

市场营销专业自评报告

学 校 名 称 _____ 辽宁工程职业学院 _____

专 业 名 称 _____ 市场营销 _____

专 业 负 责 人 _____ 施丹宁 _____

填 报 日 期 _____ 2021 年 10 月 27 日 _____

目录

1. 专业概况.....	1
2. 专业建设总体思路.....	1
2.1 指导思想.....	1
2.2 培养目标.....	1
2.3 专业定位.....	2
3. 专业建设主要成就.....	2
3.1 人才培养方案.....	2
3.2 基本办学条件.....	2
3.3 教学内容和教学体系改革.....	3
3.4 教学方法与手段改革.....	4
3.5 教学管理.....	4
3.6 人才培养质量.....	4
4. 专业建设特色.....	5
5. 存在问题及改进措施.....	5
5.1 存在问题.....	5
5.2 改进措施.....	5
6. 专业自评结果.....	6

1. 专业概况

专业名称与代码：市场营销专业（专业代码 630701）

市场营销专业设立于 2010 年，专业主要招收高中毕业生和具有同等学力者，学制三年，至今招收了 2011-2021 级学生，累计招生人数 360 余人。目前在校生总数 95 人。

专业教学团队总人数 10 人，专业教师 8 人，专业教师 80% 为双师型，形成了“双师”为主的构成特色。教学团队都具有本科以上学历，其中硕士 2 人。副高 3 人，讲师 5 人。另外还从企业聘请了 2 位专家担任兼职教师 and 市场营销专业建设指导专家。

实训实习基地满足要求，现建有校内实训室 4 个，包括 ERP 沙盘实训室 2 个，配有计算机、ERP 物理沙盘、电子沙盘、营销之道等软硬设施，为学生模拟企业经营管理及训练学生市场营销技能运用能力提供训练场地。电商实训基地 1 个，配有直播手机、音箱、麦克风、监听耳麦等设备。直播电商实训系统巧妙将电商、营销教学与直播相结合，让学生在学电商模式的同时掌握直播技巧，营销技能。商科虚拟仿真实训中心 1 个，配有企业虚拟仿真系统一套及工作台、工控机等设备。该实训中心对现代制造业与现代服务业进行全方位的模拟经营及管理，营造一个虚拟的商业社会环境，让学生在虚拟的市场环境、商务环境、政务环境和公共服务环境中，根据现实岗位工作内容、管理流程、业务单据，结合与教学目标适配的业务规则，将经营模拟与现实工作接轨，进行仿真经营和业务运作。建有校外实践教学基地 3 个，基本满足了实践教学的需求。

2. 专业建设总体思路

2.1 指导思想

以习近平总书记系列讲话精神和十九大精神为指导，深入贯彻《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）》，把握辽宁老工业基地全面振兴、加快推进沈阳经济区建设、实施突破辽西北战略、打造沈铁工业走廊的新机遇，服务辽宁省五大区域战略，对接铁岭市正在举全市之力重点建设的省级产业基地及旅游城市发展，坚持“开展国际合作，对接地方产业，打造职教品牌”的办学理念，围绕“为经济社会发展，培养适应生产、建设、管理、服务一线需要，‘德技双馨’的高素质技术技能人才”的内涵目标，以工学结合的人才培养模式、与职业岗位对接的课程体系改造为突破口，全面提升人才培养质量和专业实力，努力将市场营销专业建设成为具有突出优势和鲜明特色的品牌专业。为区域职业教育的改革、建设和发展贡献力量。

2.2 培养目标

根据面向市场的办学定位和高职办学层次，采取适应区域经济社会发展和我省优势产业、支柱产业、特色产业或基础产业对技能型人才的需求，本专业主要面向

辽沈区域（地区）的工商企业及相关行业（产业），培养德、智、体、美全面发展，适应社会主义市场经济和现代化建设需要，具有良好的职业道德、敬业精神和可持续发展能力，具备市场开发、销售服务等能力，掌握营销策划、市场调研相关知识，就业初期能够胜任营销员、营业员等岗位工作，之后可以从事营销调研、广告策划等及相关岗位工作的高素质应用型营销人才。

2.3 专业定位

根据市场经济发展人才需求，结合辽宁“十四五”规划和二〇三五年远景目标纲要和我院“十四五”发展规划纲要，立足服务数字辽宁、智能强省和“一圈一带两区”，将本专业建设成服务区域经济社会发展需要，特色鲜明，优势突出，教育质量上乘的营销技能人才培养高地。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，掌握本专业市场开发、营销策划、市场调研、渠道管理等的高素质应用型人才。

3. 专业建设主要成就

3.1 人才培养方案

根据国家教育方针和“三个面向”的指导思想，依托“对接地方产业，打造职教品牌”的办学理念，遵循“育人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的原则，按照“校企深度融合为基础，以职业素质培养为核心，以职业能力培养为本位”的人才培养总体思路，采用“校内工学交替与校外综合实习”的教学模式，实行“工学结合，校企合作”的人才培养模式，实现校企一体化育人。优化人才培养模式，精心构建课程体系。提高学生人文素质、科学素质，培养学生实践能力、创新精神，打造适应区域经济社会发展需要的高质量营销人才。

3.2 基本办学条件

3.2.1 师资队伍

专业现已建成了一支素质高、业务精、能力强的专业教师队伍。现有专职教师8人，其中，副教授3人、讲师5人，在专业教师中，具备“双师”素质的教师8人；具有硕士学位及研究生学历的教师2人。

高素质人才的培养必须要有一支高素质的教师队伍作保证。由于高职院校的市场营销专业主要培养对象是面向生产一线，因此，建立一支思想素质好、业务素质精、学术水平高、教学和实践应用能力强、具有“双师”素质的教师队伍是搞好高职教育的前提。师资建设应以现有的在职专业教师队伍为主，适当加大兼职教师队伍建设，形成教师资源的校内循环和校外循环的良性互动，确保专业建设和人才培养目标的实现。

3.2.2 实践教学条件

(1) 校内实训条件。根据高技能人才培养的需要，围绕办学目标，按照生产性、先进性、示范性、共享性、开放性的原则，满足工学结合人才培养模式及课程体系

改革与建设的需要，通过“工学一体化”、“多功能一体化”、“多层次模块化”等多种运作模式和学院自建、校企共建等多种建设形式，建成具有真实工作环境和职业氛围，集教学、实训、技术推广与服务为一体，多功能、综合性校内实训室2个，实训基地1个，实训中心1个，满足学生校内工学交替学习模式。

(2) 校外实习条件。辽宁工程职业学院在专业建设过程中，充分发挥“源于企业、植根企业、依托企业、服务企业”的办学优势，与沈阳京东世纪贸易有限公司、铁岭喜盈盈食品工业有限公司、华润雪花啤酒（铁岭）有限公司等企业建立友好合作伙伴关系，并发展成为校企合作的的教学基地。同时根据校企合作的方式、合作的紧密程度分三个层次来建设，拟建紧密型、半紧密型、松散灵活型三种类型的校外实习基地。通过三种类型校外实习基地建设，以满足市场营销专业学生顶岗实习、工学结合、毕业综合实践（毕业设计）等教学要求。

(3) 学校实行“双证书”制。教研室负责组织、辅导本专业学生参加国家劳动和社会保障部统一开展的中级推销员和营销师职业资格考证工作。

3.2.3 经费投入

市场营销专业除学院统一管理的教学经费之外，还在校内外实训基地建设方面给予了充分的支持。近几年来在商科虚拟仿真实训中心建设方面总共投入了197.2万，并在每年都有一定经费用于实训室设备购置、教学软件购买、教师科研奖励等。

3.2.4 教材与图书资料

一、选用教材严格按大纲要求，规范教材选用制度。一般由主讲教师筛选，教研室主任审查，系主任签字，确保教材选用科学合理。

二、本专业积累了丰富的图书资料，随着学院图书馆建设的快速发展，加大了本专业图书、期刊等资料的购置力度，再加上规模较大的电子期刊，目前馆藏图书在品种和数量上均能满足教学需要。

3.3 教学内容和教学体系改革

围绕培养目标，改革课程体系。人才培养目标离不开人才培养模式，根据本专业“工学结合，校企合作”的人才培养模式，结合专业人才能力分析，我们在课程建设中，面向岗位群，密切联系和了解企业及社会对营销人才的需求数量和需求规格，反映区域社会经济发展态势，确定了市场营销专业主干课程，构建了具有专业特色的课程体系。

3.3.1 专业课程体系

市场营销专业建设的总体规划为：紧贴市场营销行业的发展需求，培养学生良好的职业技能、职业素质和创新能力。以社会评价、用人单位满意和就业率来作为衡量专业办学水平和人才质量标准，深化教育教学改革，重视受教育者职业能力的形成，在课程设置上强调课程内容与实际工作的衔接性，在教学过程和教学环节上，引入本专业真实案例，强化岗位针对性训练，从而达到零距离上岗的目的。通过三年左右的努力，将本专业建设成“办学理念先进，师资力量雄厚，实训设施一流，

培养人才辈出”的精品专业，专业核心竞争力达到省内先进水平。

3.3.2 课程建设

打破传统学科型的教学大纲，与行业企业紧密合作，制订适应工学结合教学模式的课程标准，突出实际操作能力，融入岗位职业规范，实现学生从学校到实际工作岗位的零距离对接。成立由专业带头人、骨干教师及行业专家的课程项目开发小组，在完成前期市场调研工作的基础上，课程设计以工作流程和项目实施要求为参考标准；课程内容以实践能力为主线，按作业顺序来编排；课程实施过程除了一般理论学习外，侧重实训操作，安排到校内基地或合作企业进行；课程考核以实际操作为主，企业参与考评，以是否达到工作规范要求为考核标准。建立反馈机制，根据企业的意见和建议进一步完善课程标准。

3.4 教学方法与手段改革

本专业教师在教学过程中，运用多种先进的教学方法和手段，实行多种形式的互动式教学如项目教学、情景教学、案例教学、社会实践等，体现学生是学习的主体，引导“学生在学习中实践，在实践中学习”，激发学生的学习兴趣和自主学习的潜能。为强化学生职业能力的培养，设置体验类实训课程，真正实现“教、学、做”合一。充分利用现代化教学手段，把多媒体教学、网络教学等教学手段运用到教学中，增大教学信息量，提升教学效率。

不同课程的类型采用不同的考核方式，如理论与实践相结合；笔试、口试、操作相结合；开卷、闭卷相结合；以证代考等多种形式的考核方式。

3.5 教学管理

教学管理工作中，按照教学进程安排表、教学进度表，认真组织教学方案、填写教学日志，教研室定期进行教学总结，设置专人管理教学档案，确保教学档案规范齐全。建立了对各门课程考核结果进行统计、分析、评价和教学质量分析制度。通过教学评价分析，了解教学情况与教学质量，总结经验，巩固成果，发现教学中存在的问题与不足，研究解决办法，从而保证市场营销专业的教学工作顺利进行和不断提高。

3.6 人才培养质量

本着个性化发展、多元化就业的原则，加强高素质、强能力、应用型人才培养。经过多年的教学质量的持续改进，学生的综合实践能力得以提高，教育成效显著，得到学生家长和社会的广泛认可。本专业毕业生就业优势明显，所学知识现代化技术含量较高，接受新鲜事物能力较强，符合行业（企业）技能型岗位的需要，用人单位对毕业生评价满意度高，就业率逐年攀升，近三年平均达到95%以上。

注重学生在校期间各种专业技能的培养，鼓励并支持学生参加各种类型的专业技能比赛，取得了一系列优异成绩。自专业成立以来，学生参加辽宁省职业技能大赛、全国高校商业精英挑战赛营销模拟决策竞赛、铁岭女大学生创业计划大赛等各

类比赛，共获 12 项奖励，其中国家级奖项 1 项、省级奖 2 项、市级奖 2 项、校级奖 6 项。

4. 专业建设特色

市场营销专业办学特色突出，主要体现在以下几个方面：

专业建设模式特色：成立以行业企业专家为主的专业建设专家指导委员会，强化“工学结合，校企合作”的人才培养模式。邀请合作企业全程参与专业建设规划和专业人才培养方案的指定，实现了实质性的资源共享。根据企业需求，严格遵循中职教育的内在规律，双方共同制订培养方案，包括人才培养目标，课程体系，教学模式等一整套培养方案，采用“工学结合”模式双方共同组织教学。

课程设置特色：本专业在专业教学中，坚持以服务为宗旨，以就业为导向，以能力为本位，以“能用”、“实用”为原则，切实突出职业教育，明确人才培养目标，真正实现理论知识教学与实践操作技能教学相结合的一体化专业教育，实现课程理论教学系统化、技能训练岗位化、专业特色与专业水平一书（毕业证书）多证（职业资格等级证）一体化、素质教育社会化。

课程体系建设特色：在“工学结合，校企合作”的专业建设模式平台上，本专业以就业为导向，构建了与现场岗位需求紧密结合的课程体系，根据课程特点和学生实际，灵活运用案例分析、任务驱动、讨论式教学、探究式教学等先进的教学方法，在教学内容大量融入真实的项目、案例、职业规范和程序，强调“教学做”合一。积极探索基于工作过程导向的课程体系教学改革，使课程内容紧贴生产实践和技术前沿，让学生研究现场的实际问题，体验真实的工作情境。

5. 存在问题及改进措施

5.1 存在问题

(1) 教研教改、科研工作有待提高。专业教师科研水平相对较弱。教学改革与实践结合有待加强。进一步加强企业与市场营销专业的需求结合，深化教学改革。

(2) 课程资源数字化程度不高。教师制作动画、视频、微课、软件、课件的能力有限。

(3) 实习实训条件需要进一步改善

(4) 专业带头人、骨干教师及双师素质教师队伍建设需进一步加强

5.2 改进措施

(1) 进一步加强教研教改和科研工作。开展教学改革与研究是深化教学改革、提高教学水平和人才培养质量的重要途径。在这方面，今后要经常组织专业教师进行集体教研活动；组织教师参加教学与教学改革研究，积极申报及参加学院及省市级教研项目。按照“以教学促科研，以科研助教学”的教学科研思路，加强科研工作，在教学改革、专业建设、课程建设、教学方法等方面多出成果，进而促进专业

教学工作。

(2) 定期选派教师参加培训，提升教师制作动画、视频、微课、软件、课件的水平。与专业化的数字制作公司合作，为教师提供技术支持。

(3) 完善实训条件，更新实训设备，专业实训室建设更贴近企业一线，加强实训管理人员培养。

(4) 定期派出专任教师到企业实践锻炼，参与企业项目，以更新教师的知识和能力结构。

6. 专业自评结果

本专业面向市场，主动适应社会需求，合理确定本专业的人才培养目标。积极推行“双证书”制度，取得明显成效。突出实践教学，学生参与社会实践、企业实习，强化校内技能实训。师资队伍结构合理，中高级职称比率、双师型教师的比率高。近几年毕业生就业质量好，企业认可度高，培养了大批德技双馨的应用型营销人才。