

广西商业学校

**市场营销专业
人才培养方案
(2026 级)**

广西商业学校财经商贸系

二〇二六年五月

目 录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
六、主要接续专业	4
七、课程设置及要求	5
(一) 公共基础课设置及要求	5
(二) 专业课课程设置及要求	11
八、学时安排	19
九、教学进程总体安排	19
(一) 课程结构	19
(二) 学期教学活动周进程安排	20
(三) 教学进程安排	20
十、实施保障	25
(一) 师资队伍	25
(二) 教学设施	26
(三) 教学资源	28
(四) 教学方法	29
(五) 学习评价	31
(六) 质量管理	31
十一、毕业要求	33
十二、附录	33
(一) 专业人才培养方案专家论证表	33
(二) 专业人才培养方案审批表	33
(三) 专业人才培养方案滚动修改审批表	33

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

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）A	所属专业类（代码）B	对应行业（代码）C	主要职业类别（代码）D	主要岗位类别（或技术领域）E	职业资格证书或技能等级证书F
财经商贸大类（72）	工商管理类（7306）	批发业（51） 零售业（52） 商务服务业（72） 制造业（C）	营销员（4-01-02-01） 互联网营销师S（4-01-06-02）	销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员	商品营业员、营销师、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、德、智、体、美全面发展，具有基本的科学文化素养、良好的职业道德、继续学习的能力和创新精神；掌握市场营销、营销策划、市场调查、营销数据分析、新零售门店运营等知识，具备门店小程序运营、新零售门店管理、客户分析、客户异议处理、商品展示陈列、社群与促销、视频制作与营销等知识和技术技能；主要面向批发、零售、商务服务和制造行业的销售业务代表、销售行政专员、市场推广专员、客户服务专员等岗位（群），能够从事市场信息收集、销售业务洽谈、互联网营销、数字互动营销、客户关系维护等线上线下商品销售和活动执行等工作的高素质劳动者和技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应全面提升知识、能力、素质，筑牢科学文化知识和专业类通用技术技能基础，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

5. 掌握商品学、商务礼仪、现代信息技术等方面的专业基础理论知识；

6. 掌握调查问卷发放、调查数据采集、数据整理统计等技术技能，具有市场信息收集能力；

7. 掌握线上线下客户寻找、客户拜访、商品介绍、合同签订等技术技能，具有销售业务洽谈能力；

8. 掌握产品选品、直播销售、短视频制作推广、社交营销、App 营销、小程序营销等技术技能，具有数字营销能力；

9. 掌握客户资料管理、客户关怀、客户投诉处理、智能客服语音标注等技术技能，具有客户关系维护能力；

10. 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发

展需求的基本数字技能；

11. 具有终身学习和可持续发展的能力，具有一定的分析问题和解决问题的能力；

12. 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

13. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

14. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、主要接续专业

高职：市场营销、国际商务等专业

本科：市场营销专业

七、课程设置及要求

本专业课程设置主要包括公共基础课程和专业课程。

公共基础课程分为必修课程和限定选修课程。必修课程包括思想政治课，语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术、人工智能通识、体育与健康、艺术、劳动教育。限定选修课程包括中华优秀传统文化、国家安全教育、职业发展与就业指导、创新创业教育等相关课程。

专业课包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课和综合实训课。综合实训课是专业课教学的重要内容，含校内外实训、岗位实习等多种形式。

（一）公共基础课设置及要求

课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	计划学时
------	------	-----------	------

中国特色社会主义	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。	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,阐释中国特色社会主义的开创与发展,明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位,阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容,引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心,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,把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	36
心理健康与职业生涯	应能结合活动体验和社会实践,了解心理健康、职业生涯的基本知识,树立心理健康意识,掌握心理调适方法,形成适应时代发展的职业理想和职业发展规划,探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标,养成自立自强、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,提高应对挫折与适应社会的能力,掌握制订和执行职业生涯规划的方法,提升职业素养,为顺利就业创业创造条件。	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设,基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标,阐释心理健康知识,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,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。	36
哲学与人生	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,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	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设,阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论,讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义;阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义;引导学生弘扬和践行社会主义核心	36

	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。	价值观,为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。	
职业道德与法治	能够理解全面依法治国的总目标,了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义;能够掌握加强职业道德修养的主要方法,初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力;能够根据社会发展需要、结合自身实际,以道德和法律的要求规范自己的言行,做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。	依据《中等职业学校思政课课程标准》开设,着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养,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。	36
语文	1. 语言理解与运用:依托丰富言语实践,指导学生掌握国家通用语言文字运用规律,结合生活、学习、职场场景开展训练,提升学生有效交流沟通的能力。 2. 思维发展与提升:在语言运用中引导学生发展多种思维方式,通过文本分析、观点论述等练习,提升思维的敏捷性、深刻性与创造性。 3. 审美发现与鉴赏:通过优秀作品阅读赏析,引导学生品味语言艺术、发现美、崇尚真善美,形成健康审美情趣,提升语言文化鉴别能力。 4. 文化传承与参与:坚守中华文化立场,融入优秀传统文化、革命文化教育,引导学生增强文化自觉与自信,弘扬职业精神。	依据《中等职业学校语文课程标准》开设,对学生进行阅读与欣赏、表达与交流的教学以及语文综合实践活动的开展,使学生掌握必需的语文基础知识,并注重培养学生日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力,掌握具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力,使学生掌握基本的语文学习方法,养成自学和运用语文的良好习惯,引导学生重视语言的积累和感悟,接受优秀文化的熏陶,提高思想品德修养和审美情趣,提高科学文化素养,以适应就业和创业的需要,形成良好的个性、健全的人格,促进职业生涯的发展。	216
数学	通过学习,提高学生学习的主动性和自信心,养成理性思维、敢于质疑、善于思考的科学精神和精益求精	依据《中等职业学校数学课程标准》开设,对学生讲授集合、不等式、函数、数列等内容的教学,使学生掌握必要的数学基础,培养学生的计算技能、	180

	精的工匠精神,加深对数学的科学价值、应用价值、文化价值和审美价值的认识。使学生逐步提高数学运算、直观想象、逻辑推理、数学抽象、数据分析和数学建模等数学学科核心素养,初步学会用数学眼光观察世界、用数学思维分析世界、用数学语言表达世界。	计算工具使用技能和数据处理技能,培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力,使学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度,提高学生就业能力与创业能力。	
英语	1. 职场语言沟通目标:在日常英语的基础上,围绕职场相关主题,能运用所学语言知识,理解不同类型语篇所传递的意义和情感:能以口头或书面形式进行基本的沟通:能在职场中综合运用语言知识和技能进行交流。 2. 思维差异感知目标:了解英语日常说话、常用表达和中文表达的差异,初步感知中西基础思维的简单区别。能看懂英语简单语句表达的基础逻辑和中文的不同之处。在了解思维和表达差异的前提下,学会尊重不同的表达习惯和基础观点,树立正确的看待方式,具备基础的是非辨别和简单价值判断能力。 3. 跨文化理解目标:能了解世界文化的多样性;能了解中外文化及中外企业文化:能进行基本的跨文化交流:能用英语讲述中国故事,促进中华优秀传统文化传播。文化的日常分享和传播。 4. 自主学习目标:能树立正确的英语学习观,具有明确的学习目标:能多渠道获取英语学习资源:能有效规划个人的学习,选择恰	依据《中等职业学校英语课程标准》开设,对学生进行听、说、读、写、语音、词汇、语法的教学,帮助学生进一步学习英语基础知识,培养听、说、读、写等语言技能,初步形成职场英语的应用能力,激发和培养学生学习英语的兴趣,提高学生学习的自信心,帮助学生掌握学习策略,养成良好的学习习惯,提高自主学习能力,引导学生了解、认识中西方文化差异,培养正确的情感、态度和价值观。	180

	当的学习策略和方法：能监控、评价、反思和调整自己的学习内容和进程，提高学习效率。		
信息技术	通过系统学习信息技术基础知识与技能，帮助学生养成良好的计算思维与创新能力，引导学生正确认识大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术，将信息技术与专业学习及职业岗位深度融合，能够运用信息技术解决工作与生活中的实际问题的能力。	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，对学生进行计算机基础知识、操作系统的使用、因特网应用、文字处理软件应用、电子表格处理软件应用、多媒体软件应用、演示文稿软件应用的计算机教学，使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，提高学生计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面的技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力，使学生能够根据职业需求运用计算机，体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程。	108
艺术	依托艺术鉴赏与实践，帮助学生掌握基础艺术知识与技能。引导学生结合艺术情境分析审美对象，积累审美经验，涵养情操，树立健康审美观念。鼓励学生围绕主题开展艺术创意实践，培养创新意识与艺术表达能力。同时引导学生理解艺术与文化的关联，传承中华优秀传统文化，增强文化自信，尊重多元文化，实现综合素养全面发展。	依据《中等职业学校公共艺术课程标准》开设，以学生普遍具有一定认知基础、喜闻乐见的音乐和美术作为主要教学内容，使学生了解科学的音乐欣赏体系，欣赏优秀的音乐作品，为美妙的乐声所陶醉，感受着精神境界的升华；丰富音乐素养，提高审美情趣，从而培养高尚的情操和品格。学习不同美术类型（绘画、书法、雕塑、工艺、摄影等）的表现形式与发展演变进程，使学生了解美术的基础知识、技能与原理，熟悉基本审美特征，理解作品的思想情感与人文内涵，感受社会美、自然美和艺术美的统一，提高审美能力。	36
体育与健康	通过学习能够喜爱并积极参与体育运动，享受体育运动的乐趣；学会锻炼身体的科学方法，掌握 1—2 项体育运动技能，提升体育	依据《中等职业学校体育与健康教学大纲》开设，对学生进行健康教育专题讲座、田径类项目、体操类项目、球类项目教学，使学生掌握体育运动的	180

	运动能力,提高职业体能水平;树立健康观念,掌握健康知识和与职业相关的健康安全知识,形成健康文明的生活方式;遵守体育道德规范和行为准则,发扬体育精神,塑造良好的体育品格,增强责任意识、规则意识和团队意识。在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志,在运动能力、健康行为和体育精神三方面获得全面发展。	基本技能和良好的锻炼身体的方法,培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力,养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯,提高生活质量,为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务	
人工智能通识	本课程主要让学生理解 AI 基本概念、关键技术与典型应用,能用常用 AI 工具解决实际问题,初步体验智能体交互;培养计算思维与系统思维,能用需求-技术-评估的逻辑分析问题;树立科技向善伦理观,强化数据安全与隐私保护意识,能识别虚假信息与应用风险,促进 AI 与专业融合,为适应智能时代生活、就业与终身学习打下基础。	依据教育部《中等职业学校人工智能通识课教学指南》课程围绕五大维度展开。基础认知上,了解 AI 概念、机器学习、深度学习、生成式 AI 及多领域应用。技术应用上,会用智能搜索、生成式 AI 等工具完成信息获取、内容创作,能用图形化工具搭建智能体、做简单数据分析。伦理责任上,理解隐私与安全,识别虚假内容、防范诈骗,遵守版权与诚信规范。创新实践上,能在校园、社区或职业场景提出 AI 优化方案,完成项目原型设计与展示。专业拓展上,了解 AI 在本专业的应用,体验相关智能工具,建立人工智能+专业意识,实现普及性、工具性、职业性与伦理性统一。	36
历史	能够了解历史的基本史实,认识历史发展的总趋势,对人类历史的产生与发展产生兴趣,知道重要的史实是与特定的时间和空间相联系的;知道划分历史时间与空间的多种方式;能够在不同的时空框架下理解历史的变化与延续、统一与多样、局部与整体;树立正确的国家观,增强对祖国的认同感;感悟中华文明的历	依据《中等职业学校历史课程标准》开设,学生能够了解中国历史的基本知识,认识中国历史发展的总体趋势,对人类历史的延续与发展产生认知兴趣,感悟中华文明的历史价值和现实意义,形成爱国主义情感,开拓观察世界的视野,为形成正确的世界观、人生观和价值观,树立科学发展观,成为具有综合素质的合格公民奠定基础。	72

	史价值和现实意义,形成爱国主义情感。		
--	--------------------	--	--

(二) 专业课课程设置及要求

1. 专业基础课

课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	计划学时
管理学基础	介绍管理学的基本概念、性质与基本职能,让学生掌握计划与决策、组织、领导、控制等管理方法,对管理活动形成系统理解,加强对管理领域及职业岗位的认知,培养管理思维及职业素养,能够分析解决管理实践中的常见问题,提升运用管理知识处理实际管理事务的能力。	① 认识管理的基本概念、性质与基本职能(计划、组织、领导、控制),理解管理者角色、层次与类型,掌握管理者三大技能及其在不同管理层级中的要求,了解组织环境分析方法及管理理论的经典流派与发展历程。 ② 了解决策的概念、类型与过程,理解定量决策和定性决策的常用方法,了解计划的概念、特征与类型,掌握计划的工作过程与方法,了解目标管理的含义与实施过程。 ③ 了解组织的定义、类型与作用,熟悉组织结构的基本类型及各自适用范围,理解各类型组织结构的优缺点,掌握管理幅度与管理层次的概念,了解组织文化的概念、结构与功能。 ④ 理解领导的作用与含义,了解四种人性假设及领导特质理论、行为理论、权变理论,理解激励的含义,熟悉需求层次理论、期望理论、公平理论和强化理论等激励理论,掌握物质激励和精神激励等激励方法,理解沟通的含义与作用,了解沟通的类型,掌握有效沟通的技巧。 ⑤ 理解控制的含义与作用,了解控制类型、控制的过程与基本要求,掌握 PDCA 循环管理等有效控制的方法。 ⑥ 了解管理创新的概念、类型及特征,了解管理创新的	144

		内容、方法与过程，了解中国企业管理创新的趋势，能够结合具体管理情景分析管理实践问题，初步具备管理者素养与职业道德意识。	
电子商务基础	介绍电子商务概述、电子商务的实现技术、电子商务的安全、电子商务支付、网络营销及物流基础知识、电子商务法律规范、移动电子商务、电子商务新业态，让学生把握电子商务的基本概念、基本思想和基本分析方法，对电子商务运行有较全面的了解，加强对电子商务领域及职业岗位的认知，培养电商思维及职业素养，帮助理解分析现实中的电子商务现象及应用，运用电子商务理论解决电子商务问题。	①认识电子商务的基本概念、主要模式（B2B、B2C、C2C、O2O等）及发展历程与趋势。 ②了解电子商务的技术支撑，包括互联网基础、网站建设、支付系统及安全保障机制。 ③掌握网络营销的基本策略与推广方式，熟悉常见的网络推广工具与效果评估。 ④熟悉电子商务物流的基本模式与供应链管理流程，能够分析物流对电商运营的影响。 ⑤了解电子商务相关法律法规及职业道德规范，具备网络安全与消费者权益保护意识。 ⑥认识移动电商、社交电商、直播电商等新业态，能够分析典型电商平台运营特点。	144
经济学基础	介绍经济学的基本概念、基本原理及基本分析方法，让学生理解需求与供给、消费者行为、企业生产与成本、市场类型、宏观经济运行及宏观调控等核心知识，学生能够运用供求规律、边际效用递减规律、均衡价格理论等分析简单的经济现象，初步形成运用经济学思维理解企业财务活动与市场环境的能力。	①了解经济学的基本概念与分析方法，包括经济学的研究对象、微观经济学与宏观经济学的区分、经济学的基本分析方法。 ②掌握需求与供给理论，包括需求与供给的含义及影响因素、供求规律及其应用、均衡价格的形成与变动、支持价格与限制价格的含义。 ③理解消费者行为理论，包括总效用与边际效用的基本概念及相互关系、边际效用递减规律、消费者剩余的概念及其应用。 ④理解企业生产与成本理论，包括企业的组织形式、短期与长期的概念及生产函数、成本等基本概念。	144

		⑤掌握市场类型与市场结构，包括四种市场结构及其划分依据与主要特征。 ⑥理解宏观经济运行，包括国内生产总值(GDP)的含义、失业、通货膨胀和经济周期等基本经济现象的理解。 ⑦理解宏观经济调控，包括政府宏观调控的主要目标、财政政策与货币政策的调控工具及其应用。	
商品知识	学习商品学概论、商品分类与编码、商品质量与标准、商品检验、商品包装、商品养护、主要商品大类（食品、服装、日化、家电等）的识别与鉴定。要求学生能够识别常见商品的质量特征，掌握商品检验和养护的基本技能，具备商品管理和陈列的能力。	①了解商品学的研究内容、商品分类与编码、商品质量与标准等基础知识； ②掌握主要商品（如食品、纺织品、日用品、家用电器等）的识别、鉴定、养护方法； ③能根据商品标识识别商品真伪和等级，能进行商品质量感官检验； ④会正确使用商品条码，能按照规范进行商品储存和养护操作。	72
市场营销	了解市场营销基本概念、观念、影响因素及全渠道营销理论；掌握顾客分析、市场调查预测方法，以及SWOT分析、STP战略、4Ps营销组合；能运用SWOT、STP分析典型营销案例，开展简单的市场调研与预测；会运用4Ps理论阐述产品、价格、渠道、促销策略，培养以顾客需求为核心的现代营销思维。	①掌握4P、4C等营销策略的基本原理。 ②掌握市场定位、市场细分的基本方法。 ③掌握市场渠道的概念、类型和选择方法。 ④掌握市场推广的方案制订、方案实施的方法流程。 ⑤掌握营销推广活动数据收集、整理和分析的方法。	72

2. 专业核心课

课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	计划学时
商务沟通	学习商务沟通基础知识、沟通障碍与克服方法、客户服务技巧（看听问笑动）、倾听与反馈技巧、产品介绍与说服策略、顾客异	①了解商务沟通的内涵、类型、障碍、途径及基本形式； ②结合“看、听、问、笑、动”五项修炼，掌握倾听、介绍、说服和拒绝等基本技能；	36

	议处理、商务接待与协商礼仪。采用角色扮演、情景模拟、案例分析等方式,使学生具备在真实商务场景中有效沟通的能力。	③能举一反三地运用商务接待、商务协商、商品推介及处理顾客投诉的技巧; ④会使用 SPIN 引导问答、FABE 利益推介和 13351 落单句式开展商务沟通活动,树立正确的职业观与团队协作能力。	
新零售实体店运营实务	学习新零售概念与发展趋势、门店日常运营流程、线上线下引流方法、商品陈列原则、收银与盘点操作、社群营销工具使用、门店数据指标分析(客单价、坪效、人效等)、促销活动设计与执行。结合企业实践,通过真实门店或模拟平台掌握新零售实体店运营全流程。	①了解新零售业态的发展趋势及市场形势,了解线下体验、线上销售、数据分析、物流配送、智能货架等基本操作知识; ②掌握新零售门店线上线下引流、商品上架与陈列、收银配送巡查等技能; ③能够开展门店促销活动,处理监控和设备异常,分析门店经营数据并撰写运营总结; ④会调试门店音响,画手绘 POP,进行展示性与销售性商品陈列,盘点补货,使用社群营销工具,达到门店营业员或店长岗位要求。	72
市场营销策划(门店促销)	学习营销策划基础、策划创意方法(头脑风暴、思维导图)、市场分析工具(SWOT、STP)、门店促销方案设计(主题、目标、预算、执行流程、效果评估)、策划案撰写规范、PPT 制作与演讲技巧。以真实产品或门店为对象,完成策划全案并路演展示。	①了解市场营销策划的基本方法、程序、PPT 制作与运用技巧; ②会运用头脑风暴、联想思维进行品牌名称、门店名称创意命名和广告语设计; ③能完成一份企业市场推广营销策划案和一份门店促销策划案的撰写; ④能独立完成至少 1 个策划案 PPT 设计与制作,并以团队方式组织策划方案汇报展示会,提升策划能力与团队协作精神。	72
市场调查与分析(门店数据)	学习市场调查流程、问卷设计原则、抽样方法(分层、分段、重点)、实地调查技巧、数据整理与清洗、门店运营核心指标(坪效、人效、动销率、缺货率等)、	①掌握调查问卷发放的方法和技术技能。 ②掌握调查数据采集的方法和技术技能。 ③掌握数据整理统计等市场信息收集的方法和技术技能	72

	Excel 数据透视表与图表制作、调查报告撰写。结合本地商圈或合作门店完成一次真实调研并输出报告。		
推销技巧	学习推销概述、推销方格理论、推销人员职业素养、寻找与约见顾客技巧、洽谈策略与话术、处理顾客异议方法、促成交易技巧、客户关系管理（档案建立、回访、分类维护）。通过角色扮演、模拟推销实战、真实企业产品推销任务，提升实际推销能力。	①掌握线上线下客户寻找的方法和技术技能。 ②掌握客户拜访的方法和技术技能。 ③掌握商品推介的方法和技术技能。 ④掌握异议处理的方法和技术技能。 ⑤掌握合同签订的方法和技术技能。 ⑥掌握货品交付的方法和技术技能	72
消费心理学	学习消费者心理活动过程、消费者个性与态度、购买决策过程、社会环境与消费心理、商品因素与心理（价格、包装、品牌）、营销场景与心理沟通、客户投诉心理分析与处理。结合案例分析、角色扮演，培养学生洞察消费者心理并制定营销策略的能力。	①掌握消费者群体特征、个性特征等基本知 识,以及其对消费心理的影响因素。 ②掌握消费心理和消费行为的基本规律,消 费者心理动机的概念、类型、应对方法。 ③掌握社会环境、商品因素、营销因素等对 消费心理的影响方式、影响程度	72
商务谈判	学习商务谈判基础、谈判准备与团队组建、谈判礼仪、开局策略、报价与还价技巧、僵局处理策略、合同签订与法律常识。采用案例教学与模拟谈判实战相结合，学生分组扮演不同角色，完成从准备到签约的全流程谈判，并接受现场评价。	①了解商务谈判的理念、原则、模式、基本流程、常见形式及八个常见业务项目； ②掌握模拟商务谈判场景中的礼仪要求及有效沟通技巧，能初步运用谈判策略； ③会做好谈判前的准备工作，运用磋商技巧和策略营造气氛、打破僵局，能报价、磋商并有效促成交易； ④会处理产品买卖合同与签约，以团队方式完成一次完整的商务模拟谈判展示与考核。	72

3. 专业拓展课

课程名称	课程目标	主要教学内容和要求	计划学时
------	------	-----------	------

会计基础知识	学习会计概述、会计要素与会计等式、账户与复式记账、主要经济业务的核算、会计凭证、会计账簿、财产清查、财务会计报告、账务处理程序等。要求学生能够运用借贷记账法处理基本经济业务,具备初步的会计核算和报表分析能力。	①了解会计的基本概念、职能、对象和会计核算基本前提; ②掌握会计要素、会计等式、复式记账法、会计凭证、会计账簿、会计报表等核心知识; ③能正确填制和审核原始凭证、编制记账凭证,能登记简单的会计账簿; ④会编制简单的资产负债表和利润表,能进行基础的账务处理。	36
视频制作与营销	学习视频营销概述、视频制作流程、脚本策划、拍摄技巧(构图、光线、运镜)、剪辑软件操作(剪接、特效、字幕、音频)、平台规则与发布策略(抖音、视频号、快手等)、视频数据分析与优化。以项目驱动方式,要求每组完成3~5条商业推广短视频并发布运营。	①了解视频制作的基本理论及各类营销视频的特点; ②掌握视频制作的完整流程(脚本、拍摄、剪辑、发布)及常用技巧; ③能使用摄影摄像设备完成素材采集,能结合营销手段进行视频推广; ④会熟练使用视频编辑软件(如剪映、PR等)完成作品制作,会选择适合平台并按策略投放视频。	72
新媒体营销	学习新媒体营销概述、主流平台规则与算法(推荐机制、搜索优化)、内容策略(图文、短视频、直播)、用户画像与社群运营、KOL与KOC合作模式、新媒体广告投放(信息流、DOU+、薯条等)、数据监控与优化(粉丝增长、互动率、转化率)。通过项目化教学,要求学生分组运营一个真实新媒体账号(如公众号、抖音或小红书),持续4周以上,最终提交运营报告(含数据截图、内容作品、复盘分析)。	①了解新媒体的概念、类型、发展趋势及主流平台(微信、抖音、小红书、快手、B站等)的特点与算法规则; ②掌握新媒体营销策划、内容创作、用户运营、数据分析、推广投放等核心技能; ③能根据企业营销目标,制定新媒体运营方案,完成内容选题、制作、发布、互动及效果追踪; ④会使用新媒体管理工具(如公众号后台、抖音创作者服务中心、新榜等),能独立运营一个新媒体账号并产出可量化的运营成果。	36
新零售创业培训	学习新零售创业概念、创业机会识别、商业模式画布、团队组建与股权分配、	①了解新零售业态的发展趋势、创业准备、创业者素质及创业面临的挑战;	36

	市场调研与竞争分析、创业计划书撰写（含市场分析、营销策略、财务预测）、创业风险防范。学生需完成一份完整的创业计划书,进行路演展示,并模拟完成纸上创业全过程(从创意到盈亏测算)。	②掌握组建模拟创业团队、根据市场需求自主产生创业构思的技巧; ③能够熟练运用“评估你的新零售市场”等小微企业创办的十大步骤与方法; ④会撰写创业计划书,会填制销售预测表、成本利润表和现金流量表,树立正确的创业观与市场竞争意识。	
企业模拟经营 (ERP)	学习 ERP 沙盘模拟规则、企业经营流程(采购、生产、销售、财务)、战略制定(市场定位、产品研发、融资决策)、财务报表填制(利润表、资产负债表)、团队协作与竞争策略。学生分组模拟若干年经营,每轮进行决策、填报报表、复盘分析。最终根据所有者权益、市场占有率等指标评定团队成绩。	①了解企业模拟经营实训所需的基本理论知识与 ERP 系统原理; ②掌握企业模拟经营的完整流程,包括团队组建、分工与协作; ③能填写经营中所需的各种财务表格,能按给定情景开展企业模拟生产、营销等经营活动; ④会熟练利用 Excel 表格进行经营数据分析,会团队操作 ERP 企业模拟经营系统(如物理沙盘或电子沙盘),完成多轮经营决策。	72

4. 综合实训课

(1) 实训

本模块依据国家中职市场营销专业教学标准及学校实际教学条件设置,采用全真模拟与真实项目相结合的方式,注重过程性考核与团队协作,培养学生“做中学、学中做”的职业能力。具体实训项目如下:

考证综合实训:依据数字营销技术应用(或新媒体营销、网店运营推广等)证书考核大纲,系统梳理理论知识(数字营销概念、SEO/SEM、信息流广告、营销自动化等)与实操任务(关键词投放、广告计划创建、数据分析报告等)。通过真题演练、模拟考试及案例分析,强化学生解决问题的能力,确保证书通过率与实战水平。

商务礼仪实训:涵盖商务形象(着装、妆容、配饰)、商务交往

（称呼、握手、介绍、递名片、座次安排）、商务沟通（电话、微信、邮件）、餐饮礼仪（中餐、西餐）以及接待与拜访礼仪。采用示范、情景模拟、角色扮演等方式，使学生掌握常见商务场景下的礼仪规范，并通过现场考核。

（2）实习

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，要认真贯彻落实教育部等八部门出台的《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）以及自治区教育厅等八部门关于印发《广西壮族自治区职业学校学生实习管理实施细则（修订）》的通知（桂教规范〔2023〕3号）有关要求，保证学生岗位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。

通过在实习企业为期半年的岗位实习，要求学生进行岗位实践，将理论知识与实践相结合，通过实习与实践锻炼，使学生对所学的专业知识有一个宏观上的认识和把握，熟悉实际工作环境，了解企业的概况、主要经营情况、上班工作流程、企业管理方法，熟悉实习岗位职责、操作规程，提高操作技能，毕业后能够尽快胜任本岗位的工作。

（1）实习内容：掌握市场调研、客户开发与维护、销售洽谈、新媒体运营及网店推广等知识技能，具有在真实商业环境中完成营销活动执行、数据分析和客户服务等方面的企业实战能力，具备吃苦耐劳的精神。

（2）实习时间：在第三学年进行岗位实习半年。

（3）实习地点：与就业相结合，学生（分散/集中）到各（大、中、小）型企业岗位实习，实习岗位与所学专业面向的岗位群相匹配。

（4）实习成绩考核：学生的实习成绩根据实习单位鉴定表、学生的实习阶段小结、实习报告及班主任对学生的岗位实习表现等进行综合评定。岗位实习成绩评定方法按学校《学生实习管理规定》中“实

习考核”执行。

八、学时安排

每学年教学时间不少于 40 周，周学时一般为 28，三年总学时数约为 3000-3300，岗位实习一般按每周 30 学时计算；学分与学时的换算，一般 16-18 学时计为 1 个学分，总学分一般不少于 170 学分，军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分计。

公共基础课程学时一般占总学时的 1/3，必须保证学生修完公共基础必修课程的内容和总学时数。专业课程学时一般占总学时的 2/3。实践性教学学时原则上要占总学时 50%以上。各类选修课程的学时占总学时的比例应不少于 10%。

学生岗位实习一般为 6 个月，学校可根据实际情况，采取工学交替、多学期、分段式等多种形式组织实施。

专业课时比例表

课程类型		学分	课时	理论课时	实践课时	占比
公共课程	公共基础课	65	1180	794	386	37.01%
	公共限选课	4	100	50	50	3.14%
	小计	69	1280	844	436	40.15%
专业课程	专业基础课	32	576	432	144	18.07%
	专业核心课	26	468	222	246	14.68%
	专业拓展课	14	252	82	170	7.90%
	综合实训课	34	612	12	600	19.20%
	小计	106	1908	748	1160	59.85%
合计		175	3188	1592	1596	100.00%
公共课 课时占比	40.15%	选修课 课时占比	11.04%	实践 课时占比	50.06%	

九、教学进程总体安排

（一）课程结构

课程类型		课程性质		开设课程
一级		二级		
名称	代码	名称	代码	

公共基础课程	G	必修课程	1	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、语文、数学、英语、信息技术、人工智能通识、体育与健康、历史、艺术、劳动教育
		限定选修课程	2	安全教育、新生入学教育、军训
专业（技能）课程	C	专业基础课程	1	管理学基础、电子商务基础、经济学基础、商品知识、市场营销
		专业核心课程	2	商务沟通、新零售实体店运营实务、市场营销策划（门店促销）、市场调查与分析（门店数据）、推销技巧、消费心理学（消费行为分析）、商务谈判
		专业拓展课程	3	会计基础知识、视频制作与营销、新媒体营销、新零售创业培训、企业模拟经营 ERP
		综合实训课程	4	考证综合实训、商务礼仪实训、岗位实习

（二）学期教学活动周进程安排

分类 学期	入学教育 与军训	素质教育 活动	理实一体 教学周	实训教学 周	岗位实 习、社会 实践	课程考核 与教学测 评	教学周合 计
第 1 学期	2	—	18	—	—	1	21
第 2 学期	—	—	18	—	1	1	20
第 3 学期	—	1	18	—	—	1	20
第 4 学期	—	—	18	—	1	1	20
第 5 学期	—	1	18	—	—	1	20
第 6 学期	—	—	—	—	20	—	20

（三）教学进程安排

课程类别	课程性质	课程名称	课程编码	学分	学时数				各学期周数、学时分配						考核方式
					总学时	周学时	理论教学	实践教学	1	2	3	4	5	6	
公共基础课	必修	中国特色社会主义	G101	2	36	2	30	6	2						考试
	必修	心理健康与职业生涯	G102	2	36	2	30	6		2					考试
	必修	哲学与人生	G103	2	36	2	32	4			2				考试
	必修	职业道德与法治	G104	2	36	2	30	6				2			考试
	必修	语文(一)	G105	2	36	2	28	8	2						考试
	必修	语文(二)	G106	2	36	2	28	8		2					考试
	必修	语文(三)	G107	2	36	2	28	8			2				考试
	必修	语文(四)	G108	2	36	2	28	8				2			考试
	必修	语文(职业模块)	G109	4	72	4	36	36					4		考试
	必修	数学(一)	G110	2	36	2	28	8	2						考试
	必修	数学(二)	G111	2	36	2	28	8		2					考试
	必修	数学(三)	G112	2	36	2	28	8			2				考试
	必修	数学(四)	G113	2	36	2	28	8				2			考试
	必修	数学(拓展模块)	G114	2	36	2	28	8					2		考试
	必修	英语(一)	G115	2	36	2	28	8	2						考试
	必修	英语(二)	G116	2	36	2	28	8		2					考试
	必修	英语(三)	G117	2	36	2	28	8			2				考试
	必修	英语(四)	G118	2	36	2	28	8				2			考试

	必修	英语(职业模块)	G119	2	36	2	28	8					2		考试
	必修	人工智能通识	G120	2	36	2	18	18	2						考查
	必修	信息技术(一)	G121	2	36	2	18	18		2					考查
	必修	信息技术(二)	G122	2	36	2	18	18			2				考查
	必修	信息技术(三)	G123	2	36	2	18	18				2			考查
	必修	体育与健康(一)	G124	2	36	2	18	18	2						考试
	必修	体育与健康(二)	G125	2	36	2	18	18		2					考试
	必修	体育与健康(三)	G126	2	36	2	18	18			2				考试
	必修	体育与健康(四)	G127	2	36	2	18	18				2			考试
	必修	体育与健康(五)	G128	2	36	2	18	18					2		考试
	必修	历史(一)	G129	2	36	2	30	6	2						考试
	必修	历史(二)	G130	2	36	2	30	6		2					考试
	必修	艺术	G131	2	36	2	18	18	2						考查
	必修	劳动教育	G132	1	28	28	4	24	1W						考查
	限选	安全教育	G201	1	18	18	16	2	1W						考查
	限选	新生入学教育	G202	1	28	28	20	8	1W						考查
	限选	军训	G203	2	54	28	14	40	2W						考查
	小计			69	1280		844	436	16	14	12	12	10		
专 业 课	专业基础课	电子商务基础(一)	C101	2	36	2	30	6	2						考试
		电子商务基础(二)		2	36	2	30	6		2					考试
		电子商务基础(三)		2	36	2	30	6			2				考试

		电子商务基础（四）		2	36	2	30	6				2			考试
		管理学基础（一）	C102	2	36	2	30	6	2						考试
		管理学基础（二）		2	36	2	30	6		2					考试
		管理学基础（三）		2	36	2	30	6			2				考试
		管理学基础（四）		2	36	2	30	6				2			考试
		经济学基础（一）	C103	2	36	2	30	6	2						考试
		经济学基础（二）		2	36	2	30	6		2					考试
		经济学基础（三）		2	36	2	30	6			2				考试
		经济学基础（四）		2	36	2	30	6				2			考试
		市场营销	C114	4	72	4	36	36	4						考试
		商品知识	C115	4	72	4	36	36		4					考试
		小计		32	576		432	144	10	10	6	6	0	0	
	专业核心课	商务沟通	C217	2	36	2	6	30	2						考试
		新零售实体店运营实务	C218	4	72	4	36	36		4					考试
		市场营销策划（门店促销）	C219	4	72	4	36	36			4				考试
		市场调查与分析（门店数据）	C220	4	72	4	36	36			4				考试

		推销技巧	C221	4	72	4	36	36				4			考试
		消费心理学（行为分析）	C222	4	72	4	36	36				4			考试
		商务谈判	C223	4	72	4	36	36					4		考试
		小计		26	468		222	246	2	4	8	8	4	0	
	专业拓展课	会计基础知识	C313	2	36	2	18	18			2				考查
		新媒体营销	C314	2	36	2	18	18					2		考查
		视频与直播营销	C315	4	72	4	16	56					4		考试
		企业模拟经营（ERP）	C316	4	72	4	12	60					4		考查
		新零售创业培训	C317	2	36	2	18	18					2		考查
		小计		14	252		82	170	0	0	2	0	12	0	
	综合实训课	考证综合实训	C410	2	36	2	6	30				2			考查
		商务礼仪实训	C411	2	36	2	6	30					2		考查
		岗位实习	S401	30	540			540						30	考查
		小计		34	612		12	60	0	0	0	2	2	30	
	学时合计			175	3188		1592	1596	28	28	28	28	28	30	

【特别说明】：

（1）课程编码方式：财经商贸系以 C 开头，烹饪营养系以 P 开头，机电工程系以 J 开头，现代服务系以 X 开头。各专业的专业基础课从数字编码 101-199，专业核心课从 201-299，专业拓展课从 301-399，综合实训课从 401-499。课程所属系部由该系部编码，如财经商贸系的礼仪课是烹饪营养系所属，由烹饪营养系负责编码。公共基础课以表格内编码为准。

（2）综合实训课程是指独立开设的专业技能训练课程，包括单项技能训练、综合技能训练、技能抽查强化训练、考证实训、课程设计、岗位实习等。

十、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一个标准。

1. 队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。学生数与专任教师数比例不高于 20:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%。“双师型”教师占专业课教师数比例应不低于 50%。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外零售业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有教师资格证书；具有市场营销、工商管理等相关专业学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职

务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

本专业专兼职教师的配置满足师生比为 19:1，专兼职教师的结构、素质要求如下表所示：

序号	姓名	类型	年龄	职称	是否双师	职业资格
1	刘盈迎	专业带头人	36	讲师	是	助理经济师
2	杨林钟	专任教师	58	高级讲师	是	
3	缪玉超	专任教师	35	助理讲师	是	中级经济师
4	罗青艳	专任教师	40	讲师	是	助理经济师
5	谢迎	专任教师	34	助理讲师	是	
6	韦秋燕	专任教师	33	助理讲师	是	
专任教师中具有高级专业技术职务比例			16.6%	“双师型”教师占比		100%

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实训指导教师配备合理，实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展 市场调研与数据

分析、营销策划与执行、新媒体内容创作与运营、直播电商实战、商务谈判与推销 等实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要功能和设施设备			
		主要功能	主要设备	面积	工位数
1	新零售实训基地	模拟线上线下融合的新零售场景，开展全渠道营销、智慧零售、O2O运营、无人支付等实训。	智能收银系统、电子价签、自助结算终端、触摸屏一体机、展示货架、POS系统	200 m²	50
2	商务沙盘实训室	开展ERP沙盘模拟、市场营销沙盘模拟，进行企业经营决策、竞争策略、团队协作等实训。	沙盘模拟教具（物理沙盘或电脑软件）、六边形桌、投影设备、计算机	150 m²	50
3	连锁零售业一体化实训室	模拟连锁门店运营管理，包括商品陈列、收银、库存盘点、店长工作流程等实训。	连锁货架、收银台、条码扫描器、模拟POS系统、背景板、连锁管理软件	150 m²	50
4	商务谈判实训室	模拟商务谈判、销售洽谈、客户接待、异议处理等场景，训练沟通技巧与谈判策略。	谈判桌椅、多媒体、白板、录音设备、情景道具、计时器	150 m²	50
5	营销策划实训室	进行营销策划方案撰写、市场调研数据处理、广告创意、PPT制作与汇报等实训。	电脑（安装办公及数据分析软件）、投影、白板、可移动分组桌椅、打印机	150 m²	50
6	无人售货实训室	模拟无人零售场景（自助售货机、无人便利店），训练智能营销、数据采集、远程监控等技能。	无人售货机、自助收银机、智能货架、监控系统、RFID设备、电子标签	250 m²	50

3. 校外实训基地基本要求

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，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供新媒体运营助理、直播电商运营助理、营销员等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，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，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的规章制度，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

序号	实训基地名称	基地功能	承接人数
1	果叔叁拾加农产品加工有限责任公司	新零售实体店运营实务课程实训、社会实践、认知实习、企业见习、岗位实习	20
2	厦门颜值立方科技有限责任公司	新零售实体店运营实务课程实训、社会实践、认知实习、企业见习、岗位实习	20

（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. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、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：市场营销、营销管理、企业经营等各类专业藏书（含电子读物）、营销类专业期刊、专业技术资料和国家及行业颁布的相关标准等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。专业教学资源如下表：

序号	资源类型	数量（单位）
1	专业资源库	4 个
2	在线课程	8 个
3	微课、动画	210 个
4	社会培训资源包	3 个
5	虚拟仿真软件	2 套
6	网络教学平台	2 个

（四）教学方法

1. 专业人才培养模式

本专业全面贯彻国家职业教育专业教学标准要求，对接《职业教育专业目录》和职业教育专业教学标准，落实中职基础性定位，采用双元驱动、岗课赛证融通、理实一体、德技并修的人才培养模式。

2. 主要教学方法

（1）项目教学法

以企业真实或仿真的营销项目为载体将课程内容分解为若干具有内在联系和逻辑递进的学习任务，学生以小组形式自主完成信息收集、方案设计、执行实施、成果展示和总结评价的全过程。教师扮演引导者和顾问角色，重点培养学生的综合职业能力、团队协作能力和解决实际问题的能力。该方法适用于市场营销策划、市场调查与分析、新零售门店运营等综合性较强的课程。

（2）案例教学法

选取具有典型性和时效性的营销案例并引导学生运用所学理论对案例进行分析、诊断、辩论，提出解决方案或改进建议。该方法注重启发式教学和批判性思维训练，培养学生分析问题、逻辑推理和决策判断能力，尤其适用于消费心理学、市场营销基础、商务沟通等理论性与实践性并重的课程。

（3）情境模拟教学法

根据真实职业场景创设高度仿真的模拟环境，让学生扮演不同角色，在接近真实的工作情境中按照职业规范完成工作任务。通过角色扮演、情景演练、即时应变、现场点评等环节，训练学生的沟通表达能力、临场反应能力和职业规范意识，并配合录像回放进行复盘分析与集体评议。该方法适用于推销技巧、商务谈判、商务礼仪实训、客户服务等实践性强的课程。

（4）任务驱动教学法

教师以具体的工作任务为导向，设计层层递进、由简到繁的学习任务模块，学生在明确具体任务目标和要求后，自主探究、协作学习、动手实践完成任务。每完成一个任务即进行成果展示和过程评价，实现“做中教、做中学”的职业教育理念，激发学生的学习主动性和成就感，培养学生独立工作的能力。该方法尤其适合视频制作与营销、市场调查与分析、新媒体运营、网店运营推广等技能型课程。

（5）实战演练教学法

依托校内现代化实训基地和校外深度合作企业资源，让学生直接参与真实的商业活动和营销项目。学生在企业导师与校内指导教师“双导师”共同指导下，完成从策划、执行、数据监测到总结复盘的全流程实战，以真实的销售业绩、粉丝增长、互动率等数据作为考核评价依据。该方法有效缩短学校人才培养与企业用人需求之间的距离，培养学生的职业适应能力、岗位操作能力、问题解决能力和吃苦耐劳精神。按照专业教学标准要求，严格落实《职业学校学生实习管理规定》，加强校内实训教学，确保学生岗位实践与能力培养有效衔接。

（五）学习评价

1. 过程评价

改变过于侧重期末考试的评价方式，加强对学生学习过程的跟踪与评估。通过记录课堂表现、作业完成情况、阶段性任务、项目实操、学习态度等多维度过程数据，科学评定过程性成绩，及时反馈，引导学生注重日常学习积累与持续改进。

2. 结果评价

优化期末考试、终结性考核的内容与形式，增强其综合性与应用性。基础课程注重考核知识理解与素养运用；专业课程倡导“知识+技能”的复合考核，并探索与职业资格证书、技能等级证书的衔接；实践课程则以实操考核、作品评价、实习鉴定为核心，重点评价技能水平与岗位适应能力。

3. 增值评价

关注学生个体的成长与进步幅度。通过入学基础测评、阶段性学习成果对比、成长档案分析等方式，识别和肯定学生在知识、技能、素养等方面相较于自身起点的提升与努力，激发不同基础学生的学习动力与自信心。

4. 综合评价

建立多元主体、多维内容的综合评价体系。评价内容涵盖知识、技能、职业素养、实践能力、创新精神等；评价主体从任课教师延伸至学生自评、同学互评、企业导师评价等。综合运用过程、结果、增值评价数据，形成全面、客观的个体评价结论与发展建议。

5. 实施评价分类设计

根据课程类型与目标差异，落实评价侧重点的不同。公共基础课评价侧重素养养成与知识应用；专业课程评价强调技能掌握与职业能力；实践教学环节评价以实操规范、任务完成与企业反馈为核心。各类课程需据此制定具体的评价实施细则。

（六）质量管理

1. 构建专业质量保障组织体系

本专业严格遵循学校“学校-二级院系”两级教学质量保障体系，将质量管理责任落实到位。在学校教学质量管理部门的统筹指导下，由本专业所属的财经商贸系具体负责实施。专业层面成立由专业负责人、骨干教师及合作企业专家组成的“专业教学指导与质量监控小组”，负责本专业人才培养方案的实施、教学过程监控、质量信息收集与分析、以及持续改进工作的具体推动与落实。

2. 健全质量保障与评价体系

学校与专业共同构建系统化的人才培养质量保障机制。持续完善并动态更新人才培养方案、课程标准、教学资源与实践条件。建立健全覆盖教学全过程的质量监控制度，强化对教学设计、课堂实施、实习实训、毕业考核等关键环节的过程性督导与改进。积极吸纳行业、企业等多方主体参与评价，探索实施结果评价、过程评价、增值评价相结合的综合评价改革，定期公开质量信息，主动接受督导与社会监督，形成“计划-实施-监测-改进”（PDCA）的质量管理闭环。

3. 落实教学全过程管理与诊断改进

本专业将质量管理贯穿于教学全过程，主要做法包括：

（1）日常教学督导：严格执行学校与系部的巡课、听课制度。系部主任、专业负责人每学期完成规定听课任务，并聚焦课堂教学质量与改革成效；定期分析学生评教及学业预警数据。

（2）专项教学检查与评价：定期开展学期初、中、末教学常规检查，重点检查课程标准执行、教案、作业布置与批改、实习实训记录过程管理等。定期对课程建设水平、教材选用、教学模式改革成效进行专项评价。

（3）校企联动督导实践教学：在社会实践、岗位实习等关键实践环节，安排校内指导教师定期赴企业巡查，与企业带教师傅共同评定学生实践成绩，定期召开校企实践教学协调会，保障教学纪律与教学效果。

（4）常态化教研活动：教学团队坚持每两周一次的线上线下相结合的集体备课与专题教研制度。围绕课堂教学创新、技能大赛辅导、

活页式教材开发、学生学习难点等问题开展研讨，并将公开课、示范课观摩评议作为常规教研活动。

4. 建立跟踪反馈与目标达成度评价机制

学校与专业共同建立毕业生职业发展跟踪调查机制及社会评价常态化渠道。定期对生源状况、职业道德、毕业生就业质量、技术技能水平、用人单位满意度等进行调查与分析。将跟踪反馈数据与行业发展趋势、专业培养目标与毕业要求进行对比分析，定期评估人才培养目标的达成情况，形成年度质量分析报告，并将其作为专业设置优化、培养方案修订、资源配置调整的核心依据，推动专业建设与人才培养质量的持续提升。

十一、毕业要求

- (1) 课程学习要求：必须通过所有课程考核。
- (2) 岗位实习要求：合格。
- (3) 学生综合素质测评：全部合格。
- (4) 职业资格证书要求：获得一项职业资格证书
- (5) 符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十二、附录

- (一) 专业人才培养方案专家论证表
- (二) 专业人才培养方案审批表
- (三) 专业人才培养方案滚动修改审批表