

潮汕职业技术学院

经济管理学院市场营销专业



专 业 教 学 标 准

市场营销专业建设委员会

2019 年 10 月

市场营销专业教学标准

- 一、专业名称及代码 市场营销 630701
- 二、招生对象 高中阶段教育毕业生或具有同等学力者
- 三、修业年限 三年 专科
- 四、职业面向 专业大类：财经商贸 代码：63

根据行业人才需求，确定市场营销专业毕业生主要职业面向是传统企业和网络企业，毕业生主要就业的岗位是市场营销人员、市场调研、客户关系管理、广告策划、营销策划等岗位。

职业岗位（群）		典型工作任务
初始岗位 （职业资格证书： 营销师、会展 策划、新媒体 运营师三级）	1. 市场营销人员	1-1 市场分析
		1-2 市场推广
		1-3 市场营销一般管理
	2. 推销人员	2-1 寻找顾客
		2-2 接近顾客、洽谈和成交
		2-3 处理顾客异议
		2-4 上门、柜台综合推销
	3. 市场调研员	3-1 市场调研
		3-2 撰写市场调研报告
		3-3 市场预测
	4. 新媒体营销人员	4-1 新媒体营销基本业务
		4-2 新媒体营销
	5. 客户服务	5-1 客户开发
		5-2 客户维护
		5-3 客户关系及档案管理
发展岗位	6. 广告策划	6-1 广告设计
		6-2 广告投放
	7. 营销策划	7-1 团队合作
		7-2 制定营销计划
		7-3 制定营销策划案

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

立足潮汕，面向全省，服务国家“一带一路”倡议，培养具有传统文化底蕴、国际视野、创新精神，拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理和服务第一线需要的新型高素质高技能应用型人才。本专业面向中小企业，培养德、智、体、美全面发展，能熟练应用新媒体工具，对目标市场进行信息收集、数据分析，具有较强的沟通交流、市场推广、市场营销、营销策划、新媒体营销等技能，具备市场分析、市场推广、市场营销与策划及新媒体营销等综合能力的新型高级技能型专门人才。

（二）人才培养规格

1、知识要求

具有市场营销基础理论知识；
具有本专业必须的市场营销实务、销售策划、市场调查与分析等理论知识；
具有消费者心理分析、推销、商务谈判等的基本知识；
具有销售管理、电子商务等的基本理论知识；
具有 ERP 操作、营销礼仪、新媒体营销等的相关知识。

2、能力要求

（1）社会能力

具有一定的人际交往、沟通能力。
具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力；
具有一定的市场营销能力；
具有营销策划的能力。

（2）专业能力

具有熟练的客户服务、市场调查与分析、一般市场营销策划能力；
具有熟练进行推销、消费者心理分析、客户管理管理的能力；
具有熟练进行销售管理以及一般市场营销操作能力。
具有新媒体营销策划的能力

（3）方法能力

具备洞察消费者心理及购买动机与购买行为能力；
具备广告策划的能力；
具有较强公关活动的的能力；
具有较强的与消费者沟通的能力。

3、素质要求

具有良好的思想品德，良好的心理承受力；有良好的自信心、积极进取的精神；
具有努力拼搏的热情，阳光心态，能调节个人情绪的能力；
具有踏实肯干、吃苦耐劳和爱岗敬业的精神；
具有不断积极进取、超越自我的精神；
具有良好的团队协作精神。

六、职业证书

鼓励学生考取各类职业相关资格证书，市场营销专业岗位相关的资格证书参考如下表所示：

序号	职业资格证书名称	必考/选考	职业等级	颁发证书部门
----	----------	-------	------	--------

1	营销师	选考	---	国家人事部中国高级公务员培训中心 和教育部全国高等学校计算机教育研究会
2	会展策划	选考	---	
3	新媒体运营师	选考	---	中国电子商会
4	企业人力资源管理师	选考	四/三级	中华人民共和国劳动和社会保障部

七、课程设置及要求

（一）公共基础课程

1、思想道德修养与法律基础

（1）课程目标

《思想道德修养与法律基础》课的目标是在马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“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的指导下，贯彻“以德治国、依法治国”的战略思想，对高职大专生进行法学基础理论、法律常识、世界观、人生观、价值观的教育，培养学生高尚的道德情操和良好的道德品质，教育学生学会学习，学会做事，学会做人，使他们成为“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会建设者和接班人。

（2）主要内容

- ①追求远大理想 坚定崇高信念
- ②弘扬中国精神 共筑精神家园
- ③领悟人生真谛 创造人生价值
- ④注重道德传承 加强道德实践
- ⑤遵守道德规范 锤炼高尚品格
- ⑥学习宪法法律 建设法治体系
- ⑦树立法治观念 尊重法律权威

（3）教学要求

①课程理论学习

一是引导学生树立正确的理想信念，继承爱国主义的优良传统，弘扬新时期的民族精神和时代精神，树立正确的人生观、价值观、道德观，自觉践行公民道德基本规范，树立正确的择业观和创业观，培养高尚的职业精神与职业道德；二是让学生了解我国的基本法律规范与法律程序，掌握劳动法、合同法、婚姻家庭法、民法等与生活密切相关的法律基础知识。

②课程实践活动

举办大学生“理想与信念”主题演讲比赛。结合《思想道德修养与法律基础》教学内容，通过以“理想与信念”为主题的演讲比赛，在全院学生中掀起对大学生理想与信念的大讨论，树立大学生成才、成长的目标，坚定对自身发展、社会进步的理想与信念，并通过演讲这种形式来提高学生的写作能力和语言表达能力，从而达到提升学生人文素质水平的目的。

（4）落实国家有关规定和要求

《思想道德修养与法律基础》课程是为贯彻落实中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于深化新时代学校思想政治理论课改革创新的若干意见》精神，按照《中共中央宣传部教育部关于进一步加强和改进高等学校思想政治理论课的意见》（教社政[2005]9）实施方案，于2006年实施的思想政治理论课新的课程。是一门以马克思主义思想政治教育学科为依托的崭新课程，这是党中央国务院面对新形势新情况新问题，在完善高校思想政治理论课程体系和学科建设方面所采取的一项新举措，对于进一步加强和改进大学生思想政治教育具有重大而又深远的意义。

2、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论

（1）课程目标

通过本课程学习，学生比较系统地掌握马列主义、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的基本理论；坚定建设中国特色社会主义的理想信念，树立正确的世界观、人生观和价值观。能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法及党的路线、方针、政策分析和解决实际问题，具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质、思想品德和职业关键能力。

（2）主要内容

- A. 毛泽东思想及其历史地位
- B. 新民主主义革命理论
- C. 社会主义改造理论
- D. 社会主义建设道路初步探索的理论成果
- E. 邓小平理论
- F. “三个代表”重要思想
- G. 科学发展观
- H. 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位
- I. 坚持和发展中国特色社会主义的总任务
- J. “五位一体”总体布局
- K. “四个全面”战略布局
- L. 全面推进国防和军队现代化
- M. 中国特色大国外交
- N. 坚持和加强党的领导

（3）教学要求

①课程理论学习

通过教学，帮助学生理解马克思主义中国化的科学内涵和历史进程，理解马克思主义中国化的两大理论成果及十九大以来的最新理论成果在指导中国革命、改革和建设中的重要历史地位和作用，掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质，树立建设中国特色社会主义的坚定信念。

②课程实践活动

举办大学生“概论”课程多媒体课件制作比赛。结合《毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论》教学内容，通过以“概论”课程为依托的多媒体课件制作比赛，践行“以学生为主体、理论联系实际”的教育教学理念，增强广大同学对思想政治理论课的兴趣和参与度，积极推进思想政治理论课教学改革的探索，同时也提升广大学生多媒体课件制作水平及动手能力。

（4）落实国家有关规定和要求

本课程是2005年中宣部、教育部《关于进一步加强和改进高等学校思想政治理论课的意见》及实施方案确定的高校思想政治理论课之一，是高职院校的公共必修课。课程以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，从理论与实践、历史与逻辑的统一上揭示马克思主义中国化的理论轨迹，准确阐述中国共产党在把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程中，创造了中国化的马克思主义，形成了毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系两次飞跃成果。

3、军事课

（1）课程目标

军事课是普通高等学校学生的必修课程，科学的军事理论是军事活动的本质及其客观规律的正确反映。来源于军事实践，经理论概括后给军事实践以指导，并在不断接受军事实践检验的基础上

得到丰富和发展。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。

（2）主要内容

①军事理论

中国国防

国家安全

军事思想

现代战争

信息化装备

②军事技能

共同条令教育与训练

射击与战术训练

防卫技能与战时防护训练

战备基础与应用训练

（3）教学要求

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。

（4）落实国家有关规定和要求

以 2019 年 1 月教育部、中央军委国防动员部颁布的《普通高等学校军事课教学大纲》为基本依据，切实保障学生对军事基础知识和基本军事技能的学习与掌握。通过军事理论课教学，使学生掌握基本军事技能和军事理论，增强国防观念、国家安全意识，加强组织性、纪律性，弘扬爱国主义、集体主义和革命英雄主义精神。本着磨练意志品质，激发战胜困难的信心和勇气，培养艰苦奋斗、吃苦耐劳的作风，树立正确的世界观、人生观和价值观，全面提高综合素质，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础的目的。

4、中华优秀传统文化概论

（1）课程目标

《中华优秀传统文化》是面向高职高专各专业学生开设的一门公共必修课，通过本课程的学习，使学生了解和掌握中华优秀传统文化知识，增加民族文化自信心、树德、立善，完成中文传统文化的继承与发展，为学生的就业和日后的工作、学习提供有力的帮助。

（2）主要内容

①中华优秀传统文化概论(含义、发展历程、特征等)

②中国传统哲学与宗教文化(儒道释、诸子百家融合提炼等)

③中国古代文学(诗歌、散文、小说、戏曲等)

④中国传统美学文化(服饰、建筑、书法、汉字等)

⑤中国传统民俗文化(传统节日、传统习俗、婚姻等)

⑥中国古代制度文化(宗法、法律、科举、教育等)

⑦中国传统养生文化(饮食、茶酒、美容保健、中医药)

⑧中国古代科学技术(四大学科、三大技术、四大发明)

⑨中华优秀传统文化的继承和发展（近代转型、现代化、中西对比融合）

（3）教学要求

①课程理论学习

一是让学生要学会根据中华优秀传统文化的大分类，课前课后通过各种途径搜集相关内容，最后上升到理论层面的学习探讨；二是在教学中，有许多品德教育渗透其中(尊敬长辈、孝敬父母、友爱兄弟等)，注重教育学生，要用实际行动体现国学的学习内容，加强学生的思想道德建设，弘扬中华传统美德。

②课程实践活动

举办大学生“话说中华美”话剧比赛。结合《中华优秀传统文化概论》教学内容，通过以“话说中华美”为主题的话剧比赛，引导学生对多种多样的古今文化形态进行系统合成，组织引导学生在特定的文化场景中体验探究，统整建构，增进对中华优秀传统文化的感情，形成文化认同，进行文化反思，促进文化创新

(4) 落实国家有关规定和要求

为落实 2017 年 1 月中共中央办公厅、国务院办公厅《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》文件精神，开设《中华优秀传统文化概论》该门课程，注重中国传统文化与当代教育思想的结合，并融入学生创新能力拓展和研究性学习等内容，提高学生的历史责任感和时代感，为现实社会服务。

5、大学生心理健康教育

(1) 课程目标

心理健康教育课程是大学生心理健康教育的主要途径，是集理论知识教学、心理体验与训练为一体的大学生公共基础课程。课程旨在普及心理健康知识,增强大学生的自我心理调适能力,帮助大学生解决身心发展过程中的心理问题,提高大学生的心理健康水平和综合素质,促进大学生健康成长,全面发展。

(2) 主要内容

- ①新生入学心理适应教育（常见适应问题和应对方法）
- ②心理健康与调适（心理学和心理咨询概述、识别心理问题、心理调适）
- ③大学生情绪情感（特点、原因、处理与培养）
- ④大学生人际沟通与交往（概述、技巧和方法）
- ⑤自我探索（自我意识概述、认识自我的渠道、自我悦纳）

(3) 教学要求

通过课程教学，使学生在知识、技能和自我认知三个层面达到以下目标。

知识层面：通过本课程的教学，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。

技能层面：通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、人际交往技能等。

自我认知层面：通过本课程的教学，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。

(4) 落实国家有关规定和要求

为落实《中共中央国务院关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》（中发〔2004〕16号）、《教育部卫生部 共青团中央关于进一步加强和改进大学生心理健康教育的意见》（教社政〔2005〕1号）、《教育部办公厅关于印发〈普通高等学校学生心理健康教育工作基本建设标准（试行）〉的通知》（教思政厅〔2011〕1号）等文件精神，开设《大学生心理健康教育》课程，使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。

（二）专业（技能）课程

1、国际贸易理论与实务

（1）课程目标

通过本课程的学习，使学生掌握出口贸易的业务的主要环节流程，了解在外贸实践环节中涉及到的证书、文件、单据等，掌握与国际贸易相关的法律、国际规则与惯例在实践中的恰当运用。通过本课程的学习，为学生进行外贸实务操作提供了理论基础及实际操作的可模仿性。

（2）主要内容

本课程主要介绍进出口商品业务流程及与之相关的国际贸易惯例；国际货物买卖合同条款的主要内容及订立合同条款应注意的问题；交易磋商的一般程序；国际商品买卖合同履行的各个环节。

（3）教学要求

由于本课程是一门实践性很强的应用学科，故在学习过程中，学生要重视案例、实例分析和平时的操作练习、实习，以增强感性知识，加强基本技能的训练，真正做到学以致用。

2、市场营销策划

（1）课程目标

使学生能系统理解 and 掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，能综合运用营销策划以及本专业的相关理论知识和技术，并学会营销策划过程中的软件应用。通过科学分工、相互合作和学习，小组完成一项营销方案的策划。

（2）主要内容

本课程主要介绍市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，营销策划团队的组建，营销活动的实施，营销策划报告的撰写。

（3）教学要求

学生应主动了解营销策划课程需要实现的目标，学会抓住课堂教学过程中的重点，解决营销策划理论与实务课程学习过程中遇到的难点，认真阅读教师推送教学文件；以培养市场营销策划能力。

3、市场调研与预测

（1）课程目标

使学生能熟悉市场调研的基础知识和各种方法，能进行简单的市场调查，并运用各种调查方法进行调查数据的处理和分析，并根据分析出来的数据进行市场预测。掌握案例分析方法和技巧，能撰写调查分析及预测报告。

（2）主要内容

本课程主要介绍市场调研基础知识，问卷调查法、访问法、抽样调查法等市场调查方法，市场调查数据处理和分析的手段，并根据调研的数据进行预测。

（3）教学要求

由于教学采用课堂讲授、课堂讨论、案例阅读、观察实践、完成简单策划方案、学生自学等方式进行。所以学生要完成课前预习及课后复习工作，任务完成时应注重理论联系实际，重在增强对专业知识的综合运用能力和实践能力，切实提高分析问题、解决问题的能力。

4、广告理论与实务

（1）课程目标

通过向学生介绍有关广告的基础知识、基本理论，掌握广告学所必须具备的基本知识和基本技

能，树立并养成将广告运作的一般方法和具体实际相结合的作风和习惯，并由此进一步拓宽广告学知识，提高学生使用广告进行营销活动的总体水平和能力。

（2）主要内容

本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告评估等。使学生通过该课程的学习，扎实掌握广告的基本原理，掌握广告营销方面的理论与方法。

（3）教学要求

本课程要求学生通过学习能够正确领会和理解广告学的逻辑关系和基本规律，能够对广告调研和调研策划进行掌握，具备初步分析问题的能力，所以学生在学习的时候应该主要平时广告的经验与分析，并在课堂上及时与教师进行广告分析及探讨。

5、商务谈判与推销

（1）课程目标

通过学习本课程，使学生掌握现代推销的基本知识，了解推销的理论、思想、方法和技术，了解当代推销的特点和经营模式，具备从事市场营销、促销以及企业管理等工作所必须具备的推销知识，为学生将来从事营销及相关工作打下坚实的基础。

（2）主要内容

本课程系统介绍了现代推销技术的基本知识，主要思路是以推销的基本理论为框架，包括推销原理、推销要素、推销环境与推销模式，并在此基础上介绍了寻找与识别顾客、接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、成交与售后服务等推销技术和技巧，既全面地涵盖了推销的基本理论，又形成了一个完整的推销实务过程。

（3）教学要求

本课程理论教学部分要求课堂教学，单项技能训练和综合技能训练大部分在课堂以案例分析和模拟经营的形式完成。但为了提高学生的综合能力，要求学生能够利用课余时间积极参与课外实习、实践来完善推销能力。

八、教学进程总体安排

（一）课程比例结构

课程类别	学时	学分	学分比例
公共必修课程	662	31	20.8%
校选课程	288	18	12.5%
专业必修课程	1800	92	63.9%
专业选修课程	72	4	2.8%
合 计	2822	145	100%

（二）专业课程体系

详见附录 1

九、实施保障

（一）师资队伍

专业教学团队应是一支教学经验与企业实践经验丰富，治学严谨，敬业，协作、不断创新的教学团队，根据专业特点以及团队成员不同层次的任务要求，专业教学团队分为专业带头人、骨干教师、一般教师和兼职教师专业四个构成部分，具体如下：

类别	数量	素质要求	结构分布
专业带头人	2	具有丰富的企业实践经验，深厚专业背景，具有对专业整体规划、统筹建设、整体协调的能力，具有课程设计能力，主持教改教研和管理服务能力，业界交往合作能力，调研设计能力。	高级职称教师的比例 $\geq 20\%$ ，45 岁以下教师研究生或硕士学位的比例 $\geq 15\%$ ，双师素质教师的比例 $\geq 50\%$ ，兼职教师 $\geq 20\%$ ，年龄结构基本符合正态分布，老、中、青在 2:5:3 左右。
骨干教师	3	能够承担 2~4 门左右专业课程的教学任务；参与专业建设，主持课程、教材等建设任务；能够完成对学生专业能力、社会能力和方法能力的培养任务。	
一般教师	4	能够承担 2~4 门专业课程的教学任务；参与课程、教材等建设任务；能够完成对学生基础知识、技能及专业能力、社会能力和方法能力的培养任务。	
兼职教师	3	具有中级以上职称或高级职业资格，或者在大型企业从事生产、管理、研发 5 年以上的能工巧匠，具备基本的教育教学素质，能够承担一门课程的实训或实习指导等实践教学任务。	

（二）教学设施

多媒体教室

计算机教室（配备网络）

市场营销沙盘模拟软件

市场营销实战室

（三）教学资源

积极采用优秀高职高专教材或本教研室教师参与编写的教材，选用近三年出版的高职高专教材达到 80%；编写反映新知识的讲义，特别是专业实训教材。教材选用合理，保证专业的教学质量。

为了保证教师的“教”和学生的“学”，学校还需购置必要的市场营销专业类图书资料，以供学生参考和学习。

通过建设专业核心课程的网络课程、优质课程，学校建设数字图书馆和教师推荐市场营销专业专题学习网站，进一步丰富本专业的数字化、网络化教学资源。

（四）教学方法

1、教学方法

（1）小组讨论法

在教学过程中，将学生划分成不同的小组，成立实体公司，调动每个学生的积极性，进行营销

策划和模拟，确保每个学生都能积极主动，全程参与到学习活动中来，在学习和实践中相互协作、交流、沟通，真正实现师生和生生间的良性教学互动。

（2）案例展示法

在学生接触新任务之前，利用播放视频或案例再现的方法对教学和训练项目进行展示，增加学生对新知识的感性认识。

（3）信息检索法

引导学生利用互联网及图书资料，查阅相关资料，进行资料查询和学习。

（4）模拟实训法

在做一体化教学中，当理论知识讲解完毕后，会专门留出一周的时间进行现场实训或软件模拟实训，根据所学知识模拟执行营销策划、广告策划与设计、营销调研、产品促销等活动，使学生学以致用，以实践检验理论学习的成果，用实践丰富自己的理论知识。

（5）项目实操法

针对在校大学生社会经验和校企合作项目匮乏的实际，市场营销专业将以“招生宣传推广项目”作为实践教学的突破口，通过先项目培训，结合市场营销知识，开展招生新媒体宣传推广培训，使学生掌握新媒体推广的基础知识，熟悉新媒体推广技能与技巧，为就业打下基础。

2、教学手段

（1）采用丰富的多媒体授课

在课程教学中，加强现代化和信息化手段在教学中的应用，积极采用多媒体教学，播放实际的市场营销活动视频录像。学生通过在多媒体教室观看录像，直观了解某些营销策划技巧，提高课堂教学的效率和效果。

（2）进行专业实训

在校内或校外实训基地进行营销策划的综合实践训练，帮助实体企业进行产品销售、策划营销方案、广告策划、市场调查方案设计，达到理论与实践的结合。

（3）建立共享资源平台

以《商务谈判与推销》、《广告理论与实务》、《市场调研与预测》、《国际贸易理论与实务》、《市场营销策划》等课程为核心，建立专业课程教学资源库，其中包括教案、课件、教学视频、多媒体素材库、习题库、试题库、案例库、答疑讨论、在线测试、网络自主学习课程等，为实现学生自主学习和相互交流提供优质的共享资源平台。

（4）企业家深入课堂教学

对于很多实践性较强的课程，聘请企业专家深入课堂教学，将企业的市场营销实践及经验带给学生，使学生更好的将理论知识与企业岗位技能对接。

（5）深入市场随堂实训

基于专业特点，接受企业或学校的委托，在理论授课结束后，组织学生开展产品促销、广告策划、营销策划方案、市场调查分析、客户关系管理等市场实训实践，将理论与现实市场相联系，使理论知识具体化、形象化，更易理解和吸收。

3、教学组织

在专业课程教学中，将营销工作内容融入到教学内容中来，企业导师评价与课程考核相结合，并通过市场营销技能大赛，提高学生专业技能。

4、课程教学

课程教学中，实施以教师为主导，学生为主体的“任务引领，学做一体”的教学模式。该模式以真实的市场营销任务为引领，以典型的市场调查及市场营销策划与执行为教学内容，使教学过程

与工作过程相一致，使学生在做项目的过程中完成工作任务，在项目的引领下，教师的指导和学生的操作融为一体，形成一个基于工作过程的“教、学、做”一体化的教学流程。

（五）学习评价

引入企业相应工作岗位的评价标准，将行业从业要求与成绩考核相结合，对学生的岗位能力及素质进行综合考核。

改变传统单纯以教师为主体的评价方式，由教师、小组成员、学生本人、企业人士作为教学评价的主体，以考查、实践操作、项目测评、调研报告、口试等多种考核形式，替代以往单纯用闭卷、开卷考试评定成绩的片面做法，着重考察学生的能力与素质。

建议教学评价与考核采取阶段性评价、过程评价和目标评价相结合的方式，以过程考核为主，着重考核学生掌握所学课程的基本技能，并能综合所学知识和技能分析，解决实际问题的能力。课程平时成绩与期末成本各占 50%。平时成绩中作业 40%，课堂表现 20%。学习过程考核 70%，期末考试 30%。

（六）质量管理

建立专业指导委员会，定期修订专业教学标准；制定相应政策，提高专兼职教师的素质；建立教学质量保证体系；加强校内、外实训基地运行状况及保障机制。

十、毕业要求

本专业专科生毕业时应达到德育培育目标和大学生体育合格标准要求，毕业总学分 144 学分，其中公共必修课程 30 学分，专业必修课程 92 学分，选修课程 22 学分。并且取得市场营销或相关专业类的职业技能证书。（注：毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求详见前文“培养目标与培养规格”部分）

十一、附录

附录 1：2020 级市场营销专业教学进程表

附录 2：专业教学标准论证评审表

附录 1:

2020级市场营销专业教学进程表														
课程类别	序号	课程编号	课程名称	课程类型	学分	学时分配			各学期教学周和周学时分配					
						总学时	理论	实践	一		二		三	
									1	2	3	4	5	6
									16	18	18	18	18	18
公共必修课程	1	2060101100	军事课	C	4	148	36	112	✓					
	2	2060102100	大学生心理健康教育	A	2	36	16	20	✓				✓	
	3	2060103100	职业规划与就业指导	B	2	36	20	16	✓				✓	
	4	2060104100	形势与政策	B	1	16	8	8	✓	✓	✓	✓		
	5	2060105100	思想道德修养与法律基础	B	3	48	36	12	3					
	6	2060106100	应用文写作	B	2	32	16	16	2					
	7	2060107100	体育与健康	C	4	68	8	60	2	2				
	8	2060108100	计算机应用基础	C	2	32	10	22	2	(2)				
	9	2060109100	高职英语	A	2	32	22	10	2	(2)				
	10	2060110100	中华优秀传统文化概论	B	2	36	18	18		2				
	11	2060111100	健康教育(防艾教育)	B	1	18	9	9		1				
	12	2060112100	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	72	60	12		4				
	13	2060113100	美育课程	B	2	36	18	18			2			
公共选修课程			小 计		31	610	277	333	11	9	2	0		
	1	2060114210	双创通识课	C	2	32		32				2		
	2	2060115210	双创专业课	C	2	32		32				2		
	3	2060116210	第二课堂(增加劳动教育)	C	10	160	0	160	✓	✓	✓	✓		
专业必修课程	4		具体课程视情况(从课程库中优先挑选)		4	64	20	44		2	2			
			小 计		18	288	20	268	0	2	2	4		
	1	2030301301	经济学基础	B	4	64	20	44	4					
	2	2030302301	统计学基础	B	2	32	10	22	2					
	3	2030303501	△市场营销理论与实务(见备注3)	B	4	64	20	44	4					
	4	2030304301	管理学基础	B	4	72	24	48		4				
	5	2030305401	会计学基础	B	4	72	24	48		4				
	6	2030306401	ERP沙盘模拟实训	C	2	36	12	24		2				
	7	2030307301	※商务谈判与推销(见备注3, 5)	B	4	72	24	48			4			
	8	2030308401	※市场调研与预测(见备注3, 5)	B	4	72	24	48			4			
	9	2030309401	※广告理论与实务(见备注3, 5)	B	4	72	24	48			4			
	10	2030310401	新媒体营销	B	4	72	24	48			4			
	11	2030311401	市场营销沙盘模拟实训	C	2	36	12	24			2			
	12	2030312401	※市场营销策划(见备注3, 5)	B	4	72	24	48				4		
	13	2030313601	Excel营销管理	C	4	72	24	48				4		
	14	2030314401	※销售管理(见备注3, 5)	B	4	72	24	48				4		
	15	2030315301	营销心理应用实务	B	2	36	12	24			2			
	16	2030316601	客户关系管理	B	2	36	24	12				2		
	17	2030317601	连锁经营实践	C	4	72	0	72				4		
	18	2030318601	整合营销实训	C	4	72	0	72				4		
	19	2030319601	调研数据分析实训	C	4	72	0	72				4		
	20	2030320601	前沿培训	C	2	36	0	36				2		
	21	2030321601	顶岗实习	C	20	320	0	320					✓	
	22	2030322601	毕业设计	C	4	72	0	72					✓	
专业选修课程			小 计		92	1596	326	1270	10	10	18	14	16	
	1	2030319711	商务礼仪	B	2	36	12	24			2			
	2	2030320711	广告设计实操(PS)	C	2	36	12	24				2		
专业选修课程	3													
			小 计		4	72	24	48	0	0	2	2		
合计					145	2566	647	1919	21	21	24	20	16	24

附录 2:

专业教学标准论证评审表

专业名称: _____

日期：_____年____月____日

编制小组意见:

组长签字：_____日期：_____年____月____日

二级学院专业建设委员会意见:

主任签字：_____日期：_____年____月____日

二级学院院长意见:

签字：_____日期：_____年____月____日

教务处处长意见

签字：_____日期：_____年____月____日

主管院长意见:

签字：_____日期：_____年____月____日