

市场营销专业

人才培养方案（三年制）

（2023 版）

编制单位：现代服务管理系

编制人：郭向明

审核人：赵延君

复核人：贾红国

沧州职业技术学院
二〇二三年六月

市场营销专业人才培养方案（三年制）

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：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

修业年限以3年为主。

四、职业面向

表1 职业面向

所属专业类	所属专业类	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	批发业 (51) 零售业 (52)	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03) 摊商 (4-02-02-05) 市场营销专业人员 (2-06-07-02)	销售代表 销售经理 区域销售经理 卖场经理 小微商企业创业者 市场主管 市场经理 市场调研专员	数字营销技术应用职业技能等级证书（初级） 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，德技并修，培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神、掌握市场调研与分析、产品销售、客户管理、渠道管理、营销策划及品牌管理等专业技术技能，具备认识能力、合作能力、创新能力、职业能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力，具有较强的就业创业能力，面向市场营销行业及相关服务业、批发业、零售业等职业岗位群领域，能够从事市场督导、客户服务、营销策划等市场类岗位和销售、导购、业务等工作的德智体美劳全面发展的高素质劳动者和

复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

（1）思想政治素质：具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感，遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和参与意识。

（2）职业道德和素养：遵守、履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等；具备服务国家服务社会的奉献精神。

（3）身心素质：达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格。

（4）人文素养：具有良好的文字和语言表达能力，具有一定的审美和人文素养。

（5）劳动素养：具有严谨专注、敬业专业、精益求精和追求卓越的品质，拥有良好的劳动心态和劳动技能，传承工匠精神。

2. 知识

（1）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（2）掌握管理学、经济学、市场营销的基本理论。

（3）掌握市场调研及市场预测的方法。

（4）掌握撰写调研报告的方法。

（5）掌握企业管理、营销管理涉及的基本内容。

（6）掌握市场细分、目标市场选择、市场定位方法的相关知识。

（7）掌握产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略的相关知识。

（8）掌握营销计划、营销控制、营销团队管理的相关知识。

3. 能力

（1）掌握一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互能力。

（2）熟悉办公软件的应用,进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等。

（3）掌握进行职业生涯规划、与人沟通、与人合作、解决问题、自我学习、信息处理的能力。

(4) 了解网络信息采集、筛选和编辑的能力,能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。

(5) 掌握一定的营销策划能力,能根据业务需求,确定促销方案、进行商品促销、策划整场促销活动。

(6) 掌握创意策划广告主题、选择广告媒体、对广告活动进行预算与监督、测试广告效果的能力,能够撰写广告策划书。

(7) 掌握具有市场调查预测和决策,撰写市场调查报告的能力。

(8) 掌握与大客户进行沟通的能力,能够处理客户投诉与抱怨,提高客户满意度与忠诚度;具有开拓市场渠道、处理渠道冲突、激励渠道成员等渠道维护和管理的能力。

(9) 掌握团队沟通和管理能力,能协调与激励团队成员。

(10) 掌握运用所学知识分析、解决一定问题的能力及创新思维和创新创造能力;

(11) 掌握不断学习和掌握新知识、新技能的能力;

(12) 掌握利用有效途径收集信息并进行归纳、整理,并有效地加以总结运用的能力;

(13) 掌握良好的逻辑思维和推理能力;

(14) 掌握良好的语言表达和文字写作能力;

(15) 掌握动手实践、自主分析问题和解决实际问题的能力。

六、课程设置

主要包括公共基础课程、专业课程和集中实践。

(一) 公共基础课程

1. 公共基础必修课程:根据党和国家有关文件规定,将思想政治理论课、体育、军事课、心理健康教育、劳动教育、信息技术、英语等课程列入公共基础必修课程。

2. 公共基础选修课程:将美育类课程、职业发展与就业指导、创新创业教育、职业素养、语文、数学、马克思主义理论、党史国史、中华优秀传统文化、美育类课程、健康教育等列入公共基础选修课程。

表2 公共基础课程设置、主要内容及要求

序号	课程名称	课程性质	课时	学分	主要教学内容及要求
1	思想道德与法治	公共基础必修课	54	3	课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,以青年大学生肩负的历史使命为切入点,针对大学生成长过程中面临的思想道德与法治问题,开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育,以思想引导、道德教育、法治教育为主体,落脚于实践能力的养成,

					帮助大学生提升思想道德素质和法治素养,成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	公共基础必修课	32	2	课程系统讲授毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观的形成背景、发展过程、主要内容和历史地位,展现马克思主义中国化理论成果在中国革命、建设和改革中的重要作用。引导学生加深对党的基本理论、基本路线、基本纲领、基本经验的理解和认识,提高学生运用马克思主义的基本立场、观点和方法分析和解决问题的能力,从而坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共基础必修课	48	3	课程系统讲授新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本问题。引导学生全面深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义,坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,增强建设社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的使命感。
4	形势与政策	公共基础必修课	32	2	课程是高校思政课的重要组成部分,是帮助大学生“懂中国,懂世界”的重要课程。课程教学内容具有时效性强、变化大的特点,根据教育部、中宣部下发的本课程最新教育教学要点确定教学专题,聚焦经济、政治、文化、法律、党建、外交等内容。通过对国内外基本形势的了解、热点和焦点问题的介绍和剖析,培养学生正确分析形势和理解政策的能力,引导学生正确认识中国发展面临的机遇与挑战,奋发有为,积极投身社会主义现代化强国建设的伟大实践。
5	体育	公共基础必修课	108	6	体育与健康开设了选项课,主要内容包括:篮球、足球、排球、乒乓球、毽球、羽毛球、瑜伽、健美操、啦啦操、散打、跆拳道、武术、太极拳、八段锦、体育理论、急救知识、运动健康及减肥、体质健康测试、田径运动的训练、常见运动损伤及简单处理、多项运动竞赛的规则及裁判法、球类运动竞赛的训练。
6	军事理论	公共基础必修课	36	2	军事理论共包含五章教学内容,分别为中国国防、国家安全、军事思想、现代战争和信息化装备。按照教育要面向世界、面向未来、面向现代化的要求,围绕我校人才培养目标和加强国防后备力量建设的需要,为培养高素质的社会主义事业建设者和保卫者服务。主要是了解掌握基本的

					国防知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质，自觉承担起国防义务。
7	军事技能	公共基础必修课	112	2	军事技能包含4个章节的教学内容，分别为共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫能与战时防护训练、战备基础与应用训练。军事技能强化训练为重点，使大学生掌握基本的军事技能和军事素质，培养大学生良好的体魄、严明的组织纪律性、强烈的爱国热情和善于合作的团队精神，为训练和培养后备兵员打下坚实的基础。
8	心理健康教育	公共基础必修课	32	2	《心理健康教育》是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共课程，主要教学内容包括：心理健康的基础知识、自我意识、人格、情绪管理、人际交往、恋爱及性心理、学习心理、压力与挫折以及心理危机干预等，旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。
9	劳动教育	公共基础必修课	16	1	劳动教育概述（马克思主义劳动观、新时代劳动教育思想、正确的劳动价值观、劳动实践的形式等）；劳动之美（劳动的成果、技艺、场景、精神和境界之美）；职业道德（爱岗敬业、诚实守信、办事公道、热情服务、奉献社会）；职业精神（劳动精神、劳模精神和工匠精神的基本内涵和时代意义）；职业意识（劳动组织、劳动安全和劳动法规等）。
10	信息技术	公共基础必修课	52	3	计算机的性能、特点与基本组成，了解信息领域前沿知识；Windows文件及文件夹的基本操作，能定制个性化工作环境，掌握一种中文输入法；浏览器、搜索引擎、收藏夹的使用方法，能收发电子邮件；文字处理软件文档与页面的编辑、表格操作、图文混排；电子表格软件数据的输入与编辑、文本的修饰、公式的使用方法、简单的数据处理方法；演示文稿软件幻灯片的制作与编辑方法。
11	英语	公共基础必修课	64	4	课程内容为职场通用英语，涵盖日常生活和职场中的各种典型语篇，包含听力、口语、词汇、语法、阅读、写作和翻译七项内容，并穿插课程思政。涉及主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略六部分
12	美育教育	公共基础选修课	32	2	课程内容包括美学和艺术史论、艺术鉴赏和评论、艺术体验和实践。掌握关于艺术的基础知识、

					技能与原理，熟悉基本审美特征，理解作品的思想情感与人文内涵，感受社会美、自然美和艺术美的统一，提高审美能力，着力提升学生文化理解、审美感知、艺术表现、创意实践等核心素养。
13	职业发展与就业指导	公共基础选修课	32	2	开设本课程的目的是为了唤醒学生对职业生涯发展的自主意识，引导学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观。本门课程的主要内容包括职业生涯规划与就业指导两部分，职业生涯规划内容有：生涯启蒙与体验，职业认知，自我认知，环境认知，职业决策与目标管理等。就业指导包括：相关就业政策，就业准备，应聘实务，毕业生相关手续办理，适应职场等。
14	高等数学	公共基础选修课	64	4	函数及其性质；极限的概念；极限的运算法则；两个重要极限；函数的连续性；导数的概念；导数的运算方法；高阶导数；隐函数和参数式函数的导数；微分；微分中值定理；洛必达法则；函数的单调性和极值；函数的最值；曲线的凹凸性与拐点；不定积分的概念；不定积分的直接积分法；不定积分的换元积分法；不定积分的分部积分法定积分的概念与性质；定积分的积分法；定积分的应用。
15	大学语文	公共基础选修课	64	4	了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和欣赏文学作品的基本方法。掌握一定的文学基本知识，特别是诗歌、散文、戏剧、小说四种主要文体特点及发展简况。学习古今中外的名家名作，了解文化的多样性、丰富性，尤其是了解并继承中华民族的优秀文化传统，培养高尚的思想品质和道德情操，帮助学生提升人文素养。
16	创新创业教育	公共基础选修课	32	2	本课程旨在让学生认识创新的基本理论和方法，激发学生的创新创业兴趣和热情，了解创业活动过程的内在规律，掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，培育学生的创新意识、创业精神、资源整合、团队建设、商业计划书的撰写等创业基本技能，提高学生的社会责任感，培养学生创新创业精神、创新创业能力，促进学生创业就业和全面发展。
17	职业素养	公共基础选修课	32	2	职业素养提升与训练课程是为了提高大学生人文素养开设的公共基础课。课程旨在通过职业人文基础知识的学习，加强学生的人文素质教育，使学生具备良好的职业人文素养和职业通用能力。课堂内容以学生为主体，以职业性为主线，以思政为导向，培养学生的社会适应性，爱岗敬业乐于奉献的精神，树立终身学习理念，学会交

					流沟通和团队协作，提高学生的学习能力、实践能力以及就业和创新能力等。
18	国家安全教育	公共基础必修课	16	1	国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。国家安全12个重点领域5个新型领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。

（二）专业课程。

专业课程分为专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1. 专业基础课程：依据市场营销专业人才培养标准及行业需求，设置了5门专业基础课，分别为市场营销、经济学基础、管理学基础、经济法、基础会计。

2. 专业核心课程：依据市场营销专业人才培养标准及行业需求，设置了8门专业核心课，分别为商品学概论、市场调研与预测、广告策划实务、现代推销实务、消费行为分析、数字营销、网店运营、营销策划。

3. 专业拓展课程：依据市场营销专业人才培养标准及行业需求，设置了17门专业拓展课，分别为公共关系、客户关系管理、商务礼仪、新媒体运营、品牌管理、国际贸易、人力资源管理、零售管理、金融概论、商务谈判、服务营销、企业文化、物流管理、视频营销、商品管理、社群营销、企业管理。

本专业专业课程设置、主要内容及要求见表3所示。

表3 专业课程设置、主要内容及要求

序号	课程名称	课程性质	课时	学分	主要教学内容及要求
1	市场营销	专业必修	52	3	市场营销环境分析,STP(市场细分、目标市场选择、定位),4P(产品、价格、渠道、促销)和营销管理的内容。要求学生掌握市场营销管理的知识框架,具备营销策划的整体思路。
2	经济学基础	专业必修	52	3	微观经济学、宏观经济学、供给与需求的规律与弹性、效用与边际效用、机会成本;完全竞争、完全垄断、垄断竞争;国内生产总值与国民生产总值;GDP与消费倾向。
3	管理学基础	专业必修	52	3	管理的基本原理、组织管理理论、计划、组织、控制、预测、决策、激励、沟通的基本原理和方法。要求学生熟悉管理过程的主要工作内

					容及其组织方法，应用有关理论和方法，分析社会组织管理问题，提高工作效率。
4	★商品学概论	专业必修	64	4	商品学理论知识和实务两个部分内容，其中理论包括：商品概述、商品质量、商品分类、商品代码、商品标准、商品检验、商品认证、商品养护和商品包装九个部分内容；商品实务主要讲授茶叶、酒类、服装类等几个有代表性的商品类别的属性知识。要求学生掌握商品理论的9部分内容并能进行实际操作。
5	基础会计	专业必修	32	1.5	会计核算的基本假设和会计信息质量要求、会计要素、会计科目和账户、借贷记账法、会计分录、会计报表、账务处理程序。要求学生掌握会计的基本原理、方法和基本操作技术，学会填制和审核会计凭证、登记会计账簿的基本技能。
6	★市场调研与预测	专业必修	32	4	市场调查与预测课程主要包括市场，市场调查，市场预测三个部分。其中市场学生主要掌握市场的内涵与类型；市场调查主要掌握市场调查的系统过程，分别是调查方案的设计问卷的设计及撰写市场调查报告几个部分；市场预测主要掌握专家预测法，德尔菲法，算术平均预测法等五种预测方法。要求学生熟练掌握市场调查的系统过程并能通过市场调查进行市场预测。
7	★广告策划实务	专业必修	64	4	广告心理学、广告调查、广告策划与预算、广告创意、广告媒体选择、广告文案制作、广告效果评估。要求学生熟练掌握广告策划的相关理论与实务，能够独立策划广告活动。
8	经济法	专业必修	64	1.5	经济法律关系、经济纠纷的解决途径、个人独资企业法律制度、合伙企业法律制度、证券法律制度、相关财政法律制度、公司法律制度、中外合资经营企业法律制度、企业破产法律制度、票据法律制度、合同法律制度。学生会理解有关法律知识，善于运用法律知识解决实际问题，提高企业经营管理人员追

					求交易稳定、防范交易风险的能力，树立依法维护自身的合法权益的意识。
9	★现代推销实务	专业必修	64	4	推销的程序，推销准备，制定推销计划，寻找与选择客户，接近客户，推荐商品，推销洽谈，处理异议，促进成交，售后服务，处理投诉，建立客户档案。要求学生熟练掌握推销作业流程，以及各个阶段的知识技巧，会独立开发客户，推销产品，服务客户。该门课程是从事网店客服及实习店铺销售的核心课程
10	★消费行为分析	专业必修	64	4	消费者的购买决策，心理活动过程，消费者的需要和动机，个性、自我概念和生活方式，消费者群体的心理和行为，社会环境和消费者行为以及购后使用和消费者评价
11	★数字营销	专业必修	64	4	借助于互联网络、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式。数字营销将尽可能地利用先进的计算机网络技术，以最有效、最省钱地谋求新的市场的开拓和新的消费者的挖掘。数字营销是基于明确的数据库对象，通过数字化多媒体渠道，比如电话、短信、邮件、电子传真、网络平台等数字化媒体通道，实现营销精准化，营销效果可量化，数据化的一种高层次营销活动。
12	公共关系	专业必修	32	2	公共关系学的概念、范畴及其本质、公共关系的起源和发展的历史、公共关系的行为主体及其功能、公众对象分析、公共关系的管理过程、公共关系的媒介及其应用方法、公共关系实务活动、公共关系的职业道德和法律制约、公共关系在中国应用和研究的国情和特色。
13	★网店运营	专业必修	64	4	开网店前的准备工作，包括商品资料的准备、网店市场调研、目标市场的选择、网店定位、货源寻找与网店经营规划；网店开设，包括开网店的流程、商品描述、关键字的应用及店铺打理；网店的日常经营与管理，包括物流管理、网店客服、

					网店推广及网店安全。要求学生熟练掌握开网店的准备工作及流程学会网店日常运营管理的操作技能。
14	客户关系管理	专业必修	32	2	客户关系管理通过满足客户个性化的需要、提高客户忠诚度，实现缩短销售周期、降低销售成本、增加收入、拓展市场、全面提升企业赢利能力和竞争能力的目的。主要内容包括，客户识别、客户维护、客户投诉处理、大客户运营与维护、客户关系管理系统。
15	★营销策划	专业必修	32	2	营销策划的流程、方法和创意，营销策划书的撰写结构，具体专题的内容策划技巧（市场调研策划、战略策划、营销组合策划、事件策划等）。要求学生能够结合行业和策划的内容模块，进行营销策划方案的撰写与执行。
16	商务礼仪	专业必修	64	2	商务礼仪与个人修养、商务人员的个人礼仪、商务人员的见面礼仪、商务接待拜访礼仪、商务宴请礼仪、商务通信礼仪、商务办公礼仪、商务仪式礼仪、商务会议礼仪、商务实务礼仪等
17	新媒体运营	专业必修	64	2	媒体类型识别、新媒体运营发展史、用户画像的具体方法、搭建用户体系的思路和方法、产品类型识别及运营策略匹配、如何撰写传播文案等。要求学生掌握产品运营、内容运营、活动运营、用户运营的知识框架及具体方法，具备新媒体运营的基本素质和知识。
18	品牌管理	专业必修	32	4	品牌管理认知、品牌定位、品牌发展策略、品牌文化创建、品牌创新、品牌传播、品牌危机管理等。
19	服务营销	专业必修	32	4	服务营销及其组合、服务中的消费者行为、顾客期望与需求管理、服务的顾客感知、服务导向战略、服务市场细分与定位、服务产品管理、服务定价管理等。
20	人力资源管理	专业必修	48	3	人力资源管理概述、人力资源规划、组织变革与职位设计、员工招聘与管理、员工素质测评、员工培训与管理、绩效考评与管理、薪酬设计

					与管理。
21	零售管理	专业选修	64	4	走进零售业、零售战略管理、零售商圈及选址、零售企业组织结构、零售店设计、零售商品管理与采购、零售企业服务管理、零售定价与促销等。
22	金融概论	专业选修	64	3	金融和资本市场，信用与利率，金融机构体系、货币与货币流通、通货膨胀、国际金融与货币政策对商业的影响等。
23	商务谈判	专业选修	64	3	商务谈判的基本原则，谈判组的构成与管理，商务谈判的准备与开局、报价与议价、收尾与签约、策略与技巧，谈判者的礼节与礼仪以及各国商人谈判的特点等内容。
24	国际贸易	专业选修	48	3	国际贸易理论、国际金融、国际贸易结算、外贸英语函电、外贸口语、外贸写作、外贸谈判技巧、国际经济合作、跨国公司理论与实务等。
25	企业文化	专业选修	48	3	企业文化的兴起与演进、企业文化的理念与要素、企业文化的机构与功能、企业价值观与企业精神、企业文化的测评和建设、企业文化的维系与传承
26	物流管理	专业必修	32	2	物流及物流管理的基本知识概述、现代物流相关理论，运输、仓储、配送、流通加工、装卸搬运、包装、信息处理等物流要素的基本理论。要求学生熟悉了解物流过程，具备解决物流活动中基本问题的能力，能根据实际情况策划物流过程。
27	视频营销	专业选修	48	3	短视频的采集与制作，精准定位、创意策划、团队的搭建、拍摄方法到短视频后期编辑，再到吸粉引流，营销推广，商业变现，全方位，多角度地介绍短视频和直播运营的各类方法，策略。
28	商品管理	专业选修	48	3	从分析顾客的需求入手，对商品组合、定价方法、促销活动，以及资金使用、库存商品和其他经营性指标作出全面的分析和计划，通过高效的运营系统，保证在最佳的时间、将最合适的数量、按正确的价格向

					顾客提供商品，同时达到既定的经济效益指标。
29	社群营销	专业选修	48	3	社群营销概述、构建可持续成长的社群、社群成员的招募与管理、活跃社群的运营方法、社群线下活动的策划与执行、运营团队的搭建、扩大社群规模的策略、社群的商业变现
30	企业管理	专业选修	48	3	企业管理包括业务管理和行为管理。业务管理更侧重于对组织的各种资源的管理，行为管理则更侧重于对组织成员行为的管理。要求学生能学会对财务、材料、产品以及组织设计、协作、文化等内容的管理。

（三）集中实践

集中实践教学环节主要包括课程实训、认识实习、岗位实习、毕业论文及答辩。本专业集中实践教学环节安排见表4所示。

表4 集中实践教学环节安排表

序号	实践教学类型	项目名称	学年学期	周数	学分	总学时	劳动教育所占学时	劳动教育专题
1	集中实训	市场调研实训	2022-2023-2	1	1	28	4	劳动意识培养
2	集中实训	现代推销实务	2023-2024-1	1	1	28	4	劳动安全培养
3	集中实训	1+X 数字营销实训（初、中级）	2023-2024-1	1	1	28	4	劳动法规培养
4	集中实训	营销策划实训	2023-2024-2	1	1	28	2	劳模精神培养
5	认识实习	企业参观学习	2022-2023-1	1	1	28	2	工匠精神培养
6	岗位实习	岗位实习	2024-2025-1 2024-2025-2	24	24	672		
7	毕业设计	毕业论文	2024-2025-2	4	4	112		

（四）课外体育活动及假期活动

提倡学生坚持阳光体育运动，每天锻炼一小时；助力学生个性化发展，积极开展课外的

第二课堂，参加社团活动，提升学生自我管理能力和培养终身学习的理念；倡导学生积极参加在校期间学校组织的志愿服务活动，假期主动宣传爱护环境、勤俭节约、绿色出行的新风尚，倡导文明，积极投身帮贫救困、扶弱助残、维护秩序社会公益性活动中；鼓励学生积极参加假期专业调研、社会实践，不断提高职业素养、职业技能，做到全面发展。将以上纳入学生综合素质评价体系。

七、教学进程总体安排

课程总学时为 2838 学时。其中，公共基础课程总学时为 730 学时，占总学时 25.7%；选修课总学时为 288 学时，占总学时 10.1%；实践教学学时（含课内实训）占总学时的比例为 61.67%，岗位实习时间为 6 个月，专业核心课程数为 8 门。

教学进程总体安排见表 5，延续课名称对照见表 6，选修课目录见表 7，课程学时分配统计见表 8，教学活动安排见附件 1。

表 5 本专业教学进程总体安排表

课程类别	序号	课程名称	总学时	理论学时	实践学时	考核方式	学分	按学年、学期教学进程安排 (周学时 / 教学周数)							
								第一学年		第二学年		第三学年			
								1	2	3	4	5	6		
								20W	20W	20W	20W	20W	20W		
公共基础课程	必修课	1	思想道德与法治	54	54	0	查	3	2/13W	2/14W					
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	32	0	试	2			2/16W				
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	48	0	试	3				3/16W			
		4	形势与政策	32	32	0	查	2	2/4W	2/4W	2/4W	2/4W			
		5	体育	108	12	96	查	6	2/13W	2/16W	2/16W				
		6	军事理论	36	36	0	查	2		2/18W					
		7	军事技能	112	0	112	查	2	2W						
		8	心理健康教育	32	32	0	查	2		2/16W					
		9	劳动教育	16	16	0	查	2	2/8W						
		10	信息技术	52	26	26	查	3	4/13W						
		11	英语	64	64	0	查	4	2/13W	2/16W					
		12	国家安全教育	16	16		查	1		2/8W					
		小计		602	368	234		32	10	10	4	3	0	0	
选修课	1	美育教育类	32	32		查	2			2/16W			八选一		

		2	就业创业类	32	32		查	2						三选一
		3	通识类	64	64		查	4						选够4学分
		小计(占总学时比例...)		128	128			8		2	2	2		
专业课程	必修课	1	市场营销	52	26	26	试	3	4/13W					
		2	经济学基础	52	26	26	试	3	4/13W					
		3	管理学基础	52	26	26	试	3	4/13W					
		4	经济法	26	13	13	查	1.5	2/13W					
		5	基础会计	26	13	13	查	1.5	2/13W					
		6	★市场调研与预测	64	32	32	试	4		4/16W				
		7	★广告策划实务	64	32	32	试	4		4/16W				
		8	★商品学概论	64	32	32	试	4		4/16W				
		9	★现代推销实务	64	32	32	试	4			4/16W			
		10	★消费行为分析	64	32	32	试	4			4/16W			
		11	★数字营销	64	32	32	试	4			4/16W			
		12	公共关系	32	16	16	查	2			2/16W			
		13	★网店运营	64	32	32	试	4				4/16W		
		14	客户关系管理	32	16	16	查	2				2/16W		
		15	★营销策划	32	16	16	试	2				2/16W		
		16	商务礼仪	32	16	16	查	2				2/16W		
		17	新媒体运营	32	16	16	查	2				2/16W		
		18	品牌管理	64	32	32	查	4				4/16W		
		19	服务营销	64	32	32	试	4				4/16W		
		20	物流管理	32	16	16	试	2					4/8W	
		21	人力资源管理	48	24	24	试	3					6/8W	
				小计		1024	512	512		63	16	12	14	20
选修课			专业一组	64	32	32	查	4			4/16W			三选一
			专业二组	48	24	24	查	3					6/8W	三选一
			专业三组	48	24	24	查	3					6/8W	三选一
			小计		160	80	80		10	0	0	4	0	12
集中实践	1	市场调研实训		28		28		1		1W				
	2	推销实务实训		28		28		1			1W			
	3	数字营销实训(中级)		28		28		1			1W			
	4	营销策划实训		28		28		1				1W		

5	认识实习	28	28	0	1W					
6	岗位实习	672	672	24						24W
7	毕业论文及答辩	112	112	4						4W

注：（1）课程名称前加★号者为专业核心课程。

（2）军事理论：共 36 学时，面授课时 32 学时，网授课时 4 学时。

（3）实用英语：第一学期共 32 学时，面授课时 26 学时，网授学时 6 学时。

（4）体育课：共 108 学时，其中面授 90 学时，运动会，校内外篮球、排球赛等比赛及训练 18 学时。

表 6 延续课名称对照表

序号	课程名称	每学期标准名称
1	思想道德与法治	思想道德与法治（上） 思想道德与法治（下）
2	形势与政策	形势与政策（1） 形势与政策（2） 形势与政策（3） 形势与政策（4）
3	体育	体育与健康（1） 体育与健康（2） 体育与健康（3）
4	英语	实用英语（1） 实用英语（2）
5	数学	高等数学（1） 高等数学（2）

表 7 选修课目录表

课程类别	序号	模块	课程名称	学时	学分	开设学期
公共选修课	1	美育教育类	艺术导论	32	2	3
			影视鉴赏	32	2	3
			书法鉴赏	32	2	3
			美术鉴赏	32	2	3
			音乐鉴赏	32	2	3
			戏剧鉴赏	32	2	3
			舞蹈鉴赏	32	2	3
	2	就业创业类	职业发展与就业指导	32	2	4
			创新创业教育	32	2	2 或 3
			职业素养	32	2	2 或 3
	3	通识类	大学语文	64	4	2
			高等数学	64	4	1、2
			马克思主义理论	32	2	2

			党史国史	32	2	2
			中华优秀传统文化	32	2	2
			健康教育	32	2	2
专业选修课	4	专业一组	零售管理	64	4	3
			金融概论	64	4	3
			商务谈判	64	4	3
	5	专业二组	国际贸易	48	3	5
			企业文化	48	3	5
			企业管理	48	3	5
	6	专业三组	视频营销	48	3	5
			商品管理	48	3	5
			社群营销	48	3	5

表 8 课程学时分配统计表

课程类别		总学时数	其中实践学时
公共基础课	公共必修课	602	234
	公共选修课	128	0
小计		730	234
专业课	专业必修课	1024	512
	专业选修课	160	80
小计		1184	592
集中实践	集中实训	112	112
	认识实习	28	28
	岗位实习	672	672
	毕业设计（论文）	112	112
小计		924	924
总计		2838	1750
说明：			
1. 总学时 2838，理论：实践=1088：1750，实践学时比例达到 61.7%。			
2. 公共课 730 学时，占比 25.7%。			
3. 选修课 288 学时，占比 10.1%。			

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

本专业师资队伍专兼结合、专兼比例适当，学生数与专任教师比例为 9：1，师资配备充足，双师素质教师占专业教师比例为 90%。师资队伍的职称“高、中、低”搭配合格，年龄的“老、中、青”梯度合理。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业相关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销相关专业本科及以上学历；具有扎实的市场营销相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

能够较好地把握国内外相关行业、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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从天津恒信家私、信誉楼集团等企业聘任，一线工作时长均超过3年，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

专业课程师资条件配置见表9。

表9 市场营销专业师资条件配置表

课程名称	专任教师配置要求		兼职教师配置要求	
	数量	基本要求	数量	基本要求
管理学基础	2	掌握管理活动的基本规律和一般方法； 能够合理的组织和配置人、财、物等因素； 灵活掌握教学方式方法，通过任务模式将理论对接实践。	1	管理类专业毕业且工作经历须属于管理范畴； 能够通过教学体现计划、组织、管理、控制、创新和沟通的实践作用； 体现以人为本的课程特色，结合实际有独到的见解。
经济学基础	1	熟悉经济学理论； 熟练地掌握现代经济分析方法； 掌握数据分析和数据模型分析； 精通市场供需并对实践有指导作用。	1	有综合经济管理部门或政策研究部门或金融机构和企业从事经济分析、预测、规划和经济管理工作的经历； 具备向经济学相关领域教学扩展渗透的能力。

市场营销	2	掌握市场要素及其演变和发展趋势； 对市场有足够的洞察力并能够与理论结合在一起； 在产品、价格、促销和渠道方面有独到的见解。	1	有3年以上市场相关工作经验； 对市场的认识有深度，能够清楚阐述4PS在实践中的引导作用和影响意义； 明确市场和营销的关系，并通过课程讲授体现课程特色。
经济法	1	熟悉主要经济法律内容；具有熟练的经济法律应用能力；熟悉司法、仲裁程序；能够规范的撰写常用法律文书；能够创设法律情景、设计案例，明确解析	1	具有国家司法资格；从事律师、司法、或公司法律事务3年以上经历；通晓司法程序；规范起草、审阅合同、章程，撰写法律文书。
基础会计	1	精通会计基本知识；掌握会计基本核算技能；能够联系实际业务讲授会计基本理论；既有设计经济活动情境、手工操作和软件演示会计业务处理等教学能力。	1	至少有3年会计实际工作经历；具有会计核算基本能力；能够根据实际业务演示会计业务处理的程序、方法、技巧。
商品学	1	熟悉商品质量、商品分类、商品代码、商品标准、商品检验、商品认证、商品养护和商品包装等商品学知识，能够结合新产品开发设计、商品采购、品类管理、广告策划、促销管理等营销实践领域做应用性分析。	1	有3年以上企业质量管理、商品采购、买手等岗位从业经验，对某个商品品类的质量鉴别、卖点挖掘和促销策划等有自己独到的见解。
市场调研与预测	1	熟悉市场调研的操作流程，掌握典型的市场调研方法，能够指导学生设计完成市场调研项目。	1	有3年以上市场调研公司或者企业市场调研岗位的工作经验，能熟练使用适当的调研方法进行市场信息的收集和分析，对市场有高度的敏感性和洞察力。
消费行为分析	1	熟悉个人因素（消费者感觉知觉、学习与记忆、态度）和社会因素（文化、社会群体、社会阶层和家庭）对消费者行为的影响方式，并能据此分析制定相应的营销策略。	1	有销售部门或市场部门工作经验，对行业消费者需求变化趋势有过3年以上的持续跟踪研究经验，对消费者行为的调查、分析与预测有深入认识。

现代推销实务	1	熟悉推销的流程和不同推销阶段的技巧，能够以课堂练习和实训集中练习等多种形式组织学生进行推销的实战演习，提升学生的销售信心和销售技能。	1	3年以上线上或线下销售经验，有优秀的销售业绩，能够精准的分析顾客心理，熟练的运用销售技巧。能够给学生职业发展提供可参考性的建议和意见。
广告策划实务	1	掌握典型的广告创意方法，熟悉广告策划流程、广告媒体选择、广告方案制定和广告效果评估等广告策划基础理论，能够指导学生完成广告策划实训活动。	1	有3年以上广告策划经验，有优秀的广告策划作品，能够指导学生进行广告策划方案的制定、执行及效果评估。
客户关系管理	1	熟悉客户关系管理实践的前沿动态，掌握客户识别与开发、客户关系建立、客户关系维护的方法与技巧。	1	有3年以上客户经理岗位从业经验，对于行业客户的开发与维护掌握可操作的具体方法。
营销策划	1	熟悉营销策划流程和营销文案撰写的框架结构，能够结合具体行业引导学生进行营销策划方案的创作和撰写。	1	3年以上企业营销策划类岗位工作经验，熟悉某一行业的营销环境及策划流程，有优秀的营销策划方案代表作，能从执行效果的角度剖析并引导学生改进营销策划方案。
公共关系	1	熟悉公共关系的组织建设、公共关系的协调、公共关系工作程序等公关常识，掌握传播型公关活动、专题型公关活动和交际性公共活动的组织执行策略与技巧。	1	有3年以上公关公司或者企业公关岗位的从业经验，对于企业形象的树立与传播、危机公关事件处理、企业人脉关系拓展有深刻见解和可操作性方法。
数字营销	1	熟悉数字营销的操作流程，能够对数字营销的关键环节和重点难点进行深入分析，对学生数字营销考试提出指导性意见。	1	掌握数字营销考试相关知识，能熟练操作数字营销软件。有1+X数字营销（中级）证书。
网店运营	1	有高校教师资格证书，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，有教学研究能力；通过了1+X网店推广（初级）证书。熟悉网店开店的流程，能够对网店运营的关键环节和重要岗位进行深入分	1	有3年以上的网店运营经验，熟悉典型电商平台规则，在网店定位、网店引流和爆款打造方面拥有实战经验，能够结合案例给学生们提出网店开设的建议。

		析，对学生进行网店运营提出指导性意见。		
商务礼仪	1	熟悉商务活动的相关礼仪，熟悉商务活动的着装与行为方式，精通商务活动流程与注意事项，具备较高素质和人际沟通能力。	1	经常参加商务活动，有3年以上的商务接待、洽谈经验。熟悉商务活动的相关礼仪，熟悉商务活动的着装与行为方式，精通商务活动流程与注意事项，具备较高素质和人际沟通能力。
品牌管理	1	熟悉品牌管理的构成体系，掌握企业文化构建的路径、方法与标杆实践。	1	有3年以上品牌管理经验，有优秀的品牌管理经验，能够指导学生进行品牌建立、维护、拓展等方案的制定与执行。
新媒体运营	1	熟悉典型的新媒体运营平台特点和运营技巧，能够为企业和产品指定新媒体推广方案。	1	有3年以上新媒体运营经验，熟悉新媒体运营规则，掌握新媒体运营技巧，能够结合具体案例分析如何制定新媒体运营方案。
国际贸易	1	掌握服务营销组合、服务的顾客期望与需求、服务的顾客感知、服务导向战略等内容。熟悉服务市场细分与定位、服务产品管理、服务定价管理等。	1	有3年以上服务营销行业活动经验，熟悉服务营销规则，掌握服务营销活动技巧，能够结合具体案例分析服务营销活动规划。
人力资源管理	1	精通人力资源管理知识；掌握人力资源管理相关技能；能够联系实际业务讲授人力资源管理基本流程与日常工作。	1	有3年以上人力资源管理经验，熟悉人力资源管理流程，掌握人力资源管理技巧，能够结合具体案例分析如何制定人力资源方案。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教室均配备希沃教学一体机，可投影，并接入校园网，可供教师有效开展信息化教学；安装有应急照明装置并保持良好状态。

2. 校内实训基本条件

(1) 信息化实训室

面积 240 平方米, 配备服务器、交换机、学生电脑、教师电脑、教学软件等教学设备, 110 个工位, 可用于《广告策划》、《网店运营》、《营销策划》、《视频营销》等课程的教学与实训。

(2) 商品陈列室

面积 36 平方米, 配有商品陈列架、商品陈列台, 可用于《市场营销》、《商品学》等课程的教学与实训。

(4) 电商直播间

面积 20 平米, 配有直播用电脑、桌椅、外置声卡、美颜摄像头、麦克风、补光灯等设备, 可用于直播场景的搭建及直播展示操作, 用于《新媒体营销》等课程中电商直播内容的教学与实训。

(5) 形体实训室

面积 180 平方米, 配有把杆、镜子、木质地板、音响、空调、储物柜等设备, 可供 40 人同时开展实训教学, 用于《公共关系》、《商务礼仪》等课程的教学和实训。

3. 校外实训基地

(1) 沧州信誉楼百货有限公司

提供销售岗位, 2011 年 03 月 09 日成立, 经营范围包括销售及网上现货销售下列商品: 零售预包装食品、散装食品、乳制品、图书、报刊、音像制品、保健食品、百货、纺织、服装及日用品、五金家电及电子产品、文化及体育用品、花卉、太阳能热水器、缝纫机等。多年来持续我系学生提供优质的线下实习岗位。公司规章制度及安全保障齐全, 力求为学生学习、工作、生活条件创造一个优质的实习环境。

(2) 沧州盐百购物广场

提供销售岗位, 2017 年 11 月 26 日开业, 位于沧州市新华区千童南大道与九河路交汇处, 商场总投资 3 亿元, 主楼共 20 层, 其中商场建筑面积 6.7 万平方米, 营业面积共六层, 是一家集购物、休闲、娱乐、餐饮、酒店于一体的大型商业综合体。公司规章制度及安全保障齐全。

(3) 天津市鸿偕物流有限公司(恒信家居)

提供销售岗位, 天津市鸿偕物流有限公司(恒信家居)在天津有 100 余家分店, 与我院岗位实习合作实践超过 10 年。多年来持续我系学生提供优质的线下实习岗位。公司规章制度及安全保障齐全, 力求为学生学习、工作、生活条件创造一个优质的实习环境。

（4）河北力可科技有限公司

能满足广告策划、新媒体营销、网店运营等课程的实训要求，涵盖当前产业主流技术，可接纳营销学生岗位实习，配备 2 名实习指导教师，规章制度及安全保障齐全，力求为学生学习、工作、生活条件创造一个优质的实习环境。

4. 学生实习基地

（1）天津市鸿偕物流有限公司（恒信家居）

提供销售岗、助力店长、店长等实习岗位，天津市鸿偕物流有限公司（恒信家居）天津 100 余家分店，与我院岗位实习合作实践超过 10 年。可接纳 20-50 名学生的岗位实习，配备 10 名以上实习指导教师多年来持续我系学生提供优质的线下实习岗位。公司规章制度及安全保障齐全，力求为学生学习、工作、生活条件创造一个优质的实习环境。

（2）河北力可科技有限公司

能提供广告策划、新媒体运营、网店运营等实习岗位，涵盖当前产业主流技术，可接纳营销学生岗位实习，可接纳 5-20 名学生的岗位实习，配备 2 名实习指导教师，规章制度及安全保障齐全，力求为学生学习、工作、生活条件创造一个优质的实习环境。

（三）教学资源

1. 教材

严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关规定，完善教材选用制度，经过规范程序选用教材，优先选用职业教育国家规划教材、省级规划教材，根据需要编写校本特色教材，禁止不合格的教材进入课堂。其中专业核心课《数字营销》使用高等教育出版社出版的 1+X 数字营销活页式教材。

2. 图书文献

学校图书馆纸质图书、文献数万册，配备满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等需要，方便师生查询、借阅。

3. 数字教学资源

在超星学习通平台建设、配备与市场营销专业有关的音视频素材和超星电子图书数以万计，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，能满足教学要求。

运用腾讯会议进行网络直播教学，使网络教学灵活多样化。上传文档、表格、幻灯片，可以满足在课程中的互动编辑需求。通过屏幕共享，使学生即时获取第一手学习资料。在腾讯会议中创建学习小组，让学生在过程中分组讨论。

（四）教学方法

任课教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生学习基础、教学资源等，灵活运用任务驱动教学法、问题教学法、案例分析法、体验学习教学法、角色扮演法、讨论法等教学方法，以达成预期教学目标。坚持学中做、做中学，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法。鼓励信息技术在教育教学中的应用，改进教学方式。

（五）教学评价

1. 课程评价

课程分为考试课和考查课两种类型，记分方式为百分制。考试课成绩包括期末考试成绩和过程考核成绩两部分，考查课只记录过程考核成绩。所有课程均要突出过程考核这一环节，包括考勤、实操、作业、课堂讨论、当堂测验等内容。

（1）考试课程的成绩评定，以真实反映学生学习情况为主要目的，遵循教学做一体化原则，由课程性质确定期末考试成绩与平时过程考核成绩所占比重。一般情况下，期末考试成绩占 30%，过程考核成绩占 70%（考勤占过程考核成绩的 30%）。

（2）考查课程依照过程考核取得成绩。按照考勤占 30%，作业、随堂测验、课堂讨论、技能成绩占 70%计。

（3）实践环节是学校安排的教学环节，所有学生必须参加。

（4）所有课程在本学期不及格的学生，将在下学期进行补考。补考不及格者，重修该门课程。

2. 岗位实习考核

学生岗位实习成绩由学校考评和企业考评两部分组成，其中学校考评占成绩的 30%，企业考评占成绩的 70%。详见《沧州职业技术学院学生岗位实习成绩考核办法》。

（六）质量管理

1. 学院建立了内部质量控制机制，购买搭建了“一平台四中心”的信息化诊断改进系统。运用信息化质管平台，依托教师发展中心、专业建设中心、课程专业中心、学生发展中心，通过大数据分析，对专业建设情况和课程建设情况进行实时跟踪，并形成阶段性的评价、通过对评价结果的分析和研究，进一步持续改进，达成人才培养规格。

2. 学校和系部不断完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全听课、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。

3. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，引用第三方麦可思平台，对毕业生就

业情况进行跟踪分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，生成年度毕业生就业报告，提升人才培养质量。

九、毕业要求

1. 学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的学分，本专业毕业学分要求见表 10。

2. 完成岗位实习，并考评合格。

3. 完成毕业设计，并考评合格。

同时达到以上 3 项要求，可以获得毕业证书。

表 10 毕业学分要求表

课题类型	单项毕业最低学分要求
基础必修	32
基础选修	8
专业必修	63
专业选修	10
集中实训	4
岗位实习	24
毕业论文	4
毕业最低学分	145

十、附件

附件 1 教学活动安排

附件 2 现代服务管理系人才培养方案变更审批表

附件1 教学活动安排

周次 年级 学期		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	寒暑假
		第一 学年	第一学期					★	★	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
	第二学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	▲	▲	◎	●	◆=
第二 学年	第三学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	▲	▲	◎	●	◆=
	第四学期	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	▲	▲	◎	●	◆=
第三 学年	第五学期	□	□	□	□	□	□	□	□	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	◎	■
	第六学期	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	◎	#	#	#	#◇	☆	☆	

说明：本表为示例，请按实际填写。

★—入学教育及军训，□—课堂教学，▲—集中实训、实习（集中实践周的安排根据专业实际自主设置），●—考试，◆—社会实践，=—寒暑假，■—岗位实习，#—毕业设计（论文），◇—毕业答辩，◎第二课堂及公益活动（此项教学活动应该穿插到整个教学过程中，并非固定在进程表体现的周数中）☆—毕业教育

附件 2

(学院、部) 人才培养方案变更审批表

20 --20 学年 第 学期

申请部门			适用年级/专业			
申请时间			申请执行时间			
人才培养方案调整内容	原方案	课程名称	课程性质(必修、选修)	学时	学分	开课学期
	调整方案	课程名称	课程性质(必修、选修)	学时	学分	开课学期
	调整原因					
院系部主任意见		院系主任(盖章) 年 月 日				
教务处意见		教务处(盖章) 年 月 日				
分管院长意见		分管院长(盖章) 年 月 日				

说明: 变更人才培养方案必须填写此表, 一式两份(教务处一份, 提出变更的院系部一份)