

辽宁省普通高等学校本科专业综合评价 简况表

单位代码及名称：10166 沈阳师范大学

专业代码及名称：120202 市场营销

辽宁省教育厅
二〇一二年十二月
填表说明

1. 本次专业评价以定量评价为主，定性评价为辅。评价指标体系共 6 个一级指标、14 个二级指标、35 个观测点。其中 2.1.1 “培养目标与培养规格”、2.2.1 “改革创新措施与效果”、2.2.2 “该专业国际化人才培养的改革措施与实施效果”、5.1 “质量保障体系”、5.2 “持续改进”、6.1.2 “十名优秀校友简介”、6.2.4 “五名优秀在校生简介” 7 个方面的观测点为定性指标，需文字描述，其它指标需填写清单表和量化表。

2. 评价指标中的观测点 1.1.1 “近四年国家统一高考录取的学生入学平均分数”，6.1.1 “近四年就业率情况” 的数据信息由省教育厅统一提供，各专业不需要填写相关信息。

3. 评价指标中的年限，涉及到教学工作的均按学年计算，截止时间为 2011/2012 学年，如观测点 3.1.4 “近四年由本专业高级职称教师承担的专业课（含专业基础课）的比例” 中，“近四年” 指 2008/2009 学年、2009/2010 学年、2010/2011 学年、2011/2012 学年；涉及到科研工作的均按年度计算，截止时间为 2011 年 12 月 31 日，如观测点 3.2.3 “近四年教师主持科研课题情况” 中，“近四年” 指 2008 年度、2009 年度、2010 年度、2011 年度；实际状态截止时间为省教育厅专业评价文件下发之日，如专业教师职称截止到本文件下发之日。具体年限参照相关表格注释。

4. 专业教师在同一轮评价中只能隶属于一个专业。退休及调出教师在本单位工作期间署本单位名获得的成果计入统计，调入教师在原单位获得的成果不计入统计（成果指学

术论文、科研项目、科研获奖、教研论文、教研项目、教研获奖、本科教学工程项目、教学成果奖、教材); 教授上课率和高级职称教师上课率按当年情况统计。

5. 在填写“优秀在校生和优秀校友”时, 需填写学生的出生、入学和毕业时间, 供评价参考。优秀在校生简介突出综合素质; 优秀校友简介突出对专业、学科、行业和社会的贡献。

6. 部分评价指标(如观测点3.1.3“高层次教师情况”)采用“设置上限”的办法, 是指“达到一定数量后, 均为满分”, 以避免单纯追求数量的倾向; 部分指标(如3.1.1“专业生师比”)采用“设置合理区间”的办法, 是指“在一定区间内均为满分, 超出该区间则分数递减”, 引导指标数值合理分布。

7. 凡有涉密信息(科研项目、科研奖励等)的专业, 在脱密处理后, 需提供相关涉密项目下达部门、奖励设置部门的联系人信息, 以便进行数据核查。

8. 专业学生数以参评专业所在学校的在籍学生数为准。

9. 观测点“3.4.3近四年校外实习实践基地数量及各基地实习学生人次数与学生总数的比值”、6.2.1“近四年参加创新创业活动及参与科研项目学生人次数占专业在校生总数比例”的比值可能超过100%。

10. 关于二级指标5.1“质量保障体系”的相关支撑材料将采取抽查方式进行核实。其中定性材料清单表2-13, 2-14, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18对实施过程和效果的支撑材料需提交

支撑材料清单及引用/使用说明。同时评审专家有权要求参评学校提供所需要的其他定性指标支撑材料，被要求提供支撑材料的学校在接到通知后24小时内，以扫描件形式，通过评价系统平台提交相关材料。

一、清单表

(一) 定量指标清单表

1-1、专业教师基本情况表

序号	姓名	年龄	职称	学位	是否有行业经历	实践教学能力培训	硕士/博士专业	备注
1	王大超	49	教授	博士	无	无	政治经济学博士； 博士后	
2	刘春芝	42	教授	博士	无	有	企业管理	相关行业合作开展过科研项目；行业咨询
3	王志文	48	教授	双硕士	有	无	MBA 工商管理硕士；——英国； 经济学硕士——中国	出国交流（英国）
4	张 弦	42	教授	博士	有	无	博士 世界经济	出国交流（挪威、美国）
5	郑宏星	42	副教授	博士	有	有	博士 产业经济学	出国交流（美国）；行业咨询顾问
6	郭研莉	38	副教授	博士（后）	无	无	国民经济学硕士 博士；理论经济学 博士后	
7	李 威	42	副教授	硕士	有	有	MBA 工商管理硕士（市场营销） ——英国	出国交流（英国、美国）； 国家信息化计算机教育 认证证书 2005.5
8	李敏舒	36	讲师	硕士	有	无	MBA 工商管理硕士——美国	出国交流（美国）
9	柏宇光	28	讲师	硕士，博士在读	有	无	数学硕士——美国	出国交流（美国）

10	韩莹	36	讲师	硕士	有	无	国际商务硕士(澳大利亚)	出国交流(澳大利亚、美国)
11	王尧	30	讲师	硕士	有	无	课程与教学论(计算机)	出国交流(美国)

1-2、高层次教师情况表

序号	姓名	高层次教师类型
1	刘春芝	省百千万人才工程计划（千人层次）

1-3、近四年本专业教师承担本专业专业课（含专业基础课）
情况表

序号	课程名称	学时	开课时间	任课教师	职称	备注
1	营销学	54	2008-2009 学年	王大超	教授	
2	营销学	54	2010-2011 学年	王大超	教授	
3	消费者行为学	108	2010-2011 学年	刘春芝	教授	
4	商务统计学	54	2008-2009 学年	王志文	教授	
5	商务统计学	54	2009-2010 学年	王志文	教授	
6	营销调研	54	2009-2010 学年	王志文	教授	
7	管理会计	45	2008-2009 学年	张弦	教授	
8	会计学原理	45	2009-2010 学年	张弦	教授	
9	物流成本与绩效评估	90	2010-2011 学年	张弦	教授	
10	消费者行为学	54	2008-2009 学年	李威	副教授	
11	国际市场营销	45	2008-2009 学年	李威	副教授	
12	管理学	45	2008-2009 学年	郭研莉	副教授	
13	管理学	72	2009-2010 学年	郭研莉	副教授	

14	商务统计学	54	2010-2011 学年	郭研莉	副教授	
15	管理学	45	2010-2011 学年	郭研莉	副教授	
16	商务统计学	54	2011-2012 学年	郭研莉	副教授	
17	宏观经济学	54	2011-2012 学年	郑宏星	副教授	
18	零售管理	54	2009-2010 学年	李敏舒	讲师	
19	国际市场营销	45	2009-2010 学年	李敏舒	讲师	
20	服务营销	108	2010-2011 学年	李敏舒	讲师	
21	国际市场营销	90	2010-2011 学年	李敏舒	讲师	
22	零售管理	54	2011-2012 学年	李敏舒	讲师	
23	GMC 国际 企业管理 挑战赛	108	2009-2012 年 小学期实践	韩莹	讲师	
24	ERP	56	2009-2012 年 小学期实践	王尧	讲师	
25	ERP	56	2009-2012 年 小学期实践	王志文	教授	
26	电子商务	56	2009-2012 年 小学期实践	王尧	讲师	
27	电子商务	32	2009-2010 年 小学期实践	柏宇光	讲师	

1-4、近四年教师发表 20 篇代表学术论文情况表

序号	论文名称	作者	发表期刊	发表时间	得分
无	无	无	无	无	无

1-5、近四年教师获得省部级以上科研奖励情况表

序号	成果名称	获奖人	完成单位排名	获奖人排名	获奖类别	获奖等级	获奖时间	获奖证书编号	备注
1	集群式创新—以辽宁装备制造制造业发展为例	刘春芝	第一	1	省哲学社会科学成果奖	二等	2008年	Lnskj-(2005-2006) -2-16-1	
2	辽宁竞技体育产出效率的经济学研究	王大超	第一	1	省哲学社会科学成果奖	二等	2010年	Inskj-(2007-2008) -2-17-1	

1-6、近四年教师主持课题情况表

序号	课题名称	主持人	项目类别	立项时间	立项编号	备注
1	中国特色竞技体育人才培养投入与产出的多元结构模型研究	王大超	国家社科基金课题	2008年	08BTY029	
2	辽宁转变经济发展方式研究	王大超	省社科基金项目	2008年	L07WTA009	委托重点项目
3	中国通货膨胀：形势、成因、对策	王志文	省教育厅项目	2008年	2008693	
4	辽宁举办国内外体育赛事的基础设施建设和营销战略研究	刘春芝	省社科基金项目	2008年	L08ATY001	重点项目
5	产业集群的本质、竞争优势与辽宁高技术产业集群发展战略研究	郑宏星	省社科基金项目	2008年	L08BJL017	
6	我国培育体育产业集群的新制度经济学研究	刘春芝	国家体育总局课题	2009年	1364SS09053	
7	基于产业集群的知识管理模式研究—以装备制造业为例	刘春芝	省教育厅科研立项	2009年	2009A641	
8	基于制度的辽宁装备制造业产业集群战略研究	郑宏星	省教育厅科研立项	2009年	2009A648	
9	辽宁装备制造业自主集群创新模式研究	刘春芝	省社科联项目	2009年	2009lslktiix-134	
10	辽宁法库陶瓷产业集群的发展瓶颈与对策	王志文	省社科基金项目	2009年	L09AJL006	重点项目

	研究					
11	辽宁省民营经济发展问题及对策研究	李威	省社科联项目	2009年	2009lslktjjx-29	
12	转型期贫困与反贫困问题,区域经济发展与成本控制	王大超	省教育厅项目	2010年	WR201015	优秀人才
13	新制度经济学视角下我国制造业产业集群的升级路径研究	刘春芝	教育部人文社会科学研究项目	2011年	11YJA790083	

1-7、近四年教师发表教研论文情况表

序号	论文名称	第一作者	发表期刊	发表时间	备注
1	我国高校招聘外籍英语教师存在问题的思考	韩莹	中国轻工教育	2008.12	
2	大学科技园的运行机制探索	王志文	沈阳师范大学学报	2008.4	
3	大学生成功求职胜任性模型初步研究	王大超	长春理工大学学报	2008.6	
4	浅析计算机科学与技术专业毕业生就业问题及对策	王尧	辽宁教育行政学院学报	2010.3	
5	研究生实践能力培养的多维路径：基于课堂平台视角	王大超	现代教育管理	2011.2	

1-8、近四年教师编写教材情况表

序号	规划教材名称	编者	出版社	出版时间	是否入选国家规划教材	教材获奖情况	备注
1	物流采购管理	王志文	上海交通大学出版社	2008.11	高职高专“十一五”规划教材		主编

1-9、近四年教师主持省级以上教研项目情况表

序号	课题名称	主持人	项目类别	立项时间	立项编号	备注
1	基于就业能力提升的递进式创业教育体系研究	刘春芝	国家教育科学规划课题	2010年	FFB108028	
2	经贸专业层级递进式实践教学体系构建研究	刘春芝	省教改立项	2009年	辽教发[2009]141号	2011年结题 11492092496 (结题证书编号)
3	国际职业资格证书考试与学历教育相融合—中国普通高等教育变革	张弦	全国教育考试“十一五”科研规划重点课题	2006	(2006JKS4010)	

1-10、现有教学实验仪器设备（含软件）情况表

序号	教学实验仪器设备（含软件）	台套数	单价（元）	是否近四年新增	备注
1	汉王文本王	1	1860	否	
2	投影仪	1	18000	否	
3	微型计算机	9	5600	否	
4	微型计算机	7	4250	否	
5	微型计算机	1	5860	否	
6	笔记本电脑	1	14700	否	
7	打印机	2	1500	否	
8	印刷机	1	37700	否	
9	电视机	1	1758	否	
10	笔记本电脑	1	9800	否	
11	COM2008	1	2717	否	
12	扫描仪	1	1828	否	
13	打印机	1	1828	否	
14	打印机	2	1800	否	
15	打印机	1	6500	否	
16	传真机	1	2830	否	
17	服务器	1	19400	否	
18	打印机	1	980	否	
19	微型计算机	1	4750	否	
20	打印机	1	2620	否	
21	移动硬盘	1	950	否	
22	移动硬盘	1	950	否	
23	数码相机	1	4540	否	
24	微型计算机	3	4718	否	
25	微型计算机	6	4150	否	
26	笔记本电脑	1	9600	否	
27	打印机	1	2870	否	
28	打印机	1	1750	否	
29	显示器	2	1000	否	
30	电脑主机	1	3900	否	
31	录象机	3	1100	否	
32	数码相机	1	2090	否	
33	优盘	1	980	否	
34	记忆棒	1	880	否	
35	笔记本电脑	1	10000	否	
36	微型计算机	229	4500	否	
37	复印机	1	9400	否	

38	打印机	4	1480	否	
39	架子鼓	1	8900	否	
40	冷热风机	6	3000	否	
41	控制柜	1	2000	否	
42	控制柜	1	1500	否	
43	空调	3	4350	否	
44	空调	14	6700	否	
45	多媒体控制台	1	4800	否	
46	投影仪	2	20880	否	
47	易键通	12	1680	否	
48	服务器	2	9800	否	
49	电子显示屏	1	26975	否	
50	语言实验室成套设备	3	128434	否	
51	ATD 三基色灯架	8	1350	否	
52	调光灯	1	1880	否	
53	主扩同轴专业音箱	16	3600	否	
54	超低音箱	2	4500	否	
55	功率放大器	5	2400	否	
56	调音台	1	4690	否	
57	均衡器	1	1800	否	
58	均衡器	1	1800	否	
59	压限器	1	1500	否	
60	数字自动反馈抑制器	1	1100	否	
61	参量均衡器	2	1300	否	
62	分频器	1	1150	否	
63	信号分配器	2	1200	否	
64	电源时序器	1	1300	否	
65	DVD 机	1	800	否	
66	卡座	1	1500	否	
67	无线话筒	1	1800	否	
68	机柜	1	1300	否	
69	服务器	1	17800	否	
70	微型计算机	1	4800	否	
71	微型计算机	2	5700	否	
72	交换机	1	2920	否	
73	投影仪	1	27140	否	
74	数字液晶手写屏	1	12540	否	
75	彩色一体化摄象机	2	1650	否	
76	低照度摄象机	1	1280	否	
77	解码器	2	1350	否	
78	数字硬盘录象机	1	7800	否	
79	投影机	14	17822	否	
80	录像机	2	2400	否	

81	投影仪	3	16350	否	
82	投影仪	1	12408	否	
83	无线扩音器	12	1600	否	
84	功率放大器	3	1800	否	
85	图书监测仪	1	7500	否	
86	磁条回检仪	1	1000	否	
87	读卡器	1	1400	否	
88	读卡器	1	1400	否	
89	微型计算机	34	3780	否	
90	微型计算机	7	5250	否	
91	打印机	4	4550	否	
92	语言学习系统	1	35950	否	
93	照相机	1	3700	否	
94	微型计算机	6	2990	否	
95	微型计算机	5	3980	否	
96	移动硬盘	1	950	否	
97	投影仪	1	11960	否	
98	微型计算机	1	16536	否	
99	数码相机	1	3650	否	
100	移动硬盘	1	900	否	
101	移动硬盘	1	2199	否	
102	打印机	1	1320	否	
103	录像机	1	1200	否	
104	投影仪	1	16350	否	
105	电子词典	1	998	否	
106	照相机	1	2950	否	
107	多媒体设备	11	21740	否	
108	微型计算机	40	3800	否	
109	多媒体设备	10	16550	否	
110	打印机	1	1250	否	
111	激光打印机	1	1250	否	
112	微型计算机	1	8460	否	
113	微型计算机	1	8850	否	
114	手提无线扩音器	26	1600	否	
115	微型计算机	1	8200	是	
116	扫描仪	1	850	是	
117	数码相机	1	4970	是	
118	数码相机	1	2350	是	
119	摄像机	1	7980	是	
120	移动硬盘	1	2002	是	
121	数码伴侣	1	2300	是	
122	语言学习系统	2	240000	是	
123	复印机	1	8700	是	

124	打印机	1	4750	是	
125	数码照相机	1	3762	是	
126	数码摄像机	1	6441	是	
127	传真机	1	885	是	
128	多媒体设备	9	14250	是	
129	投影机	2	9000	是	
130	微型计算机	60	3990	是	
131	电子商务教学模拟软件	1	16500	是	
132	市场营销模拟教学软件	1	48000	是	
133	物流和供应链管理软件系统	1	72000	是	
134	ERP 沙盘软件系统	1	60000	是	
135	基础会计电算化软件	1	80000	是	
136	心理行为训练器械	2	9500	是	
137	教具	1	3200	是	
138	教育道具	1	800	是	
139	教育道具	1	800	是	
140	教育道具	1	800	是	
141	教育道具	1	800	是	
142	教育道具	1	800	是	
143	教育道具	1	800	是	
144	教育道具	1	800	是	
145	教育道具	1	800	是	
146	打印机	1	1550	是	
147	投影机	1	47500	是	
148	微型计算机	1	5000	是	
149	翻转白板	3	1170	是	
150	打印机	1	800	是	
151	微型计算机	1	4400	是	
152	多媒体设备	16	14000	是	
153	投影仪	1	8800	是	
154	微型计算机	20	4480	是	
155	微型计算机	14	3790	是	
156	微型计算机	5	6988	是	
157	扫描仪	1	1700	是	
158	扫描仪	4	1100	是	
159	打印机	2	4500	是	
160	打印机	4	1200	是	
161	数码照相机	1	2250	是	
162	数码照相机	1	1510	是	
163	电子辞典	1	1088	是	
164	数码照相机	1	2530	是	
165	微型计算机	10	4600	是	

166	机柜	1	2800	是	
167	服务器	1	25300	是	
168	数码照相机	1	3370	是	
169	金融教学软件	1	50000	是	
170	笔记本电脑	1	4000	是	
171	扫描仪	1	1080	是	
172	笔记本	1	7600	是	
173	打印机	5	1380	是	
174	电脑柜	1	850	是	
175	电脑柜	1	850	是	
176	电脑柜	1	850	是	
177	电脑柜	1	850	是	
178	电脑柜	1	850	是	
179	电脑柜	1	850	是	
180	电脑柜	1	850	是	
181	电脑柜	1	850	是	
182	三洋数码录音笔	1	950	是	
183	联想电脑	120	4750	是	
184	格力空调	2	10400	是	
185	物流仿真模拟软件	1	95000	是	
186	上课铃声系统	1	3280	是	
187	物流经营模拟软件	1	60000	是	
188	服务器	2	20400	是	
189	打印机	1	1400	是	
190	交换机	2	10420	是	
191	交换机	1	6600	是	
192	多功能钥匙柜	1	9999	是	
193	格力空调	1	5300	是	
194	笔记本电脑	1	5600	是	
195	显示器	1	1900	是	
196	移动硬盘	1	980	是	
197	数码相机	1	15000	是	
198	打印机	1	1160	是	
199	笔记本电脑	1	4980	是	
200	移动硬盘	1	1100	是	
201	扫描仪	1	1050	是	
205	笔记本电脑	1	14600	是	
206	笔记本电脑	1	14600	是	
207	笔记本电脑	1	5900	是	
208	笔记本电脑	1	6105	是	
210	微型电子计算机	1	3626	是	
211	微型电子计算机	70	4550	是	
212	录音笔	1	1220	是	

213	微型电子计算机	1	16700	是	
219	微型电子计算机	50	3450	是	
220	显示器	43	1300	是	
223	投影机	1	12000	否	
224	投影仪	1	12400	否	
225	投影仪	13	10200	否	
226	投影仪	21	10300	是	
227	讲台	4	950	是	
228	投影机	4	9600	是	
229	投影机	2	8500	是	
230	投影仪	13	5300	是	
231	投影仪	2	8800	是	
232	投影仪	1	8500	是	
233	足球门网	1	980	否	
234	跳高架	2	1200	否	
235	跳高垫	2	2400	否	
236	网球柱	2	1350	否	
237	足球门网	2	3000	否	
238	足球门网	2	5000	否	
239	乒乓球台	2	1300	否	
240	网球柱	15	2500	否	
241	固定式排球柱	14	3600	否	
242	炮式篮球架	20	4200	否	
243	乒乓球台	20	2080	否	
244	足球门网	2	2500	否	
245	网球柱	2	3000	否	
246	固定式排球柱	5	4300	否	
247	炮式篮球架	4	9000	否	
248	乒乓球台	1	1800	否	
249	手动篮球架	1	4650	否	
250	羽毛球柱	1	4500	否	
251	篮球 30 秒计时器	1	5586	否	
252	电动篮球架	1	46500	否	
253	电动篮球架	1	50160	否	
254	手动篮球架	1	50160	否	
255	手动篮球架	1	61560	否	
256	电动篮球架	1	61560	否	
257	跳高架	4	896	否	
258	助跳板	2	2407	否	
259	计时、计分设备	1	1280	否	
260	立定跳远测量仪	1	4930	否	
261	单杠	2	814	否	
262	乒乓球台	6	5500	否	

263	炮式篮球架	12	1050	否	
264	双杠	2	5712	否	
265	乒乓球台	4	3880	否	
266	篮板	4	880	否	
267	排球柱	1	7470	是	
268	羽毛球柱	4	2000	是	
269	羽毛球场地地胶	4	5160	是	
270	乒乓球台	16	1750	是	
271	微型计算机	8	5230	否	
272	微型计算机	1	4610	否	
273	微型计算机	2	3510	否	
274	微型计算机	1	4500	否	
275	微型计算机	116	2780	否	
276	微型计算机	100	3200	否	
277	微型计算机	71	7600	否	
278	微型计算机	100	3180	否	
279	微型计算机	1	2806	否	
280	微型计算机	56	2230	否	
281	微型计算机	6	6800	是	
282	微型计算机	3	4300	是	
283	微型计算机	1	3800	否	
284	微型计算机	2	4550	是	
285	微型计算机	2	5800	是	
286	微型计算机	1	3080	否	
287	微型计算机	5	18800	是	
288	微型计算机	40	7456	是	
289	微型计算机	2	5000	是	
290	微型计算机	5	4900	是	
291	计算机	55	4690	是	
292	计算机	100	2780	是	
293	计算机	3	4900	是	
294	计算机(主机)	1	8980	是	
295	微型电子计算机	4	3950	是	
296	微型电子计算机	1	4500	是	
297	微型电子计算机	1	4700	是	
298	微型电子计算机	1	4300	是	
299	微型电子计算机	30	3290	是	
300	微型电子计算机	3	5180	是	
301	微型电子计算机	2	6700	是	

1-11、校外实习实践基地情况表

序号	基地名称	依托企业	近四年实习学生人次				备注
			2008/2009 学年	2009/2010 学年	2010/2011 学年	2011/2012 学年	
1	沈阳红杉园林工程有限公司		2	1	3	4	
2	好利来中原区域公司		5		5	2	
3	中国电子物资东北公司		2	2	3	2	
4	沈阳佰思特投资管理有限公司		2	3	2		
5	沈阳多维实业有限公司		2	2	2	2	
6	沈阳宝辰商贸有限公司		1	5	5	5	
7	本溪华夏第二建筑工程有限责任公司		4	2	2	2	
8	沈阳康洁商贸有限公司		1	1	1	1	
9	沈阳大华创美酒店用品有限公司		2	3	2	5	
10	沈阳艺新家俱有限公司		3	5		3	
11	沈阳华兴防爆器材有限公司		1	3	2	2	
12	沈阳爱新觉罗祖家坊就业有限公司		2	5	5	1	

13	海尔集团中央研究院		3	1	2	2	
14	辽宁海萨特软件有限责任公司		2	2	2	2	
15	沈阳市昂瑞得涂料厂		1	2	2		
16	沈阳兴佳点商贸有限公司		5	2		2	
17	沈阳万佳礼品公司		5	5	5	1	
18	沈阳市北陵塑料彩印有限公司		1	2	4		
19	沈飞飞世兰档案制造有限公司		3	2		3	
20	沈阳方舟科技有限公司		4	3	5	1	
21	中国铁路物资沈阳公司			3		3	
22	沈阳农垦建设集团公司第三公司		6	6	6	1	
23	沈阳朗晨服饰文化有限公司		1	3	5	2	
24	沈阳金龙球机械设备有限公司		6	2	3	2	
25	沈阳大禹市政工程有限公司		3	3	2	1	
26	宜华私人有限公司		1	4	2	2	

27	沈阳新大路 广告公司		2	4	1	1	
28	沈阳红梅盐 业公司		3	3	3	2	
29	铁岭乐天堡 酒店		1		3	1	
30	泰赢投资管 理公司		3	2	3	2	
31	辽宁智博影 视		1	3	5	1	
32	香港森宝发 展有限公司		2	1	2		
33	沈阳北方传 媒欧美事业 部		4	4	3	2	
34	辽宁金沙房 地产集团有 限公司		2			5	
35	沈阳新领地 骑士俱乐部			3		3	
36	沈阳华扬机 械公司		1		3	3	
37	辽宁经典奢 侈品传媒科 技有限公司		4		3		
38	汇鑫期货经 纪有限公司			2	1		
39	沈阳天宇工 贸有限公司		2	2	1		
40	太平人寿保 险辽宁公司		1		2	1	
41	沈阳维特科 技有限公司		2	2	5	4	

42	沈阳盛唐传媒有限公司		3	1	3	3	
43	沈阳市方大装饰工程有限公司		2	1		2	
44	沈阳君生气体有限公司			4	2	3	
45	茂伯木业		3		2	2	
46	沈阳市第十一纸箱厂			1	2	5	
47	沈阳市锦绣童装厂		3	3	3	3	
48	沈阳绣球工艺制品有限公司			4	1	3	
49	伍尔特（中国）投资有限公司		1	2	2		
50	沈阳向阳汽配有限公司		2	2	5	4	
51	沈阳金润科技有限公司		2	2		1	
52	沈阳立和钛业有限责任公司			5		1	
53	新大地集团		4	4	3		
54	辽宁省国际经济技术合作集团有限责任公司		2		3	2	
55	辽宁省世界名族文化交流促进会		2	3		1	

56	嘉和气体有限公司		1			4	
57	财富魅力			2	3	2	
58	沈阳弘鑫园林工程有限公司		2		1	2	
59	抚顺泰和煤业集团有限公司 选煤公司		1	1	2	2	
60	沈阳炜琳礼仪文化传播有限公司		1	1		2	
61	我购家居			2	3	2	
62	加拿大（沈阳）尼亚加拉冰酒有限公司		2		1	4	
63	沈阳维生种苗有限公司		3		2	1	
64	沈阳安妮特外语培训学校			2	3	5	
65	元太祖蒙古烤肉		2			2	
66	沈阳昌昊玻璃制品有限公司		1	2	2	1	
67	沈阳纵横旅行社		3		1	1	
68	沈阳居易置业有限公司		2	2	1	1	
69	美国洛克电影公司		2	1	1	1	

70	沈阳白玉雕塑艺术工程有限公司		1	1		1	
71	沈阳宝鼎农场品加工有限公司		3		2	5	
72	沈阳市鑫高加索环保设备有限公司		1	1	1	2	
73	沈阳天源诚商贸有限公司		1	2		3	
74	辽宁凯隆房地长开发有限公司		3	1	4	1	
75	北京中软同天信息系统有限公司		2			2	
76	辽阳邮政安装工程有限责任公司		1	2	1	3	
77	沈阳红旗制药有限公司				1	1	
78	沈阳昆仑农业投资有限公司		1	2	1		
79	辽宁宏田通讯有限公司			3	1	1	
80	辽宁百草药业有限公司		1	1		2	
81	北京中大华远咨询有限公司沈阳办事处			1	1	1	
82	沈阳创新嘉和木业有限公司			2		2	

1-12、图书资料情况表

纸质图书册数（册）	电子图书资料来源个数	备注
73575	17	

1-13、历年省级以上本科教学工程项目情况表

序号	项目名称	负责人	获批时间	批准文号	备注
1	基于就业能力提升的递进式创业教育体系研究	刘春芝	2010年	FFB108028	

1-14、历年省级以上教学成果奖情况表

序号	教学成果奖名称	获奖人	完成单位排名	获奖人排名	获奖类别	获奖等级	获奖时间	获奖证书编号	备注
1	高等学校应用型人才培养模式的制度分析	郑宏星	独立	1	省级教学成果奖	三等	2009年	09046100566	
2	高等学校应用型人才培养模式的制度分析	王大超	独立	2	省级教学成果奖	三等	2009年	09046100566	
3	高等学校应用型人才培养模式的制度分析	刘春芝	独立	3	省级教学成果奖	三等	2009年	09046100566	
4	国际职业教育与学位教育相融合—以职业力培养应对商科大学生就业压力	张弦	独立	1	省级教学成果奖	三等	2009年	09046100563	
5	国际职业教育与学位教育相融合—以职业力培养应对商科大学生就业压力	王大超	独立	2	省级教学成果奖	三等	2009年	09046100563	

1-16、近四年学生获省级以上各类竞赛奖励情况表

序号	竞赛名称	第一获奖人	获奖时间	获奖类别	获奖等级	备注
1	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	蔡润滋	2009.6	省级	二	
2	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	于春雨	2009.6	省级	二	
3	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	高 畅	2009.6	省级	二	
4	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	王彤彤	2009.6	省级	二	
5	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	郭 刚	2009.6	省级	二	
6	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	吴佳楠	2009.6	省级	二	
7	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	付 莹	2009.6	省级	三	
8	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	郑 爽	2009.6	省级	三	
9	第30届国际企业管理挑战赛、第14届中国赛区	朱昌波	2009.6	省级	三	
10	第四届全国大学生金融模拟投资交易大赛	王凯洁	2010.1	省级	三	
11	第四届全国大学生金融模拟投资交易大赛	向春芳	2010.1	省级	三	
12	第四届全国大学生金融模拟投资交易大赛	周 广	2010.1	省级	三	
13	用友杯第六届全国大学生创业设计暨沙盘模拟经营大赛	占 婷	2010.1	省级	一	

14	用友杯第六届全国大学生创业设计暨沙盘模拟经营大赛	陆 遥	2010.1	省级	—	
15	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	蔡润滋	2010.1	省级	—	
16	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	高 畅	2010.1	省级	—	
17	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	单体元	2010.1	省级	—	
18	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	朴云日	2010.1	省级	—	
19	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	孙大川	2010.1	省级	—	
20	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	吴步兰	2010.1	省级	—	
21	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	许 柳	2010.1	省级	—	
22	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	许佳琦	2010.1	省级	—	
23	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	高 洋	2010.1	省级	—	
24	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	张寒阳	2010.1	省级	—	
25	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	王晓丽	2010.1	省级	—	
26	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	刘 阳	2010.1	省级	—	
27	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	吴京翰	2010.1	省级	—	

28	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	周琳瑶	2010.1	省级	—	
29	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	张显旭	2010.1	省级	—	
30	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	柳博瀚	2010.1	省级	—	
31	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	万旭东	2010.1	省级	—	
32	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	刘文超	2010.1	省级	—	
33	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	杨相宇	2010.1	省级	—	
34	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	李馨桃	2010.1	省级	—	
35	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	赵赫然	2010.1	省级	—	
36	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	黄先勇	2010.1	省级	—	
37	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	洪 畅	2010.1	省级	—	
38	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	王 淮	2010.1	省级	—	
39	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	李 爽	2010.1	省级	—	
40	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	张希圆	2010.1	省级	二	
41	第 31 届国际企业管理挑战赛、第 15 届中国赛区	余 懿	2010.1	省级	二	

42	第五届全国大学生"用友杯"全国大学生会计信息化技能大赛	周思璇	2011.1	省级	三	
43	全国大学生英语竞赛	张羽	2011.1	国家级	特	
63	第五届全国大学生"用友杯"全国大学生会计信息化技能大赛	张梦婕	2011.1	省级	三	
65	第七届全国大学生"用友杯"沙盘模拟经营大赛全国总决赛	赵桐	2011.7	国家级	二	
66	第七届全国大学生"用友杯"沙盘模拟经营大赛辽宁赛区	赵桐	2011.7	省级	特	
44	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	张国栋	2011.11	省级	一	
45	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	李汉	2011.11	省级	二	
46	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	刘柳	2011.11	省级	二	
47	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	任海宁	2011.11	省级	二	
48	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	王霞	2011.11	省级	二	
49	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	郑梦蝶	2011.11	省级	二	
50	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	徐薇	2011.11	省级	二	
51	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	关鑫	2011.11	省级	二	
52	第32届国际企业管理挑战赛、第16届中国赛区	庞如飞	2011.11	省级	二	

53	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	黄夏颖	2011.11	省级	二	
54	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	李潇潇	2011.11	省级	二	
55	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	彭思静	2011.11	省级	二	
56	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	孙艳茹	2011.11	省级	二	
57	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	孙 佳	2011.11	省级	三	
58	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	王雨辰	2011.11	省级	三	
59	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	董沐昂	2011.11	省级	三	
60	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	夏樱宁	2011.11	省级	三	
61	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	陈思敏	2011.11	省级	三	
62	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	李联峰	2011.11	省级	三	
64	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	黄阳丽	2011.11	省级	二	
67	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	李正然	2011.11	省级	二	
68	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	梁君意	2011.11	省级	二	
69	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	王诗琦	2011.11	省级	二	

70	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	果炎强	2011.11	省级	二	
71	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	常佩坤	2011.11	省级	一	
72	第 32 届国际企业管理挑战赛、第 16 届中国赛区	陈思敏	2011.11	省级	二	
73	全国大学生英语竞赛	谭 煜	2011.12	国家级	三	
74	第五届全国大学生网络商务创新应用大赛	陈忠颢	2012.6	省级	三	
75	第五届全国大学生网络商务创新应用大赛	李昭君	2012.6	省级	优秀奖	
76	辽宁省大学生网络商务创新应用大赛	徐春华	2012.6	省级	三	
77	辽宁省大学生网络商务创新应用大赛	王新滔	2012.6	省级	优秀奖	
78	挑战杯大学生创业计划大赛	聂 坤	2012.6	省级	一	
79	第八届全国大学生"用友杯"沙盘模拟经营大赛	赵 桐	2012.7	省级	三	
80	第八届全国大学生"用友杯"沙盘模拟经营大赛	赵 桐	2012.7	省级	特	
81	辽宁省大学生"用友杯"沙盘模拟经营大赛	王新滔	2012.7	省级	优秀奖	
82	挑战杯大学生创业计划大赛	聂 坤	2012.7	省级	三	

1-17、近四年学生发表学术论文情况表

序号	论文名称	发表期刊	发表时间	学生作者		备注
				第一作者	第二作者	
1	房地产行业上市公司流动性分析	教学交流	2008	马 诚		营销
2	概念营销的特点及其适用性	商业文化	2008	张志光		营销
3	对银行营销理念的前沿的思考	财经界	2008	王 川		营销
4	关于企业营销发展的思考	消费导刊	2008	姜政桐		营销
5	论现代企业管理的人性化走向	科技资讯	2008	姚 昕		营销
6	影响体育市场消费者购买行为的因素	决策与信息	2008.7 期	吴贇宇		营销
7	汽车产业市场营销的作用	决策与信息	2008.7 期	姜维奇		营销
8	浅谈营销竞争力内涵	华商	2008.10	张振卿		营销
9	浅谈我国房地产营销如何进行创新	法制与社会	2008.12 期	康若为		营销
10	浅谈自主品牌手机如何进行市场营销	法制与社会	2008.12 期	富勇智		营销
11	体验式营销研究	中国商界	2008.12 期	韩 敏		营销
12	我国商业银行关系营销存在的不足	中国商界	2008.12 期	王洪雷		营销
13	内部营销：人力资源管理的新实践	中国商界	2009.2	马 明		营销
14	市场细分中的市场泛化策略	法制与社会	2009.2	周文博		营销

15	我国房地产企业市场竞争策略研究	中国商界	2009.2 期	张 嵩		营销
16	我国企业绿色营销的现状 & 策略探究	经营管理者	2009.2	翁书洋		营销
17	对二板市场的战略框架分析	现代商业	2009.17 期	卜 军		营销
18	现代服务业市场营销的无形特征和性质	现代商业	2009.17 期	陈永斌		营销
19	中国的营销尧本土化	经营管理者	2010.1	谢 丹		营销
20	有关市场营销本质属性的研究	经营管理者	2010.2	王有超		营销
21	企业物流对市场营销作用	经营管理者	2010.2	戴 翊		营销
22	中外企业营销比较研究	东方企业文化	2010.2	邱 超		营销
23	有关市场营销基本理论的探讨	经营管理者	2010.2	王钰琦		营销
24	刍议基于电子商务的网店营销	经营管理者	2010.3	鲁 挺		营销
25	上海世博会营销模式研究	现代商业	2010.6	李华东		营销
26	浅谈国有企业的文化建设	经营管理者	2011.3	孙海东		营销
27	万科房地产多品牌营销策略研究	经营管理者	2011.3	孙唯淞		营销
28	房地产市场营销策略研究	经营管理者	2011.3	隋 平		营销
29	大学生体育消费特征研究	现代营销	2011.5	王浩宁		营销
30	现代经济的营销发展趋向	经营管理者	2012.1	钟祥运		营销
31	关于企业市场营销的战略及创新的探讨	经营管理者	2012.1	张 闯		营销

32	谈论定制营销是未来主要营销手段及趋势	经营管理者	2012.1	袁誌远		营销
33	浅谈新经济形势下的市场营销模式	经营管理者	2012.2	马一特		营销
34	关于中小企业的市场营销策略探讨	经营管理者	2012.4	陈德彬		营销
35	论国际贸易关系的标准合同	现代经济信息	2012.5	孙明丽		营销
36	企业市场营销渠道管理的问题探讨	经营管理者	2012.6	王欢欢		营销
37	经济管理在市场经济中的作用探讨	经营管理者	2012.6	罗建成		营销

1-18、近四年学生获得专利授权情况表

序号	专利名称	专利类别	批准时间	发明者	限额内排名	备注
无	无	无	无	无	无	无

（二）定性指标材料清单

2-1 专业简介

本专业成立历史与专业定位：

2003 年 2 月，沈阳师范大学与美国堪萨斯富特海斯州立大学（Fort Hays State University）正式签署合作办学协议，实现国际教育资源共享。2003 年 6 月 26 日，经国务院学位办审批，沈阳师范大学获准与美国堪萨斯富特海斯州立大学合作实施学士学位教育。沈阳师范大学成为辽宁省第一所可以在境内授予境外大学商科学士学位的高等院校。

国际商学院建院之初，就在与学校定位保持一致前提下，进一步确定了商学院的各专业定位和发展方向，即顺应入世后国内教育市场开放的新形势，积极探索和有效利用国内外优质教育资源，以市场需求为导向，以商学教育为主线，以紧缺型、实用型、复合型国际商务人才培养为目标的国际化教育服务机构。这一举措明确了国际商学院的专业人才培养定位和社会服务的定位，根据“以学生为中心、以人才市场需求为中心”的办学理念和办学思路，实现教育与人才市场的对接。

本专业自 2003 年成立以来，在学院办学理念指导下，本着错位竞争的思想，在强调专业理论研究的前提下，更加强调其应用研究和为行业、部门、地方经济服务的功能。因此，本专业的学科定位是理论与实务并重，侧重应用能力培养；服务定位是为地方企事业单位和政府机构提供营销专门人才和教学科研服务。本专业培养目标是使学生适应 21 世纪社会经济发展需要，德、智、体、美等方面全面发展，专业基础知识扎实、实践能力强、外语素质好、具有时代特征和创新精神的应用型管理人才。

本专业发展现状：

市场营销专业现有专业教师 11 人，教授 4 人，副教授 3 人，其中具有博士学位教师占比 45%，具有行业实践背景教师占比 82%。

2-2、近四年专业培养方案

请提交近四年的本专业培养方案。若培养方案中缺少专业人才培养定位和专业培养要求中知识、能力、素质要求等内容，请另附说明。

2-3、近四年专业培养方案中各课群（或模块）的学时比例

请按照表 1 的结构填写近四年的情况。

表 1 近四年专业培养方案中各课群（或模块）的学时比例汇总表

年度	课群（或模块）名称	学时比例	备注
2008 级	通识模块	23%	
	专业必修模块	58%	
	专业选修模块	19%	
2009 级	通识模块	23%	
	专业必修模块	58%	
	专业选修模块	19%	
2010 级	通识模块	23%	
	专业必修模块	58%	
	专业选修模块	19%	
2011 级	通识模块	34%	其中包括综合实践教育课程模块，占 11%
	专业必修模块	51%	
	专业选修模块	15%	

2-4、近四年的专业培养方案中理论课学时与实践学时比例汇总表

请按照表 2 的结构填写近四年的情况，其中理论学时是指各课程的课堂教学学时，实践学时包括理论课的实验学时、实践环节课程学时以及毕业设计（论文）的学时。

表 2 近四年专业培养方案中理论课学时与实践学时比例汇总表

年度	类别	学时数	占总学时的比例	备注
2008 级	理论学时	2112	91.1%	
	实践学时	208	8.9%	
	计划总学时	2320	100%	
2009 级	理论学时	1999	85.8%	
	实践学时	330	14.2%	
	计划总学时	2329	100%	
2010 级	理论学时	1990	85.4%	
	实践学时	339	14.6%	
	计划总学时	2329	100%	
2011 级	理论学时	2148	76.3%	
	实践学时	668	23.7%	
	计划总学时	2816	100%	

高级语 言程序 设计						✓												
高等数 学					✓		✓	✓										
线性代 数					✓		✓	✓										
概率论 与数理 统计					✓		✓				✓							
综合英 语	✓													✓				
英语听 力	✓																	
英语阅 读	✓													✓				
英语口 语	✓																	
英语写 作基础	✓																	
商务英 语	✓													✓				
宏观经 济学							✓	✓				✓						
微观经 济学							✓	✓				✓						
营销学									✓			✓	✓					
国际市 场营销										✓			✓	✓				
销售学											✓		✓	✓				
服务营 销														✓	✓	✓		
战略管 理									✓	✓			✓					
消费者 行为学													✓			✓	✓	
零售管 理									✓					✓	✓			
管理学									✓	✓		✓						
商务统 计学							✓				✓							✓
广告学												✓				✓	✓	
货币金 融学										✓		✓	✓					
经济法		✓							✓	✓						✓	✓	
供应链												✓		✓				✓

管理																		
会计学原理							✓	✓										
人力资源管理									✓	✓		✓						
生产运营管理								✓						✓				✓
营销调研													✓	✓	✓			
电子商务														✓		✓	✓	
企业资源计划(ERP)									✓			✓		✓				

注：斜体文字是样例

2-6、课程设置对能力需求支撑关系表

课程设置对能力需求支撑关系表展示了培养方案中设置的课程对能力培养的支撑作用，即一门课程对哪些能力的培养有明显的支撑作用。

请根据培养目标中的能力要求自行填写能力类型。如果某课程支持某个（些）能力的培养，则在表 4 中相应单元格处用 ✓ 标记。

表 4 课程设置对能力需求支撑关系表

课程 \ 能力	分析问题与解决问题的能力	营销实践能力	组织与管理能力	人际交流与沟通能力	英语能力	计算机应用能力	创新与创业能力
思想道德修养与法律基础	✓		✓	✓			
毛泽东思想和中国特色社会主义体系概论	✓		✓				
马克思主义基本原理	✓		✓				
中国近现代史纲要	✓						
形势与政策	✓		✓				✓
大学计算机基础						✓	✓
多媒体技术						✓	✓
高级语言程序设计						✓	✓
高等数学	✓						
线性代数	✓						
概率论与数理统计	✓						
综合英语				✓	✓		
英语听力				✓	✓		
英语阅读				✓	✓		
英语口语				✓	✓		
英语写作基础				✓	✓		
商务英语				✓	✓		✓
宏观经济学	✓						
微观经济学	✓						
营销学	✓	✓					✓
国际市场营销	✓	✓		✓			
销售学	✓	✓		✓			✓
服务营销		✓		✓			✓
战略管理	✓		✓	✓			
消费者行为学	✓	✓		✓			
零售管理	✓		✓				
管理学	✓		✓	✓			

商务统计学	✓						
广告学		✓		✓			✓
货币金融学			✓				
经济法	✓		✓				
供应链管理		✓	✓				✓
会计学原理	✓						✓
人力资源管理	✓		✓	✓			
生产运营管理		✓	✓	✓			
营销调研		✓		✓			✓
电子商务		✓					✓
企业资源计划 (ERP)		✓	✓				✓

2-7、专业主干课程和主要专业课程描述

请按表 5 结构将本专业开设的专业主干课程和主要专业课程的相关信息填写在表中。其中主要专业课程不多于 8 门。

表 5 专业主干课程和主要专业课程描述表

课程名称	教学方法、手段	考核方法	理论学时	实践学时	实验学时	总学时
微观经济学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	39	6		45
	课程主要内容： 通过本课程的学习，使学生掌握微观经济学的基本理论和现代经济学的基本分析方法（供求分析法、边际分析法、均衡分析法等方法），能够从微观经济学的基本理论和方法出发，分析现实经济生活中出现的问题，为今后进一步的学习和研究打下良好的理论基础。					
	选用教材： 《经济学原理》，英文版第 3 版，曼昆，机械工业出版社，2002 年					
管理学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	39	6		45
	课程主要内容： 该课程系统地讲述了管理学的基本理论、管理思想的演变和全球的管理实践活动。它引导学生对与管理相关的文化、社会责任、道德以及全球化等问题进行探讨，使学生了解管理学的历史和发展，对计划、组织、领导和控制等管理职能有一个清晰的认识，从而真正领悟管理的真谛。					
	选用教材： 《管理学》，斯蒂芬·P.罗宾斯、玛丽·库尔特，中国人民大学出版，2008 年					
营销学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	48	6		54
	课程主要内容： 该课程全面系统地讲述了现代企业市场营销的基本知识、基本原理和基本方法，并让学生认识在发展社会主义市场经济的进程中，加强对企业市场营销管理的重要性，教会学生如何了解、分析企业市场营销环境，分析各市场购买行为，制定恰当的市场营销组合决策，组织和控制市场营销活动等基本程序和方法，培养、提高学生正确分析和解决我国市场营销管理实际问题的能力，以便学生在毕业后能更好地适应市场营销管理工作的需要。					
	选用教材： 《市场营销原理》亚洲版、第二版，菲利普·科特勒(Philip Kotler)、加里·阿姆斯特朗(Gary Armstrong)，机械工业出版社，2010 年					

国际市场 营销	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	48	6		54
	课程主要内容： 通过本课程的学习，使学生掌握国际市场营销的基本概念和理论，明晰国际市场营销的整个操作流程，熟悉当前国际市场营销的最新趋势和特征。通过营销实务、案例分析、实际调研、营销策划等，培养学生发现、分析和解决问题的能力基本技能，提高学生的创新能力，为学习后续课程打下坚实的基础。					
	选用教材： 《国际市场营销学》，李威，机械工业出版社，2008年					
服务营销	案例教学、小组讨论、多媒体教学	平时（40%）：课堂表现+作业+测验 期末（60%）：期末考试	39	6		45
	课程主要内容： 本课程主要讲授专门研究服务业市场营销的普遍规律和策略技巧，以帮助市场营销专业学生拓宽市场营销知识面，提高他们的业务能力和业务水平，增强他们对我国社会主义市场经济发展中服务业发展与新的服务业产生而出现营销问题的分析和处理能力。					
	选用教材： 《服务营销》（原书第4版），（美）Zeithaml,V.A.等著，张金成等译，北京机械工业出版社，2008年					
会计学原理	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	45	9		54
	课程主要内容： 通过本课程的学习，使学生熟悉财务会计的基本程序、基本方法和基本特征，掌握财务会计的基本知识和内容，了解国际惯例和财务会计的发展趋势。在学习会计学基本概念的基础上，通过案例分析、财务软件的应用等，培养学生进一步学习的兴趣，并能够掌握各种业务的会计处理方法、各种会计指标及其在决策中的应用。为学习后续课程打下坚实的基础。					
	选用教材： 《会计学原理》（19版 英语），约翰J怀尔德等，中国人民大学出版社，2009年					
商务统计学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	45	9		54
	课程主要内容： 本课程系统地介绍了统计学基本理论和基本方法在经济分析及商务活动中的应用，着重培养学生利用统计方法对经济运行与企业运营过程中的数量特征进行分析并做出科学决策的能力。重要内容有：统计数据的收集和整理、数据的静态比较分析、统计描述的图表技术与统计推断方法、时间数列分析、统计指数、概率与概率分布、抽样分布、参数估计、假设检验、简单回归和相关的统计推断。					
	选用教材： 《statistical techniques in business and economics (15th)》；LIND.MARCHAL.WATHEN；Mc Graw Hill；2011年					

货币金融学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	采用平时过程性考核与期末考试（闭卷考试）相结合的考核形式。过程性考核包括大作业2次（10分）、“金融模拟投资操作”实习平台报告2次（10分）以及平时测试成绩（30分），占总成绩的50%。期末考试采用闭卷考试的考核形式（50分），占总成绩的50%。	48	6		54
	课程主要内容： 《货币金融学》是由教育部确定的面向高校经济学、管理学本科专业开设的核心课程，本课程旨在使学生对货币金融方面的基本知识、基本概念、基本理论有较全面的理解和较深刻的认识，对金融学基础、金融机构与业务、金融市场与工具、金融调控与监管、金融理论等问题有较系统的掌握。培养学生辨析金融问题的正确方法，能较深入的把握宏观经济与货币政策分析技能，掌握运用金融基础理论、知识来探索金融前沿问题和解决金融问题的能力。					
	选用教材： 《货币金融学（第九版）》，弗雷德里克·S·米什金，中国人民大学出版社，2011年					
零售管理	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	48	6		54
	课程主要内容： 通过本课程的学习，使学生掌握零售学的基础知识、基本理论和基本技能，学会运用这些理论和知识解释零售经济现象，解决零售企业管理过程中遇到的实际问题，为增强零售企业的竞争力以及振兴我国零售业服务，同时为后续专业课的学习打下良好的基础。					
	选用教材： 《零售管理—战略方法》（第9版）（英文版），巴里·伯曼著，中国人民大学出版社，2004年					
消费者行为学	案例教学、小组讨论、多媒体教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	39	6		45
	课程主要内容： 通过学习与研究消费者行为学，使学生熟悉消费者的各种购买行为与现象，掌握个体消费心理与行为，掌握文化、家庭、社会阶层等对消费者行为的影响，全球化的角度理解消费者行为规律和消费者行为差异，并能比较熟练地运用消费者行为学的实务性技能与方法，提高自身发现、分析和解决问题的能力的基本技能，培养自身创新能力，为正确而有效地制定企业营销战略打下重要的基础。					
	选用教材： 《消费者行为学》（中文译本第8版），迈克尔R所罗门著，中国人民大学出版社，2009年					
营销调研	案例教学、小组讨论、多媒体教学	平时（60%）：课堂表现+作业+测验 期末（40%）：期末作业	39	6		45
	课程主要内容： 本课程使学生通过本课程的学习，掌握市场调研的基本理论和主要方法，特别是要通过本课程的学习提高学生发现问题、组织问题的能力，理顺营销问题的能力，与客户和调查对象的沟通能力，数据处理能力，文字表达能力，以及成果展示能力等，全面提高学生的综合素质。					
	选用教材： 《营销调研》（第6版），（美）伯恩斯，（美）布什著，于洪彦等译，					

	中国人民大学出版社，2011年					
战略管理	案例教学、小组讨论、多媒体，教学	本课程为考试科目。总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。	39	6		45
	课程主要内容： 通过教学使学生掌握企业战略管理的基本知识、基本原理，熟悉基本的企业战略分析、制定、实施等方法和工具，具备良好的企业战略管理实际应用能力。这门课程对实践要求较强，通过教学使学生加深对战略管理的理解，巩固课堂教学内容，初步掌握企业战略管理的主要技术环节和操作方法，掌握企业战略管理知识的一些具体应用，并在此基础上强化学生的实践意识、提高其实际动手能力和创新能力，为今后学生走向工作岗位提高其综合能力打下良好的基础。					
	选用教材： 《战略管理》，王方华、吕巍，机械工业出版社，2011年					
.....						
合计						

注： 1.课程主要内容限 200 字以内；

2.选用教材的描述格式：名称、作者、出版社、出版时间；

3.实践学时是指实验学时之外的为本课程安排的实践内容，如课程设计等。

2-8、能力需求与专业主干课程设置关系表

请根据培养目标中的能力要求自行填写能力类型。从课程内容、教学方法、考核方法、实验设计等方面描述在该门课程中培养相应能力的具体方法和措施。每项需求最多列两门课程，且填写的课程必须是表 5 中列出的课程。

表 6 能力需求与课程设置关系表（样例）

能力	课程	课程名	从课程内容、教学方法、考核方法、实验设计等方面描述在该门课程中培养相应能力的具体方法和措施	说明 (可缺省)
对经济实体的定性分析能力		微观经济学	能力培养目标：了解厂商和公司运行的基本经济规律。本课程的学习使学生掌握微观经济学的基本理论和现代经济学的基本分析方法（供求分析法、边际分析法、均衡分析法等方法），能够从微观经济学的基本理论和方法出发，分析现实经济生活中出现的问题，为今后进一步的学习和研究打下良好的理论基础。教学方法以课堂讲授、案例教学、课后讨论为主。考核方法以总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。实验设计主要是让学生写小学期的小论文，并装订成册留存。	
		货币金融学	能力培养目标：了解货币流通过程及金融常识。本课程旨在使学生对货币金融方面的基本知识、基本概念、基本理论有较全面的理解和较深刻的认识，对金融学基础、金融机构与业务、金融市场与工具、金融调控与监管、金融理论等问题有较系统的掌握。培养学生辨析金融问题的正确方法，能较深入的把握宏观经济与货币政策分析技能，掌握运用金融基础理论、知识来探索金融前沿问题和解决金融问题的能力。教学方法采取理论加实践的方法。考核方式采用平时过程性考核与期末考试（闭卷考试）相结合的考核形式。实验设计以“金融模拟投资操作”实习平台报告为主。	
对经济实体的专业管理能力		管理学	能力培养目标：掌握对厂商和公司如何进行管理。本课程是为管理专业本科生开设的专业基础课，是管理类本科生的必修课程，在四年的学习中，起着引导学生入门及初步养成管理思维模式的作用。该课程系统地讲述了管理学的基本理论、管理思想的演变和全球的管理实践活动。它引导学生对与管理相关的文化、	

		<p>社会责任、道德以及全球化等问题进行探讨，使学生了解管理学的历史和发展，对计划、组织、领导和控制等管理职能有一个清晰的认识，从而真正领悟管理的真谛。课程性质决定课程任务。管理学课的基本任务有二个，一是传授管理理论的基本思想、基本原理和基本方法。二是结合我国现阶段经济建设和经济体制改革、企业改革的现状，培养学生观察分析、解决现实问题的能力，探索中国成功的管理经验。教学方法以课堂教授、案例教学、小组讨论为主。考核方式以总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。实验设计以 GMC 为主。</p>	
	营销学	<p>能力培养目标：掌握用营销观念制定战略决策。本课程是使学生全面系统地掌握现代企业市场营销的基本知识、基本原理和基本方法，认识在发展社会主义市场经济的进程中，加强对企业市场营销管理的重要性，了解、分析企业市场营销环境，研究各市场购买行为，制定恰当的市场营销组合决策，组织和控制市场营销活动等基本程序和方法，培养、提高学生正确分析和解决我国市场营销管理实际问题的能力，以便学生在毕业后能更好地适应市场营销管理工作的需要。教学方法以案例教学、多媒体教学、小组讨论为主。考核方式以总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。实验设计以市场营销策划方案大赛为主。</p>	
对经济实体的定量分析能力	会计学原理	<p>能力培养目标：懂得量本利的财务分析。通过本课程的学习，使学生熟悉财务会计的基本程序、基本方法和基本特征，掌握财务会计的基本知识和内容，了解国际惯例和财务会计的发展趋势。在学习会计学基本概念的基础上，通过案例分析、财务软件的应用等，培养学生进一步学习的兴趣，并能够掌握各种业务的会计处理方法、各种会计指标及其在决策中的应用。为学习后续课程打下坚实的基础。教学方法以课堂讲授、小组讨论、案例教学为主。考核方式以总评成绩采取期末考试与平时成绩相结合的方式。实验设计以实验室会计学软件实际操作为主。</p>	
	商务统计学	<p>能力培养目标：掌握对市场需求与营销实践问题的数据分析与市场预测方法。主要内容有：统计数据的收集和整理、数据的静态比较分析、统计描述的图表技</p>	

		<p>术与统计推断方法、时间数列分析、统计指数、概率与概率分布、抽样分布；参数估计、假设检验、简单回归和相关的统计推断。本课程使学生通过本课程的学习，掌握定量分析的基本理论和主要方法，特别是要通过本课程的学习提高学生数量分析的能力，通过数据处理能力，文字表达能力，以及成果展示能力等，提高学生严谨和科学的潜质。在教学过程中，通过双语教学提高学生的实际语言应用能力，通过案例的分析和讨论培养学生运用所学知识分析问题和解决问题的能力，以及科学的工作方法和认真独立的工作态度。在考核内容上，也是基本理论知识和案例分析相结合来进行学生综合能力的测试。实验设计以 ERP 实验室模拟实训为主。</p>	
对经济实体融入全球化具有创新思维能力	<p>国际市场 营销</p>	<p>能力培养目标：以全球视野和营销专业知识，实现经济体业务拓展。本课程的任务是帮助学生了解和掌握国际市场营销的基本原理与应用方法，为今后更好地解决实际问题打下扎实的理论基础和技能基础。通过本课程的学习，使学生掌握国际市场营销的基本概念和理论，明晰国际市场营销的整个操作流程，熟悉当前国际市场营销的最新趋势和特征。通过营销实务、案例分析、实际调研、营销策划等，培养学生发现、分析和解决问题的能力基本技能，提高学生的创新能力，为学习后续课程打下坚实的基础。注重通过典型案例帮助学生了解各国在文化、经济、政治、法律等方面存在的差异性，并加强引导学生从全球化的视角思考跨国企业如何通过营销策略的调整以更好的应对变化了的营销环境。实验设计为参观可口可乐公司、营销策划为主。</p>	
	<p>服务营销</p>	<p>能力培养目标：以营销专业知识，实现经济体专业分工细化和向纵深发展。本课程旨在专门研究服务业市场营销的普遍规律和策略技巧，以帮助市场营销专业学生拓宽市场营销知识面，提高他们的业务能力和业务水平，增强他们对我国社会主义市场经济发展中服务业发展与新的服务业产生而出现营销问题的分析和处理能力。采用课堂教学、案例教学等方法为主，具体方式包括课堂讨论，模拟服务环境，课后研讨等，锻炼学生的多方面能力，如知识的活学活用能力，语言表达能力，随机应变能力，团队合作能力等；在考核方法上，注重平时成绩，特别是案例讨论成绩的考</p>	

		核，旨在引导学生注重理论联系实际能力的培养。	
对经济实体的专业运行能力	消费者行为学	<p>能力培养目标：从营销专业的角度讲，这门学科是为了提供对消费者行为的理解，因为“营销学是一门试图影响消费者行为的学科”。消费者行为学是研究消费者在获取、使用、消费和处置产品和服务过程中所发生的心里活动特征和行为规律的科学。消费者行为学的基本问题包括：消费者的特征辨析；消费者的心理行为；如何解释消费者的行为；如何影响消费者。采用课堂教学、案例教学等方法为主，具体方式包括课堂讨论，课后研讨，学生排练模拟小品等，训练学生随机应变能力，团队合作能力等；在考核方法上，注重平时成绩，特别学生在实践周自编自演的小品，是成绩考核的主体部分，旨在引导学生注重理论联系实际，并对消费者行为判定能力的实训培养。</p>	
	零售管理	<p>能力培养目标：培养学生在零售企业基层的现场运营、组织、协调能力。通过本课程的学习，使学生掌握零售学的基础知识、基本理论和基本技能，学会运用这些理论和知识解释零售经济现象，解决零售企业经营过程中遇到的实际问题，为增强零售企业的竞争力以及振兴我国零售业服务，同时为后续专业课的学习打下良好的基础。通过案例教学，培养学生运用基本理论、基本知识分析问题和解决问题的能力，把书本知识切实转化为基本技能、素质和能力。在课程的重点环节，在理论教学使学生形成较全面的知识结构和系统理论的基础上，以问题为导向，结合中国零售行业，精选案例，所选案例具有很强的典型性和应用价值，针对案例设计问题的多个侧面，让学生自主求索，在思索和挖掘中发现知识和领悟知识。在考核方法上，注重平时成绩，特别是案例讨论成绩的考核，旨在引导学生注重理论联系实际能力的培养。</p>	

注：斜体文字是样例，请根据本校、本专业情况自行填写。

2-9、专业知识需求与专业主干课程和主要专业课程设置关系表

根据教育部《普通高等学校本科专业目录及介绍》中针对“市场营销”专业的介绍，市场营销专业的主要知识领域包括：管理学、微观经济学、宏观经济学、管理信息系统、统计学、会计学、财务管理、市场营销学、经济法、消费者行为学、国际市场营销、市场调查。

从课程的主要内容角度，阐述最多 2 门课程对一个知识领域的支撑，表中的课程必须是表 5 中列出的课程。

表 7 专业知识需求与专业主干课程设置关系表

知识	课程名	课程目标摘要（课程的主要内容、要求及目标）	说明(可缺省)
管理学基本原理	管理学	<p>《管理学》是一门管理学科的基础课程，同时又是一门范围极广的综合性的学科。本课程是为管理专业本科生开设的专业基础课，是管理类本科生的必修课程，在四年的学习中，起着引导学生入门及初步养成管理思维模式的作用。</p> <p>该课程系统地讲述了管理学的基本理论、管理思想的演变和全球的管理实践活动。它引导学生对与管理相关的文化、社会责任、道德以及全球化等问题进行探讨，使学生了解管理学的历史和发展，对计划、组织、领导和控制等管理职能有一个清晰的认识，从而真正领悟管理的真谛。</p> <p>课程性质决定课程任务。管理学课的基本任务有二个，一是传授管理理论的基本思想、基本原理和基本方法。二是结合我国现阶段经济建设和经济体制改革、企业改革的现状，培养学生观察分析、解决现实问题的能力，探索中国成功的管理经验。</p>	
	战略管理	<p>战略管理是指对企业战略的管理，包括战略制定、形成与战略实施两个部分。从企业未来发展的角度来看，战略表现为一种计划，而从企业过去发展历程的角度来看，战略则表现为一种模式。如果从产业层次来</p>	

		<p>看，战略表现为一种定位，而从企业层次来看，战略则表现为一种观念。此外，战略也表现为企业在竞争中采用的一种计谋。</p> <p>战略管理这门课程通过教学使学生掌握企业战略管理的基本知识、基本原理，熟悉基本的企业战略分析、制定、实施等方法和工具，具备良好的企业战略管理实际应用能力。这门课程对实践要求较强，通过教学使学生加深对战略管理的理解，巩固课堂教学内容，初步掌握企业战略管理的主要技术环节和操作方法，掌握企业战略管理知识的一些具体应用，并在此基础上强化学生的实践意识、提高其实际动手能力和创新能力，为今后学生走向工作岗位提高其综合能力打下良好的基础。</p>	
<p>经济学基本原理</p>	<p>微观经济学</p>	<p>本课程诠释经济学的产生、研究对象、发展简史以及微观经济学在经济学体系中所处的位置；阐述需求、供给、均衡价格等基本概念，诠释消费者行为和生产者行为等基本内容；介绍微观经济学前沿理论（博弈论、寻租理论等）的发展情况。</p> <p>通过本课程的学习，使学生掌握微观经济学的基本理论和现代经济学的基本分析方法（供求分析法、边际分析法、均衡分析法等方法），能够从微观经济学的基本理论和方法出发，分析现实经济生活中出现的问题，为今后进一步的学习和研究打下良好的理论基础。</p>	
	<p>宏观经济学</p>	<p>宏观经济学是一门理论经济学，是为贸易经济、经济学、工商管理、市场营销等经济与管理类本科专业开设的一门专业基础课程和必修课程。本课程在经济与管理专业的人才培养过程中处于基础地位，为专业课的学习奠定理论基础。该课程学习的效</p>	

		<p>果，将直接影响许多专业课程（如管理学、财政学、税收学、政策学、经济法、营销学、国际金融、国际贸易、会计理论等）的掌握程度，影响学生整体素质的提高。</p> <p>通过对国民收入核算的基本原理、国民收入决定论、通货膨胀理论、经济增长理论、失业理论和宏观经济政策的学习，掌握宏观经济学的基本理论和基本知识，掌握宏观经济基础分析工具和基本分析方法，了解宏观经济的运行机制，理解宏观经济环境及其变化的影响，懂得如何预期和适应政府宏观经济政策的变化，能够较熟练地运用宏观经济学的基本理论和方法来分析和解决宏观经济的实际问题。</p>	
<p>市场营销学原理</p>	<p>营销学</p>	<p>市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的综合性应用科学。在市场经济不断推进的今天，营销思维已成为当今时代人们的核心思维，它被广泛应用于社会经济生活的各个领域。全面、系统地学习和把握市场营销学的理论和方法，对于工商管理和财经类专业的大学生来说，显得十分必要。</p> <p>本课程是市场营销专业主干课、经济管理类专业基础课。其任务是使学生全面系统地掌握现代企业市场营销的基本知识、基本原理和基本方法，认识在发展社会主义市场经济的进程中，加强对企业市场营销管理的重要性，了解、分析企业市场营销环境，研究各市场购买行为，制定恰当的市场营销组合决策，组织和控制市场营销活动等基本程序和方法，培养、提高学生正确分析和解决我国市场营销管理实际问题的能力，以便学生在毕业后能更好地适应市场营销管理工作的需要。</p>	

	<p>国际市场营销</p>	<p>国际市场营销是建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的应用学科，是与经济学、行为科学、心理学、社会学、管理学、公共关系学等学科密切结合的一门综合性、边缘性、实践性的经济管理学科。是市场营销专业的专业课程，也是国际贸易和国际金融专业的专业基础课程。本课程的任务是帮助学生了解和掌握国际市场营销的基本原理与应用方法，为今后更好地解决实际问题打下扎实的理论基础和技能基础。</p> <p>通过本课程的学习，使学生掌握国际市场营销的基本概念和理论，明晰国际市场营销的整个操作流程，熟悉当前国际市场营销的最新趋势和特征。通过营销实务、案例分析、实际调研、营销策划等，培养学生发现、分析和解决问题的能力，提高学生的创新能力，为学习后续课程打下坚实的基础。</p>	
<p>消费者心理与行为</p>	<p>消费者行为学</p>	<p>消费者行为学是市场营销专业的一门专业主干课程。它是一门在多学科交叉基础上形成的综合性、边缘性学科，是心理学和行为科学基础理论在当代市场营销理论与实践中的应用，是在市场经济需求的推动下产生的一门应用学科，以消费者个体、群体心理和行为为对象，重点研究消费者在消费活动中心理与行为活动的特点、方式及其规律。由微观到宏观，由个体到群体，从市场、个体、决策者、亚文化和文化五个角度逐层剖析消费者行为，突出多学科、综合性的研究视角，反映全球化、数字化背景下消费者行为的最新发展。</p> <p>通过学习与研究消费者行为学，使学生熟悉消费者的各种购买行为与现象，掌握个体消费心理与行为，掌握文化、家庭、社会阶层等对消费者</p>	

		<p>行为的影响，全球化的角度理解消费者行为规律和消费者行为差异，并能比较熟练地运用消费者行为学的实务性技能与方法，提高自身发现、分析和解决问题的能力，培养自身创新能力，为正确而有效地制定企业营销战略打下重要的基础。</p>	
	<p>服务营销</p>	<p>服务营销学是经济类市场营销专业的一门专业课。作为整个市场营销课程体系的一个分支，服务营销学的开设完全是适应我国社会主义市场经济条件下服务业蓬勃发展和产品营销中服务活动成为竞争焦点的需要。服务营销学就其思想体系来看，完全出于传统市场营销学，但就其研究的内容而言，则是对市场营销学的扩展、充实、延伸和丰富。服务营销学与市场营销学之间存在着某种明显区别，它拥有自身的特色：浓烈的时代色彩，强烈的历史使命感，领域开阔，富有创新性。服务营销学对服务营销行为的研究是新世纪知识经济发展的需要，并必将成为推动第三产业发展的动力和理论依据。</p> <p>本课程旨在专门研究服务业市场营销的普遍规律和策略技巧，以帮助市场营销专业学生拓宽市场营销知识面，提高他们的业务能力和业务水平，增强他们对我国社会主义市场经济发展中服务业发展与新的服务业产生而出现营销问题的分析和处理能力。</p>	
<p>市场调查方法</p>	<p>营销调研</p>	<p>营销调研学是一门融知识性与实践性为一体的应用型课程，是学习市场营销专业课程的工具和基础，具有较强的技术性。课程的教学目的是通过课堂讲授、案例讨论和小组项目的完成使学生对市场研究的基本理论和方法有比较全面的了解，能够针对企业所面临的营销问题，运用所学</p>	

		<p>的营销研究方法与知识系统地收集、整理、分析和报告有关市场营销数据，为企业及时、准确地了解和把握市场机遇，解决市场营销过程中所存在的问题，正确制订、实施和评估市场营销方案提出合理化建议。</p> <p>本课程使学生通过本课程的学习，掌握市场调研的基本理论和主要方法，特别是要通过本课程的学习提高学生发现问题、组织问题的能力，理顺营销问题的能力，与客户和调查对象的沟通能力，数据处理能力，文字表达能力，以及成果展示能力等，全面提高学生的综合素质。</p>	
	零售管理	<p>零售管理是市场营销专业的核心专业课程，也是其他工商管理类专业的专业课之一。该课程实践性、应用性强，工学结合特色突出，与企业基层运营管理的岗位实务密切相融，对学生零售管理能力的培养和职业素养养成起着重要支撑作用。</p> <p>通过本课程的学习，使学生掌握零售学的基础知识、基本理论和基本技能，学会运用这些理论和知识解释零售经济现象，解决零售企业经营管理过程中遇到的实际问题，为增强零售企业的竞争力以及振兴我国零售业服务，同时为后续专业课的学习打下良好的基础。</p>	
数据统计与分析	商务统计学	<p>本课程系统地介绍了统计学基本理论和基本方法在经济分析及商务活动中的应用，着重培养学生利用统计方法对经济运行与企业运营过程中的数量特征进行分析并做出科学决策的能力。重要内容有：统计数据的收集和整理、数据的静态比较分析、统计描述的图表技术与统计推断方法、时间数列分析、统计指数、概率与概率分布、抽样分布、；参数估计、假设检验、简单回归和相关的统计推断。</p>	

		<p>本课程使学生通过本课程的学习，掌握定量分析的基本理论和主要方法，特别是要通过本课程的学习提高学生数量分析的能力，通过数据处理能力，文字表达能力，以及成果展示能力等，提高学生严谨和科学的潜质。</p>	
	<p>概率论与数理统计</p>	<p>概率论与数理统计是一门研究客观世界随机现象及其统计规律性的科学，是数学的一个重要分支学科，在工程、经济、金融与企业管理等方面都有着非常重要的应用。概率论与数理统计是理、工、经管各专业重要的基础课之一。课程主要讲授概率论与数理统计的基本概念、基本原理和基本方法，课程的主要教学目标是使学生掌握处理随机现象的方法，培养学生运用概率统计的概念、原理和方法分析和解决随机问题的能力，同时也为相关后续课程奠定必要的基础。</p> <p>通过本课程的学习，要求学生理解概率统计当中的基本概念和性质；掌握几种常见分布；会计算一些事件的概率；能够求解简单的离散型随机变量的分布率及连续型随机变量的概率密度和分布函数；了解大数定律和中心极限定理的内容及其在实际应用中的指导意义；掌握参数估计的点估计法和区间估计法；理解并掌握参数的假设检验方法，并能用这些方法解决一些实际中的问题。</p>	
<p>品牌运营管理</p>	<p>生产与运营管理</p>	<p>生产与运营管理是高等学校工商管理专业的专业主干课程。在现代生产运营管理的教学体系中，生产运营管理的理论和方法已被提升到战略管理层面来研究，是一门理论性和实践性极强的学科，广泛涉及了管理学、企业战略管理、统计学、营销学等等学科的理论知识和技术方法、手段。</p> <p>课程旨在采用理论与实际结合的</p>	

		<p>方法，通过增强学生感性认识，使学生掌握生产运营管理相关的实践操作，同时重点了解和掌握生产运营管理系统的基本运行原理和关于生产预测，工程管理、生产计划与调度、库存计划与管理、原材料采购、流程改造等几个基本模块的原理和相互之间的关系。</p>	
	<p>广告学</p>	<p>广告学是研究广告活动的历史、理论、策略、制作与经营管理的科学。有关广告的知识，起初只零星地见之于新闻学科和经济学科的部分章节内，且很不成系统。到现在为止，广告知识仍是这些学科的组成内容之一，如新闻学、市场学、企业管理学、商业心理学等都论述到广告的内容。</p> <p>本课程作为一门重要的专业基础课程，主要目的是为了让学生全面掌握广告学的基本理论，为后续的专业课程打下扎实的理论基础。本课程的基本要求是：系统掌握广告学的基本理论、基本知识、基本概念、基本原则、基本方法以及操作艺术与技巧，并应用本课程的相关理论与知识对具体案例进行分析并能够以策划小组为单位完成较简单的策划工作。</p>	
<p>市场经济法律法规</p>	<p>经济法</p>	<p>经济法学是以经济法及其发展规律为研究对象的法学学科。经济法国家从整体经济发展的角度，对具有社会公共性的经济活动进行干预，管理和调控的法律规范的总称。本课程的主要内容包括：经济法概述，经济法的概念、体系和渊源，经济法律关系的构成要素；经济法主体，国家经济管理主体，企业和特殊企业形态；市场管理法，竞争法律制度，消费者权益保护法律制度，产品质量法律制度和证券、期货市场监管法律，房地产管理法律制度；宏观调控法，自然资</p>	

		<p>源保护法、财税法、金融法律制度；社会保障法等内容</p> <p>通过本课程的学习，使学生掌握经济法学基本知识及基本理论，掌握我国现行经济法律制度的主要内容，掌握经济法学研究方法，运用经济法学基本理论分析、解决具体问题，理论联系实际，培养学生的专业知识素质，提高学生的认知能力，为学习后续课程打下坚实的基础。</p>	
会计与财务管理 基本知识	会计学原理	<p>当今世界是一个信息时代，所有活动都围绕着信息的整理、传达、分析和使用展开，而会计则是这个信息时代的核心，会计知识能帮助我们掌握利用会计信息的能力。会计学原理作为一门专业基础课程，将提供关于企业资产、负债以及经营状况的信息作为会计的一个重要目标。同时培养学生独立思考和自我学习的能力，以及能够根据经济环境的具体情景灵活应用所学知识的能力。</p> <p>通过本课程的学习，使学生熟悉财务会计的基本程序、基本方法和基本特征，掌握财务会计的基本知识和内容，了解国际惯例和财务会计的发展趋势。在学习会计学基本概念的基础上，通过案例分析、财务软件的应用等，培养学生进一步学习的兴趣，并能够掌握各种业务的会计处理方法、各种会计指标及其在决策中的应用。为学习后续课程打下坚实的基础。</p>	
	货币金融学	<p>货币金融学是由教育部确定的面向高校经济学、管理学本科专业开设的核心课程，本课程旨在使学生对货币金融方面的基本知识、基本概念、基本理论有较全面的理解和较深刻的认识，对金融学基础、金融机构与业务、金融市场与工具、金融调控与监管、金融理论等问题有较系统的掌</p>	

		握。培养学生辨析金融问题的正确方法，能较深入的把握宏观经济与货币政策分析技能，掌握运用金融基础理论、知识来探索金融前沿问题和解决金融问题的能力。	
--	--	--	--

2-10、专业主干课程和主要专业课程的教学大纲

请提交表 5 中列出的所有课程的教学大纲。如果近四年有调整的请一并提交调整前及调整后的大纲，调整多次的，需提交每个版本。

2-11 培养模式改革创新的具体措施与实施效果

“人才培养模式”就是人才的培养目标和培养规格以及实现这些培养目标的方式和方法。如果以简化的公式表示，即：目标+过程与方式，而方式体现在：教学内容和课程+管理和评估制度+教学方式和方法。

1. 市场营销专业人才培养模式改革创新的具体措施

1.1 培养目标和培养规格明确

培养目标：本专业培养适应 21 世纪社会经济发展需要，德、智、体、美等方面全面发展，外语素质好、实践能力强、专业基础知识扎实、具有时代特征和创新精神的高级应用型管理人才。

培养规格：本专业方向学生主要学习经济学、管理学的基本理论和基本知识，比较系统地学习市场营销的基础理论和相关知识，通过学习掌握运用营销理论和方法分析问题与解决问题的能力，具备从事营销与管理工作的基本技能和实践操作能力。

我们认为所设定的培养目标和培养规格紧贴时代和社会实际，在培养目标上，侧重于应用型人才的培养，在培养规格上注重知识、能力和素质的协调发展，使培养出来的学生能够很快适应社会的要求，跟上时代发展步伐。

双轨并行的学位体系，彰显中西合璧的高等教育优势。营销专业学生可以根据个人意愿选择只修中方单学位或中美双学位。学院自 2003 年成立伊始就与美国堪萨斯州富特海斯州立大学结成战略伙伴，共同施教培养学生，特别是在国际化人才培养方面造就了创新型人才培养。

1.2 教育过程注重高级应用性管理人才的知识体系的构建

1.2.1 科学设置课程：在课程结构和教学内容上，以应用性为主，加强理论与实践相结合，注重实践性教学环节的训练。培养方案中课程设置体系中结构合理。模块组合科学：有通识课，专业课，以及各种选修课模块，明确标注专业主干课程和主要专业课程，并设为必修课。

1.2.2 加强师资培养：师资队伍建设和大学学科专业发展和教学质量提高的关键。师资的学术水平和素质在很大程度上决定、影响着学生的全面发展，要培养应用型高素质营销人才，师资队伍必须是创造性的、高素质的和具有国际视野的优秀团队，我们在师资队伍建设的措施：

(1) 鼓励教师去进修。不定期派遣教师参加各种与专业相关的学术交流会、研讨班等，通过进修、自学来提高理论水平。11 人的教学团队中有博士 6 人，在国外培训 4 个月以上有 8 人（其中有 5 人是在美国、英国、澳大利亚获得硕士学位）。

(2) 鼓励教师参与营销实践。11 人的教学团队中有 4 位兼任企业专家顾问，还有 3 位教师有企业实践管理工作经历。

(3) 鼓励教师进行课程建设。本专业教师已经完成省级精品课建设：国际市场营销，所编教材《国际市场营销》自 2008 年第一版出版后已有 30 多家高校选用，2012 年修订后已经印了第二版。

1.3 严谨的教学管理和评估制度实现培养规格

1.3.1 通过理论研究、加大投入、建立相应的管理制度等各种保障措施，切实推进人才培养模式的改革与创新。

(1) 加强理论研究，用理论指导实践。在实践中，坚持以理论研究为先导，形成从教育目标到培养模式研究、从教育体系到管理机制研究等一系列理论研究。郑宏星博士、刘春芝教授的“高等学校应用型人才培养模式的制度分析”2009 年省级教学成果奖三等；张弦博士、王大超教授的“国际职业教育与学位教育相融合——以职业力培养应对商科大学生就业压力”2009 年省级教学成果奖三等。

(2) 建立了以“自主”为特征的教学管理制度。建立以增强学生自主学习为特征的自由选课和选择教师制度、辅修专业制度、学生转专业制度等教学管理制度，满足学生多样化的教育需求。学生可以通过校园网络选课、查询课表、查询成绩，并评价任课教师。

(3) 建立实验室和实践基地的开放管理和运行制度。设立开放实验室制度，鼓励和支持实验室面向学生开放。

1.3.2 建立综合素质评价制度。推进素质教育，改变以掌握知识的多少来评价学生质量的知识质量观，建立学生综合素质评价体系，从思想道德素质、知识素质、身心素质、文化素质、社会活动能力、创新实践能力等多个方面对学生进行综合评价。重视对学生创新能力的评价，凡在各项科技活动、科技竞赛取得科技成果、发表科技论文、获得专利等方面成绩突出的学生，在评优、颁发奖学金等方面都应给予倾斜。这些机制的建立，在激励学生注重创新精神和实践能力培养方面起到重要的导向作用。

1.4 科学的教学方式和方法

1.4.1 “两主三多”教学模式：以学生为主体、以教师为主导；利用多种教学资源、多种互动方式、多种实践体验进行教学。

(1) 双语教学的普遍开展。有 10 门以上专业课程选用国际化通用教材，其中：微观经济学、宏观经济学、商务统计学、会计学原理，以及零售管理等课程均为英文版教材、英文课件，英文练习题和考试题，11 位教师均能进行双语教学。海外留学一年以上的教师更有优势：张弦、王志文、韩莹、李威、李敏舒、柏宇光等都能熟练运用英语进行教学。

(2) 推进学生国际交流。所有双学位学生可以按 2+1+1 模式，先在中国完成 2 年学业，在大三时去美国合作院校读一年，在大四再回到中国完成学业。双方互认学分，学生自主选择。

(3) 外籍教师执教专业课教学。学院常年有 20 多位外籍教师从事教学，其中包括从美国合作院校指定前来从事美方课教学的外教，极大提升了学生的国际化程度。

(4) 注重实践。4 年来，为实现强化实践教学，学院投入资金建立了 ERP 沙盘模拟和软件模拟实验室；物流实验室、工商管理综合实验室，建有多个实习基地。营销专业的主要实习实践软件有：ERP 模拟、会计电算化、渠道沙盘、营销软件、电子商务，物流管理等。

(5) 职业资格证书培训。部分学生经过培训，获得中美营销经理助理资格双证书。

1.4.2 教学方法改革：为改变纯理论的教学理念和“填鸭式”的教学方法，我们积极推行以学生为主体的案例教学、情境教学、项目教学等教学方法。

(1) 案例教学法。准备一份极其详细的档案文字材料作为案例，描写某个企业所遇到的真实问题，而这些问题都是未来营销者有可能碰到的，然后留下一连串学生需要考虑的问题。这些问题没有标准的答案，往往需要学生去做深入地思考和细致地分析，然后加以讨论。迫使学生开动脑筋，苦苦思索，从中获得很强的思考问题，分析问题的能力。

(2) 情境教学法。教师在从事教学时，应考虑到学习环境对获取知识至关重要，是获取知识的要素，要努力为学生创造各种学习情境。通过教师有目的地设置问题，创设情境，吸引学生积极动脑，主动学习。比如，通过角色扮演法如模

拟商务谈判情境，训练学生在一定的时间内完成某项教学任务，然后进行对比分析。通过学生扮演消费者的小品演示消费正行为特征等，我们做过很多尝试和探讨。

(3) 项目教学法。将学生分为一个个项目小组，参加一些项目的设计与运作，身临其境参与个案资料的收集和实际操作，在实践的第一线培养学生解决问题的能力。比如 ERP 沙盘模拟经营，学生分为 6 组，每组学生分别担任：CEO，营销总监、生产总监、物流总监、财务总监等角色，学生在同等资源情况下通过 3-4 天模拟经营 6 年业务，各小组相当于一个企业竞技市场订单，就可以通过专业知识的运用，实现不同的业绩水平。随着一个项目实践的结束，教师带领学生对业绩数据进行分析总结，使学生专业知识得到升华，学生得到了一次实战模拟锻炼，培养了学生的营销实际操作能力，训练了学生团队精神，弥补了课堂讲授和单一案例讨论在教学中的缺陷和不足。

总之，通过推进人才培养模式改革与创新，可调动学生学习的积极性、主动性，从而形成努力进取、奋发向上的良好学风，促进学生综合素质的提高、创新精神和实践能力的培养及有利于个性发展。通过推进人才培养模式改革与创新，可深化教育教学改革，提高教育教学质量和人才培养质量，从而取得良好的办学效益和社会效益。

2. 本专业人才培养模式改革创新的实施效果

2.1. 实践教学造就学生创新能力

近四年营销专业学生发表的论文为 37 篇；见支撑材料

营销专业 08 级学生占婷，陆遥等创新活动：惠普笔记本电脑校园市场开发；见支撑材料。

第六届“用友杯”全国大学生创业设计暨沙盘模拟经营大赛辽宁赛区决赛，季军，营销专业 08 级学陆遥、占婷是参赛团队队员，赛事由国家精品课程资源中心；中国大学生在线；用友软件股份有限公司于 2010 年 6 月承办。

第八届全国大学生“用友杯”沙盘模拟经营大赛辽宁赛区决赛，特等奖（即冠军），2011 营销李德贤、黄夏颖、李胤吉吉是团队队员。赛事由高等学校国家级实验教学示范中心联席会；用友新道科技有限公司于 2012 年 7 月承办。

还有第 30 届、31 届、32 届国际企业管理挑战赛、第 14、15、16 届中国赛区比赛，第四届全国大学生金融模拟投资交易大赛，辽宁省大学生网络商务创新

应用大赛，等等，间支撑材料。

2.2 本科毕业生就业率、考研率、留学率指标喜人

市场营销专业就业率近 4 年一直保持相当高的比例，近 2 年就业率都超过 97%。同时，在国际化教学氛围的影响下，留学人数也逐年递增。目前出国率已经接近 10%。（见表 1）

表 1：市场营销专业近 4 年就业率、出国率

毕业年度	学生人数	就业率	出国人数	出国率	考研人数	考研率
2009	51	92.16%	1	1.96%	2	3.92%
2010	52	100%	2	3.85%	1	1.92%
2011	36	97.22%	2	5.56%	4	11.11%
2012	115	97.39%	11	9.57%	8	6.96%

3. 相应的支撑材料

材料 1： 2008-2012 市场营销专业人才培养方案

材料 2： 学生在省级以上竞赛中获奖名单

材料 3： 营销教师出国进修证明文件

材料 4： 近四年教师主持省级以上教研项目情况表

材料 5： 近四年教师发表教研论文情况表

材料 6： 学生发表学术论文情况表

材料 7： 参加创新创业活动及参与科研项目学生人次数情况表

材料 8： ERP 小学期实践周学生活动报道

材料 9： 校外实习基地一览表

材料 10： 5 名优秀在校生简介

材料 11： 教师担当企业顾问的证书（代表）

2-12、本专业国际化人才培养的改革措施与实施效果说明以及相应的支撑材料

沈阳师范大学国际商学院市场营销专业，坚信高等教育必须适应国际化趋势的理念，以向社会输送国际化营销人才为目标，坚持教学国际化、管理正规化、育人特色化、设备现代化的原则，自专业成立起实施了一系列改革措施并取得良好效果。

一、市场营销专业国际化人才培养改革措施

1. 创建中外合作办学机构

经教育部批准，国际商学院于 2003 年 2 月与美国富特海斯州立大学（Fort Hays State University，英文缩写 FHSU，网址：www.fhsu.edu）合作实施学士学位教育（中外合作办学许可证编号：MOE21USA02DFR200300440）。通过与美国高校合作办学，努力培养外语水平高、专业知识新、实践能力强的营销类高级应用型人才。

支撑材料：中外合作办学协议

2. 采取学位双轨制

营销专业国际化人才培养设置学位双轨制，即中美双学位和中方单学位。修读中美双学位的学生可以选择 4+0 模式：在中方学校学习 4 年，期间由美方教师到中方学校教授美方课程；或者选择 2+1+1 模式：第 1 年和第 2 年在中方学校学习，第 3 年到美方学校学习 1 年，第 4 年回到中方学校学习 1 年。两种模式均可以在毕业时同时获得中方和美方双学位。修读中方单学位的学生亦可借助良好的国际人才培养环境，提高外语水平，感受不同文化，为自己铺设平坦的就业之路。

支撑材料：美国文凭证书样扫描

3. 实行高比重双语教学

市场营销专业双语教学目标是引进国际经典教材，借鉴国际名校教学方法和经验，在双语教学环境中实施教学活动。市场营销专业开设的 17 门核心课程中，有 12 门课程采用国际化教材，包括管理学、微观经济学、宏观经济学、营销学、消费者行为学、零售管理、营销调研、服务营销、商务统计学、生产与运营管理、会计学原理、货币金融学。其中微观经济学、宏观经济学、零售管理、商务统计学、会计学原理 5 门课程采用国际化英文版教材。教材国际化比例高达 71%。

双语教学课堂使用英语课件，教师使用中英文授课。英文版教材包括英语营销案例分析，习题及考试均采用英语试题。高比重的双语教学为学生提供了良好的语言学习平台，培养学生熟习国际营销理论，灵活运用国际营销方法，了解国际市场运作惯例，为复合型人才的成长奠定基础。

支撑材料：教材一览表

4. 派遣师资出国培训

为提高师资队伍水平，保证国际化教学质量，市场营销专业教师在境外参加3个月以上培训的人数占有专业教师的80%以上，具有海外专业硕士学位的比例超过1/3。丰富的教学经验加之海外留学背景，构建了市场营销专业雄厚的师资力量。

美方合作校也为学院师资提供了完善的交流平台。自建院以来已有9位教师赴美方合作校进行学习和研究，比例高达82%。赴美教师非常珍惜和重视与美方教师及管理人员分享心得的机会。他们利用大量时间听取美方教师讲授的专业课程，与美方老师共商授课重点，研习营销案例，讨论试题合理性，分析学生心理。虽然教师们来自不同文化，有着不同的专业背景，但为社会培养复合型人才的目標是一致的。经过七年的持续培训与交流，市场营销专业已经构建起一支国际化的师资队伍。

支撑材料：海归学历文凭原件扫描

赴美培训人员列表名单

5. 聘请高水平语言外教和专业课外教

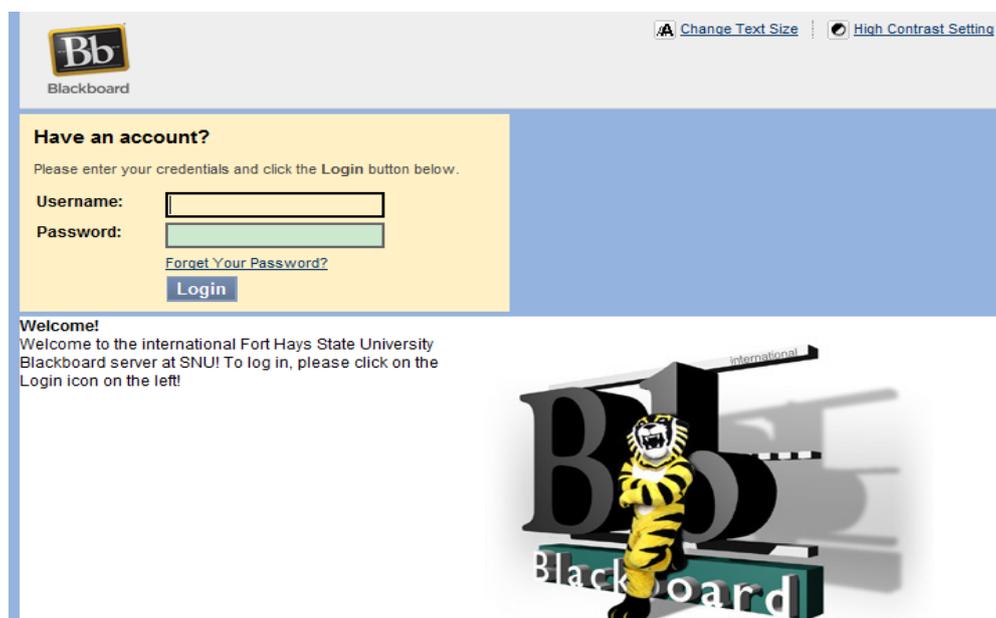
学院为培养国际化人才，训练学生的语言能力，熏陶学生的跨文化理念，通过严格的考核制度聘请20多位外教进行外语教学及专业课教学。语言外教和专业外教占学院整体教师队伍的1/3，居全校之首。商学院外教人数占全校外教人数的90%。外籍教师无论从教学水平和自身素质都能够保证学院市场营销专业稳步推行国际化人才培养方案。

目前市场营销专业外教授课科目包括英文写作、英语口语、零售管理、会计学原理、领导与团队活力、领导观念导论、组织领导学原理、领导与个人发展、高级领导学、生产运营管理、领导学实地考察等。

支撑材料：外教学历列表

6. 教学监管与评价的系统化管理

市场营销专业引入国外先进的教学监管和评价系统 Blackboard，又称 BB 系统），采用独特教学方法，兼顾教务管理和教学组织两大功能，明显优于中国大学普遍采用的教务管理（选课及评分）的单一功能。教师教学的各个环节全部在系统管理和监控下：首先大纲的呈现对整个学期教学提供蓝本；各章节重点纲要由教师在课堂展示的同时进入系统中供学生复习参考；为学生设置提交作业窗口并设有期限控制；为学生设置可与教授进行书面对话窗口，方便师生课外互动；课上测验、小组讨论、课后作业及阶段性报告的成绩，均须教师及时登记到 BB 系统中，供学生随时查看并为下一步努力方向提供参考；期中期末考试及重要阶段性考试均在 BB 系统中进行机考，除了时间限定功能外，每位学生题目均为随机抽取，有效防止抄袭。



在该系统的支持下，教师教学方法显得极具特色又科学合理。从学生出勤、课堂互动、分组活动、完成作业、测验考试等所有评分环节全部进入系统，按各项权重进行综合评价，得出学生该门课程的最终成绩。该方法有效促进了学生课堂学习的积极性，勤动脑多发言，使学生自信而开放；同时又保证了学生的课后预习与复习的经常性，养成良好自学习惯；一次考试不再决定命运，克服应试教育的弊端；教师只要讲好课，其它教学管理环节依系统自然得以控制。

支撑材料：BB 系统使用说明

二、市场营销专业国际化人才培养改革措施实施效果

1. 营销实践成绩斐然

国际化人才培养措施点燃了学生对营销实践的热情。其中最引人注目的莫过于“大炳”和“大炳的茶”。2011年11月5日沈阳晚报刊登了一则以“起初只想赚学费，一不留神成老板”为标题的报道，使国际商学院2009级市场营销专业的王炳贵成为响当当的“风云人物”。

王炳贵老家福建安溪县，家有15亩茶园，从寝室到创业孵化基地，一年来销售额竟达到十几万元，不仅解决了自己的学费、生活费问题，还走出了一条创业路。“刚开始真的很难，我用了半个月的时间，骑着电动车去了40家茶庄、茶社，由于路不熟，有时晚上9点多才回来，可到头来只有两家决定购买。”

今年，在学校的支持下，“大炳”将大本营搬进了大学生创业孵化基地，同时还办理了营业执照、税收登记等相应资质，取名润香阁茶社。

支撑材料

沈阳晚报报道详见：

http://epaper.syd.com.cn/sywb/html/2011-11/05/content_750866.htm

2. 就业前景光明无限

市场营销专业就业率近4年一直保持相当高的比例，近2年就业率都超过97%。同时，在国际化教学氛围的影响下，留学人数也逐年递增。目前出国率已经接近10%。（见表1）

表1：市场营销专业近4年就业率、出国率

毕业年度	学生人数	就业率	出国人数	出国率	考研人数	考研率
2009	51	92.16%	1	1.96%	2	3.92%
2010	52	100%	2	3.85%	1	1.92%
2011	36	97.22%	2	5.56%	4	11.11%
2012	115	97.39%	11	9.57%	8	6.96%

3. 英语学习兴趣深厚

为了提高学生对英语学习的兴趣，检验学生学习英语的效果，学院一直以来都全力支持学生参与多种英语活动，参加各类英语竞赛。2010年4月11日，沈阳师范大学国际商学院首次承办了全国大学生英语竞赛初赛的考务工作。2011

年5月国际商学院为332名学生提供竞赛场所。并有2名学生进入决赛，5名学生获得二等奖，10名学生获得三等奖。

学院还为学生提供机会参加全国大学生英语夏令营，参加“外研社杯”全国英语演讲大赛，组建国际商学院英语俱乐部，每学期坚持由部员带领学生晨读，组织国际商学院大学生英语风采大赛，“闪亮之星”英文歌曲大赛等，并多次聘请各培训学校教师为学生进行主题讲座。

2010—2011年第2学期，每周四5:00—6:00，在国商516教室，英语爱好者们齐聚一堂，体验英语口语的魅力，感受别样的英语世界。在幽默的Jim和Scott两名外籍教师的带领下，学生进行每周一次的主题讨论。使学生学习英语不再紧张，也让更多的学生爱上了英语。

由于美方要求的英语水平测试为密歇根九级，因此学院下大力度提高密九考试通过率，密九考试一次通过率在逐年提高。以2008年12月为例，参加人数为123人，通过人数81人，一次通过率为65.9%。至2010年12月，参加人数为144人，通过104人，一次通过率达到72%。

三、相应的支撑材料

材料1：中外合作办学协议

材料2：中外办学机构证书

材料3：美国文凭证书样扫描

材料4：教材一览表

材料5：海归学历文凭原件扫描

材料6：营销专业教师赴美培训人员年度执行情况表

材料7：外教学历列表

材料8：沈阳晚报报道

http://epaper.syd.com.cn/sywb/html/2011-11/05/content_750866.htm

材料9：支撑材料：BB系统使用说明

材料10：双学位毕业照

2-13、教学质量监控机制、措施和实施情况说明及支撑材料

一、教学质量监控机制与措施

1. 学院设立教学质量监控机构

第一，设立教学质量评估办公室

为进一步深入贯彻教育部《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》中“强化教学管理，确保教学工作正常秩序”的文件精神，落实沈阳师范大学《关于成立沈阳师范大学教学质量评估中心的决定》（沈师大校发[2006]130号）的文件精神，完善院级教学质量监控保障体系，学院专门成立了“国际商学院教学质量评估办公室”。该办公室是在主管教学工作副院长直接领导下，对学院教学工作行使监督及评估职能的常设机构。

第二，设立学位办

学院以教学为中心，在组织结构上大胆改革，突破传统的组织结构设置，设立单独的学位办，把教务干事、科研干事从行政办公室中分离出来，调入该办公室。学位办对教学副院长负责，承担学院教学、科研、学科建设、外教管理、职业培训等常规管理工作。与此同时，学院充分发挥各系部主任的管理职能。针对外籍教师越来越多，管理上愈发困难的问题，学院聘请一位长期在学院任教的外籍教师担任外教研究室主任，扩大学院与外籍教师的沟通。教学副院长与系部主任、所有学位办工作人员隔周例会一次，集中通报教学管理工作情况，保证各方面信息的畅通。

2. 制定教学质量监控的相关制度

为保证和不断提高教学质量，加强教师之间的知识交流与沟通，强调教师对本专业知识的融会贯通，扩展相关专业知识，加强教师培训，国际商学院实行以下听课与跟课制度：

（1）领导与督学听课制度

国际商学院领导与督学保证每周至少听2次教学课，并及时将教师授课的教法、教态以及与学生沟通交流等方面存在的问题向教师本人通报。针对问题较大的教师，商学院督学组将向院领导提出处理意见和建议。

（2）教师互评听课

各系(部)教师保证每学期至少听其他老师的课**2次**，同时，认真记好听课笔记，以备留存。并主动与授课教师或系(部)主任、教学副院长及时沟通，提出建议。

(3) 教师跟课制度

每位教师每学期可以选择一门本系(部)或跨系(部)专业课或外语课旁听(即跟课)，由学院提供统一的听课笔记。要求跟课教师每学期末撰写听课报告，连同听课笔记，交到院里，存入教学管理档案。以此扩大教师之间的知识交流和沟通，强调学科知识的融会贯通，加强教师的自主培训，促进国际商学院教师能力的总体提升。

要求教师记录听课笔记包括下列内容：

- 1、听课笔记第一页记录听课人姓名、行政职务、所在系(部)、学期。
- 2、每次听课记录授课人姓名、所在系(部)、听课时间、地点、课程名称、授课内容、评价；
- 3、每个学期末学院将对听课任务完成情况进行考察，教师则以用完的听课笔记到学院领取新的听课笔记。

(4) 相互听课奖励基金方案

第一，设置目的

国际商学院听课制度是学院鼓励教师相互学习，扩大知识交流，加强教师培训的基本措施，同时也是对授课教师授课质量的一个软性约束。此项制度的实施对于国际商学院教师知识体系的不断完善，整体教学质量水平的提高具有重要意义，是提高教学质量的有力保障。设立听课奖励基金，既是对授课教师对于知识共享所做努力的鼓励，也是对听课教师不辞辛苦，继续学习的鼓励。

第二，基金额度：每学期¥20,000。

第三，发放方法

每学期末根据获得奖励的教师数目，以及听课的效果等酌情发放。授课教师最高不超过500元，听课教师最高不超过300元。

二、教学质量监控的实施情况

专业教学质量监控机构分为校院两级监控，学校层面的监控主要是通过学校分管教学的副校长领导下的教务处和学校教学质量办公室(含督导室)；学院层面的教学质量主要是通过分管教学的副院长领导下的学院教学质量办公室(含学院督

学)。学院教学质量管理工作接受学校教学质量管理工作办公室和学院的双重领导。

教学质量监控管理制度分为学校层面的教学管理和质量管理制度和学院层面的教学管理与质量管理制度。学院层面的教学质量监控主要包括：

1. 专业培养方案制定流程与质量监控

市场营销专业的人才培养方案的制定流程如图 1 所示。

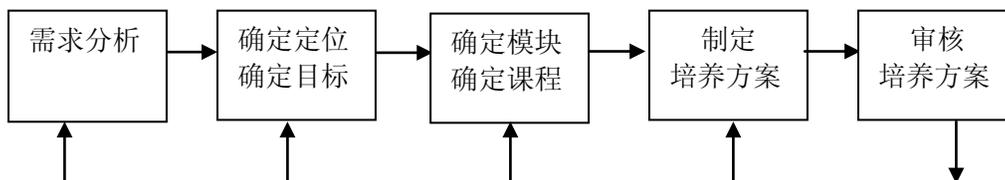


图 1. 专业培养方案制定修订质量监控流程

国际商学院学院市场营销专业的人才培养方案的制定主要是根据应用性人才培养定位和目标，进行制定和修订。主要包括 5 个步骤：

步骤 1：需求分析

方法：成立专业人才培养方案制定小组

任务：（1）分析培养学生的基本要求、社会的需求趋势和学生的就业趋势。

（2）分析专业及专业方向的发展趋势及特点。

（3）分析专业学生应具备的知识、技能和素质。

（4）讨论国家对市场营销专业建设的具体要求（教指委）。

步骤 2：确定（或修订）专业定位和目标

方法：由专业人才培养方案制定小组完成。

任务：（1）确定（或修订）专业的定位。

（2）确定（或修订）专业的培养目标。

（3）确定（或修订）专业的培养规格。

步骤 3：确定（或修订）培养方案的课程模块

方法：由专业人才培养方案制定小组完成。

任务：（1）确定（或修订）培养方案中的课程模块。

（2）确定（或修订）处理理论课与实践课的比例与关系。

（3）确定（或修订）基础课与专业课比例与关系。

(4) 确定（或修订）专业的主干学科与相关学科关系。

(5) 确定（或修订）专业的考试课与考查课的比例关系。

步骤 4：制定（或修订）专业的培养方案

方法：由专业人才培养方案制定小组完成。

任务：（1）按照学校统一的培养方案模板制定培养方案。

（2）按照学校下发的关于课程代码的规定来确定课程代码。

（3）确定（或修订）基础课与专业课比例与关系。

（4）确定（或修订）专业的主干学科与相关学科关系。

步骤 5：审核专业的培养方案

方法：由专业人才培养方案制定小组完成。

任务：（1）形式审查，包括格式、字体等。

（2）模块审查，包括知识、技术、素养分布于模板中的通识必修课、通识选修课、专业必修课、专业选修课、实践与毕业设计等。

（3）各模块课程审查、审核个模块课程的必要性、充分性、合理性等。

（4）学分、学时审查、包括各模块和总方案的学时、学分审核。

步骤 6：返回以上不同步骤、直到满意为止。

3. 教学大纲质量监控

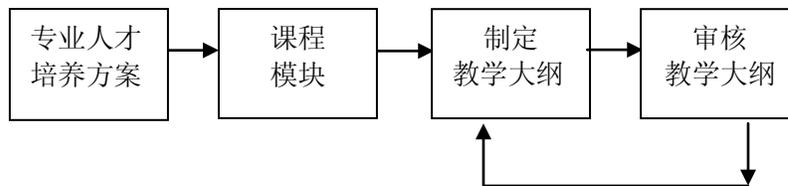


图 2. 课程教学大纲制定质量监控流程

如图 2 所示，市场营销专业由系主任组织教授和副教授，按照专业定位、培养目标和培养规格，结合专业人才培养方案，按照知识、技术、素养等编制课程教学大纲，确定课程的教学学时、实验实践学时、考核考试方式等，确定后交由授课教师执行。（见图 2）

4. 教学日历质量监控

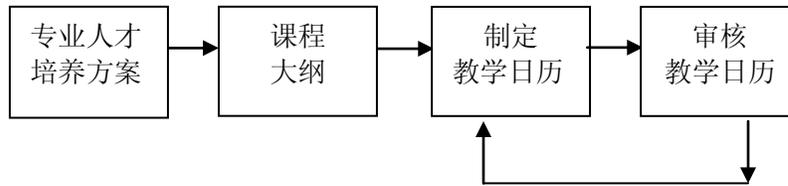


图3 课程教学日历制定质量监控流程

如图3所示，市场营销专业由系主任组织教授和副教授审核组成团队，对授课教师按照课程教学大纲和学校安排的教学周数编制的教学日历进行审核，确定后交由授课教师执行。每学期进行一次审核。（见图3）

5. 教材选择质量监控

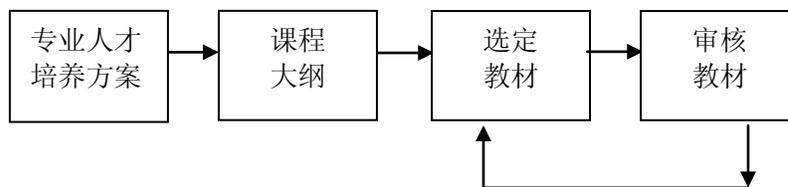


图4.教材选定质量监控流程

如图4所示，市场营销专业由系主任组织教授和副教授审核组成团队，按照专业定位、培养目标和培养规格，结合专业人才培养方案和教学大纲选择教材，并进行审核，确定后交由授课教师执行。每学期进行一次审核。（见图4）

6. 教学条件质量监控

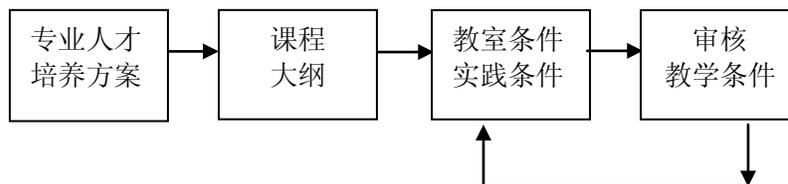


图5 教学条件质量监控流程

如图5所示，市场营销专业由系主任联合学院的教辅办公室负责人，根据每学期开设的课程审核教室、多媒体和实验、实训软硬件条件，进行下学期的教学条件准备。每学期的运行过程中，有授课教师提出实验实训要求，学院实验中心统一安排；在出现教学设施损毁的情况下，授课教师及时填写损毁记录，实验员和实验中心将会及时更新或修理；设备若在保修期内，将及时联系厂家到校修理；一般情况下将在24-48小时之内完成。（见图5）

7. 课堂教学和实训质量监控

课堂教学质量和实训教学质量的监控主要是通过一下集中措施：

- (1) 学校督学随机听课（见校督学听课表）。
- (2) 学生教学信息员的回报（学校直接聘任专业学生，直接向学校回报）。
- (3) 学院领导和督学的随机听课（见学院督学听课表）。
- (4) 学院领导和督学按专业年级随机抽取学生举行学生座谈会（见表）。

8. 试卷考试质量监控

试卷考试质量的监控主要采取一下措施：

第一，试卷的编制与提交：

- (1) 授课教师根据学校的要求，编制 A、B、C 三套试卷，每套试卷要求分析试题在各个章节的分布比例，三套试卷试题的重复率不可以超过 30%，并编制每套试卷的参考答案。
- (2) 教课教师在编制试卷后提交系主任和教学副院长组织的人员审核，主要检查试卷的题型、难度、适度和与教学大纲的匹配程度。
- (3) 学院审核后提交学校。

第二，考试与监考：

- (1) 课程考试试卷由学校随机从 A、B、C 三套试卷中抽取 1 套作为考试用卷。
- (2) 学院根据学校的考试实践安排，按课程和专业统一安排考场和监考教师。
- (3) 考场安排要求学生按安排的座位进入考场，监考教师有权调整座位。
- (4) 学生考试实行考试签名制度。
- (5) 学校和学院分别组成巡考团，可以进入考场巡视考试。

第三，试卷批阅：

- (1) 试卷批阅一般要求流水批阅。
- (2) 试卷批阅后要求对试题小分和试卷总分进行复核，并签字盖章。

- (3) 授课教师要求撰写试卷分析，并按学校要求装订试卷、入库，成绩上网。
- (4) 系主任和教学院长随机抽查试卷的批阅情况。
- (5) 若更改学生成绩必须提出申请、复查试卷、填写更改成绩单并报学院和学院审批。

2-14、教学质量评价机制的说明及支撑材料

一、国际商学院教学质量评价机制的整体框架

国际商学院市场营销专业的教学质量评价是依据专业的培养定位和目标，通过对专业教学的整个过程的监控，评价专业教学过程中的各个环节的教学效果和教学质量，整体的教学质量评价机制框架如图 1 所示：

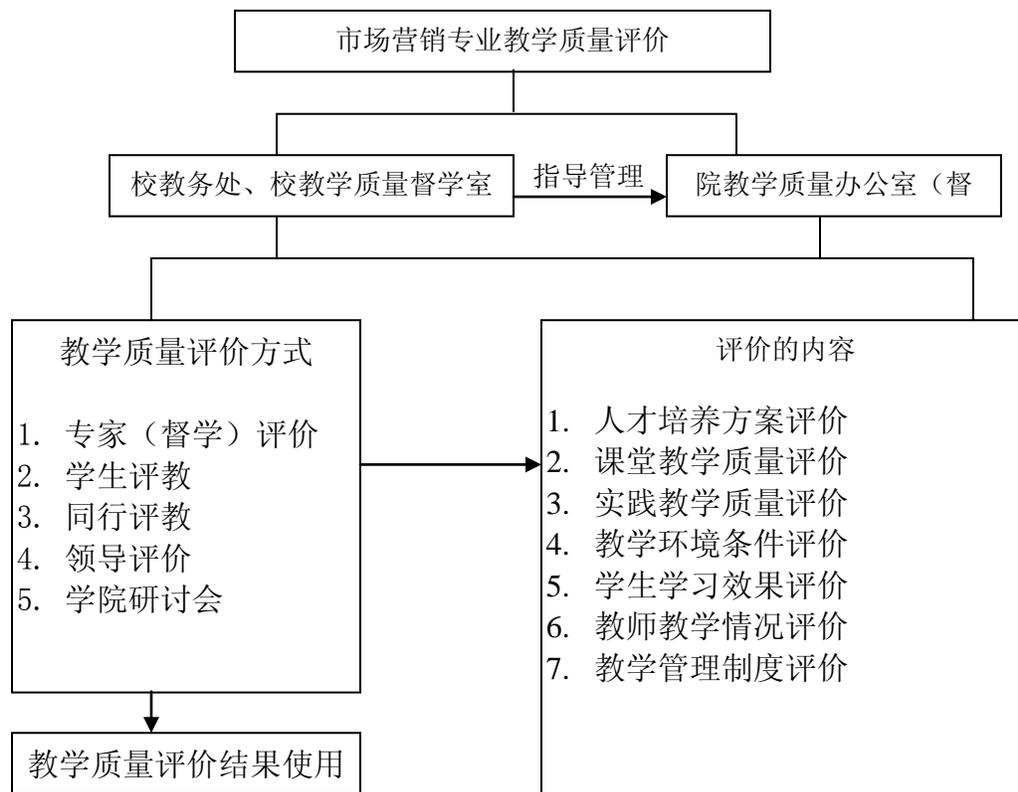


图 1. 专业教学质量评价机制框架

专业教学质量评价的管理分为校院两级管理，学校层面的管理主要是通过学校分管教学的副校长领导下的教务处和学校教学质量管理工作办公室（含督学室）；学院层面的教学质量主要是通过分管教学的副院长领导下的学院教学质量管理工作办公室（含学院督学）。学院教学质量管理工作办公室接受学校教学质量管理工作办公室和学院的双重领导。

学校教学质量的评价主要措施：

- （1）学校安排的每个学期的期中教学检查。
- （2）学校督学办公室对教学过程各个环节监控结果的通报（会议）。

- (3) 学校教务处不定期的教学副院长会议。
- (4) 学校聘任各学院各专业的学生信息员的汇报和周课堂教学信息反馈表。
- (5) 专业获得的教学质量工程项目数量和级别，大学生获奖数量与级别。

学院教学质量的评价主要措施：

- (1) 学院领导班子会议，全体教师例会。
- (2) 每年一次的学院中层干部会议（含教授委员会成员、督学）。
- (3) 其他专项评价。

二、国际商学院教学质量评价内容及方式

1. 专业人才培养方案的质量评价及评价方式

评价内容：

- (1) 人才培养定位是否合理，是否符合学校定位和社会、企业需求。
- (2) 人才培养目标和培养规格是否符合专业定位。
- (3) 课程模块是否合理体现知识、技能和素养的培养。
- (4) 课程设置是否合理，理论、实践学分、学时分配是否合理。

评价方式：

- (1) 专家评价方式（座谈或交流）。
- (2) 2012 级开始，学校将人才培养方案送校外专家评审。

评价结果使用：

根据评价反馈意见（书面的或口头的）修订人才培养方案。

2. 课堂教学质量评价及评价方式

评价内容：

- (1) 课堂教学内容是否符合教学大纲的规定。
- (2) 教师教学的能力水平及学生的学习状态。
- (3) 课堂教学效果如何。

评价方式：

- (1) 专家评价方式（包括学校领导、督学听课，学院领导督学听课）。
- (2) 学生座谈会。

评价结果使用：

将评价反馈意见（书面的或口头的）反馈给有关教师和系主任，提出改进建议。

3. 实践教学质量评价及评价方式

评价内容：

- (1) 包括实验、实训、项目实战、小学期实践及毕业实践。
- (2) 课堂教学内容是否符合教学大纲的规定和要求。
- (3) 教师实践指导的能力水平及学生的学习状态。
- (4) 实践教学效果如何，学生的综合能力提升如何。

评价方式：

- (1) 专家评价方式（包括学校领导、督学听课，学院领导督学听课）。
- (2) 学生座谈会。
- (3) 实战项目演示和汇报、小学期结果评审及毕业实践项目答辩等。

评价结果使用：

将评价反馈意见（书面的或口头的）反馈给有关教师和系主任，提出改进建议。

4. 教学环境条件质量评价及评价方式

评价内容：

- (1) 包括教师条件和实践条件，主要是设备完好率和充分性是否满足要求。

评价方式：

- (1) 教师与学生反馈。
- (2) 学院领导班子周例会和学院不定期准备的中层干部研讨会。

评价结果使用：

改进有关管理制度和设备更新维护职责，学院加大投入扩建或新购。

5. 学生学习效果评价及评价方式

评价内容：

- (1) 学生的考试成绩分析、实践成绩分析。
- (2) 学生的学习态度、学习方法分析、动手实践的意愿和抗压能力分析。

评价方式：

- (1) 教师与学生反馈。
- (2) 学生参与企业实习，企业的评价。

评价结果使用：

将评价反馈意见（书面的或口头的）反馈给有关教师和系主任，提出改进建议；改进有关教学管理和教学监控。

6. 教师教学质量评价及评价方式

评价内容：

- (1) 教师教学是否完成教学大纲和教学日历规定的内容安排。
- (2) 教师教学的能力水平及学生的学习状态。
- (3) 教师的教学方法和教学技巧、教学过程的组织与管理、教学设计。
- (4) 课堂教学效果如何。

评价方式：

- (1) 专家评价方式（包括学校领导、督学听课，学院领导督学听课）。
- (2) 学生座谈会、学生评教、同行评价、领导班子评价。

评价结果使用：

(1) 将评价反馈意见（书面的或口头的）反馈给有关教师和系主任，提出改进建议。

(2) 年终中和评价结果作为教学优秀教师评价依据、作为学院选派出国和到企业进修的依据之一，作为学校人事处年度考核的教学考核依据。

7. 教学管理制度评价及评价方式

评价内容：

- (1) 主要指学院的教学管理制度评价。
- (2) 评价教学管理制度是否能够保障教学目标的实现和质量的提升。

评价方式：

- (1) 学生座谈会、老师座谈会。
- (2) 学院领导班子例会和学院年度中层干部（含教授委员会与督学）研讨会。

会。

评价结果使用：

修订或补充学院教学管理制度。

2-15、学生、专家等对教师教学质量评价的渠道、方式和近四年评价情况说明及支撑材料

一、学生、专家等对教师教学质量评价的渠道

- a) 书面文字评价渠道
- b) 网上打分评价渠道
- c) 电话沟通评价渠道
- d) 听评课渠道
- e) 座谈会和研讨会渠道

二、学生、专家等对教师教学质量评价的方式

学生：

- i. 学生的自主评教
- ii. 学生的课堂教学信息反馈（学生直接与学校教务处反馈）
- iii. 学生与系主任直接反馈教师教学质量情况
- iv. 学生与院领导直接反馈教师教学质量情况
- v. 学院的院长信箱
- vi. 学院的教学信息反馈信箱
- vii. 学生与辅导员直接反馈教师教学质量情况

专家：

- viii. 学校专家（督学）对教师教学质量评价
- ix. 学校教务处领导对教师教学质量评价
- x. 10. 学院专家（督学）对教师教学质量评价
- xi. 11. 学院领导对教师教学质量评价
- xii. 12. 系部主任对教师教学质量评价

三、近四年评价情况说明

国际商学院的教学质量评价是一个层级结合、上下贯通的质量评价运行机制，由学校、学院、系三级评价主体组成，以学院评价为主，逐级负责，分工协作。校级教学评价的运行，重点放在涉及面较广的课程和主要教学环节上，并对全校整体教学状况进行定期和不定期的检查；学院教学质量评价重点放在教学的具体环节和直接因素上，系部是院系教学质量评价工作的执行部门。在运行方式上，首先由校级分管教学领导和相应教学职能部门(如教务处)制定评价工作计划、指导思想和宏观程序，然后下达到各院系，各院以系为单位进行具体环节的运作，然后将评价结

果上报校级教学职能部门，校级教学职能部门对评价信息进行统计分析，做出判断和处理，然后再将评价结果及建议反馈到各院，院把反馈意见以直接或间接的方式传达给被评价的对象——教师，并针对问题提出改进的策略。由此形成一个自上而下、自下而上、上通下达的教学评价运行渠道。

学院在近四年的教学质量评价工作中，努力做到以下四点：

第一，常规性

学院的教学质量评价是贯穿教学过程始终的一种常规性的活动，并建立经常化的教学质量评价制度。教学质量评价主管、督导和执行部门采取定期定点和不定期不定点相结合，以随机抽样的方式对教学过程各环节进行经常性的检查和评估。

第二，连续性

高校教学是一个连续性的过程，教学效果既有即时性又有迟效性的特点，所以仅凭一时一事一人一物等定格的方式“一评定终身”来评价教师个体的教学质量是不客观的，只有在连续性的过程中多次进行的评价才是可靠的。所以，学院四年来将近期评价和长远评价结合起来，既注重结果评价又注重过程评价。

第三，发挥学生的评教主体作用

学生的发展是学校教学质量关注的核心，学生是学校教学活动的主动参与者，对教学质量的提高承担特殊责任，所以“学生评教”的意义非常重要。四年来，学院采取学生选课之前必须先评教的网络选课系统，实行匿名评教、评教与选课相结合、评教结果与教师评职相结合，建立和完善“学生评教”制度，克服“学生评教”过程中的形式化、工具化、功利化倾向，提高其客观性。

第四，建立教学质量评价信息处理和反馈制度。

首先，学校建立了教学信息员制度，在教学机构和各个班级选择品学兼优、责任心强的人，以匿名的方式设为信息员，及时收集教学信息并反馈到教学督导部门；其次，学校建立了畅通、迅捷的教学信息传输渠道，除了采取现场评价、专家评价、问卷调查等直接方式外，还利用现代信息技术，建立教育评价网站，开设教学质量评价专用信箱等，使教学质量信息以更客观迅捷的方式得以上传下达。再次，学校建立了专门的教学信息处理机构，设置专门的信息处理人员，对教学质量信息进行科学的统计和处理，剔除失真的信息，减少误差的存在，分析判断、慎重处理；最后，对信息处理的结果进行及时的反馈。在反馈过程中注意反馈的方式，或公开或秘密，视具体情况而定，不可随意处理，以保护被评价者的自尊心，形成内心的激励机制为目的。同时，处理结果也反馈给了信息采集者，以提高他们进一步收集教学信息的主动性和积极性。

2-16、对学生学习效果的分析机制、方式和近四年分析情况说明及支撑材料

一、对学生学习效果进行分析的主要内容

1. 学生的专业课程出勤状况
2. 学生的专业课程平时成绩
3. 学生的期末考试成绩分析
4. 小学期期间实践成绩分析（如模拟电子商务大赛、市场营销大赛等）。
5. 对学生的学习态度、学习方法分析、动手实践的意愿和抗压能力分析。
6. 对学生的学年论文撰写情况进行分析
7. 对学生的毕业论文质量分析
8. 对学生的实习指导

二、对学生学习效果的分析方式：

1. 辅导员与学生个别沟通，分析与了解学生的学习态度、学习方法、学习效果。
2. 辅导员与学生家长个别沟通
3. 学院不定期召开学生座谈会，分析与了解学习状况和学习效果
4. 学院对学习效果不很理想的学生召开家长会
5. 任课教师与学生直接沟通与反馈。
6. 学院学位办教师与学生共同分析学分绩点问题
7. 参与企业见习与实习，聆听企业的分析评价。

三、近四年对学生学习效果的分析情况说明

国际商学院是一个教学型单位，自成立以来始终坚持以本科生教学为中心，加强师资队伍建设，优化人才培养模式，重视实践教学和学生创新能力的培养，学院投入大量人力、物力，不断提升学院的本科教学质量，提升学生的学习效果，近四年来，市场营销专业的学生毕业率和获得学位率都在 98%以上，该专业学生的学习

热情很高，学习氛围浓厚，市场营销专业的学生的人均 GPA 较高，英语四级通过率、计算机过级率和毕业论文合格率都较高。

同时，积极组织学生参加“挑战杯”创业大赛、大学生英语竞赛、国际企业管理挑战赛（GMC）、ERP 大赛等各类创业创新实践活动，使学生不仅获得了很多省级以上奖励，更提升了学生的就业竞争力，从而使得该专业的高质量就业率一直较高

2-17、社会成员对毕业生培养质量和专业质量评价的渠道、方式和近 4 年评价情况说明及支撑材料

一、评价的渠道、方式

社会成员的评价渠道和方式主要分为下列三种：

（一）及时的反馈机制。每年的 11 月开始，学校内的招聘会和各用人单位宣讲会陆续开始，学院安排负责老师在单位招聘现场跟踪调查学生的录用情况，和其他专业学生相比的优势和劣势，以获得社会对我专业毕业生的评价。

（二）多媒介的沟通机制。定期通过电话，信件等方式跟踪毕业生在单位期间的表现，和用人单位探讨本专业学生在工作中的优点与不足。同时我校还会派出专职人员专程走访毕业生单位，听取毕业生单位人员对我校毕业生培养质量和专业质量的评价

（三）面对面的座谈机制。我校设立校友会，学院每年都会通过座谈，茶话会等方式邀请我校毕业生回校进行座谈，讨论运用在课堂上所学专业知识和解决实际工作中所遇到的问题，以此来了解毕业生对学校培养的评价。

二、我院市场营销专业近四年的评价情况和支撑材料

（一）市场营销专业近四年的毕业就业概况

我院 09 届毕业生 51 人，其中攻读国内研究生 2 人，占总人数的 3.92%，国外硕士研究生 1 人，占总人数的 1.96%，就业率达到 92.16%。

10 届毕业生 52 人，其中攻读国内研究生 1 人，占总人数的 1.92%，国外硕士研究生 2 人，占总人数的 3.85%，就业率达到 100%。

11 届毕业生 36 人，其中攻读国内研究生 4 人，占总人数的 11.11%，国外硕士研究生 2 人，占总人数的 5.56%，就业率达到 97.22%。

12 届毕业生 115 人，其中攻读国内研究生 9 人，占总人数的 7%，国外硕士研究生 10 人，占总人数的 8%，初次就业人数达到 97.39 人。

由此可以看出，我院市场营销专业毕业生考研和出国人数呈递增趋势，就业质

量也不断提升。其中 12 届的朱珠同学在全英国大学排名 32 位的英国曼彻斯特大学攻读硕士学位（见支撑材料）、朱昌波同学考取中国科学院地质与地球物理研究所（见支撑材料）。所有这些成绩的取得，不仅是由于学生们的刻苦学习，更在于学院的积极培养。

（二）用人单位的反馈意见。

自从建院以来，我专业累计培养毕业生数 254 人，他们都在自己的岗位上发光发热，为社会增砖添瓦，海南中航建筑公司沈阳分公司员工张志超是我专业 12 届毕业生，他在实习期间以专业的表现获得了单位的认可，签订了就业合同，并发专门的表扬信送到学院，以感谢学院的培养（见支撑材料）；河南省郑州中原铁道国际旅行社员工宋玮是我专业 12 届毕业生，他在公司举办的年度研讨会中担任主持与会议安排工作，策划能力强、主持水平高，为公司创造了良好的形象（见支撑材料）。这样的反馈信息还有很多，这样的毕业生在我院比比皆是，他们都是国际商学院普通的一名毕业生，他们都默默的在自己的岗位上用自己的知识回馈学院的培养，回馈社会。同时也在续写商学院市场营销专业学生扎实的专业知识；较强的外语能力和严谨的工作态度。

2-18、基于质量评价对培养目标和教学计划的调整情况说明

为了适应社会对市场营销专业人才需求的变化，遵照学校对市场营销专业培养方案的要求，经过学院领导和教授委员会多方研究鉴定，并征求了部分企业的专家和授课教师的意见，2008级至2012级的培养方案中教学计划逐步进行了局部调整。调整内容如下：

在2009级中方单学位课程与培养方案中，专业必修课中明确示意，增加了*号于“微观经济学”和“宏观经济学”两门课程之前（和2008级相比），以此强化学生对经济规律认知的重视程度；同时把选修课分成限定选修课和非限定选修课两大类，“服务营销”、“广告学”、“营销调研”、“商务英语”由选修课变成限定选修课（必须选的），要选10学分的课程。

2010级中美双学位培养方案中，必修课中增加了“服务营销”和“战略管理”，设置为考查课，要确保学生专业知识得到充实和强化。

在2011级的中方单学位教学计划中，通识教育课程板块的必修课程中，比2010级增加了多媒体技术课群；2011级中美双学位课程美方认证课“会计学原理”认证方式由原来的CBD（材料认证学分）改为ASC（优先认证学分）。2011年两种学位培养方案均在“综合实践教育课程”上明确了应修学时数及所占学时比例。填补了以往的空白。

2012年在双学位培养方案中调整了培养目标，2011年培养目标是：“本专业培养适应21世纪社会经济发展需要，德、智、体、美等方面全面发展，外语素质好、实践能力强、专业基础知识扎实、具有时代特征和创新精神的高级应用型管理人才。”2012年培养目标调整为：“本专业培养适应21世纪社会经济发展需要，德、智、体、美等方面全面发展，外语素质好、实践能力强、通晓国际准则、具有国际视野和创新精神的高级应用型管理人才。”我们特别对双学位培养的人才强调了国际化特色。

在2012级两种学位的课程与培养方案中，我们都采取了双语表述方式，所有课程都标注了英文名称，课程设置向国际化迈进更加紧密。

关于培养方案及其教学计划的修改，主要源于社会、企业等用人单位对市场营销人才需求的变化，以及国际合作课程设置的科学性要求，为了满足社会对市场营销专业的人才需求，必须保持动态调整和完善课程设置及培养方案。

2-19、十名优秀校友简介

姓 名	富勇智	出生年月	1986.9
入本专业时间	2005.9	毕业时间	2009.7
技术职称		行政职务	科员
现工作单位	辽宁省辽阳市弓长岭区土地储备中心		
贡献情况	<p>富勇智，沈阳师范大学国际商学院 2005 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学毕业后即以优异的成绩获得了在辽宁省辽阳市弓长岭区土地储备中心工作的职位。</p> <p>三年多工作中，一直兢兢业业，始终没有丝毫的怠慢。该同学工作认真负责，具备诚实可信的品格、富有团队合作精神，得到了同事们和领导的信任，有良好的口碑。</p> <p>该同学受过系统的相关专业知识训练，曾在多家单位和公司的实习和兼职经历，毕业后，该同志为积累更多工作经验，展现出很强的忍耐力、意志力和吃苦耐劳的品质，对工作认真负责，积极进取，个性乐观执着，敢于面对困难与挑战。</p> <p>在工作的同时，该同学积极参加社会各类公益实践活动，不断提高社会实践能力，及时地将所学知识应用到实际生产生活中，服务社会，奉献自己的一份爱心。</p>		

姓名	李媛媛	出生年月	1987.10
入本专业时间	2005.9	毕业时间	2009.7
技术职称		行政职务	科员
现工作单位	辽宁省盘锦市盘山县甜水镇政府		
贡献情况	<p>李媛媛，沈阳师范大学国际商学院 2005 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间就已经表现超凡脱俗的睿智，曾在多项比赛中均取得了不俗的成绩，办事认真负责，用朴实的行动证明自己的能力。生活中，乐于助人，在同学中间有良好的口碑。该同学基础知识扎实、专业能力过硬、学习能力突出。</p> <p>毕业后，该同学在辽宁省盘锦市盘山县甜水镇政府任职。多年来，一直兢兢业业。该同学性格开朗、稳重、有活力，待人热情、真诚，工作认真负责，积极主动，能吃苦耐劳，勇于承受压力，勇于创新，有很强的组织能力和团队协作精神，具有较强的适应能力，纪律性强，工作积极配合，意志坚强，具有较强的无私奉献精神。</p> <p>作为一名公务员，为人正直，有极强的责任心和集体荣誉感。没有官架子，廉洁奉公，刚正不阿，踏踏实实地为国家，为人民办实事。落实“全心全意为人民服务”的宗旨，做到吃苦在前，克己奉公、无私奉献，不惜牺牲自己的一切。拥有较为全面的专业知识和一定的实践经验,具有较强的沟通能力和组织能力。</p>		

姓名	蔡志娟	出生年月	1986.10
入本专业时间	2005.9	毕业时间	2009.7
技术职称		行政职务	行政助理
现工作单位	浙江省杭州联合银行		
贡献情况	<p>蔡志娟，沈阳师范大学国际商学院 2005 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在国际商学院就读期间，积极努力学习学科专业知识，有良好的思维能力，学习目的明确，刻苦努力，在校期间成绩优异；该同学依托于东北庞大的高校市场，有效整合校园各类资源，展现了自己独到的见解，为校园建设作出一定的贡献。</p> <p>该同学毕业后凭借对专业知识的理解和运用以及出色的表达沟通能力，获聘于浙江省杭州联合银行工作。工作中，个人责任感较强，积极主动地完成本职工作。善于沟通，有良好的语言组织能力。能及时完成领导布置的任务，既能服从领导，又能善于发现问题，主动解决。</p> <p>多年来，对待工作兢兢业业，在工作的同时，该同学积极为社会奉献出自己的一番力量，多次参加志愿者活动，并在社会各界获得了一致好评。</p>		

姓名	吴贇宇	出生年月	1986.12
入本专业时间	2005.9	毕业时间	2009.7
技术职称		行政职务	总经理
现工作单位	自主创业		
贡献情况	<p>吴贇宇，沈阳师范大学国际商学院 2005 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间，曾多次参加学校活动，展现出了惊人的商业头脑和气魄。学习认真刻苦，计划性较强，有很好的学习能力，理解能力强，接受新事物较快，有良好的研究问题和分析问题的能力。在担任班级干部期间，工作认真负责，任劳任怨，能较好的完成各种工作任务，也体现了卓越的组织能力和领导才华。</p> <p>该同学乐于助人，在同学中具有良好的口碑，为日后自主创业打下了良好的人脉基础。并积极参与社会服务活动，在社区、敬老院、孤儿院奉献自己的力量。</p> <p>该同学毕业后，将自己所学的专业知识运用到实际工作中，创立了营口市富丽陶瓷销售中心，引进新技术和新知识，为建筑陶瓷的发展做出自己的贡献。该同学具有良好的思想素质，专业的业务素质，健康的身体素质和企业家精神。做人谦虚，有亲和力，吃苦耐劳，责任感较强，能很好的处理工作中所遇到的问题，使自己创建的公司激烈的市场竞争中占据更有力的地位。</p>		

姓 名	张振欣	出生年月	1988.10
入本专业时间	2007.9	毕业时间	2011.7
技术职称		行政职务	营业员
现工作单位	辽宁省大连市邮政速递物流有限公司		
贡献情况	<p>张振欣，沈阳师范大学国际商学院 2009 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间即树立远大理想，努力提高个人的党性观念，学习勤奋刻苦，思维敏捷，积极参加学校的各项活动，展现了良好的表达能力和沟通能力。很早就已经表现出很强的组织能力，曾在大学生商业大赛中取得了不俗的成绩，办事认真负责，用朴实的行动证明自己的能力。</p> <p>该同学毕业后在大连市邮递物流有限公司任职，一年来，各各方面都取得了佳绩。真正的把所学的知识运用到实际工作中，对待工作一丝不苟没有丝毫的怠慢，勤于思考，勇于钻研，认真完美的完成上级布置的任务。与同事相处融洽，团结协作，有较强的亲和力、协作能力。工作一年，为公司出谋划策，提高了业绩，增加了资金额，获得了同志们以及领导的信任。</p> <p>该同学积极参加社会公益活动、服务社会，多次参加志愿者活动，在社会各界获得了一致好评。艰苦朴素，勤俭节约，善于交际，能正确的处理人事关系，团结人心。</p>		

姓名	衣晓雪	出生年月	1987.8
入本专业时间	2007.9	毕业时间	2011.7
技术职称		行政职务	
现工作单位	沈阳师范大学全日制研究生在读		
贡献情况	<p>衣晓雪，沈阳师范大学国际商学院 2007 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学，在校期间积极进取，对专业知识极其喜爱，具有谦虚和严谨的学习态度，坚定的理想信念，具备出色的学习能力并且敢于创新，不断追求卓越，吃苦耐劳，不畏艰苦，对待学习态度积极认真，严谨务实，满腔的热情成为她实现人生目标的无穷动力。经过四年如一日的不懈努力，以优异的成绩考取了沈阳师范大学政治经济学专业研究生。</p> <p>该同学在校读研期间，学习刻苦努力，孜孜不倦。在学习的同时，积极参加各种招聘会，寻找适合自己的发展公司，为以后工作奠定基础。</p> <p>该同学积极参加社会各类公益实践活动，经常性的广泛深入社会、深入社区，不断提高社会实践能力。及时地将所学知识应用到实际生产生活中，服务社会，奉献自己的一份爱心。</p>		

姓名	陈国跃	出生年月	1988.10
入本专业时间	2008.9	毕业时间	2012.7
技术职称		行政职务	科员
现工作单位	辽宁省冶金地质勘察局		
贡献情况	<p>陈国跃，中共党员，沈阳师范大学国际商学院 2008 级市场营销专业学生，原国际商学院学生会副主席。</p> <p>该同学在校期间努力学习，思想积极进步，是共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想的坚定信仰者、科学发展观的忠实执行者、社会主义荣辱观的自觉实践者、社会和谐的积极促进者。</p> <p>该同学自强不息，创业愿望强烈，在国际商学院就读期间，依托于东北庞大的高校市场，有效整合校园各类资源，获得好评。</p> <p>该同学毕业后在辽宁省冶金地质勘察局工作，工作兢兢业业，吃苦耐劳，独立思考能力突出，在各方面均严格要求自己。</p> <p>该同学积极参加社会各类公益实践活动，经常性的广泛深入社会、深入社区，不断提高社会实践能力，及时地将所学知识应用到实际生产生活中，服务社会，奉献自己的一份爱心。</p>		

姓名	唐潇瑜	出生年月	1989.3
入本专业时间	2008.9	毕业时间	2012.7
技术职称		行政职务	市场部区域代表
现工作单位	可口可乐中国有限公司辽宁省分公司		
贡献情况	<p>唐潇瑜，沈阳师范大学国际商学院 2008 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间，学习勤奋刻苦，思维敏捷，积极参加学校的各项活动，展现了良好的表达能力和沟通能力。在校期间就表现出很强的组织能力，办事认真负责，用朴实的行动证明自己的能力。</p> <p>该同学毕业后，在可口可乐中国有限公司辽宁分公司任职。加入可口可乐公司后，积极运用在校所学的专业知识，踏踏实实地做好自己份内的工作，展现了良好的协调沟通能力和亲和力，拥有良好的综合素质，作为市场部区域代表，吃苦耐劳，能够在有重大思想分歧的问题上，说服并改变经销商的决策，从而与公司的战略步伐保持一致，为公司带来了一定的利润。</p> <p>生活中，该同学乐于助人，在同事中间有良好的口碑，曾多次组织“献爱心”活动，参与社会公益活动，为社会建设奉献自己的一份力量。</p>		

姓名	王安琪	出生年月	1989.6
入本专业时间	2008.9	毕业时间	2012.7
技术职称		行政职务	
现工作单位	中国刑事警察学院硕士研究生在读		
贡献情况	<p>王安琪，沈阳师范大学国际商学院 2008 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间，积极参加学校及学院组织的各项活动。学习认真刻苦，计划性较强，有很好的学习能力，理解能力强，接受新事物较快，有良好的研究问题和分析问题的能力。在担任班级干部期间，工作认真负责，任劳任怨，能较好的完成各种工作任务。</p> <p>该同学经过努力学习，考取中国刑事警察学院攻读研究生。思想上要求积极进步，努力提高个人的党性观念，能适应严格的军事化训练。在校期间，除学习基础课程和专业课程以外，还能较好的掌握驾驶，查缉，格斗等警体实战技能。</p> <p>生活中，该同学乐于助人，拥有良好的口碑，积极参加社会各类公益实践活动，不断提高社会实践能力，及时地将所学知识应用到实际生产生活中，服务社会，奉献自己的一份爱心。</p>		

姓名	朱昌波	出生年月	1988.11
入本专业时间	2008.9	毕业时间	2012.7
技术职称		行政职务	
现工作单位	中国科学院硕士研究生在读		
贡献情况	<p>朱昌波，沈阳师范大学国际商学院 2008 级市场营销专业学生。</p> <p>该同学在校期间，学习认真刻苦，计划性较强，有很好的学习能力，理解能力强，接受新事物较快。在校期间就已经具有良好的学习习惯，曾在大学生各类大赛中取得了不俗的成绩，办事认真负责，用朴实的行动证明自己的能力。</p> <p>该同学经过努力学习，考取中国科学院研究生，在读期间思想上要求积极进步，努力提高个人的党性观念，积极学习马克思列宁主义，毛泽东思想和邓小平理论。对西部开发，国家安全，人口与社会可持续发展，高科技产业发展，学科发展战略等问题有很好的理解。做人谦虚，有亲和力，吃苦耐劳，责任感较强，能很好的处理工作中所遇到的问题。</p> <p>在社会贡献方面，该同学多次组织并参与“献爱心”活动，经常性的广泛深入社会、深入社区，不断提高社会实践能力，及时地将所学知识应用到实际生产生活中，服务社会，奉献自己的一份爱心。</p>		

2-20、五名优秀在校生简介

学生姓名	曾志琳	性别	女
出生年月	1990.2	入学时间	2009.9
简介 (着重说明优秀在校生在综合素质和综合能力方面的突出程度, 限300字)	<p>曾志琳, 沈阳师范大学国家商学院市场营销 2009 级 1 班学生。该生思想积极要求进步, 尊敬师长, 团结同学, 全力帮助同学们共同进步。</p> <p>该生学习勤奋刻苦, 学习成绩不断提高。入学以来的平均学分绩点达到 3.70, 并且曾获国家励志奖学金、沈阳师范大学学习优秀一等奖学金、沈阳师范大学优秀学生等荣誉。</p> <p>该生注重提升个人知识能力, 顺利考取会计从业资格证和证券从业资格证。积极参加各种竞赛, 如 ERP 沙盘模拟经营大赛、GMC 国际企业管理挑战赛, 并荣获 2010 年辽宁省首届大学生数学竞赛辽宁省二等奖、2012 年获沈阳师范大学第六届大学生数学竞赛一等奖。</p> <p>该生注重社会实践活动, 曾参加中国(沈阳)国际树莓节并获得优秀志愿者称号, 2010 年 10 月-2011 年 8 月在沈阳培优教育机构兼职高中教师, 2012 年 5 月至今担任沈阳市校搜网会计一职。</p>		

学生姓名	张寒阳	性别	男
出生年月	1991.1	入学时间	2009.9
简介 (着重说明优秀在校生在综合素质和综合能力方面的突出程度, 限300字)	<p>张寒阳, 沈阳师范大学国家商学院市场营销 2009 级 2 班学生, 担任班长一职。该生思想积极进步, 积极学习党的理论知识, 顺利通过考核, 并于 2012 年 11 月加入中国共产党组织。</p> <p>该生工作认真, 担任班长期间, 积极为同学解决思想、学习和生活上的问题, 配合辅导员老师进行日常管理工作。曾获得“沈阳师范大学优秀学生干部”和“沈阳师范大学优秀团员”称号, 连续三年获得沈阳师范大学思想品德奖学金。</p> <p>该生学习刻苦, 不断进步, 入学以来的平均学分绩点达到 3.26, 综合测评一直名列本专业前茅, 并且通过了大学英语六级考试。</p> <p>该生综合实践能力强, 在学习和工作之余, 积极参加多种文体活动和专业竞赛, 并荣获多项证书。2010—2011 学年, 获得“闪亮之星”英文歌曲大赛一等奖、GMC 国际企业管理挑战赛中国赛区一等奖。</p>		

学生姓名	张慧超	性别	女
出生年月	1990.11	入学时间	2009.9
简介 (着重说明优秀在校生在综合素质和综合能力方面的突出程度, 限 300 字)	<p>张慧超, 沈阳师范大学国家商学院市场营销 2009 级 1 班学生, 担任班级学习委员一职。该生思想积极进步, 拥护中国共产党的领导, 积极学习党的理论知识, 参加团课的学习, 并在 2011 年“两先两优”评选活动中被评为优秀团员。</p> <p>该生学习刻苦, 成绩优异, 入学以来的平均学分绩点达到 3.76。曾获沈阳师范大学学习优秀一等奖学金、沈阳师范大学优秀学生等荣誉。</p> <p>该生工作认真负责, 在担任学习委员期间, 主动帮助同学辅导功课, 与任课老师积极沟通。</p> <p>该生积极参加各类竞赛活动, 曾荣获 2010 年辽宁省首届大学生数学竞赛一等奖, 校级 ERP 沙盘模拟大赛一等奖, 商学院商务谈判大赛三等奖等。综合实践能力强, 积极参加社会实践活动, 曾参加中国造血干细胞资料库辽宁管理中心志愿服务活动, 2012 年 2 月在洛阳中华会计事务所实习。</p>		

学生姓名	赵丹	性别	女
出生年月	1990.3	入学时间	2009.9
简介 (着重说明优秀在校生在综合素质和综合能力方面的突出程度, 限300字)	<p>赵丹, 沈阳师范大学国家商学院市场营销 2009 级 3 班学生。该生思想上积极进步, 积极学习党的理论知识。</p> <p>该生学习刻苦, 成绩优异, 入学以来平均学分绩点达到 3.72, 综合测评成绩位居本专业第一。曾获国家励志奖学金、沈阳师范大学学习优秀一等奖学金、沈阳师范大学优秀学生等荣誉。</p> <p>该生积极参加各类竞赛活动, 荣获 2012 年全国大学生英语竞赛特等奖, 2011 年全国大学生英语竞赛三等奖, 并在 ERP 沙盘模拟经营大赛、快乐英语全能真人秀、英语单词大赛、英语演讲比赛及社区文化节中均有突出表现。</p> <p>该生注重实践活动, 曾参加中国(沈阳)国际树莓节并获得优秀志愿者称号, 2010 年 7-8 月在上海奥林匹克花园运动城担任会籍顾问, 2011 年 4 月-2012 年 1 月在沈阳刘志外语任兼职教师。</p>		

学生姓名	谭煜	性别	女
出生年月	1991.12	入学时间	2010.9
简介 (着重说明优秀在校生在综合素质和综合能力方面的突出程度, 限300字)	<p>谭煜, 沈阳师范大学国家商学院市场营销 2010 级 2 班学生。该生思想积极进步, 作为一名入党积极分子, 能够时刻以党员的标准来要求自身, 积极参加党组织举办的各项活动。</p> <p>该生专业知识基础扎实并注重实践, 课上认真听讲, 课下拓展相关知识与理论, 且能够将所学知识活学活用。积极参加各项活动, 曾参加沈阳师范大学演讲比赛, 全国大学生公共关系大赛, 全国大学生英语竞赛, 均获得优异的成绩。</p> <p>该生有较强组织领导能力, 成立了商界大学生促进会沈阳师范大学国际商学院部, 并担任英语俱乐部口语部部长一职, 有较高英语水平。</p> <p>该生积极参与社会实践, 2011 年曾参与“普及新型农村养老保险制度的财政压力研究”课题, 2012 年完成该科研立项。2012 年, 带领团队申请了一个新的科研项目“沈阳高校大学生选课现状问题与对策研究”。</p>		

2-21、专业特色说明及其支撑材料

市场营销专业旨在培养具有国际视野和创新精神的综合素质高、专业基础厚、知识结构优、实践能力强，能从事市场营销策划、客户关系管理、市场开拓等工作，适应全球经济发展，具有较强的行业适应能力的人才。经过近十年的努力，形成营销专业的三大特色。

1. 放眼全球，造就国际化人才

学院采用中美双学位和中方单学位双轨制。“梯进式+立体交互式”双语教学模式，加之四年不间断的英语课程。专业课中 12 门课程采用国际化教材。专业教师在境外参加 4 个月以上培训的人数占有专业教师的 80%以上，具有海外专业硕士学位的比例超过 1/3。已有 9 位教师赴美方合作校交流，比例高达 82%。学院通过严格的考核制度聘请 20 多位外教进行外语及专业课教学。外教占学院整体教师队伍的 1/3，居全校之首。各类英语活动层出不穷。学院还为学生提供机会参加“外研社杯”全国英语演讲大赛，组建英语俱乐部，组织英语角，大学生英语风采大赛等，并多次聘请各培训学校教师为学生进行主题讲座。

2. 立足社会，培养创新型职业人才

以“一条主线”（基本素质和应用能力培养）、“两个重点”（理论教学体系和实践教学体系）、“三大结构”（知识结构、能力结构和素质结构）为主要内容，遵循人才培养规律和专业教育规律，突出创新精神和应用能力培养。我们以市场需求导向，以企业为依托，按需设置教学内容。市场营销专业特色建设中，知识、能力、素质并举，以知识学习为基础，能力培养为目的，综合素质提高为保证。立足于全面提高学生综合素质和业务素质，增强学生实际应用能力、创新能力和就业竞争能力。培养方案中专门设置综合实践教育课程模块，包括国际企业管理挑战赛（GMC），电子商务实训，会计电算化，ERP 实训等课程。学院在每年 6 月的小学期实践活动中集中安排多项实习活动。

3. 教学监管，系统化的 BB 平台

市场营销专业引入国外先进的教学监管和评价系统 Blackboard，又称 BB 系统），采用独特教学方法，兼顾教务管理和教学组织两大功能，明显优于中国大学普遍采用的教务管理（选课及评分）的单一功能。教师教学的各个环节全部在系统管理和监控下：大纲的呈现对整个学期教学提供蓝本；各章节重点纲要由教

师在课堂展示的同时进入系统中供学生复习参考；为学生设置提交作业窗口并设有期限控制；为学生设置可与教授进行书面对话窗口，方便师生课外互动；课上测验、小组讨论、课后作业及阶段性报告的成绩，均须教师及时登记到 BB 系统中，供学生随时查看并为下一步努力方向提供参考；期中期末考试及重要阶段性考试均在 BB 系统中进行机考，除了时间限定功能外，每位学生题目均为随机抽取，有效防止抄袭。在该系统的支持下，教师教学方法显得极具特色又科学合理。从学生出勤、课堂互动、分组活动、完成作业、测验考试等所有评分环节全部进入系统，按各项权重进行综合评价，得出学生该门课程的最终成绩。该方法有效促进了学生课堂学习的积极性，勤动脑多发言，使学生自信而开放；同时又保证了学生的课后预习与复习的经常性，养成良好自学习惯；一次考试不再决定命运，克服应试教育的弊端；教师只要讲好课，其它教学管理环节依系统自然得以控制。

4. 相应的支撑材料

材料 1：中外合作办学协议

材料 2： 中外办学机构证书

材料 3：学生在省级以上竞赛中获奖名单

材料 4：营销教师出国进修证明文件

材料 5：近四年教师主持省级以上教研项目情况表

材料 6：近四年教师发表教研论文情况表

材料 7：学生发表学术论文情况表

材料 8：参加创新创业活动及参与科研项目学生人次数情况表

材料 9：ERP 小学期实践周学生活动报道

材料 10： 校外实习基地一览表

材料 11： 5 名优秀在校生简介

材料 12：美国文凭证书样扫描

材料 13：教材一览表

材料 14： 海归学历文凭原件扫描

材料 15： 外教学历列表

材料 16： 沈阳晚报报道-大学生创业

http://epaper.syd.com.cn/sywb/html/2011-11/05/content_750866.htm

材料 17：教师担当企业顾问的证书（代表）

材料 18: 双学位毕业照

材料 19: BB 系统使用说明