**市场营销专业自评报告**

**二〇二一年十月**

市场营销专业以辽宁省教育厅《辽宁省高等职业教育专业评估实施方案》等文件要求为依据，对照辽宁省高等职业教育星级专业评估指标体系（试行）、辽宁省高等职业教育卓越专业评估体系（试行）等相关指标标准，以促进专业教学质量提升，更好地服务区域经济发展为目的，市场营销专业组建评估小组，认真开展了专业自评工作，对专业建设项目进行了全面梳理，现报告如下：

一、专业建设概况

辽宁广告职业学院于1993年成立，是一所集中培养广告人才的民办高职学院。2002年1月10日辽宁省人民政府以辽政（2002）8号文件正式批准“辽宁北方广告专修学院”转制为“辽宁广告职业学院”。依据社会发展的需要，学院市场营销专业自2006年开始招生，依托辽宁广告职业学院雄厚师资，专业教学和专业建设的各项工作有序开展。市场营销专业以服务辽宁为目标，定位于商业批发零售业的需要，依托行业企业，与辽宁世联群创管理有限公司、辽宁贝壳房地产经纪有限公司、金艺绘教育集团等企业建立起实质性的合作办学模式，实现员工培养、师资培训、应用项目开发、顶岗实习等方面资源共享。

（一）专业定位与人才培养模式

**1.专业定位**

市场营销是致力于通过交换过程以满足人类需要和欲望的人类活动，不仅企业存在着市场营销活动，社会、政治、法律、文化等领域中的组织和团体的活动也与营销活动有着共同之处，市场营销学的应用已经超出了经济活动的范围。经济全球化发展，市场逐步与国际接轨，经济领域、生产活动中的科技含量迅速增长；高科技产品的研制、开发及利用，使得生产、建设、管理、服务等领域的基层岗位工作科学技术含量越来越高，对营销人员从数量到质量都提出了新的要求，社会急需综合应用能力更强的市场营销高素质技术技能人才。对企业而言，市场营销包含三个层次：第一个层次是营销技巧。主要围绕产品的营销组合展开，核心是制定独具特色并富有效率的竞争技巧；第二个层次是营销战略筹划。主要围绕企业的生存和发展环境而展开，通过企业资源的优化配置来确立竞争优势；第三个层次是营销观念开发。把企业的营销观念渗透到品牌宣传和形象传播中，塑造企业独特的价值观和文化底蕴，确保企业稳定发展并在市场竞争中立于不败。由此，市场营销专业人才培养也出现了培养层次的不同（中专/高职专科/本科/研究生）。作为高职专科学院应侧重培养操作层面的高素质技术技能人才，因此，我们学院市场营销专业的课程体系主要围绕第一个层次，即营销技巧的获得来构建，市场营销专业的人才培养体系以更好的满足区域经济发展和我省优势产业、支柱产业、特色产业或基础产业对市场营销领域高素质技术技能人才的迫切需求为依据，以培养新零售时代产品营销技术技能人才为出发点，训练职业能力基础，提升市场调查技能、产品销售技能、客户关系管理技能、营销策划技能，强化校企合作、产教融合，实现市场营销专业人才培养目标，将专业建设成具有较强办学实力和社会声誉，在省内有一定影响力的高职专科专业。

**2.人才培养模式**

（1）人才培养目标

市场营销专业以职业素质和职业能力培养为主线，发挥校企两个育人主体作用，依据产品营销职业岗位能力要求，按照职业岗位所需专业基本能力、单项能力、综合能力三段递进，创建“工学结合、能力递进、双证融合”的人才培养模式，融入行业企业文化，校企共同设计，培养理想信念坚定，有道德、有文化、有纪律，德、智、体、美、劳全面发展，能够适应社会主义市场经济高速发展和现代化建设需要，有一定战略眼光，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能力，掌握本专业知识和技术技能，具备数字化时代产品营销岗位意识、岗位能力，符合行业企业的岗位技能要求，熟悉岗位职责，具有较强市场调查技能、产品销售技能、客户关系管理技能、营销策划技能的高素质技术技能人才。

（2）人才培养规格

①素质结构

坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1-2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

②知识结构

掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；熟悉与本专业相关的法律法规及环境保护、安全消防等知识；掌握商品分类与管理的基本知识和方法；掌握消费者行为和消费者心理分析的基本内容和方法；掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；掌握推销与商务谈判的原则、方法和技巧；掌握市场调查的方式、方法和流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

③能力结构

专业能力：具有与客户进行有效沟通的能力；具有准确分析客群和竞争对手的能力；具有组织实施营销产品的市场调查与分析的能力；具有组织实施品牌和产品的线上、线下推广和促销的能力；具有组织实施推销和商业谈判的能力；具有较好的管理客户关系和销售等日常活动的能力；具有为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施的能力；具有数据意识和商务数据分析的能力；具有商务礼仪规范应用的能力。

社会能力：具有良好的职业道德和职业素养；具有政策与法规的正确理解和应用的能力；能够熟练应用office等办公软件，进行文档编辑、数据处理和演示汇报的能力；具有良好的心理素质和抗挫折能力；具有良好的语言、文字表达和沟通的能力。

发展能力：具有独立思考和逻辑推理的能力；具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；具有自我控制和管理的能力；具有创新思维和创新创业能力。

（3）人才培养模式的特色

①切实面向社会需求，以培养学生综合素质为主线，以突出基础技能达标训练及综合应用能力培养为特征，构建技能教学和实践教学并重的、主动适应市场需求的多方向灵活办学体系。

②以市场需求为导向，积极面向职业岗位群，彻底改革教学体系和教学内容。为适应区域社会经济发展和企业生产经营对市场营销人才的要求，通过深入调查研究和反复论证，对市场营销专业人才培养模式和培养规格、课程体系、教学内容进行了改革，以职业岗位群的需求为依据，构建了具有高职特色的模块化课程，学生自主选择就业意向，体现以人为本的教育思想。

③在课程体系设置上，形成了公共基础课为基础，以市场营销专业基础课和专业核心课为主体，以专业拓展课程为支撑，以人文选修课程为辅助的全新课程体系结构。精简理论课教学时数，优化课程结构，进一步突出了专业核心技能课程。

④理论与实践教学并重，加大实践教学力度，引入标准化能力考核举措，突出专业技术应用能力和综合实践能力培养。并且构建了以实践能力达标训练为目的的基本技能、专业技能，综合应用能力培养为核心的标准化能力考核实践教学体系。

⑤促进教学与生产实际相结合，加强了校企合作、产教融合，提高企业在专业人才培养方面的参与度，营造贴近实际的实践教学环境，缩短毕业生对现场岗位的适应周期。

（二）教学基本条件

**1.师资队伍建设**

（1）专业带头人

学校建立了以校外企业人才和校内专业教师组成的专业教研组，该教研组由专业负责人蔡教授牵头，系内3名骨干教师和6名企业专家组成，积极开展市场营销专业教研及实训教学的改革创新工作。在专业教研组校内教师选拔标准方面，主要考虑的因素包括能够掌握本专业发展动向，并根据企业需求的调研制订专业发展规划，确立专业特色；参与制定本专业师资队伍建设计划，培养专业队伍、提高专业整体水平、推进专业建设；积极参与各级各类的教科研活动、培训。不断提高自身的教科研水平，参与论文、课题的撰写申报等；组织本专业校内外实训基地建设，极探索本专业人才培养模式改革。具备以上标准的一线教师，在教学实践过程中，可以在带领专业学生进行实践，参加各种专业活动；举办丰富的专业讲座；组建团队进行技能大赛的培训工作培养学生的实战能力等方面发挥积极作用。

（2）专业教师

市场营销专业现有专兼职教师42名，其中专职教师32名，兼职教师10名。研究生学历专任教师占比超过百分之二十；高级职称教师占比超过百分之二十；青年专任教师占比超过百分之六十。市场营销专业在师资队伍建设方面坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实习近平总书记关于教育工作的重要论述，把教师队伍建设作为基础性工作来抓，支撑职业教育改革发展，落实立德树人根本任务，加强师德师风建设，突出“双师型”教师个体成长和“双师型”教学团队建设相结合，提高教师教育教学能力和专业实践能力，优化专兼职教师队伍结构，大力提升职业院校“双师型”教师队伍建设水平，为实现我国职业教育现代化、培养大批高素质技术技能人才提供有力的师资保障。构建行业企业和院校深度融合的教师队伍建设机制，健全教师培养培训体系，打通校企人员双向流动渠道，实施能工巧匠进校和“双师”素质提升工程，教师入企、工匠助教，建成一支师德高尚、技艺精湛、专兼结合、充满活力的高素质“双师型”结构化教学创新团队。

**2.实训教学条件**

（1）校内实训条件

现建有200余人同时上课的机房2间，可容纳40人以上的小型机房多间，现代化多媒体教室40余间，可容纳1500人的大礼堂一个和容纳500人的小礼堂一个，以及可容纳240人的多功能会议室一个。同时拥有可移动桌子教室十余个。实训设施设备布局规范，安全制度及措施到位，能满足专业教学使用需求，并配有专人负责，严格管理。

另外，市场营销专业已经建成六间校内专业实训室，每间实训室设备能够满足 40 人/班同时进行实训教学。

（2）校外实习条件

学院先后与省内外多家专业相关、设备先进、技术力量雄厚的大、中型企业签订有关学生实习、校企人员培训、专业技术交流、优先录用优秀毕业生等长期合作协议，使学生有稳定的校外实习基地。目前，市场营销校外实训基地主要包括辽宁世联群创管理有限公司大数据实践基地、辽宁贝壳房地产经纪有限公司房产经纪人实践基地、金艺绘教育集团课程顾问实践基地。辽宁世联群创管理有限公司大数据实践基地。2020年，辽宁世联群创管理有限公司大数据实践基地落成，总面积1000㎡，设备设施完备，设备总值80万，可同时容纳200人实习实训。

辽宁贝壳房地产经纪有限公司房产经纪人实践基地。2019年，辽宁贝壳房地产经纪有限公司房产经纪人实践基地正式落成，可同时接纳60人进行现代学徒制跟岗实习。辽宁贝壳房地产经纪有限公司创立于 2018 年初，在沈阳地区整合了链家，德佑，优铭家，21 世纪，吉祥亿家等 11 大品牌，定位于技术驱动的品质居住服务平台，致力于聚合和赋能全行业的优质服务者，打造开放合作的行业生态，为消费者提供包括二手房、新房、租赁和家装等全方位的居住服务。2021 年发布的《2020 胡润世界 500 强》中贝壳列入世界 500 强非国有企业。

金艺绘教育集团课程顾问实践基地。市场营销专业现代学徒制金艺绘教育集团课程顾问实践基地于2019年落成，可同时。金艺绘教育集团创办于2004年，现有员工400余人，是经国家正式批准的优秀社会力量办学机构，国家文化部指定的社会艺术水平考级定点机构之一，是一家依托于中央美院、鲁迅美术学院等院校艺术资源，脱胎于美院教学形式与思维的专业少儿美术书法教育机构。金艺绘教育集团东北总部位于沈阳，市内共有7所市内直营校区，同时在大连也有三所直营旗舰校区，省内教学总面积12000余平方米，在校总学员20000余名，在沈阳有着较高的知名度。

3.教材建设

学校以企业用人的需要为原则，制订教学计划，确立培养目标、课程体系、教学计划等。在教学安排中，企业所需求的知识、技能至少占教学内容的80%以上。在教材选用方面，综合考虑企业对学生的技能要求，选择符合区域特点和学校教学实际的国家规划教材，强化实践育人，构建“模块化”的课程体系。根据“个性化专业能力”设置建设《谈单技巧》、《营销活动策划》、《产品营销》、《房地产营销》等8门核心技能课程；其中《产品营销》、《房地产营销》两门课程为与企业共同研发的自编讲义教程，在编写思路上，突破原来教材以“学科体系”为准的的指导思想，在必要的知识和理论的基础上，突出能力培养、实践操作和技能训练。两本教材总字数达到15字以上，为企业量身定做培养人才等方面，发挥重要作用，并以此带动其它相关课程的建设。同时结合专业实习实训基地建设，在日常课程教学中突出实践训练环节，增加理实一体化教学比例，优化毕业综合实践模块。

（三）教学方法改革

**1. 以校企合作、育训结合为教法改革切入点**

（1）项目仿真教学

创设真实或仿真环境，推进项目教学，让学生身临其境、体验式开展学习，让学生在真实情境中掌握解决问题的能力。实现教学任务工作化、工作任务课程化、课程任务能育化。促进教师角色的转换，建设引领教学模式改革的教师队伍。结合教学方法和教学模式改革的要求，市场营销专业确立了项目教学计划，自各个项目成立以来，相关教师对项目进行落地，向课堂教学进行转化。实现“做中学、学中做、边做边学、边学边做”。

（2）开创教学新模式——主助自三位一体教学模式

主助自三位一体技能教学主要由主训老师、助训老师、自训学生共同完成，他们承担各自的教学任务与学习任务。

主训老师主要承担技能点提炼、技能点阐释、技能点演练、视频播放、技能标准明确、学生训练、教师点评及学生点评与互评、布置助训任务等环节。助训教师主要承担技能点阐释、学生分组训练、校正、点评与互评、布置组长课后自训的任务等。自训环节由组长在晚自习和课后组织，对助训课技能演示不熟练的同学进行强化训练，在下节课由助训教师抽查。

（3）改革考试方法

着重提高学生综合运用所学知识、解决实际问题的能力。将讨论式考试纳入考试改革当中，创新考核机制，将考试成绩划分为四部分，分别是课堂表现10分，随堂讨论式考试四次共计40分，课后项目任务作业10分，期末考核40分。以此突出学生的知识运用能力和解决实际问题的能力。

**2. 运用现代信息技术推动教法改革**

构建“线上+线下”的教学模式；打破了学科知识的系统性和结构性，使教学内容以模块化的形式呈现（微课）；借助虚拟软件、虚拟场景和虚拟实训实习项目，把真实生活中无法呈现的工作过程、工作情景进行虚拟再现和仿真训练，解决实践实训教学中的重点和难点问题，强化学生的职业岗位技能训练和职业素养养成；利用现代信息技术手段，推进视频演示性教学。

（四）校企合作、产教融合

校企合作是职业教育发展的大势所趋，校企合作、产教结合教学模式通过学院和企业两种不同的教育环境和教育资源的高效整合，培养学生的全面素质和综合能力，以适应市场经济发展对人才素质的需要。校企合作教学模式是一种以市场和社会需求为导向的运行机制，是学院和企业双方共同参与人才培养过程，以培养学生的全面素质、综合能力和就业竞争力为重一点，利用学院和企业两种不同的教育环境和教育资源，采用课堂教学与学生参加实际工作有机结合，来培养适合不同用人单位需要的应用型人才的教学模式。

几年来，我院在校企合作、产教结合人才培养模式研究的基础上，积极进行培养模式的探索与实践，形成了以学院为主体，校企合作、产教结合的多方位合作办学模式。

市场营销专业现有稳定的校外实训基地，包括华强集团沈阳方特欢乐世界、东北大妈、辽宁世联群创管理有限公司、辽宁贝壳房地产经纪有限公司、金艺绘教育集团、厦门天马集团等。能够开展与销售岗位相关的实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师明确，同时配有明确的实训管理制度和相关的实施保障制度。

为了强化学生的专业实习，在保证校外实习基地稳定的情况下，结合市场人才需求不断开拓，进而为学生提供销售顾问、市场专员等实习岗位，目前市场营销专业主要的实习基地包括辽宁贝壳房地产经纪有限公司、中天嘉华股份有限公司、金艺绘教育集团等，能够接纳一定规模的学生实习；同时配有专门的指导教师对学生实习进行指导和管理；实习生的日常工作、学习、生活都有明确的规章制度，并制定了实习安全和保险保障。

（五）教学管理与质量保障

人才培养质量是学校教育的核心内容，教学质量直接决定人才培养质量。规范、科学的专业教学质量保障体系，是提高专业教学质量，营造良好的育人环境，增强自我约束和发展能力的根本要求，也是专业教学水平和教学成效的重要检验指标。结合市场营销人才培养目标，我们建立了市场营销专业教学质量保障体系，在原有保障体系框架的基础上，重在建设包括教学质量目标体系、教学资源保障体系、教学过程管理体系和教学质量评价体系在内的全方位教学质量保障体系，进一步完善组织机构，健全规章制度，通过教学质量的动态管理，促进专业教学合理、高效地利用各种资源，保证教学工作的有序运行。

专业教学质量保障体系的建设的目标就是完善包括教学质量目标体系、教学师资保障体系、教学过程管理体系、教学质量监控体系和教学质量评价体系在内的教学质量保障体系建设，完善组织机构，健全规章制度，保证教学质量保障体系高效运行。构建教学质量保障体系，重点是建立和完善科学、合理、易于操作的评估指标体系与相应的奖惩制度。通过教学质量的动态管理，促进学院合理、高效地利用各种资源，保证教学工作的正常运行，全面提升专业教学质量。

（六）初见质量效益

1.培养规模和质量

通过各方面的努力，扩大了招生数量；制定了针对企业在岗人员培训的计划；成功推荐毕业生进行就业，有毕业生创业创新的典型材料并对学生进行创业创新的培养；积极开展学生的技能培训工作，在相关技能方面提高了取得技能证的学生人数；组织校内技能大赛，开会探讨参加市级、省级比赛的准备工作，为下一步参加更高层次的技能大赛做好准备。

市场营销专业现有在校生346人，目前每年计划招生100人，近三年来，就业率都在90%以上，省内就业率更是达到了97%。2020年毕业生跟踪调查结果表明，90%以上毕业生仍在初次就业单位工作，用人单位对毕业生的满意率达95%。

2.社会效益

制定了开展社会服务的计划，进行了连锁经营进社区的社会服务项目；主干专业课程开设了第二课堂，通过社团教学活动带动其他专业发展；与兄弟学校进行了交流探讨，进一步推动专业建设；建立开放性专业资源，可用于对外培训、创业项目孵化等。

二、存在的问题及改进措施

（一）师资队伍建设

1.继续扩大教师队伍，积极开展双师型教师评定工作，增加面向企业、行业聘请的兼职教师人数；

2.增加教师培训的机会，持续开展多种形式的教师培训，进一步提升教师的专业技能和教学能力；

3.进一步提升专业教师的科研能力。

（二）实训教学条件

1.继续完善实训场地建设工作；

2.严格执行实训场地管理制度，强化实训安全教育；

3.努力开发实训场地的职业能力训练和社会服务功能；

4.继续开发专业对口的校外实训基地，推动与企业深度合作。

（三）教材建设与教法改革

1. 强化教材建设，进一步突出教材的职业性与实用性，根据教学内容和专业培养目标的需求，对内容重复的课程进行整合，同时不断丰富专业数字化资源库；

2.按照“以活动促教学，以教学助实践”的教学思路，加强实践教学，在教学改革、专业建设、课程建设、教学方法等方面多出成果，进而促进专业发展；

3.充分利用现代教学手段，实现借助于岗位模拟教学、实验室教学等现代教学手段，提高教学质量。

（四）校企合作、产教融合

打造“产学研”品牌，拓宽“以就业为导向”的办学思路，继续推动与企业深层次合作，开展现代学徒制。

（五）特色与创新

市场营销专业建设旨在通过推动专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接，促进高等职业教育更好地服务经济社会发展和个人的全面发展。

我们相信在省教育厅主管部门的正确指导下，在学院各方面的支持和努力下，通过这次专业自评、专家评估，必将推动我院市场营销专业建设工作的更进一步，从而实现专业的示范引领作用。

特此报告，请审核。

 辽宁广告职业学院

 二〇二一年十月