徐州安保中等专业学校 市场营销专业建设规划

一、需求论证

随着江苏省经济的发展，市场营销人才已经成为企业急需的稀缺性资源，根据江苏省人力资源与社会保障部资料，历年人才市场的招聘职位数和求职人数排名，市场营销专业的人才需求一直就是高居排行榜的前列。资料表明，市场营销专业人才需求量相当大，尤其是符合苏北企业需要的市场营销从业人员更是供不应求。

中职学校开设市场营销专业，能更好的支持苏北的经济发展。营销行业学生就业门槛低，学生整体特点适合从事市场营销工作，经过市场调查，适合市场营销专业中职学生的岗位群如下：一是营业员，包括导购员、理货员、促销员、客服员等岗位；二是各类中小企业的营销员；三是调查咨询类公司或者流通企业的电话营销员；四是物流企业的物流员；五是专卖店的职业店长（大商场的卖场管理员）。中职生可以进入，而且能实现中职学生的就业对口化和本地化。

我校自开办市场营销专业以来，在培养模式、教学模式、师资队伍等方面具备一定的基础，需要进一步提升市场营销专业的品牌效应，做出新的创新，形成新的特色。

二、建设目标

通过对市场营销专业人才培养模式、课程课堂改革模式、师资队伍、实训基地、校企合作机制等方面的建设，在现有专业基础上，努力将市场营销专业建设成为本区域内同类中职学校专业改革与建设

的典范，成为具有影响力的人才培养及社会服务品牌专业，在本区域起到示范和引领作用。

三、建设思路

构建全新的以促进学生职业生涯的持续发展为目标的“公司式校企融通”的人才培养模式；创新教育教学内容，构建岗位能力模块课程与“认知-模拟-创业”指导流程并行的课程体系；改革教学模式，加强实践教学，促进专业知识和岗位技能的衔接与融合；改善教师队伍结构，打造一支适应全新人才培养模式、结构合理、专兼结合的职业道德高、职业技能强的“双师型”师资队伍；把市场营销专业建成特色鲜明、全省一流、辐射区域的示范专业。

四、建设内容

（一）完善人才培养模式

积极探索以促进学生职业生涯的持续发展为目标的人才培养模式，通过“公司式”环境下理论知识教学与学生见习、实训、实习的同步实施，完善“公司式校企融通”的人才培养模式。

在“公司式校企融通”人才培养模式的建设中，主要体现以下特点：

1. 知识学习和技能训练同步进行。在教学中利用校内、校外实训设施，采用知识学习和技能练习同步的方式，加强学生在校期间的技能练习，提升学生的职业素养。

2. 分岗进行技能培养与鉴定。在中职生可以参加的岗位职业资格认证中，选择营业员、营销员、电话营销员、物流员、职业店长（卖

场管理师)五个岗位作为未来的主要就业岗位,学生在校学习期间,开设岗位课程进行技能的培养和鉴定。

3. 持证顶岗实习,服务学生就业。第一阶段对学生进行专业技能培养,组织职业资格的短训和鉴定,保证学生在第二阶段持证顶岗实习。实现学生在校培养和岗位就业的对接。

4. 激发学生创业意识,引导职业可持续发展。在校期间通过商品经营能力、电子商务综合应用能力的培养,进行创业意识培训、模拟创业实训,激发学生创业意识,走职业可持续发展之路。

(二) 优化课程体系

根据完善的人才培养模式,结合市场和企业的实际需求,以商务活动为背景,与行业企业专家共同构建岗位能力模块课程与“认知-模拟-创业”指导流程并行的课程体系,完成学生对职业生涯的初步规划。

对按照学科建立的传统课程体系进行深度变革,建立以岗位和能力为主线的课程体系。在“认知-模拟-创业”指导流程中,整个课程体系由“职业文化素质模块”、“职业基本能力模块”、“职业岗位综合能力模块”、“职业素质拓展模块”四大模块组成。

(三) 校企共同打造优质课程。以“教材对接技能”为切入点,由行业、企业、学校和有关社会组织等多方参与的优质课程建设,完成《推销实务与技能技巧》优质课程建设并形成校本教材的初稿。

(四) 改革教学模式

以公司为载体,围绕商务活动进行项目教学,场景教学,岗位教

学，模拟教学等教学模式，加强实践教学，促进专业知识和岗位技能的衔接与融合。根据科目特点，创新实践性教学方式，在《推销实务与技能技巧》等课程中，主要贯穿使用场景教学，在《商务人员基本礼仪》等课程中，主要贯穿使用模拟教学。在《市场营销知识与实务》等课程中，主要贯穿使用案例教学。

(五) 改革评价模式

构建学校、社会、企业多方参与的教学评价体系，初步搭建《市场营销专业教学质量评价标准》。按照用人单位标准，改革学生评价模式，建立“评价主体多元、评价内涵全面、过程与结果并重”的评价模式，采用理论考核和实践评价相结合的方式，对学生的评价以职业能力为核心，涵盖职业道德和职业素质。

(六) 建设教学资源库

创新信息化教学环境，以数字化教学平台为基础，校企共建市场营销专业教学资源，汇集电子教案、电子课件、教学素材等教学资源，为营造智能学习的环境，构建多元化的学习方式奠定基础。

(七) 加强师资队伍建设

以全面提高教师素质为基础，以培养专业带头人和骨干教师为驱动，以“双师型”队伍建设为重点，加强师资建设。通过引进、培养以及与企业合作，建设一支适应专业发展需要的学历结构合理、专兼结合、职业道德高、实践动手能力强的双师结构师资队伍。

1、“双师型”队伍建设。

建设期内，通过“内培”和“外聘”两种途径，加强双师结构教

师队伍建设。鼓励教师考取与营销专业相关的各种职业资格证书;有计划地安排专业教师到企业挂职锻炼、顶岗实践;建立一支稳定的、热心职教事业、具有丰富营销实践经验的兼职教师队伍,主要承担实践技能型课程和实训项目教学任务,同时对我校专任教师在实训实践方面进行指导。

2. 专业带头人和骨干教师培养

建设期内着力培养 1-2 名专业带头人,再培养 2 名骨干教师和 2 名青年教学能手。

(八) 校企合作机制建设

在招生和就业方面,校企合作模式由单一的劳务输出安置向双方联合招生、订单培养,定向就业转变;学校、行业、企业联手共同成立专业建设指导委员会,由校企双方代表和有关专家组成,通过制定章程,对专业建设进行规划,明确校企合作的内容和方式,建立日常性联络制度,形成长效合作机制。在人才培养模式创新、课程体系重构、课程标准制定、教学方式改革、实训教材开发、评价模式构建、行业营销人员入职标准制定、企业营销实战案例库开发、双师结构队伍建设等多个方面,学校都要与行业、企业共同调研、联合完成。

(九) 建设校内外实训室、实训基地

在建设期内,新建 3 个校内模拟实训室,完善已建实训室专业设备和条件,完善实训室使用的规章制度。加强实践教学,主要承担礼仪、入职、模拟洽谈、等实训功能及专业课程的实训任务。

与此同时,分行业分方向规划建设 5 个社会形象和经济效益俱

佳、内部管理严谨规范的企业作为市场营销专业的校外实习基地，加大校企合作的力度与深度，探索校企合作的共赢模式，使校外实习基地充分发挥其在实践教学、顶岗实习以及学生就业等方面的重大作用。

(十) 社会服务

积极服务社会，为社会、企业进行在职在岗技能培训。

五、建设进度

根据国家中等职业教育改革发展学校建设的总体建设进度要求，市场营销专业建设按总体规划，分头实施的原则，为期2年。

六、保障措施

(一) 组织保障

在学校“示范校建设项目领导小组”的领导下，成立本专业建设执行小组，将项目细化，以项目负责制的方法责任到人。

(二) 制度保障

1. 制定建设管理制度

制定和实施《市场营销专业项目负责人责任追究实施办法》、《市场营销专业项目建设定期报告制度》、《市场营销专业项目质量监测办法》等制度，保证项目建设的进度和质量，确保项目建设达到预期目标。

2. 制定专项资金管理制度

加强资金的预算管理，制定《市场营销专业项目建设专项资金管理办法》、按照项目规定，制定切实可行的资金使用计划，确保国家

下达的项目经费足额用于规划项目建设，切实保证本专业建设项目任务的完成。

3. 制定信息报告制度定期向学校建设项目领导小组汇报项目实施情况。

4. 资金保障

学校保证严格执行资金预算，按照审批的建设方案谨慎使用，上级资金专款专用，不挤占挪用项目建设资金。