附件4:

市场营销专业（普招）人才培养方案

市场营销专业人才培养方案是市场营销专业的基本教学文件，适用于本校高等职业教育（专科）市场营销专业。它是市场营销专业组织开展专业教学活动、实施专业人才培养、进行专业建设和开展质量评价的基本依据。

本方案的制定依据教育部《高等职业学校专业教学标准：市场营销大类》，由市场营销专业教学团队起草、系主任审核、专业建设指导委员会论证，并经学校教学工作委员会审核和学校院长办公会审定后发布实施。

1. 专业名称（专业代码）

市场营销（530605）

**二、**入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

以3年为主，按照学校学分制管理规定实行弹性学习年限。

四、职业面向与岗位分析

（一）职业面向

**表1 市场营销专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **所属专业****大类**（代码） | **所属****专业类**（代码） | **对应行业**（代码） | **主要职业****类别**（代码） | **主要岗位类别(或技术领域)** | **职业资格****(职业技能等级)证书举例** |
| 财经商贸大类（53） | 市场营销类530605 | 批发和零售业（F）批发业（51）零售业（52） | 商品销售 | 市场推广员、销售员、销售主管、销售经理 | 营销员 |
| 高级营销员 |
| 渠道管理 | 渠道经理、招商经理、区域经理、市场督导、大区经理 | 助理营销师 |
| 营销师 |
| 营销策划 | 市场推广经理、营销策划经理 | 高级营销师 |
| 营销策划师 |
| A | B | C | D | E | F |

（二）主要工作岗位分析

**表2 市场营销专业主要工作岗位**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **岗位名称** | **岗位类别** | **岗位能力要求** |
| **初始岗位** | **发展岗位** |
| 1 | 导购 | √ |  | 能够独立接待顾客的咨询，了解顾客的需求并达成销售；做好货品销售记录、盘点、账目核对等工作，按规定完成各项销售统计工作。 |
| 2 | 市场推广员 | √ |  | 能够做全面的产品推广工作，增加产品销售范围，根据公司的营销策略，开拓新市场领域，扩大产品在所负责区域的销售，扩大产品的市场占有率。 |
| 3 | 销售员 | √ |  | 熟悉行业知识、企业知识和产品知识及掌握销售知识与技能，能积极开拓业务，按时保质完成上级下达的任务指标，及时地、如实地向上级汇报或反馈市场信息。 |
| 4 | 销售经理 |  | √ | 能够预测产品销售情况，制定销售计划和指导销售人员执行销售计划，并监督和控制销售计划的执行情况；能够建立销售团队，根据销售目标和销售计划实施市场开发，挖掘潜在客户，保证市场占有率。 |
| 5 | 商务助理 | √ |  | 能够协助经理负责公司业务及产品的销售，负责目标客户群体的开发，维护客户关系，保证良好沟通，适时挖掘潜在业务需求，完成二次营销；负责服务客户过程中与其他业务部门的有效配合协作；负责客户资料的维护与完善，完成上级领导交给的其他工作任务。 |
| 6 | 渠道经理 |  | √ | 能够进行渠道招商和管理工作，根据销售目标组织制定渠道开发策略和渠道销售策略，并制定相应的实施方案，提供渠道服务支持；根据实施方案将渠道工作分配给下属员工，督促员工完成渠道开发和销售任务；维护与已有的销售渠道客户的关系，将企业的最新销售政策传达给渠道客户；与市场部门进行配合，共同完成渠道拓展和推广活动。 |
| 7 | 区域经理 |  | √ | 负责区域销售计划的制定与执行，了解客户需求动态，指导下属挖掘潜在客户，并对区域客户开发情况进行跟踪，以实现不断的提高公司市场占有率的目标。组织做好货款回收工作，负责拜访本区域的重要客户，监督、检查销售人员对客户的定期访问情况，及时处理客户异议和投诉，以提高客户满意度，建立良好的客户关系。 |
| 8 | 营销策划经理 |  | √ | 能够根据公司项目市场营销策略，制定公司产品的市场营销方案，并与相关部门共同落实、考核与监控，实现营销目标。根据产品营销策划，组织和运营大型营销策划推广方案，并对活动落实及效果进行收集反馈。负责项目品牌及产品的推广运营的相关工作。收集相关市场信息，定期提供相关市场分析报告，为企业决策提供依据和支持。 |

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有一定的文化水平，良好的职业道德和人文素养，强烈的社会责任感和一定的创新创业能力，掌握本专业的现代市场营销理论知识和营销实践技能，面向快消品、农资、家电、IT、汽车、建材、地产等行业销售、管理与策划岗位，能够从事市场调研、产品销售、渠道管理、营销策划等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1.素质要求

（1）思想政治素质：坚持四项基本原则，掌握马列主义、毛泽东思想和邓小平理论的基本原理，弘扬社会主义核心价值观，具有爱国主义和集体主义品质。

（2）文化科技素质：具有基本的人文社会科学知识，养成良好的学习态度和学习方法，培养良好的学习习惯和审美观，追求不断的自我发展、自我完善和自我超越。

 （3）身心素质:具有坚强的意志力和自信心，面对困难百折不饶，有较强的心理承受能力，能吃苦耐劳，不断努力进取、开拓创新；具有强健的体魄，达到国家规定的体育标准，养成良好的锻炼身体的习惯，讲究卫生。

（4）职业素养：具有良好的职业道德与职业操守；具备善调研、懂公关、会推销、懂策划、能创新及强烈的社会责任感的职业综合素质。

2.知识要求

（1）掌握市场营销环境分析、消费者行为分析、目标市场分析、SWOT分析、市场竞争战略，能制定产品策略、定价策略、促销策略、渠道策略、营销控制等市场营销基础知识。熟悉市场营销过程中的一般心理现象和心理规律；能用心理学的观点分析消费者行为，并采用相应的市场营销活动心理对策，形成营销思想和各种技能，并能自如地运用于营销活动中，从而为市场营销活动的开展奠定基础。

（2）掌握企业营销管理和分销渠道管理知识，能进行分销渠道开发、渠道激励与分销渠道管理；掌握建立客户关系、客户的选择与管理、客户开发、客户信息收集的方法和技巧等客户关系管理和销售管理知识、学会应用关系营销、应用数据库营销进行客户关系管理和销售管理。掌握网络营销和新媒体营销的基本知识，掌握网上营销的实际操作流程，掌握网络营销产品的销售策划、网络销售与推广技巧、网上支付、网络客户开发与管理等知识。掌握新媒体营销的相关知识，能够利用微信、公众号等移动互联媒体进行营销活动和市场推广。

（3）掌握商务谈判与推销技巧，谈判的信息准备、谈判的人员准备，能制定合理的谈判方案，掌握谈判的开局阶段策略、磋商阶段策略、签约与履约策略。掌握谈判正式谈判礼仪与非正式谈判礼仪。掌握推销过程管理、推销计划与控制、推销人员管理、推销客户管理。掌握促销活动策划知识，会编写促销策划方案，能够确保促销活动的有效执行。

（4）掌握市场调研问卷设计、调研方案的实施、调查资料整理、调研资料的处理、市场调研预测，会撰写调研报告；掌握营销策划的原则、方法与技巧，掌握营销策划广告创意技法、运作力、解析力、创意力、运筹力、说服力，会营销策划经费预算、设计与撰写营销策划书，掌握营销策划书的撰写方法；能组织、策划、实施一般的产品和企业策划项目，了解营销策划方案的实施与控制。

3.能力要求

（1）具有市场调研与分析能力，能够设计调查问卷，掌握市场调研方法，能够进行实地调查，能够汇总并分析市场调查资料；掌握收集市场信息与客户资料的方法与技术，能对各类信息进行全面整理分析；掌握市场调研报告的撰写方法，能够撰写市场调研报告。能够分析和归纳不同购买者的购买行为类型，针对不同类购买者的购买行为类型提出不同的营销策略。

（2）具有谈判与产品销售管理能力，能确拜访与接近客户、拟定拜访计划、分析顾客心理、接近潜在顾客、引起顾客兴趣、激发顾客购买欲望进行商务洽谈，能够运用正确的谈判策略；能够分析客户异议的原因并确定排解异议的方法，正确把握与创造成交的机会，能够建议客户签订购买合同，能针对不同客户提出相应的推广策略与方法；能制订全面的销售计划并具备销售管理能力。

（3）具有营销策划与推广能力，能明确营销策划的目标与任务，掌握策划的程序与步骤；掌握产品营销策划的的基本内容与方法；掌握产品上市、渠道开发、市场推广、促销活动等营销策划的流程和方法；掌握广告策划创意的基本方法与技巧；掌握营销策划书的撰写方法；能够策划并组织实施销售促进活动，能够建立与媒体的联系，能够制定品牌策略组织品牌策划与推广，能够实施产品促销活动策划和企业营销策划的项目。能够利用互联网进行电子商务和网络营销活动，掌握各种电子商务、移动电子商务和网络营销的策略与方法。

（4）具有渠道开发与客户管理能力，能进行渠道结构设计和渠道成员选择，能结合企业营销目标，制定营销渠道开发与管理策略，能对渠道成员进行基本评估和控制管理，会分析渠道冲突产生的原因，提出解决渠道冲突基本办法，能参与渠道激励等渠道维护工作。具有识别客户的能力；具有发现问题、解决问题的能力；具有多元化的客户信息收集能力；能够对客户进行合理的细分、选择与管理；能够做好售前、售中、售后服务，能够评价服务质量，能够采取提高服务质量的措施。

六、课程设置及要求

市场营销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

公共基础课程包括公共必修课程和公共选修课程。

1. 公共必修课程

公共必修课程包括思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、英语、数学、计算机应用基础、人文基础或大学语文、体育、军事理论、心理健康教育、大学生职业生涯规划和就业指导、大学生创新创业基础等课程, 见表3。

**表3 公共基础必修课程**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学分** | **课程描述** |
| 1 | 大学语文 | 2 | 本课程在教学中融语文教育的工具性、人文性、审美性与开放性于一体，对学生的语文知识、能力、职业道德和人文素养进行集成培养。旨在通过学习，使学生具备包括阅读理解、形象思维和口头表达交流在内的基本能力，引导学生领会、感受、热爱中国优秀传统文化。主要涵盖中国古代诗词、散文的经典作品和代表作家；中国现当代经典诗歌、散文的经典作品和代表作家。使学生对中国文学发展的全貌有粗略的了解，从而建构文学史的知识体系；选取有代表性的作家作品，从作家的人生经历等方面作深入细致地剖析，以点带面，使学生了解和掌握各历史阶段的文学的概貌；区别于中学语文，不侧重句段了解，引导学生从个体感受出发，领会传统文化魅力，热爱祖国文化。 |
| 2 | 财经应用文写作 | 2 | 本课程是经管类相关专业必修的一门重要的基础课，通过学习使学生掌握必需、够用的财经应用写作的基本理论和基础知识；能准确地阅读财经应用文书，能对具体的应用文书就观点、材料、结构、格式、语言等方面加以分析评鉴；能熟练写出各类规范的常用财经应用文书。涵盖常用事务文书写作、常用公务文书写作、常用财经类文书写作三大类型，具体包括条据、启事、计划、总结、通知、报告、请示、函、商品广告、市场调查报告、意向书、申请书、策划书等的写作。本课程注重课堂练习和课后训练，重视开拓写作思路的教学，以提高学生的务实、创新素质；注重例文的阅读、优秀范文和病文评析能力的培养；加强批改与讲评环节。运用教师批改、学生互改等方式评改学生习作；可根据不同的专业，视需要适当增减讲授的文种。 |
| 3 | 实用英语 | 3.5 | 本课程是我院非英语专业学生的公共必修课程，该课程不仅是一门语言基础课程，也是拓宽知识面、了解世界文化的素质教育课程，是为培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高端技能型人才的目标服务，培养高职学生综合素质、提升职业可持续发展能力的重要课程，在学生职业能力培养和职业素质养成方面具有支撑和促进作用。课程全面培养学生的英语综合应用能力，使学生具有一定的听、说、读、写、译能力，使其在未来的社会交往和工作、学习中能够使用英语进行有效的信息交流。 |
| 4 | 体育 | 4 | 本课程旨在贯彻“健康第一”思想，注重德、智、体、美、劳全面发展，培养学生“终身体育”和科学健身的意识，激发学生积极参与体育活动的兴趣，通过体育教学和健身锻炼的全过程，使学生在掌握基本的体育基本知识、基本技能和技巧的基础上，努力达到运动参与、运动技能、身体健康、心理健康、社会适应等目标，并熟练掌握两项及以上体育运动的方法和技能，提高身体素质健康水平和体育运动科学锻炼的能力。 |
| 5 | 经济应用数学 | 3.5 | 本课程是我院经济管理等专业必修的一门重要基础课， 有助于培养学生的科学精神和科学素养，是深入学习专业课程的必备基础。通过本课程的学习，使学生能够获得专业知识学习与进一步发展所必需的数学知识，了解数学的基本思想和方法，培养学生具有比较熟练的数学基本运算能力，以及分析问题、解决问题的能力。主要内容为重温“函数、极限与连续”、走进“导数与微分”、把“导数”用起来、熟悉“积分”和它的应用、数学实验等。教学要求：理论课在多媒体教室授课，实验课在配备有Mathtype、Matlab、lindo等软件的机房授课。 |
| 6 | 高等数学 | 5.5 | 本课程是依据学院工程管理系、电子信息系专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，对各专业所面向的岗位群所需要的知识、技能、和素质目标的达成发挥支撑性作用，旨在为专业课程学习奠定一定的数学基础，并提供必要的计算工具.主要内容为重温“函数、极限与连续”、走进“导数与微分”、把“导数”用起来、熟悉“积分”和它的应用、了解“线性代数”、数学实验等。教学要求：理论课在多媒体教室授课，实验课在配备有Mathtype、Matlab、lindo等软件的机房授课。 |
| 7 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 4 | 本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论课中的骨干和核心课程，是高等学校学生必修的基础教育课。本课程所包含的内容是高职学生应当具备的知识结构和素质结构的重要组成部分，也是培养中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人的不可缺少的教育内容，在各专业人才培养方案中起着基础性和导向性作用，为培养高素质技能型人才保驾护航。本课程以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以中国特色社会主义为重点，用新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，引导学生增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 |
| 8 | 思想道德修养与法律基础 | 3 | 本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论课中的骨干和核心课程，是高等学校学生的必修课。本课程所包含的内容是高职学生应当具备的知识结构和素质结构的重要组成部分，以马克思主义为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。 |
| 9 | 形势与政策 | 1 | 本课程是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是高校思想政治理论课的重要组成部分，是对学生进行形势与政策教育的主渠道、主阵地，是每个大学生的必修课程，在大学生思想政治教育中担负着重要使命，是引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地的重要课程。本课程基本任务是紧密结合国内外形势，紧密结合大学生的思想实际，通过适时地对学生进行国内形势政策、世界政治经济与国际关系基本知识的教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使大学生在改革开放环境下有坚定的立场，较强的分析能力和适应能力。 |

2．公共基础限定选修课程

公共基础限定选修课程共计不少于12学分，包括人文素养类（≥2学分）、中华优秀传统文化类（≥2学分）、职业素养（≥1学分）、马克思主义理论类（≥1学分）、党史国史（≥1学分）、健康教育（≥1学分）、美育（≥1学分）、安全教育（≥1学分），详见表4（各类的具体课程可能会根据实际情况进行调整）。

**表4 公共基础限定选修课程**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程分类** | **课程名称** | **学分** | **备注** |
| 人文素养类 | 幸福心理学 | 1 |  |
| 语言与文化 | 1 |  |
| 辩论修养 | 1.5 |  |
| 礼仪与形体训练 | 1.5 | 校内 |
| 形象管理 | 1 | 校内 |
| 实用普通话训练 |  |  |
| 中华优秀传统文化类 | 中华传统文化之文学瑰宝 | 1 | 校内 |
| 陶艺基础 | 1 | 校内 |
| 书法 | 1 | 校内 |
| 走近中华优秀传统文化 | 1 |  |
| 唐诗经典与中国文化传统 | 1 |  |
| 文化传统与现代文明 | 1 |  |
| 易学与中国传统文化 | 1 |  |
| 中国传统玉文化与美玉鉴赏 | 1 |  |
| 中国文化概论 | 2 |  |
| 中华诗词之美 | 2 |  |
| 先秦君子风范 | 2 |  |
| 中华民族精神 | 2 |  |
| 儒学与生活 | 2 |  |
| 中国古代礼仪文明 | 2 |  |
| 职业素养类 | 商业文化与商业伦理 | 2 |  |
| 大数据处理 | 2 | 校内 |
| 职业压力管理 | 1 |  |
| 九型人格之职场心理 | 1 |  |
| 职业生涯提升 | 1 |  |
| 人工智能与信息社会 | 2 |  |
| 移动互联网时代的信息安全与防护 | 1 |  |
| 信息系统与数据库技术  | 1 |  |
| 信息素养：效率提升与终身学习的新引擎 | 1 |  |
| 组织行为与领导力 | 1 |  |
| 组织行为学 | 1 |  |
| 创新创业教育基础 | 1.5 |  |
| 创业创新领导力  | 2  |  |
| 马克思主义理论类 | 习近平新时代中国特色社会主义思想与当代中国 | 1 |  |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想 | 1 |  |
| 马克思主义基本原理概论 | 2 |  |
| 党史国史类 | 中国近现代史纲要（中南大学版） | 1 |  |
| 中国近现代史纲要 | 2 |  |
| 《共产党宣言》导读 | 1 |  |
| 中国文明史（上） | 1 |  |
| 中国文明史（下） | 1 |  |
| 中国古代史 | 2 |  |
| 中国书法史 | 1 |  |
| 东方文学史 | 2 |  |
| 近代中日关系史研究 | 2 |  |
| 中国近代史纲要 | 2 |  |
| 健康教育类 | 大学生健康教育 | 1 |  |
| 健康与健康能力 | 1 |  |
| 健康与药 | 1 |  |
| 大学生生理健康 | 1 |  |
| 大学生防艾健康教育 | 1 |  |
| 大学生恋爱与性健康 | 2 |  |
| 食品安全与日常饮食 | 2 |  |
| 生命安全与救援 | 2 |  |
| 微生物与人类健康 | 2 |  |
| 突发事件及自救互救 | 2 |  |
| 营养与健康 | 2 |  |
| 轻松走出亚健康 | 2 |  |
| 美育类 | 大学美育 | 1 |  |
| 美的历程：美学导论 | 1 |  |
| 艺术哲学：美是如何诞生的 | 1 |  |
| 艺术鉴赏 | 1 |  |
| 聆听心声：音乐审美心理分析 | 2 |  |
| 文艺美学 | 1 |  |
| 美术概论 | 1 |  |
| 舞蹈鉴赏 | 2 |  |
| 漫画艺术欣赏与创作 | 2 |  |
| 戏剧鉴赏 | 2 |  |
| 中国古建筑欣赏与设计 | 2 |  |
| 影视动画鉴赏 | 2 | 校内 |
| 美术鉴赏 | 2 |  |
| 文学名作赏析 | 2 |  |
| 古典诗词欣赏 | 2 |  |
| 通俗歌曲欣赏与演唱 | 1 | 校内 |
| 音乐欣赏 | 2 |  |

（二）专业(技能)课程

专业（技能）课程包括专业必修课程和专业选修课程。

1. 专业必修课程

专业必修课程包括专业基础课程、专业核心课程、其他专业课程及专业实践课程。其中，专业核心课程6门。

（1）专业基础课程

专业基础课程包括认知经济学、管理学基础、商务法规、市场营销基础、营销心理实务等，见表5。

**表5 专业基础课程**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学分** | **课程描述(课程内容)** |
| 1 | 认知经济学 | 2 | 本课程主要讲授经济学的基本概念与原理，掌握经济学所运用的基本分析方法，并作为学习其他课程的基础，使学生对经济学有基本认知并学会运用经济学的观点解决市场经济中的有关问题。 |
| 2 | 管理学基础 | 2 | 本课程系统地阐述了管理的基本思想原则和方法，其内容包括管理与企业、管理思想发展史、计划、组织、控制、激励、领导等。引导学生入门，为学生后继课程学习打下理论基础，培养学生养成管理思维模式。 |
| 3 | 商务法规 | 2 | 本课程主要讲授法律基础知识以及公司法、合同法、产品质量法、广告法、商标法、担保法、消费者权益保护法等内容，培养学生树立法律意识，学会运用法律手段为企业经营和商务活动服务。 |
| 4 | 商务数据分析与应用 | 4 | 本课程讲授数据分析的基本知识、工具、方法，具备在互联网环境下的数据分析、数据可视化展现、及评估优化的能力，通过对流量来源、商品销量、用户画像等数据，利用流量、销售转化率、客户价值、库存分析、动销率分析等常用的分析指标进行数据分析，以此指导营销策略，加强店铺的竞争力。课程内容从基于大数据分析的商务数据采集、分析与应用到互联网商务运营全过程。 |
| 5 | 消费心理实务 | 2 | 本课程主要讲授营销心理学基础知识、营销活动过程中消费者的心理活动规律，使学生能够分析影响消费者购买心理的各种因素，掌握消费者心理和特点和消费方式多样化、个性化的趋势。 |
| 6 | 商务礼仪 | 2 | 本课程主要讲授中外商务活动中礼仪、礼节、礼俗的内容、特点，使学生能够理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，通过强化训练，使学生熟练掌握商务活动中的礼仪行为、规范和常识，具备符合职业要求的仪表的仪态，以适应将来相关工作岗位的需求。 |

（2）专业核心课程，包括市场调查与分析、商务谈判、推销技术、销售管理、分销渠道管理、营销策划实务等，见表6：

表6 专业核心课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学分** | **课程描述** |
| 1 | 市场营销基础 | 3.5 | 本课程讲授市场营销学的基本理论和基本方法，包括市场调研、营销环境 市场分析，营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点。掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能，提高学生的职业实践能力，适应市场营销岗位工作打下良好的基础。 |
| 2 | 市场调查与预测 | 4 | 本课程主要讲授市场调查的内容 、市场调查的方法、如何撰写市场调查报告、市场预测的具体方法、决策方案的确定与实施等内容。 |
| 3 | 现代推销技术 | 4 | 本课程的教学使学生能够掌握推销过程各阶段的主要工作原理及操作技巧，进而培养学生的实际操作能力和技术创新能力。包括潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下 推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服 务等知识与实务操作。 |
| 4 | 销售管理 | 4 | 主要教授有关企业销售活动的计划、销售组织的建立、销售区域设计、销售人员的培训与激励、销售网络建设、销售模式与技巧、客户管理、促销管理、销售竞争、销售绩效的评估与销售控制等内容，探讨市场经济条件下企业销售活动的普遍思路、方法和操作等。 |
| 5 | 分销渠道管理 | 4 | 本课程主要介绍渠道分销渠道和渠道成员、选择渠道战略模式、设计渠道结构、选择渠道成员、实施渠道激励、渠道权利与控制、渠道冲突解决、分销渠道维护、渠道评估与创新等，使学生掌握渠道设计的策略和方法、掌握渠道激励、渠道控制与渠道冲突的策略与方法，掌握渠道团队建设方法，学会分销渠道的调整和完善。 |
| 6 | 营销策划实务 | 4 | 课程主要讲授营销策划概述、市场调研策划；产品策划；品牌与包装策划；价格策划、分销策划；广告策划；公共关系策划；销售促进策划。 |

1. 其他专业必修课，包括连锁经营管理、网络营销实务、物流管理概论、电子商务概论、企业管理概论等，见表7：

表7 其他专业课程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学分** | **课程描述** |
| 1 | 商务谈判 | 2 | 本课程主要讲授商务谈判的原理、特点、谈判前的准备、谈判过程中的各个阶段、讨价还价的技巧、成交的促成等内容。 |
| 2 | 网络营销实务 | 2 | 本课程主要介绍网络市场营销环境因素的变化规律，选择目标市场，进行网上市场调查、预测及制定网络营销组合方案的方法，掌握网络营销计划、营销组织系统与控制、营销服务管理等基本知识。主要培养学生把握网络市场变化特征并据此采取动态和立体地制定执行网络推广策略的能力。 |
| 3 | 物流管理基础 | 2 | 本课程主要讲授物流的形成及发展，物流基本概念、理论、观念与环境、包装、装卸搬运、运输及其技术，储存、库存控制、仓库及货架技术与流通加工，国际物流、企业物流质量管理，标准化及信息与信息系统等内容。 |
| 4 | 电子商务实务 | 2 | 本课程主要讲授电子商务基本概念和基本框架、基本思想、基本分析方法和基本理论，对电子商务运行有一个比较全面的了解，包括电子商务技术基础、电子商务网站建设、电子商务交易模式、支付系统、安全管理、网络营销策略和移动电子商务等内容。 |
| 5 | 新媒体营销实务 | 4 | 本课程主要讲授以新媒体为载体，利用新兴媒体平台，如网络视频、微信、微博等开展营销活动，包括门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、微博营销、微信营销、论坛营销的整体方案策划、营销方法及文字编辑、图片处理等实践操作技能。 |

1. 实践性教学环节主要包括市场调研实训、企业综合实习、毕业顶岗实习、毕业设计（论文）等，见表8：

**表8 专业实践课程设置**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实践课程名称** | **实训（实习）项目及（或）要求** | **开设****学期** | **学时** | **学分** | **实践****地点** |
| 1 | 市场调研实训 | 消费品市场调查项目；行业（房地产等）市场调查项目；企业委托调查项目及其他。 | 2 | 24 | 1.5 | 校内外 |
| 2 | 企业跟岗实习 | 电话营销项目；营销客服项目；促销推广项目及其他 | 5 | 12周 | 18 | 校外实习基地 |
| 3 | 企业顶岗实习 | 各类实习项目 | 5和6 | 18周 | 27 | 校外实习基地 |

2．专业选修课程

专业选修课原则上要求学生选修不少于16学分的课程，开设在2-4学期,具体见附表9

**表9 专业选修课一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 课程名称 | 课程性质 | 考核方式 | 基准学时 | 学时结构 | 学分 | 开设学期 | 备注 |
| 理论 | 实践 |  |
| 6317030102x | 人力资源管理实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第二学期 | 4选2门 |
| 14058060 | 创新创业教育 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第二学期 |
| 6317030124x | 客户关系管理 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第二学期 |
| 6317030501x | 客户服务实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第二学期 |
| 6317030501x | 管理沟通 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 | 6选3门 |
| 6317030606x | 品牌策划实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 |
| 63170301029 | 促销策划实务 |  | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 |
| 63170301010 | 广告策划实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 |
| 63170305005 | 企业管理实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 |
| 6317030105x | 物流管理基础 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第三学期 |
| 6317030125x | 特许连锁经营实务 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 | 6选3门 |
| 6317030104014 | 连锁门店营运管理 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 |
| 6317030607x | 汽车营销 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 |
| 6317030602x | 房地产营销 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 |
| 63170301008 | 品类管理 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 |
| 6317030126x | 供应链管理 | 选 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 第四学期 |

七、教学进程总体安排

**（一）市场营销专业教学计划安排表（见附录1）**

**（二）市场营销专业教学周数表（见附录2）**

**八**、实施保障

（一）师资队伍

师资队伍包括专任教师和兼职教师。本专业按学生数与专任教师数（不含公共课）比例不高于25：1的标准配备专任师资。专业带头人原则上应具有高级职称。“双师型”教师占专业课教师的比例一般应不低于60%。本专业的专业课程教师应为大学本科以上学历，其中年龄在40岁以下的教师应具有研究生学历或硕士以上学位。本专业教师中，具有中高级技术职称的占70%以上，其中高级技术职称的教师占40%以上。

兼职教师要求具有5年以上市场营销及相关岗位工作经历，具有中级以上专业技术职务，并具有丰富的实际工作经验。

本专业的专业课程教师（含实训指导教师），应具备良好的职业道德，掌握现代信息化教学手段，以学生为本，关心与关爱所有学生，严谨治学，认真执教，努力做到教书育人。

（二）教学设施

主要包括校内实训室、校外实习实训基地、信息化教学要求等方面。

1．校内实训室（基地）

**市场营销实训室**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 实训室名称 | 农资市场营销实训室 | 面积要求： 500㎡ |
| 序号 | 核心设备及材料 | 数量要求 | 备注 |
| 1 | 电脑 | 40台 |  |
| 2 | 路由器、交换机 | 1台 |  |
| 3 | 软件 | 2套 |  |
| 4 | 桌椅 | 40套 |  |

**商务谈判实训室**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 实训室名称 | 商务谈判实训室 | 面积要求： 500㎡ |
| 序号 | 核心设备及材料 | 数量要求 | 备注 |
| 1 | 谈判桌 | 1张 |  |
| 2 | 桌椅 | 8套 |  |
| 3 | 话筒等音响设备 | 1套 |  |

2．校外实习实训基地

**市场营销专业校外实习基地**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 校外实训基地名称 | 主要实习实训项目 | 接纳实习生容量 |
| 1 | 金农会农资营销实训基地 | 市场推广 | 40人 |
| 2 | 顺丰速运 | 营销、客服 | 30 |
| 3 | 墨赢网络科技 | 营销、客服 | 30 |
| 4 | 安徽三国集团 | 营销、招商 | 30 |
| 5 | 合肥大宇宙 | 营销、客服 | 20 |
| 6 | 合肥福顺餐饮 | 招商、客服 | 20 |
| 7 | 华拓金服 | 营销、客服 | 20 |
| 8 | 天源迪科 | 营销、客服 | 20 |
| 9 | 阳光信通 | 营销、客服 | 20 |
| 10 | 丰乐农化 | 市场推广 | 30 |

3．信息化教学要求

（1）具有足够数量的多媒体教室及机房。

（2）配备齐全的专业教学模拟软件。

**市场营销专业的信息化教学资源**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 教学模拟软件 | 数量要求 | 备注 |
| 1 | 中教畅享市场营销技能竞赛软件 | 1套 |  |
| 2 | 连锁经营管理软件 | 1套 |  |

（3）建设一批优秀的课程教学资源。

**市场营销专业的课程资源**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程资源 | 数量要求 | 备注 |
| 1 | 营销类网站 | 20 |  |
| 2 | 营销类培训课程视频 | 10 |  |

4．其他

（1）发挥好校内外实习实训基地在专业课程实践教学中的重要作用，不局限课程的授课地点，授课形式，善于创新，提升教学效果。

（2）利用智慧课堂、MOOC等形式发挥学生自主学习能动性，培养学习能力。

（三）教学资源

1．依据学校“教材选用制度”，优先从国家和省两级规划教材目录中选用教材。鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课校本教材。

2．利用学院图书馆馆藏资料、中国知网、万方数据、维普咨询等资源平台，不断丰富人文和专业书籍和期刊储藏量，建立电子阅览室，方便学生课余学习和资料查找。

3．建设基于网络平台的数字化学习资源，具备在线学习、在线测评的功能，满足学生在校、在岗、在家学习的需要，核心课程、精品课程应建立课程网站，集成教案、课件、授课系统、图片与动画、题库、课外阅读、网上提问、网上答疑、网上论坛、知识扩展等数字资源，建立专业课程的资源库。

（四）教学方法

电子商务专业课程教学采用“线上与线下结合的教学模式”以及集中上课。对选择该模式的学生单独编班，按培养方案中规定的课程，依托安徽省网络中心或安徽省继续教育网络园区平台的课程进行线上学习，同时利用假期到校进行线下教学辅导，线下集中授课，辅导时数不得少于培养方案中规定时数。

（五）学习评价

1.学习领域课程评价。全面改革“期末一张卷”的传统考核方法，建立全程化考核评价体系，核心课程建立专业评价题库，课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组成，原则上，必修课平时成绩占50%，期末考试成绩占50%；选修课平时成绩占60%，期末考试成绩占40%；

2.实训课程评价。实训课程的考核以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核、个人考核与小组考核结合起来，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的协作能力和沟通能力。

3.顶岗实习评价。校外顶岗实习成绩由校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三部分组成。校内专业指导教师应根据学生“顶岗实习任务书”，结合学生顶岗实习总结、阶段汇报，分期检查情况对学生顶岗实习情况进行评价。

（六）质量管理

1.质量标准要求

（1）教学准备环节。专业任课教师应根据课程标准提前做好2周的备课任务，备课中需要参考最新的专业辅导教材资料，注意知识的及时更新。

（2）课堂教学环节。专业任课教师在课堂教学过程中，要根据不同招生类别特点开展有效的教学活动形式，提高自身信息化教学能力，广泛使用MOOC、微课、精品视频课等课程教学资源，以学生为中心，充分发挥学生学习积极性，提高课堂教学效果。

（3）课后答疑及作业批改环节。专业任课教师课后需使用微信、QQ、云课堂等形式搭建有效的师生沟通交流平台，对学生的疑问进行及时有效的解答，同时，作业批改环节，积极鼓励教师利用教学软件进行作业布置及自动批改，提升作业批阅效率。

（4）实习实训环节。实习实训是提升学生实践操作能力的重要环节，专业任课教师需重视实践教学环节的教学设计，重点抓实践教学过程的管理，细化任务流程，强调过程考核，发挥学生团队意识，集体意识，提高实践教学效果。

（5）考核环节。课程教学效果的考核需强调适用性和实战性，以课程涉及到的实际工作岗位技能点为基础，不拘泥于纸质的试卷，创新考核形式，同时，强调教学过程考核，严格按照课程考核相关规定，细化到日常教学过程中去，激发学生学习积极性，提高教学效果。

（6）专业综合实训（设计）环节。专业综合实训（设计）环节需强调与实际工作岗位的衔接，创设仿真虚拟商业社会环境，细化专业工作岗位，强调团队意识，从而让学生感受真实的工作环境，强化岗位意识和团队意识，提升实践操作能力和职业素养，为学生顺利走上职业岗位打下坚实基础。

（7）技能竞赛

为了加强应用型人才培养，自我诊断市场营销专业人才培养质量，在校园营造一个比学习、比技能的氛围，提高学生的学习积极性。市场营销专业学生在校期间至少参加一届院级以上的创新创业大赛获专业技能大赛，通过专业技能比赛，达到以赛促学、以赛促教、以赛促改，不断提高人才培养质量之目的。

①竞赛内容

营销技能比赛以团队方式进行，各参赛队以公司营销业务为媒介进行营销实务技能竞赛，根据企业实际业务自拟题目完成营销策划文案撰写、方案PPT陈述和答辩。比赛期间要以参赛团队为单位进行为期1月的营销实践活动来检验策划方案的可操作性和参赛团队对营销策划案的执行能力，各参赛团队以企业快消品为媒介和营销策划方案的操作性和执行绩效考核。决赛时需要提供营销业绩和方案执行绩效的佐证材料。

②竞赛方式

学生以团队方式进行比赛，参赛学生须为我校商务系市场营销专业学生，每支参赛队由3-5名选手组成，配有一个指导老师，比赛作为商务系市场营销实践教学环节的主要内容，要求全体学生参加。参赛队须完成营销策划方案撰写和PPT制作，销售活动截止后择定时间进行策划方案PPT陈述和答辩比赛，策划方案PPT陈述8分钟，答辩7分钟，每支参赛队须参加抽签决定陈述与答辩顺序。

竞赛考核方式分为实践过程考核（以提交的实践（实训）报告作为成绩评定依据）、销售绩效考核（以实际销售量为依据）、营销策划方案考核（以方案的规范性和操作性为依据）相结合三种考核形式。其中营销策划方案撰写占该项目20分、策划方案PPT陈述占该项目20分，答辩占该项目30分，策划方案执行能力和效果占项目30分。所有学生必须根据比赛的过程完成营销实务实践（实训）报告并上交，实践（实训）报告作为商务系学生实践环节教学的成绩考核依据。

2.教学过程管理要求

（1）学习领域课程考核。全面优化过程考核评价体系。必修课程成绩由平时成绩和期末考试成绩二部分组成，平时成绩占50%(平时成绩的组成、百分比由各系制定)，期末考试成绩50%；选修课程成绩由平时成绩和期末考试成绩二部分组成，平时成绩占60%(平时成绩的组成、百分比由各系制定)，期末考试成绩40%。

（2）实训课程考核。市场营销专业实训课程主要包括：市场调查实训、创新创业与营销策划实训、企业综合实训。实训课程的考核原则上以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核、个人考核与小组考核结合起来，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的团队协作能力和沟通能力。

（3）跟岗、顶岗实习考核。（参照学院实习管理规定）

3.自我评估要求

（1）针对高职生源特点，采取院、系、教研室三级教学管理模式，学校管理与学生自主管理相结合。建立健全教学管理制度、加强教学计划管理，规范教学运行管理，加强教学质量管理与评价。

（2）定期总结并撰写人才培养质量报告，对人才培养计划的落实效果进行总结，特别是人才培养模式改革、校企合作、课程改革、教学资源建设、技能大赛、实习实训等方面的进展情况。

4.持续改进要求

每年积极开展毕业生跟踪调查和社会评价调研，了解用人单位对本专业人才需求的变化，以及本专业人才培养规格存在的问题，及时进行人才培养模式、课程体系、实践体系、教学方法等领域的改革。

九、毕业要求

本专业毕业最低学分要求为157学分，其中必修课程141学分，选修课程16学分。

十、素质学分要求（参照学院素质学分管理规定）

**十一、附录**

|  |
| --- |
| **附录1 市场营销专业（普招）教学计划安排表** |
| **年级：2019级 招生对象：普通招生 学制：3年 制定时间：2019年8月** |
| **课程属性** | **课程性质** | **课程编码** | **课程名称** | **总课时数** | **学时结构** | **考核方式** | **各学期周学时分配** | **学分** | **说明** |
|
| **理论** | **实践** | **一** | **二** | **三** | **四** | **五** | **六** |
| **公共基础课** | **公共必修课** | 14058001 | 思想道德修养与法律基础 | 48 | 36 | 12 | 1 | 4\*12 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 3 |  1.考核方式用下列符号表示：“1”——考试，“2”——考查，“3”——实践技能考核。 2.“思修”与“毛概”课程的实践学时主要安排学生进行社会实践活动，计1个学分。内容包括为他人服务、社会调研活动等。学生完成此项工作，计录该项学分。3.计算机应用基础实行省考代替校考；英语应用能力考试在第2学期实行省考代替校考，要求参加英语A（B）级考试。4.专业选修课为16选8，共16个学分，具体见附表。公共选修课平均分配在第一至第四个学期，每学期选修不低于3学分。 5.电子商务专业《计算机应用基础》课程第1学期开设。 |
| 14058002 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 64 | 48 | 16 | 1 | 　 | 4\*16 | 　 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 14058006 | 实用英语 | 56 | 56 | 　 | 1 | 4\*14 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 3.5 |
| 14058033 | 国防教育与军事训练 | 72 | 12 | 60 | 2 | 36\*2 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 3 |
| 14058014 | 计算机应用基础 | 56 | 28 | 28 | 1 | 　 | 4\*14 | 　 | 　 | 　 | 　 | 3.5 |
| 14058008 | 体育 | 64 | 8 | 56 | 2 | 2\*14 | 2\*16 | 2\*2 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 14058010 | 形势与政策 | 16 | 16 | 　 | 2 | 4\*1 | 4\*1 | 4\*1 | 4\*1 | 　 | 　 | 1 |
| 14058036 | 职业生涯规划和就业指导 | 30 | 30 | 　 | 2 | 2\*6 | 　 |  | 　 | 2\*9 | 　 | 2 |
| 14058031 | 大学生心理健康教育 | 16 | 16 | 　 | 2 | 　 | 2\*4 | 2\*4 | 　 | 　 | 　 | 1 |
| 14058024 | 经济应用数学 | 56 | 56 | 　 | 1 | 4\*14 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 14058017 | 财经应用文 | 32 | 20 | 12 | 2 | 　 | 　 | 　 | 2\*16 | 　 | 　 | 2 |
| 　 | 明德\*践行 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 公共限定选修课程 | 192 | 192 | 　 | 2 | √ | √ | √ | √ | 　 | 　 | 12 |
| 小计 | **702** | **518** | **184** |  | **14** | **10** | **0** | **2** | **0** | **0** | **43** |
| **专业（技能）课** | **专业必修课** | **专业基础课** | 63170201022 | 认知经济学 | 32 | 32 | 　 | 1 | 4\*8 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 2 |
| 63170304005 | 商务礼仪 | 32 | 16 | 16 | 2 | 4\*8 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 2 |
| 63170301002 | 市场营销基础 | 56 | 32 | 24 | 2 | 4\*14 |  | 　 | 　 | 　 | 　 | 3.5 |
| 6317030110x | 管理学基础 | 32 | 32 | 　 | 1 | 　 | 4\*8 |  |  | 　 | 　 | 2 |
| 6317030505x | 消费心理实务 | 32 | 16 | 16 | 2 | 　 | 4\*8 | 　 | 　 | 　 | 　 | 2 |
| 63170101054 | 商务法规 | 32 | 32 | 　 | 1 | 　 | 　 | 　 | 2\*16 | 　 | 　 | 2 |
| **专业核心课** | 63170301038 | 商务数据分析与应用 | 64 | 32 | 32 | 1 | 　 | 4\*16 | 　 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 63170301027 | [市场调查与预测](http://218.22.46.35/eams/courseSearch%21info.action?course.id=2488) | 64 | 32 | 32 | 1 | 　 | 4\*16 | 　 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 6317030608x | 现代推销技术 | 64 | 32 | 32 | 1 | 　 | 　 | 4\*16 | 　 | 　 | 　 | 4 |
| 63170306001 | 分销渠道管理 | 64 | 32 | 32 | 1 | 　 | 　 | 4\*16 |  | 　 | 　 | 4 |
| 63170306002 | 销售管理 | 64 | 52 | 12 | 1 | 　 | 　 |  | 4\*16 | 　 | 　 | 4 |
| 63170306003 | 营销策划实务 | 64 | 32 | 32 | 1 | 　 | 　 | 　 | 4\*16 | 　 | 　 | 4 |
| **专业拓展课** | 63170304006 | 商务谈判 | 32 | 16 | 16 | 2 | 　 |  | 　 | 2\*16 | 　 | 　 | 2 |
| 6317030114x | 网络营销实务 | 32 | 16 | 16 | 1 | 　 | 　 | 2\*16 | 　 | 　 | 　 | 2 |
| 6317030309x | 电子商务实务 | 32 | 16 | 16 | 1 | 　 | 　 | 2\*16 |  | 　 | 　 | 2 |
| 63170301039 | 营销综合模拟 | 64 | 8 | 56 | 2 | 　 | 　 | 4\*16 |  | 　 | 　 | 4 |
| 63170301030 | 新媒体营销实务 | 64 | 32 | 32 | 2 | 　 | 　 |  | 4\*16 | 　 | 　 | 4 |
| **专业实践** | 63170301059 | 市场调研实训 | 24 | 0 | 24 | 　 | 　 | 1周 | 　 | 　 | 　 | 　 | 1.5 |
| 63170301041 | 跟岗实习（毕业设计） | **288** | 　 | 288 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 12周 | 　 | **18** |
| 63170301042 | 顶岗实习 | **432** | 　 | 432 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 4周 | 14周 | **27** |
| **专业选修课** | 256 | 160 | 96 | 　 | 　 | 4 | 6 | 6 | 0 | 　 | 16 |
| **小计** | **1824** | **620** | **1204** |  | **8** | **16** | **22** | **22** | **0** | **0** | **114** |
| **合计** | 2526 | 1138 | 1388 | 　 | 22 | 26 | 22 | 24 | 0 | 0 | 157 |
| **教研室主任： 系部主任： 教务处处长： 教学副院长：** |

**附录2 市场营销专业教学周数表**

| 年级 | 学期 | 教学环节及时间分配(周) | 学期总周数 |
| --- | --- | --- | --- |
| 入学教育、军训 | 课内教学 | 集中实践环节 | 考试 | 节假日 | 毕业设计 | 毕业教育 | 机动 |
| 一 | 第1学期 | 2 | 14 |  | 1 | 1 |  |  | 1 | 19 |
| 第2学期 |  | 16 | 1 | 1 | 1 |  |  | 1 | 20 |
| 二 | 第3学期 |  | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 1 | 19 |
| 第4学期 |  | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 1 | 19 |
| 三 | 第5学期 |  |  | 12 | 1 | 1 | 4 |  | 1 | 19 |
| 第6学期 |  |  | 18 |  |  |  | 4 |  | 22 |
| 合计 | 2  | 62 | 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 118 |

注：各学期总周数以及时序课程教学周数在《教学执行计划表》中可根据校历和实际情况调整。