

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称与专业代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

(一) 职业面向

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 级证书举例
财经商贸 大类(53)	工商管理类 (5306)	批发(51)和零 售(52)	营业员 (4-01-02-01) 市场营销专业人 员(2-06-07-02)	销售专员 网络营销主播 市场调研专员 营销策划专员 客服专员	连锁经营管理师

(二) 可从事的岗位

岗位1：销售专员岗位。负责收集客户信息，分析客户基本情况，针对性的与顾客见面拜访，能较好的介绍产品，针对客户需求的特点，为客户提供最优的产品方案，能较好的与顾客谈判，解决顾客提出的异议并促成交易。负责对客户进行回访，了解客户需求及潜在需求，促成客户二次开发。

岗位2：网络营销主播岗位。网络营销主播负责播前的充分准备；播中的运营，通过直播向客户提供产品信息，回答顾客相关的询问并提供相应的建议，引导有购物需求的观众完成购买流程，应对直播间的观众提问，引导观众关注直播间，达成粉丝关系。

岗位3：市场调研专员岗位。负责调研前的调研计划、问卷设计，调查资料的收集与整理；负责市场调研报告的撰写，提出建设性的意见和建议。

岗位4：营销策划专员岗位。负责根据市场调查寻找策划项目，确定主题，构思创意，形成方案，撰写策划书，制作宣传文案、宣传海报、产品推介等；负责策划活动的开展、执行、对活动进行有效评估。

岗位5：客服专员岗位。负责客户信息的收集、整理和分析，客户档案的建立

和管理；负责呼出、呼入、在线客服、电话营销等工作。能有效解答客户的疑问并解决客户的一般投诉，熟练运用销售技巧促成销售。及时记录反馈相关信息。

(三) 典型工作任务及其工作过程

针对从事岗位提取典型工作任务，并描述任务工作过程，明确所需要的职业素质和职业核心能力要求。

序号	主要岗位	典型工作任务及工作过程	职业素质和核心能力	课程	主要实践项目
1	销售专员岗位	负责接待来访客户，收集客户信息，分析客户基本情况，针对性的与顾客见面拜访，能较好的进行产品宣传，推广和销售。针对客户需求的特点，为客户提供最优的产品方案，能较好的与顾客谈判，解决顾客提出的异议并促成交易	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有优良的道德品质，良好的职业形象，吃苦耐劳的精神。 2. 具有挖掘客户的能力。 3. 具有较强的自我表现力和执行力。 4. 能制订产品销售计划书。 5. 熟悉拜访、洽谈、异议、成交技巧。 6. 具有强的推销力。 	市场营销理论与实操 现代推销技术 消费心理与行为实务 商务谈判 销售管理	职业综合技能训练
		建立档案，对客户进行回访，了解客户需求及潜在需求，促成客户二次开发	熟悉客户关系管理的知识，具备二次开发客户的能力。		
2	网络营销主播	负责播前的充分准备	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有优良的道德品质，形象大方，仪态端庄、语言表达能力强，热情活泼，有才艺。 2. 较强的逻辑思维和反应能力。 3. 熟悉所要销售的产品。 	市场营销理论与实操 现代推销技术 消费心理与行为实务 直播技巧	
		播中的运营，通过直播向客户提供产品信息，回答顾客相关的询问并提供相应的建议，引导有购物需求的观众完成购买流程，应对直播间的观众提问，引导观众关注直播间，达成粉丝关系。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有较强的选品能力、控场能力、销售能力、善于调动气氛，互动能力强，表现欲望强。 2. 充分了解产品，擅长营销手段的使用，具有一定的创作能力。 3. 擅长自媒体技术。 		
3	市场调研专员岗位	负责调研前的调研计划、问卷的设计，调查资料的收集与整理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有较强的心理素质和沟通能力。 2. 具有较强的信息收集能力。 3. 会调研计划、调查问卷的设计。 4. 具备较强的文稿撰写能力，能对文本进行熟练的编辑。 5. 具备一定的统计整理能力。 	市场调查技术 商务数据分析	
		负责市场调研报告的撰写，提出建设性的意见和建议	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉数据的分析和挖掘。 2. 能撰写市场调研报告。 3. 能熟练操作 EXCEL，能熟练进行 PPT 制作，能进行文案的汇报展示。 		
4	营销策划专员岗位	负责根据市场调查寻找策划项目，确定主题，构思创意，形成方案，撰写策划书，制作宣传文档，宣传海报，产品推介等	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备心思缜密，统领全局的思维。 2. 能独立完成活动策划方案的撰写。 3. 会设计产品宣传海报，产品详情页等内容，会简单的 PS 工具的应用。 4. 具有一定的财务知识。 	市场营销理论与实操 营销策划实务 基础会计 新媒体营销	商业活动策划

		负责策划活动的开展、执行、对活动进行有效评估	1. 具有较强的沟通协调能力。 2. 熟悉活动开展的工作流程，具有较强的活动现场控制能力。 3. 能对活动的开展进行有效的评估。		
5	客服专员岗位	负责客户信息的收集、整理和分析，客户档案的建立和管理 负责呼出、呼入、在线客服、电话营销等工作。能有效解答客户的疑问并解决客户的一般投诉，熟练运用销售技巧促成销售。及时记录反馈相关信息	1. 具有较强的客户管理能力。 2. 建立客户数据库。 1. 具有较强的客户沟通能力。 2. 熟悉咨询、查询、受理等呼入业务处理流程，独立处理工作的能力。 3. 较强的客户服务技巧。	消费心理与行为实务 客户服务管理 服务营销学	

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，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、创业企业营销策划和执行等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（一）素质

1. 热爱中国共产党，热爱社会主义，拥护党的基本路线，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. 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. 具有良好的身体素质，具有较好的职业抗压、抗挫的心理素质，具有勇于奋斗，乐观向上的人生态度；
4. 具有良好的自我管理能力和团队合作和集体意识；
5. 具有热爱工作、能吃苦耐劳、责任心、积极上进的精神；
6. 具有随时关注前沿信息、接受新鲜事物，对市场变化反应敏捷，具备创新思维的能力。
7. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、外语知识、计算机知识、劳动技能等文化基础知识；
2. 掌握推销技巧中寻找顾客、接近顾客、洽谈、成交的方法和技巧等知识；
3. 掌握商务谈判理论，商务谈判过程、商务谈判技巧、策略、谈判礼仪等知识；

4.掌握市场调查方法、市场调查方案、问卷设计、数据分析、市场调查报告等知识；

5.掌握销售计划管理、销售组织与团队、销售人员的招聘与培训，销售技术、销售区域与时间管理、销售会议管理的相关知识；

6.掌握客户服务流程、服务技巧的相关知识，建设与管理客户信息库、提升客户满意度和忠诚度、客户关系管理的方案设计、客户关系管理系统设计方案与建设维护的相关知识；

7.掌握数据查找，数据清洗，数据分析的相关知识；

8.掌握策划的流程、战略策划、4P策划的相关知识；

9.熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

（三）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、沟通和团队合作能力；

3.能够进行产品营销活动的组织和策划；

4.能够有效组织市场调查并撰写调查报告，提出建设性的意见；

5.能与客户进行有效沟通；

6.能有效的进行商品销售和与顾客谈判；

7.具备较强的客户服务和客户管理能力；

8.具备一定的数据分析能力、办公自动化的应用能力；

9.具备良好的商务礼仪规范能力；

10.具有一定的热点敏感度，善于学习与思考，有创新精神，有扎实的文字功底。

七、核心课程简介

（一）《市场调查技术》课程简介

市场调查的含义，市场调查的意义，市场调查课题的界定及调查方案的设计，问卷的含义及问卷的设计，抽样调查的基本程序，各种抽样方法的特点，观察法、实验法、访问法、文案调查法的含义、特点及使用，调查资料整理的基本方法，市场调查报告的结构、内容及编写要求，市场预测的定性和定量方法的使用。

（二）《现代推销技术》课程简介

推销的含义，推销的要素，推销的基本原则，推销人员的职责，推销人员的职业能力，推销人员的基本礼仪，寻找顾客的方法，顾客资格审查，约见顾客前的准备工作，约见顾客的方法，接近顾客的步骤，接近顾客的方法，推销洽谈的内容，推销洽谈的原则，推销洽谈的程序和策略，顾客异议的类型及产生的原因，处理顾客异议的原则和步骤，处理顾客异议的技巧，成交信号的识别，成交的方法和策略。

（三）《商务谈判》课程简介

认识谈判与商务谈判，商务谈判的原则与评价标准，收集商务谈判资料，构建商务谈判组织，制定商务谈判方案，做好商务谈判心理准备，安排商务谈判场

所与礼仪，模拟谈判，选择开局方式，谈判磋商，谈判报价，讨价还价，让步，辨识终结时机，促成成交，合同的签订，合同的履约与纠纷处理。

（四）《客户服务管理》课程简介

客户服务的含义，客户需求分析及客户服务技巧，客户服务的主要内容，设计客户服务项目，电话营销的目标与步骤，呼叫中心的应用，电话营销的沟通技巧，设计电话营销服务计划，实施电话营销，客户信息管理，大客户管理，客户满意度与忠诚度的管理，客户关系建立与维护，客户关系管理。

（五）《销售管理》课程简介

销售管理的含义，销售经理的岗位职责与职权，销售计划的制定，销售定额的分配，销售组织的构建，销售额分析，销售成本的控制，销售人员的招聘，销售人员培训，销售人员薪酬设计，销售人员的激励，销售人员的绩效考核，客户关系管理，客户投诉管理，客户服务管理，客户满意度管理，客户忠诚度管理。

（六）《营销策划实务》课程简介

营销策划的含义，营销策划的原则，策划书的结构，SWOT分析，PEST分析，市场营销调研策划的程序与设计，市场细分策划，目标市场选择策划，市场定位策划，新产品上市前的准备，新产品上市品牌策划，新产品上市推广策划文案的撰写，企业形象策划，促销策划，会展策划。

（七）《消费心理与行为实务》课程简介

消费心理与行为概述，消费者的一般心理活动，消费者的个性心理特征，消费者的需要与购买动机，消费者购买决策与购买行为，消费者群体的消费心理与消费行为，外界环境对消费者心理与行为的影响，消费者满意与忠诚。

八、课程设置及进程安排表

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	考核类型	总学时	教学时数		各学期周学时分配						备注	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6		
									周	周	周	周	周	周		
公共必修课	1		思想道德修养与法律基础	3	试	48	32	16		2						
	2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	试	64	48	16	4							
	3		应用文写作	2	查	32	16	16	2							
	4		经济数学	4	试	64	64	0	2	2						
	5		实用英语	4	试	64	48	16	2	2						
	6		计算机基础	3	查	48	16	32		2						
	7		体育	8	试	112	32	80	2	2	2	2				
	8		心理健康教育	1	查	16	16	0		2						
	9		军事理论与军事训练	4	查	148	32	116								集中安排
	10		形势与政策	1	查	48	48	0	1-6 学期, 每期 8 节							
	11		创新创业教育	2	查	32	16	16				2				
	12		劳动教育	1	查	16	4	12	1-4 学期, 每期 4 节							
	13		职业发展与就业指导	1	查	16	8	8					2			
	公共基础课	14	4120011702	人工智能导论	2											新增
		15	4120000102	阅读与信息检索技术												新增
小计				38		708	380	328	12	12	2	4	2			
公共限选课	1		企业管理	1	查	16	8	8								线上
	2		职场与社交礼仪	1	查	16	8	8								线下
	3		市场营销	1	查	16	8	8								线上
	4		演讲与口才	1	查	16	8	8								线上
	5		人工智能思维与训练	1	查	16	8	8								线上
	6		办公自动化	1	查	16	8	8								线上
	7		摄影	1	查	16	8	8								线上
	8		专业写作	1	查	16	8	8								线上
	以上课程任选 5 门, 1-5 学期各选修 1 门。															
小计				5		80	40	40	1	1	1	1	1			
公共任	1		人类与生态文明	2	查	32	28	4							线上	
	2		幸福在哪里	2	查	32	28	4							线上	
	3		大学生性健康修养	2	查	32	28	4							线上	

专业课	选课	4		孙子兵法中的思维智慧	2	查	32	28	4								线上	
		5		互联网与营销创新	2	查	32	28	4									线上
		6		艺术与审美	2	查	32	28	4									线上
		7		思辨与创新	2	查	32	28	4									线上
		8		食品安全	2	查	32	28	4									线上
		9		服装色彩搭配	2	查	32	28	4									线上
		10		大学生安全文化	2	查	32	28	4									线上
	以上课程任选 5 门, 1-5 学期各选修 1 门。																	
	小 计				10		160	140	20	2	2	2	2	2				
	专业基础课	1		管理技巧与实务	3	试	48	32	16	2								
		2		品牌管理	3	试	48	16	32				2					
		3		市场营销理论与实操	4	试	64	32	32	4								※
		4		商务数据分析	3	查	48	16	32	2								
		5		门店运营管理	3	查	48	24	24			2						
		6		服务营销学	3	查	48	16	32		2							※
		7		新媒体营销	3	查	48	16	32					2				
		8		企业营销模拟运营	2	查	32	0	32		2							
9			直播技巧	3	查	48	16	32							2			
小 计				27		432	168	264	10	4	2	4	2					
专业核心课	1		市场调查技术	4	查	64	32	32		4								
	2		现代推销技术	4	查	64	32	32			4							
	3		商务谈判	4	试	64	32	32					4					
	4		客户服务管理	4	试	64	32	32			4							
	5		销售管理	4	查	64	32	32				4						
	6		营销策划实务	4	查	64	32	32				4						
	7		消费心理与实务	4	试	64	32	32		4								
小计				28		448	224	224	0	8	8	8	4					
专业选修课	1		会计基础	2	查	32	16	16									线下	
	2		商品实务	2	查	32	28	4									线上	
	3		统计原理与实务	2	查	32	28	4									线上	
	4		经济学基础	2	查	32	28	4									线下	
	5		财务管理(青岛职业技术学院)	2	查	32	28	4									线上	
	6		时尚产业与品牌创新	2	查	32	28	4									线上	
	7		房地产营销	2	查	32	28	4									线上	
	8		汽车营销流程与实务	2	查	32	28	4									线上	
	9		小微企业管理	2	查	32	28	4									线上	
	10		国际市场营销	2	查	32	28	4									线上	
以上课程任选 5 门, 1-5 学期各选修 1 门。																		
小计				10		160	128	32	2	2	2	2	2					
集中实践课	1		认识实习	1	查	16	0	16	1周									
	2		跟岗实习	2	查	120	0	120			8周							
	3		商业活动策划	2	查	40	0	40				2周						
	4		职业综合技能训练	8	查	160	0	160						8周				

	5		顶岗实习	6	查	360	0	360					4周	20周	
	6		毕业设计	4	查	0	0	0							
	小计			23		696	0	696							
合计				141		2684	1080	1604	27	30	18	22	12		

备注：

1. 所有课程要求融入课程思政
2. 上表备注中※表示该门课程为校企合作开发共建课程；◎表示是1+X课证融通课程；☆表示的是工学交替课程，部分学时任务在合作企业完成。

九、课程结构及学分分布

课程类型		分配情况	课程门数	学时分配				学分分配	占总学分比例
				理论学时	实践学时	小计	占总学时比例		
公共学习领域	公共必修课	13	380	328	708	26%	38	27%	
	公共选修课	10	180	60	240	9%	15	11%	
专业学习领域	专业基础课	9	168	264	432	16%	27	19%	
	专业核心课	7	224	224	448	17%	28	20%	
	集中实践课	6	0	696	696	26%	23	16%	
	专业选修课	5	128	32	160	6%	10	7%	
合计		50	1080	1604	2684	100%	141	100%	
占总学时比例			40%	60%	100%	100%	-	100%	

十、集中实践课程及进程安排

序号	课程名称	课程性质	实训项目	教学组织方式	实训场地及设备	考核方式	学分	实践时数总计		按学期分配的具体周次						备注
								学时	周数	一	二	三	四	五	六	
1	认识实习	集中实践课	对企业的认识，了解营销部门的运作	实践教学	合作企业	实践考核	1	16	1	1						
2	商业活动策划	集中实践课	撰写商业活动策划方案	实践教学	校内实训基地	实践考核	2	40	2				2			

3	跟岗实习	集中实践课	跟岗实习	项目教学	合作企业	实践考核	2	120	8						8					
4	职业综合技能训练	集中实践课	职业综合技能训练	项目教学	校内实训基地	实践考核	8	160	8									8		
5	顶岗实习	集中实践	顶岗实习	项目教学	校外	毕业考核	6	360	24									4	20	

十一、时间进程表

(一) 时间进程表

学年	学期	周数																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	1	▲	▲	▲	■	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	★
	2	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	★
二	3	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	★	
	4	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	●	●	★
三	5	●	●	●	●	●	●	●	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	▬	★	※	※	※	※
	6	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	※	★
符号		▬ 课堂教学 ● 集中实训 ■ 认识实习 ◎ 跟岗实习 ★ 考试 ※ 顶岗实习 ▲ 入学教育、军训 ▼ 毕业教育																			

(二) 市场营销专业教学活动时间分配表(单位:周)

学年	学期	课堂教学	集中实训	认识实习	跟岗实习	顶岗实习	入学教育	毕业教育	军训	考试	合计
一	1	15	0	1	0	0	1	0	2	1	20
	2	18	1	0	0	0	0	0	0	1	20
二	3	11	0	0	8	0	0	0	0	1	20
	4	17	2	0	0	0	0	0	0	1	20
三	5	7	8	0	0	4	0	0	0	1	20
	6	0	0	0	0	18	0	1	0	1	20
合计		68	11	1	8	22	1	1	2	6	120

十二、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25: 1, 双师素质教师占专业教师比例不低于 80%, 专任教师队伍的职称、学历、年龄结构合理。

2. 专业带头人

专业带头人具有副高及以上职称, 能够较好地把握行业、专业发展动态, 了解本专业的行业需求, 能承担专业核心课程的教学工作, 具有较强的教学设计能力和科研能力。

3. 专任教师

专任教师全部具有高校教师资格; 热爱教育事业, 有理想信念; 具有经济管理专业等相关专业本科及以上学历; 有扎实的专业知识, 有较强的信息化教学能力, 能够胜任相关专业课程的教学; 能够开展教学改革和科学研究, 专任教师每学期到课堂听课学习不少于 8 次, 专任教师每 5 年累计不低于 6 个月的企业实践经验。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任, 兼职教师是教师团队的重要组成部分, 在专业建设和教学工作发挥着及其重要的作用。兼职教师应该具备良好的思想道德素质, 有丰富的行业企业实践工作经验, 能承担相关专业课程的教学工作、实践实习课程的指导工作。

(二) 教学设施

1. 实践教学场地

(1) 校专任内实践教学场地与功能介绍

序号	实训室名称	基本要求	实训项目	备注
1	跨专业综合实训室	配备计算机、服务器、投影、实训软件、防火墙	现代企业运营综合仿真实训	
2	商业活动策划实训室	配备计算机、服务器、投影	商业活动策划	
3	连锁经营管理实训室	配备计算机、服务器、投影、实训软件	连锁经营管理实训	
4	市场营销综合实训室	配备计算机、服务器、投影、实训软件	企业营销模拟运营	
5	商务谈判洽谈室	配备计算机、服务器、投影、谈判桌椅	商务谈判	
6	会计手工实训室	配备计算机、文件柜、装订机、其他实训耗材	会计手工实训	
7	统计分析实训室	配备计算机、服务器、统计分析实训软件	商务数据分析实训	
8	新媒体营销实训室	计算机等设施设备	新媒体营销、网络营销实训	
9	网络直播实训室	计算机等设施设备	网络直播实训	

(2) 校外实践教学基地介绍

序号	名称	实习实训项目
1	重庆先特服务外包产业有限公司	了解企业文化，客户服务流程，电话呼入、呼出等业务。
2	重庆苏宁云商销售有限公司	熟悉商场交易规则，明确商品交易流程，熟悉同行业的发展走势，进一步理解服务导向的营销策略，了解企业的内部管理。
3	重庆链家房地产经纪有限公司	学习项目说辞及基本信息，了解项目在售产品，学习户型图及销控，了解项目周边市场，学习算价及贷款相关事宜，学习销售技巧。
4	重庆中赞实业有限公司（以纯集团）	熟悉工作流程，了解企业文化，学习推销技巧和客户服务的相关内容
5	电讯盈科重庆分公司	客户服务、服务管理等
6	中国平安永川支公司	产品销售与服务、客户服务管理等
7	沃尔玛永川店	商品陈列、销售管理等实习实训
8	重庆苏宁易购	配送、采购、仓库管理、销售等实习

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材，图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定优先选用国家级规划教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、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用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

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、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，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、能够满足教学要求。

(四) 教学方法

教学方法是联系教师教学生学的重要纽带，是完成教育任务的必要手段。在教学的过程中，不局限于哪种教学方法，根据课程的内容和学生的特点进行综合分析，将案例教学法、体验教学法、角色扮演法、情景模拟法、辩论等多种教学方法结合起来使用，从而提高教学效果。

(五) 学习评价

学习评价是教学过程中不可缺少的部分，对学生的评价坚持客观公正公平的原则。教师在评价学生时尽量采用多样，灵活，生动，丰富的评价方法。在内容

上，可以采用知识+能力+情感+学习态度相结合；在评价方式上可以是笔试+小论文+汇报等方式相结合；在评价主体上可以是教师+学生本人+其他同学互评相结合；在评价过程上可以是形成性考核+终结性考核相结合。通过多元的评价提升学生的综合能力。

（六）质量管理

1. 学校和二级院系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、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校和二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十三、相关说明

（一）参与人才培养方案设计的行业/企业代表

序号	姓名	单位	职位/职称	参与内容
1	陈晓丽	郭旭星	国家高级理财规划师	参与营销专业人才能力需求和岗位设置的调研、课程的设置
2	吴诗勇	重庆中冈电器有限公司	销售经理	参与营销专业人才能力需求和岗位设置的调研，课程的设置
3	唐颜峰	雀巢中国	业务主管	参与营销专业人才能力需求和岗位设置的调研，课程的设置
4	甘东杰	重庆战旗文化传播有限公司	总经理	参与营销专业人才能力需求和岗位设置的调研，课程的设置
5	李艳	重庆中赞实业有限公司 (以纯集团)	副总经理	岗位调查、能力调查、课程调查等
6	郭旭星	电讯盈科重庆分公司	人力资源经理	岗位调查、能力调查、课程调查等

（二）专业相关的职业资格证书、技能等级证书（1+X）与专业课程的对应关系及学分替代表

序号	名称	发证部门	考试时间	对应课程	学分
----	----	------	------	------	----

1	连锁经营管理师	人力资源与社会保障部等部门联合颁发	新职业资格证书 规定时间	门店运营管理	3
2	供应链管理师	人力资源与社会保障部等部门联合颁发	新职业资格证书 规定时间	生产运作管理	4

(三) 其他需要说明的事项

十四、毕业要求

(一) 取得规定学分

合格毕业生总学分达 141 学分，其中：

1. 课堂教学（包括课内教学与课内实践、必修课与选修课）：118 学分
2. 集中实践性教学环节（含毕业设计、毕业实习）：23 学分

(二) 取得通用能力证书

1. 英语应用能力 A 级证书；
2. 全国计算机等级考试一级证书；
3. 写作竞赛获奖、英语口语竞赛获奖、数学建模竞赛获奖等可代替英语 A 级证书；电子信息类项目竞赛获奖等可代替计算机等级证书。

(三) 取得职业技能等级证书

序号	证书名称	发证部门	证书等级	备注
1	连锁经营管理师	人力资源与社会保障部等部门联合颁发	初级	取得其中一个或其他与专业相关的职业资格证书
2	供应链管理师	人力资源与社会保障部等部门联合颁发	初级	
3	网络营销工程师	工信部	初级	

(四) 品德合格，未受学校处分（含撤销处分）。

