

西安思源学院

本科专业建设规划汇编

(2012~2015 年)

教务处

目录

材料成型及控制工程 2012~2015 年专业建设规划.....	1
市场营销 2012~2015 年专业建设发展规划.....	10

材料成型及控制工程 2012~2015 年专业建设规划

一、专业建设基础和现状

（一）社会和行业需求调研与分析

入世以来，我国逐渐成为“世界制造基地”，要把制造业做大做强，人才资源是根本，时代迫切需要大量掌握材料成型及控制技术的新型人才，材料成型及控制技术已经成为我国国民经济发展最重要的技术领域之一。

随着西部大开发的深入进行，原来处于珠三角和长三角的制造企业不断向中西部转移，这些企业对材料成型及控制工程应用人才需求十分迫切。根据我院对陕西省内 70 多家企业的人才需求调查显示，其中从事材料成型及控制工程专业的科技开发，高新技术应用，智能型高精设备操作的高级技术应用型人才，远远达不到企业的需求，这类人才缺口很大。

（二）专业建设现状分析

机电工程学院是西安思源学院最早成立的学院之一。2003 年，机电工程学院开始招收统招专科生，设立机电一体化技术专业。2007 年，鉴于制造行业的发展，开设机电一体化技术（模具方向）专业。模具方向开设以来，机电学院在各方面都做了努力，使得这个专业方向逐步形成一定的规模。

2008 年，机电学院开始招收本科学生。同时，也为设立材料成型及控制工程（模具方向）专业做必要的准备工作。经过教育部门批准并备案，机电工程学院将于 2012 年接收材料成型及控制工程专业本科学生。

目前，学院建有模具实验室，配备注塑机、冲压机、透明教学模具等专业教学仪器；同时，可以通过改造、完善现有的机械类实验室，使其可以满足材料成型及控制工程专业的需要。

二、专业建设指导思想与发展目标

（一）指导思想

紧密围绕建设应用型大学的定位，以培养陕西省工业和社会经济发展所需的高素质实践型、创新型材料成型及控制工程专业人才为基本任务，紧密围绕地方产业和其他工业领域对本专业的人才需求，完善专业人才培养目标，以学生实践应用能力培养为导向开展专业教学课程体系建设、专业教师队伍建设、专业实践教学条件建设、专业教学管理体系建设及专业科研能力保障建设等工作，促使专业建设协调发展，加强校企、校地产学研合作，充分利用社会资源，以突出专业特色为立足之本推进本专业“十二五”期间建设发展工作。

（二）发展目标

积极探索与实践应用型本科教育规律，着力推进“材料成型及控制工程（模具方向）”专业工学结合的人才培养模式。根据培养目标与规格，建立符合“材料成型及控制工程（模具方向）”专业实际需要的素质、技能、知识体系，并通过核心课程和精品课程建设，完善“材料成型及控制工程（模具方向）”专业课程体系。走专业内涵建设之路，全面推动专业整体建设，为把我校建设成为高水平民办院校而努力。

三、专业建设内容与措施

（一）专业培养目标与人才培养模式改革

1. 目标定位

培养掌握材料成型及控制工程（模具方向）的理论知识，具备较强的实践能力，基础扎实、知识面宽、素质高、富有创新精神，能够服务地方经济、在材料成型工艺过程、材料成型过程自动控制、装备设计及先进材料工程等领域从事科学研究、技术开发、设计制造、生产组织与管理，具有实践能力和创新意识的高级应用型工程技术人才。

2. 培养模式探索与改革

优化课程设置：尽量减少原理性理论课程设置，增加实践课程时间或者实验学时，提高学生的动手能力，选用优秀的以应用为主的教材，配合课程设置的要求，强化实践环节教学。

加强能力培养：学生课程设计题目尽量来源于实践，既能使学生接近企业的需求，也能真正的锻炼学生实际技能；增加学生参与创新实践的机会，组织学生积极申报创新创业项目，开拓学生思维，锻炼学生创新能力。

（二）师资队伍建设

1. 建设目标

以课程教学改革为动力，以提高师资队伍整体素质为根本，通过引进优秀人才、充分发挥现有专家、教授的作用，培养骨干教师，强化团队建设。形成一支教学、教改、科研能力强，年龄、学历、职称、双师素质结构合理，由教学专家、行业技术专家、课程开发专家组成的有合作意识和凝聚力的教师队伍。

2. 建设措施

通过引进硕士研究生和专业技术骨干，使主干课程教师全部达到双师素质，专业负责人在本专业领域有较高学术造诣，至少主持完成

一项以上课题，在各类学术刊物上发表论文 3 篇以上。主讲教师每人至少要发表一篇以上教育教学或应用技术论文。骨干教师每年带领 4-5 名学生进行创新创业训练。

拟每年安排 1 名专业教师到企业生产第一线进行工程和专业技能培训，结合专业进行技术开发和技术服务，提高教师的工程实践能力；充分发挥教授的传、帮、带作用，促进青年教师的业务水平迅速提高；做好专业负责人培养对象的选拔与培训工作。

加强校企合作，聘请与本专业相关的企业专家来本专业交流、讲学、合作科研或兼职工作，带动和提高本专业教师的科技创新和服务水平。

（三）课程建设

1. 建设目标

按照学院的课程改革思路进行“材料成型及控制工程（模具方向）”专业的核心课程改革，突出服务地方经济的应用型专业培养特色。在此基础上，在新的培养计划制定与修订过程中，计划设置 7—8 门专业核心课程，并选择部分核心课程进行重点建设，逐步完善专业课程体系。建设期内，打造《塑料成型工艺与模具设计》、《Pro/E》两门工学结合的优质核心课程，使其在师资队伍、教学条件、教学质量等方面都达到优秀标准。

2. 建设措施

进一步丰富教育资源，完善教师备课平台，建设先进的“材料成型及控制工程（模具方向）”专业立体化教学环境；进一步丰富现代化教学手段，运用现代化教学方法，提高教学效率与效果；继续加强

实践性教学环节，创新型实验，并开展综合性、设计性实验，逐步实现开放性实验。

（四）校内外实验实习实训条件建设

1. 建设目标

围绕人才培养目标，开展人才培养模式改革，重视实验实训室建设。今后4年，将加大实验实训室的建设投入，在现有的实验实训场地基础上，逐步添置和更新2个左右的实验室。

专业实验以实训室为主，外援为辅，最终形成校企合作办学模式。4年内，根据学校总体部署，不断加强校外人才培养基地建设，增加2个左右的校外实训基地。

加强学生的创新能力培养，今后4年内，将加大学生创新能力培养的力度，争取学校经费支持和场地建设，为学生提供全方位的支持与服务。

2. 建设措施

按照整合校内实验实训基地的要求，积极探索校内生产性实习基地建设新模式，创建模拟仿真与真实职业环境相结合的开放型、生产型实训中心，同时大力开发虚拟实训中心。

建立和完善学生自主实训的管理制度，形成学生自主实训的学习制度和考核制度。

在校外实训基地建设上，加强实践教学规范化管理，加强实践教学环节的师资队伍建设，形成结构合理、素质较高的实践教学队伍，提高实训基地的管理水平，提高学生的实践动手能力，促进产学研合作办学。

3. 建设规划

表 1 校内实验实训具体规划

序号	实训类别	实训项目	主要实训内容	主要设备名称	数量 (台/套)
1	模具结构认知与拆装虚拟实验室	模具结构认知与拆装虚拟	认知模具结构进行虚拟模具拆装	注塑模	10 套
				冷冲模	10 套
				其他：混料机、马弗炉等相关实验设备	
				计算机	
2	仿真成型实验室	塑件仿真注塑成型	进行塑模具设计仿真	计算机及软件	50 台
		冷冲、拉伸仿真成型	进行冲压模具设计仿真	计算机及软件	
		实训教学模具故障分析系列	模具生产过程中产品不良现象及故障排除办法	计算机及软件	
3	数控加工实训	数控铣床编程与操作实训	1. 数控铣床操作	数控车、铣床	15 台
			2. 数控铣床结构	刀具及辅件	配套
			3. 零件加工	工量具	配套
		加工中心编程与操作实训	1. 加工中心操作	加工中心	1 台
			2. 零件加工。	刀具及辅件	配套
				工量具	配套
4	电加工实训	电火花、线切割机床编程与操作实训	1. 电火花、线切割机床操作	线切割机床	
			2. 电火花线切割机床认识	电火花机床	
			3. 零件加工	钼丝及辅件	
				电极及辅件	
5	模具钳工实训	模具钳工基本实训	1. 锉、锯	钻床	4 台
			2. 画线	钳工台	10 台
			3. 钻孔、螺纹加工	虎钳	10 台
			4. 模具去毛刺	平板	10 块
			5. 模具研磨、相配	磨具	10 套
6	模具拆装实训	模具拆装实训	冷冲模拆装实训	冷冲压模具成型	10 套
				模具成型拆装工具	10 套
			塑料模拆装实训	塑料模具	10 套
				模具拆装工具	10 套
7	模具成形实训	冲压成形实训	1. 冲压试验;	冲压机床	2 台
			2. 模具安装调试;	冷冲压模具	2 套

			3. 冲床操作及 产品冲压。		
		注塑成型实训	1. 注塑成型试验; 2. 模具安装、调试; 3. 注塑机操作及 产品成型。	注塑机	2 台
				塑料模具	2 套
8	模具 CAD/CAM 实训	模具 CAD/CAM 应 用与实训	1. 产品三维造型 2. 冷冲模设计 3. 塑料模设计 4. 模具加工自动 编程 5. 加工仿真与加 工代码输出	计算机	50 台
				模具 CAD/CAM 软件	配套
		快速成型实训	1. 三维造型; 2. 测量与反求; 3. 快速成型; 4. 快速制模。	快速成型机床	2 台

注：设备数量为按 50 名学生同时实训配置

（五）教材建设

1. 建设目标

选用与应用型本科相适应的教材，加强实践环节的比重，注意学生实践能力的培养。

完善实验实训教材的编写，建立适应应用型能力培养的实验教材体系，充分体现知识、能力、素质并重的人才培养模式。

2. 建设措施

专业教材优先选用应用型本科的规划教材，教材选用以任课教师为主，必须经过教研室主任或者方向带头人的认可。必要时，在教研室教研会议上讨论。

实验实训教材体现应用型本科的要求，以地方应用为侧重点，组织学校教授和地方企业的专家共同研讨实验的要求和具体内容。逐步形成 2 到 3 门独具特色的实验实训教材。

（六）教学方法与教学改革建设

1. 建设目标

加强能力培养：将现有专业分成不同的专业模块，从模具设计、模具制造和自动化三方面培养学生的理论知识和实践能力。

减少课时总数，增加学生自主学习时间，鼓励学生参加第三方认可的培训或者实践，以社会认可证书作为考察学生的手段。

2. 建设方案

在课程设置上，尽量将模具设计、模具制造和自动化三个模块分别集中在一个学期完成，课程完成后，进行相关的实验或者实训，有机的将理论和实践结合，强化学习效果。

培养或者聘用具备双师资格的老师参与到三个模块的教学和实训课程中，以实际的课题指导学生进行相关的课程设计。培养学生的动手能力，使得学生能更快和更好的适应今后的实际工作。

（七）学生技能提升、学科竞赛与课外指导

加强学生的创新能力培养，学校每年组织创新文化节，至今已经成功举办 11 届；积极申报教育部和省教育厅的创新创业训练项目；积极参加每两年举办的机械创新设计大赛；今后 4 年内，将加大学生创新能力培养的力度，从经费支持到场地提供，为学生提供全方位的支持与服务。

注重学生计算机应用能力培养，除基础的计算机知识外，每级学生都可参加学院举办的制图大赛；大三开始，加强学生的 3d 制图能力，鼓励学生参加工信部的 Pro/E 工程师培训，使得学生毕业前具有很强的 3d 制图能力。

四、专业建设的保障措施

（一）组织保障

在学校学术委员会的指导下，学校教学工作委员会和二级学院专业指导委员会有效开展工作，指导专业建设，研讨建设中的难题，明确解决问题的方向、方式和方法。

（二）经费保障

专业早期建设经费约需 100 万元，随着市场需求调整还应按需给以追加维护增设经费。每年学校都有实验室专项、校外实训专项、本科教学工程专项、运行管理维系等费用来支持。

（三）教学运行质量保障

学校层面，教学副校长带领教务处做好制度、规范、流程建设。二级学院作为执行实施单位，在制度导引下，制定实施细则，成立部门督导组，实施日常教学检查，成立专业教学指导委员会，跟进专业建设。教研室每年对专业学生培养效果进行评价，深入研讨课程改革，针对三本学生特点，开展有益于学生成长成才的教学活动和课外辅导。

机电工程学院

2012 年 4 月 30 日

市场营销 2012~2015 年专业建设发展规划

一、专业建设基础和现状

（一）社会和行业需求调研与分析

市场营销专业属于管理学学科工商管理类的重要专业，它是一个科学性、实践性和应用性极强的专业。在我国经济体制的不断改进和完善的形势下，企业要参与市场竞争、取得持续健康的发展，就必须树立现代市场营销观念，制定市场营销战略，搞好内部和外部市场营销活动，这就需要大量高素质的市场营销人才。近年来，营销管理类和应用型人才在我国各类企业中的需求和地位以及收入都得到了大幅度的提高，社会对营销专业的需求已经是无处不在，这为我校开设市场营销本科专业提供了广阔的市场前景。

1. 市场营销观念正在向社会的各个领域迅速渗透

从世界范围来看，市场营销理论与实践已引起盈利性企业以及非盈利性组织的普遍重视，营销观念已逐渐渗透至社会各个领域并广泛地得到应用。营销观念与营销管理成为人们生活中的一个重要组成部分。“把自己推销出去”是企业和非盈利性组织成功的前提。在我国，各类型学校为了保证生源，也将市场营销思想运用到办学方式上来。一些国家的政府和法律部门也变得越来越重视市场营销，许多营销技巧正在被用于解决国家和社会问题及招商引资等方面上来。

2. 市场营销是指导企业制胜的法宝

企业的生存必须依赖于市场和社会需求，而市场营销是联结社会需求与企业反应的中间环节，是企业用来把消费者需求、市场机会变成有利可图的公司机会的一种行之有效的方法。在任何国家的市场上都经常有许多未满足的需要，因而经常存在着许多市场机会。企业的

市场营销人员通过市场研究，密切注意和调查研究市场需求，可以发现一些尚未满足的需要和市场机会，再按照目标市场的需要，设计和生产适销对路的产品，这样，企业就可以扩大销售，提高市场占有率。市场营销已经成为企业在竞争中制胜的法宝。

3. 国家、社会、企业、各种组织对市场营销人才的需求量大大增加

随着我国企业经营管理体制的不断完善，企业间竞争加剧，各种组织也为了能够有更好的生存和发展空间，十分重视营销在本组织中的应用，营销类人才的需求已经由原来单一的企业需求发展到多种组织对营销类人才的需求。近来在各种组织进行的人才需求调查结果显示中，营销类人的需求量都位居前三名。在西方发达国家，市场营销人员人数平均占员工总人数的 30% 以上，而我国生产性企业上此类比例仅有 3%。伴随着我国经济的进一步国际化和全球化，我国对营销类人才的整体需求还会保持良好的势头，这些都为我院设立市场营销本科专业奠定了良好的市场空间。

4. 西部大发展，陕西经济地位的崛起需要本土化的营销管理类人才

随着国家实施西部大开发战略的实施，我省经济继续平稳较快发展。然而，陕西经济未来大发展的有效推进能否获得更进一步的发展，从一定的意义上来说，也取决于我们能否发挥自身优势，在全面提高全面人才素质的基础上，培养大批本土化、能扎根于陕西企业的营销管理人才，以满足陕西经济的发展需要。据陕西省有关方面调查，陕西人才虽多，但结构不尽合理，传统科学技术人才过剩，而能适应陕西和扎根陕西的营销管理类人才十分短缺，这在一定程度上影响着陕

西经济的发展和企业向更高层次的发展，为了成功的实施西部大开发战略，有效的促进陕西大发展，必须加速培养和造就一大批具有创新能力和真才实学的营销管理类人才。

同时，我省经济发展的重点是产业结构的调整：重点调整第二产业，加强第一产业，大力发展第三产业。为此，必须树立现代市场营销观念，以市场需求为导向来组织生产经营活动。为了达到这一要求，需要大量的市场营销人员充实各级各类企业。从近几年，我省劳动力市场对市场营销人才需求量的增长速度可以看出，随着陕西产业结构的调整、经济发展速度的不断提高，市场营销人员的就业率将不断提高。

（二）专业建设现状分析

1. 围绕教学目标提升人才能力培养，建立了课堂、校内、校外一体化专业能力的人培养方案，打造地方型、应用型、开放型的市场营销本科人才。

市场营销专业结合自身的专业特色，围绕人才培养目标制定培养方案，在整个市场营销专业的人才培养方案中，本专业通过课堂理论知识的讲解、校内实训室和校内对应的能力培养大赛、寒暑假校外专业实习及毕业实习完成了能力的培养设计，并进行了实施。市场营销专业目前拥有稳定的校外实训基地 6 个，比较能够满足学生校外顶岗实习的需求。在校内有共享的模式企业实验室、ERP 实验中心、物流中心 etc 可以较好的满足现阶段学生的学习需求；本专业还开展了校级的能力大赛，以此来检验和提升学生的专业能力，围绕大赛开展“课内赛、全校赛、省级以上比赛”的能力竞赛模式，获得了较好的成绩，目前开设的有校内“推销大赛和营销策划大赛”。申请的营销综

合实训室已经获批立项，拟投资近 40 万元建立。

2. 开设专科专业多年，积极了较好的教学资源

我校开设市场营销专科专业多年，积累了较好的教学资源。在 2004 年开设了市场营销专科专业，已经有 800 名毕业学生。市场营销专业自建立以来就非常重视师资队伍的建设，目前专业教师全部为硕士研究生学历，中级职称以上的教师达 100%，有资深教授作为专业带头人，教师队伍职称结构合理，老、中、青年龄搭配适当。

3. 理论教学与实践并行，走向产、学、研结合之路

市场营销专业自成立以来就非常重视理论教学与实践并行，教师在课堂教学中不仅给学生教授理论，更重要的是能将理论用于实践。由于新建本科专业，学生目前的专业能力等有待提高，我们利用寒暑假积极组织专业认知、专业能力的校外实习；对外承接市场调查、促销、企业营销策划等业务，为学生实训、实习、科研提供了平台，近年来产、学、研活动取得了一定的成绩，市场营销本科组的教师积极参与课题活动，带领部分优秀的本科学生开展了大量的社会调研，教研组先后获得省级以上课题 4 项，企业及相关组织课题 4 项，教师发表论文 20 余篇。

二、专业建设指导思想与发展目标

（一）专业建设的指导思想

认真贯彻和执行我校培养应用型人才的办学理念，努力提高学生的实践创新能力，立足于市场，着眼于社会；市场营销的基本思想就是市场导向，我们的专业建设也要遵循这一指导，专业建设要同陕西经济发展紧密结合，为陕西及地方型培养适用人才、合格人才；专业建设不仅要涵盖营销专业所应掌握的基本知识点、基础理论与基本技

能同时要体现人才培养的实用性、可行性，在市场营销专业建设中无论是学科建设还是师资培养，都要实用、可行。

（二）专业定位

本专业培养适应社会主义市场经济建设需要，德、智、体全面发展，掌握系统的理论知识，具备较强的专业实务运作能力的市场营销人才。要求毕业生掌握管理学、经济学和市场营销、营销策划以及企业战略管理的基本理论及基本知识，具有市场营销专业基础能力，市场调查的能力、营销谈判与推广能力和营销策划能力，围绕着这样的能力培养目标，我们开设了相应的专业能力模块的课内教学课程，对应能力的校内独立实训课程，开展对应技能大赛，并借助寒暑假强化和进一步的延伸和拓展学生的能力培养，努力打造适合陕西市场中需求的通用营销类人才、网络营销、房地产营销类的专门应用型营销人才。

三、专业建设内容与措施

（一）专业培养目标与人才培养模式改革

1. 目标定位

通过一系列扎实、深入的教学改革，使在校生的总体质量达到省内同类院校的较高水平；完成师资队伍的基本建设，形成合理的教学梯队。把提高教学质量的具体目标落实到师资队伍、课程、教材、实验、实训等建设上。争取 1—2 项教学研究成果获得省级教学成果奖。教师年发表学术论文 2-3 篇，不断借鉴和学习借鉴先进学校灵活机动的办学模式，更好地适应市场的需求。并随着专业学生人数的增加，做好人才引进和青年教师培养工作。

2. 人才培养方案释析

本专业培养适应社会主义市场经济建设需要，德、智、体全面发展，掌握系统的理论知识，具备较强的专业实务运作能力的市场营销人才。要求毕业生掌握管理学、经济学和市场营销、营销策划以及企业战略管理的基本理论及基本知识，具有市场营销专业基础能力，市场调查的能力、营销谈判与推广能力和营销策划能力，围绕着这样的能力培养目标，我们开设了相应的专业能力模块的课内教学课程，对应能力的校内独立实训课程，开展对应技能大赛，并借助寒暑假强化和进一步的延伸和拓展学生的能力培养，努力打造适合陕西市场中需求的通用营销类人才、网络营销、房地产营销类的专门应用型营销人才。

（二）师资队伍建设

1. 建设目标

建设一支具有较高理论水平和实践能力，符合年龄梯度结构的高素质的教师队伍是专业建设重点工作之一，也是专业建设未来工作有保障的必要条件。

2. 建设措施

（1）提高教师的学历及学位层次。争取用 5 年左右的时间，建立一支年龄、职称、学历结构合理的高素质教师队伍。专任教师总数达到 15 人，其中教授 3-4 人。聘请部分知名专家学者和企业界人士担任本专业客座教授和副教授。一方面加大优秀教师的引进力度，输入新鲜血液；另一方面加大教研室师资队伍的培训、学历教育，支持在职学习、提高素质。根据学校及学院安排，有计划地派教师进修相关课程，更新专业知识；并积极鼓励现有教师提高学历，使师资队伍学历层次进一步提高，知识结构得到明显改善。

(2) 教师进修和培训。积极争取进修条件,使教师通过进修、交流、合作研究等方式掌握学科前沿知识,提高学术研究水平;积极鼓励教师参加专业学术研讨会、学术报告会,不断提高科研水平。每人每年参加一次区内学术研讨会,每两到三年参加一次区外全国性学术研讨会,由分院里安排每年进行一次学术交流会,积极鼓励教师在全国性学术刊物上发表论文。

(3) 社会实践。有计划地派出教师到企业挂职锻炼,参与课题研究,以丰富他们的实践知识,提高理论联系实际的能力。继续推进管理科学案例研究项目和教学案例的编写,以丰富教学内容。

(三) 课程建设

1 建设目标

(1) 保证教学内容的先进性,突出实践环节的重要性。教学内容及时充分反映本学科动态和前沿知识,适时更新教学内容。专业课内容突出应用性,注意培养学生的适应能力;实验课增加设计性、综合性、创造性内容。突出实践环节,改革实践教学的方法和内容。实践教学应与专业方向、专业特色、课程体系的变化同步。课程实习、毕业实习要提高理论知识含量,真正让学生在实践中学习技能,培养能力。

(2) 增强课程体系的实用性和技能性。力求形成一个科学的、有特色的课程体系。在课程设置上,一方面结合行业、企业的特点与需要,另一方面注意学生个性的发展。在课程开发过程中,可由企业界人士和教育界人士共同开发、审查和评估所有课程及其实施过程,以求实用于经济建设。根据职业适应性的需要进行课程调整,为不同学生提供更为灵活的教育服务。

(3) 加大课程建设力度，提倡开门办学。加大课程建设力度，应结合教学设计并从师资队伍入手，建设优秀课程的培养机制和师资梯队；提倡开门办学，办法之一就是邀请省内外知名企业家来院开办专题讲座，以开阔学生的专业视野，提高其专

2 建设措施

(1) 执行教育部关于本科的基本课程结构要求，具体如下：

课程类别	课程性质	课内学时	学分	学时分配			分配学期/周学时							
				讲授	研习	课内实践	一	二	三	四	五	六	七	八
通识课程	必修	800	45	588	44	168	16	16	6	7				
	限选	32	2	32										
	选修	64	4	不定										
	小计	896	51	620	44	168	16	16	6	7				
专业必修课程	学科基础	616	39	616			4	7	16	19				
	专业基础和专 业	546	34	546							20	16		
	小计	1186	73	1162			4	7	16	19	20	16		
专业选修课程	学科拓展	—												
	专业拓展	—												
	专业方向	236	15	236								16		
	小计	236	15	236								16		
独立实践课程	必修	30周	30			30周	1周	2周	4周	4周		1周	5周	13周
	选修		5				假期分散进行							
	小计	30周	35				1周	2周	4周	4周		1周	5周	13周
合计		2318	172				20/ 1周	23/ 2周	22/ 4周	26/ 4周	20	19/ 1周	16/ 5周	13周

(2) 围绕市场营销培养目标开设课程，形成以能力培养为主线的课程组合体系，具体对应如下：

市场营销专业能力培养课程探索目标

模块类别	课程/实训	课内学时/周数	学分	学时分配	
				讲授	践
专业基础能力模块	市场营销专业导论	16	1	16	
	经济学理论与实务	48	3	48	
	经济法	48	3	48	
	经济应用文写作	32	2	32	

	管理学基础理论与实务	54	3.5	54	
	军事训练	2周	3		2周
	办公自动化大赛	2周	3		2周
	营销成功人士访谈	1周	1.5		1周
	认知企业	2周	3		2周
	小计	266	23	198	68
市场调查应用 能力模块	市场营销理论与实务	54	3.5	54	
	物流与运输	54	3.5	54	
	会计学原理与实务	48	3	48	
	商品学	48	3	48	
	经济数学	54	3.5	54	
	统计学原理	48	3	48	
	模拟企业	2周	3		2周
	开展小型市场调查活动	1周	1.5		1周
	了解一家企业的一起营销事件	3周	4.5		3周
	小计	450	28	306	144
营销谈判与推广应用 能力模块	现代推销实务	48	3	48	
	商务谈判	48	3	48	
	消费心理学	54	3.5	54	
	客户关系管理	48	3	48	
	企业经营管理模拟沙盘实训	1周	1.5		1周
	推销技能实训技能大赛	2周	3		2周
	了解一家企业近年来一线产品的研发、定价、销售渠道、广告	2周	3		2周
	小计	13	20	198	144
营销策划发展能力 模块	市场价格学	32	2	32	
	分销渠道管理	32	2	32	
	网络营销	54	3.5	54	
	企业管理概论	54	3.5	54	
	连锁经营与管理	54	3.5	54	
	广告策划与实务	54	3.5	54	
	公共关系策划	48	3	48	
	Cis 策划	54	3.5	54	
	营销师培训	2周	3		2周

营销策划设计实训大赛	2周	3		2周
毕业教育	1周	1.5		1周
毕业实习及毕业论文	12周	18		12周
对本学期了解的企业，结合一场活动，做一份营销策划书	3周	4.5		3周
深入企业开始实习，为就业奠定基础	2周	3		2周
小计	910		382	528

(3) 积极开展市场营销专业重点课程的建设工作。拟在3年时间内建设2至3门市场营销专业的精品课程。

(四) 校内外实验实习实训条件建设

1. 建设目标

围绕人才的培养目标所需要的教学资源开展相应校内外实验实习实训条件建设。

2. 建设措施

实验实训校外实习建设分校内校外两条线进行建设，校内实验室建设重在完成各专业基础性、演示性的实验项目，校外实习基地的建设要承担专业实习和综合性实习任务。

(1) 围绕市场营销专业能力培养目标建设市场营销专业通识能力、市场调查能力、营销谈判与推广能力、营销策划能力建设市场营销校内实验室，并对应性开展校内的实战技能大赛，选拔优秀学生参加省、国家级的比赛，最后通过寒暑假的专业能力实践为学生未来就业提供可行的保障。

(2) 进行市场营销实训室建设，突出计算机辅助实验的开放性、时效性的功能。充分利用网络和各种专业教学软件，给教学和学生训练提供一个较完整的管理系统软硬件平台。

(3) 拟新购的市场营销模拟软件和市场调查软件，完全紧跟本专业的培育目标，实现在校内的模拟，缩短学生就业的距离。

(五) 教材建设

1. 建设目标

结合学校制定规范教材选用的管理办法，制定教材选用的标准，及时考核市场营销专业教材的适用性，加快部分校内实践课程的校内教材编写，争取能够自编 1 至 2 本适合应用型本科市场营销专业适用的应用型本科教材。

2. 建设措施

(1) 遵守学校对教材选用的管理办法。继续加强教材选用管理，规范选用程序，大力推广、使用教育部规划教材、国家级重点教材、省部级优秀教材。

(2) 加强自编教材编写工作。五年内计划编写并出版教材 1-3 部，初步拟定《市场营销学》。

(3) 完成模拟企业、erp 等校内实训教材的修订及编写工作。

(4) 电子教材、多媒体教材的教材建设。紧密结合教学方法与手段的改革

大力推进电子教材建设以适应日益普及的多媒体教学需要，确保采用多媒体授课的课程数量逐年增加，争取 100% 以上的必修课、限选课实现多媒体教学或网络辅助教学。

(六) 教学方法与教学改革建设

1. 建设目标

充分利用我院现有的现代化设备，让教师采用多种形式的教学手段，做到课程声音、图像、方案三结合，使课程更加生动直观形象。

2. 建设方案

以人为本，提高教师素质，加强师德建设，树立和谐、团结、互助的团队精神，要求教师在自己所讲授的课程中加入教书育人的有关内容，制定了科学的教学质量评估体系，明确了以教为本，以评促教的评估目标。同时从促进教师开展教研入手，召开教学经验交流会，组织教师进行教学观摩活动，丰富教学方法。对刚毕业的教师或讲课效果不理想的教师派讲课好的教师进行帮助指导，保证教学质量和学生的学习效果。

（七）学生技能提升、学科竞赛与课外指导

为了使学生在求学的过程中熟知在大学四年的人才培养方案、过程等，每一届新生入学，教研室主任就专业培养目标、课程设置、就业前景等方面的问题对学生做详细的介绍，促使学生明确学习目的，端正学习态度。另外经常性请企业界专业人士介绍本专业相关信息及社会对本专业人才的要求，从而培养学生的危机意识。

积极开展学科竞赛，我校由市场营销专业主办的“推销大赛”“营销策划”大赛已经开展多年，这两个比赛就是围绕人才培养方案设计的比赛，赛事模式采用课堂加全校比赛，优秀选手推荐至省级比赛的学科竞赛模式，在整个比赛的过程中建立教师的对应指导，加强师生之间的交流，同时也提高了教与学水平。

四、专业建设的保障措施

对市场营销专业的建设有相应的保障体系，有助于专业建设的实施。（一）组织保障

学校设有市场营销专家委员会严把教学关，以市场营销本科组的教师为核心建立了专门的人才培养的师资队伍，管理学院负责市场营

销本科教学的整体运行及管理，学校有专门的质量监控中心监控人才培养方案的执行过程，确保了我校市场营销专业人才培养的组织和管理规范、有序。

（二）经费保障

学校每年有专门的财务预算支持专业建设，支持教师进修等专业建设的相关经费保障，据 2011 年财务预算计划，具体随教学过程的实际需要可以进行适当加减。

（三）教学运行质量保障

我校在教学过程中有较为严格的教学运行质量管理体系，由教研室、分院、教学督导、教务处、教学质量监控中心以及评建办组成，每年对教师的教学过程、学生的学习过程、专业的建设进度、课程改革、教风、学风等进行监督并检查，每年进行相应的考核，以此保证人才培养方案的有效运行。

管理学院

2012 年 4 月 29 日