

2018 级市场营销专业

人才培养方案

2018 级市场营销专业人才培养方案

目 录

一、专业基本信息.....	3
(一) 专业名称和专业代码.....	3
(二) 培养对象与学制.....	3
二、人才培养目标与毕业要求.....	3
(一) 培养目标.....	3
(二) 毕业要求.....	3
(三) 人才培养规格.....	4
三、专业人才培养模式.....	4
四、专业“二维”课程体系设计.....	5
(一) 公共课设计.....	6
(二) 专业课设计.....	7
(三) 实习设计.....	18
(四) 第二课堂教育活动设计.....	19
(五) 职业技能竞赛设计.....	22
(六) 职业能力测试.....	23
(七) 职业资格证书对应的课程设计.....	26
五、人才培养工作安排.....	27
(一) 教育活动时间分配表.....	27
(二) 第一课堂进程安排.....	27
(三) 第二课堂进程安排.....	32
(四) 专业选修课安排表.....	34
六、实施保障.....	34
(一) 实训基地配备.....	34
(二) 结构化教学团队.....	41
(三) 教学资源.....	41
(四) 教学方法.....	42
(五) 学习评价.....	42

（六）质量管理.....	42
七、公共选修课一览表.....	42
八、修订说明.....	46
附件：人才培养方案审核意见表.....	47

一、专业基本信息

（一）专业名称和专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

（二）培养对象与学制

培养对象：通过普通高校招生入学考试录取的学生。

学制：基本学制 3 年，弹性学习年限 2-8 年，本专业人才培养方案按基本学制三年设计制定。

二、人才培养目标与毕业要求

（一）培养目标

本专业面向现代服务业，培养具有良好职业道德、工作态度及行为规范，能进行市场调研、销售渠道开发与维护、销售管理、营销方案制定等工作，能适应市场经济条件下企业销售渠道专员和其他营销工作的具有可持续发展能力，懂国际规则、具有国际视野和跨文化交流能力的“素养·管理·创新”复合型技术技能人才。

市场营销专业学生毕业后能够胜任以下岗位：

初次就业岗位：销售渠道专员、市场调查员、销售代表、市场专员。

发展岗位：销售渠道主管、区域销售主管、销售总监、销售经理、市场经理。

拓展岗位：策划总监、自主创业。

（二）毕业要求

1. 毕业学分

第一课堂学分要求：各专业的总学分均为 150 学分，其中必修课学分 142 学分，选修课学分 8 学分（公共选修课不低于 3 学分，专业选修课不低于 2 学分）。

第二课堂教育活动分要求：120 活动分。诚信分：1800 分。

2. 证书要求

必考证书：通过中国市场学会与国家教育部考试中心组织的中国市场营销经理助理资格证书（初级）。

选考证书：高等学校英语应用能力考试 B 级证书。

（三）人才培养规格

本专业人才培养规格主要包括 11 项专业能力、5 项方法能力、6 项社会能力，具体的专业能力、方法能力、社会能力要求如表 2 所示：

表 2 培养规格对应的能力要求

能力类别	能力要求
专业能力要求	1.1 能对市场营销环境进行调研，撰写市场分析报告 1.2 能选择目标市场，制定营销目标 1.3 能对目标客户进行调研分析 1.4 能制定并执行客户开发方案，进行客户管理与维护 1.5 能进行商务谈判 1.6 能制定并执行营销方案，对效果及费用进行评估 1.7 能对本部门岗位业务流程及费用进行管控 1.8 能选择并管理渠道成员 1.9 能制定并执行网络营销方案 1.10 能监控品牌营销支持方案的执行 1.11 能制定营销业务合同方法能力目标
方法能力要求	2.1 能使用各种工具获取市场信息 2.2 能在工作过程中发现问题、分析问题，并提出解决方案 2.3 能整合、调配各种资源，完成工作任务 2.4 能对已完成工作进行反思，并提出改进与优化建议 2.5 能通过自我学习，不断更新知识，实现自我提升
社会能力要求	3.1 具备营销人员的职业素养，行为习惯符合社会规范和礼仪要求 3.2 具有诚实守信的品德、认真负责的工作态度以及吃苦耐劳的精神 3.3 具有组织协调能力 3.4 具有较强的口头沟通与书面表达能力。 3.5 具有良好的团队意识，能与团队成员沟通协调及有效合作完成工作任务。 3.6 能进行自我调节缓解压力，适应工作环境及职业生涯发展变化

三、专业人才培养模式

市场营销专业经过多方论证最终采用“项目嵌入、能力递进”的人才培养模式。

“项目嵌入”即人才培养的每个环节、教学的每个环节，均以项目（课程项目、模拟项目或者实战项目）为载体实施教学。

“能力递进”即通过对各类项目的学习，让学生经历从体验到模拟再到实战最后到顶岗实习，这样一个学习过程，最终使学生的能力由低层次往高层次递进

发展。

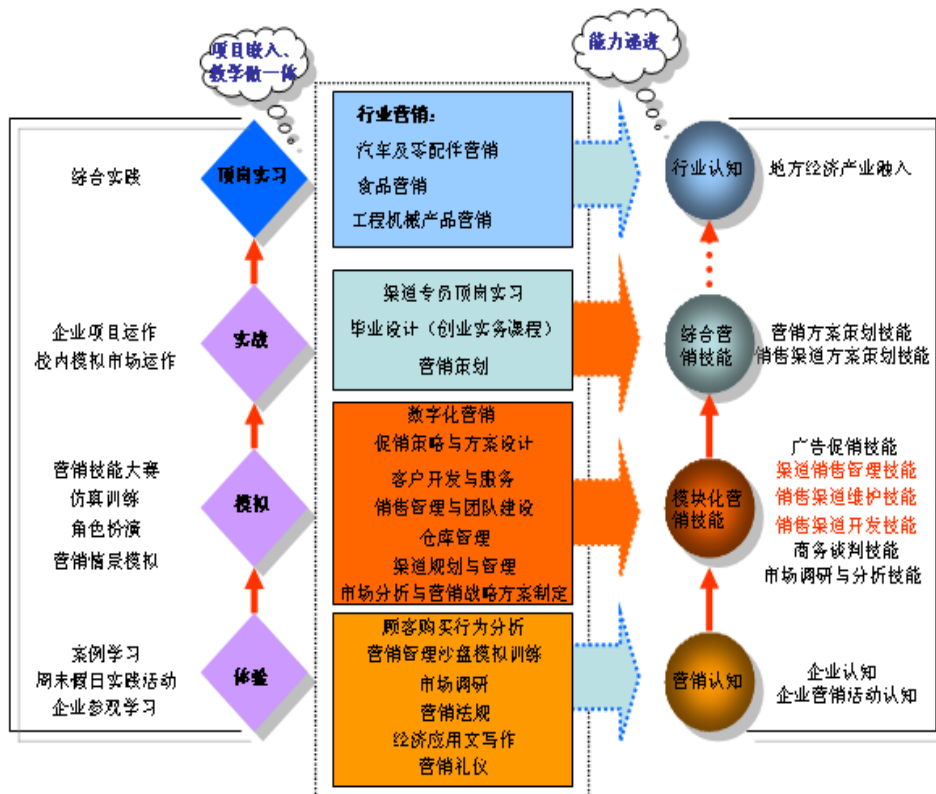


图 3-1 专业人才培养模式图

四、专业“二维”课程体系设计

围绕专业人才培养目标和规格，结合专业的特点构建专业“二维”课程体系。在行业企业广泛调研和专业工作任务分析会的基础上，按照工作过程系统化和职业能力不断提升系统设计专业课程体系，形成以学生为本、以职业能力为核心的专业课程体系；科学规划第二课堂，不断优化二维课程体系，促进第一、第二课堂相互补充，形成教育体系和教育合力。将创新创业教育融入专业课程体系，进一步完善学生创新创业支持服务体系。不断强化学生职业核心能力培养，在专业课全面渗透职业核心能力培养。

专业基本素质教育体系的第一、二课堂分别由四类课程、八大训练模块构成；专业能力培养体系的第一、二课堂凸显企业岗位需求及职业能力和发展需求，其课程结构见表 4-1。

表 4-1 市场营销专业“二维”课程体系表

内容形式	第一课堂	第二课堂
基本素质教育体系	1. 公共必修课 ○思想道德类课程 ○职业素质类课程 ○身心健康类课程 ○应用基础类课程 2. 素质教育选修课	○思想教育与职业道德训练活动 ○就业创业活动 ○心理健康教育活动 ○身体素质训练活动○语言文字运用能力训练活动 ○外语运用能力训练活动○素质大讲堂活动 ○社会实践与志愿服务活动
专业能力培养体系	1. 专业必修课 ○专业基础课 ○专业核心课 ○专业拓展课 ○综合实训课 2. 专业选修课 ○成功心理学 ○投资与理财 ○时间管理与抗压能力训练 ○行业营销	1. 职业技能竞赛 ○社科奖全国高校市场营销大赛 ○营销沙盘大赛 2. 专业社会实践 ○企业参观 ○校园商品展销会 ○企业专家专题讲座 3. 创新创业教育 ○创业训练营 ○市场营销专业交流会 ○职业形象设计与求职礼仪大赛

（一）公共课设计

为了改变过去“公共必修课在课程体系中定位不清、作用不明、目标泛化、课时不保”等状况，基于社会调研结果，将企业最期待的职业素质、行为规范和基本能力等融入公共必修课的改革中并进行重点培养。按照“服务社会、服务专业、服务学生；共性与个性相结合、必修与选修相结合、课内与课外相结合；在教学中融入职业核心能力培养”的原则，结合专业特点和企业需求，改革教学目标、教学内容和考核标准。在具体教学实施中，通过教学方法的改革，将职业素养和职业核心能力培养渗透在教学中。

将传统的公共必修课和部分分散在专业课中的职业素质教育部分进行整合，明确了每门公共课在整个课程体系中的定位、作用和教学目标，形成了四大类别的公共必修课，即思想品德类、职业素质类、身心健康类、应用基础类。

表 4-2 公共必修课结构表

课程类别	公共必修课
思想政治类	1. 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 2. 思想道德修养与法律基础 3. 形势与政策 4. 入学教育（包括学情、院情教育）
职业素质类	1. 专业入门教育（包括感受企业文化、职业认知） 2. 就业与创业（包括职业生涯规划、创业培训） 3. 创新思维训练 4. 大学生安全教育 5. 精益生产与信息化基础实训 6. 顶岗实习（包括职业素养训导）
身心健康类	1. 体育 2. 高职学生心理健康教育 3. 军训 4. 艺术修养
应用基础类	1. 高职语文 2. 高等数学/经济数学 3. 高职英语 4. 计算机应用基础（模块一）

（二）专业课设计

1. 职业/岗位分析

表 4-3 市场营销专业职业/岗位分析表

序号	工作项目 (工作领域)	典型工作任务	能力要求
1	品牌管理	1-1 品牌战略管理	1. 能分析市场趋势，组织、制定公司营销总体战略 2. 制定营销资金使用计划、产品供应计划 3. 相关媒体对接，做好各类推广、活动策划、包装宣传 4. 撰写全程策划报告、定位报告、规划建议、执行报告的能力 5. 了解品牌市场占有率 6. 了解品牌核心目标、经营理念、服务标准 7. 能分析品牌的优劣势 8. 会系统罗列竞争品牌及自身品牌的各自切入点 9. 熟练使用 PPT 10. 掌握常用分析工具的使用（PEST、SWOT）
		1-2 视觉设计（VI）管理	1. 有一定的审美观，掌握粗略的平面广告设计要求 2. 可以协助广告公司制定出较好的广宣品 3. 了解广告策划内涵 4. 掌握 VI 系统知识 5. 掌握 VI 管理流程，具备 VI 管理常识。

			<ol style="list-style-type: none"> 6. 能判定和监督 VI 系统的正确使用 7. 会运用 VI 8. 了解活动达到目标效果的程度
		1-3 品牌文化管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌文化具体内容 2. 能将品牌文化作为原则指导工作 3. 能向客户传播公司品牌文化 4. 掌握品牌文化管理知识 5. 了解广告投放的各个渠道，口碑传播 6. 会挖掘推广品牌文化的热点事件 7. 能进行品牌文化管理的培训
		1-4 品牌营销支持	<ol style="list-style-type: none"> 1. 指导文案的编写能力 2. 会分析各单位品牌营销需求 3. 能制定品牌营销支持方案 4. 能监控品牌营销支持方案执行 5. 掌握营销项目内容 6. 掌握营销支持流程 7. 能够组织品牌营销的各种活动 8. 掌握营销支持的媒介 9. 能根据各阶段进行营销支持的利用
		1-5 公共关系管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解公共关系相关内容 2. 能组织开展各种展会、会议及公关活动 3. 能了解各媒体情况与运用合作 4. 掌握公共关系处理的原则 5. 维护企业各方面关系 6. 会分析用户的心理需求 7. 掌握危机管理及危机营销意识 8. 掌握商务礼仪，会沟通技巧 9. 具备一定的写作能力 10. 掌握柔性谈判技巧
2	市场调研	2-1 PEST 分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够进行宏观政治环境情况调研 2. 能够了解全球、全国的市场经济走向和产业发展方向，对宏观环境有一定的了解。 3. 能够进行宏观社会文化调研 4. 能够进行行业和技术产品的技术调研 5. 掌握并运用 PEST 方法分析营销环境 6. 具备合理设计调查方案的能力 7. 具备基本的大数据分析能力 8. 具备一般数据的收集和分析能力。 9. 能够利用宏观调研结果指导日常工作 10. 掌握文案调查的一般方法
		2-2 用户分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备目标消费人群的分析能力 2. 能够进行客户特征分析 3. 能够进行客户需求分析

			<ol style="list-style-type: none"> 4. 能够进行客户分布的分析 5. 能够了解产品与客户的切入点、联系点。 6. 能够进行客户个性化需求分析，为客户提供满意产品、服务 7. 掌握客户分类的方法 8. 具备问卷设计能力 9. 具备问卷发放、回收、统计的能力 10. 具备数据收集和分析能力 11. 能够利用调研结果指导日常工作 12. 掌握基本的统计学知识 13. 掌握较好的沟通能力
		<p>2-3 SWOT 分析</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够分企业、项目或产品的优势 2. 能够分企业、项目或产品的劣势 3. 能够分析企业、项目或产品的威胁 4. 能够分析企业、项目或产品的机遇 5. 掌握并运用 SWOT 分析方法分析 6. 具备观察与分析竞争对手的能力 7. 具备咨询能力 8. 具备数据收集和分析能力 9. 能够熟悉企业的经营现状、新品特点、畅销品卖点等
<p>3</p>	<p>市场营销策划</p>	<p>3-1 营销目标设计</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能对市场及企业市场营销现状进行分析并撰写相关报告 2. 能制定和分解营销目标 3. 能与经销商沟通，制定能完成的工作指标 4. 能对市场进行细分分析，并确定目标市场 5. 能对产品进行规划与定位
		<p>3-2 营销策略的制定</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据营销目标选取最优的营销策略，制定营销方案。 2. 能进行营销方案的风险评估。 3. 能进行营销策略提案。 4. 能够根据季节、旺季、淡季适时策划活动方案。 5. 能够根据市场变化转变销售手段、策略。 6. 能了解竞品在不同时段的促销活动，制定与之抗衡的政策。 7. 能够做出较中肯、符合实际的财务预算，做好风控管理。

		3-3 方案执行与实施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据已定的营销策略制定行动方案（日期、目标、流程），并贯彻实施。 2. 能对实施过程出现的状况进行处理。 3. 能向销售人员灌输销售方案。 4. 能根据已定的营销策略合理整合、调配各方资源（人力、物力、财力等）。 5. 了解公司的各种资源成本以及优劣势。 6. 能对营销方案执行效果及费用进行评估。 7. 能整合、发展与相关媒体的关系，利用好相关媒体的资源。
4	渠道管理	4-1 渠道政策制定	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业产品/竞品市场调研 2. 竞品渠道策略研究 3. 行业销售渠道发展趋势分析 4. 渠道开发成本分析与控制 5. 渠道规划与设计 6. 渠道成员选择标准制定 7. 渠道开发政策制定 8. 渠道供货政策制定 9. 渠道价格体系制定 10. 渠道订货管理制度制定 11. 渠道结算管理制度制定 12. 渠道授权条款制定 13. 渠道分销目标制定
		4-2 渠道开发	<ol style="list-style-type: none"> 1. 渠道成员的选择/资格审核 2. 渠道成员合同签订 3. 渠道任务的落实 4. 渠道支持政策落实 5. 渠道商销售人员的培训 6. 渠道商活动方案制定与实施
		4-3 中间商管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. KA 管理 2. 中间商档案管理 3. 中间商的考核与评估 4. 中间商关系维护 5. 渠道冲突管理 6. 渠道成员调整与更新 7. 渠道能力提升 8. 经销商卖场店面管理 9. 客情维护 10. 中间商销售人员能力培训 11. 中间商货品管理 12. 中间商帐期管理 13. 中间商信用管理 14. 中间商销售能力提升管理 15. 中间商协调管理

		4-4 网络渠道管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有互联网营销新思维 2. 掌握 B2B B2C O2O 等电子商务运营模式 3. 微信等自媒体的运用
		4-5 自营管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成本需求预算 2. 卖场运营组织 3. 活动组织策划 4. 销售人员培训与管理
5	客户关系管理	5-1 存量客户管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解存量客户资源，能对老客户进行分类 2. 能进行老客户维护和造访 3. 能熟练使用企业客户管理软件 4. VIP 客户特殊个性化服务 5. 能策划老客户回馈活动 6. 具备协作沟通能力 7. 会统计、财务知识 8. 能处理客户反映的问题 9. 能进行老客户激励
		5-2 新增客户管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能进行新客户拜访、与陌生客户初次联系 2. 能对新客户进行分类及建档 3. 能分析新客户的需求 4. 具备商务礼仪技能 5. 具备目标管理能力 6. 具备压力管理能力 7. 能进行新客户关系维护 8. 具备商务谈判能力 9. 具备沟通能力
		5-3 潜在客户管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备数据收集和分析能力，能寻找并发现潜在客户 2. 能对潜在客户建档 3. 能分析潜在客户需求及爱好 4. 能制定客户开发方案 5. 能开发潜在客户 6. 能进行潜在客户造访 7. 具备良好的沟通能力 8. 具备商务谈判能力
		5-4 招投标管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉招投标的政策、法规 2. 熟悉行业招标的准则 3. 了解行业招标的新规和趋势 4. 掌握招投标流程 5. 掌握产品和服务知识 6. 掌握公司现状和招标方需求 7. 掌握公司现有资源 8. 能根据招标方需求制定最佳投标方案 9. 能制作投标书

			<ul style="list-style-type: none"> 10. 掌握投标项目内容 11. 会分析投标效益 12. 能分析竞争对手信息 13. 具备谈判能力
6	运营管理	6-1 业务目标管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能制定符合市场的目标计划； 2. 熟悉企业业务流程； 3. 掌握编制企业目标的方法； 4. 掌握追踪目标完成情况的能力； 5. 掌握分解目标的能力； 6. 掌握时间管理的方法和技巧； 7. 掌握项目跟进的闭环管理能力。
		6-2 业务流程管控	<ul style="list-style-type: none"> 1、掌握业务流程管理相关知识； 2. 能根据各单位的业务流程制定通用的流程管控模板； 3. 具备客户投诉处理能力； 4. 具备协作与沟通能力； 5. 具备项目及流程管控能力。 6. 熟悉各部门岗位的职能 7. 掌握业务流程进度的能力； 8. 能够管控业务流程中各个关键点的能力。
		6-3 业务成本管控	<ul style="list-style-type: none"> 1. 掌握会计财务基本知识； 2. 具备合同制定的能力； 3. 具备控制运营成本的能力； 4. 能对各工作流程产生的费用进行预估和管理的能力； 5. 能撰写成本管控报告； 6. 会分析各项管理成本； 7. 掌握活动或项目达到预期效果所需的人力、物力、财力成本； 8. 对风险有一定的预估能力，避免公司损失。

2. 专业课程体系结构

(1) 课程体系结构图

为了更好的凸显我校“产学研互动、服务地方”的办学特色，按照企业对职业能力培养的要求，参照职业资格标准，突出高水平职业能力和素质培养，通过“工作领域→行动领域→学习领域”分析转换流程，以科学发展观为指导，以就业为导向，以能力培养为核心，以“市场调研→市场营销策划→渠道管理→客户关系管理→运营管理→品牌管理”的市场营销专业工作流程为主线，考虑学生的现有基础，着眼于学生的全面成长及职业生涯的可持续发展的需要，构建全新的市场

营销专业课程体系。

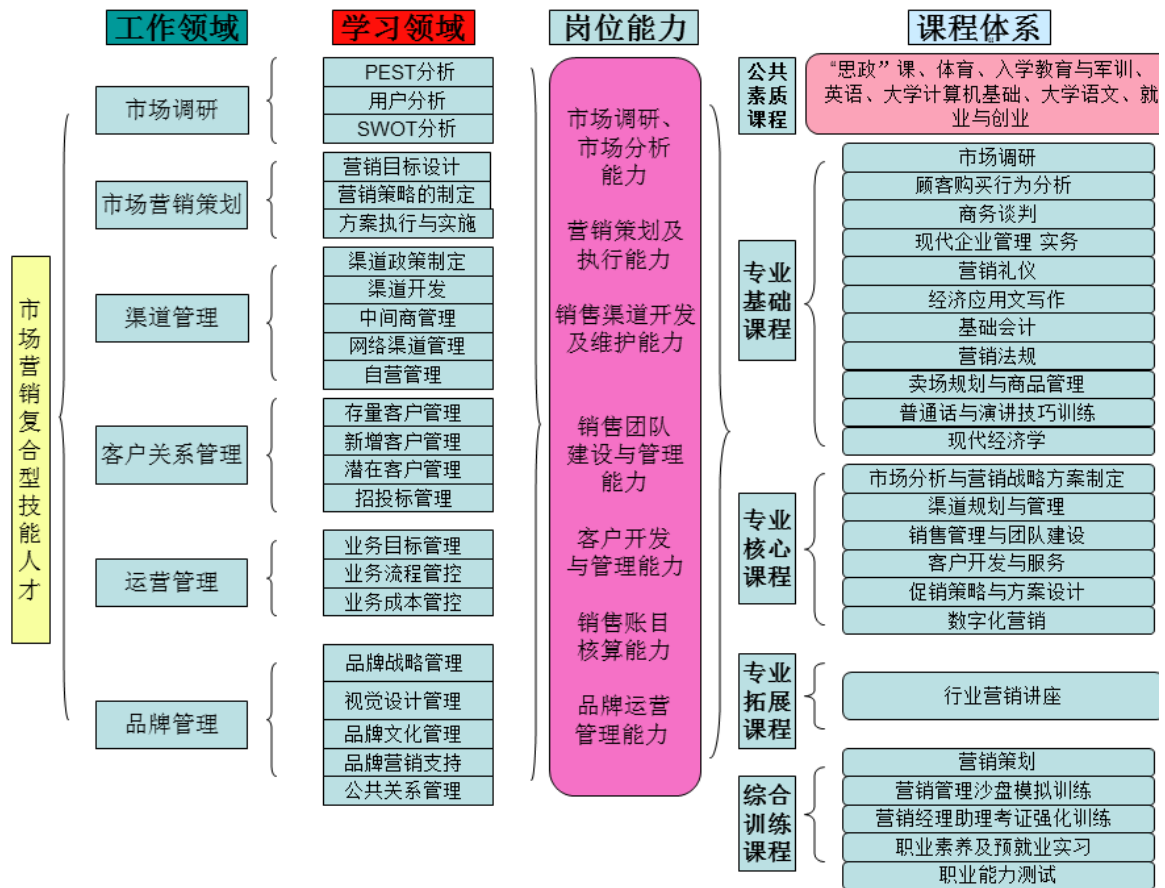


图 4-1 市场营销专业课程体系结构图

(2) 课程矩阵

课程与培养规格之间的对应关系及相关度，按照 L（低相关）、M（中相关）、H（高相关）划分，分别用 L、M、H 在表中标注。如下表：

表 4-4 课程矩阵

课程名称	培养规格																					
	1.1能对市场营销环境进行调研,撰写市场分析报告	1.2能选择目标市场,制定营销目标	1.3能对目标客户进行调研分析	1.4能制定并执行客户开发方案,进行客户管理与维护	1.5能进行商务谈判	1.6能制定并执行营销方案,效果进行评估	1.7能对部门业务及进程进行管控	1.8能并选择渠道成员	1.9能制定并执行网络营销方案	1.10能监控营销执行的	1.11能制定业务目标	2.1能使用各种工具获取信息	2.2能在工程中发现、分析问题,提出解决方案	2.3能整合资源,完成任务	2.4能对已完成工作进行反思,并提出优化建议	2.5能通过自我学习,不断更新知识,自我提升	3.1具备营销职业素养,为符合礼仪要求	3.2具有诚信、负责的工作态度及吃苦耐劳的精神	3.3具有组织协调能力	3.4具有较强的口头与书面沟通能力	3.5具有良好的团队意识,能与团队成员沟通及合作完成任务	3.6能进行自我调节,适应工作及环境变化
现代经济学	L		L		L	L					H	H	H	H	H	H	H	M	H	H	H	
普通话与沟通技巧	M	L	M	M	H	L	L	M	M	L	L	M	M	M	M	M	H	H	H	H	H	M
现代企业管理实务	H	M	L	L	L	M	H		L	M	L	M	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
基础会计						H	H				L	H	H	M	M	M	H	M	M	M	M	M
顾客购买行为分析	M	M	M	M	H	L	L	L	M	L	L	M	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
市场调研	H	H	H	M	L	L	M	L	L	M	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	M
营销礼仪	L	L	L	H	H	M	L	H	L	H	L	L	L	H	L	M	H	H	H	H	H	M
商务谈判	M	M	H	H	H	L			L		M	H	M	H	H	M	H	M	H	H	H	H
营销法规	M	L	L								H	H	H	H	L	H	M	H	H	H	H	H
经济应用文写作	H	M	L	H	H	H	L	L	H	M	M	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
卖场规划与货品管理	H	H	L	L	L	L	H					H	H	H	H		H	H	H	H	H	L
市场分析与营销战略制定	H	H	H	M	M	M	L	M	M	M	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
客户开发与服务	H	H	H	H	H	H	H	H	M	M	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
渠道规划与管理	H	H	H	H	H	H	H	H	M	H	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H

续表 4-4

课程名称	培养规格	1.1能对市场营销环境进行调研,撰写市场分析报告	1.2能选择市场,制定目标	1.3能对目标客户进行分析	1.4能制定并执行客户开发方案,进行客户管理与维护	1.5能进行商务谈判	1.6能制定并执行营销方案,对营销效果进行评估	1.7能对本岗位及部门业务进行管控	1.8能选择渠道成员	1.9能制定并执行营销方案	1.10能监控营销支持	1.11能制定营销合同	2.1能使用各种工具获取信息	2.2能在工程中发现、分析问题,并提出解决方案	2.3能整合各种资源,完成任务	2.4能对已完成工作进行反思,提出改进建议	2.5能通过自我学习,不断更新知识,自我提升	3.1具备职业素养,符合礼仪要求	3.2具有诚信、负责的工作态度及吃苦耐劳的精神	3.3具有团队协作能力	3.4具有较强的口头与书面沟通能力	3.5具有良好的团队意识,能与团队成员沟通协作,完成工作任务	3.6能进行自我调节,缓解工作压力,适应环境及职业变化
销售管理与团队建设		H	H	M	M	M	H	H	M	M	L	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
数字化营销		H	H	H	H	L	H	H	H	H	H	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
促销策略与方案设计		H	H	H	H	M	H	H	M	H	L	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
营销策划		H	H	H	M	L	H	M	H	H	M		H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
营销管理沙盘模拟训练		H	H	H	H	L	H	H	H	L	M	M	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
市场营销经理助理考证强化训练		H	H	H	H	H	M		M	M			H	M	M	M	M	M	M	M	M	M	
行业营销讲座		H	H	H	M	H	H	M	L	M	H	M	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
职业素养实习		H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	
预就业顶岗实习		H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	

3. 专业核心课程描述

表 4-5 专业核心课程描述表

课程名称	课程目标	课程主要内容	学时	开设学期	主要实训项目
市场分析 与营销战略 方案制定	<p>1. 专业能力：具备市场分析能力，能发现与企业资源、消费者匹配的市场机会，并能够运用市场细分、目标市场选择、产品定位知识来制定企业的营销方案。</p> <p>2. 社会能力：具备较强的组织协调能力、团队协作能力、口头与书面表达能力。</p> <p>3. 方法能力：通过各种途径获取市场相关信息的能力；独立制定各种计划的能力；判断市场情况并做出相应决策的能力；较强的自学能力、创新能力。</p>	<p>1. 目标市场营销策略知识部分，包括：市场分析、目标市场营销策略。</p> <p>2. 应用技能部分，即营销战略方案制定。</p>	90	第二学期	<p>1. 老邻居超市市场分析。</p> <p>2. 老邻居超市营销战略与营销组合策略分析。</p> <p>3. 老邻居超市营销战略方案制定。</p>
客户开发 与服务	<p>1. 专业能力：掌握客户开发的基本理论和基本技巧，具备客户开发意识和客户开发能力。</p> <p>2. 社会能力：在客户的交往、沟通中能耐心细致、诚实守信、善于合作、尊重客户；能进行自我调节，善于管理好自己的情绪。</p> <p>3. 方法能力：能灵活运用所学知识进行业务拓展及服务；能对工作情况反思和改进。</p>	<p>1. 客户开发方法：客户选择产品的原因分析；潜在客户分析；客户群分析；客户开发的具体方法和技能；客户开发计划制定及实施。</p> <p>2. 大客户开发。</p> <p>3. 客户管理与服务：客户分类管理；客户信用管理与追债实务；客户满意管理；客户忠诚管理；客户关系管理；客户服务基础；户服务技巧；客户投诉的处理技巧；处理客户服务压力的技巧。</p>	90	第四学期	<p>1. 客户开发与服务产品项目的可行性分析</p> <p>2. 大客户开发与服务的方案</p> <p>3. 产品项目客户访谈会</p> <p>4. 产品展销会</p>

<p>渠道规划与管理</p>	<p>1. 专业能力：理解不同销售渠道的运营特点、优缺点、适用范围；具备参与销售渠道规划、构建的能力；正确执行渠道策略的能力。 2. 社会能力：具备积极工作态度、高度工作责任感、吃苦耐劳的精神；具备良好团队意识，团队协作能力、团结互助精神；能正确对待工作中的挫折和困难。 3. 方法能力：通过各种途径获取市场相关信息的能力；参与制定和执行渠道规划的能力；判断市场情况做出相应决策的能力；将知识向企业管理其他方向迁移的能力</p>	<p>1. 销售渠道概述。 2. 销售渠道相关者。 3. 渠道成员关系的构建与管理。 4. 销售渠道设计与开发。 5. 销售渠道流程管理。 6. 渠道管理和渠道成员激励。 7. 渠道控制与渠道冲突。 8. 销售渠道绩效评估。</p>	<p>90</p>	<p>第三学期</p>	<p>1. 家电产品、快销品的渠道调查。 2. 中间商调查。 3. 产品渠道设计。</p>
<p>促销策略与方案设计</p>	<p>1. 专业能力：能够制定和执行各种促销策略。 2. 社会能力：具备积极工作态度、高度工作责任感、吃苦耐劳的精神；具备良好团队意识，团队协作能力、团结互助精神；能正确对待工作中的挫折和困难。 3. 方法能力：能够根据实际营销环境选择不同促销策略；通过各种途径获取市场相关信息的能力；对促销策略的实施过程进行管理的能力。</p>	<p>1. 促销策略与组合。 2. 销售促进工具和方法。 3. 广告理论与实务。 4. 公关项目策划的理论与方法。 5. 市场推广方案设计和方案撰写。</p>	<p>90</p>	<p>第三学期</p>	<p>1. 促销策略与组合的运用。 2. 销售促进工具和方法的运用。 3. 市场推广方案撰写。</p>
<p>销售管理与团队建设</p>	<p>1. 专业能力：会制定和执行销售计划，可以管理团队的日常活动，并</p>	<p>1. 销售过程管理。 2. 销售计划管理。 3. 销售组织规划。</p>	<p>90</p>	<p>第四学期</p>	<p>1. 销售过程管理训练。</p>

	<p>能对团队成员进行有效激励和考核。</p> <p>2. 社会能力：在就业时能够迅速适应企业销售团队建设与管理工 作，成为合格的营销人员并为今后的职业发展奠定良好的基础。同时使 学生具备较强的组织协调能力、团队协作能力、较强的心理承受能力。</p> <p>3. 方法能力：通过各种途径获取市场相关信息的能力；独立制定各种 计划的能力；判断市场情况，做出相应决策的能力；将知识向企业管理 其他方向迁移的能力。</p>	<p>4. 销售团队建设。</p> <p>5. 销售团队管理。</p>			<p>2. 销售计划管理训练。</p> <p>3. 销售组织规划训练。</p> <p>4. 销售团队建设</p> <p>5. 销售团队管理训练。</p>
数字化营销	<p>1. 专业能力：具备在数字化媒体条件下开展市场调研、商品销售、 市场推广、客户关系管理、与媒体合作的能力。</p> <p>2. 社会能力：具有较强的团队协作能力、书面表达能力、心理承受能 力、具有诚实守信的品德及吃苦耐劳的精神。</p> <p>3. 方法能力：通过各种途径获取市场相关信息的能力；判断市场情 况并做出相应决策的能力；较强的自学能力、创新能力。</p>	<p>网络营销认知、网络市场调研与分析、网站内容建设、数字化促销与 推广、网站客户服务、网络营销策划、微信、微博营销等。</p>	72	第四学期	<p>1. 网络市场调研与分析。</p> <p>2. 网络营销策划</p> <p>3. 网站内容建设。</p> <p>4. 数字化促销与推广。</p> <p>5. 网站客户服务训练。</p>

（三）实习设计

第一阶段是职业素养实习。它是市场营销专业核心课程的实践教学环节，通过该阶段的顶岗实习，使学生在工作中体验企业文化，培养学生具有吃苦耐劳、

耐心细致、认真负责的工作态度，树立良好的职业意识，形成对未来职业生涯和发展方向的理性认识。时间安排为 1-2 个月，一般不超过 2 个月。

第二阶段是预就业实习。以巩固熟练专业基本技能、培养或提升职业能力和职业素养为主，使学生实现角色转变，成为企业的“准员工”，培养学生综合运用所学知识，分析、解决实际问题的能力，全面提升学生的综合素质，增强就业能力。时间安排为 6 个月。原则上，开始进行预就业实习的时间，在第五学期 12 月第一次学校组织的“双选会”以后。实习设计见表 4-4。

表 4-6 实习设计

阶段	时间	实习目标	实习项目（内容/任务）	实习形式（跟岗/顶岗）	考核要求	主要合作企业
1 职业素养 实习	第 4 学期（1 个半月）	体验企业文化，培养学生具有吃苦耐劳、耐心细致、认真负责的工作态度，树立良好的职业意识，形成对未来职业生涯和发展方向的理性认识	1. 参与促销活动 2. 店面销售 3. 市场调研 4. 撰写营销方案	跟岗（企业实习，或将企业真实项目引入校内，专业教师进行辅导）	实习总结、企业考核、专业教师考核相结合	娃哈哈集团、苏宁易购、中国移动**分公司、天地壹号饮料销售有限公司或相同类型企业
2. 预就业 实习	第 5 学期（11 月“双选会”之后）（6 个月）	使学生实现角色转变，成为企业的“准员工”，综合运用所学知识，分析、解决实际问题，全面提升学生的综合素质，增强就业能力	1. 走访客户 2. 渠道开发 3. 渠道维护	顶岗	实习总结、企业考核、专业教师考核相结合	娃哈哈集团、文一集团、苏宁易购、中国移动**分公司、百度房地产、或相同类型企业

（四）第二课堂教育活动设计

第二课堂教育活动包括基本素质第二课堂活动、专业类第二课堂活动，两类活动的比例在 5: 5 左右，根据实际可以调整。

1. 基本素质第二课堂活动

基本素质第二课堂教育活动的的设计，以我校素质教育的总体目标为指导，坚持以学生为本，落实科学发展观，着眼于丰富校园文化生活，提升学生综合素质，培养“爱国明理、崇德敬法、勤学敏行、强体健心”的高技能人才，满足学生全面成长和职业生涯的可持续发展的需要，适应企业和社会对高职毕业生的素质要

求。

基本素质第二课堂活动主要包括 10 个模块，各模块的主要活动和目标如表所示：

表 4-7 基本素质第二课堂活动设计

活动模块	活动目标	活动名称	活动分
1. 思想政治教育与职业道德训练	通过对学生进行入学教育，了解院情、系情，熟悉大学生日常行为规范和准则，使学生尽快适应大学生活；通过组织学生参观企业、主题班会、企业专家和优秀毕业生讲座，开展劳动纪律和观念、责任感、感恩、诚信、环保、安全、励志等教育活动，使学生了解企业对职业道德基本规范和要求，从小事做起，在学习生活和社会实践中进行实践和落实，树立诚实守信，爱岗敬业等职业道德观念，逐步形成良好的行为规范和职业道德。	行为规范准则教育	4
		院情教育与学习管理教育	4
		安全教育	4
		适应教育	4
		励志教育	4
		感恩教育	4
		诚信教育	4
		禁毒、防艾教育	4
		“五·四”文化艺术节系列活动	4-8
		“社团风景线”社团活动	4-8
其他主题教育活动	4-8		
2. 就业创业训练	通过组织学生开展职业生涯规划大赛、职业礼仪大赛、创业计划大赛、模拟面试、实战演练等活动，使学生能正确地规划自己的学习和未来，树立正确的就业观、掌握求职的方法与技巧，同时注重学生创业意识的培养，掌握初步的创业方法。	职业形象设计与求职礼仪大赛	4-8
		KAB 创业培训	4-8
		创业计划大赛	4-8
		职业生涯规划大赛	4-8
		模拟招聘大赛	4-8
		职业与法律咨询会	4
		科学商店进社区	4-8
其他主题活动	4-8		
3. 心理素质训练	通过组织学生开展心理健康活动月、心理健康团队辅导、心理咨询等活动，对学生进行自我意识、情绪管理、意志力、人格魅力、潜能开发、心理援助等系列训练项目，使学生不断正确认识自我、增强自我调控、承受挫折、适应环境的能力，培养学生健全的人格和良好的个性心理品质。	5.25 教育活动	4
		心理健康团体辅导	4
		心理剧大赛	4-8
		心理电影赏析	4
		其他主题活动	4-8
4. 身体素质训练	通过组织课外体育活动、体育知识讲座、各类体育竞赛、单项运动俱乐部的形式，指导学生有针对性地、科学地进行体育锻炼，不断增强	阳光长跑	4-8
		篮球赛	4-8
		气排球赛	4-8

练	身体素质。	羽毛球赛	4-8
		田径运动会	4-8
		其他主题活动	4-8
5. 语言文字运用能力训练活动	通过组织学生开展征文、演讲、辩论、调查报告、人文知识竞赛等，培养学生的文字表达、语言表达、口语交际、合作沟通及思维的灵活性、敏捷性，提高学生明辨是非、推理演绎和随机应变能力。	大学生辩论赛	8
		大学生演讲赛	8
		主题征文比赛	8
		其他主题活动	4-8
6. 外语运用能力训练活动	通过英语竞赛和戏剧表演等活动，为学生提供英语强化训练、展示英语综合素质的平台，激发学生学习英语的兴趣，提高学生的英语口语表达和英语应用能力。	英语演讲大赛	4-8
		***大学生英语戏剧节	8
		英语口语比赛	4-8
		全国大学生英语竞赛	4
		其他主题活动	4-8
7. 素质大讲堂活动	通过博文经典、美滋驿站、社会纵横、科技星空、情感漫步、人生启航、博雅分享等栏目，聘请专家、教授为学生开设讲座，提高学生的人文素养和科学精神。	每学期 8-10 次专题讲座	每次 4
		其他主题活动	4-8
8. 社会实践与志愿服务	通过组织学生开展企业调研、“三下乡”和“四进社区”、“社团风景线”社团活动等社团开展的主题活动等，要求学生撰写活动方案、活动总结，并进行活动效果评价等，在各项真实的社会实践活动中综合锻炼和检验学生的职业素质和职业核心能力。	假期社会实践	8
		志愿者服务	每次 4
		三下乡活动	8
		社区挂职	8
		其他主题活动	4-8
9. 数字运用能力训练活动	通过组织开展数学文化、数学建模讲座、数学建模竞赛、数学文化艺术节等活动，激发学生学习数学的兴趣，锻炼学生思维能力，提高学生运用数学方法处理实际问题的能力。	数学文化讲座	4
		数学建模竞赛	8
		其他主题活动	
10. 创新教育	通过组织创新讲座、创新实践指导、创新大赛、创新工作室等形式，以案例分析、项目教学的方式开展创新培训项目，鼓励学生以团队合作的形式完成项目，培养学生的创新思维、促进学生综合素质的提高和创新能力的提高。	互联网+创新创业讲座	4-8

2. 专业类第二课堂活动

根据市场营销专业的特点以及企业对市场营销专业学生职业能力的要求，为了更好的培养学生具备相应的职业能力和职业通用能力，补充第一课堂教学的不

足，我们安排了市场营销专业类第二课堂活动。

表 4-8 专业类第二课堂活动安排

能力类别	活动名称	主要内容	组织实施	开设学期
职业能力	校园商品展销会	学生在专业教师的指导下，举办校园商品展销会，进行招商引资策划、展会促销策划、商品经营活动、商品陈列、开展剪彩仪式、展会现场管理。	系部+教师+社团	4
职业通用能力	与优秀毕业生座谈	优秀市场营销专业毕业生成长经历及工作经验分享	教师	5

（五）职业技能竞赛设计

表 4-9 职业技能竞赛设计

序号	竞赛名称	竞赛目标	竞赛形式 (笔试、实操、表演等)	与专业课配合情况
1	营销沙盘大赛 (第 2 学期举办 大一年级参赛)	探索工学结合职业教育模式，激发广大学生学习热情，培养市场营销专业群学生经营管理综合能力，培养学生的应变调整能力和心理承受能力，为学生就业和创业能力的提高打下良好的基础。	笔试 + 实操	《营销管理沙盘模拟训练》、《现代企业管理实务》、《营销礼仪》、《市场分析与营销战略方案制定》
2	社科奖全国高校市场营销大赛 (每年 6 月至来年 5 月举办) (第 3 学期举办 大二年级参赛)	锻炼学生运用各种营销知识和技能进行产品营销策划和实战销售的能力。	学生组成参赛团队，针对企业所提供产品撰写营销策划方案，由专业教师和校外专家进行指导和评比。	《营销策划》、《市场分析与营销战略方案制定》、《客户开发与服务》、《促销策略与方案设计》
3	娃哈哈校园营销实战大赛(每年 4-6 月举办) (第 4 学期举办 大二年级参赛)	锻炼学生综合运用各种营销知识和技能进行实际销售的能力。	学生组成参赛团队，针对娃哈哈产品撰写客户开发方案，进行实战销售，由专业教师和校外专家进行指导和评比。	《市场分析与营销战略方案制定》、《客户开发与服务》、《销售管理与团队建设》、《卖场规划与货品管理》

(六) 职业能力测试

为客观反映学生职业能力发展水平，检验和促进教育教学改革，按照上述市场营销专业学生职业能力等级要求，制定市场营销专业学生职业能力测试标准。标准要求学生通过测试能达到所在级别的水平。测试内容包括专业知识理论和综合专业职业能力测试两个部分。按照职业能力等级标准，测试将分级逐级进行：

1. 职业能力等级一级（营销员）

(1) 专业知识理论测试。测试内容、形式、要求见下表：

表 4-10 市场营销专业技能一级专业知识测试要求一览表

序号	测试模块	测试内容		总分		测试方式及考核时间	测试学期
		知识点类型	知识点				
1	营销基础知识	市场营销基本理念	市场与市场营销的含义、市场营销管理的实质与任务、市场营销管理哲学	100	设计说明	闭卷笔试 2 小时	第三学期
		市场营销组合	市场营销组合的内容、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略				
		商务谈判基本知识	商务谈判的成功模式、商务谈判心理、商务谈判思维、不同的谈判风格				
		商务礼仪与营销道德	社交的基本原则、基本社交礼仪、商务谈判礼仪、国际商务礼、营销道德的基本原则、市场营销道德与实践。				
		市场营销理论的新发	顾客让渡价值与顾客满意、关系营销、文化营销、				

		展	服务营销、绿色营销、全球营销、电子商务				
		营销相关法律法规知识	合同法、消费者权益保护法、产品质量法、票据法、反不正当竞争法、广告法、价格法、担保法、商标法、劳动法、直销管理条例、禁止传销条例				

(2) 综合专业职业能力测试。测试内容、形式、要求见下表：

表 4-11 市场营销专业技能一级综合职业能力测试要求一览表

序号	测试模块	测试内容		占比	设计说明	测试方式及考核时间	测试学期
		知识点类型	知识点				
1	模拟推销	推销礼仪	站姿、坐姿、走姿、手势语、微笑、鞠躬、握手、招呼顾客、介绍	15%	推销人员基本礼仪及推销全过程各阶段方法和技巧的综合运用	通过模拟不同推销形式、产品和客户类型的推销场景进行测试	第三学期
		推销过程	接近顾客、发掘顾客需求、介绍产品、解决顾客异议、提出成交	85%			

(3) 评分规则与达标要求

①专业知识理论测试采用笔试闭卷形式，总分为 100 分，由专业老师进行评分，60 分为达标要求。

②综合职业能力测试采用模拟不同推销形式、产品和客户类型的推销场景进行测试，总分为 100 分，由专业老师及企业专家担任评委。60 分为达标。

③所有项目测试均达标，则一级市场营销职业能力达标。

2. 职业能力等级二级（销售主管）

(1) 专业知识理论测试。测试内容、形式、要求见下表：

表 4-12 市场营销专业技能二级专业知识测试要求一览表

序号	测试模块	测试内容		占比	总分	设计说明	测试方式及考核时间	测试学期
		知识点类型	知识点					
1	专业知识理论测试	市场营销理论与实务	营销导向；顾客价值；企业战略和营销战略；营销环境及分析；顾客购买行为及分析；市场细分、目标市场及市场定位；营销组合；产品服务与品牌策略；定价策略；渠道策略；整合营销传播策略；销售管理；销售沟通技巧；客户分析、开发和管理；商务谈判	100%	100	以《市场营销经理助理资格证书》考试作为专业理论测试，可系统、全面考核学生对本专业应知应会的理论和实务操作知识的掌握情况	闭卷笔试 150 分钟	第四学期

(2) 综合专业职业能力测试。测试内容、形式、要求见下表：

表 4-13 市场营销技能二级综合职业能力测试要求一览表

序号	测试模块	测试内容		占比	设计说明	测试方式及考核时间	测试学期
		知识点类型	知识点				
1	营销专业综合技能	营销策划	策划、撰写 XX 产品市场整合营销方案（产品可以是快速消费品、耐用消费品或工业品）	70%	给定产品后，一星期内完成市场调研、分析，营销创意策划，营销方案书	针对营销策划案从文案结构、逻辑思维，市场资料收集、分	第五学期

					撰写	析, 创造性, 可操作性以及文字组织、表达等方面进行评价	
		方案提案	营销策划方案提案; 专业术语表达、PPT 制作、语言表达、职业行为规范。	30%	模拟向企业做提案	现场模拟提案, 现场答辩; 时间: 提案 15 分钟; 答辩 5 分钟	

(2) 评分规则与达标要求

①专业知识理论测试将采取和中国市场营销经理助理资格证考试结合进行; 采用笔试闭卷形式, 总分为 100 分, 60 分为达标要求。

②综合职业能力测试采用撰写营销方案方式, 总分为 100 分; 由专业老师及企业专家担任评委, 60 分为达标。

③所有项目测试均达标, 则二级市场营销职业能力达标。

(七) 职业资格证书对应的课程设计

本专业的职业资格证书: 中国市场营销经理助理资格证书(初级)对应的课程设计如下:

序号	专业名称	专业性质(国家重点、特色)	证书名称	发证单位	与考证相关课程	学时(理论+实践)	合计
1	市场营销	区级特色专业	中国市场营销经理助理资格证书(初级)	中国市场营销学会与国家教育部考试中心	市场营销经理助理考证强化训练 市场分析 与营销战略方案制定	72 90	406

					市场调研	64	
					销售管理与团队建设	90	
					促销策略与方案设计	90	

五、人才培养工作安排

(一) 教育活动时间分配表

表 5-1 专业教育活动时间分配表 (单位: 周)

周 学年	一		二		三		总计
	1	2	3	4	5	6	
1. 学期教育总周数小计	18	18	18	18	18	18	108
其中: 课堂教学	16	14	12	18	8	0	68
集中实训教学	0	0	0	8	0	0	8
入学教育与军训	2	0	0	0	0	0	2
职业能力测试 (毕业设计/论文)	0	0	2	0	3	0	5
顶岗实习	0	4	6	10	6	0	26
校运会	0.5	0	0.5	0	0.5	0	1.5
2. 寒暑假	6	8	6	8	6	8	52
3. 机动	1	1	1	1	1	1	6
合 计	52		52		52		153

(二) 第一课堂进程安排

表 5-2 市场营销专业课程安排进程表

课程类别	序号	课程名称	课程类别	总学分	学时数			开课学期及时数						是否统考	
					总课时	课内学时	课外学时	第一学年		第二学年		第三学年			
								1	2	3	4	5	6		
基本素质课	1	入学教育与军训	C	3	60		60	60							
	2	大学生安全教育（一）	C	0.7	8	3	(5)	3 (5)							
	3	大学生安全教育（二）	B	0.4	5	3	(2)		3 (2)						
	4	大学生安全教育（三）	B	0.4	5	1	(4)			1 (4)					
	5	大学生安全教育（四）	B	0.3	4	1	(3)				1 (3)				
	6	大学生安全教育（五）	B	0.2	2		(2)						(2)		
	7	专业入门教育	A	1	20	20		20							
	8	形势与政策（一）	A	0.25	8	3	(5)	3							
	9	形势与政策（二）	A	0.25	8	3	(5)		3						
	10	形势与政策（三）	A	0.25	8	3	(5)			3					
	11	形势与政策（四）	A	0.25	8	3	(5)				3				
	12	思想道德修养与法律基础	A	3	48	36	(12)		36 (12)						
	13	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	4	64	48	(16)	48 (16)							

	14	高职学生心理健康教育	A	1	24	15	(9)	15						
	15	高职英语（一）	B	3	46	46		46						
	16	高职英语（二）	B	2	44	44			44					
	17	体育	B	5	90	90	48	42						
	19	语文	B	2	42	30	(12)	30 (12)						
	20	职业生涯规划	B	1	20	10	(10)	10 (10)						
	21	就业指导与职业核心能力训练	B	1	20	10	(10)			10 (10)				
	22	创新创业基础	B	1	20	10	(10)				10 (10)			
	23	计算机应用基础（一）	B	4	68	68		68						
	24	艺术修养	A	1	24	24				24				
	25	精益生产与信息化基础实训	B	1	16	16					16			
	26	创新思维训练	A	1	24	24		24						
		小计		37	677	479	115	333(43)	139 (14)	33 (13)	45 (13)	(2)		
专业基础课	16	现代经济学	B	2	36	36		2/36						否
	17	普通话与沟通技巧	B	2	36	36			2/36					否
	18	现代企业管理实务	B	3	48	48			3/48					否
	19	基础会计	B	2	36	36		2/36						否
	20	顾客购买行为分析	B	3	54	54				3/54				否
	21	市场调研	B	3	54	54				3/54				否

	22	营销礼仪	B	3	54	54				3/54				否
	23	商务谈判	B	5	90	90				5/90				否
	24	营销法规	B	2	36	36		2/36						否
	25	经济应用文写作	B	3	48	48		3/48						否
	26	卖场规划与货品管理	B	3	48	48					3/48			否
		小计		31	540	540	0	156	138	198	48			
	27	*市场分析与营销战略方案制定	B	5	90	90			5/90					否
专业核 心课	28	*客户开发与服务	B	6	108	108					6/108			否
	29	*渠道规划与管理	B	5	90	90				5/90				否
	30	*销售管理与团队建设	B	5	90	90					5/90			否
	31	*数字化营销	B	5	90	90					5/90			否
	32	*促销策略与方案设计	B	5	90	90				5/90				否
		小计		31	558	558	0		90	180	216	72		否
专业拓 展课	33	行业营销讲座	B	2	36	36						2/36		否
		小计		2	36	36	0					36		否
综合实 训课	34	营销策划	B	5	90	90						5/90		否
	35	企业经营管理沙盘模拟训练	B	3	48	48			3/48					否
	36	市场营销经理助理考证强化训练	B	4	72	72					4/72			否
	37	职业素养实习	C	6	84	4	80					84		否

	38	预就业实习	C	18	488							488	否
	39	职业能力测试(一)	B	2	30	10	20			30			是
	40	职业能力测试(二)	B	3	50	10	40				50		是
	小 计			41	862	222	140	0	48		156	618	
周课时小记					40	19	4	5	4	4	5	8	
合计				142	2673	1835	345	445 (112)	415 (35)	411 (9)	447 (28)	726 (17)	

(三) 第二课堂进程安排

表 5-3 第二课堂教育活动安排进程表

专业类第二课堂教育活动安排									
序号	活动名称	活动分	学期安排						组织实施
			1	2	3	4	5	6	
1	演讲比赛	8	√						学院+学工处
2	企业参观	4	√						学院+专业团队
3	市场营销专业交流会	4	√						专业团队
4	职业形象设计与求职礼仪大赛	8		√					学院+学工处
5	企业专家专题讲座	8		√	√	√	√		专业团队
7	营销沙盘大赛(基础技能比赛)	12		√					学院+专业团队
8	社科奖全国高校市场营销大赛	12			√				学院+专业团队
9	校园商品展销会	8				√			学院+专业团队+ 社团
10	创业训练营	8					√		学院+专业团队
11	演讲比赛	8	√						学院+学工处
小计		72							
基本素质第二课堂教育活动安排									
序号	活动名称	活动分	学期安排						组织实施
			1	2	3	4	5	6	
1	行为规范准则教育	4	√						学生处+学院
2	院情教育与学习管理教育	4	√						学生处+学院
3	安全教育	4	√	√	√	√	√	√	学生处+学院

4	感恩教育	4		√		√		√	学生处+学院
5	诚信教育	4	√		√		√		学生处+学院
6	“五·四”文化艺术节系列活动	4		√		√			团委+学院
7	新生节活动	4	√						团委+学院
8	暑期社会实践	4		√		√			团委+学院
9	素质大讲堂讲座	4	每班 1 次						基地+学院
10	5.25 心理健康教育活动	4		√					基地+学院
11	阅读	4	√	√	√	√			图书馆
通用技能竞赛安排									
序号	活动名称	活动分	学期安排						组织实施
			1	2	3	4	5	6	
11	职业生涯规划大赛	4		√					基地+学院
12	创业计划书大赛		√		√		√		基地+学院
13	田径运动会	4	√		√		√		基地+学院
14	羽毛球联	4	√		√		√		基地+学院
15	乒乓球联赛	4		√		√		√	基地+学院
16	篮球联赛	4		√		√		√	基地+学院
17	大学生演讲赛	4	√						基地+学院
18	大学生辩论赛	4		√					基地+学院
19	英语口语风采大赛	4	√		√		√		基地+系部
小计		60							

注：

1. 其中专业类包括了专业技能竞赛等，不能确定时间的也可注明机动。
2. 每学年 60 分为达标，100 分为优秀，各系仍可自行安排本专业的基本素质活动 6-10 个。跨学期的活动在第四学期结束时给学生记分。
3. 竞赛类活动根据竞赛获奖情况可加分。
4. “行为规范准则教育、院情教育与学习管理教育”渗透在入学教育中。
5. “安全教育”与大学生安全教育课程不同，渗透在每学期开学、期末安全教育中。
6. “感恩教育”主要通过辅导员主题班会和资助征文、资助演讲、毕业离校教育等活

动开展。

7. “诚信教育”主要通过辅导员主题班会开展，主要有个人信息诚信、诚信考试、诚信还贷等内容。

8. “暑期社会实践”各系安排的暑期顶岗实习可替代。

9. “素质大讲堂”由基地与系部协调，保证每班有一次讲座。

10. 还有一些活动没有列入人才培养方案，如禁毒、防艾、志愿者服务、三下乡、社区挂职、学生社团活动以及一些竞赛、一些上级要求的活动等，一般只需要部分学生参加，请各系配合组织开展。

(四) 专业选修课安排表

表 5-4 市场营销专业选修课安排表

序号	课程名称	学时	学分	开课学期
1	世界经济地理	32	2	3
2	成功心理学	32	2	2
3	时间管理与抗压能力训练	32	2	2

六、实施保障

(一) 实训基地配备

1. 实践教学体系

电子商务专业实践教学体系的设计，根据学生的认知特点和学习规律，按照“由点到面、点面结合”、“实战为先、工学结合”的专业能力提升路径，划分为“电商企业认知”——“电商专项技能”——“电商综合技能”——“电商运营、创新与创业”四个层次。其中，“电商企业认知”在第1学期完成；“电商专项技能”与“电商综合技能”主要在第2、3、4学期开展；“电商创新与创业”主要在第4、5学期进行。

“由点到面、点面结合”中的“点”，是指各种专项技能；“面”是指电子商务运营的综合技能。“实战为先、工学结合”则是将完整的真实项目(电子商务实践)贯穿于整个学习阶段，各专项技能的实践教学均以此为载体，并有机的融入于综合技能训练之中，以实战拉动学生的学习需求。即整个实践教学体系主要以真实的网店运营为主线，充分利用校内外各种资源、引入真实项目、开展形式多样的实践教学(专业技能实训、综合实践课、课外指导等)，提升学生的电子商务综合技能。

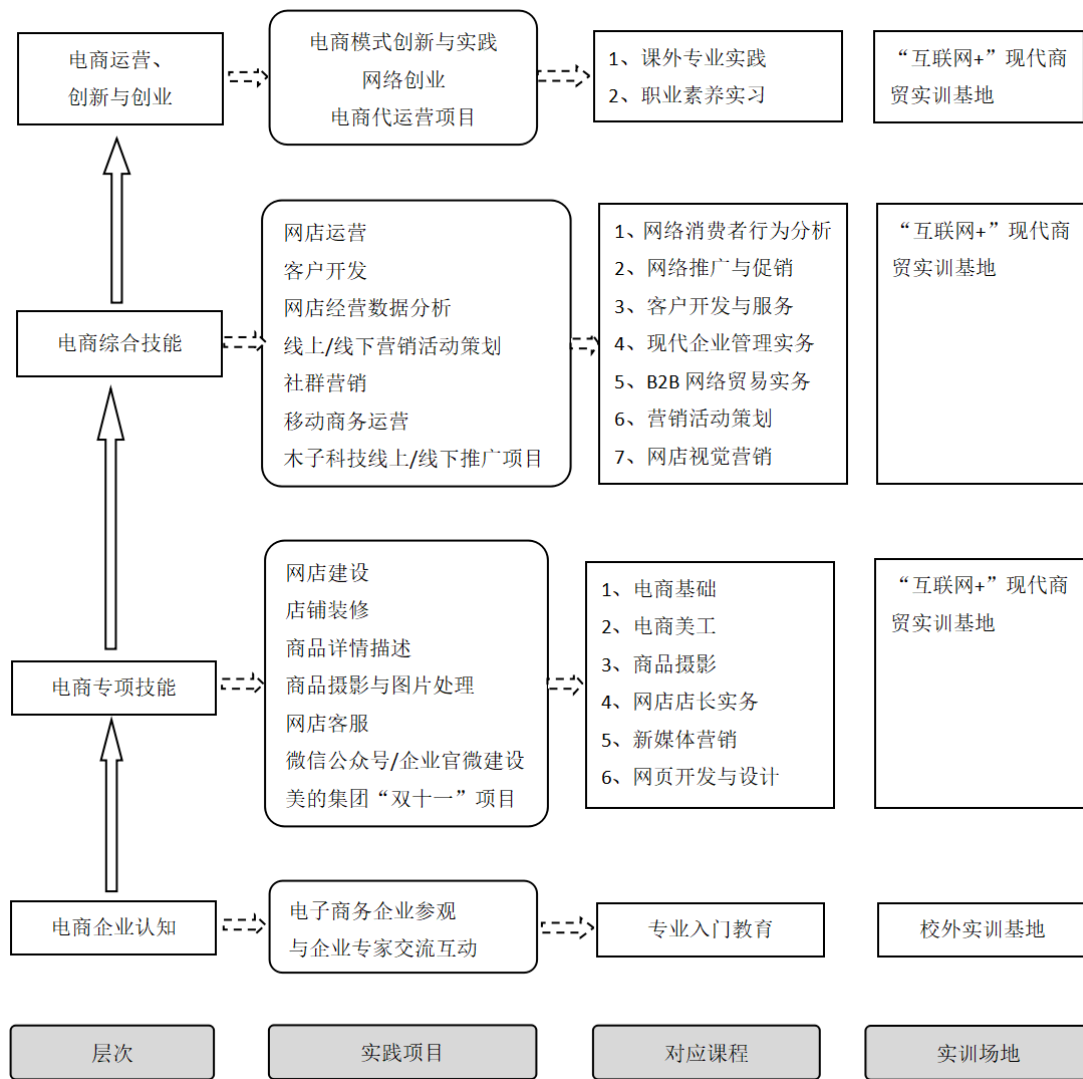


图 6-1 电子商务专业实践教学体系图

表 6-1 电子商务专业实践教学体系表

实训时间	能力构成		实训目标	实训项目	所属课程	实训形式	实训场所
第一学年	电商专项技能	市场调研能力	<p>专业能力： 1. 能够根据企业目标客户特点，开展包括选择网店开设平台、装修店铺、撰写商品信息、拍摄商品图片、处理商品图片等工作</p> <p>2. 能熟练运用 PhotoShop，进行文字、图片处理及平面设计</p> <p>3. 能熟练使用 Office 办公软件进行专题编辑与写作及信息处理</p> <p>4. 了解企业经营管理的基本知识</p> <p>方法能力： 1. 能根据企业工作需要制定工作计划、方案，并组织实施</p> <p>2. 能在工作过程中发现问题、分析问题，解决问题</p>	市场调研方案的制定与实施	新媒体营销	市场调研、课程实训、课外实践	电子商务多功能实训中心，企业经营管理沙盘实训室
		企业经营管理能力		企业经营管理沙盘模拟训练	企业经营管理沙盘模拟训练		
		开设网店的能力		1. 注册淘宝、支付宝账号并开店 2. 网店定位及选择货源 3. 发布商品 4. 店铺装修	电商基础		
		开展网上零售的能力		网上零售综合技能训练	网上零售技能训练，数字营销		
		拍摄商品图片的能力		1. 摄影器材的使用 2. 网店商品摄影	商品摄影		
		数码图片处理的能力		1. PS 软件的使用 2. 商品图片处理	电商美工		

			<p>社会能力:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能进行自我调节, 较快地适应电子商务及相关行业的工作环境 2. 具有吃苦耐劳、严谨细致、认真负责的工作态度, 良好的安全意识和质量意识, 能按照质量要求按时完成所承担的工作任务 3. 具备良好的信息收集、分析和处理能力 				
第二学年	电商综合技能	实际运营淘宝网的能力	<p>专业能力:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够进行网店经营规划、财务规划, 能够对网店活动进行策划、实施、评价 	淘宝网运营实践	网上零售运营实践	课程实训	电子商务多功能实训中心
		网页开发与网站维护的能力	<ol style="list-style-type: none"> 2. 能够进行网络推广文案策划、开展网络促销活动 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 网页效果图设计 2. 页面排版 3. 页面图文、动画处理 4. 网站维护 	网页开发与设计		电子商务多功能实训中心
		客户开发与服务能力	<ol style="list-style-type: none"> 3. 能够运用客户管理流程及网络客服相关技巧, 开展线上、线下客户开发、维护工作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用网络进行客户开发 2. 客户识别与关系管理 3. 网店客服专项训练 	客户开发与服务, 网络消费者行为分析		电子商务多功能实训中心
		网络推广的能力		<ol style="list-style-type: none"> 1. IM 推广 2. 友情链接 	网络推广与促销, 数字营销, 新媒体文案		电子商务多功能实训中心

		<p>4. 能够运用专业网络推广方法开展企业网络推广活动</p> <p>5. 能够确定经营模式、盈利模式，进行电子商务相关项目运作、维护企业电子商务日常运作</p> <p>6. 能熟悉企业采购流程，能开展商品采购、仓储、配送活动</p>	<p>3. 论坛推广</p> <p>4. SNS 推广</p> <p>5. 问答推广</p> <p>6. 百科推广</p> <p>7. 交换链接</p> <p>8. RSS 推广</p> <p>9. 图片推广</p> <p>10. SEO</p> <p>11. 博客、微博推广</p>	<p>创意与写作</p>	
	在 B2B 平台开展营销的能力	<p>7. 根据网络消费者购买行为、心理特点，开展客服服务工作</p>	<p>1. B2B 平台上的信息发布</p> <p>2. 在线管理实训</p> <p>3. 网络洽谈训练</p>	<p>B2B 网络贸易实务</p>	<p>电子商务多功能实训中心</p>
	线下商业活动策划与实施的能力	<p>8. 能够与媒体合作，开展公关及宣传活动</p> <p>9. 能熟练掌握会员管理的方法，策划会员营销活动</p>	<p>1. 线下营销活动策划方案的制订</p> <p>2. 营销活动的实施与现场管理</p>	<p>营销活动策划</p>	<p>电子商务多功能实训中心，市场营销工作室</p>
	网络创业的能力	<p>10. 能够进行办公设备维护（复印机、打印机、传真机、一体机等的维护、一般故障处理）</p> <p>方法能力：</p> <p>1. 具有学习新知识、新</p>	<p>网络创业实践</p>	<p>网络创业工学交替，数字化营销</p>	<p>电子商务多功能实训中心</p>

		<p>技术、探求新方法的能力，能将所学的网络营销知识和技能向传统营销领域迁移</p> <p>2. 能根据企业开展电子商务的需求，进行信息的收集、分析和整理</p> <p>3. 能在工作过程中发现问题、分析问题，解决问题</p> <p>4. 能对已完成工作进行反思，并提出改进与优化建议</p> <p>社会能力：</p> <p>1. 具有良好的团队意识，能与团队成员沟通协调及团队合作完成工作任务</p> <p>2. 具有吃苦耐劳、严谨细致、认真负责的工作态度，良好的安全意识和质量意识，能按照质量要求按时完成所承担的工作任务</p>				
--	--	--	--	--	--	--

			<p>3. 能正确自我定位，正确评价自己及他人</p> <p>4. 能根据企业工作需要制定工作计划、方案，并组织实施</p>				
第三学年	电商运营、创新与创业	商品介绍文案写作的能力	<p>专业能力：</p> <p>1. 能根据商品类型和特点进行文案写作，提升客户体验</p> <p>2. 能熟练统计分析商业数据，并撰写相关报告</p> <p>方法能力：</p> <p>1. 能在工作过程中发现问题、分析问题，解决问题</p> <p>2. 能对已完成工作进行反思，并提出改进与优化建议</p> <p>社会能力：</p> <p>1. 具备适应职业生涯发展变化的能力</p> <p>2. 能遵守社会公德和职业道德，行为习惯符合社会规范和礼仪要求</p>	商品介绍文案设计	新媒体文案创意与写作	课程实训	电子商务多功能实训中心，路创先进制造模拟工厂
		商务沟通能力		<p>1. 沟通技巧训练</p> <p>2. 商务礼仪专项训练</p>	商务礼仪与沟通技巧	课程实训	
		工业企业精益生产服务与管理能力		<p>1. 生产排程模拟训练</p> <p>2. 流水线管理模拟训练</p> <p>3. 工位现场管理模拟训练</p>	精益生产与信息化基础实训	课程模拟训练	

2. 实训条件配备

一个实践教学班 30 人为标准，规划完成实践教学项目需要配备的实训室、实训设备等。

表 6-2 实训条件配备

序号	实训室名称	校内/ 校外	主要设备名称	配备 数量	实训项目/内容
1	电商综合运营实训室	校内	台式电脑	30 台	网店建设 网店运营 网店客服 新媒体营销
2	商品信息采编室	校内	数码相机（卡片机）：15 部 数码单反相机：2 部 摄影台及灯光设备：5 套 台式电脑：15 台 摄影器材（反光板、幕布等）：1 批	1 批	商品摄影与图片处理 商品详情描述
3	创新创业孵化中心	校内	台式电脑	30 台	电商模式创新与实践 互联网创业
4	商业数据分析实训室	校内	台式电脑	30 台	网店经营数据分析 线上/线下营销活动策划 客户开发

（二）结构化教学团队

电子商务专业共有教师 13 人，其中专任教师 7 名，兼职教师 6 名，专兼职教师比例接近 1:1。职称比例构成合理，高级职称人数占比达 28.6%，中级职称占 57.1%。从学历、学位结构来看，硕士以上比例占 71.4%，其中 1 名教师正在攻读博士学位。另外，“双师”资格教师占总数的 85.7%，其中通过自治区认定的高级双师 2 人、中级 3 人、初级 1 人。中青年教师人数占比为 100%，团队充满活力。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能够满足人才培养、专业建设、教学科研等工作需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关劳动与社会保障技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、法律和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、微课、在线课程、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。

（四）教学方法

结合学生和教学内容的实际情况，选择适当的教学方法，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，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体化教学等新型教学模式，推进信息技术与教学有机融合。

（五）学习评价

内容上，可以从专业能力、方法能力、社会能力方面进行评价，落实“6+N”评价维度；方式上，可以采用笔试、口试、项目、实践活动等多种方式对学生进行评价，采取过程性评价（侧重于教学过程）和终结性评价（侧重于教学结果）相结合的方式。

（六）质量管理

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实训实习、毕业设计（论文）/职业能力测试等方面质量标准建设，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，充分利用评价分析结果改进专业教学，持续提高人才培养质量。

七、公共选修课一览表

序号	课程名称	课程编号	学分	总学时	开课部门	备注
1	个人理财规划	32262	2	36	财经与物流管理学院	网络选修课程
2	食品营养与食品安全	32962	1	16	环境与食品工程学院	网络选修课程
3	魅力科学	32261	1	16	机电工程学院	网络选修课程
4	大学生公民素质教育	32266	1	16	马克思主义学院	网络选修课程
5	九型人格之职场心理	32264	2	32	马克思主义学院	网络选修课程
6	情绪管理	32268	1	16	马克思主义学院	网络选修课程
7	幸福心理学	32258	1	16	马克思主义学院	网络选修课程

8	大学生恋爱与性健康	32255	2	32	马克思主义学院	网络选修课程
9	民俗风情旅游	31223	2	36	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
10	女子礼仪	32466	2	36	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
11	葡萄酒与西方文化	32256	1	16	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
12	东南亚文化	32801	2	30	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
13	今天的日本	32800	2	30	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
14	世界文明史	32804	1	16	贸易与旅游管理学院	网络选修课程
15	口才艺术与社交礼仪	32252	2	36	通识教育学院	网络选修课程
16	如何高效学习	32267	1	16	通识教育学院	网络选修课程
17	生命安全与救援	32465	2	32	通识教育学院	网络选修课程
18	英语视听说之教你出国游	32069	2	36	通识教育学院	网络选修课程
19	有效沟通技巧	32463	1	16	通识教育学院	网络选修课程
20	大学启示录：如何读大学？	32253	2	32	通识教育学院	网络选修课程
21	中西文化比较	32247	2	36	通识教育学院	网络选修课程
22	影视鉴赏	32462	2	30	艺术学院	网络选修课程
23	深邃的世界：西方绘画中的科学	32821	1	16	艺术学院	网络选修课程
24	走进西方音乐	32820	1	16	艺术学院	网络选修课程
25	世界建筑史	32960	2	36	艺术学院	网络选修课程
26	Flash 动画设计	31144	2	36	电子信息工程学院	
27	电子创新应用项目设计	31446	2	36	电子信息工程学院	
28	动漫制作艺术欣赏	31603	2	30	电子信息工程学院	
29	基于 STM32 智能小车设计	32238	2	36	电子信息工程学院	
30	桥牌(初级)	31129	2	36	电子信息工程学院	
31	围棋	32615	2	36	电子信息工程学院	
32	现代电子技术和军事工业	32616	2	36	电子信息工程学院	
33	证券投资学	31713	2	36	电子信息工程学院	
34	Office 高级应用	31066	2	35	电子信息工程学院	
35	乒乓球	30324	2	30	电子信息工程学院	
36	探寻人工智能	32965	2	30	电子信息工程学院	
37	通信网络设计	32983	1	72	电子信息工程学院	
38	化学与人类	32632	2	32	环境与食品工程学院	
39	化学与社会生活	32963	2	36	环境与食品工程学院	
40	食品营养与健康	32964	2	36	环境与食品工程学院	
41	AutoCAD 高级应用	31366	2	36	机电工程学院	
42	CAD 的室内创意效果设计	32048	2	36	机电工程学院	
43	常见应急自救与互救知识	31716	2	36	机电工程学院	
44	传统文化与中医美容养生	32454	2	36	机电工程学院	
45	创新与发明	32269	2	30	机电工程学院	
46	服装艺术鉴赏与审美体验	32246	2	36	机电工程学院	
47	健美健身运动学	32456	2	36	机电工程学院	

48	模具与生活	31740	2	36	机电工程学院	
49	桥牌入门	31468	2	36	机电工程学院	
50	先进制造技术	31758	2	30	机电工程学院	
51	现代礼仪知识与个人形象礼仪训练	30102	2	36	机电工程学院	
52	MPS 机电系统设计与安装调试	32819	2	140	机电工程学院	
53	电子竞技发展史与现状	32815	2	36	机电工程学院	
54	广西数控技能大赛数控铣加工中心项目强化训练	32818	2	192	机电工程学院	
55	CAD 室内创意艺术设计	32978	2	32	机电工程学院	
56	UG 高级应用技巧	31467	2	32	机电工程学院	
57	UG 和 PowerMILL 自动化编程	32979	2	36	机电工程学院	
58	安全用电与用电常识	31737	2	36	机电工程学院	
59	冲压模具工法(DL)设计与 CAE 分析	32817	2	36	机电工程学院	
60	电气液系统安装与调试	32976	2	32	机电工程学院	
61	电影艺术鉴赏	32974	2	36	机电工程学院	
62	机器人设计与仿真(基础级)	32977	2	36	机电工程学院	
63	经典动漫作品欣赏	32975	2	36	机电工程学院	
64	ISO9000 质量管理体系内部审核员	31117	2	32	教务与实训管理处	
65	变态心理学	31461	2	36	马克思主义学院	
66	茶文化	31848	2	30	马克思主义学院	
67	大学生爱情兵法	32631	2	32	马克思主义学院	
68	电影与幸福感	32629	1	20	马克思主义学院	
69	实用心理学	31469	2	30	马克思主义学院	
70	我的原生家庭——以游戏的方式认知我从何来	32614	2	30	马克思主义学院	
71	大学生性与爱的教育	32814	2	30	马克思主义学院	
72	认识你的原生家庭	32967	2	30	马克思主义学院	
73	以案说法	32966	2	36	马克思主义学院	
74	导游讲解训练	32604	1	36	贸易与旅游管理学院	
75	管理学精要	32633	2	36	贸易与旅游管理学院	
76	红楼梦的智慧艺术	32621	2	36	贸易与旅游管理学院	
77	酒店 VIP 接待服务与管理	32606	1	24	贸易与旅游管理学院	
78	酒店策划文案写作技巧	32605	1	24	贸易与旅游管理学院	
79	酒店高端定制服务	32607	1	24	贸易与旅游管理学院	
80	美食与健康	32622	2	36	贸易与旅游管理学院	
81	普通话训练	30830	1	36	贸易与旅游管理学院	
82	日本旅游文化	32623	2	36	贸易与旅游管理学院	
83	市场营销管理沙盘模拟	32608	2	36	贸易与旅游管理学院	

84	投资与理财	30378	2	36	贸易与旅游管理学院	
85	形象管理	32630	1	16	贸易与旅游管理学院	
86	移动商务运营	32624	2	36	贸易与旅游管理学院	
87	饮食文化鉴赏	31123	2	33	贸易与旅游管理学院	
88	中国旅游文化	31221	2	36	贸易与旅游管理学院	
89	中国玉文化鉴赏与玉器投资	31720	2	36	贸易与旅游管理学院	
90	唱歌及舞蹈训练	32603	2	36	贸易与旅游管理学院	
91	酒店高端定制服务	32944	2	32	贸易与旅游管理学院	
92	营养、食品与健康	31152	2	36	汽车工程学院	
93	电影中的心理学	32808	2	33	汽车工程学院	
94	花卉学	32806	2	32	汽车工程学院	
95	电影艺术欣赏	30775	2	30	通识教育学院	
96	高职体育与健康—排球训练	32446	2	72	通识教育学院	
97	口才训练	30163	2	30	通识教育学院	
98	篮球—学院男子篮球训练队	32064	2	72	通识教育学院	
99	数学建模	31931	2	36	通识教育学院	
100	体育与健康(气排球)	32447	2	36	通识教育学院	
101	通用礼仪	32620	1	16	通识教育学院	
102	羽毛球	31000	2	30	通识教育学院	
103	中国传统文化	32619	2	30	通识教育学院	
104	创业之星沙盘企业虚拟经营	31201	2	36	通识教育学院	
105	创业能力训练	32969	2	36	通识教育学院	
106	高职体育与健康——篮球	32971	2	72	通识教育学院	
107	精益创业	31714	2	36	通识教育学院	
108	啦啦操、健美操常规训练	32973	2	72	通识教育学院	
109	体育与健康(羽毛球)	32972	2	36	通识教育学院	
110	话剧表演基础	32637	1	16	团委	
111	社交礼仪	31159	2	36	团委	
112	体能训练(二))	32541	2	36	团委	
113	舞蹈编排与训练二	31240	2	36	团委	
114	舞蹈基本功训练二	31236	2	36	团委	
115	演讲技巧	32636	1	16	团委	
116	长笛合奏训练二	31241	2	36	团委	
117	少林拳	32831	1	16	团委	
118	体能训练(一)	32407	2	36	团委	
119	舞蹈编排与训练	32929	2	25	团委	
120	舞蹈基本功训练	32928	2	25	团委	
121	长笛合奏训练一	31162	2	36	团委	
122	长笛演奏技巧训练一	31160	2	36	团委	
123	长笛演奏技巧训练二	31238	2	36	团委	
124	职业礼仪	31237	2	36	团委	

125	电子琴	32058	2	36	艺术学院	
126	服饰搭配	30957	1	24	艺术学院	
127	服装搭配艺术	32628	2	32	艺术学院	
128	歌唱与朗诵	30480	2	36	艺术学院	
129	古筝	32026	2	36	艺术学院	
130	化妆	30582	2	36	艺术学院	
131	民族民间音乐鉴赏	32055	2	36	艺术学院	
132	奇石鉴赏	31448	2	36	艺术学院	
133	写意花鸟画	30977	2	36	艺术学院	
134	流行音乐鉴赏	32809	2	30	艺术学院	
135	中国画(写意花鸟画法)	32810	2	30	艺术学院	
136	建筑模型制作	32968	2	35	艺术学院	
137	木工基础(榫卯结构)	32954	2	36	艺术学院	
138	中国民族民间音乐鉴赏	31711	2	36	艺术学院	

备注：本表为全校可选公共选修课一览表，每学期针对不同专业可能开设不同的课程，也会新增选修课程，具体按照选修课管理办法进行选课学习。

八、修订说明

本专业人才培养方案根据《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）文件于2019年8月进行了修订，主要修订内容为：

1. 增加选修课比例，选修课由原来8学分增加至15学分，其中公共选修课不低于6学分，专业选修课不低于5学分。

2. 保障条件部分在原有的实训基地、师资保障条件之外，增加了教学资源、教学要求、教学方法、学习评价、质量管理等方面的内容。

