

市场营销

专业人才培养方案

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

所属大类： 财经商贸大类

招生性质： 普通招生

撰 写 人： ***

思政审核人： ***

制定日期： 2021 年 6 月

教务处 制

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标及规格.....	2
(一) 培养目标.....	2
(二) 培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	3
(一) 公共基础课程.....	3
(二) 课程体系设计.....	4
(三) 专业课程.....	4
(四) 课程思政要求.....	20
七、教学进程总体安排.....	20
(一) 教学进程总体安排.....	20
(二) 课程地图.....	20
八、实施保障.....	21
(一) 师资队伍.....	21
(二) 教学设施.....	21
(三) 教学资源.....	23
(四) 教学方法.....	23
(五) 学习评价.....	23
(六) 质量管理.....	24
九、毕业要求.....	26
(一) 毕业要求.....	26
(二) 第二课堂活动及学分要求.....	26
十、附录.....	28
附表 1:	28
附表 2:	29

2021 级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

专业代码：530605

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

标准修业年限为 3 年，可根据学校相关规定实行弹性修业年限，最长不超过 6 年。

四、职业面向

表 1 市场营销专业职业面向

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、 社会认可度高的行业 企业标准和证书
工商管理类 (5306)	批发类 (51) 零售类 (52)	商务代理人员 (2-06-01)	市场调查专员	1. 互联网营销师国家职业技能标准； 2. 管理(中级)职业技能等级证书； 3. 1+X 数字营销应用技术(中级)职业技能等级证书； 4. 营销员职业技能等级证书； 5. 全国市场调查分析专业技能证书； 6. 呼叫中心客户服务； 7. 房地产经纪人证书等相关证书
		采购人员 (4-01-01)	采购专员	
		销售人员 (4-01-02)	销售专员	
		贸易经纪 代理人员 (4-01-03)	房地产经纪 农产品经纪	

市场营销专业的毕业生可以通过专升本考试进入本科市场营销、工商管理等专业进行深造；也可以根据个人的学习情况在专业方向或相近专业深入学习。

五、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有一定的文化水平，良好的职业道德和人文素养，强烈的社会责任感和一定的创新创业能力，掌握本专业的市场营销等知识以及市场调研、谈判沟通、产品销售、营销管理等技术技能，面向批发类与零售类等行业，能够从事产品销售、营销管理以及营销策划等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力方面达到以下要求：

1. 素质

表 2 市场营销专业毕业生素质要求

序号	毕业生素质要求	目标序号
1	准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求	A
2	有较强的团队合作精神，秉持爱岗敬业、精益求精的匠人精神	B
3	热爱劳动，身心健康，掌握基本运动知识和一两项运动技能	E
4	具有责任心和社会责任感和法律意识	C
5	具有良好的心理调适能力	D
6	养成良好的职业道德与职业操守	C
7	具有创新精神和创业意识	F

2. 知识

表 3 市场营销专业毕业生知识要求

序号	毕业生知识要求	目标序号
1	掌握马列主义基本理论、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系	A
2	掌握体育和心理健康、创新创业、职业生涯规划的基本知识	F
3	掌握从事市场营销工作必需的英语、经济学、管理学方面的基本知识	C
4	掌握市场营销、营销消费者心理、营销策划基础等知识	D
5	掌握市场调查、商务谈判、分销渠道、客户管理、推销技术等知识	B
6	掌握汽车市场营销、房地产市场营销以及境网络营销等知识	E

3. 能力

表 4 市场营销专业毕业生能力要求

序号	毕业能力要求	目标序号
1	能践行社会主义核心价值观，遵纪守法，具有社会责任感和参与意识，身体健康。	A
2	能制定产品销售计划，选择目标客户，制定营销策略，开展产品销售。	B
3	能设计调查方案，组织成员进行调查实施，完成资料分析；能对接客户，完成调查报告的出具交付。	B
4	能顺利认知企业、熟悉行业、掌握市场营销环境，能应用营销策略。	C
5	能开展客户沟通与交流，能处理客户异议，促进成交。能处理好客情关系。	C
6	能根据营销策划的目标与任务，能制定营销策划方案，能进行营销活动策划的组织与实施	C
7	能进行团队分工与合作。能承受较强的心理压力，并能自我心理调适。能坚持诚实守信的职业操守。	D
8	能养成好的自我学习习惯，提升自学能力。能不断追求发展，能适应职业变迁。	E
9	能为企业营销活动，开展营销创新。能进行新零售业的创业活动。	F

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，全面落实立德树人根本任务，加强思想政治教育和价值引领。根据学生的认知特点和文化基础，结合教学组织形式，明确公共基础必修课和限定选修课，科学确定公共基础课程教学内容，确保公共基础课程教学的针对性、实效性。

1. 公共基础必修课程

包括思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、英语、数学、信息技术、人文基础、体育、军事理论、心理健康教育、大学生职业生涯规划 and 就业指导、大学生创新创业基础等课程。

2. 公共基础限定选修课程

共计不少于 10 学分，包括人文素养类（≥2 学分）、中华优秀传统文化类（≥3 学分）、职业素养（≥1 学分）、马克思主义理论类（≥1 学分）、党史国史（≥1 学分）、健康教育（≥1 学分）、美育（≥1 学分）。

(二) 课程体系设计

表 5 专业课程体系

专业名称		课程名称
课程模块	二级模块	市场营销专业
专业平台课	公共基础	数据思维、经济学基础、管理学基础、徽商文化
	通用基础	市场营销理论与实务、网上贸易实务、物流基础、新零售概论
专业模块课	核心能力模块	市场调查与信息分析 渠道建设与维护、营销与客户管理、商务谈判、新媒体营销
	关联能力模块	营销心理学、推销技术
	专业实践课	市场调研实训、市场营销 VBSE 实训、企业跟岗实习 毕业论文与毕业设计、毕业顶岗实习
专业方向课	专业选修模块	房地产市场营销、汽车市场营销、广告理论与实务、营销心理学

(三) 专业课程

1.公共基础课程，包括经济学基础、管理学基础、徽商文化。

表 6 专业基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	主要教学要求	课程思政育人
----	------	------	--------	--------	--------

1	经济学基础	<p>本课程旨在引领学生掌握经济学的基础理论，具备经济学的思维方式。通过课堂展示、小组讨论运用供求/效用/生产成本理论分析微观经济现象，通过经济观察、案例分析运用宏观经济理论解决宏观经济问题。帮助学生更好地了解他们所生活的世界，更精明的参与经济生活，更明确理解政府经济政策的潜力与局限性。</p>	<p>教学内容共有开启经济学的幸福之门、握住“看不见的手”、做理性的消费者、走出生产者迷局、感受竞争策略、不患寡而患不均、经济的跷跷板由谁撬动、纵览宏观风云和挥动“看得见的手”等 9 个项目 30 个任务。</p>	<p>构建以“项目设置、任务驱动、能力拓展、师生互动”的一体化教学模式，强化以“教学做一体化”为导向的结构设置，从而实现学以致用。课程考核主要借助蓝墨云班课、问卷星、二维码等信息化手段对学生的平时和期中成绩进行过程性和阶段性评价。</p>	<p>从课程教学内容出发，引导学生树立正确的消费观、就业观、创业观、财富观、大局观，培养学生创新意识和社会责任担当意识，激发学生爱党爱国爱社会主义深厚情怀，塑造良好的人生观、价值观和世界观。</p>
2	管理学基础	<p>本课程标准力求追踪行业技术动态，及时涵盖管理理论、管理技术在企业管理中的应用情况。通过理论联系实践，培养学生掌握管理的技术和方法，达到提高学生职业能力的教学目标。</p>	<p>1. 了解和掌握管理理论知识； 2. 熟识近现代的管理思想； 3. 制定组织的计划； 4. 组织管理体系的设计； 5. 实施科学的领导； 6. 控制能力的培养； 7. 创新能力的培养。</p>	<p>教师主要采用课堂讲授、案例分析、学生讨论、慕课等教学方法，要求学生能树立正确的管理理念，掌握现代化的管理手段与方法，在实际工作中能较好的开展计划、组织、领导、控制等方面的工作。</p>	<p>树立正确的世界观、人生观和价值观；养成良好的职业道德与职业规范；树立正确的企业文化伦理；建立适合的职业生涯规划。</p>
3	徽商文化	<p>本课程通过了解徽商的发展历程、掌握徽商的商业道德、经营范围、徽商崇文重教的传统及徽商经营对社会、文化、经济的影响。</p>	<p>1. 徽商概述； 2. 立品为先：徽商之厚德； 3. 无徽不成镇：徽商之宏商； 4. 不废诵</p>	<p>本门课程的设计思路为“普及徽商知识、弘扬徽商精神、传播徽商正能量”，采用课堂讲授、案例</p>	<p>传播地域优秀传统文化对经济发展的推动作用，坚定文化自信；传承徽商开拓进取、不畏艰难、诚信创新、回报社会的优秀品质，树</p>

		响，使学生掌握学习微商文化的基本方法、运用微商精神及经营方法解决商业实践中的问题；达到坚定文化自信，弘扬“徽骆驼精神”的素质目标；传承微商精神中所体现的社会主义核心价值观，培养“爱岗敬业、精益求精”的工匠精神；“讲好中国故事”中的微商故事，为地域经济发展提供服务。	读：微商之笃学；5. 匠心独运：微商之励能。	分析、学生讨论、慕课、田野调查等方法，要求学生从优秀传统商业文化中汲取并传承与社会主义核心价值观的共通之处，培养“厚德担当、创新超越、诚信图强”的新微商。	立正确的人生观、价值观，培养具有“徽骆驼”精神的商业人才。
4	数据思维	1. 素养：培养学生在数据思维方面的认知和实际应用能力 2. 知识了解数据与大数据等基本知识；了解大数据与国家战略的关系；了解大数据与互联网经济 3. 技能：能够分析新零售和电子商务的相关数据背后的价值；掌握大数据在现代金融科技中的运用；	1. 云时代与大数据；2. 大数据与国家战略；3. 大数据与互联网经济；4. 大数据、物联网和人工智能；5. 大数据、智能制造与智慧城市；6. 大数据与商业；7. 大数据与金融科技。	通过本课程的学习，使学生了解数据基础知识、数据分析思维在经管类课程中的主要应用以及大数据在社会各行各业中的应用情况，培养学生在数据思维方面的认知和实际应用能力，为后续经管类数据分析和电子商务类课程的学习奠定基础。	1. 培养学生新时代数据思维的意识。 2. 培养学生树立通过数据思维及相关技能为社会各行业建设做贡献的意识。 3. 引导学生认识“大国制造”战略和“中国制造 2025”战略。 4. 学生知晓大数据技术可以在能源领域创造价值、节约资源。

2.通用基础课程，包括新零售概论、网上贸易实务、物流基础、市场营销理

论与实务，由各专业面向专业的所有专业开设。

表 7 通用基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	主要教学要求	课程思政育人
1	新零售概论	本课程理论知识与案例相辅相成，分别从零售业态、零售业发展、新零售初识、理念革新、新零售模式、营销渠道构建、数字化建设以及供应链管理等方面系统地阐述了新零售的内涵、起因、特征，以及新零售运营方法论，培养学生的新零售思维能力和实践操作能力，为新零售趋势下的零售企业决策者和从业者提供战略业务的决策参考。	新零售概述概述；2. 新零售模式；3. 新零售时代下的新营销模式；4. 新零售的数字化建设；5. 新零售供应链管理。	教师通过课堂讲授、多媒体演示、学生讨论、实训基地参观与操作，使学生理解新零售的精神，熟悉新零售背景下各相关部门的协同作业关系；掌握新零售的各种工具并能运用到实际的工作中。	创新精神、团队合作意识、信息化素养、诚实守信与遵纪守法，通过我国零售业的发展建立民族自信。
2	市场营销理论与实务	通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本理论和基本方法，明确市场营销中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，了解并基本掌握直复营销、服务市场营销的特点和基本技能，了解营销管理的内容，并能结合相关案例进行分析、研究；通过相应的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。	1. 市场分析； 2. 市场细分与目标市场选择； 3. 产品决策； 4. 定价策略与技巧； 5. 渠道决策； 6. 市场推广决策。	本课程注重以营销工作岗位任务引领型案例或项目激发学生学习兴趣，以提高学生营销实践能力和创新能力，为学习营销的其他专项技能打好基础。 部分教学内容可结合阶段或综合实训，安排学生进行市场调研、产品推销、广告宣传等营销实践和社会实践活动，实现学校教育与社会教育的交互结合，把“工学	正确的营销价值观、战略观；正确认识国家发展进步对消费者需求带来的变化；正确的竞争观念，培养工匠精神；建立守法经营观念，正确发布合法广告，坚决抵制浪费和

				结合”落到实处。	奢侈包装等方面。
3	网上贸易实务	掌握网上贸易的基本原理以及交易流程；能利用所学知识进行网上调研、定位目标顾客、独立开设自己的网上店铺；培养适应网上贸易工作的良好业务素质 and 身心素质。能利用所学的知识指导将来的网上贸易实务的应用能力。	1. 网上贸易的基本原理以及电子交易流程，2. 网上市场调研的主要方法、网上问卷的设计，以及网上调研报告的撰写，3. 网店开设的基本步骤，4. 网店推广的主要方法，5. 电子支付工具的种类及其使用方法，6. 电子商务商品配送的基本理论。	要求学生掌握网上贸易基本理论、方法和操作，掌握网店目标顾客的定位方法、网店开设装修的方法，坚持以能力为本位的教学思想，在重点、扼要、基本完整讲授“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生电子商务的综合素质和职业能力培养。	创新精神、团队合作意识、信息化素养、诚信经营、爱岗敬业，通过真实网店开设熟悉岗位内容，培养学生严谨、吃苦耐劳的敬业精神，建立职业自信。
4	物流基础	知识目标：认识现代物流及物流各个作业活动，了解各种类型的物流系统模式，了解绿色物流与逆向物流的含义和作业活动。 技能目标：能分析物流作业中不合理现象，能正确进行包装，使用扫描设备识别商品的条形码，能进行配送货物波次拣选和分类，能认识第三方物流企业的服务职能。 素养目标：具备对物流的	1. 认知物流 2. 物流主要功能要素 3. 物流的辅助功能要素 4. 从运营角度看物流 5. 绿色物流与逆向物流	本课程旨在引领学生掌握物流管理的相关理论，物流各功能要素的合理化表现。通过调研区域物流及企业物流现状，小组活动讨论仓储配送中心布局合理化，认知和简单操作仓储设备，善于分析物流管理中不合理现象，分析第三方物流各种模式方案，讨论城市逆向物流和物流绿色的实际	培养学生树立正确的职业价值观，树立全局意识，引导学生建立良好的社会责任感；培养学生加强对工匠精神、敬业精神的理解；培养学生

		热情，养成保护环境、爱岗敬业 业的职业心态，建立物流作业管理中合作、交流沟通与团队协作理念。		措施。能进行简单的物流作业操作，运用计算机从事物流管理活动中简单的物流信息的制作、录入、处理、整理汇总等。	积极向上、 竞技精神、 科技创新、 志存高远、 追求卓越 的精神。
--	--	---	--	---	--

3. 核心能力模块课程。

表 8 核心能力模块课程

序号	课程名称	开设专业	课程目标	主要教学内容	主要教学要求	课程思政育人
1	新媒体营销	市场营销	使学生了解新兴网络媒体的发展现状、趋势，熟练掌握微信公众平台、微博、直播和短视频平台、微店系统等新型移动平台和工具，为学生从事新媒体营销相关工作打下良好基础。	本课程旨在提高新媒体营销方向的综合实践能力，加强学生的新媒体营销水平，提高学生的新媒体营销实际动手能力，提高学生的新媒体营销综合实力和就业竞争力，该门课程理论与实践结合，学生必须通过大量的实际操作和上机练习，才能够灵活地用它来解决实际新媒体营销问题，以胜任各类网店新媒体营销岗位工作。	能正确进行公众号内容的编辑和排版，达到适合企业内容营销的要求。 能合理选取视频素材，进行短视频创作，达到适合企业短视频营销的要求。	内容育人：引导学生发布具有正能量、传播正义感的自媒体内容，做一名热爱祖国、热爱人民的自媒体人。 方法育人：通过案例分析、小组讨论、讲授法等，引导学生学习积极向上的自媒体榜样，培育具有高尚品德的自媒体人。 实践育人：通过自媒体创业实践活动，帮助学生了解自媒体创业过程，引导学生自觉遵守行业法律法规，做一名诚信守法的自媒体人。

2	市场调查与信息分析	市场营销	<p>本课程从整体上介绍市场调查与信息分析的基本理论和基础知识，让学生懂得市场营销岗位的工作内容和素质要求，为进入营销实务的学习和训练奠定基础。</p> <p>通过本课程的教学，让学生了解市场调查知识，明确市场调查的程序、方式、方法。掌握信息整理、分析和预测的方法，并结合案例进行实际调查及信息分析。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 职业岗位认知； 2. 市场调查方法； 3. 市场调查分析技术； 4. “预制菜+新零售”市场调查分析； 5. “便民书屋+新社区”线下市场调查。 	<p>本课程突出调查实施和数据分</p> <p>析，作为重点内容进行讲授和训练。</p> <p>本课程运用在线调查、软件数据分析等诸多的市场信息分析与预测领域的新技术，适应社会经济和科技进步给市场信息分析与预测带来的发展。</p>	<p>具有良好的爱国情怀，树立良好的调查人员职业道德和素养以及求真务实的精神；认同数据的重要性，培养专业分析的技能，贯彻实事求是，发扬工匠精神；保证数据来源的合法性，保全调研数据的真实性，保障被调查对象的数据安全和信息隐私等；合理利用现代化信息技术，培养新思维、新能力、新技术的创新人才，投入社会主义建设伟大的实践。</p>
3	商务谈判	市场营销	<p>本课程以提高学生整体素质为基础，以培养学生商务谈判的综合能力为目标，兼顾学生后续发展需要，选取符合商务谈判所要求的知识、素质和能力构建教学内容体系，使学生理论知识的获取和专业能力的培养要贯穿于项目任务的全过程中，体现出学生学习的积极性、针对性与主动性，使学生掌握谈判的基本流程、推销的方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认知谈判； 2. 准备谈判； 3. 认知与练习谈判过程中的策略； 4. 练习谈判语言技巧； 5. 认知谈判心理； 6. 练习谈判礼仪。 	<p>本课程教学过程中，应立足于加强学生实践能力培养，教学组织采用项目教学，以工作任务驱动提高学生学习兴趣，突出以商务谈判工作岗位任务引领型案例或项目激发学生学习和学习技能的兴趣，激发学生的成就动机。</p>	<p>规范正确的职业操守；理论联系实际的思维方法；践行实践出真知的思想理念；独立思考和创新意识，培养团队意识和协作精神；良好沟通的职业素质；善解人意、善于表达、善于合作，综合性思维能力和处理信息、解决问题的能力。</p>

			和技巧，提高学生的职业实践能力。			
4	渠道建设与维护	市场营销	本课程以学生完成规定的渠道建设与维护项目为中心工作，在其过程中完成相应任务，并完成理论知识体系的构建，发展学生的专业职业技能。课程内容体现对学生职业能力的培养。	<p>上篇：营销渠道建设篇</p> <p>1. 认知营销渠道；2. 设计营销渠道；3. 管理营销渠道</p> <p>下篇：营销渠道维护篇</p> <p>4. 激励营销渠道成员；5. 处理营销渠道冲突。</p>	在教学过程中，采用工学结合，灵活运用案例情景分析、分组讨论与师生互动、启发引导、学生企业顶岗实习等教学方式。	本课程重点挖掘有关爱岗敬业精神、吃苦耐劳精神、团队合作精神等为主题的职业精神以及法律意识。
5	营销与客户管理	市场营销	通过本课程的教学，让学生了解客户关系管理的重要性，明确客户关系的建立、维护以及恢复的方法和技巧。掌握 CRM 的具体实施步骤，并结合案例进行实际考察及分析。本课程安排上机内容让学生自己去了解成功实施 CRM 的企业，以及他们所使用的客户管理软件，同时要求学生上机进行 CEM 软件的学习和应用，进而培养学生实际动手的能力。	<p>1. 建立客户关系；2. 保持客户关系；3. 客户关系的恢复；4. 客户关系管理的营销策略。</p>	课程教学应突出“CRM 的具体操作实施”。客户关系的“建立、维护、恢复”这三项工作发挥最大效用，，本课程必须作为重点内容进行讲授和训练；课程教学应注重实践，通过企业实地考察、网上 CRM 软件应用，让学生实际观察、自己操作。	客户管理的职业素养，良好的职业态度、职业道德；良好的客户服务意识；强烈的社会责任感；养成严谨细致的工作态度与工作作风；遵法、诚实守信、爱岗敬业、勇于奋斗的良好职业道德素养；开拓创新、勇于探索的精神；自主学习能力、团队合作能力与人际沟通能力”。
6	广告理论与实务	市场营销	通过本课程的教学，让学生了解广告设计的理论基础，明确广告策划的程序、原则和方法，掌握广告创意开发的方法和策略，能结合具体的企业和产品进行广告的策划和创意开	<p>1. 广告策划的基本理论基础认知；2. 广告策划；3. 广告创意开发；4. 广告策略选择；5. 广告文案撰写。</p>	本课程应尽可能地安排学生进行广告的社会实践，与当地一些企业进行合作，为当地企业进行广告策划。培养学生参加社会实践的能力。	课程教学联系当下的新媒体现实，尤其是频发的社会危机事件，教育学生要时刻牢记热爱祖国、不忘社会责任，做一个有情怀、有正能

			发，并且能够根据策划和创意形成完整的广告文案。			量的大学生。
--	--	--	-------------------------	--	--	--------

3. 关联能力模块课程，包括网络营销、电子商务美工、仓储管理实务、配送管理实务、营销心理学、推销技术、品类管理和零售数据分析与应用等。

表 9 关联模块能力课程

序号	课程名称	开设专业	课程目标	主要教学内容	主要教学要求	课程思政育人
1	仓储管理实务	市场营销	<p>知识目标：掌握 ABC 分类的原理，掌握订单有效性及客户优先权分析的方法。</p> <p>技能目标：能进行货位优化，能制定货物入库方案，能进行订单处理及生成拣选单，能编制计划和预算表。</p> <p>素养目标：具备对物流的热情，爱岗敬业的职业心态，建立储运作业流程中团队分工和协作的理念。</p>	<p>1. 货位优化及制定货物入库方案；</p> <p>2. 订单处理及生成拣选单；</p> <p>3. 编制计划和预算表；</p> <p>4. 储运方案的编制。</p>	<p>本课程旨在学生具备单项物流操作技能的基础上，开展货物入库验收、组托、上架、拣选、分拣、包装、配装出库等综合技能训练。储运业务实训以配送中心作业点为岗位，要求学生能够根据事先制订的储运配送方案进行入库作业、在库作业和出库作业的过程。培养学生在组织管理、专业团队协作、问题的分析与处理等方面的职业素养。</p>	<p>培养学生认真仔细，强调时间管理和注重细节的良好习惯。提高学生创新意识，增进多元化思维和创新理念的培育。树立热爱专业的心态，建立专业自豪感。通过业务实训，建立沟通交流和团队协作理念，打造匠人精神。</p>

2	配送管理实务	市场营销	<p>知识目标：了解配送中心的基本运营流程，掌握配送中心各项工作具体作业方法，了解配送中心规划的基本理论知识。</p> <p>技能目标：能够分小组合作完成整个配送工作流程，能使用地牛、堆高车、笼车等物流设备，能熟练应用条码、无线射频、电子标签等信息技术与相关设备。</p> <p>素质目标：树立学生的成本意识、服务意识、责任意识，具备物流配送作业中合作、交流沟通与团队协作能力，能够掌握配送中心的基本布局要求及设备配置要求。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 物流配送模式与流程； 2. 物流配送的作业方法； 3. 物流配送中心的建设与运营管理； 4. 配送成本管理； 5. 配送信息管理； 6. 物流配送运营管理。 	<p>本课程旨在学生具备单项物流操作技能的基础上，开展货物入库验收、组托、上架、拣选、分拣、包装、配装出库等综合技能训练。配送业务实训以配送中心作业点为岗位，要求学生能够根据事先制订的储运配送方案进行入库作业、在库作业和出库作业的过程。培养学生在组织管理、专业团队协作、问题的分析与处理等方面的职业素养。</p>	<p>培养学生树立正确的职业价值观，建立全局意识；培养学生加强对工匠精神的理解；培养学生具有良好的物流职业道德素质，富有社会责任感；培养学生具有胜任物流岗位的良好业务素质和身心素质。</p>
---	--------	------	--	--	--	---

3	品类管理	市场营销	<p>通过系统学习零售企业品类管理的基本理论、方法以及课外实践训练，学生树立现代品类管理的思想理念和科学的决策方法，为日后学在零售门店继从事商品结构进行简单分析；能够选择合适的门店布局方式；能够选择合适的价格策略；能够选择合适的促销方式；能够进行比较简单的需求预测和补货计算。</p>	<p>1. 品类管理认知；2. 品类定义；与品类角色 3. 品类评估；与品类评分表的制定；4. 品类策略的确定；5. 品类战术的制定；6. 品类管理的实施。</p>	<p>教师通过课堂讲授、学术讨论、实地参观、软件模拟等方法，使学生能够建立零售企业品类管理框架，能够运用所学知识，在企业能进行门店商品结构分析、品类的定义、品类角色的分类，并能够运用各种品类策略进行实际的品类管理工作。</p>	<p>激发学生对社会主义核心价值观的认同感，培养学生诚实、守信的性格，提高学生在沟通表达、自我学习和团队协作方面的能力，树立正确的技能观，培养学生的工匠精神。</p>
4	零售数据分析与应用	市场营销	<p>通过本课程的学习，使学生掌握连锁企业数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用 EXCEL 等工具进行数据分析的基本方法，挖掘学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。</p>	<p>1. 零售数据分析概述；2. 销售目标制定与追踪；3. 顾客数据分析；4. 商品数据分析；5. 网店运营数据分析；6. 零售财务分析；7. 零售数据处理与展示。</p>	<p>教师在教室讲解、多媒体演示为基础，进行机房实际操作，以企业真实数据为基础，分析零售企业在运行中的优劣势，存在的主要问题，探讨产生问题的主要原因，并提出有针对性的解决方法。</p>	<p>信息的安全意识及获得数据的合法性；树立良好的信息化观念；树立诚实守信的为人处事原则。</p>

4. 专业实践课主要包括阶段性实训、跟岗实习、毕业顶岗实习、毕业设计（论文）等。

表 10 专业实践课程设置

序号	课程名称	开设专业	课程目标	主要实践教学 教学内容	主要实训（实习） 要求	课程思 政育人
1	市场调研实训	市场营销	本实训课程旨在融通学生所学的理论知识，培养学生应用有关调研方法解决某些市场营销问题的实践能力，将市场营销实践中较多的定性描述转化为定量描述。	1. 市场调查主题的确定；2. 结合调查主题制定切实可行的市场调查方案；3. 形成市场调查问卷；4. 实地调查；5. 调查资料整理；6. 撰写调研报告与实训报告；7. 实训成果展示	本实训课程采取“实践教学为主、理论教学为辅”的形式，重点通过实践操作完成既定的教学目标。课程考核采取“以调研报告考核为主、学生实训态度为辅”的考核形式，综合评定学生的学习成绩。	本课程培养学生公关技巧、与人交流、沟通的素质和技巧；培养学生团队精神。
2	市场营销实训 (VSE 实训)	市场营销	虚拟商业社会 VBSE 实训（市场营销实训）让学生在自主选择的工作岗位上通过完成典型的岗位工作任务、学会基于岗位的基本业务处理，体验基于基本业务的岗位决策，深刻理解其岗位职责；认知企业主要经营管理活动过程和主要业务流程；体验企业内部部门间的协作关系及其与企业外围相关经济组织与管理部	实习动员、组建企业组织结构、领取并发放实习办公用品、岗前培训、企业文化布置、VBSE 期初建账、VBSE 环境岗位业务体验（上月任务完工）、VBSE 环境岗位业务体验（本月任务下达）、VBSE 期末处理、信息化管理环境下的基础岗位业务体验、实习考评、实习总结。	1. 熟悉岗位常用表单作用及填制方法。按照业务岗位职责要求填报与完整业务流程相关的单据、表格，要求做到准确、及时、完整；2. 理解岗位业务动作背后的处理逻辑及对其他业务可能造成的影响。理解每项信息的来龙去脉及承载的经济含义；3. 能将所学专业知识与企业实际业务融合起来，在懂业务基础上体会管理的深刻内涵。	本实训课程培养学生独立工作能力及学习态度，通过实训，达到初步体验岗位职位要求，熟悉岗位工作的初级目标。

3	毕业论文与 毕业设计	市场营销	<p>培养学生综合运用所学基本理论、专业知识综合分析问题和解决本专业实际工作问题的能力。提高学生查阅文献与资料，开展市场调查，撰写创业策划报告、营销方案和网店运营方案能力。进一步巩固和提高学生网店美工、运营、网络营销等基本实践的能力。培养学生积极投身社会实践，思考与探索问题的能力。培植正确、严谨、认真、求实的科学作风。</p>	<p>毕业设计（论文）是高等职业院校学生完成学习任务所必需的实践性教学环节，也是教学过程最后一个综合性教学环节。通过毕业设计（论文）工作，可以使学生对所学理论与业务知识在教师指导下进行一次独立的、综合的运用，得到理论应用、能力培养和技术开发基本方法的初步训练，增强独立分析问题与解决问题的能力。</p>	<p>题目：简练、确切地概括文章的要旨。 摘要：一般不超过200个汉字。 关键词：选定3—5个关键词 正文：观点鲜明、层次清楚、论据可靠、文字精炼、书写规范、数据准确。 作者署名及单位。 参考文献：格式。</p>	<p>在实践育人方面，通过毕业论文的撰写过程，引导学生认知专业方向，能运用专业知识解决生产生活实际问题。培养学生团队合作能力、探索能力、诚信意识、版权意识等。使学生养成严谨、创新、吃苦耐劳的精神。</p>
---	---------------	------	--	---	--	--

4	毕业顶岗实习	市场营销	<p>具备良好的口头和书面表达能力,进行有效的人际沟通和团队协作;熟练使用网络客服平台进行在线销售和售后服务,独立完成网店装修和详情页设计,使用线上线下技术进行产品和店铺推广运营。</p> <p>自觉践行社会主义核心价值观,成为具有有效沟通协作、团结协作,能独立思考,有创新思维和创业意识的终身学习者。</p>	<p>毕业顶岗实习是实践性教学环节,是专业教育的重要组成部分。通过毕业顶岗实习,使学生具有良好的职业道德素质和行为规范,掌握必需的专业基础知识,了解职业岗位的相关环节;培养具有较强专业操作能力的高素质、高技能、创业型专门人才;提高我院人才培养质量。</p>	<p>学生下载实习管理 APP,提交个人实习申请,把签署好的“三方协议”作为附件上传。指导老师对学生自选实习单位进行合法和诚信状况考察。学生通过 app 签到考勤,撰写实习日报。指导教师密切关注学生实习、生活和心理动态,做好学生的教育和服务工作。实习结束后学生相关资料;指导教师评定学生最终成绩。</p>	<p>通过实习,培养学生爱岗敬业、诚信经营、精益求精等新徽商工匠精神;从企业文化和企业价值观中融入社会主义核心价值观教育;通过对相关法律法规、企业制度和平台规则学习,让学生有法律意识、规则意识和团队协作意识。</p>
---	--------	------	---	--	--	--

5.专业选修模块课程，包括房地产市场营销、汽车市场营销、广告理论与实务、营销心理学。

表 11 专业选修模块课程

序号	课程名称	开设专业	课程目标	主要教学内容	主要教学要求	课程思政育人
1	房地产市场营销	市场营销	通过本课程的教学，使学生掌握房地产市场营销学的基本理论和基本方法，明确房地产营销中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，了解并基本掌握房地产市场营销管理的内容和房地产销售的技巧，并能结合相关案例进行分析、研究；结合相应的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。	1. 市场分析； 2. 市场细分与目标市场选择； 3. 房地产产品决策； 4. 定价策略与技巧； 5. 渠道决策； 6. 房地产促销策略； 7. 房地产市场营销管理与销售技巧	教学中应注重职业情景的设计，以多媒体课件、案例分析、小组活动、第二课堂等丰富多彩的形式，培养和提高学生的整体素质和营销综合职业能力。	本课程培养学生爱岗敬业的精神和强烈的法律意识、与人合作共事和团队精神、竞争意识，以及分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。
2	汽车市场营销	市场营销	本课程以提高学生动手能力为目的，以培养学生了解汽车市场特点、理解汽车营销含义，开展汽车营销活动，掌握汽车营销管理等多种实际工作能力；在基本理论和教学实践的选择上以应用为目的，以“社会需求”为度，	1. 汽车市场与汽车市场营销； 2. 我国汽车市场概述； 3. 汽车营销环境； 4. 汽车市场调查； 5. 汽车用户购买行为分析； 6. 汽车市场细分、目标市场选择和市场定位；	本课程基于项目导向，突出实践能力，开展情景教学，模拟实际环境；突出学生主体，尊重个体差异；注重过程评价，强调全员参与；利用多种资源，强化自主学习。	本课程重点培养学生创新精神和实践能力；培养严谨的科学态度和良好的职业道德，同时养成耐心细致的工作作风和严肃认真的工作态度。

			服从企业需要，突出培养汽车营销一线和管理岗位的针对性和实用性。	7. 汽车 4P 策略		
3	营销心理学	市场营销	通过本课程学习，学生能掌握营销过程中的一般心理现象和心理规律；能用心理学的观点分析、解决市场营销活动中的问题，并采用相应市场营销活动心理对策，形成营销思想和各种技能，并能自如地运用于营销活动中，从而为市场营销活动的开展奠定基础。即有利于满足消费者的需要，又有利于企业提高市场竞争力。	1. 营销心理学理论基础；2. 顾客的购买决策与心理；3. 商品策略心理；4. 商品价格策略心理；5. 广告心理；6. 推销员的心理及策略	本课程教学中，注重“教”与“学”的互动，通过选用典型活动项目，学生按要求进行活动，理论联系实际，培养学生分析与解决问题的能力。	课程可在消费现象与消费观念、个性心理倾向（需要与动机、兴趣与爱好、理想信念）等方面挖掘课程思政元素，帮助学生树立“四个自信”“四个意识”和社会主义核心价值观，懂得新时代中国特色社会主义的“四个全面”。
4	广告理论与实务	市场营销	通过本课程的教学，让学生了解广告设计的理论基础，明确广告策划的程序、原则和方法，掌握广告创意开发的方法和策略，能结合具体的企业和产品进行广告的策划和创意开发，并且能够根据	1. 广告策划的基本理论基础认知；2. 广告策划；3. 广告创意开发；4. 广告策略选择；5. 广告文案撰写	本课程应尽可能多地安排学生进行广告的社会实践，与当地一些企业进行合作，为企业进行广告策划。培养学生参加社会实践的能力。	课程教学联系当下的新媒体现实，尤其是频发的社会危机事件，教育学生要时刻牢记热爱祖国、不忘社会责任，做一个有情怀、有正能量的大学生。

			策划和创意形成完整的广告文案。			
--	--	--	-----------------	--	--	--

（四）课程思政要求

积极响应和构建“思政课程+课程思政”大格局。思想政治理论课，主要帮助市场营销专业学生形成知行合一的学习态度，树立正确的价值观、人生观和世界观，培养学生诚实守信、爱岗敬业的精神。结合高职院校市场营销专业学生特点，强化课程思政与市场营销专业教育融合。强化专业课教师立德树人意识，结合市场营销专业高素质复合型、创新型技术技能人才培养特点，甄选符合社会主义核心价值观、爱国主义、民族团结和“五观两论”、“五史”及中华民族共同体意识等思想政治教育元素，萃取形成关于满足人民对美好生活向往的、培养学生社会认同家国情怀的、厚植市场营销行业价值观思想政治元素，融入每一门专业课程，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。

七、教学进程总体安排

（一）教学进程总体安排

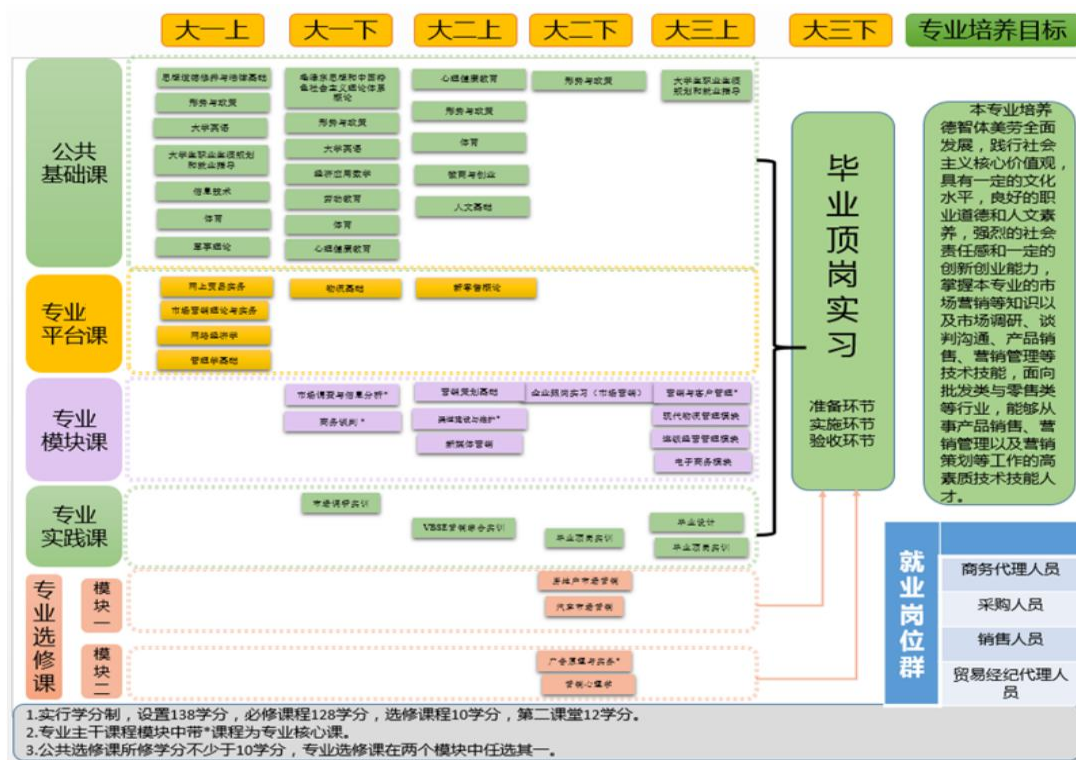
学时安排详见：

附表 1：市场营销专业教学周数表。

附表 2：市场营销专业教学计划安排表。

（二）课程地图

市场营销专业课程地图：



八、实施保障

(一) 师资队伍

生师比应适宜，基本满足本专业教学工作的需要。专业带头人应具有高级职称。“双师型”教师占专业课教师的比例达到 90%以上。专任教师所学专业是市场营销专业或企业管理专业（市场营销方向），且具有研究生学历或学位。其中具有中高级技术职称的应占 70%以上，其中高级技术职称的教师应占 30%以上。兼职教师为具有中高级管理职务，且企业管理专业等大学本科以上学历的企业在岗工作人员，具备良好的职业道德，以学生为本，培养工匠精神，认真执教。专业教学团队组建坚持“专兼结合”原则，教学团队具有较强的专业教学与实践能力。

(二) 教学设施

教学设施主要包括满足本专业课程教学的教室、理实一体化或教学做一体化的专业教室、校内实训室（基地）、校外实训基地和素质教育基地。

1. 校内实训室（基地）

表 12 市场调研实训室

实训室名称	市场调研实训室	面积要求	不小于 120 平方米
序号	核心设备及材料	数量要求	备注
1	硬件设备（电脑等）	不少于 60 台（套）	
2	市场调研软件	不少于 1 件（套）	

表 13 商务谈判实训室

实训室名称	商务谈判实训室	面积要求	不小于 120 平方米
序号	核心设备及材料	数量要求	备注
1	硬件设备（电脑等）	不少于 60 台（套）	
2	商务谈判软件	不少于 1 件（套）	

表 14 营销模拟实训室

实训室名称	营销模拟实训室	面积要求	不小于 120 平方米
序号	核心设备及材料	数量要求	备注
1	硬件设备（电脑等）	不少于 60 台（套）	
2	市场营销模拟软件	不少于 1 件（套）	

表 15 营销策划实训室

实训室名称	营销策划实训室	面积要求	不小于 120 平方米
序号	核心设备及材料	数量要求	备注
1	硬件设备（电脑等）	不少于 60 台（套）	
2	营销策划软件	不少于 1 件（套）	

表 16 VBSE 营销综合实训室

实训室名称	VBSE 营销综合实训室	面积要求	不小于 200 平方米
序号	核心设备及材料	数量要求	备注
1	硬件设备（电脑等）	不少于 60 台（套）	能容纳 100 人
2	VBSE 营销综合实训软件	不少于 1 件（套）	

2.校外实习实训基地

表 17 校外实习实训基地

序号	校外实训基地名称	主要实习实训项目	接纳实习生数
1	安徽邻几便利店有限公司	实习实训、跟岗实习	50
2	艾美仕市场调研咨询（**）有限公司	实习实训、跟岗实习	30
3	**晓庄信息技术服务有限公司	实习实训、跟岗实习	50
4	**宝勋体育用品商贸有限公司	实习实训、跟岗实习	40

5	**麦颂超市有限公司	实习实训、跟岗实习	30
---	------------	-----------	----

3. 信息化教学要求

信息化教学条件包括网络教学软件条件和网络教学硬件条件。软件条件指应满足本专业教学需要的相关软件；网络教学硬件条件指校园网络建设，应确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

4. 其他

校内必须建立能够满足本专业人才培养目标得以实现的实训环境，生均仪器设备值达到 1 万元以上。校外实习实训基地应建立中等规模以上的国内知名企业。实习实训基地应能提供与本专业培养目标相适应的职业岗位，并宜对学生实施轮岗实训。实习实训基地应具备符合学生实训的场所和设施，具备必要的学习及生活条件，并配置专业人员对学生进行实训指导。

（三）教学资源

教学资源主要包括能满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图文资料及教学资源等。

1. 教材选用有关基本要求：依据学校“教材选用制度”，优先从国家和省两级规划教材目录中选用教材。鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业校本教材，鼓励使用新形态教材。

2. 图书配备有关基本要求：生均纸质图书藏量在 100 册以上，其中专业图书不少于 60%，同时适用本专业的相关书籍不应少于 50000 册；与本专业相关的报刊种类不少于 10 种，其中专业期刊不少于 20 种，应有电子阅览室、电子图书。

3. 数字资源配备有关基本要求：

以优质数字化资源建设为载体，以课程为主要表现形式，以素材资源为补充，利用网络学习平台建设共享性教学资源库。资源库建设内容应涵盖学历教育与职业培训。专业教学软件包应包括：试题库、案例库、课件库、专业教学素材库、教学录像库等。通过专业教学网站登载，为网络学习、函授学习、终身学习、学生自主学习提供条件，实现校内、校外资源共享。

（四）教学方法

针对高职学生的学习特点和行业对实操技能的高要求，创新教育教学的形式和方法。依托校内实训室和本地区的校外实习基地，实现课程教学在课堂和实训场所间的快速转换，理论和实践教学的全程交叉。将所学的知识点、所需的能力整合到真实的工作任务及工作过程中，使学生在真实的工作环境下学习，教、学、做相结合，理论学习与生产实践一体化。在反复的练习和实操中提升学生的实践操作能力，培养学生职业技能和综合职业能力，提升课程教学效果，并相应改革课程的考核方法，突出对学生实际技能的考核。

（五）学习评价

教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，坚持学中做、做中学。对学生的学业

考核评价内容兼顾专业基础认知、专业技能、情感等方面，针对不同的学生生源，考虑采用不同的评价标准，评价过程采用多元化的评价方式，如实训或实习现场的观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、“1+X”职业资格鉴定等。加强对理论教学和实践教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

（六）质量管理

（1）教学准备

备课是非常重要的教学环节，是圆满完成课堂教学的基本保证，是影响教学质量的关键环节之一。

①教师备课根据课程标准和课程教学计划安排，深入钻研教材，编写教案和讲稿。

②备课应按教学大纲要求确定教学内容的重点与难点、深度和广度，并根据学生的学习基础将本学科的新成果和发展动态不断充实于教学内容之中。

③根据各章节教材教学内容的具体情况，选用有利于增强教学效果的教学方式和方法，力求做到教学内容与方法的优化组合。

④备课时应根据人力资源管理专业在课程设置、已开课程、相关课程等具体情况，注意本课程与后继课程之间的衔接，处理好本课程与其它课程的关系。

⑤选定与教材匹配的参考书，拟定好为学生布置的思考与练习题及自学内容。

⑥教师上课前必须做好各种教学设备、教具等各项教学准备工作，使教学用具处于完好备用状态。积极采用信息化教学技术。

⑦教研室应坚持集体备课制度，加强集体研究，集思广益，取长补短，共同提高；开展以教学法为主的教学研究工作；随时检查教学进度计划的执行情况。

⑧备课强调教师个人钻研，集体讨论，鼓励教师形成自己的特点和风格。

（2）课堂教学

课堂教学是理论教学的基本形式和中心环节，是提高教学质量的关键。

①授课教师应以高度的责任感，饱满的精神状态，认真对待每一堂课，教书育人，严格要求学生遵守课堂纪律，组织好课堂教学。

②课堂教学应根据课程的目的和任务，对课程标准要求的内容进行科学性、系统性、艺术性讲解。

③准确把握课程教学的重点、难点和深度、广度，讲课内容重点突出，讲透难点，循序渐进，主次分明，详略得当，知识容量密度适宜，基本理论阐述清楚，深入浅出，通俗易懂，理论联系实际。

④在教学方法上，要采用启发式教学，重视对学生能力的培养，注重对学生进行学习方法的指导，积极引导思考问题，尊重学生的创造精神，鼓励学生发表不同见解，以激励学生的积极性和主动性。

⑤教师必须用普通话教学，语言要准确、简练、条理清楚，板书文字符合规范化要求。

⑥重视教学效果的信息反馈，及时在授课中调整讲课的进度与讲授方式，力求使教与学两方面协调沟通，教学相长。

⑦按照课程教学计划的要求严格掌握教学进度。

⑧课堂教学，要求站立讲授。教学场所严禁吸烟。

（3）批改作业

①任课教师在实施教学的过程中应根据作业量要求布置相应的作业。考查课每学期不少于 6 次作业，考试课每学期不少于 4 次作业。

②批改作业要认真、仔细，确保质量。根据作业内容和要求，有全批、选批

等几种方式。

③批改作业要有适当评语，评价学生的作业态度和作业正确率，作为检验学生学习效果的主要依据。

④作业成绩需及时登记，做好作业成绩的记录。

(4) 实训

实训是课堂教学的继续，是对学生进行基本技能训练的主要环节。

①教研室指定经验丰富的教师应根据相关课程标准的要求编写实训大纲，开出规定的实训项目，选定或编写合适的实训教材。

②主讲理论课的教师必须经常了解实训教学情况，主动与实训课教师配合，防止理论与实际脱节。

③实训教师在每次实训前应做好设备的准备工作，确保实训教学正常进行。

④实训教师应向学生清楚阐述操作原理、操作规程以及实训教学要求。实训示范操作熟练、规范，正确掌握时机，确保实训教学的效果和实验安全。

⑤实训过程中应加强检查指导，观察、记录和评定学生操作情况。严格要求学生遵守操作规则，精心使用设备，培养学生严肃的科学态度和严谨的工作作风。

⑥教师对学生的实训报告进行认真批阅，对存在的问题进行及时讲评，建立起完善的实训课程考核体系。

(5) 考核

①所有课程均要进行考核，课程考核类型分为考试和考查两种。

②课程考核要贯穿到课程教学的全过程，考试课分平时考核、期中考核、期末考核三个阶段进行，考查课分平时考核、期末考核两个阶段进行。各阶段成绩比例按照我校学分制成绩管理办法有关规定设定。

③课程期末考核一般采用闭卷考试，也可根据课程特点选择开卷等其他合适的考核方式。各系（部）对采取非闭卷考试考核方式要进行审核，确保考核质量。

④课程的平时考核、期中考核由任课教师自行组织，各系（部）加强指导、管理和督促。课程期末考核的组织管理按我校考试组织与考务管理办法相关规定执行。公共选修课课程考核，按课程所属系（部）进行归口管理，网络公选课课程考核由教务处负责。

⑤考试命题必须以课程标准或教学大纲为依据，试题内容要涵盖教学的主要内容。试题既要注意考核学生对基础知识、基本技能的掌握情况，又要注意考核学生综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力，其中考核学生综合应用能力或专业技能方面试题分值比例要达到卷面总分值的 40%-60%。

⑥试题要求难度适中，区分度好。题型多样，覆盖面广，题量适宜，试题分值分布合理，考试时间一般为 120 分钟。

⑦试卷卷面符合要求，试卷版式按照教务处统一的试卷模版要求制作。卷面要求布局合理，各大题、小题要给出明确的分值，留足答题空白。为便于阅卷，试卷卷面较长的可设计答题纸。

⑧所有考试课程的命题，都必须同时提供 A、B 两套试卷（机试提供 A、B、C 三套试卷），原则上要求两（三）套试卷的覆盖面、难易度、题目量相当，题型一致。两（三）套试卷中内容相同的题目不得超过 20%，同时，同一门课程连续两年内原题的重复率不得超过 30%。

⑨考试课程要根据试卷分析要求进行试卷分析，完成班级成绩分析表、专业成绩分析表和本系（部）学期课程考试总结报告。

(6) 毕业论文（设计）

毕业论文（设计）是教学计划的组成部分，是重要的实践教学环节之一。通过毕业论文（设计）的实践，培养学生严谨求实的科学素养和综合运用所学知识分析、解决实际问题的能力，对学生进行科学研究的基本训练。

①二级学院负责对毕业论文（设计）工作的组织和实施。制订毕业设计（论文）工作计划，成立毕业设计（论文）指导小组，完成选题、确定指导教师、组织答辩、审定论文成绩等组织工作。

②毕业设计（论文）选题应遵循的原则是：符合专业培养目标和教学基本要求；力求理论联系实际，结合课程实践、社会实践中的问题；难度适中，在规定时间内能顺利完成或取得阶段性成果；学生能较全面的运用基本的专业理论知识和技能，在实践过程中培养基本的动手能力，有助于分析、解决问题能力的提高和创新能力的增强。

③指导教师一般应由教学水平高、科研能力较强的具有讲师及其以上职称的教师担任。

④毕业论文答辩及考核成绩评定按学院统一要求执行。

九、毕业要求

（一）毕业要求

1.最低毕业学分：

市场营销专业第一课堂 138 学分（含公共选修课 10 学分），第二课堂素质养成 12 学分；

2.在校期间完成专业认知实习、跟岗实习、顶岗实习及毕业设计（论文），成绩合格，取得相应学分。

3.应修满 10 学分及以上的公共选修课程。

4.应至少取得 1 项职业技能等级证书（1+X 试点项目证书）。

（二）第二课堂活动及学分要求

1.第二课堂活动课程体系

根据构建素质养成、知识传授、能力培养和创新创业教育“四位一体”的教育模式精神，第二课堂活动课程的内容主要涵盖思想政治素养、社会责任担当、创新创业能力、文体素质拓展、工作成长履历五大模块。

（1）“思想政治素养”模块主要记载学生入党、入团情况，学生参加党校、团校、青马工程培训经历，参加主题党团日活动、专题讲座等思想引领类活动经历以及获得的相关荣誉。

（2）“社会责任担当”模块主要记载学生参与践行社会主义核心价值观、支教助残、无偿献血、社区服务、公益环保、赛会服务、三下乡社会实践、西部计划等各类志愿公益和实践活动的经历，以及获得的相关荣誉。

（3）“创新创业能力”模块主要记载参与各级各类学术科技、职业资格证书或职业技能等级证书、创新创业竞赛和活动的经历及获得的相关荣誉，以及发表论文、出版专著、取得专利等情况。

（4）“文体素质拓展”模块主要记载学生参与文艺、体育、人文素养、美育教育等各级各类校园文化活动的经历，以及获得的相关荣誉。

（5）“学生干部履历”模块主要记载在校内党团学（含学生社团）组织的工作任职经历、在校外的社会工作履历，以及获得的相关荣誉。

2.第二课堂活动学分体系

(1) 学生在完成第一课堂学习要求的基础上，至少修满 12 个“第二课堂”学分方可毕业，学分构成为思想政治素养 3 学分、社会责任担当 3 学分、创新创业能力 3 学分及文体素养拓展 3 学分，以上有学分的活动课程模块每个学年完成 1 个学分，分三年完成。

(2) 其中创新创业能力模块学分按照安我校学生创新创业学分认定管理办法执行。

(3) 学生思想素质素养、社会责任担当、文体素养拓展模块的二课活动成绩采用积分换算学分方式计量。同一模块项目每 24 个积分，计相应模块 1 个学分，以此类推，累计积分换算结果；各模块积分独立计量，学生干部履历不设置必修学分，积分可以替代文体素养拓展、社会责任担当或思想政治素养模块，其余模块不交叉替代。

(4) 学生“第二课堂”思想素质素养、社会责任担当、文体素养拓展模块成绩分五级评定：每学年 24 个积分以下的为“不合格”，24-30 个积分的“合格”，31-35 个积分为“中等”，35 个积分以上为“优秀”。

(5) 每学年内因特殊原因未修满“第二课堂”各模块最低限定积分的学生在下一学年开学一周内向二课管理部门提交申请，审核通过后学生可按照“差多少补多少”的原则，补修上学年未完成的第二课堂成绩单学分。

十、附录

附表 1:

市场营销专业教学计划安排

课程性质	课程性质	课程编码	课程名称	总课时	理论课时	实践课时	考试学期	第1学期	第2学期	第3学期	第4学期	第5学期	第6学期	学分	
公共课	公共必修课	A1211001	军事理论	36	36	0		6*6						2	
		A2011001	大学生职业生涯规划与就业指导	16	16	0		4*2					4*2		1
		A2711006	高职英语	112	112	0	2	4*14	4*14						7
		A2911001	形势与政策	32	32	0		2*4	2*4	2*4	2*4				2
		E2811001	体育	92	6	86		2*14	2*16	2*16					5.5
		E2911001	思想道德修养与法律基础	42	30	12	1	3*14							2.5
		A2911002	心理健康教育	16	16	0			2*4	2*4					1
		E2511002	计算机应用基础	56	28	28	2		4*14						3.5
		E2911003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	64	48	16			4*16						4
		A2711017	人文基础	28	14	14				2*14					1.5
		E2011002	大学生创新创业基础	20	16	4				4*5					1
			公共选修课			160	160	0							
	小计			674	514	160		9	14	4				41	
专业课	专业基础	A2112002	经济学基础(56)	56	56	0	1	4*14						3.5	
		E2212006	管理学基础(56)	56	40	16	1	4*14							3.5
	群通用基础	E2112008	市场营销理论与实务(56)	56	40	16	1	4*14							3.5
		E2112025	网上贸易实务(ZJ)	56	28	28	1	4*14							3.5
		E2212028	物流基础	56	40	16	2		4*14						3.5
		E2212029	新零售概论	56	40	16				4*14					3.5
		E2113046	市场调查与信息分析	64	40	24	2		4*16						4
	核心能力模块	E2113062	商务谈判(64)	64	40	24	2		4*16						4
		C2113019	市场调研实训	30	0	30				30*1					2
		E2113102	营销策划基础(60)	60	30	30	3			4*15					3.5
		E2113144	渠道建设与维护(60)	60	30	30	3			4*15					3.5
		E2113185	新媒体营销(60)	60	30	30	3			4*15					3.5
		C2113018	企业顶岗实习(市场营销)	480	0	480						24*20			20
		E2113186	营销与客户管理(40)	40	20	20						4*10			2.5
		关联能力模块		现代物流管理模块	80	40	40							4*10-4*10	
			连锁经营管理模块	80	40	40							4*10-4*10		5
			电子商务模块	80	40	40							4*10-4*10		5
	专业选修模块	E2123116	广告原理与实务(ZX)	40	20	20							4*10		2.5
		E2123121	企业经营与管理(ZX)	40	20	20							4*10		2.5
	专业选修模块	E2123114	汽车市场营销(ZX)	40	20	20							4*10		2.5
E2123115		房地产市场营销(ZX)	40	20	20							4*10		2.5	
专业实践课	C2113048	VBSE营销综合实训	30	0	30					1周				2	
	C2113012	经贸系毕业顶岗实习	432	0	432							8周	10周	18	
	C2113013	经贸系毕业设计	192	0	192								8周	8	
	小计			1928	474	1454		16	12	16	24	20		97	
	合计			2602	988	1614		25	26	20	24	20		138	

附表 2:

教学周数表（学年上）

年学	学期	入学教育及军训	教学安排			课程考试与技能测试	毕业教育	法定节假日	合计
			课堂教学及实习实训	顶岗实习	毕业设计（论文）				
一	1	3	15			1		1	20
	2		18			1		1	20
二	3		18			1		1	20
	4			18		1		1	20
三	5		10	8+6*		1		1	20
	6			10	8		1	1	20
合计		3	79	18	8	5	1	6	120

注：“6*”表示另加寒假实习 6 周，不计入总学时。

教学周数表（学年下）

年学	学期	入学教育及军训	教学安排			课程考试与技能测试	毕业教育	法定节假日	合计
			课堂教学及实习实训	顶岗实习	毕业设计（论文）				
一	1	3	15			1		1	20
	2		18			1		1	20
二	3			18		1		1	20
	4		18			1		1	20
三	5		10	8+6*		1		1	20
	6			10	8		1	1	20
合计		3	79	18	8	5	1	6	120

注：“6*”表示另加寒假实习 6 周，不计入总学时。