
市场营销专业 人才培养方案

河南交通职业技术学院

市场营销专业人才培养方案

目 录

一、专业标准	3
(一) 专业名称	3
(二) 专业代码	3
(三) 入学要求	3
(四) 修业年限	3
(五) 职业面向	3
(六) 专业目标	3
(七) 专业定位	4
(八) 核心岗位和相关岗位群	4
(九) 职业技能证书	4
(十) 毕业标准	5
二、专业教学标准	5
(一) 就业岗位及能力要求	5
(二) 培养目标及规格	8
(三) 课程体系	12
(四) 教学基本条件	15
(五) 教学实施	15
三、实训标准	20
(一) 实训体系及目标	20
(二) 实训组织	20
(三) 保障体系	21
(四) 评价体系	23
四、其他说明	26

市场营销专业人才培养方案

一、专业标准

(一) 专业名称

市场营销

(二) 专业代码

530605

(三) 入学要求

普通高级中学毕业，中等职业学校毕业或具有同等学力。

(四) 修业年限

学制：三年

学历：大专（注：3+2 的学制是二年）

(五) 职业面向

表 1 市场营销专业人才职业面向分析表

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 或技能等级证书举例
财经商贸大 类（53）	工商管理类 （5306）	批发业 （51）、零 售业（52） 商务服务业 （72）	市场营销专业人员 （2-06-07-02） 客户服务管理员 （4-07-02-03） 互联网营销师 （4-01-02-07） 品牌专业人员 （2-06-07-04）	市场策划主管、 市场推广主管、 销售业务主管、 客户服务主管等	数字营销技术应用等 级证书、电子商务数 据分析等级证书、互 联网营销师、新媒体 运营师

(六) 专业目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基
础和零售管理、市场与网络营销、商务数据分析、互联网销售、

客户服务管理、电子商务法律法规 等知识，具备运营数据采集与分析、用户运营与管理、商品发布与优化、社群运营管理、全渠道营销方案设计、销售、视觉营销设计、互联网产品规划与开发等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发等工作的高素质技术技能人才。

（七）专业定位

本专业立足河南、面向全国，按照区域经济社会建设需求，不断满足企业营销部门对高素质技术技能人才的需求，全面提升素质、知识、能力，并掌握实际岗位（群）需要的专业核心技术技能。

（八）核心岗位和相关岗位群

表 2 市场营销专业核心岗位和相关岗位群

核心岗位	相关岗位群	
1. 市场营销岗位	1. 促销员	2. 渠道专员
2. 市场营销销售管理岗	2. 销售主管	2. 市场主管
3. 市场营销策划岗	1. 市场调研	2. 全媒体营销策划推广
4. 电商运营管理岗位	1. 电商产品开发岗位	2. 电商客服专员岗位

（九）职业技能证书

表 3 市场营销专业课证融通情况表

专业名称	市场营销		
核心岗位	营销岗 电商营销岗	相关岗位群	策划专员、市场调查员、市场促销员、置业顾问、营业员
标准依据	电子商务师过程化考核认定方案(四级、三级)		

可获取职业资格证书	电子商务师职业技能等级证书		
书证融通情况	课程 1	课程 2	课程 3
电子商务师职业技能等级证书	计算机应用基础	电子商务	网店推广实务

(十) 毕业标准

1. 本专业的学生在三年时间内，完成市场营销专业公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、实践实训课程、素质拓展课程的学习，所有课程成绩考核合格；

2. 按学校规定参加第二课堂，获得（60分）及以上的实践积分，兑换2学分，获得第二课堂成绩认证证书；

3. 按时参加国家学生体质健康测试并且成绩达到合格（50分）及以上；

4. 满足专业毕业各项条件，符合学籍管理规定，即可获得毕业证书。

二、专业教学标准

(一) 就业岗位及能力要求

表 4 市场营销专业学生就业面向

本专业所属专业大类（专业类）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
5306 工商管理类	具有销售功能的各行业	销售外勤	销售助理 门店销售员 促销员 渠道专员	电子商务师（三级） 电子商务师（四级）
		营销策划	市场调研岗位 营销策划岗位 客户服务	
		电商销售	新媒体营销	

		销售管理	销售内勤	
			销售主管	
		自主创业	小型企业主	

表 5 市场营销专业能力要求

职业 素养	基本职业能力	拓展能力
营销工作 分析素养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有规范的营销管理观念，叙述正确的营销管理过程； 2. 叙述营销管理中的重要环节以及相互之间的关系； 3. 能够组织和管理部门的营销工作； 4. 具有有序的工作习惯，能够在繁杂的事务中发现并迅速处理重点问题。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有查阅信息进行宏观和微观分析的能力； 2. 具有营销专业策划与咨询能力； 3. 具有市场竞争分析能力。
市场调查 与预测素养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有良好的市场信息收集和分析的习惯； 2. 具有正确的市场调查观念； 3. 能够进行市场调查的组织； 4. 具有市场调查方法选择的能力； 5. 具有正确运用市场信息分析工具的能力； 6. 能够进行市场调研写作。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有利用计算机进行辅助数据分析的能力； 2. 具有在数据分析中进行建模的能力； 3. 具有根据调查报告制定发展策略的能力。
商业沟通 与谈判素养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有良好的表达和理解力，能在交谈中抓住重点； 2. 具有人际关系的处理技巧； 3. 熟练应用口头、书面和肢体语言，以适当的方式表达思想，形成对交流方产生有效影响的能力； 4. 较好处理突发事件，消除对企业不利影响的能力。 	具有鼓动和激发消费者情绪的能力。

<p>市场推销 素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述产品推广中常用的方法和技巧; 2. 能够通过对消费者的接触, 正确判断客户的消费行为模式、消费影响因素, 并能设计出相应的方案, 通过适当的方式影响客户朝有利自己的方向转变的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述消费者和组织的行为分析; 2. 能够描述消费模式的分析; 3. 能够描述消费者决策模型的分析; 4. 具有根据影响因素, 综合选择推销方法和技巧的能力。
<p>广告 和促销策 划素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有根据所处的销售情况、竞争状况、市场状况, 结合市场预测的结果, 设计出市场广告和促销的组合方案、实施计划等, 并形成书面方案的能力; 2. 能够组织和协调小型的促销活动。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述广告创意形成; 2. 能够描述广告策略的制定; 3. 能够描述多种形式促销的综合选择和活动组织; 4. 能够描述广告和促销效果的测定。
<p>电子商务 运作素养</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有使用网上银行等完成电子支付与电子交易的能力; 2. 具有使用网络进行营销数据信息收集、分析和处理能力; 3. 具有处理网上单证及电子合同的能力; 4. 具有使用已有电子商务系统进行网络营销的能力; 5. 具有应用电子商务系统开展日常运营管理的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有使用电子商务系统进行的能力; 2. 具备电子商务网站的初步设计能力; 3. 具有网络虚拟企业的设立及运作能力; 4. 具备电子商务平台开发的系统规划能力。

营销渠道管理素养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有根据企业需要选择合适销售渠道的能力； 2. 能够处理好客户和公司、客户和渠道代理商之间的关系； 3. 具有处理渠道代理商和公司之间的财务问题的能力； 4. 具有和渠道组织者建立融洽关系的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够描述渠道的评估和测算方案的制定； 2. 根据市场的状况变化，能够描述设计加强、调整渠道的方案。
产品定价与财务管理素养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有市场开发与营销各环节成本和总成本的核算能力； 2. 具有市场开发与营销各环节成本和总成本的分析能力； 3. 具有利用成本管理，在既定的服务水平下，优化市场开发与营销各环节职能，降低费用的能力； 4. 具有根据市场和企业自身状况，选择合适的定价策略； 5. 具有根据市场竞争的发展和企业战略的要求，制定价格调整策略的能力。 	具有市场开发与营销各环节成本和总成本的控制能力。

表 6 市场营销专业主要课程

序号	主要课程	序号	主要课程
1	现代物流概论	9	市场营销实务
2	直播营销与运营	10	广告实务
3	管理学原理	11	品牌策划与推广
4	市场调查与预测	12	渠道管理
5	经济学基础	13	推销技术
6	消费者行为分析	14	新媒体运营
7	电子商务	15	网店推广实务
8	大数据财务管理基础	16	数字营销

(二) 培养目标及规格

1. 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场分析、商品销售、客户服务及相关法律法规等知识，具备用户画像、项目销售、数字营销、品牌策划、市场推广、商务数据分析等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事商品或服务策划和销售管理等工作的高素质技术技能人才。

2. 培养规格

本专业学生通过学习市场营销基本理论和基本知识，受到营销方法与技巧方面的基本训练，掌握分析和解决营销问题的基本能力。毕业生应获得以下几方面的知识、能力和素质：

2.1 素质

(1)政治素质:用新时代中国特色社会主义思想武装头脑，培养学生具有坚定的共产主义理想信念，拥护中国共产党的领导，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，维护国家利益和民族团结；拥有强烈的社会责任感和民族精神，甘愿为祖国为人民奉献青春；具有良好的职业道德、劳模精神和工匠精神。

(2)职业素质:具有良好的职业态度和职业道德修养，具有正确的择业观和创业观。具有敬业爱岗、艰苦奋斗、热爱劳动、遵纪守法、团结合作严谨求实、勇于创新的品质；具有良好的思想品德、社会主义公德和职业道德。

(3)人文素养与科学素质:文理交融的科学思维能力和科学精神:具有健康、高雅、勤勉的生活工作情趣;具有适应社会核心价值体系的审美立场和方法能力;奠定个性鲜明、善于合作的个人成长成才的素质基础。

(4)身心素质:具有一定的大学体育与健康运动和生理卫生知识，养成良好的锻炼身体、讲究卫生的习惯。掌握一定的运动技能，达到国家规定的大学体育与健康健康标准;具有坚韧不拔的毅力、积极乐观的态度、良好的人际关系、健全的人格品质。

(5)创新创业素质:关心本专业领域的发展动态，具有服务他人、服务社会的情怀;积极参与。乐于分享，敢于担当，具有良好的沟通能力与领导力;掌握创新思维基本技法，具有良好的分

析能力、主动解决问题的意识与建构策略方案的能力;思维活跃、行动积极,具有自我成就意识。

2.2 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、现代市场规则、支付与安全等相关知识。

(3)掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

(4)掌握营销调研的方式、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调研预测的方法。

(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)掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(8)熟悉现代市场营销的新知识、新技术、新趋势。

(9)掌握新媒体营销工具的使用方法。

(10)掌握营销数据分析的方法。掌握市场营销的定性、定量分析方法并且具有获取信息和处理信息的能力。

(11)熟悉我国市场营销方面的方针、政策和法规以及了解国际市场营销的惯例与规则,了解市场营销学科的最新研究成果和发展动态。

(12)了解计算机的基本知识,掌握微机操作系统基本功能和方法,熟练运用 office 等办公软件。

(13)具有一定的大学体育与健康知识和军事基本知识,掌握科学锻炼身体的基本技能,养成良好的大学体育与健康锻炼和卫生习惯,受到必要的军事训练,达到国家规定的大学生大学体育与健康合格标准,具备健全的心理和健康的体魄。

2.3 能力

(1)具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力;具有创

新意识、开拓能力、团队合作意识。

(2)能对自己的价值观、职业兴趣、个人条件做出正确的判断，并在对周围环境状况分析的基础上，结合所学专业和社会现实，做出符合自身实际的科学合理的职业规划，并为了实现职业规划，培养相应的综合素质与能力。

(3)具有经济活动分析与判断能力，能够遵循市场经济规律与创业项目运营规律，掌握市场调查、情报分析、需求分析、竞争环境评估、企业运营绩效分析、项目可行性与经济性评价等技术，能运用专业知识与方法对市场经济活动进行分析，并做出理性判断。

(4)树立现代营销思想与理念，掌握市场营销基础知识，掌握市场调查、营销环境分析、消费行为分析、营销组合策略制定与实施的能力。

(5)遵循市场经济规律与创业项目运营规律，掌握项目调查、情报分析、需求分析、竞争环境评估、企业运营绩效分析、项目可行性与经济性评价等技术，培养学生竞争意识、团队合作与创新创业的能力。

(6)掌握营销调研的方法、工具，根据调研目的拟定调研计划并展开调研，能对调研结果进行分析，形成营销调研报告。通过对消费者购买行为的分析，深度挖掘消费者深层次的消费心理，形成消费者画像。

(7)能通过面对面顾问式导购、向顾客有效地推介商品，并通过解决顾客异议来提高顾客成交率；不断增强服务意识，通过提供体验式服务、感动服务、妥善处理顾客投诉等留住顾客；通过科学的方法吸引顾客，了解消费者需求，不断改变商品陈列激发顾客购买欲望，从而不断提升销售业绩。

(8)能做好促销前的准备、促销中的管控和促销后的总结，通过促销活动的实施不断提升销售业绩。

(9)能够编制企业营销目标与任务书，制定和组织市场营销计划，具有编制新业务发展计划包括产品策划、广告策划、

市场推广策划，掌握新媒体营销策划与推广的能力，能够根据产品特点、企业营销目标等制定销售促进方案，撰写营销文案，拍摄和制作短视频，开展短视频和直播营销，并进行效果评估。

(10)能将所学的有关市场营销、经营管理方面的专业知识和技能进行深入培养和发展，并有效完成未来工作岗位所要求的各项工作任务：对未来从事的工作岗位进行深度调研，提升调查研究能力及理论联系实际、分析与解决问题的能力等。

(11)能在创业导师的指导下，对创业环境进行全面正确的分析，并能根据分析结果对未来创业进行合理的战略选择与规划，开发与培育合适的创业项目，进行创业实践的实际锻炼，并力争进行工商注册登记。

（三）课程体系

1. 公共基础课程

公共基础课是学生素质教育的重要组成部分，本专业开设的公共基础课为：思想道德与法制、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论形势与政策、大学体育与健康、高职应用英语、计算机应用基础、职业发展与就业指导、美术鉴赏、心理健康教育、劳动教育、创新创业教育、军事理论等。

2. 专业基础课程

专业基础课程有：现代物流概论、营销导论、管理学原理、市场调查与预测、管理经济学、消费心理学、电子商务、财务基础等。

3. 专业核心课程

专业核心课程有：市场营销实务、广告实务、品牌策划实务、渠道管理、推销技术、新媒体营销技术、网店推广实务等。

4. 网络通识课程

按照学校规定，选修网络通识课程，成绩合格。

5. 能力拓展课

能力拓展课程开设大数据财务管理基础、网店运营推广等课。

文体活动和竞赛、手工制作比赛、校内技能竞赛以及各种志愿者活动；利用创新创业孵化基地举办创客论坛，邀请创业成功人士和学生进行创业经验分享交流。

6. 实践实训课程

实践实训课程包括军事训练、校内实训、岗位实习、毕业设计、毕业教育等。

7. 实施性教学计划与教学进程表

市场营销专业实施性教学计划与教学进程表见表 6 所示。

表 7 市场营销专业实施性教学计划与教学进程表

课程类别	课程序号	课程代码	课程名称	课程性质	考核方式	学分	总学时	理论学时	训练学时	各学期总周数、理论周数、学时分配						
										1	2	3	4	5	6	
										20	20	20	20	20	20	
公共基础课程	1	00406	思想道德与法治	必修	考试	3	51	31	20	3						
	2	00400	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	考查	2	36	26	10	1	1					
	3	00408	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	考查	3	57	40	17		3					
	4	00034	形势与政策	必修	考查	4	74	54	20	1	1	1	1			
	5	00064	职业发展与就业指导	必修	考查	3	46	26	20	1				1.5		
	6	00401	劳动教育	必修	考查	2	32	16	16					2		
	7	00032	心理健康教育	必修	考查	2	34	30	4	2						
	8	00292	高职应用英语	必修	考试	4	76	76	0		4					
	9	00041	应用文写作	必修	考查	2	34	30	4	2						
	10	04037	计算机应用基础	必修	考查	4	76	38	38		4					
	11	00407	大学体育与健康	必修	考查	7	129	8	121	2	2	2	1			
	12	00063	美术鉴赏	必修	考查	2	34	14	20	2						
	13	10109	书法鉴赏	必修	考查	2	36	28	10		2					
	14	10024	军事理论	必修	考试	2	36	36	0	2						
	15	00402	中国共产党简史	必修	考试	2	36	36	0	2						
	16	10002	大学生安全教育	必修	考试	3	42	42	0				3			
	17	10019	创新创业	必修	考试	2	32	32	0				2			
	18	10001	大学生公民素质教育	必修	考试	1	14	14	0				1			
	19	10021	戏曲鉴赏	选修	考试	2	36	36	0							
	20	00139	艺术导论	选修	考试	2	36	36	0							
	21	10027	生命科学与救援	选修	考试	2	36	36	0							
	22	10009	有效沟通技巧	选修	考试	2	36	36	0							
	23	10031	创新思维训练	选修	考试	2	36	36	0							
	24	10014	中华诗词之美	选修	考试	2	36	36	0							
	25	10116	经济与社会	选修	考试	2	36	36	0							
	26	10059	逻辑学导论	选修	考试	2	36	36	0							
	27	10237	中国近现代史纲要	选修	考试	2	36	36	0							
	28	10233	情商与智慧人生	选修	考试	2	36	36	0							
小 计						70	1237	937	300	18	17	9	5.5	0	0	
专业基础课程	1	03313	现代物流概论	必修	考查	2	34	30	4	2						
	2	03297	市场营销实务	必修	考试	4	68	42	26	4						
	3	07024	管理学基础	必修	考试	4	68	42	26	4						
	4	03051	市场调查与预测	必修	考试	4	76	50	26		4					
	5	03034	经济学基础	必修	考查	4	76	50	26		4					
	6	03375	消费者行为分析	必修	考查	4	76	50	26			4				
	7	03070	电子商务	必修	考查	4	76	48	28				4			
	小 计						26	474	312	162	10	8	4	4	0	0
专业核心课程	1	03235	广告实务	必修	考试	4	76	50	26			4				
	2	03376	品牌策划与推广	必修	考试	4	76	50	26		4					
	3	03167	渠道管理	必修	考试	4	76	50	26				4			
	4	03241	推销技术	必修	考试	4	76	50	26				4			
	5	07078	新媒体运营	必修	考试	4	76	50	26				4			
	6	03377	数字营销	必修	考试	4	76	50	26			4				
	7	03381	直播营销与运营	必修	考试	4	76	50	26				4			
	小 计						28	532	350	202	0	4	8	16	0	0
素质拓展课程	1	03378	大数据财务管理基础	必修	考查	4	76	40	36				4			
	2	03331	网店推广实务	必修	考查	4	76	36	40			4				
	小 计						8	152	76	76	0	0	4	4	0	0
实践实训课程	1	军事训练及军事理论(周)		必修		2	120	0	120	2						
		专业岗位实习(周)		必修												
	2	毕业设计毕业论文(周)		必修		40	1000	0	1000					20	20	
		毕业答辩及毕业教育(周)		必修												
小 计						42	1120	0	1120	2	0	0	0	20	20	
考试课考试	小 计(周)										1	1	1	1		
	每学期课程门数										13	10	9	9		
	每学期考试门数										5	3	5	4		
	每学期考查门数										8	7	4	6		
	周 学 时 数										28	29	25	30		
	必修课总学时及学分										154	2995	1155	1860		
	选修课总学时及学分										20	360	360	0		
	总学时及总学分										174	3515	1675	1860		
制定负责人:				审核负责人:				签发人:				签发日期:				

（四）教学基本条件

1. 师资队伍

教学团队根据教学要求，按照每届 100 人学生规模，2 个班，每班 50 名学生为基数配置。市场营销专业专职教师 6 人，兼职教师比例为 1: 1。专职教师职称结构：高级 20%，中级 40%，初级 40%。

2. 教学设施

为满足教学要求，突出学生技能培养，配置多媒体教室满足授课要求。配置相应的多功能职业化实训室，满足市场调查与预测、营销管理、电子商务、新媒体营销等专业能力训练要求。开展校企合作，提供充足的实习岗位，满足岗位实习的要求。

3. 实训基地

市场营销专业与物流管理等专业共享校外实训基地，与家企业签署协议共建校外实训基地。这不仅为学生实习实训、岗位实践及就业创造了有利条件。

（五）教学实施

1. 教学组织

每学期共 20 周，其中第一学期开学教育及教学准备 1 周，军事训练及理论 2 周，理论及实践教学 14 周，劳动实践 2 周，考试 1 周；第二、三、四学期开学教育及教学准备 1 周，理论及实践教学 16 周，劳动实践 2 周，考试 1 周；第五、六学期安排岗位实习 36 周，毕业设计 3 周，毕业教育 1 周。

课堂教学以多媒体教学为主，注重现代信息技术的应用，配合使用必要的板书。充分利用互联网和课程网站资源，鼓励学生上网能够描述专业领域的资讯。从网络获得新知识。充分利用合作办学的企业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真

实的环境中磨练自己，提升自身的职业综合素质。实行工学结合，坚持企业指导学校专业建设和课程开发、开展模拟企业环境现场教学、进行企业现场教学和毕业岗位实习。

2. 教学模式

“做、学、教、练、评”五位一体教学模式，践行“以学生为本、以学定教”的教学理念，通过信息技术的运用，提高教学资源的利用率。通过整合教学资源，促进学生个性化、自主化学习，使学生提高了协作学习的能力，提升了职业素养。落实立德树人为根本任务，将培养学生的使命感和社会责任感、事业心与职业能力、创新精神与创业能力作为人才培养的重要内容。

3. 教学方法

(1) 为培养学生的技能，本课程采用的主要教学方法有以下几种：

1) “任务驱动”法

授课时就告诉学生本次课的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合应用能力。

2) 案例法

通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对问题产生浓厚兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3) “教”、“学”、“做”一体教学法

采用边讲解、边剖析、边指导的方法进行教学。

4) 直观教学法

通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激起了学生的学习兴趣 and 主动性。

5) 讨论交流法

课程教学中，让每个学生积极参与，给学生机会发表自己的意见。

6) 激励教学法

采用小组之间竞赛的方法，竞赛的结果记入平时考核成绩。鼓励团队合作精神和培养创造性解决问题的能力。

(2) 课程的教学，采用如下的主要教学手段：

1) 展示教学大纲、教学进度、教师电子教案，提高学生学习的目的性和预知性

教学大纲、教学进度、教师教案等教学过程中的诸多要素，由于各方面的原因，在传统教学中是教师的专利，学生对将要学习的内容、练习的方法、手段等往往处于被动的你教我练状态。展示这些内容，可让学生有机会预知将要学习的内容，提高学生的针对性和目的性。

2) 精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣

每位授课教师均独立精心制作电子教案、课件和教学录象，电子教案中适当加入一些视频录像文件，还加入声音文件以及一些动画效果的文件，这样使授课变得生动、有趣，使学生能够对所学知识加深印象；在课件设计中，营造轻松活泼的课堂气氛，将抽象化的问题融入到学生易于理解的实际工程情境，并通过动画演示等手段，让学生通过对熟悉事物的认知来理解理论知识。

3) 通过定期举办互动讲座，提高学生学习的自主性和参与性。

从注重教师的“教”转为更加关注学生的“学”，帮助学生更多地通过自主学习、探索性学习提高自身技能。通过定期举办互动讲座，让学生带着兴趣、带着问题来，带着答案、带着满意回，大大提高了学生学习的主观能动性。

4) 培养学生检索相关网站和用多种方法查检使用工具书的习惯

在教学过程中适时地提出疑问，要求学生通过检索网页来解决问题，同时，在教学初始即提供学生专业重要工具书书目，在以后教学过程中经常提醒学生充分利用这些工具，这是培养学生自学能力的重要内容，也是积累知识的一个十分重要的手段。学生一旦叙述了这些积累知识的方法，其好处是终身受用不尽的。

4. 教学评价

将“过程性评价”、“增值性评价”和“结果性评价”相结合，重视能力和素质评价的课程评价体系。增值性考核成绩依据学生职业能力和个体综合素养等在原有基础上的成长、发展的增值情况给出，采用问卷、访谈、标准化测试、统计分析等评价方法，按照百分制进行评分，占平时成绩的20%。期末考试以百分制进行评分，考核学生的综合能力。

5. 教学管理

依据河南交通职业相关教学管理文件执行。

岗位实习以及毕业论文是正常教学过程中的一个实践教学环节，目的是使学生验证和深入领会专业知识，能够描述实际操作技能，培养创新意识，提高分析问题和解决问题能力的重要环节。

一、岗位实习的组织

岗位实习采用学校集中安排学生到校外实训基地实习和学生自主实习相结合的原则，学生出具实习协议等相关证明的，方可自主实习。

根据教学进度安排，三年制大专班整个实习时间安排在第5、6两个学期。

学校为学生指定校内教师担任实习指导教师，进行专业深化学习的指导；工作单位为其指定企业实习指导教师，帮助学生提升工作技能。

二、岗位实习的工作要求

（一）以正式工作人员的身份进行实习

要求学生不因实习生身份而放松自己，要严格遵守实习单位的有关规章、制度和纪律，积极争取和努力完成领导交办的各项任务，从小事做起，向有经验的同志虚心求教，尽快适应环境，不断寻找自身差距，拓展知识面，培养实际工作能力。

（二）以“旁观者”的身份实习

在实习过程中，学生往往被安排在某一具体的岗位，工作可能很琐碎。要求学生自觉服从实习单位的安排，与此同时，也要把眼光放远一些，从企业工作的全局出发，能够描述企业运行的基本规律、职工的基本心态、企业管理的原则等，这种观察和训练能够使学生在更广的层面熟悉工厂，增强适应能力。

（三）以“研究者”的身份实习

要求学生在实习前通过“双向选择”（指定、自定）方式确定一些课题，积极探索理论与实践相结合的途径，利用实习机会深入企业，能够描述认识专业的相关知识，关注最新行业动态，有准备地进行1-2个专题的社会调研，实习结束时要完成实习手册并作为实习成绩的重要组成部分。

（四）安全第一，服从管理

在实习过程中，要求学生始终坚持安全第一的理念，绝对遵守企业的规章制度，服从实习老师的统一管理。期间更改实习单位或联系方式的，必须主动与实习指导教师联系。

三、岗位实习成绩考核

实习学生具有双重角色，他们既是学校派出的学生，又是实习单位的工作人员。除了完成实习岗位要求的工作以外，还要完成要求的实习记录、实习总结的书写。岗位学生实习单位对学生进行考勤管理，校外实习指导教师根据工作表现，对实习学生进行工作评价，校内指导教师对学生日常实习汇报、实习绩效情况进行评价，校内指导教师综合考虑实习学生的企业考勤、工作评价、实习绩效，对其作出最终综合评分。

四、创业学生的岗位实习

创业学生的岗位实习依据尊重学生选择的原则，在岗位实

习的手续办理，成绩考核中体现对创业活动的支持和帮助。

在第5、6学期的创业活动，可以代替岗位实习，学生需提供记录创业活动过程的相关文件，例如创业方案、创业活动中的商业活动记录、创业活动的业绩、创业总结报告等，证实创业活动存在的真实性。实习指导教师，根据参加创业活动学生提供资料的全面性、合理性，创业活动绩效等方面对学生进行评价。

三、实训标准

（一）实训体系及目标

市场营销专业实训体系按照“职业认知+专项技能训练+综合技能训练+岗位实习”进行系统化设计。职业认知包括企业参观、社会调研和专题讲座；专项实训是指按各岗位核心能力所对应的专业核心课程安排实训教学内容；综合技能训练按照专业岗位的综合能力确定实训项目和内容，在校内各实训中心进行，涵盖在相应课程的教学过程中；岗位实习则要求学生到企业营销第一线进行。

实训目标：体现工学交替和教学做一体化，对专项能力进行培养时注重专项技能训练与综合技能训练相结合、校内实训与校外实训相结合、仿真模拟与实际操作相结合、课程教学与技能取证相结合。

（二）实训组织

表8 市场营销专业实训项目安排表

第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期 第六学期
管理技能 环境分析 经济分析 行业理解	市场分析 市场调查 财务分析 营销策划	广告策划 品牌策划	网店开设 网店运营 网店推广 新媒体应用 创新及创业	市场营销 综合技能

第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期 第六学期
课内实训 认知实习 综合实训				岗位实习

（三）保障体系

1. 实训设备

(1) 京东校园实训中心

该项目将京东集团实体运行的电商项目引入学校，为学校学生提供电子商务生产实训、网络系统平台软硬件搭建、专业课程资源；全程对实训中心提供运营管理支持，并选用优秀企业管理人员长期驻校授课；为项目学校青年教师在京东提供“双师”实践岗位。

“京东校园实训中心”用于学生实训、培训，开展京东客服业务。该项目是前沿电商运作模式及热点业务群体相结合、线上线下资源互动整合，运用校园全实体的系统搭建实现行业运作在校内的全面呈现。让学生立体全方位的感受电商全流程运作模式并参与其中，通过完整的培养体系和实战机会，有效提升大学生专业力、职业感知、职业素养、扩大全球视野，为校园精英打造绿色就业通道。项目结合高校实习实训、创新创业、项目申报、专业建设、教学科研等需求，真正做到企业与学校资源共享,获得“产学研”相结合的多赢途径。

(2) 电商与物流创业实训基地

涵盖四大功能区：展示及配套服务区、O2O 线下购物区、电商运行实训区、创业培训孵化区。电商与物流创业实训基地通过真实企业环境、运营环境建设、硬件设备搭建以及 O2O 线下购物区（与连锁商超实训整合）等基础建设营造真实的企业的工作环境，并配套建设创业孵化区，其核心功能是通过真实的企业运营环境的搭建，实现理论教学、实训教学、创业教育的互联互通，有效培养应用型创新创业人才。

2. 实训指导团队

表 9 市场营销专业实训指导团队列表

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	刘奇锋	河南交通职业技术学院	副教授、人力资源师
2	赵丽燕	河南交通职业技术学院	讲师、1+X 培训讲师
3	周林林	河南交通职业技术学院	副教授
4	魏继华	河南交通职业技术学院	讲师
5	张春生	河南交通职业技术学院	讲师
6	贾雯雯	河南交通职业技术学院	助教
7	王馨艺	河南交通职业技术学院	助教
8	侯守伟	河南交通职业技术学院	讲师
9	霍兰兰	河南交通职业技术学院	助教
10	姜东淼	河南交通职业技术学院	助教
11	曹文军	河南保税物流集团	副总裁、高级会计师
12	黄宝同	河南保税物流集团	信息中心总监
13	赵虎	河南省中大门网络科技有限公司	运营总监
14	李力伟	百世物流有限公司河南分公司	总经理

3. 校外实训基地

至今，市场营销和电子商务专业先后与 28 家企业签署协议共建校外实训基地。这不仅为学生实习实训、岗位实践及就业创造了有利条件，也为电子商务专业的课程体系改革和设置，教师队伍的培养提供了平台。

校外实训基地有：

表 10 市营与电商专业校外实训基地一览表

序号	校外实训基地名称	序号	校外实训基地名称
1	新兴市场营销公司	15	河南省豫鑫物流股份有限公司
2	招商物流集团北京有限公司	16	新兴物流公司
3	四川中外运久运物流有限公司	17	郑州豫安电子技术有限公司
4	河南华夏易通物流有限公司	18	郑州北方电子科技有限公司
5	广州风神物流有限公司	19	河南中外运久凌储运公司

6	德邦物流股份有限公司	20	河南亮成物流信息有限公司
7	河南省邮政管理局	21	河南华隆储运有限责任公司
8	百世物流科技（中国）有限公司	22	河南中邮物流有限责任公司
9	浙江人本集团人本超市有限公司	23	易通交通信息发展有限公司
10	河南新华天畅物流有限公司	24	南阳宛运集团有限公司
11	河南鸿泰物流有限公司	25	漯河双汇物流投资有限公司
12	河南省商业储运公司	26	苏宁电器河南分公司
13	河南省陆玖生活电器有限公司	27	河南国美电器有限公司
14	中储发展股份有限公司郑州物流中心	28	郑州好易家商贸有限公司

（四）评价体系

采用学生评价、教师评价等方式进行课程的评价及鉴定，从而可以全面反映教学模式在实际教学工作中的运用情况，并及时得到回馈信息以求改良。考试课过程性考核与结果性考核的比例建议 5:5，考查课过程性考核与结果性考核的比例建议 6:4。课程评价坚持强化过程评价、探索增值评价、健全综合评价的理念，定量评价和定性评价相结合，教师评价和学生自评、互评相结合。

一、课程考核体系的目标及指导思想

1. 课程考核体系建设目标

建立适合当前学生的特征，能有效调动学习积极性，对教、学、用有效统一，提升教学效果，全面提升学生适应职业需求的应用能力。课程改革必须从教学现状出发，改革课程结构体系，将知识、技能和素质培养融为一体，满足学生个性化需求，培养应用能力。建立科学、实用的评价手段为实施以促进学习者自主性学习为目标的课程体系改革提供了强有力的保证。

2. 课程考核体系设计的指导思想

（1）评价体系紧密结合学生的学习动机

学习动机是学生主动学习、积极学习的动力来源，考核体系将紧密结合学生的学习动机，提升学生的主动性和积极性，提升教学效果。

(2) 将“形成性评价”和“总结性评价”相结合

通过“形成性评价”考核学生的学习过程参与及努力程度，给予学生积极的评价，促进其学习兴趣的形成。使教师和学生都能及时获得反馈信息、改进教学进程，提高教育质量。形成性评价不以区分评价对象的优良程度为目的，不重视对被评价对象进行分等鉴定。通过“总结性评价”，体现学习的最终效果。通过添加增值性评价内容，能够体现出学生在原有基础上的成长、发展的增值情况，包括学生职业能力增值和个体综合素养增值等。通过增值性评价，激励学生“不比基础比进步”“不比背景比努力”等。

(3) 重视能力和素质考核

增加学习过程评价在最终成绩中所占比重，针对目前我院学生的实际情况，以提升学生的学习兴趣，培养良好的学习习惯，形成自主学习的能力为主要目标。为其后的专业学习，以及工作岗位的继续学习奠定良好的知识基础、素质基础和能力基础。

二、考核体系

(一) 考核内容

依据课程标准规定的教学内容及教师依据学生实际情况增加的扩展内容。考查学生的学习态度、知识与技能水平。学习态度考核包含：学习过程、参与程度、任务完成水平、协作精神。知识与技能水平包含：理论知识水平、实验实训技能水平。

(二) 考核方式

1. 形成性评价

形成性评价主要考核学生的在日常学习中的学习态度。

(1) 考核形式

形成性考核由任课教师组织实施，可以采用教师评价、学生互评、学生自评等方式相结合，突出体现激励和提升学生的学习兴趣，增加学生的参与程度，提升课堂教学的氛围和效果。

(2) 考核计分方式

形成性考核以百分制方式进行计分。

形成性考核的最终成绩由日常考核成绩简单平均后得出。

（3）考核要素

任课教师可从以下要素角度对学生进行考核，每次考核考核成绩按百分制计算，满分 100 分。

学习过程：参与学习的时间，主要体现为课堂考勤

参与程度：参与学习的积极性和主动性

任务完成水平：口头及书面作业完成质量等

协作水平：学习中的团队意识和协作精神

知识及技能水平：重点考核学生知识水平和应用能力

2. 总结性评价

（1）考核方式

采用在线考试或者单独现场考试的方式，根据教学实施安排采用开卷或闭卷形式进行。

（2）考核计分方式

综合性考核以百分制方式进行计分。。

3. 综合成绩评定

综合成绩的评定由形成性评价和总结性评价构成。形成性评价主要考核学生的学习态度及部分知识水平和应用能力。总结性评价考核学生的知识水平和综合应用能力。考试课综合成绩= 形成性评价成绩*0.5 + 总结性评价*0.5；考查课综合成绩 = 形成性评价成绩*0.6 + 总结性评价*0.4。平时成绩采用过程性考核与增值性考核相结合方式进行，其中增值性考核占平时成绩的 20%，过程性考核占 80%。

（三）创业学生的成绩考核

此项考核，针对通过审批准许进行离校创业的学生。

1. 形成性评价

形成性评价主要考核学生创业活动的持续性，离校创业学生应提供相应证明，例如各种商业活动实施的证明，证实其离校创业活动的存在和延续。任课教师根据其提供材料的真实性、

合理性，予以评分，满分为 100 分。平时成绩采用过程性考核与增值性考核相结合方式进行，其中增值性考核占平时成绩的 20%，过程性考核占 80%。

2. 总结性评价

采用在线考试或者单独现场考试的方式，根据教学实施安排采用开卷或闭卷形式进行。

3. 综合成绩评定

综合成绩的评定由形成性评价和总结性评价构成。

综合成绩= 形成性评价成绩*0.5 + 总结性评价*0.5

四、其他说明

依据人才培养模式，对课程体系和课程标准必要时进行修订。重点根据实际运行情况和反馈，优化专业核心课程科目、优化融入式课程科目、修订理论和实训课时的比例、优化实训内容等。

