

2014 年度自治区级精品课程申报表 (本科)

推荐单位 呼伦贝尔学院

所属学校 呼伦贝尔学院

课程名称 市场营销学

课程类型 理论课(不含实践) 理论课(含实践) 实验(践)课

所属一级学科名称 管理学

所属二级学科名称 工商管理

课程负责人 崔丽辉

申报日期 2014年6月

内蒙古自治区教育厅制
二〇一四年六月

填写要求

- 一、以 word 文档格式如实填写各项。
- 二、表格文本中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。
- 三、涉密内容不填写，有可能涉密和不宜大范围公开的内容，请在说明栏中注明。
- 四、除课程负责人外，根据课程实际情况，填写 1~4 名主讲教师的详细信息。
- 五、本表栏目未涵盖的内容，需要说明的，请在说明栏中注明。

1. 课程负责人情况

1-1 基本信息	姓 名	崔丽辉	性 别	女	出生年月	1966.08
	最终学历	本科	职 称	教授	电 话	13847001920
	学 位	硕士	职 务	经济管理学院 副院长	传 真	
	所在院系	呼伦贝尔学院经济管理学院		E-mail	Cui1h1920@sina.com	
	通信地址（邮编）	内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区学府路 83 号 021008				
	研究方向	市场营销管理 企业管理				
1-2 教学情况	<p>1. 讲授的主要课程</p> <p>(1)《市场营销学》 专业必修课 4 学时/周 五届 363 人</p> <p>(2)《广告理论与实务》 专业必修课 3 学时/周 五届 210 人</p> <p>(3)《国际市场营销》 专业选修课 2 学时/周 一届 73 人</p> <p>(4)《广告策划与策划书撰写》 专业技能课 1 学时/周 五届 210 人</p> <p>2. 承担的实践性教学</p> <p>(1)指导 2009、2010、2011、2012、2013、2014 届市场营销专业毕业实习、毕业论文共计 170 余人次。</p> <p>(2)主持制定了经济管理学院实验室建设发展规划及具体专业实习模式的设计，全程参与了会计模拟实训室、电子商务实训室、国际贸易实训室和企业经营模拟实训室的建设。</p> <p>3. 教研课题及论文</p> <p>(1)自治区高校教育科学“十一五”规划立项课题《高校管理类应用型专业行为导向教学法研究》主要参与人（NGZ06157）</p> <p>(2)《浅析高校教学管理中的问题与对策》 呼伦贝尔学院高教论坛 2012 年 22 期</p> <p>4. 教学表彰/奖励</p> <p>(1)呼伦贝尔学院“师德标兵” 2014</p> <p>(2)呼伦贝尔学院第四届“挑战杯”大学生创业大赛作品《天使乐园 DIY 手工作坊》最佳团队 指导教师 2013</p> <p>(3)自治区第六届“挑战杯”大学生创业计划竞赛作品《记忆由心》 金奖 指导教师 2012</p>					

	<p>(4)呼伦贝尔市“421 中青年高层次人才培养工程”人选 2009</p> <p>(5)2007—2008 呼伦贝尔学院优秀教师</p> <p>(6)呼伦贝尔学院优秀中青年骨干教师 2006</p> <p>(7)2005—2006 呼伦贝尔学院优秀教师</p> <p>5. 主编的教材</p> <p>《市场营销学教程》 独立编写 黑龙江人民出版社 2011.1</p>
<p>1-3 学术 研究</p>	<p>1. 承担的学术研究课题</p> <p>(1)《基于原产地效应的呼伦贝尔绿色产品品牌竞争力研究》 内蒙古自治区高等学校科学研究项目(NJ10259) 主持人</p> <p>(2)《基于知识经济的企业管理创新研究》 内蒙古自治区高等教育科学规划课题立项(NJ06027) 主要参与人</p> <p>(3)《呼伦贝尔市乳业发展战略研究》 呼伦贝尔学院科研项目(Y200512) 主要参与人</p> <p>(4)参与横向课题呼伦贝尔市“十一五”规划中期评估和呼伦贝尔市与俄、蒙毗邻地区经济合作政策研究</p> <p>2. 发表的学术论文</p> <p>(1)《打造呼伦贝尔绿色农产品原产地品牌对策分析》 中国商贸 2011 年第 12 期 中文核心期刊 独立完成</p> <p>(2)《呼伦贝尔绿色农产品品牌竞争力研究》 生产力研究 2011 年第 4 期 中文核心期刊 独立完成</p> <p>(3)《企业可持续营销路径探析》 呼伦贝尔学院学报 2010 年第 6 期 独立完成</p> <p>(4)《基于利益管理的顾客价值再造》 中国商贸 2010 年 11 月第 26 期 中文核心期刊 独立完成</p> <p>(5)《绿色农产品营销中的原产地效应分析》 中国商贸 2010 年第 20 期 中文核心期刊 独立完成</p> <p>(6)《基于科学发展观的呼伦贝尔市乳业发展模式》 科学管理研究 2008 年第 3 期 核心期刊 独立完成</p> <p>3. 学术研究表彰/奖励</p> <p>(1)2010-2011 呼伦贝尔学院科研成果一等奖</p> <p>(2)2004—2005 呼伦贝尔学院科研成果一等奖</p>

课程类别：公共课、基础课、专业基础课、专业课

课程负责人：主持本门课程的主讲教师

	<p>3. 教研论文</p> <p>(1) 《从企业需求的角度看网络营销课程改革》 东方企业文化 2013年3月</p> <p>(2) 《管理案例研究的几点思考》 高等教育科学 第一作者 2007年11月</p> <p>4. 教学表彰/奖励</p> <p>(1) 2012年6月获呼伦贝尔学院经济管理学院教师技能大赛二等奖</p> <p>(2) 2010—2011学年度呼伦贝尔学院优秀教师称号</p> <p>(3) 自治区第六届“挑战杯”大学生创业计划竞赛作品《宝宝游乐婴幼儿游泳馆》铜奖 指导教师 2012</p> <p>(4) 自治区第六届“挑战杯”大学生创业计划竞赛作品《四叶草果冻吧》 优秀奖 指导教师 2012</p>
<p>2(1)-3</p> <p>学术 研究</p>	<p>1. 承担的学术研究课题</p> <p>(1) 《呼伦贝尔旅游信息化研究》 内蒙古自治区哲学社会科学青年项目 2008年7月—2009年12月 参与者</p> <p>(2) 《基于原产地效应的呼伦贝尔绿色产品品牌竞争力研究》 自治区高等学校科学研究项目 2010年6月—2013年6月 参与者</p> <p>(3) 《内蒙古区域经济协调发展发展战略研究》 内蒙古高教厅 2012年—2015年 参与者</p> <p>(4) 《呼伦贝尔绿色产品 BtoB 电子商务研究》 呼伦贝尔学院科研项目 2012年12月—2014年12月 参与者</p> <p>2. 发表的学术论文</p> <p>(1) 《关于呼伦贝尔旅游网络营销的研究》 黑龙江科技信息 2011年8月 独立作者</p> <p>(2) 《快消品营销策略》 经营管理者 2012年4月 独立作者</p> <p>(3) 《网络经济下企业信息化中的锁定分析》 黑龙江科技信息 2008年12月 独立作者</p> <p>(4) 《ERP 实施对企业经营的影响》 呼伦贝尔学院学报 2009年4月 独立作者</p>

课程类别：公共课、基础课、专业基础课、专业课

2. 主讲教师情况(2)

2(2)-1 基本 信息	姓 名	焦海燕	性 别	女	出生年月	1970.08
	最终学历	大学本科	职 称	副教授	电 话	13722031865
	学 位	管理学硕士	职 务	教师	传 真	
	所在院系	呼伦贝尔学院经济管理学院		E-mail	634556200@qq.com	
	通信地址（邮编）	内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区学府路 83 号 021008				
	研究方向	品牌管理 物流管理 分销渠道管理				
2(2)-2 教学 情况	<p>1. 讲授的课程</p> <p>(1) 《渠道与客户关系管理》 专业必修课 3 学时/周 四届 300 人</p> <p>(2) 《物流与供应链管理》 专业必修课 3 学时/周 五届 375 人</p> <p>(3) 《品牌营销与管理》 专业必修课 2 学时/周 四届 230 人</p> <p>(4) 《市场营销学》 专业选修课 3 学时/周 三届 250 人</p> <p>(5) 《公共关系学》 专业必修课 3 学时/周 二届 100 人</p> <p>2. 实践性教学</p> <p>(1) 指导学生毕业实习、毕业论文总人数 130 人</p> <p>(2) 指导 2009 级、2010 级、2011 级、2012 级学生 ERP 沙盘模拟经营 240 人</p> <p>3. 教学奖励</p> <p>2008-2009 年度及 2010-2011 年度获院级优秀教师</p> <p>4. 参编的教材</p> <p>《人力资源管理概论》 黑龙江地图出版社 2008 年 12 月出版 副主编</p>					
2(2)-3 学术 研究	<p>1. 承担的学术研究课题</p> <p>(1) 《会计信息在会计教学中的应用研究》(AIA010027-CEI0535) 教育部 “十五” 规划立项课题 参与人</p> <p>(2) 《基于知识经济的企业管理创新研究》(NJ06027) 内蒙古自治区高等学校科学研究项目 参与人 发表论文一篇</p> <p>(3) 《基于原产地效应的呼伦贝尔绿色产品品牌竞争力研究》(NJ10259) 内蒙古自</p>					

	<p>治区高等学校科学研究项目 参与人</p> <p>2. 发表的学术论文</p> <p>(1) 《河套酒业品牌延伸的思考》 中国商贸 2014 年第 14 期 第二作者</p> <p>(2) 《呼伦贝尔市中小企业吸纳就业能力研究》 内蒙古科技与经济 2014 年总第 303 期 第二作者</p> <p>(3) 《我国零售商自有品牌竞争优势分析》 呼伦贝尔学院学报 2008 年 8 月 独立完成</p> <p>(4) 《基于知识经济的营销管理创新》 商场现代化 2008 年 12 月 独立完成</p> <p>(5) 《关于零售商自有品牌战略实施对策的思考》 内蒙古科技与经济 2007 年 3 月 独立完成</p>
--	---

课程类别：公共课、基础课、专业基础课、专业课

2. 主讲教师情况(3)

2(3)-1 基本 信息	姓 名	李伟	性 别	女	出生年月	1966.11																									
	最终学历	大学本科	职 称	副教授	电 话	13847050557																									
	学 位	硕士	职 务	市场营销教研室主任	传 真																										
	所在院系	呼伦贝尔学院经济管理学院		E-mail	Liwei.nm@126.com																										
	通信地址（邮编）	内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区学府路 83 号 021008																													
	研究方向	经济管理																													
2(3)-2 教学 情况	<p>1. 讲授的主要课程</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>课程名称</th> <th>课程类型</th> <th>周学时</th> <th>届数</th> <th>学生数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(1)《市场营销学》</td> <td>专业选修课</td> <td>2 学时/周</td> <td>五届</td> <td>442 人</td> </tr> <tr> <td>(2)《市场调查与预测》</td> <td>专业基础课</td> <td>3 学时/周</td> <td>五届</td> <td>400 人</td> </tr> <tr> <td>(3)《市场调查报告撰写》</td> <td>专业技能课</td> <td>1 学时/周</td> <td>五届</td> <td>244 人</td> </tr> <tr> <td>(4)《税法》</td> <td>专业基础课</td> <td>3 学时/周</td> <td>五届</td> <td>900 人</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 承担的实践性教学</p> <p>(1)近五年来负责市场营销专业的实习基地建设、模拟实验室建设、实习计划安排、实习的组织、组织指导实习报告的撰写和批阅，学生总人数 145 人</p> <p>(2)指导 09、10、11、12、13、14 届毕业论文 20 余人（篇）</p> <p>3. 主持的教学研究课题</p> <p>(1)市场调查与预测课堂教学研究，《科学管理研究》2007.08，独立撰写</p> <p>(2)承担市场营销专业本科教学计划的修改和制定</p> <p>4. 获得的教学表彰/奖励</p> <p>(1)在 2007—2008 学年度呼伦贝尔学院优秀教师</p> <p>5. 参编教材</p> <p>《市场营销学》 北京师范大学出版社 副主编 2012</p>						课程名称	课程类型	周学时	届数	学生数	(1)《市场营销学》	专业选修课	2 学时/周	五届	442 人	(2)《市场调查与预测》	专业基础课	3 学时/周	五届	400 人	(3)《市场调查报告撰写》	专业技能课	1 学时/周	五届	244 人	(4)《税法》	专业基础课	3 学时/周	五届	900 人
课程名称	课程类型	周学时	届数	学生数																											
(1)《市场营销学》	专业选修课	2 学时/周	五届	442 人																											
(2)《市场调查与预测》	专业基础课	3 学时/周	五届	400 人																											
(3)《市场调查报告撰写》	专业技能课	1 学时/周	五届	244 人																											
(4)《税法》	专业基础课	3 学时/周	五届	900 人																											

<p>2(3)-3 学术 研究</p>	<p>1. 发表的学术论文</p> <p>(1) 市场调查与预测课堂教学研究,《科学管理研究》2007.08,独立撰写</p> <p>(2) 税收筹划与财务管理的相关性探析,《科学管理研究》2007.08,独立撰写</p> <p>(3) 走出税收筹划的误区,《呼伦贝尔学院学报》2006.01</p> <p>(4) 税收筹划在筹资决策中的应用,《内蒙古科技与经济》2006.01</p> <p>(5) 谈税费改革,《商业研究》2003.22</p> <p>(6) 个人所得税改革建议,《内蒙古财会》2003.11</p> <p>2. 获得的学术研究表彰/奖励</p> <p>(1) 呼伦贝尔学院科研成果一等奖,呼伦贝尔学院,2007年,独立完成</p> <p>(2) 2002至2003年度呼伦贝尔学院科研成果一等奖</p>
-----------------------------	--

课程类别: 公共课、基础课、专业基础课、专业课

2. 主讲教师情况(4)

2(4)-1 基本 信息	姓 名	宋孜宇	性 别	男	出生年月	1978.10
	最终学历	大学本科	职 称	讲师	电 话	13789406360
	学 位	硕士	职 务	教师	传 真	
	所在院系	呼伦贝尔学院经济管理学院		E-mail	a8848a@126.com	
	通信地址（邮编）	内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区学府路 83 号（021008）				
	研究方向	市场营销				
2(4)-2 教学 情况	<p>1. 讲授的主要课程</p> <p>(1)《市场营销学》 专业必修课 4 学时/周 五届 240 人</p> <p>(2)《消费行为学》 专业必修课 4 学时/周 五届 240 人</p> <p>(3)《国际市场营销》 专业必修课 4 学时/周 五届 240 人</p> <p>(4)《服务营销》 专业选修课 2 学时/周 五届 240 人</p> <p>(5)《市场营销案例分析》 专业选修课 2 学时/周 五届 240 人</p> <p>2. 承担的实践性教学</p> <p>(1) 指导 2009、2010、2011、2012、2013、2014 届市场营销专业学生实习、毕业论文 135 人</p> <p>3. 教研课题与论文:</p> <p>(1) 自治区高等教育科学规划立项课题《国内外高校教师工作绩效评估比较研究》 NGJGH08100 2009 年 第 2 参与人</p> <p>(2)《双因素理论应用于高校教师绩效评价研究》 呼伦贝尔学院学报 2010 年第 1 期 第一作者</p> <p>4. 获得的教学表彰/奖励:</p> <p>2010 年度呼伦贝尔学院优秀教师</p> <p>2012 年经管学院第一届教师技能大赛一等奖</p>					

<p>2(4)-3 学术研究</p>	<p>1. 近五年来承担的学术研究课题：</p> <p>（1）内蒙古自治区高等学校科学研究项目《内蒙古推动产业结构优化升级的对策研究》NJSY07163 2007年 第2 参与者</p> <p>2. 在国内外公开发行人物上发表的学术论文：</p> <p>（1）呼伦贝尔市产业结构地区差异聚类分析 呼伦贝尔学院学报 2009年第6期 第二作者</p> <p>（2）关系营销是客户关系管理的核心理念和指导思想 商业经济 2008年第4期 独立完成</p> <p>（3）顾客价值的目标化管理 呼伦贝尔学院学报 2007年第4期 第一作者</p>
-------------------------------	---

课程类别：公共课、基础课、专业基础课、专业课

3. 教学队伍情况

	姓名	性别	出生年月	职称	学科专业	在教学中承担的工作
3-1 人员构成 (含外聘教师)	崔丽辉	女	1966.08	教授	市场营销	主讲教师, 承担教学改革、课程建设工作。
	邱玉臣	男	1962.11	教授	证券投资	课程建设、教学辅导工作。
	李伟	女	1966.11	副教授	市场调研预测	主讲教师, 承担教学改革、课程建设工作。
	焦海燕	女	1970.08	副教授	品牌管理	主讲教师, 承担教学改革、课程建设工作。
	李向明	男	1968.09	副教授	企业战略管理	承担教学辅导工作。
	宋孜宇	男	1978.01	讲师	市场营销	主讲教师, 承担教学改革、课程建设工作。
	张迪	女	1981.03	讲师	网络营销	主讲教师 承担教学辅导工作
	赵明媚	女	1981.03	讲师	广告理论与实务	承担教学实践指导
	唐琦	女	1983.10	助教	销售与管理	承担教学实践指导工作
	李阳	女	1987.08	助教	整合营销	承担教学实践指导工作
	3-2 教学队伍整体结构	<p>教学队伍的知识结构、年龄结构、学缘结构、师资配置情况(含辅导教师或实验教师与学生的比例)</p> <p>市场营销学课程教学团队坚持以课程建设为平台, 以保障教学质量为目标, 以课堂教学实践为载体, 经过近30年的建设与发展, 形成了一支基础扎实、治学严谨、教学经验丰富、知识结构、年龄结构、学缘结构合理的高素质教学队伍。</p> <p>本课程师资队伍具有高学历、高职称、教学相对成熟的特点, 10名教师中, 教授2名, 副教授3名, 讲师3名, 助教2名; 1名博士, 1名在读博士, 8名硕士, 平均年龄为39岁。主讲教师5名, 辅导教师2名, 实验指导教师3名, 其中2名教师具有“市场营销师国家职业技能鉴定考评员”资格, 团队教师毕业于不同院校, 具有不同的研究方向, 2名教师具有海外留学经历, 学缘结构合理。</p> <p>崔丽辉 黑龙江商学院 商业经济 管理学硕士</p>				

	<p>邱玉臣 黑龙江大学 计划统计 管理学硕士</p> <p>李伟 内蒙财经学院 企业管理 管理学硕士</p> <p>焦海燕 内蒙古工业大学 企业管理 管理学硕士</p> <p>李向明 中国农业大学 工商管理 博士</p> <p>宋孜宇 首都经贸大学 市场营销 在读博士</p> <p>张迪 东北财经大学 技术经济与管理 管理学硕士</p> <p>赵明媚 东北林业大学 工商管理 管理学硕士</p> <p>唐琦 英国格拉斯哥喀里多尼亚大学 房地产管理 管理学硕士</p> <p>李阳 美国金门大学 整合营销传播 管理学硕士</p>
<p>3-3 教学改革与研究</p>	<p>近五年来教学改革、教学研究成果及其解决的问题（不超过十项）</p> <p>课程组教师根据应用型人才培养目标的要求，近五年来主要从以下几个方面积极开展《市场营销学》教学改革与研究的工作：</p> <p>1. 教学改革</p> <p>(1) 改革教学内容</p> <p>教学中除了讲授本课程大纲中规定的基本知识点、基础理论与基本技能，适当增加营销理论的新领域、新观念、前沿问题、当下热点问题、营销实践中难点问题的介绍，拓宽学生的视野，培养学生敏锐的观察力，提升学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。</p> <p>(2) 创新教学方法</p> <p>《市场营销学》是一门应用科学，具有综合性、实践性的特点。为了提升教学效果，必须采用多维度、立体化的教学解决方案。课程组教师大胆尝试，采用案例教学法、模拟教学法、启发式教学法、小组研讨法等教学方法，加强教学过程中的师生互动，激发学生学习的积极性和主动性，培养学生获取知识的能力以及创造性思维的能力。</p> <p>(3) 改革考核评价方式</p> <p>以学校推行的考试改革为契机，积极进行考核方式改革。为了全面考查学生的知识水平、实践能力、综合素质，首先在考核类型上采取平时考核、阶段性考核和结课考核相结合的评价方式，加强学生学习的过程考核，使学生养成良好的学习习惯。在考核方式上，由原来单纯的闭卷考试为主，转变为闭卷考试、开卷考试、开闭卷结合、口试、案例分析、专题报告或调研报告、课程小论文、小组讨论、操作演示、课堂表现、出勤等多种考核方式相结合。在考试内容方面，适</p>

当减少死记硬背式的题目，增加材料分析等实际分析型的考题，提高学生的实际应用能力和水平。

(4) 开展双语教学

为了提升学生的综合素质，尝试开设了《整合营销传播》、《欧洲经贸》双语教学。由具有国外留学经历的教师承担双语授课任务，教师在讲授过程中，课件的英语使用达到100%，英语口语使用达到50%以上。双语课程教学受到学生的普遍欢迎，教学效果反映良好。

(5) 加强实践教学

首先是应用实训室软件进行营销实务操作及 ERP 沙盘经营模拟演练，使学生巩固所学知识、提升实践技能；其次开展校企合作，学生通过参与企业市场调研、促销活动、为企业进行营销策划、实际销售企业商品开展营销大赛等活动，增加对真实市场环境及企业营销活动的认知，从而为学生更好地适应未来就业环境打下坚实基础。

2. 教学研究

(1) 张迪 《从企业需求的角度看网络营销课程改革》 东方企业文化 2013.06

(2) 李伟 《市场营销实务》教材 北京师范大学出版社 2013.08 副主编

(3) 李向明 《新建地方本科院校工商管理专业本科应用型人才培养研究》

呼伦贝尔学院学报 2012.01

(4) 崔丽辉 《浅析高校教学管理中的问题与对策》 呼伦贝尔学院高教论坛
2012年22期

(5) 崔丽辉 《市场营销学教程》教材 黑龙江人民出版社 2011.1 独立编写

(6) 宋孜宇 《双因素理论应用于高校教师绩效评价研究》 呼伦贝尔学院学报
2010.01

(7) 张迪 《管理案例研究的几点思考》 高等教育科学 2007.12

(8) 李伟 《市场调查与预测课堂教学研究》 科学管理研究 2007年8月

(9) 崔丽辉 自治区高校教育科学“十一五”规划立项课题《高校管理类应用型专业行为导向教学法研究》主要参与人 (NGZ06157)

<p>3-4 青年教师培养</p>	<p>近五年培养青年教师的措施与成效</p> <p>1. 重视青年教师的成长和培养，采取“送出引进和精心培养”“鼓励科研与教学结合”等措施，取得了显著成效。五年来有4名教师在职攻读硕士研究生并获得学位，有1名教师在读博士研究生，形成了中青年结合，学历层次较高，有可持续发展潜力的教学队伍。</p> <p>2. 加强青年教师教学工作的考核与指导，实行传、帮、带制度。首先进行严格考察，并组织试讲和评议，试讲合格后再进行岗前培训；其次给每个青年教师配备一名教学经验丰富的指导教师，进行传、帮、带，要求老教师经常听年青教师的课，并随时指出需改进之处，从教学内容、教案编写、案例选择、教学手段和方法等给予全方位指导和把关；再次是每学期检查每位老师的教案与授课情况，成员之间制定了互听课制度，且每学期进行教学内容与方法改进的学术研讨至少3次。这些措施，极大地加快了青年教师的成长速度。</p> <p>3. 带领青年教师参加科研项目，鼓励和支持发表学术和教育教学论文，从科研实践中不断丰富青年教师的实践经历，以提高独立思考和研究能力，使其在教学的同时能够独立申报和承担科研课题。</p> <p>4. 培养青年教师实践能力，促进教师理论与实践相结合，提升教学素质。教师的实践能力直接关系到学生实践能力的培养，为了进一步扩大双师型教师队伍，们制定了教师工程实践能力培训计划，要求青年教师每学期都要去企业，与从业人员进行广泛的沟通与交流，同时课程主讲教师必须亲自带领学生进行营销实践活动，特别是暑期集中性实践，主讲教师必须亲临现场进行指导；毕业实习阶段主讲教师应进行全过程的跟踪考察。</p> <p>五年来，课程组中有1名教师被评为呼伦贝尔学院“师德标兵”，七名教师多次被评为呼伦贝尔学院优秀教师。</p>
-----------------------	--

学缘结构：即学缘构成，这里指本教学队伍中，从不同学校或科研单位取得相同（或相近）学历（或学位）的人的比例。

4. 课程描述

4-1 本课程校内发展的主要历史沿革

《市场营销学》是经济管理类各专业的学科基础课，是市场营销专业的专业核心课程，我学院四个本科专业中会计学、市场营销、工商管理三个专业均开设市场营销学课程，是专业和班级覆盖面最广的课程之一。该课程的发展历史沿革情况如下：

一、学习引进

呼伦贝尔学院早在 1986 年就开设了市场营销学课程，至今已有 28 年的历史。20 世纪 70 年代末 80 年代初，正值我国进入历史性转变时期，以市场为导向，建立社会主义市场经济体制的改革目标，使市场营销理论与方法的应用价值得到充分体现，全社会对市场营销管理人才出现了旺盛的需求，各高校相继开设了市场应课程，呼伦贝尔学院从 1986 年开始在当时的经济管理专业开设市场营销学课程。这一阶段主要是学明白弄清楚，力争做到知其然知且其所以然，以学习、研究、讲授西方发达国家有关市场营销的基本知识点、基础理论与基本技能为主。

二、变革发展

2000 年呼伦贝尔学院成立了市场营销教研室，2001 年招收第一批市场营销专业专科学生，2005 年开始招收本科学生。伴随着对市场营销理论与应用的深入探讨、专业教学团队的建立、人才培养目标的确定，市场营销学教学在消化的前提下开始变革发展，尤其是对相对成熟的方法大胆引用和改进，如案例教学方法、模拟法、WORKSHOP 等互动式教学方法。由原来的重理论的单一讲授法，逐步向重知识、能力和素质的教学方法转变，注重培养学生分析问题、解决问题的能力，。

三、完善创新

为了培养具有较强社会适应能力和创新精神的营销高级专门人才，近几年来，由教学经验丰富、业务能力较强的骨干教师组成课程组积极开展课程完善创新工作，通过修订人才培养方案、推进教学改革、考试改革、强化实践教学，不断在创新和特色上下功夫。课程组成员进行了广泛调研与深入思考，设计制作了教学资源库，形成了完备、规范的教学大纲、课程标准、课程手册、教案、多媒体课件、课程阅读材料、习题库、试卷库等一系列教学资源，对提高课程教学质量、形成课程特色起到了积极作用。

该课程在 2006 年被评为呼伦贝尔学院重点课程及校级精品课，并于 2007 年市场营销专业（专科）被评为自治区品牌专业。现在市场营销专业已成为呼伦贝尔学院经济管理类的重点学科，十几年来共培养营销专业本专科毕业生 800 余人。在进行学历教育的同时，专业教师还承担着呼伦贝尔市的营销资格证书考前培训、企业营销管理人员培训和企业营销咨询等社会服务工作，树立了良好的口碑，对地方经济发展也做出了一定贡献。

4-2 理论课或理论课（含实践）教学内容

4-2-1 结合本校的办学定位、人才培养目标和生源情况，说明本课程在专业培养目标中的定位与课程目标

呼伦贝尔学院是一所民族特色、地区特色的鲜明，立足呼伦贝尔，服务内蒙古，面向全国的全日制综合性普通高等学校，旨在为地区经济建设和社会发展培养思想素质高、业务能力较强、具有创新能力的应用型人才。

1. 本课程在专业培养目标中的定位

依据学校总体的人才培养定位，以社会需求为导向，市场营销专业的培养目标为：培养德、智、体、美全面发展，适应 21 世纪经济发展和社会主义现代化建设需要，知识面宽，基础扎实，具有管理、经济的基本理论，掌握市场营销的基本理论和实务，能在商贸流通、金融保险、现代物流、信息服务等现代服务业及其它企事业单位，从事营销策划、营销管理等工作的复合性应用型中高级专门人才。市场营销学课程是市场营销专业学科体系中实现专业培养目标的专业核心课，是合格营销人才必备的专业知识、专业素质和技能；同时它又是工商管理、会计学等经济管理类专业学科体系中的专业基础课。

2. 课程目标

通过本课程的教学，使学生建立起市场和顾客意识，树立市场营销观念，比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本方法，具备分析和解决营销实际问题的基本技能，致力于培养学生的职业素养、团队意识、创新精神和实际能力，同时为系统学习市场营销专业后续课程奠定专业基础。

4-2-2 知识模块顺序及对应的学时

市场营销学总体上可分为五大知识模块，共 18 周 54 个学时。

知识模块 1：理论概述 8 学时

第一章 市场营销与市场营销学 第二章 市场营销管理哲学及其贯彻

知识模块 2：市场分析 16 学时

第三章 规划企业战略与市场营销管理 第四章 市场营销环境；
第五章 消费者市场和购买行为分析 第六章 组织市场和购买行为分析

知识模块 3：市场战略 8 学时

第七章 目标市场营销战略

知识模块 4：市场营销组合策略 20 学时

第八章 产品策略 第九章 定价策略
第十章 分销策略 第十一章 促销策略

知识模块 5：市场营销管理 2 学时

第十二章 市场营销计划、组织与控制

4-2-3 课程的重点、难点及解决办法

1. 课程的重点

市场营销学的基本框架是营销管理学派的 STP+4P 框架，因此本课程的学习重点是第七章（目标市场营销战略）、第八章（产品策略）、第九章（价格策略）、第十章（渠道策略）和第十一章（促销策略）。

2. 课程难点

市场营销学是一门应用学科，经济学、心理学、社会学和数学等学科是其重要的理论基础。该课程的知识难点主要集中在与这些学科紧密相联系的各章节，主要是第七章（市场营销调研预测）、第五、六章（消费者市场及组织市场购买行为分析）和第七章（目标市场营销战略）。

除了让学生掌握这些理论知识外，培养学生应用所学的营销知识来分析问题和解决问题的能力，也是本课程的最大重点和难点。

3. 解决办法

（1）采用案例教学和模拟教学等方法，加深学生对理论知识的理解，培养学生的分析问题和解决问题的能力；

（2）通过“与企业家面对面”活动，邀请企业界人士就本企业的营销管理模式进行讲解和分析，消除学生对市场营销的神秘感；

（3）加强课程实践教学，应用实训室软件进行营销实务操作、ERP 沙盘经营模拟演练、为企业制定营销策划方案、参与企业的营销实践；

（4）定期开展营销策划大赛，创造条件让学生走出去，参加全区“挑战杯”大学生创业计划大赛等比赛。

4-2-4 实践教学活动的思想与设计效果（不含实践教学内容的课程不填）

通过《市场营销学》实践教学活动的思想与设计效果，让学生系统运用市场营销学理论知识，在市场调研的基础上，对企业营销从市场细分、目标市场选择、市场定位，到产品策划、价格决策、渠道选择、促销方案策划进行进行全程模拟，进而制定出系统的企业运营方案，藉此是学生受到系统的营销过程的综合训练。

4-2 实验（践）课教学内容

4-2-1 课程设计的思想、效果以及课程目标

1. 设计思想、效果

通过《市场营销学》实践教学活​​动，让学生系统运用市场营销学理论知识，在市场调研的基础上，对企业营销从市场细分、目标市场选择、市场定位，到产品策划、价格决策、渠道选择、促销方案策划进行全程模拟，进而制定出系统的企业运营方案，藉此是学生受到系统的营销过程的综合训练。

2. 课程目标

（1）知识目标

使学生对市场调研、营销战略、营销环境分析、4P 策略等诸多问题有有感性的认识和深入的理解，进而积累起基本的营销实战经验，为其顺利进入毕业环节和更好地适应将来的就业奠定扎实的基础。

（2）能力目标

通过课程实训，使学生提高理论联系实际、解决实际问题的能力，尤其是获得基本的市场实战的能力。

4-2-2 课程内容（详细列出实验或实践项目名称和学时）

一、课堂教学实践

第二章 市场营销哲学与市场营销管理	1 课时
第三章 市场营销环境分析	2 课时
第五章 目标市场营销战略	2 课时
第六章 产品策略	3 课时
第八章 分销策略	1 课时
第九章 促销策略	1 课时

二、实践教学（技能实训）

1. 市场调查实训	18 学时
2. 公关礼仪训练	18 学时
3. 广告策划	18 学时
4. 营销策划实训	18 学时（市场营销模拟平台）
5. 网络营销策划	18 学时（网络营销模拟平台）
6. 市场营销案例分析	2 周
7. 营销实战	1 周
8. ERP 原理与应用	1 周
9. 企业经营模拟	1 周

三、专业实习及毕业实习

1. 利用软件模拟企业环境进行专业能力训练
2. 利用实训基地（宜生木业、龙凤新天地、友谊公司、农垦集团等），给学生提供真实环境，提升营销实战能力。
3. 毕业实习 6周

四、专业竞赛

1. 校内专业竞赛 每年 11 月进行
2. 社科奖市场营销大赛

4-2-3 课程组织形式与教师指导方法

1. 课程的组织形式

- （1）课堂理论教学实践活动以小组为单位，通过查阅资料、课下讨论、撰写分析报告、公开交流的形式进行。
- （2）专业技能课通过实训室专业软件操作演练，沙盘模拟经营、情景模拟等方式进行。
- （3）专业实践活动通过参与企业调研、促销、策划等短期实践活动与十一周深入企业轮岗实践的毕业实习相结合、专业竞赛等形式进行。

2. 教师的指导方法

- （1）课堂理论教学实践活动教师参与度较高，由教师给出案例或研讨题目，提出问题，并进行有针对性的评价，指导学生理论联系实际。
- （2）专业技能课学生的自由度较大，可根据自己的知识水平、专业技能自主决策进行模拟实践活动，教师讲理念、讲方法、讲规则，对结果进行评价分析。
- （3）专业实习、毕业实习根据专业实习计划，学生自主实践，教师给建议、帮助解决实习中遇到的问题。

4-2-4 考核内容与方法

1. 对课程各章节的基本知识点、基本理论实践教学内容通过案例分析报告、分组讨论发言、作品演示、论文、小组答辩等方法进行考核。
2. 专业技能课根据课程考试方案规定的考核类型、考核方式进行考核。
3. 专业实习、毕业实习撰写实习报告。
4. 与企业合作开展营销策划，撰写营销策划报告

4-3 教学条件（含教材选用与建设；促进学生自主学习的扩充性资料使用情况；配套实验教材的教学效果；实践性教学环境；网络教学环境）

本课程教学队伍非常重视教材的建设和使用，努力开发各种教学资源，满足学生主动学习和使用教材的需要，已经形成了优化的教学环境，有效地促进了教学水平的提高。

1. 教材使用与建设

本课程使用的教材是由吴健安主编、高等教育出版社出版的《市场营销学》（第一版至第四版），该教材是普通高等教育“十五”国家级规划、面向 21 世纪课程教材。在教学实践中，按照全国普通高等学校工商管理类核心课程教学基本要求，编写了与课程内容相匹配的教学大纲、技能训练大纲、案例分析教学大纲、案例集和供校内使用的辅助教材等相关教学资料。

2. 促进学生自主学习的扩充性资料使用情况

为了从各个方面拓展学生的知识体系，尽可能地让学生把握市场营销的全貌，加强了资料室的建设，每年订购大量的教学参考书、学术专著、期刊和报纸。同时，向学生推荐和介绍阅读书目，加强了导师队伍建设，指导学生阅读、浏览国内外专业网站，这些扩充性资料的完善适用，极大地促进了学生学习的主动性、扩充了知识面，培养了学生的学术氛围。

3. 配套实验教材的教学效果

市场营销学是一门应用性很强的学科，为适应本课程特点，课程组编写了案例集，配合教学使用。借助于案例教学，培养了学生的自主思维能力，养成学生运用所学知识对实际问题分析的习惯，提高了学生对知识运用的能力，也激发了学生的学习兴趣。同时，为了实现营销案例的现象化和生动化，课程组还购买了两套案例教学光盘，供课堂教学之用。

4. 实践性教学环境

（1）与企业共建实践教学基地。实践教学基地的建设是实践教学活动最重要的基础，直接关系到各阶段的实习进程和实习效果。我们已建立了海拉尔友谊有限责任公司、华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司、中国电信呼伦贝尔海拉尔区营销中心、呼伦贝尔伊仕丹购物有限责任公司和内蒙古大雁矿业集团有限责任公司等多个专业实习基地，按计划组织学生深入到企业中进行调研，开展教学实习活动及多种形式的营销策划和促销活动。

（2）校内建设了市场营销综合实验室，按计划组织学生开展实验实习，教学效果明显。

5. 网络教学环境

为方便学生学习，本课程的教学大纲、教案、课件、案例集、习题集等都通过我院的网络平台发布，学生可以在任意地点下载进行学习。我们还通过网络建立了教学辅助平台，进行师生交流。教师在网上对学生在学习中遇到的问题进行讨论、指导，学生也可以通过互联网提交作业。同时，组织学生上网浏览国内外知名的专业网站，了解市场营销理论与实践的前沿动态。

4-4 教学方法与手段

1. 教学方法

(1) 课堂讲授

即面对面进行知识理论传授，是最基本的教学方法。课堂讲授在有限的时间内浓缩课程精华，突出重点难点，是完成教学计划的重要环节，还可以保证信息的充分传递，突破教材内容的滞后性，使教学内容充分吸纳国内外市场营销学的最新成果，反映其发展的最新动态。

(2) 互动教学

通过启发式、参与式教学方法的运用，鼓励学生积极参与教学过程，加强教师与学生之间的信息交流和反馈，让学生能够自由思考，全面调动学生学习的积极性和自主性。

(3) 案例应用分析

本课程鼓励授课教师广泛采集案例，进行案例教学，目的是培养学生对市场营销基本理论和知识的理解应用能力、分析与解决实际问题的能力和创新能力。

(4) 实践操作

借助市场营销实训室开展实践教学，让学生通过营销决策软件、沙盘进行模拟决策，增强了学生对所学内容的感性认识，缩短了书本理论与现实之间的距离。此外，组织学生到实践基地或其他合作单位进行调研，开展实战营销策划与设计，深化其理论认识，提高动手能力。

(5) 双语教学

通过 100%全英文课件、50%以上英文讲授、一定比例英文的课堂讨论及课下作业等教学方法，提高了学生的英语水平、阅读原文书籍的能力及对课程的学习兴趣。

2. 教学手段

本课程采用了多媒体的教学方式，利用了先进的网络教学技术。

(1) 采用计算机和投影设备播放教师的课件，增加了授课内容的容量，并且可以在课堂中穿插许多更形象、具体的实例图案。

(2) 采用录像播放设备，可将名家讲座、最新前沿动态等声像材料和电子声像案例播放给学生，供学生学习讨论。

(3) 通过校内网络平台，增强教与学的互动性。本课程的教学内容作为教学公共资源发布于校内网站上，为校内外学生提供学习参考。通过该平台，授课教师可以在课外时间与学生在网上实时交流，为学生答疑解惑。

3. 改革考试办法

(1) 减少书面考试中记忆型试题，增加应用型试题（如案例分析题、情景题、操作题等），将学生从死读书中解救出来，减轻期末集中考试对学生的压力，为学生创造宽松的环境。

(2) 注重学生实践能力的考核，把各种形式的实践训练纳入考试之中。

(3) 改革成绩评定办法，考核类型划分为平时考核、阶段考核和结课考核，引导学生注重平时的学习和实践，要求平时、阶段考核的成绩要占到总成绩的 50%以上。

(4) 建设充分体现学科特点的高水平的试题库，并努力实现计算机化管理。

(5) 考试形式根据学科特点，采用开卷、闭卷笔试、口试、小组讨论、论文、调研报告、课堂表现等多种形式，并做到规范化，减少随意性，要明确规定各部分所占比重。

4-5 教学效果（含校外专家评价、校内教学督导组评价及有关声誉的说明；校内学生评教指标和校内管理部门提供的近三年的学生评价结果）

1. 校外专家评价

中央财经大学张爱卿教授评价：呼伦贝尔学院经济管理学院《市场营销学》课程组教师理论基础扎实，专业素养较高，科研能力较强，具有丰富的教学经验和高度负责的敬业精神。教学过程中管理规范、严谨，理念先进，方法灵活，注重理论联系实际，教学改革成效明显。

哈尔滨商业大学周福仁教授评价：呼伦贝尔学院经济管理学院《市场营销学》课程组教师在教学改革中锐意创新，积极更新教学理念、教学思路，教学内容新颖、教学方法和手段先进，有较强的科研能力和指导实践能力。

2. 校内督导组评价

呼伦贝尔学院教学督导组每学年至少要对每位主讲教师所讲授的《市场营销学》听课一次，并进行评课，对课程的教学情况进行全面督导检查，对该课程的教学评价如下：

课程组教师理论知识扎实，教学经验丰富职业素养高。具有一定的科研能力和水平，基本形成了一支职称结构、年龄结构合理、治学严谨的教师队伍。

课程体系完整，内容丰富，教学方法与手段灵活多样，具有较强的实用性和系统性。积极探索教学改革，不断提高教育教学质量，有效调动学生学习的积极性和主动性，注重培养学生的创新思维和实践能力。

该课程的教学资源丰富，课件、教案、习题、参考资料等实现网络共享，教学平台有效地促进了学生自主化、个性化学习，利于学生更好掌握和巩固所学知识。

3. 校内学生评价

呼伦贝尔学院教务处出具的教學评价结果显示，《市场营销学》课程组成员近3年的学生课堂教学评价平均得分88.38分（满分100分），教学效果良好。

4-6 课堂录像（课程教学录像资料要点）

1. 崔丽辉：讲授市场定位，重点讲解市场定位的概念、策略。
2. 唐琦：讲授产品与产品分类，重点讲授产品的整体概念及分类
3. 宋孜宇：讲授市场细分，重点讲授市场细分的概念，细分标准。

5. 自我评价

5-1 本课程的主要特色及创新点（限 200 字以内，不超过三项）

1. 教学内容的发展性

市场营销理论与实践不断发展，因此教学中在讲授基本知识、理论与技能的同时，力求介绍国内外市场营销理论研究和应用的前沿成果、热点问题。

2. 注重学生应用能力的培养

契合应用型人才的培养目标，加大实践教学力度，丰富实践教学手段，努力提升学生的实践技能。

3. 改革考核评价方法

改变期末一次性闭卷考核的方式，增加考核类型和考核方式，注重过程考核，培养学生自主学习、自主学习的习惯，重视知识的积累。

5-2 本课程与国内外同类课程相比所处的水平

市场营销学课程是国内外高等院校市场营销专业的专业核心课，我院经过近30年的教学实践，形成了完整的教学体系，富有成效的教学方法与手段、先进的教学理念、经验丰富的教师队伍、较完备的教学资源和较良好的实践教学环境，完成了人才培养目标。

该课程在2006年被评为呼伦贝尔学院重点课程及校级精品课，并于2007年市场营销专业（专科）被评为自治区品牌专业。现在市场营销专业已成为呼伦贝尔学院经济管理类的重点学科。

由于地处边疆少数民族地区，与国内外高校间课程交流较少，在先进的教学理念、学科前沿理论的吸纳上相对滞后，将丰富的教学实践经验转化为教研成果的意识有待进一步提高。

5-3 本课程目前存在的不足

1. 本课程的网络教学资源还有待进一步规范充实。

2. 校内教学实训环境有待进一步改善，实训室规模较小，实训资源难以支持高水平的实践教学活动。

3. 青年教师的学历结构有待进一步优化。

4. 将丰富的教学实践经验转化为教研成果的意识有待进一步提高。

6. 课程建设规划

6-1-1 本课程的建设目标、步骤及五年内课程资源上网时间表

一、课程建设目标

课程建设是一项复杂的系统工程，涉及到师资队伍、教材、教学方法和手段等诸多方面。根据本课程的实际情况，我们确定了近几年的建设目标：

构建有特色的课程体系，更新教育观念，继续深化教学内容和教学方法及手段的改革，进一步促进教学基本条件，教学文件和师资队伍建设，努力实现教学考核手段和教学管理水平的科学化、规范化，着力加强实训、实习基地建设，推动市场营销学课程建设达到新水平。

二、课程建设步骤

1. 按照“科学、前沿、实践、创新”的原则，进一步加强市场营销学课程教学内容与环节建设，以教育创新为目标，瞄准课程理论与实践前沿，加强国内外交流与合作。进一步修订、完善教学计划、大纲及考试方案；进一步加强教学实践环节建设，建设好校内外教学实训、实习基地，把创新思维和实践能力的培养贯穿于课程教学的始终。

2. “请进来、派出去”，优化课程教师梯队。继续有计划选派教师赴国内外一流大学进修和深造；引进和培养课程所需的高级人才，充实、优化师资队伍。同时聘请国内外知名专家、学者和企业家担任客座教授，定期来校讲学。

3. 进一步优化课程网络教学环境。在市场营销学课程现有网络教学环境的基础上，进一步充实、完善课程网络教学的内容、方法与教学管理手段，增强课程网络教学的新颖性、科学性、实用性。借助网络教学平台和课程网站，加强师生互动，增加在线作业批阅、在线答疑内容。

三、五年内课程资源上网时间表

1.2014年，完善网上教学资源，包括试题库、学习参考资料、教案、课件等。

2.2015年，借助网络教学平台，加强师生互动，开展在线答疑、在线批阅作业。

3.2016年，完善教学案例资源上网。

4.2017年，完成全程授课录像上网

5.2018年，更新网上教学资源。

6-1-2 三年内全程授课录像上网时间表

1. 2015 年，完成理论模块、市场分析模块教学内容授课录像上网；
2. 2016 年，完成市场战略模块、市场营销组合模块中“产品策略”“品牌与包装策略”教学内容授课录像上网；
3. 2017 年，完成市场营销组合模块中“定价策略”、“分销策略”、“促销策略”、市场营销管理模块教学内容授课录像上网。

6-2 本课程已经上网资源

网上资源名称列表及网址链接

教学大纲 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

授课教案 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

讲课录像 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

网络课件 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

作业习题 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

参考资料 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

课程试卷及参考答案链接（仅供专家评审期间参阅）

课程试卷及参考案 <http://eol.hlbrc.cn/eol/jpk/course/index.jsp?courseId=1245>

7. 学校的政策措施

7-1 所在高校鼓励精品课程建设的政策文件、实施情况及效果

呼伦贝尔学院十分重视质量工程建设，以精品课程建设为切入点，打造优质教育资源平台。学校先后出台了《呼伦贝尔学院课程建设实施方案》（2004）、《呼伦贝尔学院本科教学质量与教学改革工程实施方案》（2009）、《呼伦贝尔学院关于进一步加强课程建设的若干意见》（2010）等一系列政策文件。

学校首先在政策上明确了课程建设的任务和目标、课程建设的内容、课程建设的具体措施。文件明确：学校加强课程建设的组织领导，保证课程建设工作的有效开展；加强教师队伍建设，确保课程建设可持续发展；加强经费投入力度，为课程建设提供必要的经费支持；强化教改立项研究内容与课程建设的有机结合，不断更新课程建设内容；建立科学合理的管理机制，确保精品课程建设质量；建立有效的激励机制，鼓励教职工积极参加课程建设。在资金方面，学校设立精品课程建设基金，对每门校级精品课程提供 1 万元的经费资助，对每门省级精品课程提供 2 万元的配套资金，对每门国家级精品课程提供 5 万元配套经费；对于申报省级精品课程的校级精品课程每门追加 0.5 万元经费，对于申报国家级精品课程的省级精品课程每门追加 1 万元经费。2004-2009 年学校投入大量的经费，用于资助精品课程建设。在师资队伍方面，学校对精品课程负责人的职称晋升、优秀评选等方面都予以加分。

近十年来学校在精品课程建设方面措施得力，执行良好，现学校已拥有 23 门校级精品课程，17 门自治区级精品课程。学校为推广精品课程，建立了网络教学平台，全校师生都可以在网络上进行交流，完成教与学的任务，目前所有精品课程全部在网上开通。通过精品课程建设带动了学校整体课程建设，极大地提高了学校课程建设的水平，有效地推动了学院的内涵建设。

7-2 对本课程后续建设规划的支持措施

1. 呼伦贝尔学院制定有《呼伦贝尔学院精品课程管理办法》，将从资金、人员、网络运行等方面对精品课的建设持续投入，通过制度建设确保课程建设的质量和持续性。
2. 加强校际间课程交流，向内地其他高校学习，加大教学改革力度，加强课程组团队建设，大胆创新，力争将该门课程建设为国家级精品课程。
3. 加强教学研究，创造条件鼓励教师申报各级各类教研课题，以促进课程建设和教学质量的提高。

8. 说明栏

--