**《专业认知实习》实习/实训课程教学大纲**

**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** | 专业认知实习 | | | | | | | |
| **课程英文名** | Professional Cognition Internship | | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | 28114002 | **课程学分** | 1 | | **周（学时）** | | 1周（20学时） | |
| **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2学期 | | |
| **课程负责人** | 张韵君 | | | **审核人** | | 罗文宝 | | |
| **先修课程** | 管理学 | | | | | | | |
| **后续课程** | 市场营销学 | | | | | | | |
| **选用教材** | 无 | | | | | | | |
| **参考书目** | 无 | | | | | | | |
| **课程资源** | 1. 中国大学MOOC  2. 长江师范学院数字图书馆 | | | | | | | |
| **课程简介** | 专业认知实习是市场营销专业必修的一门综合实践课程，属于学生在进校后所进行的感性认知实习。通过组织学生到不同的企业参观，使他们能直观地接触市场营销实际工作和具体业务，较全面地了解市场营销的基本流程，对市场营销岗位的职责有初步认识，理论联系实际，培养在生产实践中进行调查研究以发现问题、分析问题和解决问题的能力，为学习市场营销专业的基本理论、基本知识和基本方法积累感性认识，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业，增强专业学习的目的性，树立正确的择业就业创业观和职业理想。 | | | | | | | |

**二、课程目标**

**表1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标1: 知识传授** | 1.1能够绘制企业组织结构图。  1.2能够确定企业的市场营销相关岗位名称。  1.3能够描述相应的市场营销工作岗位职责。  1.4能够确定市场营销专业学习需要掌握的的知识、能力和素质要求。  1.5能够明确市场营销专业学习的目的。 |
| **课程目标2: 能力培养** | 2.1能够通过参观、访谈、信息搜集等了解企业的基本情况。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。  2.2能够撰写市场营销专业认知实习报告。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。  2.3能够制作市场营销专业认知实习情况汇报PPT。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务的实践能力。  2.4能够通过PPT汇报市场营销专业认知实习情况。具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。  2.5能够在团队中充分发挥自己的作用，高效完成工作任务。具有开拓精神与创新创业意识。 |
| **课程目标3: 价值引导** | 3.1能够把“不断满足人民日益增长的美好生活需要”作为专业学习的重要目标。具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，勇于承担社会责任。  3.2能够树立正确的专业认知，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业，增强专业学习的目的性，为具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养奠定认知基础。  3.3能够形成团结、合作的精神。具有乐观向上的生活态度，充满责任感地工作。 |
| **课程目标4:劳动教育** | 4.1能够感受劳动创造价值的伟大意义，树立马克思主义劳动观。  4.2能够确立热爱劳动、热爱劳动人民的朴素情感。  4.3能够感悟到市场营销的专业素养和职业精神，树立正确的择业就业创业观和职业理想。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【H】 | 1.1政治道德。爱国爱家、遵纪守法，践行社会主义核心价值观，具备优良的政治素养和品质，忠于祖国和人民，拥护中国共产党的领导，立志投身于新时代中国特色社会主义建设和中华民族伟大复兴事业。 | 3 |
| 1.2综合素养。具有良好的文化基础和人文修养；具有良好的职业道德和高度的敬业精神；具有信息素养、团队协作和沟通交流能力；具有良好的心理素质、身体素质、高尚的审美情操和乐观向上的生活态度，充满责任感地工作。 | 3 |
| 1.3 专业素养。系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；能够快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，能够适应快速变化的市场环境灵活运用所学知识解决实际问题。 | 3 |
| 1.4 本土情怀。立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 3、4 |
| **毕业要求2：**知识要求【M】 | 2.1 人文知识。掌握哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展与教育培训等方面的通识知识，了解人类文明发展、世界优秀思想文化，掌握科学常识和现代科技发展的现状和趋势。 | 1 |
| 2.4专业知识。熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**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务的实践能力。 | 2 |
| 3.2 组织协调。能够在营销管理团队中充分发挥自己的作用，高效完成工作任务，调动各方面工作积极性，具有跨学科、跨专业的学习、更新和应用能力。 | 2、4 |
| 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。 | 2、4 |
| 3.4 职业发展。具备敏锐的市场洞察力和判断力，能够及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 4 |

**三、教学内容及要求**

**（一）学习内容**

1.了解企业（公司）市场营销相关岗位设置。观察企业（公司）组织结构图，了解市场营销相关岗位名称和岗位职能等方面内容。

2.明确企业（公司）市场营销相关岗位要求。了解企业（公司）市场营销类各岗位对从业人员的知识、能力和素质方面的具体要求。

3.直接认识与认知市场营销专业的基本情况。通过深入企业（公司）实际，认真观察, 为学习市场营销专业的基本理论、基本知识和基本方法积累感性认识，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业，增强专业学习的目的性。

4.培养市场营销专业素养和职业精神。通过亲身体验，感受劳动创造价值的伟大意义，树立马克思主义劳动观，培养热爱劳动、热爱劳动人民的朴素情感，树立正确的择业就业创业观和职业理想。

**（二）时间安排**

第2学期期末实践实训周。

共1周时间，按学校规定，计20学时。

**（三）工作流程**

1.制定专业认知实习计划。

2.联系校外企业，确定双方负责人员。

3.确定每家企业安排的认知实习时间、地点、路线、议程。

4.组织学生开展专业认知实习教育，明确目的、内容、要求。

5.组织班级学生分组，每小组7人左右，选出小组长，负责小组的专业认知实习。

6.联系好出行交通，办理保险。

7.带队深入企业开展专业认知实习活动，组织好摄影、记录、资料收集等工作。

8.组织学生撰写专业认知实习报告。

9.组织班级举行专业认知实习汇报。

10.评定专业认知实习成绩。

11.汇总专业认知实习材料存档。

**（四）业务指导**

校内老师2名。

校外老师1名或多名指导。

**四、课程考核**

**（一）考核内容与考核方式**

**表3-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属环节** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程目标 1 | 1.绘制企业组织结构图 | 认知实习表现  认知实习报告  认知实习汇报 | 30% | 认知实习表现  认知实习报告  认知实习汇报 |
| 2.确定市场营销相关岗位名称 |
| 3.描述相应的市场营销工作岗位职责 |
| 4.确定市场营销类专业学习需要掌握的的知识、能力和素质要求 |
| 5.确定市场营销专业的学习目的 |
| 课程目标 2 | 1.通过参观、观察、访谈、信息搜集等了解企业的基本情况 | 30% | 认知实习表现  认知实习报告  认知实习汇报 |
| 2.撰写市场营销专业认知实习报告 |
| 3.制作市场营销专业认知实习情况汇报PPT |
| 4.通过PPT汇报市场营销专业认知实习情况 |
| 5.高效完成工作任务 |
| 课程目标 3 | 1.能够把“不断满足人民日益增长的美好生活需要”作为专业学习的重要目标 | 20% | 认知实习表现  认知实习报告  认知实习汇报 |
| 2.树立正确的专业认知，在实践中了解专业、熟悉专业、热爱专业，增强专业学习的目的性 |
| 3.能够形成团结、合作的精神，充满责任感地工作 |
| 课程目标 4 | 1.感受劳动创造价值的伟大意义，树立马克思主义劳动观 | 20% | 出勤情况  认知实习表现 |
| 2.确立热爱劳动、热爱劳动人民的朴素情感 |
| 3.建立市场营销专业素养和职业精神，树立正确的择业就业创业观和职业理想。 |

**表3-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | 考核占比 |
| 认知实习表现 A  （20%） | 认知实习报告 B  （50%） | 认知实习汇报C  （30%） |
| 课程目标1 | 30% | 30% | 30% | 30% |
| 课程目标2 | 30% | 30% | 30% | 30% |
| 课程目标3 | 20% | 20% | 20% | 20% |
| 课程目标4 | 20% | 20% | 20% | 20% |

**（二）成绩评定**

总成绩（100%）=认知实习表现 A（20%）+认知实习报告 B（50%）+认知实习汇报C（30%）

1. 认知实习表现 A（20分）。包括出勤情况、认知表现、纪律安全、服从安排情况等。

2. 认知实习报告 B（50分）。考核报告的规范性、主题的明确性、结构的严谨性、内容的专业性、表达的准确性、语言的流畅性、观点的思想性、材料的丰富性。

3. 认知实习汇报C（30分）。考核汇报PPT内容、质量、演讲以及团结协作等情况。

**（三）评分标准**

**表4 评分标准**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核项目** | **评分标准** | | | | |
| **优秀**  **(100>x≥90)** | **良好**  **(90> x≥80)** | **中等**  **(80> x≥70)** | **及格**  **(70> x≥60)** | **不及格**  **(x <60)** |
| 认知实习表现 A | 非常积极参加认知实习，没有缺勤，遵守纪律、服从安排，有强烈的集体意识。 | 积极参加认知实习，但有一次缺勤，遵守纪律、服从安排，有较强的集体意识。 | 能积极参加认知实习，但有二次缺勤，较遵守纪律、能服从安排，有集体意识。 | 能参加认知实习，但有三次缺勤，较遵守纪律、基本服从安排，有一定的集体意识。 | 参加了认知实习，但有四次缺勤，较遵守纪律、没有较好地服从安排，集体意识较差。 |
| 认知实习报告 B | 主题明确，内容具有专业性，材料翔实，开展了充分的调研工作，对市场营销专业有深刻的认知的和思考，观点正确，体会深刻，表达流畅，格式规范，结构严谨。字数大于3000，查重率小于10%。 | 主题较明确，内容体现了专业性，材料较翔实，开展了一定的调研工作，对市场营销专业有较深刻的认知的和思考，观点较正确，体会较深刻，表达基本流畅，格式较规范，结构比较严谨。字数不少于3000，查重率在10%～30%。 | 主题比较明确，内容有一定的专业性，提供了相应的材料，开展了相应的调研工作，对市场营销专业有比较好的认知的和思考，观点基本正确，有自己的体会，表达较流畅，格式规范，结构合理。字数不少于3000，查重率在10%～30%。 | 主题基本明确，内容专业性一般，提供的材料基本符合要求，实际开展了调研工作，对市场营销专业有一定的认知的和思考，观点基本正确，有自己的体会，表达较为流畅，格式基本规范，结构基本合理。字数不少于3000，查重率在10%～30%。 | 主题欠明确，内容的专业性不充分，提供的材料单薄，开展的调研未达到基本要求，对市场营销专业的认知和思考欠深入，观点有待升华，表达欠流畅，格式不规范，结构比较混乱。字数少于3000，查重率大于30%。 |
| 认知实习汇报C | PPT制作精美，具有视觉冲击力，能提纲掣领反映主旨内容，演讲自然，仪表端庄，声音宏亮，有感染力，听众收获充分，小组配合协作好。 | PPT制作美观，具有较强的视觉冲击力，基本能反映主旨内容，演讲较自然，仪表端庄，声音合适，有较好的感染力，听众得到收获，小组配合协作较好。 | PPT制作一般，具一定视觉冲击力，反映了主旨内容，演讲基本自然，仪表较端庄，声音基本合适，有一定感染力，听众有收获，小组有一定配合和协作。 | PPT制作平庸，视觉冲击力一般，有基本的主内容，演讲水平一般，仪表基本端庄，声音能听清，感染力不强，听众收获一般，小组配合协作一般。 | PPT制作较差，缺乏视觉冲击力，主旨内容不明晰，演讲欠自然，仪表欠端庄，声音不清晰，缺乏感染力，听众收获较少，小组欠配合协作。 |

**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，管理学院（部）教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。