



辽宁职业学院
liaoning vocational college

高等职业教育星级专业评估自评报告

市场营销专业



目 录

1. 专业概况.....	1
2. 专业建设总体思路.....	2
2.1 指导思想.....	2
2.2 培养目标.....	3
2.3 专业定位.....	3
3. 专业建设主要成就.....	3
3.1 人才培养方案.....	3
3.2 师资队伍.....	4
3.3 基本办学条件.....	5
3.4 教学内容和课程体系改革.....	6
3.5 管理水平.....	6
3.6 办学质量分析.....	7
4. 专业建设特色.....	7
4.1 根据经济社会发展需求确定人才培养目标	7
4.2 合理构建本专业理论课程体系.....	8
5. 存在问题及改进措施.....	8
5.1 存在问题.....	8
5.2 改进措施.....	8
5.2.1 建立教师数字化能力培训体系和机制提高教师教学能力.....	8
5.2.2 师资队伍的教学应用和教学研究能力提升.....	8
5.2.3 数字化特色教材建设.....	9
6. 专业自评结果.....	9

1. 专业概况

辽宁职业学院市场营销专业是国家骨干高职院校省级重点建设专业群专业，辽宁省示范性高等职业院校重点建设专业，1+X 证书制度试点专业。市场营销专业于 2010 年开始招生，现有在校生 123 人，毕业生累计达 700 余人，绝大多数已成为省内乃至国内中小企业的管理者和骨干力量。在助推辽宁地区经济发展，服务辽宁产业结构转型升级，为辽宁区域经济发展我院市场营销专业作出了重要贡献。依托全国教学示范基地（新道师资研修），辽宁省电子商务骨干教师培训基地和电商服务专业群，电子商务专业、现代物流管理专业、跨境电商专业、大数据会计、农村金融专业五个市场营销相关专业，专业之间共建共享，互通互联，发展各有专长，为专业建设和发展奠定了雄厚的基础。

从教师结构来看，专业现有专职教师 14 人，年龄从 56 岁到 28 岁不等，平均年龄 41 岁，年龄结构合理，对市场营销专业后续发展有可持续性。从专职教师学科背景和双师证书来看，有市场营销、经济管理、金融、计算机等不同专业背景，有经济师、营销师、网络运营培训师等双师证书，全面的教师学科背景和双师证书背景有利于市场营销专业教学、学生技能和兴趣的培养和未来职业发展，对未来专业拓展和延伸也起到一定的指导作用。

从学生结构来看，市场营销专业学生有普通高中生和中职技校生组成，普遍存在思维活跃，动手能力强的特点，因此我们在修订人才培养方案过程中将德技双馨、重视传承、生态环保等理念融入教学全过程，着力培养具有崇尚劳动、敬业守信、精益求精、敢于创新的工匠精神的高素质技术技

能型人才。

从专业实验室情况来看，现有校内实训基地 1 处，以京东产教融合学院一期为基础的专业基础技能实训室 2 个，专业核心技能实训室 3 个，专业拓展技能实训室 1 个。我们还在筹备建设以京东产教融合学院二期工程为载体的虚拟仿真实训基地。实训室和实训教学仪器设备不仅能够满足市场营销专业教学实训、比赛使用，还能够满足学院电商服务专业群内其他专业使用。充足的教学资源，先进的教学设备极大的满足了学生技能培养学习的要求。

从校外实习基地情况来看，市场营销专业已与沈阳贝壳宝业房地产有限公司签订订单培养协议，与省内外 30 多家企业合作多年，学生就业率达到 93%以上，用人单位满意度达到 95%，办学多年来，市场营销专业为服务地方经济发展培养了大批高技能型人才。

2. 专业建设总体思路

2.1 指导思想

为了深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会、全国教育大会精神，按照国家职教 20 条、《职业教育提质培优行动计划（2020—2023 年）》、《中国教育现代化 2035》等文件精神，围绕辽宁省“十四五”经济发展战略，对接产业集群，结合市场营销专业实际，规划专业发展。“十四五”时期，贯彻落实职业教育新发展理念，加强党的全面领导，完成提质培优任务，切实提升专业办学水平，进一步深化校企合作，创新教学模式，开启全面建设社会主义现代化国家新征程时期，为辽宁实现全面振兴全方位振兴助力。

2.2 培养目标

在调研的基础上对接产业发展，立足辽北、面向全省、辐射全国，把培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，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的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向批发业与零售业等行业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等岗位工作的高素质技术技能人才作为培养目标。

2.3 专业定位

以服务数字辽宁、智造强省和“一圈一带两区”经济发展，借助铁岭“一轴两带一区”区域经济发展政策优势，对接辽宁产业需求，我院市场营销专业优化专业资源配置，对接产业链，确定立足辽北、服务数字辽省、制造强省的专业定位，专业在教学的过程中针对学生学习、社交、娱乐等生活方式与特点将数字化时代的伦理智慧渗透到培养学生全过程中，强调数字化素养的养成教育，并把市场营销专业数字化技术技能培养融入专业人才培养全过程。

3. 专业建设主要成就

3.1 人才培养方案

根据《国家职业教育改革实施方案》、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》、辽宁职业学院十四五规划、辽宁职业学院关于制订（修订）专业人才培养方案的指导意见等文件精神进行人才培养方案制定与修订，市场营销专业对接产业链进行人才培养方案修

订。市场营销专业教学计划和人才培养模式按照学院立足区域经济发展“服务数字辽省、制造强省”的定位，结合区域实际和学院优势，立足区域经济发展，坚持以专业建设为重点，结合产业升级与行业发展需求，构建了“校企共育，德技双馨”人才培养模式，校企共同开发特色化专业人才培养方案，拓宽专业就业渠道，加强基础建设，加强师生素质教育和职业能力培养。教学模式整体得到优化，各教学环节和课程体系设置合理，学生德智体美劳得到全面发展，思政进课堂、劳动教育课程设置和专业素养的培养提升师生的家国情怀，整体人文素质和科学素质得到了全面提升。人才培养取得成效，学生初次就业率为 92.12%，年终就业率为 94.86%，在辽宁就业率为 92.65%。制定了专业课的课程思政教学标准，劳动教育课程设置让学生走进社会，服务社会，提高学生实践能力和创新精神的培养。

3.2 师资队伍

市场营销专业现有专职教师 14 人，企业兼职教师 7 人。从年龄结构上看，45 岁以上教师 3 人，占 21%，45 岁以下教师 11 人，占 78%，教师年龄结构合理，对市场营销专业发展具有可持续性。从双师证书来看，有经济师 1 人、营销师 3 人、网络运营培训师 5 人，电子商务师 2 人，物流师 4 人，双师证书比率 100%，双师比例合理，多样化的双师证书背景有利于市场营销专业教学、学生技能和兴趣的培养和未来职业发展。从教师的学历来看，研究生 4 人，本科 10 人，研究生比例 29%，教师学历结构合理，对专业的探索和研究起到支撑作用。从职称结构来看，有副高级职称 3 人，讲师 11 人，高级职称占比 21%，职称结构合理，对未来专业拓展和

延伸也起到一定的指导作用。具有企业实践经历和企业工作经历的教师为 10 人，占比为 71%。教师结构合理，达到市场营销专业教学标准和教学实训的要求。

3.3 基本办学条件

从专业实验室情况来看，学院先后投资 1000 余万元进行实训室建设，现有以京东产教融合学院一期为基础的专业基础技能实训室 2 个，专业核心技能实训室 3 个，专业新媒体营销技能实训室 1 个。我们还在筹备建设以京东产教融合学院二期工程为载体的多媒体网络营销技能综合实训中心。现代化的实训室和实训教学仪器设备不仅能够满足市场营销专业教学、实训、比赛使用，还能够满足学院电商服务专业群内其他专业使用。充足的教学资源，先进的教学设备极大的满足了学生技能培养学习的要求。企业积极为我院实训建设投资，实训基地先后接受企业投资 500 余万元，后续预备投资 300 余万元继续扩大建设和校企合作项目。

从校外实习基地情况来看，市场营销专业与省内外 30 多家企业合作多年，学生就业率达到 93% 以上，用人单位满意度达到 95%，办学多年来，市场营销专业为服务地方经济发展培养了大批高技能型人才。市场营销专业已与沈阳贝壳宝业房地产有限公司签订学生订单培养协议。

学院抓住建设数字辽宁、智造强省的政策机遇，加强智慧校园建设，建成集教学、管理、服务、科研、培训为一体的信息化平台；建设覆盖人才培养全过程的信息管理系统。拥有专业图书资料 500 册以上，相关数字图书资源千余。丰富的图书资源为学生拓展知识提供了强有力的支持。实训室进行了智能数字化改造，校园网实现全覆盖，可供市场营销

专业使用的网络多媒体教室 20 余间，学生人均多媒体教室 24 平米，打造“互动学习无处不在、优质资源触手可及、网络文化丰富多彩、生活服务便捷周到、信息数据实时共享、大数据分析决策有力”的智慧辽职院。学校多媒体教学设备达到同级院校先进标准。

3.4 教学内容和课程体系改革

课程体系的整合与建设，公共基础课，加强思政引领；专业核心课强调专业基础，强化人文修养、科学素养、宽阔视野。明确课程的功能定位，修订 7 门公共课 6 门专业核心课的教学大纲和课程标准；教学大纲制定过程中知识能力、素质能力和技能能力三结合，三明确，让教师在授课过程中更明确教学内容的设置目的。

积极开展教学研究，推动教学方式及考核方式改革；确立新型教育理念，优化课程结构与实践环节，提高教学效率。针对传统职业教育在一定程度上存在的教学内容与生产实际相脱离、理论与实践相脱离的状况，以新型教育理念为指导，为优化课程结构与实践环节，提高教学效率，从德育课、文化课、专业基础课、专业技能课四方面进行课程改革。实现由知识课堂向能力课堂转变，由封闭课堂向开放课堂转变，由记忆考核向能力考核转变。6 门专业核心课程都实现课程教学方式和课程考核方式的双转变。

教学资源建设，开展网络教学。利用现代信息技术转变教学方式，开展教学资源建设。

改革过程中教师撰写教学改革论文 5 篇。

3.5 管理水平

专业充分发挥教代会、学术委员会和专业建设指导委员

会等组织参与学校决策和管理作用，加快内部管理的“去行政化”进程。坚持校务公开，完善师生交流会制度、校领导接待日制度等，多途径、多渠道广泛听取师生意见和建议，调动师生参与校务管理的主人翁意识和积极性。学院教务处健全教学文件管理机制，教学大纲、考试大纲、实验大纲、教学档案等教学文件分门别类的进行管理，对相关教学文件进行标准制定和质量控制管理。

3.6 办学质量分析

从公共课学习来看，大学英语、计算机等公共基础课程平均成绩 80.8，及格率 100%，毕业论文平均成绩 92，及格率 100%，体育平均成绩 88.5，及格率 100%，与全校其他专业相比较处于较高水平。专业办学取得成效，学生就业率为 97.33%，学院在辽宁就业率为 92.65%，高于学院平均水平。用人企业满意度达到 97.26%，基本满意 41.12%，比较满意 56.16%，用人单位对学校人才培养给予肯定。

4. 专业建设特色

4.1 根据经济社会发展需求确定人才培养目标

本专业以就业为导向，按照“对接服务产业、服务地方经济”的建设思路，培养掌握市场营销管理理论与专业知识，具有较强的市场营销实践能力的高技能型人才。通过对行业、市场进行调研分析，本专业的职业岗位群主要定位在第二层次销售管理上，销售岗位是一个基础岗位，是向第二、三层次发展的基础，学生在校期间经过长期的企业顶岗实习，锻炼学生的销售能力，学生能够完全胜任第一层次的岗位工作，毕业 1-2 年就能够达到第二层次销售管理的岗位，毕业 3-5 年就能够达到第三层次营销策划的岗位。

4.2 合理构建本专业理论课程体系

以就业为导向，构建“宽平台、多方向”的一体化课程体系。“宽平台、多方向”是为符合管理类专业一专多能的发展要求。宽平台是指通识基础教育平台、专业基础教育平台使学生具有经济管理思维、商业精神、职业素质的人才基础，同时了解整个商业系统各领域工作的性质、特点和要求，初步具备从事各领域工作基础技能，实现多方向。专业教育平台使学生了解、熟悉该专业就业岗位的具体业务流程，实现对该行业内企业管理上的总体把握。学生可依据自身特点、兴趣和爱好，建构自身独特的知识体系。

5. 存在问题及改进措施

5.1 存在问题

教师数字化素养技术及数字化教学能力不足；师资队伍的教学应用和教学研究能力提升；专业数字化教材建设不足。

5.2 改进措施

5.2.1 建立教师数字化能力培训体系和机制提高教师教学能力

(1) 培养专业带头人，参与企业挂职锻炼、参加学术会议、出国学习先进理念；

(2) 专业教师参与企业经营活动，进行社会服务；

(3) 骨干教师参加省级、国家级专业培训。

(4) 定期对所有教师进行信息化培训，使教师能够熟练掌握大数据、人工智能、虚拟现实等数字技术。

5.2.2 师资队伍的教学应用和教学研究能力提升

(1) 利用网络进行远程教学；

(2) 利用网络平台管理学生信息

(3) 通过教学研究能力提升培训，提高研究能力

5.2.3 数字化特色教材建设

(1) 成立教材编审委员会。

(2) 教材编写对接企业项目。

(3) 教材编写渗透德育元素。

(4) 健全教材管理体制，提升专业教材质量。

6. 专业自评结果

本专业师资力量雄厚、校企合作紧密、课程资源丰富、社会服务能力强，综合上述各项指标数据分析和同向、同业的对比分析，专业办学达到了省内同类高校一流专业水平。