# 市场营销专业教学标准（高等职业教育本科）

（试行）

## 1 概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应现代企业市场营销领域数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下市场营销专业人员、品牌专业人员、人工智能训练师等岗位（群）的新要求，不断满足现代企业市场营销领域高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本标准。

专业教学直接决定高素质技能人才培养的质量，专业教学标准是开展专业教学的基本依据。本标准是全国高等职业教育本科市场营销专业教学的基本标准，学校应结合区域/行业实际和自身办学定位，依据本标准制订本校市场营销专业人才培养方案，鼓励高于本标准办出特色。

## 2 专业名称（专业代码）

市场营销（330602）

## 3 入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

## 4 基本修业年限

四年

## 5 职业面向

|  |  |
| --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 财经商贸大类（33） |
| 所属专业类（代码） | 工商管理类（3306） |
| 对应行业（代码） | 批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）、制造业（C） |
| 主要职业类别（代码） | 市场营销专业人员（2-06-07-02）、品牌专业人员（2-06-07-04）、  人工智能训练师S（4-04-05-05） |
| 主要岗位（群）或技术领域 | 市场部经理、大区经理、销售总监、营销智能机器人训练师…… |
| 职业类证书 | 经济专业技术资格、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广、电子商务数据分析、跨境电商B2B数据运营、呼叫中心客户服务与管理…… |

## 6 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承与创新技能文明，德智体美劳全面发展，具有较高的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、职业道德、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，一定的国际视野，掌握较为系统的基础理论知识和技术技能，具备一定的技术研发与改造、工艺设计、技术实践能力，能够从事科技成果、实验成果转化，能够生产加工中高端产品、提供中高端服务、解决较复杂问题、进行较复杂操作，具有一定的创新能力，具有较强的就业创业能力和可持续发展能力，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、品牌专业人员、人工智能训练师等职业，能够从事需求洞察、产品规划、品牌策划与管理、数字营销策划、营销智能机器人训练等市场营销策划和管理工作的高端技能人才。

## 7 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，具有质量意识、环保意识、安全意识和创新思维；了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有扎实的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习1门外语并结合本专业加以运用；具有一定的国际视野和跨文化交流能力；

（5）掌握经济管理、营销管理、财务管理、人工智能及语音技术等方面的专业基础理论知识，具有较强的整合知识和综合运用知识的能力；

（6）掌握商务数据分析、客户需求分析、客户行为分析、客户心智分析等技术技能，具有需求洞察能力；

（7）掌握产品系列、功能、外观、价格、服务规划设计等技术技能，具备产品规划能力；

（8）掌握品牌核心价值挖掘、品牌定位分析、品牌形象规划、品牌维护及延伸等技术技能，具备品牌策划与管理能力；

（9）掌握数字画像、内容营销、互动营销、数字营销技术应用等技术技能，具备数字营销策划能力；

（10）掌握营销战略规划、整合营销方案制定、大客户关系维护、采购与供应链管理等技术技能，具备市场营销策划和管理能力；

（11）掌握人工智能产品需求分析、人工智能产品设计、人工智能产品测试优化等技术技能，具备营销智能机器人训练能力；

（12）掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化发展需求的数字技能；

（13）具有提供市场营销领域中高端服务的能力，具有完成销售经理、市场经理、客服经理等岗位工作任务的能力，具有从事方案设计、过程监控、解决现场技术问题和现场创新的能力，具有解决岗位现场较复杂问题的能力，具有实施现场管理的能力；

（14）具有参与制定技术规程与技术方案的能力，能够从事技术研发、科技成果或实验成果转化；

（15）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，能够适应新技术、新岗位的要求；具有批判性思维、创新思维、创业意识，具有较强的分析问题和解决问题的能力；

（16）掌握身体运动的基本知识和至少1项运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（17）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；

（18）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 8 课程设置及学时安排

8.1 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

#### 8.1.1 公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

应将思想政治理论、体育、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育等列为公共基础必修课程。将马克思主义理论类课程、党史国史、中华优秀传统文化、社会主义先进文化、宪法法律、语文、数学、外语、国家安全教育、信息技术、艺术、职业发展与就业指导、创新创业教育、科学探索、个人形象设计、人工智能基础等列为必修或限定选修的课程内容。

学校根据实际情况可开设具有地方特色的校本课程。

#### 8.1.2 专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

学校应结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要自主确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，实施课程教学的数字化转型。有条件的专业，可结合教学实际，探索创新课程体系。

（1）专业基础课程

主要包括：经济学原理、管理学原理、财务管理、人力资源管理、市场营销、市场调查与预测、消费者行为分析、人工智能及语音技术、中华商业文化、市场营销专业英语等领域的内容。

（2）专业核心课程

主要包括：服务营销实务、国际营销实务、商务谈判实务、产品规划实务、商务数据分析与应用、数字营销策划、品牌策划与管理、客户体验管理、采购与供应链管理、企业战略管理、营销智能机器人训练实务等领域的内容，具体课程由学校根据实际情况，按照国家有关要求自主设置。

专业核心课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程涉及的 主要领域** | **典型工作任务描述** | **主要教学内容与要求** |
| 1 | 服务营销实务 | ① 顾客需求洞察。  ② 顾客关系建立。  ③ 服务创新与设计。  ④ 服务场景搭建。  ⑤ 服务标准定义。  ⑥ 服务危机处理 | ① 了解服务营销理念的基础知识。  ② 理解顾客服务期望。  ③ 掌握顾客关系建立策略的方法和技术技能。  ④ 掌握服务创新与设计的方法和技术技能。  ⑤ 掌握服务场景搭建的方法和技术技能。  ⑥ 掌握服务标准定义的方法和技术技能。  ⑦ 掌握服务业绩管理的方法和技术技能。  ⑧ 掌握服务危机处理的方法和技术技能 |
| 2 | 国际营销实务 | ① 寻找海外目标市场。  ② 国际营销计划制定。  ③ 国际营销策略制定。  ④ 国际市场开拓。  ⑤ 国际营销价格制定。  ⑥ 国际营销渠道策划。  ⑦ 国际促销设计 | ① 掌握寻找海外目标市场的方法和技术技能。  ② 掌握制定国际营销计划与营销策略的方法和技术技能。  ③ 掌握制订国际产品营销策略的方法和技术技能。  ④ 掌握开拓国际市场的方法和技术技能。  ⑤ 掌握国际营销定价策略的方法和技术技能。  ⑥ 掌握国际营销渠道策划与优化的方法和技术技能。  ⑦ 掌握国际促销技巧 |
| 3 | 商务谈判实务 | ① 谈判准备。  ② 谈判开局。  ③ 谈判报价。  ④ 谈判磋商。  ⑤ 结束谈判 | ① 掌握商务谈判人员选拔的方法和技术技能。  ② 掌握谈判信息调研的方法和技术技能。  ③ 掌握谈判准备工作的方法和技术技能。  ④ 掌握各阶段谈判策略。  ⑤ 掌握谈判语言技巧。  ⑥ 熟悉国际谈判的基本知识和技巧 |

续表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程涉及的 主要领域** | **典型工作任务描述** | **主要教学内容与要求** |
| 4 | 产品规划实务 | ① 产品系列规划。  ② 产品功能规划。  ③ 产品外观规划。  ④ 产品价格规划。  ⑤ 产品服务规划 | ① 掌握产品架构设计的方法和技术技能。  ② 掌握产品功能设计的方法和技术技能。  ③ 掌握产品外观设计的方法和技术技能。  ④ 掌握产品价格设计的方法和技术技能。  ⑤ 掌握产品服务一体化设计的方法和技术技能 |
| 5 | 商务数据分析与应用 | ① 商务数据收集。  ② 商务数据处理。  ③ 商务数据分析。  ④ 商务数据可视化 | ① 了解商务数据分析思路。  ② 掌握商务数据收集的方法和技术技能。  ③ 掌握商务数据处理和清洗的方法和技术技能。  ④ 掌握商务数据分析的方法和技术技能。  ⑤ 掌握商务数据可视化的方法和技术技能。  ⑥ 掌握商务数据分析报告撰写的方法和技术技能 |
| 6 | 数字营销策划 | ① 数字画像策划。  ② 内容营销策划。  ③ 互动营销策划 | ① 掌握人群画像与分析的方法和技术技能。  ② 掌握数字化信息触达分析与策划的方法和技术技能。  ③ 掌握客户关系连接分析与规划的方法和技术技能。  ④ 掌握营销关系促成策划的方法和技术技能。  ⑤ 掌握营销交易与回报分析的方法和技术技能 |
| 7 | 品牌策划与 管理 | ① 品牌核心价值挖掘。  ② 品牌定位分析。  ③ 品牌形象规划。  ④ 品牌维护及延伸 | ① 掌握品牌核心价值挖掘的方法和技术技能。  ② 掌握品牌定位分析的方法和技术技能。  ③ 掌握品牌形象规划的方法和技术技能。  ④ 掌握品牌维护及延伸的方法与技术技能 |
| 8 | 客户体验管理 | ① 客户体验触点开发。  ② 客户体验平台搭建。  ③ 客户体验方案设计。  ④ 客户体验方案实施。  ⑤ 客户体验数据分析 | ① 掌握客户体验触点构建的方法和技术技能。  ② 掌握客户体验平台搭建的方法和技术技能。  ③ 掌握客户体验方案设计制作的技巧。  ④ 掌握客户体验方案的实施要点。  ⑤ 掌握数据分析及反馈的方法和技术技能 |
| 9 | 采购与供应链管理 | ① 收集市场信息，分析市场动态。  ② 采购招标书和采购合同撰写。  ③ 供应链全流程具体问题分析。  ④ 供应链管理系统管理 | ① 掌握采购基本流程。  ② 掌握采购招标书和采购合同撰写的方法和技术技能。  ③ 掌握供应链管理合作伙伴选择的方法和技术技能。  ④ 掌握供应链流程重构的方法和技术技能。  ⑤ 掌握供应链物流管理的方法和技术技能。  ⑥ 掌握供应链信息管理的方法和技术技能 |

续表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程涉及的 主要领域** | **典型工作任务描述** | **主要教学内容与要求** |
| 10 | 企业战略管理 | ① 企业营销战略规划。  ② 整合营销方案制定。  ③ 大客户关系维护 | ① 掌握战略环境分析的方法和技术技能。  ② 掌握营销战略制定的方法和技术技能。  ③ 掌握整合营销方案设计的方法和技术技能。  ④ 掌握大客户关系维护的方法和技术技能。  ⑤ 掌握企业资源配置的方法和技术技能 |
| 11 | 营销智能机器人训练实务 | ① 营销智能机器人产品需求分析。  ② 人工智能产品设计。  ③ 人工智能产品测试优化 | ① 掌握营销智能机器人产品需求调研与分析的方法和技术技能。  ② 掌握营销智能机器人产品设计的方法和技术技能。  ③ 掌握营销智能机器人业务话术梳理的方法和技术技能。  ④ 掌握营销智能机器人知识问答设计的方法和技术技能。  ⑤ 掌握营销智能机器人交互话术搭建的方法和技术技能。  ⑥ 掌握营销智能机器人人机交互测试的方法和技术技能。  ⑦ 掌握营销智能机器人运营数据分析的方法和技术技能。  ⑧ 掌握营销智能机器人算法参数调优的方法和技术技能 |

（3）专业拓展课程

主要包括：商务礼仪、商务沟通、营销法律法规、创业机会识别及创业管理、商业模式创新与设计、OA高级技术与应用、视觉营销、虚拟现实基础与商业应用、国际买手实务、公共关系实务、大客户管理实务、企业经营管理实务、项目管理实务、零售管理实务以及各类行业营销等领域的内容。

#### 8.1.3 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

（1）实训

在校内外进行需求洞察、品牌策划、营销智能机器人训练、数字营销等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在批发、零售、商务服务、制造等领域的企业进行营销策划、销售管理、智能客户服务等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

#### 8.1.4 相关要求

学校应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。应开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

8.2 学时安排

总学时不少于3200学时，每16～18学时折算1学分，其中，公共基础课总学时一般不少于总学时的25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的60%，其中，实习时间累计一般不少于6个月，可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按1周为1学分。

## 9 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

9.1 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于20∶1，“双师型”教师占比不低于50%，高级职称专任教师的比例不低于30%，具有研究生学位专任教师的比例不低于50%，具有博士研究生学位专任教师的比例按照教育部有关规定执行，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

9.2 专业带头人

具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力；原则上应是省级及以上教育行政部门等认定的高水平教师教学（科研）创新团队带头人、省级及以上教学名师、高技能人才、技术技能大师，或主持获省级及以上教学领域有关奖励两项以上，能够较好地把握国内外批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、教学改革，教科研工作和社会服务能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

9.3 专任教师

具有高校教师资格；具有市场营销、工商管理、经济学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或生产性实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

9.4 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。本专业所有兼职教师所承担的本专业教学任务授课课时一般不少于专业课总课时的20%。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

## 10 教学条件

10.1 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实习实训基地。生均教学科研仪器设备值原则上不低于1万元。

#### 10.1.1 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

#### 10.1.2 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展需求洞察、品牌策划、营销智能机器人训练、数字营销等实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）需求洞察实训室

配备需求洞察实训软件等设备设施，用于客户需求分析、客户行为分析、客户心智分析等实训教学。

（2）品牌策划实训室

配备品牌策划实训软件等设备设施，用于品牌核心价值挖掘、品牌定位分析、品牌形象规划等实训教学。

（3）营销智能机器人训练实训室

配备营销智能机器人训练软件等设备设施，用于业务话术梳理、知识问答设计、交互话术搭建、人机交互测试、运营数据分析、算法参数调优等实训教学。

（4）数字营销实训室

配备数字营销实训软件等设备设施，用于数字画像、内容营销、互动营销等实训教学。

可结合实际建设综合性实训场所。

#### 10.1.3 实习场所基本要求

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，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供市场部经理、大区经理、销售总监、营销智能机器人训练师等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

10.2 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。

#### 10.2.1 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

#### 10.2.2 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：营销管理类、品牌策划类、智能客服类、营销案例类等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

#### 10.2.3 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

## 11 质量保障和毕业要求

11.1 质量保障

（1）学校和二级院系应建立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，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，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质量保障建设，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）学校和二级院系应完善教学管理机制，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，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（3）专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，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。

（4）学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

11.2 毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。学校可将工艺改进、产品（服务）设计、技术（服务）创新、技艺展示、专利研发等作为毕业设计（创作）的重要内容，一般不要求学生撰写毕业论文。符合学位授予条件的按规定授予学位。

学校可结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。