

延边职业技术学院
市场营销专业
人才培养方案
(2023 版)

2023 年 6 月

目 录

一、专业名称、专业大类·····	1
二、教育类型及学历层次·····	1
三、招生对象及学制·····	1
四、职业面向·····	1
五、职业岗位分析·····	2
六、培养目标及规格·····	3
七、课程设置·····	5
八、教学进程安排·····	29
九、毕业资格与要求·····	34
十、专业办学基本条件及教学建议·····	35
十一、说明·····	37

延边职业技术学院

市场营销技术人才培养方案

(2023) 专业代码: 530605

一、专业名称、专业大类

专业名称: 市场营销

专业大类: 财经商贸大类

二、教育类型及学历层次

教育类型: 高等职业教育

学历层次: 专科

三、招生对象及学制

招生对象: 普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

学 制: 三年

四、职业面向

所属专业大类(代码)	财经商贸 (53)
所属专业类(代码)	工商管理类 (5306)
对应行业(代码)	综合零售(521)
主要职业类别(代码)	市场营销专业人员 2-06-07-02
主要岗位类别或技术领域	外贸营销员, 收银员、连锁经营管理师、采购员
职业技能等级证书(或标准)	市场营销经理助理职业资格证书、快递员初、中级等级证书

注: 1. 所属专业大类和所属专业类: 依据《职业教育专业目录(2021版)》

2. 对应行业: 依据《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754-2017)

3. 主要职业类别: 依据《中华人民共和国职业分类大典》(2022版)

4. 职业技能等级证书: 各专业选择的“职业技能等级证书”种类, 需提交社会培训服务中心, 经学院党委审核通过后方可写进人才培养方案。

五、职业岗位分析

（一）职业面向及就业岗位描述

序号	职业面向	就业岗位	岗位描述	职业能力	素质要求
1	制造商、中间商	营销员	1) 认真贯彻执行公司的销售管理规定和实施细则。 2) 积极完成规定或承诺的销售量指标,为客户提供主动、热情、满意、周到的服务,并配合营销经理的工作。 3) 办理各项业务工作。 4) 负责与客户签订销售合同,督促合同正常如期履行。 5) 对客户在销售和使用过程中出现的问题、须办理的手续,帮助或联系有关部门或单位妥善解决。 6) 收集一线营销信息和用户意见,对公司营销策略、广告、售后服务、产品改进新产品开发等提出参考意见。 7) 填写有关销售表格,提交销售分析和总结报告。 8) 积极发展新客户,与客户保持良好的关系和持久的联系,不断开拓业务渠道。	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) 能够对客户关系和销售进行日常管理。 6) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。 7) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。 8) 具备商务礼仪规范应用能力。	(1) 具有诚实守信、爱岗敬业的职业道德素养。 (2) 具有较强的语言表达、人际沟通、组织协调能力。
2	制造商、中间商	市场营销专业人员	1) 进行市场调研,分析季节变动相关关系,决定销售策略和建立销售计划。 2) 进行管理销售活动,职务分配和内部沟通。 3) 进行对营销员的培训、指导与监督,对营销员进行各项活动的指引。 4) 有效组织销售事务、统计、分析和工作量测定。 5) 进行营销活动、总结、分析经营,回收活动管理。 6) 对营销员进行业绩评估。	(1) 具有根据市场营销专业知识,方法分析问题和解决问题的能力。 (2) 具备较强的市场营销调研能力与策划能力。 (3) 能够组织实施营销产品的市场调查和分析。 (4) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。 (5) 能够组织实施推销和商业谈判。 (6) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。 (7) 具备一定的创新创业能力。	(3) 具有较强的应变能力。 (4) 具有遵守行业规范的工作意识和行为意识。

（二）典型工作任务

序号	岗位	典型工作任务	任务要求	知识要求	支撑课程
1	购销服务人员	销售、采购	1) 负责产品的市场开拓与销售工作，执行并完成公司产品年度销售计划。 2) 根据公司市场营销战略，提升销售价值，控制成本，扩大产品在所负责区域的销售，积极完成销售量。 3) 与客户保持良好沟通，实时把握客户需求。为客户提供主动、热情、满意、周到的服务。 4) 根据公司产品、价格及市场策略，独立处置询盘、报价、合同条款的协商及合同签订等事宜。 5) 动态把握市场价格，定期向公司提供市场分析及预测报告和个人工作报告。	1) 4P 理论，4C 理论 2) SWOT 分析 3) 消费者购买行为模式 4) 消费者需要与动机 5) 消费者购后行为 6) 产品推销技巧 7) 市场调研理论与方法 8) 客户服务与关系管理 9) 合同的签订与实施 10) 报告书撰写	1) 市场营销学基础 2) 消费者行为学 3) 市场调查与预测 4) 现代沟通技巧 5) 营销策划 6) 网络营销 7) 国际贸易概论 8) 直播实务 9) 商务谈判
2	市场营销专业人员	管理	1) 根据公司发展战略目标，全面负责公司品牌建设及市场工作；制订线上、线下市场推广方案，组织、整合资源推动方案的实施，并对整体的实施进行监控。 2) 制订市场年度预算，做出有效的销售预测，对全年市场业绩指标的完成结果负责。 3) 实施品牌规划和品牌形象的建设，含线上平台推广、线下活动、异业合作及户外广告、口碑营销等宣传，提升品牌影响力和美誉度。 4) 对竞争品牌广告策略、竞争手段的分析；对竞争品牌的产品特征、价格、促销手段等相关讯息进行收集、整理和分析。 5) 建立与完善规范、高效的市场管理体系；做好各部门之间的沟通与协调工作，共同参与公司的市场活动、品牌推广、公关活动的策划、组织与实施。	1) SWOT 分析，4P 理论 2) 管理的四项职能 3) 营销策划 4) 销售管理 5) 客户关系管理 6) 商务谈判 7) 广告与公共关系 8) 分销渠道 9) 网络营销 10) 营销者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法	1) 市场营销学基础 2) 消费者行为学 3) 市场营销实务 4) 管理学基础 5) 营销策划 6) 网络营销

六、培养目标及规格

（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，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能力；掌握市场营销管理理论与知识，具备产品销售与管理、市场调研、营销策划、客户关系管理等专业技能的高素质技能型人才。

（二）人才规格

1. 素质目标

（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. 思政目标

（1）崇尚宪法、尊法守纪、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。

（2）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。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、服务意识、信息素养、工匠精神、创新思。

（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。

3. 知识目标

- (1) 掌握必备的政治理论、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) 掌握消费行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。
- (5) 掌握营销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。

4. 能力目标

- (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) 能够对客户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。

七、课程设置

序号	课 程 性 质	课 程 名 称	基准学时		
			第一学年	第二学年	第三学年
1	专业基础课程	管理学基础	64		
2		商品知识	32		
3		商品拍摄	36		
4		商务礼仪	32		
5	专业核心课程	市场营销学基础	72		
6		市场调查与预测	72		
7		网店美工	64		
8		网店运营	72		
9		消费者行为学		72	
10		广告学原理与实务		72	
11	实践类课程	顶岗实习			360
12		毕业实践			360
13	专业限选（市场营销方向）	现代沟通技巧		72	
14		客户服务与管理		72	
15		销售管理		72	
16		营销策划		72	
17		分销渠道管理		72	
18		公共关系管理		72	
19		商务谈判		72	
20		市场营销综合应用		72	
21		商业文化		52	
			444	772	720

课程描述

1. 课程名称：分销渠道管理（专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）能进行简单的渠道设计；
- （2）能进行简单的渠道运营管理；
- （3）能制定基本的渠道策略。

能力目标：

（1）方法能力：培养学生熟悉渠道设计流程和制定基本渠道策略的能力；把握分析问题的方法和解决问题的能力；

（2）社会能力：通过小组协作完成课程项目；培养学生的社会交往和沟通能力；

（3）职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

- （1）使学生树立正确的国家观、民族观、历史观、文化观。
- （2）具有很好的服务类职业道德素质和身心素质。
- （3）加强并提高对学生的世界观、人生观和价值观的教育。

【主要内容】

分销渠道管理的基本知识、分销渠道设计的原则与流程、分销渠道开发的基本过程、渠道运营的管理内容。

课程内容共分为 5 个项目进行：

项目一 营销渠道职业岗前培训

项目二 营销渠道专员岗位实务

项目三 营销渠道客服专员岗位实务

项目四 营销渠道卖场专员岗位实务

项目五 营销渠道拓展专员岗位实务

【考核】

过程性考核，其中在线作业及实训考核占总成绩的 50%，平时学习态度占 50%。

2. 课程名称：商业文化 （专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）了解有关商业及商业文化的基本知识和思想方法。
- （2）了解商业文化发展历程，掌握提炼商业精神、总结商业规律的方法。

能力目标：

- （1）能理解商业现象和商业政策。
- （2）能将专业知识与商业文化融会贯通，解决工作中的问题。

思政目标：

- （1）树立科学的视觉观、人生观、价值观，热爱祖国，坚持正确政治方向。
- （2）具有良好的商业道德和职业素养

【主要内容】

课程内容共分为 5 个项目进行：

- 项目一 认知商业文化
- 项目二 感受商业文化
- 项目三 传承商道
- 项目四 遵循商业规范
- 项目五 提升职业素养

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 40%，卷面占 60%。

3. 课程名称：客户服务与管理 （专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）了解客户调查、联系、上门拜访、服务展示和公关活动的方法。
- （2）掌握售后服务的内容和要求；
- （3）掌握客户价值分析的方法，了解客户维护的方法。
- （4）了解客户关系管理与客户经营的职业标准。
- （5）了解客户管理与客户经营质量管理的标准和方法。

能力目标：

依据职业教育特点突出实践教学环节，培养学生具有较强的规范操作能力和个性化服务能力；掌握现代客户服务管理的基本理论和方法，把握客户服务业务经营的开展趋势和科学管理方法的运用，力求培养具有较高素质的既懂理论又会操作的实用型的服务于管理人才。

（1）具有调查客户信息、联系、邮寄资料获得客户的需求信息的能力，具有根据自己公司的实力确认是否继续跟进客户促成订单或寻找新的客户资源的能力；具有对已成为稳定期客户的售后服务的能力；

（2）具有合理分配时间在开发新客户和维护老客户的能力，具有充分分析是否有意义需要投入时间金钱继续维护客户的能力；具有在限量的客户资源库里快而准地寻找目标客户的能力，具有快速通过技术各种手段实现稳定客户的形成的能力。

素质目标：

- （1）具有强烈的社会责任感、良好的职业道德。
- （2）具有健康的体魄、良好的体能和健全的心理。
- （3）具有正确的从业心态。
- （4）具有刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风。
- （5）具有艰苦奋斗、热爱劳动、爱岗敬业和良好的团队合作精神。
- （6）具有积极进取的职业心理，刻苦钻研，好学上进、克服困难。

思政目标

- （1）培养学生民族自豪感和民族精神
- （2）引导学生树立正确“三观”塑造良好人格
- （3）激发学生对祖国的热爱，进行爱国主义教育。

【主要内容】

课程内容共分为 6 个项目进行：

- 项目一 走进客户服务
- 项目二 分析目标客户
- 项目三 沟通客户需求
- 项目四 处理客户投诉
- 项目五 培育忠诚客户

项目六 管理客户关系

【考核】

(1) 项目作业占 50%。主要包括每次课程布置的项目作业，通过学习通提交并进行评价计分。

(2) 学习通章节任务点 10%。按照进入学习通章节任务点学习的次数累积并计分。

(3) 线下 40%。主要包括课堂出勤、课堂讨论发言情况。

4. 课程名称：商品拍摄（专业基础课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 掌握商品拍摄的设备使用，熟悉不同情境下的灯光及辅助器材的使用；
- (2) 掌握不同材质的商品的摆台和灯光布置，掌握商品布置构图方法；
- (3) 掌握各种镜头景别和角度的应用；
- (4) 了解短视频镜头语言。

能力目标：

(1) 方法能力：培养学生的空间想象和空间思维能力；把握分析问题的方法和解决问题的能力；

(2) 社会能力：通过小组协作完成课程案例模块；培养学生的社会交往和沟通能力；

(3) 职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度 和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

(1) 培养学生严谨认真的专业精神，敬业奉献的职业操守；

(2) 要结合专业知识引导学生深刻理解社会主义核心价值观，培养学生正确的世界观、人生观、价值观；

【主要内容】

网店商品拍摄准备工作，商品拍摄的基本设置，拍摄服装饰品类商品，拍摄美妆类商品，拍摄数码家电类商品，利用 Photoshop 处理图片，拍摄与剪辑商品视频

课程内容共分为 7 个案例模块进行：

模块一 查找商品摄影信息并对比摄影风格，选购摄影器材并自制摄影棚

模块二 摄影棚内手镯布光

模块三 拍摄毛呢大衣，拍摄宝石项链

模块四 拍摄护肤品套装，拍摄口红

模块五 拍摄数码相机，拍摄微波炉

模块六 处理玻璃杯图片，处理女鞋图片，处理偏色的图片，制作防晒霜主图，制作布艺沙发描述图，添加双人床详情页图片水印

模块七 运用两种运镜方式拍摄女鞋主图视频，剪辑制作女鞋视频

【考核】

案例作品，其中随堂作品考核占总成绩的 80%，其它（考勤、课堂纪律）占总成绩的 20%。

5. 课程名称：网店运营（专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 具备网络市场调研相关知识；
- (2) 具备商品拍摄和图片处理相关知识；
- (3) 具备网络销售与推广相关知识；
- (4) 具备订单处理相关知识；
- (5) 具备网络支付与结算相关知识；
- (6) 具备物流配送知识；
- (7) 具备客户服务与管理相关知识。

能力目标：

(1) 方法能力：培养学生的空间想象和空间思维能力；把握分析问题的方法和解决问题的能力；

(2) 社会能力：通过小组协作完成课程案例模块；培养学生的社会交往和沟通能力；

(3) 职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度 和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

具有很好的服务类职业道德素质和身心素质。

【主要内容】

结合网店经营经验，以淘宝开店的实际操作流程为主线，详细介绍了网络安全管理、网店开通与基本设置、网店装修、网店日常运营与管理、网店工具应用、网店推广、网店数据化运营、移动社交网店运营等内容，以培养学生网上创业的能力。

课程内容共分为八个项目进行：

项目一 网络安全管理

项目二 网店开通与基本设置

项目三 网店装修

项目四 网店日常运营与管理

项目五 网店工具应用

项目六 网店推广

项目七 网店数据化运营

项目八 移动社交网店运营

【考核】

案例作品，其中随堂作品考核占总成绩的 80%，其它（考勤、课堂纪律）占总成绩的20%。

6. 课程名称：营销策划 （专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

（1）掌握营销策划的基本原理及方法；

（2）了解营销策划的整个过程，掌握营销策划书的内容和写作要求；

（3）能对营销策划项目进行项目预算，能够判断营销策划书的优劣；

（4）能够策划企业的市场调研活动；

（5）能够对企业的广告宣传进行策划；

（6）能够在调研的基础上进行全面系统的分析，提出创意，制定并撰写产品上市、品牌策划、促销和商演活动的策划方案；熟悉 CIS 策划的内容和流程；

（7）能够制定调研策划，进行全面调研，并进行全面系统的分析调研结果，在市

市场调研的基础上，提出创意，制定各类营销战略、策略及具体的行动方案，撰写市场营销策划方案。

能力目标：

- (1) 具有本专业所必需的各类营销策划能力。
- (2) 具有商务谈判及书面写作的能力。
- (3) 具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力。
- (4) 具有营销管理能力。
- (5) 具有广告策划能力。
- (6) 具有分销渠道的管理能力。
- (7) 具有一定的综合技能和对社会、环境的适应能力。
- (8) 具有知识自我更新的能力

思政目标：

(1) 要在课程教学中帮助学生掌握马克思主义世界观和方法论，从历史与现实、理论与实践等维度深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想。

(2) 要结合专业知识教育引导学生深刻理解社会主义核心价值观，培养学生正确的世界观、人生观、价值观。

【主要内容】

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，课程内容共分为 7 个项目进行：

- 项目一 营销策划基础
- 项目二 营业推广（促销组合）策划
- 项目三 节日活动策划
- 项目四 广告策划
- 项目五 新产品上市推广策划
- 项目六 公共关系主题活动策划
- 项目七 CIS 策划

【考核方式】

卷面考试，其中出勤及作业占 40%，卷面占 60%。

7. 课程名称：商品知识 （专业基础课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）了解商品学的研究内容及其商品学的研究方法。
- （2）了解质量与商品质量的内涵。
- （3）了解商品质量标准及认证的相关知识。
- （4）理解商品的质量特性、一般质量要求。
- （5）理解决定和影响商品质量的主要因素。
- （6）理解商品品种的相关知识。
- （7）熟悉商品的质量变化及影响因素。
- （8）熟悉商品常用的分类标志及常见的分类方法。
- （9）熟悉商品的包装材料、包装技术。
- （10）熟悉商品检验的方法。
- （11）熟悉商品常用的养护技术。
- （12）熟悉商品编码及目录。

能力目标：

- （1）能鉴别商品的质量，并准确的对商品进行验收。
- （2）能对商品进行科学的分类管理。
- （3）能合理的选择与使用包装材料及包装技术。
- （4）能科学的对商品进行养护。
- （5）能适当的对商品进行编码及形成目录。

思政目标：

- （1）培养学生自豪感和民族精神
- （2）引导学生树立正确“三观” 塑造良好人格
- （3）激发学生对祖国的热爱，进行爱国主义思想教育。

【主要内容】

项目一 商品学的研究对象和内容学习

项目二 商品分类与编码应用

项目三 商品质量管理的内容和方法学习

项目四 商品标准应用

项目五 商品检验方法和检验内容

项目六 商品质量监督与认证管理

项目七 商品包装管理

项目八 商品储运、运输与养护管理

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 50%，卷面占 50%。

8. 课程名称：市场营销学基础（专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）能进行简单的市场营销环境分析；
- （2）能进行简单的消费者购买行为分析；
- （3）能制定基本的市场营销策略。

能力目标：

- （1）方法能力：培养学生的市场营销职业理念和制定基本营销策略的能力；把握分析问题的方法和解决问题的能力；
- （2）社会能力：通过小组协作完成课程项目；培养学生的社会交往和沟通能力；
- （3）职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

- （1）培养“科技兴则民族兴，科技强则国家强”的意识，树立远大抱负，为实现中华民族伟大复兴而努力；
- （2）增强知法、懂法、守法、敬法的意识，不触碰法律红线，做一名遵纪守法的时代新人；
- （3）培养遇事不避、勇于担当的精神，对待错误不逃避，面对困难不低头，在责任面前不懈怠，切实做到不忘初心、牢记使命。

【主要内容】

市场营销学的基本原理、基本方法和基本技能，主要包括市场营销的环境分析，消费者购买行为分析，目标市场的选择和产品定位，4PS 组合，营销管理、组织与控制。

课程内容共分为 10 个项目进行：

项目一 树立现代营销观念

项目二 分析营销环境

项目三 调查研究市场

项目四 选择目标市场

项目五 分析市场购买行为

项目六 制定产品策略

项目七 制定价格策略

项目八 制定分销策略

项目九 制定促销策略

项目十 管理营销过程

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 50%，卷面占 50%。

9. 课程名称:现代沟通技巧 （专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）能进行基本的求职沟通；
- （2）能进行基本的商务沟通；
- （3）能积极地进行自我沟通。

能力目标：

（1）方法能力：培养学生的沟通表达能力、人际交往能力，同时养成积极自我沟通以培养积极心态、亲和力等职业素养；

（2）社会能力：通过小组协作完成课程项目；培养学生的社会交往和沟通能力；

（3）职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

- (1) 使学生树立正确的国家观、民族观、历史观、文化观；
- (2) 具有很好的服务类职业道德素质和身心素质；
- (3) 加强并提高对学生的世界观、人生观和价值观的教育。

【主要内容】

商务沟通的基本知识、基本的商务沟通类型和特点、商务沟通的基本原则和技巧、典型的商务沟通案例及分析。

课程内容共分为 10 个项目进行：

- 项目一 商务沟通概论
- 项目二 口头沟通
- 项目三 倾听
- 项目四 书面沟通
- 项目五 视图沟通
- 项目六 管理沟通
- 项目七 求职沟通
- 项目八 会议沟通
- 项目九 非语言沟通
- 项目十 跨文化沟通

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 50%，卷面占 50%。

10. 课程名称：网店美工 （专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 了解网店的首页和详情页的构成；
- (2) 掌握色彩的配色方法、掌握文字的布局与搭配；
- (3) 掌握首页和详情页的具体模块的设计方法；
- (4) 初步掌握常见商品的首页和详情页设计方法。

能力目标：

- (1) 方法能力：培养学生的空间想象和空间思维能力；把握分析问题的方法和解

决问题的能力；

(2) 社会能力：通过小组协作完成课程案例模块；培养学生的社会交往和沟通能力；

(3) 职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度 和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

养成认真他是、信心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。

【主要内容】

以最新版 Photoshop CC 软件作为工具，学习设计应用于平面广告、产品包装、报纸插画、杂志封面、网页图画、UI 界面设计、视频、动画的创建与编辑、3D 图形编辑与处理等领域的作品。本书设计的项目实例贴近生活、贴近实际应用，内容层次清晰，由浅入深，由易到难，读者在学习和实践的过程中能逐步加深对 Photoshop CC 基本概念的理解，逐步熟悉有关的技巧和技能，做到举-反三、融会贯通。

课程内容共分为十三个项目进行：

项目一 介绍 Photoshop CC 的基本操作

项目二 介绍蒙版的应用与编辑

项目三 介绍通道的应用与编辑

项目四 介绍高级抠图

项目五 介绍美化数码照片

项目六 介绍文字特效制作

项目七 运用滤镜制作特效

项目八 介绍视频、动画的创建与编辑

项目九 介绍 3D 图形编辑与处理

项目十 介绍 Web 图像的处理与打印输出

项目十一 介绍商业广告设计

项目十二 介绍网页网店广告设计

项目十三 介绍 UI 界面设计

【考核】

案例作品，其中随堂作品考核占总成绩的 80%，其它（考勤、课堂纪律）占总成绩的 20%。

11. 课程名称：消费者行为学（专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）能对消费者的决策过程、特征和购买类型进行基本的分析；
- （2）能对市场营销因素对消费者行为的影响做基本的判断；
- （3）能通过改变营销因素来引导消费者行为。

能力目标：

- （1）方法能力：培养学生准确把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力和判断能力；把握分析问题的方法和解决问题的能力；
- （2）社会能力：通过小组协作完成课程项目；培养学生的社会交往和沟通能力；
- （3）职业道德与职业意识：在学习的过程中培养学生认真负责的工作态度和严谨细致、一丝不苟的工作作风。

思政目标：

- （1）要在课程教学中帮助学生掌握马克思主义世界观和方法论，从历史与现实、理论与实践等维度深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想。
- （2）要结合专业知识教育引导学生深刻理解社会主义核心价值观，
- （3）培养学生养成较强的法律思维与法律意识，能够具备健康高尚的道德情操

【主要内容】

消费者行为的基本理论知识、消费者个性心理知识、决策过程、市场营销因素对消费者行为的影响。

课程内容共分为 11 个项目进行：

- 项目一 导论
- 项目二 消费者的购买决策
- 项目三 消费者的心理活动过程
- 项目四 消费者的需要和动机
- 项目五 消费者的个性、自我概念和生活方式
- 项目六 消费者群体的心理与行为
- 项目七 社会环境与消费者行为
- 项目八 文化、经济环境与消费者行为

项目九 产品、价格与消费者行为

项目十 广告、购物环境与消费者行为

项目十一 购后使用与消费者评价

【考核】

过程性考核，其中在线作业及实训考核占总成绩的 50%，平时学习态度占 50%。

12. 课程名称：销售管理 （专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

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。

能力目标：

在项目实施过程中，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守；在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售主管、销售经理等销售管理工作的综合素质和能力。

思政目标：

- （1）培养学生民族自豪感和民族精神
- （2）引导学生树立正确“三观” 塑造良好人格
- （3）激发学生对祖国的热爱，进行爱国主义教育。

【主要内容】

课程内容共分为 9 个项目进行：

项目一 岗位认知——职业角色定位

项目二 绩效管理——业绩为王

项目三 人员管理——培训一流的销售人员

项目四 销售团队建设——打造优秀团队

项目五 分销渠道管理——提高分销效率

项目六 客户管理——以客户为中心

项目七 货品管理——细节制胜

项目八 网络销售管理——加强网络推广

项目九 信用管理——建立销售保障

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 50%，卷面占 50%。

13. 市场营销综合应用（专业课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 掌握市场营销环境分析
- (2) 掌握所有者权益的分析方法
- (3) 掌握不同消费人群的分析
- (4) 掌握 4P 策略的灵活运用
- (5) 熟悉所有者权益的分析方法

能力目标：

- (1) 能宏观把控市场情况
- (2) 能正确确定企业的定位
- (3) 能合理分析竞争对手的策略并及时调整营销战略
- (4) 具备市场营销学基本知识
- (5) 具备一定的市场分析能力
- (6) 具备一定的风险控制能力

思政目标：

- (1) 培养学生民族自豪感和民族精神
- (2) 引导学生树立正确“三观”塑造良好人格
- (3) 激发学生对祖国的热爱，进行爱国主义教育。

【主要内容】

课程内容共分为 6 个项目进行：

项目一 目标市场分析与选择

项目二 价格策略

项目三 渠道策略

项目四 促销策略

项目五 产品策略

项目六 财务

【考核】

(1) 项目作业占 50%。主要包括每次课程布置的项目作业，通过学习通提交并进行评价计分。

(2) 学习通章节任务点 10%。按照进入学习通章节任务点学习的次数累积并计分。

(3) 线下 40%。主要包括课堂出勤、课堂讨论发言情况。

14. 课程名称：管理学基础 （专业基础课）

【课程目标】

知识目标：

(1) 主要了解管理的起源与发展，管理理论的发展历史、管理环境的概念与分类，管理的基本原则、计划职能的概念、类型、编制过程、决策制定过程的工作内容、组织的变革与发展、控制的过程和方法。

(2) 理解各种管理学派产生的背景和应用特点、组织面临的各种内、外部环境、战略的有关内容、组织文化、创新职能的概念级内容。

(3) 掌握管理的基本概念、性质、环境分析方法、编制计划的各种方法、决策方法、组织、领导理论、激励和沟通理论等。

能力目标：

(1) 学会理论联系实际，掌握运用所学理论知识和管理学原理和方法分析现实企业管理问题和具体案例的能力。

(2) 紧密联系实际，学会分析案例、解决实际问题，把学科理论的学习融入管理实践的研究中，切实提高分析问题、解决问题的能力。

思政目标：

培养学生树立正确的职业道德观、择业和就业观。

【主要内容】

课程内容共分为九个项目进行：

项目一 管理与管理者

项目二 管理的基本原理

项目三 管理环境

项目四 决策

项目五 计划

项目六 战略

项目七 组织

项目八 领导

项目九 激励

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 50%，卷面占 50%。

15. 课程名称：市场调查与预测（专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

- （1）掌握市场调研的相关概念、市场调研的内容、市场调研方案的构成；
- （2）理解掌握问卷设计的基本结构与内容；
- （3）掌握市场调研的四种基本方式：重点调查、普查、典型、抽样；掌握市场调研的方法：文案调查法、访谈法、观察法、实验法、网络调查法等；
- （4）理解掌握对所收集资料做定量、定性分析的整理步骤；掌握几种常见的资料整理技术。
- （5）理解掌握定性分析（归纳分析、类比分析、推理分析、对应分析法）与定量分析法（描述性分析和解析性分析法）等内容。
- （6）理解掌握市场调研报告的结构和内容。

能力目标：

- （1）进行设计市场调研方案的能力；
- （2）进行问卷设计的能力；
- （3）进行市场信息收集的能力；
- （4）进行市场信息整理的能力；
- （5）进行市场信息分析的能力；

(6) 撰写市场调研报告的能力；

思政目标：

(1) 培养在实际工作中刻苦钻研、实事求是的职业品质和岗位职业道德；

(2) 培养诚实正直、专业信心等方面的基本品性；

(3) 培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神；

(4) 培养团队合作精神；

(5) 培养敏锐的洞察力、应变思维、创新力；

(6) 培养自我管理、自我培养力。

【主要内容】

课程内容共分为五个项目进行：

项目一 市场调查方案的设计

项目二 市场调查的实施

项目三 调查资料的整理与分析

项目四 市场预测

项目五 市场调查报告的撰写

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 40%，卷面占 60%。

16. 课程名称：广告学原理与实务（专业核心课）

【课程目标】

知识目标：

(1) 能运用所学知识有效地进行广告目标定位和市场细分；

(2) 能综合运用文案写作知识进行文案撰写；

(3) 能够进行基本的平面广告和立体广告的制作和设计；

(4) 能充分利用各种广告媒体进行宣传和管理；

能力目标：

(1) 掌握广告的基本概念和内涵；

(2) 掌握分析企业的广告环境和广告品牌传播；

(3) 掌握广告表现战略；

(4) 掌握广告受众的接受度的技巧原理和过程;

思政目标：

(1) 培养学生团队合作和协作精神;

(2) 培养学生严谨的工作作风和敬业精神;

(3) 培养学生求实创新的意识;

(4) 良好的心理素质、诚信品格和社会责任感

【主要内容】

课程内容共分为七个项目进行:

项目一 广告学概述

项目二 广告环境

项目三 广告产业

项目四 广告策划

项目五 广告表现战略

项目六 广告文案撰写

项目七 广告设计与制作

【考核】

课堂考试、出勤占 40%，期末卷面考试占 60%。

17. 课程名称：公共关系理论与实务 （专业限选课）

【课程目标】

认知目标:

(1) 正确认知课程性质、任务级研究对象，全面了解公共关系课程体系、结构，整体认知公共关系。

(2) 掌握处理公共关系的各种手段。

(3) 掌握基本的礼仪规范和程序。

(4) 掌握各种公关活动的方案策划。

(5) 掌握公关危机的处理程序。

(6) 熟悉营销公共关系方案选择的各种因素。

能力目标:

- (1) 能运用合理的公共理念和方法。
- (2) 能利用公关基本原理解决问题。
- (3) 能利用分析、综合、全局、系统、创新思维分析和解决公共关系问题。
- (4) 能够完成公共关系相关文案写作。

素质目标：

- (1) 培养可持续发展的学习适应能力。
- (2) 培养诚实正直、专业信心等方面的基本品性。
- (3) 培养持之以恒、积极进取、自强不息的向上精神。
- (4) 培养团队合作精神。
- (5) 培养敏锐的洞察力、应变思维、创新力。
- (6) 培养较强的专业技术能力。

【主要内容】

课程内容共分为六个项目进行：

- 项目一 公共关系认知
- 项目二 内部公共关系认知
- 项目三 外部公共关系认知
- 项目四 公共关系危机管理
- 项目五 公共关系专题活动开展
- 项目六 公共关系礼仪认知

【考核】

课堂考试、出勤占 40%，期末卷面考试占 60%。

18. 课程名称：商务谈判（专业限选课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 能做好谈判的准备工作。
- (2) 能进行谈判信息的收集、整理与分析。
- (3) 能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。

(4) 能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。

(5) 能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。

(6) 撰写谈判报告。

能力目标：

(1) 掌握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式。

(2) 了解谈判的基本程序。

(3) 掌握信息收集的内容与处理的方法。

(4) 掌握商务谈判开局的方法和策略

(5) 掌握商务谈判的策略和技巧。

(6) 掌握打破僵局的策略和技巧。

(7) 掌握合同签订的程序和注意事项。

思政目标：

锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。

【主要内容】

课程内容共分为五个项目进行：

项目一 谈判前的准备

项目二 商务谈判的开局

项目三 谈判

项目四 再谈判

项目五 合同的签订

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 40%，卷面占 60%。

19. 课程名称：商务礼仪（专业基础课）

【课程目标】

知识目标：

- (1) 了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性。
- (2) 掌握商务礼仪的基本知识。
- (3) 掌握各种商务礼仪规范、礼仪技巧和文化差异。
- (4) 了解国际商务交往中不同国家的风俗礼仪和文化差异。

能力目标：

- (1) 具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力。
- (2) 具有将自己打造成为一个良好的商务人员形象的能力。
- (3) 具有组织、策划简单的各类商务活动的的能力。
- (4) 具有灵活运用各种商务谈判技巧的能力

思政目标：

通过对商务礼仪基础知识的学习，帮助学生了解和熟悉商务礼仪的主要内容，边学边练让学生培养实操能力，使学生能正确地动用各种商务礼仪技巧，提高自身的礼仪素质，并能在以后的实际工作和社会交往中做到事事合乎礼仪，处处表现自如、得体，从而顺利完成各种商务活动。

【主要内容】

课程内容共分为六个项目进行：

- 项目一 导入模块
- 项目二 商务会议礼仪
- 项目三 特定商务活动礼仪
- 项目四 客户接待与拜访礼仪
- 项目五 商务宴请礼仪
- 项目六 职业形象礼仪

【考核】

卷面考试，其中出勤及作业占 40%，卷面占 60%。

八、教学进程安排

(一) 教学进程安排总表

2023级市场营销专业 教学计划时间进程表（学制三年）

周	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	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
一			R	R			△													:	≡	≡	≡	≡	≡	≡																		:	≡	≡	≡	≡	≡	≡			
二							△													:	≡	≡	≡	≡	≡	≡																					:	≡	≡	≡	≡	≡	≡
三	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡	≡

2023 级市场营销专业 教学周数统计表

学年	常规教学	入学教育军训	系列实验	技能训练	实习	课程设计	职业技能鉴定	社会实践	毕业实践	考试	机动	假期	其他	小计
		R	□	★	○	×	▽	※	∥	:	△	≡	Q	
一	35	2								2	1	12		52
二	37									2	1	12		52
三					20				20			12		52
合计	72	2			20				20	4	2	36		154

(二) 市场营销技术专业教学进程安排表

课程性质	课程类别	课程模块	课程归属	课程名称	课程编码	学分	学时			实践周数/学时	学周*周学时						
							总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年		
											一 16+2	二 18	三 18	四 18	五	六	
公共基础课	思想政治类	教	军事理论	B666666101	1	16	16			16						混合式学习	
		教	军事技能	B666666102	2	60		60	2 周	2 周						军训	
		1	中华优秀传统文化	1666666101	2	32	16	16			16*2						
		2	思想道德与法治	2666666101	3	48	44	4		16*2						马克思主义宗教观、学习筑梦专题教学	
										8*2							
		2	形势与政策（1）	2666666102	0.5	16	16			8*2							
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2666666103	2	32	32				16*2						
		2	形势与政策（2）	2666666104	0.5	16	16				8*2						
		2	形势与政策（3）	2666666105	0.5	16	16					8*2					
		2	形势与政策（4）	2666666106	0.5	16	16						8*2				
		2	中国共产党党史	2666666107	1	16	16				8*2						
		2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2666666108	3	48	44	4				16*2					学习筑梦等专题教学
												8*2					
		教	劳动教育	B666666106	1	10	10				10						各系部自行落实

		教	安全健康教育	B666666103	1	16	16			16						混合式学习
		3	体育（1）	3666666101	1	32	8	24		16*2						
		3	体育（2）	3666666102	1	32	8	24			16*2					
		3	体育（3）	3666666103	1	32	8	24				16*2				
		3	体育（4）	3666666104	1	32	8	24					16*2			
		教	大学生心理健康教育	B666666104	2	32	20	12			16*2					
		1	大学语文	1666666103	4	64	64			16*4						
		5	计算机信息技术	5666666101	2	32	20	12			16*2					
		1	大学英语（I）	1666666104	4	64	64			16*4						
		教	美育教育	B666666105	2	32	16	16					32			混合式学习
	小计				36	694	474	220		326	192	96	80			
	专业基础课	4	管理学基础	4630801203	4	64	34	30		16*4						
		4	商品知识	4630801201	2	32	20	12		16*2						
		4	商务礼仪	4630801207	2	32	20	12		16*2						
		4	商品拍摄	4630801206	2	36	10	26			18*2					
		小计			14	164	84	80		128	108					
	专业核心课	4	市场营销学基础	4630801301	4	72	36	36			18*4					
		4	市场调查与预测	4630801302	4	72	36	36			18*4					
		4	网店美工	4630701305	4	64	20	44		16*4						
			网店运营	4630801303	4	72	42	30			18*4					
		4	消费者行为学	4630801208	4	72	42	30				18*4				
		4	广告学原理与实务	4630701607	4	72	24	48					18*4			
		小计			20	424	192	232		64	144	72	72			

	实践课	毕业实践课	4	顶岗实习	B666666401	8	360		360	18 周					18 周		
			4	毕业实践	B666666402	8	360		360	18 周						18 周	
		小计				16	720		720								
		职业指导类	教	职业发展与就业创业指导	B666666107	5	80	40	40								
		小计				5	80	40	40								
		市场营销方向	4	现代沟通技巧	4630701601	4	72	48	24				18*4				
			4	客户服务与管理	4630801612	4	72	48	24				18*4				
			4	销售管理	4630701606	4	72	36	36				18*4				
			4	营销策划	4630701305	4	72	30	42					18*4			
			4	分销渠道管理	4630701604	4	72	36	36					18*4			
			4	公共关系管理	4630701605	4	72	52	20				18*4				
			4	商务谈判	4630701608	4	72	36	36					18*4			
			4	市场营销综合应用	4630701609	4	72	22	50					18*4			
			4	商业文化	4630801209	2	52	40	12					18*2 +8*2			
				小计		34	628	348	280				216	340			
任选课	任选课	任选课	1	选修课（专升本）	1610205501	2	32	32	0								
			3	选修课（美育课堂）	3666666105	2	32	16	16								
			1	选修课（普通话）	1610205502	2	32	16	16								
			4	市场营销沙盘模拟 1	4630701701	2	32	16	16								
			4	市场营销沙盘模拟 2	4630701703	2	32	16	16								
			4	创业营销	4630701704	2	32	16	16								

			4	快递员职业技能	4630701706	2	32	16	16								
				小计		2	32	32	32								
				合计		127	2762	1140	1622		518 26	444 26	384 26	492 26	360	360	

1. 公共限选课修学要求

2. 课程归属编号涵义为：①公共教学部；②思政部；③体育系；④财经商贸系；⑤信息技术与艺术设计系；⑥装备制造与智能控制系；⑦交能运输工程系；⑧建筑工程系；⑨旅游韩语系；A 合作企业；B 教务处

(二) 按周安排的实践课程

课程结构	课程性质	课程模块	课程代码	课程名称	学分	学时	学周					
							第一学年		第二学年		第三学年	
							一	二	三	四	五	六
必修课	公共基础课	思想政治类	B666666102	军事技能	2	60	2					
必修课	实践课	毕业实践课	B666666401	顶岗实习	8	360					18	
必修课	实践课	毕业实践课	B666666402	毕业实践	8	360						18

九、毕业资格与要求

(一) 学分

类别	必修学分	选修学分	合计	比例
公共课	36		36	29.9%
专业课	46	36	73	51.8%
社会实践课	16		16	17%
素质拓展学分	2		2	1.3%
合计	100	36	127	100%
比例	72.3%	27.7%	100%	

(二) 职业技能等级证书

必须取得市场营销经理助理职业资格证书以上职业技能等级证书之一。

(三) 体测要求

按《国家学生体质健康标准（2014年修订）》（教体艺〔2014〕5号文件）要求，学生体质测试成绩按毕业当年成绩的50%和其他学年平均分的50%之和进行评定，达不到50分者按结业处理，不予以毕业。

十、专业办学基本条件及教学建议

(一) 专业带头人

姓名	吴红珍	性别	女	出生年月	1983. 8	政治面貌	党员
毕业学校	佳木斯大学			专业技术职务		讲师	
所学专业	工商管理		学历	本科		学位	学士学位
现从事专业	市场营销		具备何种双师资格	旅行社计调师		双师资格获得时间	2015. 9
近五年获得的成绩（荣誉、发表论文、教科研成果）	成绩： 2019 年 12 月 延边职业技术学院 2019 年度先进工作者 2020 年 12 月 延边职业技术学院 2020 年度先进工作者 2021 年 12 月 2021 年度延边职业技术学院优秀班主任 2022 年 12 月 2022 年度延边职业技术学院优秀党员 成果： 1. 创新教育背景下基于 PBL 的高职《市场营销学》课程教学改革与实践研究---以延边职业技术学院为例 课题主持人 在研项目，预计 2024 年 4 月结题 2. “基于服务外包产业人才需求的高职市场营销专业人才培养模式研究---以延边职业技术学院市场营销专业为例” 吉林省教育厅 2017 年度职业教育与成人教育教学改革研究一般课题 排名第五 2019 年 12 月结题。 3. “基于实训导向的高职市场营销专业《市场营销学》课程教学改革与实践研究---以延边职业技术学院为例” 吉林省职业教育学会 2018 年度一般课题排名第四，2021 年 11 月结题。						

(二) 专业教学团队

序号	姓名	性别	职称	学历	学位	现从事专业	是否双师	拟任课程	专职/兼职
1	杨镇奉	男	讲师	本科	学士	市场营销	否	市场营销学基础	专职
3	翟洪生	男	副教授	研究生	硕士	市场营销	是	消费者行为学	专职
4	吴红珍	女	讲师	本科	学士	市场营销	是	市场调查与预测	专职
5	尹昌善	男	副教授	本科	学士	电子商务	是	商品拍摄	专职
6	刘玉凤	女	副教授	本科	学士	电子商务	是	网店运营	专职
7	全龙七	男	副教授	研究生	硕士	市场营销	是	市场营销实务	专职

8	任婷婷	女	讲师	研究生	硕士	市场营销	是	国际贸易概论	专职
9	刘畅	女	讲师	研究生	硕士	电子商务	是	直播实务	专职

（三）教学设施

1. 校内实训室

市场营销计算机实验室（一般教学用）

2. 校外实训基地

（四）教学方法和手段

充分利用多媒体课件等现代化教学手段，采用以任务为导向的项目教学方法，在教学环节和内容上灵活运用角色扮演、分组讨论、案例分析等教学方法，主要培养学生知识运用能力、实践动手能力、团队协作能力、创新精神及岗位适应能力等。

（五）考核与评价

1. 课程考核

从行业、企业用人标准出发，对人才培养进行评价。每门课程均制定细化的课程考核方案，经专业及教务处审核合格后，在课程考核时严格按考核方案执行。在考核方案中，企业课程以企业考核为主，理实一体化课程以学校考核为主，毕业考核由校企双方聘请专家组成第三方考核评价小组进行考核。

（1）企业考核评价

采用实践操作与员工评价相结合进行考核。实践考核主要以具体操作项目考核，每门课程制定具体的考核细则，主要考核学生实际动手能力；员工评价主要考核学生与企业员工的融合度。

（2）学校学习考核评价

学校考核以过程评价和结果评价相结合。以过程评价为主，占总成绩的 60%；结果评价占总成绩的 40%。过程评价主要依据学生上课表现、任务完成情况、操作及答辩情况等。结果评价以笔试为主。考核题目的设计以考察学生的综合运用能力为主，兼顾基本知识、基本理论的掌握为原则。

2. 教学实习和毕业实习

（1）教学实习

根据学生平时出勤、实习表现、实习总结和实际操作成绩进行综合评定。

（2）毕业实习

由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

3. 毕业论文成绩以撰写的毕业论文质量和毕业论文答辩由校企双方聘请专家组成第三方考核评价小组对毕业成绩进行综合评定。

（六）质量管理

1. 学校与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，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. 学校和院系应完善教学管理机制，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。

4. 专业教研组织应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。

十一、说明

本方案由市场营销专业教研室全体教师和企业相关专家共同研讨，经过边探讨、边实践的过程，于 2023 年 8 月制订完成，并经学院学术委员会论证。

执笔人：吴红珍

审核人：金延梅（系主任）

制订时间： 2023 年 8 月