

江苏省职业学校 实施性人才培养方案审批表

专业名称	市场营销
专业代码	730602
学制	三年
招生对象	初中毕业生或具有同等学力者
学校(盖章)	江苏省武进中等专业学校
填报日期	2021年8月

江苏省武进中等职业学校

市场营销专业实施性人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称： 市场营销

专业代码： 730602

专业化方向：化妆品营销

适用年级： 2021 级

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

基本学制 3 年，弹性学制 3-5 年

四、职业面向

本专业主要职业面向工商企业、电子商务物流公司、中介服务公司等生产经营服务类企业的业务销售、营业员、销售助理、市场调研、营销策划等一线经营管理类工作。主要岗位（群）如下：

表 4 - 1 市场营销专业职业面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例	继续学习专业
财经商贸大类 (73)	工商管理类 (7306)	商务服务业 (13)	市场营销专业人员 (2-06-07-02) 商务策划人员 (2-06-07-03) 品牌专业人员 (2-06-07-04)	化妆品营业员 化妆品柜长 营销策划与管理 销售管理	助理营销师 (三级)	高职： 1.市场营销; 2.市场开发与营销; 3.营销与策划 本科： 1.市场营销

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,主要培养与我国社会主义现代化建设要求相适应,德、智、体、美、劳全面发展,具有良好的职业道德和职业素养,既掌握市场营销专业所必备的基本理论知识,又具有市场分析、销售与管理、客户服务、营销策划等综合职业能力,具备职业生涯发展和终身学习能力,能胜任生产、服务、管理一线工作的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

(二) 培养规格

1、素质

(1) 具有中国特色社会主义共同理想,践行社会主义核心价值观;

(2) 具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；
(3) 具有健康的体魄和心理，具有正确的三观，有社会责任感和参与意识；
(4) 具有良好的职业道德和职业素养，具有较强的安全意识、服务意识、环保意识和工匠精神；

(5) 具有一定的审美和人文素养。

(6) 具有良好的人际交往、组织协调能力和团队合作精神；具有正确的择业、就业观和创业创新精神。

2、知识

(1) 具有较为全面的语文、数学、外语、计算机等文化基础知识和较为宽泛的科学技术知识；具有继续学习的能力；

(2) 具有良好的责任心、进取心和坚强的意志；具有较强的自我发展能力，能适应今后职业岗位的发展；

(3) 具有健康的体魄和较好的身心素质，具有善待自己、善待他人，能适应环境的良好心态；

(4) 具有较强的信息技术应用能力；具有较强的语言表达和规范书写经济应用文的能力；具备一定的英语听、说、读、写、译能力。获得全国计算机等级考试一级证书和全国英语应用能力考试等通用能力证书；

(5) 具有从事本专业工作所必需的经济与管理基本原理和会计基础知识及现代物流、信息技术、国际贸易等相关专业基础知识；能运用市场调查与预测的基本方法开展市场调研活动；能运用商务谈判方法和技巧开展营销业务洽谈和销售活动。

3、能力

(1) 行业通用能力：

a. 市场分析能力：能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测；具备阅读和处理市场调查数据并撰写市场调查与预测报告的能力；具有对市场进行调查研究、获取经济信息的能力；

b. 销售与管理能力：能运用商品学知识进行商品鉴别，具有商品陈列与商品包、扎、秤、算、量的能力；具有从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力；具有一定的商务洽谈能力；

c. 客户服务能力：具有正确处理客户关系，与客户建立良好的关系的能力；具有良好的沟通协作和赢得客户的能力；具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力；

d. 营销推广与策划能力：能根据企业营销目标开展产品推广活动；具备从事市场营销策划的能力。

(2) 职业特定能力：

化妆品营销：具有化妆品分析检测的能力；具有一定的化妆与形象设计的能力；具有化妆品营销与使用的能力。

(3) 跨行业职业能力：

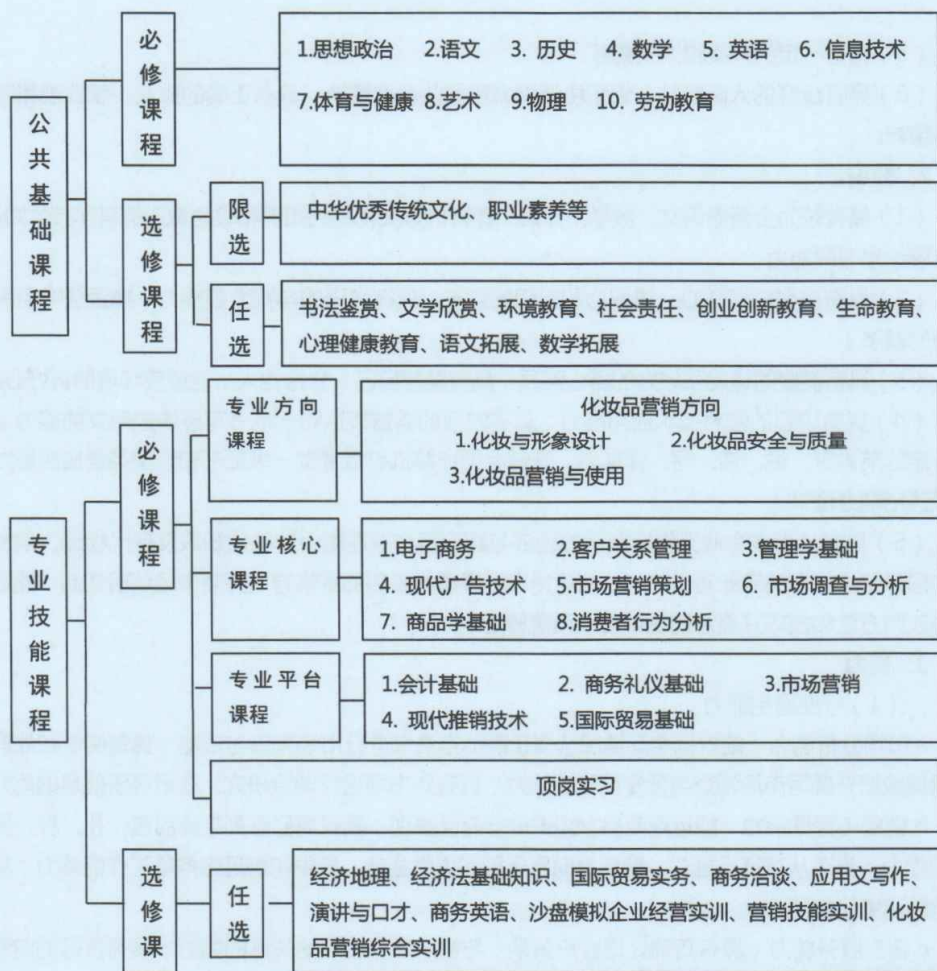
a. 具备较强的自我管理与发展能力和创新能力；

b. 具有适应岗位变化的能力；

c. 具有企业管理及现场管理的基础能力。

六、主要专业课程教学要求

(一) 课程结构



(二) 主要课程教学要求

本专业依据市场营销岗位(群)的职业素养、职业知识和职业能力需要,基于国家相关文件规定,强化对培养目标与人才规格的支撑,融入有关国家教学标准要求,融入行业企业最新技术技能,注重与职业面向、职业能力要求以及岗位工作任务的对接,科学构建培养高素质技术技能型人才的课程体系。(详见教学进程表)

1、公共基础课程教学要求

课程名称	教学内容及要求	参考学时
思想政治	执行教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求,增加不超过36学时的任意选修内容(拓展模块),相应教学内容依据课程标准,在部颁教材中选择确定	144+(36)
语文	执行教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修(职业模块)54学时的教学内容,由学校结合专业情况和学生发展需求,依据课程标准,在部颁教材中选择确定	198
历史	执行教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求,增加不超过18学时的任意选修内容(拓展模块),相应教学内容依据课程标准,在部颁教材中选择确定	72
数学	执行教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修(职业模块)36学时的教学内容,由学校结合专业情况和学生发展需求,依据课程标准选择确定	180
英语	执行教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修(职业模块)36学时的教学内容,由学校结合专业情况和学生发展需求,依据课程标准选择确定	180
信息技术	执行教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容应结合专业情况、学生发展需要,依据课程标准选择确定	108
体育与健康	执行教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修和任意选修教学内容,由学校结合教学实际、学生发展需求,在课程标准的拓展模块中选择确定	180
艺术	执行教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》和省有关本课程的教学要求,注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合实际情况,增加一定学时的任意选修内容(拓展模块),其教学内容可结合学校特色、专业特点、教师特长、学生需求、地方资源等,依据课程标准选择确定	36
劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意	18

	见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时	
物理	执行教育部颁布的《中等职业学校物理课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合实际情况，增加一定学时的任意选修内容（拓展模块），其教学内容可结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定	54

2、主要专业（技能）课程教学要求

课程名称 (课时)	主要内容	应具备的能力要求
市场营销 (198)	(1) 认识市场、感知营销； (2) 市场营销观念的演变； (3) 现代市场营销理论的发展； (4) 分析市场环境、探寻市场影响因素； (5) 进行消费者需求分析，研究消费者行为； (6) 市场调查与市场预测方式、方法； (7) 市场细分和目标市场确立； (8) 市场定位及其策略运用； (9) 分析营销组合策略； (10) 产品策略及其运用； (11) 价格策略及其运用； (12) 分销策略及其运用； (13) 促销策略及其运用； (14) 营销组织与控制。	(1) 能敏锐洞察市场营销观念的演变； (2) 会运用营销基本原理和方法； (3) 熟悉营销活动基本流程及策略运用； (4) 会借助一定的方式和方法，对消费者需求进行分析； (5) 能运用目标市场策略进行市场细分，确定目标市场； (6) 会综合运用营销组合策略； (7) 会运用产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等营销知识与技能。
商务礼仪 基础 (72)	(1) 商务礼仪概述； (2) 商务人员形象礼仪； (3) 商务交往礼仪； (4) 商务办公礼仪； (5) 商务仪式礼仪； (6) 涉外商务礼仪等。	(1) 了解礼仪的意义； (2) 掌握社交礼仪的知识和基本操作方法，提高学生的文明素质和社会交际能力。

会计基础 (72)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 会计的概念、范围,分类,现代会计职业特征与岗位,会计核算基础和原则; (2) 会计要素、会计等式、运用借贷记账法; (3) 识别经济业务与原始凭证,核算企业基本经济业务; (4) 填制记账凭证、登记会计账簿、理解记账规则与更正错账; (5) 实施财产清查,编制财务会计报告,应用会计处理程序。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 认知会计职业岗位的背景、特点和要求,产生对会计职业的兴趣; (2) 能正确应用会计的基本规范,能说出会计的基本术语; (3) 能正确判断经济业务性质和内容,能准确按照会计的专门方法作会计业务处理; (4) 能根据案例资料建账、记账、算账、更改错账,能具备中小企业记账员岗位的基本能力。
市场调查与分析 (72)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 市场的基本概述; (2) 市场调查基本知识; (3) 市场调查的基本流程; (4) 市场调查方案的设计; (5) 市场调查方法及其运用; (6) 市场调查资料的收集与整理; (7) 市场调查资料的分析; (8) 市场调查报告撰写; (9) 市场预测中的定性预测方法; (10) 市场预测中的定量预测方法。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 熟悉市场调查的基本流程; (2) 掌握市场调查方式和方法; (3) 能根据实际情况,设计市场调查方案; (4) 会运用市场调查方法; (5) 能独立进行市场调查活动; (6) 会进行调查资料的收集与整理; (7) 具备阅读、分析和处理市场调查数据的能力; (8) 会撰写市场调查与预测报告; (9) 能正确运用市场预测中的定性预测方法和定量预测方法。
消费者行为分析 (36)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 消费者心理活动的认识过程; (2) 消费者心理的情感过程; (3) 消费者的意志过程; (4) 消费者个性心理特征; (5) 消费者需要、动机与购买行为关系; (6) 消费者购买动机的类型与表现; (7) 消费者购买决策心理; (8) 消费者购买行为的心理研究; (9) 不同类型消费者购买商品心理分析; (10) 柜台接待过程中消费者购买行为的分析与处理。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 能了解顾客购买商品的基本心理活动过程; (2) 会观察顾客的心理表现,具有准确的判断力; (3) 能准确把握消费者的个性特征; (4) 能区分不同消费者的购买动机; (5) 针对不同消费者的接待,具有一定的随机应变能力。

现代 广告 技术 (36)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 广告策划的概述； (2) 广告调查与分析； (3) 广告的战略策划； (4) 广告策略的运用； (5) 广告构成基本要素； (6) 广告媒体的选择； (7) 广告文案的写作； (8) 广告活动的策划； (9) 广告方案的实施； (10) 广告实施效果的评价。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具有一定的广告认知能力,会辨别广告的含义； (2) 能进行广告调查与分析； (3) 会进行广告的战略策划； (4) 具有对广告活动及创意的鉴赏和评价能力； (5) 具有简单广告文案写作的能力； (6) 能独立进行广告媒体的选择； (7) 具有一般性广告活动的策划能力； (8) 能对广告实施效果进行有效的评价。
国际贸易 基础 (36 课时)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国际贸易概述； (2) 国际贸易产生和发展； (3) 国际贸易政策； (4) 关税措施、非关税壁垒措施； (5) 鼓励出口和出口管制方面的措施； (6) WTO 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 了解国际贸易的基本概念； (2) 了解主要的国际贸易政策与措施； (3) 了解有关的国际经济贸易组织； (4) 了解中国对外贸易的改革与发展； (5) 了解国际贸易的发展趋势。
国际贸易 实务 (36 课时)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 国际贸易实务概述； (2) 国际贸易术语； (3) 商品条件、商品装运条件、货运保险条件；价格条件、支付条件；争议处理条件； (4) 国际贸易准备； (5) 交易磋商和订立合同、履行合同和违约处理； (6) 经销、代理和寄售、招标、投标和拍卖； (7) 加工贸易和对等贸易、租赁贸易、期货贸易。 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 具备从事国际贸易专业必需的贸易基础知识,掌握国际贸易实务应用的基本理论和基本方法,理解国际贸易各环节操作应用的实现过程； (2) 熟悉国际贸易惯例;具有国际贸易理论与实务一般认识能力;具有贸易谈判,价格及佣金的计算并根据合同缮制发票,箱单,汇票等相关单证具体操作能力,并能取得制单员,货运代理等相关的资格证书； (3) 具备从事对外贸易专业所必需的贸易理论及实务操作应用的素质,能熟练地运用计算机从事国际贸易活动中所涉及的如贸易的洽谈,合同,发票,箱单及汇票等相关单证的缮制。

<p>营销技能实训</p> <p>(64)</p>	<p>(1) 市场营销的基本理念；</p> <p>(2) 营销组合之产品产品决策；</p> <p>(3) 定价决策渠道决策；</p> <p>(4) 促销决策；</p> <p>(5) 商务谈判；</p> <p>(6) 商务礼仪；</p> <p>(7) 相关法律；</p> <p>(8) 市场营销环境分析与调研；</p> <p>(9) 网络营销；</p> <p>(10) 客户服务；</p> <p>(11)团队建设等。</p>	<p>(1) 能够收集二手资料、设计市场调查问卷、进行抽样调查；</p> <p>(2) 能够分析消费者与产业购买决策过程,针对不同的购买决策过程阶段提出不同的营销对策；</p> <p>(3) 能够编织销售计划、确定与分配销售配额、编制销售预算、进行销售活动分析；</p> <p>(4) 能够分析新产品采用者类型,能够选择不同的销售代理方式、根据要求选择、管理代理商,设计和运作连锁经营体系；</p> <p>(5) 能够策划销售促进活动、制定广告策略、建立与媒体的联系、能利用互联网收集信息、利用电子邮件进行营销；</p> <p>(6) 能够分析顾客购买心理、接近潜在顾客、激发顾客购买欲望；</p> <p>(7) 能够制定让步策略、分析各种商务风险、控制谈判进程、进行合同纠纷的谈判、处理顾客异议、寻找合适机会提出成交建议、制定定购决策、做好销售终端管理；</p> <p>(8) 能够采取措施提高服务质量,确定信用管理目标、制定信用政策、选择追账策略、选择分销商、激励中间商客户、处理窜货问题；</p> <p>(9) 能够明确销售人员的职责、制定人员销售决策、利用报纸网络进行招聘、分析培训需求、组织销售会议、推行销售制度管理、建立营销管理基本制度。</p>
<p>沙盘模拟企业经营实训</p> <p>(84)</p>	<p>(1)ERP 软件系统的把握；</p> <p>(2)企业生产控制系统；</p> <p>(3)企业物流管理系统；</p> <p>(4)企业财务管理系统。</p>	<p>(1) 能熟练运用 ERP 软件与沙盘操作；</p> <p>(2) 能认知企业经营流程；</p> <p>(3) 能理解企业经济业务活动产生过程,会对日常业务活动进行识别和判断；</p> <p>(4) 认知生产控制、物流管理、财务管理的流程和方法。</p>

<p>顶岗实习 (540)</p>	<p>(1) 了解企业产品及消费者对该产品的偏好；</p> <p>(2) 熟悉产品的消费者群体以及市场占有率情况；</p> <p>(3) 熟悉该企业营销工作的规程，了解各工种、各等级的营销人员的应会要求；</p> <p>(4) 了解企业总体情况，包括企业历史、现状，企业营销状况，企业产品组合、产品线和产品项目情况。企业内部管理状况一般包括企业规章制度的建立健全、生产过程组织、营销部门组织结构以及管理基础工作等；</p> <p>(5) 了解企业的各种经营策略和管理方法；</p> <p>(6) 了解人员推销在企业中的地位与作用，企业如何对推销人员进行管理的，推销人员的绩效评估方法如何，了解企业在推销人员的招聘、选拔、使用、激励和业绩评核方面的管理程序及其执行情况；</p> <p>(7) 了解产品销售渠道模式及其企业物流工作情况。了解企业是如何加强渠道终端管理的、企业如何与客户保持持续购销关系的；</p> <p>(8) 了解产品的市场开拓方法。对产品的市场容量、市场占有率进行调研、分析，对提高产品销售量的促销对策进行研究，撰写促销策划书。</p>	<p>(1) 培养学生吃苦耐劳精神，锻炼学生承受挫折的心理素质，以利于良好职业道德的养成；</p> <p>(2) 增加学生对社会的全面了解，丰富学生社会实际经验，提高学生综合素质；</p> <p>(3) 通过和企业接触与社会的交流，改变学生就业观念，培养学生创业精神和创业意识；</p> <p>(4) 培养学生综合运用知识解决实际问题的能力，培养实事求是，严肃认真的科学工作态度；</p> <p>(5) 强化学生动手能力，提高学生专业基本技能，掌握相关专业技术知识，以达到零距离上岗之目的。</p>
-------------------------	---	---

七、教学安排

(一) 教学时间安排

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1 (军训)	1	1
			1 (入学教育)		
二	19	18	1 (认识市场感知营销—ERP 实训)	1	0
三	19	18	1[企业经营认知与流程项目实训(ERP)]	1	0
四	19	18	1 (沙盘模拟企业经营 ERP)	1	0
五	20	18	1 (营销技能实训)	1	1
			1 (化妆品营销综合实训)		
六	19	19	18 (顶岗实习)	—	—
			1 (毕业考核、毕业教育)		
总计	116	109	26	5	2

(二) 教学进程安排

课程 类别	序号	课程名称	学时学分		课程教学各学期周学时											
					一 20周		二 19周		三 19周		四 19周		五 20周		六 19周	
					18周	2周	18周	1周	18周	1周	18周	1周	18周	1周	18周	2周
公共基础课程	1	中国特色社会主义	36	2	2											
	2	心理健康与职业生涯	36	2			2									
	3	哲学与人生	36	2					2							
	4	职业道德与法治	36	2							2					
	5	生命教育/心理健康教育	36	2									2			
	6	语文	198	11	4		3		2		2					
	7	数学	180	10	3		3		2		2					
	8	英语	180	10	3		3		2		2					
	9	体育与健康	180	10	2		2		2		2		2			
	10	信息技术	108	6	2		4									
	11	历史	72	4	2		2									
	12	艺术	36	2					2							
	13	劳动教育	18	1									1			
	14	物理	54	3	2		1									
	15	中华优秀传统文化、职业素养等	36	2			2									
	16	书法鉴赏/文学欣赏/创新创业	36	2									2			
	17	教育/语文拓展	36	2									2			
	环境教育/社会责任/数学拓展		36	2									2			
	小计		1314	73	20		22		12		10		9			
	18	会计基础	72	4			2		2							
	19	市场营销	198	11			2		2		4		3			
	20	国际贸易基础	36	2			2									

[illegible]

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 师德师风

热爱职业教育事业，具有职业理想、敬业精神和奉献精神，践行社会主义核心价值体系，履行教师职业道德规范，依法执教。立德树人，为人师表，教书育人，自尊自律，关爱学生，团结协作。在教育教学岗位上，以人格魅力、学识魅力、职业魅力教育和感染学生，因材施教、以爱育爱，做学生职业生涯发展的指导者和健康成长的引路人，展示出默默奉献的职业精神。

2. 专业能力

本专业团队教师，具备高级讲师及以上职称和较高的职业技能等级证书，熟悉教育教学规律，接受过职业教育教学方法论的培训，对任教课程有较为全面的理解，具备较强的学情分析、教学目标设定、教学设计、教案撰写、教学策略选择、教学实施和评价能力，能运用信息化教学手段，合理使用信息化资源，注重教学反思，关注教学目标达成，持续改进教学效果；能积极开展课程教学改革和实施，具备一定的课程开发能力。专业教师具有企业经营等专业知识和实践能力，能开展企业经营等实践技能示范教学，能开发颇具专业特色的校本教材。专业教师有近 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 团队建设：

市场营销专业现有专任教师 6 人，专任专业教师与在籍学生之比约 1:30，教师 100% 具有本专业或相关专业本科学历，硕士学位占 50%，3 人拥有高级讲师或副教授职称；获得助理营销师等中级及以上职业资格 66% 或取得非教师系列专业技术中级以上职称 66%。符合国家、省关于中等职业学校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定。专任专业教师中具有来自不同专业背景的专业水平高的专任专业教师，建设符合项目式、模块化教学需要的课程负责人领衔的、跨学科领域的、专兼结合的教学创新团队，实现知识、技能和实践经验的优质互补和跨界融合，不断优化教师团队能力结构，以团队协作的方式开展教学、提升质量。

（二）教学设施

1. 实训（实验）基本条件

（1）校内实训实习基本条件

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 40 名学生为基准，校内实训（实验）教学功能室配置如下：

教学功能室	主要设备名称	数量（台/套）	规格和技术的特殊要求
市场营销实训	1.主流机型电脑	50	台机内存容 8G ;显示器尺寸 22 寸；台机硬盘容 160G

教学功能室	主要设备名称	数量（台/套）	规格和技术的特殊要求
	2.配套服务器	1	最大支持 CPU 个数 1；服务器 CPU 二级缓冲容量 8M；服务器内存型 ECC 服务器硬盘容量 160G；服务器型：机架式；处理器类型：Xeon 5410
	3.投影仪	1	DLP 技术；变焦倍数：1.1 倍；亮度：1000 流明以下；分辨率(dpi):1280×800；对比度：3001:1 ~ 4000:1
	4.模拟实景	1	—
	5.市场营销模拟软件平台	1	—
沙盘模拟企业经营实训	服务器	1	-
	计算机	17	联想
	多媒体设备	2	—
	模拟企业经营模拟软件系统	1	新道新创业者 ERP 软件
	ERP 电子沙盘和物理系统	8	—

注：教学功能室可以按照教学项目、设备、师资等，进行整合确定。

（2）校外实训实习条件

校外实训基地为满足学生顶岗实习、专业教师企业实践的需要，按照本专业人才培养方案的要求配备实习实训指导人员，实训设施设备齐全，校企双方共同制订实习方案、组织教学与实习管理。校外实训基地的具体情况如下：

①根据本专业人才培养的需要和本行业发展的特点，建立校外实训基地，其条件主要有：一是以专业认识和参观为主的实习基地，该基地能反映目前专业发展新技术，并能同时接纳较多学生实习，为新生入学教育和专业认知课程教学提供条件；二是以接收学生社会实践、跟岗实习和顶岗实习为主的实训基地，该基地能为学生提供真实的专业综合实践训练的工作岗位，以上校外实训基地 3 个，合作协议已满 3 年。实习企业具备独立法人资格、依法经营 3 年以上，具有一定的规模，能满足至少 40 人同时进行专业认识实践、实训活动。

②实习单位具有现代化管理理念、先进的管理模式和完善的管理制度,能依法依规保障学生的基本劳动权益,保障学生实习期间的人身安全和健康。实习单位提供学生实习必要的条件,配备必要的图书学习资料及网络资源,能为实习生提供必需的住宿、餐饮、活动等生活条件。

③实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师。实习指导教师是从事该专业岗位工作3年以上,思想素质较高、业务素质优良,责任心较强,有一定的专业理论水平,热心于相关经营专业岗位的技能人才培养,能够组织开展专业教学和职业技能训练,完成实习质量评价,做好学生实习服务和管理工作。能协同专业专任教师开发具有行业特色、符合教学需求的技能教学项目。

(三) 教学资源

专业具备能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的丰富的教材、图书及数字资源,主要包括:

1.教材选用

学校建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构,完善教材选用制度,择优选用近三年的新教材和国家规划教材。根据专业性、基础性、实用性的原则,组织专业教师结合课程特点和教学需要,编写特色教材。

2.图书文献资料配备

图书文献配备满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括:行业政策法规资料、有关职业标准,有关企业管理相关专业的基础理论、发展动态、操作规范以及实务案例类图书等。

3.数字教学资源配置

充分利用智慧职教平台现代专业国家教学资源库中相关数字化资源。并根据学校自身条件建设并配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字教材等数字资源,种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

九、质量管理

(一) 编制实施性人才培养方案

本校积极开展专业调研与分析,结合学校具体实际,编制科学、先进、操作性强的实施性人才培养方案,并滚动修订。具体要求为:

1.落实立德树人根本任务,注重学生正确价值观、必备品格和关键能力的培养,主动对接经济社会发展需求,坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向,确定本校本专业培养目标、人才培养规格、课程设置和教学内容。

2.注重中高职衔接人才培养。着眼于学习者的专业成长和终身发展,针对“3+3”分段培养,通过制订中高职衔接人才培养方案,在现代职教体系框架内,统筹培养目标、课程内容、评价标准,实现中职与高职专业,在教学体系上的有机统一。

3.贯彻教育部《中等职业学校公共基础课程方案》《江苏省中等职业学校财经商贸类专业课程指导方案(试行)》,开足开好公共基础必修课程和专业类平台课程。

4.选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。公共基础限选课程真正落实了国家、教育部的相关规定，公共基础限选及任意选修课程、专业（技能）限选及任意选修课程的课程设置、教学内容、学时（学分）安排，结合了专业特点、学生个性发展需求和学校办学特色，有针对性地开设，并科学合理地选择课程内容。

以下限选及任意选修课程仅供参考：

（1）公共基础限选及任选课程：书法鉴赏、文学欣赏、环境教育、社会责任、创新创业教育、生命教育、心理健康教育、语文拓展、数学拓展等。

（2）专业（技能）限选及任选课程：经济地理、经济法基础知识、国际贸易实务、商务洽谈、应用文写作、演讲与口才、商务英语、沙盘模拟企业经营实训、营销技能实训、化妆品营销综合实训等。

5.实施“2.5+0.5”学制安排，学生校内学习5学期，校外顶岗实习1学期。三年总学时数为3284，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为40.9%，专业（技能）课程（含专业认知与入学教育、毕业考核、毕业教育等）学时占比约为59.1%。课程设置中设任意选修课程，其学时数占总学时的比例约为11.6%。

6.在编制人才培养方案时我们统筹安排公共基础课程、专业（技能）课程，科学安排课程顺序，参考专业指导性人才培养方案中的“教学安排”建议，在人才培养方案中融入了本校本专业教学进程表和课程表。为适应中等职业学校专业课程门数较多、实践时间较长的特点，我们以科学合理、灵活机动编制方式进行了教学进程表和课程表的设置编排，以保证开足每门课程所需学时和教学内容。

学分计算方法：公共基础课程每18学时计1学分，专业（技能）课程18学时计1学分；军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动，1周为1学分；专业实践课程教学每周按28学时计算，1周计2学分；顶岗实习1周计1.5学分。

7.制订了课程实施性教学要求

（1）我校依据教育部《中等职业学校专业教学标准》《江苏省中等职业学校财经商贸类专业课程指导方案（试行）》《省中等职业学校本专业指导性人才培养方案》，以及教育部中等职业学校公共基础课课程标准、江苏省中等职业学校公共基础有关课程的教学要求、省中等职业学校专业课程标准，参照相应课程标准（或教学要求）的体例格式，编写了本校本专业的公共基础课程、专业（技能）主干课程实施性教学要求。

（2）课程实施性教学要求有机融入思想政治教育元素，紧密联系专业发展实际和行业发展要求，推进了专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接，合理确定课程教学目标，科学选择教学内容，明确考核要求，着力转变教学方式、优化教学过程，有力支撑专业人才培养目标的实现。

（3）课程实施性教学要求能切实指导任课教师把握教学目标，开展教学设计，规范教案撰写和课堂教学实施，合理运用教材和各类教学资源，提高教学组织实施水平。

8.在专业指导性人才培养方案的基础上,细化本校本专业的“实施保障”内容,包括专任教师、教学设施、教学资源等在结构、内容、数量、质量上的配置情况;明确“质量管理”举措,包括教学管理机制和管理方式,本专业教育教学改革的推进模式、主要内容和实践举措;说明了“毕业考核”的具体要求。

(二) 推进了教育教学改革

具体措施:

1.强化基础条件。持续做好师资队伍、专业教室、实训场地、教学资源等基础建设,统筹提高教学硬件与软件建设水平,为保障人才培养质量创造良好的育人环境。

2.明确教改方向。充分体现以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系课程改革理念,积极推进现代学徒制人才培养模式,加强德技并修、工学结合,着力培养学生的专业能力、综合素质和职业精神,提高人才培养质量。

3.提升课程建设水平。坚持以工作过程为主线,整合知识和技能,重构课程结构;主动适应产业升级、社会需求,体现新技术、新工艺、新规范,引入典型生产案例,联合行业企业专家,共同开发工作手册、任务工作页和活页讲义等专业课程特色教材,不断丰富课程教学资源。

4.优化课堂生态。推进产教融合、校企合作,建设新型教学场景,将企业经营场所转变为教室、课堂,推行项目教学、案例教学、场景教学、主题教学;以学习者为中心,突出学生的主体地位,广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法,促进学生主动学习、释放潜能、全面发展;加强课堂教学管理,规范教学秩序,打造优质课堂。

5.深化信息技术应用。适应“互联网+职业教育”新要求,推进信息技术与教学有机融合,推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用,推广翻转课堂、混合式教学等教学模式,建设能够满足多样化需求的课程资源,创新服务供给模式,推动课堂教学革命。

(三) 制定了严格的毕业要求

根据国家和省的有关规定,落实本专业培养目标和培养规格,细化、明确学生毕业要求,完善学习过程监测、评价与反馈机制,强化实习、实训、毕业综合项目(作品、方案、成果)等实践性教学环节,注重全过程管理与考核评价,结合专业实际组织毕业考核,保证毕业要求的达成度。

本专业学生的毕业要求为:

1.符合《江苏省中等职业学校学生学籍管理规定》中关于学生毕业的相关规定,思想品德评价和操行评定合格。

2.修满专业人才培养方案规定的全部课程且成绩合格,取得规定学分,本专业累计取得学分不少于165。在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学,按照奖项级别和等级,给予相应的学分奖励。

3.毕业考核成绩达到合格以上。毕业考核方式：（1）综合素质评价，包括思想素质、文化素质、身体素质、劳动素质、艺术素质、社会实践等；（2）学业成绩考核，包括本专业各科目的学业成绩、江苏省中等职业学校学生学业水平考试成绩，以及结合本校本专业实际而开设的毕业综合考试；（3）实践考核项目，包括学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等。学生在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项，按照奖项级别和等级，视同其“实践考核项目（学校综合实践项目考评、顶岗实习报告、作品展示等）”成绩为合格、良好、优秀。

4.取得人社部门委托社会化认定的中级以上或教育部门委托第三方社会化认定的初级以上财经商贸类相关职业技能等级证书2项以上，如：全国计算机信息高新技术四级证书、助理营销师、助理电子商务师等（每一证书计2学分）。

十、编制说明

1. 本方案依据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教成成〔2019〕13号）、参考教育部《中等职业学校专业目录》（2010版）《中等职业学校公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等12门公共基础课程标准，《省人民政府办公厅转发省教育厅<关于进一步提高职业教育教学质量的意见>的通知》苏政办发〔2012〕194号）和《省教育厅关于制定中等职业教育和五年制高等教育人才培养指导方案的指导意见》（苏教职〔2012〕36号）、参考《中华人民共和国职业分类大典》（2015版）、《国家职业资格目录》和国家相关职业标准、职业技能等级标准等编制。

2.本方案根据营销职业岗位能力要求确定专业培养目标、课程设置和教学内容，充分体现了职业教育的课程改革理念，主要突出以下几点：

（1）重视专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接、学历证书与职业资格证书对接、职业教育与终身学习对接。

（2）在课程结构上统筹安排公共基础课程和专业技能课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容。

（3）注重服务学生全面发展，尊重学生特点，发展学生潜能，强化学生综合素质和关键能力培养，促进学生德、智、体、美、劳全面发展，满足学生阶段发展需要，奠定学生终身发展的良好基础。

审批表

<p>校党组织审定意见</p>	<p style="text-align: center;">同意</p> <p style="text-align: right;">  分管教学领导签字： </p> <p style="text-align: right;">  学校党组织负责人签字： </p> <p style="text-align: right;">2021 年 11 月 5 日</p>
<p>市职教教研机构审定意见</p>	<p style="text-align: center;">  盖章 </p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>
<p>市教育局审批意见</p>	<p style="text-align: center;">  盖章 </p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>