江苏省大丰中等专业学校

市场营销专业（职教高考）实施性人才培养方案

（2023级）

一、专业及代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

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，注重学生德智体美劳全面发展，采取“文化素质+职业技能”考试招生办法，依托职教高考制度，培养具有良好的职业道德和职业素养，掌握跨入现代商贸流通行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应职业岗位所必备的知识与技能，能胜任调查推广、展示销售以及相关服务、管理等一线工作，具备职业适应能力和可持续发展能力的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

四、职业面向

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **专业大类**  **及代码** | **专业类及代码** | **职业（岗位）** | **职业技能**  **等级证书** | **继续学习专业** | |
| 财经商贸  （代码73） | 工商管理类  （代码7306） | 销售专员  收银员  客户关系管理专员  人力资源专员  网站论坛运营专员  活动运营专员 | 网店运营推广（初级）  数字营销师（初级）  连锁企业门店运营管理（初级）  新媒体营销（初级） | 高职：  市场营销  工商企业管理  连锁经营与管理  商务管理 | 本科：  市场营销  企业数字化管理  电子商务 |

五、培养规格

（一）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

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发展趋势。

2.了解消费者购买商品的心理过程，掌握市场营销4Ps等基本理论知识。

3.掌握商品策划及推广的相关知识，掌握常用礼仪知识。

4.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。

5.了解商务数据的主要来源，掌握市场调研的相关知识，掌握文献检索、资料查询的基本方法。

6.熟悉我国有关财务、金融管理的方针、政策和法规。

7.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。

8.掌握一般商务洽谈技巧，了解国际商务谈判的常识。

9.掌握商品学的基础知识。

10.了解本专业相关的前沿理论和发展动态。

（三）能力（职业能力分析见附录）

市场营销人员是能够创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的人，主要从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销服务和教学科研等工作。

1.市场调研与分析能力：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；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；具备消费心理分析能力。

2.商品销售与管理能力：能运用商品学知识进行商品鉴别，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。

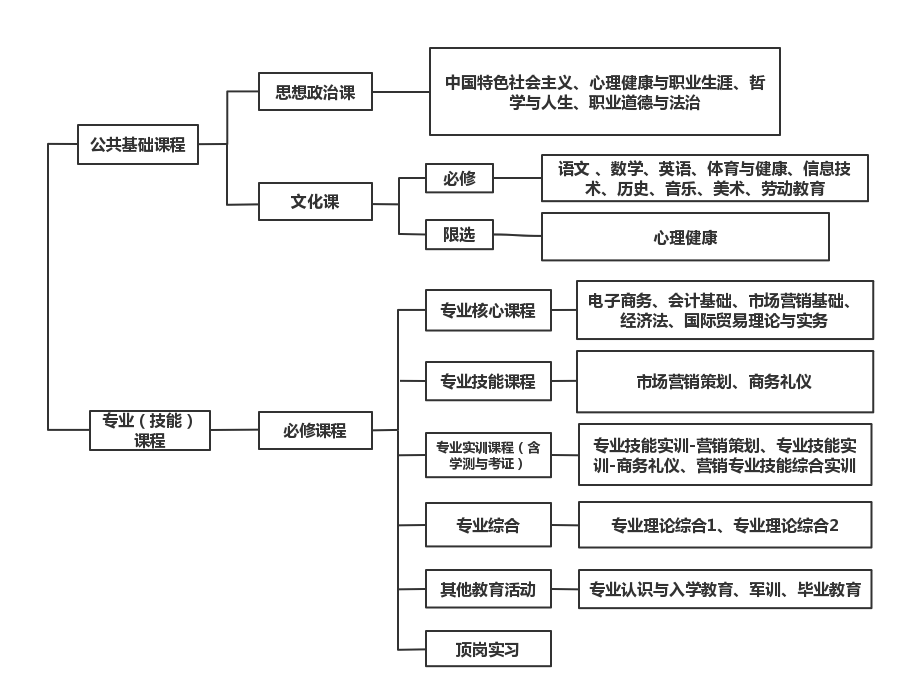
3.客户服务与沟通能力：具有正确处理客户关系，与客户建立良好的关系的能力；具有良好的沟通协作和赢得客户的能力；具有组织管理能力、业务管理能力和公关协调能力；具备商务谈判的基本能力。

4.营销策划与推广能力：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，具备基本的市场营销策划和品牌推广的能力。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。

5.岗位适应与创新能力：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；具有创新创业能力；具有一线生产管理能力。

六、课程设置及教学要求

（一）课程结构

****

（二）主要课程教学要求

1.公共基础课程教学要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称** | **教学内容及要求** | **学时** |
| 思想政治 | 执行教育部《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，在1-4学期分别开设《中国特色社会主义》《心理健康与职业生涯》《哲学与人生》《职业道德与法治》，36学时/学期。 | 144 |
| 语文 | 执行教育部《中等职业学校语文课程标准》和省有关本课程的教学要求，在1-2学期开设基础模块内容，72学时/学期，第3学期开设职业模块内容，72学时/学期，第4学期开设拓展模块内容，72学时/学期。第5学期职教高考复习，90学时/学期。 | 378 |
| 历史 | 执行教育部《中等职业学校历史课程标准》和省有关本课程的教学要求，在1-2学期开设《中国历史》《世界历史》课程，36学时/学期。 | 72 |
| 数学 | 执行教育部《中等职业学校数学课程标准》和省有关本课程的教学要求，在第1-2学期开设基础模块内容，72学时/学期，第3-4学期开设拓展模块内容，72学时/学期。第5学期职教高考复习，90学时/学期。 | 378 |
| 英语 | 执行教育部《中等职业学校英语课程标准》和省有关本课程的教学要求，在第1-2学期开设基础模块内容，54学时/学期，第3学期开设职业模块内容，54学时/学期，第4学期开设拓展模块内容，54学时/学期。第5学期职教高考复习，72学时/学期。 | 288 |
| 信息技术 | 执行教育部《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，在第1-2学期开设基础模块内容，36学时/学期，第3学期考证，36学时/学期。 | 108 |
| 体育与健康 | 执行教育部《中等职业学校体育与健康课程标准》和省有关本课程教学要求，在第1-5学期开设基础模块和拓展模块内容，36学时/学期。 | 180 |
| 艺术 | 执行教育部《中等职业学校艺术课程标准》和省有关本课程的教学要求，在第1学期开设基础模块《音乐》课程，18学时/学期；第2学期开设基础模块《美术》课程，18学时/学期。 | 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，第1学期开设《劳动教育》课程，18学时/学期；第2-6学期以实习实训课为主要载体开展。 | 18 |

2.主要专业（技能）课程教学要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程名称**  **（课时）** | **主要内容** | **能力要求** |
| 商务礼仪  （54） | (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；  (4)掌握仪容、仪表、仪态的基本要求，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；  (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；  (6)了解商务通信礼仪的基本要求，会使用电话、手机、短信、网络等手段，有礼貌地进行商务沟通；  (7)了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范，能在商务活动中遵守礼仪规范；  (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 |
| 电子商务  （72） | （1）电子商务技术基础；  （2）网络技术基础；  （3）网络营销技术基础；  （4）电子商务支付；  （5）电子商务安全；  （6）大数据技术应用 | （1）了解电子商务技术概念，能描述电子商务涉及的相关技术及其标准；  （2）了解计算机网络的定义和功能，了解IP地址、域名、电子邮件、浏览器等概念,能描述常见移动通信技术及移动识别技术；  （3）了解网络营销的概念，掌握网络营销方式与方法，能运用网络营销技术开展营销活动；  （4）掌握电子支付工具、网上银行、第三方支付等支付工具的使用方法，能完成安全的网上支付；  （5）了解电子交易安全的重要性，掌握数据加密、数字签名及防火墙技术原理，能根据实际情况选择安全防范措施；  （6）掌握电商数据分析的常用方法，掌握数据分析工具的使用方法，能描述数据分析的基本流程 |
| 会计基础（90） | (1)会计概述；  (2)会计科目和会计账户；  (3)复式记账与借贷记账法；  (4)商品流通企业主要经济业务核算；  (5)会计凭证填制与审核；  (6)会计账簿设置与登记；  (7)财产清查；  (8)会计报表编制；  (9)企业资金运营管理体验 | (1)了解会计的产生、发展、目标，了解会计职业道德与会计法律体系，掌握会计的概念、职能，能描述财务知识在商务营销中的作用及商务营销人员应具备的会计技能；  (2)了解并能描述会计要素、会计等式、会计科目、账户等含义，理解账户的结构，掌握经济业务的类型及其对会计等式的影响；  (3)了解并能描述复式记账法、借贷记账法、会计分录等含义，理解借贷记账法的记账规则，能进行会计分录的编制；  (4)了解商品流通企业主要经济业务核算的内容，能正确运用常用账户，进行主要经济业务的基本核算；  (5)了解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容，能正确填制、审核常用的原始凭证和通用记账凭证；  (6)了解会计账簿的基本内容、建账步骤、登记账簿的方法、查找和更正错账方法、对账结账内容，能识别账簿；  (7)了解财产清查的概念、意义、种类，能描述财产清查方法和盘存制度；  (8)了解财务报表的概念、构成内容和分类，能描述资产负债表与利润表的结构和编制方法，能识读简单资产负债表和利润表；  (9)了解账务处理程序的概念、种类及设计要求，能结合具体案例，采用记账凭证账务处理程序对简单经济业务进行账务处理，体验企业资金运营管理 |
| 市场营销基础  （90） | (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)消费者需求分析，研究消费者行为；  (6)市场调研方法；  (7)市场细分和目标市场确立；  (8)市场定位及其策略运用；  (9)产品策略及其运用；  (10)价格策略及其运用；  (11)分销策略及其运用；  (12)促销策略及其运用；  (13)营销活动策划。 | (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。  (8)会运用营销策略策划具体活动。 |
| 经济法（72） | （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）中华人民共和国反垄断法；  （7）其他常用法律法规 | （1）了解法的概念与特征，知晓法律的效力范围，以及法律关系三要素和不同的法律关系；  （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）了解中华人民共和国反垄断法的立法目的和垄断行为，了解垄断协议的内容及相关处罚条例；  （7）了解电子商务法、民法典（第三编合同）、公司法、广告法、价格法等法律法规，理解其概念、种类及其应用 |
| 市场营销策划  （72） | （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 |

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 | 20 | 18 | | 1（认识市场感知营销—市场综合实训） | 1 | 1 |
| 三 | 20 | 18 | | / | 1 | 1 |
| 四 | 20 | 18 | | 1(1+X考证) | 1 | 1 |
| 1(营销策划综合实训) |
| 五 | 20 | 18 | | 2市场营销策划  商务礼仪 | 1 | 1 |
| 六 | 20 | 18 | 8 | 2营销专业技能综合实训 | 1 | 1 |
| 10 | 9(顶岗实习4-6月)  另：7-8月补足顶岗实习时间（8周） |
| 1(毕业教育) |
| 总计 | 120 | 108 | | 19 | 6 | 6 |

（二）教学进程安排

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **序号** | **课程名称** | | | **学时数** | | | **课程教学各学期周学时** | | | | | | | | | | | | **考核方式** | |
| **总学时** | **实践学时** | **学分** | **一** | | **二** | | **三** | | **四** | | **五** | | **六** | | **考试** | **考查** |
| **16周** | **2周** | **17周** | **1周** | **18周** | **0周** | **16周** | **2周** | **16周** | **2周** | **6周** | **12周** |
| 公共基础课程 | 1 | 思想政治课 | 必修 | 中国特色社会主义 | 36 | 12 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 心理健康与职业生涯 | 36 | 12 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 哲学与人生 | 36 | 12 | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 职业道德与法治 | 36 | 12 | 2 |  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  | √ |  |
| 2 | 文化课 | 必修 | 语文 | 378 | 126 | 21 | 4 |  | 4 |  | 4 |  | 4 |  | 5 |  | 5 |  | √ |  |
| 3 | 数学 | 378 | 126 | 21 | 4 |  | 4 |  | 4 |  | 4 |  | 5 |  | 5 |  | √ |  |
| 4 | 英语 | 288 | 96 | 16 | 3 |  | 3 |  | 3 |  | 3 |  | 4 |  | 4 |  | √ |  |
| 5 | 体育与健康 | 180 | 120 | 10 | 2 |  | 2 |  | 2 |  | 2 |  | 2 |  | 2 |  | √ |  |
| 6 | 信息技术 | 108 | 96 | 6 | 2 |  | 2 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 7 | 历史（中国历史+世界历史） | 72 | 24 | 4 | 2 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 8 | 艺术（音乐） | 18 | 16 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 9 | 艺术（美术） | 18 | 16 | 1 |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 10 | 劳动教育 | 18 | 30 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 11 | 限选 | 心理健康 | 90 | 30 | 5 | 1 |  | 1 |  | 1 |  | 1 |  | 1 |  | 1 |  |  | √ |
| 公共基础课程合计（心理健康根据上级要求每学期开设，未计入总学分） | | | | **1602** | **698** | **89** | **22** | **0** | **21** | **0** | **18** | **0** | **16** | **0** | **17** | **0** | **17** |  |  |  |
| 专业技能课程 | 12 | 专业核心课程 | 会计基础 | | 90 | 60 | 5 | 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 13 | 市场营销基础 | | 90 | 60 | 5 |  |  | 5 | 1周 |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 14 | 经济法 | | 72 | 48 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 15 | 电子商务 | | 72 | 48 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 16 | 国际贸易理论与实务 | | 72 | 48 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 17 | 专业技能课程 | 市场营销策划 | | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 18 | 商务礼仪 | | 54 | 54 | 3 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 19 | 专业实训课程（含学测及考证） | 专业技能实训-营销策划 | | 90 | 90 | 5 |  |  |  |  |  |  | 2 | 1周 | 3 | 1周 | 3 |  | √ |  |
| 20 | 专业技能实训-商务礼仪 | | 72 | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  | 2 | 1周 | 2 | 1周 | 2 |  | √ |  |
| 21 | 营销专业技能综合实训 | | 不单计 | 不单计 | 不单计 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2周 |  | √ |
| 22 | 专业综合 | 专业理论综合1 | | 162 | 108 | 9 |  |  |  |  |  |  | 5 |  | 4 |  | 4 |  | √ |  |
| 23 | 专业理论综合2 | | 162 | 108 | 9 |  |  |  |  |  |  | 5 |  | 4 |  | 4 |  | √ |  |
| 专业课程合计 | | | | **1008** | **768** | **56** | **8** |  | **9** | **1周** | **12** |  | **14** | **2周** | **13** | **2周** | **13** |  |  |  |
| 小 计 | | | | **2610** | **1466** | **145** | **30** |  | **30** | **1周** | **30** |  | **30** | **2周** | **30** | **2周** | **30** |  |  |  |
| 顶岗实习 | | | | **510** | **510** | **25.5** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **9周** |  | √ |
| 合计（第六学期不单独计学分和学时，全部计入顶岗实习） | | | | | **3120** | **1976** | **170.5** | **30** | **0周** | **30** | **1周** | **30** | **0周** | **30** | **2周** | **30** | **2周** | **30** | **11周** |  |  |
| 其他教育活动 | | | 专业认识与入学教育 | | **30** | **30** | **1.5** |  | **1周** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |
| 军训 | | **30** | **30** | **1.5** |  | **1周** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |
| 毕业教育 | | **30** | **30** | **1.5** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **1周** |  | √ |
| 小 计 | | **90** | **90** | **4.5** |  | **2周** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **1周** |  |  |
| 合 计 | | | | | **3210** | **2066** | **175** | **30** | **2周** | **30** | **1周** | **30** | **0周** | **30** | **2周** | **30** | **2周** | **30** | **12周** |  |  |

注：1.总学时3210。公共基础必修和限选课程学时(含军训)占比51.78%；专业技能课(含顶岗实习、专业认识与入学教育、毕业教育等)占比约48.22%。

2.总学分175。学分计算办法：第1至第5学期每学期18学时记1学分；顶岗实习、军训、专业认识与入学教育、社会实践活动、毕业教育等活动1周记1.5学分，共30学分。

八、实施保障

（一）师资条件

**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，争做“四有”好老师。

**2.专业能力**

（1）专业带头人应具有市场营销专业前沿知识和先进教育理念，教学水平高、教学管理强，在本区域或本专业领域具有一定的影响力。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，带领教学团队制订高水平的“实施性人才培养方案”，有力推进市场营销专业建设、课程建设、校企合作、实训基地建设，提高人才培养质量。

（2）公共基础课程学科带头人和专业（技能）课程负责人应具有较强的课程研究能力和实施能力，能够组织开展具有一定规模的示范性、观摩性等教研活动，能够组织专业团队积极推进课堂教学改革与创新，提升课程建设水平，建设新型教学场景，优化课堂生态，深化信息技术应用，打造优质课堂。

（3）专任教师应具有中等职业学校教师资格证书和与任教学科相符的市场营销或电子商务等专业背景，熟悉教育教学规律，对任教课程有较为全面的理解和教学胜任能力；具有较强的教学设计能力、信息化手段的运用能力，能运用案例、情境等激发学生兴趣，高质量地完成日常教学任务；积极开展课程教学改革，具备一定的课程开发能力。专业教师还应具有与市场营销专业相关的职业资格证书（如：电子商务师）或职业技能等级证书（如：1+X新媒体营销、1+X网店运营推广等），充分了解现代商贸流通行业发展动态，应具备企业生产服务一线的实践经历。专业教师应熟悉营销岗位各项目操作，能定期参加专业技术技能培训，更好地开展理实一体教学；定期走访企业，关心实习生和毕业生情况。

（4）“双师型”教师应取得相关的职业资格或非教师系列的专业技术职称。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1:27；研究生学历（或硕士以上学位）30%以上，高级职称30%以上；获得助理营销师以上职业资格80%以上，或取得非教师系列专业技术中级以上职称40%以上，或获得相关行业执业资格40%以上。兼职教师占专业教师比例10%-40%，60%以上具有中级以上技术职称或助理营销师以上职业资格。专任专业教师中应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.实训实习基本条件**

（1）校内实训实习基本条件

根据专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班35名学生为基准，校内实训（实验）教学功能室配置如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **实训室名称** | **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 | / |
| 电子商务运营实训室 | 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 |
| 电子商务运营软件 | 1 | / |
| 服务器 | 1 | 供安装软件和管理实训室 |
| 网络营销实训室 | 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 |
| 网络营销软件 | 1 | / |
| 服务器 | 1 | 供安装软件和管理实训室 |
| 市场营销实训室 | 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 | / |
| 服务器 | 1 | 供安装软件和管理实训室 |
| 模拟实景 | 1 | / |
| 模拟商务谈判  实训室 | 智慧黑板（或投影设备和音响设备） | 1 | 互联网接入或WiFi环境 |
| 录播系统 | 1 | / |
| 笔记本电脑 | 10 | / |
| 谈判场景 | 1 | / |
| 商务谈判模拟软件 | 1 | / |
| 服务器 | 1 | 供安装软件和管理实训室 |
| 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 | / |
| 广告策划实训 | 1.主流机型电脑 | 36 | 互联网接入或WiFi环境 |
| 2.配套服务器 | 1 | 供安装软件和管理实训室 |
| 3.彩色打印机 | 2 | 喷墨；最大打印幅面:A4；USB接口 |
| 4.数码摄像机 | 2 | / |
| 5.海报展板 | 2 | — |
| 6.广告策划图样实物 | 若干 | — |

（2）校外实训实习基本条件

校外实训基地应满足学生岗位实习、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场地和实习实训指导人员，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要求如下：

①稳定的校外实训企业数量不少于5个，实习企业应具有独立法人资格，依法经营、管理规范，经营时间不少于3年以上。企业应具有现代化管理理念，管理规范，生产任务充足，有能力帮助解决实习生的食宿及有关学习、生活等问题，能制订规范的作息制度，并按相关规定加强管理；接纳学生实习之前，应与学校签订岗位实习协议，强调学生的安全意识和环保意识；

②符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求。实习企业应当为学生提供必要的岗位实习条件和安全的岗位实习劳动环境，能提供柜台展示营销、商务文案编排、调查数据分析、客户沟通服务等实训活动；能提供《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等相关文件以供查阅，能配备必要的计算机互联网设备，方便学生查找资料和沟通交流；

③实习企业应具有一定数量的实习指导教师。实习指导教师为实习单位的业务骨干，要求政治、业务素质优良，责任心强，有一定的理论水平，工作相对稳定，从事岗位工作五年以上，关心支持职业教育工作。

（三）教学资源

根据动态性、先进性、应用性的原则，深挖思政元素，充分利用线上线下资源，按需选取学习资源，根据学习需要借助学习平台建设校本精品课程教学资源库，探索开发新型活页讲义。

九、质量管理

本方案体现构建以能力为本位、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。并突出以下几点：

1.主动对接经济社会发展需求。围绕经济社会发展和职业岗位能力要求，确定专业培养目标、课程设置和教学内容，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、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.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。

3.注重中高等职业教育课程衔接。统筹安排公共基础、专业理论和专业实践课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容，强化与后续高等职业教育课程衔接。

4.坚持理论与实践的有机结合。注重学思结合、知行统一，坚持“做中学、做中教”，加强理论课程与实践课程的整合融合，开展项目教学、场景教学、主题教学和岗位教学，强化学生实践能力和职业技能培养。

5.积极推行双（多）证书管理制度，提升毕业生社会竞争力。要求学生在取得中职毕业证书的同时取得与本专业一致或相近方向的不少于1个1+X职业技能证书（初级）。鼓励学生获取与提升职业能力相关的其他职业技能等级证书。

6.毕业条件及其他：修完本专业规定的各门课程（包括实践教学），成绩全部合格，学分满175学分，思想政治、体育、劳动教育合格；获得本专业一种以上1+X职业技能等级证书（初级）方可毕业。

十、编制说明

1.本实施性人才培养方案依据《江苏省中等职业教育市场营销专业指导性人才培养方案》制定，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）以及思想政治、语文、历史、数学等10门公共基础课程标准，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.本实施性人才培养方案落实“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。第1至第5学期，每学期教学周18周，按每周28～30学时计算；第6学期顶岗实习，按每周30学时计算。

3.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；专业实践教学周，每周按30学时计算，1周计2学分；顶岗实习，每周按30学时计算，每周计1.5学分。

4.开发团队：江苏省大丰中等专业学校财经商贸教研组。

**附录**

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** | **知识领域** | **能力整合排序** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 市  场  分  析 | 市场调查前的准备工作 | 1.调查方案设计，确定市场调查的目标；  2.调查人员配备与培训；  3.经费预算。 | 1.能掌握市场调查的基本程序；  2.会合理确定市场调查的目标；  3.能够规范地策划或撰写市场调查方案；  4.会正确选择有效的市场调查方式和方法；  5.会独立进行调查问卷的设计； | 市场调查目标；市场调查方案；市场调查方法；市场调查问卷设计；实施市场调查；市场调查资料的整理与分析；市场调查报告的编写；定性分析预测与定量分析预测。 | 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 |
| 实施调查 | 1.确定市场调查的方式和方法；  2.实施市场调查方案，开展实地调查；  3.整理并分析市场调查数据资料。 | 1.能够收集、储存和管理二手资料；  2.会进行样本的抽取和对误差的控制；  3.具有组织和管理市场调查活动的能力；  4.能运用市场调查方法进行实地调查； |
| 调查结果分析，编写调查报告 | 1.分析市场调查数据资料；  2.根据分析，编写市场调查报告。 | 1.会通过绘制图表列示市场调查资料；  2.具有编写市场调查报告的能力； |
| 市场预测 | 1.预测市场发展趋势；  2.跟踪市场调查报告。 | 1.能对市场发展趋势作一般性预测；  2.会对市场调查报告进行分析对比. |
| 销  售  与  管  理 | 销售前的各项准备 | 1.销售准备工作；  2.寻找顾客。 | 1.能正确认识销售的重要意义；  2.具有善待销售工作的良好态度；  3.能运用一定的方法寻找准顾客； | 销售人员的职业生涯规划；顾客寻找与资格审查；接近并约见顾客；销售洽谈原则与方法；识别与排解顾客异议；如何把握交易成交的信号，有效促成交易；销售人员的基本礼仪与沟通技巧；销售人员的管理。 |
| 销售中的各项管理 | 1.接近顾客；  2.销售洽谈；  3.异议处理；  4.促成交易。 | 1.能成功接近顾客；  2.能向顾客介绍产品并合理地进行价格磋商；  3.能有效识别顾客异议；  4.会正确排解顾客异议；  5.能把握好交易成交的信号，有效促成交易；  6.能克服心理障碍，增强销售工作的自信心； |
| 销售人员培训与管理 | 1.销售人员心理素质；  2.销售人员基本礼仪；  3.销售人员沟通技巧；  4.销售人员自我管理。 | 1.具有一定的商务礼仪常识；  2.具有较强的观察、倾听和语言表达能力；  3.具有良好的沟通协作和赢得客户的能力；  4.能进行自我训练和自我管理。 |
| 客  户  服  务 | 认识客户 | 1.开展客户调查；  2.进行客户开发。 | 1.能寻找潜在客户并对潜在客户进行分析；  2.能把潜在客户转变为新客户的能力； | 潜在客户的分析与寻找潜在客户的基本方法；开发潜在客户；客户拜访方案的制定与实施；大客户计划的制定，大客户的业务管理及为大客户服务的原则与要求；  客户服务标准的确立，客户服务水平的提高及客户售后服务的跟进；客户满意度的测量、评价与提升，客户投诉与处理策略；客户忠诚度分析与忠诚客户的培养；  客户关系管理（CRM）系统建立及零售业CRM的应用。 |
| 客户服务 | 1.企业客户的拜访；  2.企业大客户的维护。 | 1.能够独立拜访中间商客户；  2.具有判断和选择大客户的能力；  3.能对大客户进行分析和管理；  4.能为大客户提供各种个性化服务； |
| 客户管理 | 1.客户服务管理；  2.客户满意管理；  3.客户忠诚管理；  4.客户关系管理。 | 1.能为客户提供标准化的售后服务；  2.能开展客户满意度调查和分析；  3.能正确处理客户投诉；  4.能用心培养忠诚客户；  5.能建立和使用客户关系管理系统。 |
| 营  销  策  划 | 认识市场 | 1.认识市场，感知营销；  2.熟悉市场环境， | 1.能正确认识市场,把握营销观念的演变；  2.具有熟悉市场环境的基本能力； | 市场营销的基本知识；市场环境的分类及影响因素；消费者因素分析；市场细分、目标市场和市场定位；产品组合；4Ps策略及其运用；营销管理与控制。 |
| 进入市场 | 1.分析消费者心理，进行消费行为研究；  2.找准并把握商业机会；  3.进行市场细分，选择目标市场，开展市场定位； | 1.能正确分析消费者心理；  2.能准确地把握消费者购买动机和购买行为；  3.能识别、寻找和评价商业机会；  4.会按一定的依据进行合理的市场细分；  5.能根据市场细分，进行目标市场的选择；  6.能根据目标市场，开展市场定位； |
| 探索市场 | 1.产品组合及市场生命周期策略的运用；  2.品牌与商标策略的运用；  3.定价策略及其运用；  4.分销渠道策略及其运用；  5.促销策略及其运用；  6.构建营销组织，进行营销控制；  7.市场营销战略策划。 | 1.会运用产品组合及其策略；  2.能综合运用市场营销组合策略；  3.能合理构建营销组织，进行营销控制；  4.能进行市场营销战略策划。 |