

2019 年山西省高等学校一流本科专业建设点
信息采集表

高校名称： 中北大学 (盖章)

专业名称： 市场营销

专业代码： 120202

专业类： 工商管理

专业负责人： 赵公民

联系电话： 18636120636

山西省教育厅制

填 表 说 明

1.采集表填写内容必须实事求是，表达准确严谨。填报内容不得有空缺项，如无内容应填“无”。所在学校应严格审核，对所填内容的真实性负责。

2.表中空格不够时，可另附页，页码清晰。

3.采集表限用 A4 纸张打印填报并装订成册。

目 录

一、所在高校基本情况

二、报送专业情况

1.专业基本情况

2.专业负责人基本情况

3.近3年本专业毕业生就业（升学）情况

4.近3年本专业获省部级及以上奖励和支持情况

5.专业定位、历史沿革和特色优势

6.深化专业综合改革的主要措施和成效

7.加强师资队伍和基层教学组织建设的主要举措及成效

8.加强专业教学质量保障体系建设的主要举措和成效

9.毕业生培养质量的跟踪调查结果和外部评价

三、下一步推进专业建设和改革的主要思路及举措

一、所在高校基本情况

学校名称	中北大学	学校代码	4114010110
学校办学 基本类型	<input checked="" type="checkbox"/> 地方院校 <input type="checkbox"/> 部省合建高校 <input checked="" type="checkbox"/> 公办 <input type="checkbox"/> 民办		
在校本科生总数	34421 人	近 3 年年均本科招生数	8800 人
专任教师总数	1780 人	专任教师中副教授及以上职称比例	41.07%
生师比	19.34	具有硕博学位教师占专任教师比例	95.68%
推进高水平本科建设整体情况	<p>中北大学是一所由山西省人民政府与国家国防科技工业局共建、山西省人民政府管理的多科性教学研究型大学。学校是 1941 年八路军总司令部在太行抗日根据地创办的我党我军第一所兵工学校，作为国防工业八大本科院校和“兵工七子”之一，具有鲜明的国防军工特色，名列航天两大集团招聘院校目录，毕业生遍布国防工业的各个领域。学校历经太原机械学院、华北工学院，2004 年更名为中北大学。</p> <p>学校始终秉持人才培养在各项工作中的中心地位，突出本科教育在人才培养中的基础地位，坚持以本为本，推进四个回归。根据教育部“新时代高教 40 条”精神，结合学校实际情况，制定了《中北大学一流本科教育行动计划(2019~2023)》，全面落实立德树人根本任务，深化人才培养模式、专业、课程、创新创业教育、质量保障体系六条主线的改革与建设，重点推进 25 项改革任务，落实 11 个专项行动，配套激励机制、保障机制，到 2023 年，形成具有中北特色的多层次人才培养体系，建成一批一流专业、一流课程和一流课堂，大学生创新创业教育取得新突破，质量保障体系更加完善，成为山西省高等工程教育的引领者和中国一流本科建设的重要参与者。</p> <p>学校以服务国家国防和山西转型发展、提升办学特色优</p>		

势为重点，加大专业调整力度，专业总数由 81 个调整为 60 个，工科专业占比由 65.43% 增加到 70%，专业特色更加突出，核心竞争力进一步增强。按照“新的工科专业、工科的新要求”建设思路，加快实施“卓越工程师”计划 2.0、改造升级传统工科专业，主动布局了人工智能、大数据等未来战略必争领域人才培养相关专业，设置了多学科融合的机器人实验班等，。

学校坚持校企协同，不断深化校企融合育人模式改革。目前学校已有校外实践教育基地 177 个，其中 103 个企业作为学校长期稳定的实践教育基地，平均每年为 5000 余名学生提供实习实践机会。学校加快信息技术、智能技术与实验教学的深度融合，推进虚拟仿真实验项目建设，现有国家级虚拟仿真实验教学中心 1 个，省级虚拟实验教学中心 2 个，校级虚拟实验教学项目 39 个。

学校坚持学生中心、产出导向、持续改进的教学理念，强化质量意识。构建覆盖教学过程全环节、全流程和全领域由教学质量标准体系、教学质量监测体系、教学质量评价体系 and 教学质量信息反馈与持续改进体系组成的质量保障体系，建设教学质量实时监测与分析大数据平台。着力推进人才培养标准的落实，将对质量的追求内化为全校师生的共同价值追求和自觉行为。

迈进新时代，学校以“争一流、强特色”为目标，深入实施“两翼齐飞、内涵发展、综合改革、人才强校、国际化”五大发展战略，推进“人才强校、人才培养质量、思想政治教育提升、科技攀登、学科提升、产学研合作模式优化、资源配置科学化、管理服务提升、国际化水平提升、大学文化建设”十大工程，在新的起点上科学谋划学校事业发展新征程。

学校关于本科人才培养的重要政策文件 (限 10 项)	序号	文件名称	印发时间
	1	《中北大学一流本科教育行动计划(2019~2023)》(校发【2019】2号)	2019
	2	《中北大学关于建立健全师德师风建设长效机制的实施办法》(党发【2015】10号)	2015
	3	《中北大学本科专业优化调整及设置管理办法(试行)》(校教【2019】10号)	2019
	4	《中北大学教学督导委员会工作办法》(校教【2018】20号)	2018
	5	《中北大学教学事故认定与处理办法(修订)》(校教【2018】19号)	2018
	6	《中北大学本科教育课程质量通用标准》(校教【2017】31号)	2017
	7	《中北大学本科教育课堂教学质量标准(试行)》(校教【2018】31号)	2018
	8	《中北大学教师本科教学工作规范》(校教【2018】32号)	2018
	9	《中北大学本科教育课程评估制度(暂行)》(校教【2017】32号)	2017
	10	《中北大学课堂教学质量评价实施办法(试行)》(校教【2018】33号)	2018

二、报送专业情况

1. 专业基本情况

专业名称	市场营销	专业代码	120202
修业年限	4年	学位授予门类	工商管理
专业设立时间	2004	所在院系名称	经济管理学院
专业总学分	173.5	专业总学时	2496
实践教学环节学分占总学分比例	30.5%		
本专业教授给本科生上课的比例	100%		

注：以上数据填报口径为 2018-2019 学年数据。

2. 专业负责人基本情况

姓名	赵公民	性别	男	专业技术职务	教授	学历	研究生
		出生年月	1970.05	行政职务	院长	学位	博士
研究方向和近三年主讲的本科课程		<p>山西省教学名师，山西省 131 领军人才，山西省行政管理学会副会长，山西省软科学研究评审专家，国家科技部评议专家。中国高校市场营销学会理事，中国服务贸易协会专家委员会专家。主要从事营销管理创新、服务创新、科技创新、企业社会责任等方面的研究。</p> <p>市场营销学 48 学时 3 学分 广告策划与管理 32 学时 2 学分 营销前沿 16 学时 1 学分 市场营销专业导论 8 学时 0.5 学分 产品开发与管理 32 学时 2 学时</p>					

3. 近 3 年本专业毕业生就业（升学）情况

年份	毕业生人数	境内升学人数	境外升学人数	就业人数	自主创业人数
2018 年	91	8	1	80	0
2017 年	99	6	1	88	1
2016 年	81	8	1	66	2

4. 近 3 年本专业获省部级及以上奖励和支持情况

类别	序号	项目名称	所获奖励或支持名称	时间	等级	授予部门
教学成果奖	1	商科大学生创新能力培养体系的构建与实践	教学成果奖	2018.4	一等奖	山西省教育厅
	2	科技信用风险管理	山西省社科优秀成果奖	2018.8	三等奖	山西省社会科学联合会

	3	具公平关切零售商的闭环供应链差别定价策略研究	山西省社科优秀成果奖	2018.8	三等奖	山西省社会科学联合会
教学名师与教学团队	1	赵公民	第四届“互联网+”大学生创新创业大赛优秀创新创业导师	2018.9		山西省教育厅
	2	市场营销专业	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛	2018	优秀组织奖	中国市场学会
	3	市场营销专业	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛全国营销实践教学示范奖”	2017	部级示范奖	中国市场学会
	4	刘俊生	全国“营销实践教学创新奖”	2017.6	部级创新奖	中国市场学会
	5	赵公民	山西省教学名师(2003至今)	2019	省级一等奖	山西省教育厅
专业建设	1	市场营销专业	优势专业建设项目	2017	优势专业	中北大学
课程与教材	1	市场营销学课程	精品资源共享课程建设项目	2018	精品资源	中北大学
	2	市场营销学课程	校级课程评估	2018	优秀	中北大学
	3	经济管理类毕业论文写作与答辩(第二版)	教材	2017.5	无	中北大学
	4	现代营销学(2015-2018)	教材	2018	无	

	5	创业基础—理论与实务	教材	2017.8	无	中北大学
实验和实践教学平台	1	山西省共享式软件人才实训暨培训基地		2017.6	省级	省发改委
	2	山西省信息化创新发展研究基地		2017.6	省级	省经信委
教学改革项目	1	创新方法教育与高校“双创”人才培养融合研究	省教改课题	2018.6	省级	省教育科研院
	2	基于创新创业导向的市场营销专业人才培养模式研究	2017年教育部第一批协同育人项目	2017.8	国家级	教育部高等教育司关于公布有关企业支持2017年第一批产学合作协同育人项目立项名单的函交高司【2017】37号
	3	《商业模式设计与创新》慕课建设研究	2016年慕课课题立项	2016.6	国家级	教育部全国高等学校学生信息咨询与就业指导中心教毕指【2016】63
	4	基于创新创业导向的市场营销专业人才培养模式构建	山西省教改项目	2016.6	省级	山西省教育厅

其他 (限 50 项)	1	张静	山西省高等院校企业竞争模拟大赛	2018	省赛三等奖	中国管理现代化研究会决策模拟专业委员会
	2	“对对对”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛单项奖	2018.5	国赛二等奖	中国市场学会
	3	“Aha”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛	2018.5	国赛复赛三等奖	中国市场学会
	4	一米阳光——大学生对勤工俭学工作满意度的调查研究	全国市场调查与分析大赛	2018.5	国赛二等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	5	今天你分类了吗？——太原市居民生活垃圾分类行为的影响因素研究	全国市场调查与分析大赛	2018.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	6	“竞逐”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛策划案单项奖	2018.5	国赛二等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	7	太原市居民生鲜产品偏好及生鲜便利店服务现状调查	全国市场调查与分析大赛	2018.5	国赛一等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	8	互联网知识付费现状与合理优化调查	全国市场调查与分析大赛	2018.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会

	9	高校学生使用“蚂蚁花呗”现状调查及原因分析	全国市场调查与分析大赛	2018.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	10	中北大学大学学生报考驾校调查	全国市场调查与分析大赛	2018.5	省赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	11	“风雨兼程”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛策划案单项赛	2018.5	国赛一等奖	中国市场学会
	12	“筑梦者”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛	2018.5	国赛二等奖	中国市场学会
	13	多功能魔性手指—美容仪	全国大学生电子商务“创新创业及创业”挑战赛	2018.5	省赛三等奖	教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会
	14	“无懈可击”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛	2018.6	国赛二等奖	中国市场学会
	15	多自由度智能机械臂	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	2018	省赛金奖	山西省教育厅
	16	山西省心速度健康管理有限责任公司	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	2018	省赛金奖	山西省教育厅

	17	基于手术时的可吸收止血材料	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	2018	省赛银奖	山西省教育厅
	18	JRE 教育服务型机器人设计与开发	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	2018	省赛金奖	山西省教育厅
	19	中创镁基新材料有限责任公司	“创青春”双创杯全国挑战杯大学生创业大赛	2018	国赛铜奖	“创青春”全国大学生创业大赛组委会
	20	“安盼守己”	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
	21	“核影卫士”核素药物配置机器人	“互联网+”创新创业项目	2018	国赛一等奖	山西省教育厅
	22	筋斗云安全平台	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛三等奖	山西省教育厅
	23	利用超高电压的电能发射武器	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛三等奖	山西省教育厅
	24	轮上世界 - 先进运载平台及交通工具终端解决方案	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
	25	太原智熵科技有限公司 科创教育	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
	26	惠农博机械有限公司——多功能手提轻便式播种器	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
	27	山西省微纳科技有限公司	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅

28	心跳的力量——从听音到视音的医学诊断设备	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
29	“悦动纳米”——致力于开发新型能源解决方案	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
30	瞳光——盲人阅读器	“互联网+”创新创业项目	2018	省赛一等奖	山西省教育厅
31	电陶先锋——全球四元导电陶瓷材料引领者	“互联网+”创新创业项目	2018	国赛三等奖	山西省教育厅
32	四度空间科技有限公司	“互联网+”创新创业项目	2018	国赛二等奖	山西省教育厅
33	基于 STM32 的脑电波产品开发与研究	全国大学生物联网技术与应用“三创”大赛	2018	省赛三等奖	江苏省物联网技术与应用协同创新中心
34	“地表最强”队	“社科奖”第九届全国高校市场营销大赛	2017.6	国赛二等奖	中国市场学会
35	跑过全世界，跑过你——太原马拉松现状调查及市民参赛意愿影响因素研究	全国市场调查与分析大赛	2017.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
36	滴滴出行，与你同行——太原市网约车服务质量满意度调查	全国市场调查与分析大赛	2017.5	省赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会

	37	大学生视角下的亲子关系质量调查研究	全国市场调查与分析大赛	2017.5	省赛二等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	38	雾霾不要亲吻我——3M防雾霾口罩太原市大学生市场调查	全国市场调查与分析大赛	2017.5	国赛二等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	39	王宇超	全国高校商业精英挑战赛流通业经营模拟竞赛决赛	2017.10	国赛三等奖	中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
	40	常馨月	全国高校商业精英挑战赛流通业经营模拟竞赛决赛	2017.10	国赛三等奖	中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
	41	肖夏宇	全国高校商业精英挑战赛流通业经营模拟竞赛决赛	2017.10	国赛三等奖	中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
	42	付明香	全国高校商业精英挑战赛流通业经营模拟竞赛决赛	2017.10	国赛三等奖	中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
	43	杨丽丽	“创新创业杯”全国管理决策模拟大赛	2017	省赛二等奖	全国管理决策模拟大赛组委会
	44	任娇楠	“创新创业杯”全国管理决策模拟大赛	2017	省赛二等奖	全国管理决策模拟大赛组委会

	45	校园暴力现状及立法可行性研究	全国市场调查与分析大赛	2016.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	46	爱阅读公益书店	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	2016.6	省赛金奖	山西省教育厅
	47	星星点灯、与爱同行——山西省留守儿童心理现状及需求调查	全国市场调查与分析大赛	2016.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	48	关爱妈妈健康，呵护宝宝成长——太原市月嫂服务质量现状调查及对策研究	全国市场调查与分析大赛	2016.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	49	防不胜防——山西省高校诈骗现状调查以中北大学为例	全国市场调查与分析大赛	2016.5	国赛三等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会
	50	不要让晋剧消亡——关于晋剧发展途径的调查研究	全国市场调查与分析大赛	2016.5	国赛二等奖	教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会

注：1.专业建设指本专业获得省部级特色专业、品牌专业、一流专业等建设项目支持情况。

2.其他指本专业教师和学生获得的省部级及以上教育教学奖励和支持情况。

5. 专业定位、历史沿革和特色优势

中北大学经济与管理学院的市场营销专业，2004 年申报成功，2005 年 9 月开始招生，2017 年获批中北大学校级优势专业建设项目。市场营销专业结合中北大学理工母体、本着工管结合的基本思路，面向工商企业，着力培养具有理工思维的市场营销高级应用型人才。按照系统架构、平台支撑、氛围营造、学生受益的理念，将市场营销专业学生创新能力培养与专业教育进行高度融合，将商科创新与市场营销专业教学相关内容进行充分整合，建立了一套系统、完善的大学生创新与专业教学相融合的一体化教学管理模式，使得市场营销专业学生在具备扎实的专业理论知识的基础上，更加注重创新知识的构建和创新能力的培养。

市场营销专业从“专业知识、实践能力、创新思维方式、创新兴趣、创新精神”五个角度，集成学校、社会、企业多方面力量，完成了基于创新创业导向的市场营销专业人才培养模式。该模式以培养和提高学生创新创业能力为目标，建立“学业教育+创业教育”“专业实践+创业实践”“学科比赛+创业比赛”“企业培训+创业培训”的人才培养模式。实现学校、企业、家庭、社会等多平台、多维度的渗透，构建了基于创新创业导向的市场营销专业人才培养四阶段模型：萌芽阶段—培育阶段—强化阶段—孵化阶段。

6. 深化专业综合改革的主要举措和成效

市场营销专业于 2017 年获校级优势专业建设项目，2017 年市场营销专业获全国“社科奖”高校市场营销大赛“全国营销实践教学示范奖”，2018 年获全国“社科奖”高校市场营销大赛“优秀组织奖”。专业在人才培养方面，重课堂内容设计、重平台建设、重能力应用。

专业课程建设方面：主干课程《市场营销学》连续获得“优秀课程”、“精品课程”“精品资源共享课”等荣誉称号，2015 年《市场营销学》课程入选精品资源共享课建设项目。1、课堂教学多样化。专业课程通过角色扮演法、专题讲座等多元化教学模式，激发学生的创新意识。（1）情境模拟教学法。教学过程中，参与式案例讨论、决策情景模拟等方式已经被大部分市场营销专业老师采用，鼓励学生自己分析问题提出见解，赞赏学生的批判性思维。比如《市场营销》、《消费行为学》、《营销调研》等课程让学生通过实地调查或网络调查，发现问题，提出自己观点，开展课堂讨论，从而培养他们的创新精神和创新思维。在《销售管理》课程中，采用模拟销售展示方法，帮助学生理解应用相关知识。（2）实战演练教学法。部分专业课程还设置了企业家进课堂环节，如《市场营销学》、《市场营销前沿》、等课程，邀请百度大学讲师和思软公司经理为学生分享“搜索引擎营销”、“互联网营销”专题，这种形式使学生的专业能力得到很大提升，创新兴趣大大增加。2、考核方式灵活化。专业鼓励教师摒弃死记硬背的考试方式，教师可以根据各课程的特殊性，灵活掌握，选择更有利于培养学生创新能力的考试方式和题目。比如《市场营销学》全部采用案例分析考核学生的实践问题分析能力和灵活解决能力；《营销战略》、《产品开发与管理》、《商务谈判》、《销售管理》等课程采用小组案例分享与答辩的形式，鼓励学生团队协作、自主思考，极大地提高了学生对专业知识的学习兴趣，每年有多名学生考入中国人民大学、西安交通大学和东北财经大学等著名学府继续深造。

学生能力培养方面：专业目前已将创新创业课程引入专业培养方案；将学科竞赛引入专业培养方案，确保学科竞赛每学期不间断。（1）通过校企合作来实现。专业部分实践教学课程由学校和企业共同完成。如《市场调查与营销策划课程设计》与顺丰、双合成、娃哈哈等企业共同完成。学生以小组为单位，

结合企业实际问题自拟课程设计题目，全程由指导教师与企业导师共同指导，优胜队将获得企业发放的奖品，极大地提高了学生兴趣，提升学生的创新能力。

(2) 通过比赛贯穿课程来实现。如企业综合实训课程，是结合“社科奖”市场营销大赛、“CEO 练习生”全国高校营销创业实践挑战赛等相关赛事来考查学生的。这些实践课程通过让学生参与相关营销比赛，以赛代练，提升他们的实践创新能力。近 3 年，专业的学生屡创佳绩，获全国大学生市场调查与分析大赛、“社科奖”全国高校市场营销大赛，创新创业大赛等省部级多项奖励。

教学支撑平台方面：专业除了为学生配备 4 个相关课程和比赛用的实验室外，近几年也加大与企业的合作力度，陆续与多家，如蓝月亮企业，三牛装饰等企业建立了合作关系，实习基地的数量逐年增多，这对于提高毕业生就业竞争力提供了很好的保障，专业毕业生就业率位居学院前列。

7. 加强师资队伍和基层教学组织建设的主要举措及成效

市场营销专业队伍具有优良教学传统和丰富教学经验及科研成果，教学程序规范，教学管理严格，教学队伍整体素质好。结合我校 333 人才引进计划，近三年我专业新引进 2 名专业博士，至今，专业已经形成了一支 25 人组成的专业优势互补团队，师生比为 1:16，达到本科生教学质量国家标准。其中，教授 5 人，副教授 7 人，博士 9 人。具有高级职称的教师占 48%，具有研究生学位的教师为 100%，职称结构合理。专业以赵公民教授为核心的教学及科研团队基本形成，能有效地支持教师队伍建设，特别是对青年教师的指导和培养措施得力。

围绕教学计划的需要，专业每年派出 2 名教师到 985、211 院校短期学习进修，满足新培养方案中新设课程教学的需要；派出 2 名教师到企业驻点学习，培养双师型教师 2 名；每年派出 4 名教师外出参加会议，提高学术眼界，活跃学术思想。

目前，专业拥有省级教学名师 1 名，校级教学名师 2 名，双语教师 2 名，硕士生导师 11 名，分别获得山西省青年教师教学基本功竞赛中获得二等奖及三等奖各一项，省级教学成果二等奖及三等奖各一项、校级青年教师基本功竞赛二等奖一项。通过各个层次的教学质量工程建设，提升了专业教师的整体教学水平，培养了一支教学基本功扎实、素养高、深受学生欢迎、发展后劲足的教师队伍。科研方面，近三年专业教师主持省部级课题 25 项，科研经费到款 39.5 万。省部级教学科研成果 1 项，以第一作者发表高水平论文 26 篇，影响因子 2.489，出版教材 3 部。教师科研水平逐年提高，并将科研成果有效地应用于教学活动中，成果显著。

8. 加强专业教学质量保障体系建设的主要举措和成效

市场营销专业坚持“学生为中心，产出为导向”的教学质量工作理念，着眼于教学各个环节，制定了明确的教学质量标准，从不同的维度建立质量观测监控体系，形成了“组织稳定、制度健全、观测多维、定期反馈”的教学质量监控体系。专业的教学管理制度健全，教学质量监控与评价措施有效，反馈机制通畅，改进措施有效。

1、质量标准建设是教学质量保障的基础。市场营销专业根据本科生人才培养目标，结合学校特色，贯穿教学全过程，对课程教学、实验教学、实习、课程设计、毕业设计（论文）等主要教学环节从质量标准、评价标准、保障标准等三个方面进行了规范。

2、构建了多维的教学质量监控与反馈程序，为教学质量的监控与提升提供了程序保障。教学质量监控与反馈程序按照时间顺序贯穿了教学全过程，尤其是在重要教学节点的监控已经程序化（图1）。

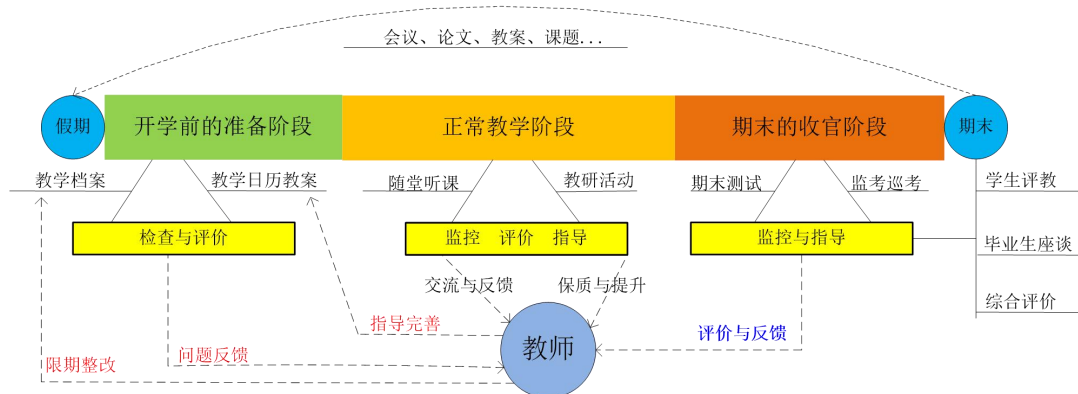


图1 多维监控与反馈程序

3、教学质量不断改进促使人才培养质量不断优化，专业办学质量不断提升。市场营销专业在常态化与程序化的质量保障体系推动下，不断加大教学改革、教学建设和教学管理力度，多名教师获得校级教学名师、一名教授获得省级教学名师、二位教师获省级青年基本功大赛奖项，《市场营销学》获校级精品资源共享课程，在2018年的课程评估中获得“优秀课程”称号。我们不断加强教学质量保障体系的建设，教学质量和人才培养质量不断提高，整体办学水平和社会声誉持续提升。

9. 毕业生培养质量的跟踪调查结果和外部评价

市场营销专业旨在培养适应社会主义市场经济需求,掌握市场营销专职岗位所需的基础理论和专业技能,具备较强实践能力和创新能力,能在各类企业、事业与政府机关从事营销管理、营销策划与营销实务等方面工作的高级应用型人才。专业侧重提升学生的产品销售、市场分析、市场管理及营销策划四种能力。

1、就业情况良好。专业的就业情况一直非常乐观,毕业前离校就业率在中北大学经济与管理学院5个本科专业中(市场营销、财务管理、工业工程、经济统计学、国际贸易)一直排在前列,也高于全校离校前就业率的平均值,始终保持在90%以上。近三届毕业生签约就业行业和就业地域符合本专业人才培养服务方向,学生签约行业分布在工商企业、金融机构、政府部门等,就业地域分布全国各省市,例如销售代表、各类顾问、管培生、地产经纪人、销售策划、人力资源管理等等,均属于市场营销专业培养的专业高级专门人才的范畴,他们从事的职业充分反映出市场营销专业学生的专业素质及能力,选择的岗位与市场营销专业人才培养目标高度一致。而创业的学生也基本从事经营管理工作,包括经营农庄、饭店、自媒体,亦与市场营销专业培养从事营销管理、营销策划与营销实务等工作的高级应用型人才高度一致。学生们在工作单位表现出色,认真勤奋,能力突出,专业素质高,如18届毕业生李日欢等同学通过导师介绍,有偿为山西省连锁企业“虞美人”做市场分析和策划报告,得到了用人单位的嘉奖。目前已有一些单位连续几年从我专业招聘毕业生,高度认可我专业学生的能力和素质。

2、考研取向具有针对性。具有保研资格的同学有一部分继续留在中北大学深造学习,其余的选择的高校基本上是普通高校,从考生的录取院校来看,择校更加多样化,学缘结构趋好,未来校友资源会更加丰富和多样化;从所报考的专业来看,这三届学生基本报考的都是管理学学科门类下的工商管理专业,说明大学四年的教育给学生的专业选择和发展产生了越来越大的影响,越来越多的学生愿意继续市场营销领域的探索。如市场营销专业毕业生武勇杰,本课后毕业后继续就读于我校技术经济及管理专业硕士研究生,毕业当年获得了国家奖学金,同时由于科研能力出众、专业素质过硬,获得了北方交通大学博士研

究生特招资格，并于 2019 年顺利毕业，加入本专业教师队伍。未来专业会适当增加工科背景及定量分析的课程，如运筹学（管理科学与工程的专业基础课）、工程制图课程，提高学生升学的能力及适应工程技术或工业品市场营销工作的需要，此举希望能帮助学生实现知识的突破和创新，争取为社会培养更多的研究型人才。

三、下一步推进专业建设和改革的主要思路及举措

市场营销专业结合工商管理类本科生国家质量标准，服务于山西省资源型经济发展战略转型的需要，依托中北大学的优势学科背景，与本省其他具有相同专业的高校进行错位竞争，着力于培养具有创新创业思维并具有国际化视野的专业高级应用型人才。力争达到两个指标，第一是提升就业质量指标，专业虽然就业率较高，但是就业质量还有待提升，学生的专业对口率和职业稳定率都偏低，因此，计划在未来三年内进一步提高专业人才的素质，提升学生就业质量；第二是升学率指标，力争在未来三年内年均硕士研究生达线率（统计时间为当年离校前）在 20%以上。专业将重点从培养方案、实践教学、校企合作、国际交流和师资队伍几个方面加强建设，以确保目标的实现。

1、注重专业课程的前瞻性。市场营销专业的所有课程和相关理论是与市场实践密切相关的，市场形态、消费者消费趋势、企业营销范式等会随着社会发展 and 科技等方面的发展不断变化，甚至可以说是日新月异。而目前的营销课程往往跟不上社会实践的发展，因此，专业课程体系设置要强化与实践相结合，体现各课程的前瞻性，紧跟社会经济发展的步伐。未来在专业培养方案的修订上，专业需要充分抓取社会发展态势和企业营销新发展及趋势，如大数据营销、工业品营销，将这些融入到每个课程建设中去，实现理论引导实践的目的，能让学生对专业相关领域的知识进行广泛涉猎，增强学生对学科领域的兴趣。

2、加大实践改革创新力度。专业计划在 2019 版培养方案中重新设计实践教学体系，加入创新创业实务模拟等实践课程，同时，有效运用现有实验室资源，适当引入综合性实验软件，将实验室的模拟实验与实战训练及学生课题研究结合起来，提高实践教学课程的培养质量。

3、努力打造“企业进校园、课堂进企业”本科教育校企合作实践教学平台

模式。目前的专业实践多是侧重学生在大四期间进行集中或分散实习，但却造成专业教育的理论教学与企业实训操作脱节的现象。专业学生们只有在大四时才可能进入企业实习，企业实施项目与大二、大三学生专业课程内容联系性不够紧密，校企合作力度不足。因此，专业在未来三年要加强学院与企业合作力度，确保校企合作建设的各项制度落实，广泛开展企业进课堂、课堂进企业等多种教学方法，努力让大二、大三的同学尽早与企业挂钩，通过与合作建设大学生教育培训基地，完成企业阶段性项目、或参与到企业实际运营过程中，实现专业课程内容设置和考核形式的不断创新，这不仅提升了学生们解决实际问题的专业能力，有利于企业对优秀学生的选拔，而且也明确了同学们的职业生涯发展方向，达到学校、企业和学生三赢的目的。

4、努力建设一支高效的教学和科研团队。未来三年，继续通过派出参会、学习、培训、交流合作等形式，提高教师队伍专业水平，着重两类教师的培养，一类是双师型教师的培养，派出教师到企业进行定期参观学习，加强与企业的横向合作，提高教师实战业务能力，未来在实践教学环节发挥作用，另一类是加大双语教师的培养力度，本专业目前已有 3 名教师拥有海外留学经历，来自加拿大麦克马斯特大学商学院市场营销系的 **Sourav Ray** 是我专业的客座教授，专业要继续加大国际交流与合作的程度，利用国际资源办专业并形成特色，使培养的学生具有国际化视野，对于学生的继续学习和深造也大有裨益。

学校意见与承诺

我校承诺，如获立项建设，将对该专业建设给予重点支持，安排充足专项资金支持项目建设并给予充分的人员支持、物质保障、政策倾斜，并将加强项目监督管理，确保专业建设顺利完成，通过认定。

(学校公章)

年 月 日

省教育厅意见

(盖章)

年 月 日