

# 市场营销星级专业评估 自评报告

经济管理学院

2021 年 10 月 28 日

# 目 录

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 一、专业概况 .....            | 1 |
| 二、专业建设过程及成效 .....       | 1 |
| (一) 专业建设目标明确 .....      | 1 |
| (二) 专业建设规划思路清晰 .....    | 2 |
| 1.人才培养特色鲜明，定位准确 .....   | 2 |
| 2.课程体系结构合理 .....        | 3 |
| 3.专业教学团队结构合理 .....      | 5 |
| 4.校内外实训条件充足 .....       | 5 |
| 5.社会服务能力强 .....         | 6 |
| 三、质量保障机制 .....          | 6 |
| (一) 加强专业组织建设与队伍建设 ..... | 6 |
| (二) 建立学院教育质量标准体系 .....  | 7 |
| (三) 强化教育质量投入保障 .....    | 7 |
| (四) 建立教育质量评价体系 .....    | 7 |
| 结束语 .....               | 8 |

# 一、专业概况

市场营销专业成立于 1998 年，至今已有 23 年的办学历史，是我校高职办学的首创专业，2004 年被确定为辽宁省第三批教学改革试点专业。2013 年被评为校级对接产业集群示范专业，是学校重点扶持的专业之一。2013 年建成了省投资 100 万创新型实训基地，共包括 6 个校内实训基地及 4 套教学软件。本专业拥有 15 家校企合作单位，为学生校内学习实训及校外实习就业提供了丰富的资源。

市场营销专业有专职教师 8 人，其中教授 1 人，副教授 2 人，讲师 5 人，研究生学历 5 人，双学位 1 人，“双师型”教师比例为 100%，所有教师均参与指导学生的实习、实训或指导学生的课外创新活动，成效突出。团队成员教学态度严谨，事业心强，爱岗敬业，为人师表，对教育教学工作充满热情，对教学改革研究充满信心，对学生成长成才充满期望。专业外聘教师均来校企合作单位高层领导和有丰富营销管理经验的高级讲师，实践能力强，为学生职业技能培养提供了宝贵的社会知识。

该专业经过近 20 几年的发展和完善，现已在专业设置、教学改革、教学条件、师资队伍建设、实训室建设、人才培养模式、校企合作及社会声誉方面取得了突出的成绩。生源稳定，就业率高，人才市场供不应求。

# 二、专业建设过程及成效

## （一）专业建设目标明确

市场营销专业以立德树人为根本，深入落实《国家职业教育改革实施方案》、《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》，对接辽宁省重点发展的现代商贸流通业，现代服务业。健全专业自我调整与完善机制，培养懂得会计、市场营销、电子商务等综合知识的高素质复合创新型人才。深化人才培养模式改革，面向区域产业技术创新、业态创新、模式创新的快速发展，打造学生个性发展，产教融合、协同育人模式。

通过搭建新商科智慧学习工场，加大校内外实训基地建设力度，创新专业人才培养模式；加大课程教学资源建设，深化教材与教法改革；组建高水平师资队伍，积极引进企业大师，强化双师教师建设力度；探索新的教学方法和教学手段，打造精品资源共享课，跨界协同，建设开放共享的专业课课程资源，推进课证融通，完善复合型人才培养体系；积极参与新商科职业技能大赛并取得更佳成绩，争取获得全国大赛二等奖。深化校企合作、产教融合，强化社会服务能力，构建可持续发展机制，进行校内资源整合。力争把我院市场营销专业打造成为省内一流、在全国有一定影响力的特色专业。

## （二）专业建设规划思路清晰

总体思路为：“一个定位、两个转变、三个整合、四个强化”。一个定位即市场营销专业教学应用型定位，两个转变即由传统教育向全面素质教育转变、由继承性教育向创新型教育转变，三个整合即整合教学资源、整合课程结构、整合教学内容，四个强化即强化技能训练、强化实践性教学、强化学生创新创业能力和强化学生的自我管理能力。

### 1.人才培养特色鲜明，定位准确

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，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，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、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质技术技能人才。

#### （1）落实立德树人根本任务，强化思政教育主阵地作用

以立德树人为根本，以专业技术突破为核心，积极贯彻落实党的十九大和全国高校思想政治工作会议精神，将精益求精、追求卓越的工匠精神培育贯穿于人才培养全过程。努力创造打造劳动光荣、技能宝贵的市场营销专业育人环境，为培养工匠精神奠定职业教育文化基础。

#### （2）深化校企协同育人机制

组建市场营销专业建设委员会，完善校企协作的组织结构。围绕区域现代商贸流通核心产业，动态对接产业发展，有效整合校内外优质资源，校行企共同研究制定科学规范的专业人才培养方案和课程标准，共建开放共享的专业教学资源 and 校内外实践教学基地。实现人才培养供给侧和产业需求侧全方位融合，促进产教深度融合。

### （3）实施现代学徒制试点工作

紧跟现代商贸流通产业对新人才技能的动态要求，围绕市场营销专业人才培养目标，校企深度合作，校企联合开展现代学徒制，组建学徒班。创新适用于现代学徒制的“岗位晋升式工学交替”教学管理模式，根据岗位能力和典型工作过程设计“能力递进培养”的教学模块。同时打造校企共建专兼结合分工协作的现代学徒制教学团队，深化校企双主体的合作模式，完善双导师制，实施“校内基础学习—企业认知实习—校内专业学习—企业跟岗实训—校内提升—企业定岗”的工学交替人才培养路径，形成现代学徒制人才培养的长效机制。

## 2.课程体系结构合理

该课程总体设计思路是，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。教学过程中，要通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。

### （1）深挖课程思政元素，打造课程思政资源库

以立德树人为目标，岗位职业精神细化为学生的职业素养，融入到人才培养方案、课程标准、课堂教学、教材建设和考核评价中，体现课程内容的时代性、职业性，使专业课程思政教学改革全覆盖，实现德育教育与专业教育的有机融合、相互促进、协调发展。

## （2）课程内容与职业标准对接

“职教 20 条”提出“课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接的要求”。课堂教学内容设计坚持围绕学习主体的工作岗位和工作任务进行科学取舍。

## （3）校企共建专业课程体系建设

回应现代商贸流通业技术技能人才具有职业岗位复合能力,可持续发展能力的需求,开发三大模块课程:一是通识课程模块,以学生培养道德情操、提高身心素质、助力基础能力养成;二是专业核心课程模块,培养学生专长,能力集成提升;三是跨专业选修模块,打通专业间共有知识和技能通道,开发订单课程,提升学生岗位迁移能力。

（4）开展 1+X 证书制度试点,开展专业课程体系建设,融入“以学习者为中心”的专业群人才培养全过程。开展基于 1+X 证书制度试点的人才培养模式改革。将证书培训内容与专业群人才培养方案相融合,设计与证书相对应的课程模块和典型工作任务教学模块,为学生可持续发展提供支持。积极鼓励学生获得高品质高含金量的职业技能等级证书

## （5）拓展教材功能,校企“双元”开发系列特色教材

加大教材开放性、探索性和拓展性功能开发,采用校企双元合作模式,将产业前沿研究成果、企业经营管理的真实案例和新技术、新方法及时吸收充实到教材中,校企合作共建活页式、工作手册式等特色教材。以学生能力培养为重点,全面推进教学方法改革。

## （6）大力推进课堂教学改革

打造“金课”,消灭“水课”,提升教师教学方法改革自觉性,促进学生能力培养。采用校企教师分工协作、一课多师的模块化教学,重点推广任务驱动式、项目式、案例式等新型教学方法。全面推动虚拟现实、大数据等现代信息技术在教学中的广泛应用。总结研究教学改革经验,形成系统化教学方法改革成果,进一步指导教师教学和教学能力竞赛,助力提高教学质量。建设期内,专业群教师完成省级以上教改课题 2 项,获省级以上教师教学能力奖项 2 项以上。

## （7）教学信息化环境及教学资源建设

通过“系统化资源+微资源+专业教学资源应用平台”建设,依托虚拟与现实融合的“智慧职教”“爱课程”等网络学习平台,建成至少 2 门省级精品在线开放课程,实现优质资源共享,满足师生互动、多元教学、1+X 培训、个性化自学的要求。

### 3.专业教学团队结构合理

#### (1) 基本概况

市场营销专业有专职教师 8 人,其中教授 1 人,副教授 3 人,讲师 4 人,研究生学历 5 人,双学位 1 人,“双师型”教师比例为 100%,所有教师均参与指导学生的实习、实训或指导学生的课外创新活动,成效突出。团队成员教学态度严谨,事业心强,爱岗敬业,为人师表,对教育教学工作充满热情,对教学改革研究充满信心,对学生成长成才充满期望。专业外聘教师均来校企合作单位高层领导和有丰富营销管理经验的高级讲师,实践能力强,为学生职业技能培养提供了宝贵的社会知识。

#### (2) 师德为先,校企共育,特色培养

①鼓励教师深入企业、以“拓视野、提内涵”为途径,推进团队双师素质整体提升。每年安排 2 名以上专职教师驻企挂职,提升教师“理论+实践”教学能力。

②带领专业教学走访全国双高学校,学习考察,取长补短,引进先进的教学模式、教学理念。

③以岗位配置和评价机制改革为抓手,激发教学团队活力。建立“固定岗+流动岗”人员配置方式,以柔性引才方式,产业导师到学校任教,专任教师赴企业顶岗,形成校企双向交流协作共同体。

### 4.校内外实训条件充足

#### (1) 校内实训基地建设

2012 年辽宁省财政支持的创新型市场营销实训基地,包括商务谈判实训室、市场营销软件中心、营销沙盘模拟实训室、市场营销综合模拟实训室、商务礼仪训练实训室和大学生实训园。与之相配套的教学软件有市场营销综合模拟,ERP 沙盘软件,商务谈判和企业模拟对抗系统。总投资近 200 万元。在原有实践教学

基地的基础上提升完善实训功能。创建产教融合的新商科智慧学习工场；完善电子商务虚拟仿真实训室、新媒体营销实训平台，建设电商直播间；开放共享的商务礼仪实训室；提升虚拟仿真市场营销实训平台；与企业合作创建大学生商务咨询、策划公司。同时通过深度校企合作，再建校外实习实训基地 5 家。

（2）校外实训基地建设。我院营销专业与锦州滨海电子商务产业基地股份有限公司、锦州通达市场咨询有限公司、北京湖南大厦酒店管理有限公司、上海风景线企业发展有限公司等国内数十家知名企业建立了校企共建单位，为学生职业技能培养提供了多元化实训岗位。

## 5.社会服务能力强

市场营销专业为区域内中小企业提供技术支持和咨询服务；面向学生、企业人员、社会人员的认证培训和技术技能培训；建立“1+X”授权考试培训中心，面向社会开展职业培训；依托本专业《电子商务》《营销策划》课程实践教学环节，牵头辽西农产品、特色产品的电商精准扶贫。实施乡村振兴工程,拓宽电商服务社会渠道。

# 三、质量保障机制

## （一）加强专业组织建设与队伍建设

在组织建设方面,实现可持续的教学质量保障机制。学院成立质量监督小组,根据人才培养方案中的教学质量要素和目标,依照质量标准,从定性和定量两个方面考量教育教学质量。在此基础上,逐步建立具有经管学院特色的教育质量指标体系和评估体系、建设一支动态稳定的教育质量考评队伍、建成基于信息化平台的教育质量信息系统和数据库,推进校院两级的质量保障体系,全面推进锦州师范高等专科学校质量工程;在队伍建设方面,始终致力于抓好教学质量评估的营销专家队伍建设。聘请校内专家和校外合作企业领导对教学与管理全过程进行检查、评价,为学院和专业教学改革与发展提供决策依据,建立起一支专兼结合、年龄分布合理、学科分布均衡、校企共同参与的专家队伍。



## （二）建立学院教育质量标准体系

根据国家教学质量标准体系建设要求，制定学院教育教学标准体系，该标准体现了德、智、体、美全面发展要求，可衡量，有针对性。它是实施教育质量管理 and 监测评估的基本前提，是提高教育质量的“纲”。

## （三）强化教育质量投入保障

一方面，学院购置了先进的硬件设备和与教学实训配套的教学软件，优化了资源配置；另一方面，学院制定了教育教学持续激励计划，关注教师课堂技能和水平的提升；学院鼓励专业教师参加国家和省组织的各类培训活动；新设教学贡献奖，用于表彰在人才培养，特别是在高职人才培养中做出杰出贡献的教师；积极开展师德师风先进个人奖、优秀教师奖、优质课教师奖、校长奖教金、学生心目中最优秀教师奖等多个教学奖项的评选和推荐工作；设立校级教学成果奖，鼓励教师积极开展教育教学的创新；举办青年教师教学比赛和公开课活动，推进学校教师参与教育教学相关工作。

## （四）建立教育质量评价体系

学院从评价指标、评价方式、信息库建设、民主参与、队伍建设等方面，构建了“四维”评价体系。一是建立学生评价体系。在已经实行的学生评教工作基础上，以学生满意度为最高出发点来进一步完善评价标准，人性化设计学生评价方法和路径，做好评教组织实施工作；二是建立自我评价体系。汇集各类评价信息，人性化地提供给教师，促成教师的自我再评价，为教师队伍建设构建了一个具有活力的自我评价机制，充分发挥了教师在自身建设中的主体作用，从而引导教师根据自身基础层次不断完善自我；三是完善人才评价制度。根据人才培养目标和理念，建立科学、多样的评价标准，探索促进学生全面发展的多种评价方式；四是引入第三方评价体系。邀请学院校企合作单位对本专业人才培养结果质量进行满意度评价，完善以结果为核心的教育教学质量保障体系的建设。

## 结束语

综上所述，近年来，随着我院市场营销专业办学实力不断增强、办学水平和培养质量不断提高，我专业的社会影响越来越大，社会声誉越来越好，志愿报考我专业的考生逐年增多，生源质量逐年提高并获得校领导、社会各界的普遍好评和关注。我相信，借此省专业星级评估之东风，有各位专家学者的指导，有“以评促建，以评促改”的理念，我们必将在上述各方面工作中取得更加可喜的进步和成就。