

江苏省苏州丝绸中等专业学校
实施性人才培养方案
(2026 级)

专业名称：市场营销

专业代码：730602

制订日期：2026 年 6 月

目 录

一、专业名称及代码	错误！未定义书签。
二、入学要求	错误！未定义书签。
三、基本修业年限	错误！未定义书签。
四、职业面向	错误！未定义书签。
五、培养目标	错误！未定义书签。
六、培养规格	错误！未定义书签。
（一）综合素质	错误！未定义书签。
（二）职业能力	错误！未定义书签。
七、课程设置	错误！未定义书签。
（一）公共基础课程	错误！未定义书签。
（二）专业课程	错误！未定义书签。
八、教学进程及学时安排	10
（一）教学时间表	10
（二）教学进程安排表	10
九、教学基本条件	11
（一）师资队伍	11
（二）教学设施	12
（三）教学资源	14
十、质量保障	错误！未定义书签。
十一、毕业要求	错误！未定义书签。
十二、其他事项	错误！未定义书签。
（一）编制依据	错误！未定义书签。
（二）研制团队	错误！未定义书签。

一、专业名称（专业代码）

市场营销（730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

专门化方向	职业（岗位）	职业资格要求	继续学习专业	
纺织品营销	营销员 纺织品营销策划 纺织品外贸跟单	营销员 外经贸业务员 外贸跟单员	高职： 1. 市场营销； 2. 市场开发与营销； 3. 营销与策划	本科： 市场营销

五、培养目标

本专业落实立德树人根本任务，注重学生德智体美劳全面发展，培养具有良好的职业品质和劳动素养，掌握市场营销专业所必备的基本理论知识，又具有市场分析、销售与管理、客户服务、营销策划等综合职业能力，具备职业生涯发展和终身学习能力，能胜任生产、服务、管理一线工作，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。

六、培养规格

（一）综合素质

1. 具备良好的政治素质、道德品质、法律意识和诚实守信的职业道德；具有良好的人际

交往、组织协调能力和团队合作精神；具有正确的择业、就业观和创业、创新精神；

2. 具有较为全面的语文、数学、外语、计算机等文化基础知识和较为宽泛的科学技术知识；具有继续学习的能力；

3. 具有良好的责任心、进取心和坚强的意志；具有较强的自我发展能力，能适应今后就业岗位的发展；

4. 具有健康的体魄和较好的身心素质，具有善待自己、善待他人，能适应环境的良好心态；

5. 具有较强的计算机应用能力；具有较强的语言表达和规范书写经济应用文的能力；具备一定的英语听、说、读、写、译能力。获得全国计算机等级考试一级证书和全国英语应用能力考试等通用能力证书；

6. 具有从事本专业工作所必需的经济与管理基本原理和会计基础知识及现代物流、信息技术、国际贸易等相关专业基础知识；能运用市场调查与预测的基本方法开展市场调研活动；能运用商务谈判方法和技巧开展营销业务洽谈活动。

（二）职业能力

1. 行业通用能力：

（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）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；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。

2. 职业特定能力：

（1）具有开展市场调查与预测的能力。

（2）具有开展产品策划、广告策划、公关策划的能力。

（3）具有市场开拓，产品销售的能力。

（4）具有良好的客户开发、服务、管理能力。

（5）会从事门店纺织品销售与管理

（6）会从事纺织面料跟单业务

（7）能使用电子商务网站平台进行纺织品市场开发与运营

3. 跨行业职业能力：

（1）具备较强的自我管理、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。

七、课程设置

(一) 公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程。

包括思想政治理论、语文、数学、英语、信息技术、人工智能、体育与健康、艺术、历史、劳动教育等必修课程；

课程名称	教学内容及要求	参考学时
思想政治	执行教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过36学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定	144
语文	执行教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）54学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准，在部颁教材中选择确定	288
历史	执行教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合办学特色、专业情况和学生发展需求，增加不超过18学时的任意选修内容（拓展模块），相应教学内容依据课程标准，在部颁教材中选择确定	72
数学	执行教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定	288
英语	执行教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修（职业模块）36学时的教学内容，由学校结合专业情况和学生发展需求，依据课程标准选择确定	288
信息技术	执行教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。具体教学内容应结合专业情况、学生发展需要，依据课程标准选择确定	108
体育与健康	执行教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。其中限定选修和任意选修教学内容，由学校结合教学实际、学生发展需求，在课程标准的拓展模块中选择确定	180
艺术	执行教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》和省有关本课程的教学要求，注重与行业发展、专业实际相结合。学校可结合实际情况，增加一定学时的任意选修内容（拓展模块），其教学内容可结合学校特色、专业特点、教师特长、学生需求、地方资源等，依据课程标准选择确定	36

劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时	18
------	--	----

（二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1. 专业平台课程

专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (参考学时)	主要教学内容与要求	能力要求
1	现代营销基础 (252学时)	(1) 现代营销认知; (2) 市场环境分析; (3) 消费心理入门; (4) 目标市场选择; (5) 产品策略研究; (6) 价格应对调整; (7) 渠道模式采用; (8) 线下线上促销	(1) 了解市场、市场营销、营销组合的概念,了解电子商务的含义及其功能特性、系统构成,能区分传统商务与电子商务; (2) 了解传统商品交易和电子商务交易过程的三个阶段、电子商务交易的四个基本“流”,能描述商品交易模式的变化; (3) 了解营销观念的新发展类型,能辨析各种营销观念的特征;了解电子商务的发展形势,能说出中国电子商务的发展概况及趋势;了解移动电子商务和跨境电子商务的概念,能分析移动电商的特点和跨境电商的种类; (4) 了解市场营销环境的概念及特性,能区分宏观环境与微观环境;了解环境因素,能说出其对企业营销活动的影响;理解寻求市场机会的方法与途径,会运用调节市场需求的策略; (5) 了解市场调查的概念,理解市场调查的意义,能概括市场调查的基本流程; (6) 了解消费心理的研究意义、消费需求及购买动机,能运用消费心理的研究方法分析案例;了解消费者购买行为模式及影响因素,能辨析消费者购买行为的类型; (7) 了解市场细分的概念,能分析市场细分的意义,理解细分的依据及有效条件;了解市场择优的评价标准和具体战略,能复述市场定位的概念和步骤; (8) 掌握产品策略的含义,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,会灵活运用产品策略; (9) 掌握价格策略的含义,了解产品定价的目标、方法和具体策略,能运用初始价格变动的措施; (10) 掌握分销渠道的含义,能熟悉消费者与生产者市场的不同分销形式,能区分渠道的长度和宽度策略;了解中间商的类型,能分析影响分销渠道选择的因素; (11) 理解商务模式的概念及特征,掌握B2B、

			B2C、C2C、O2O电子商务模式的概念，能熟悉具体的分类、运作流程及赢利模式； (12) 掌握促销策略的含义，能说出促销的作用，了解线下线上促销的方式、特点和内容，了解新媒体营销、短视频广告、数据营销的含义，能结合实际情况进行灵活运用
2	数字商务信息技术 (162学时)	(1) 网络商务信息概述； (2) 商务文档编辑与处理； (3) 商务图片采集与处理； (4) 商务视频拍摄与处理； (5) 商务网页设计与制作； (6) 商务数据分析与应用； (7) 区块链技术的商务应用	(1) 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，能根据商务信息本身具有的使用价值和价格水平进行分级； (2) 了解商务文档的排版格式，能使用搜索引擎等工具收集商务文字信息，能用Word工具对商务文字进行排版设计，制作商业文书； (3) 了解数码相机的基本操作技巧，能利用数码相机采集商务图片信息，了解Photoshop等常用图像处理软件的功能和特点，掌握商务图片合成与处理的方法，能对商务图片进行优化处理； (4) 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； (5) 了解商务网站的风格及特点，掌握网页设计与制作软件的操作方法，能根据实际需求设计制作商务网页； (6) 了解商务数据分析的基本概念、方法，掌握商务数据采集工具的操作方法，能运用Excel等工具对商务数据进行统计与分析； (7) 了解区块链定义、分类及特点，掌握区块链与数字货币的关系，能说出区块链与人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术的融合方式及其在商务中的应用场景
3	商贸法律法规 (162学时)	(1) 法律基础知识； (2) 中华人民共和国消费者权益保护法； (3) 中华人民共和国商标法； (4) 中华人民共和国反不正当竞争法； (5) 中华人民共和国产品质量法； (6) 中华人民共和国反垄断法； (7) 其他常用法律法规	(1) 了解法的概念与特征，知晓法律的效力范围，以及法律关系三要素和不同的法律关系； (2) 了解消费者的权利和经营者的义务，以及国家对消费者合法权益的保护；了解消费者的构成，掌握消费者和经营者发生消费者权益争议的解决途径； (3) 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； (4) 掌握不正当竞争行为的概念，了解不正当竞争行为的内容，以及对涉嫌不正当竞争行为调查采取的措施； (5) 了解生产者、销售者的产品质量责任和义务，以及相关的损害赔偿条款； (6) 了解中华人民共和国反垄断法的立法目的和垄断行为，了解垄断协议的内容及相关处罚条例； (7) 了解电子商务法、民法典（第三编合同）、公司法、广告法、价格法等法律法规，理解其概念、种类及其应用

4	商务沟通与礼仪 (108学时)	(1) 语言沟通; (2) 非语言沟通; (3) 书面沟通; (4) 商务形象礼仪; (5) 商务交际礼仪; (6) 商务通信礼仪; (7) 商务仪式礼仪; (8) 涉外商务礼仪	(1) 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; (2) 了解非语言沟通的概念、特点、表现形式及作用,了解目光、微笑、手势等体态语言,会用体态语言来表情达意; (3) 了解书面沟通的概念及优缺点,掌握商务文书的种类以及常用商务文书的写作技巧,能进行常用商务文书的写作; (4) 掌握仪容、仪表、仪态的基本要求,能结合自身特点修饰仪容仪表,注重自身形象塑造,具有良好的职业形象; (5) 掌握现代商务场合中通用的问候、介绍、握手、名片、接待、拜访、馈赠等礼仪规范,会以正确的方式表达对别人的尊重;了解宴请的程序和规范,能得体地遵守中西餐宴会礼节; (6) 了解商务通信礼仪的基本要求,会使用电话、手机、短信、网络等手段,有礼貌地进行商务沟通; (7) 了解签约、剪彩、庆典等仪式活动的基本程序和礼仪规范,能在商务活动中遵守礼仪规范; (8) 了解东西方文化及礼仪差异,了解主要国家礼仪风俗及禁忌,能在涉外商务往来中遵守基本礼仪规范
---	--------------------	---	--

5	会计基础知识 (108学时)	(1) 会计概述; (2) 会计科目和会计账户; (3) 复式记账与借贷记账法; (4) 商品流通企业主要经济业务核算; (5) 会计凭证填制与审核; (6) 会计账簿设置与登记; (7) 财产清查; (8) 会计报表编制; (9) 企业资金运营管理体验	(1) 了解会计的产生、发展、目标,了解会计职业道德与会计法律体系,掌握会计的概念、职能,能描述财务知识在商务营销中的作用及商务营销人员应具备的会计技能; (2) 了解并能描述会计要素、会计等式、会计科目、账户等含义,理解账户的结构,掌握经济业务的类型及其对会计等式的影响; (3) 了解并能描述复式记账法、借贷记账法、会计分录等含义,理解借贷记账法的记账规则,能进行会计分录的编制; (4) 了解商品流通企业主要经济业务核算的内容,能正确运用常用账户,进行主要经济业务的基本核算; (5) 了解会计凭证、原始凭证、记账凭证的含义和内容,能正确填制、审核常用的原始凭证和通用记账凭证; (6) 了解会计账簿的基本内容、建账步骤、登记账簿的方法、查找和更正错账方法、对账结账内容,能识别账簿; (7) 了解财产清查的概念、意义、种类,能描述财产清查方法和盘存制度; (8) 了解财务报表的概念、构成内容和分类,能描述资产负债表与利润表的结构和编制方法,能识读简单资产负债表和利润表; (9) 了解账务处理程序的概念、种类及设计要求,能结合具体案例,采用记账凭证账务处理程序对简单经济业务进行账务处理,体验企业资金运营管理
---	-------------------	--	--

2. 专业核心课程

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (参考学时)	主要教学内容与要求	能力要求
----	----------------	-----------	------

1	营销策划 (72 学时)	(1) 营销策划认知； (2) 营销策划的主题和目的； (3) 营销策划的对象、场所和时间； (4) 营销策划的内容； (5) 营销策划的运作； (6) 策划的注意事项及费用预算； (7) 广告文案认知； (8) 广告文案策划	(1) 掌握营销策划的含义、原则，了解营销策划的主要类型，能熟知策划方案的写作要求； (2) 了解策划文案主题的撰写原则，能运用以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种营销策划方法； (3) 掌握营销活动不同时期的推广目标，能区分新产品与老产品的推广目标的差异； (4) 了解推广对象的界定，能恰当的选择推广场所和时机； (5) 掌握常规的推广方式，能列举创新的推广方式； (6) 了解推广工具的类型和现场布置要点，明确活动部门及人员的分工； (7) 了解商品推广期间的注意事项，能熟悉活动现场的控制要求； (8) 掌握推广活动费用预算的各模块构成，能合理制订预算； (9) 了解广告媒体的类型、优缺点、适用性，了解广告诉求的定义、方法，能根据营销推广目标选择合适的广告媒体； (10) 熟悉广告标题的类型，了解广告口号和随文的作用，能设计生动、有创意的广告正文
2	商务礼仪 (72 学时)	(1) 商务礼仪认知 (2) 商务形象塑造 (3) 商务会面礼仪 (4) 商务沟通礼仪 (5) 商务接待与拜访礼仪 (6) 商务宴请礼仪 (7) 商务会议与活动礼仪 (8) 涉外商务礼仪：不同国家与地区的商务习俗与禁忌； (9) 商务礼仪综合应用与场景模拟	(1) 掌握商务礼仪的基本含义、核心原则，了解商务礼仪在职业发展中的重要性，树立良好的职业礼仪意识； (2) 能根据商务场合与职业角色，塑造得体的仪容、仪表与仪态，展现专业的职业形象； (3) 熟练掌握商务会面中的称呼、介绍、握手与名片交换礼仪，能规范处理初次商务交往场景； (3) 掌握商务沟通中的语言表达与倾听技巧，能规范运用电话、微信、邮件等方式进行商务沟通，避免沟通失误； (4) 能根据接待与拜访的场景，合理安排迎送、引导与座次，体现商务交往中的尊重与得体； (5) 熟悉商务宴请的席位安排、餐具使用与用餐礼仪，能规范参与商务宴请活动，展现良好的餐桌素养； (6) 了解商务会议、庆典等活动的礼仪规范，能配合完成活动组织与参与过程中的礼仪环节； (7) 掌握商务文书、函电的格式与用语规

			范，能撰写得体、专业的商务往来文书； （8）了解不同国家与地区的商务习俗与禁忌，能在涉外商务场景中规避文化冲突，展现跨文化沟通素养； （10）能综合运用商务礼仪知识，应对面试、商务谈判、客户接待等常见商务场景，展现专业、得体的职业素养。
--	--	--	---

3. 专业拓展课程

序号	课程名称 (参考学时)	主要教学内容与要求	能力要求
1	营销推广活动策划实训 (72 学时)	(1) 营销策划认知； (2) 营销策划的主题和目的； (3) 营销策划的对象、场所和时间； (4) 营销策划的内容； (5) 营销策划的运作； (6) 策划的注意事项及费用预算； (7) 广告文案认知； (8) 广告文案策划	(1) 掌握营销策划的含义、原则，了解营销策划的主要类型，能熟知策划方案的写作要求； (2) 了解策划文案主题的撰写原则，能运用以产品类型为主题、以特定节假日为主题、以季节特点为主题的三种营销策划方法； (3) 掌握营销活动不同时期的推广目标，能区分新产品与老产品的推广目标的差异； (4) 了解推广对象的界定，能恰当的选择推广场所和时机； (5) 掌握常规的推广方式，能列举创新的推广方式； (6) 了解推广工具的类型和现场布置要点，明确活动部门及人员的分工； (7) 了解商品推广期间的注意事项，能熟悉活动现场的控制要求； (8) 掌握推广活动费用预算的各模块构成，能合理制订预算； (9) 了解广告媒体的类型、优缺点、适用性，了解广告诉求的定义、方法，能根据营销推广目标选择合适的广告媒体； (10) 熟悉广告标题的类型，了解广告口号和随文的作用，能设计生动、有创意的广告正文。
2	商务情景评判实训 (72 学时)	(1) 商务谈判概论； (2) 谈判计划与组织；	(1) 了解商务谈判的构成要素、地位、功能和类型，熟悉商务谈判的模式，能描述谈判信息搜集的来源、时间管理的要点和场所布置的技巧；

		(3) 谈判开局策略; (4) 谈判磋商策略; (5) 报价还价策略; (6) 结束技巧与签约; (7) 国际商务谈判	(2) 了解制订商务谈判计划的意义, 熟悉谈判计划的主要内容和制订过程; (3) 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, 了解并能复述对谈判人员的监督与激励机制; (4) 了解开局气氛建立的必要性, 掌握谈判开局的策略, 能运用开局的方式与原则, 取得良好的商品谈判效果; (5) 了解谈判磋商阶段应遵循的原则, 掌握较量过程中的威胁与僵局化解技巧, 会灵活运用策略打破谈判僵局; (6) 了解报价的基本要求和原则, 掌握报价的策略; 掌握还价的方法, 能灵活选用价格谈判策略, 取得主动权; (7) 了解结束谈判的时机, 掌握结束谈判的策略, 理解达到合作的条件, 能说出合作的主要方式; (8) 掌握商务合同的签订内容, 能说出合同的签订流程, 了解合同效力认定, 合同的担保和保全, 合同的变更、转让和终止, 能明确违约责任的承担以及处理纠纷; (9) 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中不同阶段的特点, 能说出不同的谈判策略。
--	--	---	---

八、教学进程及学时安排

(一) 教学时间表 (按周分配)

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 (军训) 1 (入学教育及专业认识实习)	1	1
二	20	18	/	1	1
三	20	18	/	1	1
四	20	18	/	1	1
五	20	18	1 《市场调查》— 市场调查及分析实训	1	1
六	20	20	18 (岗位实习)	/	/
			2 (毕业考核、毕业教育)		
总计	120	110	23	5	5

(二) 专业教学进程安排表

课程类别	课程性质	课程名称	学时	学分	学期					
					1	2	3	4	5	6
					16+2	17+1	17+1	17+1	17+1	18+1
公共	公共	思想政治 (1 职业生涯规划)	144	8	2	2	2	2		

基础课程	基础必修课程	划2职业道德与法律 3经济政治与社会4哲学与人生5德育学测)								
		语文	288	16	4	4	4	4		
		数学	288	16	4	4	4	4		
		英语	288	16	4	4	4	4		
		历史	72	4	2	2				
		信息技术	108	6	2	4				
		人工智能	18	1		1				
		体育与健康	180	10	2	2	2	2	2	
		劳动教育	18	1					1	
		艺术	36	2			2			
	限定选修课程	中华优秀传统文化、职业素养等	36	2	1			1		
	小计		1476	82	378	414	324	306	54	
专业技能课程	专业平台课程	会计基础知识	108	6	2			2	2	
		现代营销基础	252	9	4	4	2	2	2	
		数字商务信息技术	162	7		3	3		3	
		商务沟通与礼仪	108	6		2		4		
		商贸法律法规	162	7	3		3	3		
	专业核心课程	营销策划	72	8		2			2	
		商务礼仪	72	8		2			2	
	专业拓展课程	营销推广活动策划实训	72	8				2	3	
		商务情景评判实训	72	8				2	3	
		岗位实习	522	27						18w
		小计	1602	94	162	234	144	270	136	18w
其他教育活动		专业认知与入学教育	29	1	1w					
		军训	29	1	1w					
		毕业教育	29	1						1w
合计			3165	179	30	30	30	30	30	

九、教学基本条件

(一) 师资条件

1. 专任专业教师与在籍学生之比不低于 1:36；研究生学历（或硕士以上学位）5%以上，高级职称 15%以上；获得与本专业相关的高级工以上职业资格 60%以上，或取得非教师系列专业技术中级以上职称 30%以上，或获得相关行业执业资格 40%以上。兼职教师占专业教师比例

10%-40%，其中 60%以上具有中级以上技术职称或高级工以上职业资格。

2. 专任专业教师 90%以上具有本专业或相关专业本科以上学历，接受过职业教育教学方法论的培训，三年以上专任专业教师，应达到《江苏省中等职业学校“双师型”教师非教师系列专业技术证书目录(试行)》中规定的本专业相应职业资格或专业技术职称要求。如本专业专任专业教师应具有“经济师”、“国际商务师”等中级专业技术职称，或具有“营销师”、“物流师”、“电子商务师”等职业资格证书。

3. 专业教师具有良好的师德修养，为人师表，从严治教，具备理实一体化和信息化教学的基本能力和继续学习能力；积极参与教学改革研究，参加课堂教学大赛、技能大赛、课题研究等活动。平均每两年到企业及生产服务一线实践不少于 2 个月。兼职教师须有在企业、行业协会的商贸岗位工作经历和丰富的商贸专业技术和工作经验，须经过教学能力专项培训，并取得合格证书，每学期承担不少于 30 学时的教学任务。

（二）教学设施

1. 专业教室

专业教室应符合国家、省关于中等职业学校设置和市场营销专业建设的相关标准要求和具体规定，配备符合要求的安全应急装置和通道；建有智能化教学支持环境，满足信息化教学的必备条件；设计并展现出能体现现代商贸流通行业特征、专业特点、职业精神的图、物、文等各种形式的文化布置。

2. 实训实习基本条件

（1）校内实训实习基本条件

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 45 名学生为基准，校内实训室配置如下：

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
市场营销实训	1. 主流机型电脑	48	台机内存容 8G；显示器尺寸 22 寸；台机硬盘容 160G
	2. 配套服务器	1	最大支持 CPU 个数 1； 服务器 CPU 二级缓冲容量 8M； 服务器内存型 ECC 服务器硬盘容量 160G； 服务器型： 机架式； 处理器类型： Xeon 5410
	3. 投影仪	1	DLP 技术；变焦倍数： 1.1 倍；亮度：1000 流明以下；分辨率 (dpi)：1280×800；对比度：3001:1~4000:1
	4. 模拟实景	1	—
	5. 市场营销模拟软件平台	1	—
	6. 客户管理软件	1	—

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
	7. 市场营销沙盘演练软件	1	—
模拟商务谈判	1. 笔记本电脑	13	尺寸：15 寸；CPU 型号：Intel Core/酷睿 i3；Intel Core/酷睿 i3：i3-2348M
	2. 录播系统	1	200 万像素；自动/手动；>50db；HDMI、DVI、HD-SDI；可根据镜头的放大倍数决定转速；当垂直旋转过 90 度时图像自动翻转(可设置)
	3. 投影仪	1	DLP 技术；变焦倍数：1.1 倍；亮度：1000 流明以下；分辨率(dpi)：1280 × 800；对比度：3001:1~4000:1
	4. 大屏幕电视机	2	屏幕尺寸 55；分辨率 1920 × 1080；LED
	5. 谈判场景	1	—
	6. 商务谈判模拟软件平台	1	—
广告策划实训	1. 主流机型电脑	48	台机内存容 8G；显示器尺寸 22 寸；台机硬盘容 160G
	2. 配套服务器	1	最大支持 CPU 个数 1；服务器 CPU 二级缓冲容量 8M；服务器内存型 ECC 服务器硬盘容量 160G；服务器型：机架式；处理器类型：Xeon 5410
	3. 彩色打印机	2	喷墨；最大打印幅面：A4；USB 接口
	4. 数码摄像机	2	硬盘+闪存双模；201-300 万像素；传感器尺寸：1/4.85 英寸
	5. 海报展板	2	—
	6. 广告策划图样实物	若干	—
	7. 广告策划模拟软件	1	—
连锁经营实训	1. 收款台	5	—
	2. POS 机	5	—
	3. 写卡机	5	—
	4. 激光扫描平台	5	—
	5. 用友商超实用软件	2	—
	6. 货架	若干	—
	7. 商品	若干	—
校内开放式	1. 收款台	2	—
	2. POS 机	2	—
	3. 写卡机	2	—

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
实习超市	4. 激光扫描平台	2	—
	5. 货架	20	—
	6. 货物托盘	10	—
	7. 商品货源	若干	以大类组织货源

(2) 校外实训实习基本条件

校外实训基地应满足学生岗位实习、专业教师企业实践的需要，按照本专业人才培养方案的要求配备场地和实习实训指导人员，实训设施设备齐全，校企双方共同制订实习方案、组织教学与实习管理。校外实训基地的具体要求如下：

①稳定的校外实训企业数量不少于 5 个，实习企业应具有独立法人资格，依法经营、管理规范，经营时间不少于 3 年以上。企业应具有现代化管理理念，管理规范，生产任务充足，有能力帮助解决实习生的食宿及有关学习、生活等问题，能制订规范的作息制度，并按相关规定加强管理；接纳学生实习之前，应与学校签订岗位实习协议，强调学生的安全意识和环保意识；

②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。实习企业应当为学生提供必要的岗位实习条件和安全的岗位实习劳动环境，能提供柜台展示营销、商务文案编排、调查数据分析、客户沟通服务等实训活动；能提供《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等相关文件以供查阅，能配备必要的计算机互联网设备，方便学生查找资料和沟通交流；

③实习企业应具有一定数量的实习指导教师。实习指导教师为实习单位的业务骨干，要求政治、业务素质优良，责任心强，有一定的理论水平，工作相对稳定，从事岗位工作五年以上，关心支持职业教育工作。

(三) 教学资源

1. 教材

学校应建立严格的教材选用制度，教材原则上应从国家推荐教材目录和《江苏省中等职业教育主干专业核心课程推荐教材目录》中遴选。专业教材要能体现产业发展的新技术、新工艺、新规范，发挥市场营销专业教师、行业专家等作用，规范专业教材遴选程序，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献资料

按照国家和省中等职业学校设置和专业建设的相关标准要求和具体规定，配备与本专业相关的图书文献资料 600 册以上，存放和阅读场地面积应大于 100 平方米，应能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关市场营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

3. 数字资源

建设并配备充足的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源，保证种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，满足教学需要。

十、质量保障

1. 学校成立人才培养方案制订工作领导小组，建立了专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等校级层面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校制订《江苏省苏州丝绸中等专业学校教学管理实施细则》，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进。

3. 制订《常态化课堂诊断与改进实施方案》，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，开展以课堂质量提升为目标的教学诊断与改进工作，持续提高人才培养质量。

4. 制订《公开课、听评课管理办法》，定期开展公开课、示范课等教研活动，深化教学改革，增强教师课堂教学质量意识，规范教师公开课及听评课活动行为。

5. 依托专业教研组，建立集中备课机制，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

6. 学校制订《江苏省苏州丝绸中等专业学校数字化教学建设方案》，利用现代信息技术，组织教师共同开发项目式在线课程、教学资源库等数字化教学资源，利用教学平台实现课前、课中、课后全阶段师生互评及生生互评，使评价手段及覆盖面更全面化。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

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 分。

十二、其他事项

（一）编制依据

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。

（二）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务
1	陆珺	江苏省苏州丝绸中等专业学校	高级教师/专业负责人
2	吴越	江苏省苏州丝绸中等专业学校	高级讲师/教研组长
3	张晓良	江苏省苏州丝绸中等专业学校	讲师/商务管理系主任
4	张方	江苏省苏州丝绸中等专业学校	讲师/商务管理系副主任
5	凌玲	江苏省苏州丝绸中等专业学校	讲师/专业教师
6	沈珊珊	江苏省苏州丝绸中等专业学校	助理讲师/专业教师