

市场营销专业人才培养方案

【专业名称】市场营销

【专业代码】620401

【教育类型】高等职业教育

【招生对象】普通高中毕业生、职业高中毕业生、中等职业学校毕业生

【基本学制】3 年

本方案包括人才培养指导思想、人才培养需求分析、人才培养目标、人才培养规格、人才培养模式、课程体系的构建、专业核心课程说明及目标要求、教学计划安排、教学团队与实验实训条件建设、教学实施与质量保障体系、毕业条件、专业建设委员会成员一览表等 12 个部分。

一、人才培养的指导思想

以教育部教高【2000】2 号、【2006】14 号、【2006】16 号等文件为指导，以提高学生的职业能力和职业素养为目标，以社会发展和市场需求为导向，以现代人才观、质量观和教学观为指南，以培养学生高等市场营销技术应用能力为主线，依托行业和区域经济实体，走产学研相结合之路，通过以基于工作过程为特征的“工学结合”人才培养模式的实施，全面提高学生职业道德、综合素质和职业能力。

二、人才培养需求分析

(一) 社会急需大量的市场营销人才

1、从产业结构比例构成分析

从目前劳动力市场的统计数字来看，一、二产业与第三产业人员的需求比例已经倒置为 2:8，也就是说劳动力市场对第三产业的人员需求量占到人员总需求量的 80%。随着国民经济的调整和发展，预计第三产业将成为吸收人员最多，提供就业岗位最多的产业。而第三产业又是对市场营销人员需要量最大的产业。同时，传统的第一、第二产业的发展同样需要大量的市场营销人员发挥作用。

2、从行业需求比例分析

劳动力市场对从事商品批发、商品零售、餐饮业以及服务业的劳动力需求

量一直处于上升趋势，而且需求人数大大超过其他各行业，这些人中半数以上是从事市场营销工作的。世界银行发表的《中国与知识经济：把握二十一世纪》报告指出：今后大部分就业机会产生于非正式的服务业、建筑业、运输、电信、零售业、旅游业和商业部门。与此同时小型私营商业将成为我国经济新的增长点，与此相适应的市场营销人员的需要量也将不断增加，增长率将达到 100%。

3、从人才市场供求最新排名分析

从专业类别来看，市场营销专业一直是人才市场供求的第一位。特别是近几年，市场营销专业在全国乃至各地方的人才市场需求排行榜上均名列前茅。

4、现代企业制度的建立与现代市场营销观念的形成，使市场营销人员成为企业的中坚力量，从而对市场营销人才产生了巨大的需求

在从计划经济向社会主义市场经济过渡的时代，必须实施以现代化的市场营销管理带动工业、农业与商业，促进经济信息化战略。近几年企业单位对营销人才难求已是劳动力市场比较突出的供需矛盾，而且从长远来看，具有一定的专业知识，又懂得市场营销的技能的复合型人才会逐步受到用人单位的青睐。所以，在市场营销专业人才供需趋向平衡的情况下，随着非营销专业人才转行到营销行业，企业将会对营销专业人才的需求向既懂得营销技能、又懂得专业知识的人才方向转变。

5、营销领域的“弹性就业”机会多多且需求面大

市场营销专业毕业生就业选择面广，“弹性就业”机会多，既可从事工商企业市场调研预测、市场营销战略规划、产品开发管理、品牌战略规划、物流配送、企业形象设计等方面的工作，也可从事相关的科研、教学和非营利组织如行政事业单位的营销工作。随着市场经济的逐步深入，各行各业对市场营销专业的人才均有需求，市场营销专业在全国乃至各地方的人才市场需求排行榜上均名列前茅。

（二）我省市场营销专业人才供需缺口巨大

高等职业技术教育是为地方经济建设服务的，从我省的经济状况来看，重点是产业结构的调整，继续加强第一产业，重点调整第二产业，大力发展第三产业。为了达到这一要求，需要大量的市场营销人员充实各级各类企业。从近几年我省大中专毕业生供需状况统计数字来看，市场营销专业的需求量最大，招聘人数排在第一位。然而目前河南省高职高专院校中，每年向社会输送的市

场营销专业毕业生非常少，远远满足不了市场的需求。

三、专业培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要，德智体美全面发展，掌握营销管理的基本理论，具备营销调研与预测、营销策划与执行、公共关系与谈判的能力，具有良好的敬业精神和职业道德，在中小型工商企业中从事中、基层营销管理工作的高级应用型专门人才。

四、人才培养规格及要求

（一）基本要求

1. 热爱社会主义祖国，拥护中国共产党领导，懂得马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论的基本原理和“三个代表”重要思想，具有爱国主义、集体主义、社会主义思想和良好的思想品德。

2. 具有为社会主义现代化建设服务，为人民服务，为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感。遵守“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”的公民基本道德规范。

3. 具有严谨治学、求真务实、艰苦奋斗、团结协作的品质，具有创新精神和良好的职业道德。

4. 具有一定的体育和军事基本知识，掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，受到必要的军事训练，达到国家规定的大学生体质健康标准，具备健全的心理和健康的体魄，能够履行建设祖国和保卫祖国的神圣义务。

（二）人才规格

1. 知识要求

(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) 掌握本专业必备的经济学、管理学、金融学的基本知识。

(5) 掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者行为学、商品学、广告学、分销渠道、商务谈判、公共关系等知识。

(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。

2. 能力要求

(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。

3. 素质要求.

(1) 思想道德素质

①热爱祖国，拥护中国共产党的领导，拥护党的基本路线、方针政策，努力为人民服务，有事业心和责任感，能吃苦耐劳。

②拥护宪法，有民主和法制观念和公民意识，遵纪守法。知法、懂法、守法。

③树立科学的世界观和方法论，有正确的人生观和世界观、价值观。

④遵守职业道德、社会公德，有理想、有道德、有纪律、有文化，具有良好的社会道德，爱岗、敬业。

⑤具有高尚的人格品德，自尊、自强、自立、自爱、自重、自尊。

(2) 专业素质

①掌握人文社科基础知识，能运用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论分析问题，解决问题；掌握法律基础知识，能运用法律维护社会公共利益和个人合法利益。

②具有专业技术素质，能利用管理学和营销学知识组织和执行企业的营销管理；能利用市场调研知识、消费者行为知识分析解决一定的实际营销问题；能利用营销知识和促销方法解决现场问题。

③具有再学习，提高和更新知识，不断发展和拓宽业务领域的素质。

(3) 身体心理素质

①掌握科学锻炼身体的基本技能，养成科学锻炼身体习惯，讲究卫生保健，达到国家大学生体育合格标准，身体健康。

②有健康的心理素质，良好的文化修养。思维敏捷，思路开阔，逻辑性强，有信心、决心和恒心，沉着、理智、坦诚、热情、乐观、刚毅，能正确控制自己的情绪，情感丰富。

③具有理智、沉着、坦诚、热情、乐观向上、富有朝气的性格气质。

(三) 毕业生知识、能力、素质结构表

市场营销专业知识、能力、素质结构分解表

职业能力或素质	能力或素质要素	知识结构	课程设置	能力、素质评价
基本素质	热爱祖国、树立正确的价值观、具有良好的社会道德	马克思主义哲学观点和历史观、社会伦理道德	马克思主义理论课、思想道德修养	合格
	知法守法、诚信守诺	基本法律知识、经济法知识	法律基础	合格
	身体心理素质	科学锻炼身体的技能、心理学知识	体育、大学生心理健康教育	达标与合格
文化素质	基本的自然科学基础理论	高等数学、其他自然科学基础	微积分、线性代数	合格
	对社会、文化认识和学习潜质	人文、艺术基本知识、市场经济基本知识	人文类公共选修课、社会实践	
	计算机基本操作能力	计算机基本知识、通过网络搜集信息	计算机基础训练	
	现代意识	市场经济意识、环境保护意识、经济全球化意识	政治经济学、公共选修课	
	人际交往素质	社交能力、礼仪知识	公共关系与商务礼仪	
专业基础素质	基本市场判断能力和市场规则	市场理论知识与认识、市场经济法律法规	西方经济学、税法、(经济法)	合格
	基本企业管理能力	企业类型、结构、运作等管理知识	管理学基础、管理实习	
	基本财务管理能力、会计操作、基本融资能力	财务会计知识和金融知识	会计学基础、财务会计	

基本能力	基础英语应用能力	词汇量基础、阅读技巧与方法、听说技巧与方法、写作基础知识	英语	合格并通过英语应用能力 A 级
	语言表达和书面写作能力	语言表达的逻辑、书面写作的知识	全校选修课应用文写作	
	计算机操作能力	掌握计算机编程的基本知识、网络知识	信息技术基础 VB 与 VB 上机	通过计算机一级合格
	沟通谈判与组织协调能力	公共关系知识、谈判知识、组织协调知识	公共关系与商务礼仪、商务谈判、组织行为学	
营销管理能力	制定营销战略	市场营销知识、战略管理知识、	市场营销学、企业形象设计	合格
	产品定位能力	产品开发知识、产品差别化知识	市场营销学、营销调研	
	产品价格管理能力	设计定价方案、价格管理知识	市场营销学	
市场调研与预测能力	制定营销计划能力	市场营销知识、市场调研知识	营销调研	合格
	设计调查问卷能力	市场调研知识	营销调研	
	市场预测能力 分析报告能力	数理统计与分析知识、市场调研知识	概率与数理统计、营销调研	
渠道管理能力	渠道设计能力	销售渠道知识、物流知识、终端销售知识	分销渠道管理、物流管理	合格
	客户管理能力	客户信息管理知识、销售战略、策略知识	客户关系管理	
促销策划能力	广告策划与文案 广告管理能力 广告效果测定能力	广告策划知识、媒体知识、沟通知识	广告学、公共关系、消费者行为学	合格
	管理销售力量能力	销售队伍设计知识、人员推销知识	人员推销、商务谈判、消费者行为学	
	销售促进组织与策划 选择运用销售促进工具	产品销售知识、消费者心理知识、促销工具相关知识	市场营销学、消费者行为学	
	营销公关的基本能力	营销知识、公关知识、媒体知识	公共关系、广告学	
岗位适应与拓展能力	综合运用所掌握的知识 和技能最快适应岗位需要和适应相关岗位能力	社会知识、岗位群知识	实习、社会实践、综合实训项目、独立实践课	合格

五、人才培养模式

在人才培养模式上充分体现高专教育就业导向、能力本位的思想，体现以职业素质为核心的全面素质教育培养，并贯穿于教育教学的全过程；按照突出应用性、实践性的原则重组课程结构，更新教学内容。市场营销专业以专业理论知识为基础，以掌握专业技能胜任岗位要求为出发点，以培养毕业生的专业技术应用能力为主线来构建课程体系。做到了融知识传授、能力培养、素质教育于一体，课内课外相结合，理论与实践相结合。实施过程中做到以下三点：

(1) 在进行理论教学和实践教学的过程中，注意加强思想政治素质培养，尤其是职业道德和创新精神的培养，主要是在专业人才培养方案中进行有针对性的体现，从灵活多样的显性和隐性课程进行培养。

(2) 实施课内教学和课外实践活动相结合的职业能力培养模式，课内加大实践教学内容，减少理论教学课时，开设独立实践课和综合实训项目；课外的实践活动强化动手能力和综合能力，突出产、学、研结合的特色。

(3) 实施因材施教的教学模式，在培养学生专业能力的同时，充分发挥和培养学生的其它兴趣与特长。

综上所述，市场营销专业的培养模式可概括为以知识为基础、能力为核心、素质做保证的模块融合式人才培养模式。

六、课程体系的构建

1. 理论教学体系设置

根据本专业毕业生知识能力素质结构要求，按照突出应用性、实践性原则重组课程结构，更新教学内容，建立了新的理论教学体系。

基础课教学以应用为目的，以必须、够用为度，专业课则加强了针对性与实用性，包括公共基础课程、专业基础课程、专业课程、专业选修课程和专业任选课五个部分。五个部分互相补充，公共基础课程和专业基础课程为专业课程学习打好基础；专业选修课程，即结合专业必修课程部分进行选择。在课程设置上构建了基础教学平台，前两个学期为基础教学阶段与市场营销专业基础课程学习。专业教学从第三学期开始。

2. 实践教学体系设置

实践教学体系与理论教学体系，既相对独立又相辅相成，针对培养学生技

术应用能力,以实践技术岗位应用性技能人才为培养目标来建立实践教学体系。

在教学体系建设中我们非常重视实践教学环节设置,把实践教学环节与理论教学环节并重,二者有机结合,相互渗透。根据市场对人才的需要,通过由基本技能到专业技能循序渐进的实践教学训练,培养学生的预测与规划能力、运营管理能力、组织协调能力、拓展能力。从专业人才培养对职业能力的要求,实践教学体系主要包括理论实训项目、独立实践课项目和专业综合技能训练三部分,以专业技术应用能力为“一条主线”,理论实训项目训练是独立实践课项目和专业综合训练的基础与支撑,专业综合训练培养管理技术应用能力。实践教学体系主要有综合、操作、演示、设计和参观五个方面。

七、专业核心课程说明及目标要求

1.市场营销学

本课程是行为科学、管理学、经济学、心理学等科学相结合的一门核心课程,教学内容主要包括:市场营销学的产生与发展、市场营销学的哲学及其贯彻、市场营销战略规划、市场营销环境、市场购买行为、市场营销调研与预测、目标市场营销、竞争策略、产品策略、品牌策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销组织的计划与控制、国际市场营销、服务市场营销、市场营销的前沿发展。

2.消费者行为学

作为市场营销专业课,消费者行为学是研究市场营销活动中消费者心理活动产生及发展变化规律的科学。这门学科运用普通心理学的一般理论,以市场营销活动为研究的出发点,系统分析阐述了消费者心理特点的经营方式与促销技巧。研究的内容包括消费者的需求、动机、态度、学习等心理范畴,消费者的决策程度以及影响消费心理活动的各种社会因素与消费心理的关系。

3. 商务谈判

商务谈判是理论与实践并重的科学,它集政策性、知识性、技巧性于一体。本课程从谈判的基础理论入手,讲授了谈判的基本程序、策略技巧以及谈判组织的构成与管理。其中,作为谈判润滑剂的谈判礼仪,充满在谈判的整个过程中。通过这门课程的学习,使学生掌握谈判的基本原则和技巧,应用于管理实践中。

4.网络营销

通过本课程的学习，将使学生掌握有关网络营销的基本概念和基本理论，了解电子商务的基本原理和技术，熟悉网络市场调研、网络营销战略计划和策略，培养学生分析问题和解决问题的能力。

5.计算机网络技术

通过本课程的学习，使学生掌握计算机网络的基础知识，了解数据通信的原理，熟悉计算机网络的组成与体系结构、TCP/IP 模型，掌握局域网工作原理和一种流行局域网的应用，了解计算机网络管理和结构化布线的基本概念，并培养学生具备简单的组网与网管能力。

八、教学计划安排

1、全学程周数分配表（附表 1）

附表 1、全学程周数分配表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	☆	☆	☆	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	※	◎
二	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
三	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
四	○	○	○	○	○	○	○	○	○	■	■	○	○	○	○	●	●	○	※	◎
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	※
六	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	□	□	□	□	

符号说明：☆军训，○授课，※复习（考查），◎考试，■基本技能实训，●综合实训，◆

顶岗实习，△技能鉴定（考证），□毕业论文（或毕业设计），▲生产性实训

2、专业课程设置与教学计划表（附表 2）

附表 2 三年制普通专科市场营销专业课程设置与教学计划进程表

2018 级三年制普通专科市场营销专业人才培养方案

课程类别	课程模块	序号	课程名称	考核		课内学时			学分	周学时分配							
				考试 学期	考查 学期	总学 时	理论 学时	实践 学时		第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期		
必修课	基本素质课程	1	思政《概论》	3	2	72	60	12	4		2	2					
		2	思政《基础》	1		39	33	6	3	3							
		3	形势与政策		2	30	30	0	1	1	1	讲座形式安排					
		4	心理健康教育		2	17	12	5	1		1						
		5	体育		√	64	6	60	4	2	2						
		6	计算机应用基础	2		60	30	30	4		4						
		7	创新创业		1	26	20	6	2	2							
		8	大学生就业指导		1	18	12	6	1					1			
		9	职业生涯规划		1	18	12	6	1		1						
		10	军事理论		1	15	15		1	第一学期集中安排							
		11	艺术鉴赏		2.3	32	28	6	2		1	1					
		12	大学英语	2	1	128	96	32	4	4	4						
		13	大学语文		1.2	68	50	18	4				2	2			
	14	管理学		1	52	26	26	4	4								
	15	经济法		4	68	34	34	2					4				
	16	会计学基础	2		68	38	30	4		6							
	17	市场营销	1		52	34	18	4	4								
	18	PS 图像处理	2		68	30	38	4		4							
	19	消费者行为学	3		68	36	32	4				4					
	20	电子商务概论	1		68	34	34	4	4								
	21	经济学基础		3	68	38	30	4				4					
	22	推销理论与技巧		4	68	30	38	4					4				
	23	网络营销	3		68	34	34	4				4					
	24	营销调研与预测		3	68	48	20	4				4					
	25	客户关系管理	4		34	28	6	2					4				
	26	商务谈判	4		68	34	34	4					4				
	27	新媒体营销	4		68	48	20	4					4				
	28	顶岗实习															
	29	毕业论文（或设计）															
选修课	任选课	30	国际贸易实务		3	68	28	40	4			4					
		31	网页设计与制作		4	68	20	48	4				4				
		32	商务礼仪		1	26	12	14	2	2							
	33	书法		2	34	8	26	2		2							
	34	演讲与口才		1	26	10	16	2	2								
	35	形体与化妆		3	34	10	24	2				2					
合计								108	27	27	27	27					

顶岗
实习、
毕业
论文

3、选修课程教学进程表（附表 3）

附表 3 选修课程教学进程表

序号	类别	任选课课程名称	学时数	开设单位
1		经济地理	36	语言文学系
2		人类文明的历程	18	语言文学系
3		河南经济文化	18	语言文学系
4		可持续发展专题	18	语言文学系
5	自然科学类	科技博览	18	化学工程系
6		人口、生态与环境	18	化学工程系
7		生活中的科学	18	化学工程系
8		电工学基础	36	机电与工程系
9		环境保护概论	18	化学工程系
10	文学艺术类	音乐欣赏	18	艺术系
11		舞蹈鉴赏	36	艺术系
12		古典诗词赏析	18	语言文学系
13		古代文化常识	18	语言文学系
14		世界文学名著欣赏	18	语言文学系
15		应用文写作	18	语言文学系
16		心理健康教育	18	语言文学系
17		教育心理学	36	语言文学系
18		司法文书与律师实务	36	语言文学系

4、本专业学生应获资格证书（附表 4）

附表:4 毕业时应获资格证书一览表

类别	名称	等级	学分	要求	相关课程
英语	全国公共英语等级	二级	2	二选一	大学英语、商务英语
	全国大学生英语应用能力考试	A 级	2		
计算机	全国计算机等级考试	一级	2	二选一	计算机应用基础
	全国计算机 NIT 证书考试	合格	2		
普通话	全国普通话等级考试	三级甲等	2	选修	普通话
职业技能资格证书	电子商务运营师	初级	2	三选一	电子商务概论、网络技术、管理学
	物流员	初级	2		物流管理
	营销员	初级	2		国际贸易事务、市场营销、网络营销

九、教学团队与实验实训条件建设

（一）双师素质结构教师团队建设

1、教学团队的教师数量配置

市场营销教学团队现有专业教师 15 人，分别承担市场营销、经济学原理、网络营销、商品学、消费者行为学等课程的教学。

2、教学团队的素质要求

根据我院“六双”培养模式的要求，本专业教学团队中具有双师资格的教师有 10 人，双师比例达到了 83.3%。

3、教学团队的素质培养

本专业教学团队在人才的培养过程中，教师也在不断加强自身的知识和素质的培养，不断在企业参与工作，增加实践经验，不断通过自身的学习和进修，提高学位，提高职称。

（二）实验实训条件建设

1、建立以技能训练为主的校内实验实训室和校内实训基地

2、建立以顶岗实习为主要功能的校外实习基地

3、加强以机制创新、教学改革、社会服务为主要内容的内涵建设

4、达到实验实训条件的软硬件配置要求

十、教学实施与质量保障体系

（一）课程标准的制定

本专业按照学院要求，结合本专业实际，在学习领域课程确定以后，依据行业和职业标准，与合作企业及专业指导委员会共同研讨制定了部分课程的基于工作过程导向的课程标准。比如推销理论与技巧等。

（二）基于工作过程的教学方法改革

专业教师在本专业各门课程的讲授中，要实施必要的情景教学、项目教学和案例教学，实现教、学、做一体教学。

（三）专业课程的教学组织与实施

在专业课程的教学组织与实施过程中，应做到以下几个方面。

- 1、实施教学做一体化专业课程的教学
- 2、实施生产性实训的组织与管理
- 3、顶岗实习的运行与管理

（四）内容方式体系

本专业教育内容主要包括两个体系、三个模块，既理论教学体系和实践教学体系，三个模块是素质模块、知识模块和能力模块。素质教育作为基础贯彻“三全”原则，即“全过程、全员、全方位”。

本专业的职业素质教育的改革措施和执行过程包括：

- （1）学生入学后入学教育和专业教育；学生的的军训教育；
 - （2）在教育计划执行中，鼓励学生参加各种社会公益活动，对参加各种社会公益活动的学生给予德育加分，锻炼学生吃苦耐劳、爱岗敬业、谦虚好学的精神。
 - （3）学校实施“三育人”方针，既“教书育人，管理育人，服务育人”。
 - （4）理论教学和实践教学的过程中，应该注意加强思想政治素质培养，尤其是职业道德和创新精神的培养。
 - （5）学校鼓励学生利用业余时间，尤其是假期参加社会实践，实行课内教学和课外活动相结合的素质教育培养模式，鼓励学生积极参加各种形式、各种层次的科技小组、科技创新活动，在培养学生专业能力的同时，充分发挥和培养学生的其它兴趣与特长。使他们及早了解社会、进入社会。这不但培养了学生的求职能力，也增加了学生的职业认识程度。
-

(6) 本专业在教育教学中通过专业教育、职业教育系列讲座、实践教学、考取相关技术资格证书等几个方面进行职业素质教育，学校鼓励学生利用业余时间考取相应的岗位证书，培养学生勤奋好学的精神，锻炼了学生的自学能力，为就业和从业做好准备。

(五) 保障体系：

(1) 师资队伍建设：为了保证教学内容的实施，市场营销专业重视师资队伍的建设，本专业现有专、兼职教师 20 多人，具有“双师”资格的占 55%，研究生学历的占 70 %。本专业重点优化教师的职称结构、年龄结构，采取走出去、请进来的办法提高教师的实践能力。

(2) 实训基地建设：为了强化学生的学生的职业能力训练，本专业配备系统的校内实验室和完善的校外实训基地，校内实验室主要满足学生的课内试验、综合实训项目和独立试验课的教学要求；校内实验室采取开放式管理，学生在课余时间随时得到实践训练。校外实训基地主要满足学生感性认识、岗位技能和毕业实习的教学要求。

(3) 教材建设：市场营销专业重视教材建设，所选教材基本是高职高专规划教材、教育部统编教材或根据教学需要而开发的自编教材，教材选用合理，保证了专业的教学质量。

(4) 教学管理：我校的教学质量和监控实行校系两级管理。学校先后制定了教学基本建设、教学运行管理、教学质量管理与评价、考核与奖励、教学经费使用与管理等方面的一系列规章制度，各级教学管理部门职责清晰，规范明确，制度完善。

(5) 教育评价：我们根据不同类型的课程，采取灵活多样的考核、考试形式，着重考核学生综合运用所学知识、解决实际问题的能力。如基础课程主要采取理论知识考试为主；专业课程采取理论考试和实际课题相结合；实践课程采取实践成绩为主，测验考试为辅。使学生牢固掌握所学的理论知识，学以致用，重视职业能力的培养。

十一、毕业条件

学生毕业应同时具备以下两个条件：

1. 在正常修业年限内修满规定学分：修满规定的各模块课程学分，包括课外教育学分。

2. 取得相应证书或专业综合技能测试合格(以下两种情况具备其一即可)：

(1) 英语应用能力考试 A、B 级或大学英语四、六级证书+计算机等级考试过级证书+一种专业或相关专业职业资格证书；

(2) 英语应用能力考试 A、B 级或大学英语四、六级证书+计算机等级考试过级证书+专业综合技能测试成绩合格单（毕业前未通过职业资格证书考试，或社会上无相关职业资格认证考试的，由学校组织专业综合技能测试，并发成绩单或证书）。
