**《市场营销专业导引》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业课程 | | **课程性质** | 必修 | **课程属性** | 理论 | |
| **课程名称** | 市场营销专业导引 | | | **课程英文名称** | Professional guidance in marketing | | |
| **课程编码** | J38B103B | | | **适用专业** | 市场营销 | | |
| **考核方式** | 考查 | | | **先修课程** | 无 | | |
| **总学时** | 8 | **学分** | | **0.5** | **理论学时** | | 8 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | | | | 0 | | | |
| **开课单位** | | | | 商学院 | | | |

**二、课程简介**

《市场营销专业导引》是市场营销专业的前导性专业课程，是后续专业课程学习的重要基础。课程通过对市场营销专业定位、培养方案、学习规划及未来就业前景和领域的介绍，使学生了解本专业的基本情况，明确在一定阶段内专业学习的主要任务，对本专业的概貌有一个系统的了解，对进一步学习专业知识起到“导航”作用。课程通过逐步引导，激发学生的学习动机，帮助学生树立正确的专业思想和学习观，培养学生的专业意识，使其明确大学阶段的专业学习目标和努力方向。

**三、课程教学目标**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程教学目标** | | **支撑毕业要求指标点** | **支撑毕业要求** |
| **知**  **识**  **目**  **标** | **目标1：**  掌握市场营销专业必需的基础知识和专业知识、原理、方法和技术等，了解市场营销专业及相关领域的发展趋势和学科前沿，形成合理的整体性知识结构。 | 1.1了解市场营销的发展历程、学科前沿和发展趋势，了解相关政策法规，认识市场营销在经济与社会发展中的重要地位与作用 | 1.专业知识 |
| **能**  **力**  **目**  **标** | **目标2**：  对市场营销工作有全面的认识，能够识别市场营销工作所需的知识体系，树立专业思想，理解职业规范，为后续专业课的开展打下良好基础。 | 5.2熟悉经济社会发展趋势与热点问题，具备吃苦耐劳的精神和熟练运用外语、计算机服务工作的能力。 | 5.专业与社会 |
| **专业素质** | **目标3：**  具备家国情怀、良好的职业道德操守，遵纪守法；能够在社会实践中理解并遵守市场营销职业道德和行为规范，履行责任。  **目标4：**  学生需形成良好的专业思维模式和学习方法，树立专业思想和学习观，能够科学制定大学规划和职业生涯规划。 | 6.1具备家国情怀、良好的职业道德操守，遵纪守法  8.1具有较强的自主学习、知识更新与积累能力和终身学习意识、社会认知和自我认知能力 | 6.职业规范  8.终身学习 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块** | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 专业发展历程及现状 | 2 | **重点：**市场营销专业的学科发展历程和发展方向；本校市场营销专业发展历程及现状、专业培养目标、专业教学资源、专业师资队伍建设情况等。  **难点：**市场营销专业的人才培养方案介绍；专业毕业要求。  **思政元素：**系统观、全局观、专业认同感  **教学方法与策略：**以PPT课件线下教学为主讲解基本内容，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | **课前：**查阅资料了解专业的发展现状。  **课堂：**教师讲授、学生发言。  **课后：**复习巩固 | 目标1  目标2 |
| 专业课程体系及学习要求 | 2 | **重点：**市场营销专业教学计划及课程体系；专业核心课程及学习要求；专业选修课程及选课要求；专业实践课程及实践环节。  **难点：**市场营销专业教学计划及课程安排；专业课学习要求。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂主要采用思维导图，梳理市场营销专业课程设置逻辑，明确专业技能的培养路径，引发学生深入思考，提升专业技能和教学效果。 | **课前**：学习教师发布的课程资料  **课堂**：讨论、提问  **课后**：完成相关作业和课后讨论 | 目标1  目标4 |
| 考研升学及学科竞赛 | 2 | **重点：**市场营销专业的深造通道；考研的准备和流程；留学的流程和注意事项；学科竞赛的种类、举办时间、内容和参赛要求。  **难点：**市场营销专业的考研准备和流程；学科竞赛的种类、举办时间、内容和参赛要求。  **思政元素：**团队合作意识  **教学方法与策略：**教学以课堂讲授为主，并辅助以课堂讨论。 | **课前**：学习教师发布的课程资料  **课堂**：讨论、提问  **课后**：完成相关作业和课后讨论 | 目标1  目标2 |
| 市场营销专业职业生涯规划 | 2 | **重点：**了解市场营销专业毕业生的职业生涯发展。引导学生掌握学习方法，立足自身现状，合理制定大学学习规划和职业生涯规划，树立未来远大目标。  **难点：**如何科学地制定学习和职业规划？  **思政元素：**树立终身学习理念，学以致用、用以促学，一步一个脚印，实现个人全面发展，实现中华民族伟大复兴。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用案例分析法辅以启发式提问开展学习方法的讨论，引导学生独立思考问题和科学审视自身现状，合理制定学习规划。 | **课前**：学习教师发布的课程资料  **课堂**：讨论、提问  **课后**：完成相关作业和课后讨论 | 目标3  目标4 |

1. **学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。本课程在人才培养方案中的考核形式是考查，课程考核成绩评定由平时成绩和期末考核两部分构成。学生的最终成绩采用五级制，总评分数90～100分评定为优秀，80～89分为良好，70～79分为中等，60～69分评定为及格，60分以下则评定为不及格。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。考勤（10%）、课堂表现（10%）和平时作业（20%）三个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **分数** | **评 分 标 准** |
| **1.考勤；2.课堂表现；3.平时作业。** |
| 90-100分 | 1.无无故迟到、早退、旷课现象。  2.课堂听讲认真、积极参与讨论、主动回答问题、按照要求完成各项课堂任务。  3.平时作业符合授课教师要求，90%内容回答合理，按时提交。 |
| 80-90分 | 1.迟到、早退、旷课现象最多出现1-2次，或无缺勤、迟到早退现象。  2.课堂听讲认真、能主动参与讨论、积极回答问题、基本完成课堂任务。  3.平时作业符合授课教师要求，80%内容回答合理，按时提交。 |
| 70-79分 | 1.迟到、早退、旷课现象最多出现3-4次，或无缺勤、迟到早退现象。  2.课堂听讲认真、在老师引领下能主动参与讨论并回答问题、基本完成课堂任务。  3.平时作业比较符合授课教师要求，70%内容回答合理，基本按时提交。 |
| 60-69分 | 1.迟到、早退、旷课现象最多出现5-6次，或无缺勤、迟到早退现象。  2.课堂听讲一般、在老师多次引导下才参与讨论、在师生帮助下基本完成课堂任务。  3.平时作业基本符合授课教师要求，60%内容回答合理，基本按时提交。 |
| 60分以下 | 1.经常无故迟到、早退、旷课。  2.课堂不认真听讲，存在睡觉、玩手机、不积极参与讨论。  3.平时作业未按时提交。 |

2.期末课程报告（占总成绩的60%）：采用百分制。在学期结束后学生完成一篇课程学习总结，字数不少于3000字。评分标准如下表所示：

|  |  |
| --- | --- |
| **分数** | **评 分 标 准** |
| **课程学习总结** |
| 90-100分 | 课程学习总结结构合理完整、格式整齐美观、内容完善深入、有深刻地自我体会与分析、文字组织流畅、表达准确无误、按时提交。 |
| 80-90分 | 课程学习总结结构比较合理、格式比较整齐、内容比较完善、有比较深入地自我体会与分析、行文流畅、表达准确、按时提交。 |
| 70-79分 | 课程学习总结结构基本合理、格式基本整齐、内容一般、有一定程度的自我体会与分析、行文表达一般、基本按时提交。 |
| 60-69分 | 课程学习总结结构一般、格式不够美观、内容一般、文字表达一般。 |
| 60分以下 | 课程学习总结未按时提交，且字数未符合要求。 |

**六、教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：讲师（或其他中级）及以上 或 学历（位）：硕士及以上  其他：无 |
| 2 | 课程时间 | 周次：1-16周  节次：无 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地  □其他：无 |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信课程群，正常上班时间  线下地点及时间安排：上课前后在授课教室 |

**七、选用教材**

无

**八、参考资料**

[1]吴健安、聂元昆：《市场营销学》（第7版），高等教育出版社，2022年8月。

**网络资料**

[1]东莞城市学院网站,https://www.dgcu.edu.cn/

[2]东莞城市学院商学院网站,http://bs.dgcu.edu.cn/webfile/

[3]数字营销虚拟仿真实践平台[fangzhen.ejuster.cn/](https://fangzhen.ejuster.cn/)

[4]营销工程与创新研究中心[www.whueb.com](https://www.whueb.com/)

**其他资料**

[1]市场营销专业人才培养方案

[2]市场营销专业课程设置及教学进程计划表

[3]人力资源管理专业课程地图

大纲执笔人：熊瑛

讨论参与人: 康美妮

系（教研室）主任：罗芳

学院（部）审核人：罗卫国