

# 山西运城农业职业技术学院

## 专业人才培养方案

系（部）： 经贸管理系

专业名称： 市场营销

专业代码： 530605

专业负责人： 冯田

二〇二二年四月

# 目 录

一、专业名称（专业代码） .....	1
二、入学要求 .....	1
三、修业年限 .....	1
四、职业面向 .....	1
五、培养目标 .....	2
六、培养规格 .....	2
（一）素质 .....	2
（二）知识 .....	3
（三）能力 .....	4
七、课程设置及要求 .....	4
（一）高职思政课要求 .....	4
（二）课程思政要求 .....	5
（三）课程设置 .....	7
（四）课程体系结构 .....	24
八、教学进程总体安排 .....	25
（一）学时安排基本要求 .....	25
（二）教学进程表见课程设置与教学时间安排表 .....	25
（三）教学课时结构分析表 .....	25
（四）本专业学时实际安排说明 .....	28
九、实施保障 .....	29
（一）师资队伍 .....	29

(二) 教学设施 .....	32
(三) 教学资源保障 .....	32
(四) 教学方法 .....	33
(五) 教学评价 .....	34
(六) 质量管理 .....	47
十、毕业要求 .....	47
十一、主要接续专业 .....	47
十二、编制依据 .....	47
十三、编制单位与人员 .....	48
十四、附件 .....	49
(一) 市场营销专业人才需求调研报告 .....	50
(二) 成立市场营销专业专业建设指导委员会 .....	59
(三) 市场营销专业人才培养方案修订总结报告 .....	42
(四) 学分认定和转换实施办法（试行） .....	64
(五) 市场营销专业人才培养方案审核表 .....	72
(六) 教学进程变更审批表 .....	73

# 山西运城农业职业技术学院

## 市场营销专业人才培养方案

### 一、专业名称（专业代码）

专业名称：市场营销

专业代码：530605

### 二、入学要求

符合山西省普通高校招生报名条件的应、往届普通高中毕业生、中职（含中专、技工学校、职业高中）毕业生等。

### 三、修业年限

学 制：3 年

学 历：专科

### 四、职业面向

本专业毕业生主要面向市场营销行业和中小微企业等，从事产品推销、营销策划、客户接待、商品销售、库存管理、公关等工作。学生可考取珠算证、市场营销员、助理物流师、会计证、办公软件等相关证书。具体的专业职业能力一览表见表 1。

表 1 本专业职业面向

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）	主要岗位群或技术领域举例
社会生产服务和生活服务人员大类（41）	批发与零售服务人员（5101）	商务服务业（72）；批发业、零售业（51、52）；互联网和相关服务（64）；	营销员（4-01-02-01） 电子商务师（4-01-02-01） 农产品经纪人（4-01-03-01） 农产品购销员（4-01-05-01）	市场调研、营销策划、推销人员、网上销售

## 五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备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的能力，掌握市场营销等知识和技术技能，能够从事市场营销行业的高素质技术技能人才。

## 六、培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

### （一）素质

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。

## (二) 知识

1.掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

2.了解经济学、管理学和现代市场营销学的基础知识和基本方法。

3.掌握市场营销的定性、定量分析方法。

4.具有较强的语言文字表达、人际沟通、组织协调与领导的基本能力。

5.熟悉我国有关市场营销管理政策与法规，了解国际市场营

销的惯例和规则。

6.具有较强的网络运用能力，能适应营销电子化（电子商务）、网络营销的要求。

7.了解本学科理论前沿与发展动态。

8.具有独立获取知识、信息和创新的基本能力。

### （三）能力

1.具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

2.良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

3.具备市场推广能力。

4.能够拟订各种促销方案，组织实施并对实施效果进行评估。

5.熟悉商务谈判技术、能够进行各种公共关系活动的策划与组织。

6.能够制定企业经营策略和竞争策略。

7.能够独立进行市场调查、分析及预测。

8.能够熟练运用互联网在农产品营销中发挥作用。

9.具有运用计算机处理营销统计信息的能力。

## 七、课程设置及要求

### （一）高职思政课要求

根据中央和教育部的要求，我院开设“思想政治理论课”必修课程为“思想道德与法治”“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”，围绕“四史教育”开设选择性必修课程，同时根据学生实际需求，开设健康与安全教育、中华优秀传统文化等系列选修课程。

思政课的设置旨在用马克思主义科学理论铸魂育人，以增强学生的使命担当为核心，引导学生系统掌握马克思主义基本原理和马克思主义中国化理论成果，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想，培养运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、培养奋斗精神，提升学生综合素质，为中国特色社会主义事业培养更多全面发展的合格建设者和可靠接班人。

## （二）课程思政要求

### 1. 高职文化课程思政要求

体育与健康课要把思政教育工作贯穿于体育教学的各个环节和方面，弘扬社会主义核心价值观，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观。通过名人、名言、经典比赛案例厚植学生的爱国主义情怀，培养学生敢于拼搏，团结协作，吃苦耐劳，勇于担当的精神。

大学语文将立足新时代，坚持立德树人的根本任务，以传承中华优秀传统文化为课程核心，开展爱国主义、集体主义、社会

公德教育,培养高尚的道德情操,弘扬反身修己的精神,注重人格美的培养,不断增强学生的文化自信。通过对各类文学作品的审美感悟,潜移默化地充实精神世界,在审美性、人文性、思维情操方面得到陶冶。

高职英语课程思政教育任务:通过语言文化的认知学习,能够理解、尊重世界多元文化,拓宽国际视野,增强国家认同感,坚定文化自信,树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识。培养学生正确的世界观、价值观、人生观,使新时代大学生不崇洋媚外,有正确的价值取向,在日常生活和职场中能够有效进行跨文化交际,将中华优秀传统文化及优秀的职业技术用英语传递给世界。

中华优秀传统文化课程应将中国传统文化精髓融入学生心中,弘扬社会主义核心价值观,传播正能量,培养学生“天下兴亡,匹夫有责”的家国情怀,激发学生的国家认同感、民族自豪感与历史使命感,帮助学生树立文化自信,提高人文素养,促成学生思想境界的升华和健全人格塑造。

美育教育课程应弘扬社会主义核心价值观,帮助学生树立正确的审美观,培养学生高尚、健康的审美理想和审美情趣,让学生在审美欣赏和审美创造中陶冶情操、完善人格。

心理与健康教育关注学生心理健康品质的培养,立足学生

的自我成长和人生发展，培养学生的综合素养与能力，促进学生在成长过程中学会选择，主动适应变化，厚植浓浓的爱国情怀，培育社会主义核心价值观，增强民族自豪感，自信心，为社会做出贡献，实现自我价值。

劳动教育课坚持立德树人，强化劳动教育与乡村振兴战略、职业素质培养、创新创业能力提升的联系，引导学生在家国情怀、使命担当和价值规范等方面的正确认知，将社会主义核心价值观融入血脉，培养学生树立正确的劳动价值观。

## 2. 高职专业课思政要求

思想政治教育与市场营销专业相结合，是提高实效性的有效途径，提倡按照学生实际出发，精心安排，设计好教学内容。比如，教师在市场营销专业讲授职业道德这一内容时，就可要求学生模拟一个营销人员对产品进行营销。在此期间，教师需要了解营销学的基础知识，同时更侧重在职业道德方面的讲述与分析，从学生模拟的过程中有针对性地截取片段，并与其他熟知的市场营销的典型案例和学生共同探讨，爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众和贡献社会这五项重要的职业道德。

### （三）课程设置

#### 1. 公共基础课程

##### （1）公共基础必修课程设置

公共基础必修课程开设了思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、体育与健康、大学语文、高职英语、形势与政策、心理与健康教育、军事课、计算机应用基础。

## (2) 公共基础课程教学内容和教学要求

公共基础必修课程教学内容和教学要求详见表 2。

表 2 公共基础必修课程教学内容和要求

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
100001	体育与健康	以身体练习为主要手段，主要讲授体育基本理论、营养保健卫生、球类、田径、体操、武术、休闲运动等内容，使学生掌握正确的体育锻炼基本原则和方法，并帮助学生通过体育活动改善心理状态，克服心理障碍，健全人格，在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉。	授课内容理论与实践紧密结合，培养学生牢固树立“健康第一”、“终身体育锻炼”的健身思想理念，掌握 1-2 项有效的健身方法，掌握体育锻炼的基本知识、基本技能和基本技巧。	96
100004	大学语文	以中国文学史的发展顺序和文学体裁的分类为主线，讲授古今中外的诗歌、散文、小说、戏剧等文学作品，提高学生的语文水平、鉴赏能力、审美能力和人文精神。使学生学会分析文学作品，掌握汉语基础知识，具备良好的写作能力和口语表达水平。	通过学习，使学生了解基础语文知识和文学常识，熟悉不同文体的特点；掌握文学鉴赏基本方法，能够欣赏古今中外的佳作名篇；具有一定的听、说、读、写能力；会规范地书写应用文。	64
100005	高职英语	通过职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善四个体系讲授英语语言基础知识（包括英语基本词汇和语法知识）、培养基本文化素养、提升英语语言综合实践能力，构建学生英语学科核心素养。满足学生在职场和生活场景中对英语语言和文化的需求，并能满足学生进入本科院校继续学习的基本要求。	授课内容突出交际和应用能力，着重培养学生通过英语获取信息、运用信息的能力；涉外交际的能力；以及职场和生活中可能涉及的英语语言的写作能力。	128
200001	思想道德与	主要讲授马克思主义的人生	授课内容既要突出鲜明的	54

	法治	观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点，注重加强对学生的职业道德教育	政治性、思想性，也要突出理论性、知识性，还必须关照现实，具有强烈的实用性与实践性，旨在培养和提高新时期大学生思想道德素质和法律素质。	
200002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果，帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。	通过课程学习，从整体上把握马克思主义中国化的理论成果的科学内涵、理论体系，特别是中国特色社会主义理论体系的基本观点，增强中国特色社会主义的自觉自信。树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，增强分析问题、解决问题的能力。不断提高理论思维能力，以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境。	64
200004	形势与政策	主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。与其他思政课程协同开展实践教学。	通过学习新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践。了解党的理论创新最新成果。正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。具体要求为： 1. 理解党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设以及贯穿其中的制度建设的新举措新成效； 2. 明白党中央关于经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的新决策新部署； 3. 正确认识坚持“一国两制”、推进祖国统一的新进展新局面； 4. 理解中国坚持和平发展	40

			道路、推动构建人类命运共同体的新理念新贡献。	
500001	计算机应用基础	使学生了解 Office2007 办公软件的基本知识和功能，熟练掌握 Word、Excel、PowerPoint 等软件的操作。	通过完成项目或者任务，让学生在实践中学习办公软件的相关功能，培养学生处理办公文案的能力。	128
300001	心理与健康教育	本课程从大学生健康成长的需求入手，主要讲述四个模块：1. 心理健康漫谈；2. 做情绪的主人；3. 和谐人际关系；4. 回归理性爱情。	通过课程学习使学生理解健康的涵义，学会通过自助或他助的方式来维护自身的心理健康；善于管理情绪，应对压力，培养正确的认知，做自己情绪的主人；认识交往的重要作用，运用人际关系的效应，学会交往，走进幸福；学习寻找甄别真爱，让爱情更为持久，让每个人的心理都充满阳光。	32
300002	劳动教育	<p>本课程围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面，重点讲授新时代劳动价值导向、新时代劳动精神面貌和新时代劳动素养，让学生在“耕”中接受劳动教育，培养劳动精神、开阔眼界视野、增强社会责任感；在“读”中强化中华传统文化与农耕文化学习，丰富人文底蕴、提升农耕技能、涵育道德品行。</p> <p>将劳动教育与学生的个人生活、校园生活和社会生活有机结合起来开展劳动实践，利用我院实习农场，围绕农耕文化，开展劳动体验，提高劳动能力，深化对劳动价值的理解。</p>	<p>通过课程学习与劳动实践，让学生从整体上把握新时代劳动的内涵；树立正确的劳动价值观，爱上劳动、爱上学习、掌握更多的农耕技能、学以致用。</p> <p>让学生亲身参与到劳动，并切身体会到劳动的辛苦和劳动成果给自己带来的成就感、收获感、喜悦感，树立正确的劳动教育理念，培养吃苦耐劳的良好品质。</p>	32
30003	军事理论	本课程围绕中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等内容，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，正确把握和认识国家安全的内涵，理解我国总体国家安全观，了解军事思想的内涵和形成与发展历程，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容；了解战争内涵、特点、发展历	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，增强学生忧患意识，梳理科学的战争观和方法论，为国防科研奠定人才基础。	32

		程，理解新军事革命的内涵和发展演变，了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响		
--	--	---	--	--

## 2.公共选修课程

### (1) 公共选修课程的设置

公共选修课程开设了中华优秀传统文化、安全教育、美育教育、劳动教育、四史教育。

### (2) 公共选修课程教学内容和教学要求

公共选修课程教学内容和教学要求详见表3。

表3 公共选修课程教学内容和要求

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
100006	中华优秀传统文化	主要讲授传统文化思想、文学、建筑、音乐、书画、饮食等方面内容。通过传统文化的学习与熏陶,弘扬爱国主义思想,使学生认同民族精神,增强民族自信心、自豪感和凝聚力。	1.了解中华民族优秀文化的基本内容,掌握传统文化的主要特征和根本精神; 2、培养学生对民族文化的崇敬之情,坚定理想信念,厚植爱国主义情怀。3、为后续专业学习和职业需求提供支撑。	32
100007	美育教育	本课程以美学知识和人类各种审美活动为理论基础和探讨对象,让学生感受美的构成元素,形成正确的审美观。内容包括审美学科、审美门户、审美意识、自然审美、艺术审美、科技审美、社会审美等。	使学生了解基本的美学理论知识,掌握并传承美的精神;提高学生观察美、感受美、创造美的能力;培养学生对美好事物以及祖国山河的热爱之情。	32
200003	安全教育	本课程以总体国家安全观为统领,介绍我国新时代国家安全的形势与特点,总体国家安全观的基本内涵、重大意义以及相关法律法规。全面学习政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。	重点围绕理解中华民族命运与国家关系,践行总体国家安全观。学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质,理解中国特色国家安全体系,树立国家安全底线思维,将国家安全意识转化为自觉行动,强化责任担当。	16

200007	四史教育	本课程以党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史为主要内容。	通过学习本课程，引导青少年群体增强民族自尊心、自信心和自豪感，树立正确的世界观、人生观、价值观，激发起大学生心中的红色力量，提高“四史”教育对青少年的感召力。	16
--------	------	---------------------------------	---	----

### 3.专业（技能）课程

本专业课程设置遵循“专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习”对接的原则和《职业院校国家专业教学标准体系》，以市场营销行业调研报告为基础，以市场营销岗位职业能力为根本，分析了典型工作任务，提炼了市场营销岗位职业能力，同时还考虑到与应用型本科的衔接，详细规划，周密构建本专业课程体系。

本专业的课程体系以岗位职业能力为根本，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。同时，积极参与实施 1+X 证书制度试点，将职业技能等级标准及要求有机融入专业课程教学，进一步优化专业课程设置。详见表 4。

表 4 岗位职业能力分析与课程体系构建一览表

序号	专业（技能） 课程设置	职业岗位				备注
		营销员、电子商务师、农产品经纪人、农产品购销员				
		典型工作任务				
		产品营销	网络营销	农产品营销	农产品购销	
		对应的岗位职业能力				
		1.调查了解市场信息，分析、预测、开发市场，寻找潜在客户； 2.进行客户洽谈、产品介绍； 3.提供售前、售中、售后服务； 4.办理商品的交付、发运； 5.处理商品销售过程中的纠纷； 6.签订销售合同； 7.维护客户关系。	1.运用互联网的相关工具和技术，进行企业产品网络推广； 2.运用相关工具和技术，进行企业商务网站编辑、装修及内容维护； 3.进行企业商务网站网上交易及运营管理； 4.分析企业业务需求，规划设计商务网站。	1.进行农产品市场信息采集、分析、咨询及信息传递； 2.维护客户关系，与客户谈判并签订购销合同； 4.鉴别、评定农产品登记； 5.代理储藏、运输农产品； 6.核算、结算贷款和佣金；	1.批量收购农产品，并进行分级包装等初加工； 2.运输、保鲜储藏农产品； 3.批量销售农产品； 4.建立购销台账、整理交易信息。	
1	营销员	√	√			
2	电子商务师	√	√			
3	农产品经纪人	√		√	√	
4	农产品购销员	√		√	√	

## (1) 专业（技能）课程设置

专业基础课程：政治经济学、会计基本技能、经济学基础、经济法、管理学；

专业核心课程：商品学、市场营销、营销统计、商务谈判、公共关系、营销心理学、电子商务、广告学、农产品营销、客户管理；

专业选修课程：应用文写作、职业发展与就业指导、创新创业教育、ERP 沙盘、新媒体营销、职场礼仪、物流管理等课程。

## (2) 专业基础课程和专业核心课程教学内容和教学要求

专业基础课程和专业核心课程教学内容和教学要求见表 5。

表 5 专业基础课程、专业核心课程教学内容和要求一览表

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
513101	政治经济学	包含政治经济学、西方经济学两部分。政治经济学包含社会主义部分和资本主义部分。西方经济学包含微观经济学和宏观经济学两部分。	通过学习本课程，使学生理解马克思主义政治经济学的基本理论和基本方法，认清资本主义制度的本质，掌握社会主义社会的经济运动规律，能够探讨我国社会主义初级阶段社会生产力的发展趋势和要求。	64
513102	会计基本技能	了解珠算文化，掌握会计数字的规范书写要求，点钞技能，小键盘的熟练操作，会计档案的整理与归档等，为今后从事财务工作奠定良好的基础。	通过学习本课程，使学生理解会计数字书写与订正、珠算的基础知识、四则运算的基本原理、算法，掌握相关的脑算方法、票币常识、点钞技术的基本要求和基本方法，能够从事会计核算和会计事务管理工作，培养学生具备珠算、点钞等的基本能力。	64

513103	经济学基础	包含政治经济学、西方经济学两部分。政治经济学包含社会主义部分和资本主义部分。西方经济学包含微观经济学和宏观经济学两部分。	通过学习本课程，使学生理解经济学原理的总体内容、主要结论和应用条件，掌握经济学原理的基本理论，能够科学的加以借鉴和应用，培养学生分析和解决我国社会主义市场经济问题的能力。	64
513104	经济法	学习经济法基础理论、合伙企业法、合同法、公司法、担保法、反不正当竞争法、仲裁与审判等	通过学习本课程，使学生理解企业法、公司法、合同法、税法、金融法、仲裁、诉讼、行政复议等知识，掌握我国主要的经济法规，能够树立经济法律意识，培养运用法律手段保护消费者和企业合法权益的能力。	64
513105	管理学	管理理论的发展、管理四大职能的功能及管理决策。要求学生能制定出科学的决策、计划，设计简单的组织结构图及在不同情境下选择适合的领导方式。	通过学习本课程，使学生理解管理学的基本原理、职能、方法，掌握管理学中计划、组织、领导、控制、决策的实务操作技能，能够将所学知识运用于管理实践中，培养学生管理企业的能力。	64
513201	商品学	本课程主要学习商品认知、商品管理、商品监督及商品消费四大模块的理论知识，同时结合大量的相关商品案例和技能训练深入理解该课程。	通过学习本课程，使学生较系统的获得商品使用价值的基本知识，学会评价任何商品的质量。同时从理论上掌握研究商品价值的方法和途径。	64
513202	市场营销	讲授市场营销观念及核心概念，目标市场营销，市场营销组合策略，提高营销管理的知识与技能，为以后学习相关的专业知识打下扎实的基础，并能为今后参与实际管理工作提供必要的知识支撑。	通过学习本课程，使学生理解市场营销的基本原理及市场营销管理过程，掌握市场营销的基本原理和技能，能够根据企业的实际情况，制定有效的营销策略，培养学生市场营销的意识及学生的职业能力。	64
513203	营销统计	在统计原理的基础上，加深对农业及农村经济的了解，强化研究和分析农业经济现象的理论和方法	通过学习本课程，使学生理解统计调查和统计资料整理、综合指标、统计指数与因素分析，掌握时间数列、抽样调查、相关分析与回归分析、统计方法在营销实践中的运用，能够将市场营销实践中常用的统计方法和市场营销人员所必需的统计理论知识	64

			与应掌握的统计指标融为一体，培养能够进行实际调查和统计的能力。	
513204	商务谈判	主要讲授商务谈判的基本原则，谈判组的构成与原理，商务谈判的准备与开局、报价与议价、收尾与签约、策略与技巧及各国商人的谈判特点。	使学生理解商务谈判的基础知识、技巧与理论，掌握商务谈判的程序与内容；并通过案例教学 and 实际训练，使学生具备一定的谈判能力，能够在实践中运用这些理论与技巧进行商务谈判，培养学生具备谈判者应具备的基本素质和能力。	64
513205	公共关系	本课程主要学习公共关系职能；公共关系工作机构组成要素；公关调研的原则、调研的基本程序各种调查方法、撰写调查报告与评估报告的方法。	通过学习本课程，使学生理解公关的基本概念、原则、职能、目标及广告的相关知识，掌握公共关系的基本理论，能够辨别公共关系主要专题活动的类型、特点，培养学生公共策划、调研和执行的能力。	64
513206	营销心理学	顾客的个性心理、角色心理、群体消费心理、营销场景与顾客心理、广告与顾客心理、营销人员心理、营销人员管理心理	通过学习本课程，使学生理解顾客的群体心理、个体心理，掌握人员推销、服务、销售方式、商品等状况的不同对顾客心理的影响，能够分析顾客心理的变化规律及当代消费需求规律和消费方式多样化、个性化的趋势，培养学生运用所学的知识解决实际问题的能力。	64
513207	电子商务	能够熟练使用电子商务所涉及的B2B、B2C、C2C、O2O等模块的软件能独立熟练操作，能够独立建立网店，掌握电子交易的前后台一般操作流程。	通过学习本课程，使学生理解电子商务概念、模型、体系结构、实现技术及其应用等多方面知识，掌握电子商务的基本理论、基本原理及其运作与管理，识别电子商务为企业带来的竞争优势、机会，识别企业实施电子商务中遇到的问题和可能的风险。	64
513208	广告学	本课程主要学习广告的调查、策划、创意、策略、制作以及广告效果等相关知识，同时结合大量的广告案例深入理解该课程。	使学生理解广告调查与分析、决策与计划、广告费用预算，掌握电视广告策划、广播广告策划、报纸广告策划、推销广告策划、电脑广告策划内容，能够进行广告宣传活动策划和现代广告	64

			的宣传与实施，培养具有独立开展广告策划与制作以及在电脑上制作平面广告的能力。	
513209	农产品营销	本课程主要学习农产品的品牌塑造和开发，农产品市场需求调查的手段和方法，农产品企业的营销战略方案，及农产品目标市场和市场定位。	通过学习本课程，使学生了解农产品的品牌塑造和开发，掌握农产品市场需求调查的手段和方法，能够制定农产品企业的营销战略方案，能够确定农产品目标市场和进行市场定位，培养学生市场开发能力。	64
513210	客户管理	本课程主要学习客户分类标准与分类方法，明确客户关系定位，制定客户关系策略思想；学习客户的开发计划的制定方法、策略以及评估客户商业价值的定律。	通过学习本课程，使学生掌握客户资料的收集、管理，以及对不同客户进行分类定位，进而制定出相应的策略和方案，来进行客户的开发和管理等。	64

### (3) 专业选修课程学习内容和学习要求

专业选修课程学习内容和学习要求详见表 6。

表 6 专业选修课程一览表

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
100009	应用文写作	主要讲授各类常用应用文书的写作理论知识及写作技巧，包括大学生通用文书、党政公文、常用工作文书等十余种应用文。	注重理论与实践相结合，加强学生写作思维的训练和培养，通过学习，使学生能写出格式规范、观点明确、表达清楚、内容充实、结构合理、语言得体、标点正确的各类常用应用文书，为后续的专业学习和职业需要提供支撑。	32
200005	创新创业教育	本课程旨在引导学生通过本课程的教学，认识创新思维的价值、创业的特性，了解创业的基本知识、环境趋势与政策法规，掌握创新创业基理论与技法，探索创业初期的管理。激发学生创新创业意识，提高学生创新创业实践能力，培养学生的企业家精神，促进学生创业、就业的双向发展。	使学生掌握创新创业的基本能力，获得创新技法的能力、运用创新精神和实践能力、认识创新创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识、分析创业者、创业机会、创业资源和创业项目，掌握能够开展创新创业活动所需要的基本知识、创新技法，能自主进行创新创业实践，产生终身学习的愿望和能力。	32
200006	职业发展与就业指导	该课程以职业生涯规划为切入点引导学生正确的进行职业规划与创业规划。课程既强调职业在人生发展中的重要地位，又深入结合“大众创业、万众创新”的要求，融合了创新创业导论课程中关于创新创业活动应掌握的基本技能方法与政策法规，让学生从创新的视角来关注自身的全面发展和终身发展。	通过该课程的学习，激发大学生自主择业与创业意识，树立正确的创业就业观，了解市场经济条件下商业社会运行的基本原理和规则。促使大学生理性地规划未来，并在正确的生涯规划指导下自觉提高创业就业能力，为后续专业课程和创业就业课程学习打下坚实的基础。	32
513301	ERP 沙盘	本课程主要内容包括团队组建与企业调研、模拟经营规则、经营流程与初始年运营等，使学生在实践中成长，学会经营分析与评价。	本课程可以强化学生的管理知识、训练管理技能、全面提高学生的综合素质。沙盘模拟教学融理论与实践于一体、集角色扮演与岗位体验于一身，可以使学员在参与、体验中完成从知识到技能的转化。	64

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
513302	新媒体营销	使学生了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理，熟练掌握门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网上论坛营销、微博营销、微信营销和手机媒体营销等新媒体营销技巧。	通过学习，要求学生能够根据不同的内容采取不同的新媒体进行营销。	64
513303	职场礼仪	使学生理解职业礼仪与现代礼仪的区别，掌握人际交往的技巧和沟通艺术，能够顺应社会发展对现代从业人员的迫切需要，培养学生适应社会伦理修养、文化修养、艺术修养的能力。	了解礼仪的内涵和原则；规范得体的着装礼仪技巧，塑造出良好的个人形象和职业形象；熟练运用日常礼貌语言和各种场合中的礼宾次序	32
513304	物流管理	通过学习本课程，使学生理解现代物流的基本理论和知识，掌握物流的基本功能、物流模式、物流管理供应链管理、供应链管理等内容，能够熟练掌握现代物流的全过程及各环节的操作，培养学生从事物流工作的能力。	通过学习，要求学生掌握一定的物流环节常识及技能，能够将其应用于日常物流及快递中。	64

## 4. 实习实训

实习实训包括认知实习和顶岗实习两部分。具体内容和要求见表 7、8 所示。

表 7 认知实习内容与要求一览表

内容	要求	课时
认识实习是教学计划的重要部分,它是培养学生的实践等解决实际问题的第二课堂,它是专业知识培养的摇篮,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。	了解市场营销专业相关行业的发展现状及趋势;通过接触实际生产过程,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;巩固和加深理解在课堂所学的理论知识。	26

表 8 顶岗实习内容与要求一览表

内容	要求	课时
培养学生市场营销专业知识的综合应用能力和上岗能力。	了解市场营销专业相关行业的发展现状及趋势;了解公司的营运方式、项目的来源、项目的分工、如何进行项目管理等;了解企事业单位的工作模式及市场人才需求岗位,促进以后自身的学习和发展;培养与人的沟通能力和合作交流能力。	480

## 5. 其它课程

其它课程包括入学教育、军事理论与军训、毕业教育等内容。具体学习要求见表 9。

表 9 其它课程说明表

序号	课程内容	学习要求	学分
1	入学教育	根据当前大学新生入学教育的需要,力求引导大学新生正确认识大学,适应大学生活,实现角色转换,养成良好的行为习惯,树立学习目标,为顺利完成大学学业奠定坚实的基础。	1
2	军事训练	采取多种军事训练方式,让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能,训练时间 2—3 周,实际训练时间不得少于 14 天 112 学时,内容可包括共同条令教育于训练、涉及与战术训练、防卫技能与战时防护训练等。	2

3	毕业教育	<p>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，对毕业生进行比较全面的择业指导。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 请优秀毕业生做报告、讲座，介绍他们的成才之路，对毕业生思想进行有益的启迪；</li> <li>2. 请企业领导作报告，介绍企业对毕业生的基本要求；</li> <li>3. 请政府有关人员或专家介绍国内外就业情况，分析有关专业知识特点，讲解相关行业概况、发展潜力和对从业人员的要求等；</li> <li>4. 举行就业模拟试验、择业面试技巧、修饰仪表仪容以及填写有关表格的讲座等；</li> <li>5. 对毕业生就业进行指导和咨询服务。</li> </ol>	1
---	------	--	---

## (四) 课程体系结构

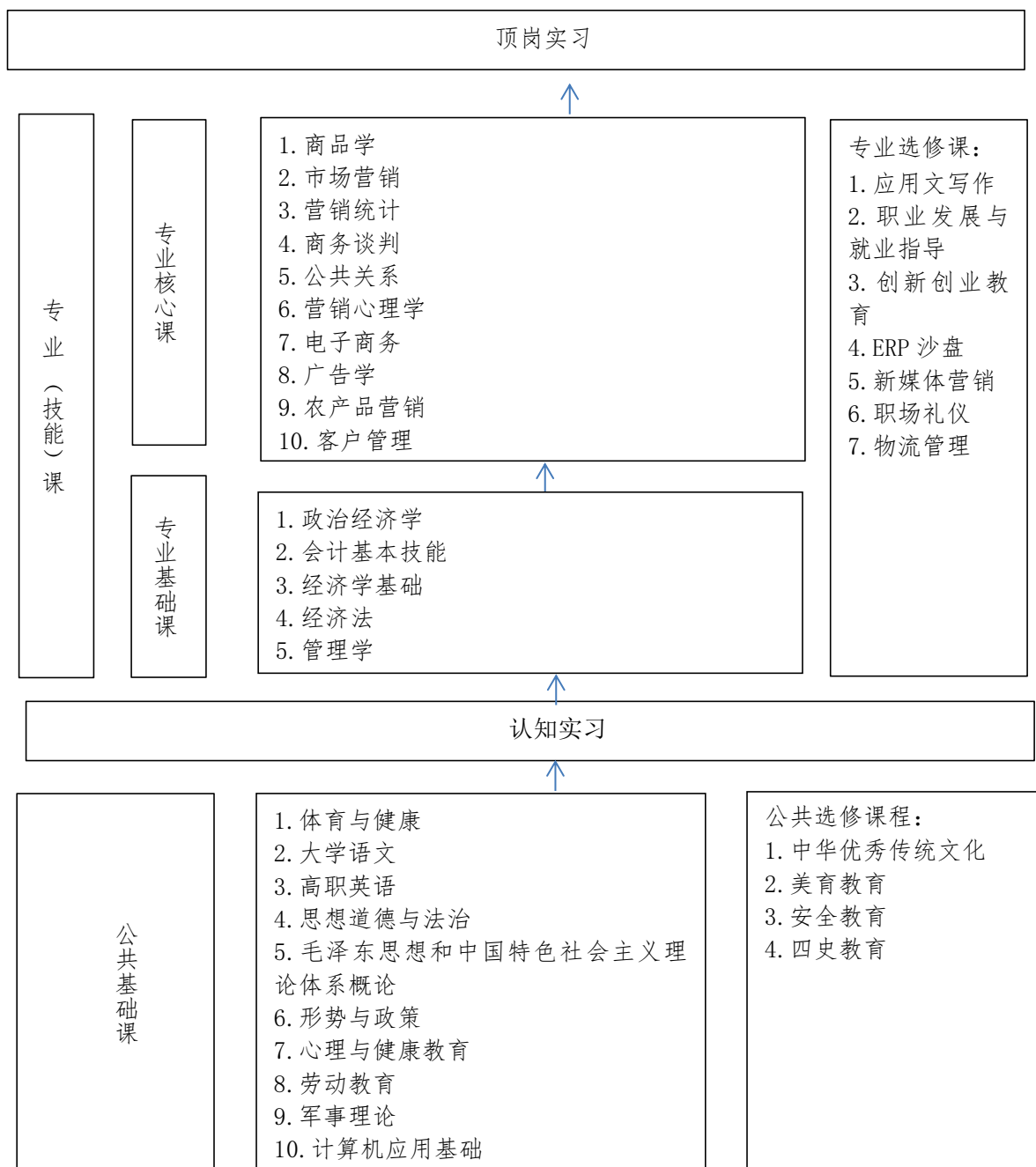


图 1 专业课程体系结构图

## 八、教学进程总体安排

(一) 学时安排基本要求 (表 10)。

(二) 教学进程表见课程设置与教学时间安排表 (表 11)。

(三) 教学课时结构分析表 (表 12)。

表 10 教学活动时间分配总表

单位：周

学 年	一		二		三		合 计
	1	2	3	4	5	6	
入学教育	0.5						0.5
军 训	2						2
理论教学	16	16	16	16	16		80
考 试	1	1	1	1	1		5
实习实训	0.5	2	3	2	3	17	27.5
公益劳动	0	1	0	1	0	1	3
毕业教育						1	1
毕业考试						1	1
学期周数	20	20	20	20	20	20	120
假 期	12		12		12		36
学年周数	52		52		52		156

表 11 市场营销专业课程设置与教学时间安排表

课程类别	课程代码	课程名称	总学时	理论学时	实践学时	开课学期和学期周数						学分	
						1	2	3	4	5	6		
						16	16	16	16	16	16		
公共基础课程	100001	体育与健康	96	12	84	2	2	2				6	
	100004	大学语文	64	64	0	2	2					4	
	100005	高职英语	128	128	0	4	4					8	
	200001	思想道德与法治	54	45	9	2	2					3	
	200002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	64	46	18			2	2			4	
	200004	形势与政策	40	30	10	每学期4个讲座						1	
	300001	心理与健康教育	32	20	12	每学期4个讲座						2	
	300002	劳动教育课	16	8	8	每学期2个讲座, 1次劳动实践教学						2	
	300003	军事理论	36	36	0	以专题讲座形式进行						2	
	500001	计算机应用基础	128	64	64	4	4					8	
	小 计			658	453	205							
	公共选修课	100006	中华优秀传统文化	32	32	0	2						2
		100007	美育教育	32	32	0		2					2
		200003	安全教育	16	8	8	每学期2个讲座						1
		200007	四史教育	16	12	4	每学期2个讲座						1
		小 计			96	84	12						
	专业技能课程	513101	政治经济学	64	32	32	4						4
		513102	会计基本技能	64	32	32	4						4
		513103	经济学基础	64	32	32		4					4
513104		经济法	64	32	32		4					4	
513105		管理学	64	32	32			4				4	
小 计			320	160	160								
513201		商品学	64	32	32			4				4	
513202		市场营销	64	32	32			4				4	
513203		营销统计	64	32	32				4			4	
513204		商务谈判	64	32	32				4			4	
513205		公共关系	64	32	32			4				4	
513206		营销心理学	64	32	32				4			4	
513207		电子商务	64	32	32			4				4	
513208		广告学	64	32	32				4			4	
513209		农产品营销	64	32	32					4		4	
513210		客户管理	64	32	32					4		4	
小 计			640	320	320								
专业选修课		100009	应用文写作	32	26	6				2			2
		200005	创新创业教育	32	8	24					2		2
		200006	职业发展与就业指导	32	8	24					2		2
	513301	ERP 沙盘	64	32	32				4			4	
	513302	新媒体营销	64	32	32					4		4	
	513303	职场礼仪	64	32	32					4		4	
	513304	物流管理	64	32	32					4		4	
小 计			352	170	182								
周学时数			—	—	—	24	24	24	24	24	30		
实训	认知实习		26		26		√					1	
	顶岗实习		480		480						√	16	
	小 计		506		506	—	—	—	—	—	—	17	
合 计			2572	1187	1385	—	—	—	—	—	—	160	

表12 教学课时结构一览表

类别	总学时	占 %	课程类别		学时数	占 %	备注
理论学时	1187	46.3	公共基础课程	公共基础必修课	453	38.2	
				公共基础选修课	84	7.1	
			专业(技能)课	专业基础课	160	13.5	
				专业核心课	320	27.0	
				专业选修课	170	14.3	
				小计	1187	100.0	
			实训实习学时	1648	53.7	公共基础课程	公共基础必修课
公共基础选修课	12	0.7					
专业(技能)课	专业基础课	160				9.7	
	专业核心课	320				19.4	
	专业选修课	182				11.0	
认知实习	26	1.6					
顶岗实习	480	29.1					
军训、入学教育、思政课实践教学、 毕业教育、公益劳动	263	16.0					
小计	1648	100.0					
合计	2835	100					2835
说明：表中总学时数为表 11 中的总学时数与军训、社会实践、入学教育、毕业教育、公益劳动学时数之和。							

#### (四) 本专业学时实际安排说明

1. 学年教学时间实际安排，第一学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第二学期 16 周每周 24 学时共 384 学时，认知实习 26 学时；第三学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第四学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第五学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第六学期顶岗实习 16 周 480 学时。军

训、社会实践、入学教育、毕业教育、公益劳动学时数 263 学时。三年总共为 2835 学时。

2.学分与学时的换算。16 学时计为 1 个学分，总学分 235 学分。军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分。

3.公共必修课程 658 学时，占总学时的 25.6%；公共选修课 96 学时，占总学时的 3.7%。选修课共计 448 学时，占总学时的 17.4%。

4.顶岗实习时间为半年。

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1.校内专任教师

本专业现有专业教师 10 名(生师比为 23：1)，其中副教授 1 人，讲师 7 人，助教 2 人。学历结构为硕士生 10 人，100%全覆盖，是一支团结进取，年龄、职称和学历结构合理、师德高尚、教学水平高、实践能力强、勇于创新、善于改革的教师队伍。专任教师基本情况见表 13。

表 13 市场营销专业校内主要专任教师基本情况

序号	姓名	学历/ 学位	职称	专业方向	承担教学任务	备注
1	耿小红	硕士	副教授	市场营销	营销心理学	系主任
2	李 鹏	硕士	讲 师	企业管理	会计	骨干教师
3	畅莉华	硕士	讲 师	企业管理	经济学基础	骨干教师

4	吕丛	硕士	讲师	企业管理	农产品商品学	骨干教师
5	张晶	硕士	讲师	农产品营销	农产品营销学	教研主任
6	马颖	硕士	讲师	公共基础	农村政策与法规	骨干教师
7	李娜	硕士	讲师	农产品物流	农产品物流	骨干教师
8	马红米	硕士	讲师	企业管理	电子商务	骨干教师
9	冯田	硕士	讲师	营销统计	营销统计	骨干教师
10	程婕	硕士	助教	公共基础	办公自动化	骨干教师

市场营销教研组教师与行业企业积极对接，不仅教师进企业得到了业务提升，而且带领学生参与企业具体岗位工作，专业组教师积极参加了办公软件 1+X 社交电商、1+X 直播电商等考试，大大提升自身业务能力，目前本专业的专任教师部分已经达到的“双师型”教师的要求，具体情况见表 14。

表 14 校内双师型教师情况

序号	姓名	学历/学位	职称	专业方向	职业资格证
1	李鹏	硕士	中级	农业企业管理	中级会计师
2	吕丛	硕士	中级	农业企业管理	中级经济师、人力资源管理师
3	张晶	硕士	中级	农产品营销	1+x 农业经济管理、1+X 网店运营推广
4	马颖	硕士	中级	农业企业管理	中级经济师、人力资源管理师
5	李娜	硕士	中级	农产品物流	中级经济师

## 2. 兼职教师

本专业从行业企业聘请有 3 名既有一定理论水平又有丰富实践经验的技术人员、能工巧匠担任兼职教师，参与人才培养方案、课程体系、课程标准及教学项目的开发及实践教学（见表 15）。

表 15 校外兼职及兼课教师配置情况

序号	姓名	单位/企业	职称	专业方向	承担教学任务
1	荆奋荣	运城市电子商务协会	会长	电子商务	电商实训
2	杨晓霞	沃尔玛(山西)商业零售有限公司运城河东东街分店	人力资源部经理	企业管理	实习指导
3	杨云山	运城市农民专业合作社协会	会长	农村新型经济组织	实习指导

## (二) 教学设施

表 16 校内实训室一览表

序号	实训室名称	主要设施设备名称	数量(台/套)	实训项目	运行状况
1	电商实训室	台式电脑	4	电商运营、物流打包、摄影	良好
		打包机	2		
		展台	1		
2	市场营销实训室	台式电脑	50	电商运营、图像处理、客户服务与管理、电商美工、网络营销等	良好
3	职场礼仪实训室	丝巾领带	20	丝巾领带系法	良好
		交互式一体机	1	礼仪知识竞赛	
		椅子	30	坐姿训练	
		形体镜子、舞蹈把杆	2	仪表礼仪	
4	企业管理沙盘实训室	台式电脑	4	ERP 企业沙盘	良好
		物理沙盘	2		

表 17 校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	合作单位(企业名称)	单位所在地	顶岗实习的工位数	主要实习内容
1	沃尔玛	沃尔玛	运城	20	客服、仓储、货物分拣
2	运城市农民专业合作社协会	运城市农民专业合作社协会	运城	20	会计、技术服务、农产品销售
3	运城市电子商务协会	运城市电商协会	运城	20	农产品网络运营
4	北京纯静园林	北京中农纯静园林科技有限公司	北京	20	会计、技术服务、农产品销售

## (三) 教学资源保障

本专业教学资源应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

1.教材选用要求：优选国家规划教材，近三年校企合作编写的校本教材，其中思政课教材选用中宣部、教育部联合成立的高等学校思想政治理论课教材编写领导小组编写的

统一教材，属于马克思主义理论研究和建设工程重大项目。

2.学习资源：CD 光盘、视频资料。

3.信息化教学资源：包括微课平台、精品课程、微讯精品课、其它学习网站等。

#### （四）教学方法

根据本专业特点采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，具体情况见表 17。

表 18 教学方式和方法一览表

学习模块	教学方式	教学方法
实践和活动模块	项目教学、案例教学、情境教学	启发式、探究式、讨论式、参与式
专业技能课程	项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学	启发式、探究式、讨论式、参与式
文化基础课程	案例教学、情境教学	启发式、探究式、讨论式、参与式

## (五) 教学评价

表 19 市场营销专业分类课程考核评价表

课程名称		课堂教学				期中、期末考试				其它学习			
		占比 (%)	课堂考勤	课堂提问	作业检查	占比 (%)	阅卷考试	作品汇报	其他	占比 (%)	课外学习	调查报告	其他
公共 基础 课程	体育与健康	40	12		28	60		60					
	大学语文	30	12	6	12	70	70						
	高职英语	30	12	6	12	70	70						
	思想道德与法治	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	形势与政策	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	心理与健康教育	40	12	12	16	60		60					
	劳动教育课	40	10	10	20	60		60					
	军事理论	40	12	12	16	60		60					
	计算机应用基础	40	10	10	20	60							
	中华优秀传统文化	40	12	8	20	60	60						
	美育教育	40	12	8	20	60	60						
	安全教育	40	12	12	16	60		60					
	四史教育	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
专业 (技 能) 课程	应用文写作	40	12	8	20	60	60						
	创新创业教育												
	职业发展与就业指导												
	政治经济学	30	10	10	10	70	70						
	会计基本技能	30	10	10	10	70	70						
	经济学基础	30	10	10	10	70	70						
	经济法	30	10	10	10	70	70						
	管理学	30	10	10	10	70	70						
	商品学	30	10	10	10	70	70						
	市场营销	40	10	10	10	60	60						
	营销统计	40	10	10	10	60	60						
	商务谈判	40	10	10	20	60	30	30					
	公共关系	40	10	10	20	60	60						
	营销心理学	40	10	10	20	60	20	40					
	电子商务	40	10	10	20	60	30	30					
	广告学	40	10	10	20	60	60						
	农产品营销	40	10	10	20	60	30	30					
	客户管理	40	10	10	20	60	60						
ERP 沙盘	40	10	10	20	60		60						
新媒体营销	40	10	10	20	60	30	30						
职场礼仪	40	10	10	20	60	60							
物流管理	40	10	10	20	60	40	20						

顶岗实习	学生自评20%				小组评价30%				指导老师评价50%			
	出勤	10	设计 成果	10	表现	10	实习 报告	20	适应 环境	10	毕业 报告	40

评价标准说明：

### 1.体育与健康课评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%。

100分=考勤+课堂表现

其中：考勤30分，课堂表现70分。

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：随堂考核

\*成绩评定：百分制

### 2.大学语文课评价说明

\*总成绩：100分=平时成绩\*30%+期末成绩\*70%

\*平时成绩：100分，折合为总成绩的30%，主要包括课堂考勤、课堂提问、作业检查。其中：课堂考勤40分，课堂提问20分，作业检查40分。

\*期末成绩：100分，折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

### 3.高职英语课评价说明

\*总成绩：100分=平时成绩\*30%+期末成绩\*70%

\*平时成绩：100分，折合为总成绩的30%，主要包括考勤和课堂表现。其中：考勤30分，课堂表现70分。

\*期末成绩：100分，折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

#### 4.思想道德与法治课评价说明

\*1.平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 5.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论课评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 6.形势与政策课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

7.心理与健康教育课程评价说明

\*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现30分，作业40分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

8.劳动教育课程评价说明

\*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤25分，课堂表现25分，作业50分

\*期末成绩（实践）：100分折合为总成绩的60%

100分=考勤+劳动态度+劳动作品、成果评价

其中：考勤25分，劳动态度25分，劳动作品、成果50分

\*考试方式：劳动成果展示

\*成绩评定：百分制

9.军事理论与军训课程评价说明

\*总成绩：100分=平时成绩\*40%+期末成绩\*60%

\*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现30分，作业40分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 10. 计算机应用基础课程评价说明

\*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现30分，作业40分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 11. 中华优秀传统文化课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 12. 美育教育课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

### 13.安全教育课程评价说明

\*总成绩：100分=平时成绩\*40%+期末成绩\*60%

\*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现30分，作业40分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

### 14.四史教育课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

\*期末考核：100分折合为总成绩的60%

\*成绩评定：百分制

### 15.应用文写作课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 16.创新创业教育课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 17.职业发展与就业指导课程评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：开卷

\*成绩评定：百分制

#### 18.政治经济学评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

19.会计基本技能评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

20.经济学基础评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

21.经济法评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 22.管理学评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 23.商品学评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 24.市场营销评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 25.营销统计评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的30%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的70%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 26.商务谈判评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 27.公共关系评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 28.营销心理学评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 29.电子商务评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## 30.广告学评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

### 31.农产品营销评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

### 32.客户管理评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

### 33.ERP 沙盘评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

#### 34.新媒体营销评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

#### 35.职场礼仪评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

#### 36.物流管理评价说明

\*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

\*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

\*考试方式：闭卷

\*成绩评定：百分制

## （六）质量管理

- 1.学院领导高度重视，成立专门机构
- 2.认真进行学情分析，做好分类管理
- 3.加强管理制度建设，规范教学管理
- 4.成立市场营销专业建设指导委员会
- 5.发挥教学督导作用

## 十、毕业要求

学生完成专业人才培养方案规定的全部必修课程及实践教学环节的学习与训练，各科成绩合格并取得规定的职业资格证书，方能取得毕业资格。

表20 学生毕业要求一览表

项目	毕业条件具体说明
学分要求	修满本专业人才培养方案中规定的 160 学分的学习要求。
证书要求	市场营销员、助理物流师、会计证、办公软件 1+X 社交电商、1+X 直播电商等证书中至少获得一个证书。
其他要求	所修课程成绩均达 60 分以上，各学年考核合格以上。

## 十一、主要接续专业

本科：市场营销专业、电子商务专业

## 十二、编制依据

本专业人才培养方案是依据《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（教职成国发〔2019〕4号）、

《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》、（教职成、教育部《高等职业学校专业教学标准》（2019年7月）、山西省人民政府印发的《山西省

职业教育校企合作促进办法（试行）》（2018年6月）、《山西省人民政府办公厅关于加强职业院校“双师型”教师队伍建设的意见》（晋政办发〔2015〕76号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）、《山西省教育厅关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（晋教职成函〔2019〕49号）、中共中央宣传部 教育部关于印发《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》的通知（教材〔2020〕6号）、《关于加强新时代高校“形势与政策”课建设的若干意见》（教社科〔2018〕1号）、教育部印发《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》（教社科〔2018〕2号）等有关文件部署和要求，结合生源学情和办学资源情况编制的。

### 十三、编制单位与人员

学校专门成立由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会，在充分对学员学情调研分析的基础上对本专业人才培养方案进行修订。

表21 编制单位与参编人员一览表

编制单位类型	编写人员单位具体名称	参编人员姓名	专业技术职务	行政职务
行业企业专家	运城市电商协会	荆奋荣		会长
学校教学管理人员 和专业教师	山西运城农业职业技术学院	李鹏	中级	系部副主任
	山西运城农业职业技术学院	冯田	中级	专业教师
教科研人员	山西运城农业职业技术学院	王静	中级	电子商务专业

				教研组组长
毕业生代表	晶新视觉传媒公司	毕文彩		平面设计师
	助创有限责任公司	张泽云		运营员

#### 十四、附件

- (一) 市场营销专业人才需求调研报告
- (二) 成立市场营销专业建设指导委员会
- (三) 市场营销专业人才培养方案修订总结报告
- (四) 学分认定与转换实施办法（试行）
- (五) 市场营销专业人才培养方案审核表
- (六) 教学进程变更审批表

方案修订人（签字）：\_\_\_\_\_

系（部）负责人（签字）：\_\_\_\_\_

审 核 人（签字）：\_\_\_\_\_

教 学 副 院 长（签字）：\_\_\_\_\_

# 市场营销专业人才需求调研报告

为了解企业对营销人员的实际需求，推动我院市场营销专业的改革与建设，我系市场营销专业教师在系部署下，利用课余时间，对运城市多家企业进行了走访调研。同时，结合学院毕业生调查反馈信息进行了广泛分析，从调研结果来看，各企业对高职层次市场营销毕业生的需求量较大，市场营销专业毕业生就业前景较为广阔。同时各企业也纷纷建议，在提高学生专业技能的同时，也应强化学生就业心态、沟通能力、人际交往能力等适应社会能力方面的培养。部分企业也表达了同我院市场营销专业进一步合作的意愿。此次调研虽然时间较短，但得到了大量来自企业的有用信息，必将对我院市场营销专业建设与发展起到良好的促进作用。

## 一、市场营销专业需求现状、就业前景及职业特征

### （一）市场营销人才需求状况

现在社会正处在一个最需要营销而又最缺乏营销的时代，它的需要来自日趋激烈的市场竞争、日趋个性化和成熟的市场需求。评价一个企业经营优劣的关键标准，无疑是最终营销业绩的高低，而营销业绩高低又取决于该企业营销资源的实力——包括硬资源实力（设施及资金等）和软资源实

力（营销意识及营销管理能力等）。后者取决于是否有一批理论扎实、技能娴熟、经验丰富、思路开阔和踏实勤勉的高级营销专业人才。市场营销人员是现代企业人才链条中的关键环节之一，从目前劳动力市场的供求关系状况来看，出现了一个很有趣的现象，一方面企业大量需要市场营销人才，连续若干个月高居人才需求之榜首，而另一方面从劳动力供给情况看，求职者最多的也大部分从事市场营销工作，希望被企业聘用到市场营销岗位上去，但为何供给与需求无法达到相互平衡呢？这里边的关键问题是人才结构与素质的差异问题，即真正符合企业所求的营销人才十分稀缺，而社会上大量供应的都是低水平，简单操作的一般营业员，可是这些人企业并不需要，企业需要的是可以成为链条中关键环节的营销人才。

## （二）营销专业人才市场需求的展望

### 1. 数量增加

随着国家产业结构的调整，特别是在制造行业里，家电制造业的价格大战给人们带来了最切身的体会。一方面企业要加快生产步伐以提高设备运转率，另一方面，面对日益饱和的市场需求，产品间的竞争也日益残酷。这种对营销人才的需求率先从家电行业铺开，然后在日化行业的推波助澜下，

迅速席卷医药、保险、房地产、汽车等行业，最后演变为一种强烈的社会效应及市场效应，这就决定了营销行业的人才需求量大。从国家有关统计资料来看，近几年，市场营销专业是需求较大的专业，各类企业均需要，就业前景很广阔。就运城市各个企业的实际情况看，人才需求缺口最大的也是营销类人才。从长远来看，企业对于营销专业人员的需求会在相当长时间内保持持续增长势头，随着我国市场经济的不断完善，市场营销已经渗入到各种各样的企业里，不仅是外资企业、民营企业，国有企业也都在讲市场营销。人们对市场营销的观念也将有更深的认识，所以对这方面人才的需求将继续看好，并有继续升温的可能。所以，对市场营销专业人才的整体需求会增大。

## 2. 质量要求提高

随着全球经济的不断发展，外资进入政策的逐步宽松，使得国外品牌不仅能在中国更方便地销售，而且在相当一部份行业会给本土企业带来相当大的压力。这就需要企业在制定营销战略时，更多考虑的是精确的数据、科学的方法，而不仅是某种感觉。而在这方面，营销人员的专业水准、做市场的能力和营销观念等方面，还有相当大的差距。人才需求结构变化使营销类人才变得更加抢手，因此营销人才的短缺也是一种质量上的短缺。特别是在营销行业主要以业绩论英

雄，对于刚从学校毕业的学生，要再短时间内取得比较好的业绩是不可能的。因此就表现在，企业在招聘业务员时强调经验，而经验也成了营销专业学生就业的一道障碍。

### 3. 营销领域的“弹性就业”机会多多

由于市场营销行业就业门槛相对较低，而且随着社会的发展，就业越来越弹性化，对于处于弱势的下岗失业人员和欠缺工作经验的毕业生们进行非全日制就业、弹性就业都是非常好的实践和锻炼机会，相对于全日制就业竞争小而且形式更为灵活。从以往的社会招聘可以看出：选择弹性就业的应聘人员达成的就业意向率比普通岗位达成就业意向率约高出了16%。随着就业形势不断变化，求职者就业观念已适当地进行了转变，从以往的“要稳定、要轻松、要面子”到如今的“找机会、求发展、求创新、求高薪”。这对于刚出学校而没有实践经验的学生而言，就无异于多了些竞争对手。

### 4. 知识结构、能力结构趋向复合型

纵观近几年企业单位对市场营销专业的人才需求状况，多数企业要求的是市场营销专业的人才，其他对应聘者的要求条件较少。从长远来看，具有一定的专业知识，又懂得市场营销的技能的复合型人才会逐步受到用人单位的青睐。就目前看来，像医药代表、医疗器械等对营销人员专业知识要

求较高的行业已经在用人条件上提出要有一定的相关专业知识。所以，在以后的人才选拔上，更多的企业会更倾向于既有一定行业知识，又有相应营销技能的营销人才。特别是在市场营销专业人才供需趋向平衡的情况下，随着非营销专业人才转行到营销行业，企业将会对营销专业人才的需求向既懂得营销技能、又懂得专业知识的人才方向转变。

### （三）市场营销专业人才就业方向

从近年营销专业毕业生反馈回的信息可以看出，营销专业的毕业生就业途径较为广泛。仅与营销密切相关的岗位就有：销售经理、业务代表、促销员、售后服务四类。就高职学生而言，营销岗位基本可以概括为两类：

#### 1. 销售人员

我国市场经济的不断完善，市场营销已经渗入到各种各样的企业里，不仅是外资企业、民营企业，就连国有企业也都在讲市场营销。人们对市场营销的观念也将有更深的认识，所以对这方面人才的需求将继续看好。只要有产品和服务在出售，就会有销售的职位在招聘。对于以技术为背景的行业里面，例如电讯、软件等，销售的需求仍然会持续走高。即使在非技术领域，销售职位也一直是市场需求最旺盛的职位类别之一。

## 2. 市场营销管理人员

高职高专市场营销专业培养的毕业生，不仅具备比较扎实理论基础，更主要的是在专业技能技巧上有较为扎实的功底，因此，尽管在就业之初都从一线销售做起，但经过一定时间磨练后可以向营销组织管理人员发展。这也决定了高职营销专业毕业生在市场经济中有着广泛的就业路径。

## 二、用人单位对营销专业人才的要求

从调查结果看出，企业需要的营销人员不仅要具有相应的基本素质，更要具备相应的核心能力。总的看来，企业要求营销人员应该具备的基本素质和能力包括：积极的进取心、坚持不懈的态度、与其他人良好沟通的技巧、给人信任度以及在商谈中营造舒适氛围的能力、一定的市场调查分析能力、一定的营销策划能力、较强的市场开拓能力、较强的市场组织与管理能力，同时，多数企业还要求营销专业的学生能够与具体行业或产业相结合。

## 三、对于市场营销专业建设的意见

根据调查分析，我们认为，作为职业教育的重要组成部分，在营销专业人员的培养上更应该体现高职教育的特点，注重学生职业意识与职业能力的培养，以进一步满足企业的需求。具体措施如下：

## （一）明确培养目标

就毕业生的薪酬情况来看，刚毕业的学生由于销售业绩不理想，从而报酬不高，这已经较为严重地影响了学生的就业。几乎所有高校都设置了市场营销专业，导致供给连年不断增加，反映在就业市场上，就是低层营销人员的薪资水平被拉低。但拥有良好沟通技巧和心态的营销类专业的毕业生总体就业形势依旧不错。高等职业教育是高等教育的重要组成部分，它以培养高等应用人才为己任。培养目标是社会需求与教学实践的结合点，反映人才培养的方向。所以如果培养目标不明确，则教学途径也不可能明确，而教学途径如果失去应用的针对性，那么高等职业教育的社会功能也不可能完满的实现。因此，高职教育必须培养可从事商品销售、市场开发、市场调研、企业经营策划等营销业务与管理工作的应用型营销人才，要求学生动手实践能力强，实行以学生为主体的教学经营一体化的工学交替教学模式。

## （二）加强专业教学内容与课程体系建设与改革

课程建设是专业建设的重要内容，要根据学校学科专业的布局，根据大学科门类标准统一规划，建立科学的专业课程体系，本着重视基础课程，加强主干课程，扩大选修课程，增加行业知识课程内容，突出专业、人才培养定位与特色，加强专业课程体系的建设和。同时，进一步进行课程的整合，重点注重学生基本素质与基本能力的培养与训练，改革课堂

教学方式方法和考试方式，体现职业教育的特色。

### （三）加强实践教学，提高学生职业能力和创业能力

高等职业教育的特色在于使学生在掌握必需的文化知识和专业知识的同时，具有熟练的职业技能和适应职业变化的能力等。要完善实践教学的基本标准和规范建设，切实加强实验、实习、职业技能训练等实践性课程和教学环节，认真安排，从严要求，严格考核检查，确保学生达到专业培养目标规定的要求。学校要实行产教结合，密切与企业联系，鼓励学生深入生产实际，参与企业的技术推广和技术革新等创新和实践活动，把教学活动与企业的技术开发、推广、应用和社会服务紧密结合起来。认真执行教育与社会实践相结合的方针，组织学生积极参加社会实践，拓宽他们的视野，增长他们的社会经验。要创造条件开设培养学生创业与经营能力方面的课程，增强学生的就业能力。

### （四）加强专业实验室和校外实习基地建设

改革实验室管理体制，构建立体型实践教学体系，更新实验教学内容，增加综合性设计性实验项目。加强专业实践基地建设，既要重视基地的教学功能，又要考虑基地的科研功能，以基地为基础，建立教学、科研、生产三结合的教学模式，提高学生的实践能力与创新能力，同时，实训基地建设不仅应该成为毕业实习的基地，更应该成为日常教育教学的训练基地，因此，在校外基地的建设上应该立足本地。

总之，企业的市场营销人才需求和市场营销专业教育这两个领域互动还很不完善，学与用的脱节还是一个普遍现象。应提倡学校和企业的联合，鼓励学生理论与实践相结合，在职业教育中加强学生的基本素质与基本技能的训练。

**山西运城农业职业技术学院**  
**经贸管理系关于成立市场营销专业建设**  
**指导委员会的通知**

根据专业建设和人才培养方案修订工作的要求，为加强学校与企业、教学与生产的紧密结合，建立学校与企业双向参与、双向服务、双向受益的机制，使我系市场营销专业建设更加贴近行业岗位需求，广泛争取市内行业、企业专家对我系市场营销专业建设过程中的意见和建议，特成立市场营销专业建设指导委员会。

人员构成如下：

主任：耿小红

副主任：李鹏

成员：冯田、王静、张晶、畅莉华、吕丛、马颖、李娜、荆奋荣、毕文彩、张泽云

特此通知

经贸管理系

2022年3月20日

**山西运城农业职业技术学院**  
**市场营销专业建设委员会成员名单**

序号	姓名	性别	出生年月	政治面貌	学历/学位	现任专业	工作单位及职务	职 称	联系电话
1	耿小红	女	1969.07	群众	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系书记	副教授	13834378003
2	李鹏	男	1985.01	党员	硕士	会计电算化	山西运城农业职业技术学院经贸管理系副主任	中级	13393596648
3	冯田	女	1984.09	党员	硕士	现代农业经济管理	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	13546581600
4	王静	女	1983.10	党员	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15635901007
5	张晶	女	1981.05	党员	硕士	市场营销	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15635995367
6	畅莉华	女	1986.07	党员	硕士	现代农业经济管理	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15035900781
7	吕丛	女	1988.06	群众	硕士	现代家政服务与管理	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15235952723
8	马颖	女	1986.03	党员	硕士	现代农业经济管理	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15835900185
9	李娜	女	1987.06	群众	硕士	市场营销	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	18635961373
10	荆奋荣	男	1965.09	党员	学士	市场营销	运城市电子商务协会	会长	17634097879
11	毕文彩	女	1993.05	群众	大专	市场营销	晶新视觉传媒公司	平面设计师	15635901007
12	张泽云	女	1994.06	群众	大专	市场营销	助创有限责任公司	运营员	13546581600

# 市场营销专业人才培养方案修订总结报告

为进一步深化教学改革，优化人才培养过程，构建具有我院特色的人才培养模式，更好的适应区域经济发展对人才的需求，市场营销专业修订 2022 级人才培养方案。根据修订的情况报告如下：

## 一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

## 二、基本原则

（一）坚持育人为本，促进全面发展。全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进头脑，积极培育和践行社会主义核心价值观。传授基础知识与培养专业能力并重，强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程。

（二）坚持标准引领，确保科学规范。以职业教育国家

教学标准为基本遵循，贯彻落实党和国家在课程设置、教学内容等方面的基本要求，强化专业人才培养方案的科学性、适应性和可操作性。

（三）坚持遵循规律，体现培养特色。遵循职业教育、技术技能人才成长和学生身心发展规律，处理好公共基础课程与专业课程、理论教学与实践教学、学历证书与各类职业培训证书之间的关系，整体设计教学活动。

（四）坚持完善机制，推动持续改进。紧跟产业发展趋势和行业人才需求，建立健全行业企业、第三方评价机构等多方参与的专业人才培养方案动态调整机制，强化教师参与教学和课程改革的效果评价与激励，做好人才培养质量评价与反馈。

### **三、前期调研**

根据学院的安排，本专业组织相关教师，前往相关高校、企业进行调研，充分听取行业和各高校专家意见，作为人才培养方案修订的参考意见，并且组织教师深入企业进行调研，了解企业对于人才需求的情况，另外对已有毕业生进行了问卷调查，了解毕业生工作之后觉得哪些地方欠缺等，作为2022级人才培养方案修订的依据。

### **四、完成初稿**

市场营销专业在学校统一要求以及指导原则和前期调

研的基础上完成 2022 级人才培养方案的初稿，并在专业内部广泛征求意见进行调整。

## **五、专家论证**

市场营销专业人才培养方案初稿调整完成后，系部对培养方案再次进行论证，通过论证进一步完善 2022 级人才培养方案，最后专业负责人根据论证意见，进一步完善培养方案形成最终版本上交学校。

## **六、总结**

市场营销专业 2022 级人才培养方案修订，从学院任务的下达以及安排到各专业调研工作、论证工作等都是合理有效的，同时本专业教师在教学工程中积极总结经验进一步完善培养方案。

# 山西运城职业技术学院学生 学分认定和转换实施办法（试行）

根据教育部等六部门《高职扩招专项工作实施方案》（教职成[2019]12号）和山西省教育厅等七部门《山西省高职扩招专项工作实施方案》（晋教职成[2019]8号）及《山西省教育厅关于做好扩招后高职院校教育教学管理 实现高质量人才培养的通知》（晋教职成[2020]1号）等文件精神，为落实山西省教育厅有关扩招生单独制订人才培养方案，体现自身特色，保证人才培养质量的工作要求，按照《山西省高职院校学分认定与转换基本要求（试行）》相关要求，结合我院扩招专业实际情况，制订高职学生学分认定和转换办法。

## 一、适用范围

（一）适用对象：我院高职在籍学生。

（二）适用专业：教育部正式备案获批准的 27 个高职专业。

（三）适用领域：高职全日制学习及非学历成果学分认定和转换。

## 二、具体办法

原则上，每个专业认定和转换的全部学分不得超过相关专业毕业总学分的 50%。内容相同或相近的国家职业资格证书

书、培训证书、竞赛奖励等成果不得重复转换，以最高级所认定的学分进行转换。

### （一）同等及以上学历的学分认定和转换

1.同等及以上学历的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 50%。

2.已具有国民教育系列专科及以上学历者，或已参加国民教育系列专科及以上学历层次学习的学习者，进入我院相关专业学习，其所学课程与现有课程名称相同或相近，教学目标相近，教学内容相关度在 80%以上，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

### （二）低一级学历的学分认定和转换

1.低一级学历的学分认定和转换仅适用于实践技能类课程。

2.低一级学历的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.已具有国民教育系列中职(含技工教育)及同等学历者，进入我院相关专业学习，其所学课程与现有该类课程名称相同或相近，教学目标相同，教学内容相关度达到 100%，可认定和转换为相关课程的学分。

### （三）高等教育自学考试课程的学分认定和转换

通过高等教育自学考试的课程，以课程为基础，课程名称相同或相近，自学考试考试大纲和学生所学专业的课程教学内容相关度 80%以上，不分学历层次，可认定和转换为相关专业学分相近或相同的对应课程学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 50%。

#### （四）在线课程学习证书的学分认定和转换

1.在线课程学习证书是指在国内外主流开放课程学习平台获得的学习证书。

2.在线课程学习证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.各专业以在线课程的教学目标、教学课时、教学内容和考核要求等内容为依据认定和转换对应课程的学分。

#### （五）国家职业资格证书的学分认定和转换

1.国家职业资格证书是指按照国家职业标准，通过政府认定的考核鉴定机构，对劳动者的技能水平和从业资格进行评价和认定的国家证书。

2.国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.各专业根据国家职业资格证书级别和内容相关程度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

#### （六）非国家职业资格证书的学分认定和转换

1.非国家职业资格证书指技能等级证书、专项能力证书、政府认定的行业证书等。

2.非国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.各专业根据非国家职业资格证书的级别和内容相关度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

#### （七）培训证书的学分认定和转换

1.培训证书是指由国家行政部门认定的有关职业技能、专业技术和岗位培训等方面证书。

2.培训证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.各专业根据培训证书的级别和内容相关程度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

4.各专业学生获得的培训证书学分认定和转换为学历教育课程学分，应为学生入学后获得，且有效期为学习者获得培训证书之日起的 3 年内。

#### （八）业绩类成果的学分认定和转换

1.业绩类成果主要指个人取得学术、职业或其他方面的成果，包括但不限于创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、竞赛奖励等。

2.业绩类成果的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.学生获得的省级以上技能、专业竞赛等竞赛奖励奖项，根据竞赛内容、级别和名次，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分。

4.各级非物质文化遗产代表性项目代表传承人、技能大师和工匠大师，其所学专业与其专长相匹配，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分

5.职业经历、实习实践、志愿服务、创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、专利版权等体现资历、资格和能力的学习成果，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分。

### （九）学分认定和转换程序

1.由持有符合学分认定的相关材料（证书）的学生向系部提出申请，系部按照要求进行审核，审核合格后报教务处核查备案。

2.各系部根据学生递交的相关材料和专业人才培养方案中的课程设置情况，进行相应学分认定和转换计算，计算结果计入学生学习成绩。

- 3.相关课程的学分认定和转换工作每学期进行一次。
- 4.学生递交的学分认定和转换相关材料必须真实有效，  
否则不予认定。

#### （十）附则

本办法自公布之日起实行，由教务处负责解释。

附:

## 学生学分认定和转换申请表

姓名		学号		班级	
系部			专业		
申请理由					
相关材料 (证书)说明	学生需提供本人可进行学分认定和转换的相关材料(学历证书、职业资格证书、 获奖证书等原件及复印件)				
拟转换课程 名称			拟转换学分		
拟转换成绩					
以上内容由学生填写					
转换课程名称			转换学分		
认定学分			转换成绩		
转换课程教师意见:					
签字:                      年    月    日					
系部审核意见:					
签名:                      (盖章)                      年    月    日					
教务处核查意见:					
签名:                      (盖章)                      年    月    日					

注: 1.此表一式四份, 学生本人、所属系部(存档)、任课教师、教务处各一份。

## 市场营销专业

### “以证代课”学分认定与转换一览表

序号	资格证书名称	对应课程	置换学分	学分合计
1	办公软件 1+X 社交电商等级证书（初级）	办公自动化、电子商务	4	4
	1+X 直播电商等级证书（中高级）	电子商务、农产品营销	8	8
2	市场营销员	市场营销	4	4
3	助理物流师	物流管理	4	4
4	会计证	会计基本技能	4	4

# 山西运城农业职业技术学院

## 2022 级市场营销专业人才培养方案审核表

系（部）	经贸管理系	专业名称	市场营销	专业负责人	冯田
参与制 订人员 情况	姓 名	职 称	工作单位	承担任务	备 注
	耿小红	副教授	运城农业职业技术学院	课程结构分析	
	李鹏	讲师	运城农业职业技术学院	课程调研	
	冯田	讲师	运城农业职业技术学院	学情分析、课 程内容确定	
	王静	讲师	运城农业职业技术学院	课程内容设定	
	荆奋荣	会长	运城市电子商务协会	专业论证	
执笔人	冯田		制（修）订时间		2022.04
教学系 专业建 设指导 委员会 意见	主任委员（签字）：  年 月 日				
系部审 核意见	签名： 盖章 年 月 日				
教务处 审查意 见	签名： 盖章 年 月 日				
学院专 业建设 委员会 意见	主任委员签字：  年 月 日				
院长办 公会审 批意见	签字：  年 月 日				
学院党 委会审 批意见	签字：  年 月 日				

