

广西金融职业技术学院 市场营销专业人才培养方案 (2018级)

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、招生对象

高中阶段教育毕业生或同等学力人员

三、学制

学制三年制，全日制专科学历

四、培养目标及规格

(一) 培养目标

本专业培养大学专科层次，德、智、体、美全面发展，面向广西，放眼东南亚地区，适应社会主义现代化建设需要，具备扎实的市场营销学、金融学和会计学基础知识，掌握现代金融营销的基本理论、专业知识和基本技能，能在工商企业特别是金融企业从事营销和营销管理工作，具有较强实践能力和创新精神的应用型技能型专门人才。

(二) 职业面向

本专业主要从事岗位群包括销售类岗位、市场类、企业客服岗位，其具体岗位见表1：

表1：专业岗位（群）描述

岗位（群）名称	具体岗位	岗位描述
销售类岗位	销售员、职业顾问、理财顾问、销售主管、业务员等	1、进行市场细分、调查与预测；
		2、客户拜访与维护；
		3、市场开发与维护；
		4、销售管理与团队运营；

		5、交易磋商、报价核算。
市场类岗位	策划专员、市场调查员、市场专员、广告专员、网络营销助理、市场督导等	1、促销类方案撰写与执行
		2、广告策划与执行；
		3、市场开发策划与执行；
		4、网络营销策划；
		5、新产品的开发、定位与策划；
企业客服岗位	客户专员、售后服务员、客户代表、业务咨询员等	1、客户日常售前、售中、售后业务对接
		2、订单查询
		3、发货状态咨询
		4、客户维护
		5、CRM 管理

（三）培养规格

1. 知识目标

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识；

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

（6）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（7）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

（8）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

2. 能力目标

（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、文字表达能力和沟通能力；

- (3) 能够与客户进行有效沟通;
- (4) 能够对客群和竞争者进行分析;
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析;
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动;
- (7) 能够组织实施推销和商业谈判;
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理;
- (9) 能够为小微企业进行营销活动策划并组织实施;
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力;
- (11) 具备数据意识和商务数据分析应用能力;
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。

3. 素质目标

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，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) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 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。

(四) 毕业要求

1、毕业学分及素质分

(1) 三年制总学分为 136 学分，其中必修课要求修满 121 学分，占总学分的 89%；选修课要求修满 15 学分，占总学分的 11%（其中：基本素质与能力课程要求选修 7 学分，职业能力课程要求选修 8 学

分)。

(2) 第二课堂素质教育学分要求：不少于 120 活动分。

2、证书要求

(1) 技能等级证书

高等学校英语应用能力考试(Practical English Test for Colleges) 要求 B 级；全国高等学校计算机水平考试要求一级。

(2) 职业资格证书（见表 2）

表 2 市场营销专业选考职业资格证书一览表

证书名称	颁证单位	备注
营销员	人力资源和社会保障部	建议考
银行从业资格证	中国银行业协会	建议考
证券从业资格证	中国证券业协会	
助理理财规划师	人力资源和社会保障部	建议考

五、就业岗位与资格/等级证书（见表 3）

表3 就业岗位与资格/等级证书一览表

序号	就业岗位	职业资格
1	策划专员	《营销员》 《银行从业资格证》 《证券从业资格证》 《助理理财规划师》
2	市场调查员	
3	市场督导	
4	理财顾问	
5	销售员	
6	置业顾问	
7	客户专员	
8	售后服务员	

六、就业岗位核心职业能力分析及专业核心课程配置

专业建设委员会在专业调研报告的基础上，根据专业的岗位要求，对工作过程和典型工作任务进行了综合分析，提出了完成这些工作任务需具备的职业素质和职业能力，并进行行动领域归纳，根据认知及职业成长规律递进重构转换为专

业课程。

1、岗位职业能力分析（见表4）

表4 市场营销岗位职业能力分析表

岗位	主要工作任务	岗位核心能力要求
市场类岗位	1. 收集市场数据； 2. 进行广告宣传和市场公关； 3. 进行营销策划和督导； 4. 实施品牌规划。	1. 市场调研能力； 2. 策略理性与激情； 3. 扎实的理论知识； 4. 文字书写能力。
销售类岗位	1. 组织产品发运； 2. 营销技能培训； 3. 配合市场部实施终端促销； 4. 组织货款催收； 5. 受理退货。	1. 表达、沟通能力； 2. 有耐心，有热情； 3. 团队合作能力； 4. 熟练的销售技能； 5. 不畏失败，抵抗挫折。
客服岗位	1. 负责客户投诉和处理工作； 2. 客户联系与沟通协调。	1. 良好的职业素养； 2. 态度诚恳，能够控制情绪； 3. 声音清晰、柔美； 4. 心理抗压能力强。

2、典型工作任务与学习领域（课程）对应表（见表5）

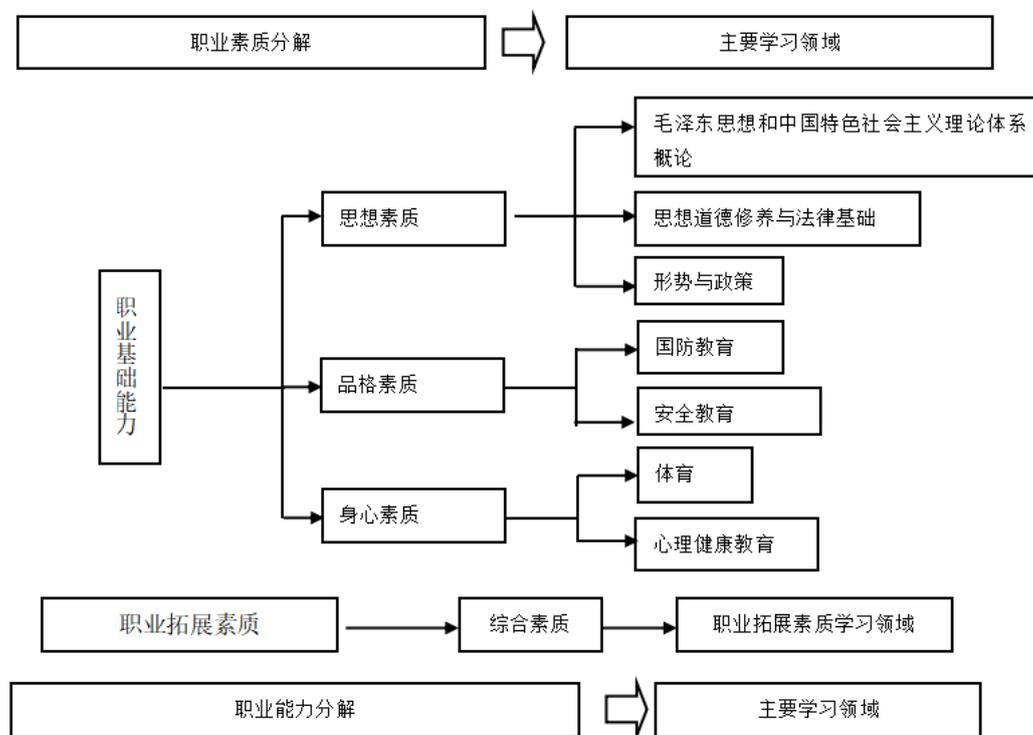
表5 市场营销专业典型工作任务与学习领域对应表

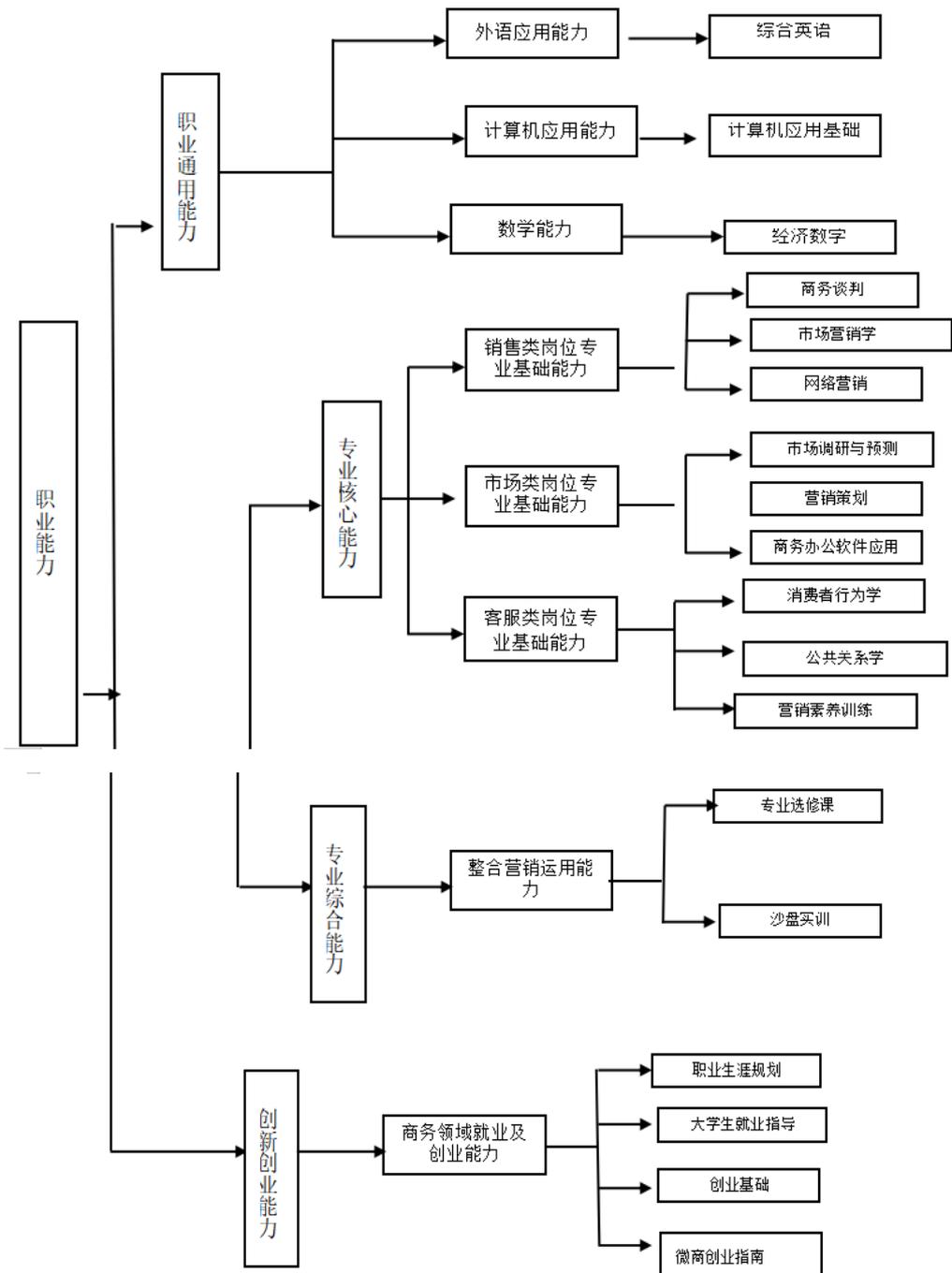
序号	典型工作任务	学习领域（课程）
1	收集市场数据；	《市场调查与预测》 《营销策划》 《广告学原理及应用》 《商务办公软件应用》
2	进行营销策划和督导	
3	实施品牌规划	
4	配合市场部实施终端促销	
5	进行广告宣传和市场公关	
6	组织产品发运	《市场营销学》 《金融产品知识及推销技巧》 《金融营销》 《销售管理》 《商务谈判》
7	营销技能培训	
8	配合市场部实施终端促销	
9	组织货款催收	
10	受理退货	
11	负责客户投诉和处理工作	《消费者行为学》 《公共关系学》 《金融营销素养训练》
12	客户联系与沟通协调	

七、专业课程体系

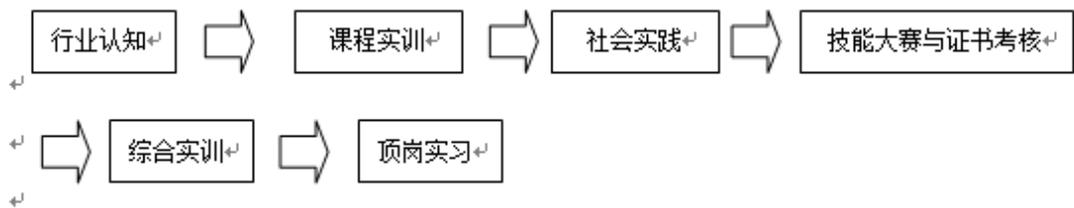
（一）课程体系

根据典型工作任务分析，构建由基本素质与能力课程、专业理论基础课程、岗位职业能力课程、职业能力拓展课程及职业能力综合训练课程组成的课程体系





(二) 实践教学体系:



（三）核心课程描述

1. 市场营销学：主要讲授消费者需求分析、市场细分、目标市场策略、市场营销组合策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等营销知识及技能。

2. 市场调查与预测：主要讲授市场调查及预测产生和发展、市场调查与预测的必要性、基本知识和方法、调查资料 and 整理与分析、调查与预测报告撰写等内容。

3. 营销策划：主要讲授营销策划的发展过程、营销策划的基础与方法、目标市场策划、产品定位策划、新产品开发策划、产品生命周期与营销策划、竞争战备策划、产品策划、定价策划、促销策划、如何撰写营销策划书等内容。

4. 金融产品知识与推销技巧：主要介绍银行、保险、证券类系列产品相关知识及其开发原理，以及人员推销的性质、策略、方法以及人员推销服务于营销目标的重要作用，着力于训练学生针对金融产品的推销实务和技巧。

5. 商务谈判：主要介绍商务谈判的组织与筹备、结构和技巧、主要策略模式等，该课程应以案例教学、角色扮演等方式进行讲授，着重训练学生的谈判能力。

6. 消费者行为学：主要讲述影响消费者行为包含三大因素——个人因素、环境因素以及营销因素。此课程内容将围绕这三大因素展开，主要包含如下内容：消费者行为基础、消费者决策与消费行为、个人因素与消费者行为、环境因素与消费者行为、营销因素与消费者行为。

八、教学进程安排

（一）教学时间总体安排表

表6 教学进程总体安排表

学期	一	二	三	四	五	六	合计
入学和安全教育	1						1
国防教育与军事训练	2						2
课堂教学	16	18	18	18	18		88
顶岗实习						16	16
毕业设计（含毕业教育）						4	4
社会调研					1		1

机动		1	1	1			3
复习考试	1	1	1	1	1		5
合计	20	20	20	20	20	20	120

(二) 学时学分比例表

表7 学时学分比例表

课程类别		小计		小计		备注
		学时	比例	学分	比例	
必修课	基本素质与能力课程	738	27%	41	30%	
	职业能力课程	1682	63%	80	59%	
选修课	基本素质与能力课程	126	4%	7	5%	
	职业能力课程	144	6%	8	6%	
合计		2690	100%	136	100%	
理论实践教学比	理论课	1196	44%			
	实践课	1494	56%			
合计		2690	100%	136	100%	

(三) 第一课堂教育活动进程安排表

表 8 第一课堂教育活动进程安排表

课程类别	课程性质	序号	课程名称	核心课程	总学时	总学分	学时分配		各学期周学时数						考核评价方式	主要教学场所
							理论课时	实践课时	一	二	三	四	五	六		
									16周	18周	18周	18周	18周	18周		
基本素质与能力课	必修课	1	入学和安全教育	否	16	1	16	0	2天						考查	
		2	国防教育与军事训练	否	72	2	12	60	2周						考查	
		3	思想道德修养与法律基础	否	54	3	36	18	3						考查	
		4	大学生心理健康教育	否	32	2	20	12	2						考查	
		5	形势与政策 I	否	8	0.5	6	2	讲座						考查	
		6	形势与政策 II	否	8	0.5	6	2		讲座					考查	
		7	形势与政策 III	否	8	0.5	6	2			讲座				考查	
		8	形势与政策 IV	否	8	0.5	6	2				讲座			考查	
		9	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	否	72	4	54	18		4					考查	
		10	大学生职业生涯规划	否	18	1	12	6	1					讲座	考查	
		11	大学生就业指导	否	18	1	12	6			1				考查	

		12	大学英语 D I	否	32	2	24	8	2						考查		
		13	大学英语 D II	否	36	2	26	10		2						考试	
		14	大学英语 D III	否	36	2	26	10			2					考试	
		15	经济数学 A I	否	32	2	32	0	2							考查	
		16	经济数学 A II	否	32	2	32	0		2						考试	
		17	大学语文 A	否	32	2	10	22	2							考查	
		18	文化素养	否	36	2	36	0			2					考查	
		19	体育 I (太极拳)	否	36	2	12	24	2							考试	
		20	体育 II (专项)	否	36	2	12	24		2						考试	
		21	体育 III (专项)	否	36	2	12	24			2					考试	
		22	公共艺术课 A	否	16	1	16	0	1							考查	
		23	计算机应用基础 A I	否	32	2	16	16	2							考试	
		24	计算机应用基础 A II	否	32	2	16	16		2						考试	
		小计					738	41	456	282	15	12	7	0	0	0	
选修课	1	公共选修课	否	126	7	80	46	1	2	2	2				考查		
	小计				126	7	80	46	1	2	2	2					
合计					864	48	536	328	16	14	9	2	0	0			
职业能力课	必修课	1	金融学基础	否	54	3	36	18	4						考查		
		2	经济学基础	否	54	3	30	24	4						考查		
		3	管理学基础	否	54	3	36	18		4					考查		
		4	商务办公软件应用	否	54	3	36	18			4				考查		

	5	经济法基础	否	54	3	40	14				4			考查	
	6	会计学基础	否	72	3	50	22			4				考查	
	7	市场营销学	是	56	4	32	24	4						考试	
	8	金融产品知识及推销技巧	是	54	3	30	24		3					考试	
	9	公共关系学	否	36	2	18	18				2			考查	
	10	市场调查与预测	是	36	2	18	18				2			考查	
	11	营销策划	是	72	4	48	24			4				考试	
	12	金融营销	是	72	4	48	24		4					考试	
	13	金融营销素养训练	否	54	3	18	36			3				考试	
	14	网络营销	否	54	3	30	24			3				考试	
	15	销售管理	否	36	2	24	12					2		考查	
	16	广告学原理及应用	是	36	2	24	12					2		考试	
	17	商务谈判	是	36	2	18	18					2		考查	
	18	消费者行为学	否	72	4	36	36				4			考查	
	19	创新与创业教育	是	54	3	24	30		3					考查	
	20	市场营销综合实训（ITMC营销技能大赛沙盘、ERP沙盘）	否	72	4		72			2	2			考查	
	21	顶岗实习	否	480	16		480						16	考查	

		22	毕业设计	否	120	4		120					4	考查	
		小计			1682	80	596	1086	12	14	20	14	6	20	
	选修课	1	专业选修课	否	144	8	64	80			4	4		考查	
		小计			144	8	64	80			4	4			
		合计			1826	88	660	1166	12	14	24	18	6	20	
总计					2690	136	1196	1494	28	28	33	20	6	20	

(四) 专业选修课安排表

表 9 专业选修课安排表

序号	课程名称	学分	总课时	开课时间					
				第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6
				16周	18周	18周	18周	18周	20周
1	FLASH 动画制作	4	72			√	√	√	
2	商业计划书制作与演示	1	16		√	√	√	√	
3	微商创业指南	1	10		√	√	√	√	
4	品类创新	1	12		√	√	√	√	
5	创新创业大赛赛前特训	1	10		√	√	√	√	
6	创业管理实战	1	16		√	√	√	√	
7	国际商务管理	1.5	36		√	√	√	√	
8	个人理财规划	1.5	35		√	√	√	√	
9	中国税制	1	12		√	√	√	√	
10	新兴时代下的公共政策	1	19		√	√	√	√	
11	市场的力量:中国经济改革之思	1	18		√	√	√	√	
12	制胜:一部孙子傲商海	1	14		√	√	√	√	
13	企业绿色管理	1	10		√	√	√	√	
14	商法的思维	1.5	29		√	√	√	√	
15	大国崛起:中国对外贸易概论	1.5	22		√	√	√	√	
16	人力资源招聘与选拔	2	40		√	√	√	√	
17	运筹学	1	19		√	√	√	√	
合计应选9学分。									
注: 1. 打“√”的表示课程开设时间安排。2. 专业选修课原则上以20人为最低开班人数。									

(五) 公共选修课程安排

表 10 公共选修课程安排

序号	课程名称	学分	总课时	开课时间					
				第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6

				16周	18周	18周	18周	18周	20周
1	音乐鉴赏	1	18		√	√	√	√	
2	美术鉴赏	1	18		√	√	√	√	
3	舞蹈鉴赏	1	18		√	√	√	√	
4	书法鉴赏	1	18		√	√	√	√	
5	影视鉴赏	1	18		√	√	√	√	
6	摄影艺术	1	18		√	√	√	√	
7	声乐演唱与表演	1	18		√	√	√	√	
8	服饰文化	1	18		√	√	√	√	
9	中国文化鉴赏	1	18		√	√	√	√	
10	化妆基础	1	18		√	√	√	√	
11	茶艺	1	18		√	√	√	√	
12	时间管理	1	10		√	√	√	√	
13	情绪管理	1	10		√	√	√	√	
14	职业生涯提升	1	20		√	√	√	√	
15	形象管理	1	20		√	√	√	√	
16	语文（普通话口语交际）	2	36		√	√	√	√	
17	网络课程				√	√	√	√	

合计应为7学分。

注：1. 打“√”的表示课程开设时间安排。2. 公共选修课原则上以30人为最低开班人数。

（六）第二课堂教育活动进程安排表

通过第二课堂教学活动，培养、鼓励学生发展创新创造精神，促进学生综合素质全面提升。第二课堂教育教学活动安排要体现在人才培养方案中。

表 11 第二课堂教育活动进程安排表

模块	内容	必选/自选	组织者	考核者	计分标准
德育教育	爱国主义教育活动	必选	学工处 社科部	辅导员	无违纪违规， 参与者每次 每项加3分， 获奖者每次
	主题班会	必选		辅导员	
	感恩教育活动	必选		辅导员	
	专题报告讲座	自选		辅导员	

	评优评先活动	自选		辅导员	每项加5分； 违纪违规，参与者每次每项扣2分（必选而未选的，视同违规）。参与者是指，集体活动、会议、运动会的参加者，比赛类活动则指选手、团体成员等。
	敬老爱活动	自选		辅导员	
	学雷锋活动	自选		辅导员	
	三区卫生宿舍内务评比活动	必选		辅导员	
心理健康教育	心理健康活动	必选		辅导员	
	手语比赛	自选		辅导员	
文体活动和竞赛	球类比赛	自选	学工处 相关系部	辅导员	
	田径比赛	自选		辅导员	
	晚会等文艺活动	自选		辅导员	
	社团活动	自选		辅导员	
	校园科技文化艺术节	自选		辅导员	
	Office应用比赛	自选		指导老师	
	通用技能及专业技比赛	自选		指导老师	
	礼仪、形象设计比赛	自选		指导老师	
	模拟招聘大赛	自选		指导老师	
	就业创业活动或比赛	自选		指导老师	
	辩论、征文、演讲比赛	自选		指导老师	
社会实践活动	生产劳动	必选		辅导员	
	志愿者服务	自选		辅导员	
	社会调研（撰写报告）	必选		指导教师	
	公益活动	自选		辅导员	
	发明创造	自选		指导老师	
	勤工俭学	自选		辅导员	
注：具体活动由各系根据各自的专业特点安排。					

九、组织与实施

（一）师资条件

专业教师师生比以 16:1 为宜。要组建一支高素质的“双师结构”教学团队。专业核心课程应由校内专任专业教师和行业兼职教师共同完成教学。其中，实践实训模块应以行业兼职教师者或有行业工作经验的专任教师指导为主，行业教师数占比应不低于 50%。其中所提的专任教师应该具有职业资格证书，或者拥有三年以上行业企业工作经历。

（二）实践教学条件

基于一线市场营销人才培养的目标定位，校企共建仿真型校内实训基地，为学生开展业务实训、顶岗实习提供基本教学条件。

在校内实训基地建设方面，应建立理实一体化的校内实训室，为学生提供一个身临其境的市场营销实训操作平台，满足学生电子商务岗位项目业务内容的教学与实训需要，提高学生业务岗位的适应能力；为市场营销从业人员业务培训提供服务，推动项目教学内容与教学方法改革；校内实训室必须要能满足实现对学生市场营销方面的职业能力培养和训练的目标。

要积极与各类市场营销企业开展产学合作，建设校外实习基地，用于满足学生工学结合、顶岗实习等教学活动的开展。根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合教学组织形式，进行认知实习、专业实习、实训及顶岗实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。建立网络教学平台，能够通过现代信息技术手段开展教学。

1、经管系校内实训基地一览表

表 12 经管系校内实训基地一览表

序号	实训室名称	实训项目和内容
1	市场营销技能大赛沙盘（ITMC）、企业管理沙盘（ERP）实训室	市场营销技能大赛沙盘（ITMC）软件包括营销数据统计分析、目标市场分析、产品生产管理、广告投放、营销渠道策略、产品促销与定价、财务报表分析等实训项目，是市场营销学科中能全面锻炼学生营销技能的优秀软件，同时也是每年高职市场营销大赛的制订比赛用软件。ERP是针对物质资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件。
2	校园创客空间	在校大学生市场营销创业项目孵化、运营，以及市场营销外包服务。
3	商品拍摄及网店美工实训室	网店商品拍摄的组织 and 实施；平面广告设计、包装设计、装饰设计、排版编辑、网页制作、图形图像合成、特效制作、产品效果图处理、网页图像处理等电子商务相关工作技能。
4	营销策划与商务谈判实训室	市场营销实践、模拟营销竞赛、商务谈判实训等。
5	跨境电子商务实训室	跨境电子商务课程可在此实现跨境电商平台注册、开店、发布商品、商品营销、快速发货、订单结算、网购评价等实践及技能训练。
6	互联网+N实训室	信息订阅、资讯分享、图书借阅、掌上金融、交易支付、商旅预订、无线医疗、移动办公、位置服务、物流跟踪、应用发布、自助打印等移动电子商务场景体验；移动商务应用的开发与创新。

7	呼叫中心与网络客服实训室	客户服务礼仪训练；呼入电话服务技巧；呼出电话服务技巧；电话营销等。
8	电子商务竞赛与职业技能认证中心	面向校内外师生、社会电商从业人员等开展各种类型、各种层次的电子商务技能大赛，并进行相关职业技能认证。
9	市场营销推广与发布研讨中心	开展各类市场营销创新创业竞赛，举行产品和信息发布，召开教学、科研及学术讨论会、报告会，开展课外实践活动等。

2. 经济管理系校外实训基地一览表

表 13 校外实训基地一览表

序号	合作企业
1	南宁电子信息商会
2	南宁小额贷款协会
3	招商证券广西分公司
4	长城证券股份有限公司南宁营业部
5	中国平安保险公司
6	中国大地财产保险股份有限公司广西分公司
7	中国太平洋财产保险有限公司广西分公司
8	深圳市银雁金融服务有限公司
9	广西亚联财小额贷款有限公司
10	广西瀚华金控股份有限公司
11	北京博导前程信息技术有限公司
12	广西里里电子科技有限公司
13	赶街网苹果电子商务服务中心
14	华安财产保险股份有限公司南宁分公司
15	广西南宁光晶网络科技有限公司
16	广西金花茶业有限公司
17	广西新农人供应链管理有限公司
18	广西农小二农业科技有限公司

（三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源

教材图书资料要及时融入行业企业发展的新制度法规、新业务、新产品、新

做法。可以以专业为单位建立专业教学资源库，利用数字化网络资源为专业教学提供各类学习资源，如专业人才培养方案、课程教学大纲、电子教材、教学课件、典型案例、行业政策法规资料、职业考证信息等。同时开发在线辅导练习功能，配备与专业教学相关的图书资料、电子杂志等相关的学习辅助性资源，利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类教学资源，满足学生在线自主学习要求。结合专业发展的新趋势、人才市场需求的新变化、企事业单位的特定要求及时进行教学资源与教学素材的调整补充更新，以满足育人市场化的特定需求。

（四）教学方法、手段与教学组织形式建议

专业核心课程主要采用项目课程的设计思路，努力以典型服务为载体，实施跨任务教学，融合理论知识与实践知识，以更好地培养学生综合职业能力。“以学生为中心”，以项目活动为载体按理论与实践一体化要求组织教学，在教学过程中教师可根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行合作教学、任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，根据专业教学的需要，在不同的时间段安排学生开展专业课程工学结合教学组织形式，进行认知实习、专业实习、实训及顶岗实习等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。

（五）教学评价、考核建议

本专业在突出以提升岗位职业能力为重心的基础上，针对不同教学与实践内容，构建多元化专业教学评价体系。教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，突出能力的考核评价方式，体现对综合素质的评价；吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

课证融合课程以证代考进行评价考核；项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定，教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，分为应知应会两部分，采取笔试与实践操作按合理的比例相结合方式进行评价考核。校外顶岗实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

（四）教学管理

根据学校的机构设置情况，健全各级专业教学管理机构，明确职责，同时建

立健全覆盖专业教学全过程的教学管理制度规章。具体包括人才培养的市场调研、人才培养方案的制定与修订、专业教学团队建设、课程建设、教材建设、网络教学资源建设、校内外实训实习基地建设、学生认知实习、专业实习、顶岗实习等专业社会实践活动开展、毕业生跟踪调查、社会服务与产学合作等主要内容。用以满足教学管理工作开展的需要，同时积极采用现代管理技术开展教学管理工作，切实保障教学管理工作的严格执行与教学管理措施的贯彻到位，保证人才培养质量，全面实现人才培养目标。

（五）顶岗实习管理

学校和企业共同制定顶岗实习方案。实行专业对口实习。要加强实习制度建设，明确校企合作各方的权利、义务和责任，构建分级管理、分级负责、层层落实的学生实习管理政策制度体系。加强顶岗实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的顶岗实习工作机制。

十、保障与措施

（一）组织保障

1、为保证专业建设顺利实施，学院成立专业建设领导小组，从组织、政策、资金和制度上对专业建设的整体实施进行统筹规划、统一协调。

2、本专业成立由行业企业专家广泛参与的专业建设委员会，成立由学校、企业专家组成的专业建设团队，为人才培养模式的实施提供了组织保障。

3、设有本专业教研室，具体负责专业课程教学内容改革，教学模式与教学手段方法创新，定期开展教科研活动，规划专职教师定期实践，兼职教师参与课程建设与教学方法改革。

（二）制度保障

学院制定完善了各项教学管理制度，包括教学工作委员会工作规程，教学管理实施细则、教学检查工作制度、教学检查实施细则、学分制管理试行办法、学分制选课试行办法、课程重修管理试行办法、教学秩序管理办法、校内外兼职教师管理办法、学生顶岗实习管理办法、保障专业教学工作顺利进行。