附件3



Shandong Vocational College of science＆Technology

**2020级市场营销专业**

**人才培养方案**

**山东科技职业学院**

**二〇二〇年八月**

**目 录**

[第一部分 市场营销专业人才培养方案 1](#_Toc49758087)

[一、专业名称及代码 1](#_Toc49758088)

[二、入学要求 1](#_Toc49758089)

[三、修业年限 1](#_Toc49758090)

[四、职业面向 1](#_Toc49758091)

[五、培养目标与培养规格 1](#_Toc49758092)

[六、培养模式 4](#_Toc49758093)

[七、课程设置 4](#_Toc49758094)

[八、教学进程 11](#_Toc49758095)

[九、毕业要求 1](#_Toc49758096)6

[第二部分 实施保障 17](#_Toc49758097)

[第三部分 市场营销专业人才培养方案论证审核单 22](#_Toc49758098)

# 第一部分 市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

（一）专业名称：市场营销

（二）专业代码：630701

## 二、入学要求

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生。

## 三、修业年限

修业基本年限为3年。

## 四、职业面向

职业面向专业与行业、专业与职业、专业与岗位的对应关系，见表2-4-1。

**表2-4-1 专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **所属专业大类** | **对应行业** | **职业类别** | **就业岗位** | **职业技能等级证书** | **行业企业标准和证书** |
| 1 | 财经商贸大类（63） | 批发业、零售业（51、52） | 营销员（4-01-02-01）；  商品营业员（4-01-02-03）；  市场营销专业人员（2-06-07-02） | 销售代表；销售经理；  区域销售经理；  卖场经理；  小微企业创业者；  市场主管；  市场经理；  市场调研员 | 电子商务数据分析  网店运营与推广 | 电子商务数据分析  网店运营与推广 |

## 五、培养目标与培养规格

**（一）培养目标**

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应市场调查、新媒体营销、营销策划、企业运营、营销活动执行、销售和销售管理、客户关系管理等工作需要，具有爱国敬业、诚实守信、团结协作、创新机变等素质，掌握管理学、商贸流通、商业数据分析处理、新媒体营销技术应用、市场感知、市场调查与分析、营销活动策划与执行、销售与谈判、销售管理等知识和技术技能，面向制造业、批发业和零售业等领域的复合型技术技能人才。

**（二）培养规格**

1.素质要求

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

（3）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，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；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（4）具有良好的职业形象和服务意识；具有从事与专业相关职业应具备的其它职业素要求。

（5）主动学习，具有创新创业意识和能力。

2.知识要求

公共基础知识要求：

（1）掌握基本的数据收集分析方法、语言文字表达和写作。

（2）掌握基本的英语交流及阅读的方法。

（3）掌握计算机操作系统和常用应用软件。

专业知识规格要求：

（1）掌握市场营销基本理论知识。

（2）熟悉网络营销及电子商务相关知识。

（3）掌握市场调研与预测相关知识。

（4）理解消费者心理分析相关知识。

（5）了解广告策划及创意设计相关知识。

（6）熟悉新媒体营销方面的方法。

（7）掌握商品销售相关方法。

（8）掌握商务谈判相关方法。

（9）了解客户关系管理相关知识。

3.能力要求

（1）具备良好的文字表达能力。

（2）具备基础英语听、说、读、写能力。

（3）具备计算机文件文字处理能力。

（4）具备逻辑推理和持续学习的能力。

（5）具备良好的沟通和语言表达能力。

（6）具备良好的应变能力和独立分析解决问题的能力。

（7）具备市场调查与数据收集处理分析能力。

（8）具备市场购买行为及心理决策过程分析能力。

（9）具备提出营销建议和对策的能力。

（10）具备面对面销售的能力。

（11）具备运用网络新媒体进行营销和运营的能力。

（12）具备基本的广告创意设计、品牌设计、网店设计及美化的软件操作技能。

## 六、培养模式

构建基于创新创业为导向的人才培养模式，促进新型商贸人才的培养。以能力培养为核心，构建“教学、创业相结合，职场化育人”人才培养模式，在“互联网+”背景下，以专业职业岗位需求和人的全面发展为导向、以建设职场化育人环境为基础、以实施职场化教学为核心、以创新、创业结合为途径，建设高水平双师型教学团队，深度融合“教学、职场、信息”要素，将立德树人和校企协同育人贯穿人才培养始终。培养学生的探索创新意识和能力，强化专业化创业教育，开展多种形式的课外创新活动，开展营销策划、创业计划书、电子商务系统设计等，鼓励学生自主创业。充分利用实践教学平台，促进学生创新精神与创业能力的提高。

## 七、课程设置

**（一）课程体系构建思路**

市场营销专业模块化专业课程体系围绕特定行业产品的产品线、策略线、渠道线三条营销主线展开，由企业提供行业企业及产品知识，学校紧跟时代步伐增加新媒体营销相关课程，校企合作开发行业产品特定渠道实操技能。由真实项目、教学项目和创业项目构建的实践教学体系与素质教育体系一起，对接市场营销技能大赛，提高教育教学过程中“做中学、学中做”的要求，在培养过程中提升学生的营销综合素质。

立足市场营销典型工作岗位，科学选择典型工作项目，从岗位需求和人的全面发展要求出发，按照技能方向及工作任务逻辑关系设计课程，根据确定的职业岗位群，先分析其典型工作任务，得出完成典型工作任务对应的职业能力。通过企业调研，确定当前企业需求量最多的岗位，以培养目标定位为起点，专业教师和企业技术人员共同对核心岗位的职业能力进行了分析，基于营销流程，确定典型工作任务，同时对典型工作任务进行归纳、整理，形成了专业课程结构基本框架。

**（二）课程设置与描述**

**1.公共基础课程设置与描述**

大学语文。32学时，计2学分。开设在第一或第二学期。内容主要包含大学语文和写作两部分，大学语文部分定位“人文经典，语言规范，生命教育，激发觉悟”；写作部分定位“言语交流，写作实践，提升能力”。

数学课程。包括《应用数学》《高等数学》。开设在第一、二学期授课，64学时，计4学分。选择模块式课程设置方式。

外语课程。包括《大学英语》《实用英语》《日语》《韩语》《德语》《俄语》等模块，112学时，计7学分。第一学期3学分，第二学期4学分，学生可根据对接职业院校英语口语技能大赛、升学、国际交流、就业等需求选择一门外语学习。

信息技术。64学时，计4学分。包括计算机文化基础、人工智能认知、程序设计基础等模块内容，采用模块式课程设置方式，不同专业群分别在第一或第二学期开设，各专业根据人才培养的目标要求选择相应模块。信息类专业不开设此课程。

**2.专业课程设置与描述**

（1）职业能力分析及课程配置描述

**表2-7-1 工作任务与职业能力分析表**

|  |  |
| --- | --- |
| **典型工作任务** | **职业能力** |
| T1：市场调研与开发 | A1-1:市场调研与市场信息收集与分析  A1-2:市场定位  A1-3:产品定位  A1-4：营销策划与运作计划 |
| T2：渠道开发与管理 | A2-1:产品上市的渠道方式、渠道规划  A2-2:年度推广计划拟定  A2-3:营业网的拓展 |
| T3：营销策划 | A3-1：市场推广策划  A3-2：销售方式策划  A3-3：渠道规划设计  A3-4：营业企划  A3-5：促销策划  A3-6：广告策划  A3-7：品牌管理 |
| T4：销售 | A4-1：收集客户资料  A4-2:开发新客户  A4-3：维护老客户  A4-4：铺货  A4-5：销售方式 |
| T5：客户管理与服务 | A5-1：客户识别  A5-2：客户价值测评  A5-3：沟通机制建设  A5-4：满意度测量  A5-5：客户信息管理  A5-6：客户信用管理 |
| T6：电子商务 | A6-1:产品电子商务相关数据的搜集和维护  A6-2:网店与产品品牌宣传推广  A6-3:网络软营销、广告  A6-4:策划网店促销活动等  A6-5:淘宝网店的经营和管理  A6-6:客服洽谈、跟单与接单处理 |

**表2-7-2 市场营销专业平台课程**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **平台课程** | **学习情境（项目）1** | **学习情境（项目）2** | **学习情境（项目）3** | **学习情境（项目）4** | **学习情境（项目）5** | **学习情境（项目）6** |
| 管理学 | 管理基础 | 计划 | 组织 | 领导 | 控制 | 创新 |
| 统计学(大数据应用) | 统计调查 | 统计整理 | 综合指标 | 动态数列 | 统计指数 | 大数据应用基础 |
| 经济法 | 公司企业法律制度 | 合同法 | 市场规制法律制度 | 工业产权法律制度 | 金融法律制度 | 经济仲裁与诉讼法律制度 |
| 经济学 | 需求、供给、弹性 | 消费者行为 | 生产者行为理论 | 市场理论 | 市场失灵与政府干预 | 宏观经济基础 |
| 网店开设与装修 | 平面设计基础 | 平面设计软件基础操作 | VI设计 | 包装设计 | DM单页设计 | 三折页设计 |
| 商务谈判 | 商务谈判概述 | 商务谈判准备 | 商务谈判开局 | 商务谈判磋商 | 商务谈判成交及合同签订 | 推销管理 |
| 供应链管理 | 供应链的设计与优化 | 合作伙伴选择 | 需求预测与资源计划 | 采购管理 | 生产管理 | 库存控制 |
| 商务礼仪 | 职业形象礼仪 | 商务交往礼仪 | 商务会议礼仪 | 商务宴请礼仪 | 商务仪式礼仪 | 涉外商务礼仪 |
| 商务英语 | Business World | Introductions & Greetings | Day-to-Day Work | Fitting in with the Corporate Culture | Job Satisfaction | Welfare and Benefits |

**表2-7-3 市场营销专业模块课程**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | **学习情境（项目）1** | **学习情境（项目）2** | **学习情境（项目）3** | **学习情境（项目）4** | **学习情境（项目）5** | **学习情境（项目）6** |
| 市场调查与预测 | 认识市场调查 | 认识市场调查方案 | 市场调查的实施 | 调查资料的整理与分析 | 市场预测方法 | 撰写市场调查报告 |
| 消费者行为分析 | 认识消费者行为分析 | 消费者购买决策 | 影响和决定消费者行为的个人与心理因素 | 影响消费者行为的外部因素 | 消费者体验与顾客满意 | —— |
| 市场营销 | 认识营销 | 分析市场机会 | 开发产品市场 | 制定营销战略 | 制定营销策略 | —— |
| 电子商务 | 电子商务概述 | 电子商务模式 | 电子商务支付 | 电子商务物流 | 电子商务安全 | 电子商务营销 |
| 客户关系管理 | 识别客户 | 区分客户 | 客户互动 | 关系测评与维护 | 管理软件应用 | 数据挖掘 |
| 人力资源管理 | 人力资源管理导论 | 人力资源规划 | 人力资源开发与培训 | 绩效考核 | 薪酬福利管理 | 劳动关系管理 |

**表2-7-4 市场营销专业方向课程**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **方向名称** | **课程名称** | **学习情境（项目）1** | **学习情境（项目）2** | **学习情境（项目）3** | **学习情境（项目）4** | **学习情境（项目）5** | **学习情境（项目）6** |
| 新媒体营销方向 | 广告原理与实务 | 广告心理 | 广告调查 | 广告创意 | 广告定位 | 广告文案 | 广告策划 |
| 网店运营实务 | 开店准备 | 网店开设 | 产品发布 | 网店日常经营与管理 | —— | —— |
| 新媒体营销 | 新媒体营销基础认知 | 新媒体营销渠道及平台 | 新媒体营销文案创作及传播 | 新媒体营销素材制作 | 新媒体技能实训 | —— |
| 营销管理方向 | 连锁经营管理 | 连锁经营的起源、发展、模式 | 连锁企业组织结构与人员配置 | 连锁企业的网点扩张与选址、布局和管理 | 连锁卖场商品陈列、理货、促销管理 | 连锁企业信息系统、物流、安全管理 | 连锁经营在其他行业的发展与展望 |
| 渠道开发与管理 | 渠道管理认知 | 渠道战略规划 | 渠道成员选择 | 渠道激励与控制、冲突与合作 | 渠道评估与创新 | 典型行业渠道开发与管理 |
| 公共关系 | 公共关系概论 | 公共关系要素 | 公共关系四大工作模块 | 公关危机管理 | 公共关系专题活动 | 现代企业组织形象设计——CIS战略 |

**表2-7-5 职业资格(职业技能等级）证书一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **职业资格(职业技能等级）**  **证书名称** | **考核等级** | **考试学期** | **颁（发）证发部门** | **对应**  **专业课程** |
| 1 | 电子商务数据分析 | 中级 | 三、四 | 教育部 | 电子商务 |
| 2 | 网店运营与推广 | 中级 | 三、四 | 教育部 | 网店开设与装修 |

备注：职业资格(职业技能等级）证书要求各专业根据专业特点自行选择，不做具体要求。

**（2）专业课程描述**

**专业平台课程：**

共计9门，共21个学分。培养学生对行业及专业基础知识与技能的掌握。包含：管理技巧、经济法、统计基础（大数据应用）、网店开设与装修、经济基础、商务英语、商务谈判、供应链管理、商务礼仪。

**专业模块课程：**

共计6门，第3、4学期开设，共27学分。培养学生对市场调研、客户关系、市场营销等核心专业能力，包含：市场营销、电子商务、市场调查与预测、消费者行为分析、人力资源管理、客户关系管理。

**专业方向课程：**

共分两个方向，各列3门，共6门课程，第4、5学期开设，共10学分。培养学生市场营销领域中针对不同职业岗位能力，其中新媒体营销方向：包含网店运营实务、广告创意与设计、新媒体营销；其中营销管理方向包含连锁经营管理、渠道开发与管理、公共关系。

**3.选修课程**

分为专业选修课和公共选修课，不低于16学分。专业选修课主要围绕专业拓展知识、先进技术发展等方面开设选修课程，由系部面向相关专业开设，不低于6学分。公共选修课包含美育类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类、经济管理类以及技术哲学、职业伦理类等课程，由学校层面通设通选，每门课程1-2学分，其中美育类、传统文化类、技术哲学、职业伦理类课程分别不低于2学分。

专业选修总学分为6学分，包含商务英语、统计基础（大数据应用）、消费者行为分析、客户关系管理、人力资源管理、商务礼仪等十门课程。每门课程2学分，分别为第二、三、四学期开设。

## 八、教学进程

**（一）教学时间分配表**

各专业教学时间共计120周，教学时间分配如下：

**表2-8-1教学时间分配表 单位：周**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **教学周数** | **理论教学** | **综合实践** | | | | | **考核** | **军事理论与军训** | **其他** | **小**  **计** |
| **认知实训** | **综合**  **实训** | **顶岗实习** | **毕业设计（论文）** | **社会实践** |
| **一** | 1 | 16 | 16 |  |  |  |  |  | 1 | 2 | 1 | 20 |
| 2 | 18 | 16 | 1 |  |  |  |  | 1 |  | 1 | 20 |
| **二** | 3 | 18 | 16 |  |  |  |  |  | 1 |  | 1 | 20 |
| 4 | 18 | 16 |  |  |  |  |  | 1 |  | 1 | 20 |
| **三** | 5 | 18 | 10 |  | 8 |  |  |  | 1 |  | 1 | 20 |
| 6 | 18 |  |  |  | 16 |  |  | 1 |  | 1 | 20 |
| **合计** | | 108 | 74 | 1 | 8 | 16 |  |  | 6 |  | 6 | 120 |

备注：各专业设置的暑假小学期，可安排集中实训、技能大赛训练、1+X证书试点、研学、社会实践等内容，请在此备注说明。

**（二）教学计划进程表**

教学计划进程表见附表2-8-2。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **教学计划进程表：市场营销专业教学计划表** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **课程类型** | | **课程代码** | **课程名称** | **考核方式（\*标注）** | | **学分** | **总学时** | **理论 学时** | **实践 学时** | **年级/学期/学时** | | | | | | | |
| **考试** | **考查** | **1（16w）** | **2（18w）** | **暑假学期** | **3 （18w）** | **4 （18w）** | **暑假学期** | **5 （18w）** | **6 （18w）** |
| **公共基础课程** | | 9999012001 | 思想道德修养与法律基础 | \* |  | 3 | 48 | 32 | 16 | 2+1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999012002 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | \* |  | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 3+1 |  |  |  |  |  |  |
| 9999012004 | 形势与政策 |  | \* | 1 | 32 | 16 | 16 | 4+4/期 | 4+4/期 |  | 4+4/期 | 4+4/期 |  |  |  |
| 9999062001 | 基础体育（田径） |  | \* | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999062002--9999062012 | 专项体育（篮球、足球、武术、形体礼仪等） |  | \* | 4 | 64 | 32 | 32 |  | 2 |  | 2 |  |  |  |  |
| 9999042005 | 应用数学 | \* |  | 4 | 64 | 48 | 16 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 9999032005 | 实用英语（德语、日语、韩语、俄语） | \* |  | 7 | 112 | 56 | 56 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 9999022001 | 大学语文 |  | \* | 2 | 32 | 24 | 8 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999052003 | 信息技术 | \* |  | 4 | 64 | 32 | 32 |  | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 9999072001 | 心理健康 |  | \* | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999113001 | 劳动教育 |  | \* | 2 | 32 | 16 | 1w | 4/期 | 4/期 |  | 4/期 | 4/期 |  |  |  |
| 9999112004 | 军事理论 |  | \* | 2 | 32 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999113002 | 军事技能 |  | \* | 2 | 112 |  | 112 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **小计** | |  |  | **37** | **608** | **336** | **224** | **14** | **12** | **0** | **2** | **0** | **0** | **0** |  |
| **专业 平台 课程** | | 040501012001 | 管理技巧 | \* |  | 3 | 48 | 30 | 18 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 040501012002 | 商务英语 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 040501012003 | 统计基础（大数据应用） | \* |  | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 040501012004 | 网店开设与装修 |  | \* | 3 | 48 | 20 | 28 |  | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 040501012005 | 经济基础 |  | \* | 3 | 48 | 30 | 18 |  | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 040501012006 | 经济法 |  | \* | 2 | 32 | 22 | 10 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 040501012007 | 商务谈判 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 040501012008 | 供应链管理 |  | \* | 3 | 48 | 30 | 18 |  |  |  |  | 3 |  |  |  |
| 040501012009 | 商务礼仪 |  | \* | 1 | 20 | 10 | 10 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |
| **小计** | |  |  | **21** | **340** | **202** | **138** | **5** | **7** |  | **2** | **5** |  | **2** |  |
| **专业 模块 课程** | | 040501022001 | 市场营销 | \* |  | 6 | 96 | 50 | 46 |  |  |  | 6 |  |  |  |  |
| 040501022002 | 电子商务 | \* |  | 4 | 64 | 34 | 30 |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 040501022003 | 市场调查与预测 | \* |  | 5 | 80 | 50 | 30 |  |  |  | 5 |  |  |  |  |
| 040501022004 | 消费者行为分析 | \* |  | 4 | 64 | 50 | 14 |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 040501022005 | 人力资源管理 | \* |  | 4 | 64 | 50 | 14 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 040501022006 | 客户关系管理 | \* |  | 4 | 64 | 40 | 24 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| **小计** | |  |  | **27** | **432** | **274** | **158** |  |  |  | **19** | **8** |  |  |  |
| **专业（群）方向课程** | **新媒体营销** | 040501032001 | 网店运营实务 |  | \* | 2 | 30 | 15 | 15 |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| 040501032002 | 广告创意与设计 | \* |  | 4 | 64 | 40 | 24 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 040501032003 | 新媒体营销 | \* |  | 4 | 64 | 40 | 24 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| **小计** | |  |  | **10** | **158** | **95** | **63** |  |  |  |  | **8** |  | **3** |  |
| **营销管理方向** | 040501032004 | 连锁经营管理 |  | \* | 2 | 30 | 15 | 15 |  |  |  |  |  |  | 3 |  |
| 040501032005 | 渠道开发与管理 | \* |  | 4 | 64 | 40 | 24 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 040501032006 | 公共关系 | \* |  | 4 | 64 | 40 | 24 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |
| **小计** | |  |  | **10** | **158** | **95** | **63** |  |  |  |  | **8** |  | **3** |  |
| **综合 实践 环节** | | 040501043001 | 社会实践\* |  | \* | 2 | 52 | 0 | 52 |  |  | 1w |  |  | 1w |  |  |
| 040501043002 | 团队素质拓展 |  | \* | 1 | 26 |  | 26 |  | 1W |  |  |  |  |  |  |
| 040501043003 | 顶岗实习（含毕业设计） |  | \* | 24 | 624 |  | 624 |  |  |  |  |  |  | 8W | 16W |
| **小计** | |  |  | **27** | **702** | **0** | **702** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **选修课** | **专业限选** | 040501052001 | 品牌管理 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 040501052002 | 新零售管理 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 040501052003 | 营销策划 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 040501052004 | 创意文案策划 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 040501052005 | 视觉营销 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 040501052006 | 短视频营销 |  | \* | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| **小计** | |  |  | **6** | **96** | **60** | **36** |  | **2** |  | **2** | **2** |  |  |  |
| **公共选修** | 9999102001 | 创新创业教育 |  | \*限选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9999012008 | 大学生就业指导 |  | \*限选 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 9999082002 | 美育类课程 |  | \*限选 | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 9999112005 | 技术哲学与职业伦理类 |  | \*限选 | 2 | 32 | 20 | 12 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 其他任选课程 |  | \* | **6** | 96 | 80 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **小计** | |  |  | **14** | **224** | **152** | **72** | **2** | **2** |  | **0** | **2** |  | **0** |  |
| **合计** | | |  |  | **20** | **320** | **212** | **108** | **2** | **4** |  |  |  |  |  |  |
| **总计** | | | |  |  | **142** | **2560** | **1119** | **1393** | **21** | **25** |  | **25** | **23** |  | **5** | **0** |

备注：专业方向满20人方能开班。

1. **实践教学与理论教学统计**

**表2-8-3 2020级市场营销专业各课程模块学时分配表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程性质及类别** | **学时数** | **占总学时百分比（%）** | **理论教学总学时** | **实践教学总学时** |
| 公共基础课程 | 608 | 23.75 | 336 | 224 |
| 专业平台课程 | 340 | 13.28 | 202 | 138 |
| 专业模块课程 | 432 | 16.88 | 274 | 158 |
| 专业方向课程 | 158 | 6.17 | 95 | 63 |
| 综合实践 | 702 | 27.42 | 0 | 702 |
| 专业限选 | 96 | 3.75 | 60 | 36 |
| 全院选修 | 224 | 8.75 | 152 | 72 |
| 合 计 | 2560 | 100 | 1119 | 1393 |
| 实践教学总学时占总学时数的百分比=54.41% | | | | |

## 九、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的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。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

**表2-8-4 毕业标准一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **毕业要求** | **具体内容** | **备注** |
| 1 | 课程学分要求 | 详见教学计划表 |  |
| 2 | 计算机等级能力要求 | 取得计算机等级证书 | 必考 |
| 3 | 职业资格证书要求 | 取得电子商务数据分析、网店运营与推广1+x证书 |  |
| 4 | 参加顶岗实习并成绩合格 | 企业评级合格 |  |
|  | 符合学院学生学籍管理规定中的相关要求。 | | |

# 第二部分 实施保障

根据学院“双高计划”建设要求，确保人才培养方案的有效实施，应积极吸收行业企业参与，在师资队伍、教学条件、教学资源、教学改革、质量管理等方面，满足专业人才培养目标、人才规格的要求、教学安排的需要、学生多样学习需求。

**一、师资队伍**

1.教学团队结构

市场营销专业主要依托现有的纺织服装集群的重点建设专业。经过多年来的专业教学改革，在教育教学领域，已培养形成了一支学历、年龄结构较为合理，教学科研水平较高的双师结构的教学团队；建立了较为完善的教学、科研、实验、实习等基础设施条件；积累了丰富的教学管理经验；取得了丰硕的教学、科研成果。为开设本专业提供了良好的基础条件。

现有专兼任教师12人，其中专任教师6人，行业兼职教师6人。专兼比例为1：1。专业教师具有较高的学术水平，教师队伍中，硕士研究生10人，9名教师属于“双师型”，教师发表论文12篇。

2.教学团队建设

依托学院教师发展中心，名师工作室等开展项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学的专业教学法，模块化教学培训。课程开发技术、信息技术应用，理实一体教学培训，提升教师模块化设计、信息技术应用、分工协作、团队协作能力。专业教学标准、职业技能等级标准，混合式教学模式培训，提升教师课程标准开发能力、教学评价能力。全体骨干教师分批次、成建制到德国学习双元制职教先进经验，创新专业人才培养模式，实施分工协作的模块化课程。为1+X提供师资保障。

**二、教学条件**

1.校内实训条件

建设时尚品牌营销实训基地。搭建对外交流、开展产学研工作平台，满足学生营销调查、商业模式规划、市场战略规划、品牌规划等实战项目。包含时尚品牌研究中心、服装陈列设计、服装跨境电商等3个实训室，打造开放共享型的实训基地。开发实训项目18个。

2.校外实训基地建设

扩大校外实训基地规模，完善和建立校外顶岗实习管理模式以及校外实习基地管理机制，为工学结合人才培养创造了条件。加强校外实习基地建设，基本满足学生顶岗实习的需要，建立学生顶岗实习期间的校企共管机制，实现实习岗位对口、实习过程可控、实习管理规范，确保了顶岗实习的教学质量。

充分发挥企业在人才培养中的作用，与阿里巴巴、百度、鲁南制药等一批管理规范的大企业合作办学、合作育人、合作就业。与行业企业广泛合作，建立多个校企一体的校外实习管理工作站，以此为纽带，即时跟踪、管理学生实习情况，沟通反馈信息，实现校企互动双赢。除有形的工作站外，在软性的制度建设方面，也全力加强，切实保障校外顶岗实习的管理质量。

加强实践教学内涵建设。加强与现有实训基地的紧密合作，甄选新合作伙伴。建立规范的校内实训运行机制和管理制度，保障和提高实践教学效果。

**三、教学资源**

校企联合开发课程资源，构建资源共享机制。学院教师与企业技术人员、有丰富实践经验的技术工人组成课程开发小组，为使课程内容更切合生产实际，引入企业实际的产品与项目，针对企业生产中的典型工作任务，开发“实用性、先进性”的课程资源。在专业课程开发中，校企双方发挥各自优势。企业人员主要是提供企业案例，总结操作经验，进行生产过程示范操作录制教学录像，专业教师则主要负责内容组织和文字表述，从而共同制定课程标准，合作进行教材、教学案例和教学课件等课程资源的开发。同时，利用学生顶岗实习的机会，将企业的生产典型案例进行教学化处理，转化为实际教学项目，建设以资源素材为核心，实现资源利用的共享化、方便化、高效化，使教学资源与产业转型升级同步，完善校企资源共享机制。

**四、教学改革**

主要采用的教学方法有翻转课堂教学法、案例教学法、任务驱动教学法、项目教学法、情境模拟教学法。运用情境式教学法来凸显“理实一体”的教学要求，以提高学生就业适岗能力；运用项目教学法，来实现学生的思维训练和综合训练，凸显商务流程和工作过程，以提高学生发现问题、分析能力和解决问题的能力；通过任务驱动教学法，提高学生的学习兴趣和学习积极性。项目、任务、情境三种教学方法有机融合，相互促进。

**五、教学评价**

评价主体的多元化。除了学校作为主要的评价主体外，一是学生也作为评价的主体之一，实行自评和互评;二是吸收企业作为重要的评价主体;三是吸收学生家长参与人才培养质量评价;四是注重与第三方研究机构的合作，完善第三方参与的人才培养质量评价体系。

评价内容的综合化。课程考核要改变评价内容以理论知识为主的局限性，重视操作技能的考核，同时不忽视素质的考核，将知识、技能和素质的考核有机融合，注重综合职业能力的评价。除做好平时课程评价外，更要重视教学质量的整体评价，从就业率、就业质量、企业满意度等方面全面评价人才培养质量。

评价形式的多样化。课程考核改变以卷面笔试考核的形式，针对不同的课程分别采用实践操作、关键问题现场答辩、开设主题报告等行之有效的多元化考核方式;毕业生的质量评价可采用问卷调查、座谈会等形式。评价时间的全程化。改变终结性评价为主的模式，更注重过程性跟踪与考核，同时不将评价时间局限于在学校的学习期，还重视就业后的企业跟踪评价。

**六、质量保障**

为了保证专业的正常教学，使人才培养方案得以顺利实施，建立由院长主管教学、副院长主管学生和管理工作、教学副院长和教研室具体负责的组织结构，由校企结合的专家委员会负责专业人才培养方案的研究、制定与监控。建立以教学质量组织与制度、教学质量目标与标准、教学运行过程检查、校企合作教学质量评价、教学信息反馈调控等五个子系统组成的教学质量监控系统。

为了保证专业的正常教学，使人才培养方案得以顺利实施，建立由院长主管教学、副院长主管学生和管理工作、教学副院长和教研室具体负责的组织结构，由校企结合的专家委员会负责专业人才培养方案的研究、制定与监控。建立以教学质量组织与制度、教学质量目标与标准、教学运行过程检查、校企合作教学质量评价、教学信息反馈调控等五个子系统组成的教学质量监控系统。

**市场营销专业人才培养方案编制与系部审核单**

|  |
| --- |
| **人才培养方案制定小组：**  校内人员：  校外人员：  专业主任：  年 月 日 |
| **系部专业建设委员会意见：**  签字：  年 月 日 |
| **系部审核意见：**  党政负责人（双签字）：  年 月 日 |

