

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（对口单招）
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

江苏省武进中等专业学校（对口单招） 市场营销专业实施性人才培养方案

一、专业与专门化方向

专业名称：市场营销（专业代码 730602）

专门化方向：化妆品营销

二、入学要求与基本学制

入学要求：初中毕业生或具有同等学力者

基本学制：3 年

三、培养目标

本专业落实立德树人根本任务，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，掌握现代营销学科的基本知识与基本理论，具有营销策划、分析调研、预测、营销管理等方面的基本能力；了解国际贸易的有关知识，并具有进出口业务的一般操作能力；具有熟练操作、应用计算机的能力；具有较好的写作和交际能力，培养具有一定学习能力的技能型人才。

四、职业面向

专门化方向	职业（岗位）	职业资格或职业技能等级要求	继续学习专业
化妆品营销	（4-01-02-01） 营销员	助理营销师 （中级）	本科：市场营销

注：每个专门化方向可根据区域经济发展对人才需求的不同，任选一个工种，获取职业资格证书。

五、培养规格

（一）综合素质

1. 树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的思想政治素质，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感，砥砺强国之志、实践报国之行。

2. 具备良好的政治素质、道德品质、法律意识和诚实守信的职业道德；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

3. 具有本专业所需的文化基础知识； 具有本专业所需的专业基础理论知识和实践操作知识； 具有从事市场营销活动与管理的专业知识。

4. 具有良好的心理素质和健全的人格，尊重生命，掌握基本运动知识和运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，具有健康的体魄。

5. 具备从事市场营销活动的实际工作能力;具有一定的语言和文字表达能力、人际沟通能力和业务协调能力。

6. 具有正确职业理想、科学职业观念和一定的职业生涯规划能力,能够适应社会发展和职业岗位变化。

7. 具有良好的社会参与意识和人际交往能力、团队协作精神。热心公益、志愿服务,具有奉献精神。

(二) 职业能力

1. 行业通用能力:

(1) 具备柜台操作的技能;具备计算机操作技能;具备口才与推销技能;具备良好电子商务操作技能。取得助理营销师资格证书

(2) 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。

(3) 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:

(1) 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。

(2) 汽车营销:具有汽车营销与推广的能力。

3. 跨行业职业能力:

(1) 具有适应岗位变化的能力。

(2) 具有企业管理及生产现场管理的基础能力。

(3) 具有创新和创业的基础能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程及教学要求

1. 必修课

课程名称	教学内容及要求	学时
思想政治	严格执行教育部颁布的中等职业学校思想政治课程标准。其中任意选修(拓展模块)的教学内容,由学校结合学校特色、专业实际、学生发展需求和行业发展特点选择。	140
语文	依据教育部颁布的中等职业学校语文课程标准,修习基础模块;结合江苏省普通高校对口单独招生语文课程考试大纲及专业实际、学生发展需求和行业发展特点,增加职业模块或拓展模块。	384
数学	依据教育部颁布的中等职业学校数学课程标准,修习基础模块;结合江苏省普通高校对口单独招生数学课程考试大纲及专业实际、学生发展需求和行业发展特点,增加职业模块或拓展	384

	模块。	
英语	依据教育部颁布的中等职业学校英语课程标准，修习基础模块；结合江苏省普通高校对口单独招生英语课程考试大纲及专业实际、学生发展需求和行业发展特点，增加职业模块或拓展模块。	384
体育与健康	严格执行教育部颁布的中等职业学校体育与健康课程标准。其中限定选修（拓展模块一）的教学内容，由学校结合教学实际、学生发展需求选择。	192
历史	严格执行教育部颁布的中等职业学校物理课程标准。其中任意选修（拓展模块）的教学内容，由学校结合专业实际、学生发展需求和行业发展特点选择。	70
信息技术	严格执行教育部颁布的中等职业学校信息技术课程标准。其中任意选修（拓展模块）的教学内容，由学校结合专业实际、学生发展需求和行业发展特点选择。	68
艺术	严格执行教育部颁布的中等职业学校艺术课程标准。其中任意选修（拓展模块）的教学内容，由学校结合学校特色、专业特点、教师特长、学生需求、地方资源选择。	35

2. 选修课

课程名称	教学内容及要求	学时
物理或化学	严格执行教育部颁布的中等职业学校物理或化学课程标准。其中任意选修（拓展模块）的教学内容，由学校结合专业实际、学生发展需求和行业发展特点选择。	35

（二）专业课程及教学要求

1. 专业核心课程及教学要求

（1）必修课

课程名称 (学时)	主要内容	能力要求
基础会计 (157)	(1) 总论 (2) 会计科目和账户； (3) 复式记账法； (4) 企业基本业务的核算； (5) 会计凭证； (6) 会计账簿； (7) 财产清查 (8) 财务报表	(1) 要求学生了解会计的基本理论，掌握会计核算的基本方法 (2) 理解会计对象的内涵，掌握我国会计要素的构成及其内容； (3) 理解会计科目的涵义及其作用，掌握会计科目的基本分类； (4) 了解复式记账法的产生和发展，理解并掌握借贷记账法的原理和记账规则； (5) 能较熟练地进行账务处理； (6) 熟悉原始凭证和记账凭证的主要内容，掌握它们的填制和审核方法，了解会计凭证的传递与保管；

		<p>(7) 理解对账、结账的概念，掌握对账、结账的基本方法和内容。正确规范地使用各种错账更正方法</p> <p>(8) 了解财产清查的一般程序和常用方法，掌握货币资金、往来款项和实物资产的清查方法。</p> <p>(9) 理解资产负债表和利润表的结构，掌握其基本编制方法</p>
经济法基础 (72)	<p>(1) 产品质量法；</p> <p>(2) 反不正当竞争法；</p> <p>(3) 消费者权益保护法；</p> <p>(4) 数字电路基础；</p> <p>(5) 组合逻辑电路；</p> <p>(6) 触发器；</p> <p>(7) 时序逻辑电路</p>	<p>(1) 掌握生产者、销售者的产品质量责任和义务；</p> <p>(2) 理解违反产品质量法的法律责任；</p> <p>(3) 理解违反不正当竞争法的法律责任；</p> <p>(4) 掌握消费者的基本权利；</p> <p>(5) 掌握争议的解决；</p> <p>(6) 理解侵犯消费者权益应承担的法律责任；</p> <p>(7) 了解寄存器的功能、基本构成和常见类型，了解典型集成移位寄存器的应用；了解计数器的功能及计数器的类型，掌握二进制、十进制等典型集成计数器的外特性及应用</p>
电子商务基础 (72)	<p>(1) 电子商务概述；</p> <p>(2) 电子商务基础知识；</p> <p>(3) 电子商务的主要技术；</p> <p>(4) 气压传动基本概念；</p> <p>(5) 气动元件；</p> <p>(6) 气动基本回路及系统；</p>	<p>(1) 了解人类商品交易模式的变化；</p> <p>(2) 了解传统商品交易与电子商务中的信息流、商流、资金流、物流；</p> <p>(3) 理解电子商务的定义、起源及分类，掌握电子商务的系统构成；</p> <p>(4) 了解电子商务的安全技术；</p> <p>(5) 掌握电子商务的交易过程；</p> <p>(6) 了解基本回路的组成形式、气动元件在回路中的作用及气动控制系统的分析方法</p>
市场营销 (264)	<p>(1) 市场营销学概述；</p> <p>(2) 市场分析；</p> <p>(3) 市场营销信息调研；</p> <p>(4) 目标市场营销；</p> <p>(5) 产品策略；</p> <p>(6) 定价策略；</p> <p>(7) 分销渠道策略；</p> <p>(8) 促进销售策略；</p> <p>(9) 市场营销策略的综合运用；</p>	<p>(1) 完整地了解市场营销学的知识体系与研究方法；</p> <p>(2) 牢固树立以顾客为中心的市场营销观念；</p> <p>(3) 系统掌握市场营销学的基本原理和方法；</p> <p>(4) 在经济活动实践中有效地组织企业的经营活动，使企业以市场为导向，进行产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动，提高企业经营管理水平，提高企业经济效益；</p>

		(5) 了解市场营销研究发展的最新动态
国际贸易基础与 实务 (68)	(1) 国际贸易主要概念及基本分类; (2) 对外贸易政策; (3) 关税措施和关税壁垒措施; (4) 鼓励出口与出口管制措施; (5) 世界贸易组织基本原则; (6) 商品的品名、品质、数量和包装; (7) 贸易术语和价格核算; (8) 国际货物运输; (9) 国际货物运输保险; (10) 国际贸易结算工具和结算方式 (11) 商品的检验、索赔、仲裁、不可抗力 (12) 交易磋商和合同签订 (13) 进出口合同的履行	(1) 具备国际贸易理论与实务的基础知识; (2) 具备对国际贸易宏观政策措施的分析能力; (3) 能进行贸易磋商与合同订立的业务; (4) 能够从事催证、审证与改证的外贸单证工作; (5) 能够从事报检报关工作; (6) 能够进行租船订仓的船务工作; (7) 能够进行投保工作; (8) 能够从事议付核销退税的外贸财务活动;
商务礼仪 (72)	(1) 商务人员礼仪修养 (2) 商务人员职业形象塑造; (3) 商务人员见面礼仪; (4) 商务接待拜访礼仪; (5) 商务宴请礼仪; (6) 商务办公礼仪; (7) 商务会议礼仪 (8) 商务仪式礼仪 (9) 商务实务礼仪	(1) 学习和把握商务礼仪的概念、本质和功能,了解商务人员礼仪修养等知识。 (2) 学习和把握商务人员职业形象塑造中的商务人员的个人礼仪,仪容仪表的主要内容和基本规范; (3) 学习和把握商务人员见面礼仪的基本概念与种类等陈述性知识; (4) 把握商务人员接打电话、商务接待、商务拜访不同场合的礼仪中的方法、程序和注意事项; (5) 规范商务宴请礼仪中的相关技能活动; (6) 学习和把握商务办公礼仪中的方法、时机、规矩和注意事项; (7) 学习和把握商务会议、新闻发布会、展览会等 不同商务会议场合的礼仪中的方法 (8) 了解开业仪式、商务剪彩仪式等不同商务会议场合的礼仪中的注意事项。

		(9) 理解商务实务礼仪中的具体方法和相关技能活动
商务情景评判 (152)	(1) 商务情景评判概述; (2) 职业形象礼仪; (3) 商务办公礼仪; (4) 商务接待与拜访礼仪; (5) 商务活动礼仪; (6) 商务宴请礼仪; (7) 商业服务礼仪 (8) 求职礼仪;	(1) 能在熟练掌握商务形象礼仪、日常会面礼仪、电话礼仪、接待礼仪、会务礼仪、宴请礼仪、涉外礼仪等内容 (2) 找出所给商务情景中违背礼仪规范之处,并选出正确做法。
广告文案 (86)	(1) 文字广告文案概述; (2) 文字广告文案撰写背景; (3) 广告媒体的确定与分析; (4) 广告诉求分析; (5) 广告主题策划; (6) 广告标题设计; (7) 文字广告正文的撰写 (8) 广告口号的撰写;	(1) 能根据背景资料撰写一份营业推广策划方案,要求格式正确、主题明确、内容完整。 (2) 掌握广告文案的具体内容必须包括活动主题、目标、对象、时间、场所、活动内容与方式、宣传与广告配合方式、实施安排、费用预算等方面。

(2) 选修课

课程名称 (学时)	主要内容	能力要求
会计基础实务 (30)	(1) 原始凭证的填制; (2) 记账凭证的编制; (3) 会计账簿的登记; (4) 会计报表的编制;	(1) 了解原始凭证的填制要求; (2) 学会填制常用原始凭证; (3) 系统掌握原始凭证的审核; (4) 了解记账凭证的填制要求; (5) 学会填制常用记账凭证; (6) 系统掌握记账凭证的审核 (7) 在经济活动实践中学会编制会计账簿,进行对账,结账; (8) 能够编制会计报表

现代推销实务 (30)	(1) 推销的基本知识; (2) 推销的环境因素; (3) 推销员素质要求与推销基本礼仪; (4) 推销准备与策划; (5) 推销的方式与模式; (6) 推销的心理; (7) 顾客接近技术与说服技巧; (8) 推销洽谈技术; (9) 异议处理技术; (10) 推销成交技术; (11) 推销的管理。	(1) 熟悉推销工作过程中的各种环境因素构成; (2) 具有一定的推销员素质; (3) 懂得推销的基本礼仪; (4) 掌握推销工作流程中各个业务环节的基本技术; (5) 熟悉行业产品推销技巧; (6) 具有说服顾客的能力; (7) 具有推销洽谈的能力; (8) 具有异议处理的能力; (9) 能进行推销的管理。
----------------	---	---

2. 专业技能（方向）课程及教学要求

(1) 必修课

课程名称 (学时)	主要内容	能力要求
专业理论综合一 (241)	江苏省普通高校对口单独招生市场营销类专业综合理论考试大纲中基础会计、经济法、电商部分的相关内容	达到对口单招综合理论测试的要求
专业综合理论二 (182)	江苏省普通高校对口单独招生市场营销类专业综合理论考试大纲中市场营销学、国贸部分的相关内容	达到对口单招综合理论测试的要求
营业推广策划 (140)	江苏省普通高校对口单独招生市场营销类专业综合技能考试大纲中广告策划部分的相关内容	达到对口单招综合理论测试的要求
顶岗实习 (6W)	中等职业学校市场营销专业顶岗实习标准相关的内容	具备化妆品营销、汽车营销等专业方向的岗位工作能力。

(2) 选修课

课程名称 (学时)	主要内容	能力要求
助理营销师资格证(化妆品营销) (70)	助理营销师资格证考证内容	达到取得助理营销师资格证的要求
专业综合拓展 (30)	江苏省普通高校对口单独招生市场营销类专业综合理论考试大纲中市场营销学部分	达到对口单招综合理论测试的要求

	的相关内容	
--	-------	--

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（入学教育与军训）	1	1
二	20	18		1	1
三	20	18		1	1
四	20	18	1（助理营销师资格证考证）	1	1
五	20	18	1（会计基础实务实训）	1	1
			1（现代推销实务实训）		
			1（商务情景评判实训）		
			1（商品推广活动策划实训）		
			1（专业综合拓展实训）		
六	20	18	6（顶岗实习）	1	1
			1（毕业教育）		
			1（劳动教育）		
总计	120	108	12	6	6

(二) 教学安排建议

见附件：市场营销专业（对口单招）教学进程安排表

八、实施保障

(一) 专业教师

1. 师德师风

教师应具有良好的师德师风，立德树人、关爱学生，争做有理想信念、有道德情操、有扎实知识、有仁爱之心好老师，树立坚定的职业信念，在教育教学岗位上爱岗敬业、因材施教、以爱育爱，呕心沥血，展示出默默奉献的职业精神。

2. 专业能力

(1) 专业带头人应能够较好地把握相关行业、专业发展态势，了解行业企业对本专业人才的实际需求，潜心课程教学改革，教学水平高、专业研究能力强，能组织开展具有一定规模的示范性、观摩性教研活动，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

(2) 专任专业教师应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，具有较强的实践技能示范和传授能力；熟练掌握信息化教学手段，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。

(3)“双师型”教师应取得符合《江苏省中等职业学校“双师型”教师非教师系列专业技术证书目录(试行)》文件规定的职业资格或专业技术职称。兼职教师须经过教学能力专项培训，并取得合格证书。

3. 团队建设

专任专业教师与在籍学生之比不低于 1:36，本科以上学历不低于 90%，研究生学历(或硕士以上学位)不低于 5%，高级职称不低于 15%，获得与本专业相关的高级工以上职业资格不低于 60%，或取得非教师系列专业技术中级以上职称不低于 30%；兼职教师占专业教师比例 10%~40%，其中 60%以上具有中级以上技术职称或高级工以上职业资格。建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师团队能力结构。

(二) 教学设施

1. 专业教室

专业教室应符合国家、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，配备符合要求的安全应急装置和逃生通道；建有智能化教学支持环境，满足信息化教学的必备条件；具有体现行业特征、专业特点、职业精神的文化布置。

2. 实训(实验)基本条件

(1)校内实训(实验)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	处理器(CPU)主频 \geq 2.0GHz； 内存 \geq 4GB； 硬盘容量 \geq 500G； 显示器尺寸 \geq 19英寸； 操作系统 Win7 及以上。

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	—

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）校外实训基本条件。具有 3 个以上稳定的校外实训基地，满足中等职业教育市场营销专业顶岗实习标准的要求，能提供专业认识实践活动和化妆品营销等实训活动。能校企合作共同制定实习方案，实训实施设备齐全，实训岗位及指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

（三）教学资源

1. 教材

学校应建立严格的教材选用制度，按照国家和省有关规定，发挥专业教师、行业专家和教研人员等作用，规范教材遴选程序，保证选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献资料

配备装备制造行业政策法规、行业标准、行业规范以及市场营销、基础会计、电子商务、商务礼仪等专业技术类图书和实务案例类图书及市场营销类专业学术期刊

3. 数字资源

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

九、质量管理

（一）编制实施性人才培养方案

依据上级教育部门发布的专业指导性人才培养方案，开展专业调研，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

1. 按照立德树人的要求，注重学生关键能力和必备品格的培养，主动对接经济社会发展需求，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，推进专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。

2. 落实教育部办公厅《关于印发〈中等职业学校公共基础课程方案〉的通知》精神，开足开好必修课程。选修课程的教学内容、学时（学分）安排，要结合专业特点有针对性的选择确定。

3. 制定课程实施性教学要求

①学校应依据国家专业教学标准、省专业指导性人才培养方案、国家和省相关课程标准，制订相应专业的公共基础课程、专业（技能）课程实施性教学要求，呈现在“六、课程设置及教学要求（二）主要课程实施性教学要求”中，并参照相应课程标准的体例格式，编写完整的“市场营销课程实施性教学要求”，作为实施性人才培养方案的附件。

②课程实施性教学要求必须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，兼顾中高职课程衔接，合理确定课程教学目标，科学选择教学内容，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必须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。

（二）推进教育教学改革

1. 强化基础条件。持续做好师资队伍、专业教室、实训场地、教学资料等建设工作，提高专业教学的基础条件，丰富并优化课程资源，为提高人才培养质量创造良好的教学环境。

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，提高人才培养的质量。

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，联合行业企业专家，体现新技术、新工艺、新规范，引入典型生产案例，联合开发校企合作开发工作手册、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，将企业车间转变为教室、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）严格毕业资格认定

落实培养目标和培养规格，完善学习过程监测、评价与反馈机制，强化实习、实训等实践性教学环节。按照全过程管理与考核评价，本专业学生的毕业资格要求为：

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，操行评定合格；
2. 修完全部规定课程，完成所有教学环节，成绩全部合格；
3. 参加毕业考试（省中等职业学校学生学业水平考试可视同毕业考试），成绩合格；
4. 完成毕业考核项目（综合实践项目考评、作品展示、顶岗实践成果报告等），成绩达到合格以上水平。在校期间参加各类技能大赛、创新大赛并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，视同毕业考核项目成绩为合格、优良、优秀；
5. 取得助理营销师资格证书。

十、编制说明

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》（教职成〔2019〕13号）、教育部《中等职业学校市场营销专业教学标准（试行）》和《江苏省中等职业教育市场营销专业指导性人才培养方案》等编制。

审批表

校 党 组 织 审 定 意 见	<div>同意</div> <div>分管教学领导签字:</div> <div>学校党组织负责人签字:</div> <div>张松印</div> <div>张伟印</div> <div>2021 年 11 月 5 日</div>
市 职 教 教 研 机 构 审 定 意 见	<div></div> <div>盖章</div> <div>年 月 日</div>
市 教 育 局 审 批 意 见	<div></div> <div>盖章</div> <div>年 月 日</div>

附件

市场营销专业（对口单招）教学进程安排表

课程类别	序号	课程设置	学时数与学分			课程教学各学期周数与学时										课程学时占总学时百分比				
			总学时数	其中		学分	一		二		三		16周	2周	10周		6周			
				讲授	实验 (实训)		17周	18周	17周	18周	17周	16周								
公共基础课	必修课	1	思想政治	140		8	2	2		2		2						47.1%		
		2	语文	384		22	4	4		4		4		4						
		3	数学	384		22	4	4		4		4		4						
		4	英语	384		22	4	4		4		4		4						
		5	体育与健康	192	34	158	11	2	2		2		2		2					
		6	历史	70	22	48	4	2	2											
		7	信息技术	68	20	48	4	4												
		8	艺术	35	8	27	2	1	1											
		9	劳动教育	30		30	1												1W	
选修课	1	物理和化学	35	22	13	2	1	1												
	小计		1722	1398	324	98	24		20	16		14		14		1W				
专业课	专业核心课	必修课	1	基础会计	157	100	57	9	5	4									48.76%	
			2	经济法基础	72	60	12	4		4										
			3	电子商务基础	72	72		4												
			4	市场营销学	264	200	64	15		5		6								
			5	国际贸易基础与实务	68	54	14	4	4											
			6	商务礼仪	72	62	10	4					4							
			7	商务情景评判	152		152	7					2		2	1W	2			
			8	广告文案	86		86	5							2		2			
			1	会计基础实务	30		30									1W				

[illegible]