

高等职业教育

专业代码：630701

市场营销专业人才培养方案 (跨境市场开发与营销方向)

(三年制)

负责人：赵少华

执笔人：孔一敏

审核人：郑娟

高等职业教育市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销（跨境市场开发与营销方向）

专业代码：630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

全日制三年。

四、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)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸 大类(63)	市场营销 类(6307)	批发业、零售业(51、52)	营销员 (4-01-02-01)； 商品营业员 (4-01-02-03)； 摊商 (4-02-02-05)； 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；小微商业企业创业者；市场主管；市场经理；市场调研专员	高级营销员 助理营销师

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

培养德、智、体、美全面发展,掌握经济管理基础理论、市场营

销基本知识，具有较强的市场感知、营销沟通、营销策划和营销管理等专业能力，有较强的创新精神、创业能力和社会能力，能够在企事业单位从事市场营销工作的高级应用型专门人才。

(二) 培养规格

1. 素质

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。

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。

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。

2. 知识

系统掌握经济学、管理学和现代营销的基本理论、基本知识，通晓定性、定量分析方法和有关营销的政策法规，了解营销学科的理论

前沿及发展动态，掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力。

3. 能力

本专业受到经济学、管理学的基本训练，具有理论分析和实务操作的基本能力；具有准确的语言与文字表达能力；具备营销战略规划的能力、营销流程的设计能力和综合管理能力；具有良好的外语和计算机应用能力，获取信息与处理能力；对社会具有较好的适应能力、较强的学习和更新知识的能力；同时具有较强的营销策划能力、组织管理能力和综合创新能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

1. “思政课”

《思想道德修养与法律基础》课程描述

课程名称	思想道德修养与法律基础				
参考学分	4	参考课时	68	开设学期	1、2
课程目标	综合运用马克思主义的基本立场、观点和方法，以正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育为基本内容，在理论与实际的结合上，对当代大学生面临和关心的实际问题予以科学的有说服力的回答，以帮助大学生培养良好的思想道德素质和法律素质。				
主要教学内容	主要进行社会主义道德教育和法制教育，帮助学生增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程描述

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论				
参考学分	4	参考课时	62	开设学期	1、2
课程目标	帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，增强中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。				
主要教学内容	讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的两大理论成果。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

《形式与政策》课程描述

课程名称	形式与政策				
参考学分	1	参考课时	48	开设学期	1、2、3、4
课程目标	针对学生关注的热点问题和思想特点，帮助学生认清国内外形势，全面准确地理解党的路线、方针和政策，积极投身中国特色社会主义建设的伟大事业。				
主要教学内容	我国政治、经济、社会发展形势与对外政策；我党、人大、政府召开的重大会议精神的学习宣讲；国内热点问题、突出的重大事件；两岸关系和对台政策问题；与相关国家的关系问题等等。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

2. 《军事理论》课程描述

课程名称	军事理论				
参考学分	2	参考课时	34	开设学期	1
课程目标	以国防教育为主线，通过军事教学，使大学生掌握基本军事理论与军事技能，增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进综合素质的提高。				

主要教学内容	本课程分为军事理论教学和军事技能训练，军事理论教学内容包括中国国防、军事思想、国际战略环境、军事高技术、信息化战争。军事技能训练包括条令条例教育、队列动作、轻武器射击、战术、军事地形学、综合训练。
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。
课程考核建议	笔试

3. 《大学英语》课程描述

课程名称	大学英语				
参考学分	2	参考课时	98	开设学期	1、2、3
课程目标	培养学生使用英语进行日常生活交流的能力、进行涉外接待的能力以及进行行业工作的能力。				
主要教学内容	采用项目化教学模式。突出基本语言知识的掌握和对语言基本技能的训练，弱化对基本语法知识和基本句型的掌握，重点提高学生听、说、读、写、译的基本技能。以日常生活为主题，加强基本语言技能在实际场景中的应用。围绕专业，重点学习各专业所涉及的单词和语句，掌握英语在专业中的应用。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

4. 《信息技术》课程描述

课程名称	信息技术				
参考学分	4	参考课时	68	开设学期	2
课程目标	使学生成为具有综合职业能力和全面素质的技能型人才，为今后的专业学习和走向工作岗位奠定良好基础。对毕业后能迅速适应岗位需要、具有可持续发展的再学习能力具有重要的作用。				
主要教学内容	通过本课程的学习，使学生掌握最基本的计算机专业知识和操作技能，并具备一定的自学能力，				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				

课程考核建议	笔试
--------	----

5. 《大学体育》课程描述

课程名称	大学体育				
参考学分	8	参考课时	130	开设学期	1、2、3、4
课程目标	使学生增强体质与健康意识，进一步深化和提高身体素质，提高自身心理调控能力，学会运用自我健身锻炼的方法，巩固和发展个人健身锻炼的能力，养成终身锻炼的习惯。				
主要教学内容	学生按自己的兴趣选择喜欢的各选项课程，具体项目有篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术、形体、健美操、体育舞蹈、瑜伽等。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

6. 《职业规划》课程描述

课程名称	职业规划				
参考学分	1	参考课时	17	开设学期	1
课程目标	激发学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的职业理想和职业价值观，理性地规划自身未来的发展，全面提升学生的职业生涯规划与发展的能力。				
主要教学内容	本课程主要对学生进行职业生涯规划与发展的教育，讲授职业生涯规划 and 职业发展的基础知识。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

7. 《就业指导》课程描述

课程名称	就业指导				
参考学分	1	参考课时	16	开设学期	4

课程目标	使学生进一步树立服务社会的观念，加强职业道德修养；通过对制作自荐材料、求职信息、着装礼仪、面试技巧的学习运用，进一步增强学生的就业竞争力。
主要教学内容	要是对大学生进行职业道德意识、职业道德修养、劳动合同等法律法规教育，并对他们进行职业生涯设计、就业与创业指导。为大学生就业与创业做好相应的准备。
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。
课程考核建议	笔试

8. 《心理健康教育》课程描述

课程名称	心理健康教育				
参考学分	2	参考课时	34	开设学期	1
课程目标	帮助学生更好地认识自我，及时预防可能发生的心理问题，达到增强心理自我教育的自觉性、主动性和积极性，提升心理自我教育能力的目标。				
主要教学内容	本课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共课程。课程旨在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。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

9. 《中华优秀传统文化》课程描述

课程名称	中华优秀传统文化				
参考学分	2	参考课时	34	开设学期	1
课程目标	帮助学生深入了解中华民族文化的主要精神，理解和认识中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，引导学生自觉传承传统文化，增强学生民族自信心、自尊心、自豪感，启迪学生热爱祖国、热爱民族文化为总体目标。				
主要教学内容	在教学内容上安排了传统哲学、文学、艺术、科技、宗教与民俗等知识，以传递人文精神与科学精神为基本价值取向，拓展学生视野，开拓学生思维，陶冶学生情感，丰富学生人文知识。				

教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。
课程考核建议	笔试

10. 《艺术》课程描述

课程名称	艺术				
参考学分	2	参考课时	34	开设学期	1
课程目标	通过学习，不断获得基本的艺术知识技能以及艺术的感知与欣赏、表现与创造、反思与评价、交流与合作等方面的艺术能力，提高生活情趣，形成尊重、关怀、友善、分享等品质，塑造健全人格，使艺术能力和人文素养得到整合发展				
主要教学内容	综合了音乐、美术、戏剧、舞蹈以及影视、书法、篆刻等艺术形式和表现手段，对学生的生活、情感、文化素养和科学认识等产生直接与间接的影响。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

11. 《创新创业教育》课程描述

课程名称	创新创业教育				
参考学分	2	参考课时	32	开设学期	3、4
课程目标	通过基础理论知识的讲授，要求学生熟悉创业环境、培养创新思维、锻炼创业能力等，特别要掌握创业项目选择的方法，不断提高自身素质，具备高职院校培养高素质技能型人才的目标。会运用创新思维解决学习生活中的各类问题；能够根据自身条件制订合理创业目标；能够运用创业技巧完成创业项目的选择；能够适应职业环境，完成从学生到社会人的角色转换并合理进行个人职业发展；能够具备创业者的基本素质与能力，做好创业准备。				
主要教学内容	本课程设置了八个任务模块，在内容编排上，注重系统性、全面性和实用性。具体包括创新赢得未来、创新思维开发、创业者与创业团队、把握创业机会、筹集创业资金、开始创办企业、初创企业管理和互联网与创业。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				

课程考核建议	笔试
--------	----

12. 《大学语文》课程描述

课程名称	大学语文				
参考学分	6	参考课时	102	开设学期	1、2
课程目标	使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力，提高科学文化素养，以适应就业和创业的需要。指导学生在学习必需的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，				
主要教学内容	大学语文课程从尚美、明德、知行、至善四个模块引导学生进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，提高人文素养。给学生提供正确的价值取向，使学生能走好人生之路。同时帮助学生进一步贴近语言、文学，增强学生的阅读、表达和写作能力。				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

13. 《毕业教育》课程描述

课程名称	毕业教育				
参考学分	1	参考课时	30	开设学期	6
课程目标	教育毕业生进一步树立正确的人生观、价值观、择业观，培养良好的职业道德				
主要教学内容	对毕业生进行比较全面的择业指导				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

(二) 专业(技能)课程

1. 《市场营销》课程描述

课程名称	市场营销
------	------

参考学分	4	参考课时	68	开课学期	1
课程目标	知识目标	通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使學生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。			
	能力目标	此课程培养学生可在各类企事业单位从事营销管理、客户资源管理、营销策划、市场调查和咨询等工作，具备较强的语言表达、人际沟通以及应变能力和创新精神的高级应用型人才。要求学生掌握市场调查与预测、营销策划、网络营销等工作的基本理论与基本技能。			
	素质目标	(1) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力； (2) 树立团队协作精神； (3) 具备分析问题、解决问题的能力； (4) 树立勇于创新、敬业乐业的工作作风； (5) 树立质量意识； (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格； (7) 具备自主、开放的学习能力。			
主要教学内容	(1) 市场营销基础理论 (2) 市场营销的环境与市场研究 (3) 市场营销战略 (4) 市场营销组合战略 (5) 市场营销组织与控制				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

2. 《消费者行为学》课程描述

课程名称		消费者行为学			
参考学分	4	参考课时	68	开课学期	2
课程目标	知识目标	(1) 掌握消费者一般心理活动规律和个性心理特征； (2) 掌握消费者行为学的基本理论，学习分析影响消费者心理与行为的社会环境、文化因素、产品要素及其他相关因素； (3) 掌握消费者的心理与行为发展变化的规律； (4) 掌握对消费者心理与行为的预测与引导，制定合理科学的营销策略与战略；			

	能力目标	(1) 掌握运用消费行为学理论知识分析问题的能力; (2) 掌握独立学习、获取新知识技能的能力; (3) 掌握较强的客户开发能力、沟通协调能力; (4) 掌握能够在短时间内适应新的工作环境并能够直接为客户工作, 并熟练运用各种营销工具促进销售的能力。
	素质目标	(1) 具备良好的职业道德; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风; (5) 培养勤于思考, 做事认真的良好作风; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格; (7) 具备自主、开放的学习能力; (8) 收集信息、正确评价信息的能力。
主要教学内容	(1) 消费者行为 (2) 消费者心理 (3) 影响消费者行为的社会文化因素 (4) 影响消费者行为的亚文化因素 (5) 影响消费者行为的人口统计因素 (6) 影响消费者行为的社会阶层因素 (7) 影响消费者行为的参照群体因素 (8) 影响消费者行为的家庭因素 (9) 影响消费者行为的市场营销因素 (10) 影响消费者行为的知觉因素	
教学方法建议	利用课程资源的开发; 利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。	
课程考核建议	笔试+面试	

3. 《管理学》课程描述

课程名称		管理学			
参考学分	3	参考课时	52	开课学期	3
课程目标	知识目标	(1) 掌握管理学的理论构架; (2) 掌握管理学的核心问题; (3) 掌握熟悉管理学的主要理论流派; (4) 了解管理学的发展历程和最新研究动态。			

	能力目标	(1) 具有管理学的思想; (2) 具有运用管理学基本理论处理实际问题的能力; (3) 具有合理利用现有资源的能力; (4) 具有协调多人工作的能力;
	素质目标	(1) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备分析问题、解决问题的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业的工作作风; (5) 树立质量意识; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格; (7) 具备自主、开放的学习能力。
主要教学内容	管理学的理论构架,包括它的含义、性质、特点、职能、基本内容、形成发展、环境因素、基本原理、基础理论、应用和实践等问题,并将国外的先进理论、方法和实践经验与我国的实际需要紧密联系起来,同时阐述了管理与管理学的核心问题看,并且含有大量相关案例,以加强对学生的应用能力的培养为目的,使学生不仅具备理论知识,而且还具备应用能力。	
教学方法建议	利用课程资源的开发;利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。	
课程考核建议	笔试+面试	

4. 《会计基础》课程描述

课程名称		会计基础			
参考学分	4	参考课时	64	开课学期	1
课程目标	知识目标	(1) 掌握会计的基本知识、基本理论和基本技能; (2) 掌握处理会计基本问题的方法; (3) 了解企业会计实际工作流程。			
	能力目标	(1) 认同职业角色; (2) 熟练掌握账务处理程序; (3) 具有履行岗位职能的能力; (4) 具有把握专业技术的能力。			

	素质目标	<p>(1) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力；</p> <p>(2) 树立团队协作精神；</p> <p>(3) 具备分析问题、解决问题的能力；</p> <p>(4) 树立勇于创新、敬业乐业的工作作风；</p> <p>(5) 树立质量意识；</p> <p>(6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格；</p> <p>(7) 具备自主、开放的学习能力。</p>
主要教学内容	<p>在学习账务处理基础知识的基础上，按照实际会计工作过程，即建账——原始凭证的填制和审核——记账凭证的填制和审核——账簿登记——期末账务处理——编制财务报告选取课程内容。</p>	
教学方法建议	<p>理论讲授，案例分析，讲练结合，结合实训。</p>	
课程考核建议	<p>基础理论知识考核和处理账务问题能力考察相结合。</p>	

5. 《经济学基础》课程描述

课程名称		经济学基础			
参考学分	3	参考课时	48	开课学期	1
课程目标	<p>知识目标</p> <p>(1) 掌握经济物品、理性人、机会成本的概念，掌握经济学解决的基本问题。熟悉市场运行图的构造。了解微观经济学的研究对象。</p> <p>(2) 掌握供求理论。掌握供求理论、均衡理论及弹性理论，并能进行一定的分析。</p> <p>(3) 掌握消费者行为理论。掌握总效用，边际效用概念和边际效用递减规律，掌握边际效用均等化法则及无差异曲线和预算约束线，消费者剩余。</p> <p>(4) 掌握生产理论。掌握边际报酬递减规律，要素边际替代率递减规律，等产量曲线，生产者均衡，及规模报酬理论。</p> <p>(5) 掌握成本理论。掌握显性成本、隐含成本、销售成本、固定成本、可变成本、总成本等概念、平均成本与边际成本之间的关系、短期成本曲线图、长期成本曲线图。</p> <p>(6) 掌握厂商均衡理论。掌握完全竞争市场中的厂商均衡条件、不完全竞争市</p>				

	<p>(7) 掌握分配理论。掌握工作、利息、地租和利润决定的相关理论。</p> <p>(8) 理解市场失灵。理解市场失灵及政府纠正市场失灵的相关经济政策</p>
能力目标	<p>(1) 能够绘制局部市场运行图，并分析市场中不同人和物的位置。</p> <p>(2) 能运用图形对均衡价格及均衡数量的变动进行分析及对不同弹性的商品建议相应的营销措施能够对日常生活的中商家促销活动进行分析思考。</p> <p>(3) 能够运用基数效用论和序数效用论解释消费者消费行为，能够用消费者剩余解释需求和供给的变化对消费者福利产生的影响。</p> <p>(4) 能够运用生产理论对企业的长期生产行为、短期生产行为及企业生产所处的规模状况做出解释。</p> <p>(5) 能够运用成本理论对企业的短期成本曲线，长期成本曲线作出解释以及对企业利润最大化条件作出解释。</p> <p>(6) 能够理解各种市场类型下的厂商利润最大化的均衡条件。</p> <p>(7) 能够理解各种生产要素的价格的决定。</p> <p>(8) 能够理解资源配置的帕累托最优状态及运用市场失灵理论解释现实的经济现象。</p>
素质目标	<p>(1) 培养对身边经济现象的敏锐感。能够运用所学知识初步观察和分析身边的经济现象。</p> <p>(2) 能够初步对政府的相关经济政策进行正确的理解和运用。</p> <p>(3) 通过完成项目作业和小组作业增强团队协作能力。</p> <p>(4) 通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高自我学习能力。</p>
主要教学内容	<p>市场经济条件下微观经济个体如何实现资源配置以实现资源使用效率的最优化，即经济学通过对消费者行为理论，生产者行为理论，市场经济下的收入分配法则的研究，为微观个体提供了一整套最优化的行为决策方法。同时经济学运用市场失灵理论解释现实的经济运行，为政府干预经济提供了理论基础。</p>
教学方法建议	<p>理论讲授与案例分析相结合。</p>
课程考核建议	<p>重点考核基础知识的掌握与运用能力。</p>

6. 《摄影与图像处理》课程描述

课程名称		摄影与图像处理			
参考学分	3	参考课时	52	开课学期	3
课程目标	知识目标	<p>(1) 通过本课程的学习使学生掌握摄影与摄像的基本操作知识</p> <p>(2) 熟练掌握专业照相机的摄影技巧，专业摄像机的拍摄技巧，摄影的用光。</p> <p>(3) 掌握利用计算机对照片进行加工、对视频进行编辑的基本方法。</p>			
	能力目标	<p>(1) 培养学生的摄影与摄像创作能力，磨练摄影的基本功底，培养学生在艺术创作中的镜头感、能在广告摄影，新闻摄影，影视拍摄中灵活运用镜头语言。</p> <p>(2) 恰当地使用美术及相关的术语，从观念、创意、制作技巧等方面，以自己的观点评论中外现代媒体艺术作品。</p> <p>(3) 能发现生活中有意义的题材，并用现代媒体艺术的形式加以记录或表达；充分利用图像资料库和网络资源，有创意地完成现代媒体艺术作品，表达自己的情感和思想。</p>			
	素质目标	<p>(1) 通过练习和实践训练，使学生具有较强的艺术摄影及摄像风格。</p> <p>(2) 让学生以多种形式大胆地展示和交流作品，用口头或书面的形式对自己和他人的现代媒体艺术作品进行评价。使学生在学好摄影摄像专业知识的基础上，学会评价与自我评价，理解评价的内容，掌握评价的方法。</p>			
主要教学内容	<p>(1) 认识摄影了解相机的组成</p> <p>(2) 数码照相机与拍摄技巧</p> <p>(3) 曝光与测光</p> <p>(4) 数码摄影构图</p> <p>(5) 光线的运用</p> <p>(6) 摄影色彩基础</p> <p>(7) 专题摄影</p> <p>(8) 数码照片处理实例</p>				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试+面试				

7. 《新媒体营销》课程描述

课程名称		市场营销学			
参考学分	4	参考课时	68	开课学期	1
课程目标	知识目标	<p>新媒体营销是一门理论与实践相结合的专业课程，兼顾新媒体技术与营销技术的课程。学生有效运用 AE、PR、PS 等软件并结合到目标方案的策划和营销的能力，为此而设置这门课程。其总体设计思路是打破以传授为主的传统学科模式，转变工作任务为中心组织课随着多媒体技术发展，新媒体的种类和定义都在发生重大变化，而针对新媒体行业的营销和策划已经成为当前社会发展的趋势和主流。在项目策划中新媒体是传统媒体外较为广泛的接受和使用传播方式。大量产品、作品、任务都是通过新媒体媒介来进行传播和达成目的的。</p>			
	能力目标	<p>此课程培养学生可在各类企事业单位从事新媒体营销与运营工作，具备较强的语言表达、人际沟通以及应变能力和创新精神的高级应用型人才。要求学生掌握市场调查与预测、营销策划、新媒体营销等工作的基本理论与基本技能。</p>			
	素质目标	<p>(1) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力； (2) 树立团队协作精神； (3) 具备分析问题、解决问题的能力； (4) 树立勇于创新、敬业乐业的工作作风； (5) 树立质量意识； (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格； (7) 具备自主、开放的学习能力。</p>			
主要教学内容	<p>(1) 理论概述 (2) 新媒体营销策划 (3) 新媒体营销文案设计 (4) 新媒体营销数据分析 (5) 新媒体图文类内容设计 (6) 新媒体视频类内容设计</p>				
教学方法建议	<p>利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。</p>				
课程考核建议	<p>笔试</p>				

8. 《网店运营》课程描述

课程名称		网店运营			
参考学分	4	参考课时	68	开课学期	4
课程目标	知识目标	(1) 具备网络市场调研相关知识; (2) 具备网络销售与推广相关知识; (3) 具备商品拍摄和图片处理相关知识; (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;			
	能力目标	(1) 商业经营运作能力; (2) 获取新知识和技能的能力; (3) 培养学生善于总结与应用实践经验的能力; (4) 独立学习能力; (5) 决策能力。			
	素质目标	(1) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备分析问题、解决问题的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业的工作作风; (5) 树立质量意识; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格; (7) 具备自主、开放的学习能力。			
主要教学内容	(1) 网店前期筹划 (2) 网店美工设计 (3) 网店推广 (4) 网店客服管理 (5) 仓储与物流 (6) 网店数据分析				
教学方法建议	利用课程资源的开发; 利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试				

9. 《网络营销》课程描述

课程名称		网络营销			
参考学分	3	参考课时	52	开课学期	4
课程目标	知识目标	(1) 认识网络营销的重要性; (2) 了解网络营销的基本概念、技术基础和网络营销在企业中的各种应用。 (3) 掌握网络营销的方法和策略。 (4) 具有从事网络营销实践的理论素养和营销工作的能力;			
	能力目标	(1) 能够完成网络市场调研方案设计及实施; (2) 能够完成网站推广方案设计及实施; (3) 能够对网络市场分析与策划; (4) 能够实施网络营销项目。			
	素质目标	(1) 具备良好的职业道德; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风; (5) 培养勤于思考, 做事认真的良好作风; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格; (7) 具备自主、开放的学习能力; (8) 收集信息、正确评价信息的能力。			
主要内容	(1) 网络市场调研 (2) 网络营销组合策略分析 (3) 搜索引擎营销 (4) 电子邮件营销 (5) 网络事件营销 (6) 网络软文营销 (7) 网络广告营销				
教学方法建议	利用课程资源的开发; 利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试+面试				

10. 《商务沟通与谈判》课程描述

课程名称		商务沟通与谈判			
参考学分	4	参考课时	68	开课学期	1
课程目标	知识目标	(1) 掌握商务沟通的基本概念、基本原理和基本方法; (2) 了解商务谈判的内涵, 熟悉商务谈判的程序; (3) 理解商务谈判的类型和内容; (4) 掌握商务谈判的基本要素和把握原则。			
	能力目标	(1) 运用理论知识分析问题; (2) 综合运用商务谈判的具体方法与技巧解决问题的能力; (3) 掌握商务沟通与谈判的实际操作能力。			
	素质目标	(1) 具备良好的职业道德; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风; (5) 培养勤于思考, 做事认真的良好作风; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格; (7) 具备自主、开放的学习能力; (8) 收集信息、正确评价信息的能力。			
主要教学内容	(1) 储备商务谈判知识 (2) 培养商务谈判人员的素质和能力 (3) 掌握商务谈判的礼节和礼仪 (4) 提高沟通和说服水平 (5) 做好商务谈判前的准备 (6) 掌握商务谈判的开局策略 (7) 有效报价和议价 (8) 提高磋商能力				
教学方法建议	利用课程资源的开发; 利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试+面试				

11. 《广告海报设计》课程描述

课程名称		广告海报设计			
参考学分	4	参考课时	68	开课学期	4
课程目标	知识目标	(1) 掌握广告海报设计的基本概念、基本原理和基本方法; (2) 掌握标志、图形、文字设计的基本要求; (3) 掌握设计的基本工具和方法。			
	能力目标	(1) 运用理论知识分析问题; (2) 可以使用工具进行海报设计; (3) 能使用软件设计标志; 图形、文字等; (4) 能熟练使用设计工具和软件。			
	素质目标	(1) 具备良好的职业道德; (2) 树立团队协作精神; (3) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力; (4) 树立勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风; (5) 培养勤于思考, 做事认真的良好作风; (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格;			
主要内容	(1) 广告海报设计与制作 (2) 广告海报设计与制作的常用软件 (3) 标志设计概述 (4) 图形的制作 (5) 文字的制作 (6) 海报设计概述 (7) 海报背景设计与制作 (8) 海报的主要内容和文字制作				
教学方法建议	利用课程资源的开发; 利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试+面试				

12. 《商务礼仪》课程描述

课程名称		商务礼仪			
参考学分	2	参考课时	34	开课学期	2
课程目标	知识目标	立足现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员工作实践，围绕现代商务人员知礼、用礼、行礼的需要，从商务人员仪容、仪表、仪态等个人礼仪，到商务交往、商务沟通等人际礼仪，再到商务人员办公、仪式、宴请、差旅、销售、推销等组织礼仪，系统介绍了商务活动中的基本礼仪内容，突出实用性、职业性和实践性的特点。			
	能力目标	(1) 运用理论知识分析问题； (2) 掌握商务活动必备的理论知识和基本技能； (3) 掌握商务交往中的操作要求与要领。			
	素质目标	(1) 具备良好的职业道德； (2) 树立团队协作精神； (3) 具备良好的自我表现、与人沟通的能力； (4) 树立勇于创新、敬业乐业、精益求精的工作作风； (5) 培养勤于思考，做事认真的良好作风； (6) 具有诚实、守信、坚韧不拔的性格； (7) 具备自主、开放的学习能力； (8) 收集信息、正确评价信息的能力。			
主要内容	(1) 职业与个人形象 (2) 个人形象定位 (3) 初次见面礼仪 (4) 日常交往礼仪 (5) 日常工作礼仪 (6) 商务交往礼仪 (7) 文书礼仪				
教学方法建议	利用课程资源的开发；利用挂图、幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案。				
课程考核建议	笔试+面试				

(三) 实践教学环节描述

1. 《市场营销认识实习》实训描述

实训项目名称	市场营销认识实习				
参考学分	8	参考课时	120	开设学期	3
实训目的	通过实习,将课堂理论教学与实际工作结合起来,在实践中巩固所学理论知识,掌握本专业初步专业技能和工作程序,培养学生实际工作能力,并为今后走向工作岗位打下基础。				
实训内容	通过认识实习这一教学环节,熟悉和了解专业相关企业概况、商业模式、管理模式、经营模式、技术模式以加深学生对市场营销各个模式和环节的认识。				
实训要求	(1) 实习选题的确定,可根据有关实习内容,并结合业务单位具体情况选定; (2) 实习全过程应以业务指导人员的传、帮、带为主,实习学生在实习过程中应自觉遵守业务单位和实习单位的有关规定。 (3) 实习学生在开始实习前应拟定详细的实习提纲,该提纲须提交业务单位或有关任课教师审定。				

2. 《消费者行为学》实训描述

实训项目名称	消费者行为学实习				
参考学分	4	参考课时	60	开设学期	2
实训目的	本次实训使学生在理论学习基础上,通过上机以及利用软件掌握消费者活动的运作模式和基本流程,从而达到理论与实践相结合,并加强学生动手能力的目的。通过不同角色的分配和扮演,以及相互之间的配合与交流,完成消费者行为心理活动实训要求完成的任务。使学生认识到营销中的各项业务流程,系统消化和巩固本课程理论知识。				
实训内容	通过一系列能力训练,使学生系统地掌握消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者心理活动的外界因素、市场营销策略与消费者的心理关系,以及广告、公关、谈判、商品品牌、色彩、包装与消费者心理的关系。				
实训要求	(1) 充分了解各环节实训项目,明确各小组要完成的作业文件和作业记录。 (2) 充分认识自己的学习能力,针对实训各项目要求,查阅资料,主动参与各阶段的讨论,表达自己的观点与见解。 (3) 在实训过程中认真负责,积极发挥自己的主动性、创造性,并培养自己在整个过程中的团队协作意识。 (4) 认真撰写各种实训作业文件、记录、以及实训报告。				

3. 《摄影与图像处理实训》实训描述

实训项目名称	摄影与图像处理实训				
参考学分	2	参考课时	30	开设学期	3
实训目的	<p>(1) 通过实训使学生进一步掌握图像设计和创意的的基本方法；</p> <p>(2) 通过具体项目迅速提高应用 Photoshop 软件的综合能力，包括：设计和创作能力，编辑和应用技巧，图像的输出方法等；</p> <p>(3) 增强使其独立从事平面图像的设计和制作能力，缩短与社会从业岗位需求的距离。</p>				
实训内容	<p>(1) 自主进行选美比赛徽标和女性服装宣传页的制作。</p> <p>(2) 自主进行画展宣传画和礼品的制作。</p> <p>(3) 自主进行售楼宣传广告和汽车广告的设计。</p> <p>(4) 自主进行游戏海报与手机广告的设计制作。</p> <p>(5) 自主进行 CS 海报与龙须面广告设计。</p>				
实训要求	<p>(1) 每个学生参与所有实训流程，并承担一个具体的工作岗位；</p> <p>(2) 实训前明确实训目的及相关要求，确保实训效果；</p> <p>(3) 在实训过程中端正态度，树立良好的团队协作精神；</p> <p>(4) 遵守实训教室的相关规定，服从指导教师安排；</p> <p>(5) 认真撰写实训报告。</p>				

4. 《网络营销》实训描述

实训项目名称	网络营销实训				
参考学分	4	参考课时	60	开设学期	4
实训目的	<p>本次实训使学生在理论学习基础上，通过上机以及利用软件掌握营销技巧及基本策略，从而达到理论与实践相结合，并加强学生动手能力的目的。通过软件操作了解网络营销的思维方法，学会分析营销环境，能比较正确地运用所学的专业知识，解决企业营销的实践问题。</p>				
实训内容	<p>(1) 网络营销产品策略；</p> <p>(2) 网络营销价格策略；</p> <p>(3) 网络营销促销策略；</p> <p>(4) 网络营销渠道策略；</p> <p>(5) 网络广告营销；</p> <p>(6) 电子邮件营销；</p> <p>(7) 病毒式营销。</p>				
实训要求	<p>(1) 本实训以网络营销软件为实验环境，通过操作软件掌握网络营销常用的策略及技巧；</p> <p>(2) 根据软件模拟环境的要求，完成项目任务；</p> <p>(3) 撰写实训报告。</p>				

5. 《核心技能训练》描述

项目名称	核心技能训练				
参考学分	20	参考课时	360	开设学期	5
核心技能训练目的	将所学的理论知识与实践结合起来，培养勇于探索的创新精神、提高动手能力，加强社会活动能力，严肃认真的学习态度，为以后专业实习和走上工作岗位打下坚实的基础。培养学生的实践等解决实际问题的第二课堂。培养学生的实践能力和创新能力，开拓学生视野，培养生产实际中研究、观察、分析、解决问题的能力。				
核心技能训练内容	对本专业建立感性认识，并进一步了解本专业的学习实践环节。通过接触实际生产过程，一方面，达到对所学专业的性质、内容及其在技术领域中的地位有一定的认识，为了解和巩固专业思想创造条件，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业。另一方面，巩固和加深理解在课堂所学的理论知识，让自己的理论知识更加扎实，专业技能更加过硬，更加善于理论联系实际。				
核心技能训练要求	实习中应该深入实际，认真观察，获取直接经验知识，巩固所学基本理论，保质保量的完成指导老师所布置任务。学习师傅和一线工作人员的勤劳刻苦的优秀品质和敬业奉献的良好作风，				

6. 《毕业设计》描述

项目名称	毕业设计				
参考学分	13	参考课时	210	开设学期	5
毕业设计目的	(1) 培养学生综合运用所学知识，结合实际独立完成课题的工作能力。 (2) 对学生的知识面，掌握知识的深度，运用理论结合实际去处理问题的能力，实验能力，计算机运用水平，书面及口头表达能力进行考核。				
毕业设计内容	(1) 标题 (2) 论文摘要和设计说明 (3) 目录 (4) 正文 (5) 谢辞 (6) 参考文献				
毕业设计要求	(1) 要求一定要有结合实际的某项具体项目的设计或对某具体课题进行有独立见解的论证，并要求技术含量较高； (2) 设计或论文应该在教学计划所规定的时限内完成； (3) 书面材料：框架及字数应符合规定。				

7. 《顶岗实习及劳动》描述

项目名称	顶岗实习及劳动				
参考学分	30	参考课时	540	开设学期	6
顶岗实习及劳动目的	学生通过市场营销专业顶岗实习，了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力。				
顶岗实习及劳动内容	对本专业建立感性认识，并进一步了解本专业的学习实践环节。通过接触实际生产过程，一方面，达到对所学专业的性质、内容及其在技术领域中的地位有一定的认识，为了解和巩固专业思想创造条件，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业。另一方面，巩固和加深理解在课堂所学的理论知识，让自己的理论知识更加扎实，专业技能更加过硬，更加善于理论联系实际。				
顶岗实习及劳动要求	实习中应该深入实际，认真观察，获取直接经验知识，巩固所学基本理论，保质保量的完成指导老师所布置任务。学习师傅和一线财务人员的勤劳刻苦的优秀品质和敬业奉献的良好作风，				

七、教学进程安排、课程设置

附表一 市场营销专业教学活动时间分配表

学年	教学周	入学教育与军训	实习(含顶岗实习)	设计(含毕业设计)	毕业教育	考试	假期	合计
一	34	2	2			2	12	52
二	31		7			2	12	52
三	0		30	7	1	2	12	52
合计	65	2	39	7	1	6	36	156

附表二 市场营销专业教学进程表

学期 \ 周数	周数																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	★	★																		:
二																	×	×		:
三													×	×	×	×				:
四																	×	×		:
五	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	※	※	※	※	※	※	※		:
六	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	△	
备注	★入学教育与军训 ×课程实习 ○课程设计 ※毕业设计(论文) ▲专业资格证课 ●顶岗实习 △毕业教育 :考试																			

附表三 市场营销专业课程设置表

课程分类	序号	课程名称	学分	学时	课时分配		第一学年		第二学年		第三学年		修读方式
					理论	实践	1	2	3	4	5	6	
							17	17	15	17	19	19	
公共基础课	1	入学教育与军训	2	60	0	60	2周						必修
	2	思想道德修养与法律基础	4	68	60	8	2	2					
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	62	54	8			2	2			
	4	形式与政策	1	48	48	0	8学时/学期						
	5	大学英语	5	98	98	0	2	2	2				
	6	大学语文	6	102	102	0	4	2					
	7	信息技术	4	68	34	34		4					
	8	大学体育	7	130	20	110	2	2	2	2			
	9	职业规划	1	17	10	7	1						
	10	就业指导	1	16	8	8				1			
	11	军事理论	2	34	17	17	2						
	12	心理健康教育	2	34	17	17	2						
	13	艺术（含四个方向）	2	34	17	17	2						
	14	中华优秀传统文化	2	34	17	17	2						
	15	创新创业教育	3	32	32	0			1	1			
	16	毕业教育	1	30	30	0						1周	
			合计	46	867	564	303	19	12	7	6		
专业技能课	1	市场营销	4	68	48	20	4						
	2	经济学基础	4	68	48	20	4						
	3	基础会计	3	51	31	20		4					
	4	消费者行为学	4	68	48	20		4					
	5	管理学	3	60	30	30			3				
	6	摄影与图像处理	3	60	30	30			4				
	7	商务沟通与谈判	4	68	40	28				4			
	8	网页设计	4	68	28	40				4			
	9	市场营销认识实习	2	60	0	60			2周				

10	消费者行为学实训	2	60	0	60		2周						
11	毕业设计	7	210	210	0					7周			
12	核心技能训练	12	360	0	360					12周			
13	顶岗实习及劳动	18	540	0	540						18周		
合计		70	1741	513	1228	8	8	7	8	19周	18周		
专业 技能 方向	网络 营销	1	网络营销	3	60	30	30	1		4			
		2	网店客服	3	60	30	30						
		3	新媒体营销	4	68	34	34			4			
		4	网店运营	4	68	34	34				4		
		5	网络营销实训	2	60	0	60			2周			
		6	网店运营实训	2	60	0	60				2周		
		合计		18	376	128	248			4	4		
	营 销 管 理	1	营销管理	3	60	30	30						
		2	人力资源管 理	3	60	30	30						
		3	供应链管理	4	68	34	34						
		4	营销管理实训	2	60	0	60						
		合计		12	248	94	154						
	专业 选 修 课	1	国家安全教育	2	34	34	0		2				
		2 选修 课	经济法	4	68	34	34						任 选 一 门
广告海报设计			4	68	34	34				4		任 选 一 门	
商务文案写作			2	34	17	17						任 选 一 门	
商务礼仪			2	34	17	17	2					任 选 一 门	
3 网络 营销		营销策划	4	60	30	30						任 选 一 门	
		商品经营	4	60	30	30						任 选 一 门	
4 营 销 管 理		客户关系管理	4	68	34	34			4			任 选 一 门	
		连锁经营管理	4	68	34	34						任 选 一 门	
合计		12	204	102	102	2	2	4	4				

合计	158	318 8	130 7	188 1	23	20	22	22			
----	-----	----------	----------	----------	----	----	----	----	--	--	--

附表四 市场营销专业实习安排表

序号	实习名称	实习内容	周数	第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6
1	入学教育与军训	专业与纪律教育、国防教育、军训。	2	2					
2	市场营销认识实习	训练市场营销基本活动的策划及实施，对市场营销案例的分析能力。	2			2			
3	消费者行为学实习	结合消费者行为学的相关知识，做营销活动策划。	2		2				
4	网络营销实训	训练学生尝试使用网上营销工具进行营销管理，策划网上营销的各种活动。	2			2			
5	网店运营实训	熟悉网店开设的各个步骤，为提高网店的销量，策划各种网络营销的活动，能够对网店运营的数据进行分析和使用。	2				2		
6	专业核心技能训练	结合中外典型营销案例，从而观察问题、分析问题和解决问题，提高市场竞争意识和专业综合能力。	12					12	
7	顶岗实习及劳动	到企业中从事与市场营销相关的实践工作和劳动。	18						18
合计			41	2	2	4	3	12	18

附表五 市场营销专业设计安排表

序号	设计名称	设计内容	周数	第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6
1	毕业设计	撰写市场营销专业论文	7					210	
合计			7					210	

附表六 市场营销专业资格证书一览表

资格证书类别	资格证书名称	等级	必修	选修
英语	全国大学生英语考试	四级		✓
计算机	全国计算机等级考试	二级		✓
普通话	全国普通话等级考试	二级乙等	✓	
职业资格证书	高级营销员	初级	✓	
	网络营销师	中级		二选一
	助理营销师	中级		

教学总学时：3023，理论学时 1115，占比 36.88%；实践学时 1908，占比 63.12%；其中：

公共基础必修课学时：894，占教学总学时的 29.57%；

专业技能必修课学时：1773，占教学总学时的 58.65%；

选修课学时：356，占教学总学时的 11.78%。

八、实施保障

（一）师资队伍

财经商贸系现有专兼职教师 49 名，外聘老师 6 名，其中高级职称 2 人、中级职称 23 人、研究生 16 人，“双师型”教师占 95%。师资结构合理，中青年教师的综合素质好，已成为本专业教学、科研和指导实践教学的重要骨干。师资队伍政治素质高，业务能力强，教学经验丰富，能够胜任本专业主要课程的教学和实践指导工作。

（二）教学设施

现有校内专业实训实验室：省级电子商务职业教育实训基地、财

贸综合实训室、电子商务模拟实训室、手工记账实训室、会计仿真训练实训室、物流沙盘实训室、第三方物流实训室、语音室、网络实训室等；校外实训就业基地：河南飞地电子商务孵化产业园、香港飞翱集团、圆通速递河南分公司、慧聪网、河南云众创新信息技术有限公司、河南邦途电子商务有限公司、北京朗运博瑞科技发展有限公司等多家知名企事业单位，为培养学生的综合能力搭建了良好平台。

（三）教学资源

教材图书资料及时融入了行业企业发展的新制度法规、新业务、新产品、新做法。以专业为单位建立专业教学资源库，利用数字化网络资源为专业教学提供各类学习资源，如专业人才培养方案、课程教学大纲、电子教材、教学课件、典型案例、行业政策法规资料、职业考证信息等。同时开发在线辅导练习功能，配备与专业教学相关的图书资料、电子杂志等相关的学习辅助性资源，利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类教学资源，满足学生在线自主学习要求。结合专业发展的新趋势、人才市场需求的新变化、企事业单位的特定要求及时进行教学资源与教学素材的调整补充更新，以满足育人市场化的特定需求。

（四）教学方法

专业核心课程主要采用项目课程的设计思路，努力以典型服务为载体，实施跨任务教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。“以学生为中心”，以项目活动为载体按理论与实践一体化要求组织教学，在教学过程中教师可根据学生特点，激发学

生学习兴趣；实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合教学组织形式，进行认知实习、专业实习、实训及顶岗实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。

（五）教学评价

本专业在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

课证融合课程以证代考进行评价考核；项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定，教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，分为应知应会两部分，采取笔试与实践操作按合理的比例相结合方式进行评价考核。校外顶岗实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

（六）质量管理

根据学校的机构设置情况，健全各级专业教学管理机构，明确职责，同时建立健全覆盖专业教学全过程的教学管理制度规章。具体包括人才培养的市场调研、人才培养方案的制定与修订、专业教学团队

建设、课程建设、教材建设、网络教学资源建设、校内外实训实习基地建设、学生认知实习、专业实习、顶岗实习等专业社会实践活动开展、毕业生跟踪调查、社会服务与产学研合作等主要内容。用以满足教学管理工作开展的需要，同时积极采用现代管理技术开展教学管理工作，切实保障教学管理工作的严格执行与教学管理措施的贯彻到位，保证人才培养质量，全面实现人才培养目标。

九、毕业要求

(一) 学业要求

按规定修完所有课程、成绩合格, 学分达到毕业学分 137 学分规定。

(二) 考证要求

考证要求:网络营销师、营销管理师、全国普通话等级考试二级乙等。

(三) 其它要求

参加 6 个月的顶岗实习并考核合格。

十、附录

(一) 教学进程安排表

市场营销专业教学进程表

周数 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
一	★	★																			:
二																	×	×			:
三													×	×	×	×					:
四																	×	×			:
五	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	※	※	※	※	※	※	※			:

六	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	△
备注	★入学教育与军训 ×课程实习 ○课程设计 ※毕业设计（论文） ▲专业资格证课 ●顶岗实习 △毕业教育 :考试																	

(二) 人才培养方案执行变更审批表

人才培养方案执行变更审批表

申请单位	
申请时间	
申请变更培养方案的专业、年级	
申请变更理由及其课程调整方案	申请变更理由:
	调整方案: (写明调整前的课程名称、学时、学分、考核形式、开课学期及调整后的课程名称、学时、学分、考核形式、开课学期)
系部意见	负责人签名(公章): _____ 年 月 日
教务处意见	负责人签名(公章): _____ 年 月 日
主管院长意见	签 名: _____ 年 月 日
备注	