及网络舆情管理；8. 新媒体岗位及能力需求。	72	
4	互联网营销	本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对数字营销应用型人才核心能力需求，以网络营销为基础，围绕活动设计、方案拟定、执行计划、组合媒体推广、活动总结这几部	54	3

		分内容，通过营销活动创意策划、推广、执行、新媒体内容制作与传播、多种网络营销方式的实操训练，让学生掌握营销活动推广执行等技能和运营技巧。		
5	会员数字化管理	本课程针对企业互联网背景下、企业转型对数字营销应用型人才核心能力的需求，以树立会员数字化营销管理理念、了解会员数字化营销的重要意义及模式、掌握会员营销全生命周期运营管理策略，包括拉新、会员运营策略以及基于科学的会员画像标签体系的精准营销理论和实操方法，学会使用数字化系统工具实现企业会员数字化营销为课程培养目标。	54	3
6	商品数字化管理	本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对数字营销应用型人才核心能力需求，以树立新零售商品数字化管理理念、掌握品类开发、商品定价、品类运营与品类库存监控的理论和实操方法，借助 DBE 教学平台开展实训教学，实现在数字商业环境中开展“把企业搬进校园”的创新型、实效型教学。	54	3
7	新零售营销策划	本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对数字营销应用型人才核心能力需求，通过线上线下一体化新零售商业模式案例、新媒体营销热点事件案例、会员制营销案例的学习让学生了解掌握新零售商业模式、新媒体营销策划、会员制营销的基本知识，掌握营销主流传播媒介的策划、运营技能。	72	4
8	渠道数字化营销	本课程针对企业互联网背景下、新零售商业环境中对数字营销应用型人才核心能力需求，介绍数字营销渠道的基本概念和基本理论，讨论数字营销渠道管理的特点，讲解数字营销渠道的设计方法，数字营销渠道的组织、领导、激励和控制方法，数字营销渠道效率的评价方法，以及电子网络环境下的营销渠道管理。	72	4

## 七、教学进程总体安排

通过开展行业发展趋势调研分析，对应职业岗位典型工作任务及能力，搭建课程职业能力模块，确定课程体系设置，合理安排课程学分和课时。专业总学时 2742，其中公共基础课程学时 756，占比 27.6%；专业（技能）课程学时 1636，占比 59.6%；选修课教学学时数比例 12.8%。总学分 153。实践课程学时数 1816，占比 66.2%。学分计算办法，第 1 至第 5 学期公共基础课每学期 16 学时计 1 学分，专业课每学期 18 学时计 1 学分，专业实践教学周 1 周计 2 学分；顶岗实习计 30 学分；毕业设计计 5 学分；军训共计 4 学分。

表4 市场营销专业课程教学进程总体安排表

课程类别	课程代码	课程性质	课程名称	开课学期及周学时						总学时	实践学时	学分	考核形式
				1 18周	2 18周	3 18周	4 18周	5 18周	6 18周				
公共基础课程	0100101	必修	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4×16					64	16	4	考试
	0100102	必修	思想道德修养与法治	3×16						48	16	3	考试
	0100103	必修	形势与政策	2×4	2×4	2×4	2×4	2×4		40	8	1	考查
	0100104	必修	体育	2×16	2×16	2×16	2×16			128	116	8	考试
	0100105	必修	心理健康教育	2×16						32	10	2	考查
	0100106	必修	信息技术	2×16	2×16					64	32	4	考试
	0100107	必修	职场通用英语	4×16	4×16					128	32	8	考试
	0100108	必修	大学生安全教育			2×16				32	16	2	考查
	0100109	必修	中华优秀传统文化			2×8				16	8	1	考查
	0100110	必修	劳动教育	2×2	2×2	2×2	2×2	2×1		18	16	1	考查
	0100111	必修	军事理论	2周						36	0	2	考查
	0100112	必修	军事技能	2周						112	112	2	考查
	0200201	限选	党史*										考查
	0200202	限选	新中国史										考查
	0200203	限选	改革开放史										考查
	0200204	限选	社会主义发展史										考查
	0100113	必修	大学生职业发展与就业指导				2×16			32	16	2	考查
	0100114	必修	创新创业教育				2×8			16	12	1	考查
	0200204	限选	大学语文*							32	8	2	考查
	0200205	限选	高等数学		2×16								考查
	0200206	限选	美学与艺术*										考查
	0200207	限选	音乐鉴赏			2×16				32	8	2	考查
	0200208	限选	美术鉴赏										考查
	0200209	限选	健康教育							0	0	0	考查
	0200210	限选	职业素养										考查
	0200211	任选	文学鉴赏										考查
0200212	任选	人文地理				2×16			32	8	2	考查	
0200213	任选	中国民俗文化										考查	
小计				17/周	18/周	14/周	12/周	4/周	0	926	450	51	
专业(技能)课程	专业基础课	0502301	必修	商业经济基础	2×18					36	10	2	考查
		0502302	必修	电子商务	3×18					54	34	3	考查
		0502303	必修	消费者行为分析	2×18					36	20	2	考查
		0502304	必修	商品学		2×18				36	20	2	考查
		0502305	必修	经济法			2×18			36	20	2	考查

	0502306	必修	商务沟通与礼仪			3×18				54	34	3	考查
	0502307	必修	财务管理				2×18			36	20	2	考查
	0502308	必修	商务数据分析与应用				3×18			54	34	3	考查
专业核心课	0502309	必修	市场营销基础	3×18						54	34	3	考试
	0502310	必修	新零售门店运营		4×18					72	42	4	考试
	0502311	必修	新媒体运营	4×18						72	42	4	考试
	0502312	必修	互联网营销		3×18					54	34	3	考试
	0502313	必修	会员数字化营销			3×18				54	34	3	考试
	0502314	必修	商品数字化管理			3×18				54	34	3	考试
	0502315	必修	新零售营销策划				4×18			72	34	4	考试
	0502316	必修	渠道数字化管理				4×18			72	34	4	考试
	小计				14/周	9/周	14/周	13/周			846	480	47
专业拓展课程	0502401	限选	1+X 证书（中级）*		2×18					36	20	3	考查
	0502402	限选	1+X 证书（高级）*			2×18				36	20	3	考查
	0502403	任选	演讲与口才										
	0502404	任选	品牌推广		2×18					36	26	2	考查
	0502405	任选	房地产营销*										
	0502406	任选	农村电商										
	0502407	任选	东盟经济与文化			2×18				36	26	2	考查
	0502408	任选	商务茶艺										
	0502409	任选	摄影与书法										
	0502410	任选	企业战略管理				2×18			36	26	2	考查
	0502411	任选	市场调查与分析										
小计				0	4/周			6/周		180	118	12	
实践性教学	0502501	必修	解决方案营销实训	1 周						25	25	2	考查
	0502502	必修	新零售门店运营实训		1 周					25	25	2	考查
	0502503	必修	创新创业实训（摊商实训）			1 周				25	25	2	考查
	0502504	必修	新零售营销策划实训				1 周			25	25	2	考查
	0502505	必修	毕业设计					8 周		90	90	5	考查
	0502506	必修	顶岗实习						20 周	600	600	30	考查
小计				25	25	25	25	90	600	790	790	43	
合计				25/周	27/周	26/周	25/周	12/周		2742	1816	153	

注：课程名称后有“\*”号的为已选选修课程，需开设的选修课程请在相应学期用“-”号表示。

表 5 市场营销专业学时学分统计表

课程分类		学分	学分比例	学时	学时比例	
必修课	公共基础课	思想政治与人文素质课程	37	24.18%	718	26.2%
		通用技能课程	3	1.96%	38	1.4%

	专业课程	专业基础课程	19	12.42%	342	12.5%
		专业核心课程	28	18.30%	504	18.4%
		实践性教学	43	28.10%	790	28.8%
	小计		131	85.62%	2402	87.6%
限选课	公共基础课	思想政治与人文素质课程	4	2.61%	64	2.3%
		通用技能课程	4	2.61%	64	2.3%
	专业课程	专业基础课程	0	0	0	0.0%
		专业拓展课程	0	0	0	0.0%
	小计		8	5.23%	128	4.7%
任选课	公共基础课	通用技能课程	2	1.31%	32	1.2%
	专业课程	专业拓展课程	12	7.84%	180	6.6%
	小计		14	9.15%	212	7.7%
合计			153	100%	2742	100%

注：1. 学时及比例：教学总学时为 2742 学时，其中必修课学时 2402，占比 87.2%，选修课 340，占比 12.8%。

2. 总学分 153。其中必修课学分 131，选修课学分 22。

3. 本专业教学安排可根据具体情况，经教务处、专业教学委员会、学院党委审批后适当调整。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例不低于 60%，专任教师队伍职称、年龄结构合理。

#### 2. 专任教师

- （1）有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；
- （2）应具有高校教师资格；
- （3）应具有市场营销、企业管理等相关专业本科以上学历；

- (4) 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；
- (5) 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；
- (6) 掌握项目教学法、任务驱动法、情景模拟法、案例分析法等教学方法；
- (7) 有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
- (8) 应具备一定的相关行业工作经验。

### **3. 专业带头人**

- (1) 专业带头人原则上应具有副高及以上职称；
- (2) 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；
- (3) 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；
- (4) 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。

### **3. 兼职教师**

- (1) 兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；
- (2) 具备相关行业 2 年以上一线工作经历，具有较丰富的行业经验和较强的实践技能；
- (3) 具有中级及以上相关专业职称；
- (4) 能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业生涯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教学的课程教学、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**

专业教室配备白板、多媒体计算机、投影设备、影像设备，互联网接入及 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. 校内实习实训基地**

为保障专业学生校内实习实训教学需要，面向市场管理、品类管理、互联网营销、电商运营、社群及会员运营、新媒体营销、渠道分销、企业客户直销、线下零售等岗位群，围绕数字化企业客户直销、数字化零售运营、数字化渠道分销、数字化客户运营、数字化商品管理、新媒体营销推广等数字营销实战技能，建立 4 间理实一体化教学的现代实训基地。

**表 6 校内实习实训基地**

序号	实训室名称	主要仪器设备	主要实训项目
1	新零售营销实训室	市场营销综合实训与竞赛系统 V1.0, 学生计算机等	解决方案营销实训
2	数字化门店实训室	实体门店建设, 配智能摄像头、智能货柜、智能价签、智能看板等新设备和新技术	新零售门店运营实训
3	互联网营销创业实战中心	VBS 创业-新媒体实训平台, 学生计算机等	创新创业实训 (推商实训)
4	新零售营销策划实训中心	职业认知中心设备、知识中心设备、市场调研设备、策划创业设备、策划方案呈现多媒体设备, 学生计算机等。	新零售营销策划实训

### 3. 校外实习实训基地

具有 6 个以上稳定的有行业影响力的校外实习实训基地, 实训设施齐备, 能够满足现代学徒制教学需要, 实训管理及实施规章制度齐全。

**表 7 市场营销专业校外实习实训基地**

序号	实训基地名称	实训内容
1	用友网络科技股份有限公司新道科技股份	专业建设、提供数字营销岗位实习实训、兼职教师、接收教师挂职等
2	贵港骏俏汽车销售服务有限公司	实习实训、顶岗实习、兼职教师、接收教师挂职等
3	广西学乐云大数据集团有限公司	指派师资开展真实项目实训; 接收顶岗实习、教师挂职等。
4	合众人寿保险股份有限公司	指派师资开展真实项目实训; 接收顶岗实习、教师挂职等。
5	广西贵港市小龙集团有限公司	实习实训、顶岗实习、兼职教师、接收教师挂职等
6	中国电信股份有限公司贵港分公司	实习实训、顶岗实习、兼职教师、接收教师挂职等

### (三) 教学资源

**表 8 市场营销专业教学资源配置要求**

类别	条件
----	----

教材	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 执行《职业院校教材管理办法》选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。思政课程，使用国家统编的思想政理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材。公共基础课程教材和专业核心课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，如国家和省级规划目录中没有的教材，可在院教材信息库选用，不得以岗位培训教材取代专业课程教材。</li> <li>2. 教材应充分体现工学结合、任务驱动、项目导向课程的设计思想，强调理论与实践的结合、选用与实际结合、理论实践一体化教材。</li> <li>3. 教材中教学项目设置要充分发挥学生学习的自主性，贴近学生，贴近生活，突出学生学习和实践的交往性和职业性。</li> <li>4. 教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。</li> </ol>
图书文献	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 生均图书60册/生以上，满足学生专业学习需要。</li> <li>2. 充分利用学校图书馆资源，将通过专业读书沙龙活动开展，对应每一专业课程，专业提供相应书目给学生阅读，并组织读书沙龙，要求学生分享读书体会。</li> <li>3. 充分利用二级学院原有的专业书籍，满足教师教学需求。</li> </ol>
数字资源	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 拥有功能齐全的智慧校园系统，实现信息化教学和管理。</li> <li>2. 丰富网络教学资源，向学生提供完整的教学课件、课外参考资料、课堂教学等资源。</li> <li>3. 精心设计教学活动，为学生尽可能地提供真实的情景、活动和任务，通过在线测试、答疑等网络课程的互动功能有效促进学生学习。</li> </ol>

#### （四）教学方法

更新教学管理理念，紧密围绕“先教做人，后教做事”的培养原则，坚持以人为本，把培养学生“学会做人”作为教学管理的出发点。把加强学生的职业道德和法制教育作为教学管理的重点，把培养学生的素质和能力作为主线贯穿整个教学管理的始终，努力营造一个相互渗透、齐抓共管的育人体系和教学氛围。

完善各教学环节的规章制度，建立质量监控标准。职业院校要适应人才培养模式改革的需要，深化教学组织、教学评价等制度改革，使教学各环节有明确的规定和评价检查标准，为顺利实行教学改革和教学工作规范奠定基础。

更新教学基础设施，各类教学改革项目经费投入（即硬件建设）要服务于教学模式改革的实施。

结合教学内容与教学方法改革，进一步在课程设计和教学活动组织形式上创新、改革，结合网络信息技术，将传统的课程改造成适应新型教学模式的课程。充分利用自主学习平台和丰富的课程资源进行混合式教学，以实现了不同场景、不同时间、不同形式的多元化学习模式。

#### （五）学习评价

##### 1. 总体评价方式

根据本专业培养目标和人才理念，建立科学的评价标准。教学评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收家长、行业企业参与。校内校外评价结合，职业技能鉴定与学业考核结合，教师评价、学生互评与自我评价结合。过程性评价与结果性评价结合，不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注知识在实践中运用与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。

具体如下：

#### （1）教师教学评价

教师教学评价指标主要包括教学能力评价（综合素养）、教学过程（行为）评价和教学目标评价三部分。具体实施过程中可通过学生评教（综合素养：学生认可度、满意度、教学行为）、教学常规检查（教学过程、教学目标达成）、市场营销行业企业专家评（教师对生产技能掌控度）等部分。

#### （2）学生学业评价

坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。对学生考核评价兼顾认知、技能、情感等多个方面。专业技能课评价方式建议如下：

①职业素养评价。每门专业技能课学习，均需与相应岗位对应，学生的日常行为习惯与职场要求对应。因此，市场营销职业素养培养在课程学习中占非常重要地位，学生专业技能课程学业评价中将学生的日常行为习惯纳入评价。职业素质评价可以包括：市场营销专业企业调研活动评价，劳动素质活动评价，市场营销专业社团活动参与评价等。

②职业技能评价。职业技能的培养是专业技能课程的重点，各科评价的重点是基本技能掌握与应用，解决实际问题能力。职业技能评价可以包括：市场营销业务体验活动评价，市场营销实战活动评价，数字营销专业技能评价等。

③学习能力评价。市场营销企业基层岗位对高科技应用能力要求较高，学生的学习能力及知识与技能迁移能力关系到学生未来职业生涯的发展。学习能力评价可以包括：课程学习的评价，企业认知实习评价，企业顶岗实习的评价等。

## 2. 毕业设计安排及评价

#### （1）毕业设计目的

- ①全面考察学生专业综合技能掌握和运用能力。
- ②向用人单位充分展示学生专业水平。
- ③培养学生调查行业和企业真实需求，并有针对性设计、改良产品的能力。

#### （2）毕业设计时间

第五学期。

### (3) 毕业设计选题要求

①选题要体现市场营销专业职业技能特点,要结合学生就业岗位要求和工作任务。

②选题不宜过大,难易程度要适当。

③选题尽可能训练和提高学生的职业技能、分析能力、检索文献资料能力、数据处理能力、信息处理能力等。

④鼓励学生去企业实习,以企业真实项目作为自己的毕业设计,促进毕业设计的产品转化率。

### (4) 毕业设计制作要求

①要求本着严谨、求实、创新的态度,深入社会实践,取得第一手资料,完成毕业设计。

②观点正确,主题鲜明。

③能够较好展示市场营销专业的基础理论、基本知识和基本技能。

④构思精巧,思路清晰,线索分明。

⑤凡文字稿或文字说明,均须文字通顺,表达清楚。

## (六) 质量管理

工学结合的专业培养方案的实施要求教学制度进行相应的改革,根据市场营销专业的特点,我院制定了一系列科学、合理、规范的管理制度。

### 1. 教师教学质量管理制度

通过挂职锻炼、业务进修、教学研讨、学生评教、教学督导评议等管理机制,有效促进教师业务水平和教学质量的提高。以专业带头人为核心,开展专业教学团队建设,共同开发课程、编写教材、研究课题,不断提高教学科研水平和社会服务能力。

### 2. 专业带头人管理制度

专业带头人是专业建设的第一责任人,是专业教学计划的直接制订者和执行者,在教学管理和人才培养质量方面起着举足轻重的作用。应建立完善专业带头人管理制度,明确其责权利,以促进专业建设水平的提高。专业带头人应承担的主要工作任务包括:专业设置论证和建设论证、专业人才培养方案的制订、筹建专业建设指导委员会并主持委员会工作、组织编写课程教学大纲并监督执行、设计教学实践环节并组织指导实践教学、负责专业实训室的建设工作、组织开展毕业生就业跟踪和就业指导工作等。

### 3. 教学质量监控体系

建立院系两级教学质量监控体系。一级监控是学院教务处和督导办的监督。主要通过建立教学例行检查制度、优质课评比、听课检查制度、班级学生监查员制度、期末学生评教制度来实现。二级监控是二级学院学术委员会和专业带头监督。组织开展任课教师相互听课和教学质量的考核评价工作。通过听课、与学生交流等方式了解教师教学情况，及时解决教学中出现的问题。

## **九、毕业要求**

学生通过三年学习，须修满本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。

## **十、附录**

## 广西物流职业技术学院专业教学计划变更审批表

学院\_\_\_\_\_专业\_\_\_\_\_

原教学计划	课程编号	课程名称	课程性质	学分	学时总数	开课学期	变更状态 (增加或撤消)
调整后计划							
<p>教学计划调整原因：</p> <p style="text-align: right;">教研室主任签字：_____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>							
<p>教务处处长意见：</p> <p style="text-align: right;">处长签字：_____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>							
<p>学院专业教学指导委员会意见：</p> <p>是否计入考核：</p> <p style="text-align: right;">学院专业教学指导委员会负责人签字：_____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>							
<p>学院党委意见：</p> <p style="text-align: right;">党委书记签字：_____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>							

注：此表一式三份，由专业、学院、教务处各留存一份。