

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	2022 年 6 月

江苏省武进中等专业学校

市场营销专业实施性人才培养方案

一、专业名称及代码

专业类名称及代码：工商管理类（代码：7306）

专业名称及代码：市场营销（730602）

专业化方向：调查推广、展示销售

适用年级：2022 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、互联网、信息技术、商务服务业等生产经营服务类企业的业务销售、营业员、营销员、电子商务、商务服务、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：

表 1 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）	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）	商务营销 （14）	营销员 （4-01-02-01） 商品营业员 （4-01-02-03） 摊商 （4-01-02-04） 理货员 （4-02-06-02）	助理营销师（三级） 连锁企业门店运营 管理（初级） 新媒体营销（初级） 网店运营推广（初 级）	高职： 市场营销、连 锁经营与管 理、商务管 理、工商企业 管理等	本科： 市场营销、 企业数字化 管理、电子 商务等

五、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，落实立德树人根本任务，以学习者综合素质和行业通用能力培养为基础，以专业核心能力培养为重点，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，又能适应商务营销线上线下和产业链上下游融合发展对复合型技术技能人才的需求，具有较强职业适应能力和可持续发展能力，能胜任批发零售、商务管理与服务、商务信息技术服务等一线工作的

高素质劳动者和复合型技术技能人才。

六、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. 具有社会责任感，履行公民义务，行使公民权利，维护社会公平正义。具有较强的法律意识和良好的道德品质，遵法守纪、履行公民道德规范和中职生行为规范。

3. 具有扎实的文化基础知识和较强的学习能力，具有从事商务服务和营销工作的情怀，为专业发展和终身发展奠定坚实的基础。

4. 具有理性思维品质，崇尚真知，能理解和掌握基本的科学原理和方法，能运用科学的思维方式认识事物、解决问题、指导行为。

5. 具有良好的心理素质和健全的人格，理解生命意义和人生价值，掌握基本运动知识和运动技能，养成健康文明的行为习惯和生活方式，具有健康的体魄。

6. 具有一定的审美情趣和人文素养，了解古今中外人文领域基本知识和文化成果，能够通过1~2项艺术爱好，展现艺术表达和创意表现的兴趣和意识。

7. 具有积极劳动态度和良好劳动习惯，具有良好职业道德、职业行为，形成通过诚实合法劳动创造成功生活的意识和行为，在劳动中弘扬劳动精神、劳模精神和工匠精神。

8. 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。

9. 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。

10. 具备质量意识、环保意识、安全意识、创新思维。

（二）知识能力

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商务服务、门店销售、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。

（三）职业能力（职业能力分析见附件 1）

1. 行业通用能力

行业通用能力是从业人员跨入某大类行业必须具备的基于各行业的共同基础能力，是形成高水平职业能力的前提，是职业发展的基石，是高质量完成一线工作任务的基本保证。本专业类着眼于复合型人才培养，参照国家职业标准、职业技能等级标准（商务营销类）初级水平，按照夯实专业发展基础、强化职业素养培育的要求，建构专业类通用的基础知识和基本技能，形成本专业类中职学生跨入商务服务行业应具备的通用能力。具体为：

（1）了解商务服务行业相关的政策和法规，以及现代营销和商务信息技术服务等服务发展趋势，能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。

（2）掌握市场营销 4PS 等基本理论知识和一般商务洽谈技巧，具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。

（3）掌握电子商务的基本类型和特点，以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程，具备线上沟通协作和赢得客户的能力，会正确建立和处理客户关系，能利用电话、网络等工具联络客户。

（4）了解商务数据的主要来源和财务基础知识，能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析，会进行基本的会计核算。

（5）爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和强烈的服务意识。

2. 专业核心能力

（1）了解消费者购买商品的心理过程，会根据消费者个性、心理特征和社会文化等方面影响因素，引导消费购买行为，具备消费心理分析能力。

（2）了解采购供应、鉴定分类、出入库、包装、储运、盘点和保管等相关业务知识，能对商品进行养护、保管，具备商品管理运维能力。

（3）能结合营销主题、目的、对象、场所、时间的不同情况，撰写具有针对性的策划文案，并运用合理的推广手段和经费预算组织实施，具备营销策划实施能力。

（4）熟悉商务谈判的“计划与组织、开局与磋商、报价与还价、结束与签约”等环节的知识和技能，了解国际商务谈判的常识，具备商务谈判的基本能力。

3. 职业特定能力

（1）调查推广：会根据调查目标确定调查内容和设计问卷，选择适合的调查方式和方法，制订方案和组织实施，会撰写调查报告及预测；会对品牌核心价值进行提炼，准确塑造品牌个性和定位内涵，能分析、评价品牌推广的活动效果，具备基本的市场调查和品牌推广的能力。

（2）展示销售：会根据店面布局进行相应的产品陈列，会利用色彩、道具、照明等营造良好的销售氛围，能够进行价签维护和海报宣传；会营业布置和操作准备，能判断顾客购买意图，并善于用合适的推介方法及准确的语言完成销售流程，具备常见的商品展示和销售推介的能力。

4. 跨行业职业能力

(1) 具有适应岗位变化的能力, 能根据职业技能等级证书制度, 取得跨岗位职业技能等级证书。

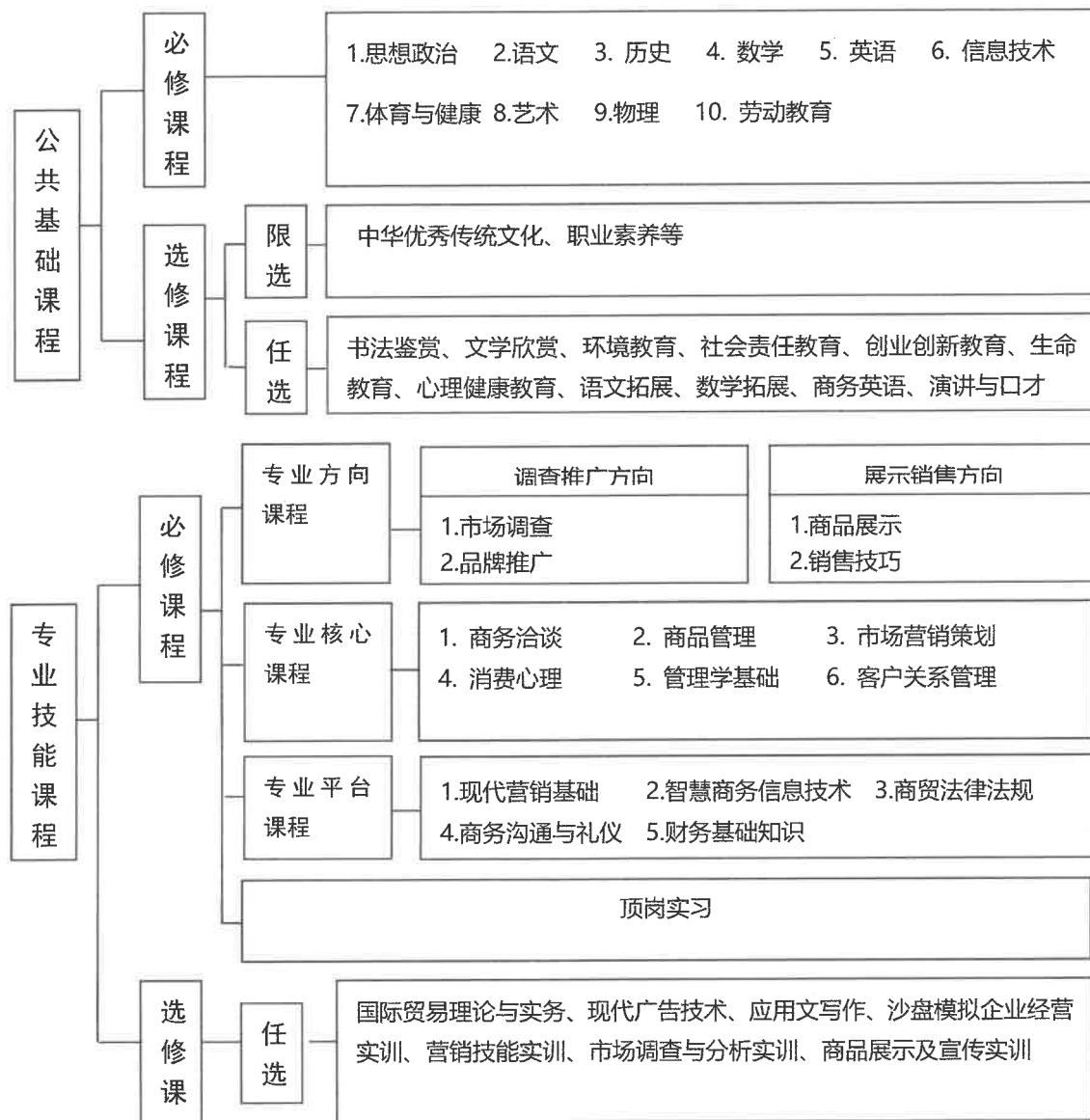
(2) 具有创新创业能力。

(3) 具有一线生产管理能力。

七、课程设置及教学要求

(一) 课程结构

适应复合型人才培养的要求, 以公共基础课程为学习起点, 建构“类平台课程+核心课程+方向课程”的专业课程体系, 形成课程结构图。



(二) 主要课程与教学要求

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。(详见表7 教学进程安排表)

1. 公共基础课程教学要求

依据教育部颁发的《中等职业学校公共基础课程方案》和各科目教学标准，结合本专业类特点和教学要求，形成本专业类公共基础课程的课程设置及教学要求，具体见表2。

表2 公共基础课程设置与教学内容要求

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见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，包括劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育。	18

2. 主要专业（技能）课程教学要求

（1）专业类平台课程

依照本专业类行业面向和职业面向(江苏省中等职业教育行业及职业面向分析表),对接国家职业标准(初级)和职业技能等级标准(初级),突出商务服务业涉及的基础知识、基本技能和职业操守,兼顾职业道德、职业基础知识、安全知识、相关法律法规知识,建立专业类各专业通用的学习内容分析表,确定中职学生跨入商务服务行业所必备的基础知识、服务常识和基本技能、职业素养。(具体见附件2)

服务商务营销线上线下融合、商务服务业数字化发展等对复合型人才的需求,本专业类从数字商务的视角出发,以线上、线下商务服务为主线,基于现代营销知识、商务数字要素、电子商务技术以及相关职业知识、工作领域和工作要求,根据中职的学习特点和目标定位,兼顾中高职培养衔接,依据行业通用能力和专业类通用学习内容分析表,设置专业类平台课程,具体见表3。

表3 专业类平台课程设置及内容与能力要求

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
现代营销基础 (180学时)	(1) 现代营销认知; (2) 环境调查分析; (3) 消费心理入门; (4) 目标市场探寻; (5) 产品策略分析; (6) 价格应对调整; (7) 渠道模式采用; (8) 线下线上促销	(1) 了解营销的产生和发展过程,了解传统商品交易和电子商务交易过程的三个阶段、四个基本“流”,以及人类商品交易模式的变化; (2) 理解市场、市场营销、营销组合的概念,能辨析各种营销观念的特征;掌握电子商务的定义,了解其功能特性、系统构成,能区分传统商务与电子商务; (3) 了解营销观念的新发展类型,以及电子商务的发展趋势;了解移动电子商务的概念、特点及服务内容;了解跨境电子商务的概念及分类; (4) 了解市场营销环境的概念及特性,能区分宏观环境与微观环境,理解环境因素对企业营销活动的影响;理解寻求市场机会的方法与途径,了解调节市场需求的策略; (5) 了解市场调查的概念和种类,理解市场调查的重要性,熟悉市场调查的基本流程; (6) 了解营销心理发展的四个阶段,以及消费者购买商品的心理过程,理解其需要和动机;了解消费者购买行为的模式及影响因素,理解消费者购买决策过程; (7) 了解市场细分的概念和意义,理解细分的依据及有效条件;了解市场择优的评价标准和具体战略,了解市场定位的概念和步骤; (8) 理解产品策略的含义,掌握产品的组合与品牌策略;了解包装策略,理解产品生命周期策略、新产品开发和推广策略等; (9) 理解价格策略的含义,了解产品定价的目标、方法和具体策略,以及初识价格变动的措施; (10) 理解分销渠道的含义,能辨析消费者与生产者市场的不同分销形式,能区分渠道的长度和宽度策略;了解中间商的类型,理解影响分销渠道选择的因素; (11) 理解商务模式的概念及特征,掌握B2B、B2C、C2C、O2O电子商务模式的概念、分类、运作流程及赢利模式; (12) 理解促销策略的含义,掌握促销的作用,了解线下

		线上促销的方式、特点和内容
智慧商务信息技术 (144 学时)	(1) 网络商务信息概述; (2) 商务文字信息采集与处理; (3) 商务图片信息采集与处理; (4) 商务视频拍摄与处理; (5) 商务网站设计与制作; (6) 商务数据分析与应用	(1) 了解网络商务信息的概念和类型,掌握网络商务信息的特点和分级; (2) 了解商务文档的排版格式,能使用搜索引擎等工具收集商务文字信息,能用Word工具对商务文字进行排版设计,制作商业文书; (3) 了解数码相机的基本操作技巧,能利用数码相机采集商务图片信息,了解Photoshop等常用图像处理软件的功能和特点,掌握商务图片合成与处理的方法,能对商务图片进行优化处理; (4) 了解商务平台对商品视频的要求,能正确选择拍摄器材与处理软件,掌握视频拍摄与剪辑技巧,能按照电子商务平台对视频的要求,完成商品视频的拍摄和处理工作; (5) 了解商务网站的风格及特点,掌握网页设计与制作软件的使用方法,熟悉商务网页布局、制作、美化修饰的方法和技巧; (6) 了解商务数据分析的基本概念和方法,了解商务数据的主要来源,熟悉商务数据的采集工具,掌握商务数据采集方法,能对商务数据进行清洗,能运用Excel等工具对商务数据进行统计与分析。
商贸法律法规 (72 学时)	(1) 法律基础知识; (2) 中华人民共和国消费者权益保护法; (3) 中华人民共和国商标法; (4) 中华人民共和国反不正当竞争法; (5) 中华人民共和国产品质量法; (6) 中华人民共和国广告法; (7) 中华人民共和国价格法; (8) 商贸常用法律法规。	(1) 了解法的概念与特征,理解法律的效力范围,以及解中国特色的社会主义法律体系构成; (2) 了解消费者的权利和经营者的义务,以及国家对消费者合法权益的保护;了解消费者的构成,掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径; (3) 理解商标的概念和种类,了解不能作为商标、注册商标使用的标志;了解商标专用权人的权利,以及商标权的法律保护; (4) 掌握不正当竞争行为的概念,了解不正当竞争行为的内容,以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施; (5) 了解生产者、销售者的产品质量责任和义务,以及相关的损害赔偿条款; (6) 了解广告的内容准则和行为规范; (7) 了解经营者的价格行为和政府的定价行为,理解中华人民共和国价格法中的商品价格和服务价格的区别,了解市场调节价、政府指导价和政府定价的概念; (8) 了解民法典(第三编合同)、公司法、劳动法、社会保险法、劳动合同法、环境保护法等法律法规,理解其中的概念、种类及其应用等。
商务沟通与礼仪 (72 学时)	(1) 语言沟通; (2) 非语言沟通; (3) 书面沟通; (4) 商务形象礼仪; (5) 商务交际礼仪; (6) 商务通信礼仪; (7) 商务仪式礼仪; (8) 涉外商务礼仪。	(1) 能根据不同的时间点、不同的沟通对象,选择合适的沟通话题,培养礼貌待人、真诚待人的沟通习惯;熟悉商务推销的步骤和常用技巧;了解商务谈判的概念、特征、原则,能运用商务谈判的策略和技巧进行商务谈判; (2) 了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用,了解目光、微笑、手势等体态语言,会用体态语言来表情达意; (3) 了解书面沟通的概念及优缺点,掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧,能进行常用商务文书的写作;

		<p>(4) 具有一定的审美能力,能结合自身特点修饰仪容仪表,注重自身形象塑造,具有良好的职业形象;</p> <p>(5) 掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范,会以正确的方式表达对别人的尊重;了解宴请的程序和规范,能得体地遵守中西餐宴会礼节;</p> <p>(6) 能使用电话、手机、短信、网络等手段,有礼貌地进行商务沟通;</p> <p>(7) 了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范;</p> <p>(8) 了解东西方文化及礼仪差异,了解主要国家礼仪风俗及禁忌,能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范</p>
财务基础知识 (72 学时)	<p>(1) 会计概述;</p> <p>(2) 会计科目和会计账户;</p> <p>(3) 复式记账与借贷记账法;</p> <p>(4) 企业主要经济业务核算;</p> <p>(5) 会计凭证填制与审核;</p> <p>(6) 会计账簿设置与登记;</p> <p>(7) 财产清查;</p> <p>(8) 会计报表编制;</p> <p>(9) 企业资金经营与管理体验。</p>	<p>(1) 了解会计的产生与发展,掌握会计的概念与基本职能,理解会计的目标与任务;</p> <p>(2) 理解会计对象、会计要素、会计恒等式、会计科目、账户等基本含义;理解会计日常工作,掌握会计要素的确认,以及账户的结构与分类;</p> <p>(3) 理解复式记账法、借贷记账法、会计分录等基本含义,会进行试算平衡,掌握会计分录的编制要领;</p> <p>(4) 熟悉企业的主要经济业务类型,理解各账户的核算内容,会设置账户及核算主要经济业务;</p> <p>(5) 理解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容,会填制原始凭证和记账凭证;</p> <p>(6) 理解建立会计账簿的意义,了解会计账簿的基本内容,掌握建账步骤和登记账簿的具体方法;</p> <p>(7) 理解财产清查的概念,了解其意义、种类和清查内容;了解永续盘存制和实地盘存制的含义,以及财产清查的基本程序和不同种类财产清查的方法;</p> <p>(8) 理解财务报表的含义、作用和分类,掌握财务报表编制的基本要求;理解资产负债表与利润表的编制基础和结构,能根据数据计算出经营成果;</p> <p>(9) 会运用企业财务软件或企业运营软件,熟悉企业资金的周转环节,体验资金经营与管理。</p>

(2) 主要专业核心课程和专业方向课程

各专业在做好行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研,以及分析产业发展趋势和行业企业人才需求,形成本专业调研报告的基础上,通过基于职业标准的职业分析(参照本方案中的通用学习内容分析表)和基于岗位规范的岗位分析(“职业能力分析表”),明确本专业面向的职业岗位(群)所需要的知识、能力、素质,确定本专业的专业核心课程和专业方向课程,并紧跟产业发展趋势和行业人才需求,对接职业技能等级证书(“X”证书),更新课程教学内容。

课程设置和内容选择的总体要求:遵从体系架构、保持各科独立;力求规范严谨,强调科学合理;坚持育人为本、推进课程思政;注重书证融通、彰显职教特色;强化实践教学、促进知行合一。

表4 主要专业平台和核心课程教学要求

课程名称 (课时)	主要内容	应具备的能力要求
商品管理 (72 学时)	(1) 商品采购; (2) 信息收集; (3) 商品鉴定; (4) 商品包装; (5) 商品储运; (6) 商品养护	(1) 了解商品采购的相关知识,能按照采购计划进行商品采购; (2) 了解供应商的类型,能准确地收集供应商的相关信息; (3) 掌握选择供应商的方法,能熟知供应商综合评价指标体系; (4) 了解商品的性质、质量、标准、鉴定、分类方法,能对商品进行全面的质量管理; (5) 了解商品包装的含义及种类,会根据不同材料的特点,正确选用包装; (6) 了解商品储存的含义及功能,了解商品出入库的程序及要求,能进行库存管理; (7) 了解运输的概念和功能,能分析各类运输方式的特点,会根据不同的商品,选择恰当的运输方式; (8) 了解商品质量的变化,掌握防霉腐、防虫害、保鲜防锈的方法,能运用具体的养护技巧; (9) 了解食品、服装、日用百货、家用电器等常见商品的属性,能进行恰当的分类养护
营销策划 (72 学时)	(1) 营销策划认知; (2) 营销策划的主题和目的; (3) 营销策划的对象、场所和时间; (4) 营销策划的内容; (5) 营销策划的运作; (6) 策划的注意事项及费用预算; (7) 广告文案认知; (8) 广告文案策划	(1) 掌握营销策划的含义、原则,了解营销策划的主要类型,能熟知策划方案的写作要求; (2) 了解策划文案主题的撰写原则,能运用以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种营销策划方法; (3) 掌握营销活动不同时期的推广目标,能区分新产品与老产品的推广目标的差异; (4) 了解推广对象的界定,能恰当的选择推广场所和时机; (5) 掌握常规的推广方式,能列举创新的推广方式; (6) 了解推广工具的类型和现场布置要点,明确活动部门及人员的分工; (7) 了解商品推广期间的注意事项,能熟悉活动现场的控制要求; (8) 掌握推广活动费用预算的各模块构成,能合理制订预算; (9) 了解广告媒体的类型、优缺点、适用性,了解广告诉求的定义、方法,能根据营销推广目标选择合适的广告媒体; (10) 熟悉广告标题的类型,了解广告口号和随文的作用,能设计生动、有创意的广告正文
消费心理 (72 学时)	(1) 消费者个体认知; (2) 消费者个性心理与购买决策; (3) 社会文化与消费行为; (4) 营销组合与消费心理; (5) 营销传播与消费心理	(1) 了解消费者的感觉与知觉、记忆与学习、情感与态度、想象与思维,能复述其规律、影响因素和特点; (2) 了解消费者的个性的含义、构成部分,能概括消费者个性心理特征与消费行为的差异; (3) 了解消费者的气质、性格特征规律,能清楚消费者的能力、兴趣、需求在购买行为中的作用; (4) 了解消费者的需要层次和购买动机的类型,掌握购买决策过程,能归纳影响消费者购买决策的因素; (5) 掌握社会群体对个体消费行为的影响,了解社会阶层

		<p>划分方法,能熟悉家庭生命周期不同阶段的消费行为表现;</p> <p>(6)掌握文化对消费行为的影响,了解时尚的特征,能概括消费习俗、人口特征、购买情境对消费心理及消费行为的影响;</p> <p>(7)了解商品命名、品牌包装的心理功能,了解价格、渠道、促销对消费心理的影响,能根据消费心理与行为特点选择适合的产品、价格、分销、促销策略;</p> <p>(8)了解口头传播的概念,能根据口头传播的特征开展营销活动,了解意见领袖传播的特征,能恰当运用意见领袖开展营销活动</p>
商务洽谈 (72 学时)	<p>(1) 商务谈判概论;</p> <p>(2) 谈判计划与组织;</p> <p>(3) 谈判开局策略;</p> <p>(4) 谈判磋商策略;</p> <p>(5) 报价还价策略;</p> <p>(6) 结束技巧与签约;</p> <p>(7) 国际商务谈判</p>	<p>(1)了解商务谈判的构成要素、地位、功能和类型,熟悉商务谈判的模式,能描述谈判信息搜集的来源、时间管理的要点和场所布置的技巧;</p> <p>(2)了解制订商务谈判计划的意义,熟悉谈判计划的主要内容和制订过程;</p> <p>(3)掌握商务谈判人员的选择与分工,熟悉谈判人员的素质与能力要求,了解并能复述对谈判人员的监督与激励机制;</p> <p>(4)了解开局气氛建立的必要性,掌握谈判开局的策略,能运用开局的方式与原则,取得良好的商品谈判效果;</p> <p>(5)了解谈判磋商阶段应遵循的原则,掌握较量过程中的威胁与僵局化解技巧,会灵活运用策略打破谈判僵局;</p> <p>(6)了解报价的基本要求和原则,掌握报价的策略;掌握还价的方法,能灵活选用价格谈判策略,取得主动权;</p> <p>(7)了解结束谈判的时机,掌握结束谈判的策略,理解达到合作的条件,能说出合作的主要方式;</p> <p>(8)掌握商务合同的签订内容,能说出合同的签订流程,了解合同效力认定,合同的担保和保全,合同的变更、转让和终止,能明确违约责任的承担以及处理纠纷;</p> <p>(9)了解国际商务谈判的概念,了解文化差异对国际商务谈判的影响,熟悉国际商务谈判过程中不同阶段的特点,能说出不同的谈判策略</p>
客户关系管理 (36 学时)	<p>模块一 客户关系建立</p> <p>(1) 判断潜在客户</p> <p>(2) 寻找潜在客户</p> <p>(3) 客户价值分析</p> <p>模块二 客户关系定位</p> <p>(1) 客户信息档案管理</p> <p>(2) 客户信息分析</p> <p>(3) 客户细分</p> <p>模块三 客户关系维护</p> <p>(1) 客户体验管理</p> <p>(2) 客户忠诚管理</p> <p>(3) 大客户服务管理</p> <p>模块四 客户关系修复</p> <p>(1) 客户满意度管理</p> <p>(2) 客户投诉管理</p> <p>(3) 流失客户挽回</p>	<p>(1)了解客户类型;掌握判断、寻找潜在客户的方法;能正确判断、识别潜在客户;掌握客户价值区分方法;能够简单分析客户的价值;</p> <p>(2)了解客户信息的内容及对企业的重要意义;了解客户信息分析的目的、内容;掌握客户信息分析的工具-数据库;掌握客户细分的方法;</p> <p>(3)能够设计客户档案信息表,建立完善客户信息档案;能够对客户进行合理的分类及利用客户档案来进行客户管理工作;</p> <p>(4)掌握客户体验管理的理论和方法;了解客户忠诚度的相关理论;能找出影响客户忠诚度的关键因素;掌握大客户服务策略;能够设计客户体验方案;能够熟练运用客户忠诚度的相关策略;</p> <p>(5)了解客户满意的概念及其衡量的指标;了解客户投诉的概念及客户投诉的原因;了解客户流失的常见情况;掌握挽回流失客户的方法;能够有效实施客户满意度调查;能够正确处理客户投诉;能够正确分析客户流失的原因;</p> <p>(6)能根据客户满意度的测评,找到影响客户满意度的因素和提高客户满意度的途径。</p>

现代广告技术 (36 学时)	<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; (10) 具有对广告活动及创意的鉴赏和评价能力; (11) 具有简单广告文案写作的能力; (12) 能独立进行广告媒体的选择; (13) 具有一般性广告活动的策划能力; (14) 能对广告实施效果进行有效的评价。
国际贸易理论与实务 (36 学时)	<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 (7) 国际贸易实务概述; (8) 国际贸易术语; (9) 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; (10) 国际贸易准备; (11) 交易磋商和订立合同、履行合同和违约处理; (12) 经销、代理和寄售、招标、投标和拍卖; (13) 加工贸易和对等贸易、租赁贸易、期货贸易。 	<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。 (6) 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; (7) 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; (8) 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。
管理学基础 (36 学时)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 走进管理 (2) 认识管理者 (3) 管理理论的历史演变 (4) 目标的确立 (5) 计划的编制 (6) 时间管理 (7) 组织 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 了解管理的含义、特征以及管理的性质; 初步了解组织的四大基本职能; 选择合适的方法进行组织管理 (2) 理解管理者的含义并能对管理者进行正确的分类; 阐释不同的层次不同领域管理者的职责; 辨析道德管理的特征和影响因素 (3) 理解各个时期管理理论的代表人物和主

	<p>(8) 组织文化</p> <p>(9) 组织变革</p> <p>(10) 领导</p> <p>(11) 激励</p> <p>(12) 沟通</p> <p>(13) 控制</p> <p>(14) 冲突管理</p> <p>(15) 管理创新</p>	<p>要观点；运用人际关系理论进行组织管理；为所在组织创建“学习型组织”提高建设性意见</p> <p>(4) 了解目标的含义和目标确立的原则；制定适应组织发展要求的目标；在进行目标管理活动中遵循它的基本过程</p> <p>(5) 了解计划的含义和类型；分析影响计划有效性的因素；简析计划编制的程序</p> <p>(6) 了解时间管理的意义；审视以往时间管理的误区，并在今后的工作中加以避免；灵活运用时间管理方法进行工作安排</p> <p>(7) 了解组织和组织职能的含义；分析组织结构设计的影响因素；为所在企业组织结构设计提供合理建议</p> <p>(8) 了解组织文化的内涵和特征；分清组织文化的层次；为所在组织构建组织文化提供建议</p> <p>(9) 了解组织变革的含义和内容；分析组织变革的原因和变化去趋势；运用恰当的方法消解组织变革的阻力</p> <p>(10) 体会领导实质；辨别领导者与管理者的不同；正确运用领导艺术</p> <p>(11) 分析激励的过程；区分激励因素和保健因素；运用激励方法</p> <p>(12) 了解沟通的基本模式以及影响沟通的主要因素；选择合适的沟通方式并通过设计提高沟通活动的有效性；掌握解决沟通的障碍的方法</p> <p>(13) 识记控制的含义；结合管理实例阐述控制的过程；能在实际管理中运用控制方法</p> <p>(14) 了解冲突的二重性；分析冲突的过程；掌握冲突管理的方法</p> <p>(15) 描述管理创新的内涵；理解管理创新的过程；运用管理创新的方法</p>
<p>营销技能实训</p> <p>(50 学时)</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>(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</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>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>
沙盘模拟企业经营实训 (108 学时)	<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>
顶岗实习 (540 学时)	<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</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>

	<p>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>	
--	--	--

表 5 专业方向课程

①调查推广方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
市场调查 (72 学时+实训 1 周)	(1) 目标内容; (2) 方式方法; (3) 问卷方案; (4) 组织实施; (5) 报告分析; (6) 趋势预测; (7) 技能实训	(1) 掌握市场调查目标，能确定调查的对象; (2) 掌握社会环境、消费者、产品和市场营销活动等调查的内容，会根据不同需要组织不同内容的调查; (3) 了解文案调查法的概念和步骤，掌握实地调查法中的访问法、观察法和实验法的概念及优缺点，能熟悉和实施具体的调查步骤; (4) 了解普查、典型调查和重点调查的概念、优缺点，掌握抽样调查的步骤，能进行方法应用; (5) 了解问卷设计的概念和作用，掌握问卷的结构、设计原则，会按问卷设计的程序操作; (6) 了解市场调查方案的基本内容，掌握市场调查方案的编写方法，能运用实施方案; (7) 明确调查团队的组成及职责，熟悉市场调查的准备与实施，会市场调查过程的控制技巧; (8) 掌握整理市场调查资料的步骤，会统计图表的制作，会利用 Excel 对数据进行统计分析，熟悉市场调查书面报告的基本结构和内容要点; (9) 了解市场预测的概念、原理及内容，会运用市场预测的方法; (10) 会根据调研的需求，确立调研的对象和方法，能撰写调查问卷，推进调查活动和完成分析报告
品牌推广 (72 学时)	(1) 品牌认知; (2) 价值提炼;	(1) 了解企业文化及品牌内涵对企业发展和成长的作用，能明确企业品牌推广的整体要求;

	(3) 要素设计; (4) 定位展示; (5) 效果评价; (6) 推广传播; (7) 品牌忠诚	(2) 了解品牌管理的含义, 了解CI、VI执行方法, 能熟悉其流程; (3) 了解品牌核心价值的提炼方法, 会品牌个性塑造的技巧, 明确定位内涵; (4) 掌握品牌名称设计、品牌标识设计, 会运用品牌形象代表、口号、音乐进行包装设计; (5) 了解品牌定位的理论和原则, 能运用品牌个性化策略; (6) 了解POP、堆头展示的方式, 会进行产品推广活动; (7) 会分析、评价品牌推广活动的效果, 能够提出相关改进建议; (8) 了解本行业主要竞争品牌的推广手段, 能提出有针对性的合理建议, 了解和运用品牌传播策略; (9) 了解品牌忠诚的内涵、作用与影响因素, 能进行品牌忠诚测量; (10) 会根据企业现状, 优化品牌的定位, 进行有针对性的推广活动设计与实施
--	--	--

②展示销售方向

课程名称 (参考学时)	主要教学内容	能力要求
商品展示 (72 学时+实训 1 周)	(1) 基本概念; (2) 色彩搭配; (3) 展示道具; (4) 店铺照明; (5) 标牌价签; (6) 海报宣传; (7) 技能实训	(1) 掌握商品展示的基本概念, 能说出人的心理因素与商品展示的关系; (2) 了解商品展示设计的作用和发展趋势, 能概括商品展示的方式; (3) 掌握陈列与展示的方法, 能根据价格、规格、色彩、功能等不同商品属性特点进行相应陈列与展示; (4) 知晓放置商品的展示架和橱窗类型, 能充分运用人体模型、花卉摆台等不同道具进行商品陈列; (5) 了解商品展示的材料设计与意境设计, 能说出楼梯、界面与柱、装饰小品的展示作用; (6) 了解照明术语, 会利用光和影营造适销的氛围, 了解导买点, 会设计缓冲空间; (7) 掌握商品补货、价签维护等操作方法, 能充分运用细节进行商品展示; (8) 掌握 POP 设计, 能根据店铺的特定环境、位置, 布置海报宣传、广告灯箱与指示牌; (9) 会根据不同商品的特点和售卖环境背景, 进行恰当的展示和充分的宣传
销售技巧 (72 学时)	(1) 前期准备; (2) 卖场氛围; (3) 分类陈列; (4) 判断意向; (5) 商品推介; (6) 出具票据; (7) 协助交易	(1) 掌握营业前准备的各项操作, 能明确营业员身心素质的要求; (2) 了解零售卖场环境氛围的影响因素, 会进行卖场陈列设计; (3) 了解店面布局的基本原则、方法; 能按照商品分类进行相应的商品布局、陈列、展示; (4) 掌握迎接进店顾客的要领, 能说出判断顾客购买意图的方法; (5) 了解潜在客户开发的目标、渠道和技巧, 会挖掘顾客需求的技巧; (6) 了解商品推介的相关方法, 能找准卖点, 应用准确的语言向顾客介绍商品;

		(7) 掌握应对讨价还价、灵活化解异议、运用促销成交的技巧; (8) 掌握出具购物票据的方法, 能建立客户跟踪回访服务档案; (9) 了解维护顾客关系和解决售后投诉、退换货的方法, 会协助顾客办理完成交易后的相关手续
--	--	--

八、教学安排

(一) 教学时间安排

表 6 教学时间安排表

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 (军训实践)	1	1
			1 (专业认知与入学教育)		
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 (市场调查与分析实训/商品展示及宣传实训)		
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

表 7 教学进程安排表

课 程 类 别	序 号	课程名称	学时学分		课程教学各学期周学时													
			总学时	学分	一		二		三		四		五		六			
					18周	2周	18周	1周	18周	1周	18周	1周	18周	2周	18周	2周	18周	2周
公共基础课程	1	必修课程 思想政治	36	2	2													
	2		36	2			2											
	3		36	2					2									
	4		36	2							2							
	5		36	2										2				
	6	必修课程	198	11	4		3		2		2							
	7		180	10	3		3		2		2							
	8		180	10	3		3		2		2							
	9		180	10	2		2		2		2		2					
	10		108	6	2		4											
	11	必修课程	72	4	2		2											
	12		36	2					2									
	13		18	1	1													
	15		36	2			2											
	16		必修课程	36	2											2		
	17	36		2										2				
	18	36		2										2				
	小计			1296	72	19		21		12		10		10				
能 技	19	专业平	必修课程	财务基础知识	72	4	2		2									

九、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观体系，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，争做“四有”好老师。

2. 专业能力

本专业团队教师，具备中、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职教师 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. 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市场营销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；设计并展现出能体现现代商贸流通行业特征、专业特点、职业精神的图、物、文等各种形式的文化布置。

2. 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
市场营销综合实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	互联网接入或WiFi环境
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	市场营销模拟软件	1	/
	市场调查软件	1	/
	网络营销软件	1	/
	服务器	1	供安装软件和管理实训室
	1+X职业技能等级考试训练平台	1	参照行业标准
	交换机	1	互联网接入或WiFi环境
商品销售实训室	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	货架	8	/
	收银机	40	/
	商品销售及管理软件	1	互联网接入或WiFi环境
	门店运营管理软件	1	/
	收银台	40	/
	商品	若干	/
手工会计实训室	会计凭证、账簿、报表	40	/
	装订机、各种印章	10	/
	学生用计算机	40	互联网接入或WiFi环境
	基础会计模拟软件	1	/
	教学用计算机	1	安装教学管理系统
	智慧黑板（或投影设备和音响设备）	1	互联网接入或WiFi环境
	打印复印一体机	1	/
	实训工作台、椅	40	/
	手工会计实训资料	40	/
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，建立校外实习基地，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，择优选用国家推荐教材目录或《江苏省中等职业教育主干专业核心课程推荐教材目录》中规划教材，体现产业发展的新技术、新工艺、新规范。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

图书文献配备满足国家和省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，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。

十、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、社会责任教育、创业创新教育、生命教育、心理健康教育、语文拓展、数学拓展、商务英语、演讲与口才等。

（2）专业（技能）限选及任选课程：国际贸易理论与实务、现代广告技术、应用文写作、沙盘模拟企业经营实训、营销技能实训、市场调查与分析实训、商品展示及宣传实训等。

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3366，其中，公共基础课程（含军训）学时占比约为39.33%，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60.67%。课程设置中设选修课程，其学时数占总学时的比例约为13.01%。

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。

学分计算办法：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，包括专业教师、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的课程改革理念，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 184。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、连锁企业门店运营管理（初级）、新媒体营销（初级）、网店运营推广（初级）等（每一证书计 2 学分）。

十一、编制说明

（一）编制依据

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》（教职成〔2019〕13 号）、教育部《中等职业学校专业目录》（2021 版）、《中等职业学校公共基础课程方案》（教职成厅〔2019〕6 号），参考国

家标准化管理委员会《国民经济行业分类》（2019 修改版）、人力资源和社会保障部《中华人民共和国职业分类大典》（2015 版）、《江苏统计年鉴—2020》（<http://tj.jiangsu.gov.cn/2020/indexc.htm>）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。

（二）编写单位及人员

汤泽民	江苏省武进中等专业学校
程 媛	江苏省武进中等专业学校
戴荣俊	江苏省武进中等专业学校
张晓燕	江苏省武进中等专业学校
张小利	江苏省武进中等专业学校
张小萍	江苏省武进中等专业学校
陆玉霞	江苏省武进中等专业学校
张瑞夫	常州机电职业技术学院
徐可钦	常州嬉戏族集团有限公司

江苏省中等职业学校市场营销专业“工作任务与职业能力”分析表

职业岗位	工作任务	职业技能	能力整合排序	课程设置	
店铺经营	服务沟通	(1) 熟悉商务礼仪; (2) 能够沟通谈判; (3) 善于客户服务; (4) 分析营销环境	(1) 会交际、通信、会务、宴请等商务礼仪; (2) 能根据商务谈判的目的、时机,灵活运用谈判策略,会合同的签订、变更、履行等; (3) 能掌握客户服务的技巧,正确地迎宾、介绍、交流和处理投诉等; (4) 能正确认识市场、熟悉环境,识别、寻找和评价商业机会	1. 行业通用能力 (1) 了解现代商贸流通行业相关的政策和法规,以及现代营销和商务信息技术服务等领域的发展趋势,能及时关注商务营销领域的新业态和新模式。 (2) 掌握市场营销 4Ps 等基本理论知识和一般商务洽谈技巧,具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力,能从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作。 (3) 掌握电子商务的基本类型和特点,以及电子商务运营的一般技能和具体运营流程,具备线上沟通协作和赢得客户的能力,会正确建立和处理客户关系,能利用电话、网络等工具联络客户。 (4) 了解商务数据的主要来源和会计基础知识,能运用采集工具对商务数据进行初步整理分析,会进行基本的会计核算。 (5) 爱岗敬业,诚实守信,热情主动,具有团队合作精神和服务意识。 2. 专业核心能力 (1) 了解消费者购买商品的心理过程,会根据消费者个性、心理特征和社会文化等方面影响因素,引导消费购买行为,具备消费心理分析能力。 (2) 了解采购供应、鉴定分类、出入库、包装、储运、盘点和保管等相关业务知识,能对商品进行养护、保管,具备商品管理运用能力。 (3) 能结合营销主题、目的、对象、场所、时间的不同情况,撰写具有针对性的策划文案,并	《现代营销基础》 《商务沟通与礼仪》 《消费心理》
	营销策划	(1) 撰写商务文案; (2) 运用 Excel 图表分析数据; (3) 用工具处理图片和制作网页; (4) 遵守法律规范	(1) 会撰写常见的商务文书,能根据营销目标、促销计划完善活动方案; (2) 会运用 Excel 工具,对商业数据进行采集和处理,并根据需要制作相关数据报表; (3) 能用图像处理软件编辑图片,并制作美化网页; (4) 能在营销策划活动中遵行反不正当竞争法、消费者权益保护法等法律法规	《营销策划》 《数字商务信息技术》 《商贸法律法规》	
	消费心理分析	(1) 分析消费者的心理活动; (2) 加速消费者的购买决策; (3) 引导消费者的购后行为	(1) 会正确分析消费者的心理; (2) 能准确把握消费者购买动机和购买行为; (3) 会判断影响消费者购后行为的因素,提高顾客忠诚度	(1) 爱岗敬业,诚实守信,热情主动,具有团队合作精神和服务意识。 2. 专业核心能力 (1) 了解消费者购买商品的心理过程,会根据消费者个性、心理特征和社会文化等方面影响因素,引导消费购买行为,具备消费心理分析能力。 (2) 了解采购供应、鉴定分类、出入库、包装、储运、盘点和保管等相关业务知识,能对商品进行养护、保管,具备商品管理运用能力。 (3) 能结合营销主题、目的、对象、场所、时间的不同情况,撰写具有针对性的策划文案,并	《现代营销基础》 《消费心理》 《商务沟通与礼仪》
	经营管理	(1) 填制会计凭证和登记账簿; (2) 审核财务报表; (3) 商务数据分析运用; (4) 商品管理	(1) 能对原始和记账凭证、各类账簿进行填制和审核; (2) 会根据资产负债表和利润表进行经营成果计算; (3) 会商务数据采集工具,能对商务数据进行清洗,并运用工具对商务数据进行统计和分析; (4) 会采购、分类、包装、储运、盘点等商品管理业务		《数字商务信息技术》 《会计基础知识》 《商品管理》

调查推广	市场调查	<p>(1) 树立调查目标, 确定调查内容;</p> <p>(2) 选择方式方法, 设计调查问卷;</p> <p>(3) 制订调查方案, 组织实施调查;</p> <p>(4) 撰写调查报告, 预测市场趋势</p>	<p>(1) 会根据市场调查目标, 确定调查的对象, 会在调查活动中, 充分了解社会环境、消费者、产品和市场营销活动的内容;</p> <p>(2) 能依据调查的需要, 采用恰当的调查方法, 有步骤地推进实施; 根据调查的目标和对象, 选择适合的调查范围和方式;</p> <p>(3) 会设计问卷, 掌握问卷的结构和设计程序, 能够收集、储存和管理二手资料; 会编写市场调查方案, 并进行实地调查, 会进行样本的抽取和对误差的控制;</p> <p>(4) 会利用 Excel 对数据进行统计分析, 会将调查的内容合理地反馈到调查报告, 会对市场发展趋势作一般性预测</p>	<p>运用合理的推广手段和经费预算组织实施, 具备营销策划实施能力。</p> <p>(4) 熟悉商务谈判的“计划与组织、开局与磋商、报价与还价、结束与签约”等环节的知识和技能, 了解国际商务谈判的常识, 具备商务谈判的基本能力。</p> <p>3. 职业特定能力</p> <p>(1) 调查推广: 会根据调查目标确定调查内容和设计问卷, 选择适合的调查方式和方法, 制订方案和组织实施, 会撰写调查报告及预测; 会对品牌核心价值进行提炼, 准确塑造品牌个性和定位内涵, 能分析、评价品牌推广的活动效果, 具备基本的市场调查和品牌推广的能力。</p>	《市场调查》 《数字商务信息技术》
	品牌推广	<p>(1) 品牌价值提炼;</p> <p>(2) 定位展示传播;</p> <p>(3) 推广效果评价</p>	<p>(1) 能提炼品牌核心价值, 会品牌个性塑造;</p> <p>(2) 能运用多种方式, 进行产品推广活动;</p> <p>(3) 会分析评价品牌推广活动的效果, 提出改进</p>	<p>(2) 展示销售: 会根据店面布局进行相应的产品陈列, 会利用色彩、道具、照明等营造良好的销售氛围, 能够进行价签维护和海报宣传; 会善业布置和操作准备, 能判断顾客购买意图, 并善于用合适的推介方法及准确的语言完成销售流程, 具备常见的商品展示和销售推介的能力。</p>	《品牌推广》 《商贸法律法规》
	商品展示	<p>(1) 色彩巧妙搭配;</p> <p>(2) 充分利用道具;</p> <p>(3) 照明氛围营造;</p> <p>(4) 标价价签维护;</p> <p>(5) 海报宣传布置</p>	<p>(1) 会根据色彩、规格等商品属性选用陈列方法;</p> <p>(2) 能利用橱窗、展架、人模、摆台等商品陈列道具, 充分凸显商品的优劣势;</p> <p>(3) 会利用店铺内的照明工具营造有利于商品销售的光影氛围;</p> <p>(4) 会商品补货、价签维护的操作方法;</p> <p>(5) 能设计宣传海报, 会根据店铺活动灵活调整陈列</p>	<p>4. 跨行业职业能力</p> <p>(1) 具有适应岗位变化的能力, 能根据职业技能等级证书制度, 取得跨岗位职业技能等级证书。</p>	《商品展示》 《商务沟通与礼仪》
	销售技巧	<p>(1) 做好售前准备;</p> <p>(2) 争取成交客户;</p> <p>(3) 完成售后交易</p>	<p>(1) 会营业前的各项准备工作, 通过合理的分类陈列和环境布置烘托卖场氛围;</p> <p>(2) 会判断顾客的购买意向, 及时推介商品;</p> <p>(3) 会出具购物票据和协助顾客完成交易</p>	<p>(2) 具有创新创业能力。</p> <p>(3) 具有一线生产管理的能力</p>	《销售技巧》 《消费心理》

附件 2

市场营销专业类通用学习内容分析表

类别		主要职业 (面向中职)	学习内容及要求	
大类	中类			
批发业	食品、饮料及烟草制品批发	采购员、营销员、商品营业员、收银员、电子商务师、仓储管理员、理货员、物流服务员、农产品购销员、烟草制品购销员、医药商品购销员	职业道德 (1) 遵纪守法,爱岗敬业; (2) 诚实守信,热情主动,具有团队合作精神; (3) 维护客户利益,保守机密; (4) 精通业务; (5) 讲求效益; (6) 廉洁自律; (7) 客观公正,公平交易; (8) 参与管理; (9) 强化服务,热心服务,礼貌待客	(1) 能进行市场调查,采集商品信息和供应商信息,寻找潜在客户; (2) 能分析商品信息,确定采购需求; (3) 能制订、编排采购计划、订购原材料和控制交货期; (4) 能比价,选择供应商,进行议价、谈判; (5) 掌握、跟踪市场价格行情及品质变化情况; (6) 掌握售前、售中、售后服务技术要点; (7) 能主动开展市场营销活动; (8) 了解收款机、POS机的使用方法及注意事项; (9) 能按规定接通收款机、POS机电源,会打开或关闭收款机、POS机; (10) 能安装收款机打印纸和POS机签购单; (11) 了解人民币现钞及防伪知识和技巧; (12) 能清点、收取顾客交付的现钞,会使用验钞机鉴别现钞真伪; (13) 能使用POS机消费功能完成银行卡收银操作; (14) 能打印签购单并进行持卡人签名核对工作,能使用POS机打印签购单和进行POS机结算、签退操作; (15) 掌握会计基础知识,了解基本财务原理; (16) 能进行二维码、移动支付及可支付类卡券支付消费款业务; (17) 能收集并整理相关业务数据; (18) 掌握商品陈列技巧及商品包装方法; (19) 能进行实体店日常运营与基础管理工作; (20) 能进行产品的介绍和销售;
	纺织、服装及家庭用品批发			
	文化、体育用品及器材批发			
	医药及医疗器械批发			
	矿产品、建材及化工产品批发			
	机械设备、五金产品及电子产品批发			
	贸易经纪与代理			
	其他批发业			
	综合零售			
	食品、饮料及烟草制品专门零售			
零售业	纺织、服装及日用品专门零售	采购员、营销员、商品营业员、收银员、仓储管理员、理货员、电子商务师、农产品购销员、烟草制品购销员、医药商品购销员	法律知识 (1) 劳动法的相关知识; (2) 劳动合同法的相关知识; (3) 消费者权益保护法的相关知识; (4) 产品质量法的相关知识; (5) 广告法的相关知识; (6) 银行卡有关政策规定; (7) 民法典的相关知识;	
	文化、体育用品及器材专门零售			
	医药及医疗器械专门零售			
	汽车、摩托车、零配件和燃料及其他动力销售			
	家用电器及电子产品专门零售			
	五金、家具及室内装饰材料专门零售			
	货摊、无店铺及其他零售业			

类别		主要职业 (面向中职)	学习内容及要求
大类	中类		
			<p>(21) 熟悉网络零售市场的基本特点;</p> <p>(22) 熟悉电子商务B2B、B2C、C2C等电子商务交易模式;</p> <p>(23) 掌握企业商务网站(店)编辑、装修及维护技术;</p> <p>(24) 掌握网上销售的主要交易流程;</p> <p>* (25) 能进行网上商店的推广和网络促销;</p> <p>* (26) 能利用不同的网络聊天工具与客户进行沟通和交流,从而进行产品的介绍和销售</p>
电信	电信	信息通信营业员、信息通信业务员、呼叫中心服务员	<p>(8) 支付结算法律制度;</p> <p>(9) 知识产权保护法的相关知识;</p> <p>(10) 环境保护法的相关知识;</p> <p>(11) 电子商务交易安全的相关知识</p> <p>安全知识</p> <p>(1) 收银场所使用设备的安全常识;</p> <p>(2) 特殊意外情况的安全常识;</p> <p>(3) 银行卡的安全常识;</p> <p>(4) 交易资料及机具保管的知识;</p> <p>(5) 网络信息安全知识;</p> <p>(6) 电子商务安全知识</p>
互联网和相关服务	互联网接入及相关服务	信息通信营业员、信息通信业务员、呼叫中心服务员	<p>(1) 了解客户信息收集与整理的基本知识;</p> <p>(2) 能接待业务咨询,进行产品销售;</p> <p>(3) 能办理信息通信业务的开通、变更和退订;</p> <p>(4) 掌握用户投诉处理;</p> <p>(5) 会统计、整理数据;</p> <p>(6) 能开展信息通信业务市场调查;</p> <p>(7) 能制订业务推广方案,进行业务推广;</p> <p>(8) 会宣传、演示信息业务产品;</p> <p>(9) 能接待、拜访、回访信息通信业务客户;</p> <p>(10) 能使用业务信息化管理系统进行业务受理和变更;</p> <p>(11) 会整理、统计用户业务信息,进行产品开发和销售支撑;</p> <p>(12) 掌握服务外包的基本概念和内容;</p> <p>(13) 熟悉生活中常见的地理知识,常用姓氏、地址的拆分方法;</p> <p>(14) 能在进行客户信息与呼叫等服务工作时及时地了解客户信息,并进行有效的沟通;</p> <p>(15) 掌握电话礼仪,能进行客户沟通与服务;</p> <p>(16) 能进行电话营销和网络营销</p>
	互联网信息服务		
	互联网平台		
	互联网安全服务		
	互联网数据服务		
信息技术服务业	其他互联网服务	信息通信营业员、信息通信业务员、呼叫中心服务员	
	信息系统集成和物联网技术服务		
	运行维护服务		
	信息处理和存储支持服务		
	信息技术咨询服务		
	数字内容服务		
	其他信息技术服务业	信息通信营业员、信息通信业务员、呼叫中心服务员	

大类	类别		主要职业 (面向中职)	学习内容及要求
	中类			
商务 服务业	综合管理服务		商务服务人员	(1) 能开展商务咨询与调查; (2) 熟悉咨询业务受理; (3) 能进行商务策划; (4) 能进行会展策划与设计; (5) 能进行客户沟通与服务; (6) 会制订售前、售中、售后客户服务制度规范; (7) 能设计、组织现场客户服务活动; (8) 能管理和监控客户投诉,维护客户关系; (9) 能进行商业、广告、展览等美术制作; (10) 能进行迎宾、接待等住宿和餐饮服务
	咨询与调查		商务咨询服务人员	
	广告业		营销员、客户服务管理员	
	会议、展览及相关服务		商务策划专业人员、会展策划专业人员、会展设计师、装饰美工	
	住宿和餐饮服务		前厅服务员、客房服务员、旅店服务员、餐厅服务员	
	其他商务服务业		营销员、客户服务管理员	

审批表

<p>校党组织审定意见</p>	<div data-bbox="518 414 742 616"> </div> <div data-bbox="703 665 987 710" data-label="Text"> <p>分管教学领导签字:</p> </div> <div data-bbox="991 573 1139 728"> </div> <div data-bbox="670 806 1019 853" data-label="Text"> <p>学校党组织负责人签字:</p> </div> <div data-bbox="917 705 1228 862"> </div> <div data-bbox="1088 851 1404 909" data-label="Text"> <p>2022 年 8 月 30 日</p> </div>
<p>市职教教研机构审定意见</p>	<div data-bbox="619 994 930 1305"> </div> <div data-bbox="786 1288 860 1328" data-label="Text"> <p>盖章</p> </div> <div data-bbox="1182 1332 1402 1375" data-label="Text"> <p>年 月 日</p> </div>
<p>市教育局审批意见</p>	<div data-bbox="689 1525 1000 1832"> </div> <div data-bbox="786 1792 860 1830" data-label="Text"> <p>盖章</p> </div> <div data-bbox="1182 1834 1402 1879" data-label="Text"> <p>年 月 日</p> </div>