



黑龙江农业职业技术学院

2019 级高职专业（扩招）人才培养方案

专业名称：市场营销

专业代码：630701

负责人：肖晓旭

制定时间：2019 年 8 月

二〇一九年八月十五日

## 编制说明

按照教育部《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）和《省教育厅关于开展职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》要求，为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》、《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》、《高职扩招专项工作实施方案》，推进国家教学标准落地实施，提升职业教育质量，制定本专业人才培养方案。

学院与九三集团、西安庆安畜牧有限公司等企业共同确立培养目标，依据岗位、工作任务和职业能力设置课程，优化了人才培养方案课程体系和课程结构。人才培养过程中，采用了弹性学制和灵活多元的教学模式。本方案由市场营销专业教学团队、企业（行业）人员共同研究讨论编制。

### 主要编制人员

姓名	单位/职务	职称
肖晓旭	黑龙江农业职业技术学院 营销类专业带头人	讲师
王欢	黑龙江农业职业技术学院 管理类专业带头人	讲师
张怡	经济管理学院 教师	副教授
王丽	大连金融专科学校 教师	副高级
李运美	九三集团 业务经理	中级
张恩荣	西安庆安畜牧有限公司 办公室主任	中级

# 目录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
(一) 培养目标.....	1
(二) 培养规格.....	2
六、课程设置.....	3
(一) 公共基础课程.....	3
(二) 专业课程.....	10
(三) 实践性教学环节.....	15
(四) 相关要求.....	15
七、教学进程总体安排.....	15
八、实施保障.....	21
(一) 师资队伍.....	21
(二) 教学设施.....	22
(三) 教学资源.....	24
(四) 教学方法.....	25
(五) 学习评价.....	25
(六) 质量管理.....	25
九、毕业要求.....	27
十、附录.....	27

# 市场营销专业人才培养方案（2019级）（扩招）

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

## 二、入学要求

退伍转业军人、下岗失业人员、新型职业农民、农民工、应往届高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力者。

## 三、修业年限

3年（修业年限以3年为主，可以根据学生灵活学习要求合理、弹性安排学习时间2-6年）

## 四、职业面向

本专业毕业生就业职业面向领域及主要工作岗位群详见见表1。

表1 市场营销专业毕业生就业职业面向领域及主要工作岗位群

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)	批发业、零售业(51、52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销 专业人员 (2-06-07-02)	销售代表 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	无

## 五、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；掌握本专业知识和技术技能，面向批发业、零售业，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的高素质技术技能人才。

## **(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. 素质目标**

#### **(1) 思政素养**

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。掌握马克思主义方法论，树立正确的世界观、人生观和价值观；树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持“两个维护”；认同社会主义核心价值观，具有实现中华民族伟大复兴的理想。

#### **(2) 文化素质**

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。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) 职业素质**

拥有良好的职业道德、职业素养和敬业精神，具有诚实守信，热爱劳动，吃苦耐劳的优良品质。勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

#### **(4) 身心素质**

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；具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

### **2. 知识目标**

- (1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
- (2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。
- (3) 掌握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的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、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。

### 3. 能力目标

(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) 能够与客户有效沟通。

(4) 能够对顾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) 能够组织实施品牌和产品线上线下推广和促销活动。

(7) 能够组织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) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

(11) 具备数据意识和上午数据分析应用能力。

(12) 具备商务礼仪规范应用能力。

(13) 具备一定的创新创业能力。

## 六、课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

### (一) 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史劳动教育、创新创业教育、中华优秀传统文化、大学语文、信息技术、高等数学、大学物理、公共外语、健康教育、美育课程、职业素养等列入必修课或选修课。

#### 1. 思想道德修养与法律基础

思想道德修养与法律基础课程以新时代大学生理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，以思想道德建设为基础，以大学生全面发展为目标，帮助大学生树立正确的

人生观、价值观、道德观和法制观，提高大学生思想、政治、道德、法律素质，培养德智体美全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人。课程的教学内容共七章，涵盖绪论。主要涉及人生观、价值观的养成教育，理想信念教育，爱国主义教育，社会主义核心价值观教育，道德教育以及法律常识教育。以中国特色社会主义进入新时代为开端，核心是积极引导当代大学生要以民族复兴为己任，坚定理想信念，不忘初心，脚踏实地，为实现中华民族伟大复兴作出当代青年的努力。

本课程以课堂讲授为主，实践教学、网络教学和自主学习为辅，通过知识学习、参与体验、社会调研等多种教学方式，提高教学的针对性和实效性。本课程考核采用学生平时学习和期末笔试相结合方式，平时考核占 60%，期末考核占 40%。平时考核则根据学生考勤情况、课堂发言、经典阅读、实践报告完成情况给出成绩。本课程严格按照要求落实 3 学分，48 学时；严格使用马克思主义理论研究和建设工程重点教材。

## **2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论**

本课程旨在通过教学，使学生掌握和领会毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观以及习近平新时代中国特色社会主义思想的历史必然性、历史地位及对中国革命、中国社会主义建设和改革事业的指导意义；把握毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想以及习近平新时代中国特色社会主义思想及其科学体系，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想基本内容，从理论和实践结合上把握中国化马克思主义的活的灵魂。课程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的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。全书除了前言和结束语外，有三部分共十四章组成。第一部分毛泽东思想，共分四章。第二部分阐述邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观各自形成的社会历史条件、形成发展过程、主要内容和历史地位，共三章。第三部分主要阐述习近平新时代中国特色社会主义思想，共七章。

课程以课堂讲授为主，实践教学、网络教学和自主学习为辅，通过知识学习、参与体验、社会调研等多种教学方式，提高教学的针对性和实效性。本课程考试采用学生平时表现和闭卷笔试相结合方式，平时考核占 60%，期末考核占 40%。平时考核则根据学生考勤情况、课堂发言、经典阅读、实践报告、网络作业完成情况给出成绩。本课程严格按照要求落实 4 学分，64 学时；严格使用马克思主义理论研究和建设工程重点教材。

## **3. 形势与政策**

形势与政策课程是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，对于大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略具有重要的作用。由于课程内容具有针对性与时效性的特点，因此其内容具有特殊性，不同于传统课程有固定的教学内容体系。依据中宣部、教育部下发的“高校形势与政策教育教学要点”，结合当前国际国内形势以及我院教学实际情况和大学生成长的特点确定选题。在介绍当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件的基础上，阐明了我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。

本课程采用专题式教学方法，每学期从国内、国际两大板块中确定4个专题作为理论教学内容。努力体现权威性、前沿性，注重理论与实际的结合、历史与现实的结合、稳定性与变动性的结合、学习知识与发展能力的结合，在相关问题的解读和分析上下工夫，力求达到知识传递与思想深化的双重效果。将课程纳入思想政治理论课管理体系，由学校思想政治理论课教学科研二级机构统一组织开课、统一管理任课教师；将“形势与政策”课纳入学校教学计划，严格落实“形势与政策”课的学分，每学期开设8学时，连续不间断开设32学时。

#### **4. 习近平新时代中国特色社会主义思想“四进四信”专题教学**

在全省高校开设习近平新时代中国特色社会主义思想“四进四信”专题教学课程，不断增强广大师生对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心、对以习近平同志为核心的党中央的信赖，对于巩固马克思主义在高校意识形态领域的指导地位，教育和引导大学生不断成长进步、汇聚和形成中华民族伟大复兴强大力量具有十分重大而深远的意义。

由于该门课程的内容具有针对性与时效性的特点，因此其内容具有特殊性，不同于传统课程有固定的教学内容体系。所以要按照每年全省高校专题教学指导委员会统一组织编写教学意见和要点组织教学，教学内容分为规定内容和自选内容设置8个专题。采用专题式教学方法，开课时间不做统一要求，积极探索研讨式、互动式、案例式、情景式、现场式的教学模式和方法，将专题教学做威思政课教学创新平台。充分利用互联网等信息技术开展网络教学，互通互联，线上线下，网上网下，打通思政课教学最后一公



里，力争达到教学最优效果。课程设置 1 学分，16 学时。规定内容由学校思政课教师和哲学社会科学相关学科专业教师承担，自选内容由学院领导、其他专业课教师、思政工作者和思政课教师等承担。

## **5. 大学生创业基础**

2015 年，国务院办公厅颁布了《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》，要求全国所有高校、面向全体大学生正式推行创新创业教育。同时，黑龙江省政府出台了《关于促进大学生创新创业的若干意见》，要求黑龙江省所有高校开设大学生创业基础课程。通过开展创业教育教学课程，使学生了解创业的必要性及可行性，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。通过学习，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识，具备必要的创业能力，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力，树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

## **6. 大学生职业发展与就业指导**

教育部办公厅印发了关于《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》（教高厅[2007]7 号）的通知，要求高校加强领导，把就业指导课程建设纳入人才培养工作，明确要求各高校从 2008 年起把大学生职业发展与就业指导课程作为公共必修课或必选课纳入正常的教学计划，贯穿学生从入学到毕业的整个培养过程。

课程主要包括职业生涯规划 and 就业指导两个部分，生涯规划帮助大学生建立生涯与职业意识，学会自我认识和职业认识，从而确立职业方向和目标，做好职业发展规划。求职过程指导主要是使学生认识就业形势，提高求职技能，增进职业适应能力，明确就业权益的保护，提高创业意识和能力，进而有效管理求职过程。

## **7. 大学生心理健康教育**

大学生心理健康教育课程是全面落实教育规划纲要、促进学生健康成长、培养高级专门人才的重要途径。根据 2018 年教育部《高等学校健康教育指导纲要》、原国家卫生计生委、教育部等 22 部门联合印发的《关于加强心理健康服务的指导意见》、中共教育部党组《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》的工作要求，结合我院学生实

际，将《大学生心理健康教育课程》设定为公共必修科目，授课对象为各级全体新生，开课时间为新生入学后第一学期，课程共计 2 学分，32 学时。

大学生心理健康教育课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。课程中注重理论联系实际，注重培养学生实际应用能力，将心理知识传授、心理活动体验、心理调适技能训练相结合。通过心理健康基础知识及心理咨询、心理困惑及异常心理、自我意识的培养及人格的发展、学习心理、情绪管理、人际交往、性心理及恋爱心理、压力管理及挫折应对、生命教育与心理危机等相关主题，使学生在知识、技能和自我认知三个层面得到全面提升。

## **8. 军事理论**

2002 年教育部、总参谋部、总政治部联合颁发了《普通高等学校军事课教学大纲》，明确规定学生军事训练是普通高等学校本、专科学生的一门必修课，包含军事技能训练和军事理论课程。本课程以国防教育为主线，通过军事课教学，使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础的目的。

军事课程以国防教育为主线，以军事理论教学为重点，通过军事教学，使学生掌握基本军事理论与军事技能，增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。课程基本内容为：中国国防、军事思想、战略环境、军事高技术、信息化战争、人防民防知识等。

## **9. 计算机基础 1**

使学生掌握计算机基础知识，了解计算机的常用术语和基本概念，能够熟练掌握 Window7 的常用操作；能够熟练使用 Office 办公软件；了解计算机网络基础；理解计算机程序设计语言基础知识和编程思想，能够进行简单的代码编写和界面设计。主要内容为：计算机基础知识、Window7 操作系统常用操作、Word 进行文字处理、EXCEL 进行数据处理、POWERPOINT 制作演示文稿等。教学应贯彻分类指导、因材施教的原则，多采用案例式教学。教学过程中多使用计算机等级考试系统平台，既能实现对学生的管理，又能让学生迅速掌握计算机相关知识和操作技能，为今后的学习使用计算机打下良好的

基础。

## 10. 计算机基础 2

学生主要学习计算机网络基础知识包括计算机网络的发展、功能、网络协议、网络的类型及计算机网络系统的组成；学习 Internet 的基本知识 Internet 的功能、IP 地址与域名的应用、用户入网方式、电子邮件的应用、文件传输等应用技术；熟练掌握因特网上的常用工具软件的安装、使用包括杀毒软件、看图软件、磁盘管理软件等。学习简单的 Visual Basic 编程语言，结合计算机等级考试的考点，加大学生不同计算机知识面的学习，为学生通过计算机等级考试打下基础。

## 11. 中华传统文化

本课程是一门讲授中国传统文化，传承中国民族精神，弘扬优秀文化传统，提高学校教育文化品位和学生人文素养的课程。本课程以高等职业教育为切入点，力求贴近学生生活，体现职业教育特色，注重科学性、知识性、趣味性相统一。目的在于提升大学生文化涵养，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素养。通过课程学习，帮助学生深入了解公共博大精深的传统文化，零落传统文化的魅力，解读传统文化的精髓，从中获得人生的启迪，提升学生的民族自尊心、自信心、自豪感，引领学生形成高尚的道德情操、正确的价值取向。

## 12. 大学语文

本课程是培养母语能力的延伸课程，培养学生理性的母语意识，将感性的母语情感转化为理性的母语意识。全面提升学生的母语表达能力，包括娴熟得体的口语交际能力、优雅的书面表达能力、精略随意的书面阅读能力，以及运用网络新资源形态搜集和处理信息的能力，并进一步提高阅读、理解、欣赏与表达交流等方面的语言文字应用能力。将学生的语文素养提升到在校能满足其专业学习、毕业后能适应其社会生活和专业工作要求的程度。

## 13. 党史国史

学习党史、国史，了解我们党和国家事业的来龙去脉，汲取我们党和国家的历史经验，正确了解党和国家历史上的重大事件和重要人物。当代大学生更要认真学习党史、国史，知史爱党，知史爱国。要了解我们党和国家事业的来龙去脉，汲取我们党和国家的历史经验，正确了解党和国家历史上的重大事件和重要人物。这对正确认识党情、国情十分必要，对开创未来也十分必要，因为历史是最好的教科书。对中国人民和

中华民族的优秀文化和光荣历史，通过学校教育、理论研究、历史研究、影视作品、文学作品等多种方式，加强爱国主义、集体主义、社会主义教育，引导大学生树立和坚持正确的历史观、民族观、国家观、文化观，增强做中国人的骨气和底气。

#### **14. 健康教育**

随着科学技术的迅速发展，人们特别是大学生成长环境发生了新的变化，体力活动减少和心理压力增大，对大学生健康造成了日益严重的威胁。大学生需要有完整的生理、心理和社会适应能力，因此开展大学生健康教育非常重要。根据学生生理、心理发展特点和身心发展规律，有针对性的实施教育，通过开展健康教育，使学生对健康知识有更深刻的理解和掌握，从而提高全体学生的身体素质、心理素质，充分开发学生的潜能，培养学生乐观、向上的心理品质，促进学生人格的健全发展。

#### **15. 应用文写作**

应用文写作是经济工作中处理公务、沟通信息、解决问题、科学管理不可缺少的重要工具，本课程培养学生具备基本的应用写作理论知识，较强的专业写作能力及文章分析能力与处理能力，促进学生综合素质的提高，具有实践性强、应用性突出的特点。本课程的基本要求为：依据高职教育实践性、应用性强的特点，教学力求突显基础性、实践性和发展性的统一，强调创新能力的培养，重在阐明实践应用驾驶，拓宽基础知识面，注意与相关课程的衔接，强化能力训练与能力迁移，使基本文化素养和一般能力的培养与职业能力的培养相结合，从而保证学生具有较好的职业文化素质，并为其拓展学习和终身学习打好基础。具体表现在：一是促使学生从理论上把握新学文体，掌握必备的写作理论知识；二是让学生多接触文章实际，领悟常用应用文体的写法，提高应用文写作能力；三是指导学生进行有效的写作训练，帮助学生形成良好的写作习惯和熟练的写作技巧。

#### **16. 电子商务**

了解电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式和框架体系与业务流程、电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、电子商务网站设计与规划、网络商务信息、网络市场、网络营销和促销策略、物流管理、企业资源计划（ERP）、客户关系管理（CRM）、供应链管理（SCM）、电子政务、电子商务在三次产业如农业、贸易、金融、生产制造业中的应用、我国和世界各国在电子商务方面的立法和政策等内容。通过学习，使学生明白“什么是电子商务、企业为什

么要开展电子商务活动、实施电子商务需要哪些技术平台和商务条件、如何开展电子商务活动以及电子商务在三次产业中的应用”等问题。掌握各种的电子商务商业模式、电子政务的框架体系构成、认识电子支付和支付工具及其发展历程和支付流程以及传统支付方式，掌握电子钱包和手机支付等以及第三方支付平台在电子商务中的应用、理解网络营销的概念、作用和特点以及网络营销策略的制定，掌握网络广告等网络促销策略，能够利用网络营销原理进行营销策划。

## （二）专业课程

市场营销专业课程主要有专业基础课、专业核心课和专业拓展课构成，核心课详见表 2。

表 2 市场营销专业核心课程简介

序号	课程名称	课程性质和任务（或主要内容）	知识目标	能力目标	素质目标
1	市场营销基础	营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等。	了解市场营销与市场营销管理、市场、市场营销观念的演变；规定企业任务和目标、制定企业的业务投资组合战略方案、制定新业务计划；市场营销环境研究方法——SWOT 分析法；市场营销信息系统、市场营销调研、问卷设计；消费者市场购买行为、产业市场购买行为；竞争者分析、市场领导者战略、市场挑战者	掌握产品组合了解市场营销环境对市场营销管理的重要影响作用，理解微观环境与宏观环境的主要构成，掌握分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法，熟悉企业面对市场营销环境变化所应采取的对策；理解市场营销信息系统的含义与构成，掌握市场营销研究的测定尺度，熟悉搜集与分析市场营销资料	决策、品牌决策、包装决策的基本内容，了解产品生命周期理论的应用以及新产品开发、采用的扩散的基本原理；理解促销组合决策的基本内容，掌握确定广告预算的主要方法，熟悉广告媒体的选择与广告效果的测量。掌握人员推销的特点和人员推销策略的主要内容，熟悉销售促进和公共关系等基本原理。

			战略、市场追随者与市场补缺者战略;市场细分、目标市场及其策略、市场定位。	的基本方法;	
2	品牌推广	掌握消费者的需要、购买动机的类型特征;理解需要和动机的涵义,一般了解消费者需要变化发展的规律;了解消费者购买行为模式,理解消费者不同购买类型的特征。品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、信息沟通模型、线上线下品牌推广媒介和推广方法、线上线下品牌推广整合、品牌推广活动的绩效评价等知识。	掌握品牌定位的过程及定位策略;掌握品牌形象塑造的途径;掌握品牌文化带给品牌的价值效应;掌握品牌的广告传播、公共关系传播、销售促进传播、整合营销传播等传播途径;掌握品牌危机的处理策略和品牌规划管理策略;掌握品牌创新的动力与策略及品牌创新的控制手段。	能够针对具体产品进行品牌定位;能够针对具体的品牌分析出其品牌形象;能够针对具体的品牌分析出其品牌文化;能够针对具体的品牌进行品牌整合,传递清晰一致的品牌文化,提升品牌价值;能够及时不断地进行品牌维护;能够运用品牌创新理论分析品牌经营实践中的一些重要现象。	学生“用户需求”至上的意识,训练学生和客户交流的职业素养;培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识;遵纪守法,忠于国家与组织,忠于职守。
	市场	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、	了解问卷设计的基本原则,掌握问卷设计的程序;掌握问卷设计技巧,以及问卷设计技术;掌握消费者购买行为的内容;初步掌握消费者购买态度和购买动机	市场调查的内容、市场调查的方法;市场调查机构、市场调查人员;市场调查的原则和市场调查的程序;随机抽样技术、非随机抽样技术、抽样中的几个具体问	消费者购买行为的构成、消费者购买行为的内容、消费者购买态度调查技术、消费者购买动机调查技术;市场需求及其影响因素、市场需求的消费者调查、消

3	调查与分析	调查报告撰写等知识与实务操作。	的调查技术;掌握市场需求消费者调查法;了解消费者固定样本连续调查法;了解零售店固定样本连续调查法;掌握市场占有率调查技术。	题;掌握市场调查报告的撰写;了解市场调查报告会的讲解过程。	费者固定样本连续调查法、零售店固定样本连续调查、市场占有率的调查;市场调查报告撰写、市场调查报告说明会、市场调查报告实例。
4	商务谈判	了解国际商务谈判从正式开局到达成协议所经历的四个阶段,即开局阶段、报价阶段、磋商阶段、成交阶段,掌握各个阶段中有关的谈判策略和技巧,在今后的谈判工作中能够灵活地运用这些策略和技巧,以求达到谈判的战略目标;了解谈判双方在谈判过程中的信息交流和传递方式,领悟听、问、答、叙、看、辩及说服等谈判技巧对于信息交流的重要作用,并且掌握这些谈判技巧,在实际谈判活动中灵活地运用这些技巧;	环境因素的分析、商务谈判前的信息准备、谈判目标与对象的确定、谈判方案的制定、模拟谈判、确定谈判中各方交易条件的最低可接受限度;4个阶段中有关的谈判策略和技巧;商务谈判中“听”“问”“答”“叙”“看”“辩”技巧;	掌握谈判过程中的礼仪与礼节及相关的谈判心理禁忌。了解各国日常交往的禁忌及主要习俗和节庆;熟悉各国文化差异,掌握各国商人的谈判风格,区分不同谈判对象,确定不同的谈判策略,以便获得谈判的主动权,取得预期的谈判效果	国际商务谈判中僵局的处理;国际商务活动的风险分析。国际商务风险的预见与控制。规避风险的手段;国际商务谈判的礼仪与礼节;美洲商人、欧洲商人、亚洲商人、大洋洲商人和非洲商人的谈判风格。

5	广告 实务	<p>了解广告活动的基本情况 and 最新发展, 掌握广告活动的一般规律; 了解广告代理公司的组织结构和运作流程; 熟知广告策划的主要内容和一般程序; 熟练撰写广告策划书; 了解广告创意的特点、过程和基本技法。正确理解广告创意特点和几种影响较大的创意理论, 了解常用媒体创意表现的区别;</p>	<p>了解各种传播媒体 (包括大众传播媒体和小众传播媒体) 在与广告结合时本身的特点和特性对于广告的优势和劣势; 媒体计划包括其内容以及如何制定合理的媒体计划, 发挥不同媒体以及媒体组合在做广告时的优势;</p> <p>了解广告活动管理的规范, 熟悉广告法规; 认识广告活动效果评价内容和标准, 熟悉广告活动效果测评的方法。</p>	<p>了解广告文案概念、特征、作用以及相关学科对文案写作人员的素质要求, 并探讨广告文案创意的理论依据与方法技巧, 掌握各种媒体对文案写作的要求; 广告代理公司的组织结构和运作流程; 广告策划的主要内容和一般程序; 撰写广告策划书; 广告创意特点和创意理论。重点讲授广告创意技巧; 介绍广告标题和广告语的写作要点。重点讲授广告标题和广告语的写作技巧;</p>	<p>讲授广告媒体的特点及媒体决策。重点分析广告媒体的选择; 重点讲授广告管理的内容。讲授中外广告法规; 讲授广告效果的基本涵义。讲授广告效果测评基本方法。</p>
6	营 销 策 划	<p>了解建立市场营销策划组织机构, 配备优秀策划人员和营销策划过程所需要的经费预算的基本理论; 掌握建立市场营销策划组织机构的基本方</p>	<p>掌握营销渠道策划的基本理论与方法; 掌握营销渠道策划的基本技能; 懂得营销渠道的长度和宽度如何策划; 理解厂商与中间商关系对</p>	<p>市场营销策划的准备工作; 市场营销战略策划概述、市场营销战略策划与制定、目标市场战略策划; 产品策划概述、新产品策划、产品组合策</p>	<p>营销渠道的发展新趋势、营销渠道策划需考虑的因素、营销渠道的长度和宽度策划、厂商和中间商关系的再造; 人员促销策划、广告促销策</p>



		<p>法、营销策划过程所需经费预算的基本方法，以及策划所需信息搜集、整理和筛选方法；掌握市场营销战略制定的三个阶段，即调查分析阶段、战略制定阶段及实施评价阶段；了解和掌握市场营销战略策划的制定方法和步骤；了解产品策划、新产品策划、产品组合策划、品牌和包装策划的基本理论；掌握产品策划、新产品策划、产品组合策划、品牌和包装策划的基本方法和技巧。</p>	<p>于渠道策划至关重要；把握厂商主导型和中间商主导型、传统营销系统与垂直营销系统的关系与特点；掌握市场营销策划方案实施、控制方法和步骤；掌握营销方案实施和控制的策略和方法。</p>	<p>划、商标与包装策划；价格策划概述；新产品价格策划；传统产品价格策划；产品价格体系策划；掌握人员促销策划、广告促销策划、营销推广策划和公关促销策划的基本理论和方法要点；了解营销策划书的结构和基本组成内容；掌握写作营销策划书的基本技巧和方法；能结合实际写出比较标准的营销策划书，并能对相关营销策划书进行评价。</p>	<p>划、公关促销策划、营业推广策划；营销策划书的结构与内容、营销策划书撰写技巧、营销策划书范例及评析。</p>
7	推 销 技 术	<p>潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作。</p>	<p>明确推销洽谈的基本内容；熟悉推销洽谈的步骤；掌握推销洽谈的方法与技巧；明确顾客异议产生的原因；正确认识顾客异议；熟悉顾客异议的常见类型及处理原则；掌握处理顾</p>	<p>了解推销人员在成交过程中存在的心理障碍；掌握成交的基本策略与各种成交的方法；明确成交后跟踪的主要内容；明确推销人员的组织与管理的内容及要求；熟悉客户管理</p>	<p>推销洽谈概述、推销洽谈的步骤、推销洽谈的方法；处理顾客异议的策略与方法；成交的基本策略、成交后跟踪、成交的方法；推销人员的组织与管理、客户管理、推销效益分析。</p>

			客异议的方法与技巧；	的内容、流程及基本方法；掌握推销效益分析的基本方法。	
--	--	--	------------	----------------------------	--

### （三）实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实验实训可在校内实验室、实训室以及校外实训基地等开展完成；社会实践、跟岗实习、顶岗实习可由学校组织在相关企业开展完成。实训实习主要包括商务沟通与礼仪实训、新媒体营销实训、项目销售实训、招投标实训、电话和电视等非面对面销售实训、互联网平台商业应用实训等校内外实训、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校市场营销专业类专业顶岗实习标准》。

### （四）相关要求

学校统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座(活动)，并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

## 七、教学进程总体安排

总学时为 2624 学时，16 学时折算 1 学分，集中学习每年不低于 360 学时，实践学习每年不低于 400 学时，立足学生实际，采用线上线下相结合的授课方式。顶岗实习累计时间一般为 6 个月，各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。具体安排详见下表：

表 3 市场营销专业学时学分分配表

项目	学期		周数						学时	学分
	一	二	三	四	五	六	合计			
入学教育	(0.5)						(0.5)			
课堂教学 (授课、实验)	16	16	16	16	12		76	1712	107	
公选课	(8)	(8)	(8)	(8)	(8)			96	6	

专项实训实习	2	2	2	2			8	8×24=192	8
顶岗实习					6	18	24	24×24 =576	24
毕业设计 (含答辩)						2	2	2×24=48	2
机动	1	1	1	1	1		5		
考试	1	1	1	1	1		5		
社会实践	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)		(5)		
总计	20	20	20	20	20	20	120	2624	147

表 4 市场营销专业学时分配统计表

课程类型	课程门数	学分	学时	占总学时比例
公共基础课程	20	41	656	25.0%
专业课程	21	106	1968	75.0%
选修课程	12	27	432	16.5%

理论学时：1300 占总学时比例： 49.5% 实践学时：1324 占总学时比例：50.5%

表 5 市场营销专业课程学时数与学分分配表

课程类别	课程性质	课程名称	学分	学时分配			按学期分配周学时						考核方式		开课院(部)	
							第一学年		第二学年		第三学年					
				合计	理论	实践	一 16	二 16	三 16	四 16	五 12	六	考查	考试		
公共基础课程	必修课	大学生心理健康教育	2	32	16	16	2							√		团委学工处
		军事理论(国防教育)	2	32	32	0	2									军体部
		思想道德修养与法律基础	3	48	36	12	3							√		思政部
		计算机基础 1	2	32	16	16	2							√		信息工程学院
		大学生职业发展与就业指导	2	32	22	10	2							√		应用技术学院
		中华优秀传统文化	2	32	32	0	2							√		教务处
		大学语文	2	32	16	16	2							√		教务处
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16		4						√		应用技术学院
		习近平新时代中国特色社会主义思想“四进四信”专题教学	1	16	16	0		2						√		应用技术学院
		计算机基础 2	2	32	16	16		2						√		信息工程学院
		党史、国史类课程	2	32	32	0		2						√		教务处
		健康教育	2	32	16	16		2						√		教务处
		大学生创业基础	2	32	22	10				2				√		应用技术学院
		形势与政策(1234)	2	32	32	0	(0.5)	(0.5)	(0.5)	(0.5)				√		思政部
		应用文写作	2	32	20	12				2				√		应用技术学院
		电子商务	3	48	32	16					4				√	经济管理学院
		小计	35	560	404	156	15	12		4	4					
	选修课	美育课程、职业素养、国学教育类课程、创新创业教育、人文素养、“互联网+”等课程	6	96	96		(2)	(2)	(2)	(2)	(2)			√		教务处
小计		6	96	96												
合计		41	656	500	156	15	12		4	4						

专业课程	专业基础课	基础会计	4	64	48	16	4					√	经济管理学院	
		商品学	3	48	32	16			3			√	经济管理学院	
		供应链管理基础	3	48	32	16			3			√	经济管理学院	
		企业管理	4	64	48	16				4		√	经济管理学院	
		客户关系管理	3	48	32	16		3				√	经济管理学院	
		商务沟通与礼仪	3	48	32	16				3		√	经济管理学院	
		小计	20	320	224	96	4	3	6	7				
	专业核心课	市场营销	5	80	56	24	5						√	经济管理学院
		品牌推广	4	64	40	24			4				√	经济管理学院
		市场调查与分析	4	64	48	16				4			√	经济管理学院
		商务谈判	4	64	40	24			4			√	经济管理学院	
		商业广告	5	80	64	16		5					√	经济管理学院
		市场营销策划	4	64	40	24		4					√	经济管理学院
		推销技术	5	80	64	16			5				√	经济管理学院
	小计	31	496	352	144	5	9	13	4					
	专业拓展课	国际营销	3	48	32	16			3				√	经济管理学院
		定制营销	2	32	20	12				2			√	经济管理学院
		农产品营销	2	32	20	12				2			√	经济管理学院
		保险销售技巧	2	32	20	12				2			√	经济管理学院
		社群营销	2	32	20	12			2				√	经济管理学院
		服务营销	3	48	32	16					4		√	经济管理学院
网络营销		4	64	40	24					6		√	经济管理学院	
资产评估		3	48 二选一	40	8						4		√	经济管理学院
跨境交易平台应用														
小计	21	336	224	112			5	6	14					

合 计	72	1152	800	352	9	12	24	17	14				
总 计	113	1808	1300	508	24	24	24	21	18				
周 学 时 (不包含括号内学时)					24	24	24	21	18				

表6 市场营销专业实训实习项目、学分、学时数分配表

序号	实训实习项目	学分	学时	按学期分配实训项目						实训地点	
				第一学年		第二学年		第三学年			
				一	二	三	四	五	六	校内	校外
1	基础会计核算	1	24	√						√	
2	市场营销实务训练	1	24	√						√	
3	商业广告	1	24		√					√	
4	营销策划	1	24		√					√	
5	商务谈判	1	24			√				√	
6	现代推销技术	1	24			√				√	
7	市场营销调查与分析	1	24				√			√	
8	企业管理分析	1	24				√			√	
9	顶岗实习 1	6	144					√			√
10	顶岗实习 2	18	432						√		√
11	毕业设计	2	48						√	√	
合计		34	816								

备注：实践性教学环节严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校市场营销专业顶岗实习标准》

## 八、实施保障

### (一) 师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为 23:1，双师素质教师占专业教师比例不低于 92%，专任教师队伍职称、年龄，形成了合理的梯队结构。

#### 2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心具有市场营销相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### 3. 专业带头人

专业带头人具有硕士学位，能够较好地把握国内外市场营销行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本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

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

表 7 市场营销专业授课教师一览表

序号	姓名	出生年月	学历/学位	职称	所学专业	专(兼)职	是否双师
1	肖晓旭	1983.05	研究生/硕士	讲师	企业管理	专任	是
2	沈清文	1964.11	本科/硕士	教授	农业经济	专任	是
3	张雅静	1971.10	本科/硕士	教授	经济管理	专任	是
4	张怡	1971.02	本科/硕士	副教授	经济管理	专任	是
5	刘莉莉	1981.10	本科/硕士	讲师	会计	专任	是
6	王欢	1982.06	本科/硕士	讲师	金融	专任	是



7	朱晓铭	1986.01	本科/硕士	助教	金融	专任	是
8	侯思萌	1985.04	本科/硕士	讲师	物流管理	专任	是
9	张翔一	1982.01	本科/硕士	讲师	会计	专任	是
10	王丽	1983.07	本科	副高级	市场营销	兼职	是
11	张恩荣	1982.07	研究生/硕士	中级	市场营销	兼职	是
12	孙薇	1983.01	本科	中级	市场营销	兼职	是
13	李运美	1982.06	本科	中级	市场营销	兼职	是

注：1. 排名第一位的为本专业带头人

2. 来自行业、企业的教师为兼职教师。

## (二) 教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

### 1. 专业教室

专业教室一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并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. 校内实训室

表 8 市场营销专业校内实训室基本配置要求及功能说明

序号	实验实训室名称	基本配置要求	场地面积 (m <sup>2</sup> )	功能说明
1	市场营销实训室	电脑 41 套、桌椅 41 套、投影仪、用友财务软件 1 套、证券投资软件 1 套。	78.84	学生进行市场营销软件的学习与应用，锻炼学生市场营销信息处理能力及财务软件应用能力。
2		电脑 41 套、桌椅 41 套、投影仪、电子报税模拟教学软		学生掌握出纳实务的基本技

	投资理财实训室	件、中级市场营销综合实习软件、财务分岗实训软件、特殊行业市场营销实训平台、出纳实务实训教学软件。	78.84	能，能够模拟电子报税，进行市场营销综合实训，熟悉特殊行业市场营销的实际操作。
3	ERP沙盘模拟实训室	电脑 7 套、桌椅 7 套、用友 ERP 企业模拟经营套件	78.84	帮助学生掌握企业经营管理各个环节的决策流程，理解企业经营管理中物流、资金流和信息流的协同；掌握运用贷款、融资及现金流控制的技巧；掌握制定市场战略、分析预测营销环境；确定合理市场投入、进行品牌建设和 ISO 论证；理解企业经营管理各岗位的职能作用及进行知识管理、技能培训、绩效考核等人力资源管理的重要性

### 3. 校外实训基地

企业实训实习是职业能力培养的必要环节，根据专业学生数量和企业规模，建立满足企业实训实习需求的实训实习岗位。在校企合作过程中，要充分利用学院的人才和技术优势为企业服务，以获取社会和企业的支持与帮助，通过协助企业来培养学生，通过培养学生来协助企业，建立“校、企、生三赢”的校企合作长效和运行机制。基校外专业实训基地的本配置及功能说明如表 10 所示。

表 9 市场营销专业校外实训基地基本配置要求及功能说明

序号	实训基地名称	地址	功能说明	基地负责人
1	谷实农牧集团股份有限公司	哈尔滨	为学生提供营销岗位、市场调查分析、文案策划等岗位锻炼机会。	李运美

2	浙江京东信息技术有限公司杭州第一分公司	西安	能够为学生提供营销员，数据搜集与整理等岗位。	张恩荣
3	中石油佳木斯分公司	哈尔滨	主要为学生提供营销员岗位工作，锻炼学生与顾客沟通的能力。	柏林

#### 4. 学生实习基地

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提供营销员、业务代表、调查分析、文案策划等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；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

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）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

##### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。根据《黑龙江农业职业技术学院教材建设管理暂行规定》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。专业类图书文献主要包括：《市场营销》、《市场调查与预测》、《推销的方法与技巧》、《农产品营销》《超级市场营销》、《连锁经营管理》等图书。

##### 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**

教学方法应以学生为主体，以能力训练为重点，基于工作过程的任务驱动式教学，并理论联系实际。以典型工作任务（项目）为载体设计学习情境，按照市场营销业务流程重构学习内容，借助校内外实训基地，按照行为过程即资讯、计划、决策、实施、检查、评估“六步法”组织教学，融知识、技术和管理为一体，完成高素质技能型人才的培养。根据学习情境设置和市场营销业务流程需要，开发适合依托校内实训中心实现“教、学、做”一体化现代教学。教师在教学过程中可以灵活运用讲授、讨论、案例分析、情境导入、任务驱动等多种教学方法进行教学。

#### **（五）学习评价**

结合人才培养目标，着重对教学质量和培养过程进行考核。市场营销专业课程考核主要分考试和考查两种。凡是 30 学时以上的课程和独立设置的实习实训领域项目的应作为一门课程单独考核，注重学生的学习过程考核和学生能力提升的评价。本专业采用知识考核与能力测试相结合，理论考核与实践考核相结合，注重过程考核。结合课程特色，选用笔试、口试、机试、项目考核、业绩考核、能力测试等多种考核方式。教学评价的对象应包括对学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度、职业基本素质、岗位胜任能力等方面的评价。

市场营销专业以毕业生的就业率、就业质量、企业的满意度和创新创业成效等作为衡量要素，通过第三方调查以及学校对学生、用人单位的调查，确定人才培养质量中最重要的影响环节及关键指标。根据对毕业生、用人单位的调查，结合企业对技能型专门人才的具体要求，研究制定和完善各关键性监控指标的质量标准或实施意见，明确对关键监控指标的质量要求。组建企业、行业协会、学生及其家长、教师等共同参与的质量评价工作机构，根据质量标准和实施意见，进行人才培养质量评价。

#### **（六）质量管理**

##### **1. 日常教学管理制度**

建立听课制度。各专业团队带头人每学期听课不得少于 10 次，主要以其分管教学团队课程的授课教师课程为主。教学团队教师每学期至少听 10 学时课。制定学生教学信息员制度。学校教务科每学期召开信息员反馈会议，信息员将分院的教学信息收集、整理后向学校教务科汇报有关信息，并写出书面材料。

制定教师考核制度。教师考核于每年年末进行，考核对象为在职在编、聘任到教师岗位上从事教学工作的专任教师；考核内容包括思想政治表现考核、教学工作考核、科研工作考核和其他工作考核，考核结果分为优秀、合格、基本合格和不合格四个等级。

建立青年教师导师制度。根据学校有关规定，分院为每年新入职青年教师配备一名专业指导教师，进行结对子，以老带新。

严肃考试管理制度。规范命题试卷、严肃考试纪律，严格考场管理。规范阅卷环节，坚持考前教育与考场严格管理相结合，建立巡考责任制。

## **2. 教学质量保障体系**

教学质量监控以“专业标准”、“课程标准”等教学方面的质量标准为依据，分院定期和不定期组织教师座谈会、学生座谈会，及时了解教学、管理中存在的问题，听取教师和学生意见、建议，并形成书面记录，有关意见和建议要及时进行反馈或作出处理。教师座谈会、学生座谈会（分专业）每学期至少分别召开一次。

## **3. 教学过程的管理和监控**

### **（1）教学计划方面的监控**

监控点：教学计划执行情况

监控依据：教学计划、校历表、教学任务书、课程表、教学进程表

### **（2）课堂教学和实践教学方面的监控**

监控点：教学态度、水平、方法、内容、教书育人及教学秩序和条件

监控依据：《常规教学基本规范》、教学大纲、授课计划、课表

### **（3）考试方面的监控**

监控点：考场环境、试卷质量、考纪考风、成绩分布

监控依据：关于考试(含补考)命题的规定、考场规则

## **4. 教学诊断与改进**

加强日常教学组织运行与管理,每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,开展教学团队活动,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。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、在校生学业水平、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。专业教研组织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。

## 九、毕业要求

学生在学院规定年限内,达到以下要求,准予毕业,由学院颁发毕业证书:

- (1) 在 2-6 年内学生自身达到本专业所培养的素质、知识、能力要求;
- (2) 修完本专业人才培养方案规定的课程,成绩合格并获得 147 学分;
- (3) 符合学院其他相关规定。

## 十、附录

### (一) 论证专家名单及论证意见

#### 市场营销专业论证专家名单及论证意见

姓名	职称	单 位	联系电话	特长专业
张雅静	教授	黑龙江农业职业技术学院	13945485400	经济管理
沈清文	教授	黑龙江农业职业技术学院	13836651205	会计、经济管理
李运美	中级	九三集团	13895719142	市场营销
肖晓旭	中级	黑龙江农业职业技术学院	13845409152	企业管理
杨辉	副教授	东北农业大学	18045055656	市场营销
王欢	中级	黑龙江农业职业技术学院	13903684663	金融学、物流管理
王丽	副高级	大连市金融中等职业技术专业学校	18624266466	市场营销

专家论证意见：

该人才培养方案经过专家小组进行反复的论证、磋商、修改，最终形成了本方案。该方案立足企业实际需求，符合市场营销专业百万扩招要求，能够充分考虑百万扩招学生培养过程中将面临实际问题。

该方案以实用、够用为原则，以提升学生岗位技能为目标，增强学生的专业岗位适应能力，有利于校企深度融合，满足企业用人需求，增加学生就业机会。

该方案科学、严谨，同意其通过论证。

组长签字：

年 月 日

学院教学工作委员会意见

(主任签字)：

年 月 日

学院主管部门意见

(签字盖章)

年 月 日

省教育行政部门备案意见

(盖章)

年 月 日

(二) 人才培养方案变更审批表

## 黑龙江农业职业技术学院人才培养方案变更审批表

分院名称		专业名称		专业层次	专科 <input type="checkbox"/> 中专 <input type="checkbox"/>
变更类型	<input type="checkbox"/> 课程（包括新增、撤销及课程名称、学时学分、开课学期、考核方式等的变更） <input type="checkbox"/> 实践环节（包括实习实训、课程设计、社会实践等的变更）				
变更原因					
变更后 课程情况	课程名称				
	课程类别	公共基础课 <input type="checkbox"/>	专业基础课 <input type="checkbox"/>	专业课 <input type="checkbox"/>	
		限选课 <input type="checkbox"/>	实践环节 <input type="checkbox"/>		
	课程学时		课程学分		实验（上机）学时
	开课学期				考核方式
	从何年级开始实施				
参与讨论 人员签名 (至少 5人)	年 月 日				
教学单位 意见	团队（教研室）意见：  专业带头人（教研室主任）签字：年 月 日  分院意见：  签字（盖章）：年 月 日				
教务处 意见	教务处意见：  签字（盖章）：年 月 日				
教学指导 委员会意 见	教学指导委员会意见：  签字（盖章）：年 月 日				

注：本表一式二份，经批复后，教务处存一份，分院存一份。