

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

市场营销（630701）

二、入学要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或者具备同等学力者。

三、基本修业年限

基本修业年限三年，最长不超过六年。

四、职业面向

表 1 本专业职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位或技术领域	职业资格证书
财经商贸大类（63）	市场营销类（6307）	营业人员 4-01-01 (GBM 4-11) 营销师 4-01-02-01 其他推销、展销人员 4-01-02-99 采购员 4-01-03-01 客户服务管理师 X4-07-99-07 品牌管理师 X2-02-34-15 营销工程技术人员 2-02-34-06 会展策划师 X2-02-34-13 公关员 3-01-02-02 商贸零售 211-213	销售代表 区域经理 门店经理 商品采购员 小微商业企业创业者 营销策划助理 市场调研专员 会展/活动策划师 公共关系专员 客户管理经理 广告策划专员 品牌策划专员	剑桥商务英语 营销员 助理品牌策划师 商贸零售管理服务人员 剑桥大学商务管理——市场营销 单科证书

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识以及宽广的国际化视野，培养成熟的专业技能，面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调研分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）培养规格

本专业学生应在素质、知识及能力等方面达到以下要求：

1. 素质

（1）政治思想素质：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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）职业道德素质：崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）公民综合素质：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）自主发展素质：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。

（5）身心健康素质：具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）人文艺术素质：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。

（7）国际理解素质：理解人类命运共同体的内涵与价值，有全球视野与胸怀，具有与国际文化对接、交流、沟通的能力。

2. 知识

（1）掌握必备的政治理论、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、安全消防等知识。

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

（6）掌握销售谈判的原则、方法和技巧。

(7) 掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

(8) 掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

(9) 熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

(10) 掌握整合营销传播的方案策划方法和技巧。

3. 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) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，具备本专业必需的信息技术应用与维护能力。

(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市场调查与分析。

(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) 能够组织实施销售谈判。

(8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。

(9) 能够为中小微企业进行营销活动策划并组织实施。

(10) 具备商务礼仪规范应用能力。

本专业的能力结构图见附图 1

七、课程设置与学时安排

1. 课程体系架构

课程体系的设置服务于专业能力结构的要求，整个课程体系划分为公共基础课、专业基础课、专业核心课、专业拓展课、社会与专业实践等五大模块，为学生逐步构建职业基本素质、职业基础能力、职业专项能力和职业综合能力，以适应职业面向与岗位需求。

课程体系与职业能力之间的匹配关系如附图 2.

2. 学时、学分安排

表 1 各类课程学时、学分分配表

课程属性	课程性质	课程门数	学时	学分	学时百分比
公共课	必修	10	745	42	26.8%
	选修	3	96	6	3.4%
专业基础课	必修	4	320	20	11.5%
专业核心课	必修	6	480	30	17.2%
专业拓展课	选修	3	192	12	6.9%
社会与专业实践	必修	4	950	38	34.1%
合 计		30	2783	148	100%
		其中专业实践学时占总学时 <u>59</u> %			

3. 课程说明

表 3 公共基础课程说明

序号	课程名称	主要教学内容
1	思想道德修养与法律基础	本课程是系统地对大学生进行马克思主义理论教育和品德、法律教育的主渠道和基本环节，是我国高等学校课程体系中的必修课程。该课程是适应大学生成长成才需要，帮助大学生正确认识人生的课程。学习这门课的主要目的，是从当代大学生面临和关心的实际问题出发，以正确的人生观、价值观、道德观和法制观教育为主线，通过理论学习和实践体验，帮助大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国主义精神，确立正确的人生观和价值观，自觉认同和践行社会主义核心价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，进一步提高分辨是非、善恶、美丑和加强自我修养能力，为逐渐成为德智体美全面发展的社会主义事业的合格建设者和接班人，打下扎实的思想道德和法律基础和提升实践能力。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育二门课程中的骨干和核心课程，是高等学校学生必修的基础教育课。通过本课程学习，能够帮助学生系统掌握马克思主义中国化的两大理论成果——毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成发展主要内容、精神实质、历史地位和指导意义；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署；不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定中国特色社会主义理想信念。

3	形势与政策	<p>本课程是一门在全校各专业、各班级学生中普遍开设的公共必修课。本课程采用专题教学的形式展开。教学专题是根据中共中央宣传部和教育部印发的形势与政策教育教学要点的要求，结合学生思想实际，反复斟酌认真挑选出来的。一般分为国内政治形势篇、国内经济形势篇、国内文化建设篇、台海局势篇和国际形势篇等。</p> <p>通过适时地进行形势政策、世界政治经济与国际关系基本知识的教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，正确认识国家的政治、经济形势，国家改革与发展所处的国际环境、时代背景，正确理解党的基本路线、重大方针和政策，正确分析社会关注的热点问题，激发学生的爱国主义热情，增强其民族自信心和社会责任感，把握未来，勤奋学习，成才报国。</p>
4	军事理论	<p>本课程是普通高等学校学生的必修课程，课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。通过军事理论课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。</p> <p>课程包含了五个方面内容即：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备。</p>
5	军训与入学教育	<p>本课程包含军训和入学教育两部分：</p> <p>军训的目的是通过严格的军事训练提高学生的政治觉悟，激发爱国热情，发扬革命英雄主义精神，培养艰苦奋斗，刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学风和生活作风，掌握基本军事知识和技能。</p> <p>入学教育主要为新生介绍学校规章制度、专业概况以及大学学习和生活的注意事项，以便学生能尽快适应环境。</p>

6	体育I-III	<p>体育 1: 主要开设的项目有 8 式太极拳、瑜伽、散打、篮球、羽毛球、体育理论知识等。通过基础体育课教学,使学生正确认识体育的目的和意义,获得必要的体育基本理论知识,打下良好的身体素质基础,学会科学锻炼身体的方法,培养对体育运动的兴趣。</p> <p>体育 2: 主要提高学生的运动能力、培养体育兴趣、培养终身体育意识和健身习惯。养成终身体育锻炼的好习惯,使他们成为体魄健壮、精力充沛、品德高尚、勇于克服困难、具有开拓创新能力社会主义建设者的合格人才。</p> <p>体育 3: 以各项目教学比赛和娱乐健身方法为主要手段。将体育课寓促进身心和谐发展、思想品德教育、文化科学教育、生活与体育技能教育于身体活动并有机结合的教育过程;是实施素质教育和培养全面发展的人才的重要途径。</p> <p>保健体育课,该课程贯穿全部大学体育课程体系。该课程主要针对伤、病、残、体弱、特殊体型(过胖过瘦)等学生开设。根据学生实际情况,有针对性的组织康复、保健体育教学。疫情期间在教学内容的选择上以太极拳、基本素质、康复保健知识以及物理康复治疗等内容为主。</p>
7	大学生心理健康教育	<p>本课程是一门面向全校学生开设的公共必修课。本门课程主要介绍心理健康知识,使大学生能够正确认识自我和环境,树立心理健康意识和心理保健意识;传授心理调适的方法,增强大学生的自我心理调节能力,有效消除心理困惑,提高受挫能力和适应能力;解析心理异常现象,使大学生了解常见心理问题产生的原因及主要表现,以科学的态度对待各种心理问题。</p> <p>课程由七个专题组成:心海泛舟——什么是心理健康;爱的密语——恋爱心理学;命运钥匙——人格发展;缘聚你我——人际交往关系;放飞心灵——情绪管理;心灵氧吧——自我意识;礼赞生命——压力管理。</p>

8	职业发展与就业创业指导	<p>本课程是高等院校就业指导教育的重要内容之一，是一门大学生的公共选修必修课程之一，知识内容分为职业生涯规划、创新创业和就业指导三部分。</p> <p>职业生涯规划旨在增强大学生的职业生涯规划意识，提高大学生有效规划自我未来职业的整体思维能力，促进大学生的健康发展，进而使其走向成熟幸福的未来生涯。</p> <p>创新创业重点在于对学生创业素质的培养和创业基础知识的介绍。通过课程教学，使学生掌握开展创业活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，激发学生的创业意识和企业家精神，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> <p>就业指导主要是提高大学生的就业能力和职业素质，为大学生择业、就业做准备。通过课程教学，使学生了解就业形势，熟悉就业政策，提高就业竞争意识和依法维权意识；了解社会和职业状况，激发全面提高自身素质的积极性和自觉性；了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；掌握就业与创业的基本途径和方法，提高就业竞争力及创业能力。</p>
9	计算机应用基础	<p>本课程由两部分组成：一是计算机应用基础课程的教学；二是计算机等级考试强化实训（1周）。本课程以全国计算机等级一级 MS 考试大纲为依据，主要讲授计算机基础知识、计算机系统的硬件结构、计算机软件分类与应用、Windows 基本操作、Word 应用、Excel 应用、PowerPoint 应用以及因特网与电子邮件相关操作等知识。要求学生学完后能够通过全国计算机等级一级考试。</p>
10	英语I-IV	<p>大专英语课程是高职学生的必修课程，其教学目标是夯实学生的英语语言基础，培养其英语听说读写的综合能力，使学生在未来的工作和社会交往中能使用英语进行有效的口头和书面交流；同时增强学生的学习自主能力，提高综合文化素养，注重培养学生对中国文化的基本推介能力。</p> <p>博雅学院大专英语分为两大模块，分别为大专英语必修课程和大专英语第二课堂。其中大专英语必修课程包含 Workplace English I 和 Workplace English II，各设置了 4 学时每周，每学期 16 周，各计 4 学分，在第一至第二学期进行授课。在第三至第四学期分别开设英语 III 和英语 IV，以培养学生用英语讲好中国文化以及英语就业能力目标，各设置了 4 学时每周，每学期 16 周，各计 4 学分。此外，大专英语第二课堂开展丰富的课外活动，提高学生英语学习兴趣，展示语言的实用价值。其中包括英语演讲，未来之星口语大赛、语言类考试培训等。</p>

表 4 专业基础课程说明

序号	课程名称	主要教学内容
1	国际商务基础	当代商务变迁、商务道德与社会责任、当代商务所面临的经济挑战、国际市场竞争、商务企业的组建形式、金融与会计基础知识、管理领导力与企业内部组织架构、人力资源管理、团队协作与沟通、生产运营管理、客户导向的营销策略、信息管理技术等
2	国际商务文化与协作	商务沟通概论、跨文化沟通与道德、口头演讲、商务信息的计划, 撰写与校订、日常, 积极与消极信息的传播策略、商务礼仪、新媒体营销信息撰写策略、团队内部沟通与冲突管理、商务报告的计划, 撰写与校订等
3	创业实务	介绍创业的类型, 风险, 影响因素等创业的基本知识; 了解创业意识, 创业精神, 创业知识, 创业政策等知识; 发现创业机会, 市场调研, 选择创业项目, 选择创业地址, 组建创业团队, 筹集创业资金以及编写创业计划等内容; 分析和介绍创业成长的关键因素, 市场进入的时机和策略, 市场竞争战略, 创业风险等内容
4	企业社会责任	企业社会责任 (CSR) 的历史和发展; 商业目的: 市场资本主义模式; 企业宗旨: 为所有利益相关者创造价值; 市场逻辑的发展; 商务企业社会责任的局限性; 联合国全球契约: 全球行为准则的概念; 企业与社会可持续性关系; 实现可持续发展的转型方式; 中小企业可持续发展线路

表 5 专业核心课程说明

序号	课程名称	主要教学内容
1	市场营销学	营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等
2	消费者行为学	消费者的知觉、学习和记忆、动机和情感、自我、个性、生活方式和价值观、态度、个人和组织决策制定、购买情景因素、使用与处置、群体对消费者的影响、收入和社会阶层、文化与亚文化
3	整合营销传播	预算和目标的制定、创意策略的开发、实施与评估、媒体策划与策略、所有媒体的特征、整合营销传播计划及执行、广告与促销伦理与经济等
4	销售技巧	潜在客户寻找与识别、产品介绍、推销流程及阶段划分、推销方法和技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作
5	品牌管理	品牌定位、品牌个性、品牌形象识别、创建品牌资产、品牌推广整合、评估品牌资产、设计和执行品牌战略、新产品和品牌延伸等知识与实务操作
6	数字版面设计	Photoshop 的基本操作、文字特效制作、图像的编辑技巧、通道与滤镜的使用; Illustrator 的工作界面应用、设计基础、路径与图层的应用; InDesign 的排版编辑、工作范围的选取等

表 6 专业拓展课程说明

序号	课程名称	主要教学内容
1	零售学	零售商的类型、全渠道零售、零售市场战略、零售经营管理、财务战略、商圈分析与选址、零售组织人力资源管理、信息系统与供应链管理、商品分类与规划、商品采购、零售定价、店面管理、商店布局、设计及视觉营销等知识与实务操作
2	国际营销	国际市场营销环境、国际贸易组织与政策、文化的力量、国际经济环境、国际政治和法律环境、全球消费者、工业和政府市场、全球战略规划制定、国际市场调研、市场进入与扩张、全球营销组合策略等
3	客户关系管理	客户关系管理技术的应用、客户的选择、客户的开发、客户的信息管理、客户的分级、客户的沟通途径、处理客户投诉、让客户满意、实现客户忠诚的策略、客户关系的挽回等
4	项目营销与会展实务	节事活动营销策划与实施、展览营销策划与制定、会展城市营销、会展营销的渠道与手段、会展赞助与营销策略、会议策划与组织、会展营销技巧等
5	公共关系实务技巧	公共关系是研究组织与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。通过该课程学习，培养懂管理、善策划、会传播，具有系统的行政管理 and 经营管理知识、熟悉现代传播沟通理论和方法，具备调研、策划和创意能力，掌握各种宣传技巧和外交艺术的公共关系专门人才

表 7 社会与专业实践课程说明

序号	课程名称	主要教学内容
1	专业综合实践	与生物医药企业合作，进入企业进行生物医药方向的营销实践以及生物医药的基础理论培训。
2	顶岗实习	通过顶岗实习使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化。掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能，让学生初步获取一定的职业实践能力。市场营销类岗位主要是从事市场调研、品牌策划、市场推广与宣传，实现销售目标、零售管理、会展策划等。
3	毕业设计（论文）	在符合市场营销专业培养目标的选题下，尽可能结合社会、生产的实际问题，促进教学、实践的有机结合；学生根据实习工作经验、阅读文献资料、进行典型调查等工作基础上，运用所学知识，独立完成报告或论文。
4	素质拓展与劳动素养（含实践周）	通过独特的富有思想性、挑战性和趣味性的活动，培训学生积极进取的人生态度和团队合作精神，良好的团队精神和积极进取的人生态度，是现代人应有的基本素质，也是现代人人格特质的两大核心内涵。

4.培养规格实现矩阵（见附图3）

八、教学进度安排

- 1.教学计划进度表（附表1）
- 2.教学进度安排逻辑表（附表2）
- 3.教学活动时间分配表（附表3）

九、毕业条件

1. 修完专业培养计划规定课程，取得 148 学分；
2. 至少获得一种本专业人才培养方案中指定的职业技能证书；
3. 获得全国计算机等级考试一级合格证书；
4. 英语水平达到教育部和国家语委共同发布的《中国英语能力等级量表》语用能力四级标准。

十、实施保障

1. 师资队伍

本专业共有校内师资 3 名，中级职称 2 人。教师中具有双师背景的占 100%。师资队伍一览表见表 6。

表 8 师资队伍一览表（按课程负责人列）

序号	姓名	单位	职称	专业特长	主讲课程	专兼职
1	童姝睿	商学院		市场营销	市场营销、消费者行为学、整合营销传播、销售技巧、零售学、项目营销与会展实务	专职
2	甘玲	商学院	中级	国际商务	市场营销、品牌管理	专职
3	何慧琳	商学院	中级	市场营销	市场调研	专职

2. 教材与课程资源

（1）教材选择原则

- ①要坚持正确的政治方向和价值取向。必须体现党和国家意志。坚持马克思主义

指导地位，体现马克思主义中国化要求，体现中国和中华民族风格，体现党和国家对教育的基本要求，体现国家和民族基本价值观，体现人类文化知识积累和创新成果。

②按以下顺序选择教材：

国家和省级教育行政部门发布的规划教材；

国家级出版社出版的规划教材；

国家级出版社出版的一般教材；

一般出版社出版的规划教材。

③不得选用盗版、盗印教材。

④选用境外教材，按照国家有关政策执行。

⑤教材的选择程序：任课教师初步选择教材；专业主任负责本专业所有教材的审核；学院分管领导负责学院所有教材选用的审批；报教学科研处备案。

⑥教材的选用尽量稳定，除非教材内容与课程教学标准不相符合。

本专业的课程教材推荐如表 12。

表 9 专业课程教材推荐一览表

序号	课程名称	教材名称	出版社	出版时间	作者	书号
1	市场营销学	市场营销学（第 12 版全球版）	中国人民大学出版社	2017	加里·阿姆斯特朗	978-7-300-24228-6
2	消费者行为学	消费者行为学（第 12 版）	中国人民大学出版社	2019	迈克尔·所罗门	978-7-300-26054-9
3	整合营销传播	广告与促销：整合营销传播视角（第 11 版）	中国人民大学出版社	2019	乔治·贝尔奇	978-7-300-26921-4
4	销售技巧	销售学：伙伴关系创造价值（第 14 版）	中国人民大学出版社	2019	杰拉尔德·曼宁	978-7-300-26480-6
5	零售学	零售管理（第 6 版）	人民邮电出版社	2016	迈克尔·利维	978-7-115-40656-9
6	国际营销	国际市场营销学（第 10 版）	中国人民大学出版社	2015	迈克尔·钦科陶	978-7-300-20986-9

7	品牌管理	战略品牌管理—创建、评估和管理品牌资产（第5版）	中国人民大学出版社	2020	凯文·莱恩·凯勒	978-7-300-24917-9
8	数字版面设计	版式设计基础与表现	中国纺织出版社	2018	张大鲁	9787518042647
9	项目营销与会展实务	会展营销实务（第2版）	机械工业出版社	2019	肖温雅	9787111542353
10	客户关系管理	客户关系管理——客户关系的建立与维护（第4版）	清华大学出版社	2018	苏朝晖	9787302492979

3. 教学设施

(1) 校内实训基地

“校中企”实训中心通过“引企入校”，校企共建实习实训基地，能充分地利用企业的技术指导、企业专家帮助学生在真实的企业生产环境中学习，有效提高实践技能。“校中企”合作方式的核心是“以能力为本位、以就业为导向”，鼓励企业参与学院建设的积极性，实现校企深度、全程、紧密、长远合作，确保工学结合人才培养有效实施，推动专业服务能力持续进步，有效地提高学生的综合职业能力。

表 10 校内实训设施一览表

序号	实训室名称	承担的主要实训项目或课程	台套数
1	“校中企”实训中心	商务基础实训 数字版面设计	50

(2) 校外实习基地

本专业核心课程《广告与促销》，《销售管理》，《零售学》的教学内容介入了校企合作单位 H&M 以及苏州我叫文化传媒有限公司的参与。除了可以让学生了解到实时的企业运作方式、行业趋势和市场动态，通过和企业共同设计的课程考核内容，还

能让学生把课堂所学的理论结合到实际项目中，包括到 H&M 培训并完成销售任务，为苏州我叫文化传媒有限公司的合作品牌设计广告方案等实践项目。

表 11 校外实训基地一览表

序号	企业名称	主导产品	基地主要作用
1	H&M	时尚服装	销售实践，零售培训
2	苏州我叫文化传媒有限公司	品牌策划	广告项目实践

4.顶岗实习要求与管理

顶岗实习是必修课程，不得免修，如成绩不合格，必须重修。实习期间，学生在企业顶岗工作，既是企业的（准）员工，又是学校的学生，具有双重身份，校企双方均负有教育和管理的职责。顶岗实习一般安排在第五学期和第六学期，累计不少于 6 个月。二级学院可结合本部门专业教学进程的特点与需要，适当调整实习时间安排。实习岗位原则上要求和学生所学专业对口。

（1）顶岗实习组织管理

顶岗实习工作实行学校、二级学院、专业三级负责制，设立学校顶岗实习工作领导小组、二级学院顶岗实习工作管理小组、专业顶岗实习指导小组组成的三级管理机构。

学校顶岗实习工作领导小组由分管教学的副校长任组长，教学科研处、学生工作处、招生就业处负责人担任副组长，成员包括各二级学院院长。

学校顶岗实习工作领导小组负责对全校顶岗实习工作的领导、管理制度的制定和实习的组织管理、督促检查等工作。

教学科研处作为教学归口部门，负责对全校顶岗实习管理工作监控并检查工作的开展情况；负责建立健全学校顶岗实习管理制度；协调相关部门工作；收集全校顶岗实习工作信息进行统计分析并提出改进工作的意见和建议。

学生工作处作为学生管理归口部门，负责指导并督促二级学院顶岗实习期间的学生管理工作，处理各类学生突发事件。

招生就业处作为就业归口部门，积极协助二级学院落实学生顶岗实习单位，指导并配合二级学院的就业工作。

（2）对学生的要求

按照《顶岗实习教学标准》要求，制定个人顶岗实习计划，认真完成实习任务。实习开始前向指导教师提交经实习单位盖章的《顶岗实习协议》

认真参加岗位技能和专业技术应用能力的训练，努力使自己的综合实践能力和社会适应能力得到锻炼、培养和提高。

主动与指导教师联系，每两周至少要与学校指导教师联系一次，提交顶岗实习工作周记、按要求汇报顶岗实习情况、完成顶岗实习工作周记。

实习学生应牢记“安全第一”，加强自我保护，维护自身合法权益，如遇问题及时向校内指导教师汇报。

加强组织纪律观念，遵守所在单位和学校的各项规章制度。

顶岗实习原则上不允许请假；如遇特殊情况，须经校内指导教师和顶岗实习单位同意，并履行请假手续；请假3天及以上的，需由本人提出书面申请，指导教师和顶岗实习单位审核，报二级学院审批，教学科研处备案。

在实习期间，实习学生（除非常特殊情况者）必须服从分配，按照要求顶岗实习，完成实习任务。实习期间，若中途更换实习单位，需及时向校内指导老师汇报，并提交新的《顶岗实习协议》备案。

在顶岗实习过程中，发生重大问题，学生本人应及时向实习单位和校内指导教师报告，指导教师要及时向二级学院和实习单位双方负责人报告。

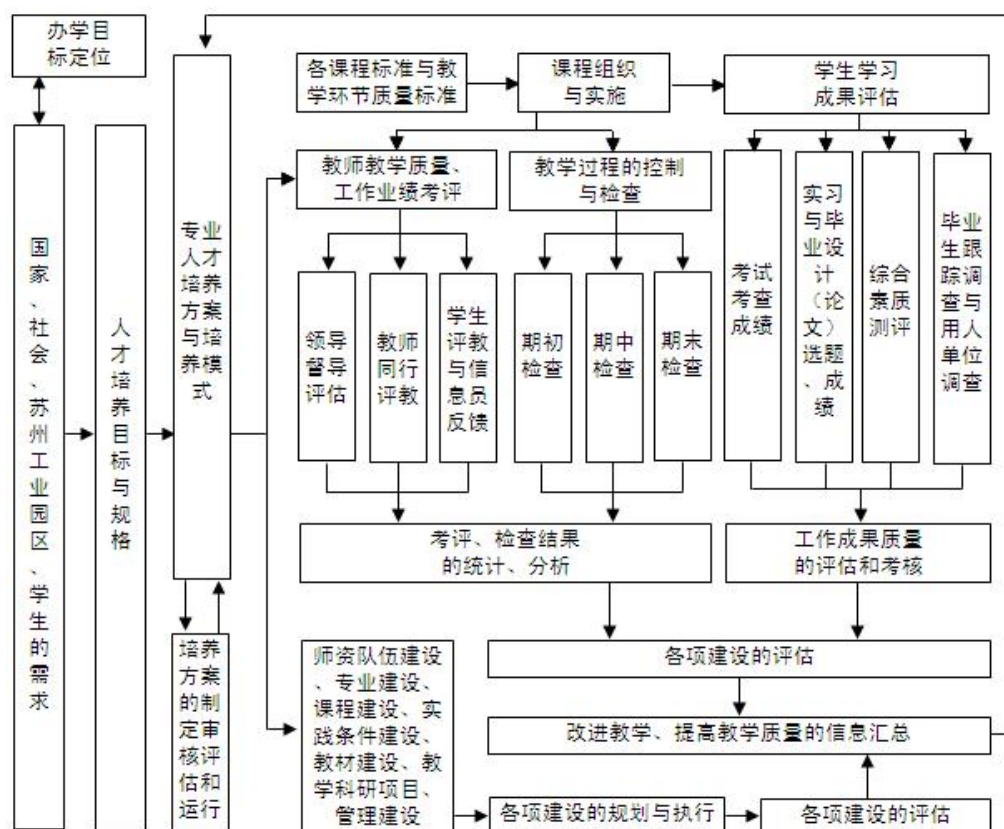
顶岗实习结束后，学生须撰写《顶岗实习总结》。

十一、质量保障

学校以建立目标体系、完善标准体系和制度体系、提高利益相关方对人才培养工作质量的满意度为目标，按照“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”的工作方针，切实履行人才培养工作质量保证主体的责任，建立常态化的内部质量保证体系和可持续的诊断与改进工作机制，建立《苏州百年职业学院教学质量监控与保障体系》，

不断提高我校人才培养质量。

教学质量监控与保障体系的组织系统由决策系统、管理与执行系统、检查与评价系统和教学过程监控系统等四个方面构成，是一个逐层向下控制，逐层向上负责的质量管理系统。

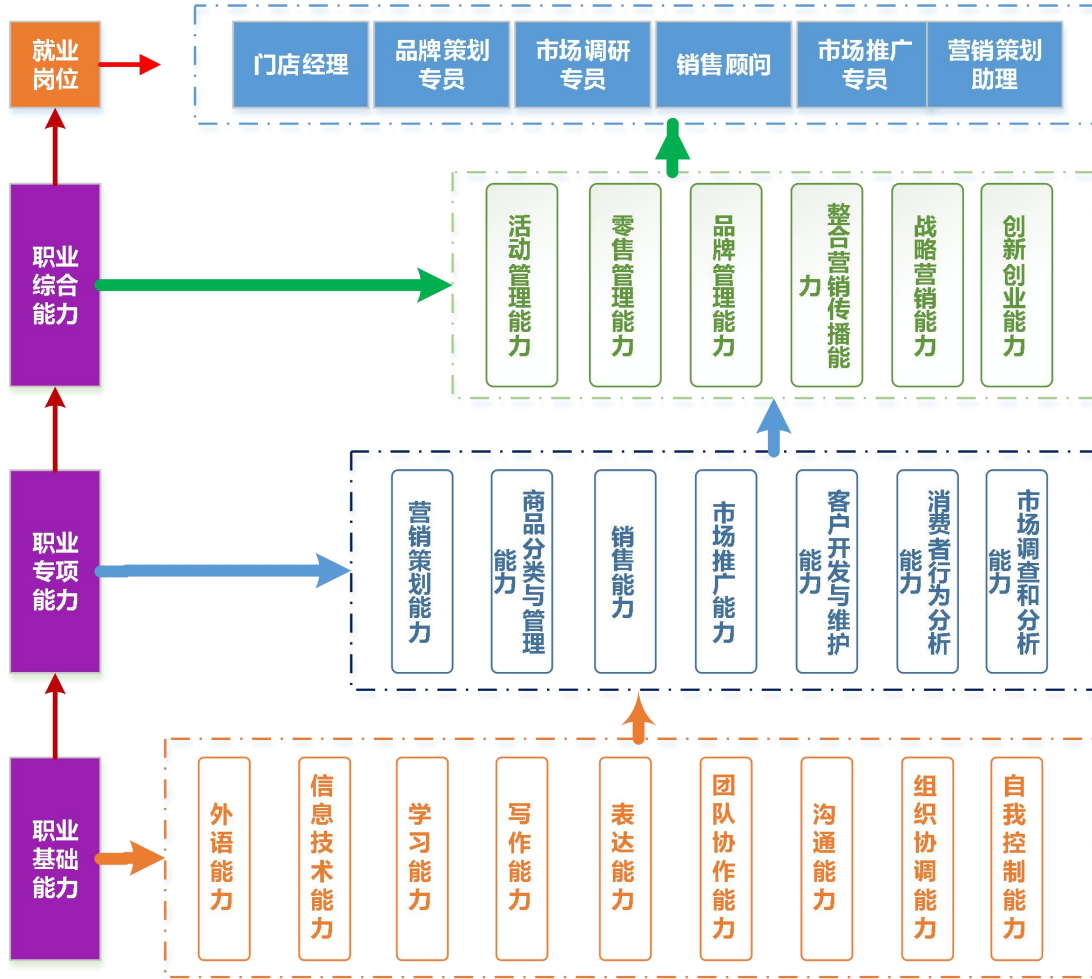


十二、特色与其他

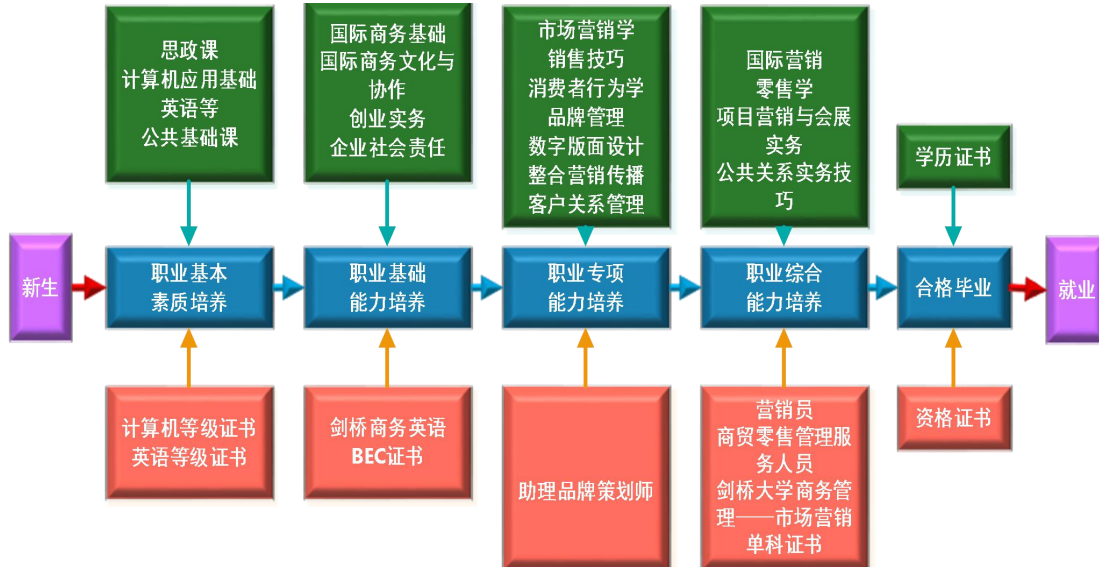
(1) 以就业为导向，在构建“宽基础”的基础上，依托校企合作、工学结合，协同构建“活模块”的教学模式，同时满足学生的个性化发展以及不同行业的市场营销需求。

(2) 本专业强调理论与实践结合，依托国际学校合作背景，通过项目式、混合式、案例式、情景式、任务式等多种创新教学模式，培养学生的国际化视野以及对专业知识的应用能力和创新能力。

附图 1：专业能力结构图



附图 2：课程体系架构图



附表 1：教学计划进度表

课程属性	课程代码	课程名称	学分	课程类型	课程性质	学时数分配		考核方式	开课学期	周学时	教学周	开课单位
						共计	实践					
公共课	COM001	思想道德修养与法律基础	3	B	必修	48	18	考试	1	3	16周	教育与服务学院
	COM002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	B	必修	64	30	考试	2	4	16周	
	COM003	形势与政策	1	A	必修	16	0	考查	1-4	2	2周	
	COM004	军事理论	2	A	必修	36	0	考查	1	2	16周	
	COM005	军训与入学教育	2	B	必修	80	70	考查	1	2	16周	
	COM006	体育I	2	B	必修	32	24	考查	1	2	16周	
	COM007	体育II	2	B	必修	38	24	考查	2	2	16周	
	COM008	体育III	2	B	必修	38	24	考查	3	2	16周	
	COM009	大学生心理健康教育	2	B	必修	32	16	考查	2	2	16周	
	COM010	职业发展与就业创业指导	3	B	必修	48	18	考查	2-4	2	8周	
	COM011	计算机应用基础	3	B	必修	57	25	考试	1-2	2,25	16周,1周	工学院
	ENG001	英语I	4	A	必修	64	0	考试	1	4	16周	博雅学院
	ENG002	英语II	4	A	必修	64	0	考试	2	4	16周	
	ENG003	英语III	4	A	必修	64	0	考试	3	4	16周	
	ENG004	英语IV	4	A	必修	64	0	考试	4	4	16周	
			公共选修课I	2	A	选修	32	0	考查	2	2	16周
		公共选修课II	2	A	选修	32	0	考查	3	2	16周	
		公共选修课III	2	A	选修	32	0	考查	4	2	16周	
		小计	48			841	249					
专业基础课	SCB903	国际商务基础	4	A	必修	64	0	考查	3	4	16周	商学院
	SCB904	国际商务文化与协作	6	B	必修	96	48	考查	4	6	16周	
	SCB901	创业实务	6	B	必修	96	48	考查	3	6	16周	
	SCB906	企业社会责任	4	B	必修	64	32	考查	1	4	16周	
		小计	20			320	128					
专业核心课	MKT001	市场营销	4	B	必修	64	32	考试	1	4	16周	商学院
	MKT002	销售技巧	4	B	必修	64	32	考试	3	4	16周	
	MKT003	消费者行为学	4	B	必修	64	32	考试	1	4	16周	
	MKT004	品牌管理	6	B	必修	96	48	考试	4	6	16周	
	MKT005	数字版面设计	6	B	必修	96	64	考试	2	6	16周	
	MKT006	整合营销传播	6	B	必修	96	50	考试	2	6	16周	
		小计	30			480						
专业拓展课	MKT007	零售学	4	B	选修	64	32	考查	4	4	16周	商学院
	MKT008	国际营销	4	B	选修	64	32	考查	2	4	16周	
	MKT009	客户关系管理	4	B	选修	64	32	考查	3	4	16周	
	MKT010	项目营销与会展实务	4	B	选修	64	48	考查	4	4	16周	
	BEM006	公共关系实务技巧	4	B	选修	64	32	考查	4	4	16周	
		小计	12			192	354					
社会与专业实践	MKT011	营销综合实训	6	C	必修	150	110	考查	5	25	6周	商学院
	MKTP01	顶岗实习	18	C	必修	450	450	考查	5-6	25	10月-5月	
	MKTP02	毕业设计（论文）	4	C	必修	100	100	考查	5-6	25	10月-5月	
		素质拓展与劳动素养（含实践周）	10	C	必修	250	250	考查	1-6	25		
		小计	38			950	910					
		总计	148			2783	1641			实践学时占比：	59%	

注：

1. 课程类型：A（纯理论课，实践学时低于20%）、B（理论+实践，实践学时20%~70%）和C（实践课，实践学时大于70%）。
2. 课程性质：必修/选修；
3. 考核方式：考试/考查，考试：平时考核+期末考试；考查：平时考核。其中考试课包括专业核心课、国家规定两课、英语课；
4. 素质拓展分散在各学期完成；
5. 每学期安排20个教学周，其中16周为常规教学周，2周为复习考试周，2周为实践周；第五学期课程安排6个教学周。
6. 实践周安排在寒暑假，学分纳入素质拓展学分，实践周安排由团委和各学院制定具体实施方案。

附表 2：课程安排逻辑表

序号	课程名称	学分	学时	第 1 学期	第 2 学期	第 3 学期	第 4 学期	第 5 学期	第 6 学期
1	思想道德修养与法律基础	3	48	3					
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64		4				
3	形势与政策	1	16	0.25	0.25	0.25	0.25		
4	军事理论	2	36	2					
5	军训与入学教育	2	80	2					
6	体育	6	96	2	2	2			
7	大学生心理健康教育	2	32		2				
8	职业发展与就业创业指导	3	48		1	1	1		
9	计算机应用基础	3	57	2	1				
10	英语	16	256	4	4	4	4		
11	公共选修课	6	96		2	2	2		
12	国际商务基础	6	96			4			
13	国际商务文化与协作	4	64				6		
14	创业实务	6	96			6			
15	企业社会责任	4	64	4					
16	市场营销学	4	64	4					
17	销售技巧	4	64			4			
18	消费者行为学	4	64	4					
19	品牌管理	6	96				6		
20	数字版面设计	6	96		6				
21	整合营销传播	6	96		6				
22	零售学	4	64				4		
23	国际营销	4	64		4				
24	客户管系管理	4	64			4			
25	项目营销与会展实务	4	64				4		
26	公共关系实务技巧	4	64			4			
27	营销综合实训	6	150					6	
28	顶岗实习	18	450					9	9
29	毕业设计(论文)	4	100					2	2
30	素质拓展(含实践周)	10	250	2	2	2	2	2	
	小计	148	2783	29.25	34.25	25.25	29.25	19	11

注：每学期下面填写周学时；同一门课放在一行，同一类课程放在一起，显示其先后的逻辑关系，后面的学分根据大小使用不同颜色的色块来表示。

附表 3：教学活动时间分配表（单位：周）

项目 \ 学期	一	二	三	四	五	六	合计
军事理论及实践	2						2
劳动技能		1	1	1			3
考试周	1	1	1	1	1		5
理论教学/跟（顶）岗 实习	15	16	16	16	13	18	94
实践教学	2	2	2	2	6		14
毕业教育						2	2
机动周		1	1	1			3
合计	20	20	20	20	20	20	120