

2019 级市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与代码

- (一) 专业名称：市场营销
- (二) 专业代码：630701

二、教育类型及学历层次

- (一) 教育类型：高等职业教育
- (二) 学历层次：大专

三、招生对象与学制

- (一) 招生对象：高中毕业生或同等学力者
- (二) 基础学制：三年。实行弹性学习年限，规定修满一定的学分后，可在 2-5 年毕业。在校生休学创业最高年限为 8 年（含原修业年限），学生可根据创业需要与学校协商确定休学年限。

四、培养目标与规格

(一) 培养目标

本专业旨在培养具备较强倾听与表达能力、营销方案的撰写与实施能力，敏锐的观察能力和灵活的反应能力；团队合作能力和良好职业道德，具备创新创业意识和“互联网+”理念，立足海南、面向全国，适应海南自由贸易区建设发展需要，熟悉社会主义市场经济政策与法规，掌握市场营销的基础理论和方法，能胜任从事市场调研、市场开发与客户管理、营销策划与执行、电子商务运营、现代营销管理与服务等实践能力的创新型高端技术技能人才。

(二) 职业面向

主要面向现代零售业、现代物流业、现代旅游业、现代服务业等各类工商企业，从事市场分析、市场开拓、销售管理、销售方案策划与执行、客户管理相关工作的一线岗位。

（三）专业面向的岗位（群）

1. 专业面向岗位

主要面向 3 个岗位群的 31 个专业岗位，其中个 11 为初始岗位，10 个为发展岗位，10 个为相关岗位。

表 1 专业面向的就业岗位（群）一览表

序号	岗位群	初始岗位	发展岗位	相关岗位
1	市场部岗位群	销售、促销专员、渠道专员、广告专员、调研专员等	销售主管、渠道主管、调研主管、促销主管、广告主管等	公关、策划、市场拓展等岗位
2	企划部岗位群	文案专员、企划专员、品牌管理专员等	企划主管、品牌运营主管等	策划、创意、商务等岗位
3	客服部岗位群	售后服务专员、客户投诉专员、客户开发专员等	大客户主管、客户投诉主管、客户维护主管等	内勤、督导、培训、文案等岗位

2. 学生职业发展路线

了解职业周期，设计学生在毕业后某个时间段内，职业发展应该达到的阶段及对应的岗位群。

表 2 学生职业发展路线

职业发展阶段	毕业后工作年限	岗位群
1. 销售助理、市场推广助理、电商营销助理、企划助理、市场调研助理；客服助理；行政助理	1 年	销售类助理；市场推广类助理；电商营销助理、企划类岗位（广告、公共关系、营销策划、文案）助理；市场调研类（市场访问员、市场督导、市场分析）助理；客服类型岗位助理；行政类岗位（人力资源、销售内勤、董事办、总裁办）助理
2. 独立完成某项工作	2-3 年	销售专员；市场推广专员；电商营销专员、企划（广告、公共关系、营销策划、文案）专员；市场调研（市场访问员、市场督导、市场分析）专员；客服专员；行政（人力资源、销售内勤、董事办、总裁办）专员
3. 业务主管	3-5 年	区域销售主管；市场推广主管；电商营销主管、企划（广告、公共关系、营销策划、文案）主管；市场调研（市场访问员、市场督导、市场分析）主管；客服主管；行政（人力资源、销售内勤、董事办、总裁办）主管
4. 部门管理、区域管理、企业中层管理	5-8 年	区域销售经理（高级销售经理）；市场部经理；电商营销经理；企划（广告、公共关系、营销策划、文案）经理；市场调研经理；客服经理；行政经理
5. 企业高级管理（部	8-10 年	公司总经理、营销副总经理、公司董事、营销总监、运

门综合管理，总监级)、大区(分公司)经理		营总监、企划总监、高级市场分析经理；客服总监；行政总监
----------------------	--	-----------------------------

(四) 人才规格

通过三年系统的学习，使学生在知识、能力、素质方面达到如下要求：

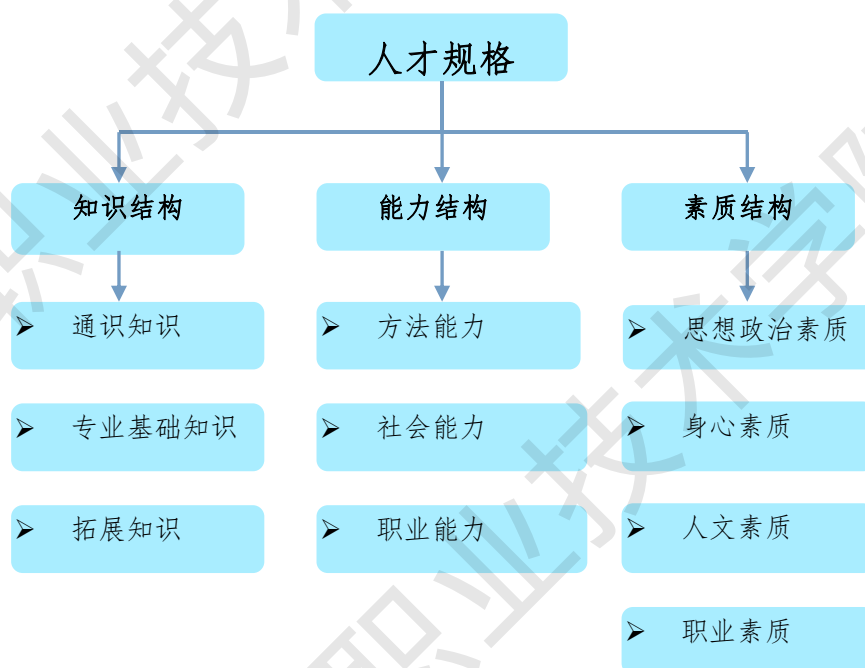


图 1 人才培养规格结构图

表 3 培养规格指标体系表

一级指标	二级指标	三级指标
素质要求	思想政治素质	热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，具有为国家富强、民族振兴而奋斗的理想、事业心和责任感。树立科学世界观和为人民服务的人生观，了解马克思主义、毛泽东思想基本原理和邓小平理论，了解我国传统文化和基本国情，了解国内外相关基本法律知识和基本社会科学知识。
	身心素质	身心健康、胸襟开阔、善于沟通、坚忍不拔；有良好的思想品质和职业道德；有乐于奉献、爱岗敬业的工作作风；有健康的体魄和良好的心理素质。
	人文素质	掌握人文社科基础知识，能运用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论分析问题，解决问题，掌握法律基础知识，能运用法律维护社会公共利益和个人合法利益。具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。
	职业素质	掌握现代营销基本理论及技巧，组织和执行企业的营销管理工作；能利用市场调研知识、消费者行为知识分析解决一定的实际营销问题；能利用有效的沟通手段和技巧解决现场销售与管理的问题。

<p style="text-align: center;">知识 要求</p>	<p>1、通识文化知识</p> <p>具有良好的职业道德和敬业精神，具有良好的思想素质、人文素质，具有较强语言与文字表达能力、处理公文的能力和开拓市场要求相适应的英语听说读写能力。</p> <p>2、专业基础知识</p> <p>良好的经济学、管理学、计算机、英语、市场营销基础知识，掌握企业应对市场变化所需要的基础营销技能，具有产品管理、价格管理、分销渠道管理、促销管理的基础能力。</p> <p>3、专业拓展知识</p> <p>具备市场调研与分析、市场推广与维护、营销策划与执行、公关策划与传播、电商营销与运营、客户管理与服务等专业技能，能应用于营销实践。</p>	
<p style="text-align: center;">能力 要求</p>	<p style="text-align: center;">方法能力</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、具备定性、定量方法分析和解决市场营销实际问题的基本技能； 2、具备在实际工作中运用法律法规、惯例和规则的技能； 3、具有收集、分析和传递信息，为企业营销决策提供依据的能力； 4、具备选择目标市场和策划的战术能力； 5、具备职业生涯规划能力、自主学习能力、创新能力和基层决策能力。
	<p style="text-align: center;">社会能力</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、具备较强的人际沟通能力； 2、具备团队协作能力和团队组织能力； 3、具备人际交往能力，能在工作中妥善处理各种人际关系事务； 4、具备良好的语言与文字表达能力。
	<p style="text-align: center;">职业能力</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、市场调研技能：搜集、获取、分类、筛选、整理信息和数据的技能； 2、市场分析技能：营销环境分析，消费者分析，竞争者分析、目标市场分析； 3、营销策划技能：能设计撰写策划案，公关传播策划，广告策划，电商营销方案策划、市场推广策划； 4、产品销售技能：开拓市场，与客户沟通、谈判，推介产品，为客户提供专业性支持。 <p>客户管理技能：进行有效的客户管理和沟通，了解并分析客户需求情况，进行维护客户方案规划，发展、维护良好的客户关系；建立售后服务信息管理系统（客户服务档案、质跟踪及信息反馈、客户信用管理）。</p>

（五）毕业标准

1. 学分要求

学生必须修完本专业教学进程表所规定的课程并达到合格标准，共须修满 160 学分，其中课内 135 学分，课外 25 学分。

课内学分包括公共通识基础课 31 学分、公共通识拓展课 4 学分（公共选修课）、专业基础课 30 学分、专业核心课 24 学分、专业拓展

课 12 学分、毕业顶岗实习 29 学分和毕业报告（设计）4 学分。

课外学分包括课外职业素养教育 9 学分、课外专业能力教育 15 学分和讲座 1 学分

2 . 英语、计算机要求

英语、计算机列入准学士学位要求。

(1) 英语要求：英语需获得高等学校英语应用能力 A 级或 CET4 的 280 分以上或其它相应的全国英语考试认证证书（如托业桥职业英语证书、雅思证书等）；

(2) 计算机要求：计算机需获得全国计算机等级考试一级或以上等级证书。

3. 职业资格证书要求

表 4 职业资格获证要求表

职业工种	考证级别	颁证机构	获证要求
海南省市场营销技能大赛/全国市场营销技能大赛/行业协会相关竞赛/省级竞赛	(个人/团体)三等奖/优秀奖以上	海南省教育厅/全国职业院校技能大赛组织委员会/行业协会/省级行政部门	海南省教育厅/行业协会/省级行政部门等组织的专业相关赛项
物流职业能力等级认证	助理级或以上级别	中国物流与采购联合会	取得证书
采购职业能力等级认证	助理级或以上级别	中国物流与采购联合会	取得证书
其它营销相关职业资格证书	初级	经学院教学指导委员会认可的颁证机构	取得证书
毕业前二级学院认定	相当于初级	无	由学院教学委员会会议通过,结合学生顶岗实习情况进行专家鉴定
1+X 证书	合格	教育部公布的颁证机	鼓励学生跨专业,积极

		构	取得多类职业技能等级证书,拓展就业创业本领,只要是教育部试点的 1+X 证书均可
--	--	---	--

学生修完专业教学进程表所规定的课程并达到合格标准,修满规定的学分,可获得毕业证书;如在此基础上另外获取相应的英语、计算机及职业资格证书,则可获得毕业证及准学士证。

五、课程体系

(一) 课程体系设计思路

本专业立足高等职业教育,注重职业素质和专业技能的培养,在对企业调研的基础上,分析毕业生就业、行业、领域,确定市场营销职业岗位群,分析每个岗位典型工作任务及职业能力,结合职业资格标准的要求,确定专业核心课程。每门核心课程选取若干项目或任务作为教学的载体,市场营销职业工作过程融合在项目或任务训练中。通过校内外结合、多层次全方位的认知实习、专业实习和顶岗实习,形成一个“分层实践,梯次提升”的实践课程体系;通过由浅入深,由单项到综合的实训,把理论和实践紧密结合起来,实现了课程与工作岗位的无缝对接。开设第二课堂,坚持素质教育与专业教育相结合,开展诚信教育,让“立德树人”的教育理念体现在每一堂课上,并贯穿于教育教学的全过程。推行“双证书”制度,实现专业课程内容与职业标准对接,培养学生高度的敬业精神、团队精神和终身学习的理念和能力,全面推进学生职业素质和专业技能的培养,实现高素质技术技能型专门人才的培养目标。

本专业以培养学生从事市场营销职业岗位工作的综合素质为主线,以校企合作和工学结合为出发点,构建包括“职业素养课”、“职业素养拓展课”、“专业能力课(专业能力基础课、专业能力核心课)”、“专业能力拓展课”和“跨专业核心课”五大模块基于市场营销岗位工作任务能力路线设计的理实一体化课程体系。通过“职业素养课”

和“职业素养拓展课”模块课程提升学生的人文素质；通过“专业能力基础课”模块课程使学生具备满足市场营销岗位群工作任务需要的基础知识和基础技能；通过“专业能力核心课”模块课程使学生具有胜任职业岗位要求要求的系统完整的专业知识和专业技术技能；通过“专业能力拓展课”模块课程强化学生对市场营销工作基本程序和技能的掌握，增强学生的岗位工作能力和岗位适应能力；通过“跨专业核心课”模块提升学生的职业发展能力和就业能力。

（二）典型工作任务与职业能力分解

市场部岗位的核心能力是市场调研与商品推销，这一核心能力又具体分为四方面的能力，即市场调研能力、商务洽谈能力、商品交易能力、网络销售能力。企划部岗位的核心能力为营销策划和品牌运营，这一核心能力又具体分为营销设计与运营能力、广告文案设计能力、营销方案策划能力。客服部岗位的核心能力是客户服务与管理，这一核心能力具体可分为谈判能力、客户维护与开发能力、客户管理能力、客户培训能力等。高职营销专业毕业学生经过几年磨练，一部分人可能升到管理岗位，主管一个企业的营销工作，管理需要营销战略规划制定能力、营销资源整合配置能力、营销制度与机制构建能力、营销组织管理与执行能力。

表 5 工作任务与职业能力分解表

工作领域	工作任务	专业能力要求	支撑课程	考证考级要求
市场部岗位	市场调查组织实施、潜在客户在客户需求分析、市场行情分析、调研报告撰写、产品销售与服务等	市场调研能力、商务洽谈能力、商品交易能力、网络销售能力	市场调研与分析、经济学、应用写作、电子商务与网络营销、推销与谈判技巧、市场营销实务	高级营销员
企划部岗位	市场分析、方案制订、产品销售	客户开发与管理能力、营销网络设计与运营能力、广告文案设计能力、营销方案策划能力	市场调研与分析、经济学基础、应用写作、电子商务与网络营	高级营销员

			销、推销与谈判技巧、市场营销实务、客户管理、广告实务、公关实务、营销策划等	
客户服务岗位	客户分析、方案制订、客户维护、客户管理和营销控制	客户服务与管理能力、营销资源整合配置能力、营销制度与机制构建能力、营销组织管理与执行能力	市场调研与分析、经济学基础、管理学基础、基础会计、应用写作、电子商务与网络营销、推销与谈判技巧、市场营销实务、客户管理、广告实务、公关实务、营销策划等	高级营销员

(三) 课程设置

1. 职业素养课

职业素养课以培养学生的职业思想素养、职业能力为主要目的，旨在帮助学生对自己的兴趣、性格、能力和价值观等因素进行探索，对职业世界进行探索，提升重要的职业素质，使学生拥有良好的职业素养。

表 6 职业素养课说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式(方法)	考核方式与要求	参考学时
1	思想道德修养与法律基础(简称“思修法律”)	<p>教学内容: 本课程主要对学生进行爱国主义、集体主义、社会主义和人生观、价值观教育; 阐述社会主义道德的基本理论和价值导向, 进行道德观教育; 阐述法律基本理论知识, 进行法制观教育</p> <p>教学目标: 通过课堂教学以及社会实践, 帮助大学生尽快适应大学生活, 提高大学生的思想道德修养和法律修养, 树立正确的世界观、人生观、价值观和法制观, 树立远大的崇高的理想, 树立以“八荣八耻”为主要内容的社会主义荣辱观, 培养完善的人格和良</p>	混合式教学	C 总评成绩=70%(过程性考试成绩)+30%(期末机考成绩)	48

		好的心理素质，使他们逐渐成长为全面发展的社会主义事业的合格建设者和可靠接班人			
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（简称“毛中概论”）	<p>教学内容：毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的基本原理及其对当代中国发展的重大战略意义</p> <p>教学目标：使学生了解中国化马克思主义的形成、发展和理论成果，学会运用马克思主义世界观和方法论去认识和分析问题，坚定在中国共产党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强在党的领导下全面建设小康社会，加快推进社会主义现代化的自觉性和坚定性</p>	混合式教学	K 总评成绩=70%（平时综合成绩）+30%（期末机考成绩）	64
3	形势与政策	<p>教学内容：根据教育部社政司下发的《高校“形势与政策”教育教学要点》，围绕党的理论方针、政策以及结合社会实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定</p> <p>教学目标：使学生较为全面系统地掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，学会正确的形势与政策分析方法，掌握正确理解政策的途径；引导和帮助学生对中国内外重大事件、社会热点和难点等问题进行思考，提高分析和判断能力，使之能科学预测和准确把握形势与政策发展的客观规律，形成正确的政治观</p>	讲授式教学	C 本课程考核采取学年考试的方式进行。 总评成绩=70%（一学年的考勤）+30%（学年论文、心得体会或调查报告）	64 学时，第1-4学期每学期各16学时
4	大学生心理健康教育	<p>教学内容：了解心理健康的基础知识，了解自我，发展自我，提高自我心理调适能力</p> <p>教学目标：通过心理健康知识传授、心理体验与行为训练提高学生心理素质，促进学生全面发展</p>	混合式教学	C 综合评分： 考试成绩×40%+平时成绩（出勤）×30%+学习态度×30%	32 学时，第1、2学期各16学时
5	体育与健康	<p>教学内容：基本的体育理论以及田径、球类、健美操、武术等项目的基本知识、技术、技能</p> <p>教学目标：提高学生体能和运动技能水平；增强体育实践能力和创新能力；发展良</p>	混合式教学、任务驱动	C 综合评分： 考试成绩×40%+平时成绩（出勤）×	90 学时，第1、2、3学期分别为

		好的心理品质，增强人际交往技能和团队意识；形成运动爱好和专长，培养终身体育的意识和习惯		30%+学习态度×30%	26、32、32学时
6	大学英语	<p>教学内容：遵循“以应用为目的”和“以必需、够用为度”的原则，传授二级系统的语言知识(语音、语法、词汇、篇章结构和语言功能等)，对学生进行全面、严格的基本技能训练(听、说、读、写、译)，培养学生初步运用英语进行交际的能力</p> <p>教学目标：通过对学生进行全面、严格的基本技能训练使学生具备基本的听、说、读、写、译的能力，日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流，为学生升入高级阶段的英语学习及各专业后续的专业英语课程的学习打下基础</p>	教师应根据不同的教学对象、不同阶段的教学要求，采用灵活机动、切合实际的教学方法，如合作学习法、角色扮演法、启发引导法、任务驱动法、竞赛激励法等。	考核方式：考核。 第一学期采取过程性考核：学习态度30%+学习水平70%。第二学期采用过程性考核和综合笔试考核(全国高等院校英语应用能力B级水平测试或其它相应的全国英语认证考试)相结合的方式。过程性考核占70%，综合笔试考核占30%。	74学时，第一学期26学时，第二学期48学时
7	计算机应用基础	<p>教学内容：以全国计算机等级考试一级MSOffice考试大纲为依据，主要包括：计算机基础知识、操作系统的功能和使用、文字处理软件的功能和使用、电子表格软件的功能和使用、PowerPoint的功能和使用、因特网(Internet)的初步知识和应用。</p> <p>教学目标：通过课程的学习要求学生具有微型计算机的基础知识(包括计算机病毒的防治常识)。了解微型计算机系统的组成和各部分的功能。了解操作二级系统的基本功能和作用，掌握Windows7的基本操作和应用。了解文字处理的基本知识，熟练掌握文字处理Word的基本操作和应用，熟练掌握一种汉字(键盘)输入方法。了解电子表格软件的基本知识，掌握电子表格软件Excel的基本操作和应用。了解多媒体演示软件的基本知识，掌握演示文稿制作软件PowerPoint的基本操作和应用。了解计算机网络的基本概念和因特网(Internet)的初步知识，掌握IE浏览器软件的基本操作和使用。</p>	示范教学法、项目教学法、直观演示法、任务驱动法等教学方法	K 第一学期，总评成绩=考勤(10%)+5次作业(20%)+课堂表现(10%)+3次单元测试(20%)+综合测试成绩(40%)，补考在第二学期初进行； 第二学期，总评成绩=考勤(10%)+5次作业(20%)+课堂表现(10%)+3次单元测试(20%)+综合测试成绩	64学时，第一学期24学时，第二学期40学时

				(40%) ;	
8	职业发展与就业指导	<p>教学内容: 按照教育部下发的《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》的文件精神,内容基本上涵盖大学生职业生涯规划、求职准备、就业创业政策、报到流程、职业发展和创新创业教育等模块</p> <p>教学目标: 通过对大学生进行科学有效的职业生涯规划指导,激发大学生职业发展的自主意识,树立正确的就业观,促使大学生理性地规划自身未来的发展,并努力在学习过程中自觉地提升就业能力和生涯管理能力,实现个体与职业的匹配,体现个体价值的最大化</p>	混合式教学	<p>C</p> <p>“职业天空”在线测评,作业总评成绩=40%(考勤及课堂表现)+60%(职业测评或作业)</p>	26学时,第4、5学期(2+1)模式的专业为3、4学期)分别为14、12、学时
9	应用文写作	<p>教学内容: 学习和掌握各种企业常用文体的特点、作用、写作方法及要求</p> <p>教学目标: 使学生运用所学的理论,分析例文,指导实际业务写作,以此增强商贸类的学生综合素养,提高学生应用各类常用专业应用写作的能力(如营销策划方案、市场调研报告等文体写作能力)</p>	任务驱动法	<p>C</p> <p>总评成绩=50%(过程性考核成绩)+50%(考勤、课堂表现)</p>	32
10	大学生创新创业基础	<p>教学内容: 学习和掌握创业的基础知识和基本理论,创业的基本流程和基本方法,创业的法律法规和相关政策</p> <p>教学目标: 通过学习创业课程,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>	混合式教学	<p>C</p> <p>总评成绩=5%(上课出勤)+25%(在线学习时间)+70%(计划书制作)</p>	32
11	中华文化选读	<p>教学内容: 通过学习,引导学生了解中国传统文化,提高学生的整体文化素养,从而关注、分析传统文化的现代价值与意义,进而培养适应生活与职场发展的能力。</p> <p>教学目标: 本课程从崇真、尚善、创美、慧智、仁和、礼乐六个方面入手,对中国传统文化进行介绍,着眼于探讨和揭示中华文化概念本身的深层内涵,使学生理解、掌握中国传统思想观念文化及其演变的内容与实</p>	混合式教学	<p>总评成绩=30%(线下教学)+70%(线上教学)</p>	24

		质。			
--	--	----	--	--	--

2. 专业能力基础课

专业能力基础课让学生对专业具有初步的认识，以培养学生的专业基础能力为主要目的，旨在帮助培养学生对专业的兴趣和认识，使学生拥有良好的专业基础，为学好专业能力核心课打好基础。

表 7 专业能力基础课说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式 (方法)	考核方式与要求	参考学时
1	管理学基础	教学内容： 管理学基本原理、方法、职能、管理前沿； 教学目标： 掌握管理学基本原理、方法、职能，能应用于实践。	混合式教学法	K 采用过程性考核和 期末考核相结合的 方式：过程性考核 占 60%，期末考核占 50%	52
2	经济学基础	教学内容： 经济学基本原理，需求和供给理论、弹性理论、消费者行为理论、厂商理论、市场结构理论、福利经济学、信息经济学、市场失灵、就业、税收、货币政策等； 教学目标： 掌握经济学的基本原理和方法，能够运用所学知识分析现实经济现象和问题。	混合式教学法	K 采用过程性考核和 期末考核相结合的 方式：过程性考核 占 60%，期末考核占 40%	48
3	市场营销基础	教学内容： 在特定的市场营销环境中，企业以市场调研分析为基础，为满足现实和潜在的市场需求，所实施的以产品（Product）、定价（Price）、地点（Place）、促销（Promotion）为主要决策内容的市场营销管理过程及其客观规律性； 教学目标： 使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和、基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解	任务驱动教学法	K 采用过程性考核和 期末考核相结合的 方式：过程性考核 占 70%，期末考核占 30%	64

		分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法, 培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力。			
4	经济法	教学内容: 反映经济立法和综合运用各种经济和法律手段调整经济关系的成果, 借鉴国内外经济法研究方面的新的思想和观点, 注重阐明本学科的基本理论和基本制度, 使之符合法学本科经济法教学的需要; 教学目标: 让学生了解国家在社会经济运行中, 是如何从维护社会整体利益出发, 运用宏观调控、微观规制、国家参与、对外管制、市场监管等现代经济管理职能依法从事管理活动、保障社会经济稳定运行等。	混合式教学法	H 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	48
5	会计学基础	教学内容: 会计学基本原理、记账方法、会计分录; 教学目标: 掌握基本会计科目处理方法, 会使用会计记账方法。	任务驱动教学法	H 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	39
6	营销英语	教学内容: 市场营销专业相关内容的英语听说读写能力的培养; 教学目标: 能够与客户开展基本的交流沟通, 在实践中能够从事相关工作。	混合式教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末笔试考核占 40%	32
7	广告实务	教学内容: 广告与公关创意、整合营销传播的策划、执行与管理。 教学目标: 有助于学生在不断变化的市场环境中, 从整合营销传播的角度去领略营销沟通之道。	混合式教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	64
8	营销策划实务	教学内容: 营销策划的方法、原理、程序、思路, 策划创意的提炼、落实和执行; 教学目标: 掌握基本的策划原理、程序和方法, 能在实践中加以运用。	混合式教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	32
9	有效沟通	教学内容: 以人际关系、人际交往、人际沟通过程	项目驱动教学法	H 学生成绩平时成绩	48

	为主线，逐一介绍认识自我和他人、基本人际关系，人们互相交流的原因、互相交流的方法、人际沟通技巧，职场中与同事、下属、上司、客户的沟通方法等。 教学目标： 通过组织学生学习和沟通技巧的相关理论和实务，使学生了解人际关系和沟通技巧的基本原则、理论并掌握沟通技巧，从而全面培养学生的沟通实践能力，提高学生的综合素质和社会适应性。		占40%，期末大作业（书面演示稿或课堂演示）以及期末考试（基本知识、案例与课程学习体会）成绩占60%。	
--	---	--	---	--

3. 专业能力核心课

专业能力核心课围绕专业核心能力展开，通过核心课程的开设，使学生具备在本专业培养岗位范围就业的能力。

表8 专业能力核心课说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式(方法)	考核方式与要求	参考学时
1	营销综合技能	教学内容： 通过具体的商务项目化设计，使学生全面了解营销工作岗位及熟悉工作流程，将所学的各专业课程知识、专业技能的综合进行综合应用； 教学目标： 了解专业工作岗位和职业发展路线，掌握全流程营销工作策划、执行、修正、完善之过程，以实现学校与企业的零距离对接。	混合式教学法	H 采用过程性考核和期末考核相结合的方式：过程性考核占70%，期末考核占30%	64
2	消费心理与行为	教学内容： 消费者行为的内部影响因素和消费者行为的外部影响因素，消费者的决策过程； 教学目标： 掌握消费者行为分析的基本方法和技能；培养一种基于消费者行为研究的营销管理思维习惯和思维能力；拓展、加深对消费者行为的认知和理解。	任务驱动教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式：过程性考核占60%，期末考核占40%	64
3	网络营销	教学内容： 电子商务与网络营销，电商营销的商业模式、运营特点、发展趋势；	任务驱动教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结	64

		教学目标: 掌握当前“互联网+”背景下, 电商营销发展、运营模式及特点。		合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	
4	市场调研与分析	教学内容: 市场调研的原理、程序, 数据挖掘、搜集、整理、分析, 市场调研报告; 教学目标: 掌握市场调研程序, 能够开展数据挖掘、搜集、整理和分析, 并撰写市场调研报告。	任务驱动教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	64
5	客户关系管理	教学内容: 销售人员评估或检验其销售的方法、信息系统及顾客服务工作的有效性, 了解更多有关一线销售、客户服务的方法。终端管理的实质; 教学目标: 前台业务处理能力; 顾客投诉处理能力; 客户信息库建设能力; 客户回访与咨询技巧; 客户管理能力; 客户关系管理创新能力。	任务驱动教学法	K 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 60%, 期末考核占 40%	64

4. 专业能力拓展课

专业能力拓展课以开拓学生的专业视野、拓宽就业岗位范围为主要目的, 旨在帮助学生在专业之外能触类旁通, 具备一定的学习迁移能力。

表 9 专业能力拓展课说明表

序号	课程名称	主要教学内容与教学目标	教学方式(方法)	考核方式与要求	参考学时
1	推销与谈判技巧	以市场营销学和管理学的内容为基础, 针对企业市场营销及其管理过程中出现的各类问题进行谈判与推销, 以使企业更好地开展市场营销活动, 为企业创造利益。	任务驱动教学法	H 采用实践考核的考评方式。根据学生的出勤情况、实训作业完成情况、实训报告, 综合评定实训成绩。	32
2	新零售管理	零售概论、零售战略与组织、零售业务管理。使得学生置于零售管理理论思考和实践的研究环境之中, 为学生提供了分析问题、解决问题的空间。	混合式教学法	H 采用过程性考核和期末考核相结合的方式: 过程性考核占 70%, 期末考核占 30%	32
3	网页美工设计	教学内容: 基于电子商务网店需要的企业网页设计与美工。 教学目标: 掌握网页美工设计基础知识与技能, 能够承担网店或公司网页设	混合式教学法、直观演示法、实践教学法	H 总评成绩=70%(过程性考核成绩)+30%(期末考试)	32

		计与制作的工作任务。			
4	供应链管理	教学内容: 从供应链运作管理的角度出发,理解供应链管理环境下的需求管理、采购管理、库存管理、业务外包,以及供应链合作伙伴的选择、业务流程重组、绩效评价等内容。 教学目标: 能够利用供应链管理理论解决营销中的问题	示范教学法、直观演示法、案例研讨及任务驱动法等	H 总评成绩=70%(过程性考核成绩)+30%(期末考试)	64
5	国际贸易	教学内容: 介绍国际贸易的基本理论、基本政策和基本知识 教学目标: 使学生能够应用其理解相关外贸政策,为今后从事国际贸易相关工作打下坚实的基础	混合式教学法	K 过程性考核与期末考试结合,平时成绩占70%,期末成绩占30%	16

6. 毕业顶岗实习

(1) 学期与时间安排

本专业的顶岗实习在第7学年的第1周开始直至第8学年的16周结束,共计7个月。其中毕业顶岗实习29周,计29学分;毕业设计4周,计4学分,总计792学时。

(2) 工作内容

本专业根据学生顶岗实习的岗位不同,完成不同岗位的工作任务,具备相应的岗位能力。

(3) 考核方式

校外顶岗实习成绩由校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三部分组成。

表 11 校外顶岗实习考评表 (满分 100 分)

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评价主体			总分
				岗位工作小组 自评 (20%)	责任教师 (40%)	企业管理者 (40%)	
1	岗位任务 (20%)	岗位与专业人才培养方向的一致性(5%)	1. 岗位与就业结合(3%) 2. 岗位与个人爱好相一致(2%)				
		岗位与技能人才相结合的程度(5%)	岗位工作的娴熟性(5%)				
		个人品行表现(10%)	1. 尊敬师长,待人谦和(5%) 2. 良好的相处沟通能力(5%)				

2	工作过程 (40%)	遵守纪律状况(20%)	1. 尊敬指导老师与实习单位人员(8%) 2. 遵守实习单位规章(6%) 3. 文明优质服务(6%)				
		胜任工作能力(20%)	1. 对岗位工作能很快进入状态(10分) 2. 服务质量符合要求(10分)				
3	工作成果 (40%)	理论联系实际(25%)	1. 实习记录(10%) 2. 实习中的奖励(5%) 3. 实习总结(10%)				
		分析解决问题的能力提高(5%)	1. 在岗期间提出了合理化建议(2%) 2. 对本专业课程设置、教学内容、教学方法等促进工学结合方面有合理的建议(3分)				
		就业情况(5%)	与企业签订了就业协议(5%)				
		事故处理(5%)	安全事故、违纪问题(5%)				

(四) 第二课堂

1. 课外职业素养教育

(1) 入学教育：主要包括校史校情教育、学习《学生手册》并通过书面考核、专业教育、安全及法制教育等内容。

(2) 思想政治与道德素质教育：（结合专业培养目标填写）

(3) 人文素质教育：（各专业及学工部门应结合专业培养，开展有助于提高学生人文素质的各类活动）

(4) 身心素质教育：（各专业及学工部门应结合专业培养，开展有助于完善学生身心素质的各类活动，配合第一课堂的社团，课外的训练（练习）

(5) 大学生公益劳动：分为必修课和选修课，主要从事校园内部环境净化等公益性劳动。

(6) 中国传统文化教育：可采用多种形式，如加强院（系）人文环境建设，引领阅读经典著作，开设人文社会科学讲座，开展多彩校园文化活动，组织传统节日纪念活动，抓好民族传统礼仪教育等，由各二级学院负责具体组织实施。

(7) 考核方式：各二级学院成立认证中心，每年6月底以班级

为单位收集二级学院学生的《第二课堂学分认证手册》，先审核、确认《手册》记录的真实性，后进入正方二级学院统登录学生第二课堂获得的学分值，并于15个工作日内完成。

2. 课外专业能力教育（见表16）

六、教学进程安排

（一）教学时间分配表

表12 教学时间分配表

学年	学期	教学活 动总周 数	军事 教育	社会实践/专业实 践/在线学习/毕业 报告（设计）周数	授课 周数	考试 周数	教学总结 周数	学时	平均周学时 (学时/教学周数)
一	1	18	2	0	14	1	1	287	23
	2	19	0	0	17	1	1	384	25
	3	3	0	3	3	0	0	72	24
二	4	19	0	0	17	1	1	408	26
	5	19	0	0	17	1	1	368	23
	6	3	0	3	3	0	0	72	24
三	7	19	0	16	16	0	0	384	24
	8	17	0	16	16	0	4	384	24
合计		117	2	38	104	4	8	1991	24

（二）各类课程学时、学分分配表

表13 各类课程学时、学分分配表

课程类别	理论学时	实践学时	学时小计	学时百分比%	学分	学分百分比%
公共通识基础课	159	201	360	15.74	31	22.96
公共通识拓展课	64	32	96	4.20	4	2.96
专业基础课	274	237	511	22.34	30	22.22
专业核心课	120	168	288	12.59	24	17.78
专业拓展课	120	120	240	10.49	12	8.89
毕业顶岗实习	0	696	696	30.43	29	21.48
毕业报告（设计）	0	96	96	4.20	4	2.96
合计	737	1550	2287	100	135	100

注：实践学时占总学时比例不低于50%。

(三) 表 14 2 + 1 模式教学进程表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	管理单位	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配								考核方式	备注		
									1	2	3	4	5	6	7	8				
									14周	17周	3周	17周	17周	3周	17周	17周				
公共 通识 基础	B	1	思想道德修养与法律基础(简称“思修法律”)	马克思	3	48	36	12	4								C	注 4、5、6		
	B	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(简称“毛中概论”)		4	64	48	16	4									K		
	B	3	形势与政策(一)		0.5				2										专题讲座	
			形势与政策(二)					2												
			形势与政策(三)		0.5				2											
			形势与政策(四)						2											
	B	4	军事教育		2	36	16	20	2									C		
	B	5	大学生安全教育(一)		0.5				2											专题讲座
			大学生安全教育(二)		0.5				2											专题讲座
	B	6	职业发展与就业指导(一)		0.5					2										注 8
			职业发展与就业指导(二)		0.5						2									专题讲座
	B	7	大学生心理健康教育(一)		1				2											专题讲座
			大学生心理健康教育(二)		1				2											
	B	8	体育与健康(一)		2	26	2	24	2										C	
体育与健康(二)			2	32	2	30	2										C	选项课		
体育与健康(三)			2	32	2	30			2								C	选项课		
B	9	大学生创新创业基础	1				2											专题讲座		
B	10	中华文化选读	1				2											混合式教学		
B	11	体测						第1次	第2次		第3次							注 9		
B	12	大学英语(一)	2	26	13	13	2										K			
		大学英语(二)	3	48	24	24	3										K			
B	13	计算机应用基础(一)	1.5	24	12	12	2										K	注 10		
		计算机应用基础(二)	2.5	40	20	20	3													
	14	暑期社会实践								24										
		小计		31	360	159	201	12	12	2							-			

公共 通 识 课	G	1	技能素养拓展课	人文	1.5	24	16	8		2							C	注 11、12		
	G	2	人文素养拓展课		1.5	24	16	8			2							C	注 13	
	G	3	艺术素养拓展课		1.5	24	16	8			2							C		
	G	4	商业文化素养课		1.5	24	16	8					2					C		
			小计		4	96	64	32		2	2	2		2			-			
专业 基 础 课	B	1	会计学基础	财管	3	48	24	24		3								K	注 14	
	B	2	管理学基础	工 管	3	52	32	20	4										K	
	B	3	经济学基础		3	39	22	17	3											K
	B	4	营销英语		2	32	16	16				2								C
	B	5	经济法		3	48	24	24		3										C
	B	6	有效沟通★		4	48	24	24		3										H
	B	7	网络营销★		4	64	16	48				4								K
	B	8	营销策划实务★		3	48	16	32				3								K
	B	9	国际贸易		4	48	24	24		3										C
	B	10	市场营销基础*		4	64	48	16		4										K
	B	11	广告实务*★		4	64	24	40				4								H
	B	12	消费心理与行为*		4	64	32	32				4								K
	B	13	市场调研与分析*★		4	64	16	48					4							H
	B	14	客户关系管理*		4	64	32	32					4							K
	B	15	营销综合技能*★		4	64	16	48					4							H
			小计			54	799	394	405	11	16	13	10							
专业 拓 展 课	B	1	推销与谈判技巧	工 管	2	32	16	16				2							H	
	B	2	新零售管理		2	32	16	16				2							C	
	B	3	管理沙盘		3	48	16	32					3						C	
	B	4	供应链管理		3	48	16	32					3						C	
	B	5	网页美工设计★	工 程	2	32	16	16				2							H	
			小计		12	240	120	120	0	0	0	6	13							
合计（所有课程）						102	1495	737	758	23	25	0	26	23						
其他	B	毕业顶岗实习			29	696	0	696										H	注 17	
	B	毕业报告（设计）			4	96	0	96											H	
			小计		33	792	0	792												
总计					135															

备注:

1. 课程管理单位简称为管理单位, 为方便排版, 管理单位采用简称。
2. 非 2+1 模式的专业应在此注明: 第 5 学期在校学习时间**个周, 其中上课 9 周, 考试 1 周。
3. 第七、八学期含实习周
4. “思修法律”和“毛中概论”由马克思主义学院安排。形势与政策理论课由马克思主义学院实施, 实践课由各二级学院实施。大学生心理健康教育由人文艺术学院安排, 实践学时由学工处在课外进行。军事教育共 2 周, 由学生工作处统筹, 理论课由马克思主义学院实施。
5. 课程性质: 必修课用 B 表示, 公选课用 G 表示。
6. 考核方式: 考试课用 K 表示, 考查课用 C 表示。一般要求考试科目用 100 分制登录成绩, 考察科目按五段制登录成绩。
7. 课程名称后面的(一)、(二)等数字表示课程开设的顺序, 如第二学期开设则在课程名称后面用(一)标注, 第三学期继续开设则在下一行的课程名称后标注(二), 请参照上表; 如仅一个学期开设, 则不用标注。
8. 职业发展与就业指导课理论学时由人文艺术学院安排, 在第 4、5 学期开设(2+1 模式的专业安排在 3、4 学期), 实践学时由各二级学院执行, 安排在要求学期的课外进行。
9. 体测共安排 3 次, 第一次安排在军训后进行, 第二次和第三次分别安排在第二学期和第五学期进行, 成绩于第五学期录入正方系统。
10. 计算机应用基础课程 4 学分, 64 学时, 在第一学年内分两学期完成。学生考取全国计算机等级考试一级或以上证书可免修或替换该课程成绩。
11. 公共通识拓展课分人文素养、技能素养、艺术素养拓展课、商业文化素养拓展课等四类课程, 学生于暑假及相应学期(第 2 至第 6 学期)从四类课程中选修四门课程, 达到 6 学分。
12. 技能素质拓展课需从应用文写作和另外一门课程(人文艺术学院提供课程)二选一。
13. 人文素养拓展课需从职场沟通与交际和另外一门课程(人文艺术学院提供课程)二选一。
14. 专业核心课可以在课程名称后加“*”标注, 理实一体课用“★”标志。
16. 专业拓展课如果是二选一之类的或绑定的模块课程等, 或按周进行的课程要在备注注明清楚。
17. 毕业顶岗实习于第 7 学期第 1 周至第 8 学期第 16 周进行, 一般按每周 24 学时计算, 2+1 模式实习时间不少于 7 个月, 29 学分, 696 学时, 毕业设计、报告同时进行。顶岗实习与实习报告的校内指导教师由相应班级的本专业教师或班主任负责。
18. 毕业报告(设计)于第 8 学期最后 4 周进行, 按照每周 24 学时计算, 共计 4 学分, 2+1 专业毕业报告(设计)与顶岗实习同时进行。顶岗实习与实习报告的校内指导教师由相应班级的本专业教师或班主任负责。
19. 按周进行的课程要在备注清楚。
20. 替代专业能力和专业能力拓展课程学分的证书或奖励等, 必须在备注说明清楚, 并按学校或二级学院的管理规定执行。
21. 授课形式为“混合式教学”的课程, 请在备注栏中注明。
22. 《暑期社会实践》, 1 学分, 3 周, 必修课, 安排在第一学年的暑假, 由马克思主义学院和团委共同安排。

23. 第 6 学期的专业实践（暑假实践）的指导教师同毕业顶岗实习的指导教师。

（四）集中实训

表 14 集中实训安排表

序号	集中实训课程	学期	学分	学时	所在周	教学实践 内容、要 求	实践地点	考核方式
1	专业综合技能训练	6	4	64	02-17	在校内进行。营销综合业务能力全真训练	实训室和有关场所	师生全程共同考核

（五）第二课堂

表 15 课外职业素养教育安排表

序号	活动项目	实施单位	活动地点	开展时间	参与对象	举行方式	培养能力	学分
1	入学教育	学生工作处	教学楼	新生军训期间	全体新生	讲座	适应能力	1
2	思想政治与道德素质教育	团委	教学楼	1-5 学期	2019 级全体学生	讲座活动	思维、学习能力	2
3	人文素质教育	团委	教学楼	1-5 学期	2019 级全体学生	讲座活动	思维、学习能力	2
4	身心素质教育	团委	教学楼	1-5 学期	2019 级全体学生	活动	思维、学习能力	2
5	劳动教育	团委	校园	1-5 学期	2019 级全体学生	活动	吃苦耐劳能力	2
学分合计								9

注：本部分为必修部分，学分 9 学分。

表 16 课外职业能力教育安排表

序号	活动项目	实施单位	活动地点	开展学期 (时间)	参与对象	举行方式	培养能力	学分	备注
1	团队合作素质拓展活动 (一)	工商学院	教学楼	1	工商学院 2019 级全体学生	团队指导	团队合作意识与能力	0.5	每学期 4 节课
2	团队合作素质拓展活动 (二)	工商学院	教学楼	2	工商学院 2019 级全体学生	团队指导	团队合作意识与能力	0.5	每学期 4 节课
3	团队合作素质拓展活动 (三)	工商学院	教学楼	3	工商学院 2019 级全体学生	团队指导	团队合作意识与能力	0.5	每学期 4 节课
4	团队合作素质拓展活动 (四)	工商学院	教学楼	4	工商学院 2019 级全体学生	团队指导	团队合作意识与能力	0.5	每学期 4 节课
5	营销或其他技能大赛	工商学院	校内	2/3/4/5 /6	报名参赛的学生	培训课	技能培训	2	共 30 学时
6	影视欣赏	工商学院	教学楼	第 1、第 2 第 4、第 5 学期	2019 级营销专业全体学生	集中或分散观影	拓宽视野	1	

7	系列讲座	各学院组织的均可	校内外	第2、第3、第4、第5学期	2019级营销专业全体学生	讲座	拓宽知识面、思维能力	2	
8	课外阅读	工商学院	图书馆	第1、第2、第3、第4、第5学期	2019级营销专业全体学生	分散读书	提高阅读能力, 拓宽知识面	2	
9	求职与应聘	工商学院	教学楼	第4、第5学期	2019级营销专业全体学生	集中观影	拓宽视野	1	收看教育频道的《职来职往》、天津卫视的《非你莫属》等求职类真人秀节目
10	大型活动组织	工商学院	校内	第1-6学期	2019级营销专业全体学生	晚会、话剧、短剧等形式	组织协调能力	1	
11	图书馆相关讲座	图书馆	校内	1	2019级营销专业全体学生	讲座	自学能力、搜集信息能力	1	
12	专业教育	工商学院	校内	1	2019级营销专业全体学生	讲座或其他	专业认知	2	
13	专业实践	工商学院	校外	1-6学期的节假日	2019级营销专业全体学生	实践	专业技能提升	4	利用节假日参与各种实习实践活动
学分合计									15

注：本部分课外职业能力拓展教育必须修满 15 学分，其中专业教育、专业实践、团队合作素质拓展活动、课外阅读、系列讲座、影视欣赏、求职与应聘为必选。

七、创新创业学分

为培养学生创新精神与创业能力，促进学生全面发展，学校鼓励学生利用课外时间积极从事科研、竞赛和发明创造活动。学生创新创业实践活动、创新创业成果可适当转化为课程学分。创新创业学分可以累计，但每个方面的学分只能计算 1 次，同一项目中有多项符合学分给予条件者，取该项奖励学分的最高值（按照《创新创业学分认定管理办法》。创新创业学分可依据其性质替代相应课程的学分（按照海南经贸职业技术学院《考试管理办法》执行）。

八、辅修专业

本专业暂无辅修专业。

九、条件与保障

（一）体制机制

成立市场营销专业教学指导委员会，专业教学指导委员会委员由副教授以上职称教师及行业、企业专家能手共同组成。参与专业人才培养方案的制定、教学改革、教材开发等，对教学管理及教学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，并定期到校开展讲座或兼职上课，为专业建设与发展出谋献策。

表 17 专业建设委员会

序号	姓名	委员职务	工作单位	单位职务	职称
1	龙璇	主任	海南经贸职业技术学院	工商管理学院院长	副教授
2	林华瑾	副主任	海南经贸职业技术学院	工商管理学院副院长	教授
3	陈松	委员	海南经贸职业技术学院	专业教师	副教授
4	吴星	委员	海南经贸职业技术学院	专业教师	讲师
5	朱海冰	副主任	海南泰合实业有限公司	董事长	
6	谢志标	副主任	海南思凡科技有限公司	总经理	
7	董超	委员	海南点点文化产业发展公司	董事长	

（二）师资要求

1. 专业教师要求

作为本专业教师，必须具备“双师素质”，并要求其职称、素质、知识和实践能力结构合理。根据专职与兼职相结合、培训与引进相结合的原则建设本专业教学团队。专兼职教师都要具有较丰富的教学经验和实践经验。本专业师资配置建议师生比 1:16，专兼教师比例为 2:1。专任教师任职条件要求具有高校教师资格证，具有营销岗位工作经历或实践经验，熟悉营销业务，精通本专业的基本理论与知识，具

有较强的教学与科研能力。

2. 兼职教师要求

本专业兼职教师来源于企业一线的业务专家、骨干及能工巧匠，中高级职称占优先录用，必须在相关岗位工作两年以上，拥有丰富的实践工作经验和理论知识，能够带来本行业的新理念、新知识、新技术、新工艺、新标准。对兼职教师按照学院正规教师进行管理，全程参与专业人才培养方案的制定、实施、修订，以及专业建设、课程建设、实践教学等教学活动。

兼职教师任职条件要求具有 5 年营销及相关岗位工作经历，有丰富的实际工作经验，具有中级以上专业技术职务或和相关本专业职业资格，具有一定的教学组织能力。专业核心课程应由校内专任专业教师和行业兼职教师共同完成教学。其中，实践实训部分应以行业企业兼职教师指导为主，兼职教师数占比不低于 50%。

根据教学工作需要聘请行业企业兼职教师应在每学期结束前一个月提出下学期聘任人员，按规定程序审批，填写兼职教师审批表，并提供相关证明材料，分管副院长签署聘任意见后报学院教务处和人事处，签订聘任协议并颁发聘书，聘期可根据工作需要而定，一般兼职教授 3 年，兼职讲师 1—3 年，兼职教师每学年必须承担一定的教学任务，包括授课、实训指导、毕业设计指导、顶岗实习指导、实训室建设指导等。

（三）实训条件

1. 校内基地具备条件

营销专业校内实训条件相对完善，能够满足以 50 人为自然班的校内实训项目开展，具体配置要求如下。

表 18 校内实训条件列表

实训类别	实训项目	主要设备名称	数量(台/套)
专业课程实训	营销实务	营销战略与管理软件	1
		营销技能	1

实训类别	实训项目	主要设备名称	数量(台/套)
专业课程实训	营销策划实务	营销综训及竞赛软件	1
专业课程实训	营销综合技能	销售软件	1
		营销实战	1

2. 校外基地具备条件

表 19 校外实训条件列表

基地名称	地点	实习规模	功能
海南唯美家居有限公司	海口市滨海大道	待定	开展销售业务的顶岗实习
海南蔚蓝时代有限公司	海口市美兰机场	待定	开展销售业务的顶岗实习
海南泰合实业有限公司	海口市红城湖路	待定	开展营销业务的顶岗实习
海南思凡科技有限公司	海口市金贸中路半山花园	待定	开展营销策划与销售业务的顶岗实习

(四) 质量保障措施

1. 建立专业教学指导委员会。专业教学指导委员会委员由副教授以上职称的教师及行业、企业专家能手共同组成。参与专业人才培养方案的制定、教学改革、教材开发等，对教学管理及教学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，并定期到校开展讲座或兼职上课，为专业建设与发展出谋献策。

2. 建立教学质量标准和工作规范。明确各管理部门责任，保证教学的正常秩序，强化质量管理。通过制定和完善课程标准，从课程教学目标、教学内容、课程考核和评价标准等方面全面、细致的规范教学内容和教学周期，并按照课程教学标准对课程内容与周期实施质量监控。

3. 实行督导制度，建立多级的教学督导体系。在院级督导制的基础上，建立二级学院教学督导体系。聘请有经验的老教师作为督导组

成员，定期听课，针对听课情况给予建议。二级学院院长、副院长、专业带头人定期深入课堂听课，全面了解教师教课与学生学习的情况，对教学工作给予指导，交流教学经验，提高教学质量。

4. 建立一个动态的、多层次、多渠道的教学质量监控体系。以教学督导工作为核心，按照督教、督学、督管思路，不断完善教学质量监控体系。制定系列有利于教学工作的条例和听课、评教制度。建立科学合理的教学评估督导体系，形成分析、评价、反馈制度，营造良好的教学环境，力求达到最佳教学效果。

5. 建立教学质量提升机制。通过开展新生素质调查、建立毕业生质量跟踪调查机制，健全教学质量检查与教学信息反馈系统来加强对教学质量的监控，提升教学质量。新生一入学即开展专业教育，进行新生素质测评，制定学生职业规划，加强对学生的素质教育，培养创新能力，重视个性发展，实行因材施教。在人才培养过程中，贯彻以生为本的理念，通过人才培养方案的建设和优化，切实加强学生的身心素质和人文素质修养，强化学生的营销职业道德和法律意识，结合专业课程的系统学习，通过认知实习、专业实习和顶岗实习等实践环节，借助职业技能大赛、大学生创新创业大赛及丰富多彩的校园文化生活平台，不断提升职业素质，塑造健全的职业人格。在日常管理规范中，注意提高学生礼仪素质、诚信意识、敬业精神等，专业教师要在授课中以知识为载体，对学生进行职业道德教育，推动学生顺利完成学生向职业人的转变，使其成为既能面向基层一线，又有一定可持续发展能力的高素质技术技能人才。

九、专家论证意见

专家们一致认为营销专业人才培养方案人才培养目标定位准确，职业岗位群工作任务分析细致全面，按照营销岗位工作任务、岗位职业能力以及职业成长规律构建课程体系，课程设置合理，凸显了校企合作、工学结合特色，尤其是课证融合课程，具有鲜明的工学结合特色，可操作性强，能保证专业人才培养目标的顺利实现。

姓名	单位、职务及职称	签名
----	----------	----

黄少丽	海南唯美家居有限公司	总经理
陈明辉	OOCL 公司海南分公司	总经理
朱海冰	海南泰合实业有限公司	总经理
谢志标	海南思凡科技有限公司总经理	总经理
董超	海南点点文化产业发展公司	董事长

专业负责人：林华瑾（兼）

审 核：林华瑾

二级学院院长：龙璇