



山西机电职业技术学院

经贸管理系  
市场营销专业  
人才培养方案  
(企业班)

山西机电职业技术学院

二〇一九年八月

# 市场营销专业人才培养方案（企业班）

执笔人：李炯 审核：市场营销专业建设委员会

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630710

## 二、入学要求及学习方式

招生对象：退役军人、下岗职工、农民工、新型职业农民及在岗职工等群体（简称社会人员）。

课程组织形式和学习方式：旺工淡学、工学交替的线上线下混合式教学法，每学年集中面授不少于 400 学时。

## 三、修业年限

修业年限：三年——六年（学分制下的弹性学制、弹性学期和弹性学时，修满学分即可毕业，由学校颁发普通全日制高职院校毕业证书，与普通全日制学生毕业证书相同）

## 四、职业面向

表 1 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 营销经理 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 市场调查专员	中国市场营销经理助理； 中国销售经理助理； 财务数字化证书； 业财一体信息化证书

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

市场营销专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向市场营销、工商管理等职业群，服务于

制造业营销领域，兼顾零售业，能从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行、网络营销等工作，具有“重诚信、善销售、会运营、懂管理”的职业素养和成长潜力，掌握基础的工业产品机电知识/医药基础知识，能够从事工业品/医药品等销售、管理工作的高素质技术技能人才。

## （二）培养规格（素质、能力、知识）

### 1. 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，养成良好的健身和卫生习惯，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 项艺术特长及爱好。

### 2. 知识

- (1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
- (2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；
- (3) 掌握管理基础及现代企业经营管理知识；
- (4) 掌握经济学基础知识；
- (5) 掌握广告营销方法与技巧；
- (6) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；
- (7) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；
- (8) 掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；
- (9) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；
- (10) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；
- (11) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术，例如：网络营销知识和微营销知识；

### 3. 能力

- (1) 能够形成良好的学习习惯，一定的抽象思维能力、形象思维能力和逻辑思维能力，形成探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- (2) 能够借助媒介，采集客群、竞争者信息，并对数据进行简单的分析、预测和评价。
- (3) 能够运用合适的方式与客户进行有效沟通。
- (4) 能够根据企业需要和政府的监管要求，在派出地注册成立经营实体，组建营销团队，进行门店运营管理，依法开展经营活动。
- (5) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。
- (6) 能够组织实施推销和商业谈判。
- (7) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (8) 能够为小微企业企业进行营销活动策划并组织实施。
- (9) 能够进行业务技术咨询，参与产品的安装调试，组织备品、配件的供应，处理一般的“三包”的服务，有效处理顾客投诉。
- (10) 能够正确使用会计软件，登记会计账簿，编制简单的财务报表，正确开具增值税发票和普通发票，正确处理相关的票据业务。
- (11) 能够解读大数据，分析产品及行业发展趋势。

## 六、 课程设置及要求

### 1. 课程体系建构

表 2 建构课程体系

工作岗位	典型工作任务	行动领域	学习领域
销售经理	1 设立公司	撰写申报材料，在派出地申请注册成立经营实体，组建营销团队，租赁门店，进行门店运营管理，依法开展经营活动；	经济法实务； 消费者行为分析； 推销与谈判技巧； 渠道管理； 企业管理； 基础会计实务； 经济学；
	2 客情分析	分析消费者消费偏好	
	3 推销产品、谈判	拜访客户，讲解产品，处理异议，政府采购招投标申请，商务谈判，签订合同；	
	4 管理渠道	进行产品的销售、管理销售渠道；	
	5 处理行政事务（记账、回款）	使用会计软件，登记会计账簿，编制财务报表，开具增值税发票和普通发票，处理相关的票据业务；	
客服经理	1 客户咨询处理	回复客户咨询，对客户关系和销售进行日常管理；	客户关系管理；
	2 售后服务	处理客户投诉，改善客户关系	

	3 维护客户关系	拜访老客户、开发新客户	
市场经理	1 市场调研分析	借助媒介，采集客群、竞争者信息，并对数据进行简单的分析、预测和评价；	市场调查与分析； 营销策划； 公关礼仪； 品牌管理；
	2 策划企业营销方案	为客户策划实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动；	
	3 公关宣传	进行业务技术咨询，参与产品的安装调试，组织备品、配件的供应，处理一般的“三包”的服务，有效处理顾客投诉；	
	4 维护提升品牌形象	设计、创立品牌，提升品牌知名度；	
广告部经理	1 实施广告方案,助力营销方案的完成	为小微创业企业进行营销活动的广告策划并组织实施；	广告实务；

表 3 市场营销专业课程体系表

模块	平台	课程名称	说明
通识课程模块	文化素质平台	大学体育	APP 运动校园
		高等数学	慕课
		大学英语	慕课
		中华优秀传统文化	线下
		素质拓展活动	线上 APP，可置换
	思政教育平台	思想道德修养与法律基础	线下
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	线下
		形势与政策教育	慕课
		大学生安全教育	慕课
		大学生心理健康教育	线下
		军事理论教育	慕课，可置换
	创新创业教育平台	创新基础	线下
		创业基础	慕课
		创新创业实践	可置换
		创业孵化实践	可置换
	信息技术平台	信息技术	线下
专业课程模块	专业基础平台课程	经济法实务	线下项目化
		消费者行为分析	线下项目化
		会计实务	线下项目化
		经济学基础	线下
		财务管理	线下项目化

	专业核心 平台课程	商品学	线下
		市场调查与分析	线下项目化
		市场营销实务	线下项目化
		公共礼仪	线下项目化
		推销与谈判技巧	线下项目化
		营销策划实务	线下项目化
		客户关系管理	线下项目化
		管理学	线下
		零售实务	线下
		网络营销	线下项目化
	专业能力 拓展平台 课程（必 修）	电子商务	线下项目化
		网店运营	线下
		应用文写作	线下
		广告实务	线下项目化
		PS 图片处理	线下
		跨境电商	线下
		搜索引擎优化	线下
实践课 程模块	综合素质 实践课程	军训、入学教育、毕业教育、劳动教育、职业 资格证书、全国计算机等级证书、创新创业实践、 素质拓展活动	退役军人可免修，可置 换
	专业 实践课程	营销沙盘	线下
		职业素养实习、预就业实习	企业
就业课 程模块		职业规划	线下

表 4 市场营销专业顶岗实习情况表

阶段	时间	实习目标	实习项目 - 内容/任务	实习形式	考核 要求	主要合作 企业
----	----	------	-----------------	------	----------	------------

预就业实习	6个月	<p>1. 学习企业文化，了解企业各种规范与制度，熟悉企业环境，了解企业销售与管理流程；</p> <p>2. 熟悉相关岗位：了解岗位职责与任职要求，学习企业有关工艺规范与安全生产制度，了解企业基本状况，掌握本企业销售流程。</p> <p>3. 掌握营销岗位工作能力：从简单项目到复杂项目，从低级岗位到高级岗位。</p>	<p>1. 了解企业概况</p> <p>2. 岗位认识</p> <p>3. 跟岗实习（营销相关岗位）</p> <p>4. 营销相关岗位顶岗</p>	跟岗实习 顶岗实习	实习报告、 毕业论文、 实习周记	社会人员 所在单位
-------	-----	---	---	--------------	------------------------	--------------

表5 职业技能竞赛设计表

序号	竞赛名称	竞赛目标	竞赛形式（实操、笔试、表演等）	与专业课配合情况
1	市场营销	考察学生制定生产计划、采购计划、销售计划，营销策略制定、执行的能力	沙盘+商务数据分析+营销展示	市场调查与分析、营销策划、广告实务、消费者行为分析、推销与谈判
2	企业管理沙盘	考察学生企业管理的能力，填写资产平衡表的能力	沙盘	基础会计、企业管理

表 6 建议可考取的职业资格证书对应课程一览表

序号	专业名称	专业性质 (国家、省重点、特色)	证书名称	发证单位	与考证相关课程	学时(理论 + 实践)	合计
1	市场营销专业		商贸零售管理服务人员证书	国家人力资源和社会保障部与英国伦敦城市行业协会(C&G)(英文)	零售实务		
2			中国市场营销经理助理	中国市场学会&美国营销管理协会(中英文双证书)	市场营销		
3			中国品牌经理助理	中国市场学会&美国营销管理协会(中英文双证书)	品牌管理		
4			中国客户经理助理	中国市场学会&美国营销管理协会(中英文双证书)	客户关系管理		
5			中国销售经理助理	中国市场学会&美国营销管理协会(中英文双证书)	市场营销		
6			调查分析师	国家统计局教育中心&教育部考试中心	市场调查与分析		
7			中国营销策划师	中国策划学会&中国策划学院	营销策划实务		
8	通用技能证书		全国计算机等级证	教育部考试中心	信息技术		
9			全国高等学校英语应用能力考试(PRETCO)	高等学校英语应用能力考试委员会	大学英语		
10	1+X		业财一体信息化证书/财务数字化	教育部	会计实务、财务管理		

## 2. 课程描述

表 7-1 大学体育

课程名称	大学体育	学时	144
开设学期	1、2、3、4	学分	6



<p><b>课程目标:</b> 1. 知识目标</p> <p>A1. 掌握常见运动竞赛规则与裁判、竞赛组织方法;</p> <p>A2. 了解体育运动的基本知识; 运动特点; 锻炼价值; 树立正确的健康观;</p> <p>A3. 了解运动技术、战术; 实际运用的方法; 发展身体素质的手段;</p> <p>A4. 了解与运动有关的损伤产生原因及保健知识;</p> <p>2. 能力目标</p> <p>B1. 能根据掌握的基本知识, 制订简便的运动处方;</p> <p>B2. 熟悉 1-2 项运动规则与裁判方法并能组织简单的基层比赛。具有一定的体育欣赏能力;</p> <p>B3. 熟练掌握 1-2 项基本技术, 能在运动实践中运用, 并形成自学锻炼的习惯与能力;</p> <p>B4. 掌握发展专项素质的手段与运用; 能利用体育锻炼调节与改善自身心理状态, 正确处理运动损伤</p> <p>3. 素质目标</p> <p>C1. 遵守规则, 尊重对手, 团结拼搏, 表现出良好的体育道德和合作精神; 正确处理竞争与合作的关系;</p> <p>C2. 争强好胜, 勇争第一, 集体主义, 运用适宜的方法调节自己的情绪; 在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉;</p> <p>C3. 刻苦锻炼、改善心理状态、克服心理障碍, 养成积极乐观的生活态度;</p>
<p><b>课程内容:</b></p> <p>1、体育理论</p> <p>2、《国家学生体质健康标准》测试</p> <p>3、专项、身体训练(篮球、排球、羽毛球、乒乓球、健美操、散打、足球、瑜伽、跆拳道)</p>

表 7-2 高等数学

课程名称	高等数学	学 时	54
开设学期	1	学 分	3
<p><b>课程目标:</b></p> <p>本课程为全院所有专业开设的一门文化通识课程, 通过问题驱动的教学策略, 使学生能够掌握复数的四种表示方法和运算、导数计算最值问题和曲率, 建立生活中的函数模型、导数模型, 解决相关的实际问题, 达到服务专业的目标。</p>			
<p><b>课程内容:</b></p> <p>包括函数、复数、极限、导数、导数的应用五个模块, 机器折旧计算、零件三角形计算、个人所得税计算、两交流电流之和、巨额账单、路程和速度、电流和电量、易拉罐的最优设计等 21 个小任务, 完成基本初等函数的图像及性质、复数的四种表示方法及运算、极限的思维及运算、导数模型的建立及运算、函数的单调性的判断和最值的计算的教学内容。</p>			

表 7-3 中国传统文化

课程名称	中国优秀传统文化	学 时	32
开设学期	2	学 分	1.5
<p><b>课程目标:</b> 面向全院各专业学生开设的一门文化通识课程。通过学习使学生能够流利地背诵与有感情地诵读 30 首(篇)以上的经典诗文, 清晰讲说家乡文化和介绍自我, 流畅地撰写一般说明文字和感悟文章, 客观地研读与批判经典作品(诗文、影视剧), 认真誊写经典诗文并编辑合集, 编写与演出课本剧, 承担简单的文化创意策划活动, 了解中华优秀传统文化的内涵及发展, 进而积聚基本的“人文素养”。</p>			
<p><b>课程内容:</b> 以中国经典诗文篇目为载体, 以中华优秀传统文化为重点, 搭建了经典诗文的诵读与誊写, 家乡文化的探究与讲说, 感悟文章的写作与编辑, 课本剧的编写与演出, 微视频的创意与展演, 经典诗文推荐与提要等九个项目, 20 首(篇)精讲篇目突出文化内蕴、语言风格, 22 首(篇)阅读篇目、27 本经典提要、63 部推荐书目、94 句句侧重内容解说与文化导读。</p>			

表 7-4 大学生心理健康教育

课程名称	大学生心理健康教育	学 时	36
开设学期	1	学 分	
<p><b>课程目标:</b> 本课程为针对大一学生开设的通识类课程,通过学习能够运用心理健康的标准剖析自己,客观地描述自己的优缺点,直面自己的情绪选择适合自己的方法调节负面情绪,运用主动交往、倾听、赞美等技巧改善自己的人际关系,运用人际冲突化解策略有效处理人际冲突,培植自己的心理正能量提升生命价值,为培养高端技能型人才提供优良的“心理素养”服务。</p>			
<p><b>课程内容:</b> 以绘制心理自画像、记录自己的情绪日记、调控负性情绪训练、续编人际故事、扮演“人际冲突”角色、辅导“珍爱生命”团体心理、开发自我心理资本等 7 个项目为载体,采用线上自学+课堂教学+心理测评+课后拓展+个体心理咨询等多种途径探索自我、认识自我、塑造自我,促进大学生全面的发展和健康成长。</p>			

表 7-5 大学英语

课程名称	大学英语	学 时	54
开设学期	2	学 分	3
<p><b>课程目标:</b> 面向全院各专业一年级学生开设的一门文化通识课程。通过课程的学习,使学生能够根据音标读出本课程所学单词,借助工具书读懂英文招聘广告、酒店介绍、会展宣传等资料,听懂并把握与日常英语相关的听力材料,进行家乡、学校、机场、酒店等不同场景和情境的对话,撰写英文简历、日常办公英文邮件、填写个人申请表、展位申请表,设计自己的英文名片。</p>			
<p><b>课程内容:</b> 以英语短文为载体,以听、说、读、写四大能力训练为重点,搭建了英语语音、介绍类英语、日常英语、求职英语、会展英语以及旅行英语等 6 大任务、20 个子任务,涵盖英语语音的基础知识,介绍类英语的基本规范,表达担忧与安慰、请求与回应、征求意见与答复等日常英语的基本情态,招聘、简历、求职等求职英语的基本流程,名片、邮件、申请表等会展英语的基础样本,预订、接机、入住、就餐、交流、购物等旅行英语的基本情境。</p>			

表 7-6 思想道德修养与法律基础

课程名称	思想道德修养与法律基础	学 时	54
开设学期	1、2	学 分	3
<p><b>课程目标:</b> 本课程是落实立德树人根本任务的关键课程之一。它以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,引导大学生立德成人,立志成才。通过本课程的教学,使学生全面准确地理解和掌握思想道德修养和社会主义法治方面的基本概念,基本方法,帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观,提高学生思想道德素质和法治素养,成为德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人。</p>			
<p><b>课程内容:</b> 新阶段、新起点;人生的青春之问;坚定理想信念;弘扬中国精神;践行社会主义核心价值观;明大德守公德严私德;尊法学法守法用法。</p>			

表 7-7 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论概论

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论概论	学 时	72
开设学期	3、4	学 分	4
<p><b>课程目标:</b> 本课程是落实立德树人根本任务的关键课程之一。通过本课程的教学,引导学生全面准确地理解马克思主义中国化理论成果形成和发展的历史逻辑,坚定马克思主义的信仰,坚定对社会主义和共产主义的信念,增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,提高学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力,努力培养德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人。</p>			

<b>课程内容：</b>			
马克思主义中国化及理论成果；毛泽东思想及其历史地位；新民主主义革命理论；社会主义改造理论；社会主义建设道路初步探索的理论成果；邓小平理论与中国特色社会主义的开创；“三个代表”重要思想与中国特色社会主义的跨世纪发展；科学发展观与中国特色社会主义的新发展；习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位；坚持和发展中国特色社会主义的总任务；“四个全面”战略布局；			
全面推进国防和军队现代化；中国特色大国外交；坚持和加强党的领导；坚定四个自信、放飞青春梦想。			

**表 7-8 形势与政策**

<b>课程名称</b>	形势与政策	<b>学 时</b>	32
<b>开设学期</b>	1、2、3、4	<b>学 分</b>	1
<b>课程目标：</b> 《形势与政策》课是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程。《形势与政策》课教学要及时、准确地推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，培养担当民族复兴大任的时代新人。			
<b>课程内容：</b> 参照教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》，每学期8课时。			

**表 7-9 大学生安全教育**

<b>课程名称</b>	大学生安全教育	<b>学 时</b>	24
<b>开设学期</b>	1、2、3、4	<b>学 分</b>	1.5
<b>课程目标：</b> 态度层面：通过安全教育，大学生应当树立起安全第一的意识，树立积极正确的安全观，把安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合，为构筑平安人生主动付出积极的努力。 知识层面：通过安全教育，大学生应当了解安全基本知识，掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题所包含的基本内容，安全问题的社会、校园环境；了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。 技能层面：通过安全教育，大学生应当掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能。掌握以安全为前提的自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。			
<b>课程内容：</b> 法律法规、校纪校规；应急知识、公共安全；物品保管、财产安全；防火知识、消防安全；出行平安、交通安全；饮食卫生、食品安全；珍惜生命、人身安全；校园环境、周边安全等八个方面。			

**表 7-10 军事理论课**

<b>课程名称</b>	军事理论课	<b>学 时</b>	36
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	2
<b>课程目标：</b> 普通高等学校通过军事课教学，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。			
<b>课程内容：</b> 1、军事理论、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。2、军事技能：共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。			

**表 7-11 大学生职业发展和就业指导**

<b>课程名称</b>	大学生职业发展和就业指导	<b>学 时</b>	36
<b>开设学期</b>	1、4	<b>学 分</b>	2

**课程目标：**

《大学生职业发展和就业指导》课作为公共课，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。

通过课程教学，大学生应当在态度、知识和技能三个层面均达到以下目标。

态度层面:通过本课程的教学，大学生应当树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。

知识层面:通过本课程的教学，大学生应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识等。

技能层面:通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，还应该通过课程提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等。

**课程内容：**

教学项目	教学内容
职业生涯规划模块	专题一：职业生涯规划概述
	一、认识职业（含专业人才培养目标，专业就业形势，职业环境等）
	二、职业生涯规划概述
	专题二：职业生涯规划自我探索与环境认知
	一、职业生涯规划自我探索
	二、职业生涯规划的环境认知
	专题三：职业生涯规划制定与实施
	专题四、职业生涯规划评估调整及心理维护
就业指导模块	专题五：就业形势与政策
	一、大学生就业形势认知和政策解读
	二、大学生就业典型案例分析（案例驱动，激发学生积极就业热情）
	专题六：就业准备
	一、就业信息搜集与筛选
	二、求职礼仪、心态和面试技巧
	三、求职信、简历制作
	专题七：职业适应与发展
一、从学生到职业人的过渡	

	二、工作中应注意的因素	
	专题八：就业流程和就业派遣系列讲座	

**表 7-12 经济法实务**

<b>课程名称</b>	<b>经济法实务</b>	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	3
<p><b>课程目标：</b>学生通过本课程的学习，能够掌握经济法律制度的有关规定，树立市场经济法制观念，能够知法、懂法、守法、用法，依法保护自身及企业的合法权益，具备诚实守信、遵纪守法、严谨求实、公平竞争的良好职业素质，具备一般的生产及流通企业营销工作中经济法律事务处理能力，适应生产及流通企业营销工作的需求。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 惠丰型材驻太原经营实体的登记注册；</li> <li>2. 惠丰型材太原经营实体的人员招聘和管理经济法律事务处理；</li> <li>3. 惠丰型材太原区域的产品售前经济法律事务处理；</li> <li>4. 惠丰型材太原区域的产品售中经济法律事务处理；</li> <li>5. 惠丰型材太原区域的产品售后经济法律事务处理；</li> <li>6. 惠丰型材驻太原经营实体的解散与清算</li> </ol>			

**表 7-13 消费者行为分析**

<b>课程名称</b>	<b>消费者行为分析</b>	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	3
<p><b>课程目标：</b>加深学生对消费者行为基本规律的理解与领会，掌握影响消费者消费心理的因素和主要的消费者行为分析的工具，能对消费者心理和行为作出一定的预测，掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为，提高学生在未来营销类岗位的职业化定位，达到市场营销及相关岗位对从业人员的技能与职业的要求。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 消费者行为；</li> <li>2. 消费者购买决策类型及特点；</li> <li>3. 消费者购买决策过程；</li> <li>4. 消费者学习、态度的概念和功能；</li> <li>5. 消费者态度形成的因素；</li> <li>6. 消费者需要的特征、分类、需要层次理论；</li> <li>7. 消费者具体购买动机类型及在实践中相应的营销策略；</li> <li>8. 家庭生命周期的概念和影响家庭购买决策的主要因素</li> </ol>			

**表 7-14 基础会计实务**

<b>课程名称</b>	<b>基础会计实务</b>	<b>学 时</b>	56
<b>开设学期</b>	1	<b>学 分</b>	3
<p><b>课程目标：</b>通过对本课程的学习，学生能够掌握填制和审核会计凭证，编制科目汇总表，正确登记会计账簿，做好成本核算工作、正确进行财产清查工作、编制财务会计报表并能对其进行基本分析。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立会计账簿；</li> <li>2. 审核与填制公司会计凭证；</li> <li>3. 登记公司会计账簿；</li> <li>4. 编制公司会计报告；</li> <li>5. 分析公司财务报告。</li> </ol>			

表 7-15 经济学基础

课程名称	经济学基础	学 时	56
开设学期	2	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>能够掌握价格理论、弹性理论、消费者行为理论、生产者行为理论、成本理论等经济学的基本原理、基本概念、基本政策、基本方法，能够运用所学知识初步观察和分析身边的经济现象，能够初步对政府的相关经济政策进行正确的理解，同时培养学生的团队协作、诚信及严谨的职业素养。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 经济学的研究对象、目的、分析方法</li> <li>2. 需求理论、供给理论、价格弹性理论以及均衡价格理论；</li> <li>3. 边际效用理论，掌握无差异曲线和消费可能线；</li> <li>4. 生产函数、短期生产理论、长期生产理论及规模经济；</li> <li>5. 各种长短期成本的含义及短期总成本曲线、平均成本曲线和边际成本曲线的变动规律及相互关系；</li> <li>6. 了解市场失灵、垄断、公共物品的含义、成因、表现以及相应的政府干预</li> </ol>			

表 7-16 财务管理

课程名称	财务管理	学 时	84
开设学期	2	学 分	5
<p><b>课程目标：</b>使学生牢固树立企业理财观念，掌握财务管理基本理论与方法，在熟练掌握公司筹资、投资、资金营运和收益分配等财务基本技能的基础上，能灵活地根据公司的特点对企业生产经营过程中资金运动进行分析、评价及决策，完善学生专业知识结构，培养学生基本的理财能力和财务数据分析能力，培养学生敬业、诚信、严谨的职业素养，提升学生综合素质。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 树立价值观念；</li> <li>2. 财务管理准备工作；</li> <li>3. 筹集资金管理；</li> <li>4. 项目投资管理；</li> <li>5. 营运资金管理；</li> <li>6. 收益分配管理</li> <li>7. 财务分析。</li> </ol>			

表 7-17 商品学

课程名称	商品学	学 时	28
开设学期	2	学 分	1.5
<p><b>课程目标：</b>使学生具备高技能型人才所必需的商品学的基本知识和基本技能，使学生了解商品的组成和性能，掌握对商品的品质要求、包装要求、标准要求和质量认证，熟悉商品检验、商品分类与编码的理论与方法，培养学生学会运用商品学基本理论分析和解决商品质量问题的能力，为今后从事营销类工作和社会实践奠定较为扎实的基础。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品与商品学</li> <li>2. 商品质量与标准</li> <li>3. 商品检验与评价</li> <li>4. 商品分类与包装</li> <li>5. 商品储存与养护</li> </ol>			

表 7-18 市场调查与分析

课程名称	市场调查与分析	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>通过本课程的学习使学生了解市场调查概述、市场调查方法、抽样设计、问卷设计、市场调查数据处理与分析、市场预测方法等基本理论知识，训练学生具备市场调查与预测的能力，能够根据调查与预测任务独立地开展市场调查与预测工作并撰写市场研究报告，使学生毕业后走向工作岗位能够在短时间内胜任相关工作。</p>			
<p><b>课程内容：</b> 调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析</p>			

表 7-18 公共关系

课程名称	公共关系	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>培养学生的公关职业素质和能力，提高学生的形象管理能力、人际交往能力和沟通能力、公关策划能力和危机事件的处理能力。通过本课程的学习，可以提高学生的营销技能和服务水平，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认知公共关系实务；</li> <li>2. 公共关系实务礼仪；</li> <li>3. 公共关系实务调查；</li> <li>4. 公共关系实务形象塑造；</li> <li>5. 公共关系实务专题活动策划；</li> <li>6. 公共关系实务危机事件处理。</li> </ol>			

表 7-19 市场营销实务

课程名称	市场营销实务	学 时	56
开设学期	3	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>本课程的总体目标是学生通过本课程的学习，掌握营销策划的基本原理和理论知识，运用营销策划的思维路径和基本方法，为中小企业的市场营销活动进行策划，编制营销策划书并付诸实施。</p>			
<p><b>课程内容：</b> 营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划、执行及评估</p>			

表 7-20 商务礼仪

课程名称	商务礼仪	学 时	28
开设学期	3	学 分	1.5
<p><b>课程目标：</b>通过教师的系统讲授、示范操作与训练，使学生掌握礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，培养学员的礼仪意识，加强自身的礼仪修养，提高实际与人交际及办事的能力。为今后在商务活动中塑造良好形象、提高服务艺术，奠定坚实的基础。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 个人仪容仪表</li> <li>2. 见面礼仪</li> <li>3. 办公礼仪</li> <li>4. 商务酬宾礼仪</li> <li>5. 职业礼仪</li> <li>6. 习俗礼仪</li> <li>7. 涉外礼仪</li> </ol>			

表 7-21 渠道管理

课程名称	渠道管理	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>通过任务驱动型的项目教学活动，掌握营销渠道管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业务岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求，并且能够承担商品渠道开发、渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 渠道管理概述</li> <li>2. 渠道成员与渠道模式</li> <li>3. 渠道结构设计</li> <li>4. 渠道成员选择</li> <li>5. 渠道开发</li> <li>6. 渠道冲突</li> <li>7. 渠道激励</li> <li>8. 渠道终端管理</li> <li>9. 渠道评估与完善</li> </ol>			

表 7-22 推销与谈判技巧

课程名称	推销与谈判技巧	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>通过对本课程的学习，使学生能够掌握人员推销的基本知识和技巧策略，能够根据所选择产品的特性和给定的目标市场区域，做好推销前的准备、进行产品推介、编制招投标文件，完成交易项目的谈判并订立购销合同，并在客户管理方面有一定的认知。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <p>潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、推销方法和绩效、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识</p>			

表 7-23 营销策划实务

课程名称	营销策划实务	学 时	84
开设学期	4	学 分	5
<p><b>课程目标：</b>使学生掌握现代化市场营销策划基本理论，基础知识和基本方法，提高学生对企业经营活动的分析、判断和策划能力。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 营销策划概述；</li> <li>2. 营销环境分析；</li> <li>3. STP 策划；</li> <li>4. 企业形象策划；</li> <li>5. 营销组合策划；</li> </ol>			

表 7-24 客户关系管理

课程名称	客户关系管理	学 时	56
开设学期	4	学 分	3
<p><b>课程目标：</b>掌握客户关系管理的内涵、主题分析内容和基本方法、运作模式，理解客户关系管理系统结构、功能、技术体系与实施策略，掌握客户关系管理中的 CRM 系统，并初步具备利用信息技术与智能技术选择 CRM 系统解决方案的能力。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 客户关系管理与客户经营认知</li> <li>2. 识别客户</li> </ol>			



3. 建立客户关系
4. 客户服务
5. 客户满意度管理
6. 客户忠诚度管理
7. 客户关系管理系统

表 7-25 网络营销

课程名称	网络营销	学 时	84
开设学期	5	学 分	5
<b>课程目标：</b> 通过学习与训练，学生掌握各种网络营销的方法与技巧。（1）撰写网络调研和预测报告；（2）网络营销渠道的选择能力；（3）网络推广能力；（4）网站或者店铺的卖点突出、转化率的提高；（5）客户维护的能力；6. 网络营销策划的能力；			
<b>课程内容：</b> 掌握网络营销概念分类；网络市场调查与预测；选择网络营销渠道；网络营销策划方案的撰写；搜索引擎优化；客户维护等。			

表 7-26 零售实务

课程名称	零售实务	学 时	56
开设学期	5	学 分	3
<b>课程目标：</b> 掌握零售业的各项工作流程，了解并掌握零售企业产品、定价、分销、促销等相关策略，掌握零售商店选址与商品布局、零售服务与客户关系管理、零售商品采购与库存管理、零售商品销售、防损管理等相关技能。			
<b>课程内容：</b> 1. 零售营销概论 2. 门店选址与商品布局 3. 商品采购与库存管理 4. 商品上架陈列 5. 商品销售及促销 6. 门店防损管理			

表 7-27 管理学

课程名称	管理学	学 时	56
开设学期	5	学 分	3
<b>课程目标：</b> 理解并掌握时间管理、激励、沟通、团队建设与管理的技巧与方法，现代企业管理的基本原理和一般技能，掌握管理技术与方法；运用管理学的原理和方法分析和解决实际管理问题，从而培养和提升学生学习与实践的能力。			
<b>课程内容：</b> 管理学的基本理论和基本方法，西方国家管理理论产生和发展的历史脉络，管理的四项职能即计划、组织、领导、控制的相关内容和相互关系；			

表 7-28 应用文写作

课程名称	应用文写作	学 时	28
开设学期	5	学 分	1.5
<b>课程目标：</b> 掌握应用写作的基本技能，并具备高级技术技能型人才所需要的写作能力，文章分析能力与处理能力，增强学生的职业能力和就业竞争力。			
<b>课程内容：</b> 1. 写作总论 2. 公务类文书			

3. 事务类文书
4. 经济交往文书
5. 传播交往文书
6. 礼仪交往文书
7. 求职文书
8. 毕业论文文书

表 7-29 广告实务

课程名称	广告实务	学时	56
开设学期	5	学分	3
<b>课程目标：</b> 本课程的总体目标是使学生能够掌握现代广告的基本知识和理论，能够根据企业产品的特性和给定的目标市场区域，做好广告调研，选择正确的广告策略制作广告文案，并对广告效果进行科学测评，同时培养学生具备团队协作、诚实守信、开拓创新、树立市场意识的职业素养。			
<b>课程内容：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认知广告；</li> <li>2. 广告预算；</li> <li>3. 广告调研；</li> <li>4. 广告策划；</li> <li>5. 广告制作；</li> <li>6. 广告媒体沟通；</li> <li>7. 广告效果评估。</li> </ol>			

## 七、 教学进程总体安排

表 8：2019 版企业班教学进程表

专业名称	市场营销		专业代码	630710		学年		第一学年		第二学年		第三学年		备注	
				学期		I	II	III	V	VI	VII				
负责人	李炯		教研室	市场营销		学期教学周数	20	20	20	20	20	20			
体系	平台	性质	序号	总学时	课程名称及代码	学分	面授学时	理论	实践	周学时/上课周	周学时/上课周	周学时/上课周			
通识课程模块	文化素质	必修	1	112	大学体育与健康（退役军人免修、运动世界校园 app）92100101	7	0	0	0	0	0	0	0	App 认定给分	
			2	56	高等数学（慕课）92080102	3.5	0	0	0					线上	
			3	56	大学英语（慕课）92080103	3.5	0	0	0						线上
			4	28	中华优秀传统文化	2	20	10	10	5/4					4 周，每周 5 节课



	术	小计学分、学时 40		2	40	0	40												
		合计学分、学时		36.5	155														
专业课程模块	专业基础	必修	17	56	经济法实务 07011201	3	40	20	20	5/8								8周,每周5节线下面授	
			18	56	基础会计实务 07011204	3	40	20	20	5/8									8周,每周5节线下面授
			19	28	商品学 07011150	1.5	20	10	10			5/4							4周,每周5节线下面授
			20	56	经济学基础 07011101	3	40	20	20				5/8						8周,每周5节线下面授
			21	56	企业管理 07011208	3	40	20	20				5/8						8周,每周5节线下面授
			22	56	消费者行为分析 07011102	3	40	20	20					5/8					8周,每周5节线下面授
			小计学分、学时 308		16.5	220	110	110											
	专业核心	必修	23	56	公共关系 07021211	3	40	20	20	5/8									8周,每周5节线下面授
			24	84	工业品营销 07032213	3	40	20	20		5/8								8周,每周5节线下面授
			25	56	市场调查与分析 07011206	3	40	20	20		5/8								8周,每周5节线下面授
			26	56	电子商务 07021210	3	40	20	20		5/8								8周,每周5节线下面授
			27	56	网店运营实务 07022202	3	40	20	20			5/8							8周,每周5节线下面授
			28	84	营销策划 07011202	3	40	20	20			5/8							8周,每周5节线下面授
29			84	网络营销 07021201	3	40	20	20			5/8							8周,每周5节线下面授	
30			56	零售实务 07031211	2	20	10	10			5/4							4周,每周5节线下面授	
31			56	推销与谈判技巧 07021214	3	40	20	20				5/8						8周,每周5节线下面授	
小计学分、学时 588			26	340	170	170													
专业素质拓	必修	32	56	应用文写作 07031102	3	40	20	20	5/8									8周,每周5节线下面授	
		33	56	广告实务 07031212	3	40	20	20			5/8							4周,每周8节线	



																		获学 分
		7	专项技能 证书	1	课外													
		8	毕业教育	0.5	20			20/1										
	选修	9	▲创新创 业实践	1	课外								1周					不 计 总 学 分, 可 置 换
小计学分、学时				10	96		96											
		10	市场营销 模拟经营 (沙盘)	1	20		20		20 /1									
		11	职业素养 实习	4	80		80										20/4	
		12	预就业实 习	20	400		400										20/2 0	
小计学分、学时				25	500		500											
合计学分、学时				35	596		596											
<p>备注：1、素质拓展含科技活动、校园文化活动、社会实践均在课外进行；毕业教育一课外进行。 2、▲表示可以实施学分奖励项目。综合素质实践课程---技能竞赛、技能证书等环节实施学分奖励】</p>																		

表 11 专业课程体系学时学分比例表

类 别	课程 数量	学 分	学 时 分 配				备 注	
			总学时	理论学时	实践学时	面授学时		
通 识 课 程 模 块	文化素质	4	16	252	196	56	20	
	思政教育	6	13.5	256	256	0	60	
	创新创业	5	5	72	36	36	35	
	信息技术	1	2	40	20	20	40	
专 业 课 程 模 块	专业基础	6	16.5	308	154	154	220	
	专业核心	9	26	588	294	294	340	
	专业素质拓展平台	6	17	364	182	182	220	
综 合 素 质 与 实 践 教 学	综合素质实践课程	9	10	96	0	96	0	
	专业实践课程	3	25	500	0	500	500	
选修课	至少 3 门线上平台课	3	9	60	60	0	0	
合 计		52	140	2536	1198	1338	1435	
理论与实践教学学时比例					47%	53%		

公共基础课程学时占总学时的比例	620	25%		
选修课（选修+线上必修的慕课可自选）教学学时数占总学时的比例	334	13%		

## 八、实施保障

### 1. 师资队伍

现有条件：本专业现有教师 12 人，其中：副教授 4 人，骨干教师 3 人，具有“双师”素质教师 8 人，师资队伍中“双师”素质教师比例达 72%。生师比为 1：15。教师通过培训学习和到企业锻炼，树立了高职教育理念，具备了一定的专业实践能力和较高的专业技术水平。

标准：仍需引进专职教师 2 名，骨干教师达 50%，双师比例达 80%。

序号	姓名	性别	出生年月	专业技术职务	第一学历毕业学校、专业、学位	最后学历毕业学校、专业、学位	现从事专业	担任课程	专职/兼职
1	李炯	女	1984.1	讲师	英国考文垂大学、国际商务、学士	英国考文垂大学、国际商务、硕士	市场营销	渠道管理、市场营销实务	兼职
2	索金龙	男	1976.9	讲师	山西财经大学、经济学、硕士	山西财经大学、经济学、硕士	市场营销	经济法、经济学、市场营销实务	兼职
3	安寅平	男	1971.8	副教授	山西经济管理学院、国民经济管理、学士	山西财经大学、工商管理、硕士	市场营销	经济学、市场营销实务	兼职
4	范志英	女	1979.6	副教授	山西财经大学、财务管理、学士	中国矿业大学、项目管理领域工程、硕士	市场营销	财务管理	兼职
5	杨建明	男	1964.10	副教授	山西省机械工业学校	山西大学、社会学、学士	市场营销	商品学	专职
6	杨艳	女	1981.6	副教授	郑州工程学院、金融、学士	山西财经大学、企业管理、硕士	市场营销	推销与谈判技巧	专职
7	王淑萍	女	1971.6	讲师	西安理工大学、工业会计、学士	天津财经大学、管理学、硕士	市场营销	基础会计	专职
8	程燕萍	女	1990.7	助教	山西大同大学、工商管、学士	中北大学、工商管理、硕士	市场营销	营销策划、商务礼仪	专职
9	赵远胜	男	1976.1	讲师	山西财经大学、劳动经济、学士	云南大学、管理学、硕士	市场营销	市场营销	兼职
10	原朝芳	女	1980.12	讲师	运城学院、计算机技术、学士	昆明理工大学、工商管理、硕士	市场营销	经济法	兼职
11	毛洁	女	1991.10	助教	哈尔滨工业大学、财务管理、学士	哈尔滨工业大学、技术经济及管理、硕士	市场营销	财务管理	兼职
12	马少青	男	1987.6	助教	信阳师范学院、艺术设计、学士	湖南工业大学、艺术、硕士、	市场营销	广告实务	兼职

### 2. 教学设施

本专业 2013 年建成校内实训超市 300 余平方米，引进实体企业 1 家，购进会计软件 1 套，营销模拟实训软件 1 套，一间实训室待建。

### 3. 教学资源

现有条件：本专业已建成 2 门院级精品课程，目前正在进行《推销与谈判技巧》、《市场调查与分析》教学资源库以及院级精品在线开放课程《工业品营销》《网络营销》的建设，其中《推销与谈判技巧》教学资源库的研究与开发是省级研究项目，已结题。

标准：按照建设规划，近 3 年内将逐步完成 3 门专业核心课程在线课程的建设，最终将形成专业的教学资源库。

### 4. 教学方法

(1) 深化三教改革：建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。健全教材选用制度，选用体现新技术、新工艺、新规范等的高质量教材，引入典型生产案例。总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、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，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

(2) 推进课堂思政改革：积极构建“思政课程+课程思政”大格局，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。结合职业院校学生特点，创新思政课程教学模式。

(3) 继续教学信息化改革：全面开展“学习通”平台的应用，加快建设院级精品在线课程、微课等满足多样化需求的课程资源，推进国家专业教学资源库、国家精品在线开放课程等的使用，服务学生多元化需求，满足企业班等不同学情学生的终身学习。

### 5. 学习评价

过程性评价与结果性评价相结合，以评价标准推动课堂改革。

### 6. 质量管理

根据学院内部质量诊改方案，制定相应的质量标准，对各类教学活动（从理论教学到实践教学、从校内到校外）进行全方位的质量督导与监控，促进教学工作不断改进，保障教学质量提高。

#### (1) 课程层面

##### ① 确定课程诊断质控点，组织课程自我诊改

依据课程建设规划、课程建设目标、课程建设标准，全面推进课程资源建设，实行课程建设过程监控，建立并完善课程质量监控与管理机制。



各课程负责人需于期初制定课程年度改进计划，期末形成课程诊断报告，评价改进效果，分析不足及原因，明确下一步改进措施。落实课程诊改责任制，各系部课程诊改工作由副主任组织实施，单个课程诊改由课程负责人负责实施。

### ② 深化课程教学改革，推动课堂教学革命

组织“教师教学能力大赛”，立项院级精品在线开放课程，强化课堂教学与信息化技术的深度融合；引导教师精心设计教学环节，充分运用项目教学法等手段，不断提升教学质量。

### ③ 稳步推进课程诊改，实现专业诊改与课程诊改同步联动

在试点课程诊改基础上，逐步开展重点专业的核心课程诊改工作。基于专业诊改的要求，以学期为周期，向专业建设中课程建设的深度延伸，与专业诊断及二级教学工作考核同步进行。依托信息管理系统对课程诊改情况进行动态跟踪、实时监测、及时反馈，实现常态化运行。

## （2） 教师层面

### ① 组织全校性的师资队伍建设诊断与改进

“十三五”师资队伍发展规划，制订完善学院层面、系部层面、专业（课程）团队层面和教师个人层面的师资队伍建设目标链，制订并实施各层面教师发展诊断与改进年度计划。利用信息平台实时反映学院、系部、专业（课程）团队和教师个人师资队伍建设状态，实时进行自我诊断改进，并将年度报告目标任务完成情况与学院二级管理考核及教师个人年度考核绩效分配挂钩。

### ② 组织教师个人开展自我诊断与改进

教师发展标砖，完善学院师德考核、岗位聘任、职称评审、奖励性绩效工资分配等制度文件和运行激励机制，建立教师信息化成长档案，实时记录教师个人成长业绩。结合学院岗位聘任工作的开展，教师个人依据学院教师发展标准，制订聘妻发展规划和年度工作计划，并实时开展自我诊改。各系部和专业（课程）团队定期对教师实施考核性诊断，指导和帮助教师个人实现年度发展目标。

## （3） 学生层面

### ① 统筹规划，协调推进

围绕学生素质发展目标，开展一系一品特色创新的学生素质教育行动架构，实现全院同意规划、部门分工负责、定期组织协调推进。形成学生素质发展积分管理制度，形成三级联动评价机制，建立学期制学生满意度测评机制，促进教育教学、学生管理、服务保障目标的聚焦——学生成长与发展。

### ② 完善学生个人发展“测量标准”，组织学生制订学期诊改计划

根据学生个人发展目标，完善学生发展专业素质、拓展素质、行为养成三个维度的“测量标准”。学生个人结合专业学业培养目标、学生素质、拓展目标以及自身特点，完善个人发展目标，制订个人学期诊改计划书。

### ③ 完善学生自我发展自画像，动态监测学生诊改实施过程

根据学生发展标准，设计发展自我测量表，按照发展指标进行自测，画出自我发展自画像，找准制约自身发展的原因，帮助学生进行状态数据分析，将结果应用于学生发展方案的修正与改进，不断提升学生自我发展的能力。

### ④ 构建三级学生诊改体系，形成三级学生诊改联动机制

建立院级、班级、学生三级学生诊改体系，院级层面诊改由学生处负责实施，班级层面诊改由系部总支书记统一牵头组织实施，学生个人诊改由辅导员（班主任）负责实施，院级、班级、学生三个层面同步展开，做到学生专项诊改工作全覆盖。基于学期诊改的数据对比，分别撰写诊改总结，利用相关信息平台生成相应的诊改报告。

## 九、课程考核要点和毕业要求

1、考核目的：考核要以课程目标为依据，以能力考核为核心，从专业能力、方法能力、社会能力三个维度进行考核：

2、出勤要求：必须出勤 956 学时以上，方可毕业。旷课 1 次（4 学时）扣 8 分，请假 1 次（4 学时）扣 4 分，请假须由企业相关部门出具证明材料。缺课（含请假）达课程总学时三分之一，取消考试资格。

3、考核方式：根据不同课程的特点和要求可以采取笔试、口试、实操、工作汇报、成果评比等多种方式进行考核，以过程性考核为主；严格进行课堂考勤，并将考勤情况计入课程考核；思想政治、英语、数学等公共课以学习笔记评议+慕课成绩形式考核，计算机基础学生利用软件进行工作的能力为依据进行考核；专业课以出勤率+期末考核+慕课成绩形式考核。

4、评分原则：根据不同课程的特点和要求，对采取不同方式、对各个方面的考核结果，应通过一定的加权系数评定课程最终成绩。例如，课程最终成绩 100 分，包括平时成绩 50 分（作业、课堂表现、考勤等），期末考试成绩 50 分。

5、课程考核结束后，授课教师应交回平时成绩单及成绩依据，考试试卷及成绩单至系部教学干事处。

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容和规定的学分，同时达到以下条件，建议考取表 6 的职业资格证书，必须考取计算机证书才能毕业。

表 12 毕业条件

总学分、学时	140 学分，2536 学时
思想素质要求	操行评定合格
身体素质要求	达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求
计算机能力	计算机等级证书 1 级以上

## 十、附录

### 1. 校企合作的专业建设指导委员会

为加强专业建设，专业成立专业建设指导委员会，以统筹专业建设的各项内容，同时加强校企合作。

表 13 专业建设指导委员会

合作企业简介					
<p>一、山西澳瑞特健康产业股份有限公司</p> <p>公司位于地处晋东南，晋冀豫三省交界，全境位于上党盆地中，历史悠久的长治市。澳瑞特健身器材出口美国、欧洲、澳大利亚、中东、东南亚等 20 多个国家和地区。主要产品有：健身器材、跑步机、健身车、室外健身路径、康复器材等，公司在激烈的市场竞争中迅速发展壮大，赢得了广泛的支持与用户的信赖。公司秉承“顾客至上，锐意进取”的经营理念，坚持“客户”的原则为广大客户提供优质的服务。本公司在今后的岁月中坚持“以质量求生存，以信誉求发展”的宗旨。</p> <p>二、振东制药股份有限公司</p> <p>山西省首家登陆创业板的上市企业，为高新技术企业，下辖中药材开发公司、北京药物研究院、振东制药、泰盛制药、安特制药、开元制药、康远制药、医贸集团、生物健康科技 9 个子公司。主要生产抗肿瘤、心脑血管、抗感染、消化系统、呼吸系统、维生素营养、解热镇痛、补益中成药等八大用药系列，拥有 11 个剂型 615 个品规。现已形成种植、研发、生产、销售为一体的健康产业链。振东制药与美国国立肿瘤研究中心、澳大利亚阿德莱德大学、中国医学科学院、中国军事医学科学院、中国中医科学院、中国药科大学等多家国内外科科研院所合作，进行新产品的研制开发，并承担了多项国家重大科技项目。</p> <p>振东制药营销网络覆盖全国 400 余个城市，与全国数千家医疗单位建立了业务关系，形成了“多渠道，多模式”的销售体系，有完善的学术支持、售后服务与信息反馈渠道。面向未来，振东制药将以“百年企业，百亿振东”为目标，以“好人好药，好药好人”为理念，全力打造“振东制药”全国知名品牌，为人类的健康事业贡献力量。</p>					
双专业带头人简介					
内专业带头人	李炯，女，讲师，营销师，山西省职业院校技能大赛优秀指导教师。近年来发表科研论文 13 篇，其中北大核心 2 篇，专利一项，在研省级课题一项。			业方专业带头人	郝虎山，男，山西澳瑞特健康产业股份有限公司总经理。
专业建设指导委员会成员构成					
姓名	性别	出生年月	职务	职称	工作单位
索金龙	男	1976.09	经贸管理系副主任	讲师	山西机电职业技术学院

李炯	女	1984.01	市场营销专业带头人主任	讲师	山西机电职业技术学院
安寅平	男	1971.08	培训部副主任	副教授	山西机电职业技术学院
范志英	女	1979.06	经贸管理系副主任	副教授	山西机电职业技术学院
杨建明	男	1964.10		副教授	山西机电职业技术学院
杨艳	女	1981.06	高铁乘务专业负责人	副教授	山西机电职业技术学院
郝虎山	男	1968.04	总经理		山西澳瑞特健康产业股份有限公司
李静	女	1964.08	总经理	高级管理咨询顾问	长治市知行管理咨询有限公司
刘宏亮	男	1983.06	人力资源部经理	人力资源师	振东集团
靳丽	女	1985.03	经理		万月丰考拉精选公司

## 2. 学情分析报告

2019年，市场营销专业共扩招企业班学生55人，其中52名男性、3名女性学生。党员14人，占总人数的25%。长治本地录取50人，占总人数的90%，省内其他城市录取5人。退役军人51人，占总人数的93%，其他社会人员4人。经走访调研，学生有社会工作经验，都是在职人员，不能在工作日上学，因此安排在周末面授学习。虽然文化水平较差，但整体素质较高，能够配合教学工作的顺利实施。另外，体育课、军训课、军事理论课等课程，退役军人可按规定免修。

总体来看，学生对市场营销的应用需求旺盛，5人已经在自主创业，还有一部分人员希望边学边创业，因此，在人才培养方案中设计营销策划、广告十五和网络营销等实用性强、指导意义明显、已经在校内完成项目化课改的课程，有助于学生迅速开展工作，实现学做一体，知行合一的目的。

## 3. 学分替代

加强学生个性化培养和创新型发展，鼓励学生积极参与各专业学科技能竞赛、大学生创新项目竞赛、科技发明以及英语学习主动性。对学生参与文体活动、社会实践活动、专业学科技能竞赛、大学生创新竞赛获得奖项给予学分奖励。奖励的学分置换和奖励标准学分奖励标准见附表14。

见如下附表学院规定。

**表 14：素质拓展活动学分认定表**

项目名称	获奖等级	获奖内容	学分	毕业条件	校内鉴定部门
文化艺术体育	省级以上	获奖者	3 学分	3 学分	学院团委、经贸管理系分团委
		参加者	2 学分		
	院级	一等奖/冠军	3 学分		
		二等奖/亚军	2 学分		
		三等奖/季军	1 学分		
		其他奖	0.5 学分		
		参加演出/比赛	0.5 学分		
		二级系部	一等奖/冠军		
	二等奖/亚军		1.5 学分		
	三等奖/季军		1 学分		
参加演出/比赛	0.5 学分				

		参加学生社团每年考核一次，考核为优秀者	1 学分		
		考核为合格者	0.5 学分		
社会实践	获国家级表彰的社会实践小分队成员	每获奖一次	4 学分		
	获省级表彰的社会实践小分队成员	每获奖一次	2 学分		
	获国家级表彰的社会实践先进个人	每获奖一次	6 学分		
	获省级表彰的社会实践先进个人	每获奖一次	3 学分		
	获院级表彰的社会实践先进个人	每获奖一次	2 学分		
	学院集中组织的社会实践团队	每参加一次	1 学分		
技能志愿服务活动	获得国家级表彰奖励	每获奖一次	6 学分		
	获得省级表彰奖励	每获奖一次	3 学分		
	获得院级表彰奖励	每获奖一次	2 学分		
	获得二级学院表彰奖励	每获奖一次	1 学分		

表 15：奖励的学分置换和奖励标准

类型	奖励项目	奖励学分	置换课程	说明	鉴定部门
专业教育模块	参与国家级和省级专业技能竞赛并获得奖项	1~3	创业基础、创新基础、创业实践、素质拓展模块的基础学分和选修课	省级三等奖 1 学分，二等奖 1.5 学分，一等奖 2 学分。国家级三等奖 2 学分，二等奖 2.5 学分，一等奖 3 学分。同一项目按最高级别确定，最高累计不超过 3 学分。 参加省级比赛技能培训未参赛和比赛未得奖项记 0.5 学分	经贸管理系
	参与院级专业技能竞赛并获得奖项(含职业教育周、数学建模等各种校内竞赛)			院级三等奖及其以上 1 学分，可置换选修课、必修课(创业基础、创新基础)的一门。	经贸管理系
通识教育模块——创新创业教育平台	参与国家级和省级大学生创新创业竞赛并获的奖项	1~3	创业基础、创新基础、创业实践、素质拓展模块的基础分和选修课	省级三等奖 1 学分，二等奖 1.5 学分，一等奖 2 学分。国家级三等奖 2 学分，二等奖 2.5 学分，一等奖 3 学分。同一项目按最高级别确定，最高累计不超过 3 学分。 参加省级比赛技能培训未参赛和比赛未得奖项记 0.5 学分	学生处
	参与院级大学生创新创业竞赛并获的奖项	1		选修课 1 门 创业基础、创新基础、创业实践	院级三等奖及其以上 1 学分，可置换选修课、必修课(创业基础、创新基础)的一门。
	参加学院校外创业孵化活动或在校学习期间，创新创业成绩显著。如专利、课	40	同等学分课程 1~2 门或毕业顶岗实践	有实用新型专利(2 项)、发明专利(1 项)、重大课题成果(省级以上第一作者)、中文核心论文(北	学院团委、学术委员会

	题等成果			大核心 1 篇第一作者)、经营实体(年资金流水 30 万)等计 40 学分,可替换毕业顶岗实践	
	参加创业实践活动(如在学院技能大师工作室工作一学期、参与老师科研、教	1	选修课 1 门 创业基础、创新基础、 创业实践	经大师工作室或课题组负责人认可替换 1 门选修课或创业基础、创新基础、创业实践其中 1 门	大师工作室或课题组负责人; 协会、社团负责人
就业教育模块	参加校企组织的就业培训包	1	选修课 1 门	经培训教师考核合格可替换 1 门选修课	经贸管理系
通识教育模块——素质拓展模块	参加学院文化艺术节组织的各种体育、文化、专业、艺术技能竞赛活动、专业社团、协会,志愿者服务、暑期社会实践活动。	0.5~1	选修课 1 门	基础分为 3 分,超出的学分可置换同等学分的创业实践或选修课 1 门。 大型开幕式表演、暑期社会实践活动计 1 学分,其他活动计 0.5 学分	院团委、体艺部、经贸管理系分团委
备注	多人参与的项目由项目负责人根据个人贡献程度按进行学分分配。				

表 16: 专业证书学分体系一览表

序号	项目名称	具体要求	学分	毕业条件	校内鉴定部门	
1	本专业职业资格证书	获职业资格证书	1 学分	1 学分	各二级系部	
2	计算机考试	全国计算机等级考试	获一级证书	1 学分	1 学分	信息工程系
			获二级证书	2 学分		
			获三级证书	3 学分		
			获四级证书	4 学分		
备注	无对应考取职业资格证书的专业,应将职业资格证书鉴定考试内容融入课程体系。					

企业班课表（学院上课，每周 10 课时，每门课集中授课 1-4 周，其余课程通过线上资源获取相应课程证书）

星期 周数	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七	十八	十九	二十	
第一学 期周六 （第一 学年开 学晚， 课程课 顺延直 至暑假 上完）	上午 5 课时	专 业 讲 解、 慕 培 训	创 新 教 育	创 新 教 育	创 新 教 育	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	经 济 法 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	会 计 实 务	
	下午 5 课时	中 华 优 秀 传 统 文 化	中 华 优 秀 传 统 文 化	中 华 优 秀 传 统 文 化	中 华 优 秀 传 统 文 化	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	公 关 礼 仪	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作	应 用 文 写 作
第二学 期周六 10 课时	上午 5 课时	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	市 场 调 查 与 分 析	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	信 息 技 术	心 理 健 康	心 理 健 康	心 理 健 康	心 理 健 康
	下午 5 课时	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	工 业 营 销	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	电 子 商 务	思 修 与 法 律 基 础	思 修 与 法 律 基 础	思 修 与 法 律 基 础
第三学 期周六	上午 5 课时	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	网 络 营 销	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	营 销 策 划	商 品 学	商 品 学	商 品 学	商 品 学
	下午 5 课时	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	广 告 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	网 店 运 营 实 务	零 售 实 务	零 售 实 务	零 售 实 务	零 售 实 务

第四学 期周六	上午 5 课时	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	推 销 谈 判	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	经 济 基 础	职 业 规 划	职 业 规 划	职 业 规 划	职 业 规 划
	下午 5 课时	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	PS 图 片 处 理	管 理 学	管 理 学	管 理 学	管 理 学	管 理 学	管 理 学	管 理 学	管 理 学	毛 概	毛 概	毛 概	毛 概
第五学 期周六	上午 5 课时	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	客 户 关 系 管 理	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	消 费 者 为 分 析	搜 索 引 擎 优 化	搜 索 引 擎 优 化	搜 索 引 擎 优 化	搜 索 引 擎 优 化
	下午 5 课时	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	跨 境 电 商	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	财 务 管 理	营 销 沙 盘	营 销 沙 盘	营 销 沙 盘	营 销 沙 盘
第六学 期	下厂实践锻炼 24 周，每周 20 课时，面授 480 课时																				

注： 每周六上课，每课时 45 分钟。

上午： 8:00-8:45； 8:55-9:40； 9:50-10:35； 10:45-11:30； 11:40-12:25

下午： 14:30-15:15； 15:25-16:10； 16:20-17:05； 17:15-18:00； 18:10-18:55