

南京交通中等专业学校

2024 级市场营销专业

实施性人才培养方案编制调研报告

一、前言

(一) 调研目的：为了准确进行专业定位，突出专业特色，提高市场营销专业人才培养质量，以适应行业发展需求。

(二) 调研时间、地点：2023 年 7-8 月，南京地区的中职院校、企业和行业。

(三) 调研对象：行业、企业、同类学校同类专业在校学生和毕业生。

(四) 调研方法：问卷调查、访谈、实地考察等。

二、专业人才培养需求调研与分析

(一) 本专业服务的行业、企业发展趋势及人才需求情况：

随着我国经济的持续发展和市场竞争的加剧，市场营销专业人才的需求不断增长。尤其在互联网+、大数据等新技术的推动下，市场营销行业正呈现出创新、跨界、智能化的发展趋势。市场营销为社会提供了大量的就业机会。随着市场经济的发展，我国第三产业在国民经济中所占的比重不断增加，产值超过一半以上。为了适应市场的需要，就需要大量的营销人员从事营销工作，以适应市场激烈竞争的需要营销经理、营销总监、营销精英等待遇高、需求紧迫度高的高端岗位人才供给缺口较大。

因此既懂得市场营销实务和管理，又熟悉国家经贸政策和法令，能熟练运用计算机，懂得进出口业务，通晓外贸知识，掌握企业管理知识和市场营销技术，实践能力较强的应用型人才远远不能满足我们生产生活以及社会发展的需要。

经济发展迫切要求我们培养拥护党的基本路线，适应社会主义市场经济需要德、智、体、美等方面全面发展，掌握职业岗位所需的基础知识及专业技能，并具有良好的职业道德和综合职业能力，具有较强实践能力和社会适应能力和一定市场营销理论知识，面向大型超市及其他企业，从事市场调查及预测分析、商品推销，面向医药、汽车、电话营销等行业，具备商品推销、市场调研、客户服务能力的实用技能人才。

(二) 本专业服务的省内外行业企业对专业人才培养的规格、质量和结构的要求：

企业对市场营销专业人才的需求主要集中在综合素质、创新能力、沟通能力和实战能力等方面。企业希望毕业生具备扎实的专业知识和丰富的实践经验，能够迅速适应工作岗位。

（三）具体调研单位和本专业相关的岗位设置和人才需求的情况及趋势：

从调研情况看，市场营销专业的毕业生主要就业岗位有市场调研、营销策划、广告传媒、销售管理等。随着企业对营销的重视程度不断提升，这些岗位的人才需求将持续增长。伴随着经济全球化的进程，作为发展速度最快的发展中国家的中国的发展也备受世界瞩目。目前我国的通货膨胀率居高，如何在经济危机的影响之下迅速地恢复过来已成为我国人民乃至世界人民共同关注的问题。在这种经济背景下，市场营销又再一次地被重视起来。

对大多数企业来讲，如何把产品更好、更快地卖出去，如何使企业在激烈的竞争中脱颖而出，顺理成章地成为最关键的问题之一。市场营销作为一门实践性强、与市场联系紧密的专业，顺应了时代潮流，迎合了企业的需求，近十几年来得到了突飞猛进的发展。但是，目前大部分营销人才普遍水平较低，专业性很差，远远达不到专业的营销人才的标准，尤其是高素质的市场营销人才严重短缺。因此，加快对营销专业人才的培养成为当务之急。

市场营销理念正在向社会的各个领域迅速渗透。从中国范围来看，市场营销理论与实践已引起营利性企业以及非营利性组织的普遍重视，营销观念已逐渐渗透至社会各个领域并广泛地得到应用。营销观念与营销管理成为人们生活中的一个重要组成部分。“把自己推销出去”是企业、非盈利性组织成功的前提。市场营销是指导企业制胜的法宝。企业的生存必须依赖于市场和社会需求，而市场营销是联结社会需求与企业反映的中间环节，是企业用来把消费者需求、市场机会变成有利可图的公司机会的一种行之有效的方法。

基于这样的发展契机，我校根据国家职业教育方针政策和市场的实际需求，培养市场急需的市场营销方面的专业技术人才。

（四）学校毕业生就业单位对现有专业人才培养的规格、结构、质量的评价：大部分企业认为我国中职院校市场营销专业毕业生的专业素质和实践能力较好，但同时也存在创新意识不足、综合素质有待提高等问题。

（五）学校毕业生对专业人才培养工作及现有专业人才培养方案的意见：毕业生普遍认为，学校在专业课程设置、实践教学等方面还需进一步加强，以提高学生的综合素质和就业竞争力。

（六）同类学校同类专业在校学生学习状况和毕业生就业情况：从调研数据来看，在

校学生对专业课程的兴趣较高，但实践教学环节较为薄弱。毕业生就业率较高，但部分学生因实践经验和创新能力不足，难以找到理想工作。

三、调研结果分析

企业对市场营销专业人才需求存在两方面极端现象，要么要求在校表现一般就可以了，另外一种情况要求专业人才在校表现较高，对于相关某些企业要求营销专业人才首先要在学校表现优秀。对于专业水平要求大部门单位要求都很高，不但要求专业的营销人员具备专业的营销知识，还要具有专门的素质和能力。沟通协作能力强是企业首选，其次业务销售能力要高，同时具备一定水平的市场调研能力、活动策划能力、活动管理能力、方案写作能力。对于营销专业人员的经营管理能力和网络营销业务处理能力也有一定的要求。

（一）本专业人才培养目标、培养规格及培养模式：

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，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养具有良好的职业道德和职业素养，掌握跨入商务服务行业所必需的基础知识与通用技能，以及本专业对应就业岗位所必备的知识与技能，能胜任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。

中职院校市场营销专业应以培养具备创新意识、实战能力、沟通能力和综合素质的市场营销专业人才为目标，注重理论知识与实践能力的结合。

（二）本专业培养人才需具备的知识、能力、素质：毕业生应具备市场营销基本理论、营销策划、市场分析与调研、销售管理等方面的知识，以及较强的创新意识、沟通能力和实战能力。专业核心能力包括：

（1）能够根据市场营销任务的要求与目标，使用正确的方法与技术进行市场调研，收集、整理、汇总和分析市场资料，并撰写市场调研报告；

（2）能够根据市场环境的变化，对企业和商品进行基本分析；能够对产品进行市场细分和市场定位；

（3）能够了解市场渠道的类型与特点，并针对商品与企业的情况，对市场营销渠道进行分析、选择与管理；

（4）能够对商品及其竞争品的价格进行分析，掌握影响商品定价的要素，合理使用定价方法与策略对商品进行定价；

（5）能够正确认知促销策略与手段，使用适当的手段，对商品进行促销管理与推广；

（6）能够与顾客进行有效沟通，分析顾客的消费心理与行为，引导顾客进行商品选

择与购买；能够使用正确的推销技巧，对商品进行流利、正确的介绍与推广；

（7）具备良好的语言表达和沟通能力，能够接待与处理顾客的异议与投诉，提高顾客的满意度与忠诚度。

（三）本专业人才培养的核心课程体系及能力支撑的课程体系：核心课程包括消费心理、营销策划等，能力支撑课程包括商务谈判、销售技巧、网络营销等。

（四）本专业学生就业主要面向的行业、企业、区域及岗位设置情况：毕业生主要就业方向在各大经营管理企业，从事市场销售、市场调研、营销策划、产品展示、前台接待、客户管理、产品推广等工作。岗位设置包括市场调研员、营销策划员、销售管理人员等。

综上所述，为适应行业发展需求，中职院校市场营销专业应进一步优化课程设置，加强实践教学，培养具备创新意识、实战能力、沟通能力和综合素质的市场营销专业人才。

二〇二三年九月二十日

南京市中等职业学校实施性人才培养方案

审 批 表

年 级 2024级

学考专业类别 商务营销类

专业名称 市场营销（代码：14）

专业代码 730602

专业(技能)方向 展示销售方向

学 制 3年

招生对象 初中毕业生

学校(盖章) 南京交通中等专业学校



填报日期 2024年4月1日

说 明

一、本表需与“南京市中等职业学校实施性人才培养方案”合并为单个 PDF 文档上传至人才培养方案评审平台。

二、人才培养方案在实施过程中，若非主要公共基础课程、专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程及课程开设时间需作调整，由学校分管教学校长审批，并由学校教务处存档备案；若主要公共基础课程、专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程、职业资格证书或职业技能等级证书需作调整，须将调整原因及内容报市职教（成人）教研室审批备案，并填报“实施性人才培养方案调整申请表”。

三、实施性人才培养方案如需重新修订，须将修订的原因、内容及修订后的计划报市职教（成人）教研室审核，市教育局主管部门审批。审批后的实施性人才培养方案分存学校和市职教（成人）教研室。

制 定 依 据	执行国家、 省、市文件	根据教育部《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）和《教育部关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函[2019]61号）、《教育部办公厅关于印发〈中等职业学校公共基础课程方案〉的通知》（教职成厅[2019]6号）、《教育部关于印发职业教育专业目录（2021年）的通知》（教职成〔2021〕2号）、《省教育厅关于印发江苏省中等职业学校专业类指导性人才培养方案及专业核心课程标准（试行）的通知》（苏教职函〔2021〕9号、25号）及江苏省中等职业学校学生学业水平考试相关文件。
	参照的指导 性人才培养 方 案	参照《江苏省中等职业教育专业指导性人才培养方案》
	专业建设委 员 会 意 见	市场营销行业在我国呈现高速增长势头，加之我市处于长三角经济圈的核心区域，企业对经过中职教育的市场营销毕业生持续大量需求。专业设置符合南京地方经济发展的需要，能针对企业相关岗位能力要求设置技能训练项目。学校教学师资力量充实，并投入大量财力建立了实习实训平台，能够达到专业培养目标。该校毕业生专业知识系统，实践技能突出，被各大企业争相录用，办学前景良好。
	其 它	1、满足南京地区连锁经营企业的人才需求。 2、强化展示销售等。
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，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养具有良好的职业道德和职业素养，掌握跨入商务服务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。	
职业(岗位)面向、 继 续 学 习 专 业	职业面向： 各大经营管理企业，从事市场销售、市场调研、营销策划、产品展示、前台接待、客户管理、产品推广等工作。 继续学习专业： 连锁经营管理、工商管理、营销策划、电子商务等。	

综合素质及职业能力	综合素质	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 具有一定的审美情趣和人文素养，热爱中华优秀传统文化，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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(10) 具备质量意识、环保意识、安全意识、创新思维。</p>
------------------	-------------	---

职业能力	行业通用能力	<p>(1) 能够运用市场调查与预测的方法技巧，进行调查与预测，并利用调查与预测的分析结果制定企业市场营销策略；</p> <p>(2) 能够运用市场细分及市场定位的方法及原理找到企业的目标顾客群并进行顾客消费心理分析；</p> <p>(3) 掌握商品推销活动过程，能够独立开展商品的推销活动；</p> <p>(4) 能够运用市场策划技术技巧进行市场开发；做好市场营销活动中货源组织、接待顾客、销售服务等基本业务；</p> <p>(5) 能够运用公共关系理论与实务的理论知识，进行市场营销活动中的企业形象策划、危机事件处理、策划主持重要的公关活动；</p> <p>(6) 能够运用广告策划的原理制定与市场情况、产品状态及消费群体相适应的经济有效的广告策划方案并加以评估，实施和检验；</p> <p>(7) 能够运用电子商务、网络营销的知识和技能利用互联网进行互联网+时代的市场营销；</p> <p>(8) 能够进行有效的客户管理与沟通，了解并分析客户的需求情况，进行维护客户的方案规划；</p> <p>(9) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和较好的服务意识。</p>
	专业核心能力	<p>(1) 能够根据市场营销任务的要求与目标，使用正确的方法与技术进行市场调研，收集、整理、汇总和分析市场资料，并撰写市场调研报告；</p> <p>(2) 能够根据市场环境的变化，对企业和商品进行基本分析；能够对产品进行市场细分和市场定位；</p> <p>(3) 能够了解市场渠道的类型与特点，并针对商品与企业的情况，对市场营销渠道进行分析、选择与管理；</p> <p>(4) 能够对商品及其竞争品的价格进行分析，掌握影响商品定价的要素，合理使用定价方法与策略对商品进行定价；</p> <p>(5) 能够正确认知促销策略与手段，使用适当的手段，对商品进行促销管理与推广；</p> <p>(6) 能够与顾客进行有效沟通，分析顾客的消费心理与行为，引导顾客进行商品选择与购买；能够使用正确的推销技巧，对商品进行流利、正确的介绍与推广；</p> <p>(7) 具备良好的语言表达和沟通能力，能够接待与处理顾客的异议与投诉，提高顾客的满意度与忠诚度。</p>

		职业特定能力	<p>(1) 市场分析能力：能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测；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；</p> <p>(2) 商品销售与管理能力：能运用商品学知识进行商品鉴别，具有商品陈列与商品包、扎、秤、算、量的能力；能使用一定的方法与技巧对商品进行介绍，具有从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力；具有一定的商务洽谈能力；</p> <p>(3) 客户服务能力：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；</p> <p>(4) 营销推广与策划能力：能根据企业营销目标开展产品推广活动；具备从事市场营销策划的能力。</p>
		跨行业职业能力	<p>(1) 具备较强的自我管理、自我发展能力和创新能力；</p> <p>(2) 具有适应岗位变化的能力；</p> <p>(3) 具有企业管理及现场管理的基础能力；</p> <p>(4) 具有创新创业能力。</p>

市场营销专业（展示销售）方向教学时间分配表

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合实践教学及教育活动周数（实践安排内容）		
一	20	18	1（入学教育与军训）	1	1
二	20	18		1	1
三	20	18		1	1
四	20	18		1	1
五	20	18	营销员考工实训（4*18）网络营销（5*18）	1	1
六	20	20	18（岗位实习）	/	/
			2（毕业考核、毕业教育）		
总计	120	110	21	5	5

市场营销专业（展示销售）方向技能训练项目安排表

序号	技能训练项目名称	课时数	学期	校历周	教学条件及设施	地点	考核目标与要求
1	营销员考工实训	72	5	4*18	市场营销实训软件及设备	市场营销实训室	实训课
2	网络营销	90	5	5*18	实训软件及设备	新媒体营销实训室	实训课
3	岗位实习	540	6	18周	企业实习	连锁经营企业	综合实习

市场营销专业（展示销售）方向考证安排表

编号	证书名称	考证时间(学期)	发证部门	证书等级	备注
1	营销员	5	国家人力资源和社会保障部	职业资格四级	
2	全国计算机等级证	/	教育部教育考试院	一级	
3	普通话证书	/	江苏省语言文字委员会	/	

2024 级（市场营销）专业实施性教学进程表

课程类别	课程性质	课程名称	学时数		课程教学各学期周\学时											
			总学时	学分	一		二		三		四		五		六	
					18周		18周		18周		18周		18周		20周	
					17	1	18	0	18	0	18	0	18	0	18	0
公共基础课程	思想政治	中国特色社会主义	34	2	2											
		心理健康与职业生涯	36	2			2									
		哲学与人生	36	2					2							
		职业道德与法治	54	3						2			1			
	必修课程	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	8	0.5												
		语文	248	13	4		4		2		2		2			
		历史	70	4	2		2									
		数学	178	10	2		2		2		2		2			
		英语	178	10	2		2		2		2		2			
		信息技术	106	6	2		2		2							
		体育与健康	178	10	2		2		2		2		2			
		艺术（音乐、美术）	34	2	2											
		劳动教育	34	2	2											
		限定选修课程	职业素养	34	2	2										
			南京大屠杀死难者国家公祭地方课程	4	0.5											
任意选修课程	普通话/音乐鉴赏/影片欣赏	72	4					2				2				
公共基础课程小计			1304	73	22	0	16	0	14	0	10	0	11	0		
专业技能课程	专业类平台课程	必修课程	智慧商务信息技术	68	4	4										
			商务沟通与礼仪	72	4			4								
			商贸法律法规	72	4			4								
			市场营销	72	4			4								
			财务基础知识	72	4					4						
	专业核心课程	必修课程	消费心理	72	4					4						
			商品展示	108	6					6						

			商务谈判	72	4						4					
			营销策划	72	4							4				
专业方向课程	展示销售方向	必修课程	销售技巧	108	6						6					
			网络营销	90	5								5			
综合实训		必修课程	营销员考工实训（中级）	72	4								4			
专业选修课程		任意选修课程	网店运营推广/新媒体营销	144	8						8					
			专业课程学考强化	72	4								4			
岗位实习		必修课	岗位实习	540	27									18周		
专业（技能）课程小计				1706	92	4	0	12	0	14	0	18	0	17	0	18周
其他教育活动	入学教育与军训			28	1		1周									
	专业认知教育			34	2	2										
	毕业考试（考核）、毕业教育			60	2										2周	
	其他教育活动小计			122	5	2	1周	0	0	0	0	0	0	0	0	2周
合 计				3132	170	28	1周	28	0	28	0	28	0	28	0	20周
课时数比例		公共基础课程		41.6%												
		专业技能课程		58.4%												
		任选（综合课程）		10.4%												

备注：

1、限选课是学校根据上级要求及相应专业特点，选修了《职业素养》和《国京大屠杀死难者国家公祭地方课程》，其中职业素养36课时，《国京大屠杀死难者国家公祭地方课程》安排在2年级第一学期开设，形式为讲座，教材为《读本》，课时为4课时。《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本》安排在2年级第一学期开设，形式为讲座，教材为《读本》，课时为8课时。

2、总学时3132，其中，公共基础课程（含军训）1304学时，占比约为41.6%，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）1828学时，占比约为58.4%，任意选修课程326学时，占比约为10.4%。

3、第五学期课程，因参加学业水平考试需要，思想政治安排为2*9（前九周），网络营销安排为4*9（前九周）+6*9（后九周），专业课程学考强化安排为8*9（前九周），营销员考工实训（中级）安排为8*9（后九周）。

<p>学校对本人才培养方案说明</p>	<p>1. 本方案依据《江苏省中等职业学校市场营销专业类课程指导方案（试行）》，参考教育部《中等职业学校专业目录》《中等职业学校市场营销专业教学标准》《中等职业学校公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等 12 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。</p> <p>2. 本计划是参照江苏省中等职业教育相近专业指导性人才培养方案而制定，原则上按每学期 20 周计算，每五天工作日制订。</p> <p>3. 严格按照《教育部办公厅关于印发〈中等职业学校公共基础课程方案〉的通知》（教职成厅[2019]6 号）精神要求，安排并组织公共基础课程的教学活动。</p> <p>4. 第五学期安排《专业课程学考强化》课程，满足学业水平测试要求。</p> <p style="text-align: right;">2024 年 4 月 1 日</p>
<p>南京市职教（成人）教研室审核意见</p>	<p style="text-align: right;">年 月 日</p>
<p>南京市教育局审批意见</p>	<p style="text-align: right;">年 月 日</p>

南京交通中等专业学校商务营销类

市场营销专业实施性人才培养方案

一、专业与专门化方向

学考专业类别：商务营销类（代码：14）

专业名称：市场营销（专业代码 730602）

专门化方向：展示销售

二、入学要求与基本学制

入学要求：初中毕业生

基本学制：3 年

三、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，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养具有良好的职业道德和职业素养，掌握跨入商务服务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

专门化方向	职业（岗位）	职业资格或职业技能等级要求	继续学习专业	
展示销售	营销员 (4-01-02-01) 商品营业员 (4-01-02-03)	营销员（中级）	高职： 市场营销 电子商务	本科： 市场营销 电子商务 工商管理

五、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，具有学车知车爱车和服务汽车后市场的情怀，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) 职业能力（职业能力分析见附件 1）

1. 行业通用能力

(1) 能够运用市场调查与预测的方法技巧，进行调查与预测，并利用调查与预测的分析结果制定企业市场营销策略；

(2) 能够运用市场细分及市场定位的方法及原理找到企业的目标顾客群并进行顾客消费心理分析；

(3) 掌握商品推销活动过程，能够独立开展商品的推销活动；

(4) 能够运用市场策划技术技巧进行市场开发；做好市场营销活动中货源组织、接待顾客、销售服务等基本业务；

(5) 能够运用公共关系理论与实务的理论知识，进行市场营销活动中的企业形象策划、危机事件处理、策划主持重要的公关活动；

(6) 能够运用广告策划的原理制定与市场情况、产品状态及消费群体相适应的经济有效的广告策划方案并加以评估，实施和检验；

(7) 能够运用电子商务、网络营销的知识和技能利用互联网进行互联网+时代的市场营销；

(8) 能够进行有效的客户管理与沟通，了解并分析客户的需求情况，进行维护客户的方案规划；

(9) 爱岗敬业，诚实守信，热情主动，具有团队合作精神和较好的服务意识。

2. 专业核心能力

(1) 能够根据市场营销任务的要求与目标，使用正确的方法与技术进行市场调研，收集、整理、汇总和分析市场资料，并撰写市场调研报告；

(2) 能够根据市场环境的变化，对企业和商品进行基本分析；能够对产品进行市场细分和市场定位；

(3) 能够了解市场渠道的类型与特点，并针对商品与企业的情况，对市场营销渠道进行分析、选择与管理；

(4) 能够对商品及其竞争品的价格进行分析，掌握影响商品定价的要素，合理使用定价方法与策略对商品进行定价；

(5) 能够正确认知促销策略与手段，使用适当的手段，对商品进行促销管理与推广；

(6) 能够与顾客进行有效沟通，分析顾客的消费心理与行为，引导顾客进行商品选择与购买；能够使用正确的推销技巧，对商品进行流利、正确的介绍与推广；

(7) 具备良好的语言表达和沟通能力，能够接待与处理顾客的异议与投诉，提高顾客的满意度与忠诚度。

3. 职业特定能力

(1) 市场分析能力：能根据实际情况选择正确的方法来进行市场调查与预测；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；

(2) 商品销售与管理能力：能运用商品学知识进行商品鉴别，具有商品陈列与商品包、扎、秤、算、量的能力；能使用一定的方法与技巧对商品进行介绍，具有从事产品推广、销售及向目标顾客提供售前、售中和售后服务等工作的能力；具有一定的商务洽谈能力；

(3) 客户服务能力：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；

(4) 营销推广与策划能力：能根据企业营销目标开展产品推广活动；具备从事市场营销策划的能力。

4. 跨行业职业能力

(1) 具备较强的自我管理 with 自我发展能力和创新能力；

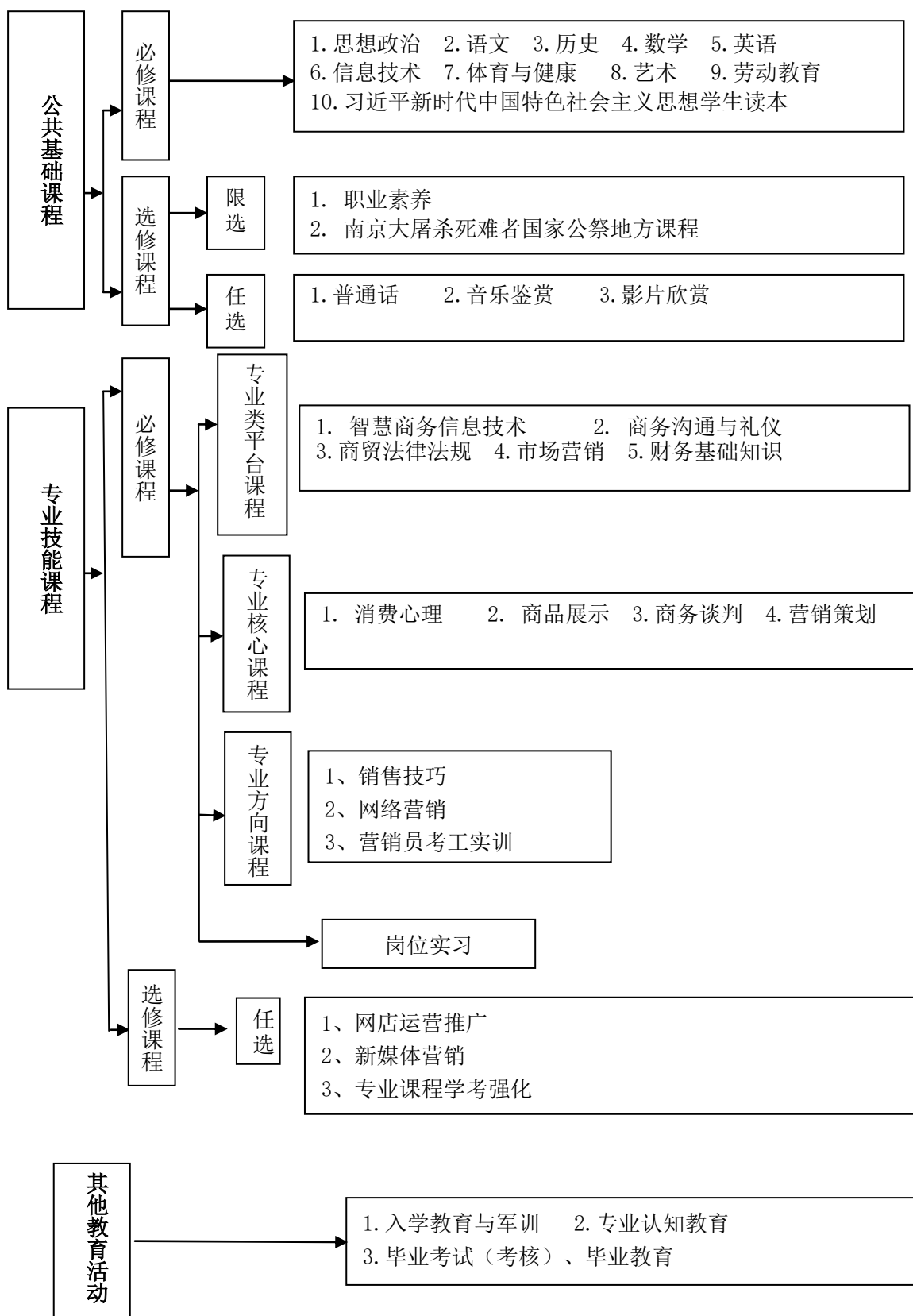
(2) 具有适应岗位变化的能力；

(3) 具有企业管理及现场管理的基础能力；

(4) 具有创新创业能力。

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	参考学时
思想政治	本课程以立德树人为根本任务，以培育思想政治学科核心素养为主导，帮助中等职业学校学生确立正确的政治方向，坚定理想信念，厚植爱国主义情怀，提高职业道德素质、法治素养和心理健康水平，促进学生健康成长、全面发展，培养拥护中国共产党领导和我国社会主义制度、立志为中国特色社会主义事业奋斗终身的有用人才。	160
语文	本课程任务是在义务教育的基础上，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，接受人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，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。	248
历史	本课程的任务是在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，促进中等职业学校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的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；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。	70
数学	本课程的任务是使中等职业学校学生获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、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；具备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发展的高素质劳动者和技术技能人才。	178
英语	本课程的任务是在义务教育基础上，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。	178
信息技术	本课程的任务是全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，满足国家信息化发展战略对人才培养的要求，围绕中等职业学校信息技术学科核心素养，吸纳相关领域的前沿成果，引导学生通过对信息技术知识与技能的学习和应用实践，增强信息意识，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，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。	106
体育与健康	本课程落实立德树人的根本任务，坚持健康第一的教育理念，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	178

	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。	
艺术	本课程任务是坚持立德树人，充分发挥艺术学科独特的育人功能，以美育人，以文化人，以情动人，提高学生的审美和人文素养，积极引导主动参与艺术学习和实践，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。	34
劳动教育	本课程的任务是有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，让学生动手实践、出力流汗，接受锻炼、磨练意志，培养学生正确劳动价值观和良好劳动品质。中等职业学校重点是结合专业人才培养，增强学生职业荣誉感，提高职业技能水平，培育学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。	34

2. 主要专业（技能）课程教学要求

(1) 专业类平台课程

课程名称	教学内容及要求	参考学时
智慧商务信息技术	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；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，能运用 Excel 等工具对商务数据进行统计与分析。	68
商务沟通与礼仪	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	72
商贸法律法规	了解法的概念与特征，理解法律的效力范围，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；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。	72
市场营销	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；了解市场定位的概念和步骤；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。	72

财务基础知识	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；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。	72
--------	--	----

(2) 专业核心课程

课程名称	教学内容及要求	参考学时
消费心理	了解消费心理学的研究意义，掌握消费心理学的概念、研究对象和研究内容，了解消费心理学研究方法的意义和作用；掌握消费者的需要层次和购买动机的类型，掌握购买决策过程及影响因素；掌握社会群体对个体消费行为的影响，了解社会阶层及家庭生命周期。	72
商品展示	掌握商品展示的基本概念，理解人的心理因素与商品展示的关系；了解商品展示设计的作用和发展趋势，了解商品展示的方式；掌握根据价格、规格、色彩、功能等不同商品属性特点进行相应陈列与展示的方法；认知放置商品的展示架和橱窗类型以及有利于商品陈列的道具种类，如人体模型、花卉摆台等；掌握商品补货、价签维护等操作方法；会根据不同商品的特点和售卖环境背景，进行恰当的和充分的宣传。	108
商务谈判	了解商务谈判的地位，掌握商务谈判的功能，了解商务谈判的类型，熟悉商务谈判的模式，理解谈判信息搜集、时间管理和场所布置；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，了解对谈判人员的监督与激励；理解结束谈判的时机，掌握结束谈判的策略和技巧，理解达到合作的条件；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的不同阶段的特点及策略运用。	72
营销策划	掌握营销策划的含义、原则，了解营销策划的主要类型，理解策划方案的写作要求；理解撰写推广策划文案的主题原则，了解以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种方法；理解不同时期的推广目标，区分新产品与老产品的推广目的差异；掌握常规的推广手段，理解创新的推广方式；掌握广告文案撰写中对标题、正文、附文、口号的要求。	72

(3) 专业方向课程

课程名称	教学内容及要求	参考学时
销售技巧	了解产品的生命周期概念，掌握商品销售的基本概念，掌握各类销售技巧；分析消费者的行为与心理，掌握不同类型消费者的消费习惯；掌握推销的方法与技巧，能够根据不同商品的特点，进行恰当的商品销售与推广。	108
网络营销	了解网络环境下消费需求、顾客行为、厂商行为特征等因素对网络营销的影响；掌握网络营销的基础理论、工具和实施方法；掌握网络环境下的营销策略，掌握正确的方法与技巧有效地开展营销活动。	90

(4) 综合实训课程

课程名称	教学内容及要求	参考学时
营销员考工实训（中级）	掌握营业前准备的各项操作，了解营业员的身心素质的要求；掌握零售卖场的环境氛围设计；了解店面布局的基本原则、方法；能够按照商品分类进行相应的商品布局、陈列、展示；掌握迎接进店顾客的要领，理解判断顾客购买意图的方法；了解潜在客户开发的目标、渠道和技巧，掌握挖掘顾客需求的技巧；理解商品推介的相关方法，找准卖点，应用准确的语言向顾客介绍商品；协助顾客办理完成交易后的相关手续，理解维护顾客关系和解决售后投诉、退换货的方法。	72

七、教学安排

(一) 教学活动时间分配

市场营销专业（展示销售）方向教学时间分配表

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合实践教学及教育活动周数（实践安排内容）		
一	20	18	1（入学教育与军训）	1	1
二	20	18		1	1
三	20	18		1	1
四	20	18		1	1
五	20	18	营销员考工实训（4*18）网络营销（5*18）	1	1
六	20	20	18（岗位实习）	/	/
			2（毕业考核、毕业教育）		
总计	120	110	21	5	5

市场营销专业（展示销售）方向技能训练项目安排表

序号	技能训练项目名称	课时数	学期	校历周	教学条件及设施	地点	考核目标与要求
1	营销员考工实训	72	5	4*18	市场营销实训软件及设备	市场营销实训室	实训课
2	网络营销	90	5	5*18	实训软件及设备	新媒体营销实训室	实训课
3	岗位实习	540	6	18周	企业实习	连锁经营企业	综合实习

市场营销专业（展示销售）方向考证安排表

编号	证书名称	考证时间(学期)	发证部门	证书等级	备注
1	营销员	5	国家人力资源和社会保障部	职业资格四级	
2	全国计算机等级证	/	教育部教育考试院	一级	
3	普通话证书	/	江苏省语言文字委员会	/	

（二）教学进程安排

2024 级（市场营销）专业实施性教学进程表

课程类别	课程性质	课程名称	学时数		课程教学各学期周\学时											
			总学时	学分	一		二		三		四		五		六	
					18周		18周		18周		18周		18周		20周	
					17	1	18	0	18	0	18	0	18	0	18	0
公共基础课程	思想政治	中国特色社会主义	34	2	2											
		心理健康与职业生涯	36	2			2									
		哲学与人生	36	2					2							
		职业道德与法治	54	3							2		1			
	必修课程	习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本	8	0.5												
		语文	248	13	4		4		2		2		2			
		历史	70	4	2		2									
		数学	178	10	2		2		2		2		2			
		英语	178	10	2		2		2		2		2			
		信息技术	106	6	2		2		2							
		体育与健康	178	10	2		2		2		2		2			
		艺术（音乐、美术）	34	2	2											
		劳动教育	34	2	2											
		限定选修课程	职业素养	34	2	2										
			南京大屠杀死难者国家公祭地方课程	4	0.5											
任意选修课程	普通话/音乐鉴赏/影片欣赏	72	4					2				2				
公共基础课程小计			1304	73	22	0	16	0	14	0	10	0	11	0		
专业技能课程	专业类平台课程	必修课程	智慧商务信息技术	68	4	4										
			商务沟通与礼仪	72	4			4								
			商贸法律法规	72	4			4								
			市场营销	72	4			4								
			财务基础知识	72	4					4						
	专业核心课程	必修课程	消费心理	72	4					4						
			商品展示	108	6						6					

			商务谈判	72	4						4					
			营销策划	72	4							4				
专业方向课程	展示销售方向	必修课程	销售技巧	108	6						6					
			网络营销	90	5								5			
综合实训		必修课程	营销员考工实训（中级）	72	4								4			
专业选修课程		任意选修课程	网店运营推广/新媒体营销	144	8						8					
			专业课程学考强化	72	4								4			
岗位实习		必修课	岗位实习	540	27									18周		
专业（技能）课程小计				1706	92	4	0	12	0	14	0	18	0	17	0	18周
其他教育活动	入学教育与军训			28	1		1周									
	专业认知教育			34	2	2										
	毕业考试（考核）、毕业教育			60	2										2周	
	其他教育活动小计			122	5	2	1周	0	0	0	0	0	0	0	0	2周
合 计				3132	170	28	1周	28	0	28	0	28	0	28	0	20周
课时数比例		公共基础课程		41.6%												
		专业技能课程		58.4%												
		任选（综合课程）		10.4%												

备注：

1、限选课是学校根据上级要求及相应专业特点，选修了《职业素养》和《国京大屠杀死难者国家公祭地方课程》，其中职业素养36课时，《国京大屠杀死难者国家公祭地方课程》安排在2年级第一学期开设，形式为讲座，教材为《读本》，课时为4课时。《习近平新时代中国特色社会主义思想学生读本》安排在2年级第一学期开设，形式为讲座，教材为《读本》，课时为8课时。

2、总学时3132，其中，公共基础课程（含军训）1304学时，占比约为41.6%，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）1828学时，占比约为58.4%，任意选修课程326学时，占比约为10.4%。

3、第五学期课程，因参加学业水平考试需要，思想政治安排为2*9（前九周），网络营销安排为4*9（前九周）+6*9（后九周），专业课程学考强化安排为8*9（前九周），营销员考工实训（中级）安排为8*9（后九周）。

八、实施保障

(一) 师资条件

1、师德师风

学校坚持师德师风考核与业务业绩考核并重，建立师德师风考核机制，实行“师德一票否决制”。加强师德师风教育，引导教师认真学习贯彻党的路线、方针政策，树立正确的世界观、人生观、价值观，自觉履行教师义务。增强教师的职业光荣感、教书育人的责任感与使命感和主人翁意识，经过多年发展，学院培养形成了具有正确的教育观、质量观和人才观的师资队伍。

2、专业能力

我校营销类专业教师团队目前共有 23 人，其中中、高级职称的专业教师 15 人，技师及高级技师 16 人，具有较强的理论、实践教学经验，师德高尚，爱岗敬业。教师的年龄结构、职称结构合理，三级以上一体化教师占专业任课教师总数 92%；承担高级工阶段教学的二级以上一体化教师占专业任课教师总数 85%。

序号	姓名	性别	毕业学校/专业	学历	职称	技能等级
1	渐娜	女	南京林业大学/伦理学专业	研究生	高级讲师	技师
2	倪梅玉	女	南京农业大学/旅游管理专业	本科	高级讲师	技师
3	易翔	男	南京理工大学/工商管理专业	研究生	讲师	技师
4	王薇	女	南京林业大学/工商管理专业	研究生	高级讲师	技师
5	赵慧慧	女	南京财经大学/市场营销专业	本科	高级讲师	技师
6	万鑫	女	南京财经大学/经贸英语专业	本科	助理讲师	/
7	孙欢	女	金陵科技学院/艺术设计	本科	助理讲师	/
8	魏晓宇	男	韩国启明大学机械汽车工程系	本科	讲师	技师
9	张砚秋	女	苏州大学/广告学	本科	讲师	技师
10	张越	女	天津外国语大学/国际商务	研究生	助理讲师	/
11	成静文	女	南京晓庄学院/国际商务日语	本科	助理讲师	/
12	尹航	男	南京农业大学/金融专业	本科	讲师	技师
13	金倩	女	江苏理工学院/艺术设计	本科	讲师	技师
14	金晓双	女	南京理工大学/物流工程专业	硕士	高级讲师	技师
15	吕莉俐	女	南京工业大学/会计学专业	本科	讲师	高级技师

16	陈刚	男	东南大学/涉外会计专业	大专	助理讲师	/
17	刘娅迪	女	兰州大学/工商企业管理专业	本科	讲师	技师
18	贺倩茹	女	江苏省广播电视大学/行政管理专业	本科	助理讲师	/
19	刘全全	女	天津工程师范学院/电子商务与物流专业	本科	高级讲师	技师
20	张月	女	南京农业大学/经济贸易	硕士	讲师	技师
21	魏春艳	女	华东交通大学/会计学(国际会计)	本科	讲师	技师
22	戴晓莎	女	新疆财经大学/企业管理	硕士	助理讲师	技师
23	胡晓曼	女	南京财经大学/工商管理	硕士	助理讲师	/

3、团队建设

(1) 安排骨干教师开展专业建设和课程开发工作，通过参与市场调研、人才培养方案制定、精品课程开发申报、一体化课程改革等工作，锻炼专业教师对专业发展的认识，提高学校整体教学水平。现有省级学科带头人 1 名，南京市青年技术能手 1 名，江苏省技术能手 4 名。

(2) 积极参加各类各级教学、技能竞赛，以赛代教，培养专业教师运用信息技术的能力，提升教师技能水平。现有营销类专业省级技能竞赛裁判 3 名，先后多次获得南京市职业学校教学竞赛一等奖、江苏省职业学校技能大赛一等奖等多个奖项。

(3) 开展公开课、集体备课、专业研讨等教研活动，不定期邀请校内外专家开展学术业务讲座，拓展教师知识面。

(4) 积极参加省中等职业学校教师培训、省职业学校技能大赛骨干教练团队培训等系列校外培训。

(5) 积极申报校级及以上教研课题，鼓励教师撰写论文并进行发表。

(二) 教学设施

1、专业教室

学校建有标准化理论教室，配备多功能讲台、投影仪、多媒体扩音设备、课桌椅，满足理论教学要求。同时建有 10 套多媒体录播教室，采用的鸿合录播管理平台是基于 TCP/IP 网络应用的网络直播录播系统。该系统运用当前先进技术、有完善的视频处理、存储能力。采用先进的视频编码算法和硬件视频采集技术，为教育信息化、精品课程录制需求提供了完美的解决方案。

2、实训（实验）条件

(1) 校内实习实训基本条件

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，原则上按每班 35 名学生为基

准，校内实训（实验）教学功能室配置如下：

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
营销综合实训	台式计算机	48	启天 M425-D029
	投影机	1	HT-H6W
	营销模拟软件平台	1	—
	一体机可视化实训教学系统	1	希沃 F86EA
	整车	1	现代悦动
新媒体营销实训室	联想台式计算机	15	启天 A7400
	联想台式计算机	24	启天 M425-I3
	一体机可视化实训教学系统	1	希沃 F86EA
	投影机	1	HT-H6W
	电子商务师软件	1	三级

(2) 校外实习实训基本条件

序号	合作企业	提供实习工作岗位	基地功能
1	中德诺浩教育投资股份有限公司	售前、售后客户服务	顶岗实训 教师下企业锻炼
2	五星电器股份有限公司	售前、售中、售后	顶岗实训 实训指导 兼职教师聘任 共建课程 教师下企业锻炼
3	南京格品文化传播有限公司	售前、售后、配件库房	顶岗实训 教师下企业锻炼
4	南京金鹰国际汽车销售服务集团有限公司	售后、配件库房	顶岗实训
5	苏果超市有限公司	售后、配件库房	顶岗实训
6	苏宁云商集团股份有限公司南京地区管理中心	前台、售后	顶岗实训 教师下企业锻炼
7	京东集团华东分公司	售前、售后	顶岗实训

(三) 教学资源

1、教材

专业名称	教材选用基本信息					
	课程名称	学时数	开设学期	教材名称及出版单位	何时出版	教材类别
市场营销	智慧商务信息基础	68	1	《智慧商业技术应用》南京大学出版社	2015.08	省国示范教材
	商务沟通与礼仪	72	2	《商务礼仪》航空工业出版社	2019.08	省国示范教材
	商贸法律法规	72	2	《财经法规与职业道德》劳动出版社	2017.12	省国示范教材
	市场营销	72	2	《市场营销实务》北京师范大学出版社	2022.01	“十三五”规划教材
	财务基础知识	72	3	《会计基础》江苏教育出版社	2017.04	省国示范教材
	消费心理	72	3	《消费心理学》清华大学出版社	2019.07	十四五规划教材
	商品展示	108	4	《商品知识(第2版)》中国财富出版社	2023.05	教育部推荐教材
	商务谈判	72	4	《商务沟通与谈判》高等教育出版社	2022.02	“十二五”规划教材
	营销策划	72	5	《现代市场营销策划实务》电子工业出版社	2020.05	行业推荐教材
	销售技巧	108	5	《推销技巧》东南大学出版社	2019.07	行业推荐教材
	网络营销	108	5	《网络营销与实践》西安交通大学出版社	2022.11	十四五规划教材
	网店运营推广	144	4	《网店运营推广》电子工业出版社	2018.05	行业推荐教材
	新媒体营销	144	4	《新媒体营销》机械工业出版社	2019.07	行业推荐教材
	营销员考工实训	108	5	《营销员(四级)》中国劳动社会保障出版社	2018.03	十四五规划教材

2、图书文献资料

配备该专业教学所需的行业政策法规、职业标准、技术手册、实务案例及专业期刊等图书文献。包含财务基础、金融知识、市场调查、销售服务、物流管理、客户服务、市场营销行业相关职业资格证书辅导材料等内容。配备市场营销专业教学参考及实务案例图书。

3、数字资源

学校建成七大教学资源，方便教师、学生的学习和课堂教学。丰富的教学资源，可以实现专业课程教学、常用文档资源共享、视频学习、电子期刊阅读、电子图书阅读、慕课学习、微课学习等功能。利用泛雅信息公司合作研发智能制造专业群数字化资源库。主要涵盖课程标准中主要专业核心课程。包括课程标准、各课程讲义、课件及相关视频、任务工单、学习手册、习题等资料，并实现资源库在校内共享，方便学生在课前查阅资料，课上互动，课后巩固练习。

九、质量管理

（一）编制实施性人才培养方案

我校在广泛开展专业建设调研、开设专业建设指导委员会会议的基础上，结合学校具体实际，科学、先进地编制实施性人才培养方案。

1、以立德树人和培养职业精神为根本，以提高职业技能为核心，以适应市场为目标，坚持“高端引领、校企合作、多元办学、内涵发展”的办学理念，主动架构专业结构适应产业发展、校企合作贯穿培养过程、课程教学体现工学结合、技能人才培养层次和规模与地方经济社会发展更加匹配的产教融合人才培养新模式。

2. 实施“2.5+0.5”学制安排，学生校内学习5学期，校外岗位实习1学期。三年总学时数为3132。其中，公共基础课程学时占比约为40%，专业（技能）课程（含其他教育活动）学时占比约为60%。课程设置中设置任意选修课程，其学时数占总学时的比例为10.4%。

3. 落实教育部办公厅《关于印发〈中等职业学校公共基础课程方案〉的通知》精神，必修课程开设符合要求。选修课程的教学内容、学时（学分）安排，结合专业特点开设。

（二）推进教育教学改革

我校以人才培养目标为指导，在教育教学改革过程中，不断创新教学内容、改进

教学方法和教学手段，提高课堂教学效果和教学质量。本着“教学有法、教无定法、贵在得法”的基本原则，形成以项目教学法、任务驱动法、案例教学法、情境教学法、工作过程导向法等先进教学方法为主体的课堂教学方法体系，丰富课堂教学全过程。以适应职业岗位需求为导向，以培养学生岗位职业能力和综合素质为核心，强化知识传授与生产实践紧密结合。在教学模式建立中首先注重“以岗位为目标”，教学的目标始终坚持以岗位的要求为宗旨，着力培养学生的岗位职业能力、工作的方法能力和从事职业活动的社会能力。在教学中“以任务为引领”把知识和技能融合在一起，实施任务驱动。在教学过程中，始终坚持“以能力为本位”。在实施教学过程中，通过工作过程培养学生的岗位能力，在教学设计中“以项目为载体”设计教学方案。具体要求如下：

1. 以综合职业能力培养为目标。课程定位与方向、课程内容与要求、教学过程与评价等都要突出学生综合职业能力培养，注重培养学生专业能力、方法能力和社会能力。尤其是要结合专业特点，寓思想道德教育于各专业教学内容和教学过程之中，进一步突出职业道德、职业精神和职业素养的培养。

2. 以典型工作任务为载体。要围绕典型工作任务确定课程目标，选择课程内容，制定专业教学计划，构建工学结合的课程体系，改革教学内容和教学方法，更加注重课程的实用性和针对性。

3. 以学生为中心。构建有效促进学生自主学习、自我管理的教学模式和评价模式，突出学以致用，在学习中体验工作的责任和经验，在工作中学习知识和技能，加快实现从学生到劳动者的角色转换。

4. 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）严格毕业考试（考核）

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 170。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、岗位实习报告、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、岗位实习报告、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社会化认定的初级以上相关职业技能等级证书 1 项以上，如：营销员（中级）等。

十、编制说明

（一）编制依据

本方案依据《江苏省中等职业学校商品营销专业类课程指导方案（试行）》，参考教育部《中等职业学校专业目录》《中等职业学校市场营销专业教学标准》《中等职业学校公共基础课程方案》以及思想政治、语文、历史、数学等 12 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。

（二）开发单位及核心成员

南京交通中等专业学校，赵慧慧；南京交通中等专业学校，渐娜；南京交通中等专业学校，魏晓宇；南京交通中等专业学校，王薇。

附件 1

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
市场调研	市场调查分析	1.1 实际调查	1.1.1 能针对特定的市场营销问题开展系统性的调查研究。 1.1.2 能够正确选择、设计和使用各种调查方法 1.1.3 能够正确使用数据采集系统和统计处理意见	1. 行业通用能力 (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	现代营销基础 商贸法律法规 消费心理 商品展示
		1.2 撰写报告	1.2.1 能够正确编写调研计划、调研报告		
		1.3 消费者分析	1.3.1 能够根据行业分析消费者购买动机和行为 1.3.2 能够分析消费者购买的决策过程		
		1.4 市场分析	1.4.1 能够根据行业情况分析行业的微观环境 1.4.2 能够分析行业的宏观环境		
		1.5 竞争者分析	1.5.1 根据给定的市场信息, 判断市场营销竞争的趋势 1.5.2 能够运用 SWOT 分析法		
客户管理	客户管理	2.1 客户选择	2.1.1 能够制定执行售前、售中、售后服务计划 2.1.2 能评价中间商的服务质量 2.1.3 能采取措施提高服务质量		财务基础知识 商务谈判
		2.2 客户信用管理	2.2.1 能执行实现信用管理目标 2.2.2 能选择追账策略		
		2.3 客户关系维护	2.3.1 能进行客户分析 2.3.2 能区分不同客户的投诉 2.3.3 能分析处理客户的异议		
市场销售	销售与	3.1 拜访客户	3.1.1 能分析顾客的心理 3.1.2 能根据顾客心态进行推销 3.1.3 能否适当拜访顾客 3.1.4 能引起顾客兴趣		商务沟通与礼仪 销售技巧 网络营销

	谈判		3.1.5 能激发顾客的购买欲望 3.1.6 能接近潜在客户 3.1.7 能拟定拜访计划	<p>(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。</p> <p>(2) 具备商品管理运维能力，会采购供应、鉴定分类、出入库、包装、储运、盘点和保管等相关业务，能对商品进行养护、保管。</p> <p>(3) 能结合主题、目的、对象、场所、时间的不同情况，撰写具有针对性的文案，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。</p> <p>(4) 会根据谈判对象的行为、心理、思维等特征，准确运用把握谈判技巧，能处理合同的签订、变更、纠纷等，具备商务谈判沟通能力。</p> <p>3. 职业特定能力</p> <p>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，制定方案和组织实施，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> <p>4. 跨行业职业能力</p>	
		3.2 商务谈判	3.2.1 能与顾客友好沟通 3.2.2 能选择报价时机 3.2.3 能正确运用常见的谈判策略		
		3.3 商品推销	3.3.1 能组建推销团队并进行管理 3.3.2 能选择推销的基本模式 3.3.3 能与客户推销洽谈 3.3.4 能选择介绍商品的方式		
营销策划	营销策划	4.1 产品策略	4.1.1 正确运用市场细分方法对市场进行细分、选择目标市场，进行适当的市场定位 4.1.2 能够对企业的产品组合进行优化管理 4.1.3 能够正确判断产品所处的生命周期阶段，并制定相匹配的营销策略 4.1.4 能够进行品牌的推广	<p>(3) 能结合主题、目的、对象、场所、时间的不同情况，撰写具有针对性的文案，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。</p> <p>(4) 会根据谈判对象的行为、心理、思维等特征，准确运用把握谈判技巧，能处理合同的签订、变更、纠纷等，具备商务谈判沟通能力。</p> <p>3. 职业特定能力</p> <p>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，制定方案和组织实施，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> <p>4. 跨行业职业能力</p>	营销策划
		4.2 价格策略	4.2.1 能够正确制定价格目标 4.2.2 灵活运用价格策略 4.2.3 能够正确使用产品定价方法		
		4.3 渠道策略	4.3.1 能够运用分销渠道的基本知识，执行产品分销渠道策略 4.3.2 能够对批发商、零售商、代理商进行管理		
		4.4 促销策略	4.4.1 能够根据企业营销目标、资源和营销环境制定和执行促销方案 4.4.2 根据企业的营销目标、实力和相关因素，正确选择广告代理和广告媒体组合，并能编写广告文案 4.4.3 能从营销战略和环境出发，为特定的公共关系目标制定相应的公共关系方案 4.4.4 能够根据销售促进对象的具体情况和销售目标，制定可行的营业推广方案		

		4.5 制定计划	4.5.1 能够执行企业的营销政策 4.5.2 能根据给定的市场营销信息，制定一套完整的市场营销方案 4.5.3 能对营销计划进行审计和修订，并合理预算分配营销费用	<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> <p>(2) 具有创新创业能力。</p> <p>(3) 具有一线生产管理能</p>		
		4.6 调整计划	4.6.1 能对正在执行的营销方案进行过程调整 4.6.2 能对执行的营销方案的效果进行基本评估			
产品推广	互联网营销	5.1 营销型网站建设与评估	5.1.1 能对营销型网站诊断与评估 5.1.2 会做企业网站规划与首页制作			智慧商务信息技术 网店运营推广/新媒体营销
		5.2 网络广告策划与投放	5.2.1 能制作网络广告策划 5.2.2 能对不同网络广告的投放策略与效果评价			
		5.3 社交媒体营销	5.3.1 能够撰写用于博客、论坛营销的软文			
			5.3.2 能对社交平台的营销活动进行策划			
			5.3.3 能够运用微信、微博、移动终端推广产品			