



湖南财经工业职业技术学院
HUNAN FINANCIAL & INDUSTRIAL VOCATIONAL-TECHNICAL COLLEGE

市场营销专业 2019 级人才培养方案



目录

市场营销专业 2019 级人才培养方案	1
一、专业名称及代码	1
二、教育类型及学历层次	1
三、入学要求	1
四、修业年限	1
五、职业面向	1
六、培养目标与培养规格	1
七、课程体系的开发设计	3
八、教学进程总体安排	26
九、实施保障	30
十、毕业资格与要求	34
十一、继续专业学习深造建议	34

市场营销专业 2019 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业或同等学力者

四、修业年限

三年

五、职业面向

表 1 市场营销专业职业面向

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)	就业岗位	职业资格证书和职业技能等级证书
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)	门店销售	
			商品营业员(4-01-02-03)	商品品牌推广	
				商品销售	
			市场营销专业人员 (2-06-07-02)	市场调研员	
				策划执行专员	
				网店运营推广员	网店运营推广(初级)
				商务代表	

六、培养目标与培养规格

(一) 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；掌握本专业必备的理论基础知识和专业知识，具有熟练的市场调查与分析、熟练进行销售、消费者行为分析、客户管理的能力以及市场营销策划专业能力；具有运用计算机、互联网进行信息调研、市场营销策划和店面营销运营及管理方法能力；具有文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力等社会能力；面向生产、建设、管理、

服务第一线的高素质技术技能复合型人才。

（二）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：

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、创新精神。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划意识，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 项艺术特长和爱好。

2. 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）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防知识。

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

（4）掌握消费者行为和消费心理分析和基本内容和分析方法。

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

（6）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

（7）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。

（8）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

1. 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）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）能够与客户进行有效沟通。

（4）能够对客群和竞争者进行分析。

（5）能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

（6）能够阻止实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

- (7) 能够阻止实施推销和商业谈判。
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (9) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
- (10) 具备数据意识和商务数据分析应用能力。
- (11) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (12) 具有一定的创新创业能力。

七、课程体系的开发设计

(一) 职业岗位群

表2 职业岗位群描述

层次描述项目	就业岗位	主要工作任务（简述）
初始岗位	市场分析	在企业营销部门或者管理咨询公司从事市场调查、市场开发及需求预测等工作。
	商品销售	在流通企业或者生产企业销售部门从事产品推广及向目标顾客提供售前、售中、售后服务等工作。
	营销管理	在生产、流通和服务行业的客户服务机构从事向客户提供产品咨询、接受客户投诉、回访客户、收集并反馈客户的意见或建议等工作。
	营销策划	在生产、流通和服务行业的销售部门或其部门内部从事企业或产品的市场推广策划，广告策划和促销策划等工作。
发展岗位	销售主管	在企业营销部门从事销售团队的管理。
	公司经理	负责公司营销计划、公司运营管理。

(二) 根据培养目标和加强学生素质教育要求确定人文素质课程

表3 基本素质、能力分析

素质和能力	对应课程设置	必修/选修	取证
政治素质、法律意识及思想品德	思想道德修养与法律基础	必修	
身体素质与运动技能	体育	必修	
心理健康	大学生健康教育	必修	
就业、创业能力	大学生就业指导、创业基础	必修	
军事素质	国防教育	必修	
社会实践能力	社会实践	必修	
外语应用能力	大学英语	必修	英语A级
信息处理能力	计算机应用基础	必修	计算机一级
欣赏、创造美的能力	选修课	选修	
数字应用能力	经济数学	必修	

(三) 按照“就业导向、能力本位”的原则构建专业课程体系

1. 典型工作任务汇总

(1) 岗位工作职责分析

表 4 岗位工作职责分析

工作岗位	工作职责
销售代表	<ol style="list-style-type: none"> 负责产品的市场渠道开拓与销售工作，执行并完成公司产品年度销售计划。 根据公司市场营销战略，提升销售价值，控制成本，扩大产品在所负责区域的销售，积极完成销售量指标，扩大产品市场占有率。 与客户保持良好沟通，实时把握客户需求。为客户提供主动、热情、满意、周到的服务。 根据公司产品、价格及市场策略，独立处置询盘、报价、合同条款的协商及合同签订等事宜。在执行合同过程中，协调并监督公司各职能部门操作。 动态把握市场价格，定期向公司提供市场分析及预测报告和个人工作周报。 维护和开拓新的销售渠道和新客户，自主开发及拓展上下游用户，尤其是终端用户。 收集一线营销信息和用户意见，对公司营销策略、售后服务、等提出参考意见。
市场调研员	<ol style="list-style-type: none"> 协助经理制订市场发展计划并负责各类专项调研的组织和执行。 负责与国内各主流调研机构的沟通，并根据原始数据和经理的要求输出各类分析报告。 结合各方面意见形成信调报告的评估文档，做出相应总结分析，并形成经验积累。 负责市场活动、服务或信息供应商的统一管理和评估。 完成相关统计分析或进度报表。 收集竞争对手或产品的各种信息，如策略、活动、推广资料等，负责进行市场调研。
营销策划执行专员	<ol style="list-style-type: none"> 负责企业营销策划的工作，如产品概念定位的成功演绎、各类营销手法的运用。 负责与相关媒体对接，搞好公司各类推广项目，做好活动的策划，包装，宣传，跟进等实施工作。 撰写全程策划报告、定位报告、规划建议、执行报告。 负责对销售及策划进度进行动态掌控。
网络营销专员	<ol style="list-style-type: none"> 负责公司网站的内部优化和关键词定位。 整理关键词周边资讯信息、上传产品相关资料。 设计用户网络体验流程，使网站资源方便客户使用及信息可得。 编写企业软文，包括企业广告、招商资料等的推广。 负责网络外链和网站推广工作，提升网络排名和网站点击量。 协助编辑完成网站页面的美工设计，网站 banner 设计、网站图片处理、动画设计等。 负责在线客户接待及客户资料的收集和汇总。 负责在第三方网络平台注册及发布公司和产品信息并搜集客户信息。
门店营销管理	<ol style="list-style-type: none"> 负责零售终端门店的日常销售管理。 协助负责门店的宣传推广。 协助负责门店营销方案策划与实施。 客户关系的维护与投诉处理。 制定门店各项管理制度。
销售主管	<ol style="list-style-type: none"> 组织市场调研，收集市场信息，分析市场动向、特点和发展趋势。 分析销售和市场竞争发展状况，提出改进方案和措施。 负责收集、整理、归纳客户资料，对客户群进行透彻的分析。 建立销售目标，制定销售计划，确定销售策略。 制定销售管理制度、工作程序，并监督贯彻实施。

	6. 营销队伍的组织、培训与考核。 7. 客观、及时的反映客户的意见和建议，不断完善工作。
--	--

(2) 岗位工作任务分析

表 5 岗位工作任务分析

工作岗位	工作任务
销售代表	任务 X1: 制订销售计划; 任务 X2: 确定销售政策; 任务 X3: 设计销售模式; 任务 X4: 为所辖区域内零售市场提供专业性支持工作; 任务 X5: 在本辖区内建立分销网及扩大公司产品覆盖率; 任务 X6: 按照企业计划和程序开展产品推广活动, 介绍产品并提供相应资料; 任务 X7: 对所管辖的零售店进行产品宣传、入店培训、货品陈列、促销等工作; 任务 X8: 建立客户资料卡及客户档案, 完成相关销售报表; 任务 X9: 参加公司召开的销售会议或组织的培训; 任务 X10: 与客户建立良好关系, 以维护企业形象。
市场调研员	任务 D1: 负责市场开拓的调查研究; 任务 D2: 负责市场调研方案的设计; 任务 D3: 负责市场调查问卷的设计; 任务 D5: 对产品市场销售潜力的分析; 任务 D6: 对消费者需求进行调查研究; 任务 D7: 对产品广告宣传效果的调研分析; 任务 D8: 负责出具市场调研报告; 任务 D9: 负责与市场调研咨询机构的联络。
营销策划专员	任务 C1: 负责企业所制定的营销策划的执行; 任务 C2: 对各类策划活动执行后的效果分析研究; 任务 C3: 负责制定企业新产品上市策划活动的执行落地; 任务 C4: 负责企业营销推广策划; 任务 C5: 负责与第三方营销策划机构的联系; 任务 C6: 负责制定品牌推广方案; 任务 C7: 负责制定企业广告宣传方案; 任务 C8: 负责营销活动策划方案制定及实施。
网络营销专员	任务 W1: 负责企业网站的设计与管理; 任务 W1: 利用网络平台宣传推广产品; 任务 W2: 利用网络平台销售产品; 任务 W3: 利用互联网对客户进行管理与维护; 任务 W4: 营销网站内容的编辑与设计。
门店营销管理	任务 M1: 负责零售终端门店的销售管理; 任务 M2: 门店的宣传推广; 任务 M3: 门店营销方案策划与实施; 任务 M4: 客户关系的维护与投诉处理。
销售主管	任务 Z1: 正确掌握市场信息。定期组织市场调研, 收集市场信息, 分析市场动向、特点和发展趋势; 分析销售和市场竞争发展状况, 提出改进方案和措施; 负责收集、整理、归纳客户资料, 对客户群进行透彻的分析。 任务 Z2: 建立销售目标, 制定销售计划, 确定销售策略; 完成公司下达的销售任务; 确定销售目标,

	制定销售计划；监督计划的执行情况，将销售进展情况及时反馈给总经理；根据项目的卖点和目标客源的需求策划广告创意、制定实施方案；完善产品营销策划方案，执行决策系统并监控执行结果。 任务 Z2：营销管理活动。制定销售管理制度、工作程序，并监督贯彻实施；营销队伍的组织、培训与考核；客观、及时的反映客户的意见和建议，不断完善工作。
--	--

(3) 归纳和确定典型工作任务

对工作任务的工作过程、方法、对象、成果相似的主要工作任务等进行归类，确定市场营销专业的典型工作任务，见表

表 6 典型工作任务归类一览表

典型工作任务	工作任务
T1 产品销售	X1、X4、X5、X6、X7、X8、X9、X10、D1、Z1、Z2
T2 商务谈判	X2、X3、X4、X6、X10、D5、D6
T3 市场调研	D1、D2、D3、D4、D5、D6、D7、D8、D9
T4 营销策划	C1、C2、C3、C4、C5、C6、C7、C8
T5 网络营销	W1、W2、W3、W4、X10、D1、D5、D6
T6 门店管理	M1、M2、M3、M4、C1、C2、C3

2. 典型工作任务与职业能力分析

对典型工作任务进行分析，确定市场营销专业职业能力。

表 7 工作任务与职业能力分析表

典型工作任务	职业能力
T1 产品销售	<p>T1-1 专业能力</p> <p>T1-1-1……具有熟练的寻找潜在顾客能力；</p> <p>T1-1-2……具有熟练进行消费者行为分析、抓住顾客的能力；</p> <p>T1-1-3……具有熟练进行顾客异议处理、客户关系管理的能力</p> <p>T1-2 方法能力</p> <p>T1-2-1……具有运用计算机、互联网进行顾客开发的能力</p> <p>T1-2-2……具有市场潜力分析能力</p> <p>T1-2-3……具有产品销售计划和推广策划方案撰写能力；</p> <p>T1-3 社会能力</p> <p>T1-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。</p> <p>T1-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力；</p> <p>T1-3-3……具有时间管理的能力</p>
T2 商务谈判	<p>T2-1 专业能力</p> <p>T2-1-1……具有熟练的市场调查与分析能力；</p> <p>T2-1-2……具有熟练进行商务洽谈的能力；</p> <p>T2-1-3……具有熟练进行商务谈判技巧能力</p> <p>T2-2 方法能力</p> <p>T2-2-1……具有运用计算机、互联网进行信息调研的能力</p> <p>T2-2-2……具有谈判竞争对手分析能力</p> <p>T2-2-3……具有商务谈判合同草拟撰写能力；</p> <p>T2-3 社会能力</p> <p>T2-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。</p> <p>T2-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力；</p> <p>T2-3-3……具有时间管理的能力</p>
T3 市场调研	T3-1 专业能力

	<p>T3-1-1……具有熟练的市场调查实施规划能力； T3-1-2……具有熟练运用各种调研方案进行调研的能力； T3-1-3……具有熟练进行调查资料分析与整理、撰写调研报告能力</p> <p>T3-2 方法能力 T3-2-1……具有运用计算机、互联网进行信息调研的能力 T3-2-2……具有市场分析与预测能力 T3-2-3……具有市场调研方案撰写能力；</p> <p>T3-3 社会能力 T3-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。 T3-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力； T3-3-3……具有时间管理的能力</p>
T4 营销策划	<p>T4-1 专业能力 T4-1-1……具有熟练的市场环境分析能力； T4-1-2……具有熟练进行消费者行为分析、消费者需求挖掘的能力； T4-1-3……具有熟练进行营销策划操作能力</p> <p>T4-2 方法能力 T4-2-1……具有运用计算机、互联网进行信息调研的能力 T4-2-2……具有市场环境分析能力 T4-2-3……具有市场营销策划及方案撰写能力；</p> <p>T4-3 社会能力 T4-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。 T4-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力； T4-3-3……具有时间管理的能力</p>
T5 网络营销	<p>T5-1 专业能力 T5-1-1……具有熟练的市场调查与分析能力； T5-1-2……具有熟练进行营销型网站设计的能力； T5-1-3……具有熟练进行电子商务、一般网络营销操作能力</p> <p>T5-2 方法能力 T5-2-1……具有运用计算机、互联网进行信息调研的能力 T5-2-2……具有运用计算机、互联网进行信息进行产品推广的能力 T5-2-3……具有网络营销方案撰写能力；</p> <p>T5-3 社会能力 T5-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。 T5-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力； T5-3-3……具有时间管理的能力</p>
T6 门店管理	<p>T6-1 专业能力 T6-1-1……具有熟练的市场分析能力； T6-1-2……具有熟练进行销售团队管理的能力； T6-1-3……具有熟练进行日常门店管理的操作能力</p> <p>T6-2 方法能力 T6-2-1……具有运用计算机、互联网进行信息调研的能力 T6-2-2……具有市场环境分析能力 T6-2-3……具有市场营销策划及方案撰写能力；</p> <p>T6-3 社会能力 T6-3-1……具有一定的人际交往、沟通能力。 T6-3-2……具有较好的文字组织能力、语言表达能力和社会沟通能力； T6-3-3……具有时间管理的能力</p>

3. 职业能力与对应学习领域分析

对完成典型工作任务学生分具备的职业能力按相同、相似进行分析和归类，确定市场营销专业对应的专业学习领域。

表 8 职业能力与对应专业学习领域分析表

职业能力	专业学习领域	主要教学内容	参考学时	取证
T3-1 T3-2 T3-3	TC1 市场调查与预测	1. 市场调研内容与流程 2. 调查问卷设计 3. 调研方案撰写 4. 市场调查实施 5. 市场调研数据资料的整理与分析 6. 调研报告撰写	30	
T1-1 T1-2 T1-3 T2-1 T2-2 T2-3	TC2 现代推销技术	1. 寻找客户 2. 约见顾客 3. 顾客异议的处理 4. 成交方法、	48	
T1-1 T1-2 T1-3 T2-1 T2-2 T2-3 T4-1 T4-2 T4-3	TC3 企业营销策划	1. 营销环境分析 2. 市场调研 3. 市场细分与定位 4. 营销策划 5. 企业产品广告策划 6. 新产品上市策划 7. 促销策划 8. 企业 CIS 形象识别体系策划	48	
T5-1 T5-2 T5-3 T1-1 T1-2 T1-3 T2-1 T2-2 T2-3	TC4 网络营销实务	1. 网络营销平台 2. 营销网站设计 3. 网络营销推广 4. 新媒体营销 5. 网店运营推广	48	网店运营推广
T1-1 T1-2 T1-3 T2-1 T2-2 T2-3 T4-1 T4-2 T4-3	TC5 销售管理	1. 销售计划制定 2. 销售区域与销售组织设计 3. 销售网络管理 4. 销售人员招聘和培训 5. 报酬和激励方案设计以及销售评价与控制	56	
T3-1 T3-2 T3-3 T2-1 T2-2 T2-3	TC6 商务谈判与礼仪	1. 商务谈判的基础知识 2. 商务谈判的原则、商务谈判的准备 3. 商务谈判的开局和磋商、商务谈判僵局的处理、商务谈判的结束 4. 商务谈判的战术及应用 5. 商务谈判的语言艺术 6. 商务谈判礼仪 7. 主要国家商务谈判风格	32	

(四) 学习领域描述

表 9 学习领域描述表

序号	课程代码	大学生职业生涯规划	开设时间： 第 1 学期
1	GGK0001		学 时： 30
学 习 目 标			

通过本课程的学习，使大学生意识到确立自身发展目标的重要性，了解职业的特性，了解职业生涯规划的基本概念和基本思路，激发大学生关注自身的职业发展，明确大学生活与未来职业生活的关系，增强大学学习的目的性、积极性；使学生了解自我、了解职业，学习决策方法，确立自我职业理想，形成初步的职业发展规划。

单元一 职业生涯规划概述

1. 了解职业的概念、特性和分类
2. 了解生涯、职业生​​涯的概念和职业生​​涯的发展阶段
3. 把握职业生涯规划的概念和职业生涯规划的内容
4. 清楚职业生涯规划的意义

单元二 职业生​​涯规划的自我认知

1. 清楚自我认知的方法
2. 了解自己的职业人格特质
3. 了解自己的职业兴趣
4. 了解自己的职业能力
5. 了解自己的职业价值观

单元三 职业生​​涯规划的环境探索

1. 了解职业环境认知的方法
2. 了解社会的政治、经济、文化特点及人才需求等大环境
3. 了解行业发展现状、前景、趋势及人力资源需求状况
4. 清楚本专业的岗位群，了解岗位情况

单元四 职业生​​涯决策

1. 把握职业生​​涯决策的概念
2. 掌握生​​涯决策的方法
3. 清楚职业生​​涯目标的确立与分解
4. 了解职业资本的积累

单元五 职业生​​涯规划书

1. 清楚职场人物访谈报告的写作格式及要求，并能规范写作
2. 清楚职业生​​涯规划书的写作格式及要求，并能规范写作

单元六 学习能力与时间管理

1. 清楚大学学习的内容
2. 知道如何提高自己的学习能力
3. 明确时间管理的意义
4. 掌握时间管理的方法，并能运用四象限法管理自己的时间

单元七 人际交往与实践能力的培养

1. 掌握人际交往的原则
2. 清楚人际交往的艺术，并做到学以致用
3. 清楚实践能力培养的途径、意义，并积极投身于实践，积累职业资本

学 习 内 容

单元一 职业生​​涯规划概述

1. 什么是职业
2. 什么是职业生​​涯
3. 什么是职业生​​涯规划
4. 职业生​​涯规划的意义

单元二 职业生​​涯规划的自我认知

1. 自我认知的方法
2. 自我职业人格特质探索

3. 自我职业兴趣探索
4. 自我职业能力探索
5. 自我职业价值观探索

单元三 职业生涯规划的环境探索

1. 职业环境认知的方法
2. 社会环境认知
3. 行业环境认知
4. 岗位环境认知

单元四 职业生涯决策

1. 什么是职业生涯决策
2. 生涯决策的方法
3. 职业生涯目标的确立与分解
4. 职业资本的积累

单元五 职业生涯规划书

1. 职业生涯规划书的格式与内容
2. 职业人物访谈报告的格式与内容

单元六 学习能力与时间管理

1. 大学学习的内容
2. 如何提高学习能力
3. 时间管理的意义
4. 时间管理的方法

单元七 人际交往与实践能力的培养

1. 人际交往的原则
2. 人际交往的艺术
3. 实践能力培养

技能考核项目与要求

考核学生“职场人物访谈报告”和“职业生涯规划书”的撰写。

职场人物访谈报告，要求：结构完整，自己锁定的理想职业目标与访谈人物的职业一致，访谈的问题围绕职业的工作内容、任职资格、所需技能、市场前景、行业相关信息、工作环境、工作强度、福利薪酬、工作感受等设计，且具有逻辑性，访谈启示要写出自己的所思所获。

职业生涯规划书，要求：结构完整，职业生涯目标定位具有依据性、科学性，职业生涯实施路径明晰，措施具体、得力。

序号	课程代码	创业基础	开设时间： 一年二学期
2			学 时： 30
学 习 目 标			
<p>通过开展创业教育教学课程，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 创业，创业精神与人生发展 <ol style="list-style-type: none"> 1-1 正确理解创新与创业的概念。 1-2 了解创业与创业精神的关系、创业与人生发展的关系，以及创业与创业精神在当今时代背景下的意义和价值。 			

- 1-3 正确认识并理性对待创业
- 2. 创业者与创业团队
 - 2-1 了解创业者应具备的基本素质。
 - 2-2 认识创业团队的重要性。
 - 2-3 掌握组建和管理创业团队的基本方法。
- 3. 创业机会与创业风险
 - 3-1 了解创业机会及其识别要素。
 - 3-2 了解创业风险的类型以及如何防范风险。
 - 3-3 了解由创业机会开发商业模式的过程。
 - 3-4 掌握商业模式设计策略和技巧。
- 4. 创业资源
 - 4-1 了解创业资源的类型。
 - 4-2 认识不同类型创业活动的资源需求差异。
 - 4-3 掌握创业资源获取的一般途径和方法。
 - 4-4 明确创业资源获取的技巧和策略。
- 5. 创业计划
 - 5-1 了解创业计划的基本内容及其重要性。
 - 5-2 认识创业者在创业过程中准备创业计划的原因
 - 5-3 了解做好商业计划所需要开展的准备工作
 - 5-4 掌握创业计划书的写作方法与技巧
- 6. 成立新企业
 - 6-1 了解注册成立新企业的原因与企业选址的影响因素。
 - 6-2 掌握新企业注册的程序与步骤。
 - 6-4 认识新企业获得社会认同的必要性和基本方式。

学 习 内 容

- 1. 创业，创业精神与人生发展**
 - 1-1 创业的定义与功能
 - 1-2 创业的要素与类型
 - 1-3 创业过程与阶段划分
 - 1-4 创业精神的本质、来源、作用与培育
 - 1-5 创新型人才的素质要求
 - 1-6 创业能力对个人职业生涯发展的意义和作用
- 2. 创业者与创业团队**
 - 2-1 创业者
 - 2-2 创业者素质与能力
 - 2-3 创业动机的含义与分类
 - 2-4 产生创业动机的驱动因素
 - 2-5 创业团队及其对创业的重要性
 - 2-6 创业团队的优劣势分析
 - 2-7 组建创业团队的策略及其后续影响
 - 2-8 创业团队的管理技巧和策略
 - 2-9 领导创业者的角色与行为策略
 - 2-10 创业团队的社会责任
- 3. 创业机会与创业风险**
 - 3-1 创意与机会

- 3-2 创业机会与商业机会
- 3-3 创业机会的特征与类型
- 3-4 创业机会的来源
- 3-5 影响创业机会识别的关键因素
- 3-6 识别创业机会的一般过程
- 3-7 识别创业机会的行为技巧
- 3-8 有价值创业机会的基本特征
- 3-9 个人与创业机会的匹配
- 3-10 创业机会评价的特殊性
- 3-11 创业机会评价的技巧和策略
- 3-12 机会风险的构成与分类
- 3-13 系统风险防范的可能途径
- 3-14 非系统风险防范的可能途径
- 3-15 创业者风险承担能力的估计
- 3-16 基于风险估计的创业收益预测
- 3-17 商业模式的意义和本质
- 3-18 商业模式和商业战略的关系
- 3-19 商业模式因果关系链条的分解
- 3-20 设计商业模式的思路和方法
- 3-21 商业模式创新的逻辑与方法

4. 创业资源

- 4-1 创业资源的内涵与种类
- 4-2 创业资源与一般商业资源的异同
- 4-3 社会资本、资金、技术及专业人才在创业中的作用
- 4-4 影响创业资源获取的因素
- 4-5 创业资源获取的途径与技能
- 4-6 创业融资分析
- 4-7 创业所需资金的测算
- 4-8 创业融资渠道
- 4-9 创业融资的选择策略
- 4-10 不同类型资源的开发
- 4-11 有限资源的创造性利用
- 4-12 创业资源开发的推进方法

5. 创业计划

- 5-1 创业计划的作用
- 5-2 创业计划的内容
- 5-3 创业计划书的基本结构
- 5-4 创业计划中的信息搜集
- 5-5 市场调查的内容和方法
- 5-6 研讨创业构想
- 5-7 分析创业可能遇到的问题和困难
- 5-8 凝练创业计划的执行概要
- 5-9 把创业构想变成文字方案
- 5-10 创业计划书的撰写和展示技巧

6. 成立新企业

- 6-1 企业组织形式选择
- 6-2 企业注册流程
- 6-3 企业注册相关文件的编写
- 6-4 注册企业必须考虑的法律与伦理问题
- 6-5 新企业选址策略和技巧
- 6-6 新企业的社会认同
- 6-7 新企业管理的特殊性
- 6-8 新企业成长的驱动因素
- 6-9 新企业成长管理的技巧和策略
- 6-10 新企业的风险控制和化解

技能考核项目与要求

围绕大学生创业学及其相关知识体系，侧重于考查学生全面运用所学知识分析和解决实际问题的能力，并最终提交一份完整的与专业相关的创业计划书。

序号	课程代码	大学生健康教育	开设时间：第 1-4 学期
3			学 时：16
学 习 目 标			
<p>培养学生现代身体健康和心理健康观念，养成文明、科学的生活方式，改善和提高学生的知识结构，从而提高学生的综合素质。</p> <p>第一章 健康综述篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握现代的健康概念。 2. 了解健康教育的基本要求。 3. 掌握影响健康的基本因素。 <p>第二章 自我认知篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解自我意识的概念和结构，理解自我意识的发展规律及其特征。 2. 了解大学生自我意识发展的特点及其影响因素。 3. 正确认识自我意识的意义，掌握正确的自我意识的评价标准，学会全面、正确认识自我的方法，培养大学生形成健康的自我意识，完善自我、悦纳自我。 <p>第三章 关爱生活篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过介绍生活中常见的健康知识，帮助大学生建立健康的生活理念，培养良好的生活习惯。 2. 掌握常见的疾病防疫知识和简单的互助与急救方法。 <p>第四章 人际交往篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解大学生人际交往的相关基础知识。 2. 理解大学生常见的人际困惑和障碍。 3. 掌握一定的人际交往技能与艺术。 <p>第五章 个性优化篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握个性特征及人才测评的不同要求，正确规划职业生涯。 2. 掌握自己的气质类型和性格特点，针对性完善自己个性品质。 <p>第六章 情绪管理篇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解情绪情感的定义、特征。 2. 掌握情绪情感的种类及情绪调适的方法，提高情绪管理水平。 			

第七章 恋爱心理篇

1. 帮助学生认识爱情, 以及如何赢得和保持完美的爱情。
2. 帮助学生了解大学生恋爱中常见的心理问题和应对方案。
3. 帮助学生树立正确的性意识, 学会恰当地处理性问题。

第八章 挫折应对篇

1. 成熟心理防御机制的表现形式。
2. 大学生挫折应对能力的培养。
3. 感悟挫折, 引导大学生正确理解和对待挫折。

学 习 内 容

第一章 健康综述篇

1. 健康与亚健康
2. 现代健康观
3. 影响健康相关因素
4. 健康教育与健康促进

第二章 自我认知篇

1. 自我意识概述
2. 大学生自我意识的矛盾和偏差
3. 大学生完善自我的途径和方法

第三章 关爱生活篇

1. 营养与健康
2. 不良生活方式的危害
3. 做健康的主人——学会自我保健
4. 疾病的常见症状
5. 常见疾病及预防
6. 意外伤害及救助

第四章 人际交往篇

1. 人际交往概述
2. 大学生常见的人际交往困惑
3. 大学生人际交往训练

第五章 个性优化篇

1. 人格的相关心理学知识
2. 大学生常见的人格偏差及矫正
3. 大学生人际交往技巧训练

第六章 情绪管理篇

1. 情绪及其对大学生的影响
2. 大学生常见的情绪困扰
3. 大学生的情绪调控

第七章 恋爱心理篇

1. 大学生恋爱心理
2. 大学生恋爱中常见的心理问题及行为偏差
3. 性健康教育
4. 性传播疾病及预防

第八章 挫折应对篇

1. 大学生的挫折及挫折心理
2. 挫折应对及压力应对

技能考核项目与要求

1. 关注身心健康

要求：促进大学生建立新的健康观念，提高心理素质，增强自我监测，自我处理，自我保健的能力，使他们成为生理健康、心理健康，社会适应良好，道德健康这样一个真正健康的人。

2. 自我认知能力

要求：通过课堂学习、宣传活动和团体训练，掌握大学生心理健康标准，能够运用标准正确衡量自己，能了解自己的心理特点和性格特点，对自己的身体条件、心理特征、行为能力等客观地评价；认识自己的兴趣特长，肯定自己的价值，学会悦纳自己，扬长避短，充分发挥潜能，提高学习与生活质量。

3. 环境适应能力

要求：了解自己进入新环境后的困惑，了解心里有困惑时可以寻求帮助的资源和途径；认识人际交往在生活和学中的重要意义，掌握人际沟通的技巧；分享和了解别人的困惑，并学习使用倾听和共情两个最基本的技巧；要能够准确表述个人想法或意愿，并能以恰当的语言进行交流沟通；增强同学间的团队合作意识，达到适应大学生生活的目的。

4. 心理调适能力

要求：了解常见心理障碍及影响心理健康的因素，学会觉察自己和他人的情绪，掌握简单的自我心理调适技巧，能够合理宣泄自己的困惑，及时调节情绪；能够辩证看待顺利与挫折、成功与失败。

5. 应对挫折能力

要求：通过理想信念教育、榜样激励和挫折教育情境的训练，培养学生坚强的意志品质，使学生能够正确认识挫折、正视挫折，增强对挫折的承受能力，发挥主观能动性，不断完善自我，增强自信心，在积极心态下创造性地生活。

6. 关爱生活能力

要求：了解平衡膳食的基本内涵，学习鉴别疾病的基本症状，了解各种疾病预防措施。学会救助，掌握基本的急救方法。了解环境与健康的关系，培养和建立保护环境的良好习惯。

序号	课程代码	大学英语	开设时间：第一、二学期
4	GGK0015		学 时：102

学 习 目 标

大学英语是以英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际为主要内容，以外语教学理论为指导，并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。它将英语基础知识、应用技能与学生专业相结合，旨在培养学生的英语综合能力，特别是听说能力，使他们在今后工作和日常交往中能用英语进行有效的口语或书面的信息交流，同时增强其自主学习能力，提高综合文化素养，以适应我国社会发展和国际文化交流的需要，在达到基础阶段的要求后，通过学习，在一定程度上获得会计、财务管理、物流管理、市场营销、旅游酒店、汽车修理、数控技术和信息通信等方向的行业英语技能，以部分满足学科专业对英语水平的要求，并适应我国社会发展和国际交流的需要。

学 习 内 容

第一册

Unit 1 Hello, Hi!

1. Greet people and give responses: first meeting and meeting again.
2. Exchange personal information: name/address/telephone number/job/study
3. Introduce people to each other
4. Meet people at the airport
5. Say goodbye to others
6. Greet people in different languages
7. Write a business card

Unit 2 Saying Thanks or Sorry

1. Express pleasure and thanks
2. Send a message or congratulation and respond it
3. Express regrets and ask for forgiveness
4. Write and reply to: a thank-you note/ a gift card/ a congratulation message

Unit 3 Road Signs and Commuting

1. Ask where a particular place is: in a city/ within a building
2. Show directions
3. Talk about means of transport to take
4. Understand and write road and office signs

Unit 4 Concept of Time and Punctuality

1. Make/keep/postpone an appointment according to a work timetable
2. Make reservations according to the timetables of flights and trains
3. Understand and make up schedules for different purposes
4. Write a timetable or a schedule

Unit 5 Our weather and Climate

1. Understand weather forecast of :global weather conditions
2. Talk about weather changes: temperature, wind, rain, shower, snow, etc.
3. Talk about the weather to start a conversation
4. Make comments on weather conditions and show likes or dislikes
5. Write a weather report

Unit 6 Faster, Higher, Stronger

1. Understand a sports event poster
2. Invite someone to see a sports event
3. Talk about and comment on a sports event
4. Invite friends to take part in outdoor activities
5. Design and write a sports event poster

Unit 7 Holiday Celebrations

1. Talk about giving and going to parties, get-togethers, reunions, etc
2. Discuss arrangements and preparation for social activities
3. Invite and come to see exhibitions and shows
4. Understand and write notices for social activities.

Unit 8 From Fat to Fit

1. See a doctor: patient's complaints
2. Inquire about symptoms
3. Give advice and write a prescription
4. Understand and follow a doctor's advice and prescriptions
5. Comfort a patient
6. Understand and write a doctor's prescriptions and medical instruction

第二册

Unit 1 Invitation Etiquette

1. Make an oral invitation to: invite people to join daily activities invite people to formal occasions.
2. Make a written invitation for personal invitation and official occasions.
3. Give a reply to: an oral invitation & a written invitation
4. Invitation culture: Western and Chinese

5. Word order in a subordinate clause

Unit 2 E-mail

1. Chat online
2. Use abbreviations and slangs in communicating online.
3. Write an e-mail.
4. Surf online for: information shopping.
5. Good or bad of chatting online
6. Noun clauses

Unit 3 Communication by Phone

1. Make a phone call
2. Answer the phone
3. Leave and take a message
4. Pass the message to the person being called
5. Extend a phone call
6. Take/Fill in a message

Unit 4 Hotel Service

1. Book a hotel room and service
2. Check in/out at a hotel
3. Fill in a reservation form
4. Fill in a room reservation card
5. Hotel services in the USA
6. Relative clauses

Unit Five Food Blog

1. Choose a table
2. Order from a menu
3. Take an order.
4. Enquire about and recommend food and drinks
5. Proposing a toast
6. Paying the bill
7. Western and Chinese Food
8. Adverbial clauses

Unit Six Shopping and Sightseeing

1. Do shopping
2. Go sightseeing
3. Tourist attractions
4. Present participle and past participle as attributives

Unit Seven Farewell

1. See off a friend and wish him/her a pleasant journey
2. Make a farewell speech to: express thanks for the host's hospitality/appreciation the pleasant cooperation/express good wishes for the future.
3. Write a farewell letter.
4. The ways to prepare an English farewell speech and write a farewell letter
5. Emphasis, ellipsis and inversion in a sentence structure.

Unit Eight Applying for a Job

1. Understand a job advertisement

2. Apply for a job
3. Take an interview
4. Talk about a job
5. Write a resume.
6. The way successful people start and run a business
7. How to apply for a right job

技能考核项目与要求

采用多元化考核方式：平时表现占 40%，口语测试占 20%，期末测试占 40%。

平时表现包括课堂出席情况、课堂发言情况、小组任务完成、小测验、书面作业完成情况以及参加第二课堂活动。

口语测试考核学生的听说及编写对话的能力。将平时所学内容制作成若干个主题，让学生随机抽取一个主题并进行对话的编写，编写好后朗读或脱稿进行与主题相关的情景对话。

期末测试一般为笔试，考核学生的语法、阅读、翻译、写作等能力。

在日常考核的基础上，尝试推行以证代考，要求学生通过高等学校英语应用能力考试(PET)-A 级。

序号	课程代码	大学语文	开设时间：第 1 学期
5	GGK0008		学 时：26
学 习 目 标			
<p>作为高职高专人文教育的主要课程，大学语文的责任和使命就是帮助学生深化语文能力、传承传统文化、建立精神家园、修养行为、重塑人格，提升学生素养，为学生的专业学生和终身发展夯实基础，从而使学生最终成为高素质、有文化的现代职业人。具体如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解中国文化特别是中国古代经典。 2. 感知中国文学的发展脉络。 3. 感受大中国的文化传承和人格传递，熏陶中国品格。 4. 以美文感知人类的美好情感，提升情感道德品质。 5. 关注并评点热点文学文化现象。 6. 尝试评点文章，以文学的方式鉴赏审美对象。 7. 拓展语文素质，能说，明辨，会写。 8. 培养职业素养，为学生专业学习和终生职业发展奠定良好基础。 			
学 习 内 容			
<p>模块一：经典回音（精选古今中外优秀诗文，侧重提升学生的诗文鉴赏和吟诵朗读能力）。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 《春江花月夜》（张若虚） 2. 《长恨歌》（白居易） 3. 《破阵子·十年生死两茫茫》（苏轼） 4. 《武陵春》（李清照） 5. 《葬花吟》（曹雪芹） 6. 《送别》（李叔同） 7. 《你是人间四月天》（林徽因） 8. 《回答》（北岛） 9. 《望大陆》（于右任） 			

10. 《世界上最遥远的距离》(泰戈尔)

模块二：佳品品读（精选脍炙人口、素有定评的名家名著名篇，侧重提升学生的阅读理解、品评能力）。

1. 《大学》(节选)……《礼记》
2. 《齐人有一妻一妾》……《孟子·离娄下》
3. 《渔父》……《楚辞》
4. 《陈情表》(李密)
5. 《业精之法在于专》(曾国藩)
6. 《边城》(沈从文)
7. 《围城》(钱钟书)
8. 《简·爱》(夏洛蒂·勃朗特)
9. 《最后的常春藤叶》(欧·亨利)

模块三：口才魅力（精选演讲、会话名篇，提升学生的言语交际能力）。

1. 《热血、辛劳、眼泪和汗水》(丘吉尔)
2. 《我有一个梦想》(马丁·路德·金)
3. 《人的一生是奋斗的一生》(俞敏洪)

模块四：写作指南（结合专业需要遴选日常工作中常用的实用文体，提升学生的应用写作能力）。

1. 通知
2. 请示
3. 求职信
4. 条据

技能考核项目与要求

通过本课程的学习，学习者应该形成：

1. 对中国文学的大体了解、认同与皈依。
2. 对人类美好情感的感受能力。
3. 对美文的阅读欣赏能力。
4. 写作的能力。
5. 独立思考，能自由地表达自己的思想和观点的能力（语言表达和思辨能力）。

序号	课程代码	大学生就业指导	开设时间：第5学期
6	GGK0002		学时：16
学 习 目 标			
<p>本课程是面向全院大学生开设的一门公共基础课，旨在提高，大学生的就业能力和职业素养，为择业、就业、创业做准备。其任务是教育引导大学生在认识自我的基础上树立正确的职业理想和择业观；指导大学生科学规划职业生涯，了解国家的就业政策及法规，培养创新意识，掌握求职择业的方法和技巧，正确选择职业，顺利就业，为成才与发展打下良好的基础。</p> <ol style="list-style-type: none">1. 就业形势与就业政策<ol style="list-style-type: none">1-1 了解就业形势和就业政策，以及目标职业的就业状况。1-2 认识正确的职业观和就业观，养成良好的职业素质。2. 求职信息、就业途径、职业意向<ol style="list-style-type: none">2-1 了解就业途径，明确就业决策的方法和依据。2-2 掌握搜集并筛选目标职业信息的方法，根据自身条件与职业需求，进行职业决策，确定职业意向。3. 求职材料的准备			

- 3-1 了解简历的含义、作用，
- 3-2 掌握求职简历的基本结构及写作要点。
- 3-3 掌握求职简历的特点与制作的方法要求。
- 3-4 能根据应聘职位的具体要求，拟写格式规范、要素齐全、针对性强、质量佳的简历。
- 3-5 了解求职信的含义、作用、特性。
- 3-7 掌握求职信的基本格式、内容与写作要求。
- 3-8 能够根据求职意向写作求职信。

4. 面试技巧

- 4-1 了解面试的基本程序。
- 4-2 了解面试中的基本礼仪。
- 4-3 掌握面试中的常见问题及应对技巧。
- 4-4 认识自身优势，灵活分析并处理典型问题。

5. 就业心理适应与调整

- 5-1 了解就业心理常见障碍。
- 5-2 掌握心理调适方法。
- 5-3 正确认识自己的心态，增进心理调适能力，以良好的心态面对求职中的挫折。

6. 大学生就业权益与法律保障

- 6-1 了解劳动关系的有关政策。
- 6-2 熟悉大学生就业权益保护的相关法律法规。
- 6-3 了解常见劳动争议的解决途径。
- 6-4 了解《劳动合同法》
- 6-5 了解常见的求职陷阱，掌握防范对策，能够拿起法律武器保护自己的合法权益。

7. 实训设计

使学生巩固所学知识，熟悉面试的程序，树立正确的求职观念，掌握面试方法，培养学生的实际面试技能。通过模拟面试，使学生在求职简历、面试礼仪、常规面试问题应对、面试心理素质等方面受到一次综合训练。

学 习 内 容

就业形势与就业政策

- 1-1 就业形势分析
- 1-2 国家鼓励大学生就业的政策
- 1-3 专业就业前景与就业方向

求职信息、就业途径、职业意向

- 2-1 求职信息的内容
- 2-2 就业信息获取的途径及内容
- 2-3 就业信息的处理

求职材料的准备

- 3-1 求职简历的写作方法
- 3-2 简历制作的要点要素
- 3-3 求职信的基本格式及内容
- 3-4 求职信的书写要求
- 3-5 求职其他证明材料

面试技巧

- 4-1 面试的含义、测评内容、特点
- 4-2 面试前的准备工作
- 4-3 面试仪表、举止、禁忌以及面试后续礼仪
- 4-4 面试中的常规问题

4-5 面试中的难点与应对方法

就业心理调适

5-1 常见的求职、择业心理误区

5-2 大学生择业心理误区原因分析

5-3 择业心理问题的自我调适

5-4 树立求职信心，锻造良好的心理素质

大学生就业权益与法律保障

6-1 大学生就业权益的主要内容

6-2 毕业生的权利与义务

6-3 用人单位的权利与义务

6-4 就业协议书的性质、内容及使用对象

6-5 劳动合同的性质、种类、内容及订立

6-6 社会保障制度的含义及社会保障的作用与原则

6-7 劳动争议的界定与处理

6-8 求职陷阱与防范对策

7.实训设计

模拟面试设计内容包括求职简历的准备，制定面试的方案，面试的着装、仪态要求，面试中常规问题的应对。

技能考核项目与要求

考核学生面试综合技能：

1. 能通过各种途径收集、处理求职信息，熟悉求职、面试程序
2. 能够针对自己的目标职位，根据应聘职位要求，制作出格式规范、要素齐全、质量佳的简历
3. 能够注意自己面试时的着装、言行举止，做到彬彬有礼，不卑不亢
4. 能够正确应对面试中的常规问题，有一定的应变能力

序号	课程代码	营销管理基础	开设时间：1 学期
7	JSC0001		学时：48
学 习 目 标			
本课程是以讲授市场营销的基本理论为主，结合案例教学和情景模拟，使学生了解市场营销的内容与操作程序等基本知识，包括营销环境、市场购买行为、营销战略、营销策略等，树立现代市场营销理念，具备市场营销计划书的设计撰写能力。			
学 习 内 容			
学习市场营销管理的基本知识、市场营销环境分析、市场购买行为、市场营销调研与预测、目标市场营销战略、市场竞争战略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、市场营销组织与控制。			
技能考核项目与要求			
能进行市场环境分析，学会使用 SWOT 法对市场营销环境分析；能进行市场细分与市场定位分析；会进行市场调研方案与调研问卷的设计；能制定企业 4P 营销策略。			

序号	课程代码	市场调查与预测	开设时间：3 学期
8	41B009		学 时：32
学 习 目 标			
<p>以市场营销专业学生从事市场调研与分析工作的职业能力培养为重点，与徐州市的资讯服务公司（市场调研公司、营销策划公司等）合作，进行基于市场调研工作过程的课程开发与与设计；以满足企业市场调研工作岗位的职业能力要求为目标，旨在培养学生市场调研与分析的能力，能运用各种资料收集方法，收集需要的各种信息，并能独立进行资料的处理分析，完成市场调研报告，解决企业市场调研工作问题。</p>			
学 习 内 容			
<p>学习市场调查的基本内容和程序，二手资料和实地资料的收集方法，市场调查人员的培训，市场调查的组织实施，数据资料的处理分析，市场调研报告的基本内容和撰写要求等，以市场调研的工作过程为逻辑主线，设置设计市场调研方案、设计市场调查问卷、寻找调查对象、收集市场信息资料、整理与显示市场调查结果、进行市场分析与预测、呈交调研成果七个教学情境，以具体的（或虚拟的）项目为载体，开发市场调研行动领域的学习内容。</p>			
技能考核项目与要求			
<p>技能考核项目主要是有进行市场调研方案的撰写、设计市场调查问卷、实施市场调查，并能撰写市场调研报告。</p> <p>1. 设计调研方案项目</p> <p>（1）技能要求</p> <p>①被学生能对给定的背景资料进行认真、细致的分析，从背景材料的分析中获取有益的信息，并在此基础上确定调研目的和调研项目，明确调研事项和调研所需搜集的资料；</p> <p>②能针对给定的资料，根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具体单位以及调研对象；若是抽样调查方式选择调研对象则能设计合理可操作的抽样方案；</p> <p>③能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具；</p> <p>④能根据调研目的确定调研内容，设计出实际可行的调研问卷；</p> <p>⑤能依据调研问卷与问题的类型，编写提问的问题和答案，明确各项指标的含义和统计方法；能按照问题的内容、类型、难易程度来安排调研问题的次序；提问方法符合调研目的和调研产品的特点，并注意提问技巧的运用。</p> <p>⑥能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算。</p> <p>⑦能站在调研组长的角色来设置调研小组并对小组人员进行合理的分工与安排。</p> <p>⑧能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份内容翔实完整、条理清晰、格式规范的市场调研方案及调研问卷文本。</p> <p>2. 撰写调研报告项目</p> <p>（1）技能要求</p> <p>①对所提供的背景资料及数据具有良好的敏感性，能客观认识调研中的实际数据资料及各方面背景材料，能对提供的信息进行理解、归纳、分类、批判、分析综合、抽象概括和表达。</p> <p>②能够对提供的调研数据进行细致分析、运用，能很好的鉴别、遴选数据，能灵活运用数据说明问题，即介绍情况要有数据作依据，反映问题要用数据做定量分析，提建议、措施同样要用数据来论证其可行性与效益。</p> <p>③能以调研资料为依据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容翔实完整、条理清晰、格式规范的调研报告；报告标题简洁、明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；调研报告主体各部分内容与主题能相互连贯；资料取舍合理；能对图表资料作充分的解释和分析；结论科学，论据确凿，所提建议可行；调研报告重点突出，顺序安排得当；所用语言简明、准确、易懂。</p>			

学习领域描述表

序号	课程代码	(课程名称) 现代推销技术	开设时间: 3 学期
9	41B105		学 时: 32
学 习 目 标			
<p>了解现代推销观念的演变, 现代推销的基本形式与推销程序, 推销绩效的评估及现代推销的发展趋势; 理解现代推销对社会经济发展的重要作用; 初步掌握现代推销常用的几种基本模式, 寻找顾客、约见顾客和接近顾客的技巧与方法, 现代推销洽谈与顾客异议的处理技巧与方法, 现代推销成交的技巧与方法; 能够比较系统地掌握现代推销的基本理论和基本知识, 认识推销技巧在企业供应、生产、销售三个环节中的重要地位, 并能运用所学推销方法和技巧完成不同产品的推销工作, 使学生具备从事商品推销、商务谈判等工作所必须具备的推销与谈判基本知识, 为后续课程的学习和将来的工作打下基础。</p>			
学 习 内 容			
<p>学习现代推销的基本理论知识, 推销前的准备工作, 推销心理与推销模式, 约见、接近、实际推销、促成交易以及在各环节中常用的技巧和方法, 顾客异议的处理, 推销绩效评估与管理等, 设置认识谈判与推销、认识推销的过程、认识推销的过程、认识推销理论与模式、认识商务谈判的理论策略、商务沟通与顾客异议处理、运用交易促成技术和僵局处理技术促成交易、对企业推销活动进行管理八个学习情境, 以具体的(或虚拟的)项目为载体, 开发现代推销领域的学习内容。</p>			
技能考核项目与要求			
<p>1. 具有充分的自信和较高的专业水平, 有自信的说话技巧, 能抓住客户的心理; 具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力, 能准确地分析被产品的优缺点, 有把握产品卖点的能力。</p> <p>2. 能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法; 针对不同顾客的反应及消费心理, 运用恰当的推销策略进行推销, 唤起顾客的购买欲望; 推销过程能恰当的介绍商品, 具有较强的推销演示能力。具有较强的判断分析能力、应变能力和沟通协调能力, 能有效地处理顾客的异议, 具有把握交易时机的能力。</p> <p>3. 能用简练、准确、流畅的语言进行产品(服务)推销, 使整个推销过程具有较强的感召力。</p>			

序号	课程代码	(课程名称) 消费心理学	开设时间: 2 学期
10	41Z003		学 时: 30
学 习 目 标			
<p>通过本课程的学习, 了解心理学基础知识, 认识不同消费群体的心理特征, 理解不同产品特征、分销渠道、促销方法、营销环境、营销行为对消费者心理的影响, 掌握针对不同消费群体采用的不同营销策略, 具备有针对性地完善产品、分销渠道、促销方法、营销环境, 规范营销行为等增强自身企业管理水平的能力。培养以满足消费者需要为中心的营销职业态度和职业行为, 提高营销素质, 为将来从事市场营销工作打下坚实的基础。</p>			
学 习 内 容			
<p>学习心理学的基本概念, 消费者在购买前、购买过程中以及购买后的心理活动和心理状态, 消费者心理与行为的变化规律, 研究消费者行为与心理的方法等, 设置消费者个性心理分析、消费群体心理特征分析、产品特征的消费心理分析、产品营销的消费心理分析、环境对消费心理的影响分析、营销行为对消费心理的影响分析等六个学习情境, 以具体的(或虚拟的)项目为载体, 开发消费者心理分析领域的学习内容。</p>			
技能考核项目与要求			
<p>能根据所学的内容对消费者的购买行为进行分析, 掌握消费者心理与行为的变化规律, 能对消费者个性心理进行分析, 产品特征的消费心理分析。</p>			

序号	课程代码	经济学原理	开设时间：1 学期
	41B001		学 时：48
学 习 目 标			
使学生掌握经济学的基本概念、基本理论和基本技能，并初步具有应用经济学知识认识问题、分析问题和解决问题的能力，为专业课的学习打下坚实的理论基础。			
学 习 内 容			
本课程主要包括宏观经济学和微观经济学两部分。学习需求、供给与均衡价格、消费者行为、生产者行为、厂商均衡、分配理论、国民收入核算、国民收入的决定、国民收入的变动、国民收入与就业量的决定、经济周期、经济增长、需求管理的经济政策。			
技能考核项目与要求			
要求学生能用所学的经济学原理及经济学的分析方法，能对宏观经济形势进行，能对利用经济理论分析市场环境，探索和掌握市场经济运行的基本规律，分析、解决一般的现实经济现象和经济问题，学会用经济学的方法思考与分析经济问题。			

序号	课程代码	经济法	开设时间： 4 学期
11	23B002		学 时： 48
学 习 目 标			
使学生了解经济法的基本理论和知识，具备相应的经济法律知识，并培养学生将所学的经济法律知识运用于日常生活和日后的工作中，树立合法营销的观念，并能依法经营，防范交易风险，利用法律武器更好地维护自身的合法权益。			
学 习 内 容			
学习民事法律关系和民事法律行为、法人组织、财产所有权、债权，理解和掌握主要的经济法规（公司法、合同法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、商标法、票据法、证券法、税法等），以及处理经济纠纷的方法。			
技能考核项目与要求			
能识别、确认各种经济组织的有关经济法律业务的基本情况；能对基本的经济法律案例进行分析；能够熟悉各种公司的相关规定；能够分析各种企业的具体规定；理解并应用企业破产的申请、受理、破产宣告与清算、重整与和解；能够熟悉订立合同所有细节，以及违反合同法规定的责任；能够理解并应用担保的类型、担保的具体步骤；了解工业产权法、反不正当竞争法、产品质量法、广告法等；具备一定的沟通能力和组织协调能力；具备一定的分析和运用经济法律进行解决实际问题的能力。			

序号	课程代码	会计基础	开设时间：4 学期
12	41B004		学 时：48
学 习 目 标			
要求学生掌握会计学的基本方法和基本技能，掌握会计核算和分析的基础知识，学会利用会计信息进行财产清查和编制会计报表，能够对经济活动进行会计预测和会计决策，并能够对会计报表进行分析和利用等。			
学 习 内 容			

学习会计的相关概念、会计原则、会计基本法律、会计凭证、会计帐户和复式记账原理（账簿、记账程序等）、会计报表分析及应用、会计电算化基本知识。

技能考核项目与要求

能执行《会计基础工作规范》和《会计法》的规定；能执行《企业会计准则》和《企业会计制度》的规定；能识别、确认核算单位经济业务的基本情况；能识别原始发票并根据原始发票判断具体的经济业务；能填制基本的原始发票；能根据原始发票编制会计分录；能够识别专用记账凭证和通用记账凭证；能设置账簿，包括明细账、日记账、总账；能填制记账凭；能装订会计凭证，了解会计档案的保管要求。

序号	课程代码	商务谈判与礼仪	开设时间： 2 学期
13	41B107		学 时： 30
学 习 目 标			
<p>通过对该门课程的学习，使学生掌握商务谈判的基本原理和相关知识，能够有效、系统地计划和准备一个商务谈判，认识并提高参加商务谈判的优势，熟悉并能创造性地运用谈判的策略和技巧，有效地主持商务谈判及领导谈判团队。</p> <p>培养学生未来职场意识，使学生树立商务礼仪理念；学习商务会谈、商务接待、商务宴请、谈判仪式、签约仪式等商务活动和仪式中的礼仪知识；进行商务礼仪形象塑造设计和各类礼仪行为规范训练，从而提高学生的商务礼仪修养，提升学生的未来职场形象。</p>			
学 习 内 容			
<p>主要学习商务谈判的基础知识、商务谈判的原则、商务谈判的准备、商务谈判的开局和磋商、商务谈判僵局的处理、商务谈判的结束、商务谈判的战术及应用、商务谈判的语言艺术、商务谈判礼仪、主要国家商务谈判风格等。</p> <p>学习商务会谈、商务接待、商务宴请、谈判仪式、签约仪式等商务活动和仪式中的礼仪知识；进行商务礼仪形象塑造设计和各类礼仪行为规范训练。</p>			
技能考核项目与要求			
<p>(1) 能做好谈判的准备工作。(2) 能进行谈判信息的收集、整理与分析。(3) 能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。(4) 能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。(5) 能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。(6) 撰写谈判报告。(7) 会按商务活动职业形象进行仪容仪表修饰，举止得当。(8) 能在办公室及其他各种商务活动场合正确运用礼仪规范。(9) 能做好各类商务仪式活动的礼仪服务。(10) 能运用中外习俗礼仪进行内宾、外宾接待工作。(11) 能做好与上司关系的沟通。(12) 能做好与下级关系的沟通。(13) 能协助各部门进行内部、外部沟通。(14) 能及时正确应对突发事件。</p>			

序号	课程代码	顶岗实习	开设时间： 6 学期
14	JJJ0002		学 时： 432
学 习 目 标			
<p>使学生理解企业营销工作的实际和具体业务流程，并能真正独立完成本专业的实际工作任务，尽快完成从“学校人”到“企业人”的转变。</p>			
学 习 内 容			
<p>学生进入工业、商业企业进行营销业务实习，参与实际的企业营销业务工作，将所学知识灵活运用于营销实际</p>			

工作，用所学理论指导营销实践，同时也在实践中积累营销经验，提高理论水平。由学校专业教师与企业经验丰富的营销管理人员共同管理、共同考核，采用企业评价体系。

技能考核项目与要求

1. 熟悉营销企业的组织生产及管理形式；
2. 掌握岗位上各个阶段的相关基本操作技能；
3. 熟练企业生产基本的工艺与流程；
4. 基本熟练工作岗位，即销售业务、市场调研、营销策划工作内容和工作方法；
5. 进一步提高自我学习能力，能基本独立处理工作中的问题；
6. 进一步提高学生的社会能力（主要是指团队合作能力和沟通能力），与人能和睦相处，具有基本职业道德和吃苦耐劳的精神。

八、教学进程总体安排

（一）全学程时间安排

表 10 市场营销专业全学程时间安排表

学年	学期	理论及分散实践	集中实践专业周	机动考试	社会实践（假期进行）	学期周数合计
一	1	13	4	2		19
	2	15	3	2	1	20
二	3	8	8	2		18
	4	16	2	2		20
三	5	12	6	2		20
	6	1	18			19
总计		65	41	10		116

(二) 课程设置与教学进程计划表

表 11 市场营销专业课程设计与教学进程计划表

序号	课程类别	课程编码	课程名称	学分	学时分配			考核方式	开课学期及周学时分配 (理论周数/实践周数)						备注
					总计	理论	实践		一	二	三	四	五	六	
									13/4	15/3	8/8	15/3	12/6	19/0	
1	人文素质课		思想道德修养与法律基础	3	48	32	16	查	4×8						课外实践 16h
2			职业生涯规划与就业指导	1	30	30		查	2×7				2×8		
3			毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论	4	64	48	16	查		4×12					课外实践 16h
4			经济数学	2	30	30		查		2×15					
5			大学英语	5	104	80	24	证	4×13	4×13					
6			体育	7	118	16	102	查	2×13	2×15	2×16	2×15			
7			信息化应用技术	3	44	0	44	证		4×11					
8			大学生健康教育	1	16	16		查	4h	4h	4h	4h			讲座
9			大学语文	1	26	26		查	2×13						
10			应用文写作	2	30	20	10	查				2×15			
12			创业基础	2	30	20	10	查		2×15					
13			形势与政策	1	32	32		查	8h	8h	8h	8h			
14			入学教育与国防教育	3	72	36	36	查	3W						
15			社会实践	1	24	0	24	查		1W					假期进行
16			专业文化讲座	1	16	16		查	4	4	4	4			讲座
17			毕业教育	1	24	0	24	查						1W	
18			劳动教育	1	24	0	24	查		1周					
人文素质课程小计				39	732	402	330		14	18	2	4	2		
19	专业(群)平台		营销管理基础△	3	48	36	12	试	4×12						
20			经济学原理	3	48	36	12	试	4×12						

21	台课		会计基础△	2	36	24	12	试			2×18			
22			电子商务基础与应用△	3	48	24	24	试			4×12			
23			物流管理基础△	2	32	22	10	查			4×8			
24			经济法	3	48	32	16	试				4×12		
25			管理学实务△	3	56	40	16	试					4×14	
专业(群)平台课小计				19	316	214	102		8		8	6	4	
26	专业 岗位 课		商务谈判与礼仪*	2	30	20	10	试		2×15				
27			现代推销技术*	2	48	36	12	试			6×8			
28			市场调查与预测*	2	30	18	12	查				2×15		
29			消费心理学	2	30	18	12	试		2×15				
30			网络营销实务*	3	48	24	24	试				4×12		
31			企业营销策划*	3	48	24	24	试				4×12		
32			销售管理*	3	56	40	16	试					4×14	
33			国际贸易理论与实务	2	32	20	12	查				4×8		
34			新媒体营销*	3	48		48	查				4×12		
35			门店管理实务	3	56	40	16	试					4×14	
36			广告策划与设计	3	56	32	24	查					4×14	
37			商务谈判与礼仪实训	1	24		24	查		1周				
38			市场营销综合实训	1	24		24	查	1周					
39			企业管理沙盘模拟实训	1	24		24	查		1周				
40			企业营销策划实训	1	24		24	查				1周		
41			市场调查与预测实训	1	24		24	查				1周		
42			电子商务与网络营销实训	1	24		24	查				1周		
43			专业综合实践	1	24		24	查					1周	
44			毕业设计	5	120		120	查					5周	
45			顶岗实习	18	432		432	查						18周
46			专题实训	8	192		192	查			8周			
专业岗位课小计				67	1394	272	1122			4	10	14	18	

必修课合计		125	2442	888	1554		24	22	18	24	18		
		选修专业一：电子商务											
47		视觉营销与美工设计	2	32	16	16	查					4×8	
48		图形图像制作	2	32	16	16	查			4×8			
49		网店数据化运营	2	32	16	16	查					4×8	
		选修专业二：工商企业管理											
50	选修专业课	人力资源规划与招聘	2	32	16	16	查					4×8	
51		薪酬与绩效管理	2	32	16	16	查			4×8			
52		劳动关系管理实务	2	32	16	16	查					4×8	
		选修专业三：工程物流管理											
53		仓储与配送实务	2	32	16	16	查					4×8	
54		国际货运代理实务	2	32	16	16	查			4×8			
55		采购与供应链管理	2	32	16	16	查					4×8	
选修专业课小计		6	96	48	48					4		8	
素质拓展课		公共选修课程库【包含人文素质、社会科学、自然科学三类知识，每一类选修1门（30课时2学分），总计6学分】											
素质拓展课程小计		6	90	90		查		2×15	2×15	2×15			
总计		137	2628	1026	1602		24	24	24	24	26		

注：*标记课程为核心课程，△标记课程为群共享课程

（三）教学课时分配表

表 12 市场营销专业教学课时分配表

课程类别	课 时 分 配			
	理论	实践	合计	占总学时%比
人文素质课	402	330	732	27.9
专业（群）平台课	214	102	316	12
专业岗位课	272	1122	1394	53
选修专业课	48	48	96	3.7
素质拓展课	90	0	90	3.4
合计	1026	1602	2628	100
比例	39.04%	60.96%	100%	

（四）学分分配表

表 13 市场营销专业学分分配表

课程类别	学分	占总学分比例
人文素质课	39	28.4%
专业（群）平台课	19	13.9%
专业岗位课	67	48.9%
选修专业课	6	4.4%
素质拓展课	6	4.4%
合计	137	100%

（五）职业资格取证说明表

表 14 市场营销专业职业资格证和职业技能等级证书取证说明表

序号	证书名称	取证学期	备注
1	网店运营推广	第四学期	北京鸿科经纬科技有限公司、教育部职业教育中心

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 师资队伍结构

市场营销专业师资配备的建议比例如下：

生师比：18：1

专兼师比：10：3

专任教师职称比例：高级/中级/初级 30% /40% /30%

双师资格：专业专任教师中获得经济师、营销师等中级以上资格证书者达到 80%以上。

学历要求：所有教师均有本科以上学历，硕士以上比例达到 75%以上。

2. 专业教师

专任教师的基本要求如下：

（1）具有高校教师资格。

(2) 具有良好的职业道德，能为人师表、教书育人。

(3) 具有课程整体设计能力和项目驱动或任务引领教学方法应用能力。

(4) 具有驾驭课堂的能力，能够有效的开展理论教学和实践教学。

(5) 具有 2 年以上的营销行业企业的实践工作经历或社会实践经历，具有能迅速了解最新技术动态的能力，能够正确处理实践教学中出现的问题。

(6) 具备或获得经济师或营销师等中级以上资格证书。

3. 专业带头人

专业带头人将引领市场营销专业建设的发展方向，主持教学计划、课程标准的修订与审定与实施，负责本专业及专业群教学改革和实践技能培养方案的制定与实施。市场营销专业需配置 2 名专业带头人，其基本要求如下：

(1) 具有较高的专业学术水平，副高以上职称，熟悉市场营销领域的最新研究成果和职业发展动态，准确把握市场营销专业的发展方向。

(2) 具有较高的职业教育教学规律认识水平，熟悉基于工作过程、项目导向等课程开发流程与开发方法，具有丰富的教学经验。

(3) 具有较强课程开发、教学改革和科研能力，能够根据职业发展的需求及时调整人才培养方案和专业课程体系。

(4) 具有较强的组织协调能力，能够带领专业教学团队进行教育教学改革。

(5) 具有 3 年以上的营销或相关行业企业的实践工作经历，具有经济师或营销师以上资格。

(6) 具备指导青年骨干教师的能力。

4. 兼职教师

兼职教师要求经验丰富，来源与数量稳定。行业专家要求具有高级职称资格、本科或以上学历，担任公司技术骨干或重要职位，精通营销技术。本专业需聘有校外兼职教师 4 人，行业专家 2 名。兼职教师参与教学研究，教学效果好。兼职教师的要求如下：

(1) 在本专业相关企业生产一线从事技术工作 5 年以上。

(2) 经过职业教育培训，能承担起本专业实践教学任务。

(3) 在企事业取得中级以上职称的营销师、电子商务师、人力资源管理师、经济师或具有高级职称资格（具备同等能力水平亦可）等。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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. 校内实训室基本要求

为了更好地培养学生调研、策划、推销和谈判的能力，按照实用性、仿真性、先进性、开放性、共享性的建设目标，需要建设集教学、培训、技能鉴定、工学结合、顶岗实习、应用科研等多种功能于一体的校内实验、实训室，如营销综合实训室、电子商务实训室、商务谈判实训室等，以满足实践教学的需要。校内实习实训项目及资源配置要求见表 15。

表 15 市场营销专业校内实习实训项目及资源配置表

序号	实习实训项目	实验实训室名称	主要配置设备及数量		主要功能
			设备	数量	
1	市场营销综合实训、营销沙盘实训、市场调查与预测实训	营销综合实训室	计算机	60 台	运用市场营销模拟软件，模拟经营演练，训练学生调研、策划、制定战略和行动方案的能力。
			多媒体设备	1 套	
			因纳特营销实训软件	1 套	
			ITMC 营销综合实训软件	1 套	
2	网络营销实训	电子商务实训室	服务器		通过电子商务模拟实践，学生可以掌握 B2B、B<2C>、C<2C>、电子支付与网络银行、CA 认证、网络营销、EDI 模拟、物流管理、网站建设、网络平台搭建等电子商务流程的实施应用。
			计算机、多媒体		
			电子商务网络模拟系统	1 套	
3	商务谈判	商务谈判室	谈判圆桌、	1 张	通过建立仿真谈判环境，让学生掌握商务活动中的各项礼仪基本知识和具体行为规范，并让学生组建谈判团队，培养学生的谈判能力。
			椅	20 把	
			多媒体设备	1 套	
4	企业经营管理沙盘实训	企业经营管理沙盘实训室	计算机	10 台	通过模拟企业经营，掌握企业运营的关键环节，熟悉企业经营管理活动的流程。
			多媒体设备	1 套	
			企业经营管理沙盘软件	1 套	

3. 学生实习基地基本要求

- (1) 校外实习基地由学院与有关企事业单位协商共同建立。
- (2) 校外实习基地应专业对口、相对稳定，能满足完成教学实习、实训任务的要求。

(3) 实习基地应能满足学院完成实习任务的教学要求；具备先进的生产手段、技术装备和科学的经营管理方式，拥有一支素质较高的技术人员队伍。

(4) 实习基地要能为教学计划规定的实习任务提供场地和指导人员，接受系有关专业教师与学生开展实习。

(5) 实习基地要能够满足实习学生学习、劳动保护和卫生等方面的条件。

(6) 实习基地建立要签订合作协议，其管理按实习基地所在单位相关规定及管理办法执行，但必须建立保证教学任务完成和教学质量提高的制度。基地的调整与撤消，应经双方同意。

4. 支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导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、提升教学效果。

(三) 教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质高职高专教材，禁止不合格的教材进入课堂。由本专业教师、行业专家和教研人员参与教材选用，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

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. 数字资源配备基本要求

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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

(四) 教学方法

市场营销专业教学方法主要采用课堂讲授，案例教学法、项目实践、模拟公司运营教学等方法。

(五) 学习评价

学生的学习评价以形成性过程考核和成果性考核为主，注重学生的综合素质和能力的评价。

(六) 质量管理

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才

培养规格。

2. 完善教学管理机制，建立“院、系”两级教学质量督导机构，建立并实施教学日常工作检查、领导听课督查、专职督导、教学信息反馈、问卷调查、考试评价与就业评价等系列制度，加强日常教学组织运行与管理。院督查组每月定期或不定期编辑评建督查简报，学生评教结果及时反馈给任课老师，促进老师及时改进教学中的不足，解决教学中存在的问题。

3. 定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全督导听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

5. 教研室应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业资格与要求

在规定年限内修完规定的必修课程，考试考核成绩合格。必修课修满 125 学分，选修专业课修满 6 学分，素质拓展课程修完 6 学分，修完全部课程后，应达到 137 学分。

1. 通用证书

(1) 全国大学生英语应用能力考试 A 级证书。

(2) 全国计算机等级考试一级证书

2. 职业资格证书

本专业职业资格证书如表 16 所示。

表 16 市场营销专业职业资格证书和职业技能等级证书

序号	职业资格/技能等级证书名称	颁证单位	等级
1	网店运营推广	北京鸿科经纬科技有限公司 教育部职业教育中心	初级

十一、继续专业学习深造建议

本专业毕业生继续学习的途径主要有：自学考试；通过成人高考参加本科函授学习；通过专升本考试转入本科院校继续学习。

毕业生接受更高层次教育的专业面向主要是市场营销、工商管理等本科专业

