

2023 年全国职业院校技能大赛教学能力比赛

# 市场营销专业 人才培养方案

参赛组别：高职专业课程二组

专业大类：财经商贸

专业类：工商管理

专业名称：市场营销

适用年级：2022 级

制订时间：2021 年 12 月

修订时间：2022 年 5 月

# 目 录

一、专业名称（专业代码） .....	1
二、入学要求 .....	1
三、基本修业年限 .....	1
四、职业面向 .....	1
五、培养目标 .....	2
六、培养规格 .....	2
七、课程设置及学时安排 .....	3
八、教学基本条件 .....	14
九、毕业要求 .....	10

## 一、专业名称（专业代码）

市场营销专业（530605）

## 二、入学要求

通过 2022 年“3+2”中高职衔接转段考试的中等职业学校（市场营销专业）

毕业生

## 三、基本修业年限

二年

## 四、职业面向

### （一）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)	面向岗位领域及 类别	职业资格证书或技能 等级证书举例
财经商贸 大类 (53)	工商管理 类 (5306)	批发业、零 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)	市场开拓岗 市场营销业务岗 市场营销策划岗 新媒体数字营销岗	计算机等级考试 普通话等级证书 高等学校英语应用能 力考试 (PRETCO) 全国公共英语等级考 试 (PETS) 市场营销师 助理品牌策划师 1+X 数字营销技术应 用职业技能等级证书 1+X 新媒体技术职业 技能等级证书 1+X 电子商务数据分 析职业技能等级证书 1+X 网店运营推广职 业技能等级证书

## (二) 职业面向岗位

序号	面向的职业岗位	职业岗位主要职责（业务）描述
1	市场开拓岗位	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对市场环境分析；</li> <li>2. 进行市场开拓可行性分析，为上级提供建议；</li> <li>3. 制定目标客户群体开发方案并执行；</li> <li>4. 负责公司客户的维护、管理及客户服务。</li> </ol>
2	市场营销业务岗位	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新项目市场定位，品牌建设；</li> <li>2. 制定生产、销售、推广策略；</li> <li>3. 制定月、季、年营销方案并执行，对执行过程控制管理；</li> <li>4. 对企业门店进行运营管理，包括门店现场管理、后场管理。</li> </ol>
3	市场营销策划岗位	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 配合市场开拓部门完成项目前期策划工作；</li> <li>2. 熟悉策划业务流程，有效整合资源、确保各类策划的制定；</li> <li>3. 落实各类营销策划方案组织与实施；</li> <li>4. 对策划活动效果评价，提出改进建议。</li> </ol>
4	新媒体数字营销岗位	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据融媒体理念和营销目标制定新媒体营销推广策略；</li> <li>2. 策划新媒体营销推广内容；</li> <li>3. 执行 SEO/SEM 广告投放策略；</li> <li>4. 对活动数据跟踪分析，进行数据驱动的优化。</li> </ol>

参赛作品  
所对应职业岗

## 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，具有良好的人文素质、科学素养、职业道德、创新意识和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，掌握市场营销专业基础知识和市场营销工作的专业基本技能，具备从事市场调查、客户关系维护、营销活动策划与执行、产品销售、市场推广、品牌运营、新媒体营销、SEO/SEM 广告投放运营、大数据分析的能力，能够在新媒体行业、新零售行业、贸易流通行业、广告行业、金融服务行业、互联网行业等从事市场开拓岗位、市场营销业务岗位、市场营销策划岗位、新媒体数字营销岗位等工作的高素质技术技能型人才。

## 六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

### （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. 具有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，社会适应良好，养成良好的行为习惯；

6. 具有较强的责任心与事业心，奉献与敬业精神，以及积极进取的工作态度；

7. 具有敢问、敢试、敢为人先的创业精神和吃苦耐劳的奋斗意识；

8. 具有正确的世界观、人生观、价值观，爱岗敬业，客观公正，善良质朴的优良品格；

### （二）知识

1. 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 掌握经济学、管理学、统计学、会计等基础财经知识；

3. 掌握一定的现代信息技术知识；

4. 掌握市场调研、数据分析等理论与业务知识；

5. 掌握产品销售、推广等理论与业务知识；

6. 掌握营销策划与运营等理论与业务知识；

7. 掌握新媒体营销与数字营销等理论与业务知识；

8. 具有一定的计算机知识和英语应用知识。

### （三）能力

#### 1. 通识能力：

- （1）具有计算机网络应用操作能力；
- （2）具有良好的信息表达、交流能力；
- （3）具有对新知识、新技能的学习能力；
- （4）具有分析和解决专业实际问题的能力；
- （5）具有一定组织管理和领导能力。

#### 2. 专业通用能力：

- （1）具备独立或协助他人完成企业所需市场调查报告的能力；
- （2）具备独立或协助他人完成企业所需市场营销策划方案的能力；
- （3）具备独立或协助他人完成企业项目运作的的能力；
- （4）具备按要求组织实施产品销售，维系与客户之间关系的能力；
- （5）具备按要求组织实施市场推广，完成推广任务的能力；
- （6）具备借助新媒体媒介，完成营销推广的能力。
- （7）具备借助搜索引擎和推荐引擎的技术，完成广告营销的能力。

#### 3. 专业拓展能力：

- （1）具有较强的计划、组织和协调能力；
- （2）具有较强的理解能力和执行能力；
- （3）具有丰富的想象力和创新能力；
- （4）具有较强的灵活处理问题的能力；
- （5）具有探究学习与终生学习能力。
- （6）具有职业生涯规划能力。

## 七、课程设置及学时安排

### （一）课程设置

#### 1. 专业课程体系建设

本专业以市场营销专业群中“营运岗位群”工作综合素质培养为主线，以“职

业通识能力”“职业核心能力”“职业迁徙能力”培养为目标，基于市场营销专业群“底层共享”“中层分立”“高层互选”的人才培养能力层次，构建“公共基础课”“专业基础课”“专业核心课”“专业实践课”“专业选修课”五大课程模块。



图 1 市场营销专业课程设置图

“公共基础课”模块主要培养学生具有正确的思想政治意识及人文素质；“专业基础课”模块主要培养市场营销、电子商务、物流管理、会计等知识领域的基础知识素养；“专业核心课程”注重培养市场营销活动中调查、策划、推广、销售等专业核心技能素养；“专业实践课”主要强化市场营销专业核心技能的实践素养；“专业选修课”模块主要以专业群组内其他专业核心课程构成，满足学生职业发展需求。

### (1) 核心岗位工作任务与课程

工作领域	主要的岗位类型	具体的工作任务	侧重的专业能力	对应的课程
市场开拓岗位	市场开拓专员	进行市场行情分析、潜在客户需求分析等市场调研与分析工作；进行市场开拓可行性分析，为上级提供建议等；与客户保持良好沟通等	市场调研能力 市场分析能力 数据分析能力 沟通交流能力	经济学基础 统计学基础 管理学原理 消费心理学
	市场开拓	负责制定市场调研计划，组织策	规划统筹能力	市场调查与预测

	主管	划市场调研项目；制定目标客户群体开发方案并执行；负责公司客户的维护、管理及客户服务等	组织协调能力 客户开发与管理能力	推销技巧
市场营销业务岗位	营销业务员	协助制定生产、销售、推广策略并具体执行；协助制定月、季、年营销方案并具体执行；负责门店的日常经营工作等	产品销售能力 文字写作能力 项目落地的执行能力 沟通交流能力	应用文写作 统计学基础 管理学原理 消费心理学
	区域经理	制定生产、销售、推广策略；制定月、季、年营销方案，对执行过程进行控制管理；对企业各类项目进行市场定位与品牌建设；对企业门店进行运营管理，包括门店现场管理、后场管理等	规划统筹能力 组织协调能力 营销推广能力 商务谈判能力 项目管理能力	市场调查与预测 连锁企业经营管理 推销技巧
市场营销策划岗位	营销策划专员	参与公司各类项目的营销策划工作及实施跟进工作；主要负责公司各类营销策划方案的撰写等	营销策划能力 文字写作能力 项目落地的执行能力	应用文写作 经济学基础 统计学基础
	营销策划主管	有效整合资源，确保公司各类营销策划方案的制定；落实各类营销策划方案的组织与实施；监控营销效果，分析数据，不断改进优化策略等	规划统筹能力 组织协调能力 数据分析能力 项目管理能力	管理学原理 营销策划与写作 新媒体营销 数字营销
新媒体数字营销岗位	运营员	负责微信公众号、微博、抖音等新媒体平台的日常内容撰写和运营；参与完成抖音、小红书、今日头条等付费广告的投放；关注行业资讯，分析话题热点情况，调研目标用户喜好，对各类内容进行实时调整和跟进等	文字写作能力 热点补抓能力 用户研究能力 数据分析能力	应用文写作 经济学基础 统计学基础 消费心理学
	运营主管	负责制定新媒体运营策略、计划	规划统筹能力	营销策划与写作 新媒体营销 数字营销



	并推进执行；负责新媒体平台内容的策划、选题、执行、出稿等整体规划和运营管理；负责复盘各类数据，并提出建设性改进意见	组织协调能力 营销策划能力 项目管理能力 数据分析能力	
--	---	--------------------------------------	--

## (2) 专业核心课程设计

序号	专业核心课程名称	专业课程介绍
1	市场调查与预测	<p>【课程代码】51061402</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《市场调查与预测》旨在介绍市场调查与预测的工作程序和基本方法。其内容包括制定市场调查计划书、选择市场调查方法、设计市场调查问卷、选择市场调查组织方式、组织实施市场调查、整理分析市场调查资料、进行定性预测与定量预测、撰写市场调查报告等。</p>
2	营销策划与写作	<p>【课程代码】51061403</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《营销策划与写作》旨在介绍市场营销策划的基本概念、原理和方法、基本流程及营销策划书的撰写。其课程内容包括市场调查策划、营销战略策划、市场定位策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、新媒体活动策划等。</p>
3	连锁企业经营管理	<p>【课程代码】51061406</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《连锁企业经营管理》课程旨在介绍连锁企业经营管理理论和连锁企业经营管理相关知识。本课程主要内容包括连锁经营管理概述，连锁经营管理的基本原理，连锁经营的行业分布与业态选择，连锁经营管理体系，连锁经营战略管理，连锁经营促销管理，连锁经营商品管理，连锁经营配送管理，连锁经营信息管理，连锁经营服务管理等。</p>

参赛课程  
主要教学内

4	新媒体营销	<p>【课程代码】51061404</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《新媒体营销》旨在介绍新媒体营销理念和从事新媒体营销应具备的知识与技能。本课程主要内容涵盖新媒体平台运营、新媒体内容运营、新媒体活动运营、新媒体用户运营等模块，具体有新媒体营销团队素养、新媒体平台类型、新媒体平台选择与维护、新媒体内容创作、新媒体活动策划、新媒体数据分析应用等知识点。</p>
5	推销技巧	<p>【课程代码】51061405</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《推销技巧》旨在介绍推销技巧的理论，推销工作内容和推销策略。该课主要内容包括推销的基本概念、推销人员基本职能、推销策略、推销过程内容及技巧、推销人员组织管理等。</p>
6	数字营销	<p>【课程代码】51061407</p> <p>【学分】4 学分</p> <p>【学时】64 学时</p> <p>【主要内容】《数字营销》旨在介绍数字营销原理及数字时代的广告营销技术。该门课程主要内容包含数字营销概述、数字营销原理与技术认知、数字广告营销、数字广告营销策划、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销、广告效果分析与综合应用等。</p>

## 2. 实践教学体系设计

围绕以就业为导向、实践操作训练为重点和职业能力养成为主线，构建“三段——四区——双主体”的实践教学体系，以达到市场营销人员需具备的技能水平。具有专业人才培养实践教学特色。利用学生在校学期开展综合实训教学，实现教学与实际工作相结合。“三段”指的是将学生所在学校的学期分为“入学第一学期”、“第二第三学期”及“第四学期”；“四区”指的是“公共基础实践”、“专业群基础技能实践”、“专业核心技能实践”及“综合技能实践”；“双主

体”指的是以学校和企业为主体培养学生职业技能，以此提高学生技能水平。

阶段	活动类别	活动（项目）名称	教学目标	学期	教学场所
1	专业群基础技能实践	专业教育	能够树立专业学习目标、融入大学课堂	一	校内及校外
		市场营销沙盘实训	能够借助软件系统，模拟企业经营，制定与运用营销策略	一	校内
		市场营销专业技能比赛	以赛促学（行业赛）	一 三	校内
2	专业核心技能实践	全国职业院校职业技能大赛—市场营销赛项	以赛促学（技能赛）	二	校内
		新媒体技术实训	培养新媒体运营思维和应用新媒体技术进行营销内容和活动推广的能力	二	校内及校外
		数字营销技术应用实训	能够借助数字营销的技术，完成营销推广的能力	三	校内
3	综合技能实践	创新创业比赛	培养创新创业意识，能够灵活运用知识技能解决实际问题的能力	四	校内
		毕业顶岗实习	培养综合运用知识解决实际问题的能力	四	校外

**第一阶段：**该阶段对应学生刚入学第一学期，重点培养学生的专业基础技能。通过开展专业群基础技能实践，对学生进行专业教育，让学生了解本专业基础脉络，从而树立专业学习目标，使其能够快速融入大学课堂。同时，通过开设市场营销沙盘实训，借助市场营销软件系统，在模拟企业经营的情境中，巩固学生的市场营销基础理论知识，培养学生制定并运用营销策略解决问题的能力。除此之外，通过参加市场营销专业技能比赛，提升学生开展市场调查及制定营销策略的能力。

**第二阶段：**该阶段对应学生在校的第二学期和第三学期，注重培养学生的专业核心技能。通过参加全国职业院校职业技能大赛—市场营销赛项，提升学生数据分析的能力、演示文稿的制作能力、制定营销策略及撰写营销策划的能力。同时，通过开展专业群核心技能实践，开设新媒体技术实训、数字营销技术应用实训等课程，培养学生借助新媒体媒介，完成营销推广的能力和借助数字营销的技术，完成广告营销的能力。

**第三阶段：**该阶段对应学生的第四学期，主要培养学生的综合技能。通过开展综合技能实践，学生进行顶岗实习、参加创新创业比赛，进一步培养学生综合

运用市场营销的知识与技能去分析问题、解决企业实际问题的能力，达到市场营销综合技能水平和营销从业人员职业素养的提高。

### 3. 课程思政教育体系设计

#### (1) 课程思政建设目标

在开展课程思政的教育教学体系设计中，坚持把“立德树人”作为根本任务，不断加强市场营销专业的思想政治工作，引导学生正确认识新时代市场营销活动与国家、个人之间的密切关系，构建了“树立强国信念、提升营销境界、强化职业素养”的思政目标，具体如下：

**树立强国信念：**厚植爱国主义情怀，提升民族自豪感和自信心；培养社会主义核心价值观；对优秀的中华优秀传统文化的认同和坚持等。

**提升营销境界：**树立学生科学的营销价值观，可持续发展的绿色营销观；正确认识国家进步带来的消费者需求变化，树立正确的消费观等。

**强化职业素养：**培养遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚信服务、开拓创新的职业品格和行为习惯等。

#### (2) 课程思政育人模式建设

本专业以“突出专业特色、体现课程特点、契合内容特性”为原则，建设了“三层三段”的市场营销专业课程思政育人模式。

“三层”指的是思政融入人才培养的层次。按照“专业——课程——课堂”分为三层确定“专业思政主线——课程思政主题——章节思政话题”，分别对应体现在“专业人才培养方案——课程教学标准——章节教学设计”中，将思政教育有机融入专业教学全过程。

“三段”指的是思政教育的培养时期，按照“入学初期——专业学习——社会实习”不同阶段学生成长特点及其对应的教育教学内容和形式，分阶段设计与之对应的课程思政教育的阶段性目标，分时期侧重从“树立强国信念——提升营销境界——强化职业素养”的角度培养，并合理利用知识讲授、视频教学、实训练习等不同阶段的载体手段，提高课程思政教育的针对性、亲和力和成效性。

“三层三段”的专业课程思政育人模式强调在知识传授和技能培养中以润物细无声的方式实现价值引领，实现知识传授、技能培养与思政教育的融合效应，学生不仅可以掌握市场营销的理论和实践技能，还可以培养正确的市场道德

观念，提高社会责任感和诚信服务意识，进一步提高学生的综合素质和竞争力，最终成为服务于地方经济发展的创新型、复合型、应用型人才。

#### 4. 创新创业教育体系

类别	课程（活动）名称	学时	学分	开设学期	教学形态	修读方式	备注
职业规 划	大学生职业发展	8	1.5	第一学期	讲座	必修	
	职业生涯规划	8		第二学期	比赛	必修	
就业指 导	就业指导 1	4		第三学期	讲座	必修	
	就业指导 2	4		第四学期	辅导	必修	
	就业基本技能(驾驶)	8	0.5	任一学期		选修	
创新创 业	创新创业基础	16	1	第一学期	讲授	必修	
	创新创业实务	16	1	第二学期	讲授	选修	
	创新思维训练				实践	选修	
	创新创业实践				实践	选修	

## （二）学时安排

总学时为 1836 学时，总学分为 117 学分。

公共基础课程 666 学时，占总学时 36.3 %；实践性教学环节 570 学时（其中第四学期每周计 30 学时），占总学时 31.0 %；公共基础选修课程、专业选修课程合计 304 学时，均占总学时 16.6%。

### 1. 学时安排表

课程	学期				学时 合计
	一	二	三	四	
公共基础课	301	237	80	48	666
专业基础课	52	80			1170
专业核心课	52	64	256		
专业实践课	26	32	32	480	
专业拓展课			96		

### 2. 教学课程总体安排表

课程 类别	课程代号	课程名称	课程 性质	开课 学期	考核 方式	学 分	学时分配		备 注
							理 论	实 践	

							学时	学时	
公共基础课程	01000001	军训	必修	一	考查	2	0	40	
	01000002	军事理论课	必修	一	考查	2	24	12	
	01000003	思想道德修养与法律基础	必修	一	考试	2	20	6	
	01000004	毛泽东思想与中国特色社会主义理论概论	必修	二	考试	3	36	12	
	01000005	形势与政策	必修	一 二 三 四	考查	4	64	0	
	01000007	大学生心理健康教育	必修	一 二	考查	2	32	0	
	01000006	大学生职业发展与就业指导	必修	三 四	考查	2	32	0	
	04000001	体育 I	必修	一	考试	2	0	26	
	04000002	体育 II	必修	二	考试	2	0	32	
	09000001	计算机文化基础	必修	一	考试	3	24	24	
	03000001	综合英语	必修	一 二	考试	4	30	28	
	01000058	现代信息技术应用	必修	一	考查	1	8	8	
	01000008	“养优”文化	选修	一	考查	1	8	8	限选
	01000055	劳动教育	选修	一 二 三 四	考查	4	32	32	
	01000009	创新创业基础	选修	一	考查	1	8	8	
	01000008	应用文写作	选修	二	考查	1	8	8	
	01000030	艺术与审美	选修	二	考查	2	16	16	

	人文素质	中国传统文化、民族文化、国学选读、思辨与创新、艺术欣赏、普通话训练、美学与人生等课程	选修	二	考查	2	0	32	任选二门
	科学素质	应用英语、广告学、营养与健康、天文漫谈、趣味物流、急救与自救、中医药等课程	选修	二	考查	1	0	16	任选一门
	职业素质	职场礼仪、人际关系与沟通技巧、创新创业实务、汽车品牌文化、职场沟通、高效职场办公等课程	选修	三	考查	1	0	16	
	养优素质	“养优”素质教育活动（详见“养优”素质教育活动安排表）	必修	一 二 三 四	考查	11	0	220	第二课堂
专业基础课程	51061301	经济学基础	必修	一	考查	2	26	0	
	51061302	管理学原理	必修	一	考查	2	26	0	
	51061303	统计学基础	必修	二	考查	2	32	0	
	51061304	消费心理学	必修	二	考查	3	32	16	
专业核心课程	51061402	市场调查与预测	必修	一	考查	4	32	20	
	51061403	营销策划与写作	必修	三	考查	4	40	24	
	51061404	新媒体营销	必修	二	考试	4	40	24	参赛课程
	51061405	连锁企业经营管理	必修	三	考查	4	40	24	
	51061406	推销技巧	必修	三	考试	4	40	24	
	51061407	数字营销	必修	三	考试	4	40	24	
专业实践课程	51061601	市场营销沙盘实训	必修	一	考查	2	0	26	
	51061602	数字营销技术应用实训	必修	三	考查	2	0	32	

	51061604	新媒体技术实训	必修	二	考查	2	0	32	
	01000010	岗位实习	必修	四	考查	30	0	480	
专业拓展课程	51062501 ~51062509	国际市场营销、跨境电子商务、物流管理与实务、网店运营、基础会计、个人理财、电子商务、广告 PS 设计等课程	选修	三	考查	2	12	20	任选三门

### 3. “养优” 素质教育活动安排表

类别	参加活动项目	积分兑换标准	认定依据	备注
思想政治	1. 主题性教育活动（主题性思想政治教育活动、演讲比赛或知识竞赛、征文比赛、摄影摄像比赛、微电影大赛等）	1. 申请参加成员每人每项可积 3 分； 2. 校级知识竞赛（演讲比赛）荣获一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 12 分、8 分、6 分、3 分；省级、国家级知识竞赛（演讲比赛）荣获一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 12 分、8 分、6 分、3 分。	提供获奖证书和获奖照片。	积分足够 100 分则获得 4.5 个学分
	2. 常规性思想教育（爱国爱党教育、传统文化教育、诚信教育主题团日活动、先进事迹报告会等。）	每参加一次可积 3 分。	提供活动现场图片和签到情况。	
	3. 个人评优评先（优秀共青团员、优秀团干、优秀学生干部、养优之星、优秀青年志愿者、自强之星等荣誉、党、团校培训、大骨班等活动、学生干部、艺术团、优秀学生、学生干部、）	1. 国家级、省级、校级、院级分别积 12 分, 8 分, 6 分, 3 分 2. 党、团校学习合格可积 6 分； 3. 校青马班（大骨班）学习合格可积 5 分，被评为优秀学员加 6 分；省级以上青马班学习合格可积 8 分。 4. 担任学生干部考核合格，各班级学生干部可积 3 分；院级学生组织主席可积 6 分，副主席、部长可积 4 分，干事（预备干事）可积 2 分；校级学	提供获奖证书。提供参加培训合格证书和培训笔记或培训心得。	



		生组织主席可积 10 分，副主席、部长可积 8 分，干事（预备干事）可积 4 分；学校各部门助理类学生干部工作由主管部门评定合格，每人积 6 分。		
	4. 集体荣誉（五四红旗团支部、先进班集体、文明宿舍、活力团支部、优秀社团、优秀青年志愿者团体等集体荣誉）	国家级、省级、校级分别积 12 分, 8 分, 6 分, 3 分	提供获奖证书。	
	5. 讲座、报告会（养优大讲堂、思想政治、形势政策报告会、理想信念主题教育、安全教育、法制教育人文素质、健康教育报告会、讲座等）	每参加一次可积 3 分。	提供参加课外讲座证明和相关讲座内容笔记以及签到情况。	
志愿公益 2.5 学分	6. 志愿者注册（志愿 XX 地区、各项组织志愿者）	注册志愿者积 5 分	提供志愿汇志愿服务时长证明。	积分足够 100 分则获得 3 个学分
	7. 志愿服务公益活动	省级组织的志愿服务活动，每参加 1 次积 10 分； 市级组织的志愿服务活动，每参加 1 次积 7 分； 区级组织的志愿服务活动，每参加 1 次积 4 分； 校级组织的志愿服务活动，每参加 1 次积 3 分； 院级组织的志愿服务活动，每参加 1 次积 2 分。	提供志愿汇志愿服务活动证明。	
	8. 西部计划志愿者	每人次积 30 分。	提供相关录取证明。	
	9. 义务献血	每人次积 25 分。	提供献血证明。	
创新创业 1 学分	10. 专利发明、发表论文、文章	专利发明每项可积 40 分。校级媒体平台（校报、学报）发表文章每篇可积 6 分，在公开出版报纸期刊上发表文章每篇可积 8 分；三大检索、核心期刊、一般期刊分别积 50 分、30 分、20 分。	提供相关证明。	积分足够 100 分则获得 1.5 个学

	11. 创新创业比赛（“挑战杯”大学生课外学术科技作品竞赛；“创青春”全国大学生创业大赛、“正大杯”大学生双创实战营销大赛、全国大学生数学建模大赛、全国大学生互联网+创新创业大赛，全国大学生电子商务竞赛，全国大学生软件杯大赛等）	国家级一等奖（金奖）、二等奖（银奖）、三等奖（铜奖）、优秀奖，分别积 30 分、20 分、15 分、10 分；省级一等奖（金奖）、二等奖（银奖）、三等奖（铜奖）、优秀奖，分别积 20 分、15 分、10 分、7 分；校级一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖，分别积 10 分、7 分、5 分、3 分；参赛者积 2 分；	提供相关获奖证书。	分
	12. 创新创业讲座、活动（如养优大讲堂中的创业讲座等）	每人次积 8 分。	提供参加课外讲座、活动的听课笔记和现场照片。	
	13. 公司创建（成功注册公司并运营一年以上）	每人 30 积分	提供相关作证材料	
	14. 大学生创新创业立项	校级立项成功可积 10 分；省级、国家级立项分别可积 15 分、30 分。	提供相关作证材料	
文 艺 体 育	15. 文艺活动(三走活动)	参与校、院系文艺活动可积 3 分；高雅艺术进校园等大型活动积 4 分。参加校级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 8 分、6 分、4 分、2 分；参加省级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 15 分、10 分、8 分、6 分。参加国家级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 30 分、20 分、15 分、10 分。	提供相关作证材料。	积分足 够 100 分 则获得
1.5 学 分	16. 体育运动 (三走活动)	报名参加校园体育活动可积 3 分；校运会等大型活动积 5 分。参加校级体育活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 8 分、6 分、4 分、2 分；参加省级体育活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 15 分、10 分、8 分、6 分；参加国家级比赛可积分 25 分。	提供相关作证材料	2.25 个 学分

实 习 实 践 1 学 分	17. 社团活动	参加各种社团活动 1 次积 3 分；会员时间超过一学年每学年可积 5 分，社团负责人可积 10 分。	提供相关作证材料	积分足 够 100 分 则获得 1.5 个学 分
	18. 校内实践（学校日常社会实践 实践活动（走进企业等）社会 相关工作荣誉）	每参加一次可积 3 分。国家级、省级、校级、院级荣誉分别积 30 分、20 分、10 分、6 分。	提供实践报告和图 片。	
	19. 校外实践（机关（事业单 位）挂职、实习；国际交流访 学。）	每人次积 10 分。	挂职实习时间要求 2 周以上，以挂职实 习鉴定为准；国际 交流时间要求一学 期以上。	
	20. 寒暑社会实践（“三下乡” 社会实践活动、寒暑假社会实 践）	校级立项团队负责人积10分，其余团队人员积7 分。 院级立项团队负责人积8分，其余团队人员积6分	提供实践证明。	
技 能 培 训 1.5 学 分	21. 职业技术培训、职业规划、 就业创业培训	积极参加各种专业技术培训积10分； 获得相应证书的高级、中级、初级，每人每项可 积30分、20分、10分。	提供相关作证材料	积分足 够100分 则获得 2.25个 学分
额 外 加 分 项 3 学 分	22. 汽车驾驶证	在校三年内获得汽车驾驶证即可获得3个学分	提供驾驶证或驾校 的结业证书	材料报 辅导员 审核，满 足条件 即可在 “到梦 空间”软 件中获 得学分

其他	凡《XXX 学院“第二课堂成绩单”积分学分计算方法》中未涉及到的，但需要予以确认积分的项目需上报学校团委审核通过备案。计分标准及学分计量方法由学校“第二课堂成绩单”办公室负责解释。
----	--

## 八、教学基本条件

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业的专任教师之比约为 20:1。专任教师队伍中具有高级职称比例达到 45%，具有硕士及以上学历的比例达到 60%；30~40 周岁教师 71.7%；双师素质教师占专业教师比例不低于 75%，教师梯队结构合理。

#### 2. 专任教师

具有市场营销、管理学等相关专业本科及以上学历；具有高校教师资格和本专业领域相关证书；具有扎实的本专业相关理论功底和行业工作经验；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

#### 3. 专业带头人

专业带头人具有高级职称，也是省级教学成果二等奖的第一完成人，能够较好地把握国内外营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

#### 4. 兼职教师

兼职教师主要来自于从本专业相关的行业企业，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的营销专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

### （二）教学设施

#### 1. 普通专业教室基本条件

普通专业教室配备教学一体机、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备；有互联网接入和 Wi-Fi 网络环境，实施网络安全防护措施；安装应急照明装置，并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

## **2. 校内实验实训室基本条件**

校内实训室建设：校内为满足专业基础课、专业核心课及专业实践课等教学需求，专业共建设有实训室 3 间，电脑 149 台，专业设备（摄影、录像、直播等设备）10 套，专业教学软件 8 套：ITMC 市场营销沙盘实训软件；用友 ERP 商战平台；网中网基础会计、成本会计、管理会计、税务理实一体化教学平台；网中网财务会计赛训一体化教学平台；新道 TTC 学练训赛一体化教学平台 v1.0。

## **3. 校外实训基地基本条件**

校外分别建有 12 个校外实习实训基地，提供新媒体技术、数字营销技术等实训课程的实训基地，实训设施齐全，实训岗位、实训指导教师稳定。实训管理及实训规则制度齐全。

## **4. 岗位实习基地基本条件**

合作关系稳定，能提供市场开拓、企业运营、销售顾问、策划专员等营销相关实习岗位，可接纳一定规模的学生安排实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

## **5. 支持信息化教学方面的基本要求**

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

# **（三）教学管理**

## **1. 教材选用基本要求**

在学校教材选用机构的指导下，按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂，及时补充新技术、新工艺和新标准。

## **2. 图书文献配备基本要求**

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

### **3. 数字教学资源配置基本要求**

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

## **（四）教学方法**

### **1. 教学方法**

根据课程特点，结合教学条件，考虑学生实际，采用灵活的教学方法，如项目教学法、任务驱动法、角色扮演法、案例分析法、讨论法等，激发学生的学习兴趣，使学生在教学活动中掌握相关的知识和技能。

### **2. 教学手段**

“以学生为中心”，根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式。

（1）在理论课程教学过程中，充分利用投影仪、多媒体、专业软件等教学资源，教师讲解、演示、解答和指导并行，让学生在“教”与“学”的过程中掌握课程的基本知识。

（2）在实训课程教学过程中，立足于加强学生实际操作能力和技术应用能力的培养。采用任务驱动、项目教学、示范教学、实践教学等发挥学生主体作用的教学方法，以工作任务引领教学，提高学生的学习兴趣，激发学生学习的内动力。要充分利用校内外实训基地，模拟典型的职业工作任务。在工作任务中，让学生独立获取信息、独立计划、独立决策、独立实施、独立检查评估，学做结合，从而获得工作过程知识、技能和经验。

### **（五）教学评价**

对学生的学业考核评价内容分为认知、技能、情感等方面，体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化。评价主体包括自我评价、学生评价、教师评价、企业评价等；评价方式包括现场操作、课程作业、项目报告、书面考试、职业资格证书等；评价过程包括过程评价和期末评价。注重过程评价，以学习态度、操

作能力、合作精神为考核要求，以学习阶段、学习项目或典型工作任务作为期末评价要求。

#### （六）质量管理

建立企业参与的院部两级的教学质量监控与评价体系。在日常教学管理中形成教学检查制度、教学质量分析制度、教学信息反馈制度及“学生评教、教师评学、同行评课、专家评质、社会评人”五评制度。发挥专业指导委员会的积极作用，校企合作制定人才培养方案、项目化教学改革专业课程标准，使教学管理和质量监控有章可循、有据可依。与企业共同建立岗位实习管理和考核体系，制定岗位实习管理制度、兼职教师管理制度等，加强对人才培养过程的管理。

## 九、毕业要求

- （一）修完本专业人才培养方案所规定的课程及学分。
- （二）在二年学习期间，获得相应的职业资格（技能等级）证书。
- （三）在二年学习期间，鼓励获得相应的英语、计算机合格证书。
- （四）完成半年岗位实习并考核合格。