

# 经济与管理学院市场营销专业建设规划 (2015年)

**一、专业建设规划思路。**认真贯彻党的教育方针和教育部对营销专业人才的培养要求，以科学发展观为指导，以市场和就业为导向，以改革和创新为动力，建立“宽口径、厚基础、高素质、强能力”的人才培养模式；并以构建科学的课程体系为基础，深化教学改革；以教师队伍建设为核心，优化师资结构；以办学条件不断完善为助推，突出应用型人才的培养特色；以健全制度为保障，强化科学规范管理；以科学研究为辅助，推动教学向纵深发展等手段，多管齐下，全面提高经济与管理学院市场营销专业教学质量，向社会输送合格、优秀的市场营销专业人才。

**二、专业建设总体目标。**按照市场营销专业建设的思路，将进一步提升市场营销专业的人才培养质量，使本专业的办学特色更加鲜明，学生实践能力和创新精神显著增强，师资队伍的整体素质稳步提高。在此基础上，逐步将市场营销专业建设成在省内同类院校中具有一定影响力的示范性特色专业，并努力向国内同类专业的领先水平迈进。

**专业建设具体目标。**主要包括以下几个方面：

一是打造高水平教学团队。建设一支结构合理、理论水平高和实践能力强的教学团队是本专业建设的重点工作，也是本专业持续发展的根本保障。为此，我们要进一步优化教师队伍、加大人才引进和培养力度。计划到2018年，市场营销专业师资队伍建设要上一个新台阶，教师的年龄结构、职称结构和学历结构更趋合理。其中，教授职称应占到40%，博士研究生应占到35%。同时，要通过校企合作，整体提高教师团队的实践能力；通过合作方式将企业高端管理人员纳入本专业教师队伍，并力争使企业类教师比重达到本专业教师队伍总量的20%。力争将市场营销专业教学团队打造成省级教学团队。

二是构建独具特色的课程体系。本专业的课程体系建设将以《市场营销学》省级精品课程建设为主线，突出应用性课程在整个教学中的地位，建立一套理论与实践相结合、案例教学与实验教学相结合、实习与实训相结合的独具特色的课程体系。教学内容将紧跟市场营销专业发展趋势和企业销售管理实际需要，注重现代化教学手段的应用，课程全部实行多媒体教学。同时，以专业方向课和专业拓展课的形式合理设置专业选修课程，扩大学生的专业知识面，促进学生的专业能力培养。

三是教材建设取得更大突破。为了适应市场营销专业人才培养目标及规格的要求，保证课堂教学的质量，鼓励专业教师着手进行实训教材和案例教材的建设，加强本专业主干课程电子教案的建设。力争在 3-4 年内编写出 2 部实践教学或实验指导教材，完成全部专业主干课程的电子教案库。

四是构建体现应用能力的实践教学体系。实践教学是提高学生实践能力和培养创新意识的关键环节，为此，市场营销专业计划用 3-5 年的时间，建立起条件优良、资源充足、体系完善、运行高效的实践教学体系。在实验课程的设置上，继续按照 2013 人才培养方案的要求，全力开出所有增设的实验课程；在师资配备上，本专业将在 2016 年配备实验室管理人员 1—2 名；在专业实习教学方面，继续加强与校外实习基地的联系，进一步扩展新的实习基地和深化实习内容、变换实习方式，进一步完善实习制度，明确实习目的和内容。

### 三、专业建设措施

主要包括以下四个方面：

一是优化教师队伍、加大人才引进和培养力度。

1、鼓励教师提高学历层次和提升职称结构。鼓励教师攻读博士学位，对于在职攻读博士学位的青年教师在政策上要给予支持，在时间上给予保证；积极引进专业建设需要的博士毕业生。采取措施鼓励有条件的教师积极晋升职称，使正高级职称的教师比例逐渐提高。通过培养和引进，争取在 3-5 年内，力争使专业教师中具有博士学位的比例达到 40%；教授比例达 35%以上。

2、鼓励教师进修和培训。有计划地安排教师进行专业进修，各种高规格的学术交流、培训活动，或参加国内外高校的交流活动等，不断提高本专业教师的专业理论水平和学历层次。鼓励教师进行教学科研，对教学科研成果实施相应的奖励政策，不断提高教师队伍的教学科研水平。

3、加强青年教师的培养，倡导教师进行教学研究。通过实施教学导师制度，组织本专业教学经验丰富、教学科研成果多的老教师通过“传、帮、带”的工作，来指导和帮助青年教师提高教学和科研能力。

4、建立市场营销专业“校企合作”平台。以合作等方式，选聘企业的营销管理人员纳入本专业的兼职教师队伍，并力争使相对固定的企业管理人员类教师比重达到本专业教师队伍的 40%；同时，创造机会，有计划地安排专业教师到企业进行不定期挂职锻炼，以建立具备实践经验的师资队伍。

二是构建以精品课程为主线的课程体系。课程体系建设是专业建设的基础。

1、进一步修订人才培养方案。将新的理念和举措通过 2015 版培养方案融入到市场营销专业的课程体系中去，以紧跟时代步伐，灵活调整适应专业发展需要。

2、注重课程建设。本专业将以《市场营销学》精品课程的建设为主线，经过 3-4 年年，使《市场营销学》课程达到国家级精品课程建设水平；《组织行为学》达到省级精品课建设水平；其他的优质课程如：《市场调查与预测》、《营销渠道管理》、和《广告学》等在 3-4 年达到校级精品课程建设水平。

3、强化课程管理。每门课程都采取主讲教师负责制，由负责人带领全体授课教师定期开展和落实教研活动，在 2017 年完成市场营销专业主干课程的课程建设规划；每门课程每学期都要进行 2 次以上的集体备课，完成《市场营销学》、《市场调查与预测》和《营销渠道管理》等专业核心课程的试题库合案例库建设。

4、加强教学管理。工商管理系对于市场营销专业教师的教学质量将严格把关和奖惩，通过各种手段逐步帮助所有教师提高教学水平，并要求市场营销专业教师在学校组织的教学评估中优良率达到 100%，争取在学校每次组织的教学竞赛中都积极参赛并获取奖项。

三是多角度加强专业教材的建设。

1、加强本专业主干课程实训教材建设。在 2-3 年内组织授课教师编写符合专业特色要求的《市场营销实训教程》、《营销策划实训教程》等实践实训教材。

2、加大优秀教材的引进力度。通过专业教学研讨等方式，对专业教材进行遴选，淘汰不适合专业发展的过时教材，主要使用同行公认的优秀教材。

四是以培养学生应用能力为重点，完善实践教学体系。实践教学对市场营销专业有着不可替代的地位，我们要按照本科应用型、复合型营销人才的培养要求，改革实践教学内容，构建更加完善的实践教学体系。

1、完善校内实验实训教学。本专业将配备 1-2 名专业的相关课程教师兼任实验指导老师，继续按照 2013 培养方案的要求，开出所有增设的实验课程；在充分利用专业实验室的基础上，完成商务谈判与沟通等课程的实验；在原有实践教学体系的基础上增设 ERP 沙盘模拟实验、证券投资模拟实验、社会经济调查等实验课程。拟在 3-5 年内完善校内“实训中心”，完善仿真环境下的实训项目（现有金蝶 ERP 沙盘模拟教学系统和用友 ERP-U8 管理软件，包括营销实训、供应链、生产制造等）建立用于市场营销实训、电子商务实操的模拟实验室和实战练习的场所。

2、搞好专业实习教学。继续加强与校外实习基地的联系，建立互惠性校企合作平台。要在现有实习基地的基础上，每年再建设 1-2 个稳定的、深层次的专业教学实习基地。工商

管理系派出专业教师到实习基地挂职为企业提供员工培训，策划咨询等支持；实习基地负责安排学生实习岗位，派员工指导实习学生，为学生增强专业感性认识，提高实践动手能力提供必要的保障条件。

3、建立并巩固设计性学科竞赛平台。启动每年一届的全国营销大赛参赛活动和校内主题营销策划大赛活动；继续巩固创业大赛、ERP 企业模拟经营大赛等重要的学科竞赛。在未来竞赛项目的设计上，还要继续紧密结合专业特点，实现以竞赛为载体，锻炼学生根据实际问题设计方案，解决问题的能力。