

学科门类（二级类）：工商管理类

2014 年陕西普通本科高校教学团队 申 报 书

团 队 名 称：市场营销专业教学团队

团队带头人：胡 翮

所 在 院 校：陕西国际商贸学院

推 荐 部 门：商 学 院

陕西省教育厅 制

二〇一四年四月

填 表 说 明

1. 本表用钢笔填写，也可直接打印，不要以剪贴代填。字迹要求清楚、工整。
2. 推荐表由推荐部门通知拟推荐的教学团队填写。所填内容必须真实、可靠，如发现虚假信息，将取消该团队参评省级教学团队的资格。
3. 表格中所涉及的项目、奖励、教材，截止时间是当年 6 月 10 日前。
4. 如表格篇幅不够，可另附纸。
5. 各级单位意见务必加盖公章，否则推荐无效。

一、团队基本情况简介

（一）历史沿革

市场营销学课程是依托市场营销专业发展起来的，市场营销专业 1997 年首届招生，截止 2013 年底，市场营销学课程的教学团队专任教师共 18 人，其中教授 1 人，副教授 4 人、讲师 10 人、助教 3 人，具有硕士学位的教师有 13 人，博士 3 人。作为民办院校，教学团队基础比较薄弱，但经过 15 年的发展建设，教师职称结构不断提高。现已基本形成一支以年富力强的中青年教师为主体，教学理念先进、基础理论扎实，实践能力较强，教学水平较高，科研能力较强，爱岗敬业，严谨治学，年龄结构、职称结构、学历结构和学缘结构日趋合理的教师队伍。在学院市场营销专业建设、教学改革、社会服务和营销人才培养中发挥着关键性作用。

（二）建设成果

近年来，本团队针对市场营销专业的人才培养目标，积极开展以教学内容、教学手段、教学方法、考核模式为主要内容的教学改革和建设，不断调整课程体系，不断更新教学内容，不断活化教学手段，不断拓宽教学方法，使教研气氛更加浓厚，教研主题更加明确，教研效果不断显现。目前本团队教师有校级教学名师 1 人、专业带头人 2 人、中青年骨干教师 8 人、承担省级教改项目 1 项，省级大学生创新性实验项目 1 项，校级教改项目 1 项，校级大学生创新性实验项目 2 项，校级自然科学研究项目 1 项，校级精品课程 2 门。

（三）目标定位

通过建设，使本团队形成一支教学理念先进，教学手段丰富，教学方法新颖灵活，基础理论扎实，实践能力强，教学经验丰富，教学水平高，科研能力较强，爱岗敬业、严谨治学，乐于奉献，年龄结构、职称结构、学历结构和学缘结构更趋合理的教学团队，能满足应用型本科市场营销专业教学要求的优秀团队。

（四）团队建设平台

搭建长教学改革任务平台是教师有效开展高水平的教改实践工作的基础，是教师提升自己专业水准，科研和服务能力、教学质量的关键。

1. 专业建设

专业建设是市场营销专业教学团队工作的要点，也是团队建设与发展最重要的。自 2009 年市场营销专业被确定为陕西国际商贸学院重点专业以及 2012 年省级专业综合改革试点项目以来，在教师团队的共同努力之下，市场营销专业取得了一系列

的优异成绩：

探索实践“校企融合、订单培养”模式。坚持依托行业、联合企业，校企共育营销人才。将专业人才培养定位从传统的“泛营销”人才培养修订为“专业营销”人才培养，与药品、珠宝、服装、汽车等行业的知名企业联合，培养成效显著。

在专业建设过程中，坚持把握以实践为导向设计课程体系，在教学中以项目驱动为原则，经过近几年的教学改革与实践，市场营销专业已逐渐形成了“教、学、做合一”的鲜明特色。目前，市场营销专业教学团队正以被学院推荐申报省级教学团队为契机，精品化专业建设，制定科学的人才培养方案，建立合理课程体系，促进产学研结合，探索和实践新的市场营销专业建设模式

2. 课程建设

市场营销专业教学团队遵循以课程建设为核心、以教材建设为重点、以现代教育技术为手段的课程建设方针。目前市场营销专业对课程进行项目化改造，深化课程教学改革。坚持以市场需求为导向，以职业任职要求为依据，以培养学生职业能力为主线，关注实践性教学内容的创新与完善，融理论知识、专业技能及职业素质于一体，不断调整课程体系和教学内容，制订市场营销专业人才培养方案。逐步建立起以培养职业能力为核心的课程体系。对于专业核心课程，以精品课程内涵和评价指标为建设标准进行建设，积极开发校企合作课程，以彰显特色。

教学团队对《市场营销策划》等 5 门专业核心课程进行项目化课程改造。以项目课程开发带动学院专业建设和教学改革，《市场营销学》课程 2013 年已被批准为省级精品资源共享课程，正在建设之中；《药品营销学》课程被评为校级精品课程，2014 年，该课程被学校确定申报省级精品资源共享课程。相关课程网站开通，并将教学资源共享。

3. 实践教学基地建设

市场营销专业围绕人才培养的目标，以校内实训基地为重点，同时跟外部企业合作建设实训基地，探索实训主体多元化的途径。与行业企业共同制订实习实训基地建设规划，进行实训项目的开发。目前已完成了包括上海贝塔斯曼等 12 家实训基地的建设。

二、团队成员情况

1. 带头人情况：

姓 名	胡 翮	出生年月	1963. 1	参加工作 时间	1979. 9
政治面貌	党 员	民 族	汉	性 别	男
最终学历（学位）	本 科	授予单位	解放军理工 大学	授予时间	1982. 7
高校教龄	31	专业技术职务	教授	行政职务	商学院 院长
联系地址、邮编	陕西省西安市西咸新区沣西新城大学园统一西路 35 号 712046				
办公电话	029—33694688		移动电话	15319032085	
电子邮件地址	swglxh@126. com				
获奖情况（省部级以上）					
2002 年 12 月被总政治部批准，荣立二等功。 2000 年 12 月被总参谋部授予科研先进个人。					
主要学习、工作简历					
起止时间	学习工作单位		所学专业/所从事学科领域		
1979 年 9—1983 年 7 月	解放军理工大学		大气动力学专业		
1986 年 2—1987 年 7 月	复旦大学		经济学专业进修		
1983 年 8 月—2010 年 6 月	解放军理工大学		从事经济、管理学教学工作		
2010 年 7 月至今	陕西国际商贸学院		管理学教学		

2. 成员情况：成员人数 17 人

姓 名	刘妤	年 龄	36	参加工作 时间	2000. 9
最终学历 (学位)	博士	专 业	营销管理学	高校教龄	13
专业技术职务	副教授	行政职务			
姓 名	李继刚	年 龄	38	参加工作 时间	2000. 7
最终学历 (学位)	博士	专 业	企业经济 管理	高校教龄	13
专业技术职务	副教授	行政职务			
姓名	刘超	年龄	45	参加工作 时间	1994
最终学历 (学位)	硕士	专业	工商管理	高校教龄	20
专业技术职务	副教授	行政职务			
姓 名	刘美鸽	年 龄	34	参加工作 时间	2003. 8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	市场营销	高校教龄	10
专业技术职务	高级经济师	行政职务	市场营销系系主任		
姓 名	郭利	年 龄	33	参加工作 时间	2003. 8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	市场营销	高校教龄	10
专业技术职务	讲师	行政职务	教研室主任		
姓 名	线静	年 龄	31	参加工作 时间	2005. 8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	经济学	高校教龄	8
专业技术职务	讲师	行政职务	教研室主任		

姓 名	徐臣攀	年 龄	32	参加工作 时间	2007.8
最终学历 (学位)	博士	专 业	市场营销	高校教龄	6
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	高立军	年 龄	31	参加工作 时间	2007.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	工商管理	高校教龄	6
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	段晓鸽	年 龄	32	参加工作 时间	2005.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	经济学	高校教龄	8
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	李宝侠	年 龄	30	参加工作 时间	2010.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	物流管理	高校教龄	3
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	陈伟	年 龄	35	参加工作 时间	2007.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	电子商务	高校教龄	6
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	杨雨琪	年 龄	36	参加工作 时间	2000.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	经济法	高校教龄	1
专业技术职务	助教	行政职务			
姓 名	杨茜	年 龄	29	参加工作 时间	2011.8

最终学历 (学位)	硕士	专 业	企业管理	高校教龄	2
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	陈清风	年 龄	31	参加工作 时间	2011.8
最终学历 (学位)	硕士	专 业	金融数学	高校教龄	2
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	寇红涛	年 龄	32	参加工作 时间	2006.8
最终学历 (学位)	学士	专 业	行政管理	高校教龄	7
专业技术职务	讲师	行政职务			
姓 名	喻见波	年 龄	32	参加工作 时间	2007.7
最终学历(学 位)	硕士	专 业	企业管理	高校教龄	5
专业技术职务	中级经济师	行政职务			
姓 名	刘育玲	年 龄	29	参加工作 时间	2010.7
最终学历(学 位)	硕士	专 业	食品营销与 开发	高校教龄	2
专业技术职务	助教	行政职务			

三、教学情况

1. 主要授课情况：（2006 年以来）

课程名称	授课人	起止时间	总课时
国际营销学	胡 翮	2006. 03-2013. 07	96
客户关系管理	胡 翮	2008. 09-2013. 07	96
市场营销学	刘美鸽	2006. 03-2013. 07	288
企业战略管理	刘超	2007. 03-2007. 07	96
国际营销学	刘美鸽	2006. 03-2013. 07	240
谈判与推销技巧	刘美鸽	2006. 03-2013. 07	120
西方经济学	郭利	2006. 03-2013. 07	224
市场营销学	郭利	2006. 03-2013. 07	192
客户关系管理	刘妤	2011. 03-2013. 07	96
商务谈判	刘妤	2011. 03-2013. 07	48
管理学基础	段晓鸽	2006. 03-2013. 07	180
管理学基础	高立军	2007. 09-2010. 07	180
市场调查与预测	刘美鸽	2006. 03-2013. 07	144
市场营销学	徐臣攀	2007. 09-2013. 07	144
广告学	徐臣攀	2007. 09-2013. 07	128
消费心理学	徐臣攀	2007. 09-2013. 07	120
消费心理学	线静	2008. 09-2013. 07	144

西方经济学	线静	2006. 09–2013. 07	196
市场调查与预测	李宝侠	2010. 09–2013. 07	256
市场调查与预测	李继刚	2011. 09–2013. 07	96
统计学	李宝侠	2010. 09–2013. 07	196
市场营销模拟软件	刘美鸽	2006. 03–2013. 07	160
市场营销模拟软件	线静	2006. 03–2013. 07	160
ERP 沙盘	郭利	2006. 03–2013. 07	288
经济法	李娜	2011. 09–2013. 07	144
药品营销	杨茜	2011. 09–2013. 07	120
公共关系学	线静	2006. 09–2013. 07	196
市场营销策划	杨茜	2011. 09–2013. 07	48
网络营销	陈伟	2007. 09–2013. 07	256
商品学	寇红涛	2007. 09–2013. 07	128
营销伦理	寇红涛	2009. 03–2013. 07	48
市场营销策划	刘育玲	2014. 03–2014. 07	96
谈判与推销	喻见波	2014. 03–2014. 07	96
大学生就业指导	郭静	2008. 03–2013. 07	108
毕业论文指导	胡翮、刘美鸽、郭利、线静、高立军、陈伟、段晓鸽、寇红涛等	2011. 10–2013. 07	8 周

2. 教材建设情况：（主要教材的编写和使用情况）

教材名称	作者	出版社	出版时间	入选规划或获奖情况
营销理论与实务	胡翮、刘美鸽	北京理工大学出版社	2010	
药品营销	胡翮、郭利	华中科技大学出版社	2010	
管理学基础	高立军、寇红涛	北京理工大学出版社	2010	
管理学基础	高立军、寇红涛、李宝侠	天津大学出版社	2012	
市场营销（视频）教学案例	刘美鸽（参编）	高等教育出版社	2012	

3. 教学成果获奖情况：

项目名称	奖励名称	奖励级别	时间

4. 教学改革项目：

（省部级以上、2000 年以来，如精品课程、教学基地等，限 15 项）

项目名称	经费 (万元)	项目来源	起止时间
陕西民办高校教师队伍流失博弈研究——基于职业高原理论的视角	1 万	陕西省教育学会	2010. 12—2011. 12
西安服饰批发市场新型物流模式研究	1 万	陕西省教育厅	2010. 7—2011. 7
基于职业能力培养的民办高校学生就业力提升研究	1 万	陕西省教育厅	2010. 7—2011. 7
基于 GEM 模型的陕西旅游产业集群竞争力研究	1 万	陕西省社科联	2011. 4—2012. 4
“关中——天水经济区”视角下构建关中农业产业链以推动关中区域协调发展的研究	1 万	陕西省教育厅	2011. 12—2013. 12
陕西民办职业院校与西咸新区经济发展互动性研究	1 万	陕西省教育学会	2011. 12—2012. 12
陕西民办高校突发事件预警与应对机制研究	1 万	陕西省十二五规划	2012. 12—2013. 12
新农村建设中陕西农村合作经济组织发展的体制机制瓶颈与对策研究	1 万	陕西省教育厅	2013. 5—2015. 5
西藏生态旅游目的地生态承载力与生态安全评估研究 (项目编号 71263048)	5 万	国家自然科学基金	2013. 1—2016. 1

5. 教学改革特色：（团队设置特色，切实可行的创新性改革措施、实验教学或实践性教学、资源建设、网络教学等）

（1）团队设置特色

本团队承担着市场营销专业所有的教学任务，团队素质的高低，决定着教学质量的优劣，决定着人才培养目标的实现。为此，形成了一支以年富力强的中青年教师为主体，教学理念先进、业务能力突出、凝聚力坚强、社会服务成效显著、专兼结合的学习型高绩效教学团队，其特色如下：

①团队职称职级高。团队 18 名成员中有 1 名教授，4 名副教授，教授和副教授占总人数的 28%。

②团队学位层次高。团队中博士 3 人，硕士 13 人，博士和硕士占总人数的 72%。

③年龄结构合理。团队成员平均年龄 34 岁，年富力强。

④团队带头人由教授、名师挂帅，教学成果获奖多、层次高，社会声誉好。

⑤团队教学理念先进，教学经验丰富，实践能力强高。

⑥是团队具有明确的青年教师培训计划，老教师指导青年教师助课，效果好。

⑦团队有教学改革特色课题，出版的教材有推广示范价值。

（2）创新性改革措施

①专兼结合，打造优势互补的高绩效教学团队

从企业聘请的兼职教师全程参与市场营销人才培养。在市场营销教学团队中，在企业培训过和有企业工作经验的占 100%，教学团队成员均有 30%参与企业横向课题的经验。特别是通过与企业共同探索创新用人机制和工作量灵活评价计算办法，促使企业兼职教师实实在在参与到“校企融合，订单培养”，行业营销人才的教学工作中来，具体表现在：企业兼职教师参与岗位职业能力分析调研、实际参与人才培养方案研讨、论证和参与实践教学。

②带头人思维超前，整合资源与统筹协调能力强。

教学团队带头人胡翮教授善于整合与利用社会资源，通过有效的团队管理，形成强大的团队凝聚力和创造力；能及时跟踪产业发展趋势和行业动态，准确把握专业建设与教学改革方向，保持专业课程建设的领先水平；能结合校企实际、针对专业发展方向，制订切实可行的团队建设规划和教师职业生涯规划，实现团队的可持续发展。胡翮教授 2010 年以来先后与陕西鼎泰科技发展有限公司、上海贝特斯曼有限公司、上海斯特朗公司和上海赛科斯等公司建立了良好的合作关系，本人也参与到这些公司的咨询工作。其对教育的热爱，对学生的关爱，长期的企业服务经历，高度的敬业精神，赢得了企业和职教同行的尊敬，缔结了广泛的人脉，为校企合作、订单培养人才提供了许多宝贵的资源。

③根据专业人才所需的职业素质和知识设置课程体系

在明确了培养目标的基础上，团队成员和行业企业专家在职教专家的指导下，依据一定的程序，对就业岗位和职业升迁岗位上的典型工作任务进行梳理和分析，然后研究确定完成工作任务所需的职业素质、能力与知识，然后根据这个所需的知识和能力设置课程体系。

图 1 市场营销专业职业素质与知识结构图

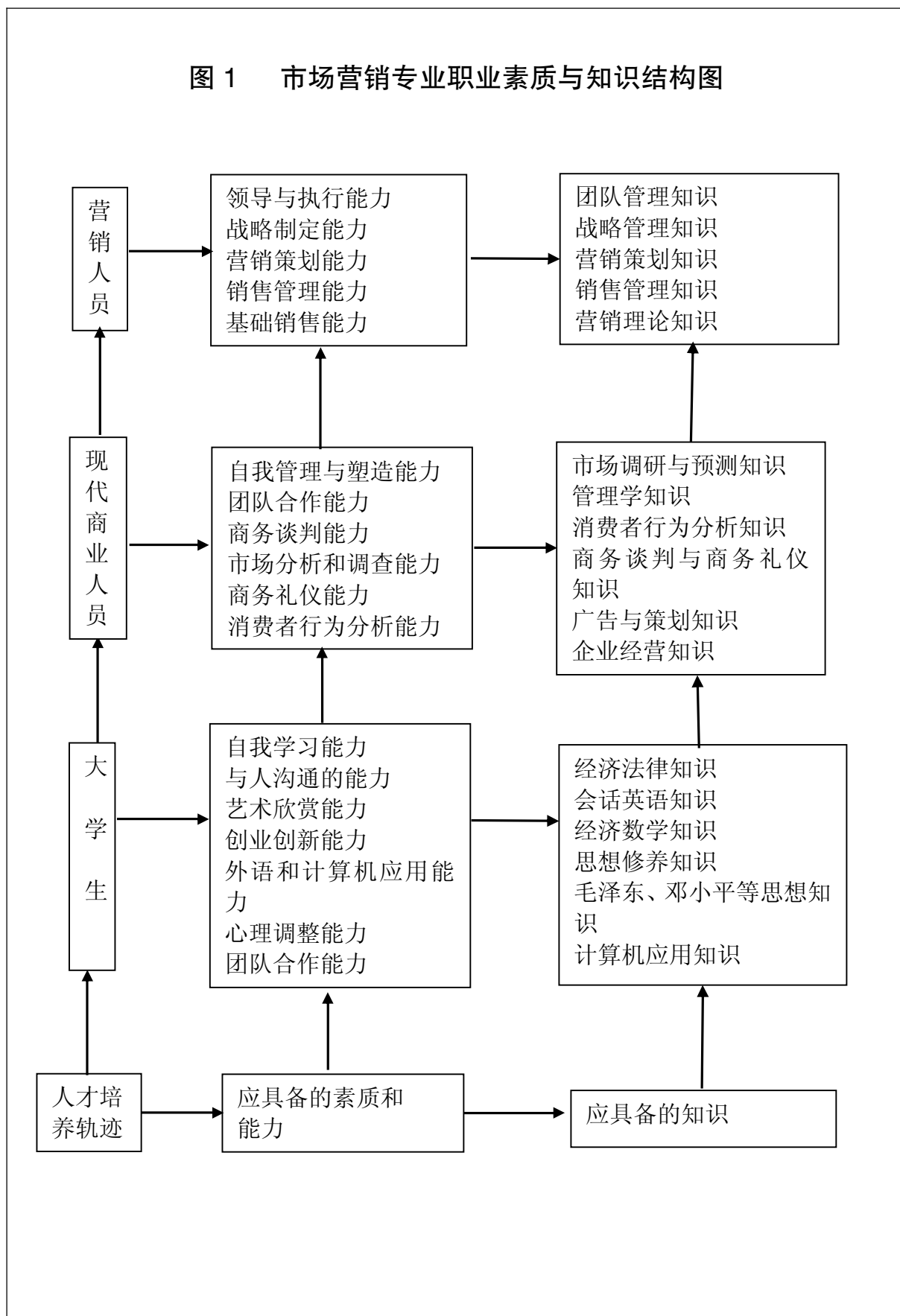
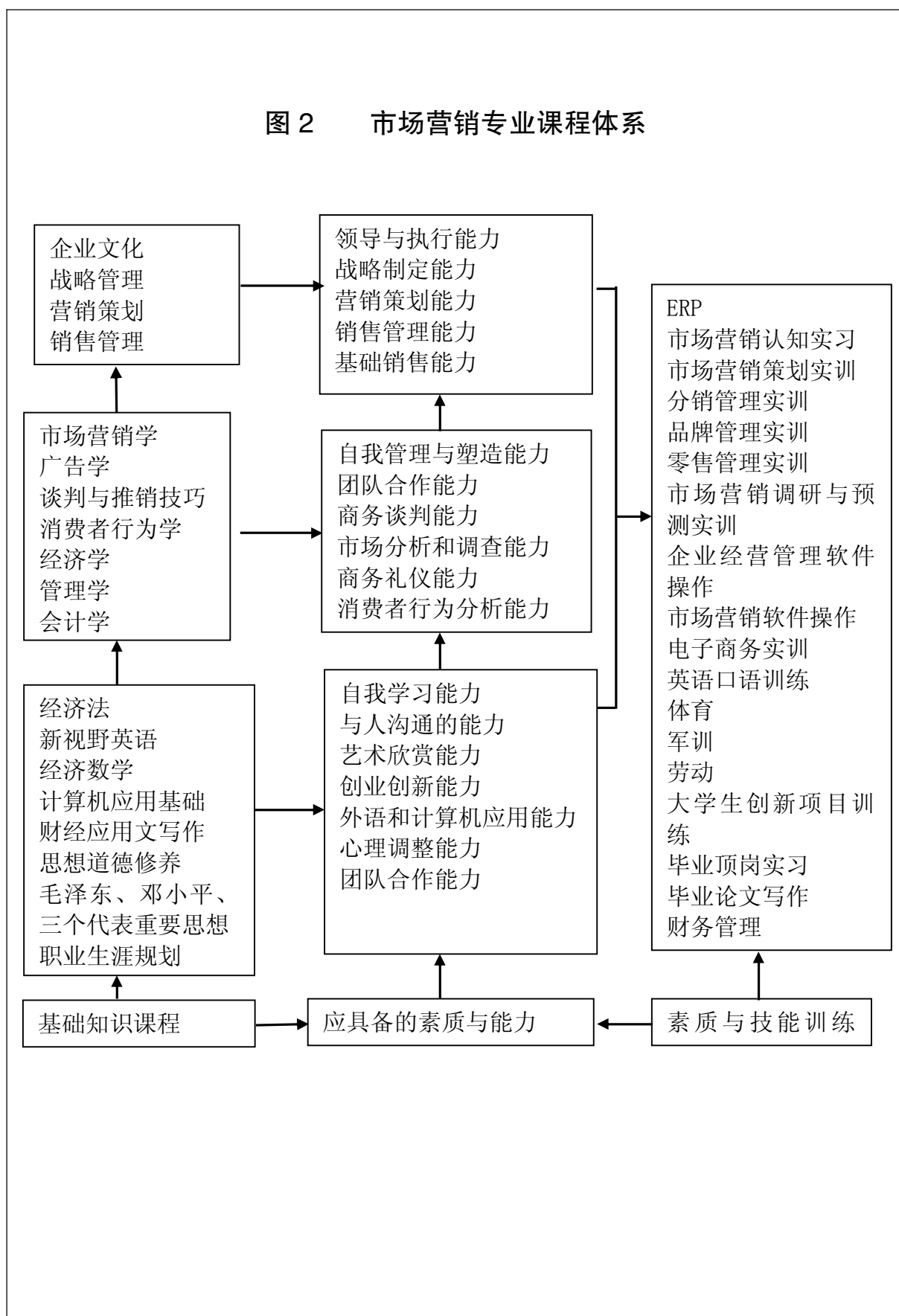


图2 市场营销专业课程体系



（3）实训教学和实践性教学

在实训、实践课程教学方面，本团队按照市场营销专业的整体范畴，课堂内外实践教学相结合，创建了富有特色的实践教学体系。改革后的市场营销实践教学体系以实训、实践主线、以模块方式模拟企业的市场营销活动，以综合的实训任务取代单一的实训项目。实验室按示范中心标准建设和管理，为实验课的教学提供强有力的保障。市场营销实践教学体系改革与实践，以市场营销实践教学的整体思路，把基础理论、专业实训和综合实践有机整合，建立了符合人才培养要求的实践教学课程体系。同时，在分析市场营销岗位职业能力的基础上，将以培养职业实训能力和职业资格能力为主的课程与强化为主的实训项目有机的结合起来，实现“学中做、做中学”，有效提高了教育教学质量。

（4）资源建设

目前，本专业商务运营实训室、综合物流实训室、ERP 实训室、电子商务实训室、人力资源管理综合实训室、经济分析实训室、工商管理实训室等 10 余个，固定资产总值达 701 万元，校外实习实训基地 16 个。基本满足市场营销专业实训和实践教学的需要。

学校图书馆有与该专业相关的图书资料 6.157 万册、期刊 338 种，并具有知网和万方数据库资源，为该专业的教学提供了必要条件。

近年来，本团队教师还主编了北京理工大学出版社出版的《营销理论与实务》、《药品营销》，天津大学出版社出版的《管理学基础》等多部优秀教材。

（5）网络教学

本团队建设的精品课程均建立了丰富的可供学生学习和下载的网络教学资源。以市场营销学精品课程为依托，利用网络进行资源共享、交流反馈，充分利用现代教学技术和手段，实行多媒体教学和网络学习，初步实现优质教育资源共享和提高教学质量的目标。

6. 教学改革成果应用推广情况：

近年来，在教改的基础上，由本团队教师担任主编、副主编或参编编写由国家级出版社出版的教材已被同行院校所使用，且得到师生好评。

营销理论与实务	胡翮（主编）刘美鸽（副主编）	北京理工大学出版社	2010
药品营销	郭利（副主编）	华中科技大学出版社	2010
管理学基础	高立军（副主编）	北京理工大学出版社	2010
管理学基础	高立军（主编）	天津大学出版社	2012
市场营销（视频） 教学案例	刘美鸽（参编）	高等教育出版社	2012

7. 教学改革论文（限 10 项）

论文（著）题目	期刊名称、卷次	时间
案例教学在公共关系课程中的 组织应用探析	经营管理者（11）	2012
浅谈高校营销专业创业教育	现代营销（12）	2012
实施创业教育教学注意把握 几个问题	管理学家（10）	2012
教学型高校课堂教学的有效性 研究	经营管理者（11）	2013
符号互动理论在高校课堂教学 中的应用	经营管理者（9）	2013
情景模拟谈判教学在商务谈判 课程中的应用研究	知识经济（11）	2013
基于职业能力培养的陕西民办 高校学生就业力提升研究	价值工程（12）	2011
浅析高校教师教育观念的更新	价值工程（9）	2011

四、培养青年教师、接受教师进修工作

建设一支高水平的师资队伍，是提高教学质量的根本保证。我系高度重视中青年教师的培养，制定了相应的政策和保障措施，有计划地安排在职教师的实践锻炼、业务进修、科研开发和学历提高。

1. 对青年教师实行导师制，安排教学经验丰富、学术水平高的教师做导师，一对一地对青年教师进行有计划的传、帮、带活动。要求每位青年教师正式授课之前都要经过助课、带实训、改作业、试讲等教学环节的严格训练，对新上课的教师，采取公开试讲，集体评议的办法，肯定长处，找出不足，为其走上讲台把好关，起好步。平时采用相互听课，开展教研活动，进行经常性的交流，吸取好的授课技艺，取长补短，互相提高。使他们尽快掌握教学规律，提高业务素质。

2. 制定青年教师学历、职称层次提高计划，鼓励和安排青年教师攻读博士学位。

3. 支持青年教师参加教学研究和学术交流。定期安排青年教师参加相关的教改教研会议和学术研讨，吸收青年教师参与科研项目，开展科学研究和技术开发等。

4. 建立和维护有利于青年教师成长的专业氛围和工作环境。引导青年教师积极探索教学规律，进行专业研究。

通过上述措施，使本团队教师的业务能力和教学水平大大提高，取得了较好的效果。

教师进修情况：

1. 2009年8月，郭利在深圳职业技术学院培训进修；
2. 2010年8月，刘美鸽在上海商学院培训进修；
3. 2010年8月，陈伟在上海商学院培训进修；
4. 2012年5月，徐臣攀在上海商学院培训进修；
5. 2012年9月至2013年1月，李宝侠在西安交通大学培训进修；
6. 2013年3月至2013年7月，线静在西安电子科技大学培训进修；
7. 2013年3月至2013年7月，高立军在河北师范大学培训进修。
8. 2014年3月至2014年7月，段晓鸽在西北工业大学培训进修。

参加学术会议

9. 2010 年 5 月, 李宝侠参加在陕西师范大学召开教育部主办的全国高校青年教师“精品课程”建设培训班;

10. 2010 年 12 月, 段晓鸽参加在北京举办的中国商业联合会主办—商业行业职业技能竞赛裁判员培训;

11. 2011 年 12 月, 寇红涛参加在厦门召开的中国商业联合会主办的全国商科教育课证赛融合人才培养模式研讨会;

12. 2012 年 3 月, 杨茜参加在桂林召开中国高等教育学会高等财经教育分会主办的市场营销研修班;

13. 2012 年 4 月李娜参加在成都召开的教育部主办的高校经济管理类专业实践教学改革研讨会;

14. 2012 年 5 月, 高立军参加商务部培训中心工作会议;

15. 2012 年 7 月, 刘美鸽参加中国市场学会举办的杭州“娃哈哈”市场营销大赛启动会议;

16. 2012 年 12 月, 陈清风参加在深圳举办的北京师范大学继续教育与教师培训学院主办—全国高校市场营销学课程建设与教学改革研讨会暨骨干师资高级研修班

17. 2013 年 4 月, 陈伟参加电子商务职业教育校企合作服务基地陕西地区交流会。

18. 2014 年 4 月, 喻见波参加在杭州举办的市场营销课程建设研讨会。

19. 2014 年 4 月, 李宝侠参加在西安举办的骨干教师培训。

五、科研情况

1. 科研项目（限 5 项）

项目名称	经费	项目来源	起止时间
陕西民办高校教师队伍流失博弈研究——基于职业高原理论的视角	1 万	陕西省教育学会	2010. 12--2011. 12
西安服饰批发市场新型物流模式研究	1 万	陕西省教育厅	2010. 7—2011. 7
基于职业能力培养的民办高校学生就业力提升研究	1 万	陕西省教育厅	2010. 7—2011. 7
基于 GEM 模型的陕西旅游产业集群竞争力研究	1 万	陕西省社科联	2011. 4—2012. 4
“关中——天水经济区”视角下构建关中农业产业链以推动关中区域协调发展的研究	1 万	陕西省教育厅	2011. 12--2013. 12

2. 科研成果转化教学情况

(1) 科研论文的转化。市场营销教学团队的每位教师平均每年能够发表 2 篇左右的文章，每篇文章的撰写过程，从搜集资料到思想观点的形成，都需要对本学科前沿作大量了解，知识的积累和资料的查阅都会在课堂教学中得以及时展现。教师在讲授市场营销学基本原理的同时，注意引用一些科研论文的数据结果，结合实例介绍相应的研究方法和原理，同时结合学科或理论的发展史，让学生知道前人如何发现问题、思考问题，如何提出假设或模型，如何通过实训进行验证、改进和上升为理论，体会他们解决问题的方法，了解最新研究成果与发展动向，引发学生学习基础知识的积极性，使课程具有与本学科发展相适应的科学水平。

2、教材的编写与应用。一直以来，我们比较注重教材建设，结合市场营销专业前沿知识的动态性、时代性和创造性的特点，及时根据变化了的经济形势编写、修订课程内容，主编和参编了一些相关教材。例如 2010 年胡翮教授和刘美鸽高级经济师编写的《营销理论与实务》、郭利编写的《药品营销》、高利军编写的《管理学基础》2012 年的《市场营销（视频）教学案例》等，2012 年对《管理学基础》、《市场营销》根据国际国内形势的变化及时进行了修订再版。所有这些教材的编写都是教学成果的积累，也是对教学内容的不断深化，教材的使用又进一步促进了教学水平的提高。

3、教改课题的研究与转化。结合我院改建工作的发展，市场营销专业教学团队加强了教改课题的研究与转化，2010、2011 和 2013 年自主立项 3 个，近三年发表教改论文 8 篇。这既是教学改革的理论总结，也是进一步提高教学质量的理论指导，是科研直接转化为教学能力提升的重要手段和标志。

六、团队建设及运行的制度保障

一、团队建设

市场营销学课程教学团队依照高等教育发展的内在基本要求和市场营销专业自身的特点,构建师资队伍建设体系,通过强化专业教学团队建设,打造一支专兼结合、双师素质突出、双师结构合理、具有良好职业道德的优秀课程教学团队,满足企业高技能人才培养的需要。

1. 建设目标

本团队建设目标是以“双师型”专业教学团队建设为重点,构建以专业带头人为核心,以专业教研室为载体,专兼结合、结构合理、团结合作的“双师型”专业教学团队。结合我院改建发展推进建设专业师资队伍和教学团队的机会,进一步提高专业教师综合素质和教学水平,确保市场营销专业整体教学质量的提高,根据师生规模比例和质量进一步提高的要求,到2017年,使专兼职教师队伍人数达到18-24人。

2. 建设措施

(1) 创新专业教学团队组织模式,实施以专业带头人为核心,以教研室为载体,动态组合、专兼结合、校企合作的组织模式。专业带头人主持本团队的教学改革、课程改革及管理工作。

(2) 建立专业教师准入制度、任职考试制度。学院每年新录用的专业教学人员及外聘的兼职教师考核合格,报学院批准后,方能安排教学任务。

(3) 鼓励教师参加教学方法及实践技能培训,参与企业技术开发,参加有针对性的新知识、新技能培训,参与教学改革和科研推广工作,参与课程建设,参加本专业的教学计划、课程标准和主干课程教材的编写工作,参与校内外实训基地建设,参加有关学术交流等,培养“双师型”骨干教师,

(4) 制订措施鼓励专业教师到企业顶岗实践,积累实际工作经历,提高实践教学能力。专业教师到企业顶岗实践期间,视为完成基本教学任务,将专业教师的顶岗实践与其专业技术职务评聘工作结合起来。

(5) 逐步加大企业兼职教师的比例,坚持“引聘名师、培养骨干、校企合作、专兼结合”的原则,积极拓宽师资队伍的来源渠道,优化教师队伍,实行激励与制约相结合,健全管理机制,打造一支校内外专兼结合、双师素质突出、双师结构合理的优秀教学团队。具体来说,一是从生产一线引进管理人员、技术人员担任专业课、实

践课的教学工作，通过引进人才，引进教学名师、学科带头人等方式，提高师资水平；二是聘请企业、行业专家担任客座教授，对现场技术、技能水平要求较高的课程，聘请专家、技术人员进行讲学，并聘请他们做兼职教师，建立稳定的联系，充分利用社会的资源；三是派院内专业骨干教师下到校外实训基地进行实践锻炼，对于没有相关专业实践经验的教师尽可能多地安排他们到生产管理第一线实习，丰富、提高他们的实践知识和实践技能。

（6）提高现有专业教师的素质和业务水平

通过参加师资培训和参加专业教学研讨会等方式扩大教师眼界，了解外界教学改革信息，及时获得教学改革经验与最新研究成果，不断充实自己，提高教育教学、科研工作能力和教学质量。

（7）积极申报科研、教研课题

专业教师需要不断提高自身学术水平，提高教学质量，经常开展科研、教学研究。通过课题研究使团队专业教师在整体学术水平和教学业务能力上得到大的提高。

（8）加强对青年教师的培养。青年教师的培养是通过多种渠道、多种方式进行的工作：一是加强青年教师的政治素质的培养，制定了相应的培养计划，并认真执行；二是加强对青年教师的培训使青年教师爱岗敬业，培养教书育人的责任意识；三是加强青年教师业务培养，提高学历层次，鼓励青年教师攻读博士学位；四是加强实践能力培养，通过参加企业顶岗实践和开展实践教学探索提高实践教学水平；五是加强对青年教师科研能力的培养，通过科研项目研究，提高青年教师的科研能力。

二、制度保障

1. 学校高度重视专业及课程内涵建设，设立专项建设资金，用于学科专业和课程建设及科研项目，确保项目的成功实施。

2. 进行广泛动员，整合全校资源，积极组织，形成有利于市场营销专业市场营销学课程进行完善创新有利的工作条件和氛围。

3. 在人才引进方面，学校积极支持教学团队的建设，在编制紧张的情况下，优先考虑市场营销专业高层次人才的高薪聘用。

4. 2009 年，市场营销专业就被学校作为重点专业和特色专业来建设，学校的举办者步长公司是一个集医药生产、销售、医疗、种植、网络工程、房地产为一体的跨国集团，借助企业优势，体现商贸特色，专业紧贴市场。为团队建设提供资金和保障。

七、团队今后建设计划

紧紧围绕学校人才培养目标定位，不断强化教书育人特色，积极贯彻和执行学校“人才强校”战略，努力建设一支具有先进教育教学理念，不断进行教育教学改革，教学水平高、科研能力较强、爱岗敬业、严谨治学，乐于奉献，年龄结构、学历结构、职称结构更趋合理，能满足应用型本科专业教育教学要求的优秀教学团队。

1. 继续引进高学历教师和有计划地选派青年教师外出培训、进修，提高教师学历层次，改善学历结构，优化学缘结构，争取到 2017 年接纳具有硕士或博士学位的青年教师 5-6 名，青年教师中选派 1-2 人外出攻读博士学位。

2. 努力营造科研氛围，加强青年教师科研能力培养，不断积累科研成果，晋升专业技术职务，改善教师职称结构，争取到 2017 年 2-3 名教师晋升副教授职称。

3. 继续落实青年教师导师制，充分利用老教师的传、帮、带活动，加强青年教师业务能力的培养力度，不断提高青年教师的教学能力和科研水平。

4. 以“教学做合一”的行知理念为指针，以教学促科研，以科研带教学的教育理念，认真指导团队的教学改革和队伍建设。以教学改革为动力、以学生培养为核心，提高团队的整体教学、科研水平。

5. 加强教学管理和改革，建立健全教学质量监控评价体系，完善教师量化考核制。

6. 进一步加强团队精神建设。积极营造奋发向上、勇于创新、齐心协力、取长补短的氛围，造就“奉献、实干、协作”的教学团队精神，使团队精神植根于每个成员的心中，通过团队协作，创造辉煌的业绩。

7. 深化教学研究，加强课程建设。从讲授方法、课堂讨论、考试方式、现场教学、教学实习、作业布置、教材选用等多个层次上，进一步探索教学的有效方式，拓宽学生基础知识，启发学生的创新思维，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。进一步改革课程考试评价系统，建设包含理论考试、作业成绩、课堂讨论成绩、论文报告成绩、口试等多样化考试体系。

8. 完善实践教学改革，强化学生科研素质。根据学科、专业发展新动态，拓展或更新实训教学内容；继续优化实训教学模拟科研过程构建实训内容，以综合性实训取

代原有的基础性实训的实训教学模式，加强实训教学的开放性；完善课堂内外配套的实践教学改革，整体改革实践教学体系，进一步强化学生基本技能和科研素质的培养。

9. 注重教师职业发展。教师职业规划是有关教师职业发展的设想和计划。在市场营销专业教学团队今后的建设中，将把教师职业发展纳入教师目标管理中。主要侧重帮助教师客观认识自我，准确职业定位；帮助教师择优选择职业目标和路径；帮助教师寻找职业机会，克服自身发展不足；帮助教师做好职业规划的时间周期、具体任务和实现措施。市场营销专业教师职业规划的具体目标是：

第一阶段，利用 1—3 年时间，使团队成员成为教学和实践型（双师型）合格教师。

第二阶段，利用 4—6 年时间，使团队 90%成员成为项目实践型特色教师。

第三阶段，利用 6—8 年时间，使团队 40%以上的成员成为学术实践型特长教师。

八、评价、推荐意见

教务部门评价意见

(公章)

负责人(签字) 2014 年 6 月 9 日

学科专业: 物理

手机: 13572866561

电子信箱: sxsmwu@sohu.com

(负责人信息将进入专家库, 请勿填写公用邮箱)

学校推荐意见

(公章)

校长(签字)

年 月 日