

# 2021级市场营销专业（高职扩招）人才培养方案

一、专业名称及代码 市场营销（530605）

## 二、入学要求

本专业招收普通高中高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力的退役军人、下岗职工、农民工和新型职业农民等。

## 三、修业年限

本专业学制三年，可实施弹性学习，最长不超过六年。

## 四、团队成员<sup>1</sup>

表1 专业教学标准编制团队成员名单表

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	曹洁	滁州职业技术学院	讲师/市场营销教研室主任
2	张帅	滁州职业技术学院	讲师
3	赵荣	滁州职业技术学院	副教授
4	袁夕良	滁州职业技术学院	讲师
5	陈中胜	滁州职业技术学院	讲师
6	郭虎东	浙江田野餐饮管理连锁有限公司	人力资源经理
7	王倩倩	滁州市孕尔美电子商务有限公司	总经理
8	刘凡	滁州市金鹏集团房地产开发有限公司	人力资源经理

注1：指参与标准编制的主要成员，含校外专家。

## 五、职业面向

### （一）职业面向

表2 职业面向与主要岗位简表<sup>2</sup>

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
财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	批发和零售业（F）	推销员（4-01-02-01）	营销管理岗位；连锁经营管理岗位；渠道经营管理岗位；自主创新创业岗位	助理营销师；网络营销员；初级电子商务师；助理物流师；人力资源管理师（助理）；ISO9000内审员

注2：所属专业大类及所属专业类应依据现行专业目录；对应行业参照现行的《国民经济行业分类》；主要职业类别参照现行的《国家职业分类大典》；根据行业企业调研，明确主要岗位类别（或技术领域）；根据实际情况举例职业资格证书或技能等级证书。

### （二）工作任务与职业能力分

表3 岗位能力分析表

岗位名称	典型工作任务 <sup>3</sup>	工作过程 <sup>4</sup>	岗位能力要求 <sup>5</sup>
------	---------------------	-------------------	---------------------

营销管理岗位	使用计算机阅读商务资料；撰写简单的商务信函	使用Windows操作系统，能运用Office软件进行文档制作编辑、数据统计分析、编辑和放映幻灯片。	能借助于网络查阅并撰写一般资料、函电、协议、合同等商务文书；能使用常见的计算机应用软件，能设计简单的产品宣传网页。 能看懂会计报表，能运用会计核算的基本知识和方法分析成本费用和利润问题。 能运用统计学的基本知识和方法，分析处理信息、数据资料。 熟悉企业管理的基本原理和基本方法；本专业必备的商务知识；市场营销方面的法律法规、惯例。
	会计核算；  经济分析；  营销管理	将工作流程数据化，利用现代财务知识分析营销工作的效益，并将分析结果用于对具体营销工作的指导。	
连锁经营管理岗位	收集信息解决问题	设计调研项目，准备调查问卷和样本，分析数据，起草报告并将其发现和建议提供给管理层。	能利用营销调研、统计学等方法和工具。 能进行公关调查，评估社会公众的态度，确认与公众利益相符合的组织政策与程序，拟定并执行各种行动方案。能进行有效的产品宣传介绍；能与客户进行有效沟通（电话、网络、面对面），能进行产品贸易洽谈，签订购销合同。
	改善与社会公众的关系，促进公众对组织的认识、理解及支持，树立良好的组织形象	沟通协调，处理危机。	
	连锁品牌经营	参与产品销售的所有流程。	
渠道经营管理岗位	市场开拓	在开展市场调查和分析的基础上，为企业寻找新的市场机会。	具有语言表达能力和人际沟通能力；能进行客户分析。
	产品采购与产品销售	根据企业经营需要寻找最优供货渠道；建立销售网络，促进企业商品流和现金流的快速流通。	熟悉产品销售流程；能进行有效的产品宣传介绍；能与客户进行有效沟通（电话、网络、面对面），能进行有效的产品贸易洽谈，签订购销合同。
	分销渠道开发设计	建立健全企业的分销网络。	能熟悉分销渠道建立、开发和设计的基本原则、方法、技巧，能有效选择分销渠道，管理中间商。
	解决现存的问题，实现特定的目标，制定具体可行的方案	对企业经营进行诊断，提出解决问题的方案。	能掌握有关市场营销策划的一般过程、程序或步骤、技术与方法。能有效确定主题目标，并围绕已定目标开展具有崭新创意的设计。
自主创业创新岗位	完成转岗，尽快适应新的工作；从新择业	具有广博的知识，熟悉相近专业或岗位的基本知识和技能；具有主动适应社会，进一步学习相应岗位专业知识、技术的能力。	能根据情况或需要从事其他岗位的业务工作
	自我推销，成功就业；创业尝试	具有较强的职业修养和工作适应能力，可以综合运用所学知识和专业技能，在品牌和产品管理、销售和营销管理、营销调研、广告、物流管理、零售、公共关系、非营利性服务等岗位上独立开展工作。	能从事相邻专业的业务工作。

注3：典型工作任务是一项由计划、实施、评估整个行动过程组成的完整的工作任务，能反映职业工作的内容、形式以及在职业工作中的意义、功能和作用。即同时具备如下四个特征：①具有完整的工作过程；②它能代表职业工作的内容和形式；③完成任务的方式和结果有较大的开放性；④在整个企业的工作（或经营）大环境里具有重要的功能和意义。

注4：工作过程指企业为完成工作任务并获得工作结果而进行的一个完整的工作程序，由工作内容、工作对象、工具、工作方法、劳动组织、工作人员、工作成效组成。

注5：概要阐述要胜任该岗位需要具备的能力，用“能……”进行描述。

## 六. 培养目标与规格<sup>6</sup>

### （一）培养目标

本专业培养拥护党的基本路线、方针和政策，适应企业商务活动需要的，德、智、体、美、劳全面发展，掌握本专业必备的基本理论和爱岗敬业、安全生产意识、责任关怀意识和创新精神，从事品牌和产品管理、广告、销售和营销管理、物流、营销调研实际工作等岗位群的复合型技术技能人才。

### （二）培养规格

### 1、知识要求

具备与本专业相适应的文化基础知识。具有计算机应用、英语等方面的知识。系统掌握：

(1) 商务知识，如国际贸易和国际惯例、市场营销、国际金融、商检、海关、国际商法等方面的知识以及我国有关经济贸易的方针、政策、法规。

(2) 技术知识，如商品学、工程技术知识、各类工业材料学知识、计量标准、食品检验、环境保护知识等等。

(3) 人文知识，如心理学、社会学、民俗学、语言学、行为科学知识，主要是不同国家、地区、民族商务人员的风格和特点，尤其是他们的宗教信仰、商务传统和语言习惯。

(4) 掌握统计学、基础会计学、管理学、现代物流等方面的基本知识、基本理论。

### 2、能力要求

(1) 具有营销专业管理和技术服务的基本能力。能利用营销调研、统计学等方法 and 工具，设计调研项目，准备调查问卷和样本，分析数据，起草报告并将其发现和建议提供给管理层。

(2) 能迅速判断营销环境变化，设计相应的营销策略。会运用人际沟通技巧和销售技巧与客户、供应商、分销商、经销商、媒体等进行沟通，能进行贸易洽谈，签订买卖合同。

(3) 能配合其他部门创造顾客价值和满意。能根据实际需要进行专项营销活动策划。

(4) 具有较强的职业修养和工作适应能力，能综合运用所学知识和专业技能在品牌和产品管理、销售和营销管理、营销调研、广告、物流管理、零售、公共关系、非营利性服务等岗位上独立开展工作。

(5) 能从事相邻专业的业务工作。具有主动适应社会，进一步学习相应岗位专业知识、技术的能力。

### 3、素质要求

(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) 具有服务国家人民的社会责任感和勇于探索的创新精神；有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感；

(3) 有敬业爱岗、团结互助、诚实守信、遵纪守法、艰苦奋斗的良好品质；

(4) 具有良好的思想道德、社会公德和职业道德；

(5) 具有一定的体育和军事基础知识，能进行科学的身体锻炼；具有健全的心理、健康的体魄和坚强的意志。

表4 市场营销专业培养（目标）规格

序号	具体内容
1	热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线；有正确的人生观、价值观；有较高的道德修养，文明礼貌、遵纪守法、克己奉公；有高度的责任感，有严谨、认真、细致的工作作风；具有强烈的社会责任感和正义感。
2	建立与本专业相适应的知识结构体系，具备计算机操作、英语应用等方面的能力，系统掌握商务、技术、人文等领域的相关知识。
3	具有一定的体育和军事基础知识，能进行科学的身体锻炼；具有健全的心理、健康的体魄和坚强的意志。
4	有敬业爱岗、团结互助、诚实守信、遵纪守法、艰苦奋斗的良好品质。
5	对市场经济活动有具体深刻的认知，深入了解某一行业，在理论知识和实践经验上有较为充足的积累，可以承担起企业中较为复杂的经济活动的组织工作，成为合格的企业经营者。

注6：培养目标是对该专业毕业生在毕业5年后能够达到的职业和专业成就的总体描述。

## 七. 毕业要求

### (一) 毕业要求<sup>7</sup>

表5 市场营销专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的培养目标
1	具备正确的思想政治意识，愿意为社会主义现代化建设贡献自己的力量；	1
2	了解自身肩负的家庭责任和社会责任，能够踏实工作，成为社会的稳定剂；	1
3	掌握基础的经济法律知识，能够在进行经济活动时知法守法；	1

4	掌握市场营销的系统知识，具有较强的营销策划能力；	2
5	熟悉商品知识，能够有针对性地进行产品推广和广告策划；	2
6	取得国家计算机二级证书和英语应用能力B级以上证书；	2
7	掌握物流配送和电子商务的基础知识，能够适应新时期的互联网经济；	2
8	具备较强的人际交往能力与语言表达能力，具备自主学习能力；	2
9	体育测试达标，拥有健康的体魄；	3
10	心理健康，拥有积极乐观的精神面貌；	3
11	养成良好的生活习惯，取得“6S”证书；	4
12	加入志愿者组织或参与社会服务，拥有正确的世界观、价值观和人生观；	4
13	掌握市场营销的基础知识，能够进行市场调研和简单预测，并提出市场策划文案；	5
14	掌握人力资源规划的基础知识；	5
15	掌握生产运作计划与控制、过程管理的知识和技能；	5

注7：毕业要求应该能够支撑培养目标的达成，应覆盖所有的培养目标。一条培养目标可以由多条毕业要求支撑，一条毕业要求也可以支撑多条培养目标，毕业要求数量不超过15条。

## （二）毕业要求指标点<sup>8</sup>

表6 市场营销专业毕业要求指标点

序号	毕业要求	对应的指标点
1	具备正确的思想政治意识，愿意为社会主义现代化建设贡献自己的力量；	1参与校内思想政治课程，并顺利通过课程测试
2	了解自身肩负的家庭责任和社会责任，能够踏实工作，成为社会的稳定剂；	1在校期间无不良记录
3	掌握基础的经济法律知识，能够在进行经济活动时知法守法；	1学习法律类课程，并顺利通过课程测试 2无诚信领域的负面记录
4	掌握市场营销的系统知识，具有较强的营销策划能力；	1按计划学习所有指定的专业课程，并顺利通过课程测试；
5	熟悉商品知识，能够有针对性地进行产品推广和广告策划；	1学习商品学类课程，并顺利通过课程测试 2在校期间积极参与社会实践
6	取得国家计算机二级证书和英语应用能力B级以上证书；	1取得国家计算机二级证书和英语应用能力B级以上证书
7	掌握物流配送和电子商务的基础知识，能够适应新时期的互联网经济；	1学习电商、物流类课程，并顺利通过课程测试
8	具备较强的人际交往能力与语言表达能力，具备自主学习能力；	1取得普通话三级以上证书
9	体育测试达标，拥有健康的体魄；	1体育成绩合格
10	心理健康，拥有积极乐观的精神面貌；	1心理筛查合格

11	养成良好的生活习惯，取得“6S”证书；	1取得学校宿管部门给予的“6S”证书
12	加入志愿者组织或参与社会服务，拥有正确的世界观、价值观和人生观；	1加入志愿者组织或参与社会服务
13	掌握市场营销的基础知识，能够进行市场调研和简单预测，并提出市场策划文案；	1毕业设计合格
14	掌握人力资源规划的基础知识；	1学习管理学类课程，并顺利通过课程测试
15	掌握生产运作计划与控制、过程管理的知识和技能；	1参与市场营销技能综合实训，并顺利通过

注8：制订毕业要求指标点时应注意以下几点：一是要与毕业要求对应，一条毕业要求可以由几个指标点进行支撑。二是描述要具体可测，尽量用外显性行为动词，总数不超过45条。

## 八、课程设置及要求：

### （一）课程体系的架构与说明

#### 1、人才培养模式

市场营销专业坚持以就业为导向，以能力为主线，以课程改革为突破口，构建“三结合、一为先”的市场营销人才培养模式，即学校与企业相结合、学习与工作相结合、理论与实践相结合，强化素质教育，坚持德育为先。

#### 2、课程体系的架构与说明

本次课程体系的建立按照《滁州职业技术学院关于制定专业学分制人才培养方案的指导意见》文件要求，结合本专业特点对原有人才培养方案及课程体系进行了大幅度修订。

课程分为通识课程、行业基本能力课程、岗位专项能力课程、专业方向模块课程、创新创业模块课程、顶岗实习、能力拓展模块六个方面。其中通识课程、行业技能能力课程及岗位专项能力课程为专业必修课程。

专业方向模块课程体系依据本专业的办学特点及区位优势需求，将专业方向确定为：连锁经营和供应链两个专业方向。学生可以依据自身情况选择一个专业方向进行学习。

创新创业模块课程结合我院校企合作单位的情况，开设包括大学生学习与职业发展指导、创新创业教育、创新创业实践课等课程。以培养学生的创新创业意识和科学的创新创业精神为目标。

2018级市场营销专业沿用“2.5+0.5”教学计划，第六学期进行顶岗实习。

本专业确定了6门专业任选课，分两个学期开始。学生可以根据学习状况选择3门课程，修完6个学分即可满足毕业要求。

### （二）专业课程体系

表7 专业课程体系表

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	计算机应用基础 大学语文 应用文写作 商务英语	使用计算机阅读商务资料； 撰写简单的商务信函 能阅读并翻译商务函电 能熟练使用办公室软件
2	经济学基础 管理学基础 会计基础	企业会计核算； 经济情况分析； 市场分析、营销管理
3	市场营销调查 市场营销理论 市场营销实务 市场营销策划 营销技能实训	收集信息解决问题 解决现存的问题，实现特定的目标，制定具体可行的方案 进行企业策划方案撰写 组织并执行企业活动方案； 能按计划独立完成促销计划
4	商务沟通与谈判 客户关系管理 广告实务 消费者心理与行为	改善与社会公众的关系， 促进公众对组织的认识、理解及支持，树立良好的组织形象； 懂得社会公共技巧； 能跟顾客进行良好的关系维护
5	连锁经营 零售管理	连锁品牌经营； 零售企业经营管理；

	品牌管理与推广 服务营销	服务类企业经营管理 品牌推广
6	推销实务 物流理论与实务 供应链管理 网络营销	市场开拓 产品采购与产品销售 分销渠道开发设计
7	大学生学习与职业发展指导 商务礼仪 商品知识 经济法	自我推销，成功就业； 创业尝试
8	旅游市场营销 金融基础 国际贸易实务 电子商务基础 创新创业实践课(招就) 创新创业教育	完成转岗，尽快适应新的工作； 从新择业

表8 市场营销专业课程矩阵表<sup>10</sup>

毕业要求	毕业要求指标点	通识课程	经济法	经济学基础	市场营销调查	市场营销理论	市场营销实务	市场营销策划	商务沟通与谈判	广告实务	推销实务	消费者心理与行为	连锁经营	零售管理	服务营销	物流理论与实务	供应链管理	网络营销	商务礼仪	会计基础	管理学基础	品牌管理与推广	客户关系管理	零售管理	商品知识	营销技能实训	创新创业课程	素质拓展课程	能力拓展课程
1	1	√																											
2	1	√																											
3	1	√	√																										
	2	√	√																										
4	1		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				
5	1									√	√														√				
	2																									√	√		
6	1	√																											
7	1															√	√	√								√		√	
8	1	√																											
9	1	√																											
10	1	√																											
11	1	√																											
12	1	√																											
13	1				√	√	√	√																					
14	1												√	√			√		√	√	√	√	√	√	√	√	√		
15	1																									√	√	√	√

注9：专业课程体系可用图、表的方式进行阐述，应体现所设置的课程体系与岗位典型工作任务间的关系。

注10：专业课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程—毕业要求—指标点三者之间的对应关系，

注11：毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打“√”

### （三）主要课程内容

## 1. 公共基础课程

### 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		
开设学期	第一学期	基准学时	48
<b>课程教学目标：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 帮助大学生领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军。</li> <li>2. 帮助大学生形成正确的道德认知，积极投身道德实践，做到明大德、守公德、严私德。</li> <li>3. 帮助大学生全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，理解中国特色社会主义法治体系和法治道路的精髓，增进法治意识，养成法治思维，更好行使法律权利、履行法律义务，做到尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养，立志为新时代贡献青春力量。</li> </ol>			
<b>课程教学内容与要求：</b> <p>《思想道德修养与法律基础》课程围绕人：做怎样的人和怎样做人的主线，总体上包括思想、道德、法律基础理论三大部分，每个部分根据教学内容要求再分为若干章节，形成课程内容重点包括思想（包括人生观、理想信念、中国精神、核心价值观）+道德（明大德守公德严私德）+法律（尊法学法守法用法）共6章循序渐进式的整体结构，便于学生学习掌握。具体教学内容包括人生观价值观教育、理想信念教育、中国精神教育、社会主义核心价值观教育、社会主义道德观教育、社会主义法治观念教育、党的十八大、十九大和十八届三中、四中全会、十九届三中、四中全会及习近平总书记系列重要讲话精神的学习。其中，绪论2课时，第一章6课时，第二章6课时，第三章6课时，第四章6课时，第五章10课时，第六章12课时。</p> <p>教学中要明确立德树人的根本任务，讲清伦理道德和法律的基本概念，使学生能够比较系统掌握社会主义道德与法律的基础知识，懂得开展大学生道德教育与社会主义法制建设的重要性、必要性和长期性，增强法治观念，提高尊法、学法、守法、用法的意识和思维方式，并学会依法维护自身的合法权益。引导、鼓励、支持大学生积极参加社会主义道德实践和法治实践，用中国特色社会主义最新理论成果武装大学生头脑，用社会主义道德观、法治观指导自身的行为，不断提升思想道德素质和法治素养，努力成为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。</p>			

### 形势与政策

课程名称	形势与政策		
开设学期	第一学期	基准学时	8
<b>课程教学目标：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记最新重要讲话精神。</li> <li>2. 深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神。</li> <li>3. 紧紧围绕庆祝新中国成立 70 周年这条主线，通过讲授全面从严治党、我国经济社会发展、港澳台工作、国际形势与政策四个专题，引导学生增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</li> </ol>			
<b>课程教学内容与要求：</b> <p>紧紧围绕庆祝中华人民共和国成立70周年，大力弘扬以爱国主义为核心的伟大民族精神，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，是2019年高校“形势与政策”课的一条主线。新中国 70 年取得的辉煌成就，不论是经济发展一枝独秀的“中国奇迹”，还是风景这边独好的“中国之治”，都不是从天上掉下来的，而是在中国特色社会主义制度的引领、推动、保障下取得的，党的十九届四中全会审议通过的《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》开启了国家治理新征程。一要引导学生认真学习党和国家庆祝中华人民共和国成立70年重要会议精神，突出思想内涵，把成就讲足、把经验讲透、把形势讲清、把前</p>			

景讲明，进一步振奋精神、鼓舞士气。二要创新教育形式，通过实地考察、国情调研、参观展览、缅怀革命先烈、国防教育、主题作品征集等方式，引导学生在观城乡新貌、看身边变化中，深刻认识中华人民共和国70年取得的伟大成就，是一代又一代中国人民在中国共产党领导下，坚持和发展中国特色社会主义的结果。三要围绕中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”等重大问题，注重讲好中国故事，讲好中国共产党故事，讲好新时代中国特色社会主义故事，充分展示中华人民共和国成立70年来特别是改革开放以来的光辉历程、伟大成就和宝贵经验，突出展示党的十八大以来党和国家事业取得的全方位、开创性历史成就，发生的深层次、根本性历史变革，激励和动员广大学生把爱国奋斗精神转化为实际行动，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗。四个专题，每个专题2课时。

### 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程名称	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		
开设学期	第二学期	基准学时	64
<b>课程教学目标：</b> 1、知识目标：准确把握毛泽东思想、邓小平理论等的主要内容；重点把握习近平新时代中国特色社会主义思想，将十九大精神及习近平重要讲话融入课堂教学； 2、能力目标：提高大学生分析社会现象和社会问题的能力； 3、觉悟目标：理解党的政策、树立中国特色社会主义道路的信心，坚定马克思主义的理想信念；			
<b>课程教学内容与要求：</b> 本教材以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果是主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐述习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。 开设本课程是为了使大学生对中国共产党领导的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力的提升有更加切实的帮助。其中，第一章4课时，第二章4课时，第三章4课时，第四章4课时，第五章4课时，第六章4课时，第七章4课时，第八章4课时，第九章4课时，第十章8课时，第十一章8课时，第十二章4课时，第十三章4课时，第十四章4课时			
<b>教学内容：</b> 本教材在结构上除了前言和结束语外，由三部分共十四章组成 第一部分：第1、2、3、4章——毛泽东思想部分 （重点：毛泽东思想的历史地位和指导意义、毛泽东思想活的灵魂；新民主主义革命理论；社会主义改造等） 第二部分：第5、6、7章——邓小平、“三个代表”、科学发展观 （重点：邓小平、“三个代表”、科学发展观重要思想的形成和各自的主题） 第三部分：第8-14章——习近平新时代中国特色社会主义思想——全书重点 其中第①层次：第8章（习近平新时代中国特色社会主义思想及历史地位） 第②层次：9章 （中国特色社会主义的总任务：中国梦及社会主义现代化强国战略安排） 第③层次：10章 （“五位一体”总体布局包括经济、政治、文化、社会和生态文明建设） 第④层次：11章（“四个全面”战略布局） 第⑤层次：12、13章（国防、外交） 第⑥层次：14章（坚持和加强党的领导）			
<b>教学要求：</b> 1、理论讲解密切联系实际（历史事实与社会现象），增强说服力； 2、了解学生关心的各类社会问题，提高教学的针对性； 3、教学方法上充分发挥学生的学习主体作用，利用学习通APP、开展讨论、辩论、讲演、竞赛、参观等启发为主的教法，提高课程吸引力； 4、充分运用现代教学手段，加强同行交流，提高教学质量。			
<b>教学课时安排：（合计64课时）</b>			

### 大学语文

课程名称	大学语文		
开设学期	第一学期	基准学时	36



### 课程教学目标：

- 1、了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。
- 2、学习经典的名家名作，了解语言文字的多样性，继承中华民族的优秀文化传统，培养高尚的思想品质和道德情操，帮助学生提升人文素养。

### 课程教学内容与要求：

#### 第一单元 人间真情

##### 一、课程教学内容

1、《鹧鸪天（重过阊门万事非）》贺铸

2、《又呈吴郎》杜甫

##### 二、具体要求

1、《鹧鸪天》

了解：词人贺铸的生平及创作背景，学会欣赏诗词。

理解：具有表现力的词语，体会悼亡词的艺术风格。

掌握：这首词作者表达的是对亡妻的深厚感情和无限思念。

作业：背诵全文并翻译。

2、《又呈吴郎》

了解：杜甫生平的四个阶段；杜甫诗歌沉郁顿挫的风格。

理解：杜甫诗歌中包含的忧国忧民的博大情怀，“又呈”是何原因。

掌握：杜甫被尊称为“诗圣”，杜甫号称“诗史”，总体风格以宏大叙事和正面弘扬儒家价值观为主。

作业：背诵全文并翻译。

#### 第二单元 智慧之光

##### 一、课程教学内容

1、《召公谏厉王弭谤》

2、《谏逐客书》李斯

##### 二、具体要求

1、《召公谏厉王弭谤》

了解：课文中古汉语现象，准确把握古汉语常识。

理解：本文从正反两个方面展开说理的方法。逻辑严密，说理性强，比喻生动形象。

掌握：（1）准确分辨一词多义的词。（2）注意词类活用的现象。

作业：分析本文人物形象的特点。

2、《谏逐客书》

了解：秦时历史，弄清楚嬴政逐客的原由。

理解：开门见山的谏说方法。

掌握：在议论文中掌握史实论证、类比论证、正反论证的方法。

作业：翻译全文

#### 第三单元 建功立业

##### 一、课程教学内容

1、《白马篇》曹植

2、《水龙吟·登建康赏心亭》辛弃疾

##### 二、具体要求

1、《白马篇》

了解：汉、魏、晋诗歌在继承发扬《诗经》、《楚辞》的艺术特点方面的成就。曹植的文学成就及在文学史上的地位

理解：作者塑造这位武艺高超、渴望为国立功甚至不惜牺牲生命的游侠少年形象的深刻意义。

掌握：本首作品的语言特点。

作业：熟读全文

2、《水龙吟·登建康赏心亭》

了解：作者生平

理解：作品“登临意”的真意，“英雄泪”的内涵。

掌握：鉴赏辛词借景抒情、用典等艺术技巧，领略其豪放词特点。

作业：背诵全文

#### 第四单元 即景抒怀

一、课程教学内容

- 1、《春江花月夜》 张若虚
- 2、《望海潮（东南形胜）》 柳永

二、具体要求

1、《春江花月夜》

了解：作者生平与写作背景。

理解：分析诗歌意象，把握诗歌意境，体会诗歌情感。

掌握：鉴赏诗歌的表现手法，品味诗歌语言。

作业：分析本诗中情、景、理如何有机地融合。

2、《望海潮（东南形胜）》

了解：作者生平

理解：词的思想内容。

掌握：作者是北宋专力写词第一人。

作业：熟读并背诵全文

第五单元 人生感悟

一、课程教学内容

- 1、《将进酒》 李白
- 2、《破阵子（四十年来家国）》 李煜

二、具体要求

1、《将进酒》

了解：作者生平

理解：诵读诗歌，理解诗歌的基本内容。

掌握：诗歌的感情基调，以及思想感情的复杂性。

作业：本诗是如何体现李白诗歌的艺术个性。

2、《破阵子（四十年来家国）》

了解：作者生平

理解：古代诗歌鉴赏方法。

掌握：作品分为上下片，对比强烈。从技法理解情感。

作业：背诵全文

第六单元 滁州文化

一、课程教学内容

- 1、《醉翁亭记》 欧阳修
- 2、《滁州西涧》 韦应物

二、具体要求

1、《醉翁亭记》

了解：作者和时代背景，初步感知琅琊山之美。

理解：作者的思想感情。体会文章的语言美和意境美。

掌握：积累文言词汇，疏通课文大意。

作业：翻译全文

2、《滁州西涧》

了解：作者生平

理解：全文主旨，体味诗人所抒发的情感。

掌握：作者描绘的西涧晚潮时雨中美景及恬淡的意境。

作业：背诵全文并翻译。

计算机应用基础

课程名称	计算机应用基础		
开设学期	第一学期	基准学时	56
<b>课程教学目标：</b>			
1. 掌握计算机基础知识			
2. 掌握计算机基本操作技能及基本软件的应用			
3. 培养学生具备使计算机及思维处理实际问题的能力			
4. 为后续课程学习应用奠定基础			

课程教学内容和要求:

第 1 章 计算机基础知识

(一) 学时

6

(二) 课程教学内容

信息技术基本概念，计算机基本概念，计算机系统组成及工作原理，计算机应用，计算机中信息的表示与存储，多媒体技术，数据库基本概念，计算机新技术。

(三) 要求

了解：信息技术基本概念，计算机基本概念，计算机发展简史，计算机的特征、分类、性能指标、应用，音频、图像、视频文件及有关多媒体处理技术，数据库、关系等基本概念，计算思维、人工智能、大数据、云计算、物联网、移动互联网虚拟现实等基本概念。

理解：计算机软件系统（系统软件、应用软件、程序设计语言）。

掌握：信息表示，数制及其转换，字符的表示（ASCII码及汉字编码），计算机系统的硬件组成及各部分功能，微型计算机系统。

应用：中英文录入。

第2章 Windows操作系统

(一) 学时

4

(二) 课程教学内容

操作系统基本概念，Windows基础知识，Windows基本操作，文件管理，Windows管理与控制。

(三) 要求

了解：操作系统、文件、文件夹等有关概念，Windows操作系统的特点，附件。

理解：剪贴板、窗口、对话框和控件、快捷方式的作用，回收站及其应用。

掌握：开始菜单的使用，文件管理，控制面板的使用。

应用：Windows系统的软硬件管理，利用控制面板添加硬件、添加或删除程序、进行系统配置等。

第3章 文字处理软件

(一) 学时

14

(二) 课程教学内容

Word基本概念及功能，文档输入、文档编辑、文档排版等操作。

(三) 要求

了解：模板，分隔符，样式。

理解：Word窗体组成，选项卡与功能区按钮的使用。

掌握：复制、粘贴、选择性粘贴、移动、查找、替换等基本操作，页面格式设置，段落格式设置，文字格式设置，页面设置，图文混排，文档的打印输出，文本框、图片、形状与表格等对象的插入与编辑。

应用：使用文字处理软件创建文档，完成对文档的排版等处理。

第4章 电子表格处理软件

(一) 学时

16

(二) 课程教学内容

Excel基础知识，工作簿管理，工作表数据编辑。

(三) 要求

了解：Excel的基本概念及功能。

理解：工作簿、工作表、单元格的概念，单元格的相对引用、绝对引用，公式与函数。

掌握：数据的输入与编辑，公式与函数的使用，单元格的基本格式设置，单元格的引用，数据的排序、筛选、分类汇总，图表的建立与编辑。

应用：使用Excel实现办公事务中表格的电子化。

第5章 演示文稿软件

(一) 学时

12

(二) 课程教学内容

演示文稿基础知识，演示文稿基本操作，幻灯片基本制作。

(三) 要求

了解：演示文稿的概念，PowerPoint的功能。

理解：演示文稿视图、演示文稿主题、背景、版式、切换、动画。

掌握：演示文稿的基本操作，幻灯片的基本操作，幻灯片的基本制作，演示文稿放映设计。

应用：使用演示文稿处理幻灯片，将幻灯片设计理念和图表设计技能应用到日常工作和生活中。

第6章 计算机网络

(一) 学时

2

(二) 课程教学内容

计算机网络基本概念，计算机网络组成，计算机网络拓扑结构，计算机网络分类，Internet基本概念，Internet连

接方式，Internet简单应用。

(三) 要求

了解：计算机网络的基本概念与主要设备，因特网的基本概念、起源与发展。

理解：计算机网络的拓扑结构，计算机网络的分类以及局域网的组成与应用，网络通信主要技术指标。

掌握：Internet的连接方式，浏览器的简单应用，电子邮件和搜索引擎的使用。

应用：学会应用Internet提供的服务解决日常问题。

第7章 信息安全

(一) 学时

2

(二) 课程教学内容

信息安全的概述，计算机中的信息安全，职业道德及相关法规。

(三) 要求

了解：信息安全的基本概念，计算机职业道德、行为规范、国家有关计算机安全法规。

理解：信息安全隐患的种类，信息安全的措施，互联网的安全，防火墙的功能。

掌握：病毒的概念、种类、危害、防治。

应用：使用安全防护软件进行计算机安全保障，使用计算机系统工具处理系统的信息安全问题。

## 2、专业（技能）课程

### 《市场营销理论与实务》

课程名称	《营销技能实训》		
开设学期	第一、二学期	基准学时	64课时+64课时
<b>课程简介：</b> <p>该课程是市场营销专业的核心课程，是所有营销类岗位的理论及操作指南，也是国家职业考试助理营销经理、商务策划师资格证、市场营销师资格证等证书考试的课程内容。</p> <p>本课程的任务是教会学生最基本的市场营销知识和技巧，能够进行市场分析、产品销售、制定营销计划等工作。通过本课程的学习，使学生在理论知识上达到助理营销经理资格、商务策划师资格证、市场营销师资格证等证书的基本要求，在技能上能够出色地完成产品的销售、产品促销等环节，能够对某个产品或者企业进行市场机会分析，制定合理的营销计划，从而使学生具备从事市场营销活动和营销管理的基本职业技能。</p>			
<b>培养目标：</b> <p>1. 专业能力目标</p> <p>通过任务驱动型的项目教学活动，了解市场与市场营销的涵义，掌握市场营销的相关理论知识，熟悉市场营销活动的基本过程以达到营销职业的岗位要求，并能够承担营销调研、营销策划和产品销售等环节的工作任务。</p> <p>2. 方法能力目标</p> <p>通过本课程的学习，掌握市场分析技术（包括市场调研、市场环境分析、消费者行为分析等）、掌握产品销售技巧、掌握渠道管理技巧和方法、掌握销售管理技巧和销售促进的方式和方法、熟悉营销策划流程和方法。</p> <p>3. 社会能力目标</p> <p>在教学过程中，不断培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力、积极乐观的心态、良好的人际关系、健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础。</p>			
<b>课程内容：</b> <p>项目一为认识市场营销，使学生对市场营销学的知识框架有个整体的了解，能初步运用营销学知识分析某个具体的企业；项目二为分析营销机会，介绍企业应该如何挖掘市场机会和规避市场风险，主要由五个模块组成；项目三为规划企业营销战略，介绍企业应该如何有效地制定营销战略，</p>			

以把握和利用市场机会，主要由两个模块组成；项目四为制定营销策略，介绍企业应该如何制定有效的市场营销策略，主要由四个模块组成；项目五为营销活动的管理，介绍如何通过有效地实施市场营销策略来达成预期的营销目标。

### 《市场营销调查》

课程名称	《市场营销调查》		
开设学期	第三学期	基准学时	64课时
<p><b>课程简介：</b>该课程是高职市场营销专业的一门专业核心课程，该课程的知识性、技能性和实践性很强。其功能在于使学生掌握市场调研概述、问卷调查法、访问法、抽样调查法、现代信息技术市场调查、市场调查数据的分析、市场调查报告等专业技能知识。同时还要激发和培养学生市场营销的兴趣，使学生树立自信心，养成良好的学习习惯和形成有效的学习策略，发展自主学习的能力和团队协作精神。培养学生的创新精神，拓展视野，形成健康的人生观，为他们的终身学习和就业发展打下良好的基础。</p>			
<p><b>培养目标：</b></p> <p>1. 素质目标：</p> <p>竞争意识：具有风险意识, 责任意识, 有严谨, 认真, 细致的工作作风。</p> <p>协作精神：具有团队精神和合作意识, 具有协调工作的能力和组织管理能力。</p> <p>探索改革精神：有锐意改革, 勇于创新的精神, 有本专业领域的预测能力。</p> <p>遵守职业道德, 在金钱, 利益面前不动摇, 坚持公平, 公正的工作原则, 保守职业秘密。</p> <p>2. 知识目标：</p> <p>了解市场调研概述、市场调查报告等内容</p> <p>熟悉问卷调查法、访问法、抽样调查法内容。</p> <p>掌握现代信息技术市场调查、市场调查数据的分析等内容。</p> <p>3. 能力目标：</p> <p>培养学生市场调研的组织协调能力。</p> <p>培养学生的问卷调查的组织与协调能力。</p> <p>培养学生市场调查数据的分析的能力。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <p>市场调查概述；市场调查的机构；市场调查的流程；研究方案设计；抽样设计；问卷设计；测量设计；文案调查；定性调查；定量调查；信息化技术；现场质量控制；市场预测；市场调查报告</p>			

### 《消费者行为分析》

课程名称	《消费者行为分析》		
开设学期	第四学期	基准学时	64课时

<p><b>课程简介：</b>《消费者行为分析》是市场营销专业的核心课程。该学科主要研究消费者行为特征，从而为制定市场营销战略提供依据。研究侧重两个基本问题：一是分析研究不同消费者心理和行为特征，以及影响消费者心理和行为的因素，为制定合适的营销战略提供依据；二是通过制定营销战略改变和提高消费者的购买行为和购买频率，目的是为企业创造顾客和利润。理解消费者行为是制定营销战略的关键要素，是解决营销实战问题的钥匙。</p>			
<p><b>培养目标：</b></p> <p>1. 知识目标：</p> <p>消费者行为学研究个人或组织如何选择、购买、使用、处置与消费有关的事物（包括商品、服务、体验等）以满足一定的需要。通过本课程的学习，要求学生掌握消费者行为研究的基本框架：消费者购买决策过程（包括消费者对问题的认识、信息搜集、评价与选择、购买和购后行为）；影响和决定消费者行为的个人与心理因素（包括消费者的资源、动机、知觉、学习与记忆、态度、个性、自我概念与生活方式）；影响消费者行为的外部因素（包括文化、社会阶层、社会群体、家庭和情境因素）。</p> <p>2. 能力目标：</p> <p>学生加深对理论的理解与领会，学会把握消费者的心理与行为发展变化的规律，加强对消费者心理与行为的预测与引导，以利于学生能把理论与实际相结合。</p> <p>3. 素质目标：</p> <p>培养学生分析和观察细节的能力；培养学生理实结合的逻辑思维；培养学生树立良好的岗位工作态度；锻炼学生具备良好的团队合作能力。</p>			
<p><b>课程内容：</b></p> <p>此处是按年龄细分的消费者来立项，分别对在儿童、青年、中年、老年进行分析和研究，也可按性别或者地理位置进行消费者细分。</p> <p>学习情境一：儿童消费人群行为分析 （过程：儿童消费人群调研，相关商务数据分析，儿童消费人群行为分析）</p> <p>学习情境二：青年消费人群行为分析 （过程：青年消费人群调研，相关商务数据分析，青年消费人群行为分析）</p> <p>学习情境三：中年消费人群行为分析 （过程：中年消费人群调研，相关商务数据分析，中年消费人群行为分析）</p> <p>学习情境四：老年消费人群行为分析 （过程：老年消费人群调研，相关商务数据分析，老年消费人群行为分析）</p>			

### 《市场营销策划》

课程名称	《市场营销策划》		
开设学期	第五学期	基准学时	64课时
<p><b>课程简介：</b></p> <p>营销策划课程要求学生了解和掌握市场营销策划的基本理论、基本方法和基本程序，即对市场营销策划活动的主体——企业在市场营销活动中，为达到预定的市场营销目标，从新的营销视角、新的营销观念、新的营销思维产生和运用系统的方法、科学的方法、理论联系实际的方法，对企业生存和发展的宏观经济环境和微观市场环境进行分析，寻找企业与目标市场顾客群的利益共性，以</p>			

消费者满意为目标，重新组合和优化配置企业所拥有的和可开发利用的各种人、财、物资源和市场资源，对整体市场营销活动或某一方面的市场营销活动进行分析、判断、推理、预测、构思、设计和制定市场营销方案的行为。

**培养目标：**

1. 知识目标

通过本课程的教学，使学生能够掌握营销策划的基本知识和方法，了解营销策划的基本理论，为其进一步学习其他营销类课程打下良好的基础。教学中应注意对学生基础技能培养，符合大专应用型人才的培养目标。

2. 职业技能目标

通过对本课程的学习，使学生企业呼唤着能帮助其“跳出企业认识企业”、“跳出市场营造市场”的高水平市场营销策划，在市场调查和分析的基础之上，创造新的生活方式和消费观念，唤起消费者的购买愿望，并通过企业的生产经营活动，向消费者提供能使其满意的产品或服务，引导他们进行消费，把潜在的消费者转化为现实的消费者。

**课程内容：**

营销策划的发展与内涵； 营销策划的流程与组织； 营销策划中的创意；市场调研策划； 营销战略策划； 品牌策划； 企业形象策划； 促销策划； 网络营销策划； 广告策划； 公共关系策划； 营销策划方案的类型与制订； 营销策划的实施与控制。

## 九. 教学进程总体安排

### （一）各类课程学时分配表

表9 教学活动时间分配表

单位：周

课程类别	内容 / 学期	一	二	三	四	五	六	合计	学分
通识课程 行业基本能力课 岗位专项能力课 创新创业课	课内教学	20	21	23.5	23	16	0		103.5
实践教学课	营销行业认知					1			1
	营销跟岗实习					2			1
	营销顶岗实习						20	20	20
其它环节	入学教育	1						1	1
	军训	2						2	2
	劳动教育课		1	1			1	3	3
	安全教育*	1						1	1
	暑期社会实践*			2	2			4	4
	毕业设计 & 毕业答辩					3		3	3
	毕业教育						0.5	0.5	0.5
	学期复习考试	2	2	2	2	2		10	
小计	学期周数	20	20	20	20	20	20	120	140

每学年40周，包括学生报到与复习考试，需根据校历安排各项教学活动，标\*号项目为课外学时；

表10 专业中课程分类学时及学分比例表

课程类别		学时			占总学时(%)	学分	占总学分(%)	备注
		学时	理论	实践				
必修课程	通识课程	480	330	150	19%	29	19%	1. 教学总学时为: 127 学分, 2584学时; 2. 课内学时为: 921学时; 3. 实践课包括实习、实训、顶岗实训(毕业实习); 4. 实践课占总学时的 68%。
	行业基本能力课	108	54	54	11%	22	11%	
	岗位专项能力课	288	144	144	17%		18%	
	创新创业课程	120	78	42	4%	6.5	4%	
	实习实训环节	600	0	600	24%	20	24%	
	其它教学环节	358	0	358	7%	14.5	6%	
选修课程	素质拓展课程	270	135	135	3%	15	3%	
	能力拓展课程	360	180	180	4%	20	4%	
合计		2584	921	1663	100%	127	100%	

## (二) 课程教学进程

表11 滁州职业技术学院2021级市场营销专业课程教学安排表

课程类别	课程编号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	考核形式	一学年		二学年		三学年	
								一	二	三	四	五	六
通识课	TB310338	军事理论*	2	36	36		√	36					
	TB310339	心理健康教育*	1	16	16				16				
	TB210322	思想道德修养与法律基础	3	48	32	16	√	48					
	TB210323	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	√		64				
	TB210303	形势与政策*	1	16	16	0	*		8		8		
	TB310340	实用英语	6	96	96	0	√	48	48				
	TB321201	体育	6	108	18	90	√	36	36	36*			
	TB310344	大学语文	2.5	40	40	0	√	40					
	TB130306	信息技术	3.5	56	28	28	√		56				
		小计	29	480	330	150							
行业基本能力课	ZJ202321	管理学基础	3	54	27	27	√	54					
	ZJ202322	商务礼仪	3	54	27	27	*		54				
		小计	6	108	54	54							
岗位专项能力课	ZH202321	市场营销调查	4	72	36	36	√			72			
	ZH202322	市场营销策划	4	72	36	36	√				72		
	ZH202323	消费者行为分析	4	72	36	36	*				72		
	ZH202324	市场营销	4	72	36	36	*		72				
		小计	16	288	144	144							
创新创业课	TB310346	大学生学习职业发展指导	1	18	18	0	*	(18)					
	TB310347	创新创业教育	1.5	30	24	6	*		30				
	CX202323	跨境营销实务	4	72	36	36	*					72	
		小计	6.5	120	78	42							



选修课	素质拓展课	《公共基础选修课程一览表》	15	270	135	135	*						
	能力拓展课	《能力拓展选修课程一览表》	20	360	180	180	*						
		小计	35	630	315	315							
		顶岗实习	20			600	*						20
		小计	20	600		600							
其它环节	SJ310307	入学教育	1	16		16	*	1周					
	SJ310308	军训	2	60		60	*	2周					
		劳动教育	3	90		90	*		1周	1周			1周
	SJ310310	安全教育*	1	16		16	*	*					
	SJ310311	暑期社会实践*	4	120		120	*			*	*		
		毕业设计答辩	3	48		48	*					3周	
	SJ230305	毕业教育	0.5	8		8	*						0.5周
		小计	14.5	358	0	358							

说明：（1）《军事理论》课在第一学期开设。（2）《体育》课第三学期采用俱乐部制上课，不占课内学时。（3）《形势与政策》课教学以系列讲座形式开展。（4）《大学语文》安排在第一或第二学期。（5）《高等数学》根据专业情况选择《高等数学 I》或《高等数学 II》，《高等数学 II》安排在第一或第二学期。（6）《大学生学习与职业发展指导》以专题讲座形式教学，以系部辅导员为主要教学力量，第一学期完成。（7）非计算机专业按以上计划开设《计算机应用基础》课程安排在第一学期或第二学期，信息工程系计算机专业和相关专业可适当调整本课程教学计划。（8）标\*号为专业核心课程，每个专业一般5-6门核心课程。

## 十、实施保障

### （一）专业教学团队基本要求

1. 专业课教师任职资格：具备所负责课程的专业教育背景，本科及本科以上学历，助理讲师以上技术职称；具有端正严谨的工作态度，相应课程的实践教学能力。

2. 实训教师任职资格：具备所负责课程的专业技能，并具备实践教学能力，具备专业资质证书或考评员资格证书，专科以上学历，中级及中级以上技术职称。

### （二）实践教学条件基本要求

#### 1. 校内实训基本要求（一个实训室一张表）

表13-1 营销技能实训（<营销技能实训>）

实训室名称	市场营销实训室	面积要求	40m <sup>2</sup>
序号	核心设备	数量要求	备注
1	ITMC软件	1	
2	台式电脑	60	
3	电脑桌	60	
4	椅子	60	

表13-2 商务谈判室（<商务谈判>）

实训室名称	商务谈判室	面积要求	50m <sup>2</sup>
序号	核心设备	数量要求	备注
1	商务谈判桌	1台	

2	椅子	50个	
3	扩音话筒	2架	
4	投影仪	1台	

表13-3 服务营销实训室（服务营销）

实训室名称	服务营销实训室	面积要求	30m <sup>2</sup>
序号	核心设备	数量要求	备注
1	货架	10个	
2	收银机	2台	
3	购物车	6辆	
4	电视机	1台	

2. 校外实习基地基本要求（合作深度包括深度合作型、紧密合作型、一般合作型三个等级，各等级标准参照校外实践教学基地建设标准。）

表14 顶岗实习

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途 <sup>12</sup>	合作深度要求
1	滁州金鹏控股集团	滁州金鹏控股集团	认知实习	深度合作
2	上海平安保险公司	上海平安保险公司	认知实习；顶岗实习	一般合作型
3	南京垦荒人	南京垦荒人有限公司	认知实习；顶岗实习	一般合作型
4	浙江十足集团	浙江十足集团	认知实习；顶岗实习	一般合作型
5	南京摩乐服饰	南京摩乐服饰	认知实习；顶岗实习	一般合作型

注12：指认识实习、跟岗实训、顶岗实习等。

（三）使用的教材、数字化（网络）资料等学习资源

教材类型包括国家、省规划教材、精品重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。

表15 市场营销专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	商务礼仪	部省规划	湖南师范大学出版社	江卫华	2017. 1
2	消费者行为分析与实务	部省规划	教育科学出版社	陈俊	2017. 1
3	连锁经营与管理	部省规划	湖南师范大学出版社	周云霞	2017. 11
4	市场调查与预测	部省规划	教育科学出版社	陆克斌	2017. 1
5	零售学	部省规划	东北财经大学出版社	孙晓红	2016. 8
6	供应链管理	部省规划	东北大学出版社	骆金鸿	2018. 1
7	商务英语	部省规划	武汉理工大学出版社	吴翠华	2018. 8

（四）教学方法、手段与教学组织形式建议

根据人才培养目标，教学过程需要注意方法手段的多样化，建议利用的教学方法有：任务驱动法、参观教学方法、自主学习法。建议利用的教学手段有：多媒体演示教学、情境模拟教学等。理实一体课程可

结合校内实训基地的相关软件和实训器材进行。

#### （五）教学评价、考核建议

在2018级市场营销专业课程改革的基础上，继续深化课程考核改革，强化过程考核。加大过程考核比例，努力提高学生的实践动手能力。构建第三方考核评价体系，实现人才培养的知识、能力、素质目标。

##### 1. 考核成绩与绩点折算方法

百分制成绩	90-100	80-89	70-79	60-69	<60
绩点	4.0-5.0	3.0-3.9	2.0-2.9	1.0-1.9	0.0
五级制成绩	优秀	良好	中等	及格	不及格
绩点	4.5	3.5	2.5	1.5	0.0

##### 2. 学分绩点计算方法

某门课程学分绩点，即等于该门课程的绩点数乘以该门课程的学分数。平均学分绩点一般作为衡量学生学习质量的主要指标，可按学期或学年进行结算，作为综合考评及奖励学生的重要依据

平均学分绩点计算公式为：

$$\text{平均学分绩点} = \frac{\sum \text{所学课程(环节) 学分} \times \text{绩点}}{\sum \text{所学课程(环节) 的学分}}$$

##### 3. 课程学分获取

课程学分是指专业人才培养方案中规定的必修课、限选课和任选课学分。

(1) 学生必须按规定参加各类课程的学习，取得考核资格，考核评价成绩达到60分或及格以上者，经审查确认后即可获得该门课程学分；经批准缓考的，课程考试成绩以实际成绩计入，并取得相应学分。

(2) 独立的实践教学环节（实训周），学生出勤率达80%以上，经考核合格方可获得该课程的学分。综合实践教学作为一个完整的学分计算单位，不拆开计分。

(3) 课证融合课，可以实行“以证代考”，考级通过，取得相应学分非课程学分取得。

##### 4. 非课程学分的获取

非课程学分由互认学分和奖励学分构成。

(1) 互认学分是指参加其他函授教育、自考、社会培训、网络学习或校际课程等途径获得的学分。学分互认需由学生本人提出申请，经所在系部审核，报教务处备案。

(2) 学生个人或团队在创业实践活动、技能大赛、发表论文、获得专利等方面取得成绩，对照《滁州职业技术学院职业技能大赛管理办法》等文件规定，由学生所在系出具证明材料，经活动具体负责部门审核、教务处审批，获得相应的学分。

以上非课程学分，属于同一范畴和类型的，以最高学分为准，不重复计分；以上非课程学分总和不得超过本专业要求总学分的1/3。

#### 十一. 继续专业学习深造建议

（一）继续学习的渠道：通过全省统考的“专升本”、成人高考“专升本”、自学考试“专升本”、出国学习等形式实现继续学习和深造。

（二）建议继续学习与深造的专业：市场营销、物流管理、电子商务等。