



南宁市第四职业技术学校

# 中等职业教育人才培养方案

适用专业：           市场营销专业            
专业代码：           730602            
适用年级：           2022 级          

南宁市第四职业技术学校  
2022 年 7 月

## 市场营销专业人才培养方案

**主编部门：**文体商贸专业部

**主 编：**李铭铭

**校内参编人员：**李珍灵、陆婵娟、邵峰、冯葑、梁晓莉、黄国芳、俸显美、黄蓉莉、马雪英

**校外参编人员及合作院校和企业单位：**

杨兴华          广西职业技术学院          高级经济师

曾伟军          广西商贸高级技工学校      高级经济师

李晋楠          南京奥派信息产业股份公司    大区经理

**毕业生代表：** 李翠珊    南宁职业技术学院

## 目 录

一、专业名称及代码 .....	4
二、入学要求 .....	4
三、修业年限 .....	4
四、职业面向 .....	4
五、培养目标与培养规格 .....	5
(一) 培养目标 .....	5
(二) 培养规格 .....	5
六、课程设置及要求 .....	6
(一) 公共基础课程 .....	7
(二) 专业(技能)课程 .....	11
七、教学进程总体安排 .....	15
八、实施保障 .....	19
(一) 师资队伍 .....	19
(二) 教学设施 .....	19
(三) 教学资源 .....	22
(四) 教学方法 .....	24
(五) 学习评价 .....	25
(六) 质量管理 .....	26
十、附录.....	27

## 一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：730602

## 二、入学要求

入学要求：初中毕业生或同等学力者。

## 三、修业年限

全日制三年

## 四、职业面向

根据市场对营销人才的需求,确定市场营销专业毕业生主要职业面向是企业进行市场推广、商品销售和客户服务等工作,毕业生主要就业的岗位是面向营销业务员、市场推广人员、市场调研人员、服务人员、营销策划人员以及各种营销管理人员等主要岗位,从事市场营销、市场调研、售后服务、产品销售、营销策划与执行等相关工作。

表 1 职业岗位、职业资格证书

专业名称		市场营销专业	
专业代码		730602	
所属专业大类		财经商贸类	
	专业(技能)方向	对应职业(岗位)	职业资格证书举例
1	新媒体营销	营销业务员 市场推广人员 客户服务人员 新媒体运营人员 直播服务人员 自我创业	1+X 证书: 网店运营推广职业技能等级证书(初级)
2	传统营销	营销业务员 市场推广人员 门店运营人员 商品销售人员 市场调查人员	直播电商职业技能等级证书(初级) 普通话证

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

坚持立德树人，面向第三产业，培养了解市场发展趋势，具有系统的现代营销学的理论知识，又有现代营销实务技能，能够从事电商运营、新媒体运营、网络营销推广、市场推广、客户服务等方向的就业型人才以及能运用互联网手段进行自我创业的德智体美劳全面发展的人才。

### （二）培养规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

#### 1. 职业素养

- （1）具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- （2）知礼仪，守诚信，有责任意识。
- （3）能够廉洁自律，坚持公平交易的营销工作原则。
- （4）具有较强的心理承受与抗挫折能力。
- （5）具有团队合作精神和良好的人际沟通能力。

#### 2. 专业知识和技能

- （1）了解市场营销职业，了解营销理念。
- （2）能够根据采购计划进行订单跟踪，完成采购任务。
- （3）能够进行商品的保管、调配与出入库操作。
- （4）能够根据经营需要，熟练进行商品的陈列与维护。
- （5）了解消费者购买行为的类型、特点，掌握不同消费者购买过程中心理决策过程的差异。
- （6）能够进行基本的会计记账、报表工作。
- （7）具备较强的商务谈判能力，善于排除客户异议，能够对客户进行信息跟踪，促成交易。
- （8）了解网络营销的环境、战略、计划与渠道策略，能够利用网络进行市场营销实务操作。

(9) 能够运用基本的促销方法进行活动组织和实施促销计划。

(10) 能够根据公司现场管理标准，完成卖场标准化工作。

### **3. 专业（技能）方向——传统营销方向**

(1) 能够根据客户需要进行商品推销，完成商品售前、售中和售后服务工作。

(2) 能够针对不同的产品进行直播策划、开展直播、并进行复盘分析

(3) 能够操作门店营销工具，有效应用客户礼仪、销售沟通、商品导购、陈列、促销等几大核心技能，完成门店管理及运营的关键业务。

(4) 能够掌握个人进行创业选择、用人、决断、应变、承担风险、品格等方面的知识，了解小企业开办的程序和管理。

### **4. 专业（技能）方向——新媒体营销方向**

(1) 能根据企业需求，运用自媒体工具进行营销推广、产品营销等工作

(2) 能够掌握对新媒体平台内容进行选取、发布与推广

(3) 能根据推广目标，运用多种网络新媒体营销工具，以及多种手机新媒体营销方法。

(4) 能按照服务规范和流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

## **六、课程设置及要求**

本专业课程设置分为公共基础课程和专业技能课程。

公共基础课程包括德育课、文化课、体育与健康、艺术以及其他自然科学和人文科学类基础课。

专业技能课程包括专业核心课、专业方向课，实习实训是专业技能课程教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

## （一）公共基础课程

表 2 公共基础课主要内容和要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	中国特色社会主义	<p>《中国特色社会主义》是中等职业学校各专业学生必修的思想政治课程。按照教育部制定和颁布的《思想政治课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学，培养学生的政治认同。通过本课程的学习，学生能够正确认识中华民族近代以来从站起来到富起来再到强起来的发展进程；明确中国特色社会主义制度的显著优势，坚决拥护中国共产党的领导，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；认清自己在实现中国特色社会主义新时代发展目标中的历史机遇与使命担当，以热爱祖国为立身之本、成才之基，在新时代新征程中健康成长、成才报国。</p>	36
2	心理健康与职业生涯	<p>《心理健康与职业生涯》是中等职业学校各专业学生必修的思想政治课程。按照教育部制定和颁布的《思想政治课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学，培育学生的健全人格和职业精神。通过本课程的学习，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。</p>	36
3	哲学与人生	<p>《哲学与人生》是中等职业学校各专业学生必修的一门思想政治课程。按照教育部制定和颁布的《思想政治课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。学生能够了解马克思主义哲学基本原理，运用辩证唯物主义和历史唯物主义观点认识世界，坚持实践第一的观点，一切从实际出发、实事求是，学会用具体问题具体分析等方法，正确认识社会问题，分析和处理个人成长中的人生问题，在生活中做出正确的价值判断和行为选择，自觉弘扬和践行社会主义核心价值观，为形成正确的世界观、人生观和价值观奠定基础。</p>	36

4	职业道德与 法治	<p>《职业道德与法治》是中等职业学校学生必修的一门思想政治课程。按照教育部制定和颁布的《思想政治课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。主要着眼提高学生的职业道德素养和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总体目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。</p>	36
5	心理健康教 育	<p>《心理健康教育》是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。本课程基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出新的要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐述心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态。</p>	27
6	语文	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《语文课课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。该课程在九年义务教育的基础上，进一步培养学生掌握基础知识和基本技能，强化关键能力，使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力，传承和弘扬中华优秀传统文化，接收人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。</p>	198
7	数学	<p>本课程是中等职业学校各专业必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《数学课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。该课程在义务教育阶段数学学习的基础上，使学生获得进一步学习和职业发展所必须的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验；具备中等职业学校数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；局翰一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，成为德智体美劳全面</p>	144

		发展的高素质劳动者和技术技能人才。	
8	英语	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《英语课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。该课程在义务教育阶段英语学习的基础上，帮助学生进一步学习语言基础知识、提高听、说、读、写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养；引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际理解，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p>	144
9	历史	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《历史课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。本课程的任务是在义务教育历史课程基础的基础上，以唯物史观为指导，促进学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</p>	72
10	信息技术	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《信息技术课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。本课程的任务是学生对信息技术课程知识与技能的学习和应用实践，增强信息意识、发展计算思维、提高数字化学习与创新能力、掌握信息化环境中生产、生活与学习技能，提高参与信息社会的责任感与行为能力，树立正确的信息社会价值观和责任感，为就业和未来发展奠定基础，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p>	108
11	体育与健康	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《体育与健康课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。本课程是以身体练习</p>	144

		<p>为主要手段，以体育与健康的知识、技能和方法的传授为主要内容。通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养学生的运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p>	
12	艺术	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共基础课程。按照教育部制定和颁布的《艺术课程标准（2020年版）》的教学内容和要求进行教学。本课程的任务是充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人、以文化育人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，引导学生主动参与艺术学习和时间，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。</p> <p>音乐鉴赏与实践是以培育学生的音乐审美和实践能力，提升其音乐品位为目的的音乐活动。学生通过聆听中外经典音乐作品，参与音乐鉴赏与实践活动，学习有关知识和技能，认识音乐的基本功能与作用，获得精神愉悦，提高审美情趣和音乐实践能力。</p> <p>美术鉴赏与实践是以培养学生的美术审美和实践能力，提升其美术品位为目的的美术活动。学生通过观察、体验、赏析、评判等活动，学习美术知识和技能，欣赏美术作品，了解作品主题，感悟作品情感，理解作品内涵，认识美术的基本功能与作用，提高审美情趣和美术实践能力。</p>	36（音乐鉴赏与实践18学时，美术鉴赏与实践18学时）
13	劳动	<p>本课程是中等职业学校各专业学生必修的公共课程。本课程教育引导学生参与形式多样的劳动教育实践，使其形成崇尚劳动、尊重劳动人民的观念，增强其同理心，提高劳动素养，养成劳动习惯，弘扬劳动精神，以完善人格、造福人民。</p>	72
14	就业指导与	<p>学生就业方法的指导、面试技巧的培训、企业实习的要</p>	18

	创业教育	求和规定。	
15	安全教育	对学生进行用电、防火、防盗等教育,提高学生的安全意识,使学生学会一些自救的方法,让学生在遇到危险时能采取一定的措施,保护自己。	14
合计			1121

## (二) 专业(技能)课程

### 1. 专业核心课程

表3 专业核心课主要内容和要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销基础	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业基础课程。本课程以市场营销基础理论、基本知识为核心内容,通过课堂讲授与实践训练,使学生在全面系统学习的基础上掌握市场营销学的基本理论、基本知识、基本方法和基本技能,并具有分析和解决有关理论问题和实际问题的能力,以适应企业营销与管理的需要。并形成一定的职业能力,教学中加强职业道德教育,注意培养学生艰苦奋斗的精神和立业创业的本领。	72
2	营销素养训练	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业基础课程。通过本课程的学习,使学生了解营销岗位所需素养的基本原理,拓宽他们的视野,培养他们对职业道德的深层次思考和分析研究,以提高他们对公共关系理论知识的实际应用能力,使他们更好地处理自身与社会、组织、集体等的关系。	108
3	销售心理	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业基础课程。通过学习使学生了解消费者购买商品的心理过程;掌握消费者心理现象对购买者行为的影响;了解不同消费习惯、参照群体、社会文化对消费行为的影响;了解消费者购买行为的类型、特点,掌握不同消费者购买过程中的决策心理差异;掌握品牌、价格、外观、销售策略等属性对消费决策的作用。	36

4	商品管理	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。通过本课程的学习，使学生较系统地获得商品使用价值的基本知识，学会任何评价商品的质量。同时从理论上掌握研究商品价值的方法和途径，为其毕业后根据工作需要进一步研究和掌握商品使用价值知识奠定基础。	36
5	VBSE 门店营销	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。本课程通过对真实商业社会环境中典型单位、部门与岗位的系统模拟，让学生体验身临其境的岗前实训，认知并熟悉现代商业社会内部不同组织、不同职业岗位的工作内容和特性，培养学生从事经营管理所需的综合执行、决策和创新能力，为今后就业打下基础。	72
6	财务知识	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业基础课程。过本课程的学习，使学生掌握会计学的基本理论、基本方法和基本技能，熟练掌握和运用各种会计核算方法，包括设置会计科目与账户、复式记账、填制与审核会计凭证、登记会计账簿、财产清查和编制会计报表。	54
7	新媒体营销	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业基础课程。本课程从微信、微博、社群、视频、直播等展开新媒体的营销与运营，帮助学生学会新媒体的营销与运营。	72
8	网络营销	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。学习完此课程，学生可以考取 1+X 的《网店运营推广技能初级证书》，学习本课程，学生掌握网店开设前期准备、网店装修、网店基础操作、网店客户服务等初级技能，达到网店运营推广的初级职业技能标准。	108
合计			558

## 2. 专业方向性课程

### (1) 新媒体营销方向

表4 专业核心课主要内容和要求（新媒体营销方向）

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	新媒体视觉设计	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业方向性课程。本课程根据以淘宝网装修的整体流程，介绍了网店装修的基础知识、设计店标、设计公告模板、促销区等全方位装修知识。通过学习，让学生掌握网店装修的整体流程，能独立完成装修任务。	72
2	新媒体营销	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业方向性课程。。本课程介绍市场营销的基本理论，使学生对“营销”有整体了解。	72
3	短视频运营与制作	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业方向性课程。、短视频制作等岗位开设，主要任务是：培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中，熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能，能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品，在淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台上展示和传播，具有较强的产品视频策划和执行能力，能够制作相应的短视频广告，培养学生短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。	72
4	直播营销 含（1+X）	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业方向性课程。学习完此课程，学生可以考取1+X的《网店运营推广技能初级证书》，学习本课程，学生掌握网店开设前期准备、网店装修、网店基础操作、网店客户服务等初级技能，达到网店运营推广的初级职业技能标准。	72
合计			288

(2) 传统营销方向

表5 专业核心课主要内容和要求（传统营销方向）

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	推销实务	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。本课程通过讲授有关市场推销的基础知识和基本方法，培养学生从事推销工作的综合职业能力，为他们今后就业和适应未来职业转换打下基础。	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
2	市场调查	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。通过学习学生能够熟练掌握市场调查工作流程，培养学生问卷设计能力、调查方案制定能力、调查方法综合应用能力、信息整理分析技术应用能力和调查报告撰写能力，提升学生市场调研的应用操作技能，同时对其他主干课程如推销谈判实务、网络营销、营销策划等构成一定的能力支撑，提高学生专业综合技能水平。	72
3	商务沟通与谈判	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。学生掌握有关商务沟通与谈判基本知识和基本理论，熟练并能创造性地运用沟通及谈判的策略和技巧，并能在实践中运用这些理论与技巧进行商务活动，使学生具备商务沟通者应具备的素质和条件，为今后从事网络营销、电子商等职业所需的综合素质和商务沟通技能奠定基础。	72
4	营销策划	本课程是中等职业学校市场营销专业学生必修的专业核心课程。策划是市场营销专业的一门专业必修课，旨在培养学生对具体营销活动的策划操作能力。营销策划建立在市场营销学理论基础之上，以市场营销的基本理论为基础，广泛汲取现代新兴学科（如消费者行为学、战略管理等）的精华，形成了自己的体系和框架。	72
合计			288

### 3. 专业选修课

- (1) 手绘 POP 设计
- (2) 沙盘模拟企业经营
- (3) 营销策划
- (4) 电子商务数据
- (5) 商业法规
- (6) 营销应用文写作

#### 4. 综合实训

教育教学综合实训，采取军训或集中实训或社会实践的教学组织形式，组织学生进行预备役训练、客服、导购、推销、等模块的实际工作，培养学生多方面能力与素养。

表6 综合实训

综合实训项目	实训时间	实训内容和要求	实训地点
导购岗位实训	72学时	训练导购的方法、手段、技巧，能够从事门店的基础导购工作；训练收款机的操作使用，达到独立上岗操作的水平，能处理常见的故障	校内或校外
推销岗位实训	72学时	掌握推销的基本技能，根据不同的商品，采取不同的演示方法，以达到推销的目的；根据不同的顾客类别，采取不同的推销技巧；选取客户群，进行实物推销	校内或校外
个人创业实训	72学时	掌握个人创业的相关知识，进行问卷调查、商圈调研等工作；进行基本的开店选址、调研、宣传策划、营销整体策划等工作	校内或校外

#### 5. 顶岗实习

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于《中等职业学校学生实习管理办法》的有关要求，保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。

## 七、教学进程总体安排

### （一）教学时间安排

本专业基本学制为三年，总学时数为3000至3300学时。每学年为52周，其中教学时间40周（含复习考试），假期12周，周学时约为30学时。其中应包括国防教育、社会实践、入学教育、毕业教育、顶岗实习等活动。

## (二) 课时比例分配

表 7 课时比例分配表

课程类别	课时数	占总课时比例 (%)
公共基础课	1130	36.48%
专业核心课	558	18%
专业方向课	288	9.30%
专业选修课	216	7%
综合实训课程	306	9.88%
顶岗实习	600	19.36%
总课时	3098	100%

## (三) 教学计划安排建议

2022 级市场营销专业课程设置与教学时间安排表

课程分类	课程名称	课程性质	学时			学分	各学期周数、学时分配						
			总学时	理论课时	实践课时		1	2	3	4	5	6	
公共基础课程	职业生涯规划	必修	36	36	0	2	2						
	职业道德与法律	必修	36	36	0	2		2					
	经济政治与社会	必修	36	36	0	2			2				
	哲学与人生	必修	36	36	0	2				2			
	历史	必修	72	72	0	4				2	2		
	就业指导与创业教育	必修	18	14	4	1				1			
	安全教育	必修	14	10	4	1					2天		
	语文	必修	198	198	0	10	3	3	3	2			
	数学	必修	144	144	0	8	2	2	2	2			

		必修											
	英语	必修	144	144	0	8	2	2	2	2			
	信息技术	必修	108	43	65	6	2				4		
	体育与健康	必修	144	20	120	8	2	2	2	2	2		
	艺术（美术/音乐）	必修	36	18	18	2	1	1					
	心理健康教育	必修	36	26	10	2	1/	1/	1/	1/			
	劳动	必修	72	28	44	4	1	1	1	1			
	小计		1130			62	15	13	12	15	7		
公共选修课	物理	选修	45	30	15	2					3*15周		
	化学	选修	45	30	15	2					3*15周		
	卫生健康	选修	18	17	1	1	1/			1/			
	中华优秀传统文化	选修	18	18	0	1					1		
	职业素养	选修	18	18	0	1	1			1	1		
	小计		144				1			1	5		
专业技能课	专业核心课程	市场营销基础	必修	72	36	36	4	4					
		营销素养训练	必修	108	54	54	6	4	2				
		商品管理	必修	36	18	18	2	2					
		销售心理	必修	36	18	18	2	2					
		网络营销（1+X）	必修	108	54	54	6			6			
		财会知识	必修	54	18	18	3		3				
		VBSE 门店营销	必修	72	36	36	4			4			
		店铺创业与实务	必修	72	36	36	4				4		
		小计		558	279	279	25	12	5	10	4		
	传统营销方向	推销实务	必修	72	36	36	4		4				
		市场调查	必修	72	40	32	4			4			
		商务沟通与谈判	必修	72	36	36	4				4		

	营销策划	必修	72	36	36	4			4		
	小计		288	144	144	16		4	4	8	
新媒体营销方向	新媒体视觉设计	必修	72	36	36	4		4			
	直播营销(1+X)	必修	72	36	36	4			4		
	短视频运营与制作	必修	72	36	36	4			4		
	新媒体营销	必修	72	36	36	4				4	
	小计		288	144	144	16	3	4	8	4	
专业选修课	手绘POP设计	限选	36	18	18	2	2				
	沙盘模拟经营	限选	36	18	18	2		2			
	职业适应性测试	限选	36	36	0	2			1	1	
	电子商务数据分析	选修	108	60	48	6					6
	小计		216	132	84	12	2	2	1	1	6
	教育教学综合实训	必修	90		90	3	1周	2周			
	导购岗位实训	必修	72		72	4					4
	推销岗位实训	必修	72		72	4					4
	个人创业实训	必修	72		72	4					4
	小计		306		306						12
	顶岗生产实习	必修	600		600	58					30
	小计		600								12
	合计		3170				30	29	30	30	30

备注：课时总量应在 3000-3200 内，不含选修课的课时量。每周 30-31 课时。现国家参考学制为 3 年（2.5+0.5）。每学期总周学时为 20 周，其中安排考试考核为 1 周，各种假期或活动安排调整 1 周。实际教学课程周学时数为 18 周。教育教学综合实训包括军训、专业认识见习等。跟岗见习数+顶岗实习数=1100 课时（2.5+0.5 学制）或 1050 课时（2+1 学制）

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

师资队伍整体结构合理，符合专业目标定位的要求，适应专业长远发展需要和教学工作的需要。专业带头人由具有高级职称以上和本科学历的“双师型”教师担任；骨干教师都积极参与课程的建设与课题的研究，组织各类型教师培训、到先进学校进修、积极开展课题研究等方式培养2名专业带头人、4名骨干教师，组织培训参加考证，构建一支“双师”素质队伍。

根据《教育部十二五期间加强中等职业学校教师队伍建设的意见》，依据本专业设备、办学规模等情况配备教师，教师结构及数量分类统计如下：

（1）师生比。市场营销专业学生师生比为1:21。

（2）年龄结构合理。汽车运用与维修专业的教师均具有较强的获取、吸收、应用新知识的能力。专任教师中青年教师比例为85%以上。

（3）学历（学位）和职称结构合理。本专业具有本科学历教师占专任教师比例的100%，讲师以上职称的教师占专任教师比例的100%。

（4）“双师素质”教师比例结构合理。学校积极鼓励教师参与科研项目研发，专业课教师到企业挂职锻炼，并获取专业相关的职业资格证书，考取“1+X职业技能等级证书”考评员，目前“双师素质”教师比例达到100%以上。

### （二）教学设施

市场营销专业实践教学活动的开展建立在仿真实训、顶岗实习和配套的学习资源基础之上。

#### 1. 校内实训实习室



校内实训实习须具备门店营销、沙盘营销、网络营销实训室、直播实训室，主要设备及数量见下表。

表9 校内实训实习室配置表

序号	实训室名称	主要工具和设施设备		
		名称	数量	单位
1	门店营销实训室	新道虚拟商业社会环境 VBSE-门店营销实训平台	1	套
		云服务器	1	套
		教学管理软件	1	套
		智能触控一体机	7	台
		学生云终端	8	套
		24口千兆交换机	3	台
		终端显示器	48	套
		终端键盘/鼠标	48	套
		蓝牙无线音响系统	7	套
		打印机	2	台
		学生电脑桌	29	套
		机柜	1	个
		电源防雷器	1	套
		话筒	28	个
		空调	7	台
		信息公告栏	4	块
		生产公告板	4	块
企业展板	4	块		
2	沙盘营销实训室	企业经营管理沙盘	1	套
		新商战电子沙盘系统	1	套
		服务器	1	台
		学生电脑	8	台
		交换机	1	台
		打印机	4	台
		沙盘桌子	8	张
椅子	50	张		
3	网络营销实训室	云服务器	1	套
		教学管理软件	1	套
		学生云终端	50	套
		24口千兆交换机	3	台
		终端显示器	50	套
终端键盘/鼠标	50	套		



序号	实训室名称	主要工具和设施设备		
		名称	数量	单位
4	直播实训室	机柜	1	个
		电源防雷器	1	套
		移动工作站	6	
		直播手机	13	台
		手机云台稳定器	13	台
		路由器	1	台
		灯光套装	1	套
		声卡	1	张
		高清视频采集卡	1	张
		收声麦	13	个
		摄像机三脚架	1	1
		镜头	1	1
		单反相机	1	1
		实训桌	25	张
		直播桌	1	张

## 2. 校外实训基地

校外实训基地是校内实训基地的外延和提高，主要包括以下功能：

具备教学见习、教学实习的功能。

具备顶岗实习功能。

具备教学改革、教学研究的功能。

校外实训基地是保障毕业生具有较强的第一任职能力的重要条件。本专业与广西华联综合超市有限公司、厦门优优汇联信息科技有限公司、区统计局社情民意调查中心、广西天等晗宝有限责任公司建立长期稳固、互惠、双赢的校外实训基地，充分利用企业的设备、资源为学生提供实习实训条件，同时也利用学校的人才资源为企业提供技术、培训服务。



### (三) 教学资源

在教材选用上，坚持以使用国家规范教材为主，辅以校本教材的原则。为适应一体化教学改革，开发紧密岗位的校本教材。

#### 1. 公共课教材选用要求。

公共课教材选用要求如表 10。

表 10. 公共教材选用

序号	课程名称	使用教材		
		名称	出版社	备注
1	中国特色社会主义	《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本（高中）》	人民教育出版社	
2	心理健康与职业生涯	计划使用教育部 2022 年公布的思想政治学科统编教材		
3	哲学与人生	计划使用教育部 2022 年公布的思想政治学科统编教材		
4	职业道德与法治	计划使用教育部 2022 年公布的思想政治学科统编教材		
5	语文	《语文（基础模块）上/下册（第四版）》	高等教育出版社	
6	数学	《数学（基础模块）修订版上/下册（第三版）》	高等教育出版社	
8	英语	《英语（基础模块）第一/二册（修订版）》	外语教学与研究出版社	
9	信息技术	《计算机应用基础（Windows7+Office2010）第四版》	高等教育出版社	
10	历史	计划使用教育部 2022 年公布的中职历史学科统编教材		
11	体育	体育与健康（南方版）	高等教育出版社	



序号	课程名称	使用教材		
		名称	出版社	备注
12	艺术（美术鉴赏/音乐鉴赏）	公共艺术—美术篇 公共艺术—音乐篇	高等教育出版社	
13	就业指导与创业教育	《就业指导与创业教育》	电子工业出版社	
14	劳动	《劳动教育读本（中职版）》	高等教育出版社	
15	心理健康教育	《心理健康》	高等教育出版社	
16	安全教育	《中等职业学校学生安全教育读本》	广西教育出版社	

## 2. 专业课程教材选用

要求如表 11

表 11 专业课程教材选用

序号	课程名称	使用教材		
		名称	出版社	备注
1	市场营销基础	市场营销	南开大学出版社	
2	商品学	商品管理	财经版	
3	店铺创业与实务	店铺创业实务	中国财经出版社	
4	商品拍摄与图片处理	商品拍摄与图片处理	高等教育出版社	
5	手绘 POP 设计	手绘 pop 实战教室（初级）	上海人民美术出版社	
6	网店客服	网店客服	人民邮电出版社	
7	网络营销基础	网络营销实务	机械工业出版社	
8	销售心理	销售心理学基础（第二版）	高等教育出版社	
9	财务知识	基础会计（第五版）	华东师大出版社	
10	推销实务	推销实务（第二版）	高等教育出版社	



序号	课程名称	使用教材		
		名称	出版社	备注
11	沙盘模拟经营	商战实践平台指导教程	清华大学出版社	
12	新媒体营销	新媒体营销实务	中国人民大学出版社	
13	网络营销	网店运营基础	高等教育出版社	
14	网络营销	网店运营基础实践	高等教育出版社	
15	直播电商	直播电商基础	高等教育出版社	
16	营销素养训练	营销素养训练	东北财经大学出版社	
17	营销策划	市场营销策划（第2版）	高等教育出版社	

对于还没有开发的专业教材，在教学选用上，应尽可能优先选用与课程目标更为接近编写特色鲜明的教材；尽可能选用按任务式、项目式、模块化格式编写的教材；尽可能选用国家规划教材，确保教材选用的质量。

教材开发以校企合作为方式，以本地区经济发展为基础，以专业项目为载体，以技能培养为核心，强调教材的实用性和实效性；对接职业学校学生的学习特点和认知习惯，以图文并茂为呈现方式；对接专业培养定位、课程知识和技能目标，开发具有学校专业特色的适合工学结合，教学做一体教学模式改革的校本讲义和教材。

#### （四）教学方法

1、依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达到预期的教学目标。

2、文化基础课程采用讲授式教学、启发式教学、问题探究式教学等方法，通过集体讲解、师生对话、小组讨论、案例分析、演讲竞赛等形式，调动学生学习积极性，为专业课和拓展课的学习以及再教育奠定基础。



3、专业课程采用理实一体化教学、任务驱动式教学、项目式教学等方法组织教学，利用集体讲解、小组讨论、案例分析、分组训练、综合实践等形式，配合实物教学设备、课程包、教学平台、数字化教学资源、仿真模拟软件等手段，把最新的专业资料展现在学生面前，提高教学效果。

### (五) 学习评价

教学评价是实现学生素质教育、促进中职教育管理、推动改革的重要手段。根据国家教育部对教学标准的要求，市场营销专业在学校教学质量评价体系的基础上，改革评价模式。制定了多元化综合性评价模式方案。构建市场营销专业的“多元化综合评价模式”即学生多元综合素质“45N”评价模式，建立评价体系和评价标准，设计评价操作细则和评价工具。探索教师、学生、行业企业、社会机构等多方参与，对学生的文化基础、专业技能、职业素养、身心素质、发展潜力等五项能力采用过程与终结性的成绩评价、实施技能鉴定、社会评价等多种方式评价。全面反映学生的成长历程，引导学生的自我管理、自我完善，促进学生在德、智、体、美、劳等方面全面而有个性地发展。促进人才培养等各方面的改革与完善；推动课程改革，教学方法和手段的改革；提高师资队伍的质量；促进校企合作的深入展开。如下表所示

表 12 课程教学评价比例分布总表

课程分类	评分项目	分值比例	评分说明（评价内容）
公共基础课	课堂表现 (过程评价)	30%	根据学生的出勤、学习态度、参加课堂活动等情况进行综合评分。（自评、同学评、教师评结合）
	平时成绩 (过程评价)	30%	根据作业次数、实操训练、测试等（自评、同学评、教师评结合）
	期末考试 (终结评价)	40%	期末统一考试。（笔测为主，教师评定）
	竞赛加分	15分满分	国家级 15分，区级 10分，市级 8分，校级 5分（自己记录，学校审核）



课程分类		评分项目	分值比例	评分说明（评价内容）
专业技能课	1. 专业基础课； 2. 专业技能方向核心课； 3. 专业选修课（公共选修课程）；	课堂表现（过程评价）	30%	根据学生的出勤、学习态度、安全意识、卫生状态、参加课堂活动等情况进行综合评分。（自评、同学评、教师评结合）
		平时成绩或任务实训考核（过程评价）	30%	根据专业课程标准，课程教学工作任务要求进行项目评价。评价从三方面入手 1. 工作实训操作：工作任务完成是否符合企业工作规范。2. 实训结果：实训报告书写是否符合实际，操作是否符合企业流程规范。采用学生自评、互评、教师评价三种形式进行。
		期末考试（终结评价）	40%	期末考试或考证 (1. 笔测； 2. 笔测+实操； 3. 实操或考证)
		竞赛加分	15 分满分	国家级 15 分，区级 10 分，市级 8 分，校级 5 分（自己记录，学校审核）
	综合实训（顶岗实习）（将实际得分 90 分以上、80-89 分、70-79 分、60-69 分分别折合为优秀、良好、中等、合格、不及格等五个等级）	检查学生的《实习管理手册》和实习总结	30%	由学生根据自己在企业的工作态度和掌握的专业技能进行记录，实习总结能力予以评定。实习手册中应包括实习计划的执行情况、质量分析与评估、存在问题与解决措施、实习的感受等。
		企业单位的评价	50%	由企业根据学生在企业的工作过程，从实操能力（1. 学习能力； 2. 动手能力； 3. 劳动能力）和德育评价（1. 团队精神； 2. 知礼； 3. 诚信； 4. 守纪）两个方面进行考核。
		实习负责教师考评	20%	由负责教师根据学生在企业的工作态度、遵守纪律和掌握的专业技能进行综合评定。

## （六）质量管理

教学管理与监控体系按学校和专业系两个层面进行，对专业人才培养方案的建设、实施、检查、评价进行多方位的监督检查。学校层面着力于专业建设的指导、规范、协调、监控。专业系着力于专业建设的组织专业教学的实施过程监控与管理毕业生跟踪反馈。

教育教学质量评价体系的构建按教师考核评价、学生考核体



系两条主线进行，实行“多元化”考核评价机制，重点评价教师、学生的适岗能力，推动专业教育教学的改革。

建立由专业教师、班主任、企业技术或管理人员组成的学生跟岗、顶岗实习管理团队。实行校企共抓、共建、共管、共评，将学校管理模式与企业管理模式相结合，将跟岗、顶岗实习学生与企业员工实行同步管理。

## 九、毕业要求

通过三年的学习，学生同时达到以下条件，准予毕业。

- 1、达到人才培养所规定的德、智、体、美、劳等规格要求，修满教学计划规定的所有必修和选修的理论与实践课程，成绩合格。
- 2、完成顶岗实习任务，顶岗实习成绩合格及以上。
- 3、学生操行评定合格及以上。

## 十、附录

### （一）编制依据

1. 教育部和广西教育厅有关文件精神。
2. 本方案依据教育部职成司函《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（[2019]13号）以及教育部职成司函《关于组织职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的通知》（[2019]61号），参考国家教育部颁布的《中等职业学校专业教学标准（试行）》，依据《南宁市第四职业技术学校关于制定2021级各专业人才培养方案的通知》要求和南宁市第四职业技术学校专业市场营销调研结果，结合本专业目前实际情况编写而成。

### （二）指导思想

全面贯彻落实党的教育方针，坚持立德树人的根本任务，以服务为宗旨、以就业为导向，对照市场营销岗位要求，着力培养学生职



业道德、职业发展、就业创业能力和可持续发展能力，全面提升学校教育质量和办学水平。

### （三）方案特点

1. 采用“校企共建、工学交替”人才培养模式，即前五个学期在校学习文化基础知识、专业理论学习和参加课程实践，最后一个学期到企业顶岗实习，让学生在在校学习时间得到充分保证，把专业知识和操作技能学得更扎实一些。

2. 课程体系注重整体设计，课程顺序编排科学，妥善处理了学科之间的交叉，体现了培养目标的内在要求。专业核心课程能得到充分保证，课程学时设置科学合理，符合教育教学的一般规律，突出了职业能力的培养。

3. 理实一体教学贯穿整个专业教学和学生培养全过程，认识顶岗实习、技能训练等多个实践环节相结合，让学生在“学中做、做中学”，有利于加强学生动手能力、创新能力和实践能力的培养，体现了职业教育实施素质教育和提高学生职业能力的使命。

4. 从学生的实际出发并着眼于学生未来的发展，强化学生综合素质和关键能力培养，具有适应性、针对性、前瞻性、创造性，必将促进学生德、智、体、美、劳全面发展。

### （四）编制流程

1. 进行市场调查和毕业生跟踪反馈。通过行业需求、岗位需求的调查和毕业生跟踪反馈，初步确定培养目标。调查发现，社会对市场营销专业的职业能力要求上注重于素质与能力并重，并依此制定了学习任务和职业能力。

2. 组织专业指导委员会成员、专业课教师开展讨论。根据专业的发展，我校市场营销专业的办学实际和服务地方经济建设的现状，广泛讨论，提出合理建议。

3. 优化课程结构，进行课程整合。依据岗位、工作任务和职业能力来设置课程，确定核心课程。



4. 组织专业带头人和骨干教师及相关专业教师编制市场营销专业核心课程标准和特色教材，多方征求意见并修改完善。

5. 召开专家论证会，根据专家意见，进一步完善方案，报教务科备案，经学校校务会并党政联席会议审定批准实施。

南宁市第四职业技术学校

文商专业部市场营销专业组