**四川省乐山市第一职业高级中学**

# 财经商贸类

# 《市场营销》

# 人才培养方案

 编制时间：2024年6月

**目 录**

一、专业名称及代码 1

二、入学要求 1

三、修业年限 1

四、职业面向 1

五、培养目标与培养规格 2

（一）培养目标 2

（二） 培养规格 2

1.知识目标 2

2.能力目标 4

3.素养目标 7

六、课程设置及要求 8

（一）公共基础课 8

（二）专业（技能）课 14

七、 教学进程总体安排 28

（一）课程设置表 28

（二）教学实践安排 30

八、 实施保障 30

（一）师资队伍 30

（二）教学设施 32

（三）教学资源 33

（四）教学方法 33

（五）学习评价 34

（六）质量管理 34

九、 毕业要求 34

（一） 可选考的证书 35

（二）学业达标要求 35

# 一、专业名称及代码

市场营销（专业代码 730602）

# 二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者

# 三、修业年限

3 年 我校采用“2.5+0.5 ”学制，即两年半在学校学习文化课和专业课，最后半年在合作企业进行顶岗实习。

# 四、职业面向

本专业属财经商贸大类的市场营销类，具体情况如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类及代码 | 主要职业类别 | 主要岗位类别 或技术领域 | 职业技能等证书、 行业企业证书举例 |
| 财经商贸大类（73）市场营销类（730602） | 市场推广：调查员、业务员、市场推广员。商品销售：促销员、推销员、理货员、防损员、营业员、导购员。客户服务：收银员、前台接待员、售后服务员 | 市场推广商品销售客户服务 | 营销资格证书营销员职业技能等级认定证书 |

**接续专业：**

**接续高职专科专业：**连锁经营管理、市场营销、项目管理、工商行政管理

**接续高职本科专业：**市场营销、营销与策划、工商管理

# 五、培养目标与培养规格

**（一）培养目标**

本专业培养拥护党的基本路线，适应社会发展和区域经济建设需要面向中小企业和营销服务机构，培养从事市场推广、商品销售、客户服务等相关营销工作，具有诚信、合作、敬业的职业素质，熟悉企业营销理论、推销技巧、消费心理学的基本知识与操作技能，德、智、体、美、劳全面发展，并具备良好的职业道德和较强可持续发展能力，适应社会主义市场经济发展需要，全面发展的高素质劳动者和技术技能型人才，全面实现为党育人，为国育才。

1. **培养规格**

**1.知识目标**

《市场营销》知识目标：

正确认知课程性质、任务及研究对象，全面了解营销课程体系、结构，整体认知营销。

1.理解各种营销理念

2.熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境

3.分析消费者需求、进行市场定位、做出战略决策

4.理解整体产品理论及品牌知识

5.掌握产品生命周期理论

6.比较不同的营销渠道

7.熟悉营销渠道选择的影响因素

8.熟悉促销的各种手段

9.熟悉客户沟通、服务和关系管理方面知识

10.营销组合策划及组织实施

《企业经营实训》知识目标：

学习基层管理岗位的综合管理技能。

学习四大关键能力，即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制与信息处理能力。

《消费心理学》知识目标：

消费心理学是一门应用性很强的课程，通过本课程的学习，培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律，掌握不同消费群体的消费心理，掌握影响消

费者消费心理的因素，掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为等。从

而提高学生在未来营销或销售岗位上职业化定位，达到商务设计与管理专业对学

生的技能与职业的要求。

《管理基础》知识目标：

1、管理基础知识: 掌握管理的含义、基本特点，管理的二重性，管理的职

能，管理者的层次和角色，简单了解管理理论的发展；

2、现代企业制度：掌握企业的概念和特点，企业的类型；掌握企业管理的

概念、性质和职能，掌握现代企业制度的基本含义和特点，我国现代企业制度的

基本组织形式，了解企业管理的发展；

3、企业经营战略管理：掌握企业经营战略及企业经营战略管理的概念、企

业经营战略的特点、经营战略管理的流程。熟悉企业制定经营战略的重要性和必

要性。

4、人力资源管理:掌握人力资源及人力资源管理的概念、人力资源管理的

主要实践模块。了解工作分析和岗位评价的目的、流程。

5、市场营销管理:掌握市场、市场营销的概念和功能，消费者市场及消费

者行为模式，掌握目标市场营销和竞争性的市场营销战略类型，掌握市场营销组

织策略类型，了解市场营销观念。

6、生产管理、质量管理:了解生产管理的内容、生产过程组织、生产作业计

划。掌握质量、全面质量管理的概念，了解质量管理的产生和发展，质量管理常

用的统计方法。

7、财物管理:掌握财务管理的概念，财务管理的主要内容，财务分析指标，

了解财务控制的历史演变和特点。

8、企业文化:掌握企业文化的概念、主要特征和功能，企业文化的核心，掌

握企业文化建设的程序，掌握企业形象设计及其途径，了解企业文化建设的原则，

管理道德

《商品知识》知识目标：

1.掌握商品的本质与属性；掌握商品品种的概念与品种划分标准；掌握商品分类的方法，掌握商品的编码制度；了解商品分类体系与商品目录的形成。

2.理解商品质量的概念，增强质量意识，了解商品应具备的要求及影响商品品质的因素；理解商品标准与标准化的概念与作用；熟悉国际标准及我国标准的种类及各类标准的代号与编号；掌握商品标准的基本内容及标准化与标准化管理。

3.理解商品检验目的、任务、类型；熟悉商品检验、商品抽样、商品品级等概念；掌握商品检验和商品抽样的基本方法和内容。

4.掌握商品包装及其功能；了解商品包装的种类及设计原则、新型包装材料与现代包装技术；掌握商品包装标准化与包装标志；了解商品品牌与商标。

5.掌握日用工业品商品、电子商品、纺织品等的主要特征；掌握农产品的发展趋势以及蔬菜、饮料、新型食品等的主要特征。

《网络营销》知识目标：

1.理解并掌握网络营销的基本概念与方法

2.理解营销环境的变化

3.能够熟练使用网络营销工具开展营销活动

4.理解网络广告的具体应用

《营销实务》知识目标：

了解市场营销的特点，具体掌握市场营销的内容，包括市场分析、市场营销环境分析、市场信息系统管理与市场调研、目标市场的选择，营销策略（包括产品策略、定价策略、分销策略、促销策略）以及市场营销的组织与控制等。

**2.能力目标**

《市场营销》能力目标：

1.能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境

2.能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征

3.能运用市场营销的调研手段，进行调查问卷设计，组织实地调研并分析结果，

撰写调研报告

4.能运用定位理论为产品进行产品定位设计

5.能针对不同的产品生命周期调整产品策略

6.能分析产品渠道模式，对指定产品设计合适的分销渠道模式

7.能确定合适的广告宣传主题，制定符合要求的媒体宣传计划

《企业经营实训》能力目标：

通过教学与实训，培养学生们的具体管理技能。按照培养基层管理岗位的综合管理技能的总目标分解，主要培养下述能力：

1.培养现代管理理念与运用现代管理理论的能力；

2.培养创新精神与创新管理能力；

3.培养观察环境，配置资源，制定计划的能力；

4.培养分析界定问题，科学决策的能力；

5.培养分析组织结构，协调职权关系，制定组织规范的能力；

6.培养招聘、应聘，管理与考核人的能力；

7.培养树立权威，有效指挥的能力；

8.培养有效激励，调动人的积极性的能力；

9.培养协调关系和与他人沟通的能力；

10.培养对工作有效控制的能力；

11.培养搜集与处理信息的能力，特别是利用网上资源的能力；

12.总结与评价的能力。

《消费心理学》能力目标：

通过本课程的学生，提高学生在营销和销售实践中观察能力、判断能力、营销能力，学会如何辨识影响消费者消费的心理因素的方法，并学会通过对消费者心理分析以提高营销技巧与技能的方法。

《管理基础》能力目标：

1.能划分企业管理的基本职能，能承担管理者的人际关系的任务、信息方面任

务、决策的任务，能基本具备履行管理职能所需的相应技能。

2. 能针对管理中的不同的人性假设，运用相应的管理方式和要求，能从不同的

管理理论得到启发，并能应用于实际。

3. 能正确制定企业目标，并进行目标管理，能分析一份企业计划书，理解计划

的分类和制定的方法。

4. 能进行确定性决策、风险型决策和不确定型决策，能把企业未来的生存和发

展问题作为制定战略的出发点和归宿。

5. 能分析某一企业的组织结构形式并提出修改意见，能找到增加管理幅度、减

少管理层次、使组织结构扁平的好方法，能进行力场分析、降低组织变革的

阻力。

6. 能运用各种领导理论、解决实际管理问题，能灵活运用各种激励方法，能消

除管理沟通障碍、进行有效沟通。

《商品知识》能力目标：

1.能熟练检验商品的质量，并具备在国内国际贸易过程中加强对商品质量的控制；

2.掌握商品分类的方法，具备科学地商品分类的能力，并能根据不同情况选择最佳的商品分类标志；

3.能够灵活设计、选用各种商品的运输包装、销售包装、防护包装；

4.能够针对商品特性进行正确的储运处理，在装卸商品过程中选择合理的装卸手段和装卸工具；

5.能够区分国际贸易中常见的商品条形码，并能熟练计算商品条形码中的校验码。

《网络营销》能力目标：

1.熟练掌握网络营销的工作流程，并具备网络营销岗位的专业能力；

2.能够对中小企业案例独立地做出一份网络营销策划方案；

3.能通过团队协作为中小企业建设网站并进行电子商务平台规划；

4.能熟练的运用各种网络商务工具为中小企业进行网络推广；

5.能够有效的评估企业网络营销效果；

6.能够独立的进行“网络创业”。

《营销实务》能力目标：

掌握对市场环境分析的基本方法，会利用理论知识进行市场调研。掌握市场营销的具体操作方法，可以根据调研结果进行市场分析、目标市场定位、营销策略策划。会利用综合知识对整个营销过程进行组织、计划、控制。

**3.素养目标**

《市场营销》素养目标：

1.具备可持续发展的学习与适应能力

2.具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）

3.具备强烈商业信誉观

4.具备较强的专业技能

5.具备良好的沟通、协调能力

6.具备良好的团队协作意识

7.具备吃苦耐劳的意志品质

8.具备创新精神

《企业经营实训》素养目标：

培养学生遵纪守法的思想观念、诚实守信廉洁自律的品格，加强学生自觉维护国家利益、社会利益、集体利益的职业道德意识。

《消费心理学》素养目标：

通过本课程的学习，可以加深学生对自我的了解，引导学生形成和培养一个良好的心理状态；同时，在教学过程中，还可以强化学生的团队合作能力，人际沟通能力，以及发展和谐人际关系的能力。为培养一名高素质的从业者奠定基础。

《管理基础》素养目标：

1. 有崇高的敬业精神和良好的职业道德。

2. 有扎实的专业技能和高度的行动力与执行力。

3. 有高度的整合能力和良好的规范化能力。

4. 有积极的开拓精神和良好的团队合作精神。

5. 有良好的创新意识和高度的意志力与承受能力。

6. 有明确的职业目标和职业发展规划。

《商品知识》素养目标：

1.培养学生认真、细致、严谨的工作态度和敬业精神，形成营销人员应具备的良好职业习惯和职业素养。

2.培养学生积极乐观、努力进取的职业态度，树立良好的职业观念。

3.团队合作能力。要求学生富有团队精神，能够在学习和工作过程中积极与他人合作，取长补短，有效沟通，高效率地完成学习和工作任务。

4.学习与信息收集能力。能够根据学习和工作需要，不断学习新知识，并能有针对性地收集相关信息。

5.创新能力。能够突破条条框框的限制，打破原有的思维模式，进行思维创新，提出独到的见解。

《网络营销》素养目标：

1. 良好的职业道德和敬业精神；

2. 较强的互联网自我学习能力；

3. 学以致用，工作后能够迅速进入角色。

4. 学会共处，强化同时培养团队协作能力、沟通能力。

《营销实务》素养目标：

培养学生自我学习的能力，细致、耐心的工作态度，自力更生的生活态度。

# 六、课程设置及要求

**（一）公共基础课**

| **序号** | **课程名称** | **课程目标、主要内容与教学要求** | **参考学时** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 语文 | 一、语文教学目标。1、基础语文素养的培养。2、培养审美素养和人文素养。中职学生需要了解文化常识及文学知识，鉴赏文化精华，培育文化自信，让学生具有积极的价值观和高雅情趣，探究自身与世界的关系，丰富思想内涵。3、职业能力的培养。中职学生需要掌握与职业相关的专业知识，熟练掌握职业语言、行业用语和行业文化，培养实用职业技能及职业敬业精神，让学生更好地适应职场环境，从而更好地成就自己的职业生涯。二、语文教学要求。1、注重语文实际应用。第 2 页教师要通过具体实例引导学生理解语文知识与职业实践的关联，让学生感到语文知识对于职场的重要性，从而激发学生语文学习的信心和兴趣。2、融合职业素养教育。除了基础语文知识的教学，教师还应该通过多种方式，如模拟职业场景、职场讲座等方式，引导学生深刻了解行业特点和用语，提高学生的职业素养、职业道德和职业规划等能力。3、多种教学法的应用。4、鼓励学生自主学习。 | 360 |
| 2 | 数学 | 一、教学目标1、掌握数学基础知识和基本运算技能。2、了解数学在求职和工作中的应用和重要性。3、培养学生的数学思维和解决问题的能力。4、提高学生的自学能力和数学素养。二、教学内容1、数学基础知识：包括数字和运算符、比例与等比例、多项式和因式分解、代数式和方程式等。2、应用数学：包括利用数学进行财务分析、统计分析、经济学建模、金融数学等。3、数学思维与问题解决：包括数学思维的培养和发展、问题解决能力的提高以及数学推理和证明等。4、数学素养与自学能力：包括数学知识的整合与关联、数学素养的提高以及自学能力的培养等。 | 270 |
| 3 | 英语 | 一、教学目标1. 提高学生的英语听、说、读、写、译能力，培养良好的英语语感和语言运用能力。2. 培养学生的英语学习兴趣，激发其学习英语的积极性和主动性。3. 培养学生的跨文化交际能力，增强学生的国际视野。4. 培养学生的学习策略，提高他们的自主学习能力和合作学习能力二、 教学内容：1. 听力训练：培养学生对于不同口语速度和语调的理解能力；第 1 页2. 口语训练：培养学生自信、流利地进行英语对话和演讲的能力；3. 阅读理解：培养学生对不同题材、难度的英文文章进行理解和分析的能力；4. 写作训练：培养学生独立撰写英文书信、作文和报告的能力；5. 翻译训练：培养学生将中文材料准确、流畅地翻译成英文的能力。 | 270 |
| 4 | 中国特色社会主义 | 一、教学目标1. 了解中国特色社会主义的内涵和历史必然性，理解中国特色社会主义的理论体系和实践探索。2. 培养学生的爱国主义情感和民族自豪感，增强学生的文化自信和价值观认同。3. 引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信和制度自信。二、教学内容与要求1. 课程主要内容：包括中国特色社会主义的内涵和基本原则、中国特色社会主义道路、中国特色社会主义理论体系、中国特色社会主义制度等基本内容。2. 重点与难点：重点是中国特色社会主义的理论体系和实践经验；难点是学生对中国特色社会主义的理解和认同，需要引导学生结合实际进行思考和探究。3. 教学内容组织与安排：根据教学内容的需要，采用多种教学方法和手段，如案例分析、角色扮演、小组讨论等；合理安排教学时间，确保学生有足够的时间进行思考和讨论。4. 教学内容深度与广度：根据学生的实际情况和特点，适当拓展教学内容的深度和广度，注重培养学生的综合素质和能力 | 36 |
| 5 | 心理健康与职业生涯 | 在当今竞争激烈的职场环境中，保持心理健康对于个人的职业生涯至关重要。中职《心理健康与职业生涯》课程旨在帮助学生建立健康的心理状态，培养积极的职业态度，为他们未来的职业生涯奠定良好的基础。通过丰富的活动宣传心理知识，努力提高全校师生的心理素质。通过心理活动课和心理个别辅导帮助学生解决成长过程中遇到的各种心理问题，开发个体潜能，培养学生乐观、向上的心理品质，促进学生全面、健康发展，适应未来社会对人才素质的要求。3. 课程内容。3.1. 心理健康知识。1. 心理健康概念：介绍心理健康的定义和重要性，引导学生认识到心理健康对职业生涯的影响。2. 心理调适方法：探讨不同的心理调适方法，如放松技巧、心理疏导等，帮助学生有效缓解压力。3. 心理健康问题预防：介绍常见的心理健康问题，如焦虑、抑郁等，以及预防方法和应对策略。3.2. 职业生涯规划。1. 职业生涯规划意义：解释职业生涯规划的重要性，帮助学生认识到规划对于实现个人职业目标的必要性。2. 职业生涯规划步骤：介绍职业生涯规划的步骤和方法，包括自我评估、职业探索、目标设定等。3. 职业发展途径：探讨不同职业发展途径，如就业、创业、升学等，帮助学生选择适合自己的发展路径。3.3. 职业素养培养。1. 沟通技巧：培养学生良好的沟通能力，包括口头表达、书面沟通等方面。2. 团队合作能力：强调团队合作的重要性，培养学生在团队中协作的能力和意识。3. 自我管理能力：指导学生合理安排时间，提高自我管理和执行力，以应对职业生涯中的挑战。 | 36 |
| 6 | 哲学与人生 | 教学目标使学生了解辩证唯物主义中自觉能动性的基本观点和作用，引导学生的主观能动性，激发学生自强不息的意识，积极面对人生挑战。教学要求认知：了解自觉能动性是辩证唯物主义的基本观点之一，理解自觉能动性在人生发展中的作用。情感态度观念：激发自强不息的意识，树立积极向上的人生态度。运用：运用自觉能动性，积极面对人生挑战，实现自我价值的提升。教学内容1.自觉能动性的基本观点1）自觉能动性是辩证唯物主义的基本观点之一。它指出，人在实践中具有自觉的、有目的的能动性。2）自觉能动性是人类社会发展的基础。只有发挥自觉能动性，才能创造出新的社会形态和文明成果。2.自强不息的意识1）自强不息是指在面对困难和挑战时，不放弃、不气馁，坚持不懈地追求自己的目标。2）自强不息的意识是人生成功的重要保证。只有具备自强不息的意识，才能在人生的道路上不断前行。3.实现自我价值的提升1）自我价值是指个体在社会中的地位、作用和意义。实现自我价值的提升是人生发展的重要目标。2）通过发挥自觉能动性和自强不息的意识，不断提升自我价值，实现人生的成功和幸福。使学生了解实践与认识的辩证关系，认识到实践是认识的基础和检验的标准，指导学生通过实践提高人生发展的能力。 | 36 |
| 7 | 职业道德与法治 | 帮助学生了解文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯；指导学生掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。使学生了解个人礼仪、交往礼仪、职业礼仪的基本要求，理解礼仪蕴含的道德意义，提高礼仪素养，养成文明礼仪习惯。教学要求认知：了解礼仪的基本要求，理解礼仪的意义。情感态度观念：尊重自己和他人，平等待人、真诚礼貌；以讲礼仪为荣，以不讲礼仪为耻；追求高尚人格，维护自己的文明形象。教学内容1．塑造自己的良好形象（1）懂得自己是人生的主人，是践行道德和遵守法律的主体，理解珍惜人格、严守规矩的意义，增强主体意识和规则意识。（2）懂得珍惜自己的人格和尊严需要塑造良好的形象。了解个人礼仪的基本要求，理解个人礼仪的作用和蕴含的道德意义，养成遵守个人礼仪的习惯。（3）了解交往礼仪的基本要求，理解交往礼仪蕴含的道德意义，体会交往礼仪的亲和作用，养成遵守交往礼仪的习惯。2．展示自己的职业风采（1）了解职业礼仪的基本要求，理解职业礼仪蕴含的道德意义，提高遵守职业礼仪的自觉性。（2）理解职业礼仪的作用，践行职业礼仪，展示职业风采。（二）知荣辱，有道德。 | 36 |
| 8 | 体育 | 通过体育与健康课程的学习，学生将：(1)增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能；(2)培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯；(3)具有良好的心理品质，表现出人际交往的能力与合作精神；(4)提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式;(5)发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度。 | 180 |
| 9 | 形体礼仪 | 本课程旨在帮助中职学生掌握基本的礼仪知识和技巧，提升他们的社交和职场竞争力。通过课程的学习，学生将培养良好的仪态和行为习惯，增强自信心和沟通能力，为将来进入职场做好准备。教学目标1.培养学生良好的仪容仪表，提升形象气质；2.培养学生的社交礼仪，提升人际交往能力；3.培养学生职场礼仪，提升就业竞争力；4.培养学生沟通技巧，提升自信心。 | 36 |
| 10 | 艺术 | 一、教学目标：1. 了解音乐的基本概念和元素，包括音高、音长、节奏、音色等。2. 掌握基本的音乐技能，如唱歌、演奏乐器等。3. 培养学生的音乐鉴赏能力，提高他们对音乐的欣赏和理解水平。4. 培养学生的团队合作精神和表演能力，通过音乐表演展示自己的才艺。二、教学内容：1. 音乐基本概念和元素的介绍。2. 基本音乐技能的训练3. 音乐鉴赏和欣赏4. 团队合作和表演 | 36 |
| 11 | 信息技术 | 1. 课程目标本课程旨在培养学生在信息技术领域的基本能力和综合素质，使其具备信息技术应用和创新能力，能够灵活运用信息技术解决实际问题。教学内容（1）信息技术基本概念：信息技术的定义、特点和分类。（2）软件应用：办公软件（文字处理、电子表格、演示文稿）、图像处理软件、数据库软件等常用软件的功能和应用。（3）编程语言：C语言、Python等常用编程语言的学习和应用。（4）网页设计：HTML、CSS等网页设计语言的学习和应用。（5）信息技术发展：信息技术的应用前景和发展趋势。 | 108 |
| 12 | 历史 | 一、教学目标1. 理解历史政治与社会科目的重要性和意义；2. 掌握历史、政治和社会方面的基本知识；3. 培养学生的历史、政治和社会研究能力；4. 增强学生的历史、政治和社会意识。二、教学内容1. 历史概述- 古代史的主要事件和人物- 现代史的主要事件和人物- 近代史的主要事件和人物2. 政治系统- 国家的三权分立- 政党制度和选举制度- 政府职能和政治参与3. 社会问题- 社会结构和社会阶层- 社会公平和社会正义- 社会变革和社会发展 | 36 |

**（二）专业（技能）课**

| **序 号** | **课程名称** | **课程类别** | **课程目标、主要内容与教学要求** | **参考学时** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 市场营销 | 主修专业核心课程 | 1. 市场营销概论
2. 市场营销环境分析
3. 市场分析
4. 市场调研与预测
5. 市场细分与定位
6. 产品策略
7. 分销策略
8. 促销策略

9定价策略主要内容：1. 熟练分析营销环境
2. 能够用市场三要素去分析市场的大小
3. 能够用SWOT分析事件
4. 运用调研方法进行数据采集与分析
5. 能够正确地进行市场细分
6. 能够制定正确的产品策略掌握分销渠道的类型
7. 能够根据不同的情况选择恰当的分销渠道
8. 掌握促销策略，并能根据实际情况选取合适的促销方式
9. 掌握定价方法与定价策略

10.市场调查与预测对对营销策略制定的意义 | 144 |
| 2 | 企业经营实训 | 主修专业核心课程 | 1. 组建公司
2. 确定分工（职位）
3. 制定经营战略
4. 经营首年预算
5. 根据预算进行第一年运营
6. 根据第一年运营进行年终结算
7. 根据产能和市场预测进行第二年广告投放
8. 第二年市场抢单
9. 根据抢单情况进行第二年预算
10. 根据预算进行第二年运营
11. 根据第二年运营进行年终结算
12. 根据产能和市场预测进行第三年广告投放
13. 第三年市场抢单
14. 根据抢单情况进行第三年预算
15. 根据预算进行第三年运营
16. 根据第三年运营进行年终结算
17. 能力要求：

能够根据进行公司组建，确定公司性质，明确公司目标。1. 根据公司团队成员特点，进行职位分工。确定公司CEO1人，财务总监1人，生产总监1人，销售总监1人等。
2. 能够根据市场预测，制定公司三年经营战略
3. 能够经营预算（填写预算表）。
4. 能够按预算表进行运营。
5. 能够年终结算，编写资产负责表、利润表、经营费用表等。
6. 能够根据产能和市场预测进行市场抢单。
7. 能够完成市场抢单和市场竞单。

能够根据市场变化调整运营方向，使企业拥有不断盈利的能力。 | 144 |
| 3 | 消费心理学 | 主修专业核心课程 | 消费者的心理过程2.消费者的个性3. 消费者购买过程的心理活动4.消费群体与消费心理5.商品名称、品牌、包装与消费者心理6.商品价格与消费者心理7.商业广告与消费者心理8.营销沟通与消费心理9.营销人员心理10.销售原理与技巧能力要求：1.掌握消费者基础心理现象，包括认知、注意、记忆、情感以及需要和动机等基础心理现象的规律，能进行消费者心理过程的基本分析。2.掌握消费过程的影响因素，包括群体、文化、经济以及消费流行等对消费行为的影响，能根据消费者的表现进行群体性分析。3.掌握产品的因素对消费行为的影响，包括产品的价格、包装、命名等因素。4.能从整体上分析消费者的消费行为，为营销活动的开展，奠定基础。 | 72 |
| 4 | 管理基础 | 主修专业核心课程 | 1. 企业的概念和类型
2. 企业的一般特征
3. 企业管理的概念、对象和职能
4. 企业管理的发展演变过程
5. 企业文化与企业管理
6. 企业市场营销管理
7. 企业质量管理

企业创新管理能力要求：1. 掌握人员招聘、入职、培训、任免基本程序
2. 能够完成营销相关岗位员工排班、考勤与团队管理
3. 能制定合理的绩效考评方案
4. 掌握针对负库存、虚库存等库存异常的特殊盘点、核算方法
5. 能够进行企业文化建设

能够制定企业相关管理制度并有效实施 | 72 |
| 5 | 商品知识 | 主修专业核心课程 | 1. 商品的概念及构成
2. 商品分类及分类标志
3. 商品目录和商品代码
4. 商品质量
5. 商品标准
6. 商品检验
7. 商品包装
8. 日用工业品商品
9. 文化与体育用品

食品商品能力要求：1. 掌握商品的属性和有关养护和保管商品的基本技能
2. 能掌握商品的分类标准
3. 能了解商品代码的构成
4. 能够根据商品条形码判断产地
5. 能准确分析影响商品质量的因素
6. 能够知晓检测商品质量的主体、商品检验的主体
7. 能够针对商品特点进行包装的筛选
8. 能够清楚了解各大类商品的特性以及在保管、销售过程中的注意事项
9. 能够通过商品代码对商品进行信息分析
10. 能够按采购计划进行商品采购
11. 能够准确的收集供应商的相关信息
 | 72 |
| 6 | 基础会计 | 主修专业核心课程 | 教学内容和要求基础模块一)会计基本理论1.概论掌握会计的概念、基本职能和核算方法体系，理解会计的对象、特点以及各职能之间的相互关系，了解会计核算的基本前提和一般原则，以及会计的任务及各种方法之间的相互关系。2.会计要素掌握会计要素的概念、构成和会计等式，理解会计等式中各要素之间的关系和经济业务类型对会计要素的影响，了解会计各要素的具体内容。3.账户和复式记账了解会计科目的概念及分类，理解会计账户的概念及设置原则，掌握账户的基本结构，了解会计科目与账户的联系与区别，掌握复式记账的概念及基本原则，掌握借贷记账法的概念和基本内容，理解账户的对应关系和对应账户。4.借贷记账法的运用了解工业企业的主要经营活动过程，掌握企业主要经济业务基本会计分录的编制方法，掌握利润总额的构成。5.会计凭证了解会计凭证的意义，理解会计凭证的概念和种类，掌握记账凭证的填制方法，了解会计凭证的传递与保管。6.会计账簿了解登记会计账簿的意义，理解会计账簿的概念和种类，掌握主要账簿的登记方法，理解会计账簿与凭证之间的关系，掌握对账的基本内容。7.成本计算了解成本计算的意义和作用，了解成本计算的一般程序，理解成本、费用的概念，掌握材料采购成本和产品制造成本的基本构成和主要费用的基本分配方法，理解成本、费用的区别与联系。8.财产清查了解财产清查的重要性，掌握财产清查的定义和物资盘存制度。同时，理解不同类型的财产清查。课程教学目标一)知识教学目标1.掌握会计的基本概念。2.了解会计知识的理论体系和知识结构。第 1 页3.掌握会计核算的基本方法。二)能力培养目标1.掌握主要账户和借贷记账法的运用。2.能正确填制和审核会计凭证。3.能根据会计凭证正确登记账簿，并掌握错账的查找和改正处理技术。4.能编制简要的财务会计报表。5.能够掌握会计基本实务操作程序和技能。6.具有更新知识的自学能力，适应会计改革发展需要的能力。 | 72 |
| 7 | 网络营销 | 主修专业核心课程 | 课程目标：(1)知识目标1.理解并掌握网络营销的基本概念与方法 2.理解营销环境的变化3.能够熟练使用网络营销工具开展营销活动4.理解网络广告的具体应用(2)能力目标1.熟练掌握网络营销的工作流程，并具备网络营销岗位的专业能力；2.能够对中小企业案例独立地做出一份网络营销策划方案；3.能通过团队协作为中小企业建设网站并进行电子商务平台规划；4.能熟练的运用各种网络商务工具为中小企业进行网络推广；5.能够有效的评估企业网络营销效果；6.能够独立的进行“网络创业”。主要内容：了解和掌握网络营销的基础知识和基本技能 ，具有应用网络营销的初步能力, 提高网络经济意识和基于网络环境的商务能力，为高素质技能型电子商务人才的培养奠定基础。教学要求：任课老师应当具备多年市场营销教学经验；具有较强专业知识能力，具有中高级职称的骨干教师；具有良好的执教综合素养和职业道德。在多媒体教室进行，配备相应的教学软件，项目化教材、模拟试题。 | 54 |
| 8 | 营销实务 | 主修专业核心课程 | 1. 汽车营销知识
2. 电子产品营销
3. 化妆品营销
4. 房地产营销

能力要求：1. 熟悉各种汽车的标志和品牌，具有汽车整车销售能力
2. 具有常用电子产品销售的能力
3. 具有开展常用电子产品售后服务的能力
4. 具有挂装品分析检测的能力
5. 具有化妆品营销与使用的能力
6. 具有房地产产品销售的技巧和能力

具有一定的房地产置业顾问的能力 | 144 |
| 9 | 点钞 | 专业技能课程 | 《点钞与收银》是商品经营专业的一门专业基础课，它是一门操作性极强的学科，是商品经营专业必须掌握的基本技能学科.其功能在于：通过学习使学生掌握点钞与收银的操作知识，具备实际操作的专业能力，达到能在出纳、会计岗位以及银行业柜台上岗的标准。本课程服务于商品经营专业的工作要求，操作性强，又相对独立，此课程又为该专业的基础。 | 18 |
| 10 | 个人理财 | 专业技能课程 | 1. 现金日记账的填写
2. 个人理财的定义
3. 个人理财的意义
4. 理财的步骤
5. 银行存款的类型
6. 投资组合的分类
7. 房贷的分类
8. 怎样避免消费陷阱
9. 负债的类型
10. 培养良好的理财习惯

能力要求：1. 能够把自己的日常开支规范地填写在现金日记本上。
2. 能够正确掌握理财的步骤。
3. 能够养成良好的理财习惯，合理安排好自己的日常开支。
4. 能够识别哪些是消费陷阱，避免遭受经济损失。
5. 能够懂得购房的还款方式，并能正确计算房贷。
6. 能够熟练掌握银行的存款方式，并能计算利息。
7. 能够合理的分配资产，运用组合投资法进行投资。
8. 能够熟练地制定理财规划书。
9. 能够运用网银来组合投资。

了解当下各种理财APP，至少掌握两种以上的理财APP的使用方法。 | 18 |
| 11 | 创业培训 | 专业技能课程 | 1、创业基本条件及评估2、创业者的心理准备3、创业失败的原因和成功创业要遵循的原则4、创业条件分析和准备6、客户服务7、员工聘用8、营销推广9、创业生存阶段常见问题及解决办法能力要求：1. 能了解自己是否具备创业基本的条件
2. 能了解要有哪些创业心理准备
3. 能了解创业失败的原因和成功创业的要素
4. 能了解创业前该做哪些准备
5. 能掌握怎么给客户提供更好的有特色的服务
6. 能掌握员工招聘的技巧
7. 能掌握企业推广、推销的一些技巧

能了解企业生存各阶段的问题和应对办法 | 36 |
| 12 | 财经应用文写作 | 专业技能课程 | 1. 财经应用文主题和材料
2. 财经应用文结构和语言
3. 财经公务文书
4. 财经常用事务文书
5. 财经调研文书
6. 财经信息文书
7. 财经合同文书
8. 财经信函
9. 财经论文

能力要求：1能够熟悉财经应用文的总体要求和语言2．能够合理运用常用公文的写作方法3．能够完成条据正确写作4．能够完成计划、总结、述职报告和规章制度的写作5．能够掌握市场调查及预测报告的写作方法6．能够进行财经新闻、产品说明书和广告文案的写作7．能够完成意向书和经济和合同的基本编制8．能够正确编写商业用函9．熟练掌握财经论文的写作方法 | 36 |
| 13 | 经济法 | 专业技能课程 | 1. 经济法律法规概述
2. 经济法律关系
3. 公司法律制度
4. 中小企业法律制度
5. 合同法律制度
6. 市场管理法律制度
7. 工业产权法律制度
8. 税收法律制度
9. 劳动合同法律制度

10.经济诉讼法律制度能力要求：1.能够分析有限责任公司相关案例2．能够分析股份有限公司相关案例3．能够分析个人企业相关案例4．能够分析合伙企业相关案例5．能够掌握合同的订立、效力、形式、条款、履行、变化和责任等，并能分析相关案例6．能够掌握商标和专利的注册和保护要求，并能分析相关案例7．能够分析市场管理的相关案例8．能够演算一般的税收计算题9．能够分析劳动合同法律相关案例10．能够运用诉讼要求处理一般经济纠纷 | 54 |
| 14 | 商业礼仪 | 专业技能课程 | 1. 基本坐姿、站姿、蹲姿
2. 商务接待礼仪
3. 语言表达艺术
4. 电话礼仪
5. 拜访礼仪
6. 名片接递礼仪
7. 前台服务礼仪

能力要求：1. 掌握交谈的礼仪、电话礼仪、馈赠礼仪、拜会接待等礼仪内容
2. 掌握营销语言表达的特点、表达的技巧与规律
3. 能够正确接待客户并提供优质服务
 | 36 |
| 15 | 手绘pop设计 | 专业技能课程 | 1.项目一: POP概述2.项目二: 基础笔画练习3.项目三: 数字与字母4.项目四：正体字5.项目五：简笔划6.项目六：综合练习能力要求：1.掌握了解店面POP的相关知识。2.学会基础笔画、数字、字母的书写。3.学会正体字、活体字的基本写作技法。4.能进行模仿店面POP的设计和制作。 | 36 |
| 16 | 物流基础 | 专业技能课程 | 1. 认识物流
2. 物流的作用
3. 物流管理与现代物流的关系
4. 物流包装
5. 装卸搬运
6. 运输管理
7. 仓库仓储
8. 流通加工
9. 物流配送
10. 物流信息服务

能力要求：1.熟悉和掌握物流的价值，知道物流是专门服务于生产和销售的。2.熟悉和掌握物流的7大功能要素。3.掌握什么是物流管理，在物流管理过程中如何节约成本和创造效益。4.掌握包装的概念和常用的包装方法，如何通过包装增加销售收入5.理解装卸搬运的概念，知道装卸搬运不产生价值，并要合理减少装卸搬运次数和实行机械化操作6.熟悉几种运输方式，如何正确选择运输方式，从成本、质量、速度等角度考虑。7.掌握集装箱的用途及集装箱的优缺点，选择合适的集装箱8.掌握仓库的盘点作业，单证制作，以及物品的养护9.掌握配送的方式，如何做出配送线路，配送的分拣合理化操作。10.掌握和分析流通加工带来的效益，从成本和效益的角度分析流通加工。 | 36 |
| 17 | 公共关系 | 专业技能课程 | 1. 公共关系的含义
2. 公共关系的基本特征
3. 现代公共关系的兴起与发展
4. 公共关系与我国现代化建设
5. 组织和公众
6. 公关的工作过程
7. 公共关系工作的手段
8. 实施双向的信息交流
9. 组织内部的公共关系
10. 组织外部的公共关系

能力要求：1. 掌握调查分析的步骤和内容
2. 掌握商务沟通的技巧和方法
3. 能够熟悉主要大众传播媒介
4. 能够进行双方信息交流
5. 能够进行有效信息收集并熟练掌握信息收集步骤
6. 掌握信息传播的途径与方式
7. 正确处理员工之间、上下级之间的关系
8. 能够及时进行危机公关的处理

了解和掌握公关人员的能力，宣传、社交、开拓、继续学习的能力 | 54 |
| 18 | 电子商务基础 | 专业技能课程 | 一、教学目标：1.让学生了解电子商务的基本概念、类型及其在我国的发展现状。2.使学生掌握电子商务的基本框架、运作模式及其关键技术。3.培养学生运用电子商务进行商务活动的能力，提高学生的实际操作水平。4.培养学生的创新意识，提高学生分析问题和解决问题的能力。二、教学内容：1.电子商务的基本概念：介绍电子商务的定义、特点、分类等。2.电子商务的框架与运作模式：讲解电子商务的基本框架、运作模式及其在实际应用中的具体表现。3.电子商务的关键技术：介绍电子商务所涉及的关键技术，如网络安全技术、支付技术、物流技术等。4.电子商务在我国的发展现状：分析我国电子商务的发展历程、现状及未来发展趋势。5.电子商务的实际应用：结合实际案例，讲解电子商务在实际商务活动中的应用。 | 72 |
| 19 | 市场调查与预测 | 专业技能课程 | 1、市场调查的含义2、市场调查的原则3、市场调查的类型4、制定调查计划5、市场调查流程设计6、市场调查方案设计的重要性及主要类型7、如何设计市场调查方案。8、市场调查技术9、市场调查方法10、撰写调查报告。能力要求：**1、**能够懂得什么是市场调查，懂得市场是企业经营的起点，是商品流通的桥梁。**2、**能够根据调查的内容和方法不同，正确分类。3、能够正确界定市场调查的各个流程，懂得如何实施市场调查。4、能够独立完成市场调查方案设计。5、能够制定调查计划书。6、掌握调查问卷的设计技术。7、能熟练收集资料、设计调查问卷。8、掌握文案调查法、询问法、观察法和实验法的概念、特点及应用。9、能够撰写调查报告。10、能够根据调查报告写出调查结论。 | 36 |
| 20 | 商务文秘 | 专业技能课程 | 1.秘书信息工作2.辅佐决策3.沟通协调4.检查督办5.沟通协调6.公文处理7.调查研究8.会议组织9.信访值班10.日常事务11.保密工作能力要求：1.能够进行商务信息收集和处理2．能够在领导决策中发挥参谋助手作用3．能够掌握常用的沟通和协调工作4．能够正确进行公文处理5．能够掌握常用的调查方法和方式6．能够独立完成会前会中会后的组织工作7．能够进行信访和值班的工作8．能够独立完成接打电话、处理信件、印信使用保管等活动9．能够在工作中掌握保密的范围、内容、等级和要求 | 54 |
| 21 | 推销技巧 | 专业技能课程 | 1. 推销概述
2. 推销心理与理论
3. 推销人员的职责、素质与能力
4. 寻找顾客
5. 推销接近
6. 推销洽谈
7. 顾客异议的处理

成交能力要求：1. 能够正确分析顾客心理
2. 能运用方格理论选择正确的推销模式进行推销
3. 熟练操作三种推销模式
4. 能自觉履行推销人员的职责
5. 能完成顾客资格的鉴定
6. 能准确进行顾客档案的建立
7. 熟悉推销洽谈的准备工作
8. 能熟练操作推销人员的工作放大
9. 掌握常见顾客异议的类型、原因和处理方法
 | 72 |
| 22 | 个人形象设计 | 主修专业核心课程 | 1个人形象的重要性2如何塑造完美的职业形象3服装与体型的搭配4服装色彩的搭配5化妆的基本步骤6化妆工具的选择7化妆品的选择8男士着装礼仪9女士着装礼仪10面试着装能力要求：1让学生懂得提升个人形象于事业，于人际交往中都是非常重要的事情，必须时刻注意自己的形象。2知道会计人员，营销人员，电子商务人员应该具备什么样的形象，懂得每个职业所具备的不同的形象。3能够正确辨别人的体型，体型不同，服装搭配不同。4能够辨别色彩，提升对色彩的敏感度，掌握色彩的最基本的搭配。5能够掌握化妆最基本的要求，熟悉花妆的六个步骤。6弄清楚化妆工具的用途，做到准确无误。7能够根据脸型化出合适的眉形。8能够根据自己的肤质正确选择适合自己的化妆品。9懂得男生和女生在着装方面要注意哪些礼仪。10、能够正确选择面试的服装，以及配饰的搭配。 | 18 |

# 教学进程总体安排

## （一）课程设置表

| **课程类别** | **课程名称** | **学分** | **课时合计** | **学** 期 | **考核方式** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **一** | **二** | **三** | **四** | **五** | **六** |
| 公共 基础课 | 语文 | 20 | 360 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |  | 纸考 |
| 英语 | 15 | 270 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  | 纸考 |
| 数学 | 15 | 270 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  | 纸考 |
| 中国特色社会主义 | 2 | 36 | 2 |  |  |  |  |  | 纸考 |
| 心理健康与职业生涯 | 2 | 36 |  | 2 |  |  |  |  | 纸考 |
| 哲学与人生 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  | 纸考 |
| 职业道德与法治 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  | 纸考 |
| 体育 | 10 | 180 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  | 随堂 |
| 形体礼仪 | 2 | 36 | 1 | 1 |  |  |  |  | 随堂 |
| 艺术 | 2 | 36 | 1 | 1 |  |  |  |  | 随堂 |
| 专 业 基 础课 | 电子商务基础 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  | 随堂 |
| 商务文秘 | 3 | 54 | 3 |  |  |  |  |  | 纸考 |
| 公共关系 | 3 | 54 |  |  | 3 |  |  |  | 纸考 |
| 经济法 | 3 | 54 |  | 3 |  |  |  |  | 纸考 |
| 专 业 核心课 | 市场营销基础 | 8 | 144 | 4 | 4 |  |  |  |  | 纸考 |
| 企业经营实训 | 8 | 144 |  |  |  | 4 | 4 |  | 随堂 |
| 消费心理学 | 4 | 72 |  |  |  | 4 |  |  | 纸考 |
| 管理基础 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  | 纸考 |
| 商品知识 | 4 | 72 |  | 4 |  |  |  |  | 纸考 |
| 基础会计 | 4 | 72 |  |  |  |  | 4 |  | 纸考 |
| 营销实务 | 8 | 144 |  |  |  |  | 8 |  | 纸考 |
| 专 业 拓展课 | 创业培训 | 2 | 36 |  |  | 2 |  |  |  | 纸考 |
| 财经应用文写作 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  | 随堂 |
| 商业礼仪 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  | 随堂 |
| 手绘POP | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  | 随堂 |
| 物流基础 | 2 | 36 | 2 |  |  |  |  |  | 纸考 |
| 市场调查与预测 | 2 | 36 |  |  |  | 2 |  |  | 随堂 |
| 推销技巧 | 4 | 72 |  |  | 4 |  |  |  | 随堂 |
| 网络营销 | 3 | 54 |  |  |  |  | 3 |  | 随堂 |
| 信息技术 | 6 | 108 | 3 | 3 |  |  |  |  | 纸考 |
| 历史 | 2 | 36 | 1 | 1 |  |  |  |  | 纸考 |
| 素养选修课 | 个人形象设计 | 1 | 18 |  |  |  | 1 |  |  | 随堂 |
| 个人理财 | 1 | 18 | 1 |  |  |  |  |  | 纸考 |
| 点钞 | 1 | 18 | 1 |  |  |  |  |  | 随堂 |
|  | 总课时合计 | 186 | 3410 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |  |

## **（二）教学实践安排**

| **教学时间** | **实践类别** | **教学内容** | **教学单位** | **教学目标** | **教学考核** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第一学年 | 军训 | 国防知识教育、装备知识介绍、时事政治学习、条例教育（含队列、分列式、阅兵式）、拉练、内务整理等。 | 本地部队 | 通 过 组 织 学 生 军训， 提高中职学生的国防观念和国家安全意识，增强学生的组织纪律观念 ，培养艰苦奋斗、吃苦耐劳的作风，掌握基本军事 知识和技能，进行素质培养。 | 心得体会；思想汇报；队列队形考核；阅兵式考核；内务整理考核。 |  |
| 认知实习 | 为师生及客人进行礼仪服务；参加校办文秘、图书、实作室管理等辅助性工作；参加维护校园秩序、卫生和安全的工作等 | 学校 | 结合现代服务业行业管理要求，培养学生的劳动意识和劳动技能，强化服务意识； 养成艰 苦朴素的作风。 | 礼仪礼貌；劳动态度；劳动考核；团结协作；综合评价。 |  |
| 第二学年 | 认识实习 | 网店客服市场调查网络推广网店运营物流配送。 | 校外实训基地 | 进入企业学习网店客服、市场调查、网络推广、网店运营、物流配送等相关知识， 了解岗位能力需求。 | 企业考核 |  |
| 项目实训 | 网上创业项目电子商务综合实训项目网 店 运营推广项目 | 校内实训基地 | 训练学生创新创业能力。 | 创业成果考证 |  |
| 第三学年 | 顶岗实习 | （一）熟悉所在企业岗位的工作要求和工作 流程。（二）独立完成岗位工作。（三）独立完成实习单位布置的其他各项工作。 | 合作企业 | 用企业的标准规范学生言行，以适应企业和岗位的需求。 | 企业考核学校考核 |  |

# 实施保障

## （一）师资队伍

**1.队伍结构**

①师资满足营销专业开设，现有专职教师16名，其中研究生2名，本科12人，正高级教师1名，高级教师2名，市级调研员1名，整个教师团队年轻、有活动、工作热情较高。

② 营销专业办学已成规模，现有在校学生580余名，一共12个教学班，其中市场营销专业班级有3个（1个为顶岗实习班，2个为在校教学班）。

③ 实训设备能满足营销专业实训要求，现建有营销实训室1个，可提供54个实训工位，可满足学生真实体验市场调查、市场定位、定价、促销、人员管理、客户服务等营销环节，提高学生市场竞争意识、成本意识，培养全局的思维能力。

### 专任教师

本专业专任教师师德高尚，综合素质高，无违纪违法行为，年度师德师风考评均为优秀。专业教师理论教学能力和实践教学能力较强，能合理运用现代化教 学手段，积极探索教学方法和手段创新，近 3 年来多次获得各级荣誉称号并参赛获奖。专任教师应具有良好的师德和扎实的专业知识；具备与专业密切相关的中级及以上的职业资格，对本专业课程有全面的了解，有企业工作经验或实践经力，能把握专业前沿知识与技术，及时更新专业知识，加强实践能力的提升，具备教学设计和实施能力。

### 3.兼职教师

从行业企业聘请技术骨干或管理人员作为兼职教师，企业兼职教师参与到教学课程和教学设计中，把企业的新技术、新思路、新的管理理念等引入到教学实践过程中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

## （二）教学设施

## 为确保本专业实验、实训、实习课程的顺利实施，需建设一批稳定的校内外 实践教学基地，本专业应配备校内实训实习室和校外实习基地如下：

## 本专业应配备客沙盘实训室、市场营销实训室、电商实训室，主要设施设备及数量见下表。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 实（验）训室 名称 | 主要设备 |
| 设备名称 | 数量 | 设备单价（元） | 购置日期 | 设备状况 |
| 1 | 市场营销实训室 | 教师机 | 1 |  |  | 良好 |
| 学生机 | 64 |  |  | 良好 |
| 电脑桌 | 8 |  |  | 良好 |
| 电脑桌 | 1 |  |  | 良好 |
| 凳子 | 65 |  |  | 良好 |
| 空调 | 2 |  |  | 良好 |
| 交换机 | 1 |  |  | 良好 |
| 路由器 | 1 |  |  | 良好 |
| 光猫 | 1 |  |  | 良好 |
| 服务器 | 1 |  |  | 良好 |
| 市场营销软件 | 1 |  |  | 良好 |
| 财务软件 | 1 |  |  | 良好 |
| 会计手工软件 | 1 |  |  | 良好 |
| 投影仪 | 1 |  |  | 良好 |
| 打印机 | 1 |  |  | 良好 |
| 电子白板（移动式） | 1 |  |  | 良好 |
| 电商软件 | 1 |  |  | 良好 |
| 电商软件 | 1 |  |  | 良好 |

## （三）教学资源

## 主要包括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教材、 图书及数字化资源等。

**1.教材选用及使用要求**

针对专业及学生的特点，按程序选用教材，分析目前专业发展现状，合理选 择与课程目标相符合、充分体现任务引领、实践导向，选用新技术、新工艺、新 规范等的国规教材，同时积极开发与行业接轨，适合本专业发展需求的校本教材 以达到专业课程目标要求与行业岗位需求的无缝对接和教材内容的高度切合。

**2.图书资料配备要求**

根据专业教育、教学和科研工作的需要，购买供师生使用的工具书、教学参 考书、教育教学研究理论书籍和应用型专业书籍，为师生提供与专业相关的文献 信息检索查询、专业学习和课外阅读等。

**3.数字资源配备要求**

## 结合专业发展的需求和行业要求，在“商学结合”，“项目实战”的理念指 导下，建设本专业的课程数字资源库，所有资源的建设都围绕行业需求和实战项 目展开。案例资源库以项目资源库为主，充分满足专业主要岗位实训项目需求。

## （四）教学方法

## 公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，按照培养学生基本科 学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学 组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综 合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

专业课坚持商学结合、双创育人人才培养模式，按照相应职业岗位（群）的 能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、创中学”的职业教育教学特色 提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，利用校内外 实训基地，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学等教学组织形式有机结 合。

## （五）学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。教学评 价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收家长、行业企业参 与。校内校外评价结合，职业技能鉴定与学业考核结合，教师评价、学生互评与 自我评价结合。过程性评价与结果性评价结合，不仅关注学生对知识的理解和技 能的掌握，更要关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，重视规范操 作、安全文明生产等职业素质的形成，以及节约能源、节省原材料与爱护生产设 备，保护环境等意识与观念的树立。应将上述要求，结合本专业实际予以具体化。

## （六）质量管理

## 健全专业教学和教学质量诊断与改进机制，完善专业教学质量监控管理制度。 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教 评学等制度，定期开展公开课、示范课等教研活动。完善毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。

# 毕业要求

## 可选考的证书

## 营销资格证书和营销员职业技能等级认定证书。

## （二）学业达标要求

## 1.无纪律处分，思想品德等方面达到学校学籍管理规定（试行）》毕业要求；

## 2.文化课结业考试合格；

## 3.专业课结业考试合格；

## 4.按要求完成校内外行业实践和实习，并考核合格；

## 5.职业素养要求：具有良好的职业意识和职业操守，注重商务礼仪。