



黑龙江农垦职业学院

Heilongjiang Nongken Vocational College

市场营销专业 人才培养方案

黑龙江农垦职业学院

2022年6月

目 录

市场营销专业人才培养方案	1
一、专业名称和代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、人才培养目标与培养规格	1
（一）人才培养目标	1
（二）人才培养规格	1
六、人才培养模式	4
（一）人才培养模式	4
（二）教学组织形式	6
七、课程设置及要求	7
八、教学进程总体安排	22
九、素质教育活动	22
十、人才培养的实施与保障	22
（一）师资队伍	22
（二）教学设施	23
（三）教学资源	23
（四）教学方法	24
（五）教学评价	24
（六）质量管理	26
十一、毕业要求	27
（一）学分要求	27
（二）其它要求	27
附表 1 公共选修课程目录	28
附表 2 课程设置与人才培养对应关系矩阵表	30
附表 3 教学计划进程表	33

附表 4	实践教学安排表	35
附表 5	教学周数分配表	35
附表 6	学时分配比例表	36
附表 7	教学活动安排表	36
附表 8	素质教育活动表	36
附表 9	校内实训基地	38
附表 10	校外实训基地	38
附录 1	39
附录 2 错误! 未定义书签。	
附录 3	43
附录 4	52
附录 5	70

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称和代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

修业年限以三年为主，弹性修业年限为二至五年。

四、职业面向

表 1 市场营销专业职业面向

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)	主要岗位群或技术领域	相关证书
财经商贸大类(53)	工商管理类(5306)	批发业(51) 零售业(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	1+X 数字营销技术应用师

五、人才培养目标与培养规格

(一) 人才培养目标

培养思想政治坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应批发业、零售业、服务业等行业需要，具有良好的人文素养、职业道德、创新意识、创业素质和北大荒精神，掌握市场调查、市场开发、品牌推广、销售管理和电子商务等知识和技术技能，面向各类中小微型企业和非营利组织等领域的销售代表、销售经理、区域销售经理、卖场经理、市场主管、市场经理、市场调研专员等岗位及小微商业企业创业者等，培养从事客户开发、产品销售、运营管理和渠道维护等市场营销相关工作的复合型技术技能人才。

(二) 人才培养规格

1. 素质目标

(1) 思政素质

——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，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

——崇尚宪法、遵法守纪，学思践悟习近平全面依法治国新理念新思想新战略，牢固树立法治观念，坚定走中国特色社会主义法治道路的理想和信念，深化对法治理念、法治原则、重要法律概念的认知，提高运用法治思维和法治方式维护自身权利、参与社会公共事务、化解矛盾纠纷的意识和能力。

(2) 职业道德素质

——深刻理解并自觉实践市场营销职业精神和职业规范，爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯；

——养成经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养；

——勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识、有较强的集体意识和团队合作精神；

——具有严谨认真、耐心细致、吃苦耐劳、一丝不苟、精益求精的工匠精神；

——具有较强的质量意识、环保意识、风险意识、保密意识和安全意识；

——具有较强的服务意识、信息素养和职业创新精神。

(3) 身心健康素质

——达到《国家学生体质健康标准》，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；

——具有健康的体魄、心理和健全的人格，良好的行为习惯；

——能够快速适应职场环境，具有较强的抗压能力。

(4) 文化素养

——深刻理解中华优秀传统文化中讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同的思想精华和时代价值，传承中华文脉，富有中国心、饱含中国情、充满中国味；

——熟悉职场商务礼仪，具备较强的沟通表达、正确待人接物能力；

——能合理运用科学方法总结规律，运用哲学思维认识问题。

(5) 艺术素养

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。

(6) 劳动素养

——继承北大荒精神，树立劳动光荣的正确观念，弘扬劳动精神，领悟劳动的意义价值，形成勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；

——培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度；

——掌握基本的劳动知识和技能，正确使用常见劳动工具，增强体力、智力和创造力，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力；

——具备自我管理生活素质，提高劳动自立自强的意识和能力；

——运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀。

2. 知识目标

(1) 掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的基本观点、核心内涵和实践要求；

(2) 熟悉应用文写作、专业外语、办公软件应用、Python 等基础知识；

(3) 熟悉与本专业相关的经济学、法律法规、环境保护、安全消防、现代市场规则、现代市场营销的新知识和新技术等相关知识；

(4) 掌握大数据采集与分析的方式、方法、流程及应用；

(5) 掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

(6) 掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

(7) 掌握人员推销、公共关系、广告和商务谈判的原则、方法和技巧；

(8) 掌握电子商务、商务数据分析、新媒体运营推广、客户关系管理等基本方法；

(9) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

(10) 掌握基础会计、投资与理财的基本内容和方法。

3. 能力目标

(1) 专业能力

①具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

- ②具有良好文字写作能力；
- ③能够与客户进行有效沟通；
- ④能够对客群和竞争者进行分析；
- ⑤能够组织实施营销产品的大数据采集与分析；
- ⑥能够组织实施品牌和产品的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具备数据意识和商务数据分析应用能力；
- ⑫具备商务礼仪规范应用能力和创新创业能力。

（2）方法能力

- ①具有较强的计划、组织和协调能力；
- ②具有较强的理解能力和执行能力；
- ③具有丰富的想象力和创新能力；
- ④具有较强的灵活处理问题的能力；
- ⑤具有职业生涯规划能力。

（3）社会能力

- ①具有较强的沟通能力和表达能力；
- ②具有良好的团队协作素质；
- ③具有良好的社会责任感和担当精神。

六、人才培养模式

（一）人才培养模式

市场营销专业教学团队根据对北大荒集团所属企业和哈尔滨松北区企业的调研结果，围绕服务北大荒集团打造对外统一营销的平台、北大荒现代化物流体系“三库一中心”大产业规划对技术技能人才需求为主线，依托黑龙江农垦职教集团，与北大荒物流集团、北大荒食品集团等企业合作，以培养销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微商业企业创业者、市场主管、市场经理等工作的复合

型技术技能人才为目标，根据市场营销岗位工作特点，设计了“校企双元，工学耦合，PVG定向培养”的人才培养模式。人才培养模式见图1。

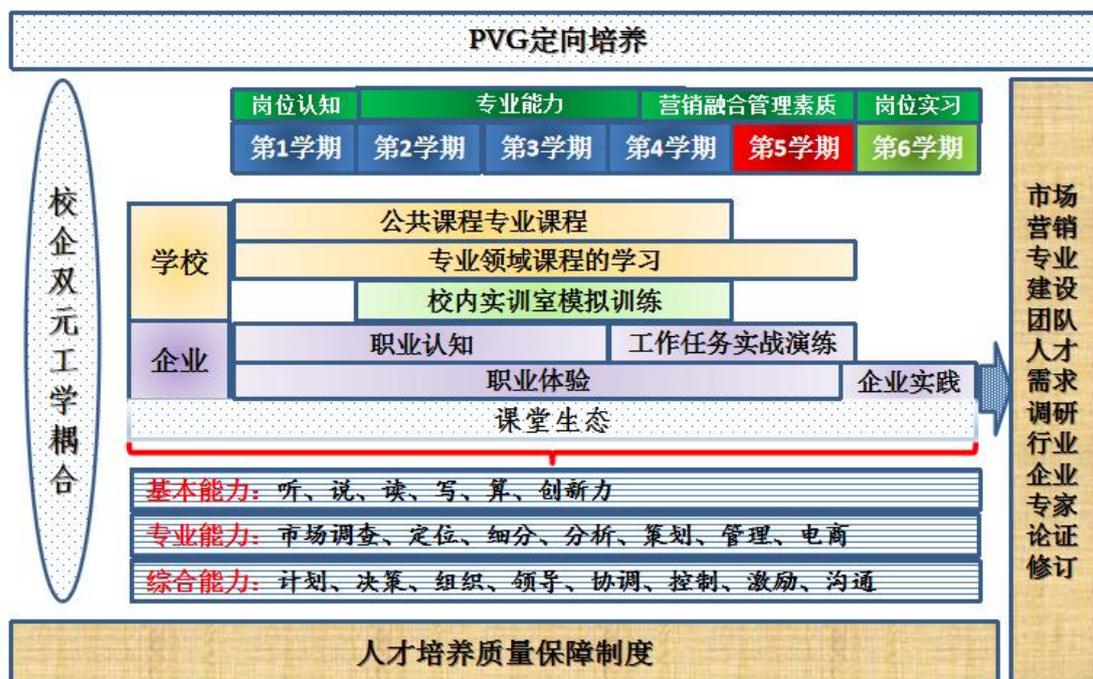


图1 “校企双元，工学耦合，PVG定向培养”人才培养模式图

专业教学团队依托黑龙江农垦职教集团，与北大荒物流集团等企业合作，构建学校和企业双主体协同育人机制，联合培养高素质技术技能人才。根据专业服务北大荒集团产业服务面向，以培养学生的职业基础能力、职业核心能力、职业胜任能力、职业迁移能力递进为驱动，从企业需求、学生个性发展两个角度促进学生职业能力的全面发展。

“校企双元”即人才培养方案由校企双方共同完成，形成“螺旋式”上升的校企合作办学、合作育人、合作就业、合作发展的格局。

“工学耦合”即在人才培养的过程中，课程与岗位能力需求耦合、教学内容与岗位职业活动耦合、实践教学环境与工作环境耦合、人才规格与就业市场要求耦合。

“PVG”是 Personalized vocational guidance 的英文缩写，意思是“个性化职业导向”。“个性化职业导向”将帮助学生认知自己，发掘个性特点，并在学习中不断养成自己的专业特长，提高就业能力，识别企业带来的机遇与挑战，取得更大的职业成就。

“校企双元，工学耦合，PVG定向培养”人才培养模式在培养过程中将分为“专业认知→基本技能→专业综合实训→阶段企业实训→岗位实习”四个能力模块，实行模块教学、阶段培养，并在此过程中选取实践类教学模块进行课堂生态教学。具体运行是将学生在校3年学习时间，划为四个阶段：第1学期学生通过专业基础课程的学习，让学生对专业具有基本的认知，第2、3学期学生通过专业知识学习和专业技能“进阶式”训练，掌握营销岗位必备的专业知识和技能，进行专业基础培养；第4学期学生在巩固和积累专业知识的同时，有针对性的在校外基地进行岗位实习，进行定向专业培养；第5学期学生通过理论联系实际，利用课内时间在校内外实训基地进行实战演练，提高职业意识和技术操作熟练程度；第6学期到校外实训基地岗位实习，提高学生专业知识和技能的综合应用能力，并把上岗就业作为评价学生实习成绩的重要指标，实现学生毕业时具备与用人单位零距离对接的就业目标和创业素质。

（二）教学组织形式

在人才培养模式的框架下，按照“理实一体教学、校内模拟实训、综合实训、阶段实习、校外岗位实习”的递进形式组织教学。人才培养过程分为四个培养阶段，即岗位认知能力培养阶段（第一学期）、岗位能力培养阶段（第二、三、四、五学期）、岗位实战能力培养阶段（第六学期）。

1. 岗位认知能力培养阶段

在第一学期将北大荒精神、社会主义核心价值观与公共基础课程融合，辅之开展大学生素质拓展计划活动、社会实践活动、社团活动、实施课堂6S管理等系列素质教育措施，培养学生良好的政治素质、职业道德、身体素质和心理素质，在专业教育、企业专家讲座、实训基地见习的过程中让学生感知企业和岗位工作环境，明确专业学习目标，设计职业生涯发展规划。在专业知识学习环节，首先安排认知实习。

通过对北大荒集团的参观或学习，进一步加强对企业岗位的认知。在此基础上分别组建虚拟公司，每个班级分别安排学业导师对学生进行分组，小组内学生分别担任虚拟公司销售部成员，发布市场开发的前期任务。虚拟公司活动过程与《经济法》、《商务数据分析与应用》等课程同步进行，强化学生的营销基本操作技能，使学生初步明确营销岗位工作流程、岗位职责和营销工作操作方法。

2、营销融合能力培养阶段

第二、三、四学期，以持续提升学生市场营销岗位技能为目标，以岗位工作内容为标准，按照岗位工作的技能要求，由专项能力向综合能力的顺序安排《消费者行为分析》《商务数据分析与应用》《市场营销》《大数据采集与分析》《电子商务基础》《营销沙盘模拟实训》《推销技术》《广告实务》《公共关系》《商务谈判》《营销策划》《销售管理》《连锁经营管理》《客户关系管理》《新媒体运营推广》《营销综合技能》等课程的学习，每门课程均对应相应市场营销岗位，将“数字营销技术应用师”1+X证书知识点和“农业经济组织经营管理师”1+X证书知识点融入相应的专业课程，强化学生岗位技能培养。

借助市场营销专业实训平台和专业社团，虚拟公司继续运行，发布相关岗位任务。一方面，通过情境任务提高学生对岗位知识的理解和初步运用；另一方面，通过社会实践和实训任务提高学生的岗位实操能力。另外，通过社团每学期举行一次专业技能竞赛，以赛促学，检验学生学习效果。

3. 管理运营实战能力培养阶段

第五学期，根据学生就业初始岗位特点、实习岗位和未来发展方向，安排学生企业阶段岗位实习，根据学生职业岗位需求和能力提升需要，组织校内教师通过线上教学和企业兼职教师现场教学相结合的方式强化学生岗位工作能力培养。同时设置与学生岗位工作联系紧密的专业限选课程，为学生灵活实习和就业提供保障。

第六学期安排学生岗位实习半年或根据学生意愿进行创业活动（须提交创业申请和创业方案）。岗位实习教学以兼职教师为主，专任教师为辅，建立辅导员和学业导师双重管理的跟踪评价管理制度，通过学院岗位实习网络管理平台对学生成绩进行管理。通过一个学期的岗位实习，使学生具备营销实战能力，最终实现零距离就业的复合型技术技能人才培养目标。

七、课程设置及要求

（一）公共基础课程（必修课）/通识课

序号	课程基本信息	课程目标与内容	课程思政方向
1	思想道德与法治 (48/3-1)	通过本课程学习，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统	

		美德,弘扬中国精神,尊重和维护宪法法律权威,加强对学生的职业道德教育,提升思想道德素质和法治素养。主要包括马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观,社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。	
2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论(32/2-2)	通过本课程学习,让青年学生从整体上把握中国选择马克思主义和马克思主义中国化的历史必然性、马克思主义中国化的历史进程及其理论成果、马克思主义中国化理论成果的科学内涵、理论体系,特别是中国特色社会主义理论体系的基本观点,增强中国特色社会主义的自觉自信;紧密联系当今世界实际、当代中国实际和学生自身思想实际,树立历史观点,拓展国际视野,强化国情意识和问题意识,增强分析、解决问题的能力;不断提高理论思维能力,以自己的实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴做贡献。主要包括毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等内容。	
3	形势与政策(32/1)	本课程以马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论为指导,紧密结合国内外形势,特别是我国改革开放和社会主义现代化建设的形势,进行马克思主义形势观、政策观教育。使学生能够了解国内外重大时事,全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策,从而正确认识党和国家面临的形势和任务,理解和拥护党的路线、方针和政策,增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感,提高投身于建设社会主义事业的自觉性,增强爱国主义责任感和使命感,明确自身的人生定位和奋斗目标。主要包括国内四个专题与国外四个专题。	
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论(48/3/2-3)	通过本课程学习,让青年学生对习近平新时代中国特色社会主义思想有较为全面系统了解,有助于引导新时代青年更好地把握这一思想的基本精神、基本内容、基本要求,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,深刻领会“两个确立”的决定性意义,在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致,为全面建设社会主义现代化国家,实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。主要包括习近平新时代中国特色社会主义思想的总体阐述、新时代坚持和发展中国特色社会主义的奋斗目标、总体任务、总体布局、战略布局、制度保障、领导力量等。	
5	中共党史	通过本课程学习,使学生掌握中国共产党发展的	

	(8/0.5-1)	历史,掌握马克思主义与中国革命、建设和改革实践相结合形成的毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系。通过教学,使学生进一步认识没有共产党就没有新中国,只有社会主义才能救中国、只有中国特色社会主义才能发展中国。培养学生理论联系实际、分析问题、解决问题的能力。主要包括党的成立、大革命时期、国内革命战争时期和解放战争时期。	
6	大学体育与健康 (108/6.5-1-4)	帮助学生树立正确的健康观,培养自主锻炼的终身体育意识。具备良好的体育锻炼习惯,能运用适宜的方法调节自己的情绪、改善心理状态、克服心理障碍。培养高尚的道德情操、顽强的意志品质、健康向上的人格,具有良好的竞争意识、合作精神。了解相关体育运动基本理论知识,明确体育锻炼的目的和意义,理解体育锻炼的原则方法和体育保健的知识。掌握两项以上体育运动的基本方法和技术。掌握常见运动伤病防治方法。能够运用科学方法测试和评价体质健康状况,制定个人锻炼计划并能进行自我监控。具备欣赏、评论、组织参与体育竞赛活动的的能力;比较熟练的掌握两项健身运动的技能。能够简单处理常见的运动损伤。	培养高尚的道德情操、顽强的意志品质、健康向上的人格,具有良好的竞争意识、合作精神。
7	大学生心理健康教育 (36/2-1)	通过本课程学习,帮助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,切实提高心理素质,促进学生全面发展。主要包括大学生心理困惑及异常心理识别、自我意识培养、人格发展与完善、生涯规划与发展、学习心理、情绪管理、人际交往、恋爱心理、压力管理及生命教育。	培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,切实提高心理素质,促进学生全面发展。培养学生的家国情怀。
8	外语 (128/8-1-2)	掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识,具备必要的英语听、说、读、写、译技能,能够运用英语语言知识和语言技能进行有效口语沟通和书面表达,能够有效进行跨文化交际,用英语传播中国文化,能够识别和理解英语思维方式和思维特点,提升学生的思维逻辑性和思辨性与创新性,基于英语语言的学习特点,能够养成良好的学习习惯,形成终身学习的意识和能力。	引导学生深入社会实践、关注社会经济问题,促进学生知识的更新,培养学生的家国情怀。
9	信息技术 (48/3-1/2)	通过本课程的学习,培养学生分析问题、解决问题的能力,在解决问题的过程中,认识问题和知	培养学生分析问题、解决问

		识所蕴含的理论思维、方法论和价值判断,实现对学生的价值引领。根据信息技术课程的教学特点,有效设计教学组织形式,突出理实一体、任务驱动的教学模式,旨在培养学生的综合信息素养和信息技术应用能力,促进专业技术与信息技术的融合。主要包括计算机文化、数据通信、计算机网络、Word、Excel、PowerPoint、云计算、大数据、物联网、人工智能等内容。	题的能力,培养学生的社会责任感。
10	大学生创业与就业 (60/3.5-1-2)	通过本课程学习,帮助学生正确认知自我,科学规划职业路径,培养学生的创新创业创造精神和主动就业创业意识,启发创新思维、熟练掌握创新方法,熟悉创业就业流程,提升创业就业技能,明晰创业就业政策,遵守创业就业法律法规,激发高职院校学生树立正确的人生观、价值观与择业创业观,把个人理想融入创新型国家建设,培养脚踏实地的工作态度和坚韧不拔的创业精神,传承发扬北大荒精神等龙江四大精神与工匠精神,形成勇于创新、敢于挑战、擅长合作等创新创业能力与求职就业素养。主要包括生涯规划与人生发展、职业决策与职业素养、了解企业与认知专业、创新精神与创新意识、思维创新与成果转化、创业政策与商机识别、企业构思与资源整合、市场调研与模式构建、创业计划与工商注册、成本控制与新创企业管理、就业形势与就业心理调试、信息收集与简历制作、面试技巧与职场适应十大模块内容。	强化市场营销专业的职业道德教育;培养学生创新精神与创新意识。
11	大学语文 (62/3.5-1-2)	课程内容包括口才训练、阅读鉴赏、应用文写作三部分,通过学习旨在提高学生的阅读鉴赏能力、口语交际能力、应用写作能力、审美能力等语文应用能力及综合人文素养,为学生学好其他专业课程以及未来职业发展奠定基础。 拓展视野、陶冶性情、启蒙心智、引导人格,在丰富学生人文内涵和精神生活的同时,引导学生学会学习、学会做人、学会生活,为学生的专业学习和终身发展奠定基础。	提高学生的审美情趣,拓展视野、陶冶性情、启蒙心智、引导人格,培养学生的家国情怀。
12	入学教育 (18/1)	通过本课程学习,使学生了解本专业的人才培养方案、专业基础课程、专业核心课等课程情况;了解本专业教学团队情况;了解本专业就业情况;了解本专业的社团情况;了解学习期间应该遵守的基本规则和生活常识,掌握教务系统的基本操作等内容。	强化市场营销专业的职业道德教育;结合国家各项法律制度及国家最新经济政策,引导学生深入社会实践、关注社会经济问

			题。
13	劳动教育 (16/1)	通过本课程学习,使学生了解劳动的意义,学会团队合作,学会奉献,学会帮助他们,拓展视野、陶冶性情、启蒙心智、引导人格,引导学生学会学习、学会做人、学会生活,为学生的专业学习和终身发展奠定基础。	提高学生的审美情趣,拓展视野、陶冶性情、启蒙心智、引导人格,培养学生的家国情怀。
14	大学生安全教育 (8/0.5)	通过本课程学习,使学生树立起珍爱生命、安全第一、遵纪守法的意识。了解安全的基本知识的。了解安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。掌握与安全问题相关的法律法规和校纪校规。掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能;掌握自我保护技能、沟通技能、问题解决技能等。课程内容包括政治安全、公共安全、生活安全、网络安全四部分内容。	强化学生的法律意识和安全意识,培养学生的社会责任感。
15	军事理论 (32/2)	通过本课程学习,使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,提高政治思想觉悟,激发学生的爱国热情,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的基础。课程内容包括中国国防、军事思想、战略环境、军事高技术四部分内容	培养学生的社会主义核心价值观,培养学生的爱国主义精神。
16	军事训练 (52/2)	通过本课程学习,使学生掌握初级军官和士兵必须掌握的基本知识和基本技能,了解革命先驱奋斗的道路和英勇事迹,学习党的路线、方针和政策,增强同党中央在思想上和政治上保持一致的自觉性。促进大学生牢固树立国防观念,掌握一定的军事知识和技能,为我军储备基层指挥军官、技术军官和后备士兵打下坚实的基础。	培养学生的社会主义核心价值观,培养学生的爱国主义精神。

(二) 专业群平台课

序号	课程基本信息	课程目标与内容	课程思政方向
1	基础会计 (52)	通过本课程学习,让学生掌握会计的基础知识、基本理论和基本技能。熟悉企业典型经济业务涉及的会计、税法等知识;熟悉会计核算方法和会计核算流程等知识;了解会计报表的编制原理及基本知识。使学生具备会计核算能力,养成较强的计划、组织和协调能力、理解能力和执行能力、较强的沟通能力和表达能力、良好的团队协作精神。主要包括会计基础知识、会计基本业务核算、会计凭证的填制与审核、会计账簿的登记、财产清查、会计报表编制以及账务处理程序。	强化会计职业道德教育;结合国家各项税收等法律制度最新改革与修订案例,促进学生知识的更新,培养学生的家国情怀。

2	Python 基础	<p>通过本课程学习，使学生能够理解 Python 的编程模式（命令式编程、函数式编程），掌握程序设计的基本知识和基本方法，达到能够运用 Python 解决实际应用问题的目的。主要内容包括 Python 运算符、内置函数以及列表、元组、字典、集合等基本数据类型和相关列表推导式、切片等。教学目的旨在培养学生程序设计相关基础知识，掌握岗位所需应用技能，培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力。</p>	<p>通过 Python 语言的经典案例，在教学过程中融入思政教育。结合立德树人的要求，给学生灌输爱党、爱国的思想，以及正向引导的元素。</p>
3	大数据采集与分析	<p>通过本课程学习，帮助学生以建构主义理论、人本主义理论为依据，坚持专业教育与创新创业教育融合，以立德树人为根本，主要内容是通过企业诚信经营、担当社会责任等案例坚持课程思政。教学目的是按照模块进行课程设计与开发，系统培养学生职业岗位能力。</p>	<p>强化市场营销专业的职业道德教育；坚持以马克思主义为指导，结合国家各项法律制度及国家最新经济政策，引导学生深入社会实践、关注社会经济问题，促进学生知识的更新，培养学生的家国情怀。</p>
4	电子商务基础	<p>通过本课程学习，使学生理解电子商务的基本概念，掌握电子商务的基本运营模式和流程，达到能够运用相关技术进行电子商务活动的目的。主要内容包括电子商务认知、从业人员职业素养、电子商务模式、移动支付、网络营销、物流管理、移动电商、跨境电商、电商新兴技术应用、电子商务法律等。教学目的旨在培养学生电子商务相关基础知识，掌握岗位所需应用技能，提高学生的互联网认知与实践能力。</p>	<p>培养学生的社会主义核心价值观，拓宽知识视野，树立职业理想信念，激发爱国情怀，关注现代信息技术发展和社会进步，提高学生的自信心、法律意识和社会责任感。</p>
5	市场营销	<p>通过本课程的学习，使学生掌握市场营销环境分析方法、消费者行为分析方法、目标市场选择策略，能够做出市场定位决策和 4P 营销决策，为今后的职业发展奠定坚实的基础。课程教学设计以市场营销专业人才培养目标为依据，遵循</p>	<p>强化市场营销专业的职业道德教育；坚持以马克思主义为指导，结合</p>

		高等职业教育理念，通过职业岗位调研分析，校企合作开发课程，设计与营销岗位工作内容一致的学习内容，以职业能力培养为目标，以学生为主体，通过“三合一”教学过程：“教师角色与销售经理角色合一、学生角色与销售员角色合一和学习过程与营销工作过程合一”实现课程教学目标。	国家各项法律制度及国家最新经济政策，引导学生深入社会实践、践行北大荒精神，关注社会经济问题，促进学生知识的更新，培养创新创业能力，培养学生的家国情怀。
6	商务礼仪	通过本课程学习，使学生以建构主义理论、人本主义理论为依据，坚持专业教育与礼仪教育融合，做到商务礼仪标准规范的目的。主要内容包括基本商务礼仪礼节规范等。教学目的旨在通过国内国际商务礼仪标准规范的学习培养学生标准的商务礼仪礼节，系统培养学生职业岗位能力。	结合国内国际最新社交商务礼节，增强职业素养，引导学生深入社会实践、践行北大荒精神，关注社会商务礼仪问题，促进学生知识的更新，培养学生规范的社交礼仪礼节。
7	管理学原理	通过该门课程理论和实践教学，使学生确立正确的管理理念，掌握现代管理的基本理论和方法，为学生步入工作岗位以及今后专升本打好扎实的理论基础。主要内容包括管理工作中的计划、决策、组织、领导、沟通、协调、控制。教学目的旨在培养学生具备发现问题、分析问题和解决问题的能力，帮助学生形成适应未来管理岗位需要的管理能力，实现培养市场营销专业高素质技术技能型人才的目标。	培养学生具有持续学习的良好习惯和管理视角；具备良好的职业道德、人文素养和商业伦理，践行社会主义核心价值观；具备创新精神和创业素质。

(三) 专业方向课

序号	课程基本信息	课程目标与内容	课程思政方向
销售岗位课程			
	经济法基础	通过本课程的学习，培养学生用法律思维分析经济现象和问题，学会运用法律武器维护自身权	培养“以法为凭，循法而行，崇法尚德，德能并重”的理念，提升学生的法律思维、

		益, 树立正确的人生观、价值观。主要包括法的本质和特征、法律关系、经济纠纷的解决途径、劳动合同法律制度和个人所得税法律制度。教学目标旨在培养学生树立守法经营和依法纳税的法律意识, 树立知法、守法、不触犯法律底线, 强化法律意识。	思辨能力和职业素养。
	消费者行为分析	通过本课程学习, 培养学生对消费者的认知和行为分析能力, 提升综合素质和职业能力, 为后续课程学习奠定心理基础和方法基础。主要包括培养学生掌握消费者心理与行为的基本理论知识; 掌握消费者个性心理知识; 掌握社会因素对消费者行为的影响; 掌握商标、包装、价格等市场营销因素对消费者行为的影响及如何通过改变营销因素来引导消费者行为等。 教学目的旨在培养学生具备从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析, 并具备发现问题、分析问题和解决问题的能力; 会察言观色, 善于换位思考, 能准确把握消费者心理活动, 具有较强的感知能力、观察能力和判断能力等。	培养学生具有良好的身体素质和心理素质, 能够抵抗工作带来的压力; 培养敏锐的市场意识, 能够准确把握市场商机; 培养有良好的思想政治素质、严谨的行为规范和良好的职业道德。
	商务数据分析与应用	通过本课程学习, 帮助学生坚持习近平新时代中国特色社会主义思想的指导; 主要内容是通过本课程每节课程在课程结束前插入一个有关案例, 引起学生的思考和讨论, 并由此引出学生需要积累那些素质才能更好的胜任工作。潜移默化的进行课程思政的设计, 强化学生的思想意识教育。教学目的是引导学生深刻理解社会主义核心价值观, 自觉弘扬中华优秀传统文化。	本课程思政设计突出课程的应用性和操作性。适应社会经济和科技进步给市场信息分析与预测带来的发展。 培养学生具有持续学习的良好习惯和宽广的国际视野; 具备良好的职业道德、人文素养, 践行社会主义核心价值观; 具备创新精神和创业素质。
	推销技术	通过本课程的学习, 使学生掌握推销洽谈的方法、客户异议的处	将“诚信、敬业”等思政元素融入专业课程中; 发扬工

		<p>理方法、交易促成的方法,具备推销、谈判的综合能力,能够迅速适应推销工作,成为合格的销售人员,并为今后的职业发展奠定坚实的基础。课程教学内容设计以市场营销专业人才培养目标为依据,遵循高等职业教育理念,通过职业岗位调研分析,与企业、行业专家共同确定推销岗位的典型工作任务与工作过程,校企合作开发课程,以推销岗位工作内容为依据,整合教学内容,以职业能力培养为核心,以“推销”的工作流程来序化、重组课程内容,根据企业三个推销具体岗位(零售终端销售代表、开发经销商的销售代表、组织市场销售代表),将课程内容细分为七个模块:推销礼仪、寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、异议处理、促成交易和店堂推销。教学过程中采用“教学做一体化”教学模式,以学生为主体,综合运用讲授法、小组讨论法、案例分析法和角色扮演法等多种教学方法,采用过程性考核与终结性考核相结合的方式实施课程评价,检验教学和学习效果。</p>	<p>工匠精神,将学生创新创业的能力作为学生能力掌握的主要指标具备良好的职业道德、人文素养,践行马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观,践行社会主义核心价值观;践行北大荒精神,具备创新精神和创业素质。</p>
	<p>广告实务</p>	<p>通过本课程学习,培养学生对消费者的认知和行为分析能力,提升综合素质和职业能力,为后续课程学习奠定心理基础和方法基础。主要内容包括掌握了解有关广告设计的基本概念和理论;熟悉广告市场调研报告书、广告创意书、广告文案等撰写方法。教学目的旨在培养将创意设计、文案写作、广告表现、广告制作</p>	<p>培养学生具有敏锐的市场意识,能够准确把握市场商机;具有良好的思想政治素质、严谨的行为规范和良好的职业道德。</p>

		等技能运用到营销实践中的能力。	
	公共关系	通过本课程学习，帮助学生以建构主义理论、人本主义理论为依据，坚持专业教育与创新创业教育融合，以立德树人为根本，主要内容包括企业诚信经营、担当社会责任等案例坚持课程思政。教学目的是按照模块进行课程设计与开发，系统培养学生职业岗位能力。	强化市场营销专业的职业道德教育；坚持以马克思主义为指导，结合国家各项法律制度及国家最新经济政策，引导学生深入社会实践、关注社会经济问题，促进学生知识的更新，培养学生的家国情怀。
	商务谈判	通过本课程学习，使学生具备现代商务谈判观念、应对具体商务谈判的能力。具有在销售代表、营销策划、营销管理等岗位从事相关商务谈判工作的能力。主要内容包括商务谈判的准备工作；掌握商务谈判的全过程，能够制定出谈判开局、报价、讨价还价、让步、僵局处理的策略；掌握商务谈判的礼仪和各种礼节，并运用自如；掌握商务谈判的有声与无声语言，做到有效倾听，有效发声；教学目的旨在培养学生能够正确运用商务谈判的战略与战术，具备极强的谈判把控力能力；更好的胜任商务谈判工作，	培养学生具有持续学习的良好习惯和宽广的国际视野；具备良好的职业道德、人文素养和商业伦理，践行社会主义核心价值观；具备创新精神和创业素质。
	新媒体运营推广	通过本课程学习，帮助学生在掌握市场营销专业知识和基本技能的同时，加强自我管理能力、树立职业生涯规划的意识。主要内容以爱岗敬业、诚信经营为主线，将服务北大荒的内涵贯穿其中，潜移默化地培育学生的人生观和价值观。教学目的是培养具有良好的信息素养、职业道德、社会责任感的新时代建设人才。	培养学生树立科学发展观的理念，践行社会主义核心价值观；具备创新精神和创业素质。
	营销综合技能	通过本课程学习，使学生具备市场开发与管理、市场调查与分析、营销策划和营销团队管理能力，具有创新创业精神和创业能力，使学生适应企业营销一线需要，实现市场营销专业学生与实习单位的零距离对接。主要内容	培养学生自觉实践各行业的职业精神和职业规范，增强职业责任感，培养学生遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯。

		包括使学生熟练运用市场调研与分析、产品推销、分析研究市场、客户关系管理、商务谈判和营销策划等关键环节的操作要点。教学目的旨在注重学生学习态度考核和职业道德养成,使职业素养培养与专业技能培养融为一体。	
营销岗位课程			
	营销沙盘模拟实训	通过本课程学习,帮助学生以模拟虚拟企业经营为依据,坚持专业教育与创新创业教育融合,以立德树人为根本,通过企业诚信经营、担当社会责任等案例坚持课程思政。主要内容包括培养学生应用筹资策略、投资策略,进行资金流控制;分析市场投入的效益、市场战略、企业营销环境;计算各种产品的毛利率,制定产品研发、生产、销售的决策方案;在动态的企业经营演练环境中,进行会计核算、财务管理工作;熟悉销售定单、原材料采购、产品销售、生产、库存等物流管理的相互协调,以及产销排程和成本控制;身临其境地感受市场竞争的精彩与残酷,体验如何承担经营风险,理解复杂、抽象的经营管理理论,掌握管理技巧;体验企业岗位职能,教学目的旨在培养学生具备现代企业经营观念、应对具体企业经营的能力。	强化市场营销专业的职业道德教育;坚持以马克思主义为指导,结合国家各项法律制度及国家最新经济政策,引导学生深入企业实践、关注企业经营问题,促进学生知识与企业经营的结合,培养学生的企业经营情怀。
	营销策划	通过本课程学习,坚持习近平新时代中国特色社会主义思想的指导;在教师与学生之间要注重培养相互关爱、相互学习的关系,实现“有温度”的教学;主要内容包括企业诚信经营、担当社会责任等案例坚持课程思政。教学目的是培养学生的学习兴趣、增加学生的知识储备和提高学生的学习能力的效果;最后,注重信息化,指教学方式要适应	培养学生具有持续学习的良好习惯和宽广的国际视野;具备良好的职业道德、人文素养,践行马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观,践行社会主义核心价值观;具备创新精神和创业素质。

		信息时代的变化，与时俱进。	
	客户关系管理	<p>通过本课程的学习，引导学生入门、理解初步的客户关系管理的框架和内容，并培养客户管理的思维模式。使学生认识客户服务与关系管理的原理，客户服务对企业的重要性，客户服务人员的职业素养要求，以及信息化管理工具与系统在客户服务与管理中的应用情况等，提升服务意识，为今后从事客户服务方面的工作奠定扎实的基础。课程教学内容设计以专业人才培养目标为依据，遵循高等职业教育理念，通过职业岗位调研分析，与企业、行业专家共同确定推销岗位的典型工作任务与工作过程，围绕如何策划并实现 CRM 这一主线，全面系统地阐述了 CRM 的相关理论，客户分析客户信息，管理客户满意度管理，客户忠诚度管理，CRM 营销等内容，目的在于帮助学生学习和掌握 CRM 的思想理论和实施方法。教学过程中采用“教学做一体化”教学模式，以学生为主体，综合运用讲授法、小组讨论法、案例分析法和角色扮演法等多种教学方法，采用过程性考核与终结性考核相结合的方式实施课程评价，检验教学和学习效果。</p>	<p>为求提高自身解决实际问题的知识和能力，必须通过不断地实践锻炼。即，欲求“行愈达”，必先“知之深”；欲求“知愈进”，必先“行之力”。践行北大荒精神，社会主义核心价值观，具备创新精神和创业素质。</p>
	销售管理	<p>通过本课程学习，培养学生具备现代销售管理观念、应对具体销售管理的能力。主要内容包括销售计划管理的内容；销售分析和销售人员业绩考评的内容；销售人员的招募与培训方法的相关内容；如何确定薪酬水准、熟悉激励的一般原理；货品管理的内容；客户管理的内容；掌握客户服务等主要内容。教学目标上旨在培养学生具备销售代表、营销策划、营销管理等岗位相关工</p>	<p>培养学生具有持续学习的良好习惯和宽广的销售管理视野；具备良好的职业道德、人文素养，践行马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，践行社会主义核心价值观；具备创新精神和创业素质。</p>

		作的技能。	
	连锁经营管理	通过本课程学习使学生掌握连锁经营管理的基本知识，掌握不同类型连锁企业的管理模式以及连锁企业的发展战略管理技术，成为优秀的连锁门店管理者。主要内容包括认识连锁经营的主要业态；连锁门店开发与设计；连锁企业的经营与管理；连锁企业采购、配送、商品、价格、促销策略等等。教学目的旨在培养学生具备现代连锁企业经营管理观念、具备基本的连锁企业经营管理的能	培养学生牢固树立科学发展观的理念，践行社会主义核心价值观；具备创新精神和创业素质。
职业拓展课程			
	经济学基础	通过本课程学习，使学生培养学生具备能够对一个企业的决策如价格决策、产量决策做出解释；能够解释一些经济现象，检考察学生的团队协作能力，提升综合素质，增强学生的就业能力。主要内容包括培养学生掌握市场需求、市场供给与市场价格理论；掌握和应用弹性原理；理解消费者均衡的含义与条件；领会生产理论、成本理论；理解国民收入核算的两种基本方法；理解失业与通货膨胀理论；领会财政政策、货币政策等。教学目的旨在培养学生具备能够对一个企业的决策如价格决策、产量决策做出解释；能够解释一些经济现象；能够对政府所采取的经济政策做出理论上的解释；能够根据政府的政策判断当前的经济形势或者根据当前经济形势的变化推断政府可能采取的经济政策。	培养学生从观察社会生活中认知经济的意识和运用经济知识改善自己和他人生活的观念。
	保险营销	本课程以市场营销专业的学生就业为导向，在行业专家的指导下，对营销流程分析、客户管理、营销策划等专门化方向所涵盖的岗位进行任务与职业能力分析，以实际工作任务为引领，以保险业务流程中涉及的常用步	挖掘了社会主义核心价值观、北大荒精神和服务黑龙江的使命感和责任感等思政映射与融入点，让学生牢固树立科学发展观的理念，践行社会主义核心价值观；具

		<p>骤为主线，以保险职业资格考核要求为依据，采用业务流程式与并列式相结合的结构来展示教学内容，通过设计情景显现、仿真模拟等活动项目来组织教学，培养学生初步具备保险营销的基本职业能力。本课程共分为两大模块，一是理论模块，主要内容是保险营销的重要概念及相关理论，另一部分则是保险营销实务模块，该模块包括保险营销流程、保险营销信息系统、保险营销产品策略、促销策略等。</p>	<p>备创新精神和创业素质。</p>
	农产品营销	<p>通过本课程学习，帮助学生以建构主义理论、人本主义理论为依据，坚持专业教育与创新创业教育融合，以立德树人为根本，通过企业诚信经营、担当社会责任等案例坚持课程思政。课程教学内容设计以市场营销专业人才培养目标为依据，遵循高等职业教育理念，通过职业岗位调研分析，校企合作开发课程，设计与营销岗位工作内容一致的学习内容，以职业能力培养为目标，以学生为主体，通过“三合一”教学过程：“教师角色与销售经理角色合一、学生角色与销售员角色合一和学习过程与营销工作过程合一”实现课程教学目标。</p>	<p>强化市场营销专业的职业道德教育；坚持以马克思主义为指导，结合国家各项法律制度及国家最新经济政策，引导学生深入社会实践、关注社会经济问题，践行北大荒精神，促进学生知识的更新，培养学生的家国情怀。</p>
	投资与理财	<p>通过本课程学习，培养学生正确的理财观念，树立正确的投资与理财观念、策略，养成良好的职业谨慎态度，提高学生分析问题、解决问题的能力，提升学生的综合素质。主要包括理财的基本观念、投资工具种类、证券投资市场、证券投资方法和股票投资基本分析方法。</p>	<p>培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。</p>

（四）实践教学

市场营销专业实践教学包括认知实习、课程实训、岗位实习、社会实践等。学生入学后安排一周认知实习，在专业实训室或在合作企业完成。课程实训包括商务数据分析与应用实训、电子商务实训、营销沙盘模拟实训、营销综合技能实

训等，在校内实训室完成。社会实践项目包括志愿者服务和社会调查实践，安排在周末和寒暑假进行。岗位实习安排在第五学期、第六学期，在校外实训基地、合作企业完成。岗位实习教学环节应严格执行《高等职业学校专业岗位实习标准》和《黑龙江农垦职业学生实习管理办法》（农垦职院〔2022〕3号）和《黑龙江农垦职业学院学生实习实训安全管理办法》等制度。

序号	实践类型及岗位	具体要求	实践周期
1	认知实习	学生入学后安排一周认知实习，在专业虚拟仿真实训基地或在合作企业完成。让学生全面了解专业职业岗位能力素质要求、认知企业岗位设置和 workflows，明晰个人职业发展目标。实习结束后撰写实习总结 1 份。	1 周
2	社会实践	每个假期开展一次社会调研实践或参加志愿者活动，撰写社会实践调研报告 1 份。	4 次
3	综合实训	安排在第五学期，在合作企业完成，安排企业兼职教师指导学生完成营销部、市场部相关岗位的业务实训，通过岗位真实实训让学生全面理解岗位工作内容，熟悉岗位工作过程，取得相关业务的操作经验，为岗位实习奠定基础。实训期间学生需要撰写实训周志，实训结束后需要提交实训总结 1 份和毕业设计 1 份，纳入实训成绩考核。	15 周
4	营销岗位实习	安排在第五学期，在岗位实习基地完成，在企业兼职教师指导下，安排学生独立完成实习企业营销员岗位工作，使学生具备市场调研工作能力。实训期间学生需要撰写实习日志，岗位实习结束后需要提交实习总结 1 份，纳入实习成绩考核。	2 周
5	销售岗位实习	安排在第六学期，在岗位实习基地完成，在企业兼职教师指导下，安排学生独立完成实习企业销售员岗位工作，具备往来销售岗位工作能力。实训期间学生需要撰写实习日志，岗位实习结束后需要提交实习总结 1 份，纳入实习成绩考核。	14 周
6	客户服务岗位实习	安排在第六学期，在岗位实习基地完成，在企业兼职教师指导下，安排学生独立完成实习企业客户服务岗位工作，具备客户服务岗位工作能力。实训期间学生需要撰写实习日志，岗位实习结束后需要提交实习总结 1 份，纳入实习成绩考核。	4 周

（五）公共选修课程

附表 1：公共选修课程目录

附表 2：课程设置与人才培养对应关系矩阵表

八、教学进程总体安排

附表 3：专业教学计划进程表

附表 4：专业实践教学安排表

附表 5：教学周数分配表

附表 6：学时分配比例表

附表 7：教学活动安排表

九、素质教育活动

立德树人、德育为先，根据用人单位对市场营销岗位从业人员的能力素质要求，针对学生的沟通表达、团队协作、爱岗敬业、踏实肯干、工作细致、身体素质、文化修养、政治素质等方面强化素质教育，设置 10 学分素质教育活动供学生选择，将素质教育和 6S 管理贯穿于人才培养全过程，以促进专业学生全面发展。学生在校学习期间需获取素质教育的 3 学分方可毕业，其中 1.5 学分的活动为必须参加的活动，其他活动学生可以根据意愿进行选择，需要修满 1.5 学分。

附表 8：素质教育活动表

十、人才培养的实施与保障

（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 18:1，双师素质教师占专业教师比例为 100%，专任教师队伍高级技术职称比例为 50%，平均年龄不超过 45 岁，形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人要求

建立校内和校外双专业带头人制度。校内专业带头人需要熟悉本专业前沿动态，能够较好地把握行业发展对职业人才的需求，能准确定位本专业培养目标，科学设计本专业课程体系，原则上应具备副高级及以上职称。校外专业带头人应熟悉本专业前沿动态，能够较好地把握行业发展对职业人才的需求，具有较高的行业影响力和社会知名度，能够指导专业建设，原则上需要具备副高级及以上职称。

3. 专任教师要求

具有高校教师资格证书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；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；具有企业 5 年以上实践工作经历或每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师要求

兼职教师从行业、企业市场营销职业一线聘请，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，具备一定教育教学能力，具有营销师、经济师及以上职称，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。

（二）教学设施

本专业必须具备满足课程教学需要的理论教学和实践教学条件，具有先进的现代化教学手段和良好的网络教学环境，具有完善的校内实训室和充足的校外实训、实习基地。

1. 基础教学教室基本要求

教室需要配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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. 校内实训室基本要求

专业校内实训室能够满足营销沙盘模拟实训、电子商务实训、营销综合技能实训和商务数据分析与应用训练等条件，具有相应的教学软件、实训教学管理系统，并配备具有丰富实践教学经验的实训指导教师。

校内实训室见附表 9

3. 校外实训、实习基地基本要求

市场营销专业校外实训和实习基地包括各类企业、非营利组织和其他组织，能为学生开展认知实习、岗位实习提供业务指导和实习岗位。

校外实训基地见附表 10

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

教学资源包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料

以及数字资源等。严把意识形态关，严格按照《黑龙江农垦职业学院教材管理办法》（农垦职院〔2022〕2号）进行教材的选用与征订。

2. 图书配备基本要求

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。专业应与学院图文信息中心共同选订图书资源，专业类图书文献包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

3. 数字资源配备基本要求

按照学院在线课程建设规划和网络教学平台要求建设、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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

序号	资源类别	资源名称	链接或说明
1	专业建设资源	市场营销专业课程 标准汇编	专业课程对应的课程标准汇编。
		电子商务基础	https://xueyinonline.com/detail/222412778 （校级）
		市场营销	https://xueyinonline.com/detail/223258506 （校级）
		管理学基础	https://xueyinonline.com/detail/220823737 （校级）
4	网络自学平台	中国大学MOOC	https://www.icourse163.org/
		学银在线	https://www.xueyinonline.com/
		学堂在线	https://www.xuetangx.com/

（四）教学方法

根据高职市场营销专业学情和行业企业专业能力和素质要求，在教学中要依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与信息化教学资源，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，提倡采用翻转课堂混合式教学，通过问题引导、任务驱动等教学模式，推行理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持以学生为主体，在课程教学中采用启发式、讨论式教学，坚持学中做、做中学，以达成预期教学目标。

（五）教学评价

全面贯彻《深化新时代教育评价改革总体方案》精神，围绕“岗课赛证”综

合育人，体现过程性评价、多元性评价，引入增值评价，注重学生个人成长。具体如下：

(1) 素质类评价

序号	评价内容	评价重点	评价主体	评价结果呈现
1	思政素质	社会主义核心价值观践行情况	分院	德育分
2	职业道德素质	营销课程实训和实习期间职业精神和职业规范践行情况	分院 企业	课程考核成绩 企业鉴定
3	身心健康素质	体育达标、心理健康测试情况	体育教师 分院	体育成绩 心理测试结果
4	文化素养	文体活动表现	分院	德育分
5	艺术素养	素质教育活动表现	分院	德育分
6	劳动素养	劳动课表现	学工处	课程考核成绩

(2) 知识类评价

序号	评价内容	评价重点	评价主体	评价结果呈现
1	专业基本知识	课程考核及格率、优秀率和职业资格证书通过率。	教师	试卷 证书通过率
2	专业新业态知识	专业新业态知识了解和运用情况	教师	学生课堂讲解 PPT
3	中华优秀传统文化知识	中华优秀传统文化知识了解和运用情况	辅导员	征文、书法比赛等
4	专业服务知识	运用专业知识开展社会实践情况	教师	社会实践报告
5	创业运营知识	运用专业知识独立创办公司	教师	社团活动总结
6	专业营销知识	运用营销知识推广产品情况	教师	营销推广方案

(3) 能力类评价

序号	评价内容	评价重点	评价主体	评价结果呈现
1	消费者行为分析能力	运用专业知识认知消费者心理的能力。	教师	考试 模拟实训成绩
2	市场调研能力	运用专业知识进行市场调研能力。	教师	考试 模拟实训成绩
3	商务数据分析与应用能力	运用专业知识进行数据筛选与分析能力	教师	模拟实训成绩 1+X 证书通过率
4	营销组合运用能力	运用市场营销组合专业知识处理销售业务的能力。	教师	考试 模拟实训成绩
5	商务谈判能力	运用专业知识进行商务谈判能力。	教师	考试 模拟实训成绩
6	营销策划能力	运用专业知识进行营销策划能	教师	考试

		力。		模拟实训成绩
7	客户关系管理能力	运用专业知识进行客户关系管理能力。	教师	考试 模拟实训成绩
8	销售管理能力	运用专业知识进行销售业务管理能力	教师	考试 模拟实训成绩
9	企业经营管理能力	运用专业知识处理企业营销业务的经营管理能力	教师	营销沙盘软件操作 模拟实训成绩 1+X 证书通过率
10	方法能力	学生社团活动参与和组织情况	教师	总结报告
	社会能力	学生第二课堂活动参与和组织情况	辅导员	总结报告

（六）质量管理

1.成立专业建设委员会

成立由市场营销专业带头人、骨干教师、辅导员组成的专业建设委员会，专业带头人担任委员会主任。通过对行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成专业人才培养调研报告，制定专业人才培养方案，制定专业建设发展规划，进行专业内涵建设。

2.建立专业咨询委员会

成立由行业企业专家、同行专家和校友代表（一般为毕业三至五年）组成的专业咨询委员会，定期召开专业建设研讨会，对专业人才培养方案进行论证，指导专业内涵建设。

3.成立专业课程建设团队

专业教学团队根据专业课程体系建设需要与创新创业中心教师、思政部教师、计算机基础课教师联合组成了专业课程建设团队，制定专业课程教学标准，系统设计“思政课程”，推进“课程思政”，开发专业课程线上线下教学资源，开发教学资源库，专业技能实训考核标准等课程标准，明确了岗位实习要求。细化包括教学准备、课堂教学、课后作业、实习实训和考核考试、认知实习、岗位实习和毕业实习等教学环节的质量要求和标准，实现专业课程教学与素质教育、创新创业教育和基础课教育的有机融合，形成一套完整的教学质量评价和监控指标体系。

4.强化日常教学管理监控

加强日常教学组织与运行管理，建立了学院、分院两级教学督导监控管理机制，建立健全了教案检查、巡课听课、评教评学制度，严明教学纪律和课堂纪律，定期开展课程建设水平、教学方法和教学质量检查与诊改，保障教学质量。

5.实施学业危机预警与援助干预

严格落实学院学业危机预警与援助干预制度，建立辅导员、学业导师、教研室主任、分院领导四位一体帮扶机制，及时与出现学业危机预警学生谈心谈话，制定学习计划，帮扶学生顺利完成学业。

6.实施专业教学诊断与改进

学院成立了教学诊断与改进工作领导小组，制定了《黑龙江农垦职业学院内部质量保证体系建设与运行实施方案》，建立了学院、专业、课程、教师、学生不同层面完整且相对独立的自我质量保证机制，市场营销专业教学团队严格执行专业专业、课程、教师、学生四个层面的诊改机制，定期针对培养目标、培养模式、课程体系、课堂教学、课外活动、实习实训等方面进行诊断分析，充分利用分析结果调整人才培养方案，有效改进专业教学，持续促进人才培养质量的持续提升。

7.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

学院委托第三方企业麦可思开展一年一度的毕业生调研，了解毕业生就业状况、就业岗位、薪酬水平等情况，了解用人单位对毕业生职业能力的评价和建议，获取企业职业岗位对知识、技能、素质方面的要求，评价人才培养质量和培养目标达成情况，为专业深化教学改革，持续提高人才培养质量提供参考。

十一、毕业要求

(一) 学分要求

修满：148.5 学分（含素质教育 3 学分）

(二) 其它要求

- 1.专业知识和技能达到培养规格的要求。
- 2.综合素质考核达标。
- 3.德育考核合格。
- 4.毕业设计合格。
- 5.考取 1+X 数字营销技术应用师。

附表 1 公共选修课程目录

序号	课程名称	课程类别	课程性质	学分
1	美术鉴赏	美育类	公共限定选修课	2
2	舞蹈鉴赏	美育类	公共限定选修课	2
3	戏剧鉴赏	美育类	公共限定选修课	2
4	艺术导论	美育类	公共限定选修课	2
5	音乐鉴赏	美育类	公共限定选修课	2
6	影视鉴赏	美育类	公共限定选修课	2
7	唐诗经典与中国文化传统	传统文化类	公共限定选修课	1
8	走近中华优秀传统文化	传统文化类	公共限定选修课	1
9	儒学与生活	传统文化类	公共限定选修课	1
10	中国文化概论	传统文化类	公共限定选修课	1
11	情绪管理	其他类	公共任意选修课	1
12	职业压力管理	其他类	公共任意选修课	1
13	有效沟通技巧	其他类	公共任意选修课	1
14	辩论修养	其他类	公共任意选修课	2
15	创新创业大赛赛前特训	其他类	公共任意选修课	1
16	创新思维训练	其他类	公共任意选修课	1
17	创业创新领导力	其他类	公共任意选修课	2
18	创业管理实战	其他类	公共任意选修课	1
19	大学启示录：如何读大学	其他类	公共任意选修课	2
20	大学生创新基础	其他类	公共任意选修课	2
21	大学生创业基础	其他类	公共任意选修课	2
22	大学生防艾健康教育	其他类	公共任意选修课	1
23	大学生公民素质教育	其他类	公共任意选修课	1
24	大学生恋爱与性健康	其他类	公共任意选修课	1
25	大学生魅力讲话实操	其他类	公共任意选修课	1
26	个人理财规划	其他类	公共任意选修课	1
27	书法鉴赏	其他类	公共任意选修课	1
28	公共关系礼仪实务	其他类	公共任意选修课	2
29	化学与人类	其他类	公共任意选修课	2

30	近代中日关系史研究	其他类	公共任意选修课	1
31	九型人格之职场心理	其他类	公共任意选修课	2
32	马克思主义的时代解读	其他类	公共任意选修课	1
33	漫画艺术欣赏与创作	其他类	公共任意选修课	2
34	民俗资源与旅游	其他类	公共任意选修课	2
35	女子礼仪	其他类	公共任意选修课	2
36	品类创新	其他类	公共任意选修课	1
37	如何高效学习	其他类	公共任意选修课	1
38	商业计划书的优化	其他类	公共任意选修课	1
39	社会心理学	其他类	公共任意选修课	2
40	生命安全与救援	其他类	公共任意选修课	2
41	食品安全与日常饮食	其他类	公共任意选修课	1
42	突发事件及自救互救	其他类	公共任意选修课	2
43	网络创业理论与实践	其他类	公共任意选修课	2
44	文化地理	其他类	公共任意选修课	2
45	西方文化名著导读	其他类	公共任意选修课	2
46	西方哲学智慧	其他类	公共任意选修课	2
47	现场生命急救知识与技能	其他类	公共任意选修课	1
48	心理、行为与文化	其他类	公共任意选修课	2
49	幸福心理学	其他类	公共任意选修课	1
50	追寻幸福：西方伦理史视角	其他类	公共任意选修课	2
51	追寻幸福：中国伦理史视角	其他类	公共任意选修课	2
52	走进《黄帝内经》	其他类	公共任意选修课	2
53	传统文化与现代经营管理	其他类	公共任意选修课	2
54	《论语》中的人生智慧与自我管理	其他类	公共任意选修课	1
55	国学智慧	其他类	公共任意选修课	2
56	《老子》《论语》今读	其他类	公共任意选修课	2
57	中国茶道	其他类	公共任意选修课	1
58	中国当代小说选读	其他类	公共任意选修课	2
59	中国古典小说巅峰-四大名著鉴赏	其他类	公共任意选修课	3
60	中国近代人物研究	其他类	公共任意选修课	1
61	中华民族精神	其他类	公共任意选修课	2
62	中华诗词之美	其他类	公共任意选修课	2
63	丝绸之路上的民族	其他类	公共任意选修课	1

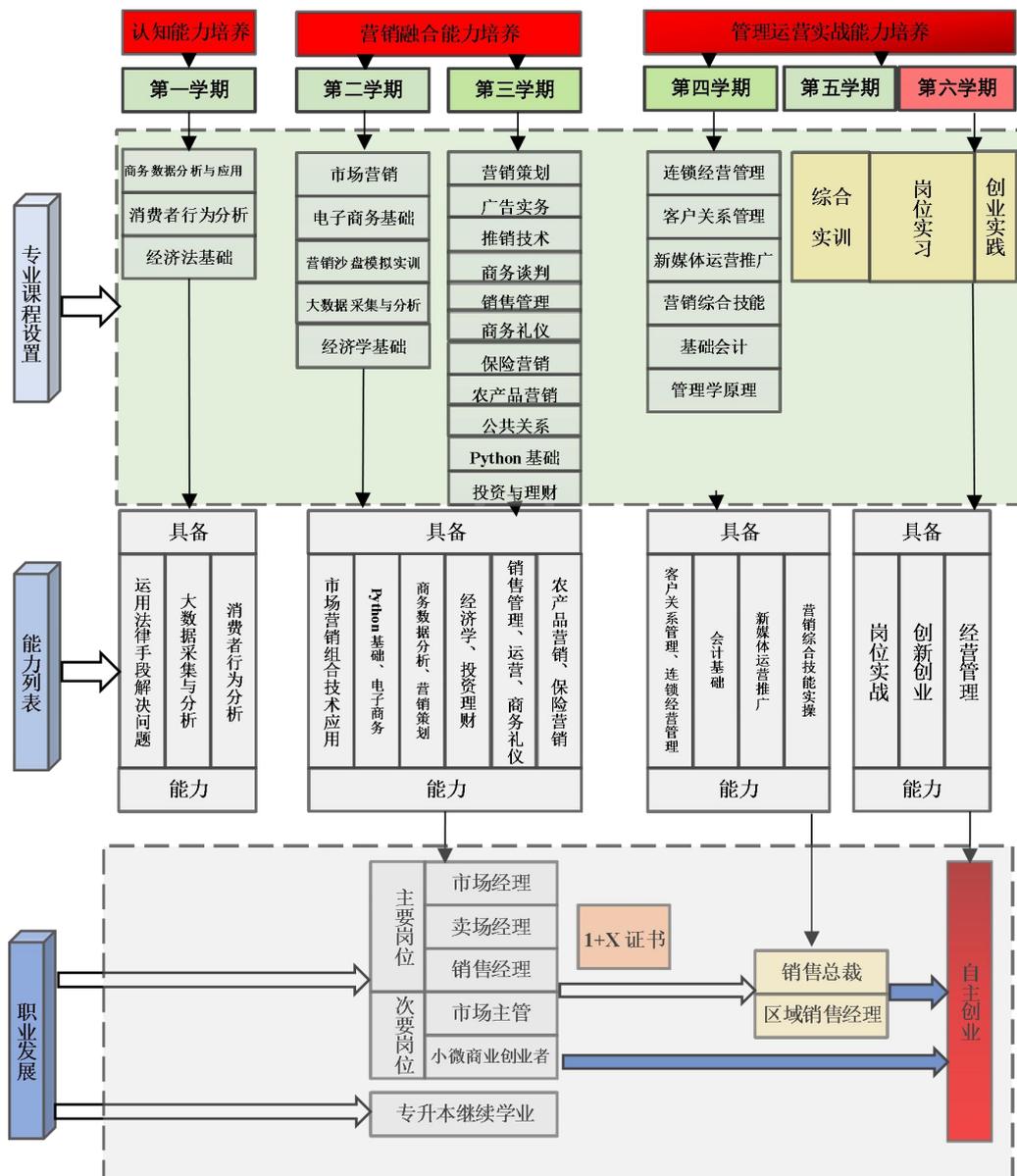
64	解读中国经济发展的密码	其他类	公共任意选修课	1
65	脑洞大开背后的创新思维	其他类	公共任意选修课	1
66	新媒体环境下的品牌策划	其他类	公共任意选修课	1
67	中国民间艺术的奇妙之旅	其他类	公共任意选修课	1
68	礼行天下, 仪见倾心	其他类	公共任意选修课	2
69	经济学原理(上): 中国故事	其他类	公共任意选修课	2
70	形象管理	其他类	公共任意选修课	1
71	情商与智慧人生	其他类	公共任意选修课	1
72	中国道路的经济解释	其他类	公共任意选修课	2
73	名侦探柯南与化学探秘	其他类	公共任意选修课	1
74	大学生国家安全教育	其他类	公共任意选修课	1
75	戏曲鉴赏	其他类	公共任意选修课	2
76	专升本高等数学	其他类	公共任意选修课	4
77	专升本化学	其他类	公共任意选修课	4
78	版画创作	其他类	公共任意选修课	4
79	浮雕	其他类	公共任意选修课	4
80	英语四级考试辅导	其他类	公共任意选修课	2

附表2 课程设置与人才培养对应关系矩阵表

课程名称	素质目标						知识目标	能力目标		
	思政素质	职业素质	身心素质	文化素质	艺术素质	劳动素质		专业能力	方法能力	社会能力
思想道德与法治	H									
毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	H									
形势与政策	H									
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H									
中共党史	H									
大学体育与健康			H							
大学生心理健康教育			H							
外语				H						
信息技术								H1		

大学生创业与就业		H	H							H1
大学语文	H			H	H					
入学教育	H		H							
大学生安全教育	H		H							
军事理论	H			H						
军事训练			H							
劳动教育	H					H				
经济法基础	H	M					H3			
大数据采集与分析	M						H4	H5		
消费者行为分析	M						H5	H4		
市场营销	M						H6			
商务数据分析与应用	M						H8	H11		
营销沙盘模拟实训			M						H4	H2
电子商务基础	M						H8	M6		
营销策划	M						H9	H9		
广告实务	M						H7		H3	
商务谈判	M						H7	H7		
推销技术	M						H7	H7		
销售管理	M						H6	H8		
连锁经营管理	M						H6	H8		
新媒体运营推广	M						H8	H6		
营销综合技能	M	H							H2	
营销综合实训	M							H10	H1	
岗位实习	H								H5	H3
保险营销	M							H3		
农产品营销	M							H6		H1
经济学基础	M			H			H3			
Python 基础	M						M2	M1		
公共关系	M						H7	H2		
商务礼仪	H				H			H12		
客户关系管理	M						H8	H8		
投资与理财	M	H					H10			
管理学原理	H						H6		H1	
基础会计	H	H					H10			

说明：1. 矩阵表中课程名称应与附表 3 教学计划进程表顺序一致；2. 每门课程对应培养目标支撑强度分别用“H（强）”“M（中）”“L（弱）”表示；3. 在各类目标下如有细分，应以强度加细分序号表示具体对应目标，可见表中示例填法；4. 原则上每门课程对应的各类目标不应超过 3 条。



附图 2 市场营销专业课程体系示意图

附表3 教学计划进程表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	学分	课内总学时			学时数								
					总学时	理论教学	实践教学	第一学期 18周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	第五学期 18周	第六学期 18周			
公共基础课	公共必修课	1	入学教育 [△]	1	18	18		-								
		2	大学生安全教育 [△]	0.5	8	讲座		-								
		3	军事理论 [△]	2	32	32		-								
		4	军事训练 [△]	2	52		52	-								
		5	思想道德与法治 [*]	3	48	36	12	4/6-17								
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 [*]	2	32	24	8		4/1-8							
		7	形势与政策 [*]	1	32	32		4/17-1 8	4/17-1 8	4/17-1 8	4/17-1 8					
		8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 [*]	3	48	40	8		4/9-17	4/1-3						
		9	中共党史 [*]	0.5	8	8		4/17-1 8								
		10	大学体育与健康 [△]	6.5	108	10	98	2/7-18	2/1-16	2/1-16	2/1-10					
		11	大学生心理健康教育 [△]	2	36/线上 20	30/16 课堂教学	6	28/8 课堂教学	8							
		12	外语 [*]	8	128/ 线上 66	80	48	2/6-18	2/1-18							
		13	信息技术 [△]	3	48/线上 24	24	24	2/6-17								
		14	大学生创业与就业 [△]	3.5	60	40	20	2/6-17	1/1-16							
		15	大学语文 [△]	3.5	62	32	30	2/6-18	2/1-18							
		16	劳动教育 [△]	1	16	4	12	-								
小计				42.5	736	418	318	14	11	2	2					
公共选修课	公共选修课	17	美育类（附表1） [△]	2	32	32			-							
		18	传统文化类（附表1） [△]	1	16	16				-						
		小计				3	48	48								
在开设学期初由学院统一发布（课程目录见附表4）				6	96	96			-	-	-					
合计				51.5	880	562	318	14	11	2	2					
专业必修课	专业必修课	19	经济法基础 [▲]	1.5	26	20	6	2/6-18								
		20	◆◎○商务数据分析与	3	52		理实一体	4/6-18								

	应用 [▲]											
	21 ◆消费者行为分析 [▲]	3	52	40	12	4/6-18						
	22 ◆市场营销 [▲]	3	52	32	20		3/1-18					
	23 ◆大数据采集与分析 [▲]	3	52	32	20		3/1-18					
	24 电子商务基础 [▲]	3	52	理实一体			3/1-18					
	25 ●◎○营销沙盘模拟实训 [△]	3	54	—	54		3/1-18					
	26 经济学基础 [△]	0.5	10	10	—			2/1-5				
	27 ◆营销策划 [▲]	3	54	理实一体				3/1-18				
	28 广告实务 [▲]	3	54	理实一体				3/1-18				
	29 ◆商务谈判 [▲]	3	54	36	18			3/1-18				
	30 推销技术 [▲]	3	50	30	20			3/1-17				
	31 销售管理 [▲]	3	52	32	20			3/1-18				
	32 ○连锁经营管理 [▲]	3	52	理实一体					4/1-13			
	33 新媒体运营推广 [▲]	3	52	32	20				4/1-13			
	34 客户关系管理 [△]	2	44	26	18				4/1-11			
	35 营销综合技能 [△]	3	50	—	50				4/1-13			
	小计	46	812	396	416	10	12	15	16			
专业 实践 课	36 市场营销实训	5	120		120				24/5			
	37 综合实训	15	360		360					24/15		
	38 岗位实习	20	480		480					24/2	24/18	
	小计	40	960		960							
限定 选修 课	39 保险营销 [△]	2	36	28	8			2/1-18				
	农产品营销 [△]											
	40 公共关系 [△]	2	36	20	16			2/1-18				
	投资与理财 [△]											
	41 商务礼仪 [△]	1	16	8	8			2/6-13				
	Python 基础 [△]											
42 管理学原理 [△]	3	52	40	12				4/1-18				
基础会计 [△]												

	小计	8	140	96	44			6	4		
	合计	94	1912	498	1414	10	12	21	20		
	总计	145.5	2792	1054	1738	24	23	23	22		

注：考试课在课程名称右上角加▲，考查课在课程名称右上角加△；专业核心课程在课程名称前加◆，专业创新课在课程名称前加●，课证融合课在课程名称前加◎，课赛融合课在课程名称前加○。

附表4 实践教学安排表

项目名称	开设学期	周数	主要内容	实训目标与要求
商务数据分析与应用	第一学期	13	本项目使用商务数据实训教学软件训练数据筛选、消费者分析、市场分析等，并参加商务数据分析大赛。	能够进行数据清洗； 能够进行商品数据分析与展现； 能够进行商务数据分析报告写作。
营销沙盘模拟实训	第二学期	13	本项目使用营销模拟沙盘系统，按照制造企业的职能部门进行运营管理实战，把企业运营所处的内外环境抽象为一系列的规则，由受训者组成六个相互竞争的模拟企业，模拟5-6年的经营，培养学生企业运营管理能力。	使学习者在分析市场、制定战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，培养团队精神，全面提升管理能力。
营销综合技能实训	第四学期	13	营销岗位综合技能实训针对营销操作关键环节，涵盖企业各主要部门的典型营销活动，系统训练企业各营销岗位工作方法和技能。	主要目的是使学生对企业各岗位和岗位之间工作内容和方法形成整体认识，掌握企业典型营销工作环节关键要点和操作技巧。
投资与理财实训	第四学期	10	使用大智慧模拟实训系统，使学生了解整个证券市场的基本概况和运行规律，较熟练地掌握投资与理财分析方法、交易操作程序和投资技巧，并基本能够运用这些方法、技巧对证券市场走势进行分析，制定投资与理财策略，进行投资与理财交易。	培养学生正确的理财观念，树立正确的投资与理财观念、策略，养成良好的职业谨慎态度，提高学生分析问题、解决问题的能力，提升学生的综合素质。

附表5 教学周数分配表

学期	课堂教学	专业实践		入学教育 (安全教育)	军事 训练	学期 考核	机动	合计
		校外综合 实训	岗位实习					
1	13	2		1	2	1	1	20
2	18					1	1	20
3	18					1	1	20
4	13	5				1	1	20
5		15	2	1		1	1	20
6			18			1	1	20
合计	62	22	20	2	2	6	6	120

注：只统计军事训练两周，军事理论以网络选修课形式完成；劳动技能课利用机动周完成。

附表 6 学时分配比例表

项目	学时	百分比 (%)	备注
教学活动总学时	2792	100	
理论教学 (课内学时)	1054	37.75	
实践教学	1738	62.25	
公共基础课	880	31.52	
选修课 (含公共限定、共 选修和专业限定)	284	10.17	

附表 7 教学活动安排表

序号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
学 期	1	□	□	□	◇	◇	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	#	★
	2	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	#	★
	3	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	#	★
	4	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	#	★
	5	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	#	★	◎	☆	☆
	6	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	#	▲
说明	□-军训及入学(安全)教育 ※-课堂教学 ◇-综合实训 ☆-岗位实习 ★-考试 ○-劳动技能课 #-机动周 ◎-实习安全教育 &-社会实践 ▲-毕业考核																				

附表 8 素质教育活动表

序号	类别	项目	学分	考核内容与方式	负责部门
1	思政政治品	一二·九主题活动	0.5	朗诵、微剧、表演	分院
2	德素质类	“微团课”巡讲	0.5	讲演	分院

3		团旗下的演讲	0.5	演讲、表演	分院	
4		参观北大荒校史馆	0.5	心得体会	分院	
5		公益劳动	0.5	每次 0.5 分	分院	
6		志愿者服务	0.5	每次 0.5 分	分院	
7		再生资源创意比赛	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。每项活动 0.5 分。	分院	
8		“践行社会主义核心价值观 争做新时代新青年” 辩论赛	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。每项活动 0.5 分。	分院	
9		职业道德素质类	技能大赛	0.5	参加校级比赛，每个赛项 0.5 分，参加省级比赛，每个赛项 1 分。	专业
10			6S 管理	0.5	集体学习，学习体会	分院
11	职业生涯规划大赛		0.5	制作规划书，现场展示、演讲	分院	
12	模拟招聘大赛		0.5	制作个人简历，参加模拟现场招聘、问答	分院	
13	身心健康素质类	全民健身、跑步，运动会，团体操，羽毛球比赛、棋类比赛、篮球比赛	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。	分院	
14		“5.25” 心理活动月（4-5 月）	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。	分院	
15	文化素养类	英语 A 级、四级	0.5	通过考试	分院	
16		计算机等级考试	0.5	通过考试	分院	
17	艺术素养类	乐器表演比赛		参与活动、按活动方案进行考核。	分院	
		“梦之声”歌唱表演(校园歌曲)		学院级 1 分，分院级 0.5 分	分院	
		迎新生文艺汇演、欢送实习生文艺汇演		学院级 1 分，分院级 0.5 分	分院	
		小品比赛		学院级 1 分，分院级 0.5 分	分院	
		书画、摄影、啦啦操、读书比赛等		学院级 1 分，分院级 0.5 分	分院	
18	劳动素养类	创业实践	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。	分院	
		社会调查	0.5	参与活动、按活动方案进行考核。	分院	

	综合培养类	社团活动（至少参加一个社团）	0.5	加入专业社团，参加社团各项活动。	专业
--	-------	----------------	-----	------------------	----

附表 9 校内实训基地

序号	实训室名称	实训项目	设备配置要求	
			主要设备名称	数量
1	商务谈判实训室 (创新创业基地)	营销策划、商务谈判等	计算机	1
2	市场营销实训室	营销综合技能、证券模拟交易等	计算机	45
3	电子商务实训室	电子商务应用软件	计算机	45

附表 10 校外实训基地

序号	单位	功能	接纳学生人数	备注
1	宁波晨希网络科技有限公司	销售业务实训	80	
2	北大荒集团	销售业务实训	20	

附录 1

编制说明

市场营销专业人才培养方案适用于三年全日制市场营销专业，以高中毕业生和中职毕业生为培养对象，本方案由黑龙江农垦职业学院与北大荒商贸集团、北大荒物流集团、北大荒食品集团、中央红集团、哈尔滨企盈管理咨询公司、等单位共同制定，并经专业建设咨询委员会、学院教学工作委员会和学院党委会审核通过，自 2022 级开始实施。

一、人才培养方案构成

第一部分 专业人才培养的标准与要求；

第二部分 附录

附录 1 编制说明

附录 2 课程标准

附录 3 专业人才培养调研报告

（含在校生学情调研报告）

附录 4 毕业生就业质量跟踪调研报告

附录 5 专业人才培养方案审批表

二、人才培养实施的规范

（一）人才培养方案与课程标准

1. 人才培养方案的制定

（1）专业调研

市场营销专业教学团队每年开展专业调研，通过对行业人才需求、市场营销职业岗位要求、用人单位反馈意见等项目的调研分析，经专业建设指导委员会共同研讨，聘请省内高校专家教授、企业市场营销专业人员对人才培养方案进行指导，专业教学团队进行修订和完善。

（2）国家相关政策文件

《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发〔2014〕19号）

《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》（国办发〔2015〕36号）

《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》教职成〔2015〕6号

《国家职业教育改革实施方案》国发〔2019〕4号

《教育部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》教职成〔2019〕13号

《高等学校课程思政建设指导纲要》教高【2020】3号

《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》国务院（2020年3月）

（4）修改说明

与2021级人才培养方案相比，专业课程体系进行了全面调整，根据国家1+X证书的要求和专业名称的调整，增加了大数据采集与分析等课程，提高学生岗位工作能力。二是根据学情实际，增加Python基础等课程供学生选择。三、增加1门课证赛融合课程，将农业经济组织经营管理证书的考核融入营销沙盘模拟实训课程中，并可参加相关比赛。四、是修订课程标准，强化课程思政设计，有针对性的提高学生素质。

2. 课程体系构建

（1）课程体系构建依据

立足区域经济发展和社会需求，通过职业岗位调研分析，结合国家职业教育改革实施方案和1+X证书要求，根据IIEET认证理念，以立德树人为根本，以就业为导向，以能力为本位，以素质提升为关键，针对行业企业对市场营销人才在岗位任职、职业资格、职业素质等方面的要求，校企合作构建课程体系。

（2）课程体系构建思路

市场营销专业教学团队立足行业企业职业岗位技能需求和学生职业成长路径，按照专业知识与管理知识融合、专业能力与创新创业能力融合、专业知识学习与仿真实训融合、毕业证与职业资格证书融合的整体思路构建课程体系。以学生个性发展为主线，注重思政环节以培养学生职业操守，注重实训环节以训练学生实践能力。课程教学内容按照营销岗位能力需要进行设计，同时参照工作过程

和进行内容设置，实现专业课程内容设计与岗位能力对接，保证学生的可持续发展。课程体系见图 2，附表 1。

3. 课程标准制定

课程标准的制定以专业人才培养方案、专业调研数据及营销岗位工作特点为依据，遵循教育基本规律和学生身心发展规律，突出学生的主体作用，结合各门课程特点，渗透对学生思想品德、人文精神和科学精神方面的要求，同时重视现代信息技术和其他高新技术对于教育的深刻影响，兼顾课程内容和实施手段的同步创新。

（二）专业课程教学模式

课程建设团队以中小微工商企业营销岗位工作内容和 workflows 调研结果为依据，以岗位的职业能力培养为重点，以岗位工作任务为驱动，营造市场营销岗位职业氛围，对专业课程采用“任务驱动、问题引导式”等教学模式。使职业素养培养与专业技能培养融为一体，既突出学生职业能力的培养，又增强了学生的岗位适应能力和可持续发展能力。

三、人才培养方案特色

1. 创建了“校企双元，工学耦合，PVG 定向培养”的人才培养模式。
2. 构建了“课岗对接、1+X 证书引领”的课程体系。
3. 搭建了以超星网络平台为载体的实践教学平台。
4. 打造了由双专业带头人引领，高水平、高素质的“双师型”教学团队。

四、人才培养方案开发团队

编号	姓名	所在单位	职称	单位职务	联系方式
1	王超	黑龙江农垦职业学院	副教授	分院院长	88127828
2	曲琄	黑龙江农垦职业学院	讲师	分院副院长	88127702
3	杨武军	黑龙江农垦职业学院	讲师	专业负责人	88127831
4	冯楠	黑龙江农垦职业学院	教授	教师	88127831
5	王振林	黑龙江农垦职业学院	教授	教师	88127831

6	丁晓燕	黑龙江农垦职业学院	副教授	教师	88127831
7	侯彦明	黑龙江农业工程职业学院	经管分院院长/教授	侯彦明	86702884
8	王知强	黑龙江职业学院	副理事长/教授	王知强	13766886889
9	梅鹏	黑龙江农业工程职业学院	市场营销教研室主/教授	梅鹏	13945109579
10	王鲁东	黑龙江供销集团有限公司	常务副总经理	王鲁东	15304509782
11	蔺志刚	全能生物科技(天津)有限公司	营销副总裁	蔺志刚	13803647206
13	王晓燕	世联行房地产顾问有限公司 哈尔滨分公司	人力资源总监	王晓燕	13945103326

市场营销专业调研报告

一、调研背景

市场营销专业为学院骨干院校重点建设专业之一，为精准落实“1+X”证书对市场营销专业的引领作用，掌握市场对本专业人才的需求状况，明确专业设置的职业方向、就业岗位和培养规格；清楚用人单位对本专业人才的知识、能力和素质要求，研究学校现有专业人才培养方案的优点和不足，完善专业人才培养方案；大力加强专业及专业群建设，大胆改革课程设置，努力优化课程体系，切实提高人才培养工作质量。在专业建设展开调研工作已经是当务之急。

二、调研目的

1. 了解企业人才需求主要岗位及岗位职责，分析其相应岗位职业能力。
2. 了解用人单位对市场营销专业人才的需求现状和对本专业人才的培养要求。
3. 发掘毕业生对专业建设和专业教学有价值的意见和建议，从中发现问题，寻找机会。
4. 通过专业调查修改人才培养模式，进一步完善专业人才培养方案。

三、调研方式、调研对象和调研内容

（一）调研方式

1、问卷调查法：对市场营销专业学生的实习单位发放《黑龙江农垦职业学院市场营销专业人才需求调查问卷》回收登记并进行数据统计分析，发放问卷 100 份，收回 91 份，有效回收率为 91%，问卷详见附件 1。

2、深度访谈法：实地走访了校企合作企业，并与企业的人力资源部门主管、销售部门的主管、经理进行面谈，了解企业对市场营销人才的需要情况。

3、二手资料收集法：对市场营销行业的人才需求进行收集，并进行统计。

（二）调研对象

根据本次调查目的，并考虑到我院的实际情况，调查重点放在以下两方面：

- 1、部分 2014 至 2018 届的市场营销专业毕业生。
- 2、与我院有合作关系的 3 家用人单位（完达山乳业集团公司、中国太平保

险公司、黑龙江佰融房地产公司)。

(三) 调研内容

1. 区域和行业经济发展方式转变和产业结构调整升级带来的市场营销人才需求变化情况。
2. 用人单位对市场营销专业人才的需求现状和对本专业人才的培养要求。
3. 主要合作企业人才需求主要岗位、岗位职责及相应岗位职业能力。
4. 本专业毕业生的就业情况、岗位胜任情况、对本专业课程设置的满意度。
5. 对专业人才培养方案的意见。

四、调研统计分析

(一) 网络调研

1、全国范围内就业困难

由于高校毕业生众多，也受国内经济增速放缓、产业结构调整、总量就业压力和结构性矛盾等因素影响，特别是疫情的影响，使得 2019 届高校毕业生总体签约进程与上届相比有所下滑。针对严峻形势，政府、学校、用人单位等多方共同努力，通过拓宽毕业渠道、鼓励自主创业、完善就业服务、开展就业帮扶等多项措施来保障高校毕业生的就业。

2、产业背景分析

调查显示,我国人才市场对市场营销人才的需求状况的总体表现为:一方面,高技能、高素质的适用型人才非常短缺,缺口很大;另一方面,一般销售人员无人问津,大量积压。另外,电子商务企业对营销人员需求增大。

3、同类院校专业开设情况

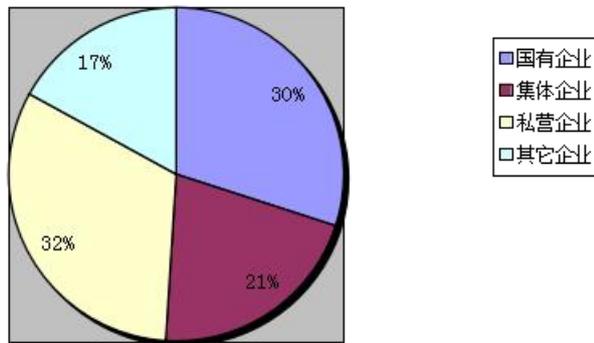
市场营销专业在专业学科中属于教育学类中的职业技术教育类,其中职业技术教育类共 37 个专业,市场营销专业在职业技术教育类专业中排名第 1,在整个教育学大类中排名第 3 位。在职业技术教育类专业中,就业前景比较好的专业有:市场营销,旅游管理与服务,文秘,财务会计,建筑工程等。国内开设市场营销专业的高校比较多,其中重点大学 80 所,普通本科 200 多所,三本院校 180 多所,高职高专 200 多所。

(二) 学生调查问卷统计分析

1、基本信息统计

(1) 调查单位性质

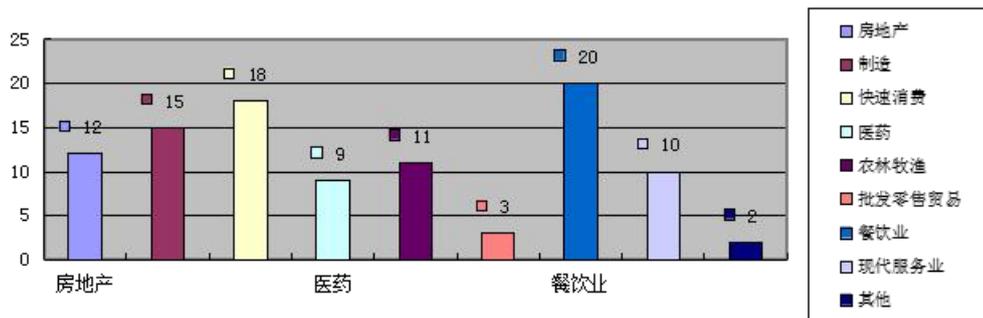
图1: 受调查对象单位性质统计数据图



在调查的学生就业单位中，民营企业占主要部分，比例为 45%，其次是国有企业和集体企业，调查对象中单位性质比例分配比较合理。

(2) 调查对象所属行业

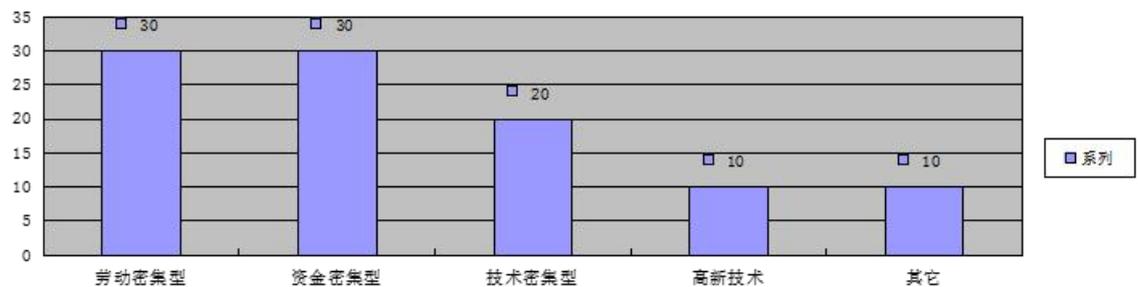
图2: 调查对象所属行业调查数据显示



经过调查，如上图所示，被调查对象涉及多个行业，主要是餐饮业占 20%，其次是制造业、房地产、快速消费。总体来说行业分布比例较合理。

(3) 调查对象类型

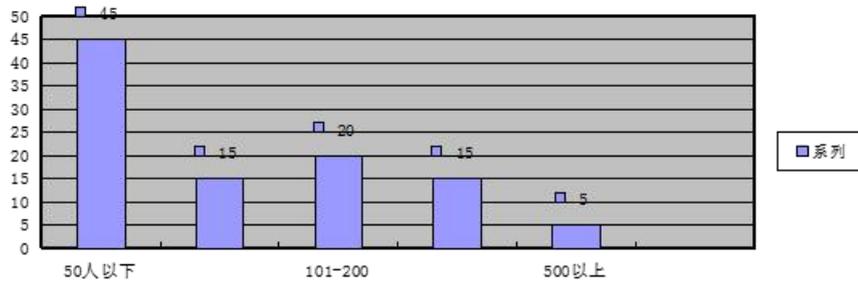
图3: 调查对象类型统计显示图



如图 3 所示，被调查对象主要为劳动密集型企业占 30%，其次为资金密集型企业占 30%，技术密集型企业占 20%。说明被调查对象选择较合理，能说明人才需求调查结果的代表性。

(4) 单位员工数

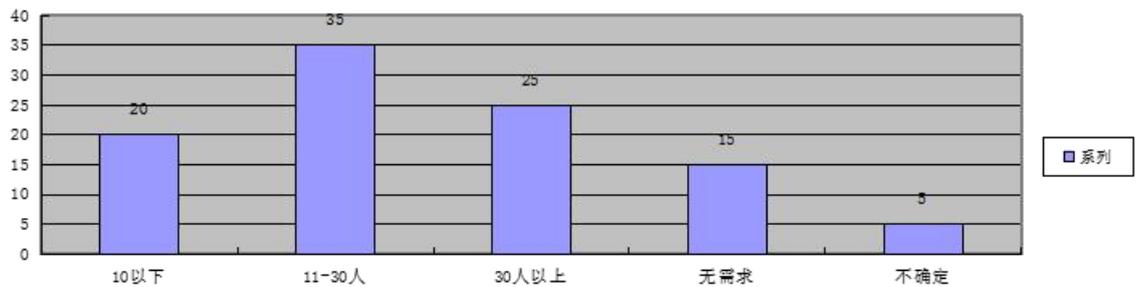
图4: 调查对象单位员工数



2、主体问卷分析

(1) 被调查单位的市场营销人才需求状态统计

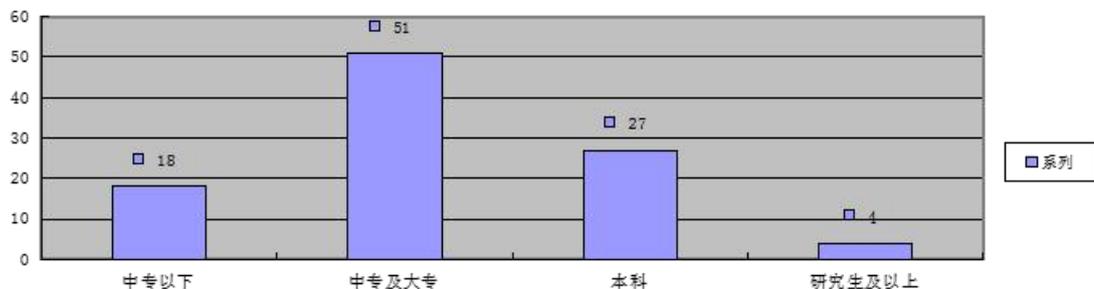
图5: 人才需求统计图



如图所示，在调查对象市场营销专业人才需求量统计中，有需求的总计为85%，说明企业对市场营销专业人才的需求前景还是看好的，人才需求量以11-30人为主。

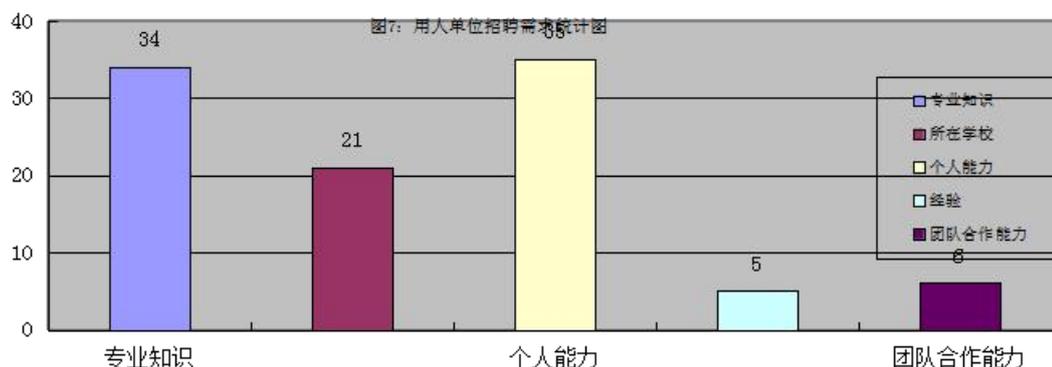
(2) 人才学历需求统计

图6: 人才学历需求统计图



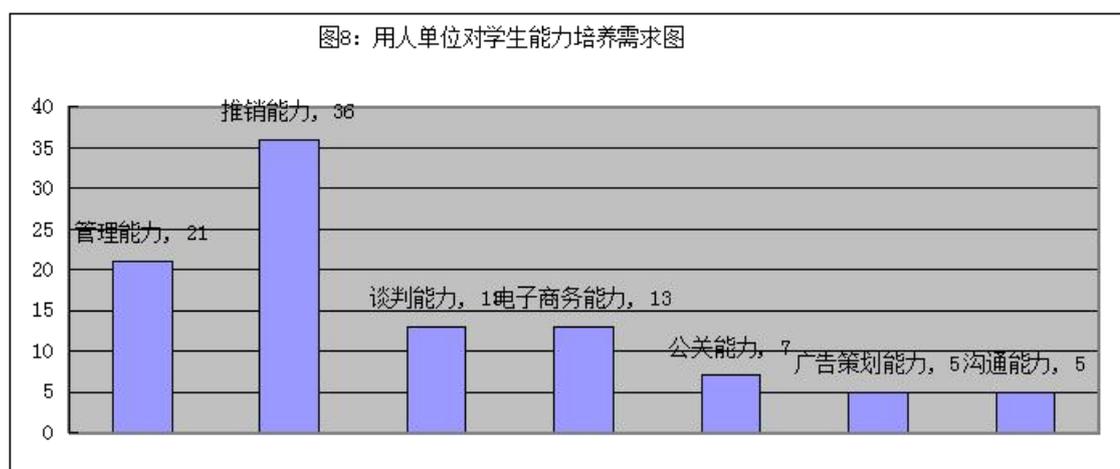
上图数据显示，企业对中专和大专人才需求量最大（占51%），其次是本科（占27%），一些企业也有高学历要求（占4%），由此可见，企业对大中专学生的需求为主。

(3) 用人单位招聘考虑因素分析



如图所示,用人企业招聘市场营销专业人才时,首先注重的还是专业知识(占34%),其次考虑专业人才的个人能力(占35%),由此可见,专业知识与专业技能设计是市场营销专业的重中之重。

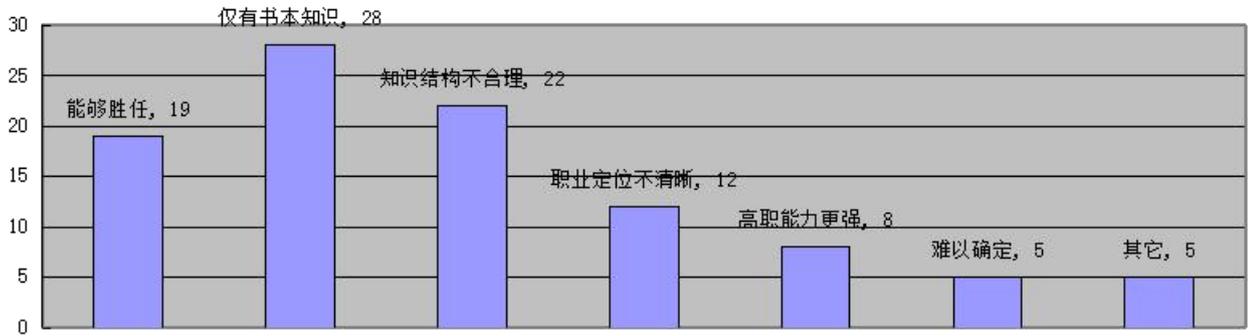
(4) 市学生场营销专业能力的培养需要



如图所示,用人单位对市场营销专业学生的推销能力比较重视(占36%),其次对学生的管理能力、谈判能力和电子商务能力较为看重,对广告策划、公关能力和沟通能力要求不高。

(5) 用人单位对高职类市场营销专业毕业生的看法

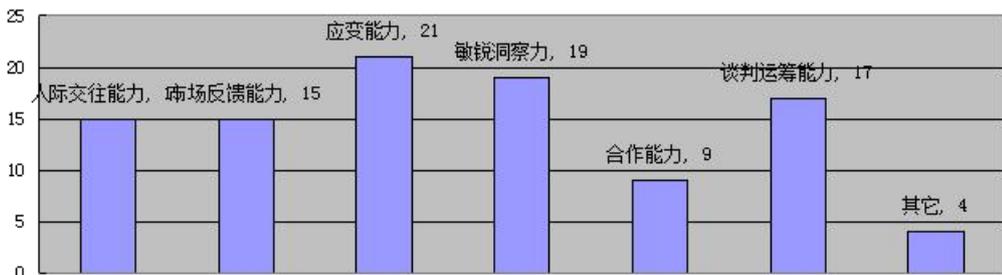
图9：用人单位对高职类市场营销专业毕业生的看法



如图所示，多数用人单位对高职市场营销专业学生持怀疑态度，认为能胜任的单位占 19%，多数单位在知识结构、职业定位等方面存在与学校对接的问题。

(6) 受访单位对市场营销应届毕业生缺乏能力的看法

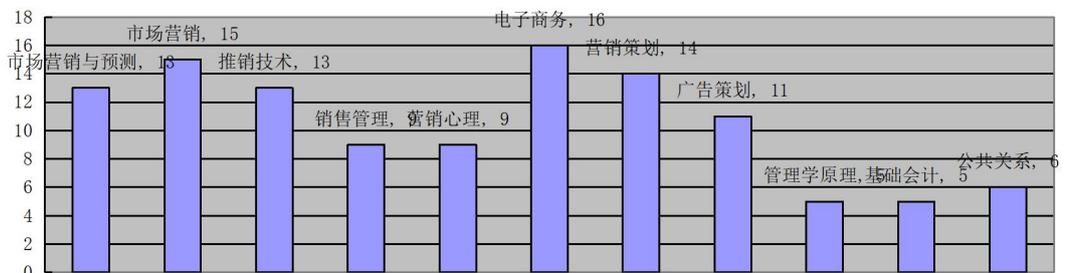
图10：受访单位对营销应届毕业生缺乏能力的看法



如图所示，受访单位主要认为市场营销专业学生的谈判能力、应变能力、市场反馈能力、洞察力和人际交往能力缺乏，约占 87%，另外认为合作能力缺乏的占 9%。

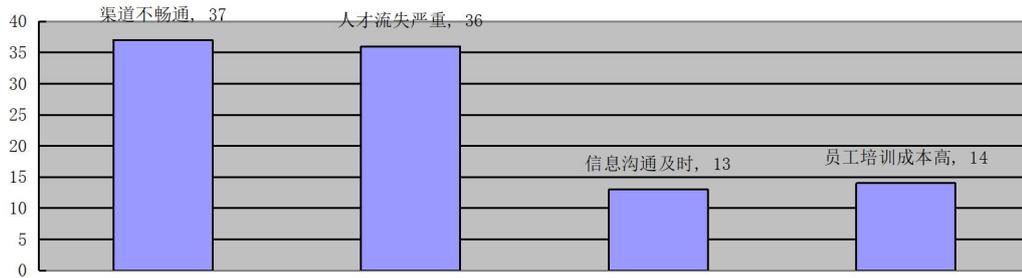
(7) 市场营销专业课程调查

图11：营销专业课程调查



(8) 市场营销类企业人才需求开发方面的困难

图12: 市场营销类企业人才需求开发方面的困难



如图所示，渠道不畅通是企业人才需求开发的主要障碍，占37%；其次，是人才流失问题，占36%；另外，信息沟通及时占13%，员工培训成本占14%。

(9) 企业解决市场营销人员途径调查

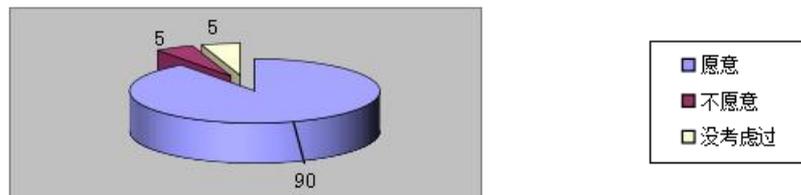
图13: 企业解决市场营销人员途径调查



如图所示，网上招聘和员工推荐也是企业经常采用的方式，所占比例大概为35%；另外人才交流和大专院校这种常规方式也是企业招聘营销专业人员的主要渠道，约占27%，企业自己培养、中介机构等方式也是一种补充。

(10) 校企合作意愿调查

图14: 校企合作意愿调查



如图所示，大多数企业（约占 90%）有与高职院校进行校企合作的意愿，希望能培养出适合本企业特点的营销人才，并降低企业的培训成本，对营销专业人才有更大的选择余地。没考虑过的占 5%，不愿意合作的只有 5%。

（三）企业访谈结果分析

根据我院建设骨干高职院校的要求，对完达山乳业集团公司、中国太平保险公司、黑龙江佰融房地产公司三家校企合作单位进行了深入访谈，了解企业对市场营销人才需求的特点，探索校企合作的机制。具体如下：

1. 访谈提纲

- （1）基本情况。
- （2）目前营销队伍状况。
- （3）对营销专业人才的需求和“1+X”证书的看法。
- （4）对我院市场营销专业人才培养的看法。
- （5）校企合作的意愿及想法。
- （6）对市场营销专业人才培养的建议。

2. 访谈对象

完达山乳业集团公司、中国太平保险公司、黑龙江佰融房地产公司的人力资源部主管及销售部门主管。

3. 访谈过程

在对三个企业的访谈过程中，不断得到来自企业一线的声音，很受启发，不断调整和深化访谈的深度，针对高职院校在校企合作中的热点问题深入交流，对人才培养方案和模式中的关键问题进行了有益的探讨，达到提纲中制定的目的，为我院市场营销专业人才培养方案和模式改革起到借鉴作用。

四、调研结论

1、营销人员的职业道德有待提高，特别关注的是爱岗敬业、忠诚度、学习态度及务实的工作态度等方面是企业关注的热点。

2、对“1+X”证书实施持支持态度，但对持证的营销人员的岗位能力和发展潜力持观望态度。

3、营销人员的操作技能有待提高。企业更强调营销人员在市场调查、营销策划、方案制定和写作方面有扎实的能力。营销人员的情商有待提高，应该加强对耐力、抗压、抗挫折方面的训练。

4、根据企业需要与学生的成长需要制定市场营销专业培养方案。

5、企业大多都有校企合作的意愿，认为这是双赢的好事，在具体操作上需要规避双方的风险，可以考虑第三方中介公司的参与。

五、专业建设调整建议

1. 加强创新创业能力的培养。通过开设大学生创业课程及课外开展丰富的校园活动来增强学生的创新创业能力，提高学生的综合素质，以便更好的适应企业对市场营销人才的需求。

2. 强化教学管理，设计实施《6S 管理活动方案》，整顿教学秩序、强化学生常规训练，全面培养学生综合素质。

3. 改革教学模式，设计实施“校企双元，工学耦合，PVG 定向培养，生态课堂”人才培养模式。

4. 立足于地方经济的发展，对市场营销专业人才的培养目标和培养规格进行定位，确定本专业的职业方向。

5. 根据个体的特点，针对学生的个性优势，并充分考虑企业的需求，进行有目的的市场营销特长培养，提高市场营销专业毕业生的就业能力。

市场营销专业建设团队

2022 年 6 月

毕业生就业质量跟踪调研报告

一、调研概述

（一）调研目的

对于高职院校，学生的就业能力和就业后的发展状况，能在一定程度上反映出专业建设与企业工作接轨的现状。制定适宜的培养目标，合理设置专业课程，促进毕业生顺利就业和胜任岗位，已成为一个紧迫问题，我们试图通过调查达到如下目的：

1. 了解市场营销专业毕业生的就业状况，在工作中遇到的问题，以及他们对该专业教育教学环境、专业课程设置、教学方式、管理模式及等方面的意见和建议。

2. 了解用人单位对市场营销专业毕业生，在思想道德素质、职业业务素质、敬业精神、身体心理素质等方面的评价和要求。

3. 和企业逐步建立经常性的反馈渠道和交流平台，为校企合作寻求双赢的可能。

4. 建立市场营销专业毕业生基本资料数据库，为毕业生就业管理工作的制度化、信息化建设积极准备。

5. 为教研室老师提供与企业交流的机会，立足于企业设计教学过程。

（二）调研对象

1、市场营销专业 2014 届至 2018 届毕业生。

2、本专业毕业生就职企业。

（三）调研方式及手段

1、问卷调查法：对市场营销专业毕业生发放《毕业生跟踪调查问卷》回收登记并进行数据统计分析，发放问卷 100 份，收回 90 份，有效回收率为 90%。

2、访谈法：对与我院有合作关系的三家企业，我们实地走访了企业，并与企业的人力资源部门主管、销售部门的主管、经理进行面谈，了解企业对市场营

销人才的需要情况。并收回有效问卷 12 份，

（四）调研组织与实施

1. 分院召开有关毕业生跟踪调查的会议、布置跟踪调查的任务。
2. 各教研室指定指导教师。
3. 确定调查方式和方法。
4. 确定调查的时间和期限。
5. 设计毕业生跟踪调查问卷。
6. 准备好调研所需各项物资。
7. 制定老师跟踪调查的工作量和劳动报酬。

（五）调研内容及主要评价体系

1. 调研内容

- （1）毕业生目前工作单位的性质。
- （2）毕业生目前的工作岗位。
- （3）毕业生目前岗位的薪酬情况。
- （4）毕业生目前从事的工作与所学专业是否对口。
- （5）毕业生目前的工作岗位是通过哪种方式获得的。
- （6）毕业生在选择工作单位时会考虑哪些因素。
- （7）毕业生在校期间获得过哪些证书，在工作中是否有用。
- （8）学生在校期间最大的收获是什么。
- （9）学校哪些活动对学生就业影响最大。
- （10）毕业生在哪些方面能力较强。
- （11）毕业生在哪些方面还存在较大差距。
- （12）调查毕业生在学院教学和管理方面有什么意见和建议。
- （13）调查学生对学校就业指导服务工作是否满意。

2. 主要评价指标体系

（1）就业评价体系

毕业生主要就业质量监督指标：工作岗位类型、岗位薪酬、工作稳定性、工作总体满意度。

（2）对学院教育教学评价指标

根据高职人才培养质量评价标准以及学院人才培养实际情况，本专业设计了教育教学评价指标，教学活动就业影响、学习收获、毕业生知识能力、教学管理、学生素质培养五个指标。

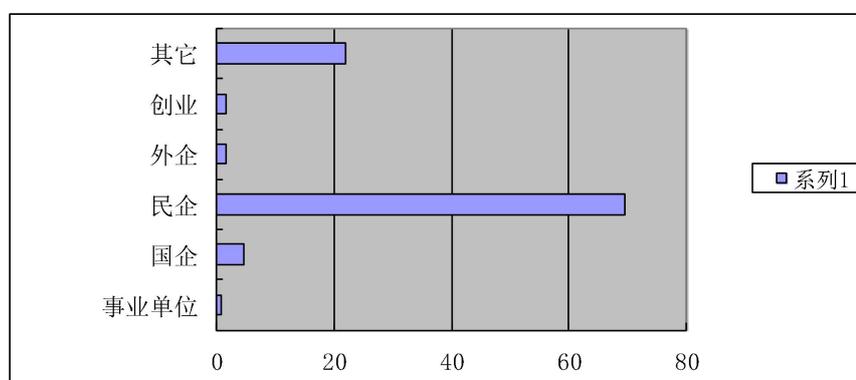
二、毕业生调研分析

（一）毕业生问卷调查分析

1. 毕业生基本情况

（1）毕业生就业单位性质

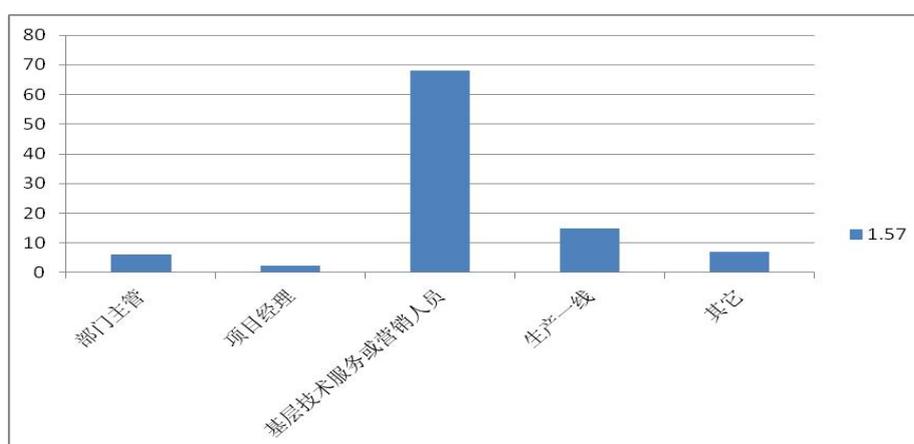
图 1 就业单位性质情况图



根据上表数据可知，高职毕业生主要就业单位为民企，占到 66.79%，另外，市场营销专业毕业的学生流动性较大，再就业等情况占 21.88%。

（2）毕业生工作岗位

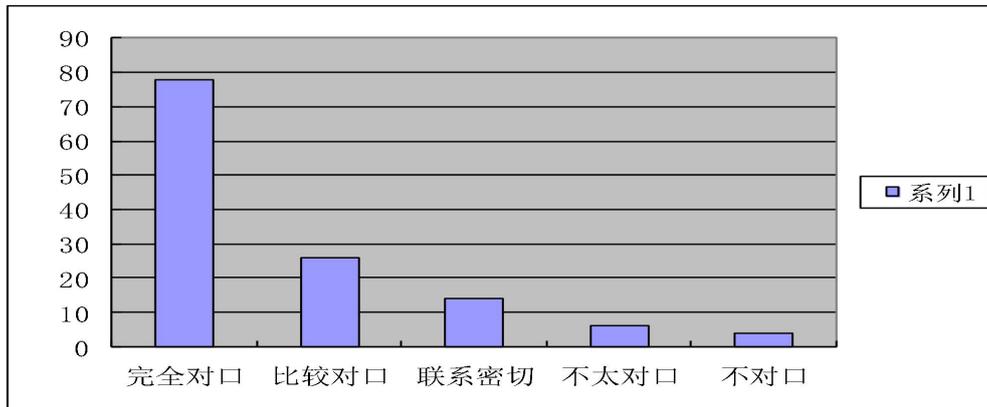
图 2 任职岗位情况图



调查结果显示，大部分学生在基层工作，从事一线销售员、营销内勤等工作。

（3）毕业生专业对口情况

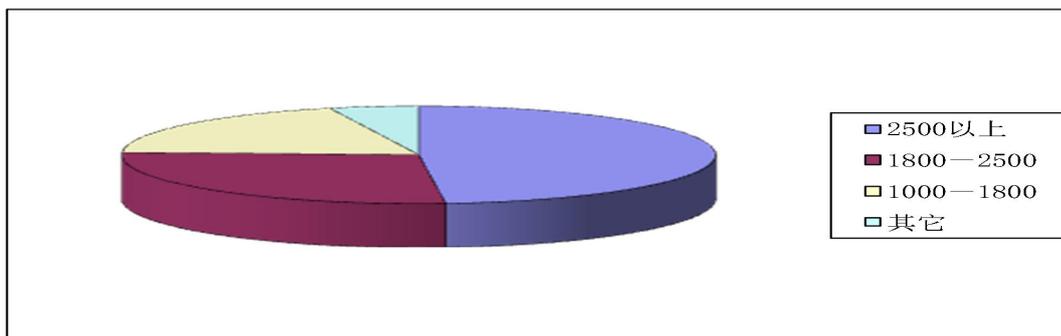
图3 毕业生专业对口情况



调查结果显示，比较对口的占 82%，对口比例较高。如图 4 所示。

(4)毕业生岗位薪酬情况

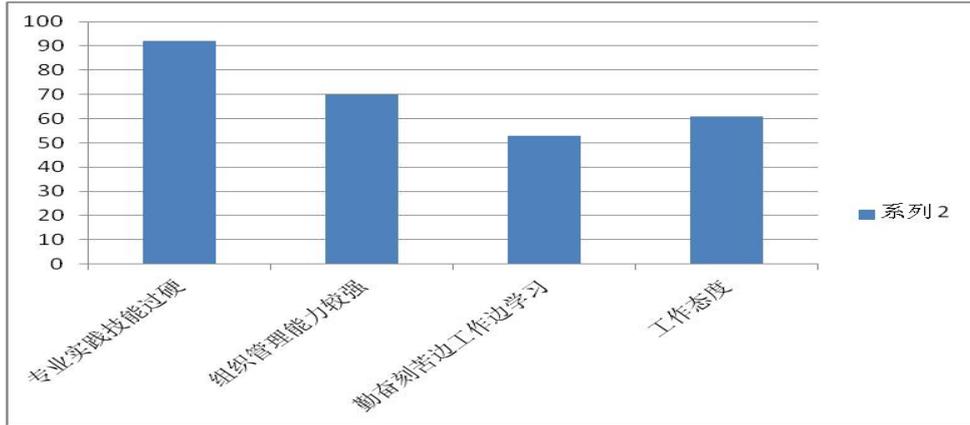
图4 薪酬情况图



调查结果显示，大部分学生的工资在 1800 元以上，说明刚参加工作的学生，在基层的学生工资报酬不是很高，但如果业绩较好，工资水平可以达到 2500 元以上。

(5)毕业生适应工作因素

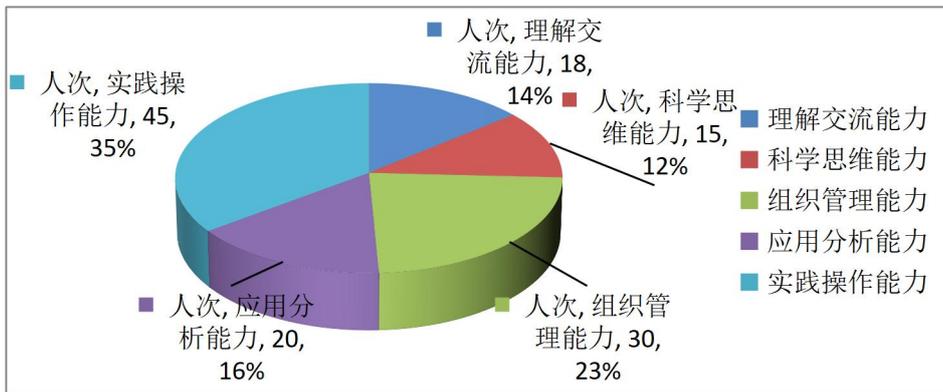
图5 毕业生适应工作因素情况图



专业实践技能过硬占的比例较高，其次是工作态度和组织管理能力较强，对勤奋刻苦边工作边学习比较重视但不是主要方面。

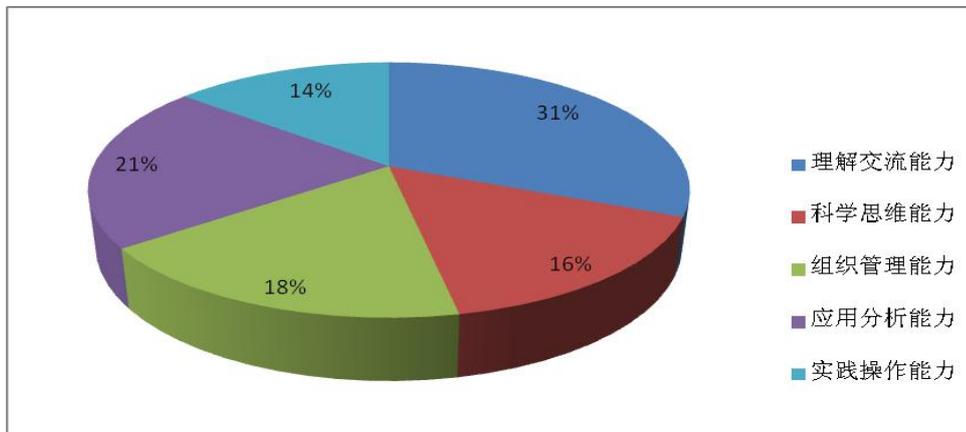
(6)基本工作能力重要度和满足度

图 6-1 基本工作能力重要度



实践操作能力占 45%，在工作的初期特别重要。

6-2 基本工作能力重要度

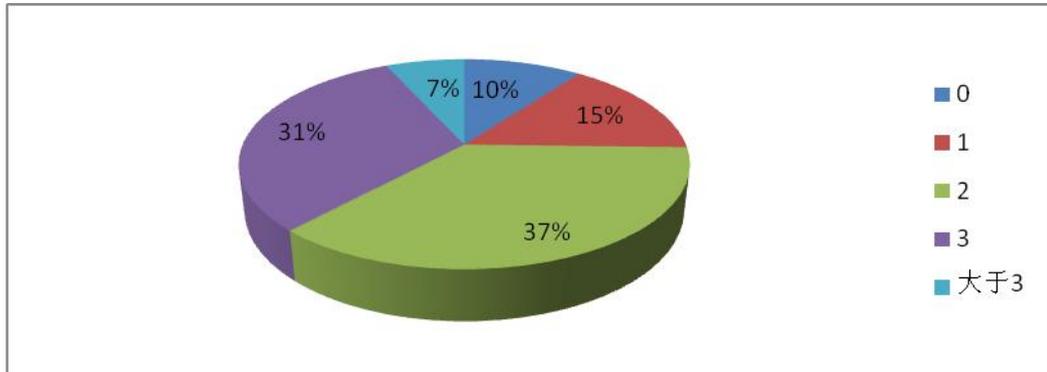


图

理解交流能力占 40%，在实践工作中，人际关系的和谐会提高满足度。

(7)职业发展状况

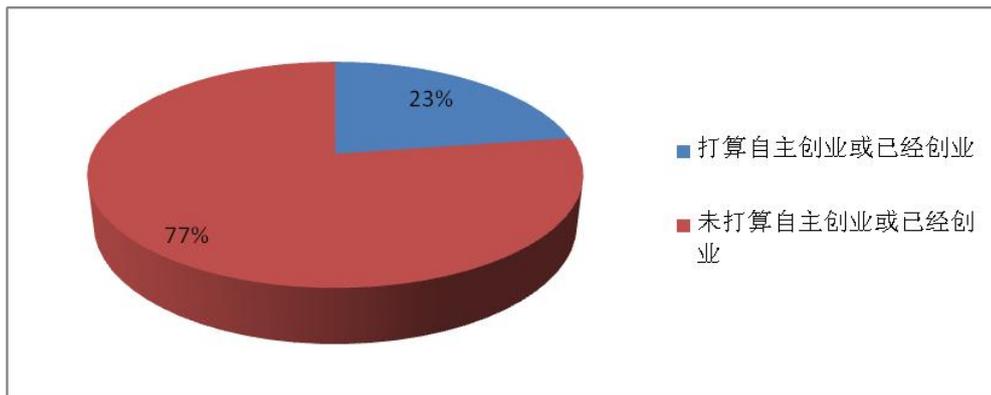
图 7 职业发展状况



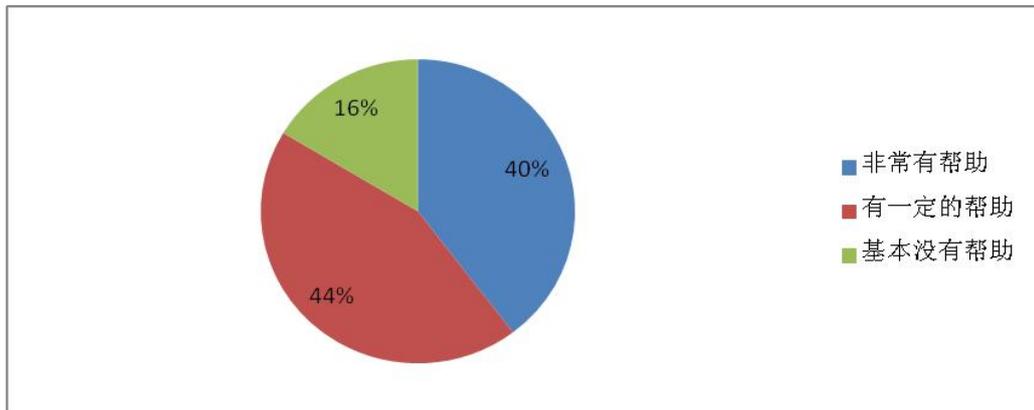
从上表看出，多数毕业生都有变更单位的经历，在营销工作的职业发展过程中，职业规划有更多的不确定性。

(8)毕业生创业情况

图 8-1 是否打算自主创业或已经创业图



8-2 就业创业课程对创业的作用

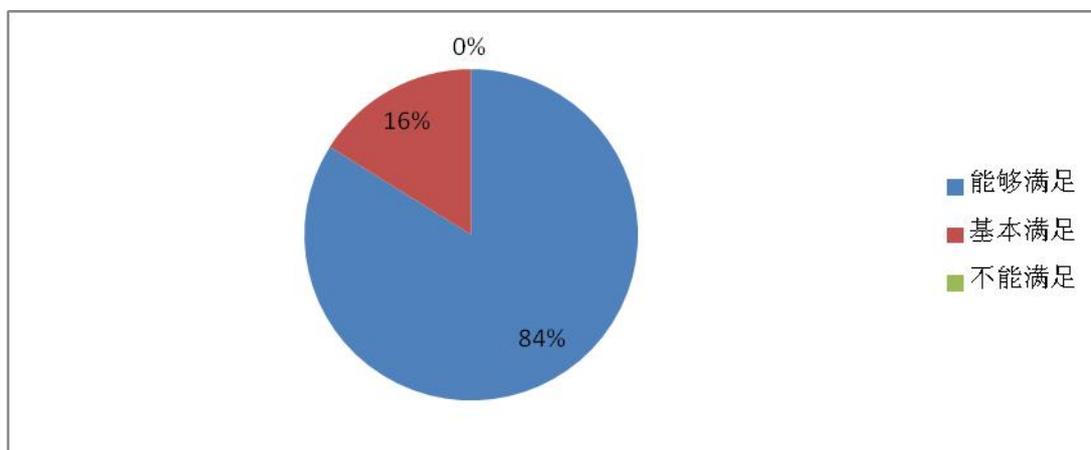


从上表分析，有少数毕业生有创业的想法，创业课程也在一定程度上支持创业的启动，但由于毕业生的实践经验缺乏，大多数创业项目仅在调研阶段。

2. 毕业生对学院教育教学及管理工作评价

(1) 基本教学设施

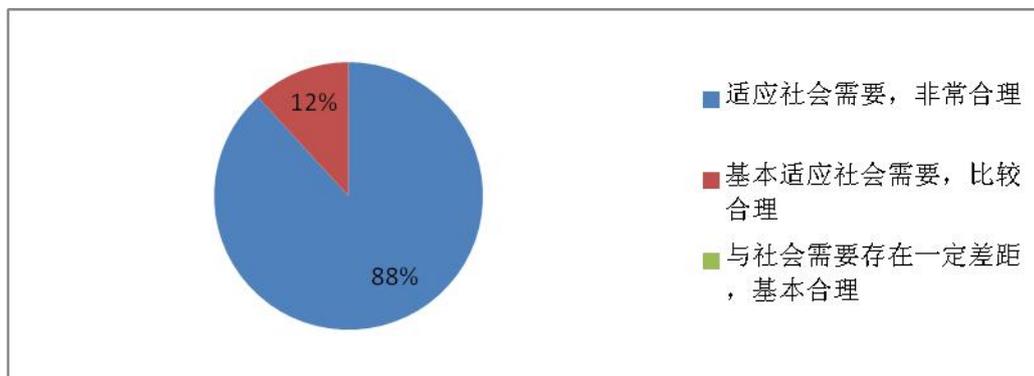
图 9 基本教学设施



毕业生对基本教学设施基本满意。

(2) 专业设置

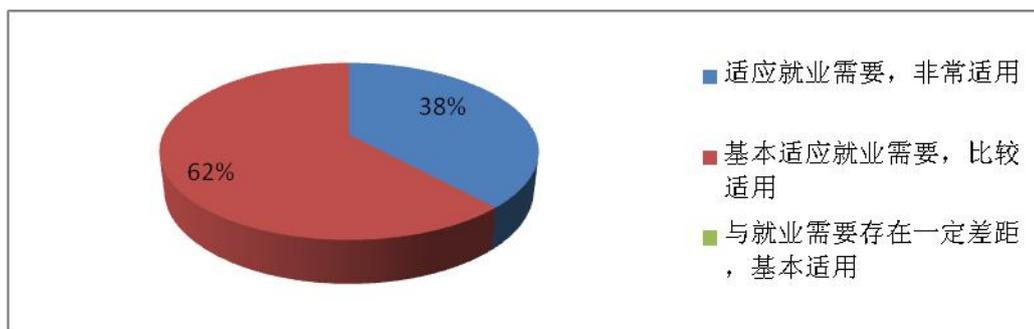
图 10 专业设置



毕业生认为专业设置比较合理。

(3) 课程设置

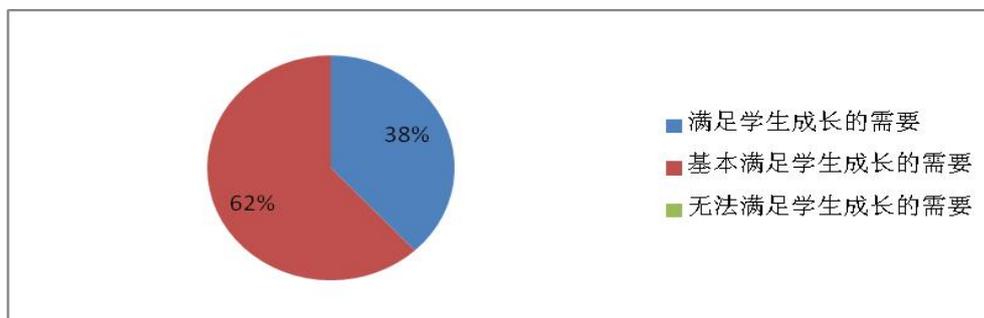
图 11 课程设置



毕业生认为专业设置比较合理。

(4) 教学方法和教学手段

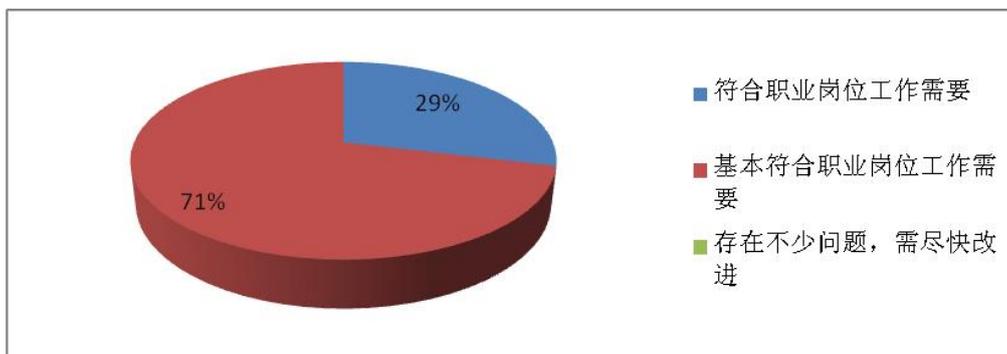
图 12 教学方法和教学手段



从上表看出，毕业生对教学方法和教学手段都比较满意。

(5) 实践教学活动的安排

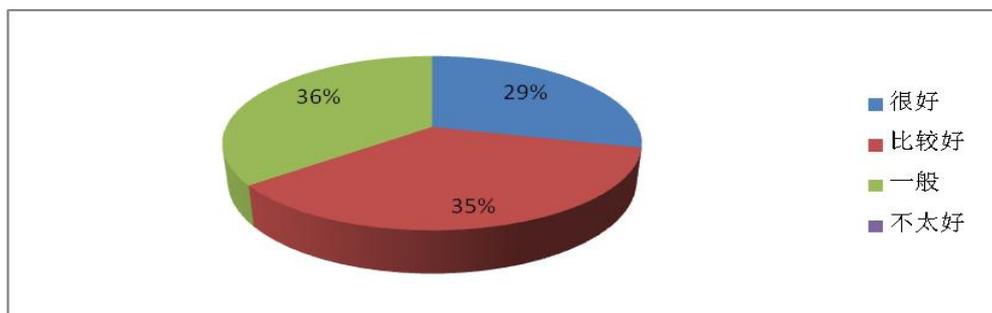
图 13 实践教学活动的安排



从上表看出，毕业生对实践教学活动的安排都比较满意。

(6) 专业的基本理论和基本技能掌握情况

图 14 专业的基本理论和基本技能掌握情况



从上表看出，毕业生对专业的基本理论和基本技能掌握情况个人都可以接受。

(7) 教风和学风

表 15-1 教风

序号	项目	人次	比重%	备注
----	----	----	-----	----

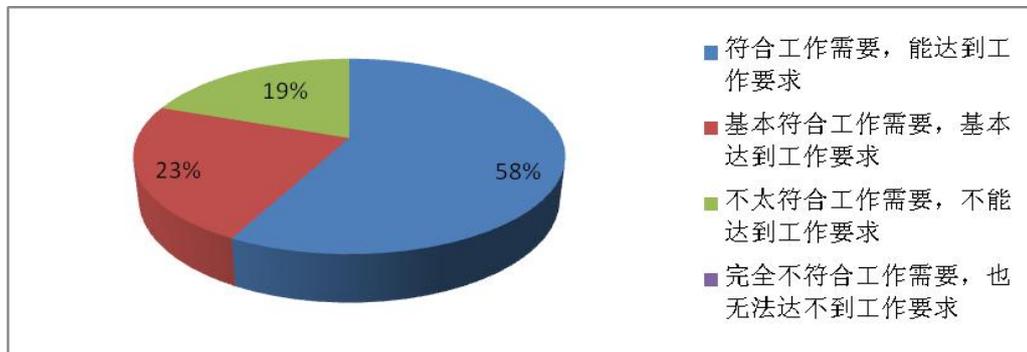
1	很好	128	100	
2	比较好			
3	一般			
4	不太好			
	合计	128	100	

表 15-2 学风

从上表看出，毕业生对教风和学风都比较满意。

(8) 专业核心课程的有效性

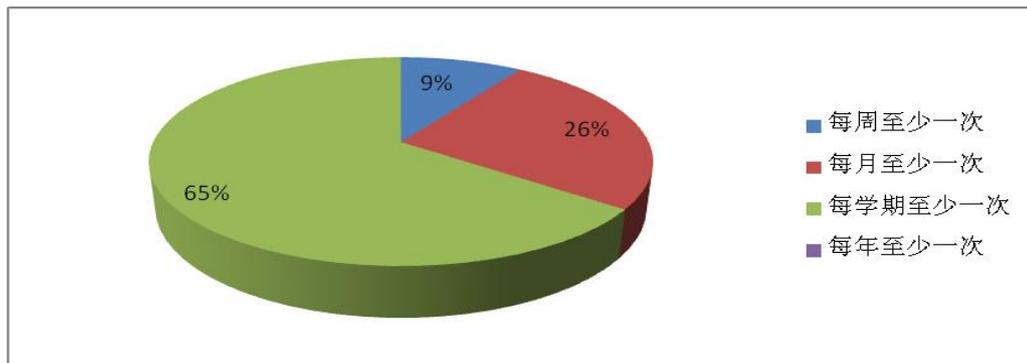
图 16 专业核心课程的有效性



毕业生对专业核心课程的有效性比较满意。

(9) 学生与任课教师交流情况

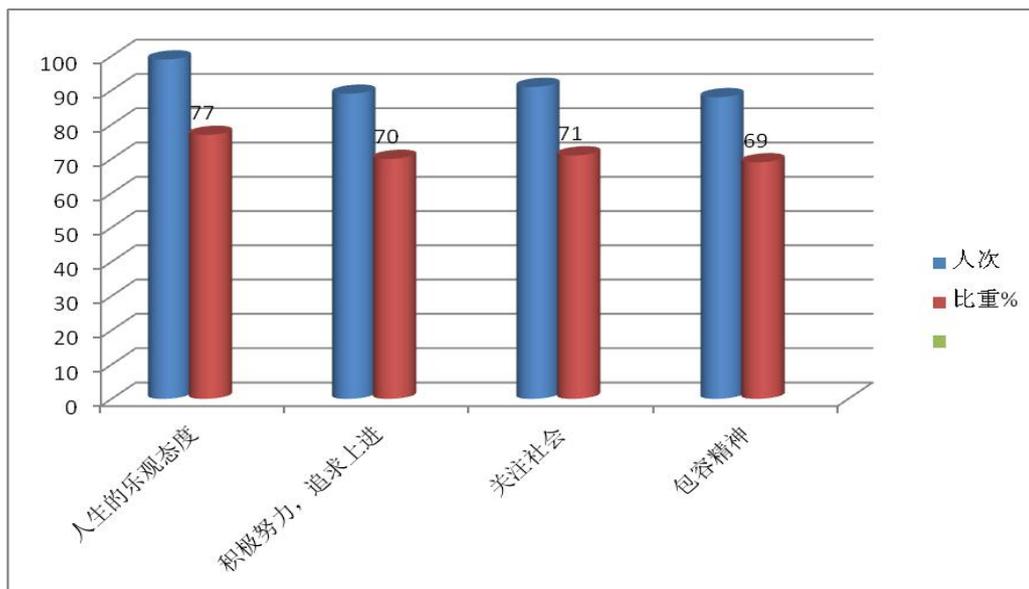
图 17 学生与任课教师交流情况



从上表看出，本专业学生和教师间的沟通是通畅的。

(10) 学院对学生价值观的影响

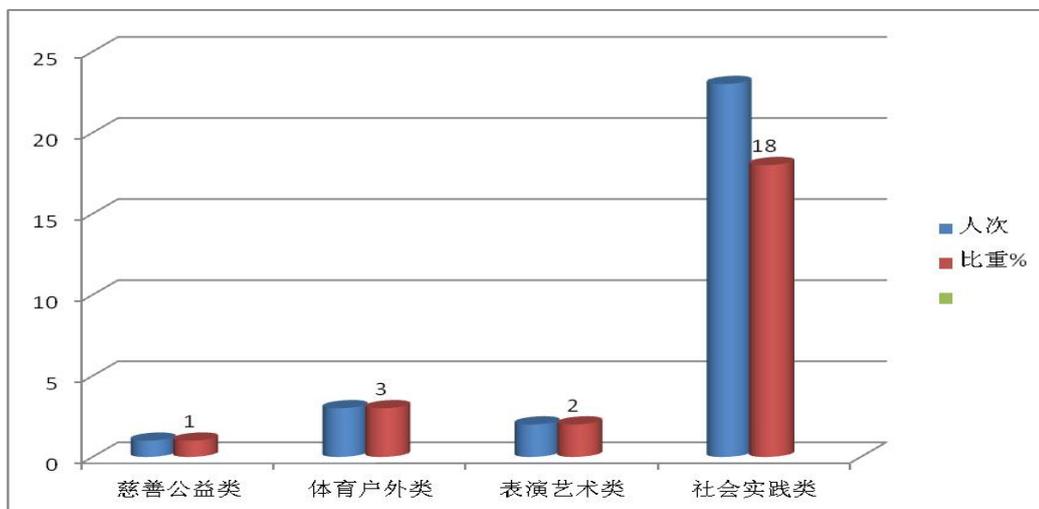
图 18 学院对学生价值观的影响



从上表看出，学院对学生价值观的影响比较均衡，其中，健康卫生习惯占 39%，人文美学修养 27%，此方面影响较小，和专业特点有关，有待加强。

(1) 学生参加社团情况

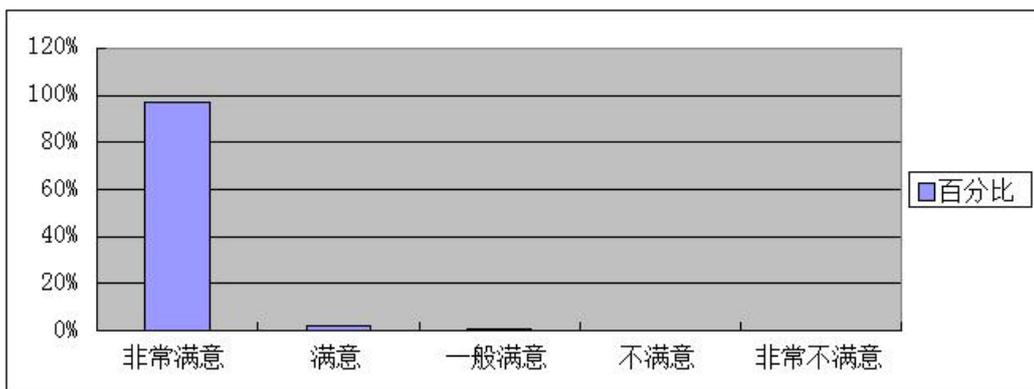
图 19 学生参加社团情况



没有参加任何社团活动的毕业生占 37%，说明本专业学生参加社团的学生积极性不高，大多数学生在校期间，都自己直接参加社会实践活动。另外，社会实践类社团的毕业生占 18%，也能一定程度反映学生务实选择倾向。

(2) 教学工作满意度评价

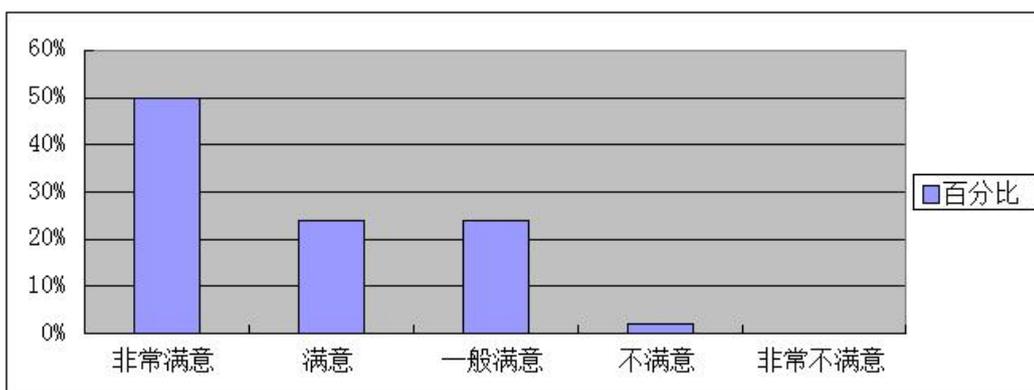
图 20 教学工作满意度调查图



通过数据分析，可以看出毕业生对我专业的教学培养比较认可，其中 97%的人都表示非常满意，只有 2%和 1%的人认为满意和一般满意。没有人认为不满意和非常不满意。

(3) 生活服务满意度评价

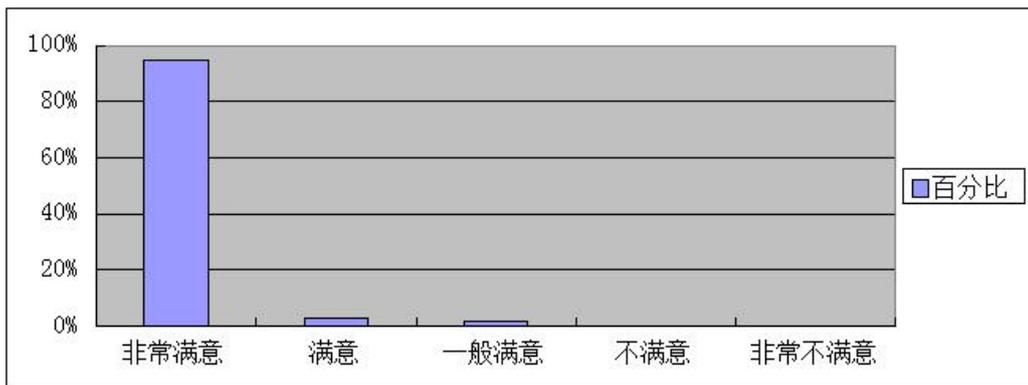
图 21 生活服务满意度调查图



通过数据分析，可以看出毕业生对我校生活服务的满意度较低，其中 50%的都表示不是非常满意学习的生活服务部门。其中一般满意和满意共占了 58%，非常满意仅占 50%。这需要我校生活服务部门能够通过此次的调查清晰认识到问题所在，从而提高服务质量。

(4) 学生工作满意度评价

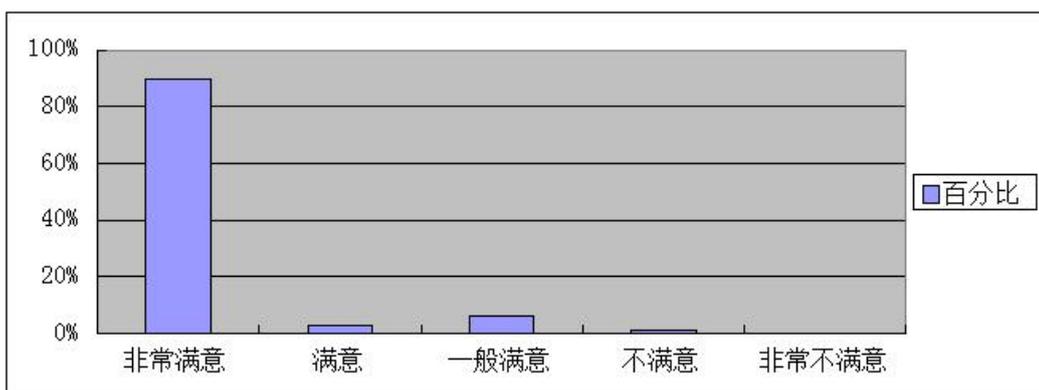
图 22 学生工作满意度调查表



通过数据分析，可以看出毕业生对我校的学生工作评价较高。其中 95%的人都表示非常满意，只有 3%和 2%的人认为满意和一般满意。没有人认为不满意和非常不满意。

(5) 就业工作满意度评价

表 23 就业工作满意度调查表



通过数据分析，可以看出毕业生对我校的就业工作有较高的期待，因此满意、一般满意和不满意占比较前几项调查内容的占比要高。但非常满意的占比为 90%，仍然较高。

(二) 用人单位综合评价调查分析

1. 毕业生素质评价

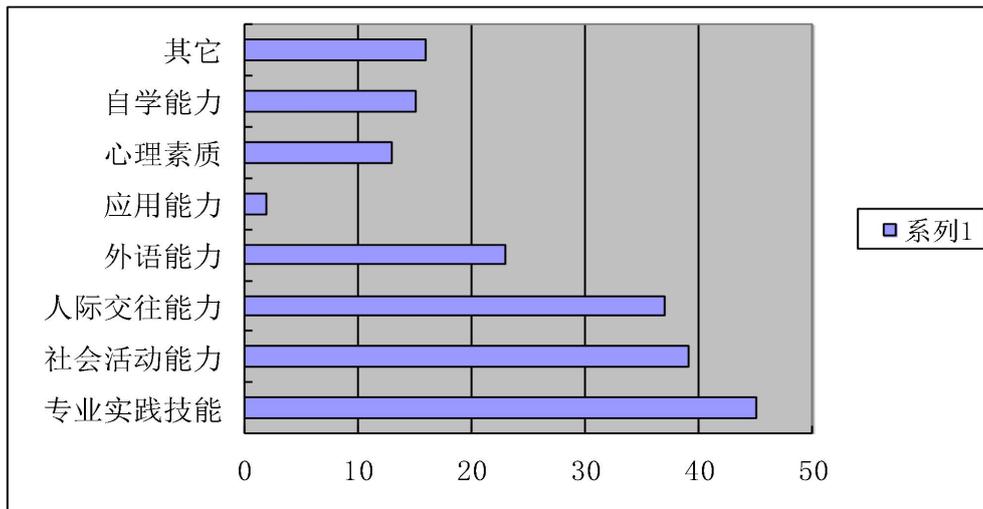


图 24 素质培养评价情况图

学生认为,在学校期间以下三项能力的培养是最重要的:一是专业实践技能,二是社会活动能力,三是人际交往能力。

(2)毕业生适应岗位工作情况

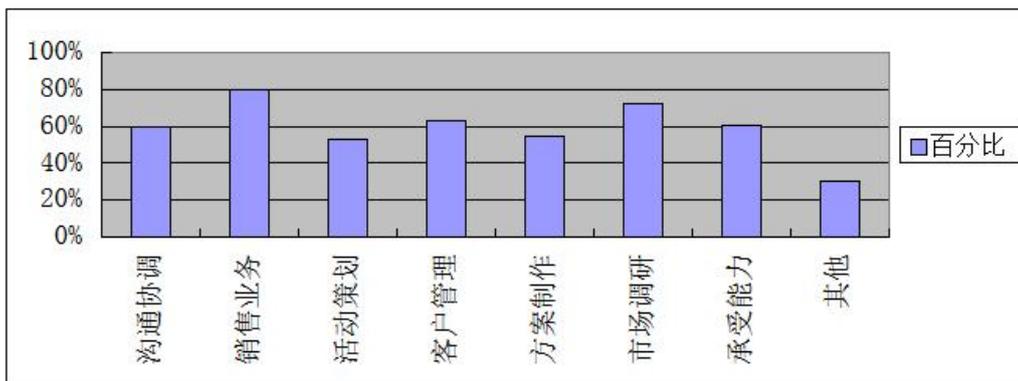


图 25 毕业生适应岗位工作情况图

通过数据分析,可以看出受访者主要认为毕业生岗位适应能力中的销售能力和市场调研能力两项比较好,占比分别为 80%和 72%。受访者认为高职毕业生的方案策划能力比较欠缺,认为合格的仅有 53%和 55%,所以在校期间,更应该重视学生的营销策划能力和综合能力与素质的养成。

3. 毕业生适应岗位工作时间

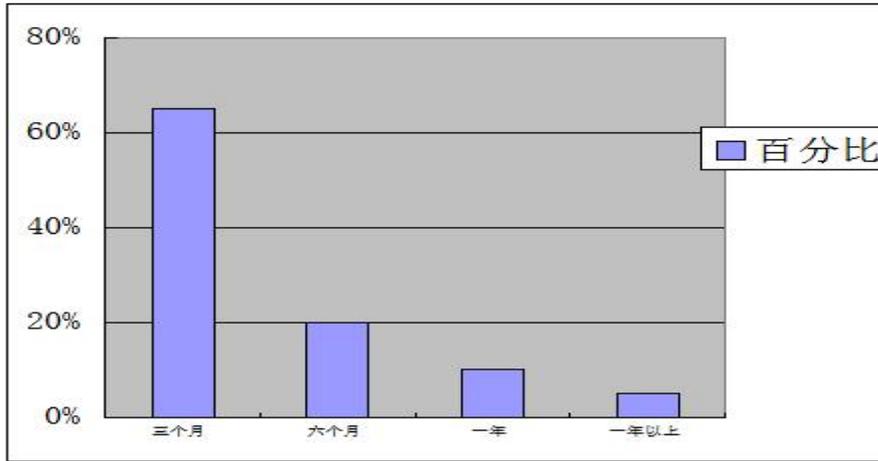


图 26: 毕业生适应工作岗位时间图

本项调查内容为：“您认为市场营销高职毕业生一般多久可以适应工作岗位”。从表中可以看出，超过 65%的用人单位认为毕业生会在 3 个月内适应工作岗位，这从一个侧面说明我们的市场营销专业高职有着较好的适应能力和工作能力。

4. 毕业生可持续发展潜力评价

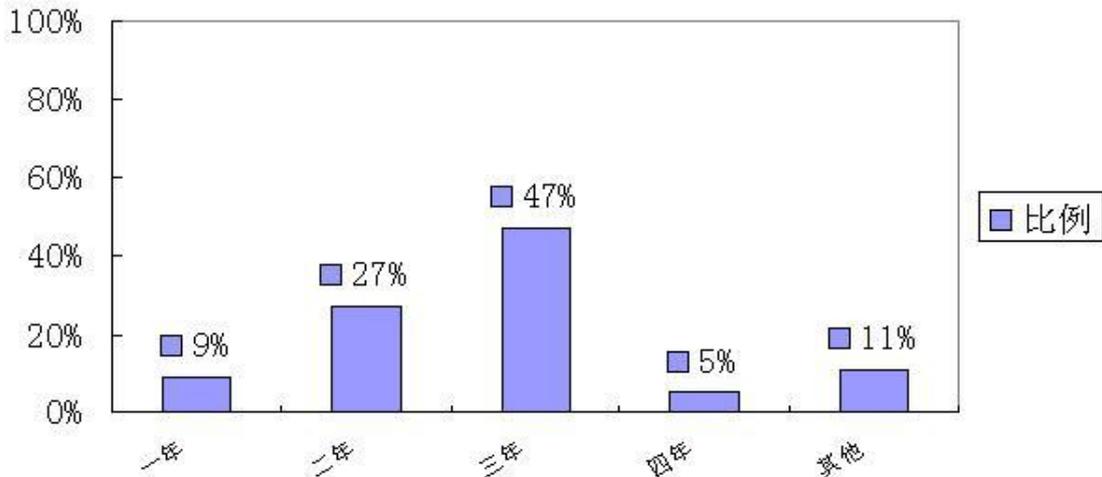


图 27: 毕业生可持续发展潜力评价图

本项调查内容为：“您认为市场营销高职毕业生一般几年可以做到中层管理者的位置”。从表中可以看出，超过 80%的用人单位将会在 3 年内把市场营销专业高职毕业生提升到中层管理者的职位，这从一个侧面说明我们的市场营销专业高职有着较好的职业发展前景。

5. 毕业生专业知识储备

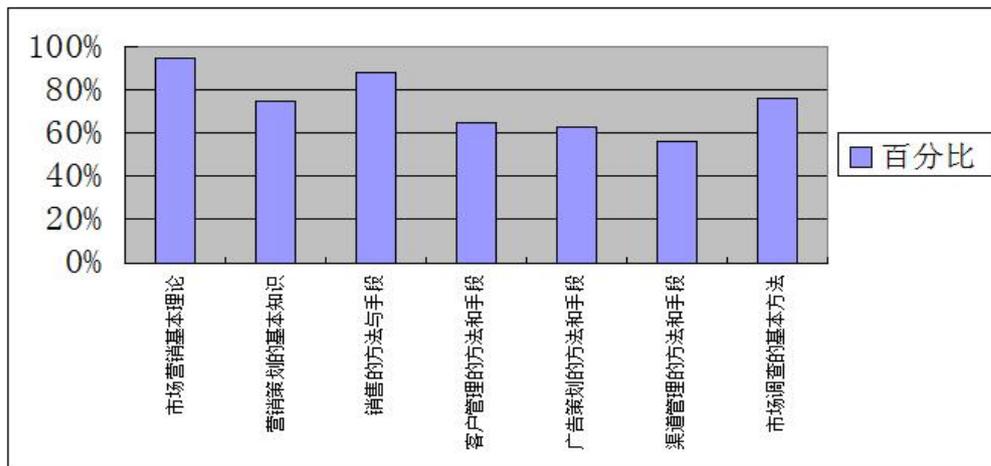


图 28: 毕业生专业知识储备评价图

通过对调研数据的分析，作为市场营销专业的人才首先必须要掌握市场营销专业知识，除此之外为更好的适应市场需求，受访者认为销售的方法和手段（93%）、渠道管理的方法和手段（88%）、市场调查的基本方法（76%）比较重要。

6. 毕业生素质评价

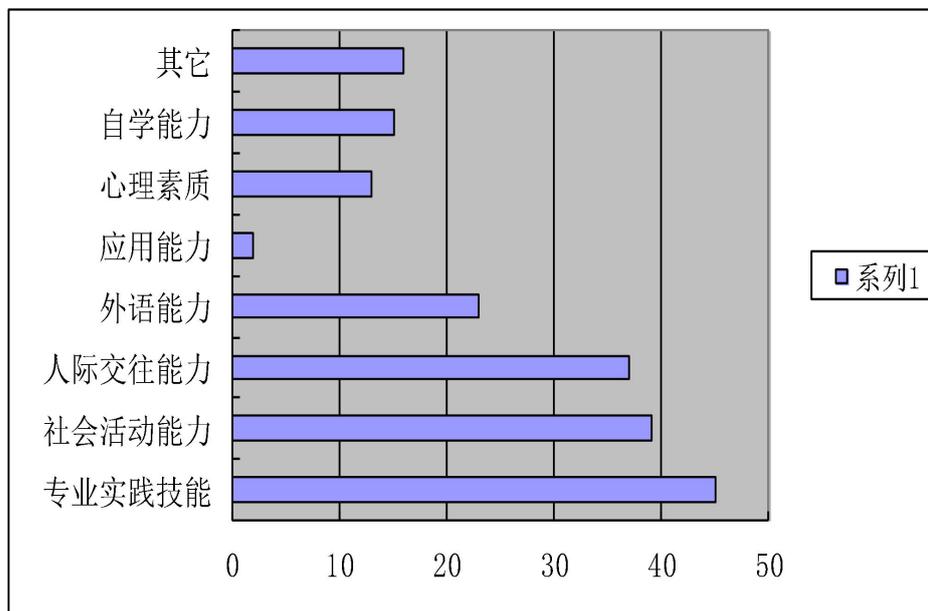


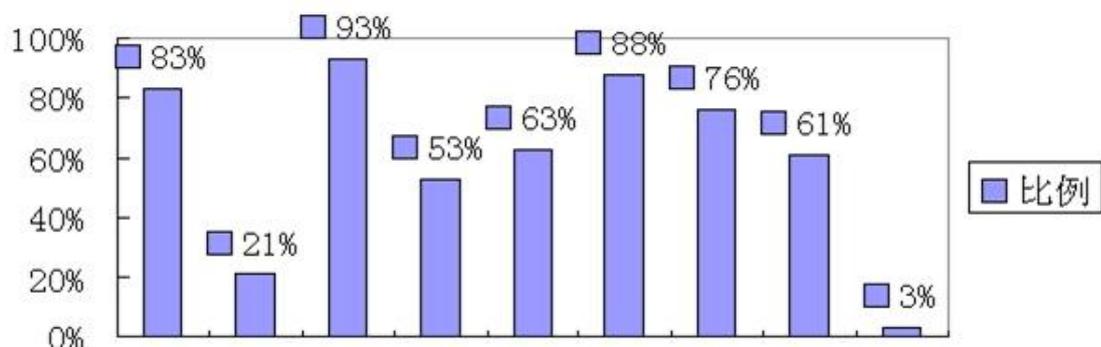
图 29

素质培养评价情况图

学生认为，在学校期间以下三项能力的培养是最重要的：一是专业实践技能，二是社会活动能力，三是人际交往能力。

7. 学生专业基本能力培养

图 30：毕业生专业基本能力培养评价图：



通过对调研数据的分析，可以看出排在首位的是销售业务能力和方案制作能力分别占 93%和 88%，沟通协调能力和市场调研能力紧随其后。这说明高职高专市场营销专业人才主要定位于商品流通企业的基层市场营销岗位。

调查者选择相对较低的是活动策划能力和网络销售能力，分别占比 53%和 21%，这主要是因为专业人才主要还是定位在基层市场营销岗位，活动策划能力是对市场营销能力提出的更高的要求。对网络销售能力要求不高主要是因为黑龙江企业产品的网络销售开展的相对落后造成的。

8. 学院人才培养和教学情况

表 31：学院人才培养和教学情况评价表：

所开设的课程	消费者行为分析	广告实务	市场营销	市场调查与分析
很重要	81%	78%	89%	86%
重要	35%	34%	34%	31%
一般	4%	8%	6%	5%
所开设的课程	管理学原理	商务谈判	营销策划	商务数据分析与应用
很重要	77%	67%	89%	78%
重要	51%	40%	28%	41%
一般	7%	11%	21%	22%
所开设的课程	新媒体运营推广	销售管理	旅游营销	保险营销
很重要	70%	77%	67%	40%
重要	27%	60%	60%	47%
一般	3%	5%	12%	27%
所开设的课程	电子商务基础	经济学基础	经济法基础	公共关系
很重要	76%	64%	47%	78%
重要	80%	37%	38%	65%

一般	40%	3%	18%	13%
----	-----	----	-----	-----

三、毕业生调研分析结论

（一）毕业生就业质量评价

从调查的结果看，大多数毕业生对自己当前的工作比较满意；大多数毕业生对自己业务能力比较自信，再次就业能力较强。整体来说，营销一线的毕业生月平均工资都能在 4000 以上。用人单位普遍认为我院毕业生的思想素质高、业务水平过硬，吃苦耐劳。对学院有“严格管理，扎实育人”有评价。

（二）毕业生对学院教育教学及管理工作评价

通过对毕业生的调查，学生认为，在校的期间学到的专业知识够用，能力得到较大提高，在工作中比较顺手；另外，毕业生还认为三年的学习锻炼大大提高了他们的学习能力和应变能力，使他们具备了更强的发展潜力和发展竞争力。毕业生普遍认同学校能在严格抓教学质量、不断完善教学运行管理、加强师资队伍建设的的前提下，安排专业教师主动帮助学生学习、指导学生实践、跟踪管理毕业岗位实习和对学生进行就业指导，体现了学校教书育人的社会责任。

四、建议

（一）用人单位建议

- 1.学生有些素质能力还需要进一步的提高，如自主创新能力、自我学习能力、自我管理能力和等。
- 2.应加强毕业生的思想教育，特别是职业道德教育，诚信做人。
- 3.做好安全、纪律、法制等方面的教育工作，强化营销专业的毕业生在经济工作中保护好自己、保护好企业的意识。

（二）毕业生建议

从调查反馈的情况来看，毕业生对学校教学工作总体比较满意，总结如下：

1. 加强学生的理论与实践能力的综合培养，使毕业生以最快的速度适应环境的需要。
- 2.采用模块式教学，提高学习兴趣，准确定位学习目标。
- 3.加强对创业的培训和指导，为学生今后发展打下理论基础。
- 4.培训学生的面试技巧，简历制作等内容，提高就业质量。

5.组织各种学生活动要与专业培养结合，培养和锻炼学生的多方面能力。

总之，学生走进校门是教学的开始，学生走出校门是教育的延续，学生能体现一个专业乃至一个学校的内涵，而这种内涵也将会被学生传递给社会。学校受社会影响，更重要的是学校更能影响人，乃至影响社会，我们将持续关注于这种影响，把专业建设的更好，让我们的毕业生更具有竞争力，成为社会的有用之才。

市场营销专业建设团队

2022年6月

专业人才培养方案审批表

专业信息	专业名称	市场营销		
	专业代码	530605		
专家意见	<p>黑龙江农垦职业学院会计专业人才培养方案设计科学，人才培养目标定位准确，符合区域产业发展对人才的需求；课程体系、教学内容与岗位要求联系紧密；人才培养过程理论与实践并重，将工学结合落到实处；注重了学生能力、综合素质、职业道德培养和可持续发展。</p> <p>人才培养方案从高职营销复合型专业技术技能型人才培养模式整体优化出发，在“校企二元、工学耦合”人才培养模式的基础上，确定构建了具有专业特色的人才培养模式，按照“PVG 定向培养”育人体系培养本专业的不同层次的学生；人才培养过程与企业营销岗位工作过程联系紧密，教学目标明确；确定新的课程体系改革方案，并与合作企业专业人员一起，完成涵盖课程目标、教学内容、知识与技能要求、教学进度、考核标准、教学效果等内容专业学习领域建设，构建了“学历教育与职业培训相融通”的课程体系，使学生直接上岗就业；学历教育与职业培训相融通的课程体系，体现了培养目标，专业主干课程得到保证，课程和学时的设置科学合理，符合教育规律。跟踪管理毕业生的职业发展，关注学生发展和成长，体现了职业教育为国家为社会培养实用人才的宗旨。</p>			
	论证专家信息	姓名	单位	职称/职务
	王超	黑龙江农垦职业学院	副教授/院长	
	曲坤	黑龙江农垦职业学院	讲师/副院长	
	侯彦明	黑龙江农业工程职业学院	经管分院院长/教授	
	王知强	黑龙江职业学院	副理事长/教授	
	梅鹏	黑龙江农业工程职业学院	市场营销教研室主/教授	
	王鲁东	黑龙江供销集团有限公司	常务副总经理	
	藺志刚	全能生物科技(天津)有限公司	营销副总裁	
	王晓燕	世联行房地产顾问有限公司哈尔滨分公司	人力资源总监	
教学工作委员会意见	主任签名： 年 月 日			

学院
党委
审核
意见

党委书记签名：

年 月 日