

目 录

2023 级高职专科大数据与会计专业人才培养方案.....	1
2023 级高职专科电子商务专业人才培养方案.....	33
2023 级高职专科工商企业管理专业人才培养方案.....	55
2023 级高职专科跨境电子商务专业人才培养方案.....	79
2023 级高职专科市场营销专业人才培养方案.....	103
2023 级高职专科现代物流管理专业人才培养方案.....	127

2023 级高职专科大数据与会计专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：大数据与会计专业

专业代码：530302

首次招生：1993 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业全日制专科教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

四、修业年限

基本学制 3 年。

五、职业岗位

（一）职业面向

主要面向会计、审计、税务服务及商业银行服务等行业，在出纳、会计核算、税务管理、成本管理、财务咨询、审计助理、银行柜员、大数据采集、统计和分析、预算管理等岗位，从事各类企事业单位等组织的会计、统计、审计、税务和银行柜员等相关工作。

（二）工作岗位

- 1、出纳
- 2、会计核算
- 3、税务管理
- 4、成本管理

- 5、财务咨询
- 6、审计助理
- 7、银行柜员
- 8、数据采集与统计
- 9、大数据财务分析
- 10、预算管理

表 1 大数据与会计专业主要工作岗位

序号	岗位名称	岗位类别		岗位能力要求
		初始岗位	发展岗位	
1	出纳	√		能够独立胜任现金收付和银行结算业务、外汇出纳业务、账簿登记、对账、票据管理等相关工作。
2	会计员	√	√	熟悉会计核算相关制度，对原始凭证进行准确审核，能够采用信息化软件正确处理应收、应付、固定资产、存货等日常业务、准确登记账簿、完成账簿的装订、保管和存档工作。
3	主办会计		√	熟悉小企业会计准则制度，负责单位审核报销、记账核算、报表报税、会计档案等主体业务。
4	会计主管		√	熟悉国家财税法规政策，具有较强的管理协调能力，负责单位规章制度制定、财务计划制定与组织实施、财务数据的审核与加工，参与经营决策。
5	税务会计		√	掌握国家财税政策，具有较强的税务计算与筹划能力，办理公司税款的缴纳、查对、复核工作、免税及退税工作、办理税务登记及变更等事项，编制有关的税务报表及相关分析报告及其他税务事项。
6	财务咨询	√	√	熟悉中小企业的设立、变更、注销等法规政策，掌握不同行业常见业务处理规范，辅导企业的设立、变更、财务核算、涉税事项等问题。
7	审计助理	√		熟悉审计的基本理论与方法，能够协助完成各类型审计业务，编制审计业务工作底稿，能够独立承担小型项目的审计工作，协助项目审计负责人做好审计资料整理工作。
8	统计员	√		熟悉统计的基本原理和方法，能够运用相关软件进行信息的收集、整理、分类、编辑，编制生产计划，并进行监督跟踪，提供精准的统计分析数据，保证统计信息安全。
9	银行柜员		√	熟悉金融学基本理论与实务，能够熟悉办理存取款、计息业务，办理营业用现金的领解、保管，登记柜员现金登记簿，办理营业用存单、存折等凭证和有价值证券的使用等柜台业务。

（三）工作任务与职业能力分解表

主要职业能力：

1. 具备清晰表达和独立判断能力，熟悉会计准则及惯例，遵纪守法、廉政从业；

2. 具备熟练操作现代办公、财务核算、税务申报、大数据采集、统计和分析、人工智能等软件进行会计核算、税费申报、成本优化、数据分析和报告能力；

3. 掌握企业业务流程，具有运用财税法规、内控制度、企业管理和人力资等理论设计单位财务制度的能力；

4. 具备正确编制财务计划、参与企业决策及预测等能力。

表 2：工作任务与职业能力分解表

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
A 出纳	A-1 收款业务办理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能使用刷卡机、保险柜 ● 能填写收款收据、发票、银行进账单等 ● 能熟练点钞，并分辨其中的假币以及正确进行假币残币处理 	出纳实务 会计信息系统 会计信息系统实训 金融知识 毕业实习	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 银行从业资格证书
	A-2 付款业务办理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据公司财务制度审核付款手续 ● 能正确填写支票及其他有价证券 ● 能使用支票打印机打印支票 ● 能熟练使用电子银行等信息化支付手段 		
	A-3 银行对账处理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能填写银行余额调节表 ● 能熟悉操作银行对账 		
	A-4 现金与有价证券保管	<ul style="list-style-type: none"> ● 能在规定时间内及时盘点并出具盘点表 ● 能将盘点后的现金与有价证券进行妥善保管 		
	A-5 现金日记账处理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能按开户行分清账户 ● 能按规范要求登记现金日记账 ● 能熟练使用计算工具 		
	A-6 银行存款日记账处理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能按开户行分清账户 ● 能按规范要求登记银行存款日记账 ● 能熟练使用计算工具 		
	A-7 资金日报表制作	<ul style="list-style-type: none"> ● 能核对公司账户余额和当日发生额 ● 能及时准确制作资金日报表 		
B 会计核算	B-1 原始票据审核	<ul style="list-style-type: none"> ● 能审核原始票据的真伪、准确与完整 ● 能辨别业务真实性 ● 能审核自制原始凭证的合理性、合法性、真实性 	基础会计 财务会计 会计信息系统 会计信息系统实训 毕业实习	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 银行从业资格证书 初级经济师
	B-2 原始票据分类	<ul style="list-style-type: none"> ● 能对成本票据进行分类 ● 能对费用票据进行分类 ● 能对收入票据进行分类 		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	B-3 记账凭证生成	<ul style="list-style-type: none"> ● 能熟练使用会计软件 ● 能正确使用会计科目 ● 能按会计基础规范的要求填制 ● 能对错误凭证进行更正 		
	B-4 记账凭证审核	<ul style="list-style-type: none"> ● 能正确审核收集的会计科目 ● 能审核规范的填制方法 		
	B-5 账簿登记	<ul style="list-style-type: none"> ● 能做到账证相符 ● 能做到账账相符 ● 能做到账表相符 ● 能按会计基础工作规范的要求进行账簿登记 		
	B-6 财务报表编制	<ul style="list-style-type: none"> ● 能正确处理勾稽 ● 能真实准确的编制财务报表 		
	B-7 财务档案管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能及时打印、装订记账凭证等财务资料并归档 ● 熟悉财务档案管理制度和期限要求 ● 能按时完成账套的备份 		
C 预算管理	C-1 成本费用预算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能明确界定成本费用构成 ● 能明确成本费用预算标准和计算方法 ● 能根据市场物价水平与企业管理要求，准确测算出成本费用 	财务管理 管理会计 基础统计	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 助理统计师
	C-2 收入预算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能明确企业收入构成 ● 能根据企业生产经营计划测算营业收入及其他收入 		
	C-3 利润预算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据收入预算和成本费用预算，测算利润总额 ● 能根据税收制度测算出应纳税费 ● 能测算净利润 		
	C-4 项目预算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据项目任务确定收支内容 ● 能确定收支预算标准和计算方法 ● 能预测项目经济效益 		
	C-5 资金预算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能掌握企业经济活动的资金需求 ● 能把握企业现金流变动规律 		
	D-1 直接成本核算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能正确区分直接成本和间接成本 ● 能根据产品生产工艺过程，确定直接成本的构成 ● 能准确归集直接成本 	成本核算与管理 大数据财务分析 审计实务	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 助理审计师
	D-2 间接成本核算	<ul style="list-style-type: none"> ● 能正确区分直接成本和间接 		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
D 成本管理		成本 ● 能根据产品生产工艺过程，确定间接成本的构成 ● 能准确归集间接成本		
	D-3 成本分析	● 能准确分析各要素生产成本构成所占比例 ● 能提出成本控制的合理化建议		
	D-4 成本考核	● 能将实际成本与定额成本进行对比分析 ● 能提出成本考核的合理化建议 ● 能提供流程再造和成本优化的建议		
E 资产管理	E-1 存货管理	● 能准确掌握存货种类、数量、金额 ● 能与库管进行存货核对 ● 能编制存货差异报告 ● 能根据存货类型标准计提减值准备	基础会计 财务会计 会计信息系统 实训 毕业实习	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 助理审计师 ERP 工程师
	E-2 固定资产管理	● 能准确掌握固定资产种类、数量、金额、存放地点、折旧方法、年限、残值 ● 能与固定资产保管人员进行核对 ● 能编制固定资产差异报告 ● 能准确掌握固定资产减值标准		
	E-3 无形资产管理	● 能掌握无形资产类型、摊销与否、摊销年限标准、计帐价值 ● 能根据无形资产存在的形式标准计提减值准备 ● 能准确掌握无形资产减值准备标准		
	E-4 在建工程管理	● 能掌握工程总量、完工进度 ● 能区分成本、费用资本化、费用化 ● 能准确结转在建工程		
	E-5 有价证券管理	● 能掌握有价证券的形式、记账金额、数量、种类 ● 能做到账实相符		
	E-6 应收账款管理	● 能掌握应收账款账龄、明细金额 ● 能定期与对方单位进行账务核对，取得往来对账确认单 ● 能根据账龄计提坏账准备		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能针对应收账款提出合理收款依据 		
F 融资管理	F-1 融资渠道开拓	<ul style="list-style-type: none"> ● 能了解融资渠道 ● 能分析出这些融资渠道的优劣势 ● 能选择出适合企业的融资渠道（如银行、非金融机构） 	金融知识 财务管理 管理会计 经济学原理	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 银行从业资格证书 初级经济师
	F-2 融资模式选择	<ul style="list-style-type: none"> ● 能熟悉企业的运营模式 ● 能分析企业运营模式，并判断适合的融资模式 		
	F-3 金融工具分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 能了解金融工具的优缺点 ● 能选择适合公司的金融工具 		
	F-4 金融瓶颈分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 能查找出推动融资的阻力点 ● 能分析阻力点的影响因素 		
	F-5 金融信息收集	<ul style="list-style-type: none"> ● 能及时了解各类金融信息 ● 能整理归类出符合公司要求的信息 		
	F-6 融资分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据融资渠道、选定的融资模式、金融工具与相关信息的收集，计算出各种融资业务的成本 ● 能合理分析融资成本 		
	F-7 融资决策	<ul style="list-style-type: none"> ● 能从各类统计数据中选择适合企业的融资手段并配合执行 		
	F-8 融资后的跟踪与管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能对融入资金的流向进行跟踪 ● 能监督分析融入资金是否按要求使用 ● 能根据融入资金使用后的反馈意见归纳出更优的融资方案 		
G 投资管理	G-1 投资项目的前期财务调查与分析	1. 能使用财务分析工具 2. 能与相关人员良好的沟通，全面、准确获取财务调查所需要的信息 3. 能对投资项目进行财务计算，提出财务可行性建议	金融知识 财务管理 管理会计 经济学原理 企业管理	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 ERP 工程师
	G-2 投资过程的财务控制	4. 熟悉投资过程的财务控制关键点 5. 能编写投资项目财务预算 6. 能与项目实施负责人有效沟通项目进展和资金供需等情况，并判断项目运行的财务风险情况 7. 能根据项目进展情况编写项目预算执行情况报告		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	G-3 投资项目绩效的分析与报告	8. 能使用绩效分析工具 9. 能编写投资项目绩效的分析报告		
H 大数据财务分析与可视化	H-1 数智信息搜集处理	● 会利用大数据基础高效收集办公系统和网络信息，并进行简单数据处理。	大数据基础； 大数据财务分析 EXCEL 财务应用	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书
	H-2 大数据数据建模	● 能熟练应用大数据基础语言基本语法和 Jupyter 工具；		
	H-3 大数据基础财务数据应用	● 能熟练应用 Power BI 工具进行数据分析与可视化。 ● 能熟练应用大数据基础的 Pandas 库进行数据分析和 Matplotlib 库、Pyecharts 库进行数据可视化。		
	H-4 大数据财务分析	● 能熟练应用大数据基础语言和财务情景结合进行财务大数据分析，展示仪表图、驾驶舱等可视化图表，辅助管理层进行经营决策。		
	H-5 财务年度报表编制	● 能准确掌握资产负债的会计科目定义 ● 能了解会计准则内容 ● 能掌握会计报表间的勾稽关系 ● 能掌握会计报表种类与编制方法		
	H-6 财务指标计算与分析	● 能准确掌握各项财务指标及关系 ● 能了解重要财务指标内容 ● 能依据各种财务指标做财务分析与业绩评价		
	H-7 预算执行情况分析	● 能准确掌握年初预算制度情况 ● 能准确掌握本年度各项指标实际发生额 ● 能对预算及实际发生额做差异对比及说明		
	H-8 财务报告编制	● 能对现有财务数据进行综合分析 ● 能了解行业财务指标参考值 ● 能对企业年度财务状况、经营能力、资金状况进行综合分析 ● 能编制有价值的财务报告分析		
I	I-1 涉税业务活动分析	● 能掌握本行业所有纳税法规	纳税实务	助理会计师资

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
税务管理		及最新的税务政策 ● 能熟悉本公司实际账务处理与前期的纳税情况 ● 能了解本地税务管理机关对各税种征收细则 ● 能对具体业务涉及的各项税种进行准确判断 ● 能充分利用各地域税务政策，对公司上下游业务进行整体纳税筹划	经济法基础 财经法规与会计职业道德 纳税筹划 投资与理财	格证书 1+X 智能财税证书 税务师
	I-2 纳税测算	● 能掌握各税种的计算方法 ● 能根据不同商业模式进行多方案测算		
	I-3 涉税风险评估	● 能根据筹划方案测算的结果进行风险判断 ● 能对预期的后果设计可补救的措施		
	I-4 纳税方案确定	● 能根据产生不同的结果，结合公司的实际情况以及当地的税收执法环境进行方案的推荐 ● 能向管理层陈述纳税方案的执行可能带来的效益和风险		
	I-5 纳税方案实施	● 能协同相关部门配合涉税实施 ● 能与税务机关人员就纳税工作进行有效沟通 ● 能按纳税方案正确提交涉税文书		
J 数据采集与统计	J-1 数据收集	● 能明确数据的目的和用途 ● 能确定数据的范围（时间、区域） ● 能明确数据来源渠道并收集数据	大数据基础 基础统计 EXCEL 财务应用	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 助理统计师
	J-2 数据整理	● 能对照业务数据审核 ● 能对错误数据纠错调整 ● 能将数据系统化、条理化并分类筛选		
	J-3 数据录入	● 能熟练掌握办公软件 ● 能按整理意图分类归集数据		
	J-4 报表生成	● 能掌握简单制表功能及系统公式运用 ● 能按数据统计目的呈现统计报表		
	J-5 勾稽关系审核	● 能明白相关数据之间的关系 ● 能检验相关数据间的逻辑关系、勾稽关系是否正确		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	J-6 报表完善	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据生产经营的需要,科学分类数据 ● 能给需求部门提供最直接的分析报表 		
K 财务管理	K-1 计算相关指标	● 运用金融工具计算财务管理的相关指标	财务管理; 管理会计 经济学原理	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书
	k-2 风险分析	● 会对企业资产营运进行风险分析;		
	K-3 编制财务预算, 投融资决策	● 能运用财务管理的基本方法进行投资、筹资、分配决策和编制财务预算、实施财务控制的能力。		
L 审计与风险管理	L-1 收集和整理	● 能在注册会计师的指导下,收集审计证据,整理审计工作底稿;	财务管理 管理会计 审计实务 基础统计	助理会计师资格证书 1+X 智能财税证书 助理审计师
	L-2 筹划和控制	● 会利用财务会计信息和其它有关信息来协助管理人员对经营活动、投资活动进行科学的筹划、有效的控制;		
	L-3 报告撰写	● 会运用规范格式撰写审计报告初稿,协助注册会计师完成有关审计工作。		

六、培养目标及规格

(一) 人才培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展、践行社会主义核心价值观,具有一定的科学文化水平,良好的人文素养、职业道德和创新意识,精益求精的工匠精神,具备较强的就业创业能力和可持续发展的能力。能从事出纳、会计核算、纳税申报、成本核算、审计、财务管理和财务大数据分析等工作的德行素养良好和技术技能高超的复合式高素质技能型人才。

(二) 人才培养规格

1. 知识

- (1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
- (2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。
- (3) 掌握经济、财政、税务、金融、企业管理、市场营销等基础知识。
- (4) 掌握企业财务会计、企业成本核算与管理、企业财务管理、企业财务分析、管理会计、企业内部控制理论知识。
- (5) 掌握企业会计制度设计的相关知识。
- (6) 掌握社会审计、内部审计的相关知识。

2. 技能

通用技能：

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
- (3) 具有文字、表格、图像的计算机处理能力，本专业必需的信息技术应用能力。

专业技能：

(4) 具备出纳岗位工作能力，能够对资金收付业务进行处理，能够登记货币资金凭证、账簿。能够选择合理的结算方式，完成资金收付结算。

(5) 具备会计核算能力，能够准确进行会计要素的确认、计量和报告，具备税种计算申报缴纳能力，具备财务软件操作能力。

(6) 具备成本核算与管理能力，能够合理选择产品成本计算的方法，正确计算产品成本，科学进行成本分析与管理。

(7) 具备涉税事务处理能力，能够正确计算各种税费，并进行规范申报，能够进行基本的纳税筹划和纳税风险控制。

(8) 具备管理会计能力，能够进行财务、业务信息的处理、分类、分析、输出，提供企业决策所需的信息。

(9) 具备财务管理能力，能够对企业经营活动进行财务分析，能够组织编制预算并跟踪执行，能运用预算编制的基本方法编制企业收入、成本费用以及项目预算。能够基于财务维度对筹资、投资项目进行评价。

(10) 能够协助完成共享业务岗位职责及业务流程设计，具备共享业务处理能力。

(11) 具备梳理财务对于信息系统需求，与软件开发部门或团队沟通的能力；能够运用智能化工具设计自动化程序并不断优化改进的能力；能够运用智能化信息工具进行可视化分析并编制相关报告的能力。

(12) 具备数据采集和收集的能力，具备根据业务需求进行数据清洗、归类和建模的能力，具备使用分析工具，根据分析结果提出决策建议的能力。

(13) 具备企业内部管理与控制的基本能力，能进行中小微企业和非营利组织会计核算制度的设计，并能合理应用内部控制的基本原理和方法进行内部会计控制。

(14) 具备审计工作能力，能够收集整理审计证据和有关审计信息，编制审计工作底稿，协助审计人员编制审计报告。

(15) 具备撰写财务会计报告、财务与成本分析报告的能力。

3. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自

豪感。

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命,热爱劳动,履行道德准则和行为规范,具有社会责任感和社会参与意识。

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4) 勇于奋斗、乐现向上,具有自我管理能力、职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格,掌握基本运动知识和 1—2 项运动技能,养成良好的健身与卫生习惯,以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养,能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

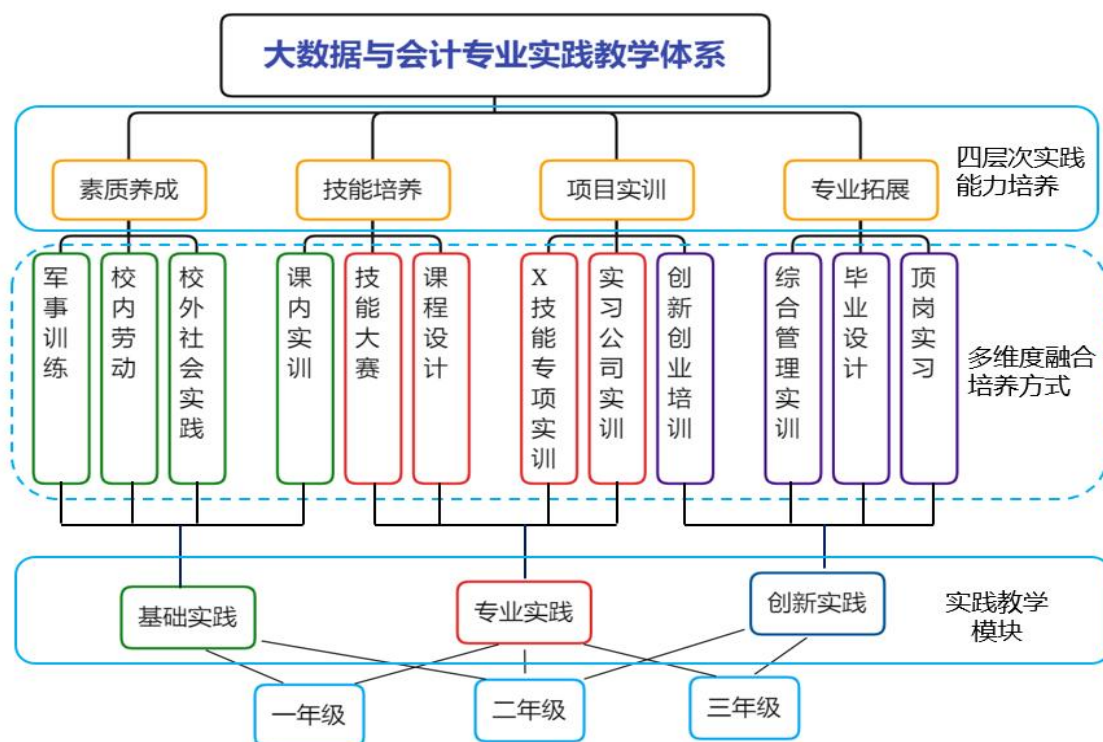
七、课程体系

(一) 课程体系结构图



(二) 专业实践教学系统结构图

构建“三阶段四层次”实践教学体系,对接会计行业企业一线工作过程,按岗位设计实习实训项目,创造真实情境和工作任务,促进学生在操作实践中不断学习,做到多维度递进培养不断线,各类实践教学环节相关联,课内和课外实践内容相融合。



八、课程描述

(一) 专业（技能）核心课程

围绕大数据与会计专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接职业资格证书、1+x 职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

表 3 大数据与会计专业核心课程一览表

序号	课程名称	开设学期	周课时	课程类型 (A/B/C)	总课时
1	财务会计	3	5	B	90
2	大数据财务分析	3	3	B	54
3	会计信息系统	2	4	B	72
4	成本核算与管理	4	4	B	72
5	管理会计	4	3	B	54
6	财务管理	3	3	B	54
7	纳税实务	4	3	B	54

（二）专业（技能）核心课程描述

1、财务会计（90 学时），表 4

课程名称	财务会计	学时	90	课程类型	B 类	课程负责人	许邦云
课程地位	《财务会计》是大数据与会计专业的一门专业核心课程，通过本课程的学习使学生通过学习，让学生从整体上对会计六要素的核算有系统的认识，使学生具备在企业会计、银行会计等相关领域中进行主要经济业务核算的基本职业能力。本课程前置课程为《基础会计》，后置课程为《成本会计》、《会计信息化综合实训》等课程以强化会计理实一体的综合能力。						
课程目标	通过本课程的学习，了解会计法规和企业会计准则的相关规定，能初步具备核算企业主要经济业务的职业能力，达到会计从业人员的相关要求，养成具备诚实守信、严谨细致的工作态度。并且考过初级会计资格证。						
教学内容	项目		工 作 任 务				
	项目一 会计核算基本准则概述		1、能围绕会计报表讲解财务会计报告的构成、使用者和目标，并熟悉会计假设、会计信息质量要求和会计要素确认标准。				
	项目二 资产核算		1、能进行库存现金、银行存款和其他货币资金的账务处理； 2、能进行交易性金融资产（股票）持有至到期投资、可供出售金融资产取得、持有期间现金股利处理、期末计量和出售的会计核算； 3、能进行带息和不带息应收票据的取得、到期收回及转让的会计核算； 4、能进行应收账款形成和收回的会计核算； 5、能进行预付货款、收货结算和差额补付（或差额退回）的会计核算； 6、能准确计提坏账准备完成相关会计核算； 7、能用先进先出法和月末一次加权平均法计算原材料发出和结存成本； 8、会计算材料成本差异率、发出材料的成本差异、材料发出和结存的实际成本； 9、能进行一般纳税人原材料购入和发出的简单核算； 10、能进行工业企业完工产品入库和商品销售的简单核算； 11、能进行不含消费税情况下发出物资、支付加工运杂费及收回委托加工物资的会计核算； 12、能进行包装物和低值易耗品摊销的会计核算； 13、熟悉存货清查方法，能进行存货盘盈、盘亏的核算； 14、能计提存货减值准备，完成相关会计核算； 15、会用平均年限法、工作量法、年数总和法和双倍余额递减法计算固定资产折旧； 16、能编制提取折旧的会计分录； 17、能进行固定资产取得、维修、出售、盘盈、盘亏的会计核算； 18、会进行无形资产取得、摊销和出售的会计核算。				
	项目三 负债核算		1、能进行短期借款取得、计息和归还的会计核算； 2、能进行应付账款产生和归还、预收账款产生、预售商品结算和预收款补收（或退还）的会计核算； 3、能进行带息和不带息应付票据的核算； 3、能进行一般纳税人增值税进项税额、销项税额、进项税额转出和已交税金的会计核算； 5、能进行职工薪酬分配、发放和职工医药费报销的会计核算；				

		6、能进行消费税、城市维护建设税、教育费附加等税费的会计核算；；
	项目四 所有者权益核算	1、能进行非股份制企业收到现金资产投资的会计核算； 2、能进行资本溢价和资本公积转增资本的核算； 3、能进行提取法定盈余公积、提取任意盈余公积、提取公益金和盈余公积转增资本的核算。
	项目五 收入费用核算	1、能进行营业收入和营业成本的会计核算； 2、能进行商品销售折让的核算； 3、能进行当期商品销售退回的核算； 4、能进行多余原材料销售中其他业务收入和其他业务成本的核算； 5、能进行管理费用、销售费用和财务费用的核算。
	项目六 利润核算	1、能进行收入费用结转和本年利润结转的会计核算； 2、能进行不涉及纳税调整的所得税费用提取和结转的会计核算。
	项目七 主要会计报表编制	1、会编制利润表； 2、会编制资产负债表。
教学建议	1、教师在进行授课之前，应到行业企业相关岗位进行充分的调研，亲身体会该课程的所需达到的具体岗位标准。 2、教学过程中，应基于岗位工作任务或能力素质要求设计教学项目，依据项目教学目标选取教学内容，采取创设情境、角色扮演等行动导向教学方法实施教学，利用先进教学手段实施教学，在教学组织中强化重点，攻克难点，合理分配时间。 3、落实以就业为导向、以能力培养为本位的教学理念，以学生为主体组织教学，发挥教师引导与辅助作用，注重学生职业素质的培养，为学生高质量就业奠定基础。	
教学环境	充分利用现代教学手段、模拟企业环境，提高学生学习积极性，充分利用校外实训基地，让其接触具体企业和行业，做中学，学中做，理论运用实践，实践完善自己所学专业理论。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

2、大数据财务分析（54 学时）（表 5）

课程名称	大数据财务分析	学时	54	课程类型	B 类	课程负责人	余瑰
课程地位	本课程是高职专科大数据与会计专业的核心课程。其先修课程是《企业财务管理》、《大数据技术与应用》、《大数据基础基础》等课程。通过本课程的学习，使学生能够完成上市公司单企业与多企业财报数据采集与数据清洗，能够从投资者角度、基于财报进行上市公司行业竞争力分析并撰写投资分析报告，能够从经营者角度、基于财报进行上市公司盈利能力分析、偿债能力分析、营运能力分析、发展能力分析，并进行各项分析指标的同比、环比分析及标杆分析、指标可视化看板设计、企业经营分析报告撰写等工作。						
课程目标	通过本课程的学习，使学生能够掌握大数据财务报表分析项目的基本流程；通过对实际案例的演练，掌握创新性提出管理建议与优化措施的方法，加深对专业知识的应用，做更懂业务的会计报表分析人员，增强会计报表分析的实务化、数字化能力，并为未来从事财务数据分析工作奠定基础。						
教学内容	项目	工作任务					
	项目一 财务报表分析概述	1、财务报表分析的目的和意义； 2、财务报表分析内容、要求、步骤和方法。					
	项目二 财务报表数据采集	1、大数据基础数据采集代码； 2、运用大数据基础进行上市公司财报采集。					

课程名称	大数据财务分析	学时	54	课程类型	B 类	课程负责人	余瑰
	项目三 财务报表数据预处理	1、利用大数据清洗工具对所采集的上市公司财务报表数据进行清洗； 2、利用大数据集成工具对所采集的上市公司财务报表数据进行集成。					
	项目四 财务报表单表分析	1、利用智能分析工具，分别进行资产负债表、利润表和现金流量表的单企业分析、行业企业均值分析； 2、利用智能分析工具，对上述分析结果进行可视化呈现。					
	项目五 财务效率分析-投资者角度	1、上市公司投资分析应用（盈利能力分析、偿债能力分析、营运能力分析、发展能力分析）； 2、聚类算法应用； 3、投资分析报告撰写。					
	项目六 财务效率分析-经营者角度	1、案例企业背景介绍； 2、财务四大能力分析：指标分析、同比环比分析、同行对比分析； 3、异常数据溯源洞察； 4、企业经营者角度的财务效率分析报告撰写。					
	项目七 财务报表综合分析	1、各种企业财务报表综合分析方法与过程； 2、利用智能分析工具，实现不同分析方法并进行可视化呈现； 3、综合分析报告撰写。					
	项目八 实训总结	1、各项目分析汇总报告； 2、小组代表进行报告呈现； 3、报告点评与小结； 4、学生代表收获、感想总结。					
教学建议	本课程依据学校具体情况，充分使用现代化教学手段，比如多媒体技术、仿真的教学和实训环境、可自动记录学习过程及评价的软件平台以及可以在线学习答疑的智慧教室，有效地激发学生兴趣，提高课堂教学效率。						
教学环境	充分利用现代教学手段和大数据财务分析软件模拟企业环境，充分利用校外实训基地，提高学生学习积极性。						
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 50%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业和团队成果等；实训过程与结果评定各占总成绩的 25%，期末笔试占总成绩的 25%。						

3、会计信息系统（72 课时）（表 6）

课程名称	会计信息系统	学时	72	课程类型	B	课程负责人	查金莲
课程地位	是大数据与会计专业的一门专业核心课程，基于财税行业的新业态和新需求，融合课程思政，以培养复合型财会人才为目标，以会计信息化工作为主线，以会计信息化岗位任务为驱动，培养学生业务处理、新技术应用、数据分析等专业能力，锻炼学生业财税一体化思维，实现复合型财会人才的培养目标。面向智能财税共享中心、专业服务机构和企业财税会计工作岗位群，培养学生在数据信息条件下财税实务和财务管理的职业能力及严谨、敬业、责任、协作、知法守法和创新创业的职业素养，掌握利用智能财税软件完成企业财务、会计、税务业务处理的能力，是一门综合性、实践性和应用性强的课程。本课程前置课程为《基础会计》、《计算机基础》，后置课程为《出纳实务》、《财务会计》、《纳税实务》、《智能财税》、《会计信息系统实训》等课程。						
课程目标	（1）能够根据企业具体情况进行财务软件以及模块的选择、管理制度建立、账套的管理、会计角色定义、角色权限分配、明细科目设定、初始信息整理筛选并形成初始化设置等企业会信息化项目实施准备工作。（2）能够运用用友 U8V10.1 财务软件模块完成企业日常业务凭证的生成、账簿的登记。						

	<p>(3) 能够运用用友 U8V10.1 财务软件完成企业期末业务凭证的生成、账簿的登记以及对账、结账工作。</p> <p>(4) 能够根据已形成的数据编制三大对外报表（资产负债表、利润表、现金流量表）以及报表附注的编写。</p> <p>(5) 能够根据已形成的数据编制成本分析、资金规划、投资可行性分析等方面的建议报告。</p> <p>(6) 具备计算机文字、图表、表格等方面的处理能力。</p>	
教学内容	项 目	工作任务
	项目一 会计信息系统应用基础	1、在电脑上配置会计信息系统的环境资源； 2、安装用友 U8v10.1 财务软件及配套数据库。
	项目二 系统管理	1、完成账套的新建、修改、删除、备份与恢复； 2、创建角色并增加用户，并能修改、注销和删除用户，能给角色和用户设置相应的权限； 3、设置账套主管，并能取消该设置。
	项目三 企业应用平台系统初始化	1、设置机构人员信息； 2、设置客商信息； 3、设置凭证类别、外币核算等财务信息； 4、增加会计科目并设置辅助核算，能修改、指定和删除会计科目； 5、设置结算方式； 6、设置企业存货信息。
	项目四 总账系统	1、完成总账系统的期初余额设置和选项设置； 2、完成总账系统日常业务的处理，包括凭证的填制、审核、出纳签字、记账； 3、完成总账系统期末业务的处理，包括转账、对账和结账。
	项目五 薪资系统	1、完成薪资系统的期初余额设置和选项设置； 2、完成薪资系统日常业务的处理，包括凭证的填制、审核、出纳签字、记账； 3、完成薪资系统期末业务的处理，包括转账和 结账； 4、生成各项薪资报表。
	项目六 固定资产系统	1、能完成固定资产系统的期初余额设置和选项设置； 2、能完成固定资产系统日常业务的处理，包括固定资产的新增、减少和调整； 3、能完成固定资产系统期末业务的处理，能生成计提折旧的凭证； 4、能生成各项固定资产报表。
	项目七 应收系统和应付系统	完成应收、应付系统的期初余额设置和选项设置； 2、能完成应收、应付系统日常业务的处理，包括应收应付项目的新增、减少和调整； 3、能完成应收、应付系统期末业务的处理，能进行应收应付项目的结算。
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习、研究性学习，做到教学做合一。	
教学环境	多媒体教室、新道 i 爱习在线模拟仿真平台、新道信息化教考平台、网中网分岗实训教考平台。	
成绩评定	学生成绩依据课程评价体系设定，由平时成绩、考试成绩、实践能力、教师主观评分四项组成，成绩构成比例为平时成绩为 10%，内容包括学生上课出勤率、课后作业等，考试成绩占 40%，实践能力占 40%，内容包括实操训练和仿真实训，教师主观评价占 10%。	

4、成本会计（72 课时）（表 7）

课程名称	成本核算与管理	学时	72	课程类型	B 类	课程负责人	朱重生
课程地位	《成本核算与管理》是高等职业院校大数据与会计专业的一门专业核心课程，是一门实用性、操作性很强的课程，是高职高专财经商贸类大数据与会计专业的必修课，是自《基础会计》与《初级会计实务》之后的一门专业课。通过该课程的学习，不仅使学生能够掌握成本核算的基本方法与技能，而且可以为《管理会计》《审计学原理》和《财务报表分析》等后续课程的教学打下良好的基础。						
课程目标	通过以项目为单元的教学活动，使学生熟悉费用的分类，理解成本核算的一般程序，掌握要素费用的核算、辅助生产费用的核算、制造费用的核算、废品损失和停工损失的核算、生产费用在完工产品与在产品之间分配的方法、成本报表的编制及成本分析，熟练掌握产品成本计算的基本方法，能解决成本核算的实际问题，顺利完成本岗位的工作任务。						
教学内容	项 目		工 作 任 务				
	项目一 企业成本概述		1、能描述企业生产流程； 2、能熟悉成本会计的基本职责； 3、能掌握成本核算流程。				
	项目二 成本账户设置		能够针对单步骤生产企业特点和管理要求设置成本账户				
	项目三 材料费用的归集与分配		1、能正确分配材料费用能编制材料费用分配表； 2、能熟练编制材料费用凭证、登记总账和明细账。				
	项目四 人工费用的归集与分配		1、能正确分配职工薪酬； 2、能编制职工薪酬分配表； 3、能利用软件做结算前折让业务； 4、能熟练编制会计凭证、登记总账和明细账。				
	项目五 辅助生产费用的归集与分配		1、能识别各种原始凭证能熟练运用各种方法解决辅助生产费用的分配问题； 2、能编制辅助生产费用分配表，登记总账和相应的明细账。				
	项目六 制造费用的归集与分配		1、能识别各种原始凭证能熟练运用各种方法能解决制造费用的分配问题； 2、能编制制造费用分配表； 3、能登记制造费用总账和相应的明细账。				
	项目七 生产损失的归集与分配		能完成废品损失、停工损失净损失的计算及其总账和明细账的登记。				
	项目八 在产品与产成品成本的核算		1、能根据在产品盘亏资料编制在产品盘亏的会计分录； 2、能根据月末在产品的特点选择不同的分配方法完成产品成本在完工产品和在产品之间的分配。				
	项目九 成本报表与分析		1、能掌握商品产品成本报表、主要产品单位成本报表编制方法； 2、能掌握制造费用明细表等主要成本报表的编制方法。				
教学建议	1、教师在进行授课之前，应到行业企业相关岗位进行充分的调研，亲身体会该课程的所需达到的具体岗位标准。 2、教学过程中，应基于岗位工作任务或能力素质要求设计教学项目，依据项目教学目标选取教学内容，采取创设情境、角色扮演等行动导向教学方法实施教学，利用先进教学手段实施教学，在教学组织中强化重点，攻克难点，合理分配时间。 3、落实以就业为导向、以能力培养为本位的教学理念，以学生为主体组织教学，发挥教师引导与辅助作用，注重学生职业素质的培养，为学生高质量就业奠定基础。						
教学环境	充分利用现代教学手段、模拟企业环境，提高学生学习积极性，充分利用校外实训基地，让其接触具体企业和行业，做中学，学中做，理论运用实践，实践完善自己所学专业理论。						
成绩评定	本课程的考核分为知识鉴定成绩和能力鉴定成绩，各占 50%。知识鉴定成绩分为平时知识鉴定成绩和期末知识综合性鉴定成绩两部分。平时知识鉴定成绩占总成绩的 15%，主要根据平时作业、课堂抽查和学习态度等方面进行评价；期末知识综合性鉴定由教师根据各项目的知识目标，在鉴定试题库中抽题组卷并采取闭卷笔试的方法进行考核，占总成绩的 35%。						

5、管理会计（72 学时）（表 8）

课程名称	管理会计	学时	72	课程类型	B 类	课程负责人	李玉洪
课程地位	《管理会计》是大数据与会计专业的一门专业核心课程，通过本课程的学习让学生能够适应企业内部管理方面预测、决策、规划、控制以及业绩考核的需要，是为学生熟悉管理会计的基本理论、基本知识和基本技能而设置的。其主要任务是：系统介绍管理会计的基本理论和基本方法，通过教学使学生明确管理会计的任务与环节，认识做好管理会计工作对企业加强经营管理的重要意义，掌握管理会计的基本理论和基本分析方法。通过案例分析和练习，使学生具备相应的专业技能，为今后走向社会，开展管理会计工作打下坚实的基础。 本专业课程体系中管理会计的前置课程有《基础会计》、《财务管理》，后续课程有《财务报表分析》等。						
课程目标	课程能力目标旨在让学生能区分管理会计与财务会计；结合变动成本法和完全成本法使用；运用本量利数学模型去对单一产品及多产品进行保本分析；进行销售预测、利润预测、成本预测和资金需要量预测；进行短期及长期投资决策；编制弹性预算和零基预算及成本控制的方法和成本差异的计算。能对数据进行提炼和计算、建立基本模型；能用各种模型分析并解决实际问题。能学以致用，能灵活地运用管理会计的管理方法对企业经营活动作出科学地预测和决策并控制其成本。同时取得初级会计证。						
教学内容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 管理会计认知	1、能管理会计假设与原则、基本假设、基本原则并理解管理会计的基本原则与基本假设的关系； 2、能理解管理会计与财务会计的关系。					
	项目二 成本性态分析与变动成本法	1、能进行成本性态分析； 2、能分类进行成本计算，并清楚两种成本法分期营业利润、差额的变动规律 3、能用变动成本法进行成本计算。					
	项目三 本量利分析	1、能计算出边际贡献及其相关指标； 2、能算出保利点，并清楚因素变动对利润的影响； 3、能利用单一品种本量利关系图分析因素变动对利润的影响； 4、能进行本量利分析。					
	项目四 预测分析	1、能利用目标利润预测分析方法进行利润敏感性分析； 2、能计算经营杠杆系数； 3、能完成成本预测和资金需要量的预测。					
	项目五 短期经营决策	1、能熟练进行单位资源边际贡献分析、边际贡献总额分析、差别损益分析、相关损益分析、成本无差别点、利润无差别点、微分极值、线性规划； 2、能进行不同条件下的生产决策； 3、能进行定价决策。					
	项目六 长期投资决策	1、能熟练计算复利终值与现值、年金终值与现值； 2、能运用长期投资决策评价指标； 3、能计算静态评价指标和动态评价指标； 4、能运用长期投资决策评价指标，可进行独立方案财务可行性评价、多个互斥方案的比较决策、多方案组合排队投资决策掌握获利指数及其计算； 5、能进行投资敏感性分析； 7、能进行风险投资决策。					

	项目七 全面预算	1、能确定企业战略目标，会编制经营预算、专门决策预算、财务预算； 2、编制企业全面预算。
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习、研究性学习，做到教学做合一。	
教学环境	多媒体教室、新道管理会计教考软件加 15 套题库	
成绩评定	学生成绩依据课程评价体系设定，由平时成绩、考试成绩、实践能力、教师主观评分四项组成，成绩构成比例为平时成绩为 10%，内容包括学生上课出勤率、课后作业等，考试成绩占 40%，实践能力占 40%，内容包括实操训练和仿真实训，教师主观评价占 10%。	

6、财务管理（72 课时）（表 9）

课程名称	财务管理	学时	72	课程类型	B 类	课程负责人	汪全报
课程地位	《财务管理》是专业核心技能课程，是为培养学生理财能力而设置。其主要任务是：系统阐述财务管理的基本理论、基本方法和基本技能帮助学生建立现代理财观念，熟悉现代理财方法，掌握财务管理内容，精通财务管理技能和技巧培养理财能力，为学生今后走向社会从事相关工作打下坚实的基础。该课程前置课程为《基础会计》、《财务会计》、财经法规与会计职业道德》等，后置课程为《管理会计》、《成本核算与管理》。						
课程目标	该课程旨使学生能树立财务管理理念，掌握财务预测、财务决策、财务预算、财务控制及财务分析的各种方法及专业技能，养成诚实守信的职业道德和认真负责、善于沟通的工作能力，学生能运用财务管理方法和技能解决中小企业资金筹集管理、投资管理、营运资金管理、收益分配管理等财务管理实践问题的核心职业能力。通过本课程的教学，学生能全面了解企业财务管理的基础知识，系统掌握企业财务管理的基本理论，熟练掌握企业财务管理的基本技能，具有运用所学知识分析问题和解决问题的能力。						
教学内容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 财务管理基础	1、能进行资金时间价值计算； 2、能衡量风险价值。					
	项目二 筹资管理	1、能进行资金需要量预测； 2、能运用销售百分比法预测资金需要量； 3、能进行个别资本成本、加权平均资本成本的计算；4、能熟练运用经营杠杆与财务杠杆和复合杠杆； 5、能进行每股收益无差别点分析； 6、能进行资本结构决策。					
	项目三 投资管理	1、能进行项目投资现金流量的计算； 2、能计算债券价值与收益率； 3、能计算股票价值与收益率； 4、能进行证券投资的风险分析； 5、能综合上述指标进行项目投资决策评价； 6、能评估证券价值。					
	项目四 营运资金管理	1、能进行现金持有量决策； 2、能进行信用政策决策； 3、能进行存货经济批量决策。					
	项目五 财务成果与评价	1、能进行公司股利政策案例分析； 2、能确定收益分配政策； 3、能合理利用股利理论和各种股利政策，能合理进行股利分配；					

		4、能进行营运能力分析；偿债能力分析；获利能力分析；综合财务分析； 5、能运用杜邦财务分析体系进行财务成功分析和评价。
	项目六 财务管理基础	1、能进行资金时间价值计算； 2、能衡量风险价值。
	项目七 筹资管理	1、能进行资金需要量预测； 2、能运用销售百分比法预测资金需要量； 3、能进行个别资本成本、加权平均资本成本的计算； 4、能熟练运用经营杠杆与财务杠杆和复合杠杆； 5、能进行每股收益无差别点分析； 6、能进行资本结构决策。
教学建议	1. 教师在进行授课之前，应到行业企业相关岗位进行充分的调研，亲身体会该课程的所需达到的具体岗位标准。 2. 教学过程中，应基于岗位工作任务或能力素质要求设计教学项目，依据项目教学目标选取教学内容，采取创设情境、角色扮演等行动导向教学方法实施教学，利用先进教学手段实施教学，在教学组织中强化重点，攻克难点，合理分配时间。 3. 落实以就业为导向、以能力培养为本位的教学理念，以学生为主体组织教学，发挥教师引导与辅助作用，注重学生职业素质的培养，为学生高质量就业奠定基础。	
教学环境	充分利用现代教学手段、模拟企业环境，提高学生学习积极性，充分利用校外实训基地，让其接触具体企业和行业，做中学，学中做，理论运用实践，实践完善自己所学专业理论。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

7、纳税实务（72 学时）（表 10）

课程名称	纳税实务	学时	72	课程类型	B 类	课程负责人	周萍萍
课程地位	《纳税实务》是大数据与会计专业的一门专业核心课程，通过本课程的学习使学生能够熟悉纳税工作流程，能够正确进行增值税、消费税、企业所得税、个人所得税等税种应纳税额的计算，能够熟练编制增值税、消费税及附加税费申报表等税种的纳税申报表，能够进行税务筹划，培养学生税务会计和税务筹划的职业能力及敬业、责任、协作、创新的职业素养。本课程前置课程为《基础会计》、《初级会计实务》、《经济法基础》，后置课程为《税务技能实训》、《行业会计比较》等课程以强化会计理实一体的综合能力。						
课程目标	通过本课程的教学，使学生掌握税费计算、纳税申报、和涉税会计处理的基本知识和基本技能，能够解决税务登记、纳税申报、税款缴纳过程中的实际问题，完成本专业相关岗位的工作任务。培养纳税人应有的职业道德、职业素养，学会与他人沟通协调。						
课程内容	项 目		工 作 任 务				
	项目一 纳税工作流程认知		1、了解税务登记的含义； 2、了解账簿、凭证管理的主要方法； 3、掌握纳税申报、税款缴纳的程序和方法； 4、熟悉税务检查与法律责任。				
	项目二 增值税纳税实务		1、了解增值税的含义和增值税的基本征税制度； 2、掌握增值税应纳税额的计算； 3、掌握出口货物退（免）税的计算； 4、熟悉增值税征收管理和纳税申报。				
	项目三 消费税纳税实务		1、了解消费税的含义和消费税的基本征税制度； 2、掌握消费税应纳税额的计算；				

		3、掌握出口应税消费品退（免）税的计算； 4、熟悉消费税征收管理和纳税申报。
	项目四 关税纳税实务	1、了解关税的含义和关税的基本征税制度； 2、掌握关税应纳税额的计算； 3、熟悉关税征收管理和纳税申报。
	项目五 企业所得税纳税实务	1、了解企业所得税的含义和企业所得税的基本征税制度； 2、掌握应纳税所得额和应纳税额的计算； 3、熟悉资产的税务处理方法； 4、熟悉企业所得税税收优惠政策； 5、掌握企业所得税征收管理和纳税申报。
	项目六 个人所得税纳税实务	1、了解个人所得税的含义和个人所得税的基本征税制度； 2、掌握应纳税所得额和应纳税额的计算； 3、熟悉个人所得税税收优惠； 4、个人所得税征收管理和纳税申报。
	项目七 其他税种纳税实务	1、资源税应纳税额的计算与申报； 2、财产税应纳税额的计算与申报； 3、行为税应纳税额的计算与申报。
教学建议	1、教师在进行授课之前，应到行业企业相关岗位进行充分的调研，亲身体会该课程的所需达到的具体岗位标准。 2、教学过程中，应基于岗位工作任务或能力素质要求设计教学项目，依据项目教学目标选取教学内容，采取创设情境、角色扮演等行动导向教学方法实施教学，利用先进教学手段实施教学，在教学组织中强化重点，攻克难点，合理分配时间。 3、落实以就业为导向、以能力培养为本位的教学理念，以学生为主体组织教学，发挥教师引导与辅助作用，注重学生职业素质的培养，为学生高质量就业奠定基础。	
教学环境	充分利用现代教学手段、模拟纳税环境，提高学生学习积极性，充分利用校外实训基地，让其接触具体企业和行业，做中学，学中做，理论运用实践，实践完善自己所学专业理论。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

表 11 师资队伍一览表

教师类型	姓 名	年龄	职称	学历学位	主讲课程	是否双师
校内兼课	谭维奇	57	教授	本科/硕士	基础统计、高职数学	是
	朱重生	58	教授 / 经济师	本科/硕士	成本会计、金融知识	是
	余 瑰	41	副教授	研究生/硕士	会计信息系统、大数据财务分析	是
	朱宜娟	51	副教授	本科/硕士	经济法基础、合同法	是

教师类型	姓 名	年龄	职称	学历学位	主讲课程	是否双师
	程 锦	57	副教授/就业指导师	本科/硕士	基础会计、基础统计	是
	孙建萍	60	副高	本科/学士	基础会计	是
	刘 辉	32	助教	研究生/硕士	基础统计	
	严延军	58	讲师/会计师	本科/学士	基础会计	是
	朱爱梅	51	讲师/高级经济师	本科/硕士	基础会计、会计综合实训	是
	何承够	47	实验师	本科/学士	基础会计	是
校内专任	齐 萌	29	助教	研究生/硕士	基础会计	
	汪全报	48	副教授	博士	财务管理、大数据财务分析	是
	王似保	55	教授	本科/硕士	市场营销实务	是
	周萍萍	53	副教授/经济师	本科/硕士	纳税实务、财务会计	是
	张玲萍	55	副教授/就业指导师	本科/硕士	成本会计、财务会计	是
	查金莲	47	副教授/会计师	本科/硕士	会计信息系统、EXCEL 财务应用	是
	吴礼青	55	讲师	本科/学士	经济法基础	
	许邦云	48	讲师/会计师	本科/学士	财务会计、成本会计	是
	汪秀兰	53	讲师/会计师	本科/学士	财务管理、出纳实务	是
	李玉洪	34	讲师	研究生/硕士	纳税实务、经济学基础	
	开 璇	33	助教	研究生/硕士	EXCEL 财务应用、会计信息系统	
	饶 姗	29	助教	本科/硕士	管理会计、出纳实务	
校外兼课	杨根莲	50	中级会计师	安庆协成商务服务有限公司	会计综合实训	是
	吴官文	44	会计师	安庆信达财务有限公司	创新创业课程	是
	张云华	35	会计师、审计师、税务师	安庆仁和会计培训学校	纳税实务、税收筹划	是
	贾培蜜	41	中级会计师	安庆协成商务服务有限公司	纳税实务	是
	赖 冀	55	高级讲师	安庆技师学院	投资理财、顶岗实习指导	是

师资队伍包括专任教师和兼职教师。本专业按学生数与专任教师数（不含公共课）比例不高于 24:1 的标志配备专任教师。“双师型”教师占专业课教师的比例一般应不低于 60%。本专业教师中有中高级技术职称的占 60%以上，其中高级技术职称的教师占 30%以上。具体要求如下：

1、专任教师要求

- (1) 专任教师应具有高校教师资格；
- (2) 具有会计相关专业本科及以上学历；
- (3) 有累计不少于 6 个月的企业实践经历；
- (4) 要热爱教育事业，遵纪守法，无不良从业记录，表达能力较好，组织与沟通能力较强，具有相关专业知识与技能，新技术发展趋势与应用。
- (5) 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，具有较强的信息化教学能力，有较强的改革意识，能够开展课程教学改革和科学研究。

2、兼课、兼任教师要求

- (1) 兼职教师应具有 5 年以上会计、审计及相关岗位工作经历，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验；
- (2) 具有中级及以上相关专业职称，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教学任务。
- (3) 具有良好的职业道德，掌握现代信息化教学手段，关心关爱所有学生，严谨治学，努力做到教学育人。

3、专业带头人

专业带头人应具有较强的组织、管理和协调能力，具备丰富的教学、实践和教科研经验及较高的学术造诣，熟悉本专业的发展前沿和课程改革趋势。能够带领教学团队进行专业市场调研，确定人才培养目标、培养规格、制定工学结合的人才培养方案；带领教学团队构建基于工作过程系统化的课程体系，建设专业核心课程；具体负责教学团队中各位教师的发展方向、培训目标、培养措施，整体提高教学团队的建设水平；负责实训项目建设，保证理实一体的专业核心课程顺利实施；负责和企业联系，圆满完成社会服务任务。

(二) 教学设施

对教室，校内、校外实习实训基地等提出有关要求。

1、校内基地具备条件

表 12 大数据与会计专业校内实训室一览表

实验实训室名称	实训项目	实训技能点	工位数
会计基本技能实训室	点钞、会计书写、原始凭证填制、记账凭证填制、阿拉伯数字大小写转换、会计基本流程训练、记账中心认知训练、企业会计综合模拟仿真实训、出纳项目实训	各类原始凭证	充足
		记账凭证	充足
		各类账簿	充足
		报 表	充足

实验实训室名称	实训项目	实训技能点	工位数
财务会计应用技术实训室（对接产业需要）	财务会计信息系统应用系统实训项目：开票、编制记账凭证、登记账簿、成本计算、编制财务报表等	用友 ERPUV10.1 财务软件、新道 i 实习平台、网中网财务软件	60 台
财税技能和管理会计模拟实训室	大数据分析与管理会计综合实训、财税软件操作、会计综合实训、纳税实务流程实训	大数据分析软件、税友实训软件、VBSE 会计分岗位实训软件、1+X 智能财税考证平台、新道管理会计教考平台（含题库）	120 台

2. 校外基地具备条件

表 13 大数据与会计专业校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	功能及服务	地点	是否 有协议
1	安庆国元证券	了解企业管理的内容，熟悉证券交易的流程及相关财务会计知识	安庆	有协议
2	安庆宇顺种业有限责任公司	熟悉市场营销及财务会计相关知识	安庆	有协议
3	安庆昌德会计事务所	熟悉财务会计相关业务知识及流程。	安庆	有协议
4	安庆中西药品有限责任公司	了解财务管理的内容，熟悉财务会计相关业务知识及流程。	安庆	有协议
5	安庆协成商务服务有限公司	各类企业会计核算业务流程	安庆	有协议
6	青园集团	了解财务管理的内容，熟悉财务会计相关业务知识及流程。	安庆	有协议
7	安庆宜欣财务咨询有限公司	熟悉各类企业会计核算业务流程	安庆	有协议
8	安庆新兴会计事务所	熟悉各类企业会计核算业务流程	安庆	有协议
9	安庆经中财务咨询有限公司	熟悉各类企业会计核算业务流程	安庆	有协议

3. 信息化教学要求

- (1) 具有足够数量的多媒体教室及机房。
- (2) 配备齐全的会计、税务、审计、财务分析等方面的教学模拟软件。
- (3) 建设一批优秀的课程教学资源。

4. 其他

(1) 发挥好校内外实习实训基地在专业课程实践教学中的重要作用，不局限课程的授课地点，授课形式，善于创新提升教学效果。

(2) 利用智慧课堂、会计模拟仿真软件、MOOC 等形式发挥学生自主学习能动性，培养学习能力。

（三）教学资源

1、教材选用基本要求

按照《安庆职业技术学院教材管理办法》进行教材的选用与征订，优先选用“十

三五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂，杜绝使用不合格教材。

2、图书文献配备基本要求

学校图书馆纸质或电子文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生查询、借阅方便。其中，专业类图书文献主要包括会计核算、财务管理、纳税申报、审计分析、内部控制和投资理财等方面的专业用书和文献资源，并且订阅有《财务与会计》、《会计师》、《中国乡镇企业会计》、《财会学习》等多种专业领域的优秀期刊。

3、数字教学资源配置基本要求

本专业建有财会专业理论、技术、方法、思维及实操类图书资源库等，包括教学素材库（凭证、账簿、报表、流程等图片、录像和文本资料等）、专业资料（专业工具书，专业理论、实务图书和文献，外文原版专业书，核心期刊与专业特色期刊，会议论文集，专业相关报纸，国家、地区及行业法律法规，科技发展动态和政策管理信息，标准文摘或全文等十类专业图书及电子数据资料）。种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）教学方法

以学生为中心，积极探索与实施教、学、做、练一体的项目化与模块化教学，在实际教学过程中，可采用项目教学法、情境教学法、模块教学法、六步教学法、案例教学法以及线上线下混合教学法等多种灵活灵样的教学方法。充分调动学生学习的积极性、主动性，激发学生潜能，将课程教学内容与职业标准以及参赛考证对接，实现“岗课赛证”融通，其中“1+X”课程可以将职业技能等级考试成绩替代课程考试成绩。教学方法具体如下：

1、项目教学法

项目教学法就是在老师的指导下，将一个相对独立的项目交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，都由学生自己负责，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。“项目教学法”最显著的特点是“以项目为主线、教师为引导、学生为主体”，具体表现在：目标指向的多重性；培训周期短，见效快；可控性好；注重理论与实践相结合。项目教学法是师生共同完成项目，共同取得进步的教学方法。

2、情境教学法

情境教学法是指在教学过程中，教师有目的地引入或创设具有一定情绪色彩的、以形象为主体的生动具体的场景，以引起学生一定的态度体验，从而帮助学生理解教材，并使学生的心理机能能得到发展的教学方法。情境教学法的核心在于激发学生的感情。情境教学，是在对社会和生活进一步提炼和加工后才影响于学生的。诸如榜样作用、生动形象的语言描绘、课内游戏、角色扮演、诗歌朗诵、绘画、体操、

音乐欣赏、旅游观光等等，都是寓教学内容于具体形象的情境之中，其中也就必然存在着潜移默化的暗示作用。

3、模块化教学法

模块化教育模式以“MES”和“CBE”两种流派比较具有代表性。MES 是以现场教学为主，以技能培训为核心的一种教学模式。它是以岗位任务为依据确定模块，以从事某种职业的实际岗位工作的完成程序为主线，可称之为“任务模块”。CBE 是以执行能力为依据确定模块，以从事某种职业应当具备的认知能力和活动能力为主线，可称之为“能力模块。通过模块课程间灵活合理的搭配，首先培养学生宽泛的基础人文素质、基础从业能力，进而培养其合格的专门职业能力。

4、六步教学法

将教学组织分为明确任务、教学准备、教学设计、教学实施、教学检查、教学评价六步。以学生为主体进行完成相关工作任务的知识、技能、准备等信息搜集，制定课程教学方案，并准备各项教学资料。教学实施过程中，教师应着重指导学生按照规范化的要求和 workflow 实施模拟工作过程，实现以学生为主体的理实一体教学。

5、案例教学法

教学案例的表现形式有：文字、图片、影像、Flash 演示、动漫等。通过案例演示能够较好地引导课程内容的展开，激发学生的学习兴趣；通过案例分析能够较好地促进学生的思考，加深对课程的理解；通过违法案例的警示作用，能够较好地提升学生的专业意识和职业道德。

6、线上线下混合式教学法

利用资源平台，发挥互联网优势，打破空间和时间限制，进行线上线下混合式教学。

（五）学习评价

1、学习领域课程评价。全面改革“期末一张卷”的传统考核方法，建立全程化考核评价体系，核心课程建立专业评价题库，课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组成，平时成绩占 65%，期末考试成绩占 35%。

2、实训课程评价。实训课程的考核应以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核、个人考核与小组考核结合起来，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的协调能力和沟通能力。

3、岗位实习评价。校外顶岗实习成绩由校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三部分组成。校内专业指导教师应根据学生“顶岗实习任务书”，结合学生顶岗实习总结、阶段汇报，分期检查情况对学生顶岗实习情况进行评价。

（六）质量管理

学校制定有《教学质量监控体系及实施办法》、《教师教学质量考核办法》、《内

部质量保证责任事故认定及处理办法》以及专业与课程层面自我诊改工作实施办法等，形成了由校领导、校教学督导、二级学院负责人、专业建设负责人等组成的教学质量监控评价队伍，建立了一套适合我校特点的教学质量管理与教学检查评估系统。主要有：

1、每年适时更新人才培养方案、开展教学质量标准建设和课程资源建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2、加强“校、院(部)、专业”三级日常教学组织运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，巡课、听课、评教、评学等常态化进行。定期开展专业与课程建设水平和教学质量诊断与改进，定期开展公开课、示范课等教研活动，与企业联动强化岗位实习等实践教学环节的督导。

3、学校建立有毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每年开展跟踪毕业生反馈及社会评价，并对招生地生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4、专业教学团队充分利用以上评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

表 14 专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	查金莲	副教授	专业负责人	安庆职业技术学院
5	谭维奇	教授	副校长	安庆职业技术学院
6	朱重生	教授	督导	安庆职业技术学院
7	周萍萍	副教授	骨干教师	安庆职业技术学院
8	汪全报	副教授	骨干教师	安庆职业技术学院
9	程 锦	副教授	行政科长	安庆职业技术学院
10	朱宜娟	副教授	妇联副主席	安庆职业技术学院
11	张玲萍	副教授	骨干教师	安庆职业技术学院
12	杨根莲	中级会计师	总经理	安庆协成商务服务有限公司
13	吴官文	会计师	总经理	安庆信达财务有限公司
14	徐国进	学生代表	会计知行社社长	安庆职业技术学院

十、毕业要求

（一）学时或学分要求

通过普通高学校全国统一招生考试或应用型本科和高等职业院校分类招生考试，取得安庆职业技术学院全日制统招学籍，修完本专业所有专业核心课程、专业基础课程、公共基础课程、选修课程等，成绩均达到合格及以上，准予毕业。

表 15 学分统计表

公共基础课程模块	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	“1+X”证书或职业资格证书	合计
38	54	43	10	4	149

（一）第二课堂要求

第二课堂学分不低于 10 学分（按 180 学时计算），超出学分部分，不计入毕业学分，相关学分转换依据《安庆职业技术学院第二课堂学分计量方法认定细则》。

表 16 第二课堂学分表

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 (思想政治与道德素养)(必修学分)	2
增智模块 (学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训)(选修学分)	2
强体模块 (强身健体与提升体能素质)(必修学分)	2
蕴美模块 (人文艺术与身心发展)(选修学分)	2
育劳模块 (社会实践与志愿服务)(必修学分)	2

（三）“X”证书要求或职业资格证书

鼓励本专业学生参加初级会计资格考试和“1+X”智能财税职业资格等级考试，获得相应的职业资格证书者，计 4 分。

表 17 “X”证书要求或职业资格证书

序号	证书名称	级别	发证单位
1	初级会计师	初级	人社部、财政部
2	“1+X”智能财税技能等级证书	初级	中联国际控股集团有限公司

（四）外语能力要求

本专业学生自愿参加全国高等学校英语应用能力测试，获得 B 级合格证书的计 4 学分，获得 A 级合格证书的计 6 学分，不累加计分。

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

表 18 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	
	22	市场营销	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
	小计（不低于）		98					5	

(二) 专业（技能）课程教学进程表

表 19 专业技能课程教学进程表

类别	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注
专业基础课程	1	基础会计	84	54	30	1	5	5	√		
	2	经济学基础	42	36	6	1	2	2		√	
	3	出纳实务	36	18	18	2	2	2		√	
	4	基础统计	54	36	18	2	3	3		√	
	5	EXCEL 财务应用	36		36	3	2	2		√	机考
	6	Python 基础	54		54	4	3	3		√	
	7	审计实务	54	36	18	4	3	3		√	
	8	经济法基础	72	54	18	3	4	4	√		初级会计资格考证课程
	9	业财一体化	54		54	3	3	3		√	机考
	10	财务会计	90	54	36	3	5	5	√		核心课程 初级会计资格考证课程
	11	大数据财务分析	54	18	36	4	3	3	√		核心课程
	12	会计信息系统	72	18	54	2	4	4	√		核心课程
	13	成本核算与管理	72	36	36	4	4	4	√		核心课程
	14	财务管理	54	36	18	3	3	3	√		核心课程
	15	管理会计	54	36	18	4	3	3	√		核心课程
	16	纳税实务	54	36	18	4	3	3	√		核心课程
	17	企业内部控制	36	36		3	1	1		√	
	18	政府与非盈利组织会计	18	18		4	1	1		√	学时不低于 36, 2 学分。各专业根据实际情况自主选择线上或线下或讲座。
	19	商务礼仪	18		18	2	1	1		√	
	小计		36	36			2	2			
小计：(学时控制在 954—1008 之间，学分控制在 53—56 之间)			1008	522	486	—	56	—	—		
职业技能模块	1	职业技能鉴定培训 1: 初级会计师技能提升（初级会计实务）	36		36	4	2	4		√	初级会计资格考证（前 10 周）
	2	职业技能鉴定培训 2: 初级会计师技能提升（经济法）	36		36	4	2	4		√	
	3	1+X 证书培训或职业技能鉴定考前集中培训	60		60	3	3	3			累计不超过 60 课时
	4	会计信息系统综合实训	54		54	4	3	3		√	
	5	毕业设计	120		120	5	6				4-6 周
	6	岗位实习	180		180	5	10				
	7	岗位实习	300		300	6	17				
	小计	(学时控制在 734—774 之间，学分控制在 40—43 之间)	774		774	—	43		—	—	集中实践课时

说明：1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程，全员、全方位丰富和拓展劳动教

育实施途径,具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案(试行)》执行。

2.《体育》在第1-2学期开设选项课;第3-4学期开设校园阳光健康跑,并辅以高水平运动队的组织训练,由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

表 20 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	450	25	25
二	467	26	26
三	474	26	26
四	429	24	24
五	300		17
六	300		17
合计	2420	——	135

说明:

1、军训、劳动教育等课时纳入相应学期的总课时中计算。

2、上表6个学期“总课时数”与“公共基础课模块+专业技术课程模块+集中实践模块”课时数相等。

3、公共基础必修课中标明学期是1-2的,平均分配在第1和2学期;标明学期是1或2的一律算在第2学期。

(四) 各类课程学时分配表

表 21 各类课程学时分配表

课程类别	学时数	比例(%)	实践学时	学分
公共基础课程	638	24.54%	279	35
专业技术课程(包括专业基础、专业核心、专业拓展课程)	1008	38.77%	486	56
集中实践课程	774	29.77%	774	43
第二课堂课程	180	6.92%	180	10
合计	2600	100%	1717	144

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科大数据与会计专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份

2023 级高职专科电子商务专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

首次招生：2005 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业全日制专科教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

四、修业年限

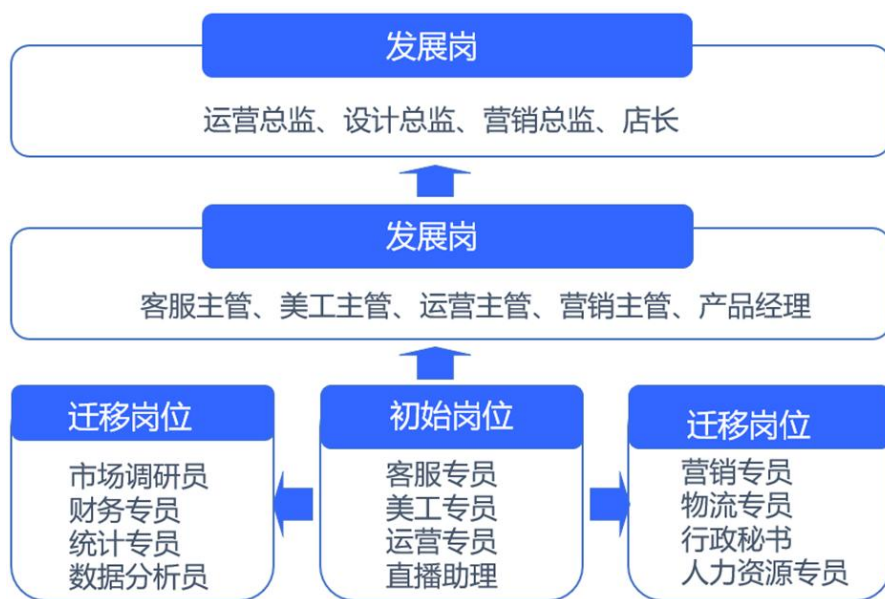
基本学制 3 年。

五、职业岗位

（一）职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师（4-01-02-02）、互联网营销师（4-01-02-07）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域举例	运营主管、全渠道营销主管、O2O 销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书举例	网店运营推广、跨境电商多平台运营、直播电商

（二）工作岗位



（三）工作任务与职业能力分析表

主要职业能力：1. 具有良好的语言表达能力，较强英语听说读写能力，熟练处理商务文件；2. 具备社交技能，掌握日常交往礼仪、商务活动礼仪，掌握人际沟通技巧，能塑造良好形象；3. 掌握计算机应用能力，熟练操作办公软件和常用软件，具有网络技术应用能力；4. 具备利用互联网平台进行商务活动能力，发布网络广告，管理商务信息；5. 具备电子商务管理能力，策划电子商务活动，合理组织电子商务交易与物流；6. 具备深度沟通与观察预见能力。

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
A 客户管理	A-1 回答客户咨询问题	● 能熟悉本企业的各个功能以及详细业务流程，对新功能及时跟进	客户服务与管理 商务礼仪	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能从本企业客户角度出发，制定并随时更新可能的 FAQ		
		● 能通过倾听，分析客户电话/网络所反映的最主要问题，并给出最有效的解答		
		● 做出解答后，能针对行业特性进行问题回访，并自行制作填写反馈表		
		● 能熟练的运用呼叫中心		
	A-2 根据规则处理客户投诉/举报	● 能熟悉本企业对于客户投诉或举报的规则		
		● 能以正确的态度以及心态来对待各种客户投诉/举报，第一时间给出正确的应对措施		
		● 能熟悉自我心理调节方法		
		● 能严格按照规则对投诉/举报进行处理		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
		● 能自行填写制作处理满意度反馈表		
	A-3 客户数据整理分析	● 能制作客户信息表, 并填写各基本数据	电子商务数据分析基础统计电子商务实务	1+x 电子商务数据分析职业技能等级证书
		● 能通过数据分析出希望进行方向性指导的几方面		
		● 能统计客户数, 购买客户数, 投诉客户数, 投诉后主动撤销客户数等数据		
		● 能针对相关数据对上一阶段工作进行总结, 及时弥补缺点		
		● 能对客户档案信息进行更新, 老客户档案要维护, 新客户档案要跟进		
		● 能对投诉处理等各项反馈表进行整理分析, 汇总后得出结果		
		● 能根据自己直接接触客户的经验与所获取的信息及数据, 及时发布本企业管理或生产中的潜在问题及危险, 或是新机会		
	A-4 CRM 营销	● 能根据本店铺的客户数据进行有针对性的 CRM 营销		
		● 能分析当前店铺数据, 结合当前时段的客户数据做针对性的活动		
B 视觉设计 (美工)	B-1 产品拍摄	● 能根据店铺风格确定店铺产品风格, 定位产品、人物、环境的选择	商品信息采编	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能根据拍摄环境设置摄影器材参数		
		● 能使用辅助器材进行背景设置与布光		
		● 能根据不同商品选择不同的布局、环境对商品实物图进行拍摄		
	B-2 图片处理	● 能根据店铺需要使用图像处理软件对拍摄后的图片进行编辑	视觉设计电子商务技能沙盘	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能根据商品实际校色调色		
		● 能根据不同的产品制作相关的产品推广图片和宣传广告, 配合网店产品促销制作活动推广图片		
	B-3 网店装修	● 能根据网店特色选择模板		
		● 能使用 html 语言进行简单的自定义功能设计		
		● 能将处理后的素材上传到网店相应位置		
	B-4 视觉设计	● 能根据店铺定位, 设计店招		
		● 能根据视觉色彩设计元素进行商品主图制作		
		● 能根据商品以及消费者特点, 设计产品详情页		
		● 能根据各种促销活动和节假日特点制作宣传海报		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
C 网店运营	C-1 店铺管理	● 能策划并组织实施网店整体营销推广计划方案, 懂得制定各阶段计划方案, 提升网店自身营销能力	网店运营 实务 电子商务 实务 基础会计 基础统计 新媒体运营 电子商务 技能沙盘	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能协调内部资源完成采购、物流、售后等各个环节		
		● 能对日常工作出现的问题及时解决, 保证团队工作的正常进行		
		● 能及时分析网店的各项销售数据		
	C-2 商品信息管理	● 能对店铺商品进行上架、下架操作		
		● 能对店铺商品订单进行处理操作, 及时清理违规和将要违规商品, 懂得排查、预审		
		● 能对店铺商品进行促销操作		
	C-3 SEO 优化	● 能根据搜索引擎原理和商品关键词常用挖掘策略, 通过对商品和用户的分析, 拆解关键词词根, 完成商品关键词的挖掘工作		
		● 能根据关键词分类方法与规范, 建立关键词词库		
		● 能根据商品关键词词库制作合适的商品标题		
		● 能根据 SEO 优化规则, 完成商品标题优化		
	C-4 SEM 推广	● 能根据任务背景, 拆解任务目标, 选择合适的推广计划类型, 完成推广自己分配, 制定合理的推广计划出价策略、地域策略、日期策略	网络营销 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能根据制定的推广计划策略, 结合具体的推广任务目标, 制定选词与出价、人群定向、推广创意策略		
		● 能根据制定的关键词选词策略, 挖掘合适的关键词, 建立 SEM 词库		
		● 能根据制定的推广策略准确完成不同类型推广计划的搭建		
		● 能根据制定的推广组策略准确完成推广组搭建		
	C-5 营销推广	● 能运用平台提示, 优化推广创意和定向人群, 提高广告点击率和转化率	市场营销 实务 网络营销 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能运用网店工具进行网店流量推广		
		● 能运用网店工具进行会员营销		
		● 能运用网店工具进行行业数据咨询		
	C-5 营销推广	● 能运用网店工具进行营销推广和优化经营活动, 制定相应的推广计划、推广预算分配以及相应的效果目标		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能针对推广效果进行跟踪、评估,并提交推广效果的统计分析报表,及时提出营销改进措施,给出切实可行的改进方案 		
D 网 络 营 销	D-1 网络调研	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据给定的调查对象、内容,设计网络调研问卷 		1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		<ul style="list-style-type: none"> ● 会使用在线调研工具 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能读懂调研数据及其表示的含义 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能规范撰写网络调研报告 		
	D-2 网络营销策略	<ul style="list-style-type: none"> ● 能合理的对网站产品价格进行调整 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能选择适合的定价策略对网络产品进行定价 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能尝试应用不同的渠道发布简单的网络广告 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据给定的条件,选择合适的网络营销渠道 		
	D-3 网络营销战略规划	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据给定案例,准确设计出定制营销的内容、合理选择营销媒介 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据给定案例,合理制定网络体验营销方案 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据给定案例,选择合适的网络平台(微信、微博、论坛、门户网站)进行娱乐营销 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据当前舆论热点、季节、假日等相关爆点制定借势营销推广计划 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能以自建淘宝网店、手机微店为平台,开展相应的网络主题营销 		
E 电 子 商 务 物 流	E-1 库房统计及商品供应管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能根据平台订单与库房情况及时制定相关数据汇总表 	基础统计 现代物流 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能配合库房整理与统计信息,发现商品、宣传、渠道等方面存在物流问题时及时记录上报 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能对公司各类地址联系方式进行监督纠错 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能对公司销售商品类型、数量、损耗等信息进行记录汇总,周期性汇报相关部门 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能周期性对库房及商品供应管理进行总结并上报 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能在发货前对商品外包装、赠品完整性进行检查,发现问题时能及时进行补救 		
	E-2 配送管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 能在配送前对商品进行配送保护措施,保证商品在配送到客户手上时保护层的完整性与整洁外观 		
		<ul style="list-style-type: none"> ● 能在遇到特殊情况无法完成商品的物流配送时,积极配合相关部门解决问题 		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
		● 能在遇到特殊情况需要延迟或较长时间滞留时,及时配合客服与客户进行沟通解决		
	E-3 仓储管理	● 能正确填写产品入库单		
		● 能根据产品的性质划分仓储区域		
		● 能按照 ABC 重点控制法分配货位		
		● 能根据不同性质的物品进行定期或不定期盘点,确认数量与质量		
		● 能按时、按一定方法分拣货物、核对出库		
		● 能填写产品出库单		
	E-4 物流售后	● 能登记好所有来件的详细信息并知会相关人员处理		
		● 能对客户退回来的商品检测核实,标出处理方案,统一登记资料后发给相关客服人员,由客服人员跟进并知会客户		
		● 能确保换货的产品都经过仔细检测,避免再次出现因产品质量问题而遭到客户投诉		
		● 能周期性的对用户反馈信息进行总结汇报		
F 跨境电商商务	F-1 跨境电子商务营销	● 能利用 Google 搜索引擎做好关键词广告	跨境电商实务	1+x 跨境电商电子商务多平台运营职业技能等级证书
		● 能利用 Face book、Twitter 做好社交媒体营销		
		● 能利用 YouTube 做好视频营销		
		● 能利用平台工具做好付费营销		
	F-2 跨境电子商务物流	● 能熟练操作跨境电商物流中报关的操作流程		
		● 能根据客户订单选择最适合的物流渠道		
		● 能根据包裹重量准确计算所属物流公司的邮费		
		● 能根据企业实际情况选择海外仓的类型		
	F-3 跨境电子商务客服	● 能在规定的时间内准确、清晰地解答买家的咨询		
		● 能熟练运用跨境平台评价系统,并能有效引导买家好评		
		● 能与海外买家协商解决跨境商品买卖纠纷		
		● 能定期将买家提出的问题进行分类总结,并及时向销售、采购、仓储、物流等部门主要负责人反馈,为他们决策提供参考		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
G 电子商务网站管理	G-1 电子商务短视频制作	● 能根据产品差异设计短视频脚本并完成拍摄	短视频运营	1+x 直播电商职业技能等级证书
		● 能掌握打造爆款短视频的技巧		
		● 能组建并管理短视频运营团队		
		● 能熟练操作视频剪辑软件对短视频进行“二次创作”		
	G-2 电子商务信息安全管理	● 能制定电子商务企业信息安全管理制度		
		● 能下载和安装企业和个人数字证书确保数据安全		
		● 能对文档进行加密和解密操作		

六、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 知识

- （1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
- （2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。
- （3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识。
- （4）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法。
- （5）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法。
- （6）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法。
- （7）掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识。
- （8）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法。
- （9）掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

2. 技能

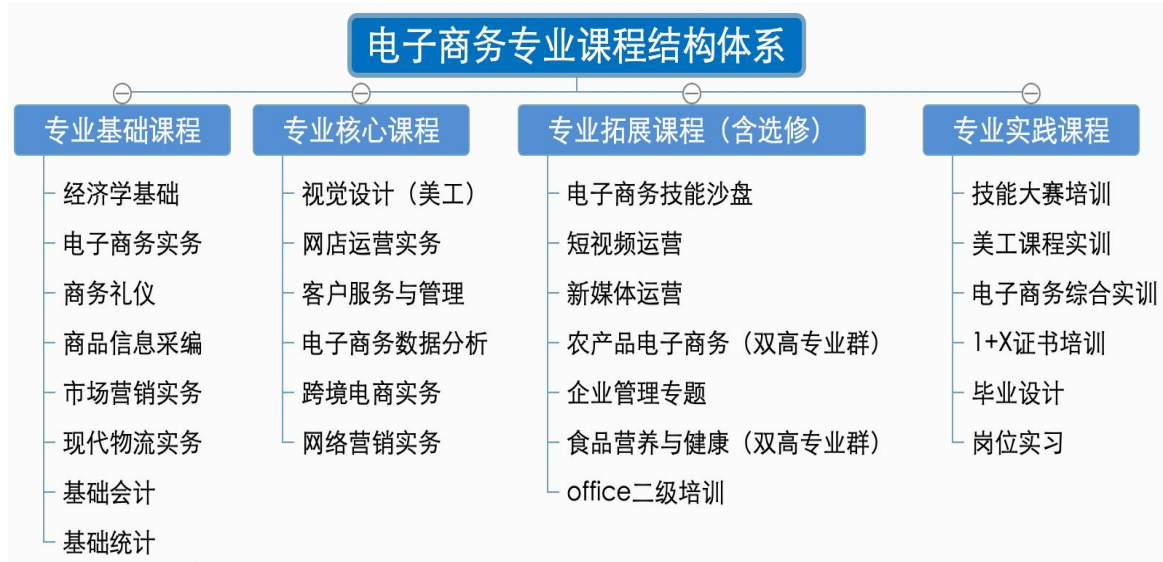
- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
- (3) 具有一定的哲学、美学、伦理、计算、数据、交互、互联网思维能力。
- (4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析。
- (5) 能够根据摄影色彩、构图策略进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度。
- (6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作。
- (7) 具备网店设计与装修能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作。
- (8) 具备短视频脚本撰写、拍摄、剪辑能力，对短视频进行二次创作能力。
- (9) 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化。
- (10) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理。
- (11) 能够根据运营目标采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户等各类数据，对其进行分析和预测。
- (12) 能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等。
- (13) 能够运营移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺运营与管理。

3. 素质

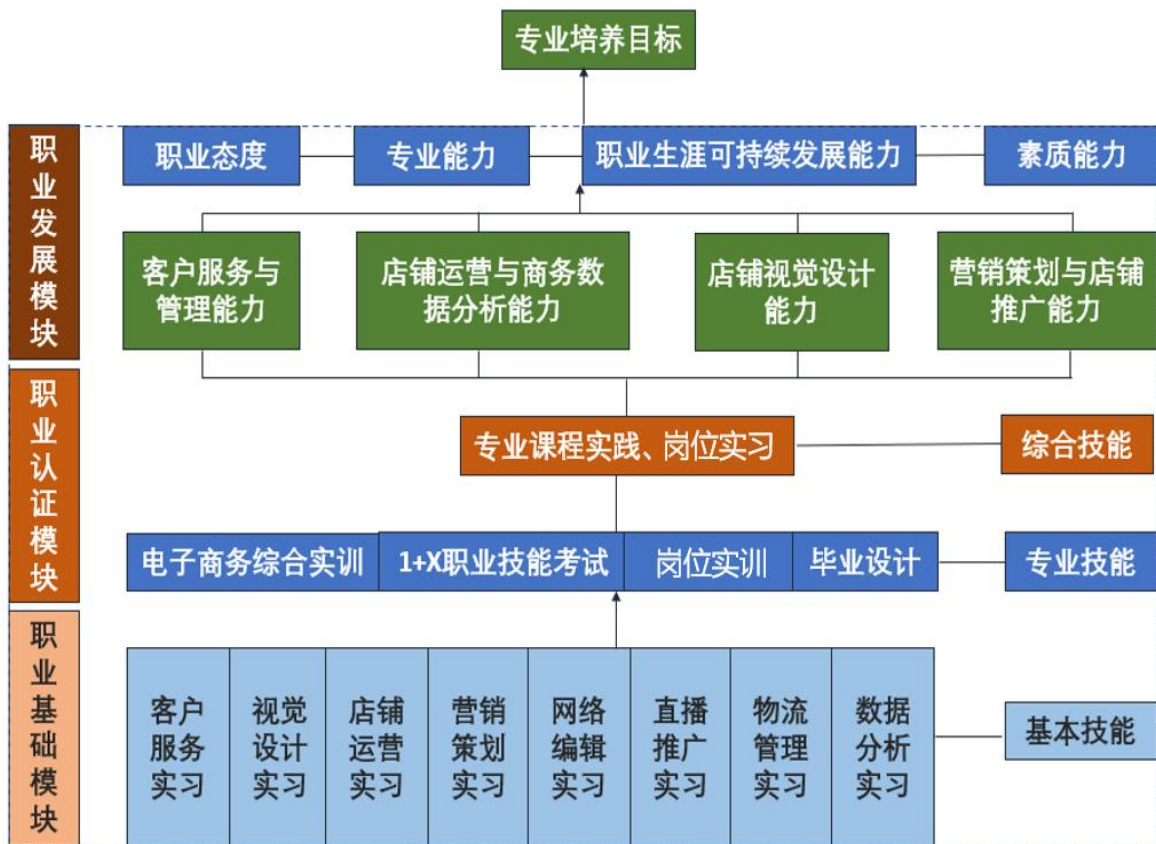
- (1) 遵守电子商务法、广告法，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
- (2) 崇尚宪法、遵守法纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
- (3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。
- (4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。
- (5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。
- (6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

七、课程体系

（一）课程结构体系



（二）专业实践教学系统结构图



八、课程描述

（一）专业（技能）核心课程

围绕电子商务专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接 1+x 职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

序号	课程名称	开设学期	周课时	课程类型 (A/B/C)	总课时
1	视觉设计（美工）	2	3	B	54
2	网店运营实务	2	3	B	54
3	客户服务与管理	3	3	B	54
4	电子商务数据分析	3	3	B	54
5	跨境电商实务	3	3	B	54
6	网络营销实务	4	3	B	54

（二）专业（技能）核心课程描述

1、视觉设计（美工）（54 学时）

课程名称	视觉设计（美工）	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	夏金弟
课程地位	本课程是电子商务专业核心课程。						
课程目标	通过学习本课程，达到一定审美观，拍摄好商品图片，图片镜像处理，店铺装修，视觉设计等。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 Photoshop CS 基础知识		1、保存格式、上传相片 2、裁剪商品照片 3、抠图商品照片 4、商品照片调色				
	项目二 工具箱类		1、掌握使用套索工具创建选区 2、熟悉掌握通过图层颜色来建立选区 3、了解绘图、画笔工具设置与使用方法 4、熟悉 Photoshop 中文字的处理要求				
	项目三 拍摄商品		利用拍摄设备拍摄商品				
	项目四 网店装饰与美化		1、网店装修，拍摄高质量的产品图片 2、店铺图片美化效果处理 3、设计店招 4、设计制作广告和促销模板				
	项目五 商品详情页制作		1、制作宝贝详情页模板 2、制作服装类商品描述 3、制作电子类商品描述 4、制作日用品类商品描述 5、熟悉切片与详情页切片的导出方式				

教学建议	项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一。建立师生交流渠道，经常和学生一起反思学习过程和学习效果，做到教学相长。
教学环境	多媒体、机房
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实训、实操训练），期末成绩 40%

2、网店运营实务（54 学时）

课程名称	网店运营实务	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	徐奕胜
课程地位	本课程是电子商务专业核心课程，本课程基于网店运营工作岗位设计，从市场调研、店铺策划到店铺开设、店铺管理、网店运营推广的流程设计教学内容，强调实战化教学效果，为学生网上创业提供新思路。						
课程目标	通过学习本课程，达到合理的平台选择，有效的市场调研和店铺定位，能进行店铺装修与日常管理，掌握网店运营推广的基本方法，解决店铺的物流仓储，培养学生诚信意识，以及分析问题解决问题的能力，培养学生自主创业意识。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 网店前期筹划		1、了解网店运营经理岗位职责； 2、熟悉组建网店运营团队基本要求； 3、熟悉网店运营从业者的职业操守。				
	项目二 商品上架		1、分析商品所在行业市场环境； 2、根据产品性质选择优质货源； 3、选择适宜的电商平台； 4、做好网店开业前准备工作； 5、掌握电商平台开店规则。				
	项目三 网店装修		1、理解什么是视觉营销； 2、掌握商品图片拍摄方法，能对商品图片进行美化； 3、熟练制作商品详情页； 4、熟练装修网店店铺。				
	项目四 网店运营活动策划及执行		1、了解网店运营活动平台的选择及投放活动策划； 2、熟悉网店运营策划执行常规活动方案； 3、掌握实施网店运营店铺大型活动流程。				
	项目五 网店推广		1、了解什么是差异化运营； 2、掌握商品 SEO 优化概念和技巧； 3、了解网店免费推广渠道和方法； 4、掌握 SEM 管理概念和操作流程 5、掌握信息流推广概念和操作流程。				
	项目六 网店客户服务		1、能利用在线沟通工具进行日常处理； 2、能处理客服中所出现的日常问题。				
	项目七 网店数据运营分析		1、了解什么是网店运营数据； 2、掌握利用工具收集网店运营数据的方法和技巧； 3、熟练分析店铺后台运营数据。				
	项目八 网店仓储与物流		1、熟悉网店物流发货流程； 2、理解网店仓储和配送的区别；				
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。						
教学环境	多媒体教室、能使用互联网、厦门优优汇联模拟仿真实训软件，鸿科经纬 1+X 网店运营推广实训软件，校企合作实习基地。						
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 35%，期末笔试占总成绩的 35%。						

3、客户服务与管理（54 学时）

课程名称	客户服务与管理	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	蔡艳芬
课程地位	本课程是电子商务专业的专业核心课， 通过本课程的讲解，使学生了解网上客户服务的工作流程以及电商相关企业如何进行有效的客户服务活动， 掌握有效的网店客户服务技巧， 能在以后的工作中尽快适应工作岗位的要求。						
课程目标	通过本课程的学习， 使学生了解电商相关企业如何进行有效的客户服务活动， 掌握客户关系管理的理论、方法、策略， 提升客户服务意识， 能在以后的工作中尽快适应工作岗位的要求。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 网上客服售前准备		以小组为单位模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装等）客服人员对该行业产品进行调研，完成产品知识学习，尝试进行产品推荐，探讨如何成为优秀淘宝客服，形成实验报告				
	项目二 网上客户服务流程演练		模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装、进口食品等）客服人员，进行淘宝客户服务流程的演练，并生成实验报告				
	项目三 网上客服接待与沟通演练		与淘宝网客服进行一次“一对一”沟通体验，记录沟通过程，进行沟通效果分析并生成实验报告				
	项目四 有效订单处理		模拟淘宝购物过程中的有效订单信息、费用的确认，演示有效订单下单发货流程				
	项目五 交易纠纷的处理		1、 以小组为单位模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装、进口食品等）客服人员，针对交易纠纷问题进行互动演示，生成实验报告				
	项目六 客户关系管理实操		利用客户关系管理工具，针对某一网店进行客户关系管理中的步骤演练和客户分组、客户关怀与营销模拟操作				
教学建议	完善双师型教学团队，加强实训平台建设。						
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室，企业合作实习基地。						
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、仿真实训、实操训练），期末成绩 40%						

4、电子商务数据分析（54 学时）

课程名称	电子商务数据分析	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	金结良
课程地位	本课程是电子商务专业核心课。为学生从事电子商务运营与推广、客户服务等电子商务相关岗位工作打下数据分析的基础。						
课程目标	通过本课程的学习，使学生掌握调查方案设计、数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用 EXCEL 进行数据分析的基本方法。本课程主要是培养学生完整市场调查的理念与运用 EXCEL 进行数据分析的能力。						
课程内容	项目	工作任务					
	项目一 走进数据分析	1、了解商务数据的重要作用与应用。 2、了解商务数据的分类与多种来源渠道。 3、了解商务数据的各种分析指标及其含义。 4、理解商务数据的分析流程、原则、方法。					
	项目二 使用 excel 管理店铺信息	1、会管理供货商信息。 2、会管理客户信息。 3、会管理商品信息。 4、会打印与输出店铺资料。					

	项目三 商品销售情况管理	1、能够分析店铺运营情况。 2、能够分析月度销售情况。
	项目四 买家购买情况分析 与评估	1、会分析买家情况。 2、会分析买家总体消费情况。
	项目五 商品销售情况统计 与分析	1、会销售数据的统计与分析。 2、会不同商品销售的统计与分析。 3、会同类商品销售的统计分析。 4、会商品退货、退款情况的统计与分析。
	项目六 商品采购成本分析 与控制	1、会分析采购成本。 2、会分析采购时间。 3、会控制采购成本。
	项目七 商品库存数据管理 与分析	1、能够分析商品库存数据。 2、能够查询和分析单一商品状态。 3、能够动态查询库存尚品。
	项目八 竞争对手与行业状 况分析	1、能够分析竞争对手的销售情况。 2、能够分析行业状况。
教学建议	完善双师型教学团队，加强实训平台建设。	
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室，企业合作实习基地。	
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、仿真实训、实操训练），期末成绩 40%	

5、跨境电商实务（54 学时）

课程名称	跨境电商实务	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	江 园
课程地位	本课程是电子商务专业核心课程之一。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力。						
课程目标	通过本课程的学习，学生应具备从事跨境电子商务工作的基本操作技能。即对学生的职业能力、工作能力和创新能力的培养。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 初识跨境电商		1、掌握跨境电商的定义 2、了解跨境电商的模式分类 3、了解跨境电商的发展趋势				
	项目二 跨境电商营销		1、了解搜索引擎营销的方式 2、能够利用 google 做好搜索引擎营销 3、能够利用 face book、twitter 做好社交营销 4、能够利用店铺营销工具做好付费营销				
	项目三 跨境电商物流		1、了解跨境电商物流三大模式 2、理解跨境电商物流中的通关与报关 3、了解海外仓定位与思路				
	项目四 跨境电商线上支付		1、了解跨境电商常见信用卡支付方式 2、了解跨境电商常见第三方支付方式 3、能够设置跨境支付账户				
	项目五 跨境电商客户服务技巧与纠纷处理		1、了解跨境客户服务的职能及所需技能 2、掌握做好客户服务的技巧 3、掌握询盘沟通的技巧 4、能够处理售后服务纠纷				

教学建议	项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一
教学环境	多媒体、机房、实训基地
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实训、实操训练），期末成绩 40%

6、网络营销实务（54 学时）

课程名称	网络营销实务	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	孙美丽
课程地位	本课程是电子商务专业主干课程，本课程对网络营销运作策略、工具、方法进行系统介绍。是本专业核心课程之一。						
课程目标	能够运用网络营销的特点、功能、常用的方法等基本知识，分析与策划企业的网络营销活动方案，正确选定网络营销运作模式；能够有效分析网络消费者群体及其网络消费者市场能力要求，能够设计合理的网上调查问卷及投放工具使用、投放渠道甄选。能够运用网络营销策略的相关知识学会有效运用网上个性化服务操作、有效的网上促销形式的选择与评估操作、网络广告策划与设计与撰写策划书；能够运用网络营销综合知识、电子商务法律在电子商务平台上从事的个人网上创业活动。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 网上市场调研		1、网上消费者群体分析 2、网上调研渠道的选择 3、信息搜集、网上问卷设计与有效投放				
	项目二 网络营销工具		1、撰写企业规划、运营推广策划报告 2、熟悉网络信息发布方法 3、正确运用网络营销工具进行推广				
	项目三 网络营销策略组合		网络营销的产品、价格、渠道、促销、服务策略分析与运作				
	项目四 网络营销广告手段		1、网络广告形式及报价 2、网络广告效果测评				
	项目五 网络营销策划书的编制		网络营销战略分析与规划，策划书的撰写。				
教学建议	教学活动设计要循序渐进，在教学总课时与计划下，围绕着学习领域模块和项目活动中的不同具体情况，结合学生人数、组数，项目及任务的难易程度不同情况进行适当教学调整						
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室						
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实操训练，策划书撰写），期末成绩 40%						

九、实施保障

（一）师资队伍

教师类型	姓名	年龄	职称	学历学位	主讲课程	是否双师
校内专任教师	徐奕胜	59	讲 师	本科学士	网络营销实务	是
	夏金弟	39	副教授	硕士研究生	网店运营实务	是
	孙美丽	35	讲 师	硕士研究生	短视频运营	是
	江 园	32	助 教	本科学士	商品信息采编	否
	蔡艳芬	40	讲 师	硕士研究生	新媒体运营	是
校内兼课教师	王厚义	52	副教授	硕士研究生	跨境电商实务	是
	李 专	37	讲 师	本科硕士	客户服务与管理	是
	金结良	33	讲 师	硕士研究生	电子商务数据分析	是
	胡 强	33	助 教	本科学士	Office 二级培训	否
校外兼任教师	姓名	年龄	职称	工作单位	主讲课程	是否双师
	江 勤	51	副 高	安庆十中	视觉设计（美工）	否
	程赛超	37	总经理	安徽云零电商	客户服务与管理	否
	余治文	34	主 管	安徽云零电商	电子商务实务	否
	唐 涛	35	市场总监	安徽腾泽文化传媒	直播运营	否

（二）教学设施

1. 校内基地具备条件

实训类别	实训项目	实训技能点	工位数
电子商务综合实训	电子商务 B2B、B2C、C2C 实训、跨境电子商务平台操作	网上开店	52
		网络营销	52
		网店推广	52
		网店装修设计	52
		跨境店铺开设	36
		跨境店铺装修设计	36
物流综合实训	电子商务物流实训	电子商务物流	50
企业经营管理实训	模拟企业经营	企业经营	60
		企业管理	60
商品信息采编实训	商品图片拍摄、信息采集	数码相机使用	30
		摄影棚布景	30
		商品拍摄	30

2. 校外基地具备条件

校外实习基地要求

- (1) 正规企业，愿意联合办学或者每次愿意接受实习学生 10 人以上；
- (2) 要求签约，买意外险；
- (3) 企业性质与安排的实习岗位与学生实习项目相关。

已签约的实习单位

序号	实训企业	实训项目	签订协议情况	企业所在地
1	安徽云霄电子商务有限公司	淘宝、天猫运营、客服、美工	已签	安庆
2	安徽金枪鱼网络科技有限公司	网络销售、网络策划、店铺运营、广告、客户服务	已签	安庆
3	安徽腾泽文化传媒有限公司	直播助理、短视频运营助理	已签	安庆
4	安庆供销电子商务有限公司	网络营销推广、客户服务与管理、店铺运营、店铺美工	已签	安庆
5	安庆市贝帮贸易有限公司	网络销售、网络策划、店铺运营、广告、客户服务	已签	安庆
6	安庆市点赞信息科技有限公司	移动商务、微营销、客服	已签	安庆
7	安庆跨境电子商务产业园	客服、运营、美工、移动商务	已签	安庆
8	安庆论坛网络科技有限公司	网络营销推广、客户服务与管理、网络策划与运营	已签	安庆

(三) 教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1、教材选用基本要求

按照《安庆职业技术学院教材管理办法》进行教材的选用与征订，优先选用“十三五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂，杜绝使用不合格教材。

2、图书文献配备基本要求

学校图书馆纸质或电子文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生查询、借阅方便。其中，专业类图书文献主要包括：店铺运营、店铺营销等方面的专业用书和文献资源，并且订阅有多种电商专业领域的优秀期刊。

3、数字教学资源配置基本要求

本专业在超星学习通、i 博导、e 会学安徽智慧教育平台建有网店运营实务、网络营销实务、电子商务数据分析等课程专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

(四) 教学方法

1、根据电子商务专业教学特点，建议将学生按 4-6 人的标准分成若干组进行教学，方便以项目、案例为载体的教学方法的实施。

2、鼓励教师将课程教学内容与职业标准对接。“1+X 课证融合”课程可以将职业技能等级考试成绩替代课程考试成绩。

（五）学习评价

评价采用过程与结果相结合，校外与实习单位相结合评价体系。评价内容从对学生认知领域评价扩展为对学生全面综合的评价，即态度、知识、技能、方法、能力多维兼顾；评价主体要积极探索多元化，可实施学生自评、同学互评、授课教师与指导老师评价综合使用；评价方法实行多样化，定量、定性结合。

（六）质量管理

学校制定有《教学质量监控体系及实施办法》、《教师教学质量考核办法》、《内部质量保证责任事故认定及处理办法》以及专业与课程层面自我诊改工作实施办法等，形成了由校领导、校教学督导、二级学院负责人、专业建设负责人等组成的教学质量监控评价队伍，建立了一套适合我校特点的教学质量管理与教学检查评估系统。主要有：

1. 每年适时更新人才培养方案、开展教学质量标准建设和课程资源建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 加强“校、院(部)、专业”三级日常教学组织运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，巡课、听课、评教、评学等常态化进行。定期开展专业与课程建设水平和教学质量诊断与改进，定期开展公开课、示范课等教研活动，与企业联动强化岗位实习等实践教学环节的督导。

3. 学校建立有毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每年开展跟踪毕业生反馈及社会评价，并对招生地生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教学团队充分利用以上评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

附表 电子商务专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余 瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	夏金弟	副教授	电商专业建设负责人	安庆职业技术学院
5	徐奕胜	讲师	电商专业骨干教师	安庆职业技术学院
6	孙美丽	讲师	电商专业骨干教师	安庆职业技术学院
7	江 园	助教	电商专业骨干教师	安庆职业技术学院
8	蔡艳芬	讲师	电商专业骨干教师	安庆职业技术学院

序号	名单	职称	职务	工作单位
9	李 专	讲师	电商专业兼任教师	安庆职业技术学院
10	胡 强	助教	电商专业兼任教师	安庆职业技术学院
11	金结良	讲师	电商专业兼任教师	安庆职业技术学院
12	王厚义	副教授	电商专业兼任教师	安庆职业技术学院
13	陈 晨	讲师	电商专业兼任教师	安庆职业技术学院
14	唐 涛	/	市场总监	安徽腾泽文化传媒有限责任公司
15	程赛超	/	总经理	安徽云霄电子商务有限公司
16	魏唐平	/	电商专业学生	安庆职业技术学院
17	徐颖峰	/	电商专业学生	安庆职业技术学院

十、毕业要求

通过普通高等学校全国统一招生考试或应用型本科和高等职业院校分类招生考试，取得安庆职业技术学院全日制统招学籍，修完本专业所有专业核心课程、专业基础课程、公共基础课程、选修课程等，成绩均达到合格及以上，准予毕业。

（一）学时或学分要求

公共基础课程	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	1+X 证书	合计
38	56	43	10	4	151

（二）第二课堂要求

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 (思想政治与道德素养)(必修学分)	2
增智模块 (学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训)(选修学分)	2
强体模块 (强身健体与提升体能素质)(必修学分)	2
蕴美模块 (人文艺术与身心发展)(选修学分)	2
育劳模块 (社会实践与志愿服务)(必修学分)	2

（三）“1+X”证书要求或职业资格证书

鼓励学生取得与本专业相关领域国家职业资格证书或教育部“1+X”试点证书，每一个证书计4学分。

证书名称	发证机构	学分
网店运营推广（中级）	北京鸿科经纬科技有限公司	4
跨境电商多平台运营（中级）	厦门优优汇联信息科技股份有限公司	4
直播电商（中级）	南京奥派信息产业股份公司	4

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	22	创新创业类课程	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。 2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
小计（不低于）			98					5	

(二) 专业(技能)课程教学进程表

类别		序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注
专业 技术 模块	专业 基础 课程	1	经济学基础	42	22	20	1	2	3		√	14 周
		2	电子商务实务	56	28	28	1	3	4	√		14 周
		3	商务礼仪	54	28	26	2	3	3		√	
		4	商品信息采编	54	26	28	3	3	3	√		7-12 周企业实训
		5	市场营销实务	54	26	28	4	3	3	√		
		6	现代物流实务	54	26	28	4	3	3	√		
		7	基础会计	36	18	18	4	2	2		√	
		8	基础统计	36	18	18	4	2	2		√	
	专业 核心 课程	9	视觉设计（美工）	54	26	28	2	3	3	√		机考
		10	网店运营实务	54	26	28	2	3	3	√		
		11	客户服务与管理	54	26	28	3	3	3	√		7-12 周企业实训
		12	电子商务数据分析	54	26	28	3	3	3	√		7-12 周企业实训
		13	跨境电商实务	54	26	28	3	3	3	√		7-12 周企业实训
		14	网络营销实务	54	26	28	4	3	3	√		
	专业 拓展 课程	15	电子商务技能沙盘	58	12	46	2	3	4		√	
		16	短视频运营	54	26	28	3	3	3	√		7-12 周企业实训
		17	新媒体运营	54	26	28	4	3	3	√		
		18	农产品电子商务	36	18	18	4	2	2		√	双高专业群课程
		1	企业管理专题	12	6	6	2	1	—		√	报告或专家讲座
		2	食品营养与健康	36	18	18	4	2	2		√	双高专业群课程
		3	office 二级培训	48	18	30	4	3	2		√	
小计：（学时控制在 954—1008 之间，学分控制在 53—56 之间）				1008	472	536	—	56	—	—		
集中 实践 模块	1	技能大赛培训	20		20	2	1	4				集中培训
	2	美工课程实训	48		48	3	3	3		√		
	3	电子商务综合实训	46		46	3	3	3		√		岗位实践
	4	1+X 证书培训	60		60	4	4	4		√		实验实训中心不单列课时
	5	毕业设计	120		120	5	6	—				4-6 周
	6	岗位实习	180		180	5	10	—				
	7	岗位实习	300		300	6	16	—				
	小计：（学时控制在 734—774 之间，学分控制在 40—43 之间）				774		774	—	43	—	—	

说明: 1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程, 全员、全方位丰富和拓展劳动教育实施途径, 具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案(试行)》执行。

2. 《体育》在第 1-2 学期开设选项课；第 3-4 学期开设校园阳光健康跑，并辅以高水平运动队的组织训练，由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	442	28	25
二	476	26	25
三	480	26	26
四	486	27	27
五	300	17	17
六	300	17	17
合计	2484	--	137

(四) 各类课程学时分配表

课程类别	学时数	百分比(%)	实践学时	学分
公共基础课程	702	26.35	362	38
专业技术课程(包括专业基础、专业核心、专业拓展课程)	1008	37.84	536	56
集中实践课程	774	29.05	774	43
第二课堂课程	180	6.76	180	10
合计	2664			147

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科电子商务专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份

2023 级高职专科工商企业管理专业

人才培养方案

一、专业名称与专业代码

专业名称：工商企业管理

专业代码：530601

首次招生：2019 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业全日制专科教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

四、修业年限

基本学制 3 年

五、职业岗位

（一）职业面向

本专业主要面向中小工业企业、商业企业、政府机构的管理部门。主要就业单位：面向生产制造、商业零售、餐饮服务、电商、物流、连锁经营等中小微企业，政府部门等。

（二）工作岗位

本专业学生主要就业行业与岗位如下：

1、就业行业：本专业毕业生的就业行业主要有：新能源行业、互联网与电子商务行业、房地产行业、建筑/建材/工程行业、金融/投资/证券行业、专业服务(咨询、人力资源、财会)行业、快速消费品(食品、饮料、化妆品)行业等。

2、就业岗位：本专业毕业生的就业岗位主要有：企事业单位中基层管理与服务

岗位上，从事销售管理、人力资源管理、物流管理、商务咨询与策划，财务管理、客户服务管理、政府管理部门等岗位。

本专业学生主要就业岗位如下：

	初始岗位	发展岗位
核心岗位	人力资源管理专员、客户关系管理专员、商务策划专员、销售管理专员、物流管理专员、质量管理专员	人力资源主管、经理，市场营销主管、经理，客户服务主管、经理，商务策划主管、大堂主管、经理，门市部主管、经理，部经理助理，行政主管等
迁移岗位	市场调查统计员、财务人员、机关及企事业单位文员、文秘等	统计主管、财务管理人员、机关及企事业单位办公室管理人员等

(三) 工作任务与职业能力分解表

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
1. 人力资源计划	1-1 职务分析	1-1-1 认识人力资源管理方法。	人力资源管理 现代企业管理 管理学	初级经济师（人力资源管理方向）
		1-1-2 会进行岗位工作分析。		
		1-1-3 会撰写职务分析调研报告，熟练使用办公软件及相关管理软件。		
		1-1-4 会企业相关岗位职责分析。		
	1-2 岗位设计	1-2-1 能理解人事管理政策及规定。		
		1-2-2 会根据岗位设计的资格要求，开展职务描述。		
		1-2-3 会编写工作说明书。		
	1-3 制订人力资源计划	1-3-1 会对人力资源进行预测分析，与部门主管沟通了解员工的情况。		
		1-3-2 能对人力资源供求关系进行设置，人事制度的拟定。		
		1-3-3 能编制人力资源计划。		
		1-3-4 会开展人力资源计划的实施与评价。		
2. 营销策划	2-1 环境分析	2-1-1 能熟练掌握市场营销环境内容	市场营销	初级人力资源师
		2-1-2 能正确辨识影响企业的市场营销环境		
		2-1-3 能熟练掌握营销环境分析方法		
	2-2 消费行为分析	2-2-1 能熟练掌握消费心理及消费行为基础知识		
		2-2-2 能运用相关知识分析消费者行为		
		2-2-3 能够识别不同的消费者类型及购买行为。		
		2-2-4 能熟练掌握消费者购买决策过程及影响因素		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	2-3 营销战略制定	2-3-1 能熟练掌握市场营销战略理论		
		2-3-2 能根据合理细分变量细分市场		
		2-3-3 能根据企业营销目标选定正确的目标市场		
	2-4 营销组合策略设计	2-4-1 能熟练掌握营销组合相关基础知识		
		2-4-2 能根据企业营销战略确定科学可行的营销组合方案		
		2-4-3 能根据市场环境变化确定备选营销组合方案		
		2-4-4 能对营销策划效果进行科学预计		
3. 销售管理	3-1 销售计划制定	3-1-1 能根据销售影响因素,采取适当方法进行销售预测	市场营销 企业战略管理	初级经济师(工商管理)
		3-1-2 能根据合适的方法合理确定销售配额		
		3-1-3 能根据选定的销售预算方法制定销售预算		
	3-2 销售组织管理	3-2-1 能根据恰当划分原则划分销售区域		
		3-2-2 能根据各种影响因素,合理设计销售组织		
		3-2-3 能根据不同销售区域特点确定销售区域战略		
		3-2-4 能熟练掌握促销组合的不同方式内容		
4. 电子商务管理	4-1 网络调研	3-2-5 能根据销售管理目标选定合适的促销方式	电子商务	初级经济师(工商管理)
		3-2-6 能制定合理的广告、公关、人员推销、销售促进方案		
		4-1-1 能根据网络调查目标确定调查对象及调查渠道		
	4-2 网店运营	4-1-2 能够利用网络收集信息,制定网络调查计划		
		4-1-3 能够在进行信息收集后尽快进行处理,撰写调查报告		
		4-2-1 熟悉网店的不同类型及特点		
		4-2-2 能根据网店运营工作内容设计营销活动		
	4-3 网络营销策划	4-2-3 能有效运营网络工具进行网络营销推广		
		4-2-4 能根据工作需要确定网店运营基本流程		
		4-3-1 能运用网络新闻的撰写方法,撰写相关的网络新闻		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		4-3-2 能运用网络工具，开展网络营销活动，发布网络广告 4-3-3 会过程监督，有策略化思维，能建立整合不同的工作团队。 4-3-4 能进行网络营销策划方案的设计、实施		
5. 国际贸易能力	5-1 熟悉国际贸易流程 5-2 履行国际贸易合同	5-1-1 了解国际贸易相关概念、法规、惯例 5-1-2 熟悉国际贸易术语、理解贸易磋商流程 5-2-1 熟悉国际货物运输保险 5-2-2 理解交易支付类型和流程 5-2-3 理解国际贸易合同和信用证 5-2-4 熟悉合同履行的流程 5-2-5 能利用合同规定处理贸易争端	国际贸易	初级经济师（工商管理）
6. 售后服务管理	6-1 售后服务计划 6-2 组织服务人员 6-3 建立客户信息反馈系统。	6-1-1 能成品品质标准、检验规程的执行、合同法有关知识。 6-1-2 会沟通协调与掌握统计技术应用。 6-2-1 能熟练工作，细心认真负责，处理问题能力强、会库存管理咨询。 6-2-2 能有效进行组织沟通。 6-3-1 能够按计划走访客户，征求客户意见，签订用户培训协议了解、明确客户要求，准确传达客户要求。 6-3-2 能确认有能力满足客户要求，包括特殊技术要求；完成合同评审及合同更改。 6-3-3 能根据客户信息反馈，及时妥善处理客户意见反映。	管理与沟通	初级人力资源师
7. 客户关系服务与管理	7-1 客户信息建立 7-2 客户咨询受理	7-1-1 能采用不同的信息收集方式，收集有效的顾客信息 7-1-2 能按照客户分类标准，建立顾客档案并分类管理 7-1-3 能对顾客的消费能力和偏好进行分析 7-2-1 能运用标准话术，为顾客提供准确的咨询服务 7-2-2 能准确地向顾客介绍商品维护及保养常识 7-2-3 能及时掌握营销动向，向顾客提供门店相关营销信息	客户服务与管理	初级人力资源师

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	7-3 客户回访	7-3-1 能按照客户服务的要求,对客户进行回访 7-3-2 能运用恰当的方式,对特定目标客户进行专题回访 7-3-3 能运用有效的沟通技巧,保持与客户的良好合作;		
8. 管理信息系统	8-1 熟悉 MIS 管理 8-2 MIS 应用	8-1-1 了解 MIS 管理系统有企业流程管理 8-1-2 了解计算机网络、数据库、人工智能等内容 8-1-3 能利用 MIS 进行初步规划 8-1-4 能利用 MIS 系统进行数据备份和系统文档管理。 8-2-1 熟悉决策支持系统和智能决策支持系统 8-2-2 了解 ERP 系统,并能简单分析和利用该系统 8-2-3 了解 CRM 系统,并能简单分析和利用该系统		初级人力资源师
9. 管理素质	9-1 沟通交流 9-2 文档处理能力 9-3 团队合作意识	9-1-1 能了解与管理专业相关岗位的口语交际能力要求,培养良好的语境意识和职业语感 9-1-2 能熟练掌握基本的交际原则、方法及应对技巧 9-1-3 熟悉客户交往、员工管理、市场营销、价格磋商、演讲等技能操作,形成良好的人际沟通能力 9-1-4 能熟练掌握职场礼仪及人际沟通基础知识,能塑造得体大方、主动热情的职业形象 9-2-1 能熟练掌握各种商务应用文的写作规范和要求 9-2-2 能运用相关写作技巧,拟写较规范的商务应用文本 9-2-3 能熟悉应用 OFFICE 办公软件 9-3-1 能建立和谐关系,创设良好的人际氛围 9-3-2 能信任同事,积极参加集体活动,增强团队协作精神 9-3-3 能积极乐观,团结互助,热爱公司,敬业勤奋	管理学, 现代企业管理	初级人力资源师

六、培养目标及规格

（一）人才培养目标

本专业以“勤学笃行，德技双馨”校训为引领，坚持“以德为先，以德育人”的原则，践行“实践与理论并重，技术与人文融通”的办学理念，以提高人才培养质量为本落脚点 and 出发点，彰显“人文导航，技术扬帆”的办学特色，培养德、智、体、美、劳全面发展，践行新时代中国特色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，掌握专业知识和技能，面向中小企业、事业单位、政府部门，能够从事管理与服务工作，具有创新意识和创新能力的高素质技术技能人才，实现“重德育、明规范、强技能、高素质”，德性素养与技术技能统一的复合式创新型高素质技能型人才的培养目标。

（二）人才培养规格

本专业核心能力为：企业管理能力。其知识、技能结构与态度要求如下：

1. 知识

- （1）熟悉国家发展战略、政策和相关的经济法规；
- （2）系统掌握一定的自然、社会科学基本知识；
- （3）掌握一定的企业管理基础理论、基本原理、基本方法。

2. 技能

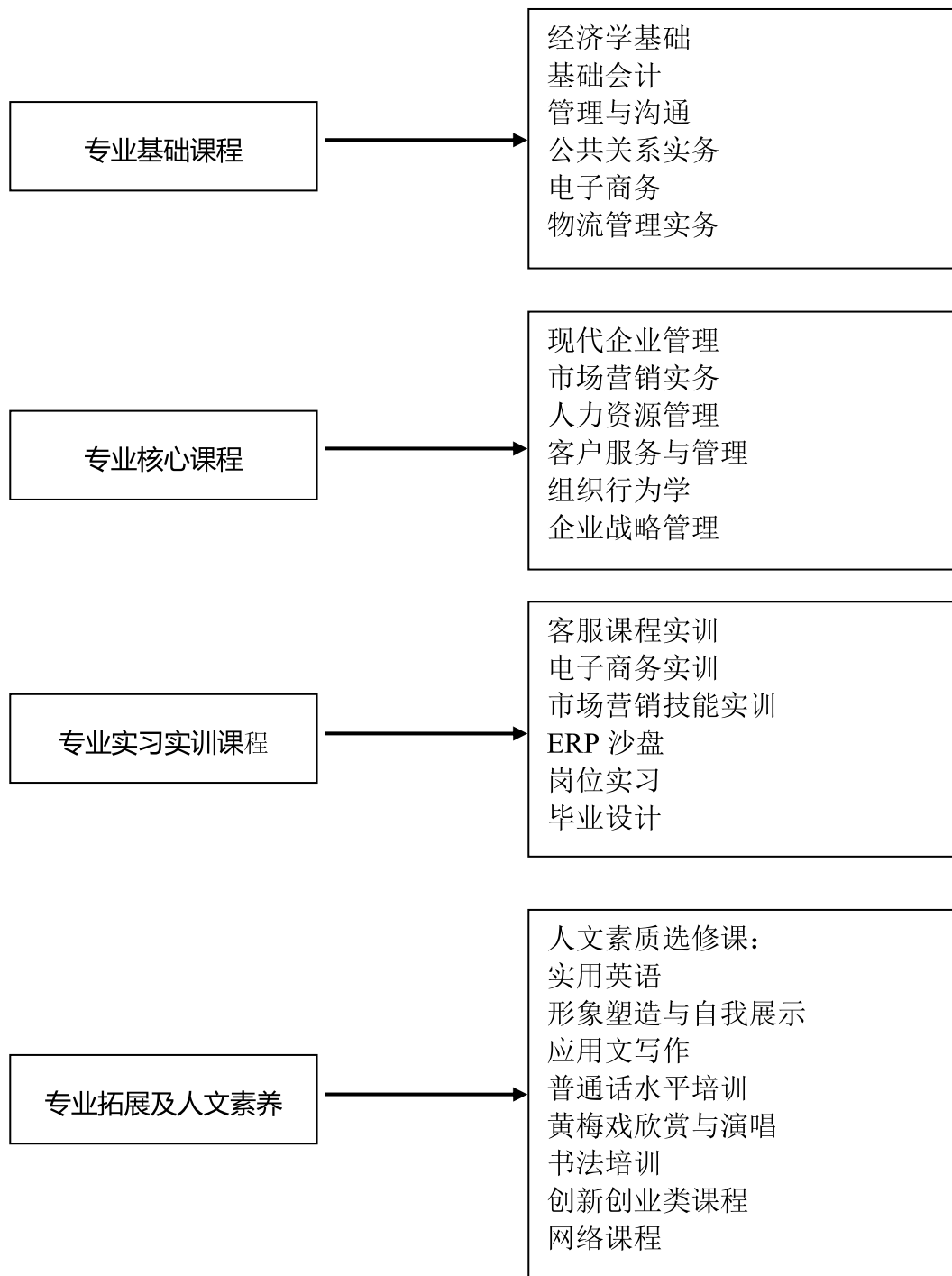
- （1）掌握管理科学、经济学、计算机等工商管理学科的基础理论和基本知识；
- （2）掌握现代企业经营管理的理论和知识，能运用现代企业管理管理软件进行企业管理和分析；
- （3）熟悉与管理相关的学科，如市场营销、人力资源管理、统计学、电子商务、国际贸易实务等。
- （4）具有较强的语言与文字表达能力、人际沟通能力、组织协调能力以及分析和解决企业管理问题的基本能力；
- （5）了解企业战略与制度，能适应企业诊断和企业咨询工作的需要；
- （6）了解本学科的理论前沿和发展动态，具有一定的科研能力。
- （7）具有较好的学习能力、人际沟通能力和团队协作意识，树立正确的营销观念，较强的客户服务意思以及较好的人文素养。

3. 素质

- （1）遵纪守法、爱岗敬业；
- （2）有较强的集体荣誉感、较强的团队意识与协作精神；
- （3）尊敬领导、服从管理，谦虚好学、积极进取；
- （4）吃苦耐劳、敢于挑战。

七、课程体系

（一）课程结构体系结构图



（二）实践教学系统

实践教学是高职教育的核心与灵魂，是培养学生实际技能和创新能力的环节，也是提高学生社会职业素养和就业竞争力的重要途径。针对工商管理专业毕业生所面向工作岗位的职业能力要求，通过广泛的调查和科学的归类分析，围绕如何达到所要求的职业能力，将实践教学内容分为工商企业认识实习、岗前综合实训、岗位实习、毕业综合实践4个环节依次展开。同时，依托校企合作实训基地，实施工学交替，使学生在课程或专业实训上，能够循着学习——实践——总结的步骤，真正把书本知识转化为胜任工作的职业能力。主要实践环节如下：

1、工商企业认识实习：组织学生到相关商贸企业进行实习，增加学生的专业性知识，了解外贸生产加工过程，进一步明确专业学习重点。

2、岗前综合实训：通过不同途径，结合实训条件，组织学生进行仿真实验室的模拟环境训练，或到商贸企业进行综合融入拟定的实训项目，提高学生人力资源管理或质量管理实际操作与技能的综合运用能力，为学生进入顶岗实习及毕业综合实践设计奠定基础。

3、岗位实习：通过学生到商贸企事业单位人力资源管理或质量管理相关岗位实习，进行人力资源管理或质量管理相关事务处理，巩固加深人力资源管理或质量管理专业知识学习和应用，进一步提高学生的人力资源管理或质量管理相关事务综合处理能力。

4、毕业综合实践

通过不同途径，商贸企事业单位人力资源管理或质量管理岗位实习，结合实习岗位及专业撰写毕业综合实践设计方案。

八、课程描述

（一）专业（技能）核心课程

围绕工商企业管理专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接职业资格证书、职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

序号	课程名称	开始学期	周学时	课程类型 (A/B/C)	总课时
1	市场营销实务	3	4	B	72
2	客户服务与管理	2	4	B	72
3	人力资源管理	4	4	B	72
4	组织行为学	2	3	B	72
5	企业战略管理	3	3	B	72
6	现代企业管理	4	3	B	72

注：A 类（理论）、B 类（理论+实践）、C 类（实践），其中理实一体化课程为 B 类课程。

（二）核心课程介绍

1、企业战略管理（72 学时）

课程名称	企业战略管理	课时	72	课程类型	B	课程负责人	张玉国
课程目标	通过本课程的教学,使学生系统地掌握管理工作基本原理、基本研究方法和基本技能,提高学生的职业实践能力,为今后的实际工作提供必要的理论指导,也为进一步学习其它专业课程打下良好的基础。						
课 程 内 容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 管理与管理学	1. 理解和掌握管理的含义,管理的性质; 2. 了解管理者的分类; 3. 掌握管理者技能要求及其分类; 4. 了解管理职能的内容及管理的意义; 5. 理解管理理论的形成与发展过程。					
	项目二 管理理论	1. 理解和掌握管理理论发展的历程; 2. 了解中外早期的管理思想; 3. 掌握古典管理理论、行为科学理论的主要管理学家及其观点; 4. 了解现代管理理论的主要观点;					
	项目三 管理环境	1. 理解和掌握管理的内部环境和外部环境; 2. 了解环境对管理者的影响; 3. 掌握 SWOT 模型,组织文化的类型及内涵、企业如何改善道德管理,企业如何关注社会责任					
	项目四 决策	1. 了解有关决策的各种理论及每种理论的主要内容与基本特征; 2. 掌握满意原则和最优原则的区别; 3. 理解决策过程每个步骤所要注意的问题及其解决办法; 4. 理解与掌握各种决策方法的基本思想与应用。					
	项目五 目标与计划	1. 掌握计划的概念、类型,计划工作的原理; 2. 了解计划的性质及计划的编制过程; 3. 理解战略性计划的概念和目标管理的含义; 4. 掌握战略环境的具体分析和战略性计划的选择; 5. 了解计划的组织实施。					
	项目六 组织设计	1. 掌握组织及组织设计的含义; 2. 理解并掌握组织的基本问题,即管理幅度与管理层次、集权与分权、直线职权与参谋职权、正式组织与非正式组织; 3. 了解组织设计的原则; 4. 掌握组织结构类型					
	项目七 人力资源管理	1. 了解人力资源的计划、过程、人员配备等的一般原则;绩效评估的定义与作用。 2. 掌握编制人力资源计划的基本程序和内容,员工招聘的程序与方法,对员工进行培训和绩效评估的方法,有效管理职业生涯的方法。					

	项目八 领导	1. 掌握领导的概念、领导与管理的关系、领导者素质要求; 2. 了解领导的作用、领导者的类型; 3. 理解和掌握领导方式的行为理论与情景理论
	项目九 激励	1. 了解几种典型人性假设的基本观点, 激励产生的外因与内因, 当代激励实务的一般做法。 2. 理解需要的意义、人类行为基本模式、激励的概念与原理 3. 掌握激励的概念与原理
	项目十 沟通	1. 了解沟通的过程、有效沟通的原则及技巧 2. 理解沟通的含义及重要性 3. 理解沟通障碍的内容 4. 掌握沟通的方式及其优缺点、组织内沟通与组织间沟通的内容。
	项目十一 控制	1. 了解理解和掌握控制的必要性 2. 掌握控制的类型、控制原理、控制的程序及有效控制的把握原则、各类控制方法。
	项目十二 创新	1. 理解和掌握创新的必要性 2. 掌握创新的内容 3. 种类创新的作用及其应用
教学建议	项目导向, 团队协作, 实施案例教学, 环境模拟, 引导学生自主性学习, 研究性学习, 做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟企业管理环境, 提高学生学习积极性, 充分利用校内外实训基地, 让学生做中学, 学中做, 实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式, 其中平时为 30%, 内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等; 实训过程与结果评定各占总成绩的 20%, 期末笔试占总成绩的 30%。	

2、现代企业管理（72 学时）

课程名称	现代企业管理	课时	72	课程类型	B	课程负责人	朱镇斌
课程目标	<p>本课程主要介绍现代企业经营活动的基本规律、现代企业管理的基本知识、基本原理和基本方法。主要包括: 现代企业管理概述、企业制度与组织文化、企业战略管理、企业营销管理、企业人力资源管理、企业生产管理、企业质量管理、企业财务管理、企业创新发展与创业管理等知识。</p> <p>通过本课程的学习, 应使学生了解和掌握现代企业的基本概念, 掌握现代企业管理的基本原理、方法; 使学生具有运用一定的企业管理理论和方法解决实际工作问题的能力, 以适应现代企业发展对于人才的需要。</p>						
课程内容	项目			工作任务			
	项目一 企业战略			1、企业战略的理论发展和内涵 2、企业 战略的基本问题 3、企业愿景与使命 4、企业 战略构成体系 5、企业战略环境分析、战略制定和实施			
	项目二 企业经营决策和计划			1、企业经济决策和计划的概念 2、企业经济决策 3、企业经营计划			
	项目三 组织结构和设计			1、组织与组织结构 2、组织设计 3、常见的组织结构类型			

	项目四 组织的人员配备	1、理解人力资源战略规划的概念 2、人力资源供求的影响因素 3、能进行人员选聘安排
	项目五 人力资源使用和开发	1、理解员工培训和绩效管理概念 2、能组织员工培训和制定绩效管理制度 3、能进行员工职业生涯管理规划
	项目六 组织的薪酬管理	1、了解员工薪酬的相关概念和功能 2、能理解基本薪酬制度 3、能设计企业激励性薪酬制度 4、能设计企业的员工福利制度 5、能进行薪酬调整与人工成本控制
	项目七 生产运作管理	1、理解生产运作管理基本概念. 2、掌握生产运作管理的范围 3、了解生产运作管理发展简史 4、熟悉并能应用先进生产方式
	项目八 质量管理	1、了解质量与质量管理基本概念 2、了解 ISO9000 族标准与质量体系认证. 3、熟悉全面质量管理及其工具及六西格玛管理
	项目九 精益生产管理	1、了解精益生产简介及历史背景 2、掌握精益生产的基本理念 3、掌握精益生产的核心一精益思想 4、能设计精益生产的基本框架
	项目十 筹资管理	1、了解筹资分类、筹资模式与管理要求 2、能进行筹资需要量的预测 3、理解筹资方式及其特点 4、能进行资本结构决策
	项目十一 投资管理	1、理解投资分类与投资决策影响因素 2、能进行项目投资管理 3、能进行有价证券投资管理 4、能进行营运资本投资管理
	项目十二 利润分配管理	1、理解股利政策与企业价值的概念 2、掌握制约利润分配的因素 3、熟悉股利支付形式与程序 4、理解股票分割与股票回购
教学建议	本课程的实践性较强,建议以“项目引导、任务驱动、学做合一”的全新模式进行,本课程的项目实例来自外贸企业,教师提出各项目、模块及单元工作任务;师生共同分析工作任务;教师讲解实现工作任务所需要的知识点;学生在教师的指导下进行技能训练,完成工作任务;最后由教师点评。	
教学环境	建议运用现代教学技术手段为学生营造和谐、开放、互动、探索的环境,激发和维持学生学习的内在动机,使学生在在学习过程中始终保持积极的自我激活状态,不断地完善自己的知识结构,实现自我适应与自我发展。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合的方式,其中过程评定占 40%,包括的内容为学生上课的出勤率、课堂的表现、操作的结果等;结果评定为期末的考试,占总成绩的 60%,考试内容为理论及案例分析等。	

3、市场营销实务（72 学时）

课程名称	市场营销实务	课时	72	课程类型	B	课程负责人	朱镇斌
课程目标	通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本原理、基本研究方法和基本技能，提高学生的职业实践能力，达到相关职业资格的考试要求，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。						
课程 内 容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 建立营销概念	1. 了解市场营销学的外延与内涵； 2. 掌握市场营销的含义； 3. 掌握与市场营销有关的概念。					
	项目二 市场营销管理哲学	1. 理解市场营销管理、市场营销管理哲学的含义和市场营销管理的任务； 2. 掌握市场营销管理哲学的演进； 3. 掌握顾客满意理论。					
	项目三 市场营销发展新趋势	1. 了解市场营销发展的新趋向； 2. 掌握关系营销、服务营销、绿色营销、网络营销的含义与特点。					
	项目四 市场营销环境分析	1. 了解市场营销环境的含义、特点以及市场营销活动与市场营销环境的关系； 2. 理解微观与宏观市场营销环境的含义； 3. 理解个人收入、个人可支配收入、个人可任意支配收入的含义； 4. 掌握恩格尔系数与定律，理解市场机会、环境威胁的含义； 5. 学会运用环境因素分析环境对市场营销活动的影响； 6. 了解企业对市场机会与环境威胁所应采取的对策。					
	项目五 市场调研与预测	1. 理解市场营销信息系统的构成； 2. 理解市场营销调研的含义、特点、类型及程序； 3. 掌握市场调研的方法； 4. 掌握市场需求预测的基本方法。					
	项目六 购买者行为分析	1. 了解生产者、消费者市场的概念、特点和购买对象； 2. 掌握生产者、消费者购买行为的类型及其购买决策的影响因素； 3. 了解生产者、消费者市场的购买过程的参与者，掌握生产者、消费者购买决策的过程。					
	项目七 目标市场营销战略	1. 掌握市场细分的概念、作用、宏观基础、依据和原则； 2. 掌握目标市场的选择及策略，学会在市场细分的基础上选择目标市场； 3. 掌握市场定位的概念、步骤、依据和方法，能够根据企业的实际情况进行市场定位。					
	项目八 市场竞争分析	1. 掌握竞争者分析的内容； 2. 了解竞争者的特点，明确如何确定竞争对象和竞争战略； 3. 理解竞争性地位的分析思路，了解市场领导者、市场挑战者、市场跟随者及市场利基者的战略。					
	项目九 市场营销组织、执行与控制	1. 具有运用所学原理进行年度计划控制、盈利能力控制的能力； 2. 基本掌握运用市场营销组织、执行和控制过程原理的能力。					

	项目十 产品策略	1. 了解整体产品及产品组合概念、熟悉产品组合策略； 2. 了解产品生命周期理论，掌握产品生命周期不同阶段的主要营销策略； 3. 掌握新产品开发与推广策略的主要内容，学会新产品的推广与扩散的实践方法； 4. 了解包装的种类和设计的基本要求，学会应用不同的包装策略。
	项目十一 品牌与商标策略	1. 了解品牌与商标的含义、作用、功能； 2. 熟悉品牌与商标的联系与区别； 3. 提高企业品牌与商标保护意识。
	项目十二 定价策略	1. 根据企业实际情况，分析影响企业营销价格的各种因素； 2. 根据影响企业定价的各种因素，进行营销定价； 3. 掌握不同企业的各种定价方法，并能制定出符合企业发展的价格策略。
	项目十三 分销渠道策略	1. 理解分销渠道的概念、了解分销渠道的功能； 2. 了解分销渠道的基本类型和模式； 3. 了解中间商的概念、类型和作用； 4. 掌握并能分析企业销售渠道的类型、动态和影响渠道决策的主要因素； 5. 了解并会进行渠道设计、渠道管理、能为当地的生产经营企业选择适当的营销渠道。
	项目十四 促销策略	1. 掌握促销组合决策的基本内容； 2. 熟悉广告媒体的选择与广告效果的测量； 3. 了解人员推销的特点、推销人员的素质要求和主要任务； 4. 熟悉营业推广和公关策略的基本原理以及主要活动方式。
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，充分利用校内外实训基地，让学生做中学，学中做，实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

4、人力资源管理（72 课时）

课程名称	人力资源管理	课时	72	课程类型	B	课程负责人	张鹏顺
课程目标	通过本课程的教学，使学生在理解人力资源管理基本原理的基础上，能够熟悉企业人力资源规划和工作分析、员工招聘、员工培训与开发等内容，明晰人力资源管理角色定位、专业架构和职业方向，为今后的实际工作提供理论指导，也为进一步学习其它专业课程打下良好的基础。						
课程内容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 人力资源管理认知	1. 理解和掌握人力资源管理的含义和相关概念； 2. 了解人力资源管理的特征； 3. 掌握管理者技能要求及其分类； 4. 了解人力资源管理职能的内容及管理的意义；					
	项目二 人力资源管理规划	1. 人力资源需求、人力资源供给含义； 2. 人力资源需求预测和供给预测的常用方法； 3. 人力资源供需平衡的策略					

	项目三 岗位分析	1. 了解岗位分析的概念 2. 熟悉岗位分析的具体过程及方法; 3. 熟悉岗位说明书的具体制作
	项目四 员工招聘	1. 掌握员工招聘相关的基础理论知识及招聘的基本常识; 2. 熟悉招聘需求信息分布的方式; 招聘渠道的选择、招聘广告的内容,, 3. 会组织员工招聘面试等工作
	项目五 员工培训	1. 掌握培训需求信息的来源方式; 2. 熟悉培训需求信息采集方法; 3. 能进行培训需求信息整理并制定具体培训方案
	项目六 员工激励	1. 掌握激励的基本理论和概念; 2. 能够了解绩效管理的有关理论与运用; 3. 能正确把握关键绩效指标体系; 了解绩效考核的方法
	项目七 员工福利	1. 理解薪酬管理的内容; 2. 熟悉薪酬制度设计的程序和内容 3. 熟悉员工福利的构成 4. 能进行员工福利的设计
	项目八 劳动纠纷处理	1. 掌握劳动纠纷的来源和分类; 2. 理解劳动纠纷的处理程序 3. 理解和掌握劳动纠纷的处理方法
教学建议	项目导向, 团队协作, 实施案例教学, 环境模拟, 引导学生自主性学习, 研究性学习, 做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟企业管理环境, 提高学生学习积极性, 充分利用校内外实训基地, 让学生做中学, 学中做, 实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式, 其中平时为 30%, 内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等; 实训过程与结果评定各占总成绩的 20%, 期末笔试占总成绩的 30%。	

5、客户服务与管理（72 学时）

课程名称	客户服务与管理	课时	72	课程类型	B	课程负责人	李婷
课程目标	本课程是工商企业管理专业的专业核心课, 通过本课程的讲解, 使学生了解客户服务的工作流程以及相关企业如何进行有效的客户服务管理活动, 掌握有效的客户服务技巧, 能在以后的工作中尽快适应工作岗位的要求。						
课程 内 容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 客户服务管理概念	1. 了解市场客户服务管理的外延与内涵; 2. 掌握客户服务管理的含义; 3. 掌握与客户服务管理有关的概念。					
	项目二 优质客户识别、开发及维护	1. 理解消费者, 顾客与客户的区别; 2. 掌握客户识别与细分; 3. 掌握优质客户的定位方法。					
	项目三 客户信息管理	1. 了解客户信息收集与管理的内容与方法; 2. 掌握客户信息分析的方法。 3. 掌握客户信息资料的建设方法。					
	项目四 客户满意度管理	1. 了解客户满意度的含义、特点等。 2. 理解客户满意度的测试体系。 3. 熟悉客户满意度级度设计及量化计算。 4. 掌握客户满意度的提升方法。 5. 理解客户优越感的含义及提升方法。					

	项目五 客户忠诚度管理	1. 了解客户忠诚度的含义、特点等。 2. 理解客户忠诚度的测试体系。 3. 熟悉客户忠诚度级度设计及量化计算。 4. 掌握客户忠诚度的提升方法。 5. 理解会员体系的创建及会员积分管理。
	项目六 CRM 营销	1. 了解 CRM 营销的含义及其三大构成因素。 2. 掌握 CRM 营销布局及规划。 3. 了解 CRM 主动营销及其方法。 4. 熟悉 CRM 关系营销、CRM 互动营销。 5. 能理解和实施客户关系生命周期管理。
	项目七 呼叫中心管理	1. 了解呼叫中心的类型划分及其价值。 2. 掌握呼叫中心的设计关键点。 3. 掌握呼叫中心 KPI 设计、能编制呼叫中心岗位职责。
	项目八 客户数据分析	1. 掌握客户数据分析的内容、意义。 2. 掌握客户数据分析的指标体系、思维方式、分析方法等。 3. 理解 RFM 客户分析模型及其应用并能运用 RFM 模型制定营销策略。
	项目九 客户服务部门组建	1. 了解客户关系管理的实施模式的类型。 2. 掌握客户管理的 KPI 的构成内容。 3. 了解 CRM 人员的能力要求及其职责设置。 4. 掌握 CRM 实施计划的设计方法。 5. 了解 CRM 与 ERP 及 SCM 的关系。
教学建议	6、项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	7、充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，充分利用校内外实训基地，让学生做中学，学中做，实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	8、成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

6、组织行为学（72 课时）

课程名称	组织行为学	课时	72	课程类型	B	课程负责人	王厚义
课程目标	通过本课程的教学，使学生在理解组织结构的基础上，能够熟悉组织机构的规划和人员的组织安排，明晰员工行为定位、专业架构和职业方向，为今后的实际工作提供理论指导，也为进一步学习其它专业课程打下良好的基础。						
课程 内 容	项 目	工 作 任 务					
	项目一 认知组织结构	1. 理解和掌握组织的含义和相关概念； 2. 了解组织的特征； 3. 掌握组织要求及其分类； 4. 了解组织职能的内容及管理的意义；					
	项目二 直线组织结构	1. 直线组织需求、人力资源供给含义； 2. 直线组织的常用方法； 3. 组织平衡的策略					
	项目三 矩形组织结构	1. 了解矩形组织的概念 2. 熟悉岗位分析的具体过程及方法； 3. 熟悉矩形组织结构的架构方法					

	项目四 组织沟通	1. 掌握员工招聘相关的基础理论知识及招聘的基本常识； 2. 熟悉招聘需求信息分布的方式；招聘渠道的选择、招聘广告的内容， 3. 会组织员工招聘面试等工作
	项目五 组织协调	1. 掌握组织协调信息的来源方式； 2. 熟悉培训组织协调采集方法； 3. 能进行组织协调信息整理并制定具体培训方案
	项目六 组织管理	1. 掌握组织管理的基本理论和概念； 2. 能够了解组织管理的有关理论与运用； 3. 能正确把握组织管理体系；了解绩效考核的方法
	项目七 职能制组织结构	1. 理解职能制组织结构的内容； 2. 熟悉职能制组织结构设计的程序和内容 3. 熟悉职能制组织结构的构成 4. 能进行职能制组织结构的设计
	项目八 组织劳动纠纷处理	1. 掌握劳动纠纷的来源和分类； 2. 理解劳动纠纷的处理程序 3. 理解和掌握劳动纠纷的处理方法
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟企业管理环境，提高学生学习积极性，充分利用校内外实训基地，让学生做中学，学中做，实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

九、实施保障

（一）师资队伍

教师类型	姓 名	年 龄	职 称	学 历 学 位	主 讲 课 程	是否双师
校内专任	朱镇斌	45	副教授	硕士研究生	现代企业管理	是
	孙文芳	29	待评	硕士研究生	人力资源管理	否
	汪 章	30	待评	硕士研究生	组织行为学	否
	王依婷	25	待评	硕士研究生	客户服务与管理	否
	张玉国	41	讲师	本科硕士	管理学	是
	张鹏顺	56	教授	本科硕士	组织行为学	是
校内兼课	王厚义	52	副教授	硕士研究生	企业战略管理	是
	李 专	37	讲 师	本科硕士	组织行为学	是
	孙美丽	35	讲 师	硕士研究生	电子商务数据分析	否
	胡 强	32	助 教	本科学士	Office 二级培训	否
校外兼课	江 勤	50	高级教师	安庆十中	计算机基础	是

（二）教学设施

1、校内基地条件

实训类别	实训项目	主要设备名称	数量（台/套）
市场营销实训室	销售管理、客户关系管理、数据分析等	ERP 沙盘	1
		市场营销实训平台	1
		商务谈判室	2
电子商务实训室	电子商务运营等	电子商务管理软件	1
物流实训室	物流管理	第三方平台软件	1
会计实训室	会计管理	会计实训平台	3
国际贸易实训平台	国际贸易操作流程	国际贸易教学实训平台	1
企业资源计划管理	企业资源管理	ERP 沙盘	1

2、校外基地条件

目前，本专业已经与以下单位签订学生实习协议：

序号	实训企业	地点	实训项目	签订协议情况
1	安徽青园集团	安徽省安庆市大桥经济开发区	人力资源管理	已签
2	安庆金同兴针织服饰有限公司	安徽省安庆市龙眠山路	网络销售管理	待签
3	安庆世家商务酒店	安徽省安庆市宜城路	客户关系管理	已签
4	驭岳国际有限责任公司	上海市宝山区沪太路	售后管理	已签
5	天脉珠宝销售有限公司	上海自由贸易试验区金沪路	质量管理	已签
6	安庆市 48 号电子商务园	安徽省安庆市人民路	产品调度管理	已签
7	南京魔乐集团公司	南京市新吴区菱湖大道	广告、客户服务	已签
8	安庆石油公司	安徽省安庆市迎江区长青路	设备管理	已签

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照《安庆职业技术学院教材管理办法》进行教材的选用与征订，优先选用“十三五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂，杜绝使用不合格教材。

2. 图书文献配备基本要求

学校图书馆纸质或电子文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生查询、借阅方便。其中，专业类图书文献主要包括工商企业管理等方面的专业用书和文献资源，并且订阅有多种专业领域的优秀期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

本专业建有音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等方面列举等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）教学方法

以学生为中心，积极探索与实施多种教学方式。在实际教学过程中，采用现场教学、启发式教学、项目化教学、案例式教学等灵活多样的教学方法，充分调动学生学习的积极性、主动性，促进学生的积极思考，激发学生的潜能。教学方法的采用强调学生自主性、师生互动性与成果应用性紧密结合。

根据工商企业管理专业的教学特点，可以将学生分组进行教学，方便以项目、案例为载体的教学方法的实施。

鼓励教师将课程教学内容与职业标准对接。“岗课赛证”课程可以将职业资格考试成绩替代课程考试成绩。

（五）学习评价

过程控制与终结性考核并举，企业考核与学校考核结合，知识学习与技能掌握并重。课程考核采用过程性考核与期末考试相结合的方式。注重平时成绩，强调实践动手能力的培养。

操作性较强的课程，其期末考核可以以完成某个具体项目的策划或实施完成程度作为主要考核依据方式。通过对提交的策划方案或实施报告，以及实际工作中实践项目建设成果来进行综合评定。

（六）质量管理

学校制定有《教学质量监控体系及实施办法》、《教师教学质量考核办法》、《内部质量保证责任事故认定及处理办法》以及专业与课程层面自我诊改工作实施办法等，形成了由校领导、校教学督导、二级学院负责人、专业建设负责人等组成的教学质量监控评价队伍，建立了一套适合我校特点的教学质量管理与教学检查评估系统。主要有：

1. 每年适时更新人才培养方案、开展教学质量标准建设和课程资源建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 加强“校、院(部)、专业”三级日常教学组织运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，巡课、听课、评教、评学等常态化进行。定期开展专业与课程建设水平和教学质量诊断与改进，定期开展公开课、示范课等教研活动，与企业联动强化岗位实习等实践教学环节的督导。

3. 学校建立有毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每年开展跟踪毕业生反馈及社会评价，并对招生地生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教学团队充分利用以上评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

(七) 专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余 瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	朱镇斌	副教授	工商企业管理专业负责人	安庆职业技术学院
5	孙文芳	助讲	工商管理专业专任教师	安庆职业技术学院
6	王依婷	助讲	工商管理专业专任教师	安庆职业技术学院
7	汪 章	助讲	工商管理专业专任教师	安庆职业技术学院
8	王厚义	副教授	工商管理专业专任教师	安庆职业技术学院
9	聂鲜红	/	总经理	安庆爱尚装饰工程有限公司
10	王亚泉	/	学生	安庆职业技术学院
11	盛茗玉		学生	安庆职业技术学院

十、毕业要求

通过全国普通高等学校统一招生考试或应用型本科和高等职业院校分类招生考试取得我校全日制统招学籍，全日制在校学习三年，修完本专业所有公共基础课、专业基础课，专业核心课、选修课，成绩在合格或以上，准予毕业。

（一）学时或学分要求

公共基础课程	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	职业技能证书	合计
38	54	43	10	4	149

（二）第二课堂要求

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 (思想政治与道德素养)(必修学分)	2
增智模块 (学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训)(选修学分)	2
强体模块 (强身健体与提升体能素质)(必修学分)	2
蕴美模块 (人文艺术与身心发展)(选修学分)	2
育劳模块 (社会实践与志愿服务)(必修学分)	2

（三）职业技能证书或职业资格证书

鼓励学生取得的本专业领域国家职业资格证书，每一个证书计 4 学分。

证书名称	发证机构	学分
人力资源师（初级）	人力资源与社会保障部	4
初级经济师（工商管理）	人力资源与社会保障部	4

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	22	创新创业类课程	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。 2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
	小计（不低于）		98					5	

(二) 专业(技能)课程教学进程表

类别	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注
专业基础课程	1	管理学基础	56	36	18	1	3	3	√		
	2	商务礼仪	56	18	36	1	3	3		√	
	3	经济学基础	54	36	18	2	3	3		√	
	4	基础会计	54	36	18	2	3	3	√		
	5	电子商务实务	54	18	36	3	3	3		√	
	6	国际贸易实务	54	24	30	3	3	3		√	
	7	网络营销实务	36	18	18	4	2	2		√	
	8	现代物流实务	54	24	30	4	3	3		√	
	9	市场营销实务	72	36	36	2	4	4	√		
	10	客户服务与管理	72	36	36	3	4	4	√		
	11	人力资源管理	72	36	36	3	4	4	√		
	12	组织行为学	72	36	36	3	4	4	√		
	13	现代企业管理	72	36	36	4	4	4	√		
	14	企业战略管理	72	36	36	4	4	4	√		
	15	连锁经营管理	36	18	18	2	2	2		√	
	16	经济法实务	36	18	18	3	2	2		√	
	17	管理与沟通	54	24	30	4	3	3		√	
	18	跨境电子商务	36	18	18	2	2	2		√	
	19	新媒体营销	36	18	18	2	2	2		√	
	小计: (学时控制在 954—1008 之间, 学分控制在 53—56 之间)		1008	522	486	——	56	—	—		
集中实践模块	1	客服课程实训	18		18	2	1	1		√	累计不超过 60 课时
	2	电子商务综合实训	36		36	3	2	2		√	
	3	ERP 沙盘	18		18	3	1	2		√	
	4	商务谈判实训	36		36	4	2	2		√	累计不超过 60 课时
	5	1+X 证书培训 (电子商务)	60		60	4	4	4		√	
	6	毕业设计	120		120	4	6				4-6 周
	7	岗位实习	180		180	5-6	10				
	8	岗位实习	300		300	5-6	16				
	小计: (学时控制在 734—774 之间, 学分控制在 40—43 之间)		768		768	——	42		—	—	集中实践课时

说明: 1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程, 全员、全方位丰富和拓展劳动教育实施途径, 具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案(试行)》执行。

2. 《体育》在第 1-2 学期开设选项课；第 3-4 学期开设校园阳光健康跑，并辅以高水平运动队的组织训练，由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	450	25	25
二	453	25	25
三	460	26	26
四	448	25	25
五	440	24	24
六	440	24	24

注：平均周课时数 = 总课时数 / 18

(四) 各类课程学时学分分配表

课程类别	学时数	比例 (%)	实践学时	学分
公共基础课程	712	17.8	276	39
专业（技能）课程	972	27.4	424	54
职业技能课程	738	43.2	668	41
素质拓展课程	180	11.6	180	10
合计	2602	100	1548	145

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科工商企业管理专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份

2023 级高职专科跨境电子商务专业

人才培养方案

一、专业名称与专业代码

专业名称：跨境电子商务

专业代码：530702

首次招生：2021 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业全日制专科教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

四、修业年限

基本学制 3 年

五、职业岗位

（一）职业面向

本专业主要面向中小工业企业、商业企业、政府机构的管理部门。本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握跨境电商领域相关专业理论知识，具备跨境电子商务网络营销、活动策划、平台运营等能力，从事跨境电商平台运营及数据分析、营销推广、视觉营销、网络客服等工作的高素质技术技能人才。

（二）工作岗位

本专业学生主要就业行业与岗位如下：

所属专业大类 (代码)	所属专业 类(代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域举例)	职业资格 (职业技能等级)证书举例
财经商贸大类 (63)	电子商务类 (6308)	批发业(51) 零售业(52) 制造业(C) 互联网和相关服务(64) 软件和信息技术服务业(65)	国际商务人员 (2-06-05-00) 生产组织与管理工程技术人员 (2-02-34-04)	1. 跨境电商营销专员 2. 跨境采购专员 3. 跨境网络编辑 4. 跨境运营专员 5. 国际市场推广专员 6. 跨境客服专员 7. 跨境销售专员 8. 跨境物流专员 9. 跨境电商数据分析专员	1. 跨境电子商务运营师 2. 跨境电子商务师 3. 大数据分析师 4. 商务数据分析师 5. 阿里巴巴跨境电商人才初级/中级证书 6. 全国跨境电商运营推广专员 7. 全国外贸业务员证书 8. 国际商务单证员证书

(三) 工作任务与职业能力分解表

主要职业能力:

1、职业素养

(1) 坚决拥护中国共产党领导, 树立中国特色社会主义共同理想, 践行社会主义核心价值观, 具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感;

(2) 遵守法律, 遵规守纪, 遵守、履行道德准则和行为规范, 具有社会责任感和社会参与意识;

(3) 崇德向善、诚实守信、爱岗敬业, 具有精益求精的工匠精神;

(4) 具有质量意识、安全意识、信息素养、全球视野、市场洞察力和创新思维;

(5) 具有较强的集体意识和团队合作精神, 具有良好的行为习惯和自我管理能力;

(6) 具有健康的体魄、心里和健全的人格, 养成良好的健身与卫生习惯;

(7) 具有一定的信息、审美和人文素养;

(8) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维。

2、专业知识

(1) 掌握思想政治、应用文协作、大学生心理与健康等相关公共基础知识;

(2) 掌握国际商务礼仪、商务数据分析、网络营销、互联网在跨境电子商务本领域的应用知识;

(3) 熟悉主要贸易国家和地区的政治、宗教、文化、经济、地理、风土人情、消费水平和有关跨境电商的政策法规及交易习惯；

(4) 掌握跨境电商选品以及主流跨境电子商务平台规则、业务操作流程等知识；

(5) 熟悉跨境物流与海外仓业务流程和知识；

(6) 熟悉跨境电商通关业务与流程知识，能正确填制进出口货物报关单；能够办理一般进出口货物通关手续；能够办理保税进出口货物通关手续等。

(7) 掌握跨境电商领域创新创业等相关知识。

3、职业能力

(1) 具备国内外法律意识，遵守涉及我国及目的地国家的进出口法律法规，以及国内外主流网络平台政策；

(2) 能够洞悉国际市场变化，能借助互联网工具对市场趋势进行预测；

(3) 具有跨文化交流能力；

(4) 具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力；

(5) 具有环境适应能力，以及终身学习能力；

(6) 具有信息技术应用与加工能力；

(7) 具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力，能够运用外语开展网络客户服务；

(8) 具备把握国际市场消费趋势、确定商品的能力；

(9) 具备跨境电子商务视觉设计与文案策划的能力；

(10) 能够根据企业自身经营情况，选择合适的经营产品并将其投放于合适的跨境电子商务渠道；

(11) 具有根据经营目标开展跨境电子商务网络营销、开展跨境电子商务平台运营的能力；

(12) 具有面向不同供应商开展采购活动的的能力，选择合适的跨境物流方案并开展跨境物流活动的的能力；

(13) 具有数据分析能力，能够对跨境电子商务市场、产品和运营数据进行综合分析与应用的能力。

(14) 能够具备品牌发展理念，树立国际品牌打造目标，掌握品牌推广方式和品牌维护理念；

(15) 能够结合主要贸易国家的宗教信仰、商务习惯、法律法规等人文知识确定营销目标和方案，规划人力、设备等资源投入；

(16) 能够根据经营产品的运营成本，对不同供应商进行评估和筛选，开展采购活动；

(17) 能够根据市场需求在跨境电子商务平台上开展产品上下架、店铺装修等工作；

(18)能够根据跨境电子商务运营情况开展效果分析，优化产品的定价、渠道、推广、客服、物流等策略，达到公司效益的最大化。

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
A 客户服务与管理	A-1 解决客户咨询问题	● 能熟悉本企业的各个功能以及详细业务流程，对新功能及时跟进	客户关系管理 公关与礼仪	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能从本企业客户角度出发，制定并随时更新可能的 FAQ		
		● 能通过倾听，分析客户电话/网络所反映的最主要问题，并给出最有效的解答		
		● 做出解答后，能针对行业特性进行问题回访，并自行制作填写反馈表		
		● 能熟练的运用呼叫中心		
	A-2 根据规则及时处理客户投诉/举报	● 能熟悉本企业对于客户投诉或举报的规则		
		● 能以正确的态度以及心态来对待各种客户投诉/举报，第一时间给出正确的应对措施		
		● 能熟悉自我心理调节方法		
		● 能严格按照规则对投诉/举报进行处理		
		● 能自行填写制作处理满意度反馈表		
	A-3 客户数据挖掘、整理分析	● 能制作客户信息表，并填写各基本数据	电子商务数据分析 基础统计 电子商务实务	1+x 电子商务数据分析职业技能等级证书
		● 能通过数据分析出希望进行方向性指导的几方面		
		● 能统计客户数，购买客户数，投书客户数，投诉后主动撤销客户数等数据		
● 能针对相关数据对上一阶段工作进行总结，及时弥补缺点				
● 能对客户档案信息进行更新，老客户档案要维护，新客户档案要跟进				
● 能对投诉处理等各项反馈表进行整理分析，汇总后得出结果				
● 能根据自己直接接触客户的经验与所获取的信息及数据，及时发布本企业管理或生产中的潜在问题及危险，或是新机会				
A-4 CRM 营销	● 能根据本店铺的客户数据进行有针对性的 CRM 营销			
	● 能分析当前店铺数据，结合当前时段的客户数据做针对性的活动			
B 跨境	B-1 产品拍摄	● 能根据店铺风格确定店铺产品风格，定位产品、人物、环境的选择		
		● 能根据拍摄环境设置摄影器材参数		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
电商视觉设计		● 能使用辅助器材进行背景设置与布光		
		● 能根据不同商品选择不同的布局、环境对商品实物图进行拍摄		
	B-2 图片处理	● 能根据店铺需要使用图像处理软件对拍摄后的图片进行编辑	视觉设计 电子商务 沙盘	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能根据商品实际校色调色		
		● 能根据不同的产品制作相关的产品推广图片和宣传广告，配合网店产品促销制作活动推广图片		
	B-3 网店装修	● 能根据网店特色选择模板		
		● 能使用html语言进行简单的自定义功能设计		
		● 能将处理后的素材上传到网店相应位置		
	B-4 视觉设计	● 能根据店铺定位，设计店招		
		● 能根据视觉色彩设计元素进行商品主图制作		
		● 能根据商品以及消费者特点，设计产品详情页		
		● 能根据各种促销活动和节假日特点制作宣传海报		
C 跨境电商运营运营管理	C-1 店铺设计及管理	● 能策划并组织实施网店整体营销推广计划方案，懂得制定各阶段计划方案，提升网店自身营销能力	网店运营 实务 电子商务 财务管理 新媒体运营 电子商务 沙盘	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能协调内部资源完成采购、物流、售后等各个环节		
		● 能对日常工作出现的问题及时解决，保证团队工作的正常进行		
		● 能及时分析网店的各项销售数据		
	C-2 商品信息管处理	● 能对店铺商品进行上架、下架操作		
		● 能对店铺商品订单进行处理操作，及时清理违规和将要违规商品，懂得排查、预审		
		● 能对店铺商品进行促销操作		
	C-3 SEO 优化	● 能根据搜索引擎原理和商品关键词常用挖掘策略，通过对商品和用户的分析，拆解关键词词根，完成商品关键词的挖掘工作		
		● 能根据关键词分类方法与规范，建立关键词词库		
		● 能根据商品关键词词库制作合适的商品标题		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		● 能根据 SEO 优化规则，完成商品标题优化		
		● 能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广自己分配，制定合理的推广计划出价策略、地域策略、日期策略		
	C-4 SEM 推广	● 能根据制定的推广计划策略，结合具体的推广任务目标，制定选词与出价、人群定向、推广创意策略	网络营销 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能根据制定的关键词选词策略，挖掘合适的关键词，建立 SEM 词库		
		● 能根据制定的推广策略准确完成不同类型推广计划的搭建		
		● 能根据制定的推广组策略准确完成推广组搭建		
		● 能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率		
	C-5 营销推广	● 能运用网店工具进行网店流量推广	市场营销 实务 网络营销 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能运用网店工具进行会员营销		
		● 能运用网店工具进行行业数据咨询		
		● 能运用网店工具进行营销推广和优化经营活动，制定相应的推广计划、推广预算分配以及相应的效果目标		
		● 能针对推广效果进行跟踪、评估，并提交推广效果的统计分析报表，及时提出营销改进措施，给出切实可行的改进方案		
D 网络营销	D-1 网络调研	● 能根据给定的调查对象、内容，设计网络调研问卷		1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 会使用在线调研工具		
		● 能读懂调研数据及其表示的含义		
		● 能规范撰写网络调研报告		
	D-2 网络营销策略	● 能合理的对网站产品价格进行调整		
		● 能选择适合的定价策略对网络产品进行定价		
		● 能尝试应用不同的渠道发布简单的网络广告		
		● 能根据给定的条件，选择合适的网络营销渠道		
	D-3 网络营销战略策划	● 能根据给定案例，准确设计出定制营销的内容、合理选择营销媒介		
		● 能根据给定案例，合理制定网络体验营		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		销方案 ● 能根据给定案例，选择合适的网络平台（微信、微博、论坛、门户网站）进行娱乐营销 ● 能根据当前舆论热点、季节、假日等相关爆点制定借势营销推广计划 ● 能以自建淘宝网店、手机微店为平台，开展相应的网络主题营销		
E 跨境电商物流	E-1 库房系统统计及商品供应链管理	● 能根据平台订单与库房情况及时制定相关数据汇总表 ● 能配合库房整理与统计信息，发现商品、宣传、渠道等方面存在物流问题时及时记录上报 ● 能对公司各类地址联系方式进行监督纠错 ● 能对公司销售商品类型、数量、损耗等信息进行记录汇总，周期性汇报相关部门 ● 能周期性对库房及商品供应管理进行总结并上报 ● 能在发货前对商品外包装、赠品完整性进行检查，发现问题时能及时进行补救	基础统计 现代物流 实务	1+x 网店运营推广职业技能等级证书
		● 能在配送前对商品进行配送保护措施，保证商品在配送到客户手上时保护层的完整性与整洁外观 ● 能在遇到特殊情况无法完成商品的物流配送时，积极配合相关部门解决问题 ● 能在遇到特殊情况需要延迟或较长时间滞留时，及时配合客服与客户进行沟通解决		
	E-2 运输及配送管理			
	E-3 仓储管理	● 能正确填写产品入库单 ● 能根据产品的性质划分仓储区域 ● 能按照 ABC 重点控制法原理分配货位 ● 能根据不同性质的物品进行定期或不定期盘点，确认数量与质量 ● 能按时、按一定方法分拣货物、核对出库 ● 能填写产品出库单		
	E-4 物流售后服务	● 能登记好所有来件的详细信息并知会相关人员处理 ● 能对客户退回来的商品检测核实，标出处理方案，统一登记资料后发给相关客服人员，由客服人员跟进并知会客户		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		<ul style="list-style-type: none">● 能确保换货的产品都经过仔细检测，避免再次出现因产品质量问题而遭到客户投诉● 能周期性的对用户反馈信息进行总结汇报		
F 跨境电商营销策划	F-1 跨境电商营销	● 能利用 Google 搜索引擎做好关键词广告	跨境电商实务	1+x 跨境电商多平台运营职业技能等级证书
		● 能利用 Face book、Twitter 做好社交媒体营销		
		● 能利用 YouTube 做好视频营销		
		● 能利用平台工具做好付费营销		
	F-2 跨境电商策划	● 能熟练操作跨境电商物流中报关的操作流程		
		● 能根据客户订单选择最适合的物流渠道		
		● 能根据包裹重量准确计算所属物流公司的邮费		
		● 能根据企业实际情况选择海外仓的类型		
	F-3 跨境电商客服	● 能在规定的时间内准确、清晰地解答买家的咨询		
		● 能熟练运用跨境平台评价系统，并能有效引导买家好评		
		● 能与海外买家协商解决跨境商品买卖纠纷		
		● 能定期将买家提出的问题进行分类总结，并及时向销售、采购、仓储、物流等部门主要负责人反馈，为他们决策提供参考		
G 短视频运营	G-1 电子商务短视频制作	● 能根据产品差异设计短视频脚本并完成拍摄	短视频运营	1+x 直播电商职业技能等级证书
		● 能掌握打造爆款短视频的技巧		
		● 能组建并管理短视频运营团队		
		● 能熟练操作视频剪辑软件对短视频进行“二次创作”		
	G-2 网络管理与维护	● 能安装和配置网络操作系统	电子商务实务	
		● 能使用常见的网络应用软件		
		● 能使用专门的网络管理软件		
	G-3 电子商务信息安全管理	● 能制定电子商务企业信息安全管理制度		
		● 能下载和安装企业和个人数字证书确保数据安全		
		● 能对文档进行加密和解密操作		

六、培养目标及规格

（一）人才培养目标

本专业以“勤学笃行，德技双馨”校训为引领，坚持“以德为先，以德育人”的原则，践行“实践与理论并重，技术与人文融通”的办学理念，以提高人才培养质量为本落脚点出发点，彰显“人文导航，技术扬帆”的办学特色，培养德、智、体、美、劳全面发展，践行新时代中国特色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，掌握专业知识和技能，面向中小企业、事业单位、政府部门，能够从事跨境电子商务类工作，具有创新意识和创新能力的高素质技术技能人才，实现“重德育、明规范、强技能、高素质”，德性素养与技术技能统一的复合式创新型高素质技能型人才的培养目标。

（二）人才培养规格

本专业核心能力为：跨境电子商务能力。其知识、技能结构与态度要求如下：

1. 知识

- （1）熟悉国家发展战略、政策和相关的经济法规；
- （2）系统掌握一定的自然、社会科学基本知识；
- （3）掌握一定的企业管理基础理论、基本原理、基本方法。

2. 技能

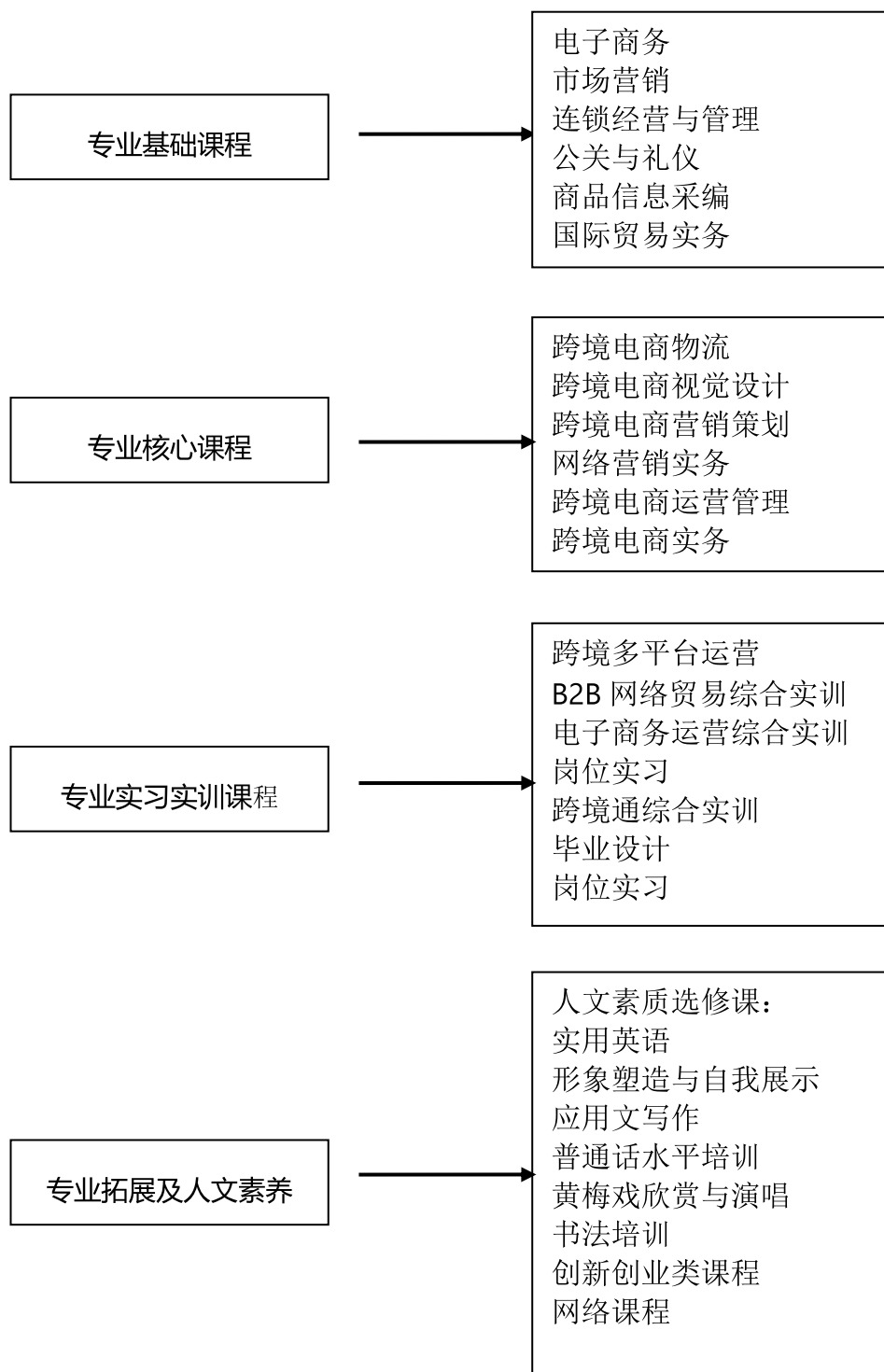
- （1）掌握跨境电子商务专业的基础理论和基本知识；
- （2）掌握现代电子商务、网络营销的理论和知识，能运用现代企业经营管理相关软件进行企业管理和分析；
- （3）熟悉与管理相关的学科，如跨境电商基础、网络营销、基础统计、电子商务、国际贸易实务等。
- （4）具有较强的语言与文字表达能力、人际沟通能力、组织协调能力以及分析和解决跨境电商问题的基本能力；
- （5）了解企业跨境电子商务制度，能适应企业诊断和企业咨询工作的需要；
- （6）了解本学科的理论前沿和发展动态，具有一定的科研能力。
- （7）具有较好的学习能力、人际沟通能力和团队协作意识，树立正确的营销观念，较强的客户服务意思以及较好的人文素养。

3. 素质

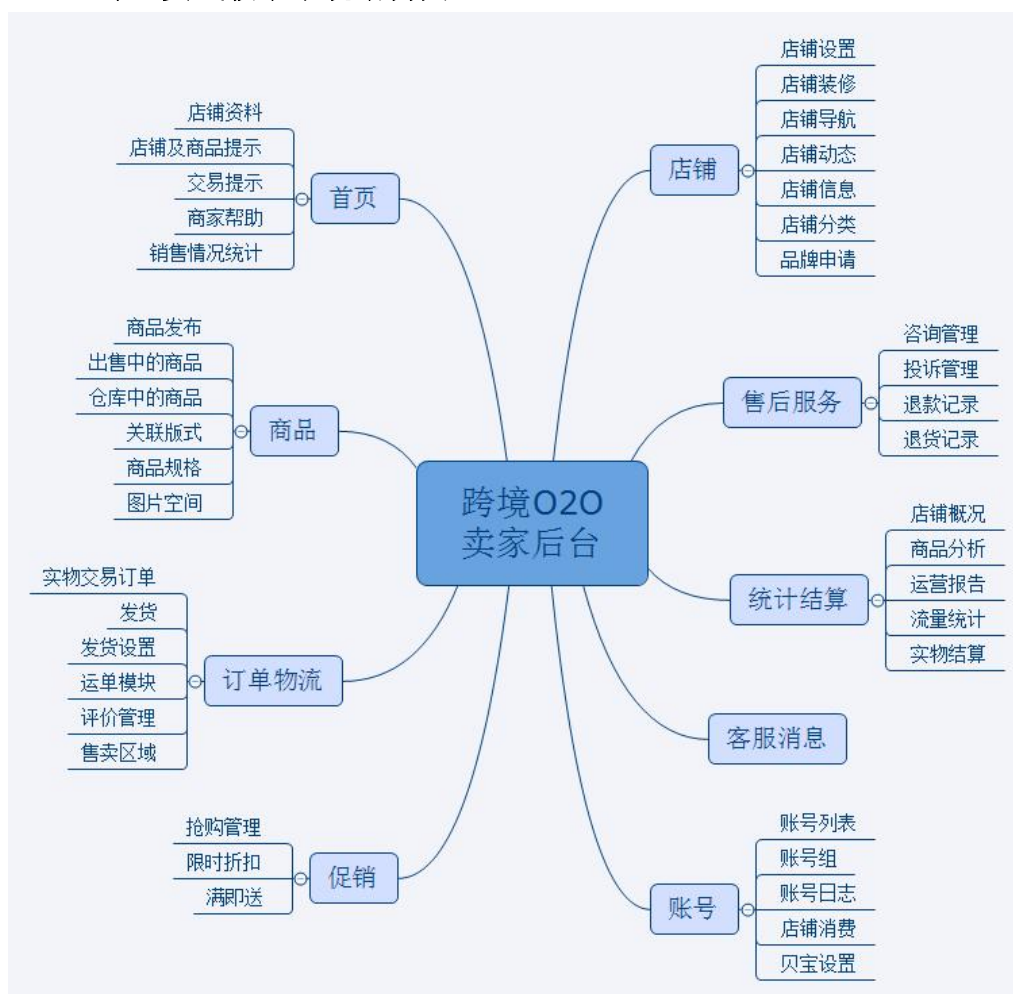
- （1）遵纪守法、爱岗敬业；
- （2）有较强的集体荣誉感、较强的团队意识与协作精神；
- （3）尊敬领导、服从管理，谦虚好学、积极进取；
- （4）吃苦耐劳、敢于挑战。

七、课程体系

（一）课程结构体系结构图



（二）专业实践教学系统结构图



实践教学是高职教育的核心与灵魂，是培养学生实际技能和创新能力的环节，也是提高学生社会职业素养和就业竞争力的重要途径。针对跨境电商专业毕业生所面向工作岗位的职业能力要求，通过广泛的调查和科学的归类分析，围绕如何达到所要求的职业能力，将实践教学内容分为工商企业认识实习、岗前综合实训、岗位实习、毕业综合实践4个环节依次展开。同时，依托校企合作实训基地，实行工学交替，使学生在课程或专业实训上，能够循着学习——实践——总结的步骤，真正把书本知识转化为胜任工作的职业能力。主要实践环节如下：

1、跨境电商企业认识实习：组织学生到相关商贸企业进行实习，增加学生的专业感性知识，了解外贸生产加工过程，进一步明确专业学习重点。

2、岗前综合实训：通过不同途径，结合实训条件，组织学生进行仿真实验室的模拟环境训练，或到商贸企业进行综合融入拟定的实训项目，提高学生人力资源管理或质量管理实际操作与技能的综合运用能力，为学生进入顶岗实习及毕业综合实践设计奠定基础。

3、岗位实习：通过学生到商贸企事业单位人力资源管理或质量管理相关岗位实

习，进行人力资源管理或质量管理相关事务处理，巩固加深跨境电商专业知识学习和应用，进一步提高学生的跨境电子商务专业能力及相关事务综合处理能力。

4、毕业综合实践

通过不同途径，商贸企事业单位电子商务、跨境电子商务岗位实习，结合实习岗位及专业撰写毕业综合实践设计方案。

八、课程描述

（二）专业（技能）核心课程

围绕跨境电子商务专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接职业资格证书、1+x 职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

序号	课程名称	开始学期	周学时	课程类型 (A/B/C)	总课时
1	跨境电商营销策划	3	4	B	72
2	网络营销实务	2	4	B	72
3	跨境电商运营管理	4	4	B	72
4	跨境电商实务	2	3	B	72
5	跨境电商视觉设计	3	3	B	72
6	跨境电商物流	4	3	B	72

注：A 类（理论）、B 类（理论+实践）、C 类（实践），其中理实一体化课程为 B 类课程。

（三）专业（技能）核心课程描述

1、（72 学时）跨境电商营销策划

课程名称	跨境电商营销策划	课时	72	课程类型	B 类	课程负责人	孙文芳
课程地位	本课程是跨境电子商务专业核心课程，本课程基于网店运营工作岗位设计，从市场调研、店铺策划到店铺开设、店铺管理、网店运营推广的流程设计教学内容，强调实战化教学效果，为学生网上创业提供新思路。						
课程目标	通过学习本课程，达到合理的平台选择，有效的市场调研和店铺定位，能进行店铺装修与日常管理，掌握网店运营推广的基本方法，解决店铺的物流仓储，培养学生诚信意识，以及分析问题解决问题的能力，培养学生自主创业意识。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 网店前期筹划		1、了解网店运营经理岗位职责； 2、熟悉组建网店运营团队基本要求； 3、熟悉网店运营从业者的职业操守。				
	项目二 商品上架		1、分析商品所在行业市场环境； 2、根据产品性质选择优质货源；				

		3、选择适宜的电商平台； 4、做好网店开业前准备工作； 5、掌握电商平台开店规则。
	项目三 网店装修	1、理解什么是视觉营销； 2、掌握商品图片拍摄的方法，能对网店商品图片进行美化； 3、熟练制作商品详情页； 4、熟练装修网店店铺。
	项目四 网店运营活动策划及执行	1、了解网店运营活动平台的选择及投放活动策划； 2、熟悉网店运营策划执行常规活动方案； 3、掌握实施网店运营店铺大型活动流程。
	项目五 网店推广	1、了解什么是差异化运营； 2、掌握商品 SEO 优化概念和技巧； 3、了解网店免费推广渠道和方法； 4、掌握 SEM 管理概念和操作流程 5、掌握信息流推广概念和操作流程。
	项目六 网店客户服务	1、能利用在线沟通工具进行日常处理； 2、能处理客服中所出现的日常问题。
	项目七 网店数据运营分析	1、了解什么是网店运营数据； 2、掌握利用工具收集网店运营数据的方法和技巧； 3、熟练分析店铺后台运营数据。
	项目八 网店仓储与物流	1、熟悉网店物流发货流程； 2、理解网店仓储和配送的区别；
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	多媒体教室、能使用互联网、厦门优优汇联模拟仿真实训软件，鸿科经纬 1+X 网店运营推广实训软件，校企合作实习基地。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 35%，期末笔试占总成绩的 35%。	

2、网络营销实务（72 学时）

课程名称	网络营销实务	课时	72	课程类型	B 类	课程负责人	朱镇斌
课程地位	本课程是跨境电子商务专业核心课程，本课程对网络营销运作策略、工具、方法进行系统介绍。						
课程目标	能够运用网络营销的特点、功能、常用的方法等基本知识，分析与策划企业的网络营销活动方案，正确选定网络营销运作模式；能够有效分析网络消费者群体及其网络消费者市场能力要求，能够设计合理的网上调查问卷及投放工具使用、投放渠道甄选。能够运用网络营销策略的相关知识学会有效运用网上个性化服务操作、有效的网上促销形式的选择与评估操作、网络广告策划与设计与撰写策划书；能够运用网络营销综合知识、电子商务法律在电子商务平台上从事的个人网上创业活动。						
课程内容	项目	工作任务					
	项目一 网上市场调研	1、网上消费者群体分析 2、网上调研渠道的选择 3、信息搜集、网上问卷设计与有效投放					
	项目二 网络营销工具	1、撰写企业规划、运营推广策划报告 2、熟悉网络信息发布方法 3、正确运用网络营销工具进行推广					

	项目三 网络营销策略组合	网络营销的产品、价格、渠道、促销、服务策略分析与运作
	项目四 网络营销广告手段	1、网络广告形式及报价 2、网络广告效果测评
	项目五 网络营销策划书的编制	网络营销战略分析与规划，策划书的撰写。
教学建议	教学活动设计要循序渐进，在教学总课时与计划下，围绕着学习领域模块和项目活动中的不同具体情况，结合学生人数、组数，项目及任务的难易程度不同情况进行适当教学调整	
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室	
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实操训练，策划书撰写），期末成绩 40%	

3、跨境电商运营管理（72 学时）

课程名称	跨境电商运营管理	课时	72	课程类型	B 类	课程负责人	汪章
课程地位	本课程是跨境电子商务专业的专业核心课， 通过本课程的讲解，使学生了解网上客户服务的工作流程以及电商相关企业如何进行有效的客户服务活动，掌握有效的网店客户服务技巧，能在以后的工作中尽快适应工作岗位的要求。						
课程目标	通过本课程的学习，使学生了解电商相关企业如何进行有效的客户服务活动，掌握客户关系管理的理论、方法、策略，提升客户服务意识，能在以后的工作中尽快适应工作岗位的要求。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一	网上客服售前准备	以小组为单位模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装等）客服人员对该行业产品进行调研，完成产品知识学习，尝试进行产品推荐，探讨如何成为优秀淘宝客服，形成实验报告				
	项目二	网上客户服务流程演练	模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装、进口食品等）客服人员，进行淘宝客户服务流程的演练，并生成实验报告				
	项目三	网上客服接待与沟通演练	与淘宝网客服进行一次“一对一”沟通体验，记录沟通过程，进行沟通效果分析并生成实验报告				
	项目四	有效订单处理	模拟淘宝购物过程中的有效订单信息、费用的确认，演示有效订单下单发货流程				
	项目五	交易纠纷的处理	以小组为单位模拟淘宝网店某行业（手机、化妆品、服装、进口食品等）客服人员，针对交易纠纷问题进行互动演示，生成实验报告				
	项目六	客户关系管理实操	利用客户关系管理工具，针对某一淘宝网店进行客户关系管理中的步骤演练和客户分组、客户关怀与营销模拟操作				
教学建议	完善双师型教学团队，加强实训平台建设。						
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室，企业合作实习基地。						
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、仿真实训、实操训练），期末成绩 40%						

4、跨境电商实务（72 学时）

课程名称	跨境电商实务	课时	54	课程类型	B 类	课程负责人	孙文芳
课程地位	本课程是跨境电子商务专业核心课程之一。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力。						
课程目标	通过本课程的学习，学生应具备从事跨境电子商务工作的基本操作技能。即对学生的职业能力、工作能力和创新能力的培养。						
课程内容	项目			工作任务			
	项目一 初识跨境电商			1、掌握跨境电商的定义 2、了解跨境电商的模式分类 3、了解跨境电商的发展趋势			
	项目二 跨境电商营销			1、了解搜索引擎营销的方式 2、能够利用 google 做好搜索引擎营销 3、能够利用 face book、twitter 做好社交营销 4、能够利用店铺营销工具做好付费营销			
	项目三 跨境电商物流			1、了解跨境电商物流三大模式 2、理解跨境电商物流中的通关与报关 3、了解海外仓定位与思路			
	项目四 跨境电商线上支付			1、了解跨境电商常见信用卡支付方式 2、了解跨境电商常见第三方支付方式 3、能够设置跨境支付账户			
	项目五 跨境电商客户服务技巧与纠纷处理			1、了解跨境客户服务的职能及所需技能 2、掌握做好客户服务的技巧 3、掌握询盘沟通的技巧 4、能够处理售后服务纠纷			
教学建议	项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一						
教学环境	多媒体、机房、实训基地						
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实训、实操训练），期末成绩 40%						

5、跨境电商视觉设计（72 学时）

课程名称	跨境电商视觉设计	课时	48	课程类型	B 类	课程负责人	王依婷
课程地位	本课程是跨境电子商务专业核心课程。						
课程目标	通过学习本课程，达到一定审美观，拍摄好商品图片，图片镜像处理，店铺装修，视觉设计等。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 Photoshop CS 基础知识		1、保存格式、上传相片 2、裁剪商品照片 3、抠图商品照片 4、商品照片调色				
	项目二 工具箱类		1、掌握使用套索工具创建选区 2、熟悉掌握通过图层颜色来建立选区 3、了解绘图、画笔工具设置与使用方法 4、熟悉 Photoshop 中文字的处理要求				
	项目三 拍摄商品		利用拍摄设备拍摄商品				

	项目四 网店装饰与美化	1、网店装修，拍摄高质量的产品图片 2、店铺图片美化效果处理 3、设计店招 4、设计制作广告和促销模板
	项目五 商品详情页制作	1、制作宝贝详情页模板 2、制作服装类商品描述 3、制作电子类商品描述 4、制作日用品类商品描述 5、熟悉切片与详情页切片的导出方式
教学建议	项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一。建立师生交流渠道，经常和学生一起反思学习过程和学习效果，做到教学相长。	
教学环境	多媒体、机房	
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、实训、实操训练），期末成绩 40%	

6、跨境电商物流（72 学时）

课程名称	跨境电商物流	课时	72	课程类型	B 类	课程负责人	朱镇斌
课程地位	本课程是跨境电子商务专业核心课。为学生从事电子商务运营与推广、客户服务等电子商务相关岗位工作打下数据分析的基础。						
课程目标	通过本课程的学习，使学生掌握物流调查方案设计、供应链数据资料的收集、整理、分析和数据分析报告的撰写方法和思路，及运用 EXCEL 进行数据分析的基本方法。本课程主要是培养学生物流、供应链、运输分析的能力。						
课程内容	项目		工作任务				
	项目一 跨境电商物流管理导论		1、了解商务数据的重要作用与应用。 2、了解商务数据的分类与多种来源渠道。 3、了解商务数据的各种分析指标及其含义。				
	项目二 跨境电商物流市场及运作模式		1、会管理供货商信息。 2、会管理客户信息。 3、会管理商品信息。 4、会打印与输出店铺资料。				
	项目三 跨境电商采购与库存管理		1、能够分析店铺运营情况。 2、能够分析月度销售情况。				
	项目四 跨境电商物流运输管理		1、会分析买家情况。 2、会分析买家总体消费情况。				
	项目五 跨境电商物流配送管理		1、会销售数据的统计与分析。 2、会不同商品销售的统计与分析。 3、会同类商品销售的统计分析。				
	项目六 跨境电商物流信息与技术管理		1、会分析采购成本。 2、会分析采购时间。 3、会控制采购成本。				
	项目七 跨境电商下的供应链管理		1、能够分析商品库存数据。 2、能够查询和分析单一商品状态。 3、能够动态查询库存尚品。				
	项目八 跨境电商物流成本管理		1、能够分析竞争对手的销售情况。 2、能够分析行业状况。				
教学建议	完善双师型教学团队，加强实训平台建设。						
教学环境	多媒体、网络、模拟仿真实验室，企业合作实习基地。						
成绩评定	平时成绩教学环节 60%（包括：提问、作业、仿真实训、实操训练），期末成绩 40%						

九、实施保障

（一）师资队伍

教师类型	姓 名	年 龄	职 称	学历学位	主讲课程	是否双师
校内专任	朱镇斌	45	副教授	硕士研究生	网络营销实务	是
	孙文芳	29	待评	硕士研究生	跨境电商营销策划	否
	汪 章	30	待评	硕士研究生	跨境电商运营管理	否
	王依婷	25	待评	硕士研究生	跨境电商视觉设计	否
	江 园	32	助 教	本科学士	跨境电商物流	否
	蔡艳芬	40	讲 师	硕士研究生	跨境电商运营管理	是
	王厚义	52	副教授	硕士研究生	跨境电商实务	是
	孙美丽	35	讲 师	硕士研究生	电子商务数据分析	否
校内兼课	李 专	36	讲 师	本科硕士	客户服务与管理	是
	胡 强	30	助 教	本科学士	Office 二级培训	否
校外兼任	江 勤	50	高级教师	安庆十中	视觉设计（美工）	是

（二）教学设施

1. 校内基地具备条件

实训类别	实训项目	实训技能点	工位数
电子商务综合实训	电子商务 B2B、B2C、C2C 实训、跨境电子商务平台操作	网上开店	52
		网络营销	52
		网店推广	52
		网店装修设计	52
		跨境店铺开设	36
		跨境店铺装修设计	36
物流综合实训	电子商务物流实训	电跨境子商务物流	50
企业经营管理实训	模拟企业经营	企业经营	60
		企业管理	60
商品信息采编实训	商品图片拍摄、信息采集	数码相机使用	30
		摄影棚布景	30
		商品拍摄	30

2. 校外基地具备条件

校外实习基地要求

- (4) 正规企业，愿意联合办学或者每次愿意接受实习学生 10 人以上；
- (5) 要求签约，买意外险；
- (6) 企业性质与安排的实习岗位与学生实习项目相关。

已签约的实习单位

序号	实训企业	实训项目	签订协议情况	企业所在地
1	安庆市云霄电子商务有限公司	淘宝、天猫店铺运营、客服、美工设计	已签	安庆
2	安徽金枪鱼网络科技有限公司	网络销售、网络策划、店铺运营、广告、客户服务	已签	安庆
3	潜山县和沐电子商务有限公司	移动商务、微营销推广	已签	安庆
4	安徽淘博网络科技有限公司	网络营销推广、客户服务与管理、网络策划与运营	已签	安庆
5	安庆市贝帮贸易有限公司	网络销售、网络策划、店铺运营、广告、客户服务	已签	安庆
6	安庆市点赞信息科技有限公司	移动商务、微营销、客服	已签	安庆
7	安庆市 48 号电子商务园	客服、运营、美工、移动商务	已签	安庆
8	安庆论坛网络科技有限公司	网络营销推广、客户服务与管理、网络策划与运营	已签	安庆

(三) 教学资源

1. 教材选用基本要求

按照《安庆职业技术学院教材管理办法》进行教材的选用与征订，优先选用“十三五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂，杜绝使用不合格教材。

2. 图书文献配备基本要求

学校图书馆纸质或电子文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生查询、借阅方便。其中，专业类图书文献主要包括跨境电子商务等方面的专业用书和文献资源，并且订阅有多种专业领域的优秀期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

本专业建有音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等方面列举等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

(四) 教学方法

1、根据跨境电子商务专业教学特点，建议将学生按 4-6 人的标准分成若干组进行教学，方便以项目、案例为载体的教学方法的实施。

2、鼓励教师将课程教学内容与职业标准对接。“1+X 课证融合”课程可以将职业

技能等级考试成绩替代课程考试成绩。

（五）学习评价

评价采用过程与结果相结合，校外与实习单位相结合评价体系。评价内容从对学生认知领域评价扩展为对学生全面综合的评价，即态度、知识、技能、方法、能力多维兼顾；评价主体要积极探索多元化，可实施学生自评、同学互评、授课教师与指导老师评价综合使用；评价方法实行多样化，定量、定性结合。

（六）质量管理

学校制定有《教学质量监控体系及实施办法》、《教师教学质量考核办法》、《内部质量保证责任事故认定及处理办法》以及专业与课程层面自我诊改工作实施办法等，形成了由校领导、校教学督导、二级学院负责人、专业建设负责人等组成的教学质量监控评价队伍，建立了一套适合我校特点的教学质量管理与教学检查评估系统。主要有：

1. 每年适时更新人才培养方案、开展教学质量标准建设和课程资源建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。
2. 加强“校、院(部)、专业”三级日常教学组织运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，巡课、听课、评教、评学等常态化进行。定期开展专业与课程建设水平和教学质量诊断与改进，定期开展公开课、示范课等教研活动，与企业联动强化岗位实习等实践教学环节的督导。
3. 学校建立有毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每年开展跟踪毕业生反馈及社会评价，并对招生地生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。
4. 专业教学团队充分利用以上评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

（七）专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余 瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	朱镇斌	副教授	跨境电商专业专任教师	安庆职业技术学院
5	孙文芳	助讲	跨境电商专业专任教师	安庆职业技术学院
6	王依婷	助讲	跨境电商专业专任教师	安庆职业技术学院
7	汪 章	助讲	跨境电商专业专任教师	安庆职业技术学院

序号	名单	职称	职务	工作单位
8	王厚义	副教授	跨境电商专业专任教师	安庆职业技术学院
9	齐 凯	/	总经理	安庆大白鲸电子商务有限公司
10	王 峰	/	总经理	安徽金枪鱼网络科技有限公司
11	郭紫薇	/	学生	安庆职业技术学院
12	刘佳怡	/	学生	安庆职业技术学院

十、毕业要求

通过全国普通高等学校统一招生考试或应用型本科和高等职业院校分类招生考试取得我校全日制统招学籍，全日制在校学习三年，修完本专业所有公共基础课、专业基础课，专业核心课、选修课，成绩在合格或以上，准予毕业。

（一）学时或学分要求

公共基础课程	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	1+X 证书	合计
38	54	43	10	4	149

（二）第二课堂要求

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 (思想政治与道德素养)(必修学分)	2
增智模块 (学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训)(选修学分)	2
强体模块 (强身健体与提升体能素质)(必修学分)	2
蕴美模块 (人文艺术与身心发展)(选修学分)	2
育劳模块 (社会实践与志愿服务)(必修学分)	2

（三）“1+X”证书要求或职业资格证书

鼓励学生取得的本专业领域国家职业资格证书或教育部“1+X”试点证书，每一个证书计4学分。

证书名称	发证机构	学分
网店运营推广（中级）	北京鸿科经纬科技有限公司	4
跨境电商多平台运营（中级）	厦门优优汇联信息科技股份有限公司	4
直播电商（中级）	南京奥派信息产业股份公司	4

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	22	创新创业类课程	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。 2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
	小计（不低于）		98					5	

(二) 专业(技能)课程教学进程表

类别	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注
专业基础课程	1	经济学基础	56	28	26	1	3	3	√		
	2	电子商务实务	56	28	26	1	3	3	√		
	3	商务礼仪	42	24	18	1	3	3		√	
	4	基础会计	54	24	30	2	3	3		√	
	5	管理学基础	54	36	18	2	3	3		√	
	6	商务英语	54	30	24	2	3	3	√		
	7	跨境电商实务	36	12	24	2	2	2	√		
	8	跨境电商物流	54	24	48	2	3	3	√		
	9	市场营销实务	72	24	48	3	4	4	√		
	10	连锁经营管理	54	28	26	3	3	3		√	7—12 周 赴企业实训
	11	跨境电商视觉设计	54	30	24	3	3	3	√		7—12 周 赴企业实训
	12	跨境电商营销策划	72	24	48	3	4	4	√		7—12 周 赴企业实训
	13	国际贸易实务	54	28	26	4	3	3		√	
	14	网络营销实务	54	24	30	4	3	3	√		
	15	跨境电商运营管理	54	24	30	4	3	3	√		
	16	电子商务沙盘	36	12	36	3	3	3		√	7—12 周 赴企业实训
	17	短视频运营	54	24	30	4	3	3	√		
	18	新媒体运营	54	24	30	4	3	3	√		
	专业选修课	1 office 二级培训	36	12	24	4	3	2		√	
	2	直播营销	36	12	24	4	3	2		√	
小计: (学时控制在 954—1008 之间, 学分控制在 53—56 之间)			1008	444	564	—	56	—	—		
集中实践模块	1	美工课程实训	34		34	3	2	2		√	7—12 周 赴企业实训
	2	客服课程设计	40		40	3	2	4		√	7—12 周 赴企业实训 60 课时
	3	跨境电子商务综合实训	40		40	3	2	4		√	7—12 周 赴企业实训
	4	1+X 证书培训	60		60	4	3	4		√	教务处不单列课时
	5	毕业设计	120		120	5	6	—			4—6 周
	6	岗位实习	180		180	5	10	—			
	6	岗位实习	300		300	6	16	—			
	小计: (学时控制在 734—774 之间, 学分控制在 40—43 之间)		774		774	—	41		—	—	集中实践课时

说明: 1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程, 全员、全方位丰富和拓展劳动教

育实施途径,具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案(试行)》执行。

2.《体育》在第1-2学期开设选项课;第3-4学期开设校园阳光健康跑,并辅以高水平运动队的组织训练,由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	438	24	25
二	466	26	26
三	414	24	23
四	432	26	26
五	300	17	16
六	300	17	16
合计	2384	--	132

(四) 各类课程学时分配表

课程类别	学时数	百分比(%)	实践学时	学分
公共基础课程	650	25.39	258	38
专业技术课程(包括专业基础、专业核心、专业拓展课程)	960	37.44	536	53
集中实践课程	774	30.19	774	41
第二课堂课程	180	7.02	180	10
合计	2564			142

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科跨境电子商务专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份

2023 级高职专科市场营销专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销 专业代码：530605 本专业首次招生时间：2005 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：全日制、职业高等教育

学历层次：大专

三、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

四、修业年限

基本学制 3 年。

五、职业岗位

（一）职业面向

主要面向各类生产和流通企业，从事营销、策划和管理等岗位工作，或机关、企事业单位从事文秘和基层管理等岗位工作。

（二）工作岗位

本专业学生主要就业岗位如下：

	初始岗位	发展岗位
核心岗位	营销专员、销售专员、新媒体运营专员、客户关系管理专员、渠道设计与管理人员、公关专员、广告设计专员、市场调查专员、网络营销专员、营销策划专员	营销主管、经理，新媒体运营主管、经理，销售主管、经理，市场主管、经理，大堂主管、经理，门市部主管、经理等
迁移岗位	主播、统计员、财务人员、网页制作专员、机关及企事业单位文员、文秘等	统计主管、直播运营人员、财务管理人员、机关及企事业单位办公室管理人员等

（三）工作任务与职业能力分解表

通过对岗位及岗位群进行工作任务和职业能力分析，确定工作领域、工作任务和职业能力。

工作领域	工作任务	职业能力与素质要求
1. 市场调研	1-1 调研策划	● 能根据调研目标设计调研内容
		● 能根据调研内容确定调查对象
		● 能根据调研对象选择调查方法
		● 能根据调研目标、对象、内容制定调研方案
	1-2 问卷设计	● 能根据调研策划要求设计问卷调查表
		● 能根据调研内容及对象的不同拟定问卷内容
		● 能确保问卷内容有效实现问卷目标的实训
	1-3 实地调研	● 能根据调研目标及相关要求执行调研任务
		● 能运用调查记录工具，及时记录调研信息
		● 能运用相关统计方法，汇总分析调研结果
	1-4 撰写调研报告	● 能熟练掌握调研报告撰写规范
		● 能在调研实施的基础上形成调研报告
		● 能尽量保证调研报告科学合理，力保调研目标的实现
2. 营销策划	2-1 环境分析	● 能熟练掌握市场营销环境内容
		● 能正确辨识影响企业的市场营销环境
		● 能熟练掌握营销环境分析方法
		● 能运用环境分析工具分析影响企业的各种营销环境
	2-2 消费行为分析	● 能熟练掌握消费心理及消费行为基础知识
		● 能运用相关知识分析消费者行为
		● 能够识别不同的消费者类型及购买行为
		● 能熟练掌握消费者购买决策过程及影响因素
	2-3 营销战略制定	● 能熟练掌握市场营销战略理论
		● 能根据合理细分变量细分市场
		● 能根据企业营销目标选定正确的目标市场
		● 能为选定的目标市场进行正确的市场定位

工作领域	工作任务	职业能力与素质要求
	2-4 营销组合策略设计	● 能熟练掌握营销组合相关基础知识
		● 能根据企业营销战略确定科学可行的营销组合方案
		● 能根据市场环境变化确定备选营销组合方案
		● 能对营销策划效果进行科学预计
3. 销售管理	3-1 销售计划制定	● 能根据销售影响因素，采取适当方法进行销售预测
		● 能根据合适的方法合理确定销售配额
		● 能根据选定的销售预算方法制定销售预算
	3-2 销售组织管理	● 能根据恰当划分原则划分销售区域
		● 能根据各种影响因素，合理设计销售组织
		● 能根据不同销售区域特点确定销售区域战略
	3-3 促销组合设计	● 能熟练掌握促销组合的不同方式内容
		● 能根据销售管理目标选定合适的促销方式
		● 能制定合理的广告、公关、人员推销、销售促进方案
	3-4 销售人员招聘	● 能根据企业实际制定招聘计划
		● 能根据招聘确定人员招聘渠道
		● 能根据对应聘人员的合理评估进行遴选、聘用
	3-5 销售人员培训	● 能教学科学的培训需求分析
		● 能根据培训需求制定培训计划
		● 能有效实施培训计划
4. 客户关系管理	4-1 客户信息建立	● 能采用不同的信息收集方式，收集有效的顾客信息
		● 能按照客户分类标准，建立顾客档案并分类管理
		● 能对顾客的消费能力和偏好进行分析
	4-2 客户咨询受理	● 能运用标准话术，为顾客提供准确的咨询服务
		● 能准确地向顾客介绍商品维护及保养常识
		● 能及时掌握营销动向，向顾客提供门店相关营销信息
	4-3 客服平台维护	● 能对客户信息进行有效的维护及管理
		● 能运用有效的沟通技巧，保持与客户的良好合作
		● 能妥善处理顾客异议

工作领域	工作任务	职业能力与素质要求
	4-4 客户回访	● 能按照客户服务的要求，对客户进行回访
		● 能运用恰当的方式，对特定目标客户进行专题回访
5. 商务谈判	5-1 谈判方案制定	● 能根据谈判需求进行信息收集及选择谈判对象
		● 能制定科学合理的谈判方案
		● 能够组织进行模拟实务谈判，并修正完善谈判方案
	5-2 谈判过程管理	● 能够熟练掌握谈判的成功模式，设计商务谈判流程
		● 能够有效组织商务谈判开局并营造适宜谈判气氛
		● 能够有效组织商务谈判对局并使谈判顺利进行
		● 能够有效促成商务谈判成交并签订商务合同
	5-3 谈判关系维护	● 能够熟练掌握最后让步策略及技巧
		● 能够较好维护谈判关系
6. 网络营销	6-1 网络调研	● 能根据网络调查目标确定调查对象及调查渠道
		● 能够利用网络收集信息，制定网络调查计划
		● 能够在进行信息收集后尽快进行处理，撰写调查报告
	6-2 网店运营	● 能根据工作需要确定网店运营基本流程
		● 能根据网店运营工作内容设计营销活动
		● 能有效运营网络工具进行网络营销推广
	6-3 网络营销策划	● 能运用网络新闻的撰写方法，撰写相关的网络新闻
		● 能运用网络工具，开展网络营销活动，发布网络广告
		● 能进行网络营销策划方案的设计、实施
7. 营销实施	7-1 电话营销	● 能熟悉电话营销活动的基本流程
		● 能在电话营销活动中对客户心理进行准确分析
		● 能熟练运用相关话术及电话礼仪开展营销活动
	7-2 店堂销售	● 能熟悉店堂销售的工作内容及基本流程
		● 能对店堂进行合理布置，熟练掌握顾客沟通技巧
		● 能熟练掌握店堂销售技巧及方法策略
	7-3 会展营销	● 能向展商和观众开展展会宣传，推广展会
		● 能制作各种展会宣传品，进行自媒体维护，新闻、广告等宣传

工作领域	工作任务	职业能力与素质要求
		● 能够负责展会的服务工作，并对于签约参展的客商提供售后服务
	7-4 房地产营销	● 能熟练掌握房地产营销的基础知识及房地产销售工作流程
		● 能根据顾客需求，积极推介产品，不断提高销售技巧
		● 能不断开发客户，建立客户档案，搞好客户服务
		● 能协助客户办理成交及入住手续，处理顾客异议
	7-5 汽车营销	● 能熟练掌握汽车营销的基础知识及汽车销售工作流程
		● 能根据顾客需求，积极推介产品，不断提高销售技巧
		● 能不断开发客户，建立客户档案，搞好客户服务
		● 能协助客户办理成交及入户手续，处理顾客异议
	7-6 商品促销	● 能根据商品促销活动的细则，对商品促销活动中的工作任务进行分解
		● 能按照活动细则及要求，有效实施商品促销活动
		● 能收集促销活动的相关信息，及时汇总并向相关部门反馈
8. 营销素质	8-1 销售意识	● 能够树立正确的营销观念
		● 能够树立客户服务思想，能以客户为中心开展工作
		● 能养成随时寻找顾客，开展销售活动的职业习惯
	8-2 沟通交流	● 能了解与市场营销专业相关岗位的口语交际能力要求，培养良好的语境意识和职业语感
		● 能熟练掌握基本的交际原则、方法及应对技巧
		● 能进行客户交往、电话接打、商品导购、价格磋商、商务演讲等技能操作，形成良好的人际沟通能力
	8-3 礼仪素养	● 能熟练掌握营销岗位服务礼仪及人际沟通基础知识
		● 能熟练掌握营销活动各环节的礼仪规范及服务内容
		● 能塑造得体大方、主动热情的职业形象
	8-4 应用文写作	● 能熟练掌握各种商务应用文的写作规范和要求
		● 能运用相关写作技巧，拟写较规范的商务应用文本
	8-5 团队合作	● 能建立和谐关系，创设良好的人际氛围
		● 能信任同事，积极参加集体活动，增强团队协作精神
		● 能积极乐观，团结互助，热爱公司，敬业勤奋

通过工作领域、工作任务和职业能力分析，确定对应课程。

工作领域	专业核心课	专业基础课	专业选修课
市场调研	市场调查实务	高职数学	
营销策划	营销策划实务	市场营销实务	
销售管理	商务谈判与推销技巧	促销活动策划与执行	
客户关系管理	商务谈判与推销技巧	促销活动策划与执行	
商务谈判	商务谈判与推销技巧		
网络营销	网络营销实务	电子商务实务 新媒体营销 新媒体营销实务	
营销实施	商务谈判与推销技巧 消费心理理论与实务	广告理论与实务 管理沟通实务 毕业设计 岗位实习	1+X 证书培训 市场营销技能沙盘 专业技能大赛培训 创业培训
营销素质		公关与礼仪 经济学基础 经济法实务 基础会计 商务礼仪实训	实用英语 职场综合英语 普通话水平培训 书法培训

六、培养目标及规格

（一）培养目标

为适应区域经济发展的需要，坚持“以德为先，以德育人”，培养具有社会主义核心价值观，具有良好的公共道德和职业道德，具有较强的团队意识和协作精神，系统掌握营销基础理论知识及操作技能，能在企事业单位从事市场调研、商品销售、商务谈判、营销活动策划、销售管理、网络营销等工作，具有较强的实践能力、创新能力、就业能力、创业能力、学习能力，德、智、体、美、劳全面发展的，达到德性素养与技术技能统一的复合式创新型高素质技能型人才，建立“厚商德、明规范、强技能”的人才培养目标。

（二）培养规格

本专业核心能力为：市场调研与分析能力、市场营销策划与管理能力、销售管理能力、商务谈判与沟通能力、网络营销与营销实施能力。其知识、技能结构与素质要求如下：

1. 知识

- （1）熟练掌握一定的市场营销基础理论、基本原理、基本方法；
- （2）熟练掌握营销策划的相关基础理论知识，熟练掌握销售管理工作流程；
- （3）熟练掌握客户管理相关知识，了解商务谈判基本理论知识及成功模式；
- （4）熟悉网络营销及电子商务相关基础知识，了解新媒体营销发展趋势及前景。

2. 技能

- （1）能够合理运用市场调研方法，设计调研问卷并实施调研，撰写调研报告。

(2) 能够按照营销策划书的架构,进行营销环境及市场分析,根据企业的营销目标,制定营销战略,设计营销组合,撰写营销策划书。

(3) 能够根据企业营销目标,制定销售计划,设计促销组合,并根据不同的区域市场制定销售战略及人员招聘及激励措施。

(4) 能够收集并建立客户信息,受理客户咨询,正确处理客户异议,实施客户关怀,较好维持与客户关系。

(5) 能够根据收集的信息及谈判目标制定商务谈判方案,能够熟悉谈判流程并完成谈判操作。

(6) 能够进行网页制作,能够运用网络营销工具及新媒体进行营销推广。

3. 素质

(1) 熟悉国家发展战略、政策和相关的经济法规;

(2) 系统掌握一定的自然、社会科学基本知识;

(3) 遵纪守法、爱岗敬业;

(4) 有较强的集体荣誉感、较强的团队意识与协作精神;

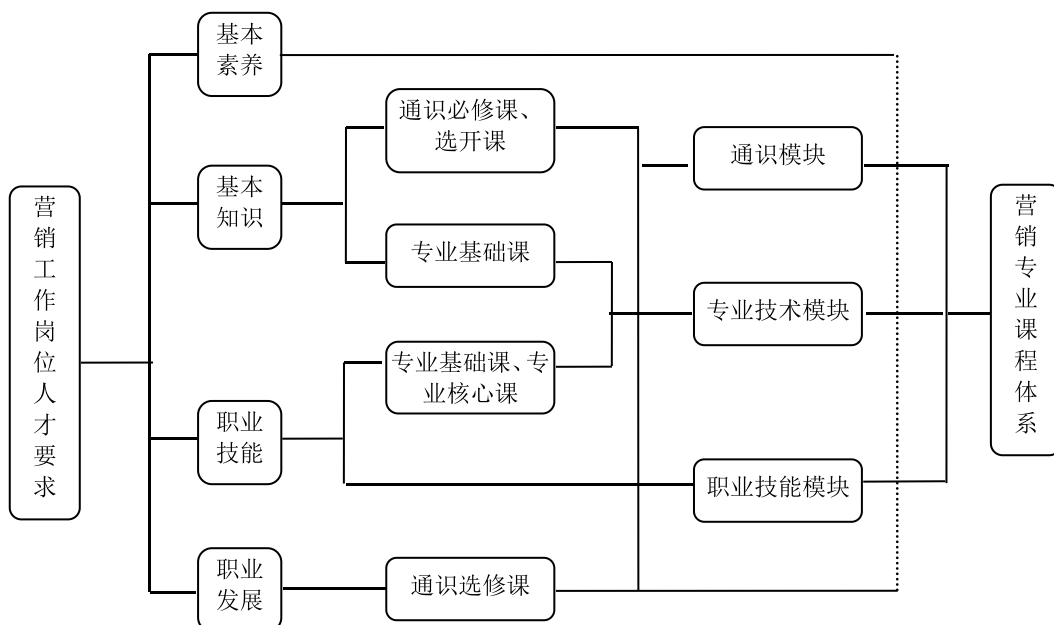
(5) 尊敬领导、服从管理,谦虚好学、积极进取;

(6) 吃苦耐劳、敢于挑战。

七、课程体系

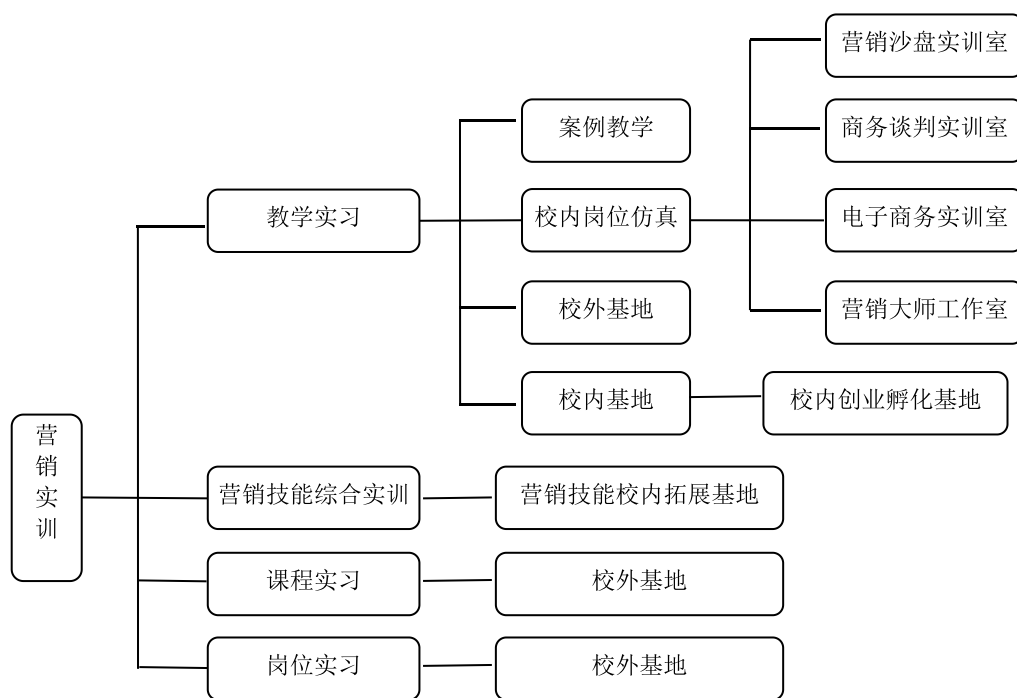
(一) 课程体系说明与结构图

主要通过学生职业岗位剖析,提炼出学生担任相应工作任务必须具备的基本素养、基本知识、职业技能、并考虑了学生职业发展的需要,制定了此课程体系。在此过程中,我们也考虑到了目前市场营销热门行业对人才的需求和学生的兴趣,在职业技能模块中定了若干营销方向,供学生选择。



（二）实践教学系统说明及结构图

实践教学分课内实践和课外实践，校内实践和校外工作岗位实践。实践课的安排主要是从学生必备的技能与素质出发，能在课内安排的尽量安排在课内实施，不能安排的就单独组织实践课程实施；另外，课内、校内实践虽然灵活方便，但往往和实践有点脱节，为了更好地与专业岗位对接，增加了校外实践教学的课时。



八、课程描述

（一）专业（技能）核心课程

围绕市场营销专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接 1+x 职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

序号	课程名称	开始学期	周课时	课程类型 (A/B/C)	总课时
1	市场营销实务	1	4	B	72
2	营销策划实务	3	4	B	72
3	商务谈判与推销技巧	4	4	B	72
4	市场调查实务	4	4	B	72
5	消费心理理论与实务	2	4	B	72
6	网络营销实务	3	4	B	72

（二）专业（技能）核心课程描述

1、市场营销实务（72学时，B类课程，课程负责人：王似保）

课程目标	通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本原理、基本研究方法和基本技能，提高学生的职业实践能力，达到助理营销师职业资格的考试要求，为学生学习和掌握市场营销专业其他专业课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。	
课程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 建立营销概念	1. 了解市场营销学的外延与内涵； 2. 掌握市场营销的含义； 3. 掌握与市场营销有关的概念。
	项目二 市场营销管理哲学	1. 理解市场营销管理、市场营销管理哲学的含义和市场营销管理的任务； 2. 掌握市场营销管理哲学的演进； 3. 掌握顾客满意理论。
	项目三 市场营销发展新趋势	1. 了解市场营销发展的新趋向； 2. 掌握关系营销、服务营销、绿色营销、网络营销的含义与特点。
	项目四 市场营销环境分析	1. 了解市场营销环境的含义、特点以及市场营销活动与市场营销环境的关系； 2. 理解微观与宏观市场营销环境的含义； 3. 理解个人收入、个人可支配收入、个人可任意支配收入的含义； 4. 掌握恩格尔系数与定律，理解市场机会、环境威胁的含义； 5. 学会运用环境因素分析环境对市场营销活动的影响； 6. 了解企业对市场机会与环境威胁所应采取的对策。
	项目五 市场调研与预测	1. 理解市场营销信息系统的构成； 2. 理解市场营销调研的含义、特点、类型及程序； 3. 掌握市场调研的方法； 4. 掌握市场需求预测的基本方法。
	项目六 购买者行为分析	1. 了解生产者、消费者市场的概念、特点和购买对象； 2. 掌握生产者、消费者购买行为的类型及其购买决策的影响因素； 3. 了解生产者、消费者市场的购买过程的参与者，掌握生产者、消费者购买决策的过程。
	项目七 目标市场营销战略	1. 掌握市场细分的概念、作用、宏观基础、依据和原则； 2. 掌握目标市场的选择及策略，学会在市场细分的基础上选择目标市场； 3. 掌握市场定位的概念、步骤、依据和方法，能够根据企业的实际情况进行市场定位。
	项目八 市场竞争分析	1. 掌握竞争者分析的内容； 2. 了解竞争者的特点，明确如何确定竞争对手和竞争战略； 3. 理解竞争性地位的分析思路，了解市场领导者、市场挑战者、市场跟随者及市场利基者的战略。
	项目九 市场营销组织、 执行与控制	1. 具有运用所学原理进行年度计划控制、盈利能力控制的能力； 2. 基本掌握运用市场营销组织、执行和控制过程原理的能力。

	项目十 产品策略	1. 了解整体产品及产品组合的概念、熟悉产品组合策略； 2. 了解产品生命周期理论，掌握产品生命周期不同阶段的主要营销策略，根据不同周期的产品特征，设计营销策略和确定营销工作重点； 3. 掌握新产品开发与推广策略的主要内容，学会新产品的推广与扩散的实践方法； 4. 了解包装的种类和设计的基本要求，学会应用不同的包装策略。
	项目十一 品牌与商标策略	1. 了解品牌与商标的含义、作用、功能； 2. 熟悉品牌与商标的联系与区别； 3. 提高企业品牌与商标保护意识。
	项目十二 定价策略	1. 根据企业实际情况，分析影响企业营销价格的各种因素； 2. 根据影响企业定价的各种因素，进行营销定价； 3. 掌握不同企业的各种定价方法，并能制定出符合企业发展的价格策略。
	项目十三 分销渠道策略	1. 理解分销渠道的概念、了解分销渠道的功能； 2. 了解分销渠道的基本类型和模式； 3. 了解中间商的概念、类型和作用； 4. 掌握并能分析企业销售渠道的类型、动态和影响渠道决策的主要因素； 5. 了解并会进行渠道设计、渠道管理、能为当地的生产经营企业选择适当的营销渠道。
	项目十四 促销策略	1. 掌握促销组合决策的基本内容； 2. 熟悉广告媒体的选择与广告效果的测量； 3. 了解人员推销的特点、推销人员的素质要求和主要任务； 4. 熟悉营业推广和公关策略的基本原理以及主要活动方式。
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，充分利用校内外实训基地，让学生做中学，学中做，实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

2、营销策划实务（72 学时，B 类课程，课程负责人：张艳艳）

课程目标	通过本课程的教学，了解策划创意的形成规律，掌握创意思维能力的自我训练方法，能够根据市场调查与分析定位的结论，形成正确的策划创意，学会借助计算机工具及团队力量体现创意思想，掌握文案与提案表达创意的技能。培养策划职业人的职业道德、职业素养，学会与客户相处，与同事相处，客户与客户相处，掌握创意如何与时俱进，与社会协调。	
课程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 认识营销策划	1. 了解营销策划的概念和类型； 2. 了解营销策划的原则和方法； 3. 掌握营销策划的流程； 4. 理解创意在营销策划中的重要性，提高自身创意思维的能力； 5. 掌握营销策划的岗位要求，培养营销策划人所需的素质和能力。
	项目二 整体营销策划	1. 了解影响营销策划的宏观环境和微观环境； 2. 掌握 SWOT 分析方法； 3. 掌握市场细分策划、目标市场选择策划、市场定位策划的方法；

		4. 理解营销策划的战术要素； 5. 能结合营销实践，分析营销策划的组织、实施与控制； 6. 能独立进行整体营销策划的案例分析。
	项目三 编制营销策划书	1. 了解营销策划书的概念与编写原则； 2. 了解营销策划书的准备与要求； 3. 理解营销策划书的结构与内容； 4. 掌握撰写营销策划书的方法和技巧，能独立完成营销策划书的编制。
	项目四 营销调研策划	1. 了解市场营销调研的含义与分类； 2. 理解市场营销调研的作用； 3. 掌握宏观环境、消费者、竞争者和营销策划的调研； 4. 掌握营销调研的程序和方法； 5. 能够独立完成营销调研策划。
	项目五 产品策划	1. 了解产品整体概念和分类； 2. 理解产品生命周期； 3. 掌握产品组合及其策略； 4. 掌握品牌策划与包装策划的方法； 5. 掌握新产品开发的方式与过程； 6. 能够分析实例的产品组合策划、品牌策划和包装策划； 7. 能够运用产品生命周期来分析新产品的上市和推广策略。
	项目六 价格策划	1. 了解价格策划的作用； 2. 掌握价格策划的程序； 3. 了解营销产品定价的因素； 4. 理解企业定价的目标； 5. 掌握企业定价的策略和方法； 6. 掌握企业调价的策略和方法； 7. 能够运用企业定价、调价的策略和方法来分析实例。
	项目七 渠道策划	1. 了解分销渠道的定义与构成； 2. 了解分销渠道的类型和结构； 3. 了解分销渠道的中间商和常见渠道模式； 4. 理解分销渠道策划的内容； 5. 掌握分销渠道设计的影响因素； 6. 掌握分销渠道成员激励和评估的方法； 7. 能够初步具备调整和管理渠道冲突的能力。
	项目八 促销策划	1. 了解促销的含义与作用； 2. 了解广告策划、人员策划、营业推广和公共关系的含义和特点； 3. 掌握基本促销策划与促销组合； 4. 掌握广告策划的原则和步骤； 5. 掌握人员推销策划的任务和步骤； 6. 掌握营业推广策划的步骤和方式； 7. 掌握公共关系策划的步骤以及公共关系危机的处理方法； 8. 能够具备初步完成促销策划的能力。
	项目九 营销策划应用	1. 了解企业形象及企业形象策划； 2. 了解网络营销及网络营销策划； 3. 了解顾客满意与顾客满意度； 4. 了解会展与会展策划； 5. 掌握企业形象策划的内容和步骤； 6. 掌握网络营销工具及策划方法； 7. 根据实例，掌握酒店营销策划的方法； 8. 根据实例，掌握会展营销策划的方法。

教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，充分利用校外实训基地，让接触具体企业和行业，做中学，学中做，理论运用实践，实践完善自己所学理论。
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。

3、商务谈判与推销技巧（72 学时，B 类课程，课程负责人：王似保）

课程目标	通过《商务谈判与推销技巧》课程学习，主要培养营销人员的商务谈判与推销的专业技能及沟通与交流的综合素质。要求学生掌握谈判与推销的基本知识，熟悉谈判与推销的工作过程，掌握谈判与推销的策略，形成商务谈判与推销的综合能力与素质。	
课 程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 商务谈判概述	1. 理解商务谈判的概念； 2. 掌握谈判的基本要素； 3. 了解商务谈判的特点、种类； 4. 领会商务谈判的原则并能运用这些原则； 5. 掌握判断商务谈判成败的指标以及商务谈判的步骤； 6. 熟悉商务谈判的阶段及基本方式。
	项目二 商务谈判准备	1. 了解商务谈判信息的内容、作用和分类； 2. 掌握商务谈判信息的收集和处理方法； 3. 能够进行商务谈判的管理工作并组建谈判团队。
	项目三 商务谈判策略	1. 了解谈判开局、磋商以及结束三阶段的主要任务； 2. 掌握如何建立良好的开局气氛并确定谈判议程和开场陈述的技巧； 3. 掌握报价、讨价、还价的基本原则； 4. 掌握灵活处理磋商过程中的冲突、合作及让步方法； 5. 掌握突破僵局的策略； 6. 了解成交后的基本工作以及合同的概念、特点和种类。
	项目四 商务谈判技巧	1. 理解优势、劣势、平等地位下不同地的谈判技巧； 2. 理解沟通方式在商务谈判工作中的重要意义； 3. 掌握谈判中听、说、问等沟通技巧。
	项目五 国际商务谈判	1. 了解国际商务谈判中谈判行为的特殊性，明确文化差异对商务谈判行为的影响力； 2. 熟悉美国、英国、法国、德国、俄罗斯以及日本、韩国、阿拉伯国家伤人的基本谈判风格。
	项目六 商务谈判礼仪与禁忌	1. 了解商务场合男士、女士的服饰礼仪与禁忌； 2. 掌握商务谈判过程中的行为礼仪与禁忌； 3. 熟悉宴会礼仪与禁忌。
	项目七 推销与推销人员	1. 了解推销的产生和发以及推销在现代生活工作中的重要意义； 2. 理解推销与营销的区别； 3. 了解推销的基本概念、特点和要素； 4. 了解推销人员的基本职责和推销人员的素质内涵； 5. 掌握推销人员的职业能力及工作礼仪。
	项目八 推销心理与推销模式	1. 了解推销心理的基本特征； 2. 理解心理对推销活动的影响作用，掌握顾客心理过程； 3. 掌握推销方格及顾客方格；

		4.掌握爱达斯、迪伯达、爱德帕以及费比四种推销模式； 5.明确各种推销模式使用的范围及应用技巧。
	项目九 推销接近	1.能准确分析顾客特点，并掌握寻找准顾客的方法与技巧； 2.熟悉顾客资格审查的基本内容； 3.了解约见顾客的重要性； 4.掌握约见顾客的方法与技巧； 5.了解接近顾客的必要性，掌握接近顾客的方法与技巧。
	项目十 推销洽谈	1.了解推销洽谈的概念、原则及基本内容； 2.掌握推销洽谈的基本步骤几个阶段的注意事项； 3.掌握推销洽谈的两大类基本方法； 4.提示法和演示法； 5.掌握九种推销洽谈策略并了解每种策略的优缺点及应对策略。
	项目十一 顾客异议	1.了解顾客异议的概念及产生根源； 2.掌握顾客异议处理原则； 3.熟悉顾客异议的基本内容； 4.掌握顾客异议的类型与各种异议处理对策； 5.掌握九种有效地处理顾客异议的方法
	项目十二 推销成交与推销管理	1.了解推销成交的基本概念； 2.掌握促成交易的时机以及九种成交方法； 3.熟悉客户关系管理的基本内容。
教学建议	团队协作，实施案例教学，情境教学、角色模拟，引导学生研究性学习，做到学以致用。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、营销综合模拟实训室，模拟营销环境，提高学生学习积极性，让学生做中学，学中做。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

4、市场调查实务（72 学时，B 类课程，课程负责人：王浩）

课程目标	通过《市场调查实务》课程学习，培养学生调查策划能力、访问能力、问卷撰写能力、资料整理能力，资料分析能力，报告撰写能力，学会企业营销营销诊断调查，为企业营销策划与营销活动提供相应营销信息。	
课程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 提炼确立市场调查主题 语内容	1.掌握调研主题确定的原则； 2.掌握调研内容与主题关系判断的方法；3.能够透过现象发现本质，提炼出调研主题； 4.能据调研主题确定恰当的调研内容。
	项目二 设计市场调查问卷	1.掌握调查内容与调查细目的关系与取舍原理； 2.掌握调查问卷结构、问卷封面信、调查问卷问题与答案的设计原则。 3.能够把调查内容具体化为一个个准确的调查细目； 4.能够围绕主题内容运用问卷设计技术设计出一份调查问卷。
	项目三 制定市场调查方案	1.掌握调研方案设计程序与工作要求； 2.能够设计出符合实际的，具有可操作性的市场调研方案。
	项目四 选定市场调查机构、人 员与培训	1.掌握市场调查机构类型、特点； 2.掌握调研员培训的内容与要求； 3.能够选择适宜的调查机构；

		4. 能够对调查人员进行专业培训。
	项目五 确定市场信息收集方式方法	1. 掌握调研对象确定的四种方法； 2. 了解信息收集的各种方法与优缺点，注意事项； 3. 能够使用恰当的方法确定调查对象； 4. 能够熟练应用各种信息收集方法收集信息。
	项目六 整理市场调查信息	1. 掌握信息整理的步骤、原则以及信息整理的基本方法。 2. 能够运用信息整理技术对现有信息进行梳理。
	项目七 分析市场调查信息	1. 掌握定性定量分析方法、动态静态分析方法、定性预测方法、定量预测方法； 2. 能够对整理后的信息依据统计模型进行定量、定性或动态、静态分析； 3. 能够运用定性定量方法预测事物发展趋势。
	项目八 撰写市场调查报告	1. 掌握调查报告撰写格式、步骤、撰写形式与技巧； 2. 能够撰写高质量、有效力的专项调查报告。
教学建议	实施案例教学，环境模拟、角色模拟等，引导学生研究性学习，并在相互学习中得以提高。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，让学生做中学，学中做。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

5、消费心理理论与实务（72 学时，B 类课程，课程负责人：李婷）

课程目标	让学生步入消费者心理世界，学会分析不同消费者心理从心理学角度对一些消费者的行为进行分析，帮助学生掌握最新心理学行销方法。	
课 程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 认识消费者的心理现象	1. 理解感（知）觉、注意、记忆、思维、想象、思维、情感、意志、个性、能力、气质、性格的含义及特征，其在营销活动中的作用； 2. 认识消费者的心理现象对购买行为的影响。
	项目二 消费者购买行为心理	1. 能分析购买行为类型、特点与购买行为过程； 2. 能知道购买决策内容和影响因素。
	项目三 影响消费者购买行为的环境因素	1. 通过对案例的分析，能认识不同社会阶层的消费行为差异； 2. 认识参照群体、消费流行、消费习惯、社会文化对消费者行为的影响； 3. 熟悉营销场景因素对消费者的影响并能营造良好营销场景。
	项目四 新商品设计心理	1. 了解消费者对新商品的心理要求，掌握新产品开发心理要求及策略； 2. 能运用新商品设计的心理策略解决实际问题。
	项目五 商品命名的心理	1. 明确商品命名心理功能，掌握商品命名心理策略； 2. 能正确运用商品命名心理策略解决实际问题。
	项目六 商标设计心理	1. 明确商标的心理功能，掌握商标设计心理策略； 2. 能正确运用商标心理策略解决实际问题。
	项目七 商品包装心理	1. 明确商品包装心理功能、包装设计心理要求，掌握包装设计心理策略； 2. 能正确运用商品包装心理策略解决实际问题。

	项目八 定价心理	1. 明确商品价格心理功能、消费者价格心理，掌握定价心理策略； 2. 能运用商品定价心理策略为商品定价，解决实际问题。
	项目九 调价心理	1. 明确价格变动与消费者的心理行为反应，掌握商品降价、提价的心理策略； 2. 能运用商品降价、提价的心理策略为商品调价。
	项目十 广告心理	1. 了解广告的心理功能，掌握如何运用报纸与杂志等媒体进行广告设计应采取的心理策略，熟悉广告心理效果测定的测定方法； 2. 能正确运用报纸与杂志等媒体进行广告设计应采取的心理策略，能掌握广告心理效果测定的测定方法。
	项目十一 人员推销心理	1. 明确推销员的职能心理，掌握推销心理策略，懂得推销员应具备心理素质及训练方法； 2. 能运用推销心理策略为某商品进行推销策划，能提高推销员心理素质。
	项目十二 营业推广心理	1. 熟悉不同推广对象营业推广心理，掌握营业推广方式的组织、实施和评估的心理策略； 2. 能根据营业推广方式的组织、实施和评估的心理策略进行实际营业推广策划。
教学建议	项目导向，团队协作，实施案例教学，环境模拟，引导学生自主性学习，研究性学习，做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境，提高学生学习积极性，让学生做中学，学中做，实行理论与实践对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式，其中平时为 30%，内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等；实训过程与结果评定各占总成绩的 20%，期末笔试占总成绩的 30%。	

6、网络营销实务（72 学时，B 类课程，课程负责人：胡梦娟）

课程目标	通过本课程的学习，使学生掌握网络营销与策划的基本原理、基本研究方法和基本技能，提高学生的职业实践能力，掌握基本的网络营销品牌策略，能进行网络分销渠道的管理，能独立开展网络营销工作。	
课 程 内 容	项 目	工 作 任 务
	项目一 网络营销概述	1. 了解网络营销的概念； 2. 掌握网络营销的机遇与挑战； 3. 掌握网络营销功能定位。
	项目二 网络营销数据	1. 理解网络营销数据库数据的来源和作用； 2. 掌握数据分析方法； 3. 掌握数据报告的撰写。
	项目三 企业网络营销行为	1. 了解传统企业互联网思维的转变； 2. 掌握网络营销团队的组建和企业线上线下资源的整合。
	项目四 网络营销方法	1. 了解 IM 营销的使用环境； 2. 理解电子邮件资源的获取方式和途径； 3. 理解影响邮件阅读率的因素； 4. 掌握博客内容的写作技巧； 5. 微博营销技巧分析； 6. 了解论坛营销维护与管理。
	项目五 企业网站推广	1. 理解怎样进行企业网站的定位； 2. 理解怎样运用指标评价企业网站推广行为； 3. 掌握网站搜索引擎优化分析； 4. 掌握网站搜索引擎排名提高的技术要点。

	项目六 网络营销品牌策略	1. 了解如何进行品牌定位; 2. 掌握如何进行网络品牌的塑造; 3. 了解如何进行网络品牌管理。
	项目七 网络分销渠道	1. 掌握网络分销渠道功能定位; 2. 掌握网络分销渠道的纵深控制; 3. 掌握网络分销商的考察和产品分析。
	项目八 网络营销客户关系管理	1. 掌握如何进行客户开发; 2. 了解如何培育客户忠诚度; 3. 掌握怎样运用大数据分析客户数据。
	项目九 网络应营销服务沟通策略	1. 具有个性化服务的诊断和分析能力; 2. 基本掌握口碑营销与危机公关的关系。
	项目十 网络会员制营销	1. 了解网络会员制效果测评方法; 2. 了解网络会员制营销方法; 3. 掌握新产品开发与推广策略的主要内容, 学会新产品的推广与扩散的实践方法;
	项目十一 移动端网络营销	1. 了解移动端营销的市场意义及运用; 2. 熟悉移动端营销的优缺点分析方法。
教学建议	项目导向, 团队协作, 实施案例教学, 环境模拟, 引导学生自主性学习, 研究性学习, 做到做学合一。	
教学环境	充分利用多现代教学手段、模拟营销环境, 提高学生学习积极性, 充分利用校内外实训基地, 让学生做中学, 学中做, 实行理论与实践、与具体工作岗位对接。	
成绩评定	成绩评定采用过程评定和结果评定相结合、平时与期末考核相结合的方式, 其中平时为 30%, 内容包括学生上课出勤率、课堂表现、课后作业等; 实训过程与结果评定各占总成绩的 20%, 期末笔试占总成绩的 30%。	

九、实施保障

(一) 师资队伍

教师类型	姓名	年龄	职称	学历学位	主讲课程	是否双师
校内专任	李 婷	34	讲师	博士研究生	消费心理理论与实务, 市场营销实务, 市场营销技能沙盘, 商务礼仪实训, 促销策划与执行	是
	王似保	55	教授	本科硕士	市场营销实务, 商务谈判与推销技巧	是
	王 浩	56	副教授	本科硕士	市场调查预测, 市场营销实务	是
	胡梦娟	30	助教	硕士研究生	网络营销实务, 1+X 证书培训, 经济学基础	否
校内兼课	苏传胜	38	助教	硕士研究生	市场营销实务	否
	李进恩	56	副教授	本科硕士	市场营销实务	是
	赵晓彬	49	讲 师	本科硕士	创新创业培训, 市场营销实务	是
	张艳艳	41	讲 师	硕士研究生	营销策划实务, 市场营销实务, 广告理论与实务	是
	杨 灿	26	助 教	本科学士	创新创业培训, 市场营销实务	否
校外兼任	汪姜峰	51	高级	安徽中信智力房地产评估造价咨询有限公司	品牌策划与推广	是
	唐 涛	35	市场总监	安徽腾泽文化传媒	直播运营	否

（二）教学设施

1. 校内基地具备条件

实训类别	实训项目	主要设备名称	数量（台/套）
市场营销技能实验室	模拟企业市场营销活动	服务器	1
		教师用机	1
		学生用机	60
		投影仪	1
		桌椅	62
		市场营销技能软件	1
企业经营管理实训室	模拟企业运营	服务器	1
		教师用机	1
		学生用机	60
		投影仪	1
		桌椅	62
		ERP 软件	1
商务谈判实训室	商务谈判、推销实训	服务器	1
		教师用机	1
		投影仪	1
		桌椅	52
		商务谈判软件	1
营销大师工作室	项目实训	笔记本电脑	12
		服务器	1
		教师用机	1
		投影仪	1

2. 校外基地具备条件

校外实习基地要求

- （1）正规企业，愿意联合办学或者每次愿意接受实习学生 10 人以上；
- （2）要求签约，买意外险；
- （3）企业性质与安排的实习岗位及学生实习项目相关。

已签约的实习单位

序号	实训企业	地点	实训项目	签订协议情况
1	安徽云载网络科技服务有限公司	安庆	销售、客服	已签
2	链家集团合肥有限公司	合肥	咨询、业务推广、销售	已签
3	安徽安思恒科技有限责任公司	安庆	销售、市场调查预测	已签
4	上海左屋右盛房屋开发公司	上海	谈判、公关	已签
5	贝壳科技有限公司安庆公司	安庆	管理、客户关系管理	已签
6	安徽永强集团	安庆	销售、策划、客户服务	已签
7	安徽中信智力服务机构	安庆	咨询、业务推广、销售	已签

（三）教学资源

1、按照《安庆职业技术学院教材管理办法》进行教材的选用与征订，优先选用“十三五”国规教材书目中的教材，确保优质教材进课堂，杜绝使用不合格教材；

2、图书文献配备基本要求

学校图书馆纸质或电子文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，师生查询、借阅方便。其中，专业类图书文献主要包括：《营销管理》、《战略营销-谋局胜于夺势》、《新媒体营销》等方面的专业用书和文献资源，并且订阅有多种营销专业领域的优秀期刊。

3、数字教学资源配置基本要求

本专业在超星学习通、e 会学安徽智慧教育平台建有市场营销实务、消费心理理论与实务、广告理论实务等课程专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）教学方法

以工作岗位为导向，以岗位能力培养为根本，深化实践教学，充分利用校内校外实训基地，实现人才培养与工作岗位对接。以学生为中心，积极探索实施包括项目教学、情境教学、模块化教学、案例教学、体验教学等多种教学方式，充分调动学生的学习积极性，主动学习，积极思考，激发学生潜能。进一步围绕教学层面，深化高技能人才培养模式改革，进行“岗课赛证”的一体化设计：“岗”是课程学习的标准，课程设置内容要瞄准岗位需求，对接职业标准和工作过程，吸收行业发展的新知识、新技术、新工艺、新方法，专业课教材要对接主流生产技术，校企合作共同开发，充分体现岗位技能、通用技术等内容，教师团队要探索分工协作的模块化教学组织方式；“课”是教学改革的核心，要通过课程改革，推动“课堂革命”，适应生源多样化特点，完善以学习者为中心的专业和课程教学评价体系；“赛”是课程教学的高端展示，要通过建立健全国家、省、校三级师生比赛机制，提升课程教学水平；“证”是课程学习的行业检验，要通过开发、融通多类职业技能鉴定证书、

资格证书和等级证书，将职业活动和个人职业生涯发展所需要的综合能力融入证书，拓展学生就业创业本领，缓解结构性就业矛盾。

（五）学习评价

评价采用过程与结果相结合，校外与实习单位相结合的评价体系。评价内容从对学生认知领域评价扩展为对学生全面综合的评价，即态度、知识、技能、方法、能力多维兼顾；评价主体要积极探索多元化，可实施学生自评、同学互评、授课教师与指导老师评价综合使用；评价方法实行多样化，定量、定性结合。

（六）质量管理

学校制定有《教学质量监控体系及实施办法》、《教师教学质量考核办法》、《内部质量保证责任事故认定及处理办法》以及专业与课程层面自我诊改工作实施办法等，形成了由校领导、校教学督导、二级学院负责人、专业建设负责人等组成的教学质量监控评价队伍，建立了一套适合我校特点的教学质量管理与教学检查评估系统。主要有：

1. 每年适时更新人才培养方案、开展教学质量标准建设和课程资源建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。
2. 加强“校、院(部)、专业”三级日常教学组织运行与管理，严明教学纪律，强化教学组织功能，巡课、听课、评教、评学等常态化进行。定期开展专业与课程建设水平和教学质量诊断与改进，定期开展公开课、示范课等教研活动，与企业联动强化岗位实习等实践教学环节的督导。
3. 学校建立有毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，每年开展跟踪毕业生反馈及社会评价，并对招生地生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。
4. 专业教学团队充分利用以上评价分析结果，有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

（七）专业建设委员成员

专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余 瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	李 婷	讲师	市场营销专业负责人	安庆职业技术学院
5	王似保	教授	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
6	王 浩	副教授	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院

序号	名单	职称	职务	工作单位
7	胡梦娟	助教	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
8	苏传胜	讲师	现代商务学院教学科长	安庆职业技术学院
9	张艳艳	讲师	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
10	李进恩	副教授	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
11	赵晓彬	讲师	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
12	杨 灿	助教	市场营销专业骨干教师	安庆职业技术学院
13	黄永强		董事长	安庆永强农业科技股份有限公司
14	许薇薇		营销总监	安庆永强农业科技股份有限公司

十、毕业资格与要求

通过普通高学校全国统一招生考试或应用型本科和高等职业院校分类招生考试，取得安庆职业技术学院全日制统招学籍，修完本专业所有专业核心课程、专业基础课程、公共基础课程、选修课程等，成绩均达到合格及以上，准予毕业。

（一）学时或学分要求

公共基础课程	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	1+X 证书	合计
43	55	41	10	4	153

（二）第二课堂要求

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 (思想政治与道德素养)(必修学分)	2
增智模块 (学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训)(选修学分)	2
强体模块 (强身健体与提升体能素质)(必修学分)	2
蕴美模块 (人文艺术与身心发展)(选修学分)	2
育劳模块 (社会实践与志愿服务)(必修学分)	2

（三）“X”证书要求或职业资格证书

鼓励学生取得的本专业领域“1+X”新媒体营销中级证书或数字营销中级证书，计4分。

证书名称	发证机构	学分
新媒体营销（中级）	联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司	4
数字营销（中级）	厦门优优汇联信息科技股份有限公司	4

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	22	创新创业类课程	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。 2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
小计（不低于）			98					5	

(二) 专业(技能)课程教学进程表

类别		序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注	
专业基础模块	专业基础课程	1	商务礼仪	54	28	26	1	3	4		√		
		2	基础会计	54	36	18	2	3	3		√		
		3	广告理论与实务	54	18	36	2	3	3	√			
		4	新媒体营销	54	18	36	3	3	3		√		
		5	管理沟通实务	54	36	18	3	3	3	√			
		6	经济学基础	54	36	18	3	3	3	√			
		7	电子商务实务	54	18	36	4	3	3		√	1-15 周学校授课	
		8	经济法实务	54	36	18	4	3	3		√	1-15 周学校授课	
	专业核心课程	9	市场营销实务	72	36	36	1	4	4	√			
		10	消费心理理论与实务	72	36	36	2	4	4	√			
		11	市场调查实务	72	36	36	3	4	4	√			
		12	营销策划实务	72	36	36	3	4	4	√			
		13	网络营销实务	72	36	36	4	4	4	√		1-15 周学校授课	
		14	商务谈判与推销技巧	72	36	36	4	4	4	√		1-15 周学校授课	
	专业拓展课程	15	市场营销技能沙盘	54	8	46	2	3	3		√		
		16	直播营销	18	0	18	4	1	2		√	1-15 周学校授课	
		专业选修课	1	促销活动策划与执行	54	18	36	4	3	3		√	二选一
			2	品牌策划与推广	54	18	36	4	3	3		√	
		小计											
小计：（学时控制在 954—1008 之间，学分控制在 53—56 之间）				990	468	522		55	—	—			
	1	课程综合实训	90		90	4	5			√		16-18 周企业实训	
	2	专业技能大赛培训	20		20	3	1	2					
	3	1+X 证书培训	60		60	3	3					实验实训中心不单列课时	
	4	毕业设计	120		120	5	6	—				4-6 周	
	5	岗位实习	180		180	5	10	—					
	6	岗位实习	300		300	6	16	—					
	小计：（学时控制在 734—774 之间，学分控制在 40—43 之间）			770		770	—	41		—	—		集中实践课时

说明: 1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程, 全员、全方位丰富和拓展劳动教

育实施途径,具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案(试行)》执行。

2.《体育》在第1-2学期开设选项课;第3-4学期开设校园阳光健康跑,并辅以高水平运动队的组织训练,由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	459	25	27
二	469	25	26
三	480	27	26
四	454	25	25
五	300	17	16
六	300	17	16
合计	2462		136

(四) 各类课程学时分配表

课程类别	学时数	百分比(%)	实践学时	学分
公共基础课程	702	26.57	258	40
专业技术课程(包括专业基础、专业核心、专业拓展课程)	990	37.47	528	55
集中实践课程	770	29.14	752	41
小计	2462			
第二课堂课程	180	6.81	180	10
合计	2642			146

十二、市场营销专业之课程标准(单独装订成册)

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科市场营销专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份

2023 级高职专科现代物流管理专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：现代物流管理

专业代码：530802

首次招生：2003 年

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业全日制专科教育

学历层次：专科

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

四、修业年限

基本学制 3 年。

五、职业岗位

（一）职业面向

主要面向现代物流业、电子商务业、快递业、货代公司、配送中心、港口、货物集散中心、物流园区等企业及采购与仓储、配送、跨境物流岗位群，从事物资采购、仓储、运输、配送、货代、快递及物流信息处理等工作。

	初始岗位	发展岗位
核心岗位	采购员 仓储员 调度员 装卸设备操作员 货运代理员 信息管理员	采购主管 仓储主管 运输主管 配送主管 物流销售主管 装卸设备主管
迁移岗位	物流销售员、客户服务专员、报关报检员、跨境贸易代理人、快递员等	物流销售区域经理、物流客户服务主管、报关报检主管、运输调度主管、国内（际）贸易主管、快递主管、生产车间主管等

（二）工作任务与职业能力分解表

主要职业能力：

1. 具有对物流市场进行分析，能够实施有效客户服务的能力；
2. 具有良好的沟通和物流业务谈判能力；
3. 具有有效进行仓储作业管理、配送作业管理、运输作业管理等方面的能力；
4. 具有运用大数据、智慧物流、物联网等先进技术提升物流运作效率，并运用物流信息技术解决物流问题的能力。

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
1. 采购	1-1 制订需求计划	● 了解分析市场行情	采购物流与仓储管理 市场营销实务 供应链管理 物流信息技术 管理学原理 商务礼仪 运输管理实务 电子商务基础	物流管理 1+x 职业技能等级证书（中级）
		● 具有根据现有库存、近期需求制订采购计划的技能		
		● 掌握经济订货批量原理并解决实际问题		
	1-2 采购谈判	● 掌握按工作规范，收集与整理供应商的资料，了解供应商的供应能力、信誉等		
		● 掌握建立客户业务档案，并对客户进行分类		
		● 具有按工作要求，通过面谈、电话、邮件等方式与客户进行商谈的技能		
		● 具备使用语言或非语言的方法与客户进行沟通、协调		
	1-3 订立采购合同	● 具备开发供应商的能力		
		● 了解谈判内容，做好记录		
		● 了解正确判断订单是否正确		
		● 具备管理合同，按类归档方法		
		● 具有正确判断合同是否正确的技能		
	1-4 采购物品质量、数量核对	● 了解招标采购的流程		
		● 了解制作招标公告		
	1-5 录入采购流程信息	● 了解根据合同对采购物品品名、规格、产地、数量进行核对		
		● 了解通过查看、触摸、嗅觉、化验等方法进行物品质量的检测		
2. 仓储	2-1 产品入库	● 掌握按照订立合同，能上机录入采购流程信息	采购物流与仓储管理 物流信息技术	物流管理 1+x 职业技能等级证书（中级）
		● 具有接货、验收，确认产品的规格、型号、数量技能		
		● 掌握正确填写产品入库单		
		● 了解将产品放在指定的检验区		
		● 掌握产品堆垛方法		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	2-2 分配货位	● 了解根据产品的性质划分仓储区域	供应链管理 管理学原理 物联网与智能物流 智慧物流	
		● 掌握按照 ABC 重点控制法原理分配货位		
		● 了解按照产品的性质放在指定的储位		
		● 具备地牛叉车等物流设备操作技能		
	2-3 盘点、出库	● 了解盘点的要求和方法		
		● 了解根据不同性质的物品进行定期或不定期盘点, 确认数量与质量		
		● 具有按时、按一定方法分拣货物、核对出库技能		
		● 了解正确填写物品出库单的方法		
3. 运输	3-1 安排货运类型和线路	● 具有安排货运类型技能	运输管理实务 供应链管理 物流信息技术 物联网与智能物流 管理学原理 商务礼仪 物流法律法规	物流管理 1+x 职业技能等级证书 (中级)
		● 具备制定货运线路方法		
	3-2 车辆信息	● 具有根据不同车辆制定注意事项技能		
		● 具备进行车辆调度处理方法		
		● 掌握进行车辆管理		
		● 了解车辆维护与保养		
	3-3 运输单据的制作	● 掌握制定公路、水路、铁路、航空、管道运输单据		
		● 掌握进行公路、水路、铁路、航空、管道运输费用的计算		
		● 了解填制多式联运单据		
	3-4 服务及信息管理	● 具有跟踪物品的全程并进行适时地信息处理技能		
		● 具有处理各种突发性事故的能力		
		● 具备制定处理各种突发性事故可行性方案方法		
		● 了解对人、货物的安全进行管理		
4. 配送	4-1 配送单据处理	● 掌握根据库存资料进行订单的确认	配送中心作业管理 供应链管理 采购物流与仓储管理 物流信息技术 管理学原理 商务礼仪	物流管理职业 1+x 技能等级证书 (中级)
		● 具有根据客户订单进行信息录入技能		
		● 具备根据客户的商品进行订单合并的方法		
		● 掌握制作新的订单		
	4-2 商品分拣	● 具有摘果式分拣技能		
		● 具有播种式分拣技能		
		● 具有复合式分拣技能		
	4-3 流通加工	● 了解客户需求进行生产资料的加工		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
		● 了解客户需求进行生活资料的加工	客户关系管理	
		● 了解保存加工后的物品		
	4-4 配送线路	● 具有线路的设计技能		
		● 掌握节约里程法		
	4-5 退换货处理	● 了解针对退换货进行质量检验		
		● 掌握问题并且进行处理		
5. 物流信息	5-1 信息收集、整理	● 了解物流信息收集	物流信息技术 现代物流实务 供应链管理 信息技术基础	物流管理 1+x 职业技能等级证书（中级）
		● 了解物流信息整理		
		● 具有对物流软件进行操作技能		
	5-2 出入库信息	● 具备提高物流信息技术（数据库、条码识别、EDI、物流信息系统）的使用能力方法		
		● 掌握各种表格的制作方法		
		● 掌握物流出入库的基本流程信息处理		
	5-3 物流条码	● 掌握信息资料的归档基本方法		
		● 了解物流条码的构成		
		● 具有熟练使用条码枪的技能		
		● 具备制作条码的技能		
	5-4 GPS 与 GIS	● 掌握物流编码方法		
		● 了解对 GPS 监控系统进行操作与维护		
		● 了解 GIS 设备的使用		
6. 货运代理	6-1 单据审核、制作	● 了解 GPS 设备的安装	国际物流与货运代理 电子商务基础 商务礼仪 物流客户关系管理 物流专业英语 物流法律法规	物流管理 1+x 职业技能等级证书（中级）
		● 掌握海关商品编码的归类		
		● 了解单据的审核		
	6-2 报关订舱	● 具有制作出口单证技能		
		● 了解整个报关流程		
		● 具有针对不同商品进行报关的技能		
		● 具有针对不同商品进行订舱的技能		
	6-3 报检	● 掌握 HS 编码		
		● 了解整个报检流程		
		● 了解国家的相关法律规定		
		● 具备沟通与协调能力、表达能力		
		● 掌握操作系统		

工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证考级要求
	6-4 特殊问题的处理	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有发现问题并编写新的文案技能 ● 了解国家的相关法律规定 ● 具有能主动与客户进行沟通的技能 		
7. 供应链管理	7-1 采购管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解供应链模式下的采购方式 ● 具有操作准时化的采购流程技能 ● 具备评价供应商方法 	供应链管理 采购物流与仓储管理 物流信息技术 配送中心作业管理 管理学原理 商务礼仪 客户关系管理	物流管理 1+x 职业技能等级证书（中级）
	7-2 生产运营管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解分析生产管理技术 ● 具备编制生产计划与控制计划方法 		
	7-3 库存管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 具备使用库存方法 ● 掌握使用 VMI、JMI 控制库存 ● 具有供应链环境下的 JIT、VMI、JMI 的采购技能 		
	7-4 信息管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 了解归类供应链信息流 ● 掌握供应链管理信息共享方法 		
	7-5 供应链的建构	<ul style="list-style-type: none"> ● 具备进行供应链网络优化方法 ● 具有设计供应链方案技能 ● 了解供应链建构步骤 ● 具备运用供应链整合设计理念解决企业实际问题的能力 		

六、培养目标及规格

（一）人才培养目标

本专业全面落实“立德树人”的根本任务，培养具有理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有爱国情怀和道路自信、理论自信、制度自信和文化自信，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力素质，掌握本专业知识和技术技能，具备采购、仓储、配送、信息处理能力，能从事采购、仓储、多式联运和运输代理、配送、供应链管理、掌握现代物流设备操作技术及从事物流服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 知识

- (1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
- (2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

- (3) 了解中国传统商业文化和世界经济发展趋势，熟悉市场经济规则；
- (4) 掌握物流市场分析、客户服务管理的基本知识和方法；
- (5) 掌握物流系统的构成要素，具备供应链管理的基本知识；
- (6) 掌握物流货品分类与质量管理的基本知识与技术方法；
- (7) 掌握物流运作的基本知识与方法；
- (8) 掌握物流作业及现场管理的基本流程和优化方法；
- (9) 掌握智慧物流发展的基本知识；
- (10) 掌握现代物流信息技术运用的基本知识和方法；
- (11) 熟悉大数据、智慧物流、物联网等现代物流发展的新知识、新技术。

2. 技能

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
- (3) 能够运用英语处理简单的英文函件、单证；
- (4) 能够熟练运用 Office 等办公软件，进行文档编辑、数据处理、演示汇报；
- (5) 能够对物流市场进行分析，能够实施有效客户服务；
- (6) 能够进行良好的沟通和采购谈判；
- (7) 能够有效进行仓储作业管理、配送作业管理、运输作业管理；
- (8) 能够进行精准的物流成本核算与分析控制；
- (9) 能够运用大数据、智慧物流、物联网等先进技术提升物流运作效率，并运用物流信息技术解决物流问题；
- (10) 能够运用供应链整合设计理念解决企业实际问题。

3. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 在现代运输企业、仓储企业、配送企业相关工作岗位，具有精益求精的意识和现代物流创新思维；

(4) 努力奋斗、乐观向上，有较强的集体意识和团队合作精神；

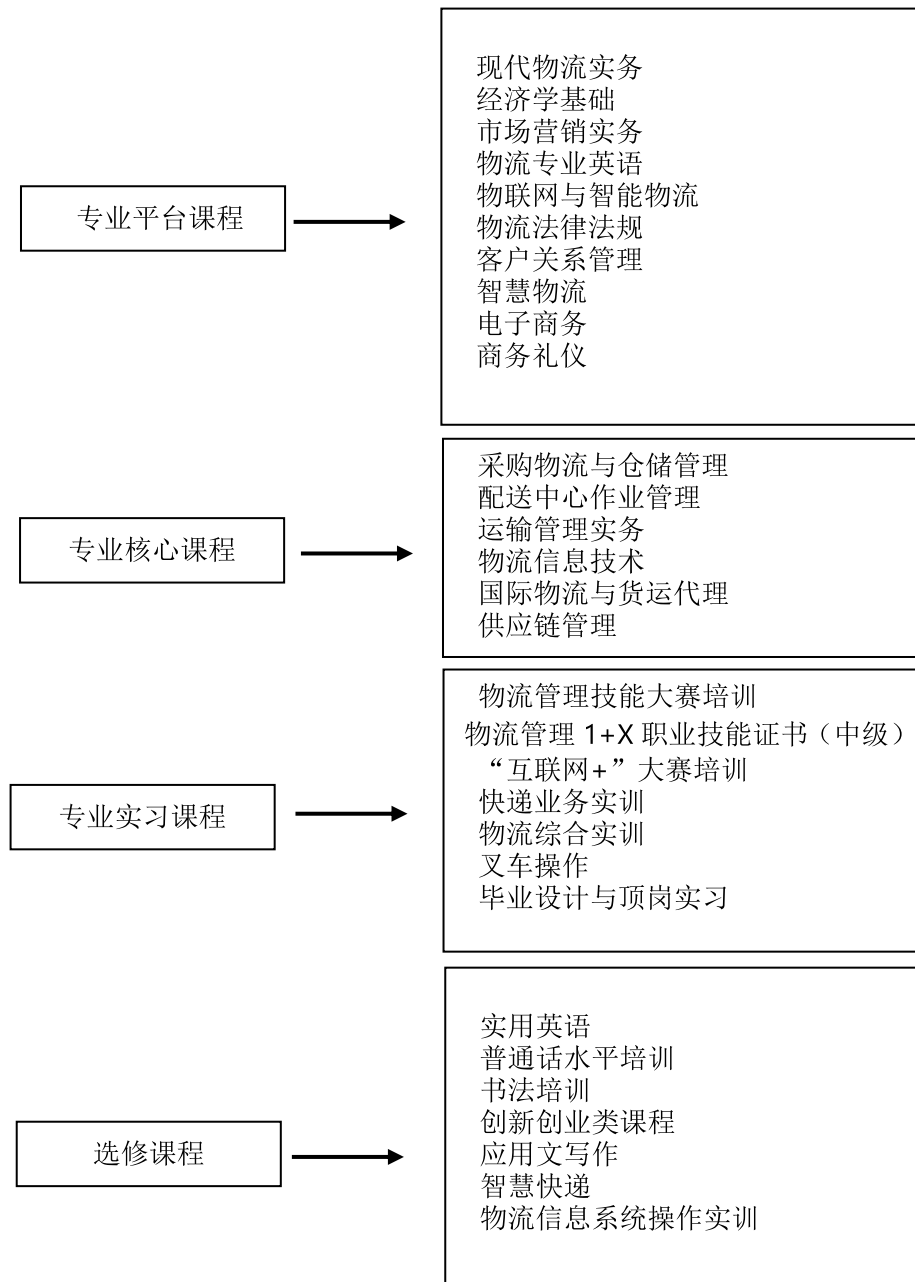
(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能（如，篮球、乒乓球等），养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美和人文素养，具有 1-2 项特长或爱好（如，黄梅戏演唱、书法等）。

七、课程体系

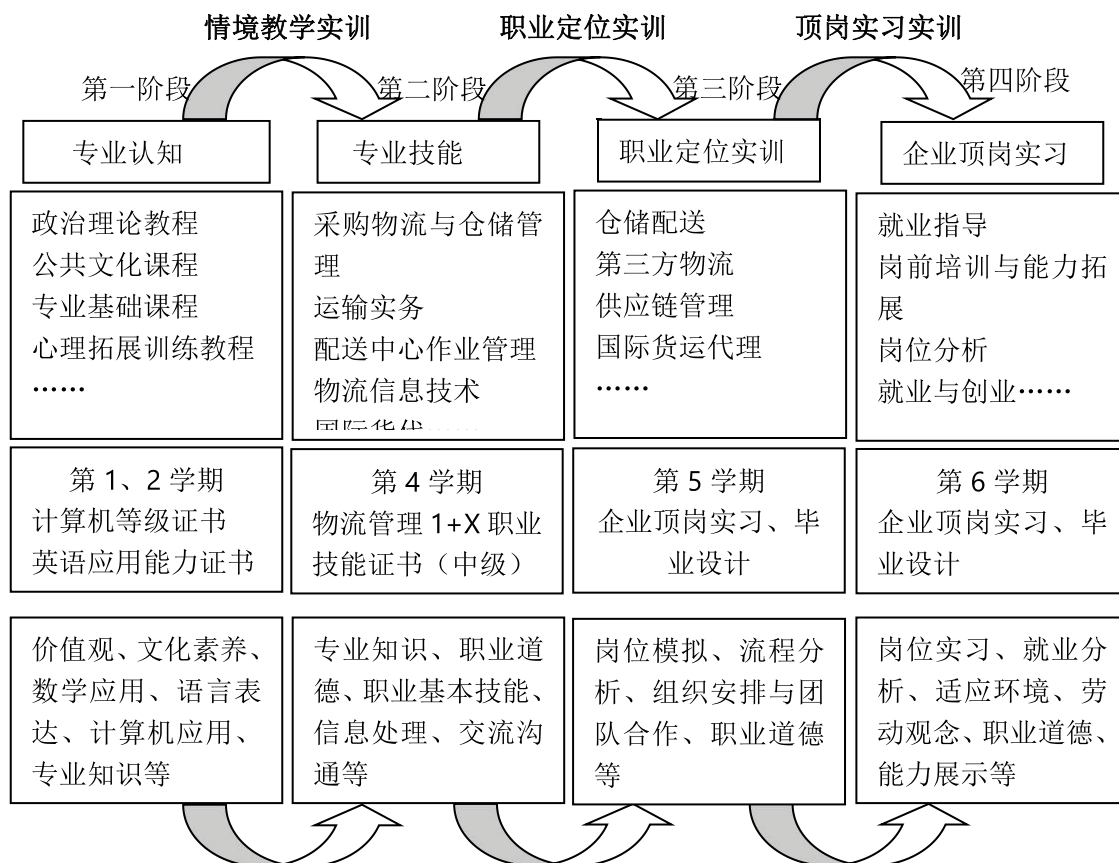
（一）专业课程体系

按照人才培养递进规律将三年划分专业平台课程、专业核心课程、专业实习课程和选修课程来培养人才。课程体系结构如图 1 所示：



（二）专业实践教学体系

按照人才培养递进规律将三年划分专业认知、专业基础学习、专业模块学习、职业定位专项实习及顶岗实习等五个层次四个阶段逐层推进来培养人才，形成一个“工”与“学”渐进式交替、螺旋式上升、“分阶段、分层次、分目标”的人才培养模型。第一阶段，按照人才规格要求安排文化知识、外语、计算机应用、专业基本理论等基本能力培养的教学，形成专业认知层；第二阶段，按照物流业务分类进行基于业务流程的知识学习和课程实训，使学生熟悉业务流程、掌握专业基本技能和专业理论知识、养成劳动观念和职业道德，形成专业基础学习和专业模块学习层；第三阶段，按照物流企业业务部门设置，分别进行职业定位专项实习，培养学生的岗位综合能力，形成职业定位专项实习层；第四阶段，按照就业需要在对应岗位上进行实际工作，培养应用能力、职业素养、创新能力、适应能力等（如图所示），形成顶岗实习层。



八、课程描述

（一）专业（技能）核心课程

围绕现代物流管理专业人才培养目标，结合岗位群要求，在确定专业课程体系的基础上，对接职业资格证书、1+X 职业技能等级证书标准，将下列课程作为本专业的核心课程。

序号	课程名称	开始学期	周课时	课程类型	总课时
1	采购物流与仓储管理	2	4	B	72
2	配送中心作业管理	3	4	B	72
3	运输管理实务	3	4	B	72
4	物流信息技术	3	4	B	72
5	国际物流与货运代理	4	3	B	54
6	供应链管理	4	3	B	54

（二）专业（技能）核心课程描述

1. 采购物流与仓储管理（72 学时）

课程目标	熟练掌握采购与仓储技术及其管理知识，培养采购员、仓储管理员，达到采购经理和仓储管理经理所具备的知识水准。		课程负责人	何丽萍
教学内容	项目	工作任务		
	项目一 采购物流基础知识	1. 了解采购物流的基础知识 2. 选择企业采购模式		
	项目二 采购需求预测	1. 掌握采购业务流程和内容 2. 根据生产计划对物料需求预测		
	项目三 制定采购计划	1. 制定采购计划的程序		
	项目四 采购决策	1. 选择采购方式 2. 选择采购渠道		
	项目五 采购物流组织与控制	1. 明确采购物流组织的职责 2. 对采购物流业务进行管理		
	项目六 仓储管理基础知识	1. 了解仓储管理基础知识 2. 制定仓储合同管理		
	项目七 仓储规划	1. 对仓储库区进行布局与规划 2. 对相关商品进行堆码		
	项目八 仓储技术与应用	1. 了解仓储设备概述 2. 运用仓储技术应用		
	项目九 仓储作业	1. 进货作业 2. 装卸搬运作业 3. 储存作业 4. 盘点作业 5. 订单作业 6. 补货作业 7. 出库作业		
	项目十 商品养护	1. 明确影响库存物品变化的原因 2. 对商品制定保管养护措施		

	项目十一 库存管理	1. 运用传统库存管理方法对企业库存进行管理 2. 运用企业资源管理进行管理
	项目十二 仓储安全	1. 了解仓库安全知识 2. 制定安全生产计划 3. 制定仓库火灾保险措施
	项目十三 仓库生产绩效管理	1. 对仓库经营业绩进行考核 2. 制定仓库绩效管理的措施
考核方式 考试		

2. 配送中心作业管理（72 学时）

课程目标	通过本课程的学习，使学生全面了解配送中心的基本内容、作业流程与运作要求。能够开展与企业物流配送、配送中心的规划与管理相关的工作。强化学生在配送工作中实现配送的及时、准确、成本最低等特点。养成良好的配送习惯。培养学生爱国、敬业、诚信、友善的职业道德意识。	课程负责人	王瑛
教学内容	项目	工作任务	
	项目一 配送中心基础知识	1. 了解配送及配送中心基础知识 2. 初步规划配送中心	
	项目二 订单作业管理	1. 了解订单处理概述 2. 订单处理作业 3. 订单管理	
	项目三 拣货作业管理	1. 拣货作业 2. 拣货管理	
	项目四 流通加工	1. 了解流通加工技术 2. 制定商品流通加工计划	
	项目五 配送运输管理	1. 了解配送运输基础知识 2. 对车辆配载与调度 3. 优化配送路线	
	项目六 补货与退货作业管理	1. 补货作业管理 2. 退货作业管理	
	项目七 配送绩效评估	1. 评估配送物流企业绩效 2. 配送绩效管理措施	
考核方式	考试		

3. 运输管理实务（72 学时）

课程目标	通过任务驱动型项目教学活动，使学生掌握货物运输的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、合作、敬业等良好品质，以提高学生综合运用运输管理专业知识和技能的能力。	课程负责人	段春晖
教学内容	项目	工作任务	
	项目一 运输管理基础知识	1. 掌握物流与运输的区别与联系 2. 准确了解运输系统的构成 3. 熟悉运输方式与运输合理化途径	
	项目二 公路货物运输	1. 了解整车货物运输的一般流程 2. 了解零担货物运输的一般流程 3. 熟悉特种货物运输的类型 4. 熟练掌握运输费用的计算方法	

	项目三 水路货物运输	1. 了解水路运输的基本条件 2. 掌握班轮运输与租船运输的特点 3. 熟悉海运货物运输业务及单证制作 4. 熟练掌握各种水运费用的计算方法
	项目四 铁路货物运输	1. 了解铁路运载工具、铁路货物运输种类、运到期限的确定 2. 掌握三种铁路货物运输的基本条件 3. 了解铁路货物运输三大作业流程、熟悉运单填写 4. 熟悉铁路货物运价规则
	项目五 航空货物运输	1. 了解航空货物运输的特点、当事人及航空工具 2. 熟悉航空运输组织方法 3. 了解国际航空货物运输业务流程 4. 一般了解国际航空货物运输运价计算方法
	项目六 管道运输	1. 了解管道运输的概念、特点、类别 2. 熟悉管道运输系统的组成及工艺流程 3. 掌握管道运输生产管理内容 4. 了解管道运输安全管理要点
	项目七 多式联运	1. 了解多式联运的概念、特点 2. 熟悉多式联运主要业务程序 3. 掌握多式联运经营人的责任及赔偿责任划分
	项目八 货物运输保险与合同	1. 了解货物运输保险的常见险别 2. 掌握货物运输合同的内容及注意事项
	项目九 运输决策与管理	1. 了解影响运输成本的因素 2. 掌握各种运输方式的不同经济技术特征 3. 掌握运输线路优化方法
考核方式	考试	

4、物流信息技术

课程目标	通过本课程的学习,能熟练使用常用的物流条码识别设备;具备物流信息采集设备的使用能力;能熟练使用GPS和GIS技术;具备物流公共信息平台的应用能力和物流企业信息化应用系统平台的运用能力;具有良好的团队协作和沟通交流能力。		课程负责人	刘 君
教学内容	项目	工作任务		
	项目一 现代物流信息技术概述	1. 能够描述信息、物流信息的概念、特点、功能 2. 能够理解物流技术的种类 3. 能了解物流信息技术的发展		
	项目二 基础信息系统	1. 熟练掌握物流信息系统的基本概念 2. 能够识记物流信息系统的分类、作用 3. 能够理解物流信息系统的层次与结构		
	项目三 仓储信息系统	1. 能够识记、制作、修改入库和出库单证,并录入相关信息 2. 能够运用企业仓储管理信息系统管理库房、管理商品、入库、在库及出库等作业		
	项目四 运输信息系统	1. 能够描述企业运输管理信息系统的概念、作用、功能、构造及主要运作步骤 2. 能够识记社会运输信息公共平台的主要类型及功能		
	项目五 物流条码技术	1. 能够正确识别一维码和二维码 2. 能够识别条码设备		

	项目六 射频技术	1. 能够掌握射频识别技术 2. 能够描述电子标签的特点
	项目七 GPS 与 GIS	1. 能够理解 GPS 与 GIS 特点、系统组成、工作原理、定位方式
	项目八 物流 EDI 技术	1. 能够描述物流 EDI 技术的概述 2. 能够理解物流 EDI 系统的结构特点 3. 能够理解基于互联网与 EDI 相结合的背景下, EDI 在物流行业中的合理使用
	项目九 物流企业网络技术	1. 能够描述计算机网络的功能、特点、分类及组成 2. 能够理解互联网技术的协议, 接入方式, 了解域名系统和 IP 地址 3. 能够识记企业内部网络 Intranet 特点和基本组成
	项目十 销售时点管理信息系统	1. 能够掌握 POS 系统架构及应用, 学会使用 POS 系统 2. 能够熟练使用 POS 机
	项目十一 信息系统安全技术	1. 能够应用安全技术维护信息系统安全 2. 能够进行物流信息系统的安全设计
考核方式	考试	

5、国际物流与货运代理（54 学时）

课程目标	通过本课程的教学, 使学生系统地学习国际货运代理的理论和实务知识, 掌握国际货代流程中的接单、订舱、配载、转运、集拼等各种实际操作技能和科学的国际货运经营管理方法。同时, 注意渗透社会主义核心价值观教育, 培养学生爱国、敬业、诚信、友善的职业素养。		课程负责人	施昌霞
教学内容	项目	工作任务		
	项目一 概述	1. 国际物流概述 2. 国际货运代理概述案例		
	项目二 国际物流运作与货运代理配合	1. 国际物流运作概述 2. 国际贸易实务基础知识 3. 商品检验 4. 海关报关 5. 国际货运与保险 6. 国际货运代理配合运作 7. 国际理货		
	项目三 国际贸易口岸	1. 口岸概述 2. 海关业务 3. 中国口岸 4. 世界港口		
	项目四 国际物流分布状况	1. 国际物流的空间背景结构 2. 国际物流的空间结构演变 3. 国际物流的实现渠道 4. 世界各地物流特征		
	项目五 国际物流货物运输方式	1. 国际物流货物运输概述 2. 国际海上货物运输 3. 国际陆上货物运输 4. 国际航空货物运输 5. 国际集装箱运输 6. 国际多式联运 7. 国际管道运输、展品物流和国际邮政物流		

	项目六 货运代理的租船业务	1. 租船业务的种类及特征 2. 租船业务的执行程序 3. 航次租船 4. 定期租船
	项目七 国际物流仓储包装	1. 国际物流仓储包装概述 2. 保税仓库与保税区 3. 国际商品包装
	项目八 出口单证的种类及制作	1. 出口单证的种类 2. 出口单证的制作
考核方式 考试		

6、供应链管理（54 学时）

课程目标	通过本课程的教学，使学生掌握供应链管理的基本原理、研究方法和基本技能；掌握供应链的构建模型；掌握选择供应链合作伙伴的方法、供应链企业的绩效评价和激励机制等，为学生适应工作岗位打下良好的基础。培养学生具有爱国、敬业、诚信、友善的职业道德精神。		课程负责人	江厚平
教学内容	项目	工作任务		
	项目一 供应链理论	1. 熟练掌握供应链的概念、结构 2. 掌握供应链的组成 3. 掌握供应链的类型 4. 了解掌握供应链的特征		
	项目二 供应链管理原理	1. 理解供应链管理含义 2. 了解供应链管理起源 3. 掌握供应链管理原理		
	项目三 供应链管理方法	1. 掌握快速响应 2. 熟练掌握有效的客户响应 3. 了解企业资源计划		
	项目四 供应链关系管理	1. 掌握供应链伙伴关系 2. 熟练掌握客户关系管理		
	项目五 供应链采购管理	1. 了解供应链模式下的采购 2. 掌握供准时化采购 3. 掌握供应商的选择		
	项目六 供应链生产运营管理	1. 了解生产管理技术 2. 掌握生产计划与控制		
	项目七 供应链库存管理	1. 掌握库存管理的方法 2. 掌握库存控制的理论和方法 3. 掌握供应链环境下的库存策略		
	项目八 供应链信息管理	1. 了解供应链信息流 2. 掌握供应链管理信息共享方法 3. 掌握供应链企业信息集成概念		
	项目九 供应链的建构	1. 理解供应链设计的原则 2. 掌握供应链内容和策略 3. 掌握供应链的建构 4. 掌握供应链集成化管理		
	项目十 供应链成本和绩效评价	1. 掌握供应链成本构成 2. 了解供应链绩效评价方法 3. 掌握供应链绩效评价类型		
考核方式		考试		

九、实施保障

（一）师资队伍

教师类型	姓名	年龄	职称	学历学位	主讲课程	是否双师
校内专任、兼课教师	段春晖	51	副教授	本科硕士	运输管理实务、物流法律法规	是
	江厚平	56	副教授	本科硕士	供应链管理、智慧物流、客户关系管理	是
	刘 君	38	讲师	硕士研究生	物流信息技术、物联网与智能物流	是
	施昌霞	35	讲师	研究生	国际物流货运代理、物流专业英语	是
	何丽萍	33	助教	硕士研究生	智慧快递、物流技能大赛培训、采购物流与仓储管理	否
	余海凤	38	讲师	研究生	客户关系管理、现代物流实务	否
	李 慧	29	助教	本科	经济学基础、现代物流实务	否
校外兼任、兼课教师	余 成	53	技师	本科	叉车培训	是
	彭 清	51	高级物流师	本科	快递技能大赛实训	是
	王 瑛	62	教授	本科硕士	配送中心作业管理、商务礼仪	是

（二）教学设施

1. 校内基地具备条件

实验实训室名称	实训项目	实训技能点	工位数
物流综合实训室	1. 供应物流实训(原材料采购、运输、入库、库存管理、配送等) 2. 物流技能大赛实训 3. 叉车实训 4. 配送中心作业实训	1. 商品组托、入库实训 2. 物流技能大赛流程操作 3. 商品分拣操作 4. 叉车实操	60
物流沙盘模拟实训室	1. 物流企业管理模拟 2. 运输管理实训	1. 模拟物流企业管理要点 2. 整车运输流程模拟 3. 零担运输流程模拟	80
物流信息实训中心	1. 仓储管理信息处理 2. 配送管理信息处理 3. 采购物流信息处理 4. 国际货运信息处理 5. 运输管理信息处理 6. 供应链管理信息处理	1. 仓储管理、配送管理、采购管理、国际货运代理、供应链管理 etc 软件操作。	120

2. 校外基地具备条件

校外实习实训基地

序号	实训企业	实训项目	协议情况	实训地点
1	上海宝供物流有限公司	商品编码、商品分类及配送	已签	上海市
2	合肥宝供物流有限公司	采购、订单处理及配送	已签	合肥市
3	上海嘉祐物流有限公司	企业物流管理	已签	上海市
4	杭州萧山食品冷库	特种货物的仓储、装卸搬运及运输	已签	杭州市
5	安庆顺丰速运公司	条码技术、客户维护	已签	安庆市
6	合肥万纬物流园顺丰快递	单证、条码技术、商品分类	已签	合肥市
7	合肥市凯越饮品配送公司	条码技术、商品分类及配送	已签	合肥市
8	安庆振宜汽车有限公司	生产物流管理	已签	安庆市
9	安庆浩晟商贸有限公司	单证、货物验收及配送	已签	安庆市
10	宁波国文物流有限公司	采购、仓储、订单处理及运输	已签	宁波市
11	江苏雨润肉食品有限公司	仓储、订单处理、分拣、流通加工	已签	南京市
12	安庆烟草配送中心	特种货物的仓储、分拣及配送	拟签	安庆市
13	安庆集装箱码头	集装箱仓储、装卸及搬运	拟签	安庆市

(三) 教学资源

1. 进一步完善教学实习实训硬件建设，硬件包括：多媒体教室、图书馆、校内物流实训室等，特别是加强校外物流实训基地建设。

2. 强化师资队伍建设和打造省级优秀教师团队，实现专任授课老师均是硕士及以上学历，经过企业锻炼的双师型教师；兼职教师都是有着丰富经验的企业技术骨干、主管，并且都具有高学历、高职称。

3. 进一步完善教学资源库。不断拓展校企共建教学资源库，包括视频、图片、案例库、业务流程等在内的教学资源，通过校企共建教学资源库平台，将产业与教学有效融合，一方面，教学资源来自于合作企业，另一方面，学生在学习之后对口到企业工作，以此弥合企业人才需求与学校人才培养之间的落差。通过教学资源库有效促进物流管理专业产与学无缝衔接，现有教学资源库有：（1）校企合作教材开发及其 PPT 课件，建设《现代物流实务》、《采购物流与仓储管理》、《配送中心作业管理》等课程教材，并高标准制作各门课程的配套 PPT 课件。（2）图片库，拍摄各类物流专业教学所需的图片，具体包括物流人物、物流企业、物流设施设配、物流作业现场等。（3）培训包，主要包括助理物流师培训教材、助理物流师考证题库、学生大赛指导材料等。（4）制定专业建设标准，包括人才培养方案、职业能力标准、课程建设标准、专业教学条件配置标准。

（四）教学方法

以学生为中心，积极探索与实施多种教学方式，可采用平日集中授课模式、线上和线下结合模式等。在实际教学过程中，可采用现场教学、启发式教学、项目化教学、案例式教学等灵活多样的教学方法，充分调动学生学习的积极性、主动性。

1. 项目教学方法：根据专业课程内容，按照知识目标、技能目标及素质培养目标的培养需求，按照项目化内容进行教学与实训。

2. 情景教学方法：主要在课程实训环节，依据实训目标，设定情景场景，进行现场情景教学。

3. 模块化教学方法：结合课程技能培养目标，把学生需要掌握的重难点部分，按照不同模块，进行模块化教学。

鼓励教师将课程教学内容与职业标准对接。按照“岗课赛证”的教学理念，不断创新课程教学方法。

（五）学习评价

过程控制与终结性考核并举，企业考核与学校考核结合，知识学习与技能掌握并重。课程考核采用过程性考核与期末考试相结合的方式。注重平时成绩，强调实践动手能力的培养。

操作性较强的课程，其期末考核可以以完成某个具体项目的策划或实施完成程度作为主要考核依据方式。通过对提交的策划方案或实施报告，以及实际工作中实践项目建设成果来进行综合评定。

（六）质量管理

通过专业诊改，对标诊改标准，现代物流管理专业有多项指标未达到标准，需要健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学方式、创新教学评价模式、注重学生实习实训、提高专业团队教师教科研水平、完善专业核心课程资源建设等，通过质量建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成现代物流管理专业人才培养目标。

学校和现代商务学院应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，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。

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、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。专业教学团队应充分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。

专业建设委员会成员名单、职称、职务、工作单位信息

序号	名单	职称	职务	工作单位
1	金启胜	教授	现代商务学院书记、院长	安庆职业技术学院
2	余 瑰	副教授	现代商务学院副院长	安庆职业技术学院
3	李三平	讲师	现代商务学院副书记	安庆职业技术学院
4	段春晖	副教授	现代物流管理专业负责人	安庆职业技术学院
5	江厚平	副教授		安庆职业技术学院
6	刘 君	讲师		安庆职业技术学院
7	施昌霞	讲师	学生管理科科长	安庆职业技术学院
8	余海凤	讲师		安庆职业技术学院
9	何丽萍	助教		安庆职业技术学院
10	李 慧	助教		安庆职业技术学院
11	吴 松	高级快递员	经理	百世快递公司
12	张家辉	学生		安庆职业技术学院

十、毕业要求

（一）学时或学分要求

公共基础课程模块	专业技术模块	集中实践模块	第二课堂模块	1+X 证书或职业资格证书	合计学分
40	54	42	10	4	150

（二）第二课堂要求

第二课堂学分不低于 10 学分（按 180 学时计算），超出学分部分，不计入毕业学分，相关学分转换依据《安庆职业技术学院第二课堂学分计量方法认定细则》。

第二课堂课程项目	最低学分
树德模块 （思想政治与道德素养）（必修学分）	2
增智模块 （学术科技与创新创业、技能大赛、认证培训）（选修学分）	2
强体模块 （强身健体与提升体能素质）（必修学分）	2
蕴美模块 （人文艺术与身心发展）（选修学分）	2
育劳模块 （社会实践与志愿服务）（必修学分）	2

（二）“X”证书要求或职业资格证

鼓励本专业学生在校期间积极获取物流管理职业技能等级（中级）证书（X 证书）及其它相关职业资格证书，并计 4 学分。

十一、教学进程安排

(一) 公共基础课程教学进程表

类型	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	考核形式	周学时/学分	备注
必修课	1	思想道德与法治	42	28	14	1	考试	3	含社会责任
	2	军事训练及理论教程	72	12	60	1	考查	4	
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2	考试	2	融入四史教育
	4	形势与政策	18	18		2	考查	1	含国家安全教育
	5	劳动教育	30	12	18	1-2	考查	1	理论教学线上资源/实践教学每周三下午公益劳动
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	36	18	3	考试	3	
	7	体育	28+36	8	56	1-2	考查	4	含体能测试
	8	职业发展与就业指导	36	26	10	3	考查	2	
	9	心理健康教育	36	24	12	1	考查	2	
	10	信息技术基础	64	24	40	2	考试	4	
	小计		452	212	240			26	
限定选修课	11	高职数学基础	42	42		1	考查	3	课程一组：1. 各专业根据培养目标自主需要选择课程和考查形式。2. 《马克思主义理论类课程》、《信息技术拓展课程》为线上资源。3. 要求不少于 108 学时或获 6 学分。
	12	高职应用数学	36	36		2	考查	2	
	13	高职语文	28	28		1	考查	2	
	14	普通话水平培训	18	6	12	1	考查	1	
	15	实用英语（1）	28	28		1	考查	2	
	16	实用英语（2）	36	36		2	考查	2	
	17	马克思主义理论类课程	18	18		2 或 3	考查	1	
	18	信息技术拓展课程	18	18		3	考查	1	
	19	安全教育	18	18		2 或 3	考查	1	
	20	美育教育	18	18		3	考查	1	
	21	中华优秀传统文化	18	18		3	考查	1	课程二组：线上资源，要求不少于 36 学时或获 2 学分。
	22	管理学原理	36	18	18	2	考查	2	
	23	外贸知识	18	18		2 或 3	考查	1	
	小计（不少于）		152		30			12	
选修课	24	创业培训	80		80	3 或 4	考查	4	1. 《创业培训》按学院利用线上资源分段组织选修。 2. 《习近平经济思想》采用线上授课或线下讲座形式。
	25	书法培训	18		18	2	考查	1	
	26	音乐（黄梅戏）欣赏	18		18	3	考查	1	
	27	节能减排与绿色环保类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	28	人口资源与海洋探秘类	10	10		3 或 4	考查	0.5	
	29	社会责任类课程	12	12		5	考查	0.5	
	30	职业素养类课程	12	12		5	考查	0.5	
	31	习近平经济思想	18	18		2	考查	1	
	小计（不低于）		98					5	

(二) 专业(技能)课程教学进程表

类别	序号	课程名称	计划课时	理论课时	实践课时	开设学期	学分	周学时	考试	考查	备注
专业基础课程	1	经济学基础	56	56	0	1	3	3		√	
	2	现代物流实务	70	48	22	1	5	5	√		
	3	商务礼仪	54	36	18	2	3	3		√	
	4	智慧物流	54	36	18	4	3	3		√	
	5	基础统计	36	24	12	4	2	2		√	
	6	物流法律法规	36	24	12	4	2	2		√	
	7	物联网与智能物流	54	36	18	4	3	3	√		
	8	物流客户关系管理	54	36	18	3	3	3	√		
专业技术核心课程	9	采购物流与仓储管理	72	48	24	2	4	4	√		
	10	配送中心作业管理	72	48	24	3	4	4	√		
	11	运输管理实务	72	48	24	3	4	4	√		
	12	物流信息技术	72	36	36	3	4	4	√		
	13	国际物流与货运代理	54	36	18	4	3	3	√		
	14	供应链管理	54	36	18	4	3	3	√		
专业拓展课程	15	电子商务基础	36	24	12	4	2	2	√		
	16	市场营销实务	36	24	12	2	2	2	√		
	17	物流专业英语	36	36	0	3	2	3		√	
	专业选修课 1	叉车操作	54	0	54	4	3	3		√	学时不低于36学分。各专业根据实际自主选择线上或线下或讲座。
	2	智慧快递	50	30	20	3	3	3		√	
小计：(学时控制在 954—1008 之间，学分控制在 53—56 之间)			1008	672	336		56				
集中实践模块	1	物流技能大赛模拟实训	36		36	2	2			√	累计不超过60课时
	2	快递技能大赛实训	36		36	4	2				
	3	物流综合实训	42		42	4	3			√	累计不超过60学时
	4	物流管理 1+x 职业技能等级(中级)	60			4	3				
	5	毕业设计	120		120	4	6			√	4-6 周
	6	岗位实习	180		180	5	10				
	7	岗位实习	300		300	6	16				
	小计：(学时控制在 734—774 之间，学分控制在 40—43 之间)		774		774	—	42		—	—	集中实践课时

说明：1. 《劳动教育》纳入学生培养全过程，全员、全方位丰富和拓展劳动教育实施途径，具体按《安庆职业技术学院劳动教育实施方案（试行）》执行。

2. 《体育》在第 1-2 学期开设选项课；第 3-4 学期开设校园阳光健康跑，并辅以高水平运动队的组织训练，由公共基础部统筹安排。

(三) 周课时统计表

学期	总课时数	平均周课时数	学分
一	384	23	23
二	431	24	24
三	483	27	27
四	522	29	29
五	300	17	17
六	300	17	17
合计	2420		137

(四) 各类课程学时分配表

课程类别	学时数	比例 (%)	实践学时	学分
公共基础课程	638	26	294	40
专业技术课程 (包括专业基础、专业核心、专业拓展课程)	1008	37	332	54
集中实践课程	774	30	763	42
第二课堂课程	180	7	180	10
合计	2600	100	1569	146

附件3.

安庆职业技术学院专业人才培养方案审核表

二级学院	现代商务学院
人才培养方案名称	安庆职业技术学院 2023 级高职专科现代物流管理专业 人才培养方案
院(部)审核意见	院长签名、盖章： 年 月 日
教务处审核意见	负责人签名、盖章： 年 月 日
校教学工作指导委员会 审核意见	年 月 日
校党委会 审定意见	年 月 日

注：本表一式二份，教务处、专业所在院(部)各存一份