**《毕业实习》课程教学大纲**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | 毕业实习 | | | | | | | | |
| **课程英文名** | Graduation Practice | | | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | 28114004 | **课程学分** | | 5 | **周（学时）** | | | 12周 | |
| **课程类别** | □专业认知实习  □专业见习  □工程实训  ☑毕业实习  □其他 | **课程性质** | | □必修  ☑选修  □其他 | **课程形态** | | | ☑线上  □线下  □线上线下混合式  ☑社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 ☑课程作品 □汇报展示 ☑报告  □课堂表现 □阶段性测试 □平时作业 □其他（可多选） | | | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课**  **系(教研室)** | | | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | | | 第7学期 | | | |
| **课程负责人** | 王素梅 | | **审核人** | | | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 市场营销学、市场调查与统计 | | | | | | | | |
| **后续课程** | 课程设计和毕业设计 | | | | | | | | |
| 选用教材 | 郭国庆，市场营销学通论（第七版），人民邮电出版社（2017） | | | | | | | | |
| 参考书目 | 1.吴晓云，市场营销学，高等教育出版社（2017）  2.谷红，品牌智能——数字营销传播的核心理念与实战指南，电子工业大学出版社（2016）  3.赵大伟，互联网思维“独孤九剑”，机械工业出版社（2014） | | | | | | | | |
| 课程资源 | 学银在线：<https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/238024991.html>  梅花网：<https://www.meihua.info/>  鸟哥笔记：https://www.niaogebiji.com/special | | | | | | | | |
| 课程简介 | 强调学生分析、解决实际问题能力的培养，加深学生对理论知识的理解与运用，帮助学生根据实习单位要求能系统分析消费者行为，对市场进行深入调研与预测，准确进行STP分析和市场竞争分析，通过分析能制定出切实可行的4P组合策略，帮助更准确地把握互联网时代的新媒体营销策略。  对将来的职业生涯起到很大的帮助作用。 | | | | | | | | |

**二、课程目标**

以培养具有政治过硬、理论扎实、技能卓越、思维先进、视野宽广的市场营销专业人才为培养目标，能从事市场调研、市场开发、营销策划、营销推广、市场传播、广告策划、销售管理、大数据营销、新媒体电商等工作岗位，培养具有爱国情怀、创新思维、商业道德的德智体美劳全面发展的高素质应用型市场营销专业人才。

**表2.1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1思想道德** | 具有良好的道德修养和责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感；培养心系家国的本土情怀，不断承担起自身的社会责任，明确自身的社会角色与担当。 |
| **课程目标 2**  **专业知识** | 能够科学地分析市场营销环境和市场趋势，能够制定切实可行的市场营销策略，推广企业的产品和服务，实现营销目标；具备善于学习和吸收他人知识的能力，并不断构建自己的知识体系，提高专业素养和综合素质。 |
| **课程目标** 3  **专业能力** | 能够快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题；熟练掌握市场营销理论和方法，能够运用系统性的分析和解决问题；具有合作、责任、效率、服务、等现代意识，能够对市场营销实践问题进行深入的探索和研究。 |

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求（一）：**  **素养要求【H】** | **1.1【政治道德】**培养心系家国的本土情怀，不断承担起自身的社会责任，明确自身的社会角色与担当。 | 课程目标1 |
| **1.2【综合素养】**具有良好的道德修养和责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感。 | 课程目标1 |
| **毕业要求（三）：**  **能力要求【H】** | **3.1【专业技能】**具备市场营销环境分析能力，对市场趋势、竞争态势等方面具有前瞻性和市场敏感性；具备进行市场调查计划、组织、实施、数据分析与挖掘的技术能力；具备为企业进行营销策划、零售管理、新媒体营销等方面的专业能力；具备运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业 | 课程目标2 |
| **3.3【创新创业】**具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 | 课程目标3 |
| **3.3【职业发展】**具备敏锐的市场洞察力和判断力，能够及时了解实习单位的营销新模式及发展动态，能够不断学习实习单位最新的专业知识和技能。 | 课程目标3 |

**三、教学内容及要求**

**（一）学习内容**

根据专业人才培养方案、专业认证标准及教师职业资格免试认定等要求，在第七学期完成毕业实习；严格按照各专业人才培养方案、毕业实习管理办法和各专业毕业要求开展毕业实习，保质保量完成实习任务。

1.了解各行业及市场的基本情况，能够利用所学知识发现和辨析营销问题，进而试图提出解决方案。

2.了解企业市场营销的实际操作模式，熟悉常见的营销业务手段和方法，将营销理论知识应用于实践。

3.加深对营销活动的主要内容和基本规则的理解和把握，实现知识理论的进一步提升。

4.通过实习，进行自我分析、合理定位，为树立正确的择业观、明确就业目标提供思想准备。

5.通过实习，努力提高自身素质，提升市场营销专业毕业生的社会适应能力和专业技能水平，增强就业竞争力，提高从业能力。

6.了解社会与学校学习之间的差异，对营销专业相关工作正确的职业感知，加强对营销相关工作的理解，培养学生的敬业、创业和合作精神。

**（二）时间安排**

**集中实习时间（非考研学生）：** 每年 7 月-- 9 月底（共 12 周）；

**分散实习时间（非考研学生）：** 每年 7月-— 9 月底（共 12 周）；

**考研学生实习时间：**自 12 月考研初试结束后一周后开始，至 下年 3 月底（实习时间总计不得少于 8 周）。

鼓励学生参加更多的实习锻炼，若实习单位需要、学生本人愿意，实习结束后和寒假期

间可以继续实习，鼓励学生将实习和就业衔接。

**（三）工作流程**

**1.实习开始前**

向学生讲解实习安排，明确实习任务和要求；督促分散实习学生尽快完善相关手续，严格审批；在学生中选取实习负责人，实行定期汇报

制度。

1. **实习过程中**

负责学生实习日常管理和指导，对实习学生进行巡视指导和检查，全面掌握学生实习情况，做到存在问题及时处理或上报；负责关心学生的思想，对学生的学习、生

活和就业进行指导；经常与实习单位和实习学生保持联系，了解和监控学生的实习情况；要求实习学生（特别是分散实习学生）每周通过《云智习柚实习服务平台》定点签到，向学院实习工作领导小组汇报实习情况，作好记录；加强对实习生的请假管理。请假制度严格按照毕业实习管理办法执行，否则一律以实习不合格处理。

1. **实习结束后**

负责实习学生实习材料收取、实习成绩评定和撰写实习指导（带队）教师实习总结报告。按照要求收取实习学生完备、规范的实习材料；督促学生认真做好实习总结，协助基地单位指导教师评定成绩和单位鉴定；完成指导教师评语和成绩；所有各项成绩评定严格按照新的毕业实习考核表评分标准评定；根据指导实习工作情况，客观准确地完成实习工作总结、建议和反思。

**（四）业务指导**

校内老师1名或多名指导

校外老师1名或多名指导

## 四、课程考核

1.学生实习成绩考核由各专业实习工作小组负责。

2.毕业实习综合成绩由实习单位指导教师成绩（50%）+实习小组成绩（20%）+带队（指导）教师成绩（30%）构成，各部分实习成绩评定的基本依据是：（1）《实习日志》(15%)；

（2）实习总结鉴定表(10%)；（3）专业实习报告(30%)；（4）实习单位评定的实习成绩(25%)；

（5）指导老师或院实习领导小组巡查的到岗、出勤等纪律遵守情况(20%)；

（6）其他加分项目。

3.学生专业实习成绩考核评定标准。（见附件 5）

4.有下列情况中的任何一项者，毕业实习成绩为不及格：

（1）对未参加实习者；或未报学校批准擅自更换实习单位者，或未报学校和实习单位

批准擅自离开实习单位超过 3 天及其以上者。

（2）旷工（旷课）时间累计达 3 天者或请假时间累计达 10 天者；

（3）实习期间有严重违法违纪或不道德行为，被实习单位退回，造成学校声誉受损者。

（4）泄露实习单位机密者，给实习单位造成损失和不良影响者；

（5）实习单位或指导老师的评价为不合格者；

（6）不按时上交实习鉴定表和实习报告者；

（7）实习报告结构混乱、内容空洞、弄虚作假、错误明显者；

（8）院学生实习领导小组认为的其它属于成绩不及格的情形。

5.奖惩方面

（1）经学校核实后，均可评实习单项奖，并作为实习成绩评定和优秀毕业生评选的依据。

（2）在实习期间，学生若有盗窃或欺诈行为，财务上有舞弊行为，介入色情服务，有触

犯刑法而拘留以上刑罚等情况者学校对其以勒令退学处理。

（3）实习成绩作为评定各种奖励的依据。

## 五、其他说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院（部）工商管理教学系（教研室）讨论制定，管理院（部）教学工作委员会审定，教务处审核批准，自23级开始执行。

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**