



攀枝花市经贸旅游学校

市场营销专业 人才培养方案

适用年级：2022 级市场营销

专业负责人：唐箐

分管副校长审核：傅梅

党委书记、校长审核：田锐

编制时间： 2022 年 7 月



目录

一、专业名称及代码.....	4
二、入学要求.....	4
三、修业年限.....	4
四、职业面向.....	4
五、培养目标与培养规格.....	4
(一) 培养目标.....	4
(二) 培养规格.....	5
六、课程设置及要求.....	5
(一) 课程结构.....	5
(二) 课程设置及要求.....	6
七、教学进程总体安排.....	11
(一) 基本要求.....	11
(二) 教学时间分配与教学过程表.....	11
(三) 课程类别学时统计表.....	13
八、实施保障.....	13
(一) 师资队伍.....	13
(二) 教学设施.....	14
(三) 教学资源.....	16
(四) 教学方法.....	16
(五) 学习评价.....	18
(六) 质量管理.....	18
九、毕业要求.....	20
(一) 学业考核要求.....	20
(二) 证书考取要求.....	20
十、附录.....	20



一、专业名称及代码

市场营销专业（专业代码：730602）

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学历者。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

本专业主要面向商业等行业企业，培养以门店运营为主，掌握必要的文化基础知识、具备良好的行为习惯、职业素养和营销技能，从事市场推广、商品销售、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

专业方向	就业岗位	技能水平认定	继续学习专业	
		证书名称	高职	本科
商品销售	促销员	营业员	市场营销、网络营销与直播电商、移动商务	市场营销
	推销员			
	理货员			
	营业员			
	导购员			
	收银员			
客户服务	前台接待员	营销员		
	售后服务员			

表 1 市场营销专业职业岗位群

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，面向现代商贸业、现代特色农业等行业企业，培养具备一定的市场营销理论知识、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，胜任生产、服务、管理工作，具有良好职业道德、实践创新精神、德、智、体、美、劳全面发展的高素质劳动者和技术技能型人才。

（二）培养规格

通过三年系统的学习，本专业毕业生职业道德良好，工作态度积极进取，专业知识和能力相应匹配，具体的知识、能力、素质如下表所示：

1. 知识结构

- （1）具有市场营销基础理论知识；
- （2）具有市场调查预测与营销策划的基本理论知识；
- （3）具有消费者行为分析、销售管理、客户关系管理的基本知识；
- （4）具有电子商务、网络营销的基本理论知识；
- （5）具有计算机软件操作、营销礼仪、商务谈判的相关知识。

2. 能力结构

- （1）具有熟练的市场调查与分析、一般市场营销策划能力；
- （2）具有熟练进行销售、消费者行为分析、客户管理的能力；
- （3）具有熟练进行电子商务、一般网络营销操作能力。

3. 素质结构

- （1）热爱祖国，树立正确的世界观和人生观，具有明确的社会责任感，养成良好的思想品德和社会公德；
- （2）具备良好的职业道德，有较强的事业心，养成良好的责任意识、质量意识和安全意识；
- （3）具有健康的身体素质，达到国家规定的中学体育合格标准，能够适应工作岗位对体质的要求；
- （4）具有健康的心理素质，有健全的人格、坚强的意志和乐观向上的精神面貌，能够适应社会和职业发展的需要；
- （5）具有良好的人际交流能力和团结协作精神；
- （6）具有适应岗位变化的能力；
- （7）具有创新和创业的基础能力；
- （8）具备一定的在线学习能力、信息收集和处理能力、语言表达能力。

六、课程设置及要求

（一）课程结构

本专业课程类型分为公共基础课程和专业课程。课程性质分为必修课程和选修课程，选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。

1. 公共基础课程

公共基础课程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、外语（英语等）、信息技术、体育与健康、艺术、普通话训练等必修课程，还包括根据学生职业发展设置的中华优秀传统文化、劳动教育、职业素养等限定选修课程，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程。

2. 专业课程



专业课程包括专业核心课程、专业方向课程和专业选修课程。专业核心课程针对职业岗位（群）共同面向的工作任务和具有的职业能力，是不同专业方向必备的共同专业基础知识和基本技能。专业方向课程是针对某类职业岗位所需要的专门性知识和技能。实习实训是专业课程实践性教学的重要内容，实训包括专项实训、综合实训等多种形式，实习包括认识实习、跟岗实习、顶岗实习等多种形式。

专业核心课程 6 门，包括：会计基础、市场营销基础、农产品营销、经济法基础、ERP 沙盘模拟企业经营实训、消费者行为分析。

专业方向课程 6 门，包括：商品经营技能训练、推销实务、柜组核算、网络零售实训、收银实务、销售语言与服务礼仪。

专业选修课程包括：广告原理与实务、出纳员岗位实训、商用美术、电子商务、新媒体营销等。详见图 1：

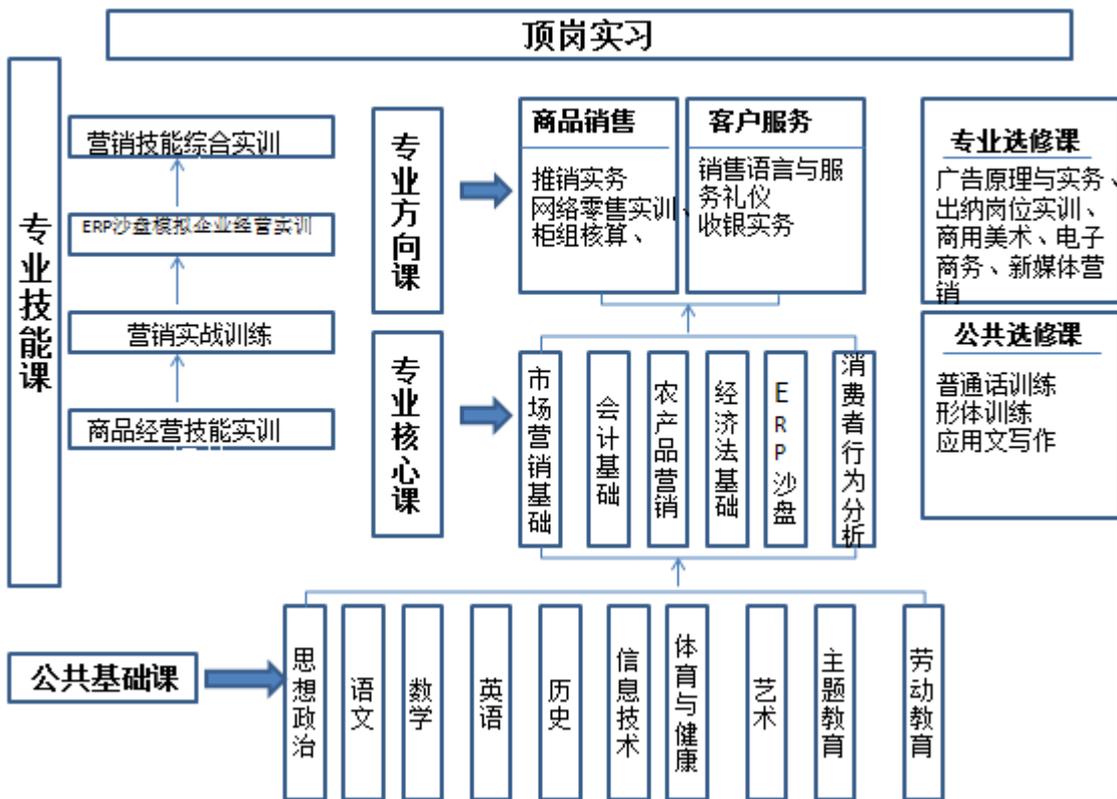


图 1 市场营销专业课程体系结构图

公共基础课程应开齐国家规定的课程门类，并开足规定学时。同时，根据专业要求、学生特点和职业发展需要，合理开设公共选修课程。

专业课程包括专业核心课程和专业方向课程。结合调研形成的业岗位群工作任务与职业能力分析，选择合适的课程体系构建路径与方法，确定 6~8 门专业核心课程和若干门专业方向课程，专业课总数一般不超过 12 门。专业核心课针对职业岗位群所共同的工作任务和职业能力，是不同专业方向必备的共同专业知识和技能要求。各专业方向课的学时数应大体相当，教学中学生至少要选择一个



专业方向的课程学习。如本专业对应的职业岗位针对性较强，无专业方向，则可直接列出专业课，不再区分专业核心课和专业方向课。

综合实训是为强化综合技能训练、进一步提升专业知识与技能的综合应用能力、取得职业资格证书等而开设的。

顶岗实习一般安排在第三学年最后一学期，学生完成专业课学习后，到企业等用人单位的生产服务一线进行顶岗实习。

(二) 课程设置及要求

本专业课程“主要教学内容和要求”应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、社会实践教育等各个环节。

1. 公共基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1.	思想政治	包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、职业道德与法治、哲学与人生四个必修模块。依据《中等职业学校思想政治课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	144
2	语文	依据《中等职业学校语文课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	198
3	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	72
4	数学	依据《中等职业学校数学课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	144
5	英语	依据《中等职业学校英语课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	144
6	信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	108
7	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	108



8	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设，并与学生专业能力发展和职业岗位需求密切结合。	36
9	主题教育	包括社会主义核心价值观教育、政治立场教育、理想信念教育、爱国主义教育、集体主义教育、法制观念教育、道德品质教育、心理健康教育、安全教育、疫情防控教育，并与中职学生身心健康发展相适应。	80
10	劳动教育	本课程主要通过服务性劳动及公益劳动活动对学生进行劳动观点的教育，使他们认识到劳动是人类生存的第一个基本条件，劳动人民是物质文明和精神文明的创造者，从而把劳动看成是光荣的事，养成劳动习惯，热爱劳动，热爱劳动人民。同时教育学生增强集体观念，培养他们自觉地遵守纪律、爱护公共财物、珍惜劳动成果、勤劳俭朴、艰苦奋斗等优良品质。	80

表 2 公共基础课程

2. 专业课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	市场营销基础	通过教学使学生在理论知识上达到高级营销员资格证等证书的基本要求和对口升高职的考试要求，在技能上能够出色的完成产品的销售、产品的促销等环节，能够对某个产品或者企业进行市场机会分析，制定合理的市场营销计划。	80
2	商品经营技能训练	通过教学使学生能够基本掌握现代零售企业中柜台接待技能、销售操作技能、商品陈列技能、商品保养技能、柜组核算技能等专业技能；能够基本胜任与零售企业一线销售相关的岗位。	80
3	推销实务	通过教学使学生能熟练应用现代推销技术和促销运作方法；灵活运用接近顾客的方法与技巧成功地接近潜在目标顾客；准确把握处理顾客异议的时机，娴熟地运用多种方法有效处理顾客异议；会充分利用各种成交机会有效促成交易。培养学生良好的职业素养和实战能力，使学生在将来的就业中能够迅速地适应推销工作，成为合格的推销人员。	80
4	消费者行为分析	通过理论教学和课堂实践教学使学生了解影响消费者行为的外在因素和购买决策过程；掌握消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用；会进行营销策略分析。	80



5	网络零售实训	通过理论教学和课堂实践教学使学生了解网络零售的历史及发展趋势；熟悉网货采购、网店运营的基本流程；掌握网络购物的过程与方法；会进行网店建设、设计以及运营。	60
6	ERP沙盘模拟企业经营实训	通过教学使学生了解和掌握认知企业、创建企业、掌握规则、学习操作、实践操作、学会经营、自主经营、战略与技巧、ERP电子沙盘、终极对抗等专题内容，结合中职学生实际，注重实训活动的开展和职业技能的培养，以利于学生在实践中提高，在学习中成长。	60
7	柜组核算	通过讲授有关柜组的基本知识，训练柜组核算的基本技能，为学生形成基本的核算能力及增强适应职业变化的能力和继续学习打下良好的基础。	80
8	收银实务	通过本课程的学习，要求学生掌握收银的相关概念；了解收银工作的构成及我国现行收银工作相关管理体制；掌握电子收银机的使用、收银员的基本技能以及收银工作中的礼仪规范等；熟悉收银工作的相关法规。目的是要提高学生的专业素质，培养学生收银的理论及基本知识，增强学生在现实生活中收银工作上遇到问题的解决能力，更好地适应社会主义市场经济对复合型人才的要求。	60
9	销售语言与服务礼仪	通过讲授对销售、服务工作的语言基本要求，培养学生的基础口才和语言表达能力，规范的服务礼仪和服务行为，为提高学生的全面素质、形成综合职业能力奠定良好的基础。	80
10	会计基础	了解会计工作职责，熟悉会计核算程序；掌握仿真企业环境下会计凭证的填制、各种会计账簿的登记、主要会计报表的编制；能独立完成企业常见经济业务的会计核算；学会会计凭证的审核、会计核算程序、会计账簿的设置、账簿的启用与保管。	160
11	农产品营销	通过本课程的教学，培养和提高学生正确分析和解决农产品营销相关问题的实践能力，以使能够较好的适应农产品市场营销职业岗位的技能需要。	80
12	经济法基础	了解和掌握有关经济方面重点法律条文规定并能理论联系实际，提高在专业领域中运用经济法律的能力；掌握公司法、企业破产法、合同法、证券法、知识产权法、消费者权益保护法等常用经济法规。	160
13	广告原理	通过本课程的学习，使学生把握广告的基本理论和知识，能结合实际，进行整体的广告策划，熟悉常见媒体的运	60



	与实务	用及广告创作。	
14	出纳员岗位实训	通过本课程的学习,使学生掌握企事业单位出纳业务的基本知识,具备处理出纳业务的基本技能和专业技能。	40
15	商用美术	通过本课程的教学,帮助学生学会将创意理念和方法运用于美术活动并通过实践能力的培养,使学生获得将创意转化为具体成果的能力。	60
16	电子商务	使学生学习后,能够正确运用电子商务理论知识:进行网上购物网上支付、网上消费、网上贸易、网上服务等活动,明确电子商务应用中的全以及电子商务活动的法律法规,为今后学习各门专业课程打下良好的基础。	60
17	新媒体营销	通过该课程学习,在能够掌握新媒体营销基本理论与实践方法的基础上,能够与企业相关实际工作的具体实践相结合,树立现代的移动互联网新媒体营销理念;掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤;能够系统运营企业微博;能够成功打造微博自媒体;掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧;能够全面构建微信营销系统;能掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。并培养学生的自学能力和动手解决问题的能力。	60

表 3 市场营销专业课程

3. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。学校可根据实际情况,开设如下综合实训项目,可有机融入国家职业资格标准或职业技能等级标准要求,参加国家职业资格鉴定或职业技能等级鉴定。

公共实践环节包括:军训、入学教育、社会实践和毕业教育;专业集中实践环节包括:商品经营技能实训、营销实战训练、ERP 沙盘模拟企业经营实训、营销技能综合实训。

4. 顶岗实习

顶岗实习是本专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习,使学生更好地将理论和实践结合,全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力,为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解实习岗位工作需要,掌握实习岗位任务,应用所学专业知识和技能,培养职业素养,提高就业能力。

顶岗实习安排,应认真落实教育部、财政部《中等职业学校学生实习管理办法》的有关规定,并参照教育部《职业学校专业(类)顶岗实习标准》的有关要求,保证学生顶岗实习岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致,内容符合标准要求。



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，每学时按 45 分钟左右计，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。实行学分制的学校，18 学时为 1 学分，3 年制总学分不得少于 170。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分，共 5 学分。

公共基础课程学时共计 1154 学时，可以根据人才培养的不同需要在规定范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

专业课程学时共计 2036 学时，各专业方向课的学时数应大体相当。顶岗实习累计时间原则上以半年为主，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。

公共基础课程和专业课程都要加强实践性教学，实践性教学共计 1685 学时，占总学时的 52.8%。

课程设置中应设选修课，其学时数共计 360 学时，占总学时的比例为 11%。

(二) 教学时间分配与教学进程表

课程类别	课程名称	总学时	其中实践课时	各学期教学周数、学时分配						
				1	2	3	4	5	6	
				18	18	18	18	18	0	
公共基础课程	中国特色社会主义	36	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	36	2				2			
	语文	216	20	4	4	4				
	数学	144	6	4	4					
	英语	144	6	4	4					
	信息技术	108	106	2	2	2				
	体育与健康	180	176	2	2	2	2	2		
	艺术（含音乐、美术）	36	30	1		1				
	历史	72	16	2	1				1	
	主题班会	90	36	1	1	1	1	1		
	劳动课	72	72	1	1	1	1			
	公共基础必修课小计	1206	460	23	21	13	6	4	0	
	公共基础	形体训练	18	30					1	
书法										



	选修课程 (分组 2选1)	语言表达能力训练 (普通话)	36	12			1	1		
		地理								
		财经应用文写作	36	18				2		
		化学								
		公共基础选修课小计	90	60	0	0	1	3	1	0
专业课程	专业基础课	财会基础	162	100	5	4				
		市场营销基础	72	80		4				
		沙盘模拟企业经营	54	50	3					
		商品学基础								
		市场营销口才训练								
		专业基础课小计	288	230	8	8	0	0	0	0
	专业技能课	商品经营技能	108	60			6			
		新媒体营销	180	120					10	
		营销职业素质实训	108	60					6	
		连锁经营门店营运	108	60					6	
		商务软文写作	108	80					6	
		网络零售实训	90	80				5		
		柜组核算	72	16				4		
		消费者行为分析	72	2			4			
		电子商务实训	108	100			6			
		推销实务	72	34				4		
		销售语言与服务礼仪	72	58				4		
		农产品营销	72	4				4		
	专业技能课小计	1170	674	0	0	16	20	28	0	
	专业选修课(分组2选1)	英语口语	36	8	2					
		出纳员岗位实训								
		办公自动化	72	6		4				
		经济法基础								
		广告实务	54	6			3			
		收银实务								
		EXCEL应用	54	60				3		
		商用美术								
	专业选修课小计	216	80	2	4	2	3	0	0	
系统化实	公共实践	军训			1周					
		入学教育								



实践教学课程	社会实践（在假期进行，不占教学课时）								
	毕业教育								1周
专业集中实践	ERP 沙盘对抗			1周					
	营销实战训练				2周				
	营销技能综合实训（含生产性实训）					2周			
	创新创业实训						2周		
	企业顶岗实习	540	540						17周
集中实践教学小计		540	540						
总计		3510	1816	33	33	33	33	33	0

表 4 教学安排表

(三) 课程类别学时统计表

单位：课时

课程类别	必修				选修	
	公共基础课	专业核心课	专业技能方向课	岗位实习	公共基础选修	专业选修
课时	1206	288	1170	540	90	216
各类课程占比	34.4%	8.2%	33.3%	15.4%	2.6%	6.2%
必修课占比	91.2%				选修课占比	8.8%
总课时数	3510		理论课课时数	1694	实践课课时数	1816
			理论课占比	48.3%	实践课占比	51.7%

表 5 课程类别学时统计表

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

市场营销专业教学团队共有专兼职教师 18 人，其中专职教师 12 人、兼职教师 6 人，专兼职教师比例约为 2:1，“双师”结构基本合理，“双师”素质教师比例达 90%以上。



序号	能力结构要求	专任教师		兼职教师	
		数量	要求	数量	要求
1	专业名师	1	对专业发展进行顶层设计,在专业建设中起引领作用,带领专业创新发展。	1	行业名师
2	专业带头人	2	在专业建设中起示范带头作用,能主持专业建设及教学研究。	1	具有企业行业丰富实践经验,积极参加教研、教改。
3	骨干教师	7	具有较强教科研能力,理论与实践教学水平较高,教学业务有一定示范作用。	4	具有企业实践经验,承担部分学生的实习指导任务。
4	合格教师	2	熟悉专业教学内容,具备一定的实践教学与科研经验,能较好完成日常教学工作。		
5	合计	12		6	

表 6 教师队伍结构统计表

2. 专任教师

专任教师中有市市级骨干教师 2 名,县级骨干 6 名。多年的教学实践使我们构建起了一支年龄结构合理、专业知识过硬、教学与实践经验丰富并特别能吃苦、能战斗的专业教师队伍。这支教师队伍既能承担多专业、跨学科专业教学任务;也能承担职教前沿教研教改研究和系统实践工作,同时还能依据人才市场需求变化进行专业及专业教学拓展。

3. 兼职教师

兼职教师有长期从事市场营销领域工作经历,具有丰富的实践经验和高水准的专业技术水平。

(二) 教学设施

本专业有校内实训室 6 间,工位 260 个,能满足学生校内实训需求,有稳定的校外实习基地 6 家。

1. 校内实训室

校内实训配备了会计模拟实训室、会计信息化实训室、虚拟商业社会环境(VBSE)综合实训室、ERP 沙盘实训室及校园超市等实训室,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	新媒体营销实训室	台式电脑	60 台(生均 1 台)
		软件	1 套
		德意通电子商务软件	1 套



		多媒体教学设备	1套
2	ERP 沙盘实训室	台式电脑	9台
		金蝶沙盘软件及教具	1套
		用友沙盘软件及教具	3套
		多媒体教学设备	1套
3	收银实务实训室	台式电脑	1台
		点钞验钞机	4台
		收银机	4台
		爱丁数码传票翻打机	52台（生均1台）
		多媒体教学设备	1套
4	商品贸易实训室	收银设备	2套
		货架	4组
		玻璃柜台	1组
		多媒体教学设备	1套
5	虚拟商业社会环境（VBSE）综合实训室	VBSE 虚拟商业社会综合实训平台	1套
		实训用账证表、印章	1套
		多媒体教学设备	1套
6	校园模拟超市	收银设备	1套

表 7 校内实训室一览表

2. 校外实训实习基地

按每个校外实习基地能容纳 5 人至 40 人顶岗实习的要求进行建设，校外实习基地布点合理，基地类型丰富。能够完成不同类型企业的营销及其相关岗位的顶岗实习，建立足够的实习基地，保证本专业学生顶岗实习半年以上。健全校外顶岗实习管理制度，建立校外实习用管理资料、校外实习计划、校外实习学生档案、教师校外实习指导手册、学生校外实习记录与报告、合作企业校外实习督导手册、学生校外实习鉴定表。

目前，市场营销专业已拥有 7 个校外实习基地，包括攀枝花市东成商贸有限责任公司、中国电信攀枝花分公司、沃尔玛百货有限公司、用友新道科技有限公司、集团福州好旺商贸公司、陕西首信商贸公司、成都徐记家婆菜餐饮管理有限责任公司。这些基地的建设与使用使市场营销专业实践教学真正实现了校企合作，工学结合，有效地提高了学生的综合应用能力和实践操作能力，缩短了学生的岗位适应期，为教师企业顶岗实践、教学案例收集和课程开发提供帮助。



序号	基地名称	容纳顶岗人数	提供实习岗位
1	沃尔玛（四川）百货有限公司	60	会计核算、收银、营销
2	中国邮政储蓄银行****分行	20	客户服务
3	华西证券有限责任公司****营业部	20	收银、客户服务
4	****劲浪体育用品有限公司	50	收银、营销
5	新道科技股份有限公司	20	营销、服务
6	***（集团）投资有限公司	30	会计核算、收银、营销

表 8 校外实训基地一览表

（三）教学资源

为保证市场营销专业课程教学需要，以虚拟商业社会环境（VBSE）综合实训室、ERP 沙盘模拟实训室、新媒体营销实训室为平台配备了用友沙盘软硬件、金蝶沙盘软件，德意通电子商务软件等专业软件。丰富了课程教学资源，有效提高教学效率。

1. 教材开发及使用要求

（1）开发校本教材

以课程标准为依据开发校本教材，合理安排实训教材内容。教材内容体现以就业为导向，以学生为本的原则，将知识与市场营销工作中的实际应用相结合，做到教学做结合，理实一体。

（2）选用参考教材

严格选用国家规划参考教材，建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的完善教材选用制度，教材的选用注重培养学生实践能力、职业技能等级证书考试和对口高考为原则，做到课证融合、与对口高考衔接。

2. 图书资料配备要求

配备行业政策法规、行业标准、职业标准、营销手册等技术类和案例类图书，以及专业学术期刊。

3. 数字资源配备要求。

学校现有与市场营销专业教学内容相配套的多媒体课件、图片、教学动画、测试题库、案例库教学视频等教学资源，同时有用友沙盘教学软件、德意通电子商务教学软件等专业软件和虚拟商业社会环境（VBSE）综合实训平台，能较好的满足专业教学需求，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

（四）教学方法

1. 公共基础课

公共基础课程的任务是引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，提高学生思想政治素质、职业道德水平和科学文化素养；为专业知识的学习和职业技



能的培养奠定基础，满足学生职业生涯发展需要，促进终身学习。

(1) 学生能力培养设定

公共基础课要体现“基本素质和基本工作能力”的培养，公共基础课程的设置安排是为了培养学生的基本能力。培养学生正确的思维方式、形成新知识与新技能自主获取的能力、养成良好的生活学习习惯，从而使其拥有适应市场变化的能力和未来职业、岗位发展拓展能力。

(2) 课堂教学组织

依据就业行业和职业岗位特点，将公共素质教学与相关职业能力训练有机结合起来。对于公共基础课，理论知识应通俗、浅显，理论教学要在讲清概念的基础上强化应用，突出知识与方法在实际工作中的应用，注重提高学生运用方法解决实际问题的能力。

(3) 教学方法建议

积极实行启发式、讨论式、参与式教学方法，从教材和学生的实际出发，有计划有步骤地引导学生独立地进行分析 and 综合，教给学生获取知识的方法。给学生创造积极思维的条件和思路。教学环节设计以调动学生学习、活动积极性为出发点，提高学生的课堂参与度。教师应根据专业培养目标、学科特点、学生知识及个性状况，灵活设计和运用符合教师个人的有效教法。

2. 专业技能课

(1) 教学模式

专业技能课应坚持“教学做一体化”的教学模式，突出技能训练。在教学需要以技能训练为中心，对原有课程进行优化调整，实现理论与技能课程的同步进行。

(2) 教学方法

为激发学生学习的兴趣，专业技能课教学主要采用案例教学、角色扮演、小组讨论、模拟教学、课堂讲授等教学方法。让学生自觉调动学习的主观能动性，使教学达到事半功倍的效果。

(3) 教学手段

为更好地促进专业技能课教学，实现理论与技能课程同步进行，专业技能课主要采用多媒体教学、网络教学、虚拟教学等现代化教学手段，充分考虑疫情防疫需要，做好线上教学准备。

(4) 教学组织

结合本专业课程结构要求和师资、场地的实际情况，专业部组织学生以“双轨制”、“轮训制”等形式参与教学活动，最大限度利用现有资源，提高实训设备利用率，保障常规教学工作有条不紊推进。

(5) 教学资源

专业技能课教学具备大量的文本、图片、音频、视频、动画及等数字化教学资源，并合理运用于教学实践中，以此来丰富课程教学过程。

3. 系统化实践教学

将企业人才要求标准和规格渗透到课程教学中，整合理论与实践教学内容，构建基于工作过程的系统化实践教学体系。创设真实的工作环境，将理论和实践相结合，全面提升学生综合职业能力。



（五）学习评价

依据校企共同制定学生考评标准，采取学校与企业、技能考核与知识考试、过程测试与期末考核、课程考试与岗位技能鉴定“四结合”评价原则，采用“标识法”对学生学业进行评价，具体以校企双方共同对学生平时表现、任务完成、实践技能、课外活动、技能大赛等情况的完成质量做出标识，结合技能鉴定及期末考核，最终得出学业总评。避免过去“一考定终生”的做法，将平时成绩纳入考核重点。

1. 公共基础课程考核

主要是针对以理论为主的公共基础课程进行的考核，注重了解学生对知识的掌握与理解，主要采用课堂综合表现评价、作业评价、学习效果课堂展示、综合笔试等多元评价方法进行考核。

2. 专业技能课程考核

主要是针对理论与实训相结合的专业技能课程进行的考核，主要是一种形成性的过程性考核，把学生成绩的评定分解到整个课程教学过程中。

对理论学习内容评价主要与课堂综合表现评价、作业评价、学习效果课堂展示、综合笔试等多种方法进行考核。对实训内容主要与实训态度、实训纪律、实训效果、实训能力等方面进行考核。

3. 系统化实践课程考核

主要是针对纯实训类课程进行的考核，主要是一种形成性和终结性相结合的考核，强调对学生完成实训过程和完成实训质量的考核。

学生应成立实训小组，根据实训项目的要求设立若干岗位。根据工作过程，按照一定的流程完成实训内容；对工作流程中每一阶段的工作均要按照考核标准对该阶段工作评价方式来评价学生的结果，实训前应将评价指标告知学生，要求学生按照该标准进行工作，特别要强调团队合作。

在实训中要设立评价小组，一方面由学生进行分组互评，另一方面教师对小组整体评价。按照事先制定的各阶段评价指标对各小组的成果进行阶段评审，所有的评价和验收均采用分组汇报方式对成果进行评价。

4. 企业岗位实习考核

企业岗位实习考核对学生实行以企业为主的月月考核和鉴定制度，实习成绩由企业 and 学校共同考核和鉴定，考核合格者发给由企业单位和学校共同盖章的“工作经历证书”。企业岗位实习过程考核占 60%，岗位实习报告成绩占 40%。

（六）质量管理

1. 建立教学管理组织，制定教学管理制度

校企合作成立会计事务专业建设委员会，构建校企合作平台，指导本专业的专业建设和教学改革。会计事务专业建设委员会全程指导人才培养各环节，组织师资的培养，不断提高专业教学质量；专业部主任负责安排专兼职教师的工作任务，校企结合，大力加强实践教学条件建设。本专业的教学运行管理执行学校相关制度，并根据财经专业部的实际制定补充规定。

2. 加强企业岗位实习管理

为了确保校外岗位实习质量，校企联合创建顶岗实习管理制度。



(1) 建立“三阶段六到位”的岗位实习运行模式

三阶段指“实习准备、实习执行、实习总结”三个实习阶段，实习全程做到“六到位”：实习准备阶段做到思想认识到位；实习执行阶段做到培训指导到位，关心教育到位，沟通检查到位；实习总结阶段做到总结考核到位、成果体现到位。通过校企立体管理网络，对顶岗实习进行严细化全程管理，同时实施全程人文关怀，从而使岗位实习规范有序，达到学生、企业和学校三方满意。

(2) 建立“二表一证”的质量评价体系

所谓“二表一证”是指岗位实习手册中的“岗位实习考核表”、“岗位实习成绩评定表”和“岗位实习合格证”。建立“二表一证”质量评价体系，加强岗位实习的分阶段过程考核。在准备阶段包括2个内容，即实习动员、企业面试；执行阶段主要包括5个内容，即考勤、巡视、现场考核、部门鉴定、企业鉴定；总结阶段主要包括2个内容，即实习手册批阅、成果鉴定。成果鉴定是指对学生顶岗实习后的成果进行鉴定，鉴定结果记入成绩，如国家或行业职业资格考证、竞赛或评比中获得的荣誉等。对学生实行以企业为主的月月考核和鉴定制度，实习成绩由企业和学校共同考核和鉴定，考核合格者发给由企业和学校共同盖章的“岗位实习合格证”。

(3) 建立“四层面”岗位实习质量监控体系

根据会计事务专业学生实习相对分散的特点，建立“学校领导不定期巡视、学校指导教师定期检查、就业指导中心抽查监督、班主任电话抽查”的四层面质量监控体系。学校将实习有关内容印制成《岗位实习学生手册》，实习学生、学校指导教师和企业指导教师实时、实地、实效地全程跟踪考核，建立“月通话”、“月总结”、“月鉴定”、“月通报”等制度。

3. 完善教学质量保障体系

(1) 建立教学质量监控体系

建立以教学质量组织与制度、教学质量目标与标准、教学运行过程检查、校企合作教学质量评价、教学信息反馈调控等五个子系统组成的教学质量监控系统。

(2) 建立信息反馈机制

建立由社会、企业、学校、学生组成的多元人才培养信息反馈机制，对人才培养质量实现有效调控。

(3) 教学质量监控措施

①建立评价制度

建立完善的教学质量评价、课程评价、专业评价、校内外实训基地评价制度，定期开展评价。在实施评价过程中必须吸收社会、企业、教师、学生等多元主体。

②建立学生信息员制度

建立学生信息员周报制度，对课堂教学全程进行监控。在每个班级确定一名教学质量监控学生信息员，学生信息员每周上报一次课堂教学情况，通过他们及时收集、汇总、反馈教学一线信息，为教学管理和教学监控提供参考。对于在学生信息员反馈中所反映有问题的教师，将由督导组及同行专家进行“诊断性”听课，并给予授课教师一个指导性意见。

③建立听课机制

坚持校领导、督导组、管理人员、专家同行随堂听课制度。有关制度要求专业部领导及教学管理人员每学期必须有一定的听课次数，使我们的管理者对专业的教学状况、教风和学风都能掌握第一手资料。

④建立常态化的教学检查机制。



建立期初、期中、期末教学检查制度,对教学过程进行全面的检查,及时处理出现的问题,保证教学的正常运行。

九、毕业要求

(一) 学业考核要求

本专业学生必须修满 170 学分方可毕业。

(二) 证书考取要求

根据职业岗位要求,对接可考取的国家职业资格证书和职业技能等级证书,明确证书有关内容有机融入专业课程教学的途径、方法和要求。

十、附录