山西管理职业学院招收社会人员

专业人才培养方案

专业名称： 市场营销

专业代码： 620401

适用年级： 2019级

专业负责人： 王 丰

商贸系编制

2020年1月10日

**2019级市场营销专业（三年制）人才培养方案**

**一、专业名称及专业代码**

**专业名称**：市场营销 **专业代码**：620401

**二、****入学要求**

符合山西省普通高校招生报名条件的应、往届普通高中毕业生、中职（含中专、技工学校、 职业高中）毕业生，退役军人、下岗失业人员、农民工、新型职业农民和在岗职工等面向社会人员招收的在籍学生。

# 三、修业年限

学制三年

# 就业面向

# 表1 本专业职业范围一览表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 |
| 62 | 620401 | 52 | 2-06-07-02 | 推销员  销售经理  营销总监 | 营销员  初级营销师 |

# 五、培养目标与培养规格

**（一）培养目标**

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会信息化发展的需要，具有良好的职业道德和创新精神，熟悉计算机软硬件基础知识，掌握计算机及网络管理与维护、数据库管理与维护、平面设计、网页设计等技术技能，面向机关、企业、事业等领域具有可持续发展能力的高素质技术技能型人才。

**（二）培养规格**

**1.素质目标**

(1)基本素质

①具有逐步树立正确的世界观、人生观、价值观的素质；

②具有良好的行为规范和社会公德，以及较强法制观念的素质；

③具有健康的体魄和良好的心理素质。

(2)职业素质

①具有良好的职业道德及质量服务意识；

②具有吃苦耐劳、诚实守纪、爱岗敬业的意识；

③具有自主学习、终身学习的意识和能力；

④具有团队合作和上下协调的意识；

⑤具有沟通表达的能力；

⑥具有创新革新的意识；

⑦具有信息处理，解决问题的能力；

⑧具有改革开放的意识和强烈的竞争意识；

⑨具有强烈的自主择业和创业意识；

⑩具有独立工作、独挡一面的能力。

**2.知识目标**

（一）培养目标

本专业培养具有良好的职业道德和创新精神，掌握现代市场营销知识和技能，主要面向中小企业，从事市场调查与分析、各类产品推销、网络营销、客户开发与管理、营销策划等工作，具有营销调研与分析、营销策划与执行、商务谈判、客户服务的能力，德智体美全面发展的高素质技术技能型人才。

（二）培养规格

1.素质目标

①思想素质：具备良好的政治思想素质、职业道德素质、法制意识、诚信意识和团体意识。

②文化素质：具有较高的人文素质、基本的文学艺术修养和现代企业素质，并有一定的美学知识和健康的审美观，对自然、社会和艺术的美具有初步的鉴赏力。

③专业素质：具有开展市场调研、顾客服务、产品推销、广告策划、促销宣传以及营销战略制定等方面的开拓能力和应变能力；具有运用所学知识分析和解决问题的能力，具有一定的自学能力、获取信息的能力和创新能力。

④身心素质：具有良好的身体素质和健康的心理素质，具有积极的人际交往意识和与人合作的能力，能吃苦耐劳。

2.知识目标

①掌握一定的人文社会科学知识。

②掌握本专业必备的自然科学基础知识。

③掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识。

④掌握本专业必备的管理学的基本知识。

⑤掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者心理学、广告学、分销渠道、商务谈判等知识。

⑥了解一定的经济法律知识。

⑦熟悉一定的电子商务、国际贸易知识。

3.能力目标

①具有英语、计算机应用能力。

②具有商务谈判及书面写作的能力。

③具有本专业所必需的各类营销策划能力。

④具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力。

⑤具有营销管理能力。

⑥具有广告策划能力。

⑦具有分销渠道的管理能力。

⑧具有一定的综合技能和对社会、环境的适应能力。

⑨具有知识自我更新的能力。

# 六、课程设置

**（一）课程思政要求**

1.高职思政课要求

引导学生立德成人、立志成才，树立正确的世界观、人生观、价值观。坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，以政治认同、家国情怀、道德修养、法治意识、文化素养为重点，以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线，坚持爱国和爱党爱社会主义相统一，系统开展马克思主义理论教育，系统进行中国特色社会主义和中国梦教育、社会主义核心价值观教育、法治教育、劳动教育、心理健康教育、中华优秀传统文化教育。

2.高职文化课程思政要求

深度挖掘学校本专业体育课、军事课、心理健康教育、党史国史、中华优秀传统文化、职业发展与就业指导、语文、数学、外语、健康教育、美育、职业素养等所有文化基础课程蕴含的思想政治教育资源，解决好文化基础课程与思政课相互配合的问题，推动文化类课程与思政课建设形成协同效应。

3.高职专业课思政要求

每门专业课程蕴含着丰富的思想政治教育内容，深度挖掘本专业课程中蕴含的思想政治教育资源，要梳理每一门专业课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载的思想政治教育功能，结合本专业人才培养特点和专业素质、知识和能力要求，善于挖掘专业课程中生成的人文背景与社会价值，将思想政治教育“润物细无声”地融入专业课程教学，把对真、善、美的追求贯穿于学生专业学习的全过程，增强学生对“技术与社会”“技术与人”关系的进一步认识。推动专业课程教学与思想政治理论课教学紧密结合，相互配合的问题，推动专业类课程与思政课建设形成协同效应。

**（二）课程设置**

1.公共基础课程设置

公共基础课是本专业学生均需学习的有关基础理论、基本知识和基本素养的课程，通过学习掌握基础的文化知识，一方面为学生继续学习创造条件；另一方面通过学习培养良好的职业道德素养、身体素质、心理素质、礼仪修养素质等，为培养公民基本素养打好基础。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 主要教学内容及要求 | 学分 | 参考学时 |
| 1 | 大学语文 | 依据《高等职业学校语文教学大纲》开设并与专业实际和行业发展密切结合 | 4 | 56 |
| 2 | 经济数学 | 依据《高等职业学校数学教学大纲》开设并注重在职业模块的教学內容中体现专业特色 | 4 | 64 |
| 3 | 大学英语 | 依据《高等职业学校英语教学大纲》开设并注重在职业模块的教学內容中体现专业特色 | 6 | 92 |
| 4 | 计算机应用基础 | 依据《高等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设并注重在职业模块的教学內容中体现专业特色 | 4 | 56 |
| 5 | 体育与健康 | 依据《高等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设并与专业实际和行业发展密切结合 | 7 | 98 |
| 6 | 道德素养 | 毛中、思修、形势与政策；马克思主义理论类、党史国史 | 10 | 162 |
| 7 | 身心素养 | 心理健康教育、军事理论和军事技能；美育、中华优秀传统文化 | 8 | 208 |
| 8 | 职业素养 | 职业发展与就业教育、创新创业教育 | 4 | 60 |
| 9 | 科学素养 | 安全教育、节能减排、绿色环保、海洋科学 | 8 | 16（每讲4课时） |
| 10 | 人文素养 | 建筑知识、社会责任、人口资源、管理知识等 | 8 | 16（每讲4课时） |

**表2、公共基础课一览表**

2.公共选修课程的设置

**表3公共选修课（含网络课程）一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程性质 (公选课、专选课、网络课） | 课程类型 （人文社科类、自然科学类、活动类、综合类） | 学分 | 学时 | 学期(2、3、4) | 周学时 | 周数 | 备注 |
| 1 | 国学精粹 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 2 | 明清小说鉴赏 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 3 | 英语交际口语 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 4 | 中西方文化比较阅读 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 5 | 动漫英语欣赏 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 6 | 英语影视赏析 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 7 | 英美影视之美剧赏析 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 8 | 职场英语 | 公选课 | 人文社科学 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 9 | 英文时事报刊选读 | 公选课 | 综合类 | 1 | 16 | 2、3、4 | 2 | 8 |  |
| 10 | 影视英语视听说 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 11 | 英语实用文写作 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 12 | 跳绳 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 13 | 足球 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 14 | 羽毛球 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 15 | 排球 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 16 | 棋牌 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 17 | 书法 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 18 | 摄影 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 19 | 篆刻 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 20 | 毽球 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 21 | 应用文写作 | 公选课(50人) | 活动类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 22 | 英语语法精讲与强化 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 23 | 现代诗鉴赏 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 24 | 唐宋词鉴赏 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 25 | 趣味数学 | 公选课 | 自然科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 26 | 数学史话 | 公选课 | 自然科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 27 | 解析几何 | 公选课 | 自然科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 28 | 中国古典文学作品中的意境美赏析 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 29 | 数学思维与技巧 | 公选课 | 自然科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 30 | 线性代数 | 公选课 | 自然科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 31 | 影视欣赏 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 32 | 外国文学作品欣赏 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 33 | 普通话 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 34 | 社交礼仪 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 35 | 消费心理学 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 36 | 现代智慧物流 | 公选课 | 综合类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 37 | 中国旅游 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 38 | 中国传统文化 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 39 | 中国政治地理 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 40 | 哲学 | 公选课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、4 | 2 | 16 |  |
| 41 | 英语词源探秘 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 42 | 食全食美 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 43 | 服装色彩搭配 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 44 | 诗经爱情诗十二讲 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 45 | 葡萄酒的那些事儿 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 46 | 时尚流行文化解读 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 47 | 茶语春秋-中国茶文化 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 48 | 妙语人生 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 49 | 文史哲与艺术中的数学 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 50 | 女性形体礼仪与形象塑造 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 51 | 餐桌上的奇妙世界 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 52 | 英文电影鉴赏 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 53 | 推拿保健与养生 | 网络课 | 通识课 | 2 |  | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 54 | 电影作品解读 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 33 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 55 | 艺术与审美 | 网络课 | 混合式 | 2 | 42 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 56 | 企业文化-职业新人升级攻略 | 网络课 | 人文社科学类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 57 | 创新工程实践 | 网络课 | 人文社科类 | 3 | 48 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 58 | 图说人际关系心理 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 28 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 59 | 生活中的市场营销 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 32 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 60 | 跨文化沟通心理学 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 28 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 61 | 孙子兵法中的思维智慧 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 36 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 62 | 茶语春秋—中国茶文化 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 29 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 63 | 创业营销——创业新手营销实战指南 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 30 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 64 | Know Bfore You Go:趣谈“一带一路”国家 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 28 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 65 | 中国历史地理 | 网络课 | 人文社科类 | 2 | 30 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 66 | 公共关系与人际交往能力 | 网络课 | 人文社科类 | 4 | 72 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |
| 67 | 中国古典诗词中的品格与修养 | 网络课 | 人文社科类 | 4 | 72 | 2、3、4 | 2 | 16 |  |

**说明：**四类公选课的序号不作为课程数量的限制。

3.专业（技能）课程设置

专业课程是支撑学生达到本专业培养目标，掌握相应专业领域素质、知识和能力的课程。通过学习要求学生掌握物流知识和专业能力之外，还创造条件提高学生的人际交流和公众交流能力；培养学生的自我发展能力，适应物流环境变化的能力；使学生具备识别分析问题的能力；帮助学生开发自我管理能力，包括时间管理、工作安排、决策、有主见、应付压力、独立工作等方面；培养学生的自信心、独立自主的判断力以及自我激励的素质和能力。

专业基础课程包括：

共设置4门专业基础课程：市场营销、营销之道实训、企业管理、消费心理学。

专业课程内涵

根据高职高专人才培养目标，基于物流作业工作过程，分析归类典型职业岗位工作任务，确定岗位行动领域和职业能力，确定相应的学习领域，设置专业课程，初步建立“以职业岗位工作能力导向的进阶式”专业课程体系。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **目标岗位** | **工作任务** | **职业能力** | | | **课程（科目）** |
| **知识** | **能力** | **素质** |
| 推销员 | 1.销售人员应当深入理解公司相应的销售政策，并且把它变成自己的语言，流利地把它表达出来。 2.销售人员必须按照实际工作情况填写相应的销售报表和总结报告，并按时上交这些报表。  3.销售人员必须按照客户的实际情况，在销售内勤的协助下，把自己所管辖的客户进行分档管理。 4.销售人员每月底都要根据公司总体销售目标，制定出下月自己的工作计划和销售目标，并把它们分解到每周甚至每天。  5.销售人员每月底都要制定出自己下月的老客户回访计划，以便在开发老客户的同时，稳定老市场，稳定基础销量。 6.销售员作为公司领导作出销售决策时的助手，必须及时收集与公司有关的市场信息，并把自己认为有用的信息整理出来，及时上报销售内勤备案或直接找自己的主管反映。 | 1.掌握一定的人文社会科学知识。  2.掌握本专业必备的自然科学基础知识。  3.掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识。  4.掌握本专业必备的管理学的基本知识。  5.掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者心理学、广告学、分销渠道、商务谈判等知识。 | 1.推销商品能力  2.客户管理能力  3.市场调查能力  4.市场分析能力 | 1.具备较高的政治思想觉悟水平。  2.较高的语言文字表达能力，团队合作，沟通表达和至少一门外语的读写能力。  3.身体健康，心理素质良好，做到德智体全面发展。4.严格遵守道德规范和法律条例，爱岗敬业，能吃苦。 | 1.市场营销  2.财经应用文写作  3.商务谈判  4.客户管理  5.营销礼仪  6.现代推销技术  7.消费心理学 |
| 销售经理 | 1.成为一个商场或区域的销售熟手。  2.协助经销商完成区域销售目标。  3.主动疏通下面的渠道。  4.要有培训经销商的能力。  5.协助经销商完善业务员团队管理。  6.市场信息的反馈。  7.回收货款。  8、懂得自己策划区域市场。 | 1.掌握一定的人文社会科学知识。  2.掌握本专业必备的自然科学基础知识。  3.掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识。  4.掌握本专业必备的管理学的基本知识。  5.掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者心理学、广告学、分销渠道、商务谈判等知识。  6.具有一定的经济法律知识。  7.具有一定的电子商务、国际贸易知识。 | 1.市场营销管理能力。  2.客户管理能力。  3.市场分析与预测能力。  4.市场开发能力。  5.创新能力。 | 1.具备较高的政治思想觉悟水平。  2.较高的语言文字表达能力，团队合作，沟通表达和至少一门外语的读写能力。  3.身体健康，心理素质良好，做到德智体全面发展。  4.严格遵守道德规范和法律条例，爱岗敬业，能吃苦。 | 1.市场营销  2.财经应用文写作  3.商务谈判  4.国际贸易实务  5.客户管理  6.电子商务 |
| 营销  总监 | 1.全面了解国家的宏观政策走向。  2.全面把握公司产品的市场状况，了解同业竞争策略与消费有效需求，为公司产品的市场定位提供科学的决策依据。  3.全面负责公司营销各项目标和计划的落实执行。  4.负责拟定销售预测及行销计划。  5.负责督促拟订销售与推广行销方案。  6.负责拟订产品销售价格策略的执行方案，并监督执行。  7.全面负责协调营销口与公司其它部门之间的工作关系。  8.负责公司营销费用的审核。  9.负责制订公司的营销管理制度及工作规范。  10.负责对公司营销人员进行业务指导和专业培训。  11.定期主持召开公司营销工作会议，全面准确地握公司的营销运行状况。  12.及时、准确地领会公司的意图和直接上级的指示，并贯彻执行。 | 1.掌握一定的人文社会科学知识。  2.掌握本专业必备的自然科学基础知识。  3.掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识。  4.掌握本专业必备的管理学的基本知识。  5.掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者心理学、广告学、分销渠道、商务谈判等知识。  6.具有一定的经济法律知识。  7.具有一定的电子商务、国际贸易知识。 | 1.企业管理能力。2.大客户管理能力。3.市场分析与预测能力。4.市场开发能力。5.创新能力。  6.涉外商务能力。  7.市场战略部署能力。  8.销售团队建设能力。 | 1.具备较高的政治思想觉悟水平。  2.较高的语言文字表达能力，团队合作，沟通表达和至少一门外语的读写能力。  3.身体健康，心理素质良好，做到德智体全面发展。  4.严格遵守道德规范和法律条例，爱岗敬业，能吃苦。 | 1.市场营销  2.市场营销策划  3.现代推销技术  4.财经应用文写作  5.商务谈判  6.国际贸易实务  7.网络营销  8.客户管理  9.物流管理  10.电子商务  11.市场调查与预测 |

4.专业选修课程

**表4、专业选修课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **课程性质**  **（专业选修课或**  **公共选修课）** | **课程类型** | **学分** | **学时** | **学期** | **周学时** | **周数** | **类型** |
| 1 | ERP企业经营实训 | 专业选修课 | C | 2 | 34 | 5 | 2 | 17 | 实  训  类 |
| 2 | 基础会计 | 专业选修课 | B | 4 | 68 | 3 | 4 | 17 |
| 3 | 创业之星实训 | 专业选修课 | C | 2 | 36 | 2 | 2 | 18 |
|  | Photoshop | 专业选修课 | C | 2 | 36 | 4 | 2 | 18 |
| 5 | 广告学 | 专业选修课 | B | 2 | 36 | 4 | 2 | 18 | 综合类 |
| 6 | 保险营销 | 专业选修课 | B | 2 | 36 | 4 | 2 | 18 |
| 7 | 营销礼仪 | 专业选修课 | B | 2 | 34 | 2 | 2 | 18 |
| 8 | 商务谈判 | 专业选修课 | B | 4 | 68 | 5 | 4 | 17 |
| 9 | 电子商务 | 专业选修课 | B | 4 | 68 | 3 | 4 | 17 |
| 10 | 网络营销（淘宝营销实训） | 专业选修课 | B | 4 | 68 | 5 | 4 | 17 |
| 8 | 市场营销技能大赛 |  | C | 1 | 16 | 1-5 |  | 1-8w/9-16w | 活  动  类 |
| 9 | 创业技能大赛 |  | C | 1 | 16 | 1-5 |  | 1-8w/9-16w |
| 10 | 校外实训 |  | C | 1 | 16 | 1-5 |  | 1-8w/9-16w |

说明：三类专选课的序号不作为课程数量的限制。

5.实习实训

（1）认知实习

认知实习是本专业人才培养方案的重要组成部分，是本专业基础知识学习和专业核心知识学习之间的连接和实践环节。

**表5、认知实习一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **认知实习的内容** | **认知实习的要求** | **课时** |
| 认知实习 | 1，工作岗位的一般要求，2，工作环境的基本条件，3，目前在岗位工作的人们对职业岗位的认识和理解，4，企业或公司对员工的基本要求。 | 认知实习是对书本知识的巩固加深。需要到工作岗位的环境去参观，去了解今后将要工作（实习）的环境，增加对将要从事的职业岗位的初级认识，只有学员积极参加认知实习，对未来工作岗位、工作内容有了初步的认识，才能有针对性的继续学习。 | 1周 |

（2）综合实训

学生在学校模拟实训室、实训基地或工作岗位分别进行仓储管理、供应链管理、运输管理等综合实训，学生参与工作过程，全面了解各个岗位的工作过程及相关规程，同时熟练掌握各个工作岗位的技能。

**表6、综合实训一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **学期** | **实训项目名称** | **依托课程** | **学时** | **实训地点** | **实训**  **成果** | **考核**  **方式** | **课程性质**  **（必修/选修）** | **备注** |
| 1 | 1 | 营销之道实训 | 市场营销 | 2 | 实305 | 模拟小组对抗成绩 | 过程 | 选修 |  |
| 2 | 2 | 决策之道实训 | 企业管理 | 2 | 实203 | 模拟小组对抗成绩 | 过程 | 选修 |  |
| 3 | 5 | 淘宝实训 | 网络营销 | 2 | 实-101 | 实训报告 | 过程 | 选修 |  |
| 4 | 5 | 流通之道实训 | 物流管理 | 2 | 实202 | 模拟小组对抗成绩 | 过程 | 选修 |  |
| 5 | 3 | 市场调查与预测实训 | 市场调查与预测 | 2 | 实203 | 调研报告 | 过程 | 选修 |  |
| 6 | 4 | 国际贸易实训 | 国际贸易实务 | 2 | 实301 | 实训报告 | 过程 | 选修 |  |
| 7 | 5 | 客户关系管理实训 | 客户关系管理 | 2 | 实301 | 实训报告 | 过程 | 选修 |  |
| 8 | 3 | 创业之星实训 | 创新创业教育 | 2 | 实305 | 模拟小组对抗成绩 | 过程 | 选修 |  |
| 9 | 4 | ERP企业经营实训 | 企业管理、会计学 | 2 | 实-102 | 模拟小组对抗成绩 | 过程 | 选修 |  |
| 10 | 5 | 营销综合实训 | 全部课程 | 4 | 实203 | 方案 | 过程 | 必修 |  |
| 11 | 6 | 顶岗实习 | 全部课程 | 360 |  | 实习报告 | 结果 | 必修 |  |

**说明**：实训项目不限序号数量的规定。

（3）顶岗实习

顶岗实习是物流管理专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节,是学生的“准就业实训”顶岗实习,主要安排学生进入相关单位营销部门、管理部门等真实岗位工作环境实习，根据各单位具体部门的要求完成顶岗实习；并与实习单位一起对学生的职业操守、职业技能进行综合考核。

**表7、顶岗实习内容与要求一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **顶岗实习的内容** | **顶岗实习的要求** | **课时** |
| 顶岗实习 | 了解实习单位概况（企业文化、企业管理制度、企业生产设备，软件应用等）；了解企业工作岗位设置；了解企业工作岗位工作职责；了解工作岗位工作规程 | 严格执行学校顶岗实习管理制度；在校企双方协商的基础上由学校制订实习计划； 学校、实习企业和学生本人或家长应当签订书面协议；学校和实习企业应当加强对实习生的劳动安全教育，学校应为实习学生购买意外伤害保险等相关保险；实习企业要为学生实习提供必要的实习条件和安全健康的实习环境；学校和实习企业应当建立严格的实习生考勤制度，由实习企业按照员工管理要求记录到岗情况；学校要充分运用现代信息技术手段，适时做好实习过程记录。顶岗实习信息平台应记录实习生每日考勤、工作岗位、工作内容、教师指导等事项；顶岗实习结束时，学生应提交顶岗实习总结，企业指导教师和实习企业应出具顶岗实习鉴定表，对学生实习情况进行综合评定。实习管理部门应及时收集、整理和评阅学生实习记录、企业实习鉴定表和学生实习总结。 | 20周 |

1. 其它课程

**表8、其它课程说明表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容** | **学习要求** | **学分** |
| 1 | 入学教育 | 入学教育主要是通过专业介绍、优秀学长事迹介绍等激发学生专业学习热情，初步培养敬业精神。 | 1 |
| 2 | 军事训练 | 军事教学环节，采取多种军事训练方式，掌握基本的军事技能，培养学生吃苦耐劳、爱国、友善、诚实的品质 | 1 |
| 3 | 毕业教育 | 毕业教育是一个不断进行的动态过程。一般我们通常把毕业前1年作为毕业教育的重点时期。主要通过开设《[就业指导](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=424858&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)》等课程，全面介绍就业形势和就业政策，进行道德、纪律等方面的系统指导和教育；安排毕业生大会；请[优秀毕业生](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=73763765&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)做报告、讲座，介绍他们的成才之路，对毕业生思想进行有益的启迪；请企业领导作报告，介绍企业对毕业生的基本要求；请政府有关人员或专家介绍国内外就业情况，分析有关专业知识特点，讲解相关行业概况、发展潜力和对从业人员的要求等；举行就业模拟试验、择业面试技巧、修饰仪表仪容以及填写有关表格的讲座等；对毕业生就业进行指导和咨询服务。教育毕业生进一步树立正确的人生观、价值观、[择业观](https://baike.sogou.com/lemma/ShowInnerLink.htm?lemmaId=63384556&ss_c=ssc.citiao.link" \t "https://baike.sogou.com/_blank)，培养良好的职业道德。 | 1 |

**（三）课程体系结构**

课程体系是指同本专业不同课程门类按照门类顺序排列，是教学内容和进程的总和，课程门类排列顺序决定了学生通过学习将获得怎样的知识结构。课程体系是育人活动的指导思想，是培养目标的具体化和依托。

**表9、课程结构**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **课程名称** | **学分** | **小计**  **学分** | **学分**  **占比** |
| 公共基础必修课程（含公共基础限选课程） | 道德素养 | 毛中、思修、形势与政策；党史国史 | 9 | 33 | 23% |
| 身心素养 | 心理与卫生教育；美育、中华优秀传统文化 | 4 |
| 职业素养 | 创业基础、大学生创新创业指导、大学生职业生涯规划、大学生就业指导 | 4 |
| 人文素养 | 大学英语、数学、应用写作技能与规范、计算机公共基础 | 16 |
| 专业必修 | 专业基础 | 市场营销（营销之道实训）、企业管理、消费心理学 | 12 | 63 | 45% |
| 专业核心 | 现代推销技术、国际贸易实务(国际贸易实务实训)、市场调查与预测、（市场调查与预测实训)、电子商务、商务谈判、保险营销、 网络营销(淘宝营销实训)、物流管理（流通之道实训）、市场营销综合实训 | 36 |
| 毕业设计、顶岗实习 | 15 |
| 专业选修（限制选修课程） | 综合类 | 见专选课列表 | 14 | 29 | 21% |
| 实训类 | 见专选课列表 | 12 |
| 活动类 | 见专选课列表 | 3 |
| 公共选修 | 人文社科类 | 见公选课列表 | 2 | 16 | 11% |
| 自然科学类 | 见公选课列表 | 2 |
| 活动类 | 见公选课列表 | 4 |
| 综合类（含网络课程50%） | 其他 | 8 |

**七、教学进程总体安排**

教学进程总体安排，是便于专业人才培养方案的实施，学校采用的在时间、空间、资源利用等维度上对设置的课程及递进关系给予的科学合理安排。学时安排，依据《指导意见》和《专业教学标准》的要求确定。

**（一）物流管理专业教学环节分配表**

**表10、专业教学环节一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学活动  学期 | **入学**  **教育** | **军训** | **公益**  **劳动** | **社会**  **实践** | **见习**  **实习** | **综合**  **实训** | 顶岗  实习 | 毕业  教育 | 理论教  学周数 | 学期教学  总周数 | 备注 |
| 一 | 1 | 1 |  |  | 1 |  |  |  | 17 | 20 |  |
| 二 |  |  | 1 |  |  | 2 |  |  | 17 | 20 |  |
| 三 |  |  |  |  |  | 3 |  |  | 17 | 20 |  |
| 四 |  |  |  |  |  |  | 19 | 1 |  | 20 |  |

（二）专业教学计划明细表

表11、专业教学计划一览表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **类别** | | **序号** | | **课程代码** | | | **课程（科目）** | | **学分** | | **课程类型**  **A/B/C** | **计划学时** | | | | **第一学年** | | **第二学年** | | **第三学年** | | **考核评价方式** |
| **总**  **学**  **时** | | **理论** | **实践** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **14周** | **17+1周** | **17周** | **17+1周** | **17周** | **15周** |
| 公共基础课程 | 公共基础  必  修  课程 | 1 | |  | | | | 思想道德修养与法律基础（网络） | | 3 | B | | 42 | 32 | 10 | 3 |  |  |  |  |  | 考试 |
| 2 | |  | | | | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（网络） | | 4 | B | | 68 | 52 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |
| 3 | |  | | | | 形势与政策（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 | √ | √ | √ | √ | √ |  | 考查 |
| 4 | |  | | | | 党史国史（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 |  | 2（8W） |  |  |  |  | 考查 |
| 5 | |  | | | | 心理与卫生教育（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 | 2（8W） |  |  |  |  |  | 考查 |
| 6 | |  | | | | 美育（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 |  | 2（8W） |  |  |  |  | 考查 |
| 7 | |  | | | | 中华优秀传统文化（网络） | | 2 | B | | 32 | 16 | 16 |  |  | 2（16W） |  |  |  | 考查 |
| 8 | |  | | | | 创业基础 | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 | 2（8W） |  |  |  |  |  |  |
| 9 | |  | | | | 大学生创新创业指导（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 |  |  |  |  | 2（8W） |  | 考查 |
| 10 | |  | | | | 大学生职业生涯规划（网络） | | 1 | B | | 14 | 7 | 7 | 2（7W） |  |  |  |  |  | 考查 |
| 11 | |  | | | | 大学生就业指导（网络） | | 1 | B | | 16 | 8 | 8 | √ | √ | √ | √ | 2（8W） |  | |  | | --- | | 考查 | |
| 12 | |  | | | | 大学英语（网络） | | 6 | B | | 90 | 60 | 30 | 4 | 2 |  |  |  |  | 考试 |
| 13 | |  | | | | 经济数学（网络） | | 2 | A | | 28 | 28 | 0 | 2 |  |  |  |  |  | 考试 |
| 14 | |  | | | | 应用写作技能与规范（网络） | | 4 | B | | 56 | 28 | 28 | 4 |  |  |  |  |  | 考试 |
| 15 | |  | | | | 计算机公共基础（网络） | | 4 | B | | 68 | 17 | 51 |  | 4 |  |  |  |  | 考试 |
| 通识必修小计 | | | | | | | | | 33 |  | | 510 | 296 | 214 |  |  |  |  |  |  |  |
| 公  共  选  修  课 | 人文社科类 | |  | | 见公选课列表（网络） | | | | 2 |  | | 36 | 36 | 0 |  | 2 |  |  |  |  | 考查 |
| 自然科学类 | |  | | 见公选课列表（网络） | | | | 2 |  | | 34 | 34 | 0 |  |  | 2 |  |  |  | 考查 |
| 活动类 | |  | | 见公选课列表（网络） | | | | 4 |  | | 70 | 0 | 70 |  | 2 | 2 |  |  |  | 考查 |
| 综合类（含网络课程50%） | |  | | 其他（网络） | | | | 8 |  | | 142 | 71 | 71 |  | 2 | 2 | 4 |  |  | 考查 |
| 公选课小计 | | | | | | | | | 16 |  | | 282 | 141 | 141 |  |  |  |  |  |  |  |
| 专  业  课  程 | 专业  大  类  基  础课 | 1 |  | | 市场营销  （营销之道实训） | | | | | 4 | B | | 60 | 10 | 50 | 15（4w） |  |  |  |  |  | 考查 |
| 2 |  | | 企业管理 | | | | | 4 | B | | 60 | 10 | 50 | 15（4w） |  |  |  |  |  | 考查 |
| 3 |  | | 消费心理学 | | | | | 4 | B | | 80 | 20 | 60 | 20（4w） |  |  |  |  |  | 考查 |
| 专业核心课 | 1 |  | | ★现代推销技术 | | | | | 4 | B | | 60 | 10 | 50 |  | 15（4w） |  |  |  |  | 考查 |
| 2 |  | | ★国际贸易实务  (国际贸易实务实训) | | | | | 4 | B | | 68 | 30 | 38 |  | 17（4w） |  |  |  |  | 考试 |
| 3 |  | | ★市场调查与预测、市场(调查与预测实训) | | | | | 4 | B | | 72 | 20 | 52 |  | 18（4w） |  |  |  |  | 考查 |
| 5 |  | | 电子商务 | | | | | 4 | B | | 60 | 30 | 30 |  |  | 15（4w） |  |  |  | 考查 |
| 6 |  | | 商务谈判 | | | | | 4 | B | | 68 | 20 | 48 |  |  | 17（4w） |  |  |  | 考查 |
| 7 |  | | 保险营销 | | | | | 4 | B | | 72 | 20 | 52 |  |  | 18（4w） |  |  |  | 考查 |
| 6 |  | | 网络营销  (淘宝营销实训) | | | | | 4 | B | | 100 | 20 | 80 |  |  |  | 25（4w） |  |  | 考查 |
| 7 |  | | ★物流管理  （流通之道实训） | | | | | 4 | B | | 100 | 20 | 80 |  |  |  | 25（4w） |  |  | 考查 |
| 8 |  | | ★市场营销综合实训 | | | | | 4 | B | | 200 | 10 | 190 |  |  |  |  | 50（4w） |  | 考查 |
| 9 |  | | 毕业设计 | | | | | 1 | C | | 26 | 0 | 26 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 10 |  | | 顶岗实习 | | | | | 14 | C | | 364 | 0 | 364 |  |  |  |  | √ | √ |  |
| 专业必修小计 | | | | | | | | | 63 |  | | 1390 | 220 | 1170 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |  |  |
| 专  业  选  修  课 | 综合类 |  | | 见专选课列表（网络） | | | | | 14 |  | | 144 | 72 | 72 |  |  |  | 8 |  |  | 考查 |
| 实训类 |  | | 见专选课列表（网络） | | | | | 12 |  | | 208 | 104 | 104 |  | 4 | 8 |  |  |  | 考查 |
| 活动类 |  | | 见专选课列表（网络） | | | | | 3 |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 专业选修小计 | | | | | | | | | 29 |  | | 352 | 176 | 176 |  |  |  |  |  |  |  |
| 总学时、总学分 | | | | | | | | | | 141 |  | | 2534 | 833 | 1701 |  |  |  |  |  |  |  |

备注：：1.打★课程是专业核心课程。

2.A代表理论课程，B代表理论实践一体化课程，C代表实践课程。

3.周数仅为教学周数，若学期内有整周实训，则周数为“教学周数+集中实训周数”。“+1”为专业社会实践。

4.整周进行的实践教学1周计26学时，课堂教学以1学时计算，考查课考核环节所发生的学时数应计入该课程的总学时中。活动课程不计入学时，打√即可

**（三）****本专业学时实际安排说明**

1.学年教学时间按每学期20周计算。二年总共为1590学时。（顶岗实习按每周26学时15周计算，合计390学时）

2.学分与学时的换算。16学时计为1个学分，总学分100学分。

3.社会人员授课将采取工学交替、线上线下相结合、网络授课与集中面授相结合的方式进行，学员充分利用双休日时间到学院集中面授，集中面授课时每学年不低于400课时。

# 八、实施保障

实施保障在教书育人、管理育人、服务育人等多方协同，形成全育人新格局，促进全员、全过程、全方位的“三全”育人机制的落实，为持续提高人才培养质量提供了政策引导和制度保障。

## （一）师资队伍

高素质的师资队伍是专业人才培养质量的基本保障。本专业要建立一支学养深厚、人文精神丰富、具有家国情怀的师资队伍。每位教师要通过自己的人品、学养、技能、胸襟、气质等潜移默化地影响学生。

市场营销专业现有专职教师8人。已基本形成了学历结构、年龄结构、职称结构等方面合理的教师团队。

**表12、本专业教学团队一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编 号** | **教师姓名** | **职 称** | **毕业院校** | **所学专业** | **学 历** | **学 位** | **承担专业课程** |
| 1 | 张志瑛 | 副教授 | 山西财经大学 | 劳动经济 | 大学 | 硕士 | 市场营销 |
| 2 | 王 丰 | 副教授 | 山西财经大学 | 市场营销 | 大学 | 硕士 | 市场营销策划 |
| 3 | 王春萍 | 讲师 | 山西财经大学 | 企业管理 | 大学 | 学士 | 保险营销 |
| 4 | 孙泽红 | 讲师 | 山西大学 | 国际经济与贸易 | 大学 | 硕士 | 电子商务、客户管理、ERP |
| 5 | 刘国芳 | 讲师 | 山西财经大学 | 国际经济与贸易 | 大学 | 硕士 | 国际贸易、物流管理 |
| 6 | 鲁建杰 | 讲师 | 山西农业大学 | 市场营销 | 大学 | 硕士 | 网络营销 |
| 7 | 刘 丹 | 助教 | 山西农业大学 | 市场营销 | 大学 | 硕士 | 现代推销、综合实训 |
| 8 | 郗轶君 | 助教 | 中北大学 | 国际经济与贸易 | 大学 | 硕士 | 市场调查与市场分析、商务谈判 |

## （二）教学设施保障

1.专业教室基本条件

专业教室配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室

校内实训室是实训教学场所，是实训教学的基本保障，是职业教育最重要的教学平台，是配合理论教学而设置的为锻炼学生动手实践能力、培养学生职业素养而提供的基本硬件，包括实训场所、实训现场环境、设备器材、实训教学指导人员、实训教学方案、实训指导文件等。所有实训都是在可控制的状态下，按照人才培养规律和培养目标，对学生进行职业技能训练的过程。

**表13、市场营销实训室**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实训室名称** | **实训课程** | **实训项目** | **设备配置** | **备注** |
| 1 | 市场营销综合实训室（实305） | 《创业之星实训》 | 创业准备、创业管理、创业计划、创业评价 | 大学生创业模拟实训系统、 | 学生电脑110台 |
| 《营销之道实训》 | 市场竞争分析、营销策略组合、营销计划、服务营销、生产管理 | 营销之道-营销管理电子对抗系统 |
| 2 | 市场营销仿真模拟实训室（实203） | 《企业管理》 | 企业战略决策、营销策略、运筹管理、产品管理 | 企业管理决策模拟系统 | 学生电脑48台 |
| 《市场调查与预测》 | 市场调查、商务谈判、设计问卷、问卷发放、收集、整理调查报告撰写 | 营销调查与预测实训软件 |
| 3 | 物流仿真模拟实训室（实202） | 《物流管理》 | 战略管理、网络规划、运输管理、线路管理、物流配送、成本控制、数据分析 | 物流管理电子对抗系统 | 学生电脑48台 |
| 4 | 国际贸易实训室（实301） | 《客户关系管理》 | 顾客细分、客户信息收集整理、员工关系管理、顾客售后跟踪服务 | 客户关系管理软件 | 学生电脑48台 |
| 《国际贸易实务》 | 出口报价核算、价格换算、运保费计算、托运办理、保险办理、报关办理、制单结汇、出口善后 | 国际贸易综合实训平台 |
| 5 | 市场营销策划实训室（实104） | 《市场营销策划》 | 产品策划实训、价格策划实训、渠道策划实训、促销策划实训 | 学生电脑41台 |  |
| 6 | 淘宝实训室（实-101） | 《网络营销》 | 网络营销操作流程实训、电子商务实训、客户管理实训、营业推广实训 | 交互式电子白板1台、超市货架10组、一体机1台、照相机1台、打包机1台 |  |
| 7 | ERP 实训室（实-102） | 《企业管理》、《基础会计》 | 生产企业模拟经营、市场调查推演实习、营销管理演练 | ERP物理实训沙盘实战演练系统 |  |
| 8 | 形体实训室（教学楼北203） | 《营销礼仪》 | 商务礼仪实训、形体训练、营销语言训练 | RYDER301跑步机1台；ZH9200综合训练器1套、大型练功毯1块、横杆1支 |  |

3.校外实训基地

校外实践基地是指本专业与相关企业合作建立，由企业提供实训场所和实训资源，具有一定规模且相对稳定，能够提供学生直接参加校外生产和实际工作的重要训练场所。是本专业人才培养和教学体系的重要组成部分，是体现职业教育应用型人才双主体培育特色的不可缺少的教学环节，学生通过校外顶岗实习，巩固所学理论知识，训练职业技能，全面提高综合素质，为就业搭建平台。

**表14、校外实训基地一览表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **基地名称** | **实训项目** | **实习学期** | **接收学生数量** | **备注** |
| 临汾临运尧辉汽车销售服务有限公司 | 汽车销售 | 第六学期 | 20人/次 |  |
| 临汾市嘉园房地产估价服务有限公司 | 房产信息调查整理 | 第六学期 | 5人/次 |  |
| 临汾市尧都区金辰服饰有限公司杉杉专营部 | 服装销售、客户关系管理 | 第六学期 | 5人/次 |  |
| 临汾市鑫齐农业开发有限公司 | 营销策划 | 第六学期 | 10人/次 |  |

**（三）教学资源保障**

本专业教学资源应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

1. 教材选用要求

思政课按规定统一使用马克思主义理论研究和建设工程思政课、专业课教材。其他课程优选国家规划教材，近三年校企合作编写的校本教材。

1. 多媒体教学资源

在保证全日制普通学历教育基本属性的基础上，提倡翻转课堂、理实一体化、线上线下混合教学等模式，满足不同类型生源的学习需求。因此，本专业必须准备充足的教学资源。

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

教学资源有：各专业课程的教学文件、Word教案、PPT课件、案例素材、案例效果图、效果文件、动画、视频等教学资源。

**（四）教学改革**

教师要依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学模式、方式、方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学模式、方法和策略。

**1.教学模式改革**

针对扩招生源特点，本专业课程教学组织方式和学习方式主要包括但不限于以下模式：

（1） 以在校脱产学习为主的教学模式。应往届高中毕业生、中职毕业生等非在岗学生按可采用该模式，在校学习和生活，要单独编班，按全日制在校生模式组织教学，统一管理。

（2）“工学交替—节假日集中教学模式”。利用周末或节假期间在校集中授课，单独编班，集中授课时数严格按照培养方案规定和要求，确保授课的系统性和完整性。

（3）“线上和线下结合的教学模式”。对选择该模式的学生单独编班，按培养方案中规定的课程，依托学校网络课程中心或平台的课程进行线上学习与辅导，同时利用节假日或工休进行线下理论教学和技能集训，线下集中授课和集训时数不得少于培养方案规定时数。

**2.教学方式和方法改革**

根据本专业特点要积极普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，以提高教育教学效果。

**表15、教学方式和方法一览表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **学习模块** | **教学方式** | **教学方法** |
| 实践和活动模块 | 项目教学、案例教学、情境教学 | 启发式、探究式、讨论式、参与式 |
| 专业技能课程 | 项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学 | 启发式、探究式、讨论式、参与式 |
| 文化基础课程 | 案例教学、情境教学 | 启发式、探究式、讨论式、参与式 |

**3.教学评价改革**

教学评价是依据教学目标对教学过程及结果进行价值判断并为教学决策服务的活动，教学评价是研究教师的教和学生的学的价值的过程，这里的教学评价主指对学员学习态度、学习行为和学习效果的评价。

对学生的学业考核评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，即教师的评价、学生的相互评价与自我评价相结合，校内评价与校外评价（学员单位评价）的结合，职业技能鉴定与学业考核结合，过程评价和结果评价结合。过程性评价应以学习态度、完成作业情况、学习效果等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价要从学生知识点的掌握、技能的熟练程度、完成任务的质量等方面进行评价。不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中应用知识与解决实际问题的能力水平。重视规范操作、安全文明生产的职业素养的形成，以及节约能源、节约原材料与爱护设备工具、保护环境等意识和观念的树立，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，评价方式可以采用观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价方式。

4.评价标准说明:

对各专业课程的教学评价建议如下：

1.对教师评价

每学期采取系部领导直测、教研室直测、同行测评、学生测评方式对教师工作进行全面量化考核，考核涵盖了教师教学内容、教学方法手段、教学技能、调停课、教学任务完成率、教研活动、政治学习等核心要素，并将两学期综合测评成绩作为学年度教师任职考核、职称评定、评优评模的主要依据。

2.对学生评价

（1）实践课程考核

专业实践课程考核包括考试课程和考查课程，课程的总评成绩由结课考核成绩和平时成绩综合相结合进行评定。课程按百分制记分(60分及格)。

课程考试成绩比例建议为2：4：4，即：平时成绩占20%，其中考勤占10%，作业占10%；平时实训成绩占40%；期末考试成绩占40%，考试形式鼓励多元化，如：笔试、机试、现场操作、课程大作业、课程作品、口试、答辩等。

（2）实习课程考核

实践课程包括实训、实习、实验、课程设计、顶岗实习和毕业论文(设计)等，总评成绩由出勤成绩、考核成绩和实践成绩综合进行评定。出勤成绩占总评成绩的20%，考核成绩占总评成绩的40%，实践成绩占总评成绩的20%。学生顶岗实习成绩的考核分两部分：一是实习单位指导教师对学生的考核，原则上占总成绩的50%；二是学院实习指导教师对学生的顶岗实习进行评价，原则上占总成绩的50%。实习总成绩不及格者，不能取得毕业资格。

**5.教育教学质量保障措施**

建立院系两级的质量保障体系。

1.学院实施院、系、教研室三级教学管理，建立学院教学督导组和系教学检查小组的教学质量监控体系。分管教学的副院长全面负责教学工作，教务处长和系主任负责教学工作的具体实施，系副主任负责日常教学管理工作，教研室主任负责专业教学工作。

教学质量监控体系从教学目标、教学过程到教学结果的各个环节进行监控，保障了各专业人才培养方案的顺利实施。

2.系教学管理机制

（1）专业层面

制定专业人才培养方案，每年进行修订，适当调整课程

（2）课程层面

制定课程标准、课程考核方案、说课稿、授课进度计划

（3）实施层面

教学纪律检查、教学文件检查、听说评课、学生座谈会

（4）效果层面

考试考查、课程作品、技能大赛、毕业设计、论文答辩

**九、毕业要求**

1.学分要求：

完方案规定的课程，获得130至140学分，其中：公共必修课28-32学分，公共选修课16-18学分，专业必修课63学分，专业选修课28学分以上。

2.体能测试要求：

体能测试成绩达到《国家学生体质健康标准（2014年修订）》要求。

3.证书要求：

①语言证书

必须取得普通话证书，要求成绩二级乙等以上。

②计算机应用能力证书

必须取得教育部考试中心组织的“全国计算机等级考试一级”证书或人社部组织的“办公软件应用”四级(操作员级)及以上证书。

③国家职业资格证书：

营销师3级（高级营销师）职业资格证书。

**十、专升本主要接续专业**

本科：市场营销

**十一、编制依据**

本专业人才培养方案是依据《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），教育部《高等职业学校专业教学标准》（试行）（2014年7月），山西省人民政府印发的《山西省职业教育校企合作促进办法（试行）》（2018年6月），《山西省人民政府办公厅关于加强职业院校“双师型”教师队伍建设的意见》（晋政办发【2015】76号），《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订工作的指导意见》(【2019】13号），教育部等六部委《高职扩招专项工作实施方案》（教职成〔2019〕12号），山西省教育厅等七部门《高职扩招专项工作实施方案》（晋教职成〔2019〕8号）精神，《山西省教育厅关于高职院校招收社会人员编制和实施专业人才培养方案的指导意见》（晋教职成〔2019〕 号），《山西省教育厅关于做好扩招后高职院校教育教学管理实现高质量人才培养的通知》（晋教职成〔2020〕1 号）文件精神，结合社会生源学情和学院办学资源情况编制的，

**十二、编制单位与人员**

学校专门成立由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会，在充分对学员学情调研分析的基础上对本专业人才培养方案进行修订。

**表16、编制单位与参编人员一览表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **编制单位类型** | **编写人员单位具体名称** | **参编人员姓名** | **专业技术职务** | **行政职务** |
| 行业企业专家 | 临汾市嘉园房地产估价服务有限公司 | 黄子海 | 中级估价师 | 总经理 |
| 学校教学管理人员和专业教师 | 商贸系 | 张晋江 | 副教授 | 教务处处长、商贸系系主任 |
| 商贸系 | 王 丰 | 副教授 | 商贸系办公室主任 |
| 商贸系 | 张志瑛 | 副教授 |  |
| 教科研人员 | 科研部 | 温爱华 | 副教授 | 科研部主任 |
| 毕业生代表 | 临汾市准会计企业质询有限公司 | 刘 佳 | 财税销售顾问 | 主管 |

备注：本方案于2019 年 12 月制定，学院党委会于2019年1月10日通过，从2020年2月15日起执行。

执笔人：王丰

合作企业：临汾市嘉园房地产估价服务有限公司 审核人：山西管理职业学院专业建设委员会

**附件1：**

**市场营销专业高职扩招学情分析报告**

一、专业概况

1.专业定位

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会信息化发展的需要，具有良好的职业道德和创新精神，熟悉计算机软硬件基础知识，掌握计算机及网络管理与维护、数据库管理与维护、平面设计、网页设计等技术技能，面向机关、企业、事业等领域具有可持续发展能力的高素质技术技能型人才。

2.专业现状

2019年市场营销专业社会人员招生4人，均为高中学历，现从事职业均与市场营销无关。 二、学情现状与特点

1.学生对学习方法和内容的掌握情况分析

通过一学期的课程开设学习，发现学生在课程学习方面和作业完成方面都比较积极。成人学习者的从业经历既是从事新的学习的基础，又是一种重要的学习资源，在教学过程中应重视利用这种 “经验资源”来组织教学活动，使原有的实践经验与新的学习内容建立联系。在课程的实训环节比较薄弱，动手能力稍差，这与平时不多接触市场营销有关。学生对所学内容的接受情况受多方面因素的影响，如学生认知差异、学生前期基础、学生的学习意愿等，总体状态良好。

2.学生学习特点分析

从生理心理、认知基础和经验、个体差异三个方面进行分析：学生已经步入过社会，对社会实际工作要求等有所了解，其心理对知识的渴望比较强烈，主动学习意愿较强；理解能力较强，有一定的自学能力，且多数学生愿意独立自学，希望教师更多发挥组织学习、指导学习、鼓励学习的作用。在教学设计中要注重贯彻“主动介入学习过程 ”的原则，在教学过程中应根据学生的具体情况，倡导个别化学习，让学生在自主学习的过程中有更多自由选择空间。 在认知和经验层面，学生认知基础尚可，具备社会经验，因此对工作中比较常用的相关专业课的学习比较认真；但因个体差异，有时在学习过程中存在眼高手低，不求甚解的现象。

3.学习困难分析

通过课堂教学反馈、实训反馈、课堂练习、期末考试等多种渠道的综合分析，学生对课堂上的学习活动感兴趣的人仅仅占25%左右。分析原因有两种：一是学生大多数是成年人，参加工作多年，对学习活动本身已经较少有兴趣， 而对掌握知识的必要性和重要性有充分的认识；二是受学生个性特点的影响，只有少数人对学习有浓厚的兴趣，他们在学习活动中得到了极大的满足感，因而能坚持学习。

三、对策与建议

通过对学生的学习、实训、考试等综合分析，我们认为学生的优势是了解社会岗位对知识的大体需求，对知识也比较渴望，学习动力简单直接。存在的问题原因是多方面的，首先其社会阅历丰富，日常琐事相对较多；其次，因很长时间未规律性读书，不是太适应学习的节奏，加之理论课程本身枯燥，造成了对纯理论课程的兴趣不高；再次，其年龄结构偏大，记忆力方面有所减退，造成学习的知识容易遗忘。

鉴于以上情况，在制定人才培养方案时，充分考虑学生的实际情况，在课程实施中，尽量与其感兴趣或实际从事的行业相关联，通过基于其实际工作场景的实训练习，来提高学生的学习兴趣，同时满足学生讲所学知识运用到实际工作的要求。

1．创新学习模式，激发学生自主探究的精神。

基于问题的学习模式(简称PBL)能激发并增强学生的学习动机，培养学生的学习兴趣，帮助学生把学习与实际生活联系起来，提高学生的综合思维能力，使学生成为自我指导、自主学习的学生。它最独到的地方是，它是一种让学生在真实的问题情境（包括模拟的真实情境）中进行学习的教学方式，因此通过这样的学习，学生能很自然地把学校里的学习与实际生活中的问题联系起来，能够活学活用，而不会成为只会学习和考试的书呆子。学生如果要紧跟现代科学知识和科学技术的发展，就需要不断地获取新知识，学习新的技能。在教学过程中不是让学生简单地掌握目前的知识和技能,而是积极的、独立自主的学习的探究精神。

2．尊重每个学生的个性，选择适合学生的学习风格的教学策略。

通过创设学习情境，让每一个学生找到符合自己个性要求的风格化学习方式，即教学系统能够根据学生的学习风格安排教学。“学有其法，学无定法，贵在得法”，最好的学习方法应当既是科学的，又是适应自己的。只有得心应手地使用符合学生学习风格的教学方法时，教学效果才能达到最佳的地步。学习方法不存在对错之分，只要适合每个学生的学习风格就行。由于学生个性的差异，教师偏爱的教学方法会与学生偏好的学习风格之间存在不协调时，教师要会适时调整自己的教学方法，对学生学业的进步会有意想不到的效果。

3．加强学习环境的设计和建设，给学生良好的学习氛围。

创建一个网络环境下PBL模式的学习环境，利用网络打破时空局限，为学习者提供图文并茂的、丰富多彩的交互式人机界面，将PBL的人群、资源、学习的灵活性大幅度扩大和提高。在这个过程中，学生参与到真正的认知任务中去建构更有意义的知识。基于建构主义观点，PBL强调积极的学习，通过真正认知去学习和在学生中间通过社会交往去学习。在网络化的学习环境中，给学生提供真实的问题，让学生自己去解决，基于问题的学习不同于个案调研，学生必须依靠自己解决问题，而不仅仅是研究别人的解决方法，这样他们就好象在真实世界中解决问题一样。学生可以在学习环境中进行自由探索和自主学习，利用各种工具和信息资源来达到自己的学习目标，在这一过程中，学生不仅可以得到教师的帮助与支持，学生之间也可以相互协作和支持。因此，可以说建构主义所主张的学习环境正是人们已经或即将面临的以计算机为基础的新的教育环境和学习环境。在这种新的教育和学习环境中，不仅教育的模式和观念将发生变革，而且教师在教学中的角色和作用也将发生变化。

4．充分技术来支持学习，培养学生实际应用能力。

技术是教育的一个非常重要的工具，这种基于计算机的技术能够成为有力的教育工具——它不仅仅是丰富的信息资源，而且可以延伸人类的能力和拓展支持学习的社交环境。通过利用技术创设各种学习情境，让学生在其中体验真正的学习乐趣，培养各种实践操作能力，充分利用网络的优势，反复锻炼，把学习与社会实践很好地结合起来，增强学生的竞争能力。

5．教师转变角色，注重对学习的研究。

在PBL中，传统的师生角色发生了变化，教师将从传统的知识传授者与灌输者的角色转变为学生意义建构的促进者、课程的开发者、群体的协作者、信息资源的设计者和查询者、学生的学术顾问等角色。教师的这种角色转变对许多教师来说是一种新的挑战，教师要针对课堂上遇到的问题和困惑，通过研究解决实际的教学问题。在教学的过程中，教师通过研究教学，改善教学。

6．加强合作学习，培养学生良好的学习行为和团队协作精神。

教学过程决不仅仅是教师通过书本形式的教材将知识、经验传授给学生，而是一种师生共同探索新知的发展性活动的体系。小组合作学习提倡充分开发课堂中的人际交往资源，建立全面完整的教学交往结构，利用多种类型、多种层次的教学交往来推动课堂教学的进程，促进学生掌握知识和个体社会化。通过小组合作学习方式，充分体现学生的主体性，培养良好的学习习惯和人际交往能力，增强学习团队协作精神。

7．改进教学评价标准，突出学生学习能力的考核。

改进传统单一的评价方式，采用书面考试、实践考试、同伴评估、自我评价、导师评价、报告等多种评价方式。一方面教师要引导学生总结在整个解决问题过程中的体会或收获等，并反思在解决问题的过程中存在的不足。另一方面，教师也要对小组协作、学生独立自主学习分别做出总结和评价。在评价过程中，突出学生的个体意识，重点考核学习能力，让学生要在非常愉快的情境中学习和进步。

8．通过问题解决来建构知识，提高学生再学习能力。

教师创设一定的学习情境，通过教师和学习伙伴的帮助，利用必要的学习资料，通过意义建构的方式来获得知识。学生在解决问题的过程中通过查询资料、动手做事、相互讨论以及自我反思而获得和理解知识，学生是真正的知识建构者，而教师只是促进者，对学生起点拨和帮衬的作用，学生在其中能提高和培养再学习的能力。

**附件2：**

**山西管理职业学院市场营销专业**

**面向社会人员招收的在籍学生**

**学分认定、积累和转换办法实施细则（试行）**

为了鼓励、支持和指导退役军人、下岗职工、农民工、新型职业农民及在岗职工等群体提升学历，对退役军人、下岗职工、农民工、新型职业农民及在岗职工等群体参加其他国民系列教育（已取得学信网可查的毕业证书）、参加职业资格证书考试、参加开放课程学习平台学习、参加职业技能竞赛、参加专业技术和岗位培训以及获得发表论文、获得专利授权等业绩类成果且与专业学习、学业要求相关的经历、成果，可以折算为学分（以下称为转换学分），计入学业成绩。但认定和转换的全部学分不得超过相关专业毕业总学分的50%。内容相同或相近的国家职业资格证书、培训证书、竞赛奖励等成果不得重复转换，以最高级所认定的学分进行转换。具体办法规定如下：

**一、具有国民教育系列学历的正式学习成果**

教育部注册的公立普通高校全日制教育、公立高等职业院校全日制教育、全国自学考试、成人函授教育、远程教育以及其他国家承认的国民教育序列的学历教育，专科及以上，其已修的学历课程与现有课程名称相同或相近，教学目标相近，教学内容相关度在80%以上，可认定和转换为高职院校对应课程的学分，具体要求如下：

1.已修的学历课程成绩合格。

2.已修的学历课程在内容上要与现修课程内容至少达到80%的吻合度，方可认定为有效。

3.已经获得专科或本科毕业证书可以选择4门非专业课程免修。

4.已修的学历课程最高可以认定学分不超过专业总学分的50%。

**（一）同等及以上学历的学分认定和转换**

1.在原同等及以上学历取得过程中修得的思想政治理论课、计算机基础课、军训和军事理论课、体育必修课等通识教育课的学分，可直接转换为转入专业相应课程的学分。

2.在原同等及以上学历取得过程中修得的课程学分，若原课程内容与现有课程名称相同或相近，教学目标相近，教学内容相关度在80%以上，且学时、学分也基本一致，则可以转换为相应课程的学分。

**（二）低一级学历的学分认定和转换**

1.低一级学历的学分认定和转换仅适用于实践技能类课程。

2.低一级学历的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3.已具有国民教育系列中职(含技工教育)及同等学历者，进入高职院校高职专业学习，其所学课程与现有该类课程名称相同或相近，教学目标相同，教学内容相关度达到100%，可认定和转换为相应课程的学分,替换课程的教学要求、学分数应等于或高于被替换课程。

**（三）高等教育自学考试课程的学分认定和转换**

通过高等教育自学考试的课程，以课程为基础，课程名称相同或相近，自学考试考试大纲和高职院校教学内容相关度80%以上，不分学历层次，可认定和转换为高职院校学分相近或相同的对应课程学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的50%。

**二、线上线下学习培训获得的证书**

**（一）在线课程学习证书的学分认定和转换**

1. 在线课程学习证书是指在国内外主流开放课程学习平台获得的学习证书。

2. 在线课程学习证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3. 在线课程的教学目标、教学课时、教学内容和考核要求等内容为依据认定和转换对应课程的学分。

4．学生线上课程学习完成后，应在结束课程的一个月内将校外单位提供的成绩单（实习实践证明、证书）原件及复印件两份提交学生所在系。

5．专业类教学环节由系完成学分认定，报教务处备案并登录成绩；基础类创新创业类课程、人文素质类课程报教务处进行课程模块和学分审核、认定、备案并登录成绩。

**（二）培训证书的学分认定和转换**

1. 培训证书是指由国家行政部门认定的有关职业技能、专业技术和岗位培训等方面证书。

2. 培训证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3. 根据培训证书的级别和内容相关程度，可认定和转换为相应高等学校相关专业对应课程的学分。

4. 培训证书学分认定和转换为学历教育课程学分，应为学生入学后获得，且有效期为学习者获得培训证书之日起的 3 年内。

**三、具有国家承认的资格证书类学习成果**

学生既往获得的各类资格证书，与现修专业（课程）内容相关且不低于现修专业（课程）要求者，可以申请学分认定，学分认定提交的材料需保证认定当前的时间节点属于证书的有效时间范围。

**（一）国家职业资格证书的学分认定和转换**

1. 国家职业资格证书是指按照国家职业标准，通过政府认定的考核鉴定机构，对劳动者的技能水平和从业资格进行评价和认定的国家证书。

2. 国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3.学生参加各类国家职业资格考试、社会技能考试等，取得合格以上成绩或资格证书的，根据国家职业资格证书级别和内容相关程度，可认定和转换为相应的“课证融通”课程或综合实践课程学分。

**（二）非国家职业资格证书的学分认定和转换**

1. 非国家职业资格证书指技能等级证书、专项能力证书、政府认定的行业证书等。

2. 非国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3. 根据非国家职业资格证书的级别和内容相关度，可认定和转换为相应高等学校对应课程的学分。

**四、业绩类成果的学分认定和转换**

1. 业绩类成果主要指个人取得学术、职业或其他方面的成果，包括但不限于创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、竞赛奖励等。

2. 业绩类成果的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的25%。

3.学生参加学校组织或认可的各类专业比赛、竞赛，获省级以上奖项的，经评审后可认定和转换为相应的专业课程或专业实践环节学分，也可申请认定为公选课学分。如已申请竞赛加分的，不再予以课程替换和学分认定。

4. 学生参加学校组织或认可的非专业类比赛，个人获得省市级以上荣誉的，或参加学校组织及认可的非本专业实践活动，个人获得省市级以上荣誉的，可认定为素质拓展类公选课学分。素质拓展类公选课累计认定不超过2学分。

5.各级非物质文化遗产代表性项目代表传承人、技能大师和工匠大师，其所学专业与其专长相匹配，相应高职院校应承认其成果并分配相应学分。

6. 职业经历、实习实践、志愿服务、创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、专利版权等体现资历、资格和能力的学习成果，通过一定的标准和程序，经认定后可转换为相对应课程的学分。

7.学生公开发表学术论文、主持参与科研项目，可认定为创新创业类公共选修课学分，累计不超过2学分。如研究内容与培养计划中课程要求内容相同或相近的，可申请课程替换认定为相应课程的学分。

**（一）正式学习成果认定**

学生可直接申请不高于被学分认定课程的专业层次的课程学分，系部组织学习成果审核组进行审核，将审核结果报教务处核查备案。系部逐步建立《正式学习成果认证课程匹配目录表》。

1.各类公开发表的学术论文：（1）被SCI、SSCI、EI检索或权威期刊，5学分；（2）一级学术期刊，4学分；（3）核心学术期刊，3学分；普刊2学分。

2．正式出版著作：4学分。

3．科学研究：（1）通过科技主管部门鉴定：①省部级5学分；②市级4学分；（2）取得发明专利5学分；取得实用新型专利3学分；取得外观设计专利1学分；（3）主持纵向课题（包括科研项目）并完成：①国家级5学分；②省级4学分；③市级2学分；④校级重点项目1学分，校级一般项目0.5学分。（4）主持并完成横向课题并得到校科研处确认，课题经费在：①20万元及以上5学分；②5万元及以上3学分；③2万元及以上2学分；④1万元及以上1学分。（5）完成获得学校专项经费资助并有相应成果证明（作品）的开放实验项目，每次可获0.5学分，累计最高不超过1学分。

4．论文、著作或科技成果第一作者第一完成人计满学分，第二以下以第一作者或第一完成人得分乘以调节系数（系数具体见下表），后取整记分值（不作四舍五入）保留小数点后一位，以0.5学分为限。

合作论文、著作或科技成果按作者人数与排名次序分解系数如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 作者人数 | 第一作者 | 第二作者 | 第三作者 | 第四作者 | 第五作者 |
| 1人 | 1.0 |  |  |  |  |
| 2人 | 0.6 | 0.4 |  |  |  |
| 3人 | 0.5 | 0.3 | 0.2 |  |  |
| 4人 | 0.5 | 0.25 | 0.15 | 0.1 |  |
| 5人及以上 | 0.5 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |

**（二） 非正式学习成果认定**

非正式学习成果的认定，学生需提供证明自己知识和技能的相关材料，由学院组织审核小组，采用考察、考核等方式进行审核，并将审核通过的结果提交教务处核查备案。

经验能力类是指学习者在既往的工作、生活经历中获得的，与现修专业（课程）相关的，并且达到一定水准要求的知识和技能。这类成果包括但不限于以下形式：

1.在本专业取得显著成绩，获全国、省、市级有关部门授予的“劳动模范”或“五一劳动奖章”或山西省劳动竞赛委员会授予的个人一等功或获部、省、市授予的“先进工作者”称号;或取得“山西省物流或快递行业领军人才”证书;

2.在物流、快递等领域某个方面有前瞻性研究成果，对解决本专业疑难问题，发挥了关键性作用，经同行专家鉴定具有较大影响力并取得了明显效益，得到市级以上行业主管部门或大中型企业的书面认可;

**对非正式学习成果认定的要求如下：**

1.非正式学习成果的内容必须与认定的专业培养目标或课程内容具有较大相关性。

2.非正式学习成果认定需要提交能够证明成果的完善的支持材料。

3.非正式学习成果最高可认定学分不超过专业总学分的20%。

**五、其他**

**(一)**依据《退役士兵安置条例》（国务院、中央军事委员会第608号）文件，退伍军人可申请免修公共体育、军事技能和军事理论课程，相应课程以85分记，并认定相应学分。

**（二）**参加教学计划之外，由单位或社会组织的各种竞赛性、科研性、学术性、实践性活动所取得的证书。这些活动主要包括由县、市及省级以上部门组织，并经相关部门核准的重点技能、知识竞赛、科研训练、发明、专利、设计、科学研究等。

**（三）**经批准代表单位参加重大活动（抗洪救灾、体育比赛、文艺演出等），可以申请认定相应课程学分。主要指代表单位参加抗洪救灾、国家级文艺展演、体育比赛等大型活动。

说明:

1.其他课程不能替换为专业核心课,实践课程与理论课程之间不能相互替换。

2.除学生函授、自考、网络课程等有明确成绩记载的情况外，其他原因进行课程替换和学分认定的，总评成绩计为“合格”。

3. 替换认定不及格课程的，成绩计为重修成绩60分。

4. 学生提交的申请材料，应当真实可靠。对弄虚作假者，一经查实，取消该所替换课程成绩和认定的学分，不再受理其任何替换和认定申请，情节严重的按学校相关规定进行处理。

5. 有下列情况之一的不予以课程替换或学分认定：

（1）未经学校相关部门认可的项目、成果等；

（2）非法出版物刊登的文章或作品；

（3）提供的材料不齐全或弄虚作假；

（4）未在学校规定时间内办理的。

6.学分认定、积累和转换工作每学期进行一次，在每个学期的考查周报送相关材料。

备注:本办法自公布之日起实行，由教务处负责解释。

附

**转换学分申请书**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学号 | |  | 姓名 |  | | 班级 | | |  |
| 所属系部 | |  | | 所属专业 | | | |  | |
| 拟转换学分 | |  | | 拟转换成绩 | | | |  | |
| 拟转换课程 | |  | | | | | | | |
| 申请理由 | |  | | | | | | | |
| 有关证明  材料目录 | |  | | | | | | | |
| 以上内容由学生填写 | | | | | | | | | |
| 转换学分 |  | | | | 认定学分 | |  | | |
| 转换课程 |  | | | | 转换成绩 | |  | | |
| 转换课程教师意见：    签字：                         年  月  日 | | | | | | | | | |
| 系部审定意见：  签名：               （公章）  年  月  日 | | | | | | | | | |

注：1.此表一式三份，学生本人、学生所属系部（存档）、任课教师各一份（作为成绩依据上交教务处）。

2.除本申请书外，须提供转换学分实施细则及申请转换学分支撑材料。

附件2

**附件3：**

**山西管理职业学院扩招学生教育教学管理办法**

**一、专门管理机构**

学院成立扩招学生管理领导机构。主任由院长担任，副主任由分管副院长担任,成员由职能处室负责人和各系部主任组成。全面负责扩招学生教育教学管理工作。

**二、课程标准制定**

各系部根据学院颁行的《关于制定课程标准的原则意见》执行，制定各专业课程标准。课程标准要包含课程名称（含独立设置的实践性教学环节）、适用专业、制订依据及指导思想、课程性质、设计思路、课程目标、课程内容和要求、课时分配、课程重点和难点、主要教学活动安排、考核评价标准和方法、课程资源的开发与利用、学习参考书目、其它说明等部分组成。

**三、教学组织管理**

**（一）教学组织**

根据扩招社会生源特点，结合学院实际，实行弹性学制、弹性学期和弹性学时的学分制管理。采取“工学交替-节假日集中教学”“线上和线下相结合”“校企协同育人-送教上门教学”等三种教学模式。

1.工学交替-节假日集中教学模式：主要针对专业课和专业基础课。利用周末或节假期间在校集中授课，集中授课时数严格按照培养方案规定和要求，确保授课的系统性和完整性。各系要安排好课表与教师，同时做好学生监管，确保教学质量。

2.线上线下相结合教学模式：主要针对公共基础课。依托学院网络课程平台的优质课程进行线上学习与辅导，同时利用节假日或工休进行线下理论教学和技能集训，线下集中授课和集训时数不得少于培养方案规定时数。线上教学以“智慧树”和“智学堂”提供的学习平台为主；线下教师负责平时答疑、作业布置与批改、期末考试与成绩评定等工作。鼓励各系部教师利用“智学堂”平台建设网络课程资源和课程。

3.校企协同育人-送教上门教学模式：主要针对专业课和专业实训课。深化校企合作，推行校企资源共享、过程共管、人才共育，与合作企业共同为学生上门集中授课或组织技能训练，根据岗位编班分组，授课时间与企业共同协商，集中教学时数严格按照培养方案规定时数执行，确保理论教学和实践环节的系统性和完整性。各系要与企业做好对接，采用企业兼职教师与校内专任教师相结合的模式进行教学。

**（二）成绩管理**

1.对各专业扩招学生进行编班管理，并按修订的扩招人员各专业人才培养方案，开足开满各门课程，同时统一录入教务管理系统，便于管理。

2.每门课程无论何种教学模式，均需安排一名校内教师作为此门课程的授课教师或是辅导教师，承担本门课程的教学管理和成绩评定工作。

3.无论哪种教学方式，课程考核均采用集中考试方式进行，严格考试要求和考核标准。

4.成绩实行院系二级管理。期末课程考试成绩由任课教师录入成绩管理系统存档。

5.成绩不合格的学生参加学院每学期第三周组织的补考，学生必须返校参加考试。成绩由任课教师录入成绩管理系统存档。

**四、实践教学管理**

各专业要加强扩招学生实践性教学，实践性教学学时应占总学时数50%以上。各系结合专业实际，制订合理制度，将社会人员的实际工作、技能证书和相关培训等纳入实践环节,折算成学历教育中对应课程的学分进行学分替换。

顶岗实习时间一般为6个月。各系制定顶岗实习管理办法，在保证顶岗实习质量的前提下，将社会人员的实际工作纳入实践环节，完成规定的顶岗实习学习任务，可折算成学历教育相应学分。

每位学生互换的总学分一般不超过本专业总学分的二分之一。

**五、师资队伍管理**

各专业要加强校企合作，建立一支由学校教师与行业企业专家组成的专兼职教学团队，强化专业师资队伍。由系部选派一批师德高尚、责任心强的专业教师担任扩招学生教学任务。行业企业聘任的兼职教师必须具有中级以上职业技术职务，一些高技术的能工巧匠必须具有高级工职业资格证书。

学校定期对教师进行培训、由系部选派教师定期到企业实践锻炼，强化“双师型”教师队伍建设。鼓励各专业积极建立项目式、模块化教学需要的教学创新团队，积极推动教师教育理念、教学观念、教学内容、教学方法、教学评价的变革，不断增强实践教学的能力。

**六．教学质量检查**

为确保扩招学生人才培养的质量，保证标准不降。

（一）构建学院、系部二级教学质量监督体系。

采取系部常规化教学检查与教学院随机检查相结合的方式进行，教务处、系部应及时公布检查结果并反馈教师本人改进教学中的问题。

（二）定期对教学工作进行专项检查。

在每学期期初、期中、期末定期对任课教师教学工作进行专项检查，重点检查任课教师的教学文件：教师学期授课进度计划表、教师工作手册、教案、学期工作总结等。

（三）加强对重点教学环节的检查。

围绕重点教学环节，诸如扩招学生学情分析、学生作业批改、考试命题、学生学习成绩的认定及录入等环节进行督导检查。

（四）强化对课堂教学环节的检查。

根据学院听课管理办法，积极发挥同行、院系领导、职能部门在课堂教学环节中的督导检查作用，各专业团队、专业带头人、院系领导、职能部门负责人要根据听课管理办法深入教学一线、深入课堂，及时对课堂教学效果进行评价并反馈给任课教师。

（五）充分发挥优质网络教学平台质量监控的作用。

通过智慧树、智学堂等优质网络教学平台，充分发挥平台在学生学习进度、知识测评、在线考试等环节的监测作用。

**七、质量监控评价**

（一）建立由学生、社会、学校和教师等共同参与的评价机制。

在评价的主体上，针对社会生源调动学生主动参与评价的积极性，改变评价主体的单一性，实现评价主体的多元化，建立由学生、社会、学校和教师等共同参与的评价机制。

（二）依托教务管理平台，构建系部（主任）测评、教学督导测评、教师同行测评、学生测评四位一体的线上教学质量测评实施体系。每学期期末，利用教学管理系统教学评价模块，对教师教学质量进行线上测评。

**八、学籍管理规定**

学生按照《普通高等学校学生管理规定》、《山西管理学院学生学籍管理制度》等相关学籍管理规定办理入学注册及在校学籍管理。扩招学生在学习期间不得转学、转专业，在规定年限内（最高不超过6年），修完教育教学计划规定内容，成绩合格，达到我院毕业要求的，方可颁发全日制（专科）毕业证书。

2020.4.10.