高等职业教育专科市场营销专业

人才培养方案

江西新能源科技职业学院

2025 年 8 月修订

目 录

一、专业名称及代码.....1
二、入学基本要求.....1
三、基本修业年限.....1
四、职业面向.....1
五、培养目标与培养规格.....1
（一）培养目标.....1
（二）培养规格.....2
六、课程设置及学时安排.....3
（一）课程设置.....3
（二） 学时安排.....6
七、教学进程总体安排.....7
（一）教学时间分配表.....7
（二）学时学分分配表.....7
（三）教学进程安排表.....8
（四）主要实践环节及教学要求.....12
八、实施保障.....12
（一）师资队伍.....12
（二）教学设施.....13
（三）教学资源.....15
(四)教学方法.....15
（五）学习评价.....16
（六）质量保障.....16
九、毕业要求.....17
十、建议与说明.....17
(一)成立专业指导委员会.....17
(二)建立实践教学组织体系.....17
(三)建设校内实践基地.....18
(四)教学经费进行分块管理.....18
(五)实践指导教师的聘用与管理.....18
(六)建立实践教学激励机制.....18

江西新能源科技职业学院
市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学基本要求

普通高中毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力的学习者

三、基本修业年限

基本修业年限 3 年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间，最长不超过 5 年。

四、职业面向

本专业主要面向财经商贸大类行业（领域）工商管理类等企事业单位的市场营销专业人员、客户服务管理等相关岗位就业，从事市场策划、推广的工作。

表 1：市场营销专业职业面向一览表

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	工商管理类（5306）
对应行业（代码）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C）
主要职业类别（代码）	市场营销专业人员（2-06-07-02）、客户服务管理（4-07-02-03）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）
主要岗位（群）或技术领域	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管……
职业类证书	经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、跨境电商 B2B 数据运营、呼叫中心客户服务与管理……

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业，能够从事市场调研、项目销售、数字营销、品牌策划与推广、智能客户服务等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素养，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1.坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2.掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3.掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

5.掌握经济管理、市场营销、财务管理等方面的专业基础理论知识；

6.掌握数字营销策划、数字广告营销、数字互动营销、数字营销效果分析和优化等技术技能，具有数字营销能力；

7.掌握竞争调研、行业调研、用户调研、产品调研、用户行为分析等技术技能，具有消费者行为分析能力；

8.掌握客户拜访、产品方案设计与演示、商务洽谈、项目招投标、销售管理等技术技能，具有项目销售能力；

9.掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广等技术技能，具有品牌策划与推广能力；

10.掌握售前售中售后服务管理体系建设、客服团队组建、客户投诉监控、危机事件处理、智能客服应用场景设计及开发等技术技能，具有智能客户服务能力；

11.掌握商务数据收集、处理、分析、可视化等技术技能，具有商务数据分析能力；

12.掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

13.具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

14.掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

15.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

16.树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及学时安排

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1.公共基础课程

将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、军事理论与训练、形势与政策、红色文化、体育、心理健康教育、劳动教育、职业规划、创新创业基础、就业指导、人工智能概论、高职应用英语、计算机应用基础、大学语文、安全教育、经济数学等列为必修课或限定性选修课。

2.专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程。

（1）专业基础课程

主要包括：经济学原理、管理学基础、商业经济基础、商品学基础、大数据财务管理基础、市场营销基础、统计学基础、会计学原理课程。

（2）专业核心课程

主要包括：包括数字营销、消费者行为分析、服务营销、销售与管理、品牌策划与推广、商务数据分析、商务礼仪与沟通、智能客户服务与实务课程。

表 2：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	数字营销	① 数字营销策划。 ② 数字广告营销。 ③ 数字互动营销。 ④ 数字营销效果分析和优化	①了解数字经济下商业模式变革、数字营销路径的基本知识。 ② 认知数字营销岗位。 ③ 掌握数字营销原理和数字营销技术的基本知识。 ④ 掌握数字营销策划的方法和技术技能。 ⑤ 掌握数字广告营销的方法和技术技能。 ⑥ 掌握数字互动营销的方法和技术技能。 ⑦ 掌握数字营销效果分析与优化的方法和技术技能。
2	消费者行为分析	① 竞争调研。 ② 行业调研。 ③ 用户调研。 ④ 产品调研。 ⑤ 用户行为分	① 掌握竞争调研的方法和技术技能。 ② 掌握行业调研的方法和技术技能。 ③ 掌握用户调研的方法和技术技能。 ④ 掌握产品调研的方法和技术技能。 ⑤ 掌握指标体系搭建、用户标签形成、用户行为分析、用户画像解读方法和技术技能
3	服务营销	① 了解顾客需求。 ② 建立顾客关系。 ③ 服务创新与设计。 ④ 服务场景搭建。 ⑤ 服务补救	① 了解服务营销的理念。 ② 理解顾客服务期望。 ③ 掌握顾客关系建立的策略。 ④ 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。 ⑤ 了解服务标准的定义。⑥ 掌握服务补救等方法和技术技能
4	销售与管理	① 客户拜访。 ② 产品方案设计与演示。 ③ 商务洽谈。 ④ 项目招投标。	① 掌握销售计划制定的方法和技术技能。 ② 掌握客户开发的方法和技术技能。 ③ 掌握客户拜访的方法和技术技能。 ④ 掌握产品方案设计与演示的方法和技术技能。 ⑤ 掌握商务洽谈的方法和技术技能。

		⑤ 销售管理	⑥ 掌握项目招投标的方法和技术技能。 ⑦ 掌握销售团队管理的方法和技术技能。 ⑧ 掌握销售渠道管理的方法和技术技能
5	品牌策划与推广	① 品牌调研与分析。 ② 品牌定位与设计。 ③ 品牌传播与推广	① 掌握品牌现状分析的方法和技术技能。 ② 掌握品牌定位的方法和技术技能。 ③ 掌握品牌人格化的方法和技术技能。 ④ 掌握品牌命名的方法和技术技能。 ⑤ 掌握品牌广告语创作的方法和技术技能。 ⑥ 掌握品牌故事写作的方法和技术技能。 ⑦ 掌握品牌 Logo 设计的方法和技术技能。 ⑧ 掌握品牌 IP 构建的方法和技术技能。 ⑨ 掌握品牌感官设计的方法和技术技能。 ⑩ 掌握品牌推广的方法和技术技能。
6	商务数据分析与应用	① 商务数据收集。 ② 商务数据处理。 ③ 商务数据分析。 ④ 商务数据可视化	① 掌握商务数据分析思路的方法和技术技能。 ② 掌握商务数据收集的方法和技术技能。 ③ 掌握商务数据处理的方法和技术技能。 ④ 掌握商务数据分析的方法和技术技能。 ⑤ 掌握商务数据可视化的方法和技术技能
7	商务礼仪与沟通	① 职业形象礼仪。 ② 商务交往礼仪。 ③ 人际沟通礼仪。 ④ 会务宴请礼仪	① 掌握仪容礼仪、仪表礼仪、仪态礼仪等职业形象的礼仪。 ② 掌握见面、介绍、握手、名片、送行等商务交往的礼仪。 ③ 掌握语言沟通、非语言沟通、电话沟通、网络沟通等人际沟通的礼仪 ④ 掌握位次礼仪、会议礼仪、宴请礼仪等会务宴请的礼仪
8	智能客户服务与实务	①售前售中售后服务管理体系建设。 ② 客服团队组建。 ③ 客户投诉监控和危机事件处理。 ④智能客服应用场设及开发	① 掌握售前售中售后服务管理体系建设的方法和技术技能。 ② 掌握客服团队组建的方法和技术技能。 ③ 掌握监控客户投诉并处理危机事件的方法和技术技能。 ④ 掌握智能客服应用场景需求调研的方法和技术技能 ⑤ 掌握智能客服人机对话设计的方法和技术技能。 ⑥ 掌握智能客服数据分析优化的方法和技术技能

（3）专业拓展课程

主要包括：渠道管理、社群营销、直播营销、中华商业文化、营销法律法规、广告学原理与实务课程。

3.实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践、岗位实习等。实训可在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、岗位实习可由学校组织在相关企业开展完成。严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

（1）实训

在校内外进行需求洞察、品牌策划、商务礼仪与沟通、数字营销等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在批发、零售、商务服务、制造行业的企业进行市场营销、数字营销、品牌策划、销售与管理等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

4.相关要求

坚持知识传授与价值引领相结合，在专业教育中融入思政教育内容，形成专业课程和思政课程协同育人的局面，落实立德树人的根本任务。坚持理论与实践结合、教学与产业相融，提高学生的专业技能。

（二）学时安排

总学时为2810学时，总学分为164分，16学时计1学分，其中，公共基础课占总学时（学分）的 31.89%。实践性教学占总学时（学分）的52.99%。其中，岗位实习累计时间为6个月。各类选修课程学时累计不少于总学时的 17.68%。总教学时间分配见表3，课程性质与结构比例见表4，课程设置与教学进程总体安排见表5。

七、教学进程总体安排

（一）教学时间分配表

表 3：市场营销专业教学时间分配表（周数）

学期 教学环节	第一学年		第二学年		第三学年		合计
	一	二	三	四	五	六	
入学教育	0.5						0.5
军事理论与军事技能	1.5						1.5
课堂教学	15	16	15 或 16	16 或 15	12		74
劳动教育			1 或 0	0 或 1		1	2
机动（综合实践，可开展校内外岗位实践）	1	2	2	2	3		10
考试考核	2	2	2	2	1		9
岗位实习						18	18
毕业设计					4		4
毕业教育						1	1
总　计	20	20	20	20	20	20	120

（二）学时学分分配表

表 4：市场营销专业各类课程学时学分分配表

课程类别	学时				学分	
	理论教学课时	实践教学课时	合计	占总学时的比例%	学分数	占总学分的比例%
公共基础课	505	391	896	31.89%	52	31.71%
专业课	816	336	1152	41.00%	74	45.12%
集中实践环节	0	762	762	27.12%	26	15.85%
职业技能证书	0	0	0	0.00%	12	7.32%
合计	1321	1489	2810	100.00%	164	100.00%
理论、实践学时占比%	理论教学课时占总学时的比例		47.01%	实践教学课时占总学时的比例		52.99%

（三）教学进程安排表

表 5： 市场营销专业教学进程安排表

课程类别		课程编码	课程名称	课程、性质	考核方式	总学时			总学分	开课学期及周学时安排					
										一	二	三	四	五	六
						合计	理论	实践		15 周	16 周	16 周	16 周	12 周	18 周
公共基础课程	德育类课程	082001	思想道德与法治	B	试	45	36	9	3	3					
		082002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	试	32	24	8	2		2				
		082003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	试	48	36	12	3			3			
		082007	思政课实践教学	B	查	16	0	16	1	4*2 周	4*2 周				
		082004	军事理论	B	查	30	30	0	2	2					
		092015	国家安全教育	X	查	16	10	6	1	1					
		092001	职业规划	B	查	15	12	3	1	1					
		092002	就业指导	B	查	16	8	8	1				1		
		092003	创新创业基础	B	查	16	8	8	1				1		
		082005	形势与政策	B	查	18	18	0	1	2*2 周	2*2 周	2*2 周	2*2 周	2*1 周	
		082006	红色文化	X	查	16	10	6	1				1		
	体育劳动	092004	大学语文	X	查	32	24	8	2	2					
		032001	计算机应用基础	B	试	60	30	30	4		4				
		092005	高职应用英语（一）	X	查	64	52	12	4	4					
		092006	高职应用英语（二）	X	试	64	52	12	4		4				

	心理文化素养课程	092007	经济数学（一）	X	试	30	30	0	2	2					
		092008	经济数学（二）	X	查	32	32	0	2		2				
		092011	体育（一）	B	查	36	4	32	2	2					
		092012	体育（二）	B	查	36	4	32	2		2				
		092013	体育（三）	B	查	36	4	32	2			2			
		1020014	心理健康教育	B	查	30	22	8	2	2					
		102006	人工智能概论	X	查	30	15	15	2		2				
		102001	劳动教育	B	查	60	0	60	2			1周	或1周		1周
		102002	入学教育与军训	B	查	60	10	50	2	2周					
		102003	毕业教育	B	查	30	6	24	1						1周
		102008	艺术鉴赏	R	查	32	32	0	2			2			
	公共基础课程小计					**896**	**505**	**391**	**52**	**19**	**16**	**7**	**3**	**0**	**0**
专业课程	专业基础课程	042001	经济学原理	B	试	64	64	0	4	4					
		042002	管理学基础	B	查	32	32	0	2		2				
		042003	商业经济基础	B	试	64	64	0	4				4		
		042004	商品学基础	B	试	64	64	0	4				4		
		042005	市场营销基础	B	试	64	64	0	4	4					
		042006	统计学基础	B	查	32	32		4			2			
		042007	会计学原理	B	试	64	32	32	4		4				
		小计				384	352	32	26	8	6	2	8	0	0
	专业核心	042008	数字营销	B	查	64	32	32	4		4				
		042009	消费者行为分析	B	试	64	32	32	4			4			
		042010	服务营销	B	查	32	16	16	2			2			
		042011	销售与管理	B	试	64	48	16	4			4			

	课程	042012	品牌策划与推广	B	试	64	48	16	4				4		
		042013	智能客户服务与实务	B	试	64	32	32	4			4			
		042014	商务数据分析	B	查	32	16	16	2				2		
		042015	商务礼仪与沟通	B	试	64	32	32	4				4		
		小计				448	256	192	28	0	4	14	10	0	0
	专业拓展课程	042016	中华商业文化	B	查	32	32		2					2	
		042017	营销法律法规	B	查	32	32		2			2			
		042018	广告学原理与实务	B	查	32	16	16	2				2		
		042019	渠道管理	X	查	32	16	16	2					2	
		042020	社群营销	X	查	64	48	16	4					4	
		042021	直播营销	X	查	64	32	32	4			4			
		042022	跨境电子商务	X	查	64	32	32	4				4		
		小计				320	208	112	20	0	0	6	6	8	0
	专业课程小计					**1152**	**816**	**336**	**74**	**8**	**10**	**22**	**24**	**8**	**0**
课堂课程教学环节合计						**2048**	**1321**	**727**	**126**	**27**	**26**	**29**	**27**	**8**	**0**
实践性教学环节		102007	认知实习	B	查	30		30	1						
		042023	市场营销综合实训	B	查	24		24	1	1 周					
		042024	商务沟通与礼仪实训	B	查	24		24	1				1 周		
		042025	数字营销实训	X	查	24		24	1		1 周				
		102004	岗位实习	B	查	540	0	540	18						18 周
		102005	毕业设计	B	查	120	0	120	4					4周	
实践性课程教学环节合计						**762**	**0**	**762**	**26**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

教学环节课程总计				**2810**	**1321**	**1489**	**152**	**27**	**26**	**29**	**27**	**8**	**0**
职业技能证书	计算机等级证（2 级）		选考				2		□	□	□	□	
	英语等级证（3 级）		选考				2		□	□	□	□	
	普通话二级乙等		选考				2						
	驾照（C）		选考				2	□	□	□	□		
	经济专业技术资格		选考				2	□	□	□	□	□	
	数字营销技术应用		选考				2	□	□	□	□	□	
	职业技能证书学时学分小计			**0**	**0**	**0**	**12**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
全部学时学分总计				**2810**	**1321**	**1489**	**164**	**27**	**26**	**29**	**27**	**8**	**0**

（四）主要实践环节及教学要求

教学实施 实践环节	实践教学内容	实践教学安排	实践教学 方式方法与途径	实践教学 考核与管理要求
校内外实训	各专业学习领域均设置实践环节，根据课程要求具体安排教学内容	根据教学进度到校内、外实训基地完成实训任务	企业或课程教师在实训基地结合实际工作环境安排学生实际操作，指导人员强化学生对理论的理解	校内、外实践指导教师根据实训标准考核
顶岗实习	社会实际工作岗位活动内容	根据教学安排，于第六学期到校企合作单位完成顶岗实习	体验式实践教学，通过企业指导人员对顶岗实习学生的引导实现学生的知识向技能转化，实现学校人向企业人、社会人的转化	根据学生在企业顶岗实习的表现，按照企业考核一般员工的标准予以评价，给予对应学分
社会实践	在校期间参加学院组织的各项义工、志愿者活动	根据学院的社会关系，定期组织学生参与市各项社会活动	体验式实践教学，在相关人员的组织带领下从事社会公益活动，增强社会担当与责任意识	参加义工或志愿者活动时间达到一定时数，给予相应学分

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

经过多年建设，形成了一支整体素质较高和知识结构合理的师资队伍。现有教师 10 人，其中教授 1 人、副教授 3 人、讲师 4 人、助教 2 人，其中双师型教师 8 名占教师比例 80%，有企业经验的教师 4 名占教师比例 40%。教师队伍知识结构合理、专业范围较广，体现学科交叉、专业互补，是一支科研水平高、热爱教学事业、团结奉献、充满活力并具有创新精神的教学与科研团队。主讲教师长期工作在教学、科研第一线，教学经验丰富，学术水平较高，具有丰富的专业实践知识，能够满足人才培养对师资的需求。教学与科研的互动，将为该专业不断

的创新改革和提高教学水平提供了强有力的保证。

2.专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上和较强的实践能力，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强。在本专业改革发展中起到引领作用。

3.专任教师

具有高校教师资格；具有相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4.兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上相关专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才。根据国家有关要求，制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训实习基地。

1.专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内外实训教学基地

表 6：校内实训教学基地一览表

序号	实训室名称	承担的主要实训项目	主要设备配置
1	市场营销实训中心	市场营销实训	配有服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；WiFi 环境；配备计算机，安装 Mindmanager、Office、网页数据采集工具等软件、无线终端

表 7：校外实践教学基地一览表

序号	基地名称	承担的主要实习实训项目	主要设备配置
1	数字营销实训中心	人群画像分析、数字化信息触达策划、客户关系连接规划、营销交易与回报策划、搜索引擎品牌传播、推荐引擎品牌传播、客户开发计划与实施、客户关系分层与分析、客户互动营销计划与实施	配有服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；WiFi 环境；配备计算机，安装 Mindmanager、Office、网页数据采集工具等软件、无线终端

3.实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（三）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需要的教材、图书及数字化资源等。

1.教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等 多种方式进行动态更新。

2.图书文献配备基本要求

本校现有图书500000余册，其中与该专业相关图书资料5万余册，期刊十余种，供师生借阅;已开通电子图书，多种在线远程课程，能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。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。

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，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

1.教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法实施教学，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用工学结合、理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

2.教学手段

运用项目教学法进行真实或机构仿真项目设计教学,将真实项目引入课堂，通过职业岗位的典型工作任务，以“小组教学”模式强调教师和学生的一种交互式、互动性教学。用情感激发调动学习的积极性,用真实目标增强学习动力,利用优秀毕业生的成功经历调动学生学习热情,利用项目方案设计被客户采纳激发学生的学习兴趣。

教学手段运用小组辅导教学，强化学生主动参与课题的能力，在小组教学过程中，一个小组由 6-10 名学生组成，以小组为单位考核任务的完成情况，采取分组设计锻炼了团队分工协作的能力。通过案例教学法达到启迪思维的作用，结合各章节的重点难点，通过典型案例剖析，借鉴成功经验，开拓学生的视野和设计意识、理念，启迪学生的设计思维。结合丰富有效信息化手段、多媒体进行，音像结合，图文并茂，形象、生动，学生易懂，很受欢迎。

3.教学组织形式

教学组织形式采用集中和分散的教学组织形式相结合，采取集中讲授和分散实践的教学组织办法，达到教学目标的最终实现；个别辅导与集体讲授相结合，采取有针对性的个别辅导和集中讲授主要知识点的教学组织办法，达到个体和整体共同提高的教学目标；课堂教学与专业考察相结合，课堂教学与实践性教学相结合，注重对专业整体性的思考方法。

（五）学习评价

建立由学校、社会参与的多元评价体系，将“岗赛证”的评价体系与课程评价结合，注重过程评价、关注增值评价。专业教学质量评价体系主要包括形成性评价、总结性评价、展示性评价、增值性评价四种方式。

1.形成性评价

在“真实项目”的教学过程中，按学生在项目中表现出的职业素质、行为、集体意识和团结协作精神，以及强烈的职业责任感和荣誉感进行评价。

2.总结性评价

在课程职业行为导向教学结束后，对项目的完成情况以及在项目中的技能表现进行评价。

3.展示性评价

把完成的项目作为教学成果展示出来，由“学生自评，小组互评，教师点，客户选择”四种方式组成的全方位多维度评价。

4.增值性评价

以学生个体学习基础为起点，关注记录每个学习阶段的成长值，并以此作为教与学的行为考核方式之一。

（六）质量保障

学校和二级院系建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、 课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、 过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

建议获取经济专业技术资格、数字营销技术应用等任意一个职业技能等级证书；建议获取普通话水平证书(二级乙等及以上)。

十、建议与说明

(一)成立专业指导委员会

专业指导委员会成员应由学院学术委员会委员、机械行业指导委员会委员、企业高工、专业带头人等专家参加，主要任务是制定我院教学目标、实践教学目标和审核确定我院各专业的人才培养方案。

(二)建立实践教学组织体系

应设主管实践教学的副主任，与实训管理中心、教务管理员、实验指导教师和实验室管理员构成完整的实践教学组织体系。实训管理中心负责实践教学的宏

观管理、共享资源实训室的管理、实践教学任务的落实、检查与考核；各教研室负责实践课程标准、实践指导书的编写，校外实践基地的建设与管理。

(三)建设校内实践基地

加快校内实践基地的建设步伐，缩短校内实践教学项目的审批程序，加快校内实践基地的建设步伐。经项目领导小组论证同意的校内实践基地建设项目，应立即组织实施，保证实训的最基本教学要求。

(四)教学经费进行分块管理

教学经费分为两大块，一是理论教学经费，二是实践教学经费。实践教学的经费也分为两块，一块由教务处实训管理中心统一管理，一块由分院在指标范围内自主管理，用于解决联系校外实践基地的建设过程中发生的费用。超过指标的费用，必须经过严格审批程序，做到先申请、后报销。

(五)实践指导教师的聘用与管理

分院有权聘用校外兼职实践指导教师，经学院同意后发给聘书，并到教务处实训管理中心备案。兼职实践指导教师的薪酬按学院有关规定办理。

长远规划中当实践课的课时比例达到 50%时，实践指导教师的比例也达到教师总人数的 50%。

(六)建立实践教学激励机制

在实践教学的评价体系中，建立严格的考核机制、激励机制。对实践教学活动中，不按实践教学计划执行的系部和个人实行严格的考核；对在实践教学活动中具有开拓、创新精神的系部和个人要有一定的奖励；对在实践教学工作中表现突出的实践指导教师、实践教学管理人员实行嘉奖制度。

执笔人：邱　兰

审定人：廖煜泠

2025 年 8 月