

# 2022级市场营销专业人才培养方案

专业名称：           市场营销          

专业代码：           530605          

生源对象：           普通高中毕业生          

专业大类：           5306 工商管理类          

适用年级：           2022 级          

制定时间：           2022 年 5 月 20 日

# 目 录

一、专业名称及代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、修业年限.....	3
四、职业面向.....	3
五、培养目标与培养规格.....	4
(一) 培养目标.....	4
(二) 培养规格.....	4
六、课程设置及要求.....	5
(一) 专业群共享课程.....	5
(二) 课程设置与简介.....	5
七、教学进程总体安排.....	17
(一) 教学进程及时间分配表.....	17
八、实施保障.....	22
(一) 专业师资安排计划.....	22
(二) 专业实习、实训室(基地)情况.....	22
(三) 教学资源.....	24
(四) 教学方法.....	24
(五) 学习评价.....	25
(六) 质量管理.....	25
九、毕业要求.....	26

# 2022级市场营销专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

## 二、入学要求

培养对象：普高毕业生

## 三、修业年限

修业年限：全日制三年

## 四、职业面向

专业大类及代码	本专业所对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别（或技术领域）	职业技能等级证书、行业企业标准或证书	颁证机构	获证要求
财经商贸 大类(53)	批发业、 (51)、零售 业 (52)、互 联网和相 关服务业 (64)、 商业服务 业 (72)	市场营销专业人 员 2-06-07-02	销售代表； 销售经理； 区域销售经理； 卖场经理； 小微商业企业创业 者； 市场主管； 市场经理； 市场调研专员等。	汽车销售 1+X 技 能证书	职业教育 培训评价 机构	选考
		营业员 4-01-02- 01		数字管理师	技能人才 评价机构	选考
		市场营销专业人 员 2-06-07-02		互联网营销师	技能人才 评价机构	选考
		营业员 4-01-02- 01		营销策划师	技能人才 评价机构	选考
		互联网营销师 4-01-06-02		商务数据分析师	技能人才 评价机构	选考
	商务策划专业人 员 2-06-07-03					
	商务数据分析师 4-07-02-05					

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业结合区域经济发展对人才发展的需求，对接批发业、零售业等产业，与企业紧密合作，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、信息素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握市场分析、商品销售、客户服务、数字化营销及相关法律法规等知识，能够从事销售、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等工作，具有创业意识、创业精神和创业能力的高素质技术技能人才。

### (二) 培养规格

<b>知识结构</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>(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；</li><li>(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；</li><li>(3) 掌握市场营销理论与实务、营销策划等知识；</li><li>(4) 掌握销售渠道开发和管理知识、商品销售与管理的基本知识和方法；</li><li>(5) 掌握消费心理学、公共关系理论等知识；</li><li>(6) 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；</li><li>(7) 掌握推销与谈判、商务礼仪的基本知识与方法；</li><li>(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；</li><li>(9) 掌握现代市场营销的新知识、新技术。</li></ul>
<b>能力结构</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>(1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；</li><li>(2) 具有市场调研与数据分析能力，商务数据收集、处理、分析能力；</li><li>(3) 具备商业信息技术与工具应用能力；</li><li>(4) 具备数字营销策划、数字营销技术应用能力；</li><li>(5) 能够进行市场营销策划并组织实施（促销策划、品牌策划与推广等）；</li><li>(6) 具备用户行为分析、客户管理及智能客服应用场景设计及开发能力；</li><li>(7) 具备销售渠道开发和终端管理能力；</li><li>(8) 具备一定的创新创业能力；</li><li>(9) 具备推销与商务谈判能力和一定的商务礼仪规范应用能力。</li></ul>
<b>职业素养</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>(1) 具有坚定的理想信念，能自觉践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感。</li><li>(2) 崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；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。</li><li>(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新精神，吃苦耐劳，重服</li></ul>

	务。 (4) 具有良好的职业道德和敬业精神，吃苦耐劳，职业认同感强； (5) 具有积极的开拓精神和团队合作意识，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处； (6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。
--	--

## 六、课程设置及要求

### (一) 专业群共享课程

专业群名称	共享课程名称	面向专业
中小企业经营管理专业群	管理学基础	工商企业管理、市场营销、国际商务、酒店管理与数字化运营、大数据与会计、财富管理
	统计基础	工商企业管理、市场营销、国际商务、酒店管理与数字化运营、大数据与会计、财富管理
	经济学基础	工商企业管理、市场营销、国际商务、大数据与会计、财富管理
	商务数据分析与应用	工商企业管理、市场营销、国际商务、大数据与会计、财富管理

### (二) 课程设置与简介

#### 1. 公共基础课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
军事技能	1. 让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能； 2. 增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识； 3. 弘扬爱国主义精神、传承红色基因，提高学生综合国防素质。	《军事技能》包括共同条令教育与训练等内容。	1. 军事技能训练严格按照教学计划实施，实际训练时间不少于 14 天 112 学时； 2. 军事技能训练坚持按纲施训、依法治训原则，推广仿真训练和模拟训练。
军事理论	1. 学生理解国防内涵和国防历史、政策及成就，树立正确的国防观，增强学生国防意识； 2. 学生正确把握和认识国家安全的内涵，理解总体国家安全观，提升学生忧患意识。	《军事理论》包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等五个部分。	1. 军事理论教学进入授课课堂； 2. 结合信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。

国家安全教育	通过国家安全教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。	1.国家安全的重要性； 2.我国新时代国家安全的形势与特点； 3.国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义及相关法律法规。	1.国家安全教育公共基础课不少于1学分； 2.采用多种方式进行课程考试，兼顾过程性考核； 3.纳入学生综合素质档案。
大学生创业基础	对学生的创业意识进行启发，指导，认识企业在社会经济中的作用，了解创办和经营企业基本知识、技能。	本课程包括创业概述、创业精神与创业能力、**人创业精神、创业准备、发现创业机会、创业方式及新技术应用、创业风险和小企业创办一般流程及实践模拟等八个方面内容。	1.利用资源库和在线平台，结合实际，完成创意项目设计； 2.邀请企业人员讲座，引导学生树立正确创业与就业观； 3.利用实践基地和创业实践活动，学生参与实景体验。
大学生心理健康教育	使学生了解心理健康基本知识，掌握基本的心理调适方法，帮助大学生树立心理健康意识，预防和缓解心理问题，优化心理品质，增强心理调适能力和社会生活的适应能力。	大学生心理健康概述、大学生自我意识发展、大学生良好人际关系的培养、大学生的恋爱与性心理等八个方面内容。	课程采用体验式教学法，线上线下相结合，充分利用网络教学平台资源和多种信息化手段，完成从体验、探究、疏导到转变的教学过程，达成学生的心理素质提升目标。
大学生职业生涯规划（一~二）	指导学生在科学、全面分析社会、职业和自我的基础上，确立职业方向和就业目标，规划未来发展。激发学生生涯发展自主意识，并在学习过程中提高就业能力和生涯管理能力。	课程内容包括学习生涯规划基本知识和理论，掌握生涯规划的步骤和方法；了解就业形势与政策、就业协议与程序，掌握应聘的方法和技巧。	采用启发式教学，通过案例分析、课堂讨论、团队建设等方式促进学生主动思考，提高学生参与度。利用校外实践基地和校内实践活动，让学生直接参与实景体验，获取感性认识。
应用高等数学	1.将数学运用到实际生活和学习中去，做到为专业服务，同时提高分析问题、解决问题能力。 2.提高自主学习能力、团队合作能力及表达能力，切实提升自身素质。	该课程主要内容包含函数、极限与连续、一元函数微分学、一元函数积分学及 mathematica 软件实训等五个模块。	1.进行分层教学，按照不同的课程标准授课和考核； 2.采用信息化教学 3.注重高职特色的教材开发和利用，教学中引入专业相关案例，为专业的学习奠定良好的基础。
形势与政策教育	1.引导青年学生正确认识世界和中国发展大势；	1.培养观察形势和理解政策的正确立场、观点、方	1.教学内容即时更新，紧随国内国际形势和国家重大方

(一~六)	2.提高学生政治敏锐性和政策判别力，提升学生的综合素质，树立远大抱负，肩负时代责任和历史使命。	法； 2.掌握新时代党和国家重大方针政策； 3.我国社会发展形势、国际形势与对外政策。	针政策； 2.配备多媒体教室，采用多种教学手段实施教学，提升教学效果。
思想道德与法治	使学生能够尽快适应大学生活，积极投身道德实践，提高明辨是非善恶和自我修养的能力，做到尊法学法守法用法，成长为具备良好的思想道德素质和法律素养的高素质技能型人才。	1.树立正确的人生观、价值观； 2.坚定理想信念； 3.弘扬中国精神，做忠诚的爱国者； 4.培育和践行社会主义核心价值观； 5.提升大学生的道德素质和法治素养。	1.具备一定的思想政治理论知识； 2.在世界观、人生观、价值观、道德观和法治观受到一定程度教育； 3.组织学生到校外实践基地进行参观考察，增强学生的社会实践体验。
数字化办公基础	1.运用逻辑思维和计算方法，为专业服务，提高分析解决问题能力； 2.能够使用常用办公软件； 3.了解数字化新技术； 4.培养严谨、细致品质，提高自主学习、团队合作能力。	该课程主要内容包含计算机系统、常用办公软件（word、excel、PPT）应用、计算机新技术（人工智能区块链等）应用。	1.根据信息化教学要求在计算机机房授课。 2.采用案例化教材教学
体育（一~四）	1.培养学生体育核心素养，塑造健全人格。 2.传授体育基础知识、技能。 3.学会至少两项终身受益的体育项目。 4.促进学生经常参加体育锻炼，提高学生体质健康水平。	1.执行《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》； 2.构建体育基础课、体育选项课、课外阳光长跑、体育社团及体育赛事相结合的大课程模式。	1.教学目标贯穿于教学全过程； 2.坚持"教学有法，法无定法，贵在得法"的教法； 3.贯彻"以生为本、区别对待"原则； 4.教学评价多元化，注重过程评价。
体质健康测试（一~三）	1.了解学生身体素质情况； 2.通过测试发展学生身体素质； 3.通过测试培养学生科学锻炼的意识； 4.通过测试提高学生心理素质。	对学生的身体形态、身体机能和身体素质情况作综合评定，测试内容为： 1.身高体重指数 2.肺活量； 3.50米跑； 4.立定跳远； 5.坐位体前屈； 6.800米跑（女），1000	采用智慧体质测试仪与人工测试相结合、统一测试与个别补测相结合办法进行测试；要求在校生加强锻炼，提高体质水平，“应测尽测”，每年必须完成一次全面的体质测试（因身体原因申请免测者除外），必须达到国家规定的分数标准。

		米跑（男）； 7.仰卧起坐（女），引体向上（男）。	
实用英语 (一~二)	1.培养学生生活职场中英语基本应用能力； 2.提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识，掌握有效的学习方法和策略； 3.培养团队协作能力以及解决问题的能力。	1.英语日常生活和职场听说； 2.英语阅读以及跨文化知识； 3.应用文写作； 4.综合技能及英语等级考试辅导	1.开展分层教学和考核； 2.增加职场相关内容，重视跨文化和思政知识； 3.线上线下混合式教学模式实现数字化教学； 4.以学生为中心，培养主观能动性和团队协作能力。
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1.系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想； 2.运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析和解决问题； 3.领会“两个确立”，增强“四个意识”、坚定“四个自信”。	习近平经济思想、习近平生态文明思想、习近平法治思想、习近平强军思想和习近平外交思想等内容。	1.2022-2023 学年第 1 学期使用《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》教材（2021 版），之后使用新教材。 2.配备多媒体教室，提升信息化教学水平； 3.建设实践教学基地。
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1.了解马克思主义中国化的历史； 2.掌握马克思主义基本立场观点和方法； 3.培养学生的社会责任感，具备社会主义建设合格接班人应有的政治素质、思想品德和相应能力。	系统掌握马克思主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系理论及马克思主义中国化最新成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，坚定建设中国特色社会主义的理想信念	1.配备全国统编教材《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（2018 年修订版），高教出版社。 2.配备多媒体教室，提升信息化教学水平。 3.建设思政教学实践基地。
思想政治理论实践课（二）	1.通过实践，产生心灵上的触动、思想上的感悟，并转化为实践中的行动，提高个人道德修养，学会做人和做事； 2.提高大学生关注社会、关注现实的能力，增强社会责任感。	在思政课教师及辅导员的指导下进行社会实践，包括参观爱国主义教育基地、影视教育、社会调查、志愿服务等活动，并做好记录和总结。	1.教学目标贯穿于教学始终，实践活动安排根据实际情况进行合理调整。 2.指导教师全程关注每一位学生的实践学习进度，对落后学生及时督促。 3.建好校内外实践教学基地。



## 2、专业核心课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
市场营销基础	<p>1.通过本课程的学习能够熟悉营销理论、工作流程及职责;</p> <p>2.能够设计企业市场营销战略方案;</p> <p>3.通过市场环境分析,评价市场机会与威胁,提出应对措施。</p>	<p>1. 树立现代市场营销理念;</p> <p>2. 市场营销战略方案制定的步骤和程序</p> <p>3. 弄清市场营销环境要素,把握机会,化解威胁。</p>	<p>1.以培养实用型、技术型人才为出发点,坚持营销基础理论“必需、够用”;</p> <p>2.理论和实践紧密结合,采用多种教学方法与手段,多给学生讲、练的机会,提高学生实际动手能力。</p>
消费者行为分析	<p>使学生掌握商品营销者和商品购买者心理活动的产生过程,为从事具体的营销活动提出有针对性地营销计划和方案;增强对营销实践的感性认识,提高其实际动手能力和操作技巧。</p>	<p>1.课程认知;</p> <p>2.心理活动过程分析;</p> <p>3.消费者个性心理特征分析;</p> <p>4.消费者购买动机与行为分析;</p> <p>5.消费者群体与消费心理分析;</p> <p>6.社会文化与消费心理分析;</p> <p>7.消费心理与品牌塑造。</p>	<p>本课程教学设计以工学结合为切入点,以培养学生营销能力为目标,采用在课程开始授课之前,各授课班级分别分成若干学习小组,根据消费者心理特征与行为,设计营销方案。</p>
品牌策划与推广	<p>通过课程学习,学生将能够掌握品牌策划与推广领域的知识和技能,成为具备品牌管理能力的专业人才,为品牌的成功发展和市场推广做出贡献。</p>	<p>1.掌握品牌策划和推广的基本理论知识,包括品牌定位、品牌形象、品牌管理等内容;</p> <p>2.分析市场和竞争环境的能力,包括竞品分析、市场定位分析等;</p> <p>3.制定品牌策略;</p> <p>4.品牌传播技巧。</p>	<p>能够独立分析和评价现有品牌案例,包括成功案例和失败案例,为自己的品牌策划提供借鉴。培养学生的团队合作能力,在团队中协作完成品牌策划与推广项目,学会有效地分工合作,达成共同目标。</p>
数字营销	<p>强调培养学生在数字营销领域的的能力,包括SEO优化、内容营销、社交媒体管理等技能,让学生能够通过数字渠道推广品牌。</p>	<p>1.数字营销概述;</p> <p>2.搜索引擎优化(SEO);</p> <p>3.搜索引擎营销(SEM);</p> <p>4.内容营销;</p>	<p>鼓励学生整合跨学科知识,如市场营销、数据分析、传播学等领域的知识,为数字营销策略提供更全面的视角和思考。</p>

		5.社交媒体营销; 6.电子邮件营销。	
市场调查技术	通过课程教学,使学生充分认识市场,明确市场调查技术在市经营管理和组织工作中的地位和作用,了解有关市场调查技术的基本概念和理论,熟悉市场调查技术策划的基本程序,掌握运用市场调查技术和市场预测技术的主要方法,从而为企业决策和市场营销提供有力支持。	1.大数据调查与分析技术,包括大数据概述、大数据收集与处理、大数据分析工具、大数据分析方法; 2.小数据调查与分析技术,包括调查方案设计、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、调查报告撰写 3.市场调查综合应用。	以“项目为导向任务驱动”为教学模式采取案例式教学、讲练结合等教学方式引导学生在项目中去学、去总结,借助线上学习平台运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段达到课程教学目的。
商务礼仪与沟通	使学生具备基本的礼仪素养,掌握现代交际的基本礼仪规范;掌握各类礼仪的基本技巧、规范及操作方法,能以良好的个人风貌得体地与人交往,更好地胜任职业岗位工作。	1.初识商务礼仪; 2.职业形象礼仪; 3.商务交往礼仪; 4.商务拜访接待礼仪; 5.商务宴请礼仪; 6.商务仪式礼仪;商务礼仪综合实训。	强调教师引导,学生为中心的教学模式,注重学生自主学习和应用能力的培养,实行讨论教学、案例教学、情景模拟教学等方法,充分调动学生学习的积极性,激发学生的学习动机。
销售管理	系统地掌握销售管理的基本理论、基本知识和基本方法;树立科学的销售管理理念,既注重销售管理理论的传承,又注重利用销售理论分析各类社会组织的客观实际。	掌握销售管理的重要知识,如销售预测、销售计划、销售人员的组织、招聘、考核与激励、销售区域与竞赛管理、客户关系管理等,更能利用各种销售管理理论解决实际问题。	具体教学方法以理论讲授、案例分析、多媒体教学、小组讨论为主。以培养实用型、技能型人才为出发点,坚持销售管理基础理论“必需、够用”。
营销策划	通过课程教学,使学生在真实市场环境中独立设计和实施营销策划,为企业推动销售增长、品牌提升和市场地位强化。培养学生具备制定和实施全面营销策略的能力,以实现企业营销目标并提升市场竞争力。	理解营销策划的重要性; 掌握市场分析和定位; 设定明确的营销目标; 制定有效的营销策略; 学会编制营销计划; 创新市场推广方法; 营销项目管理与执行。	要求学生具备良好的沟通能力,有效传达营销策划方案和思路。 培养学生团队合作意识和能力,能够在团队中有效地协作、沟通和分工合作,共同完成营销策划项目。

### 3、其他专业课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
经济法	掌握经济活动中常用的经济法律法规的内容；掌握经济法的基础理论知识。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.各类公司、企业的设立、变更、注销登记手续的办理；</li> <li>2.公司、企业内部机构的设立与运作；</li> <li>3.起草公司章程撰写合伙协议；</li> <li>4.处理涉及公司、企业中常见的经济纠纷</li> <li>5.常见合同的订立、审核</li> <li>6.常见合同纠纷的处理。</li> </ol>	教学方法为理论讲授、案例分析、情境教学、小组讨论为主。以培养实用型、技能型人才为出发点，坚持营销人员懂得相关法律法规、树立遵纪守法的意识。
Excel 数据分析编程基础	以 EXCEL 的学习为基础，将 EXCEL 的知识与营销活动相结合；使学员学会使用 Excel 中的公式与函数、图表、宏与 VBA 等工具来对信息资源。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.EXCEL 工作表及数据填充；</li> <li>2.EXCEL 公式应用与数据处理；</li> <li>3.EXCEL 图表应用</li> <li>4.EXCEL 统计与数据分析；</li> <li>5.EXCEL 在不同领域的高级应用。</li> </ol>	过程性考核与结果考核相结合，培养学生的数据分析思维能力。选用国家规划教材、行业最新教材或校本特色教材。
眼镜营销	了解区域眼镜市场、掌握眼镜销售技巧、提升眼镜品牌的市场竞争力。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.眼镜行业概述；</li> <li>2.眼镜产品知识；</li> <li>3.眼镜销售技巧；</li> <li>4.眼镜品牌推广；</li> <li>5.眼镜市场趋势分析；</li> <li>6.销售数据分析；</li> <li>7.客户服务技巧。</li> </ol>	采用学生组队，模拟真实企业开展眼镜营销活动的业务流程；培养学生具备企业眼镜营销相关岗位的基本职业能力。
大数据营销	要求学生通过该课程学习，能够认识大数据营销的意义，树立大数据时代的新思维，掌握大数据分析技术和工具。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.大数据营销变革的意义；</li> <li>2.大数据分析技术和工具；</li> <li>3.精准客户定位的方法；</li> <li>4.建立营销关联的技巧；</li> <li>5.掌握利用大数据进行市场趋势预测。</li> </ol>	班级分别分成若干学习小组，然后根据现实企业开展市场营销活动的数据进行数据整理分析来完成老师所布置的实训项目任务。
品类管理	以培养实用型、技术型人才	1.品类管理概论；	以相关职业岗位为导向，

	为出发点, 瞄准品类管理相关岗位群的实际需要, 以职业能力训练为基础, 坚持品类管理理论“必需、够用”, 理论和实践紧密结合。	2.品类管理工作流程; 3.商品组合; 4.商品陈列; 5.商品定价; 6.商品促销; 7.新品管理; 8.滞销品管理; 9.VMI 与供应商品类管理。	以品类管理活动所涉及的业务流程为主线, 学习过程中, 各授课班级分别分成若干学习小组, 在真实企业案例背景下学习相关知识。
市场营销 1+X 技能考证培训 (中级)	以实际工作岗位需求为出发点, 掌握市场营销策略、市场调研、消费者行为分析、品牌管理、数字营销等方面的知识和技能, 考取 1+X 技能证书。	1.市场营销策略基础知识; 2.市场调研基础知识; 3.消费者行为分析; 4.品牌管理知识; 5.数字营销基础知识。	讲练结合, 采用数字化的教学手段, 以案例教学、情景演练为主要教学模式, 并融合第三方教学平台资源, 实现考证知识点全面教学。
定制营销	使学生掌握定制营销的理论和实践技能, 提升定制营销能力, 为企业的市场营销工作提供支持和价值。	1.理解定制营销的概念和实践; 2.掌握客户分析和需求识别能力; 3.学习定制产品和服务的设计与优化; 4.提升定制营销方案的执行能力; 5.数据分析和效果评估能力。	教学过程中要鼓励学生积极参与讨论、案例分析和团队项目, 帮助他们深入理解和运用定制营销的知识和技能。
微营销实战	使学生了解微营销的相关概念和理论, 全面掌握理论基础; 提升学生的自我调研能力和独立思考能力; 促进学生对于淘宝、微博、微信、各类电商 APP。	移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统全面构建、微信电商实施。	以企业微营销实务所涉及的业务流程为主线, 采用学生组队, 模拟真实企业开展微营销活动的业务流程完成各个实训项目任务, 培养学生具备企业微营销相关岗位群的基本职业能力。
广告策划	课程以培养学生广告职业素质与技能为中心, 掌握广告理论知识和技能, 培养学生广告分析能力、广告调查能力、广告创意能力、广告策划能力等, 树立正确的现代	广告基本概念; 广告调研; 广告策略制定; 广告创意与设计广告媒介策划; 广告费用预算; 广告方案策划。	按照“项目模块、工学结合、校企共建”原则, 以真实企业广告活动所涉及的实务流程为主线, 以实现任务化教学设计。

	广告观念。		
社群营销	了解社群营销的理论和实践；掌握社群运营的关键技能；提升社群影响力和营销效果；实现品牌与用户之间的良性互动和价值共创。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.理解社群营销的概念和意义；</li> <li>2.掌握建立和管理社群的技能；</li> <li>3.学习社群分析和用户洞察；</li> <li>4.了解社群营销工具和平台；</li> <li>5.社群互动和用户参与度；</li> <li>6.发展品牌社群管理策略。</li> </ol>	通过实践项目、实地考察、实习机会等方式，帮助学生将理论知识应用到实际工作中，提升实际操作能力和解决问题的能力。
企业法律实务	以企业实际职业岗位对工作人员的法律知识和能力要求为依据，使学生了解企业经营管理工作最为密切的主要法律知识，增强学生的社会主义经济法制观念，提高学生的职业能力和素养。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.企业法律基础知识；</li> <li>2.企业组织及运行法律制度与实务；</li> <li>3.企业交易与担保法律制度与实务；</li> <li>4.企业工业产权法律制度与实务；</li> <li>5.企业有关权益保护法律制度与实务。</li> </ol>	具体教学方法为理论讲授、案例分析、多媒体教学、小组讨论。以培养实用型、技能型人才为出发点，坚持营销人员懂得相关法律法规、树立遵纪守法的意识。
视觉营销	了解网店拍摄商品的基本流程，掌握商品拍摄需要具备的基本知识与技能，能够熟练运用 photoshop 处理图片，培养学生的审美能力，缩短学生适应工作岗位的时间。	着眼线上零售，从经营网店的角度出发，培养学生抓取并表现商品特征与卖点的能力。结合商品拍摄的基本知识与不同技巧，以及对商品拍摄出的成片进行合理的图片修饰与处理。	要重视本专业领域新技术发展趋势，贴近社会，走近行业。为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。
服装营销	掌握服装市场营销的基本理论和实践技能；提升在服装行业的竞争力和发展潜力；培养学生具备在动态变化的商业环境中成功应对挑战的能力。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解区域服装市场的特点、趋势和竞争环境；</li> <li>2.制定和实施服装营销策略的能力，包括市场定位、产品推广、渠道管理等方面。</li> </ol>	安排实践项目或实习机会，引导学员将理论知识应用到实际工作中，加深对服装营销实践的理解和掌握。
跨境交易平台应用	学习和掌握跨境电商的发展趋势、市场形势和政策法规，了解跨境贸易的基本概念和特点；学习各类跨境交	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解跨境电商环境；</li> <li>2.学习全球市场开拓；</li> <li>3.熟悉跨境支付与物流；</li> <li>4.熟悉跨境支付与物流。</li> </ol>	学生需要熟练掌握各类跨境交易平台的操作方法，包括注册账号、发布产品、管理订单、处理纠纷

	易平台的操作流程、功能特点和使用技巧，掌握平台的注册、发布产品、交易管理等操作方法。		等操作流程。
新媒体营销	了解新媒体营销的相关概念和理念，全面掌握理论基础；提升学生的实践能力和思考创新能力；培养学生对微信公众平台编辑、微信小程序开发、短视频剪辑、小红书引流等新媒体工具的运用能力和初步具备策划新媒体营销方案的能力。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.微信公众号运营</li> <li>2.微信小程序开发</li> <li>3.视频剪辑；</li> <li>4.小红书运营；</li> <li>5.二维码制作；</li> <li>6.微博运营。</li> </ol>	本课程教学设计以工学结合为切入点，理论结合实践为导向，采用个人与小组结合的实训项目完成形式，形成理论基础学习、模拟运营练习、综合实操检验的递进培养模式，培养学生对各新媒体工具的实操运用能力。
国际营销	使学生掌握在国际市场营销中的基本理论和实践技能，提升学生在跨国企业发展和国际竞争中的能力和知识水平。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.理解国际市场环境；</li> <li>2.掌握国际营销策略；</li> <li>3.学习国际品牌管理；</li> <li>4.深入了解跨文化营销；</li> <li>5.掌握国际营销渠道管理；</li> </ol> 提升国际销售技巧。	学员需要具备跨文化意识，理解和尊重不同文化背景下消费者的习惯、价值观和行为模式，以便更好地制定和实施营销策略。
统计基础	掌握统计学基础知识；掌握商务数据的来源与采集；掌握市场数据、运营数据、商品数据的采集与分析方案的制定；掌握客户画像分析；掌握常见的几种数据可视化分析方法。	统计基础及商务数据分析基础；数据采集与分析方案制定；市场数据分析；运营数据分析；产品数据分析；数据监控与数据可视化；数据预测；制作数据分析报告。	通过工学结合、课程综合实践项目的教学模式使学生在过程中通过数据分析发现企业内部的不足，客户体验的不足，营销手段的不足等，帮助企业改善优化客户体验、产品销量等。
经济学基础	掌握经济学的基本原理；能够对市场供求发展趋势做出科学合理的预测；具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分析解决社会经济现象和具体问题。	供求论、消费论、生产论、成本论、市场论、要素价格论、一般均衡与福利经济学、市场失灵等内容。	在教学时还原经济学“生活化”本质，注重知识的实用性和与生活的贴近性，突出学生的经济理念、经济思维素质的培养。着重提高学生运用经济理论分析现实经济现象、解决经济问题的能力。
商品学	了解和掌握商品相关的理论	了解商品概念；掌握商品市	商品学是一个跨学科的领

	知识和实践技能，为从事商品设计、生产、营销、管理等工作打下坚实基础。	场分析；商品定价策略；商品品牌建设；商品供应链管理商品包装设计；商品质量管理。	域，学生需要具备相关领域知识的综合能力，包括市场营销、品牌管理、供应链管理、消费心理等方面的知识。
中华商业文化	通过学习和传承中华商业文化，培养学员的商业智慧、领导力和文化自信，使其成为具有国际视野和跨文化交流能力的商业人才。	传承中华商业传统；理解中华商业精神；拓展国际视野；培养商业智慧；塑造商业领袖品格；弘扬文化自信；提升跨文化交流能力。	学员需要认真对待中华商业文化课程的学习，热爱中国传统文化，努力理解和传承中华商业文化的价值和精神。
商务数据分析与应用	通过理论学习和实践操作，培养学生在商务领域的数据分析能力和决策能力，使其能够运用数据驱动的方式进行商业决策与实践。	1.掌握数据分析工具和方法，掌握商务数据分析领域常用的数据分析工具和方法，包括 Excel、Python、R、SQL 等； 2.理解商务数据分析的基本概念，包括数据清洗、数据挖掘、数据建模、数据可视化等，能够准确解读和分析商业数据。 3.应用数据分析解决商务问题。	组织学生进行团队项目实践，要求学生具备良好的团队合作和沟通能力，在团队中扮演合作有效的角色。 邀请行业专家进行讲座或组织实地参观，帮助学生了解行业最新趋势，增加实践经验。
管理学基础	通过管理学基础课程的学习，学生能够建立起对管理学基本理论和实践的认知，提升自身的管理素养和实践能力，为未来的管理职业发展奠定基础。	1.掌握管理学的基本概念、理论框架和重要原理，包括管理功能、管理过程、管理环境等内容； 2.学会运用各种管理技能和方法，包括决策、沟通、领导、团队建设等，提升自身的管理实践能力。	通过实际案例、模拟演练等方式，让学生能够更好地理解和应用管理学理论，增强实践经验。教学强调团队合作的重要性，要求学生在团队中有效沟通、协作，培养团队精神和领导能力。
商业经济基础	通过商业经济基础课程的学习，学生能够建立起对商业经济学的基本认知和分析能力，为未来从事商业管理和经济工作打下坚实基础。	1.掌握商业经济学的基本理论知识，包括市场供求关系、价格机制、市场结构、成本与产出等经济学原理 2.了解商业环境的变化和影响因素，包括政治、经济、社会和技术等方面对商业运作的影响	1.强调培养学生的团队合作和沟通能力，让他们能够与他人合作解决商业问题，有效传达自己的观点。 2.培养学生的创新思维和战略规划能力，让他们能够找到商业发展的新机遇，

		3.数据分析能力，能够运用统计方法和经济学模型分析商业数据，为决策提供支持。	制定长远发展规划。
大数据财务管理基础	通过课程教学，学生将能够掌握大数据在财务管理中的应用，具备数据分析和决策能力，成为适应数据化时代需求的财务管理专业人才。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解大数据技术在财务管理领域的应用，包括数据分析、预测建模等方面；</li> <li>2.掌握数据分析工具和技能，能够运用这些工具进行财务数据分析和决策支持；</li> <li>3.提升财务数据管理能力。</li> </ol>	<p>培养学生良好的沟通能力和团队合作能力，共同应用大数据技术解决财务管理问题。</p> <p>通过案例分析、项目实施等方式，让学生能够将理论知识应用到实际的财务管理实践中。</p>



## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学进程及时间分配表

课程类别	方向模块 课程代码	课程名称	学分	考核 方式	课程 性质	计划 学时数	各学期周学时分配							
							一	二	三	四	五	六		
							18	19	19	19	19	18		
公共基础课	思想政治 教育	R04001	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	考试	B	48	3*13 3W						
		R01002	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	考试	A	32		2*16					
		R02001	思想道德与法治	2.5	考试	A	39		3*13					
		A04027	思想政治理论实践课 (二)	0.5	考查	C	9		√					
		A04029 、 A04030 、 A04042 、 A04043 、 A04044 、 A04045	形势与政策教育（一~ 六）	1	考查	A	48	√	√	√	√	√	√	√

		小计	9			176	3	5					
健康与安全教育	A05022	国家安全教育	1	考查	A	16			2*8				
	A05010	军事理论	2	考查	A	36		4*9					
	A05017	军事技能	2	考查	C	112	2W						
	A02048 、 A02049 、 A02050 、 A02051	体育（一~四）	3.5	考查	A	108	2*13	2*16	2*16	2*9			
	A02052 、 A02053 、 A02054	体质健康测试（一~三）	0.5	考查	C	6	√		√		√		
	A05011	大学生心理健康教育	2	考查	B	16+16		√ +16					
	小计		11			294+16	2	6	4	2			
	职业发展与就业指导教育	A05015 、 A05016	大学生职业生涯规划（一~二）	2	考查	B	16+16	√ +8				√ +8	
		A05014	大学生创业基础	2	考查	B	16+16				√ +16		
小计		4			32+32								
文化基础教育	H05006 、 H05047	实用英语（一~二）	6	考试	A	100	4*16	2*18					
	A03006	应用高等数学	4	考试	A	64		4*16					
	C06037	数字化办公基础	3	考查	A	48	3*16						

		小计		13			212	7	6				
	公共选修课	素质拓展类课程		8	统考	A	144	√	√	√	√	√	
		博雅行动 (含劳动教育)		4	统考	C	80	√	√	√	√		
		小计		12			224						
	合计			49			938+48	12	17	4	2		
专业课程	专业基础课程	G02266	统计基础	3	考查	B	48	3*16					
		F01255	经济学基础	3	考试	B	48	3*16					
		G02267	商品学	2	考查	B	32	2*16					
		G03333	中华商业文化	2	考查	B	36		2*18				
		G04235	商务数据分析与应用	3	考试	B	54			3*18			
		G03321	管理学基础	3	考查	B	54				3*18		
		G02186	商业经济基础	3	考试	B	54				3*18		
		G04236	大数据财务管理基础	3	考试	B	54					3*18	
		小计			22			390	8	2	3	6	3
	专业核心课程	G03208	市场营销基础	3	考试	B	48			3*16			
		G03209	消费者行为分析	4	考试	B	64			4*16			
		G04251	商务礼仪与沟通	3	考试	B	48			3*16			
		G03354	数字营销	4	考试	B	64				4*16		

	G03347	市场调查技术	4	考试	B	64				4*16		
	G03355	品牌策划与推广	3	考试	B	48				3*16		
	G03357	销售管理	4	考试	B	64					4*16	
	G03358	营销策划	4	考试	B	64					4*16	
	小计		29			464			10	11	8	
专业拓展 课程	G03326	经济法	2	考查	B	36		2*18				
	G03346	Excel 数据分析编程基础	2	考查	B	36		2*18				
	G03338	眼镜营销	2	考查	B	36		2*18				
	G03332	大数据营销	2	考查	B	36		2*18				
	G03324	品类管理	2	考查	B	36			2*18			
	G03351	市场营销 1+X 技能考证 培训 (中级)	2	考查	B	36			2*18			
	G03311	定制营销	2	考查	B	36			2*18			
	G03172	微营销实战	2	考查	B	36			2*18			
	G03330	广告策划	2	考查	B	36				2*18		
	G03325	社群营销	2	考查	B	36				2*18		
	F03080	企业法律实务	2	考查	B	36				2*18		
	G03358	视觉营销	2	考查	B	36				2*18		

		G04259	服装营销	2	考查	B	36					2*18	
		G04260	跨境交易平台应用	2	考查	B	36					2*18	
		G03299	新媒体营销	2	考查	B	36					2*18	
		G03344	国际营销	2	考查	B	36					2*18	
		小计		16			324		4	4	4	4	
	合计		67			1142	8	6	17	21	15		
综合实践课程	其他综合 实践	G03359	市场营销专项实训	1.5	考查	C	30					10W	
		小计		1.5			30						
	专业社会 实践	G99001 G99002	专业社会实践（一~二）	2	考查	C	+160		+4W		+4W		
		小计		2			+160						
	毕业综合 实践	G99003	毕业综合实践	10	考查	C	200						10W
		小计		10			200						
	顶岗实习	G99004	顶岗实习	8	考查	C	160						8W
		小计		8			160						
	合计		21.5			390+ 160							
	总计				137.5			2678	20	23	21	23	15

注：1、打“√”课程不在进程表中安排固定周学时，但学时数计入总的计划学时；2、课外实践学时数冠+表示；3、考试周不计入教学周。4、形势与政策，总计48学时，其中课内32学时，课外16学时，课外学时由各专业在3年内自行安排完成。

## 八、实施保障

### (一) 专业师资安排计划

本专业教学所需配备一定数量和比例的公共课与专业课教师，目前学生数与专任教师占比约为 18: 1，师资专兼比在 2: 1 左右，“双师”型教师占比达 80%以上，初级、中级与高级职称比为 1: 1: 1 左右；兼职教师均具备行业 5 年以上从业经历，爱岗敬业、师德高尚。

专任教师具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有管理学、经济学、市场营销学等相关专业本科及以上学历，扎实的市场策划与营销管理等专业相关理论功底和实践能力；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有企业实践经历。

兼职教师主要从相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上行业相关专业技术资格，或在中高层经理等岗位工作 3 年以上，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) 专业实习、实训室（基地）情况

#### 1、专业群共享实习、实训室（基地）情况

专业群名称	共享实习实训室（基地）名称	面向专业	功能	工位数	面积 m <sup>2</sup>
中小企业经营管理专业群	数字化管理实训室	市场营销、大数据与会计、国际商务、酒店管理与数字化运营、财富管理、工商企业管理	数字化组织管理实训 数字化沟通管理实训 数字化协同管理实训 数字化应用开发管理实训 数据管理实训	50	437
	商务数据分析与应用实训室	市场营销、大数据与会计、国际商务、酒店管理与数字化运营、财富管理、工商企业管理	商务数据采集与处理实训 商务数据分析与可视化实训	55	162
	经管类跨专业虚拟仿真实训中心	市场营销、工商企业管理、国际商务、大数据与会计、财富管理、酒店管理与数字化运营	VBSE 实践教学、跨专业综合实训、经管类技能竞赛训练、技能竞赛承办	131	520

## 2、专业其他实习、实训室（基地）配置情况

序号	实习实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积 m <sup>2</sup>	备注
1	数字化营销策划实训室	数字化营销综合技能实习实训，相关技能竞赛训练与竞赛承办等。	电脑 配套软件 会议桌 监控设备	64	162	
2	门店数字化运营实训室	数字连锁管理和智慧门店运营实训平台。	电脑 CRM 客户管理系统 门店数字化运营与管理 智慧实训平台 bartender2022 入门版 1 用户 智慧纳米黑板	50	151	
3	直播运营实训空间	国内国际电商直播训练与实战。	直播设备	60	523	

## 3、紧密合作企业一览表

合作企业名称	合作类型	合作内容
浙江奥康鞋业股份有限公司	ABCDEFGF	提供兼职教师，提供实习岗位、录用毕业学生、课程开发、就业岗位等。
浙江一鸣食品股份有限公司	ABCDEF	提供兼职教师，提供实习岗位、合作开发课程、录用毕业学生等。
**百信超市有限公司	ABCDEF	提供毕业设计课题项目，共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼及学生实践岗位。
**德纳展览有限公司	ABCDEFI	提供毕业设计课题项目，共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位。
**市维卡诺贸易有限公司	ABCDEFI	提供创业孵化项目，暑期社会实践合作项目，提供教师研究课题。
巨邦集团有限公司	ABCDEF	提供兼职教师，提供实习岗位、合作开发课程、录用毕业学生等。
浙江飞鸟通讯科技有限公司	ABCDEF	共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位等。
正辉照明集团有限公司	ABCDEF	提供学生对口实习和就业岗位，共同合作开发课程，提供教师锻炼岗位及毕业设计课题项目等。

东箭集团	ABCDEFG	提供毕业设计课题项目，共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位等。
**市振兴医疗器械有限公司	ABCDEF	共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位等。
**精伦电器有限公司	ABCDEF	共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位等。
**嘉仕建设有限公司	ABCDEF	共同合作开发课程，指导专业建设及人才培养方案制定，提供教师锻炼岗位等。

### (三) 教学资源

#### 1、核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	市场营销基础	贾妍 编：《市场营销理论与实务》，科学出版社，高职高专市场营销类精品教材
2	消费者行为分析	李倩 编：《消费者心理与行为分析》，中国轻工业出版社，高校精品课教材
3	销售管理	杜泉 编：《销售管理（第2版）》，中国人民大学出版社，21世纪高职高专规划教材
4	品牌策划与推广	郭桂萍、李斌玉、张炬、任镝、祝贺 编：《品牌策划与推广》，清华大学出版社
5	数字营销	阳翼 编：《数字营销》，中国人民大学出版社
6	市场调查技术	邱桂贤 编：《市场调查与预测》，大连理工大学出版社，“十三五”新形态教材
7	商务礼仪与沟通	吴清伙 陈乐群 梁传波编：《商务礼仪》，西北工大
8	营销策划	郭凤兰 郝骞编：《营销策划》邮电出版社，“十三五”新形态教材

#### 2、核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	课程网址
1	市场营销基础	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c9180826faa4b3c017008f2a60d621e">https://www.zjooc.cn/course/2c9180826faa4b3c017008f2a60d621e</a>
2	消费者行为分析	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c9180836faa4a6901700f0d4e1e5c46">https://www.zjooc.cn/course/2c9180836faa4a6901700f0d4e1e5c46</a>



3	销售管理	<a href="https://www.icourse163.org/course/HZAU-1003244009?from=searchPage&amp;outVendor=zw_mooc_pcsslj">https://www.icourse163.org/course/HZAU-1003244009?from=searchPage&amp;outVendor=zw_mooc_pcsslj</a>
4	品牌策划与推广	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c9180827b5db584017ba44649c064be">https://www.zjooc.cn/course/2c9180827b5db584017ba44649c064be</a>
5	数字营销	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c91808281b87e0e018214eeca057725">https://www.zjooc.cn/course/2c91808281b87e0e018214eeca057725</a>
6	市场调查技术	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c9180886d47d905016d4870625a124d">https://www.zjooc.cn/course/2c9180886d47d905016d4870625a124d</a>
7	商务礼仪与沟通	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c9180836faa4a7601701485e1e06fd0">https://www.zjooc.cn/course/2c9180836faa4a7601701485e1e06fd0</a>
8	营销策划	<a href="https://www.zjooc.cn/course/2c91808281b880e00181f04fd5e13553">https://www.zjooc.cn/course/2c91808281b880e00181f04fd5e13553</a>

#### (四) 教学方法

市场营销专业以实际的市场营销工作岗位为对象，课程教学均根据课程标准的具体要求，提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、广泛运用启发式、探究式、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学，重视学生基本知识点的掌握和解决问题能力的培养。

本专业本着“以学生为中心”的教学理念，借助在线开放课程等学习平台让学生充分享用网络教学资源，大力推广翻转课堂、混和式教学等新型教学模式，充分发挥学生的自主学习和教师的协助作用，进而调动学生学习积极性并最终实现教学目标。

#### (五) 学习评价

本专业对学生评价由传统的考试方法向着重考核学生专业分析能力以及学生综合素质转变，全面改革“期末一张卷”的传统考核方法，突出以形成性评价为主，加大过程性评价成绩比重和强调考核成果评价的发展性评价。具体考核内容设计上要包括：

- 1.学生基本知识点的掌握情况。主要考核学生市场营销理论基础、企业管理基础、营销策划、销售管理等每门课程的基本概念、基本理论等的掌握情况。
- 2.学生实践操作技能的掌握情况。主要考核学生的市场调研分析、市场营销策划、客户管理、商品销售管理等能力。
- 3.学生综合素质的表现。主要考核学生在学习过程中表现出来的学习主动性、语言表达能力、专业知识应用能力和应变能力等综合素质。

#### (六) 质量管理

- 1.学校和学院高度重视人才培养制订与实施工作，建立了完善的教学质量监控监控管理制度和专业诊断改进机制。

2.学校和学院建立了完善的教学管理机制。每年均根据专业人才培养方案要求组织开发和修订课程标准,明确课程目标,优化课程内容,规范教学过程,及时将新技术、新规范纳入课程标准和教学内容。通过公开课、示范课、教学督导评课、学生评教等多方面做好教学评价,指导教师准确把握课程教学要求,规范编写和执行教案,做好课程总体设计,按程序选用教材,合理运用各类教学资源,做好教学组织实施。

3.通过行业企业调研和跟踪毕业生调查,了解市场人才需求和学生的实际需求,并综合专业指导委员会的意见建议,制定和完善人才培养方案,确保专业定位和人才培养目标符合市场需求和学生需要。

4.专业教研室在教学实施上,通过安排有资质的校内专任教师和企业兼职教师进行授课,接受院系两级教学质量监控,确保课堂教学质量和实践质量。同时通过订单培养、各种招聘会等向优秀企业推荐学生,帮助学生落实实习和就业岗位,提升就业质量。

## 九、毕业要求

对学生毕业资格进行审查,学生操行合格,且必须同时达到以下条件,方可获得专业毕业证书。

1.学分要求:按照人才培养方案规定的课程与学分,所修课程成绩合格,应修满137.5学分,其中公共选修课12学分(包含素质拓展类课程8学分和博雅行动4学分)。

2.职业资格证书要求:学生毕业时应取得一种与本专业相关的国家职业资格证书或职业技能等级证书。