



四川省成都市财贸职业高级中学校

Sichuan Chengdu finance and Trade Vocational Senior
Middle School

版本号：2023-04

市场营销专业人才培养方案

(适用于 2023 级市场营销专业三年制中专班)

专业大类： 财经商贸类

专业名称： 市场营销

专业代码： 730602

制定时间： 2015 年 06 月

修订时间： 2023 年 3 月

修 订 人： 何毓颖、陈义

审 核 人： 曾立

四川省成都市财贸职业高级中学校

一、专业名称及代码

市场营销（730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

3年

四、职业面向

本专业主要面向商品销售、客户管理、网络营销等商业企业，相关情况如下表：

序号	所属专业大类及代码	主要岗位类别或技术领域	职业技能等级证书、行业企业证书举例
1	财经商贸类 (73) 工商管理类 (730602)	市场调查员、营销员、市场推广专员、推销员、营业员、导购员 前台接待员、客户服务代表、信息咨询专员 网络营销专员、新媒体营销人员	网店运营推广（初级） 1+X 证书 电子商务数据分析 （初级）1+X 证书 营销员等级证书 新媒体技术 （初级）1+X 证书

接续专业

高职：市场营销、网络营销、连锁经营与管理、工商企业管理、电子商务

本科：市场营销、电子商务、工商企业管理

五、培养目标及培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，德技并修，培养德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，具有一定的文化水平、良好的职业道德和人文素养，培养具备良好的职业规范及财经商贸素养，掌握商品分类与管理、市场选择与定位、营

销组合策略、营销活动组织等专业知识和技术技能，面向批发和零售业以及各行业的批发零售岗位群，能够借助现代信息技术从事推销、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行的高素质技能型初、中级人才。同时，对于有意愿升入高等职业院校的学生在高二年级下期进行分流，通过三个学期的文化基础课强化学习和专业技能测试方面的课程学习，满足学生参加单招、对口高职考试的需求，为高职院校输送合格人才。该专业学生以报考财经商贸类专业为主。

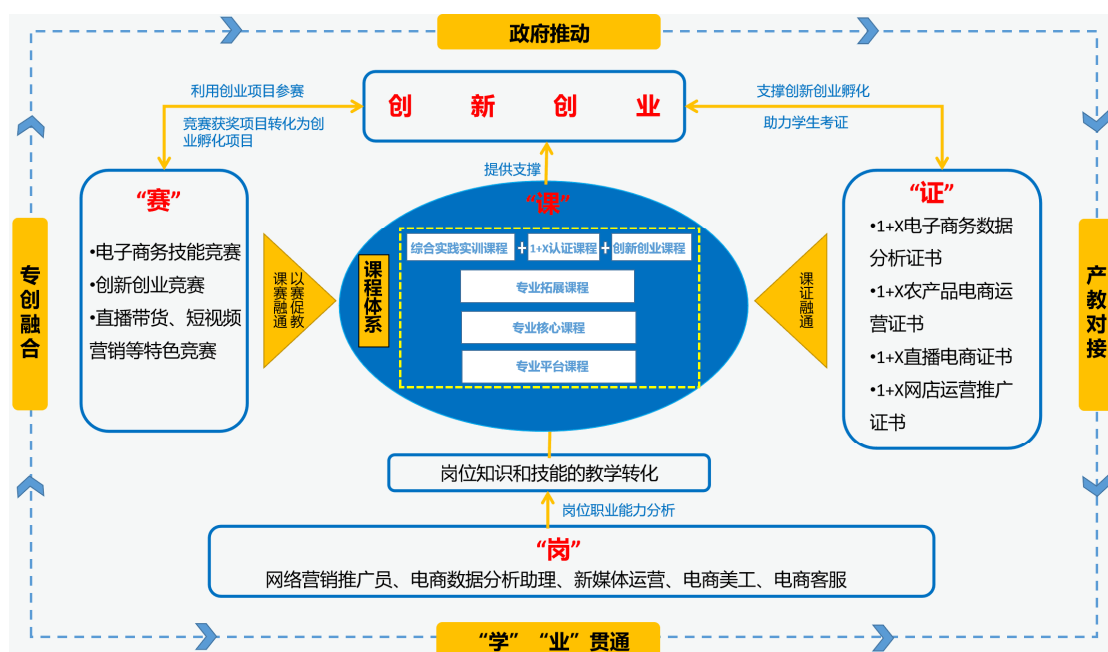


图1 “学”“业”贯通、专创融合的中高企一体化人才培养模式

市场营销专业“学”“业”贯通、专创融合的中高企一体化人才培养模式，调研并系统分析中职、高职对应的职业岗位及能力要求，中职、高职、企业三方协同从岗、课、赛、证、创五个维度整体设计“学”“业”贯通、专创融合的中高企一体化人才培养方案（如图1所示）。“岗”即通过岗位需求调研，岗位职业能力分析，使人才培养与岗位需求精准对接，“课”指以依据人才培养目标构建的课程体系和课程资源，“赛”则是涵盖技能竞赛、创新创业竞赛、直播带货特色竞赛的赛事体系，“证”是以营销相关1+X职业技能等级证书为主的证书体系，“创”则是创新创业项目孵化。通过政府推动下的中职、高职与行业企业在教学

目标、教学内容、教学资源以及考核内容上深度融合，形成并完善具有系统性、前瞻性的一体化人才培养方案，从根本上解决现有的专业人才培养不能服务学生的就业创业与升学多元化发展需求、中高职人才培养未能有效衔接、职业岗位更新迭代加速对人才培养的挑战等难题，真正培养出一大批应用型、复合型、创新型的电商人才。在此基础上，在智慧商贸专业群全面推行一体化人才培养模式改革，满足“新商业”模式下职业岗位变迁加速对人文素养、跨界技能、思维品质和可持续发展能力的更高要求。

（二） 培养规格

本专业毕业生应具有以下职业性的素质、知识和能力：

1. 素质

（1）思想政治素质：热爱社会主义祖国，能够准确理解和把握社会主义核心价值观的深刻内涵和实践要求，具有正确的世界观、人生观、价值观。

（2）文化素质：具有基础的语文、数学、科技、人文与社会、运动与健康、信息技术素养；具有一定的创新思维和互联网思维；对互联网和商业领域的创新与发展有较强的敏感度。

（3）职业素质：具有良好的职业道德和行为规范，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度，知礼仪，守诚信，有责任意识，能够廉洁自律，坚持公平交易的营销工作原则，吃苦耐劳、宽容诚恳、爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学，具有团队合作精神和耐心细致的工作态度及严谨专注、精益求精的“工匠精神”；具有创新能力和创业意识；具有信息收集处理和分析等素养；具备较强的市场意识、成本意识、质量意识和服务意识；具有系统解决问题的意识与能力。

（4）身心素质：达到《国家学生体质健康标准》，养成良好的健身与卫生习惯；具有健康的体魄、积极的心态、良好的人际关系和健全的人格；具有环境适应能力；具有较强的抗挫和抗压能力，能够进行情绪管理；弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能；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。

2. 知识

（1）掌握基础的必要的文化知识；

（2）了解市场营销职业，了解营销理念，掌握市场营销专业的基本知识；

(3) 熟悉我国有关市场营销的方针、政策、法规以及国际市场营销的惯例与规则；

(4) 掌握商品推销、客户管理基本原理和网络营销的基本理论；

(5) 解消费者心理类型，熟悉销售方格与顾客方格，掌握拜访顾客、产品介绍与激发顾客购买欲望的方法。

(6) 熟悉商品知识和商品管理的基本方法。

3. 能力

(1) 具备从事市场调查与分析工作的基本技能；

(2) 初步具有产品推销、市场营销策划、市场调研、公关及商务谈判技能；

(3) 能够根据经营需要，熟练进行商品的陈列与维护；

(4) 能熟练运用各种工具及标准的普通话，与客户进行良好的沟通，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务；

(5) 初步掌握会计核算、商业企业会计核算、财务管理方面的基本能力；

(6) 具备从事网络营销与推广业务工作的基本技能

(7) 学会应用经济法律知识来维护企业的合法权益。

六、课程设置及要求

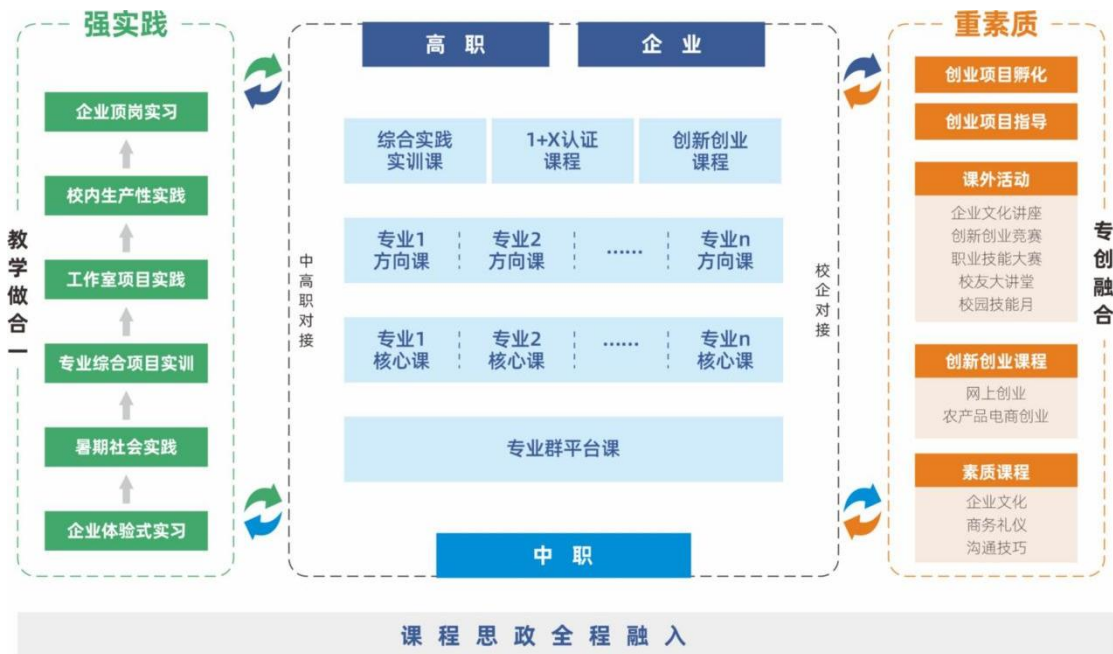


图2 “一核两对接”专业课程体系

市场营销专业构建“一核两对接”专业课程体系，以“课程思政”为核心，融入“精诚”德育理念，构建“思政课程”与“课程思政”有机融合的人才培养体系，推进“三全育人”，引导学生树立正确的学习目标。系统分析市场营销专业中高职学生分别从事的岗位典型工作任务，明确不同岗位的职业能力要求，设计对接职业标准的专业课程体系，并通过与高职院校对接研讨中高贯通课程设置，搭建五年一贯制中高职衔接课程体系。

市场营销专业课程设置主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。本专业课程融入思想政治教育和“三全育人”改革等要求，把立德树人贯彻到思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育等环节。

（一）公共基础课

公共基础课应包括根据学生全面发展需要设置的思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、公共艺术等，还包括根据学生职业素养及职业发展需要设置的党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华优秀传统文化、劳动教育、职业素养等其他限定选修课程，以及根据地方及学校特色和学生多样化需求开设的任意选修课。

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求	参考学时
1	思想政治	本课程通过对中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、职业道德与法治、哲学与人生四个模块内容的学习，指导学生制定出符合实际的职业生涯规划书，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观；养成职业道德行为习惯，指导学生掌握法律常识，树立法治观念，增强法律意识；掌握马克思主义的相关基本观点和我国社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设的有关知识；提高辨析社会现象、主动参与社会生活的能力；使学生了解马克思主义哲学中与人生发展关系密切的基础知识，提高学生用马克思主义哲学的基本观点、方法分析和解决人生发展重要问题的能力，引导学生进行正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度，为人生的健康发展奠定思想基础。	144
2	语文	本课程在初中语文的基础上，着力于语文基本的字、词、句、篇的理解，进一步巩固和扩展学生必需的语文基础知识；进一步学生提高现代文阅读和写作能力，提高以听说为主的口语交际和专业实用、应用文体的书写能力；培养发现问题、解决问题的能力，为提高学生综合职业能力和适应职业变化的能力奠定基础。在教学过程中，引导学生接受优秀文化的熏陶，培养高尚的审美情趣，树立爱国主义、集体主义，发展个性特长，形成健全人格。	216
3	数学	本课程在初中数学的基础上，使学生进一步巩固和扩展必需的数学基础知识，养成自学和运用数学的良好习惯，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础，提高学生就业能力与创业能力。提高	216

		学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能，培养学生的观察能力、空间想象能力和简单实际应用能力。	
4	英语	本课程在职业模块的教学内容中体现专业特色，本学科在初中英语教学的基础上，使学生巩固、扩大基础知识，培养听、说、读、写的基本技能；注重培养学生运用英语进行交际的能力和继续学习的能力；激发和培养学生的学习兴趣，帮助学生树立自信心，养成良好的学习习惯，提高自主学习的能力，形成有效的学习策略；开发智力，培养观察、记忆、思维、想象和创造能力；体验英语文化和文化差异；在教学过程中，适当加入常见的计算机英语词汇，简单的编程语言结构。	216
5	体育与健康	本课程传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，通过科学指导和安排体育锻炼过程，全面提高学生身体素质，发展身体基本活动能力，增进学生身心健康，培养学生未来职业所必需的体能和社会适应能力。使学生掌握必要的体育与卫生保健基础知识和运动技能，增强体育锻炼与保健意识，了解一定的科学锻炼和娱乐休闲方法；注重学生个性与体育特长的发展，学会欣赏一至两项体育项目竞赛，提高自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力，养成终身从事体育锻炼的意识与习惯，为继续学习与创业立业奠定基础。并且通过体育教学，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。进行爱国主义、集体主义和职业道德与行为规范教育，提高学生社会责任感。	144
6	公共艺术	本课程是中等职业学校学生必修的一门公共课程，其任务是陶冶学生的艺术情操，培养学生具备基本的艺术素养，使学生具备一定的艺术鉴赏能力和网页审美能力。	18
7	历史	本课程根据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合。	18
8	礼仪	本课程使学生掌握形体礼仪训练的基本知识、基本技术、基本能力，从而提高学生对形体美的鉴赏力、表现力和创造力，将形体语言较好的运用于实际工作中。注重理论教学与实践教学相结合，提高学生的礼貌修养，培养学生的实际操作能力和自律精神，为今后从业管理工作塑造良好形象，提高服务艺术，奠定坚实的基础。	36
9	信息技术	本课程依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特色。本课程学习计算机的基础知识、常用操作系统、汉字输入、常用办公软件、常用多媒体技术、计算机网络的基本应用、计算机安全及日常维护等技能。使学生掌握计算机基础知识，掌握 Windows 操作系统的基本操作及常用多媒体技术，会计算机网络的简单应用及计算机的日常维护，熟练掌握五笔字型等汉字输入技能及常用办公软件的使用。培养学习计算机知识和技能的兴趣，培养正确使用计算机的能力，树立良好的计算机安全意识，为以后的学习和工作打下基础。	180

（二）专业（技能）课程

专业课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实习实训是专业课教学的重要内容，含校内外实训、认知实习、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求	参考学时
1	市场营销基础	本课程着重培养学生的分析问题，解决问题的实践能力。要求学生牢固树立以消费者需求为中心的营销观念，并以此观念为指导研究和解决营销的理论和实际问题；掌握营销的基本概念、基本原理和方法；紧密联系实际，加强营销案例分析，进行营销实战演习，解决企业实际问题。	108
2	商业美术	本课程主要学习电子商务网站图案形式美的规律、图案的造型、平面图案的构成、图案的色彩、图案的制作技法、立体造型基础、图案应用及美术字等内容，创造美的设计作品，获得对各种样式和构成作品的艺术分析能力。	72
3	推销与谈判	本课程学习推销的基本程序和方法，能做好推销各环节的准备工作，具有寻找潜在顾客和接近顾客的能力；掌握推销洽谈方法，具有洽谈能力；具有处理顾客异议的能力；能做好成交及其后续工作。使学生具备从事商品销售所必需的推销知识，初步形成实际推销能力。	72
4	商品学基础	本课程要求学生掌握商品的相关概念、商品标准、商品检验方法、商品包装、商品储存和养护以及食品、服装、日用百货、家用电器等主要商品知识，能够初步掌握商品质量检验的技能。	54
5	商业法规	本课程要求了解相关法规知识，在与专业对口的岗位上能够自行处理一些相关的法律事件，培养法制观念和职业道德，提高学生的素质，使之成为知法、守法、懂法的合格公民	54
6	电子商务基础	本课程了解电子商务的含义、类型及特点，熟悉 B2B、B2C、C2C、团购等典型电子商务模式；掌握网络零售的主要交易流程，熟悉网上银行和第三方支付平台业务；能应用电子商务平台进行网上商店的搭建和日常商务交易处理，了解电子商务相关的法律法规、行业政策和网络安全常识	72
7	客户服务与管理	本课程要求学生了解各种业务类型的客户服务岗位要求，培养客服人员应具备的基本素质和职业礼仪，掌握客户接待、倾听、沟通、处理投诉和压力的技巧，以及网络时代的客户服务等。	72
8	视觉营销	本课程要求学生根据摄影色彩、构图策略，拍摄出曝光合理、主题突出的商品照片；根据商品的特点进行创意设计，提高用户关注度；运用相关软件对图片进行处理，展示从整体到局部的商品特性，突出商品卖点。	72
9	新媒体营销	本课程主要让学生理解新媒体营销的内涵、特征及主要作用，熟悉内容运营，用户运营、产品运营、活动运营等新媒体运营四大板块的主要内容及运营思路；掌握微信营销、微博营销、社群营销、短视频营销、直播营销等新媒体运营的主要方式、技巧及基本策略！通过理论学习与综合实训操作相结合，提高学生新媒体营销实践能力及综合运营能力。	72
10	公共关系	本课程要求了解公共关系工作程序各步骤的基本知识，学习掌握公共关系各项实务工作的基本知识，并通过公关实务的实习实践，掌握公关实务的基本技能。了解并掌握公关调查、公关计划、公关信息传播、公关效果评估、公关专题活动、接待工作、交际技巧、礼节习惯、谈判工作等公关的基本技能与技巧，为日后成为合格的公关工作人员而打好基础，作好公关知识技能方面的储备	54

11	商业心理学	本课程学习消费者购买商品的心理过程，了解消费者个性心理特征；理解消费者心理需要的特点和购买动机的内涵；影响消费者行为的因素；根据消费者在购买活动中的表现分析消费者的心理需要；对消费者具体购买动机和行为进行分析。使学生掌握从事商品销售工作所必需的销售心理的基本知识，具有分析消费者心理和针对不同消费者的心理特点提供优质服务的能力。	54
12	网络营销	本课程要求掌握网络营销与传统营销的区别、网络营销的战略、网上调查、网上市场的特征与购买行为、网络产品策略、网络营销的服务、网络营销价格策略、网络营销渠道、网上促销策略、网络广告、网络营销的实施、组织和控制，认识到网络营销在电子商务专业中的重要作用。	72
13	移动商务	本课程要求学生掌握移动商务理论与发展前沿、移动商务相关技术、移动商务常见商业模式、最新移动支付方式，能够运用微信、微博、短视频等主要移动营销方法进行运营推广。	72
14	基础会计	本课程要求了解并运用会计基础的相关知识，掌握处理会计基本业务的能力。通过仿真模拟操作，让学生切实体会账务处理流程。让学生首先学会辨识真实的会计凭证，然后通过处理各种经济业务、登记各种账簿、成本核算、对账、结账、利润的分配及结算。使学生掌握分析和运用会计信息进行相关决策与评价的方法，提高学生解决经济生活中实际问题的综合能力	72
15	网店运营推广（初级）	本课程要求学生掌握网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析的相关知识，能够完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务。	108
16	电子商务数据分析（初级）	本课程要求学生掌握基础数据采集、数据处理与描述性分析的知识、方法和工具，通过数据平台、问卷调查等工具或途径获取电子商务企业内、外部数据，根据数据分析的目的和主题，通过 Excel 等数据处理工具对采集到的数据进行处理与基础分析。能够监测企业经营数据，及时发现数据异常，完成基础数据图表、报表制作。	108

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标，与企业合作开发综合实训项目，采取集中实训或社会实践的教学组织形式，加强与企业的合作，利用校内外实训基地，组织学生进行导购、推销、创业、连锁门店实训等模块的实际营销工作，培养学生沟通、销售、客户服务等方面的能力与素养，实训项目见下表。

综合实训项目	实训时间	实训内容与要求	实训地点
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
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，能够处理常见的故障	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	校外
连锁门店实训	72 学时	认知连锁经营，掌握连锁企业品类管理、门店布局与商品陈列、顾客维护与开发、门店防损与安全管理、连锁门店目标管理和绩效考核、连锁企业配送的相关知识 with 技能。	校内或校外

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，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顶岗与其所学专业面向的岗位群基本一致。

七、教学进程总体安排

（一）基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时一般为 28 学时，顶岗实习按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，3 年总学时数为 3000~3300。课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

公共基础课学时约占总学时的 1/3，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

专业（技能）课学时约占总学时的 2/3，在确保学时实习总量的前提下，课根据实际需要集中或分阶段安排实习时间，行业企业认知实习应安排在第一学年。

课程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

（二）教学安排

1. 课程设置表

课程类别	课程名称	课程性质	学分	课时合计	学期						考核方式	学时比例
					一	二	三	四	五	六		
公共基础课	思想政治	必修	8	144	2	2	2	2			考试	34.74%
	语文	必修	12	216	3	3	3	3			考试	
	数学	必修	12	216	3	3	3	3			考试	
	英语	必修	12	216	3	3	3	3			考试	
	体育与健康	必	8	144	2	2	2	2			考试	

	康	修											
	公共艺术	必修	1	18			1						考查
	历史	必修	2	36			1	1					考查
	信息技术	必修	8	144	4		4						考试
专业核 心课	客户服务 与管理	必修	4	72				4					考试
	商品学基 础	必修	3	54			3						考试
	商业心理 学	必修	4	72					4				考试
	推销与谈 判	必修	4	72			4						考试
	电子商务 基础	必修	4	72				4					考试
	市场营销	必修	6	108	6								考试
专业技 能(方 向)课	网络营销 (1+X 网店 运营证书 融通课程)	必修	4	72					4				考证
	公共关系	必修	4	72					4				考试
	商业美术	必修	4	72	2		2						考查
	商业法规		3	54			3						考试
	视觉营销	必修	4	72				4					考查
	移动商务								4				考试
	新媒体营 销(含 1+X 证书直播 电商融通 课)	必修	4	72				4					考证
专业选 修课	面试技巧	选修	1	18						2			考查
	市场营销	选修	4	72						4			考试
	基础会计	选修	4	72						4			考试
													65.26%

	经济法律法规	选修	4	72					4		考试
素养选修课	普通话	选修	1	18	1						考查
	礼仪	选修	1	18	1						考查
	中华传统文化	选修	1	18	1						考查
	硬笔书法	选修	1	18	1						考查
军训(周)			1.5	45	1.5周						
入学教育(周)			0.5	15	0.5周						
实践活动(4周)			12	360	1周	1周	1周	1周	8周		
顶岗实习(周)			18	540						18周	
总课时合计				3264	29	31	29	29	30	30	100%

说明:

1. 实践活动包括职业素养、劳动教育、社会实践、综合实训等;
2. 第4学期根据学生的就业岗位或升学需要灵活设置就业模块和升学模块;
3. 2个1+X证书融通课程开设在《网络营销》和《新媒体营销》课程中,学生任选其一考取证书。

2. 实践教学安排

序号	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
1	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。	承训部队	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。	
2		认知实习	为师生及客人进行礼仪服务;参加校办文	学校	结合现代服务业行业管理要求,	礼仪礼貌;劳动态度;	

			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		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。	劳动考核； 团结协作； 综合评价。	
3	第 二 学 年	认识 实习	信息处理 平面设计 网络维护 移动终端维护	校外 实训 基地	进入企业学习信息 处理、平面设计、 网络维护、移动终 端维护等相关知 识，了解岗位能力 需求。	企业考核	
4		项目 实训	平面设计与图片处理项 目 网络维护及网络布线项 目 办公综合应用项目 移动终端维护及应用开 发项目	校内 实训 基地	训练学生综合应用 知识的能力。	考证	
5	第 三 学 年	跟岗 实训	在师傅的指导下完成实 习单位布置的工作： 信息处理综合实训、平 面设计综合实训、网络 维护综合实训、网络布 线综合实训、办公设备 维护维修综合实训、移 动终端维护及应用开发 综合实训、销售岗位综 合实训。	合作 企业	提高学生的思想 品德素质，规范学 生的从业言行，巩 固学生的专业知识和 扩大社会知识 面，提高学生的职 业技能和综合素 质。	企业考核 学校考核	
6		顶岗 实习	（一）熟悉所在企业岗 位的工作要求和 workflow。 （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 范学生的言行，以 适应企业和岗位 的需求。	企业考核 学校考核	

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

根据教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标

准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专业教师学历职称结构应合理，至少应配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师 2 人；建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师应不低于 50%；应有业务水平较高的专业带头人。

2. 专任教师

专任教师应具有良好的师德，爱岗敬业，为人师表、遵纪守法；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；具备中等职业学校教师资格证书和本专业职业资格或技能等级证书；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力，具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；积极参与企业实践，每两年累计不少于 2 个月的企业实践经历；专业带头人能够较好地把握国内外行业、专业发展。

3. 兼职教师

兼职教师要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有丰富实践经验的企业营销管理、客户管理人员；具有较高的专业素养和技能水平；能承担讲座、实训教学、实习指导等专业教学任务。建立兼职教师库，兼职教师比例占专任教师比例的 20%。

（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：

1. 校内实训室

本专业应配备客户服务综合实训室、移动商务实训室、创新创业实训室、无人超市，主要设施设备及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量（生均台套）
1	客户服务实训	计算机	40 台

		程控交换机	1 台
		座机电话、耳麦电话	40 套
		客户关系管理软件	1 套
		接入外线功能（可选）	1 套
2	移动电子商务 实训室	移动商业场景体验平台	1 套
		移动营销实训系统	1 套
		微光二维码扫描器	1 台
		短信验证平台	1 台
		身份证阅读器	1 台
		IC 卡读写器	1 台
		热敏条码打印机	1 台
		业务服务器	2
		数据中心交换机	1 台
		电脑	51 台
		多媒体教学软件	1 套
		交互智能教学一体机	1 台
		交换机	3 台
		无线 AP	1 台
电商创客实战平台	1 套		
3	创新创业实训 室(含校园 020 创业区、VR 体 验区、商品拍 摄区、互动教 学区)	校园电子商务创业平台	1 套
		创业项目管理及成果展示平台	1 套
		平板电脑	60 套
		电脑	2 台
		终端充电柜	1 台
		打印机	1 台
		条码打印机	1 台
		扫描枪	1 个

		手动打包钳	2 个		
		塑料周转箱	10 个		
		单反相机	6 套		
		三脚架	6 个		
		遮光板	6 个		
		摄影静物台	6 个		
		防潮箱	2 个		
		模特道具	1 个		
		置衣架	1 个		
		摄影箱	6 个		
		电动背景布	1 套		
		柔光箱	18 个		
		测光表	1 个		
		三基色柔光灯	2 套		
		未来虚拟超市体验系统	1 套		
		VR 头盔	1 个		
		3D 打印机	1 套		
		云智慧教学服务系统	1 套		
		5	无人超市	无人超市货架	1 套
				RFID 读写器	3 台
RFID 发卡器	2 台				
RFID 无源标签	1000 个				
35 寸拼接屏	1 台				
网路摄像头	6 个				
网路硬盘录像机	1 个				
专用监控硬盘	2 个				
POE 供电交换机	1 台				

		电子商务新零售智能管理平台	1套
		电子商务新零售结算软件系统（APP）	1套
		购物筐	5个
		速通门	1套
		无人值守超市门禁装置	1套

2. 校外实训实习基地

根据市场营销专业人才培养需要和产业技术发展特点，应在企业建立两类校外实训基地：一类是以专业认识和参观为主的实训基地，能够反映目前行业发展新模式、新技术，并能同时接纳较多学生学习，为新生入学教育和认识专业课程教学提供条件；另一类是以社会实践及学生顶岗实习为主的实训基地，能够为学生提供真实专业技能方向综合实践轮岗训练的工作岗位，并能保证有效工作实践，该基地能根据培养目标要求和实践教学内容，校企合作共同制定实习计划和教学大纲，精心编排教学设计并组织、管理教学过程。

序号	实训基地名称	功能定位
1	益普索市场咨询公司	认识实习
2	四川蒙山红茶业有限公司	认识实习
3	成都伊藤洋华堂有限公司	认识实习、跟岗实习
4	蓉之旅旅行社	认识实习、跟岗实习
5	华润万家公司	顶岗实习
6	京东	顶岗实习
7	成都全时叁陆伍超市管理有限公司	顶岗实习
8	成都好利来食品有限公司	跟岗实习、顶岗实习
9	群光百货	跟岗实习、顶岗实习
10	四川首扬农产品有限公司	跟岗实习、顶岗实习
11	王府井百货	顶岗实习
12	馨居尚装饰设计工程有限公司	认识实习、顶岗实习
13	成都盛琦实业有限公司（哥弟）	跟岗实习、顶岗实习

14	环球中心	认识实习、顶岗实习
15	鲁班之家装饰公司	跟岗实习、顶岗实习
16	劲浪体育用品有限公司	跟岗实习、顶岗实习
17	成都远东百货	跟岗实习、顶岗实习
18	西单商场	跟岗实习、顶岗实习

（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.教材开发及使用要求

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，强化理论与实践一体化，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。

九、毕业要求

1. 可选考的证书

网店运营推广（1+X证书）、电子商务数据分析（初级）1+X证书、营销员等级证书、新媒体技术（初级）1+X证书、普通话证书。

2. 学业达标要求

（1）无纪律处分，思想品德等方面达到《四川省成都市财贸职业高级中学校

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。