



湖南科技职业学院

商务管理专业 人才培养方案

二级学院

商学院

专业负责人

蔡蕙

制定日期

2020 年 7 月

湖南科技职业学院教务处 编制

商务管理专业人才培养方案

一、专业名称

专业名称：商务管理

专业代码：630602

专业大类：财经商贸大类

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、教育类型与修业年限

教育类型：高等职业教育

标准学制：三年

修业年限：学习年限不少于两年，在校累计学习年限不超过五年，最长学习年限不超过六年（含休学）

四、职业面向

主要面向湖南省内及周边地区零售行业企业，包括百货商场、综合超市、社区超市、各类专卖店、各类专业店的营业员、运营主管、促销主管、采购主管/买手、品类主管、部门经理、楼面经理、区域督导、店长助理、店长岗位，从事门店开发与设计、门店运营管理、门店布局与商品陈列、品类管理、商品采购管理、门店促销策划与实施、零售数据统计与分析等工作的人员。

表 1 职业面向

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)	职业资格证书或技能等级证书举例(“1+X”)
财经商贸大类(63)	工商管理(630602)	商业服务业(72) 零售业(52)	连锁经营管理师(4-01-02-06) 商品营业员(4-01-02-03) 理货人员(4-02-06-02) 收银人员(4-01-02-04) 采购人员(4-01-01-00) 企业经理(1-06-01-02)	营业员 运营主管 促销主管 采购主管/买手 品类主管 部门经理 楼面经理 区域督导 店长助理 店长	1、CCFA 品类管理师 2、CCFA 特许经营管理师 3、CCFA 门店店长证书 4、CCFA 卖场视觉营销证书 5、CCFA 卖场布局与商品陈列证书 6、助理人力资源管理师 7、1+X 网店运营推广职业资格证书(中级)

五、培养目标和规格

(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的零售门店经营管理人才。主要面向湖南省内及周边地区零售行业企业，包括百货商场、综合超市、社区超市、各类专卖店、各类专业店等，培养和输送能够从事门店开发与设计、门店运营管理、门店布局与商品陈列、品类管理、商品采购管理、门店促销策划与实施、零售数据统计与分析等各种经营管理工作的数据分析人员、采购专员、门店导购、促销专员、运营主管、楼面经理、区域督导、店长助理、门店店长等高素质、高技能、复合型劳动者和零售专门人才。

(二) 培养规格

本专业培养的学生应在门店开发与设计、门店运营管理、门店布局与商品陈列、品类管理、商品采购管理、门店促销策划与实施、零售数据统计与分析等方面达到较高水平,具备较强的分析判断能力、业务操作能力、交流沟通及团队协作能力。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. 素质目标

(1) 思想政治素质:具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定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;崇尚宪法遵守法律遵规守纪;具有社会责任感和社会参与意识。

(2) 文化素质:具有较宽泛的通识人文科学素质储备,热爱中国传统文化,自觉传承和发扬中国优秀教育思想,并将其渗透到门店开发与设计、门店运营管理、门店布局与商品陈列、品类管理、商品采购管理、门店促销策划与实施、零售数据统计与分析工作中。

(3) 职业素养:具有良好的从事商业服务业和零售业行业职业道德,热爱商业服务和零售事业,具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;具有质量意识、保密意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力;勇于奋斗、乐观向上,具有自我管理能力和职业生涯规划的意识,有较强的集体意识和团队合作精神。

(4) 身心素质:具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄,身体素质达到《国家学生体质健康标准》;心理和健全的人格;具有良好的行为习惯和自我管理能力;对工作、学习生活中出现的挫折和压力,能够进行心理调适和情绪管理;具有一定的审美和人文素养。

2. 知识目标

- (1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识、经济地理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职业伦理等知识;
- (3) 掌握计算机基本知识,掌握文字处理、表格处理和演示文稿等办公软件的操作知识;
- (4) 掌握经济学、管理学、营销学、会计学的基本知识;
- (5) 掌握市场调查和市场预测的基本知识;
- (6) 掌握门店开发与设计、门店运营管理的基本知识;
- (7) 掌握品类管理、门店促销、客户服务的基本知识;
- (8) 掌握商品布局与陈列规范及基本知识;
- (9) 掌握门店人事和团队管理基本知识;
- (10) 熟悉零售数据采集及分析的基本知识;
- (11) 掌握门店绩效管理和评价的基本知识。

3. 能力目标

- (1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力;
- (2) 具有商圈调查分析及相应的门店选址与开发能力;
- (3) 具有消费者行为分析及制定相应营销策略的能力;
- (4) 具有运用线下和线上两种方式进行门店促销推广的能力;
- (5) 具有门店商品采购和供应商选择能力;
- (6) 具有门店商品品类管理能力;
- (7) 具有门店布局与商品陈列能力;
- (8) 具有处理客户投诉和现场纠纷处理的能力;
- (9) 具有门店人事和团队管理的能力;

- (10) 具有零售数据分析与应用能力；
 (11) 具有门店绩效管理和评价的能力。

六、课程设置及要求

(一) 职业能力分析

表 2 典型工作任务与职业能力分析表

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
营业员	商品陈列管理	具有对门店商品进行排面维护、补货、商品陈列的能力； 能够对商品库存区进行整理，做到商品清楚，码放安全，规律有序；。	市场营销实务 门店促销实务 门店布局与商品陈列 门店客户服务 商务谈判
	商品销售管理	具有对所负责区域商品的销售、缺货的情况予以了解，并进行有效现场销售的能力； 能够保障库存商品销售供应，及时清理端架、堆头和货架并补充货源； 负责区域商品的 POP，价格标签的核对，并对区域货架、商品、寄仓、地面卫生进行清洁维护。	
运营主管	运营管理	具有商场销售绩效数据收集、分析、反馈能力； 具有对运营部门建立费用预算和进行预算管理的能力； 具有编写工作成果报告营运成果效益评估、改善报告的能力； 具有制定部门年、月、周、日工作计划的能力。	市场调查与分析 门店开发与设计 门店促销实务 商品采购管理 门店布局与商品陈列 门店客户服务
	销售管理	具有监督处理顾客投诉、退换货管理、物价管理、商品陈列的能力； 具有研究商圈、开发会员，建立会员档案，接待会员来信、来访，处理、答复会员投诉，处理大宗客户服务的能力； 能够监督门店现场的服务质量、环境质量、现场纪律； 能够参与门店例会，及时完成店长交办的工作； 能够配合促销要求完成各种门店促销活动。	
	部门绩效管理	具有对本部门相关工作岗位进行绩效考核的能力； 具有对部门人员升迁的资格评审能力； 具有制定部门短、中、长期营运策略的能力。	
促销主管	促销活动前期准备	具有根据门店业态和经营目标，调查区域市场目标客群的消费者特征，预测各细分消费群体的消费心理和消费趋势变化的能力； 具有适时了解区域市场竞争对手门店的各类促销活动信息，比较分析并确定促销活动需要针对的商品品类、数量和价格等关键因素的能力； 能够确定促销预算和预估促销活动的效果。	市场调查与分析 消费者行为分析 专业基本技能实训 商务数据分析与应用 新媒体运营与推广 专业基本技能实训 门店促销实务 商务项目管理 ERP 沙盘实训 双十一项目实训
	促销活动策划与实施	具有撰写市场策划方案、广告策划案的能力； 具有对特定的促销活动制定策划方案的能力； 具有对特定的促销活动策划方案予以实施的能力； 具有对特定的促销活动实施效果进行科学评估的能力； 负责策划部门各项文案、合同、资料的拟定、搜集、统计、整理及存档工作。	
采购主管/买手	商品采购	熟悉需要采购商品的性能、特性、品质要求、采购标准；具备熟练操作办公软件，ERP 系统的能力； 具备协调沟通能力和丰富的谈判经验； 能够根据业务订单，生产计划需求，制定成品采购计划；具备供应商开发维护能力，能够询价、议价、比价，择优采购，优化采购成本； 能够维护并跟进供应商体系，按质、按量、按时、满足采购需求； 具备市场行情的调查分析能力，能够经常性进行市场调查，寻找优质、价廉的材料，降低成本。	市场调查与分析 商务谈判 品类管理 门店采购管理 商务数据分析与应用 专业基本技能实训 专业综合实训
品类主管	品类管理	能够能够为门店制定商品组织结构表； 具有合理确定门店小分类的单品数量、价格带配置、包装规格配置和品牌配置的能力； 具有品类角色定位能力； 具有进行零售商总体表现、单店、品类发展、市场和竞争对手、供应商等各类评估的能力； 具有根据品类角色与目标选择合适的品类策略的能力； 具有通过零售 4P 合理组合提高客流量、客单价和利润的能力；具有选择合适的门店布局和商品列的能力； 能够选择合适价格策略和促销方式； 能够进行较简单的需求预测和补货计算； 能够预估企业实施品类管理面临的问题并提出应对思路。	品类管理 商务数据分析与应用 商务谈判 市场调查与分析 市场营销 消费者行为分析 门店布局与商品陈列 门店采购管理

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
楼面经理	运营管理	具有协助百货店店长完成上级下达的经营计划及日常管理工作的能力； 具有负责具体楼面的商品经营，完成业绩目标的能力； 具有对员工进行仪容仪表、服务质量的监督以及业务培训，达成较高顾客满意度的能力； 负责具体楼面员工的日常管理及考勤记录和汇总,并对员工工作表现进行评估； 负责具体楼面清洁卫生的监督和保持； 能够保证各区域的协调发展和高效工作。	职业核心能力训练、 市场营销实务、 商务谈判、 消费者行为分析、 新媒体运营与推广、 商务项目管理、 门店开发与设计、 品类管理、
	客户关系管理	具备具体楼面各商家协调沟通货品品种、数量及陈列标准，确保楼面经营正常有序进行； 能够及时掌握各商家销售情况，做出合理建议，努力提高销售业绩； 能够掌握门店客情、客流动态，并根据具体情况作出相应的工作安排、销售计划、销售措施和人员调配。	门店布局与商品陈列、 门店促销、 门店客户服务、 管理者情商训练实训、 专业基本技能实训、 专业综合实训、 门店人力资源管理、
区域督导	巡店督导	具有店铺现场管理和运营的能力； 能够代表公司对加盟店铺进行现场管理，给予经营建议和指导； 具有制定合理的店铺计划，跟进店铺零售、进货等指标有序的按计划完成的能力； 具有监督和帮助下各加盟店铺销售业绩提高的能力； 能够定期巡查，并对店员的各项工作进行巡查、监督和指正工作； 具有筹备和组织新加盟店铺开业前期准备和后期跟进的管理能力； 具有能够协助拓展部保障加盟合同在客户方的执行，监督和帮助下各加盟商陈列美学化和科学化的能力； 具备电脑操作能力，熟悉 WORD、EXCEL、PPT 及销售软件； 具有一定的市场判断能力和开拓能力，有较强的市场销售经验和市场嗅觉； 具有一定的团队领导能力、公共关系能力、组织协调能力。	管理学基础 商务谈判 消费者行为分析 新媒体运营与推广 商务项目管理 门店开发与设计 品类管理 门店运营管理 门店布局与商品陈列商 务数据分析与应用 ERP 沙盘实训 管理者情商训练实训王 牌店长实务实训 专业综合实训
店长助理	运营管理	具有管理店铺销售工作及保持正常运营的能力； 负责开店或打烊相关工作； 负责店铺整理、整顿、清洁、清扫、保养工作；能够协助店长处理一切店面工作； 能够对店内货品、财物及现金安全进行管理； 能够协助店长进行店铺的陈列工作； 能够协助店长完成各种报表和单据工作。	职业核心能力训练、 市场营销实务、 商务谈判、 消费者行为分析、 新媒体运营与推广、 商务项目管理、 市场调查与分析 门店开发与设计 品类管理 商品采购管理 门店布局与商品陈列 门店客户服务 门店人力资源管理 连锁门店运营实务实训
	货品管理	具有协助店长保持店内存货充足的能力； 具有依据公司指导，正确陈列货品的能力； 能够根据市场转变建议改变店内货品陈列方式； 能够协助监管收货及退货，并确保无误。	
	顾客服务	能够协助指导属下员工以专业态度销售货品，提供优质顾客服务，并处理顾客投诉及合理要求。	
	业务指导	具有对店铺促销活动推广与执行的能力； 具有执行公司产品陈列要求并做好日常商品区域布置与陈列的能力； 能够制定店铺每日/周/月销售计划，并分解到班组、个人及时段并监督完成； 能够盘点每日库存情况，对畅滞销款及时提出补货与促销措施，确保店内商品库存合理。	
店长	门店开发与定位	具有门店开店筹备和系统化模块划分能力； 具有门店组织架构设计能力； 具有建立门店选址标准和流程设计的能力； 能够根据商圈调查进行业态定位和经营定位； 能够对门店内部整体规划布局进行设计。	职业核心能力训练、 市场营销实务、 商务谈判、 消费者行为分析、 新媒体运营与推广、 商务项目管理、 市场调查与分析 管理学实务 门店开发与设计 品类管理 门店布局与商品陈列 门店人力资源管理 管理者情商训练实训 王牌店长实务实训
	门店绩效管控	具有统筹制定每月销售计划和任务分配，落实产品促销和效果追踪的能力； 具有洞察商圈环境，及时调整销售策略的能力； 具有合理分工、有效激励员工的能力； 具有制定门店销售报表和销售额升降原因分析的能力； 具有采取措施改善门店销售业绩的能力。	
	人事管理	具有制定门店规章制度的能力； 具有培训员工商品知识、销售技巧等方面的能力； 具有人员招聘选拔和考核的能力； 具有指导培养下属成长的能力。	

工作岗位	典型工作任务	职业能力	对应课程
	日常管理	具有员工日常考勤监督、员工服务规范的监督能力； 能够对店铺形象日常维护与管理、店铺内外环境卫生的检查与监督； 能够及时处理店铺突发事件； 能够对店内防火防盗等安全控制与检查。	

(二) 课程设置

1、课程体系设计思路

根据商贸类专业基础相通，技术领域相近的特点，对接最新职业标准、行业标准和岗位规范，紧贴岗位工作任务，提高和优化专业群的共享度和融合度，依据能力图表构建“拓宽基础、做厚核心、突出跨界”的课程体系。即分为四个阶段：

第一阶段建立起以人文素养能力培养为主专业群特色文化素质课程为辅的综合素质课平台。包括思想道德修养与法律基础、体育、形势与政策、大学语文等公共基础课及具有典型专业群特色的文化素质课程；

第二阶段建立包含群通用基础课程和群共享核心课程的群共享课程平台。包括职业核心能力实训、管理学基础、经济法、经济学原理、市场营销实务以及商务数据分析、新媒体运营与推广等；

第三阶段建立以岗位职业能力为主的专业核心课程平台。包括门店开发与设计、品类管理、门店运营管理、门店布局与商品陈列、门店促销、门店客户服务、门店采购管理、商务数据分析与应用，实现专项技能与专业特色知识的培养；

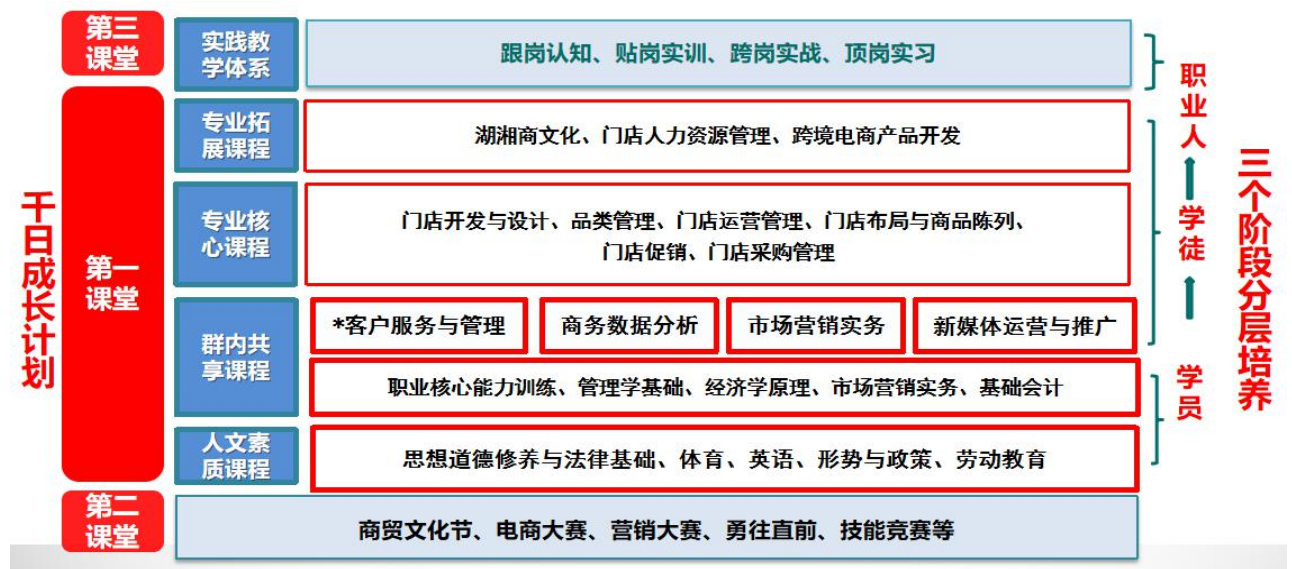
第四阶段建立专业拓展课程平台。开设湖湘商文化、门店人力资源管理课程，对接职业标准和专业教学标准，引进真实企业项目，培养学生岗位提升和可持续发展能力。

同时，建设多维度实践教学体系。包含跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、顶岗实习等训练环节和内容。

一、二阶段拓宽基础，三、四阶段做厚核心，在项目运行过程中，最大限度发挥实践教学体系，打破学校与企业边界，跨校企组建项目导师团队合作开发真实项目，突破专业、年级、班级的界限，跨专业、班级组建项目团队，以师傅带徒弟的方式在真实项目的演练、实战中实现跨界能力的培育、孵化和成长。

2、课程设置体系图

通过岗位职业能力需求分析，根据课程体系设计思路，确定本专业课程设置，见图 1：课程设置体系图。



3、课程设置表

表 3 课程设置表

课程属性	课程性质	主要课程
公共课程	必修课	军事技能、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、计算机信息素养、大学英语(1)(2)、大学体育(1)(2)、实用语文、职业规划与就业指导、经济数学、创新创业教育、心理卫生与健康、中国传统文化、军事理论、生命科学与救援、突发事件及自救互救、党史、国史、劳动教育
	选修课	艺术、美学类选修课(非艺术类专业限选)、专项体育
专业课程	专业群平台必修课	经济学原理、管理学基础、经济法、基础会计、职业核心能力训练
	专业基础必修课	市场营销实务、市场调查与分析、商务谈判、消费者行为学、新媒体运营与推广、商务项目管理
	专业技能必修课程	*门店开发与设计、*品类管理、*门店运营管理、*门店布局与商品陈列、*门店促销、*客户服务与管理、*门店采购管理、*商务数据分析与应用、ERP 沙盘实训、双十一项目实训、管理者情商训练实训、王牌店长实务实训、顶岗实习、毕业设计
	专业群/专业拓展选修课	湖湘商文化、门店人力资源管理、创新思维训练、商务礼仪、商务英语口语、门店促销实务实训、项目实战

(三) 课程描述

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课

表 4 公共基础课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述
1	军事技能 (909101)	课程目标 1、素质目标：在组织军事技能训练时，要以中国人民解放军的条令、条例为依据，严格训练，严格要求，培养学生良好的军事素质 2、知识目标：对国防概述、国防法制、国防建设、国防动员、军事思想概述、国际战略环境概述、国际战略格局、我国安全环境、高技术概述、高技术军事上的应用、高技术与新军事变革、信息化战争概述、信息化战争特点、信息化战争对国防建设的要求有较清醒地了解。通过学习激发学生努力拼搏，掌握科技知识。 3、能力目标：通过学习，达到平时时期，积极投身到国家的现代化建设中，战争年代是捍卫国家主权和领土完整的后备人才。
		主要教学内容 1.中国国防 2.军事思想 3.国际战略环境 4.军事高技术 5.信息化战争 6.解放军条令条例教育与训练 7.轻武器射击 8.军事地形学、综合训练—行军 9.综合训练
		教学要求 本课程是公共基础课必修课。 教学方法:基于行动导向教学、四步法;案例教学法;情境教学法;启发式教学法;发现式教学法等。 教学模式:线上线下混合式教学模式;问题教学模式;实战演练。 教学保障:理论:学校多媒体教室;训练:学校操作和军事基地 考核评价:采用过程与结果相结合考核,过程 70%,结果 30%
2	思想道德修养与法律基础 (909102)	课程目标 1、素质目标：树立正确的人生观、价值观、道德观和法制观，具备作为现代公民的道德素养和法律素养，培养成德智体美劳全面发展的社会主义合格建设者和可靠接班人。 2、知识目标：了解科学的世界观、人生观、价值观、社会主义道德相关理论；领会社会主义法治精神。 3、能力目标：具备人生规划能力、团队合作能力、辩证思考能力和运用道德、法律理论指导实践的能力。
		主要教学内容 1.适应教育。了解我国所处的新时代特点、积极开始大学生活，以复兴民族为己任。 2.思想教育。树立理想信念，培育爱国主义情操，领会人生真谛与价值，弘扬社会主义核心价值观。 3.道德教育。掌握并传承中华优秀传统美德，培育职业道德、家庭美德、社会公德。 4.法制教育。把握法律的精神内核、了解我国法律的基础知识，具有较强的法治意识和法治观念。
		教学要求 本课程是各专业的公共基础课，是对大学生进行系统的思想政治教育的核心课程。 充分利用在线开放课程；教师可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法和项目教学法等教学方法。 考核成绩评定办法如下:研究性学习模块(占 20%)，网络学习模块(占 30%)，课堂表现模块(占 20%)，期末考试模块(占 30%)。
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (909103)	课程目标 1、素质目标：具备一定的政治理论水平素养和调查研究思维，具备创新变革能力思维。 2、知识目标：了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本要义，熟悉习近平新时代中国特色社会主义思想的深刻内涵，掌握中国共产党作为领导核心对中国特色社会主义事业的引领作用。 3、能力目标：能够用党的实事求是思想路线培养创新能力，能够用党的创新理论分析改革开放进程中出现的的问题和矛盾，并提出对策和建议。

序号	课程名称 (代码)	课程描述
	主要教学内容	1.马克思主义中国化及其理论成果 2.毛泽东思想 3.邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观 4.习近平新时代中国特色社会主义思想
	教学要求	本课程为思想政治理论课必修课程,在平台上建立了在线课程,采用线上线下混和式教学。讲授中做到理论阐述准确,内容详实得当,重、难点突出。教师应针对不同教学对象和教学内容,采用启发式、讨论式、探究式等多种教法,不断总结经验,力争提升自我。 期终考核成绩评定办法如下:研究性学习模块(占 20%),网络学习模块(占 30%),课堂表现模块(占 20%),期末考试模块(占 30%)。
4	形势与政策 (909104)	课程目标
		主要教学内容
		教学要求
5	大学英语 1 (909105)	课程目标
		主要教学内容
		教学要求
6	大学英语 2 (909106)	课程目标
		主要教学内容
		教学要求



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	1.电话问候 2.网络生活 3.物品描述 4.观光旅游 5.求职申请 6.职业规划
		教学要求	大学英语课程属于公共课程,培养面向生产、建设、服务和管理一线需要的“懂英语、高素质、有国际化意识”,能满足行业发展要求的技能型人才。课堂教学以学生为中心,教师起引导和指导作用,采用“启发式”、“交际式”和“运用多媒体”相结合的教学方法。为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、课程作品考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下:平时考核成绩:30%;过程性考核成绩:40%;期末考试成绩:30%。
7、8	大学体育 (909107、990108)	课程目标	1、素质目标:具备自主锻炼意识;培养运动爱好以及习惯;具备利用互联网的思维;具备一定的大数据思维; 2、知识目标:掌握科学运动概念;了解运动种类;对于常见的运动项目的起源与发展有一定认识;对于开设项目的比赛规则有一定程度了解;掌握基本运动损伤的处理; 3、能力目标:能够掌握一到两个项目的基础技术动作;具备必要的身体素质并达到一定要求;利用所学知识可以较好地解读一场比赛;
		主要教学内容	1.运动理论; 2.裁判法则; 3.身体素质练习; 4.运动技能技术学习;
		教学要求	本课程是公共基础必修课。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用讲授、练习、分组练习、分层学习、分组对抗教学方法 为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、身体素质考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩:40%;身体素质考核成绩:30%;期末考试成绩:30%
9	计算机信息素养 (909109)	课程目标	1、素质目标:激发并加强学生自主探索学习的意识,培养相互协作精神;具备信息安全意识和网络道德素养。 2、知识目标:了解信息时代特征;了解互联网与互联网思维;熟悉常用计算机操作与维护知识和常用软件的安装与卸载;掌握文档的编排、数据统计与分析、演示文稿展示等基本信息处理方法,掌握信息检索与交流的常用方法。 3、能力目标:能够对计算机进行日常维护,熟悉计算机基本操作和常用软件的安装与卸载,能够安全有效地利用互联网进行信息检索和信息获取,并利用计算机进行文档编辑、数据统计与分析、信息展示等信息基本处理。
		主要教学内容	信息时代的特征 2、时代的助力者计算机 3、计算机网络 4、信息检索 5、文档编辑 6、数据统计与分析 7、信息展示
		教学要求	本课程是公共基础课程。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。可根据不同的教学内容主采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法和项目教学法等教学方法,全部教学在机房上课,理论教学和实训操作相结合。授课采用视频+课件、MOOC 平台在线学习+交流讨论,以及边讲、边看、边做、边讨论等多种教学手段,在做中学,在学中做,做到“教、学、做”一体化。 为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、项目设计考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩:MOOC 平台在线学习 20%;课堂学习 20%;项目设计考核成绩 30%;期末考试成绩 30%。
10	实用语文 (909110)	课程目标	1、素质目标:具备与人交流与合作的团队意识;具备爱岗敬业、诚实守信、踏实肯干、谦虚好学、坚持不懈、精益求精的职业道德与素养;具备勤于思考、勇于创新的思维; 2、知识目标:了解口语表达的基本知识与技巧;熟悉常用应用文的基本写法与要求;掌握诗歌、散文、小说和戏剧的鉴赏方法; 3、能力目标:能够利用口语表达的基本知识与技巧进行有效交流与沟通;能够运用应用文写作的基本写法与要求进行常用应用文的写作;能够运用文学鉴赏的基本方法进行诗歌、散文、小说、戏剧等作品的赏析。
		主要教学内容	1、口语表达模块:口语表达基本知识与技巧;演讲的技巧以及演讲训练; 2、应用文写作模块:公文概述,通知、报告、请示、函、求职信、个人简历、计划、总结、经济合同等常用应用文书的写作; 3、文学鉴赏模块:鉴赏部分经典诗歌、散文、小说或戏剧作品。
		教学要求	本课程是公共基础课程,在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法、讲授法、讨论法、自主探究法等教学方法。 为了更全面地考核学生学习情况,课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩:20% 作业考核成绩:30% 期末考试成绩:50%



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
11	职业规划与 就业指导 (990111)	课程目标	<p>1、素质目标：学生具备职业生涯发展的自主意识；学生树立积极正确的职业态度和就业观念；学生具备良好的职业素养；学生具备科学的职业决策思维。</p> <p>2、知识目标：学生了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；学生了解就业政策与就业权益保护；学生熟悉职业生涯规划的流程和步骤；学生掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制订的方法；学生掌握求职技巧。</p> <p>3、能力目标：学生能够进行自我觉察，自我分析；学生能够进行职业信息的收集和管理；进行科学的生涯决策；提升学生专业知识能力、可迁移性能力和自我管理能力和自我管理能力，具备求职就业竞争能力。</p>
		主要教学 内容	<p>主要教学内容是“觉知与承诺”“自我认知”“职业世界认知”“生涯决策”“计划与行动”“求职准备”“求职与面试技巧”“就业政策就业权益保护”“职场适应与发展”等模块。</p>
		教学要求	<p>课程性质：本课程是面向全校大学生开设公共必修课。本课程既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展，分两个阶段教学：职业生涯规划安排在第一学期或第二学期，就业指导安排在第五学期。</p> <p>教学方法：本课程可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、练习法、讨论法、头脑风暴法、人物访谈法、游戏法等教学方法。</p> <p>考核评价：为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。具体考核成绩评定办法如下： 学习过程考核成绩：20%； 课程作业考核成绩：30%； 期末考查成绩：50%</p>
12	经济数学 (909112)	课程目标	<p>1、素质目标：具备与人沟通合作的能力；具备科学理论的理解能力；具备量化解决相关专业问题的能力；具备自主学习的能力；具备进行专业学习和终生学习所必需的数理思维。</p> <p>2、知识目标：了解函数、微积分、行列式、矩阵、线性方程组、概率论等方面的基本概念、基本理论；掌握求极限、求导、求积分、矩阵及线性方程组相关计算、求事件概率的基本方法和基本运算技能。</p> <p>3、能力目标：能利用所学知识理解或解决经济生活中的实际问题。</p>
		主要教学 内容	<p>1.函数与极限 2.导数及其应用 3.微分及其应用 4.不定积分 5.定积分及其应用 6.常微分方程及其应用</p>
		教学要求	<p>本课程是公共基础必修课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容.案例、教学情境。</p> <p>可根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法和案例教学法等教学方法</p> <p>为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下： 学习过程考核成绩：30%；课程作品考核成绩：20%；期末考试成绩：50%</p>
13	创新创业 教育 (909113)	课程目标	<p>1、素质目标： 培养学生的创新创业意识、创新创业思维、创新创业精神，提升创新创业素养；自觉运用创业思维指导个人的学习、生活及创业实践；帮助有创业意愿的学生学会在不确定的环境中理性创业，帮助没有创业意愿的学生学会以创业的心态去就业。</p> <p>2、知识目标：要求学生了解创业者通常应具备的能力和素质，了解精益创业的基本理论；熟悉商业模式的基本知识；掌握创业团队的内涵、模式及创业团队的组建与管理。</p> <p>3、能力目标：通过课程教学培养学生的团队合作能力、语言表达能力、收集信息和整理资料的能力、动手操作能力、分析问题解决问题的能力。</p>
		主要教学 内容	<p>主要教学内容为：认识创业、创业思维与人生发展、创业资源、创业团队、创业机会、创意设计、创业风险、商业模式、创业计划书（选修）、企业创办与初创企业管理（选修）、等模块。</p>
		教学要求	<p>课程性质：本课程是一门公共必修课。</p> <p>教学方法：遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，在“课程思政”教学理念的指导下，综合运用讲授法、案例分析法、讨论法、头脑风暴法、练习法、角色扮演法、游戏法、榜样示范法、网络教学法和实地考察法等多种教学方法，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，提高教学效果，充分发挥“课程思政”的育人功能。</p> <p>考核评价：为了更全面考核学生学习情况.课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考查三部分。具体考核成绩评定办法如下： 学习过程考核成绩：20%；课程作业考核成绩：30%；期末考查成绩：50%</p>
14	大学生心理 健康教育 (909114)	课程目标	<p>1、素质目标：本课程根据大学生心理特点，有针对性的让学生掌握心理健康、心理学与病态心理学的相关知识，学会心理调适的基本方法；</p> <p>2、知识目标：认识心理科学，消除对心理学的误解，培养科学的心理观，消除唯心主义、封建迷信和伪科学的干扰；通过心理健康知识的传授，让大学生重视心理健康对成人成才的重要意义；</p> <p>3、能力目标：掌握心理调适方法，通过消除心理困惑，学会调节负性情绪，学会面对人生的各种挫折与困难，增强心理承受能力。</p>



序号	课程名称 (代码)	课程描述
		<p>主要教学内容 1.大学生心理健康教育绪论 2.大学生自我意识培养 3.大学生人格塑造 4.大学生学习心理 5.大学生情绪管理 6.大学生人际健康 7.大学生恋爱与性心理 8.大学生精神障碍与求助</p> <p>教学要求 本课程是公共课程。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 在“理论教学+课堂互动+探究拓展”的教学模式中,采用课堂讲授、实践教学、同时结合情景设置、心理测试、心理游戏等师生互动活动。 为了更全面考核学生学习情况,课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: 20%; 课程作业考核成绩; 30%; 期末考试成绩: 50%</p>
15	中国传统文化(909115)	<p>课程目标 1、素质目标:具备自主学习中国传统文化的意识;具备热爱祖国、孝敬父母、尊师爱友、礼貌待人等人文素养;具备勤于思考、学以致用、勇于创新的思维; 2、知识目标:了解中国传统哲学、文学、宗教文化精髓;熟悉中国古代科学、技术、艺术等文化成果和中国传统服饰、饮食、民居、婚丧嫁娶、节庆等文化特点及习俗;掌握中国传统道德规范和传统美德; 3、能力目标:能够诵读传统文化中的名篇佳句;能吸收传统文化的智慧,感悟传统文化的精神内涵;能学习传统文化的科学方法,从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。</p> <p>主要教学内容 中国传统文化绪论、中国古代哲学、中国传统宗教、中国古代文学、中国传统艺术、中国传统戏曲、中国传统教育与科举、中国传统科技、中国传统节日、中国传统民俗与礼仪、中国传统饮食文化。</p> <p>教学要求 本课程是公共基础课程,在学习通平台上建立了课程网络资源。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。 可根据不同的教学内容采用案例分析、分组讨论、视频观摩、情景模拟、启发引导等灵活多样的教学方法。 为了更全面地考核学生学习情况,课程考核包括学习过程考核、课程作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下: 学习过程考核成绩: 30%; 课程作业考核成绩: 20%; 期末考试成绩: 50%</p>
16	军事理论(909116)	<p>课程目标 1、素质目标:具备国防观念和国家安全意识,强化爱国主义、集体主义观念; 2、知识目标:了解基本军事知识;熟悉国防知识;掌握基本军事理论与军事技能 3、能力目标:能够加强组织纪律性,促进综合素质的提高,为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础</p> <p>主要教学内容 1.国防、国家安全、军事思想概述 2.国际战略形势 3.外国军事思想、中国古代、当代军事思想 4.新军事革命 5.机械化战争、信息化战争</p> <p>教学要求 本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行,学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩: 40%; 课程测验考核成绩; 30%; 期末考试成绩: 30%</p>
17	生命安全与救援(909117)	<p>课程目标 1、素质目标:具备应对危机突发事件意识; 2、知识目标:掌握基本生存、自救和救助技能, 3、能力目标:能够掌握常见运动创伤的预防与处置方法。</p> <p>主要教学内容 1.现场急救技能 2.户外活动危险的预测与预防 3.运动损伤的预防与处理 4.生活中常见的意外事件</p> <p>教学要求 本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行,学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩: 40%; 课程测验考核成绩; 30%; 期末考试成绩: 30%</p>
18	突发事件及自救互救(909118)	<p>课程目标 1、素质目标:具备应急应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件意识; 2、知识目标:了解突发事件,熟悉急救原则,掌握呼救现场急救知识 3、能力目标:能够做到遇到突发事件冷静有效自救互救。</p> <p>主要教学内容 1.突发事件应急和处理原则 2.急性中毒的应急处理 3.心肺复苏初级救生术 4.呼吸道异物的现场急救 5.常见急危重症病的现场急救 6.常见意外事故的现场急救 7.各类创伤的现场急救 8.止血与包扎术 9.固定与搬运术</p> <p>教学要求 本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行,学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下: 课程视频考核成绩: 40%; 课程测验考核成绩; 30%; 期末考试成绩: 30%</p>

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
19	党史、国史 (909119)	课程目标	1、素质目标：具备史学素养和政治思维； 2、知识目标：了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 3、能力目标：能够帮助学生提升史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。
		主要教学内容	1.西方列强对中国的侵略 2.马克思主义在中国传播与中国共产党成立 3.中华民族抗日战争的伟大胜利 4.历史和人民选择了中国共产 5.中国特色社会主义进入新时代。
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下： 课程视频考核成绩：40%；课程测验考核成绩：30%；期末考试成绩：30%
20	劳动教育 (909120)	课程目标	1、素质目标：具备正确的劳动意识，具备尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识； 2、知识目标：了解劳动科学理论、基本知识，熟悉劳动科学的基本概念、基本知识、基本原理，掌握劳动的基本理论。 3、能力目标：能够深刻认识人类劳动实践的创造本质，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，深切感悟劳动实践对于人的自由全面发展所具有的重要推动作用，形成科学的劳动观。
		主要教学内容	1.劳动的思想 2.劳动与人生 3.劳动与经济 4.劳动与法律 5.劳动与安全 6.劳动的未来以及 3 次实际或实习实训劳动、1 次劳动新形态体验学习
		教学要求	本课程嵌入专业相关课程。理论教学以课堂讲授为主，课外学生参与实际或实习实训劳动。 具体考核成绩评定办法如下： 课程理论考核成绩：20%；课外实际或实习实训劳动；80%
21	艺术、美学 类选修课 (909201 非 艺术类专业 限选)	课程目标	1、素质目标：具备审美意识及个人艺术修养； 2、知识目标：了解艺术的本质与特征、艺术的起源、艺术的功能、文化系统中的艺术、艺术种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏、音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏等方面知识；掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。 3、能力目标：能够探索和发掘艺术与美学的人文精神。
		主要教学内容	1.音乐鉴赏 2.书法鉴赏 3.影视鉴赏 4.戏剧鉴赏 5.戏曲鉴赏 6.艺术导论
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下： 课程视频考核成绩：40%；课程测验考核成绩：30%；期末考试成绩：30%
22	公共选修课 (909301 909302)	课程目标	1、素质目标：具备个人认知与文化修养，具备工匠精神 2、知识目标：了解文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、科学发现与技术革新、文学修养、国学经典与文化传承等方面知识 3、能力目标：能够吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养，将工匠精神切入我们当下的现实生活。
		主要教学内容	1.文物精品与中华文明 2.古典诗词鉴赏 3.中国当代小说选读 4.中华诗词之美 5.生命科学与人类文明 6.先秦君子风范 7.文化地理 8.中国的社会与文化 9.先秦诸子 10.爱因斯坦的革命：被一人改变的 20 世纪 11.《诗经》导读 12.中国古代礼仪文明 13.《老子》《论语》今读 14.《论语》导读（同济版） 15.批判与创意思考 16.辩论修养
		教学要求	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 具体考核成绩评定办法如下： 课程视频考核成绩：40%；课程测验考核成绩：30%；期末考试成绩：30%

2、专业课程

(1) 专业群平台课程

表 5 专业群平台课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	经济法 (410101)	课程目标	1、素质目标：具备运用严谨法律语言的素质；具备维护市场主体法律权益的意识，学会尊重竞争对手、消费者、合作伙伴合法权利；具备诚实信用，守法、公平正义意识，初步建立学生对法律的信仰；具备法律责任思维，树立一定的法律素养，提升学生的综合职业素质； 2、知识目标：了解经济法的产生与发展、地位与作用，理解并掌握经济法的概念、调整对象、法律关系及其构成、经济法律责任；理解企业法特别是有限责任公司和股份有限公司的概念、特

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
			征及组织机构；明晰企业破产的立法概况与相关程序；了解并掌握合同条款、明确合同自产生到终止的全过程及违约责任；熟知知识产权相关规定、不正当竞争法、产品质量法、电子商务法等规定；掌握消费者权利以及消费者维权的特殊规定；掌握维权方式和法律责任的形式，能够运用法律知识解决经济生活中的实际问题，维护并促进我国社会、经济的可持续发展。 3、能力目标：能够合法设立、变更、注销市场主体（个体工商户、个人独资企业、合伙企业、公司）能力，以及再市场环境下规范经营，防止欺诈受骗、违规受罚，尤其是电子商务发展情况下出现新的法律问题；能够合法发布广告、订立、变更、解除合同能力；能够尊重消费者的权益，能解决消费者权益争议，处理经济纠纷的法律判断力；能够根据实际情况选择违约责任的承担方式，学会写民事起诉状，维护自身合法权益。
		主要教学内容	认知经济法、合法设立、变更和终止企业、合法订立、履行、变更、终止经济合同(劳动合同)、合法保护企业的无形资产、发布合法的产品广告、合法的与企业竞争、合法处理消费者纠纷、通过和解、调解、诉讼等法律程序解决经济纠纷。
		教学要求	本课程是专业群平台课程。旨在培养和提高学生运用法律手段分析问题和解决问题的能力，使学生完成本课程的学习任务之后，能够在以后的经济活动中，正确行使合法权利，履行职责和义务。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法等教学方法 课程考核包括学习过程考核、任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核 20%，项目任务作业考核成绩 80%，期末考试 20%，总分 100 分。
2	管理学 基础 (410102)	课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有“公开、公正、公平”的精神，以德立威；具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识和灵活的应变能力；具有科学理性决策思维；具有在竞争环境中的“激励”意识；具有强烈的创新意识、质量意识、成本意识和工匠精神。 2、知识目标：熟悉管理者的角色、层次和技能；掌握管理工作的性质、职能和基本原理；熟悉中国和西方管理发展史；掌握公司战略制定的流程，熟悉公司使命、愿景和价值观；掌握科学决策的程序、定性和定量决策方法；了解计划的种类、编制流程和编制方法；熟悉目标制定和目标分解的方法，了解绩效管理；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉直线制、直线职能制、矩阵制和事业部制；熟悉职能职权和参谋职权，了解集权、分权和授权；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理、短期和长期激励方法；掌握控制的程序和种类，熟悉 TQC 和 5S 现场管理控制方法。 3、能力目标：能够结合具体情境明确自己的管理者层次、角色和技能，能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够以史为鉴，在管理实践中融入中西方管理思想的精髓；能够制定公司基本战略，描述使命、愿景和价值观；能够遵循科学决策流程，运用定性和定量决策方法，科学决策；能够结合具体情境编制一份计划要素完整的工作计划；能够合理制定公司和部门目标，进行目标任务分解，实施绩效管理；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，能够画出组织架构图；能够区分职能职权和参谋职权，能够正确用权和授权；能够运用沟通原理，结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用领导理论，结合具体情境实施有效领导，不断提升领导力；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励，提高工作效率；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差，从而建立控制程序；能够运用 TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。
		主要教学内容	走进管理、以史为鉴、制定战略、科学决策、精准计划、高效组织、有效激励、平衡控制
		教学要求	本课程是专业群平台课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和项目教学法等教学方法 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核 20%，项目任务作业考核 60%，期末考试 20%，总分 100 分。
3	基础会计 (400103)	课程目标	1、素质目标：具备自主学习意识；具备遵守职业道德的意识；具备严谨细致的素养；具备利用互联网的思维；具备一定的大数据思维； 2、知识目标：了解会计的产生与发展；掌握会计的基本理论；理解会计的对象；掌握会计要素和记账方法；掌握工业企业的主要经济业务的核算；掌握凭证填制方法和审核要求、账簿的设置与登记、对账与结账；掌握会计报表编制方法；掌握不同账务处理程序；掌握财产清查的方法与结果处理；掌握会计档案的归档与整理。 3、能力目标：能准确进行工业企业经济业务的账务处理；能根据经济业务填制原始凭证；能根据原始凭证可以正确填制记账凭证并登相应账簿；能根据账簿编制会计报表；熟练不同账务处理程序下的登账操作。

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
4	经济学原理 (420101)	主要教学内容	会计基础理论、会计对象与会计要素、会计科目与会计账户、复式记账法与借贷记账法 5.工业企业日常经济业务核算、会计凭证、会计账簿、财产清查、账务处理程序、会计报表。
		教学要求	本课程是专业群平台课程,是商务管理专业的第一门专业基础课。教师应根据学生的学习程度、专业(方向)背景选择相应的教学内容.案例、教学情境。本课程采取多媒体教学,理论讲授与实操相结合,手工实训与实训平台操作相结合,强化学生的专业素质。开展合作教学法,以小组为单位进行课堂教学,分设不同岗位,每人扮演不同角色,按照教学计划完成各自的岗位工作,进行互评打分,纳入考核体系。 为了更全面考核学生学习情况,本课程采用多元评价考核法多角度评估学习者的学习效果和自主学习能力,课程考核内容主要包括学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等,采取系统、教师、团队等多主体评价,注重过程性考核与结果性考核相结合,强调学习者过程学习与团队协作。 总评成绩 100 分=线上自主学习(20%)+课堂活动(20%)+团队实操任务(40%)+期末考试(20%)。
		课程目标	1、素质目标:具备用经济学原理解释社会经济现象的素养;具备具备主动学习经济理论、实时了解经济政策的意识;具备熟知国家在不同经济时期所采取的财政政策、货币政策、收入政策、人力政策、产业政策和经济增长政策并依次做出企业相应经济决策的素养;具备帮助企业根据国家方针政策调整自身经营策略,并最终实现利润最大化的目标的素养;具备在经济活动中的决策创新思维。 2、知识目标:掌握经济学研究的对象、内容和方法;掌握需求和供给以及市场价格作用原理;掌握基数效用理论和序数效用理论的基本内容;掌握生产要素合理投入的分析方法;熟悉成本和收益理论及其分析方法;掌握四种市场结构类型中产量和价格的确定;掌握生产要素的价格原理及分配理论;掌握市场失灵原因和各种微观经济政策;了解国民收入核算指标的运用与核算方法; 3、能力目标:能够运用经济学的理论知识,对市场供求趋势做出较为准确的预测;能运用基数效用理论和序数效用理论对消费者行为进行简单分析;能够对生产要素的合理投入进行分析;能够运用成本与收益理论对企业的长期和短期成本进行分析的技能;能够运用市场理论对四种市场结构类型中产量和价格的确定进行分析;能够综合分析各种微观经济政策、市场因素和政府作用,解释市场失灵问题;能够阅读相关的经济论文和行业分析报告;能够写作行业分析报告和具体经济问题分析报告。
5	职业核心能力训练 (440102)	主要教学内容	均衡价格理论、消费者行为理论、生产理论、厂商均衡理论和分配理论、国民收入核算理论、决定理论、波动理论和增长理论、宏观经济政策。
		教学要求	本课程是专业群平台课,侧重于有关基本概念、基本定律、基本理论的教学,教师应多采用案例教学法,多用启发式、讨论式、研究式的教学方法,培养学生学习主动性和独立性。 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是:学习过程考核成绩 20%,项目任务作业考核成绩 40%,期末考试成绩 40%。
5	职业核心能力训练 (440102)	课程目标	1、素质目标:能够在职业核心能力实训过程中坚持科学的价值观和道德观;能够职业核心能力实训应该遵循的相关法律法规;能够在职业核心能力实训的中培养实践能力、就业能力、创造能力和创业能力;具备较强的系统化思维和文字表达能力;培养良好的团队合作意识和较强的团队合作能力。 2、知识目标:理解并掌握创业者素质及技能要求;理解团队合作精神的重要性及内涵;了解团队规范管理行为规范的重要性以及方法;掌握当众沟通的基本理论、方法技巧以及在职场交往中的重要作用;掌握信息检索方法与途径;掌握自我学习策略及创新学习理念;掌握时间计划制定和时间管理方法;掌握商务计划书的主要类型、结构设计及撰写方法。 3、能力目标:能够将一般工作岗位的职业要求内化为自身价值取向并不断自我提升;能够在复杂的社会交际和职场情境下较为熟练而得体地完成交际沟通任务,取得较好的沟通效果;能胜任一般团队成员角色,具备一定的团队合作所需的冲突管理、团队激励、绩效评估等基本能力;能够运用自我学习及信息处理方法、策略进行创业项目相关知识的自主学习;能够运用时间管理所学知识自主安排创业项目实施流程以及过程管理,合理安排项目进展。在掌握基础 PPT 制作方法的基础上,能进行商务计划书的撰写与展示。
		主要教学内容	项目导航、团队合作、团队组建、团队优化、职业沟通、交谈讨论、当众发言、说服别人、商业计划设计与实施、市场分析、4P 组合、盈利分析、信息数据处理、信息搜索、信息整理、信息展示、项目成果展示
		教学要求	课程以“学生”到“职业人”、“社会人”的角色转变为主线,以学生的终身可持续发展为目标,以实际创业项目为载体,通过实施开展具体创业项目,培养学生创新创业能力,采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等教学方法。 课程总评成绩=线上自主学习(10%)+出勤情况评分(10%)+课堂活动(10%)+分项成果展示评分(50%)+商业策划书评分(20%)。

3、专业基础课程

表 6 专业基础课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述
1	市场营销 实务 (420201)	<p>课程目标</p> <p>1、素质目标：具有质量意识、环保意识、信息素养、工匠精神、创新思维；有学习市场营销知识的愿望和兴趣，乐于参与有助于提高市场营销应用能力的活动；有学好市场营销的信心，能够将市场营销知识与技术与其他学科相互结合、渗透；能在学习过程中积极与他人合作，相互帮助，共同完成学习任务；理解他人的情感；乐于探究市场营销的知识与技术；能战胜自我，克服营销心理障碍，有风险意识，在科学分析的基础上，能适时地做出果断的抉择；能站在消费者和管理者立场思考各种问题，周到、全面为别人服务。</p> <p>2、知识目标：了解营销职业所必须具备的职业基本素质；了解团队成员构成及团队优化；了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者和竞争者分析的主要方法和技能；熟悉 STP；了解产品整体概念和产品组合，理解产品生命周期各阶段的特点；熟悉新产品开发的思路，掌握品牌和包装策略；了解影响产品定价的因素，掌握产品定价的方法，熟悉企业的基本定价策略和调价策略；熟悉分销渠道设计方法和流程；掌握分销渠道管理的方法和过程；掌握新型和传统营销组合方式，熟悉促销方案的制订并具备予以实施的能力。</p> <p>3、能力目标：具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备数据意识和商务数据分析应用能力；具备商务礼仪规范应用能力；能组建良好的项目团队，制定规则并进行有效沟通和合作；能树立正确营销观念，判断产品处于何种需求状态；能运用 SWOT 方法对营销环境、消费者、竞争者进行分析；能实施 STP 分析；能依据 4P 理论知识进行营销组合促销策略的制定；能撰写要素完整，主题明确，内容详实、条理清楚、操作性强的整体营销组合方案。</p>
		<p>主要教学内容</p> 走进市场营销、项目团队组建、营销环境分析、消费者与竞争者分析、市场细分、目标市场确定、市场定位、4P 营销策略制定
		<p>教学要求</p> 本课程是专业群共享课程，也是市场营销专业必修的专业基础课，其研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性。 本课程需组建团队进行学习，采取线上线下混合式教学方式，通过项目引导、任务驱动的模式，以学生为主体展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业营销活动的策划与实施，考核方式方法模式以“线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）”相结合进行。
2	市场调查 与分析 (420202)	<p>课程目标</p> <p>素质目标：具备探究真相、用数据和事实说话的精神；具备不怕困难、深入一线现场获得一手资料的工作作风；具备持之以恒、积极进取的心理素质；具有创新精神和创新思维；具备科学、严谨、扎实的工作态度。</p> <p>2、知识目标：了解市场调查的概念、内容、范围，掌握调查对象的确定的基本方法；熟悉市场调查与分析的信息渠道，掌握信息收集的方法；熟悉市场调查的四种基本方式，掌握四种调查方式的选择和运用；了解抽样调查法的使用方法和流程，掌握抽样调查法的组织与实施；熟悉市场调查问卷的结构和作用，掌握市场调查问卷的设计方法；掌握市场调查的组织和实施了解调查报告的编写规范和内容结构，掌握调查报告的编写方法；</p> <p>3、能力目标：能够确定调查的范围和调查对象；能够根据调查目的、内容和对象确定信息收集的渠道；能够根据调查目的、内容和对象灵活选择和运用四种调查方式；能够使用抽样调查法对调查对象组织和实施调查；能够根据调查目的设计市场调查问卷；能够协助、组织和实施市场调查的工作；能够撰写市场调查分析报告。</p>
		<p>主要教学内容</p> 认知市场调查、设计市场调查方案、选择市场调查方法、设计抽样调查、设计市场调查问卷、组织实施市场调查、整理与分析市场调查资料、撰写市场调查报告
		<p>教学要求</p> 本课程是专业基础课程。教师应根据学生的学习程度、背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 考核方式方法：以“线上线下学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）”相结合，总分 100 分。
3	消费者行为 分析 (420205)	<p>课程目标</p> <p>1、素质目标：具备探究真相、用数据和事实说话的精神；具备持之以恒、积极进取的心理素质；具有系统思维和创新思维；具备科学、严谨、扎实的工作态度；具备在营销过程中，深入探究消费者人性优点和弱点的职业敏感性。</p> <p>2、知识目标：了解感知、记忆和注意、学习和联想、思维和想象等消费者心理与行为的基本理论知识；熟悉消费者个性心理知识；了解消费者的特征和购买类型，掌握消费者的决策过程；掌握社会因素对消费者行为的影响；掌握消费者群体对个体消费者行为的影响；了解文化、亚文化对消费者行为的影响；掌握价格、包装等市场营销因素对消费者行为的影响；掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为。</p> <p>3、能力目标：能够从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和分析的工作；能够换位思考，善于察言观色，准确把握消费者心理活动；能够分析影响消费者行为的心理因素，并能运用这些因素引导消费者的行为；能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系、消费者需求来进行产品开发；能够利用市场营销因素来影响消费者的购买行为</p>

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	消费者行为认知、消费者购买决策、消费者感知、记忆与学习、消费者个性、自我概念与生活方式、消费者态度、消费者需要与动机、消费者群体沟通与创新扩散、消费文化与消费行为、消费者购后行为、网络消费与消费行为
		教学要求	本课程是专业基础课程。教师应根据学生的学习程度、背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法。学习过程中更好地培养团队合作建议通过建立项目团队，进行协作学习。 考核方式方法为：以“线上线下学习及考勤 25%+项目作业设计 25%+期末考试 50%”相结合，总分 100 分。
4	商务谈判 (410201)	课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有团队协作意识；具有质量意识和效率意识；具有养善于与人沟通，积极合作的意识；具有创新意识；具有强烈的质量意识、成本意识，持之以恒的探索组织效率和效益提升；树立保密谨慎的职业素质，能够沉着冷静面对谈判中的僵局威胁和诱惑。 2、知识目标：掌握商务谈判的概念分类和谈判的理念；了解谈判的基本程序；掌握信息收集的内容和方法；熟悉谈判礼仪；掌握商务谈判开局的方法和策略；掌握谈判的策略和技巧；学会打破僵局的策略和技巧。 3、能力目标：能根据商务谈判项目做好谈判前的准备工作；能够进行谈判信息的收集，整理与分析；能够设计谈判的开局，控制谈判的进程；能根据谈判情况随机应变，具备一定的判断能力和决策能力；能够坚守谈判目标，及时调整心态；能够撰写谈判报告
		主要教学内容	商务谈判策划、商务谈判礼仪、商务谈判技巧、商务谈判开局、实战谈判、合同条款磋商及签订
		教学要求	本课程是专业基础课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法 课程考核包括学习过程、团队项目任务和课程成果汇报总结三部分。考核成绩占比分别是：学习过程 20%+团队项目任务 60%+课程成果汇报 20%。
5	新媒体运营与推广 (450308)	课程目标	1、素质目标：具备并践行社会主义核心价值观；具备新媒体从业人员的法治意识与职业道德；具有传播优秀商业文化与中国传统文化素养，培养文化自信。 2、知识目标：了解新媒体概念、类型、新媒体营销特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识；熟悉新媒体营销策划的步骤及方法；掌握新媒体文案创作、图文类内容设计、视频类内容设计及营销数据分析等知识。 3、能力目标：能够根据企业需要完成新媒体营销策划方案的撰写与展示，包括但不限于事件营销、互动活动及社群营销等；能够熟练使用多种主流新媒体平台，生产图文及视频类内容，开展新媒体运营活动
		主要教学内容	1.新媒体营销认知；2.新媒体营销策划；3.新媒体营销文案创作；4.新媒体营销图文类内容设计；5.新媒体营销视频类内容设计；6.媒体营销数据分析。
		教学要求	利用或创设“项目+产品”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下： 学习过程考核成绩（30%）+项目作品考核考核成绩（40%）+总结性考评（含考试）成绩（30%）

(3) 专业技能课程

表 7 专业技能课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	门店开发与设计 (410301)	课程目标	1、素质目标：具备自主学习意识；具备善于与人沟通，积极合作的团队协作意识；具备凡事勤于动手和动脑的意识；具备在工作中注重质量、效率和服务，在管理中注重安全责任、和意外防范的思维；具备一定的创新思维和创新意识；具备正确的商业道德观和敏锐的市场洞察力。 2、知识目标：了解商业零售业态、零售门店、商圈、区域市场、商业区域、现代零售门店 CIS 设计的含义、类型和特点；了解门店开发策略，零售业态选择的原则；了解开业庆典的流程和规范；熟悉门店开发筹备的流程，选址标准；熟悉门店内外整体布局装饰、服务体系、商品结构规划设计方法；掌握门店商圈调查、区域市场选择、商业区域筛选、确定店址的方法；掌握零售门店 CIS、店名、招牌设计的方法；掌握开业庆典策划方案的策划和对活动现场的控制。 3、能力目标：能够根据零售门店业态和经营特色挑选合适的店址，也能根据商圈选址调查报告为零售门店进行正确的业态定位；能够为零售门店制定开发筹备计划，撰写商圈调查报告、制定选址标准、撰写选址分析报告；能够在门店开发工作实施期间做好经营定位、组织分工、选址调查以及商品结构、服务体系、CIS、店名、招牌、门店内外部整体规划的设计工作；能够策划实施开业庆典和开业促销活动。



序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学 内容	零售门店认知、门店开发筹备、门店商圈调查、门店选址、门店经营定位、门店整体规划、门店开业
		教学要求	本课程是商务管理专业核心课程。授课教师根据课程需要将授课班级进行分组，建立学习团队，建议每个班 8-10 组，每组 5-6 人；通过建立项目团队协作学习，增强学生的动手能力和实战能力，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。 教学方法建议：在教学方法上突破课堂教学限制，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后有机组合，科学安排。可以采用讲授、提问、小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、探究学习、课后测验、项目任务等方法组织教学，达到教学目标。 考核评价建议：本课程考核为阶段性考核。其中理论考核占 30%，素养考核占 20%，实践考核占 50%。
2	品类管理 (410302)	课程目标	1、素质目标：具备勤于动手和动脑的素养；具备团队协作意识；具备质量意识、成本意识、效率意识和服务意识；具备善于与人沟通，积极合作的意识；具备创新意识；具备正确的商业道德观和敏锐的市场洞察力。 2、知识目标：了解品类管理的背景及流程；理解品类定义、业态及战略定位对商品结构的影响；熟悉商品价格带、商品的规格型号定位方法，熟悉商品的品牌倾向及结合方法，掌握品类角色定位的方法；熟悉商品销售、利润、库存、品类发展趋势、市场和竞争对手、供应商评估指标；熟悉常见的品类评分指标，掌握品类目标制定及分解的相关知识，熟悉品类角色及品类评估对品类目标的影响；熟悉常见的品类策略；掌握零售 4P 常见的变化手法，熟悉商品淘汰及引进的标准；了解门店布局方式和商品陈列方法；熟悉价格策略和价格优化方法；熟悉促销方式和流程；熟悉合理补货的影响因素和步骤；) 了解品类管理实施和回顾。 3、能力目标：能够能够为小型门店制定简单的商品组织结构表；能够合理确定门店小分类的单品数量、价格带配置、包装规格配置和品牌配置；能够进行零售商导向和顾客导向和跨品类分析法的品类角色定位；能够进行零售商总体表现评估、简单的零售商可比门店、单店、品类发展、市场和竞争对手、供应商评估；能够根据品类角色与目标选择合适的品类策略；能够通过零售 4P 的合理组合提高客流量、客单价和利润；能够对小型门店的商品结构进行简单分析；能够选择合适的门店布局 and 商品列；能够选择合适的价格策略；能够选择合适的促销方式，能够进行较简单的需求预测和补货计算；能够预估企业实施品类管理面临的问题并提出应对思路；能够分别对战略和战术层面的品类管理回顾提出建议。
		主要教学 内容	品类管理认知、品类定义与品类角色、品类评分与品类评分表、品类策略、品类战术制定、品类管理实施与回顾、全课综合训练。
		教学要求	本课程是专业核心课程，教学内容有一定的难度，教师应熟悉企业品类管理实践，提高案例教学、项目化教学的比例。教师根据不同的教学内容采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法和项目教学法等教学方法 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩占比是： 学习过程考核成绩：20%，项目任务作业考核成绩：60%，期末考试成绩：20%。
3	门店采购 管理 (410303)	课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有团队协作意识；培养质量意识和效率意识；具有善于与人沟通，积极合作的意识；具有服务意识；具有创新意识；具有国际化运作能力 2、知识目标：了解采购的基本知识和基本理论熟悉门店采购的基本流程；了解采购和利润的关系；学会指定采购的目标；掌握采购的基本要点；了解采购工作的基本规则；学会比价方法和原则及方式。 3、能力目标：能够分解供应商报价的因素；能够灵活运用与供应商谈判的要领；能够设计有效的谈判预案；能够有效运用谈判中发问与倾听的技巧；能够制定机智应对供应商涨价的策略；能够制定行之有效的降低采购成本的方案能够准确把握品类表现趋势。
		主要教学 内容	商品采购组织认知、采购部门组织结构和岗位职责、制定采购计划、采购谈判供应商管理、商品采购监控管理、采购质量管理、采购绩效管理
		教学要求	本课程是专业核心课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法 课程考核包括考勤、线上自主学习、团队项目任务和课堂活动总结三部分。考核成绩占比分别是： 考勤 10%+线上自主学习 10%+课堂活动 10%+团队项目任务 70%。
4	门店运营 管理 (410304)	课程目标	1、素质目标：具备自我学习意识；具备一定的经营管理能力；具备一定的信息处理能力；具备勤于动手和动脑的意识；具有较强的团队合作意识；具有一定的分析问题、解决问题能力；具备正确的商业道德观和敏锐的市场洞察力； 2、知识目标：了解连锁企业的基本构成、连锁企业门店的特征、类型和运营管理的基本内容，店长素质与能力要求；了解收银管理、理货管理、防损管理、客服管理、绩效控制的内涵和构成；熟悉连锁企业门店的组织结构、店长岗位职责，收银、理货、防损的工作规范和标准化作业流程；掌握店长工作流程，排班原则，收银、理货、防损、客服、绩效控制管理的方法和要点；

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
			3、能力目标：能够根据门店经营性质和经营特点规划组织结构，制定店长、收银、理货、防损、客服等岗位的职责、制定排班表和标准化作业流程；能够在门店运营过程中指导工作人员做好退换货、顾客投诉、防火防盗等应急事务的处理；能够根据门店经营性质和经营特点制定相应的经营目标并运用 ERP 系统进行有效管理；能够为企业和门店进行经营绩效诊断，并制定相应的方案提高门店绩效。
		主要教学 内容	连锁门店认知、收银管理、理货管理、防损管理、客服管理、绩效控制
5	门店布局 与商品 陈列 (410305)	教学要求	本课程是商务管理专业核心课程。授课教师根据课程需要将授课班级进行分组，建立学习团队，建议每个班 8-10 组，每组 5-6 人；通过建立项目团队协作学习，增强学生的动手能力和实战能力，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。 教学方法建议：在教学方法上突破课堂教学限制，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后有机组合，科学安排。可以采用讲授、提问、小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、探究学习、课后测验、项目任务等方法组织教学，达到教学目标。 考核评价建议：本课程考核为阶段性考核。其中理论考核占 30%，素养考核占 20%，实践考核占 50%。具体考核内容分配如下。
		课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有团队协作意识；具有质量意识和效率意识；具有养善于与人沟通，积极合作的意识；具有服务意识；具有安全责任和防范意识具有创新意识； 2、知识目标：了解门店形象规划的内涵、原则和内容；了解卖场的整体布局；了解卖场内部规划类型和原则；掌握卖场出入口和停车场的设计原则；掌握橱窗设计原则和方法、橱窗商品的选择与配置、熟悉橱窗的陈列构图的特征；掌握灯光设计原理与趋势、理解不同卖场和商品灯光照明的侧重点；了解商品陈列的一般流程、熟悉不同的商品陈列方法；了解商品陈列的基本工具、掌握商品陈列的主要原则和具体要求；熟悉制作商品配置表的流程；熟悉卖场内部通道设计；熟悉不同食品的陈列方法、掌握服装陈列的分类方式和常用方法、珠宝的柜台陈列和橱窗陈列。 3、能力目标：能够对卖场的规模和风格做出准确的定位；能够规划设计卖场出入口、停车场及周边环境的规划设计；能够对卖场进行内部规划设计，包括通道设计、卖场面积划分、顾客流动路线设计、货架摆放等；能够根据项目要求，合理选用商品及其辅助用品，使用合理的陈列构图以及适合的构造形式，设计出有创意的橱窗作品；能够根据商品特点，做好卖场灯光设计；能够根据项目特点，选择商品陈列的工具，为商品的陈列操作做好准备；能够制作商品配置表，具备商品陈列的分析能力，做好商品陈列；能够针对典型商品进行陈列，具有不同商品陈列的具体操作能力。
		主要教学 内容	门店形象规划、卖场内部规划、卖场橱窗规划、卖场灯光规划、商品陈列准备、制定商品配置方案、典型商品陈列技巧
		教学要求	本课程是专业核心课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等教学方法。 课程考核包括考勤、线上自主学习、团队项目任务和课堂活动总结三部分。考核成绩占比分别是：考勤 10%+线上自主学习 10%+课堂活动 10%+团队项目任务 70%。
6	门店促销 实务 (410306)	课程目标	1、素质目标：具备团队协作意识，善于与人沟通，积极合作；具备具有时间管理和计划意识；具备敏锐的市场洞察力，正确商业道德观；具备积极进取，敢于实践创新意识，培养自强不息向上的精神素质。 2、知识目标：了结促销员岗位职责、知晓促销员应具备的知识、素质和礼仪规范；熟悉并掌握折价优待促销、优惠券促销、赠品促销、竞赛与抽奖促销、主题促销、现场演示、POP 广告促销、DM 促销、会员促销等促销形式；掌握微博、微信、APP、秒杀等网络社交媒体促销形式；了解门店促销过程，进行促销准备，选择促销对象、商品和时机；了解促销媒介的种类，熟悉门店促销宣传的形式；理解门店促销区域划分和设计；知晓现场促销的技巧，掌握销售服务管理的原则，提高服务质量；知晓促销分析与评估的内容和方法。 3、能力目标：能够遵守促销员的基本礼仪规范，履行促销员岗位职责，培养职业能力；能够根据调研结果，选择合适的促销方式，确定门店促销对象；能够进行促销准备，选择促销商品和时机，制定不同主题制定相应的促销策划方案；把握销售管理的新趋势，利用网络进行销售管理；能够选择有效的门店促销宣传方式，可以让目标顾客能知晓促销活动；能够对促销区域划分和设计，布置促销会场；能够掌握不能促销方式的不同促销技能；能够促销货品管理，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理；能够甄选促销人员、组织促销人员培训；能够进行促销组织建设，设计促销团队、带领团队高效运作；对促销人员其采取有效的激励措施，并进行绩效考评、以及设计相应的薪酬制度；能够简单的画出促销活动实施进度表，方便进行销售服务管理；能够利用销售额、销售费用、销售效率、供应商配合状况等分析工具进行销售分析与评估，撰写评估报告或提出整改建议。

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	认知零售门店促销、认知门店促销方法、制定门店促销方案、实施门店促销计划、门店促销评估、全课综合训练
		教学要求	本课程是专业核心课程。为了充分扩展学生学习时间与空间，实行线上线下混合式课程教学。在教学方法上突破课堂教学限制，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后无缝链接。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和项目教学法等教学方法。 本课程建立定量考核评价体系,总评成绩=线上自主学习 20%+课堂活动 20%+团队实训任务 50%+素质考核 10%。
7	客户服务与管理 (460208)	课程目标	1、素质目标：具备诚实守信的职业道德、踏实严谨的工作作风；具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有勇于竞争、改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识，具有坚决的计划执行能力和灵活的应变能力；具有在竞争环境中的“定制服务”意识； 2、知识目标：了解客户档案的分类原则及标准；掌握客户档案的管理办法和流程；掌握客户开发与维护的流程；熟悉网络客户服务与管理知识；掌握客户拜访、日常联络的基本礼仪知识；掌握客户开发计划和拜访纪要编写规范知识；了解客户满意度、忠诚度、维护客户关系的知识；掌握网络客户服务与管理水平的知识；掌握客户绩效评价相关知识；掌握货损处理的知识和流程；掌握保险理赔的知识和流程；掌握法律诉讼的知识和流程；掌握客户关系管理的基本知识；掌握处理客户异议、客户投诉和客户个性化服务的知识。 3、能力目标：能描述客户档案分类的原则、标准和方法；能使用信息系统或人工对客户档案进行管理和维护；能描述客户开发及跟进的流程和方法；能执行客户拜访、谈判、日常关系维护；能编写客户拜访计划和纪要；能制定提高客户满意度的方案；能制定提高客户忠诚度的方案；能合理处理客户投诉；能合理处理客户异议；能基于数据分析对客户绩效进行评价；能准备客户赔偿处理所需的材料；能编写客户赔偿事故报告。
		主要教学内容	认识客户服务、售前阶段客服工作、售中阶段客服工作、售后阶段客服工作、客服关系管理工作
		教学要求	本课程是专业核心课程。教师应根据学生的学习程度、专业背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法等教学方法。课程考核包括学习过程考核、模拟客户服务任务作业考核和课程汇报总结三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核成绩 15%，任务作业考核成绩 70%，课程汇报总结成绩 15%，总分 100 分。
8	商务数据分析与应用 (440303)	课程目标	1、素质目标：具备自主学习意识；具备用户至上的思维；具备一定的大数据思维；具备数据保密意识；具备较强系统化思维和文字表达素养；具有良好的团队合作意识和较强的团队合作素养。 2、知识目标：熟悉商务数据分析的基本流程与常用方法等理论；掌握市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析等典型分析任务的分析内容、方法与步骤等；掌握数据图表和透视图实现数据可视化展示和分析。 3、能力目标：能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够应用数据图表和透视图实现数据可视化展示和分析，并完成数据分析报告撰写。
		主要教学内容	商务数据分析认知、商务数据采集与处理、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据可视化、数据分析报告展示
		教学要求	本课程是电子商务类专业（群）的一门实践性较强的专业核心课程。教师应根据学生学习程度、专业（方向）背景选择相应教学内容。案例、教学情境。本课程在教学中须组建团队学习：教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，营造团队学习合作氛围，培养团队荣誉感。实行线上线下混合式课程教学：为充分扩展学生学习时间与空间，在教学方法上突破课堂教学限制，在智慧职教云建设了在线开发课程，提供了教学 PPT 课件、电子教案、视频、微课、案例库、作业库、试题库、团队实训任务库等类型丰富的数字化教学资源。通过微课学习等课前导学方式，实现由怕学、不学到主动学习的转变；课中运用交互式课件、视频等丰富教学手段实现课堂枯燥、抽象向有趣、具体的转变；课后通过答疑、探究学习，实现任务由课后检验向课后提升的转变。本课程采用多元评价考核法多角度评估学习者的学习效果和自主学习能力，课程考核内容主要包括学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等，采取系统、教师、团队等多主体评价，注重过程性考核与结果性考核相结合，强调学习者过程学习与团队协作。 总评成绩 100 分=线上自主学习 20%+课堂活动 30%+团队实训任务 30%+考试 20%

(4) 专业群选修课程/专业拓展课

表 8 专业群选修/专业拓展课程描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	湖湘商文化 (410401)	课程目标	1、素质目标：具备职业道德和敬业精神；具备团队协作精神；具备集体意识和社会责任心；具备灵活、克制、诚信的职业意识。 2、知识目标：了解职业、伦理基本概念，熟悉职业伦理的基本内涵，掌握商业人员职业伦理的基本内容及培养方法；了解湘商的起源及发展，熟悉湘商的名人名事，熟悉湘商发展的基本前景；了解湖湘传统文化的内涵，熟悉湖湘传统文化的发展历程以及对湖南企业和中国企业的影响。 3、能力目标：能够形成正确的职业伦理意识，树立诚信为本的职业素养；能够理解中国商道、湘商文化的核心精神；能够在专业学习和实际工作中融入有鲜明特色的湘商文化精神，在具体的工作岗位上成就自己的事业。
		主要教学内容	职业伦理、湖湘文化、湖湘商文化。
		教学要求	本课程是群专业选修课程，教师应根据学生学习程度、专业背景选择相应教学内容。案例、教学情境。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法是：总分 100 分，其中学习过程考核成绩 30%+项目作品考核考核成绩 30%+总结性考评（含考试）成绩 40%。
2	门店人力资源管理 (410402)	课程目标	1、素质目标：具备团队协作精神和主动沟通的意识；具备“公平、公正、公开”的管理工作作风；具备以理服人、用事实和数据说话的工作方法；具备认真细致、责任心强的个体素质。 2、知识目标：熟悉门店工作分析的方法；掌握门店岗位设计的原理和方法；掌握门店人员招聘与选拔的要求、流程和方法；掌握门店人员培训的方法、流程和实施要点；掌握门店绩效考核的总体要求、方法和流程；熟悉绩效管理相关制度的制定；熟悉门店薪酬制定的原理和方法；熟悉劳动合同法；熟悉劳动合同的规范格式和条款；熟悉员工劳动关系管理的政策、流程和方法。 3、能力目标：能够进行门店工作分析；能够进行门店岗位设计；能够制定门店人员招聘与选拔方案并予以实施；能够制定门店人员培训方案并予以实施；能够制定门店绩效考核方案并予以实施；能够设计门店薪酬方案；能够设计员工劳动合同并进行员工劳动关系管理。
		主要教学内容	走进人力资源管理、进行岗位工作分析、开展人员招聘与选拔、组织人员培训、实施绩效考核、设计薪酬福利、协调劳动关系。
		教学要求	本课程是专业选修课程，涉及的人力资源管理实务性问题会比较多，教师要增加案例教学、情境教学和项目教学的比例，使学生尽快提高实际操作能力。课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。具体考核成绩占比是： 总分 100 分=学习过程考核成绩 20%，项目任务作业考核成绩；60%，期末考试成绩：20%。
3	创新思维训练 (410403)	课程目标	1、素质目标：通过课程学习，使学生树立创新意识、竞争和服务意识、协作意识和商业意识，养成创新习惯。 2、知识目标：了解创新原理、掌握创新方法，建立创新逻辑。 3、能力目标：构建批判性思维和创造性思维两大思考逻辑，能够突破思维枷锁，能够运用创新思维去解决实际工作和生活中遇到的问题。
		主要教学内容	认识创新；创新意识；七大创新方法：模仿创新、组合创新、刨根问底、反其道而行之、移植、对比、站在前人的肩膀上；六大创新思维：发散思维、聚合思维、联想思维、想象思维、直觉思维、灵感思维；突破创新思维障碍。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和任务训练法等教学方法。课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核 20%，项目任务作业考核 40%，期末考试 40%，总分 100 分。
4	商务礼仪 (410404)	课程目标	1、素质目标：培养学生职业形象自我设计能力，沟通能力，团队协作能力，组织能力和应变能力 2、知识目标：通过任务引领型的项目活动,使学生了解商务人员个人形象礼仪，掌握商务交往的礼仪规范，掌握商务接待礼仪的规范，熟悉各类商务活动的工作流程，掌握商务活动各环节礼仪规范要求。 3、能力目标：使学生树立良好的商务职业形象，符合岗位从业形象要求，展示正确的企业形象。按照礼仪规范修饰仪容、服饰，规范仪态和语言，按礼仪规范进行商务交往、接待和宴请活动，熟练安排各项商务活动及仪式。
		主要教学内容	商务礼仪概述（课程导入）、商务人员仪容礼仪、商务人员仪表礼仪、商务人员仪态礼仪、商务人员职场礼仪、商务人员语言礼仪、商务人员往来礼仪、商务人员办公礼仪。
		教学要求	教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容。案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和任务训练法等教学方法。课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核 20%，项目任务作业考核 40%，期末考试 40%，总分 100 分。

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
5	商务英语 口语 (410406)	课程目标	1、素质目标：通过本课程的学习，使学生能进行日常涉外业务活动中情景对话，掌握商务谈判基本流程，掌握各个环节的词汇语法知识，能用英语进行一般的商务沟通，并熟练运用谈判的技巧。 2、知识目标：掌握英语语音基本知识；掌握商务英语口语相关必备词汇、语法和翻译知识；掌握一般交际策略、商务礼仪； 3、能力目标：能和母语为英语的人群进行涉外活动的交流；掌握国际商务活动流程，能用英语完成基本商务流程，从事国际商务谈判活动。
		主要教学 内容	主要涵盖以下几个方面：(1) 商务交流；(2) 日常商务；(3) 外贸实务；(4) 相关业务。
		教学要求	本课程以学生为中心，老师为引导和参与者，最终对学生表现做出评价。旨在引导学生如何高效完成学习，促成学生之间的合作能力。也可将学生分组，去完成相同的任务，然后小组间相互点评，促成学生的竞争意识。教学形式做到多样化：学生复述、模仿、角色扮演、讨论、辩论等。授课总课时为 60 节，其中理论课时 20 节，实践课时 40 节。每节课安排不少于 50% 的口语会话操作性训练。 课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核 30%，项目任务作业考核 40%，期末考试 30%，总分 100 分。
6	项目实战 (430405)	课程目标	1、素质目标：具备诚实守信的职业道德；具备用数据和事实说话的敬业精神；具备爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具备精打细算的成本控制意识；具备质量至上、精益求精的工匠精神；具备站得高看得远的商业战略思维和灵活多变的商业战术策略；具备团队意识和团队协作精神。 2、知识目标：熟悉企业运营流程；了解企业管理制度和规范；了解企业文化特色；了解企业产品开发流程；了解企业市场拓展战略及策略；了解企业独特的营销策略；熟悉企业的营销业务流程；熟悉挖掘客户、拜访客户、与客户签约的工作要点及难点；熟悉业务结算的基本流程；了解线上线下促销方法的运用及实际效果对比；了解企业的岗位设置和薪酬政策。 3、能力目标：能够迅速适应企业的快节奏；能够迅速熟悉企业管理的制度和规范；能够迅速掌握企业的业务特点和难点所在；能够迅速调整自己的状态，向企业师傅学习，掌握工作岗位的必备技能；能够挖掘客户、联系客户、拜访客户、签约客户、服务客户；能够撰写商业文案；能够组织商业活动；能够指挥或者参与一个小组，胜任较复杂的项目工作任务。
		主要教学 内容	依托产教融合实训基地和项目工作室，跨专业、跨年级、跨班级组建项目团队，承接企业真实项目，对接物流、线上线下运营、营销、客服及项目管理等岗位工作内容，完成学校和企业双方共同制定的绩效考核任务。
		教学要求	本课程是校企融合的项目实战课程，课程教学的组织难度较大，校企双方都要精心组织，加强工作的计划性、预见性和实际落地，切实保障学生的实战质量。学校教师和企业师傅要紧密配合，强化案例教学，强化实战指导，使学生尽快提高实际操作能力。 课程考核包括学习过程考核、项目任务考核两部分。具体考核成绩占比是：学习过程考核成绩：40%，项目任务作业考核成绩：60%。

(5) 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实训在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、跟岗实习、顶岗实习由学校组织在相应企业开展完成。

表 9 实践性教学环节描述

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
1	企业经营 管理技能 实训 (410307)	课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有勇于竞争、改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识，具有坚决的计划执行能力和灵活的应变能力；具有在竞争环境中的“激励”意识； 2、知识目标：了解企业的生产、广告投放、宣传及管理运营模式，深刻理解企业管理流程；了解企业经营的本质、改善企业运营流程、提高企业核心竞争能力；熟悉企业经营规划流程；熟悉市场战略与产品、市场的定位；掌握生产管理与成本控制； 3、能力目标：能够熟练操作“约创”平台；能够理解企业经营管理的核心理念；能够根据市场变化制定、调整企业经营计划；能够领略到生产企业在四年的经营过程中不同阶段的经营决策重点；能够有效控制成本，开展生产管理。
		主要教学 内容	组建经营竞赛团队，对企业经营运营管理规则进行讲解。实训阶段共分为三个部分：年初、年中、年末，按照时间进行。年初投放广告、选单、行“市场准入”(即开拓市场)操作，ISO 认证；年终，模拟“总经理办公室”“财务部办公室”“采购部办公室”“销售部办公室”四个角色进行经营决策；年末根据年度经营结果填写财务报表。

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		教学要求	本课程是专业基础课程。教师应根据学生的学习程度选择相应的教学内容、案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组竞赛法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核和模拟经营任务作业考核。考核成绩占比分别是：学习过程考核成绩 15%，模拟经营任务作业考核成绩占 85%。
2	ERP 沙盘 实训 (410308)	课程目标	1、素质目标：具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有勇于竞争、改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识，具有坚决的计划执行能力和灵活的应变能力；具有在竞争环境中的“激励”意识； 2、知识目标：了解企业运营模式，深刻体会 ERP 核心理念；了解企业经营的本质、改善企业运营流程、提高企业核心竞争能力；熟悉企业经营规划流程；熟悉市场战略与产品、市场的定位；掌握生产管理与成本控制； 3、能力目标：能够熟练操作商战沙盘；能够理解 ERP 沙盘核心理念；能够根据市场变化制定、调整企业经营计划；能够领略到生产企业在六年的经营过程中不同阶段的经营决策重点；能够有效地控制成本，开展生产管理。
		主要教学 内容	组建管理团队、市场运营规则的讲解、企业经营背景和初始状态介绍、起始年模拟经营、学生自主完成经营决策模拟活动、企业经营决策模拟总结、模拟经营结束后，各个小组派代表进行总结发言，交流课程体会。
		教学要求	本课程是专业选修课程。教师应根据学生的学习程度、专业（方向）背景选择相应的教学内容、案例、教学情境。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核、模拟经营任务作业考核和课程汇报总结三部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核成绩 15%，任务作业考核成绩 70%，课程汇报总结成绩 15%。
3	“双十一” 项目实训 (420305)	课程目标	1、素质目标：具有与人合作的精神和团队意识；具备吃苦耐劳、乐于奉献的精神；具备诚信守纪的品质和责任感与敬业精神；具有创新创业的意识； 3、知识目标：了解电子商务运营与管理流程，熟悉电子商务平台经营规程制度、熟悉商业运营环境；了解店铺装修的相关视觉设计理念，以及店铺装修具体流程规范；了解电子商务营销推广知识，在实践中得到深入的理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位职责；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法；了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法；了解微信个人号营销的策略与方法。 4、能力目标：能够初步使用电子商务平台运营；能够进行营销方案初步策划；能够具备初步推广方案制定及实施能力；能够预防突发事件；能够初步具备客服自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理的能力；能够初步具备新媒体营销的能力。 通过依托校企合作模式，联合全国电商行指委和电商行业、企业等，利用企业真实产品，利用电子商务平台，对接运营推广真实岗位，通过社群营销、新媒体营销、OTO 线上线下营销等形式；让学生感知企业各种规范与管理制度，了解电子商务平台运营与管理流程，熟悉商业环境，使学生掌握商业有关职业规程、规范等，让学生具备一定管理理念和沟通交流、团队合作意识，具备分析解决问题能力和可持续发展能力，以此有意识地培养学生诚信经营、不售卖虚假产品的职业道德，认真严谨、实事求是的职业态度，不畏难、勇于创新的职业作风的职业素养。
		主要教学 内容	开展电子商务运营与管理学习，包括了解电子商务运营与管理流程，熟悉电子商务平台经营规程制度、熟悉商业运营环境；了解店铺装修的相关视觉设计理念，以及店铺装修具体流程规范；了解电子商务营销推广知识，在实践中得到深入的理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位职责；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法；了解视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法；了解微信个人号营销的策略与方法。学习“11.11”项目实战产品分销步骤： 组建成立项目部，项目部下设多个职能部门（商品部、策划部、推广部、客服部、运营部），明确项目团队架构组建和工作职责的划分。
		教学要求	学生在实训期间接受学校和企业的双重指导，实行以企业为主、学校为辅的校企双重考核制度。“11.11”项目实训作为单独一门必修课程进行考核，成绩共分为七档。成绩考核直接与学生产生的订单数和销售额挂钩，以两项指标中取最高分数作为学生改课程的最终成绩。
4	管理者情 商训练 实训 (410310)	课程目标	1、素质目标：具备“公开、公正、公平”精神；具备挑战极限、突破自我的勇气；具备目标导向、百折不挠的精神；具备科学、严谨的工作态度；局别创新意识；具备良好的对上、对下、对左、对右的 360 度沟通能力；具备良好的外部沟通能力。 2、知识目标：学生通过完成 6 个情商管理训练项目，了解管理者情商训练的重要性，掌握管理者情商训练的基本方法，加强自己对管理者情商的认知，提升自己作为一个未来管理者的情商。 3、能力目标：能够调节和控制自己的情绪；能够迅速改善不良情绪；能够按照 SMART 原则设定目标；能够改善自己的行为；能够突破能力的极限；能够做好外部沟通和上下左右的沟通。

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		主要教学内容	现场记录的“魔鬼式训练”，训练专注力和极限挑战能力、情感病毒游戏，训练对情感和情绪传染的实际体验、管理者 EQ 和 AQ；提升 EQ 的途径、训练游戏①“鸡蛋和小鸡”，训练如何消除疲劳和提高积极性；训练游戏②“不要激怒我”，训练如何产生创造性思维、“AB 角角色扮演应对销售中的异议”，训练如何提高应变能力、6.训练游戏：过“鬼门关”，训练如何设定自己的目标，并解决棘手问题的能力。
		教学要求	本课程是实训课程，要求分组和个人训练相结合，注意现场适时调动情绪和观察指导。实训考核的成绩，根据六个实训任务的成绩汇总即可，任务分值最高 20 分，最低 10 分，总分 100 分。
5	王牌店长 实务实训 (410311)	课程目标	1、素质目标：具备自主学习意识；具备勤于动手和动脑的意识；具备组织沟通及团队协作意识，具有计划执行素养和时间管理、员工培训能力；具备分析销售数据思维，能根据市场变化调整经营决策能力； 2、知识目标：掌握门店商圈调查、区域市场选择、商业区域筛选、确定店址的方法，进行门店选址；了解人力架构、面试选拔、入职、岗位培训的流程，进行人员管理；掌握根据销售数据和消费者情况，进行商品上架销售申请采购等的管理操作，进行商品管理；了解收银、防损、仓储、营业员的岗位职责和 workflows；熟悉并掌握根据销售数据，调整经营策略的方法；熟悉采取商品促销、商品调价的程序和技巧，提高门店绩效；了解商品盘点流程，熟悉对缺货商品批量补货的流程；了解商品下架的原因，对业绩不好，占用库存的产品采取下架、退货处理；熟悉商品单品销售排行汇总、利润汇总查询、支出成本汇总管理操作，进行财务管理；熟悉客户投诉处理和现场纠纷处理的原则和程序。 3、能力目标：能够利用系统模拟现实门店运营各种原生数据，学生需完成“成立前期”、“门店成立”、“门店运营”三个关卡的实务训练；在“门店运营”中，要求学生科学合理分析各项销售数据，完成门店订货、调价、促销等的运营决策，以实现门店业绩的提升，促使学生熟悉门店中各个部门的性质与工作职责，掌握做好一名店长应具备的能力。
		主要教学内容	门店选址、人员管理、商品管理、采购管理、客户管理、财务管理。
		教学要求	本课程是专业基础性课程。促使学生结合所学的店长实务理论知识进行专业有效的实践演练；促使学生掌握店长岗位的工作流程及管理技巧，了解门店经营过程中经营管理、人员管理、客户管理及商品管理的实际情况。教师可根据不同的教学内容采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法和任务教学法等教学方法。 课程考核包括学习过程考核、模拟经营作业考核二部分。考核成绩占比分别是：学习过程考核成绩 20%，项目任务作业考核成绩 80%。
6	门店促销 实务实训 (410405)	课程目标	1、素质目标：通过课程学习，使学生具备团队协作意识，善于与人沟通，积极合作；具备敏锐的市场洞察力，树立正确商业道德观。 2、知识目标：能根据门店现场情况熟练运用折价优待促销、优惠券促销、赠品促销、竞赛与抽奖促销、主题促销、现场演示、POP 广告促销、DM 促销、会员促销等促销形式。 3、能力目标：能够根据调研结果，选择合适的促销方式，确定门店促销对象；能够进行促销准备，选择促销商品和时机，制定不同主题制定相应的促销策划方案；能够有效的实施促销方案，对促销过程进行管理和评估。
		主要教学内容	认知零售门店促销、认知门店促销方法、制定门店促销方案、实施门店促销计划、门店促销评估
		教学要求	本课程是专业核心课程。为了充分扩展学生学习时间与空间，实行线上线下混合式课程教学。在教学方法上突破课堂教学限制，利用信息技术把传统课堂教学的优势和网络在线教学的优势结合起来，实现课前、课中、课后无缝链接。 本课程建立定量考核评价体系，总评成绩 100 分，其中，线上自主学习（20%）；课堂活动（20%）；团队实训任务（50%）；素质考核（10%）。
7	毕业设计 (410314)	课程目标	1、素质目标：具备自主学习意识；具备严肃认真的工作素养；具备勤奋钻研的学习素养；具备综合应用所学知识的思维；具备利用互联网和市场调查分析方法收集、处理信息和数据的思维；具备一定的创新思维； 2、知识目标：了解毕业设计的标准和规范，熟悉数据收集、整理、分析的方法，掌握根据项目所需选取恰当的所学知识和技能进行综合运用撰写毕业设计的方法； 3、能力目标：能够独立利用互联网工具和市场调查分析等方法获取相关数据资料，对这些数据和资料进行较全面的分析，并以创新的思维设计出具有一定可能性的策划方案
		主要教学内容	确定选题、设计提纲、对项目的目标市场进行调查分析、设计方案、对设计的方案进行推演和修改、答辩、提交资料

序号	课程名称 (代码)	课程描述	
		教学要求	<p>本课程是学生在校期间最后一个重要的综合性实践教学环节,是实现培养目标、培养学生专业工作能力、提高学生综合素质的重要手段。毕业设计的质量,是学生毕业资格认定的重要依据,也是对学校人才培养效果的全面检验,是学校教育教学质量评价的重要内容。</p> <p>教学中,教师可根据学生选题采取案例法、讲授法、讨论法、对比分析法、项目推演法等教学方法,融思想道德素质教育、业务素质教育、文化素质教育于一体。注重学生素质的全面提高,以达到培养目标的基本要求;注重培养学生严肃认真的工作态度、勤奋钻研的优良学风和独立工作能力;注重开发学生的创新精神和创造能力,实现毕业设计的教学目的。</p> <p>毕业设计成绩的评定必须坚持标准,从严要求,实事求是。应公开、公平、公正,坚持以学生完成毕业设计的质量和水平、独立工作的能力和创新精神、工作态度和工作作风以及答辩情况为依据。课程的考核包括指导教师评阅、答辩组审阅、现场答辩三个部分,采用优秀、良好、中等、及格、不及格五级记分方式计分,具体考核成绩评定办法和计分等级如下:指导教师评阅:50% 答辩组审阅:30% 现场答辩:20%;优秀:≥85分;良好:84分—75分;中等:74分—65分;及格:64分—60分;不及格:≤60分。</p>
8	顶岗实习 (410315)	课程目标	<p>1、素质目标:具备诚信、敬业的工作作风和科学、自律、严谨的工作态度;安全、质量、效益及创新意识;沟通及团队协作能力。</p> <p>2、知识目标:熟悉企业业务内容;熟悉岗位工作职责;熟悉岗位工作的具体内容;了解企业文化和具体的规章制度要求;了解工作流程,体会如何将专业知识运用于岗位工作实践之中;熟悉职场人际沟通;了解如何处理上下左右的沟通;了解如何与客户打交道。</p> <p>3、能力目标:能够加强自律,遵守企业规章制度;能够虚心向企业师傅学习,迅速进入工作角色;能够基本胜任门店店长助理、活动策划、收银、理货、采购、品类管理、促销、HR专员等岗位的实际工作;能够在规定的时间内,完成一定的工作任务。</p>
		主要教学内容	以轻工商贸流通行业零售企业的理货、店助、采购、收银、促销、HR、仓管、客服、策划、电商等岗位实践为顶岗实习任务,了解企业各种管理规范与制度,了解企业经营与管理的内容及流程,了解企业文化,熟悉企业工作环境;通过顶岗实习,对照企业要求,找到差距和不足;使理论知识和实际岗位工作更好的紧密结合;达到基本具备门店店长助理、运营主管、促销专员、HR专员、部门经理助理等相关岗位的工作能力。
		教学要求	本课程是综合性的实习课程,学生的能力差异和实习环境差异情况会比较突出,指导教师要通过线上和线下渠道加强对学生的个性化指导,做到耐心、细致、专业、及时、充分。实训考核的成绩,根据六个实训任务的成绩汇总即可,任务分值最高20分,最低10分,总分100分。

七、教学进程总体安排

表 10 教学总周数分配表

学年	学期	周数	周数分配								备注	
			军训、入学教育	课堂教学	课程设计	技能实训	顶岗实习	毕业设计	复习考试	教学总结		
第一学年	一	20	2	16						1	1	
	二	20		16		2				1	1	
第二学年	三	20		16		2				1	1	
	四	20		16		2				1	1	
第三学年	五	20				15	4				1	
	六	20					20	4				其中毕业设计4周与顶岗实习并行
寒暑假		4					4					
合计		124	2	64		21	28	4	4	5		

表 11 集中实践教学表

序号	教学内容	各学期安排周数						安排周次
		一	二	三	四	五	六	
1	企业经营管理技能实训		2					第 17-18 周
2	双十一项目实训			2				第 4-5 周

序号	教学内容	各学期安排周数						安排周次
		一	二	三	四	五	六	
3	管理者情商训练实训				1			第 16 周
4	王牌店长实务实训				1			第 17 周
5	项目实战					15		第 15-17 周
6	毕业设计						4	第 13-16 周
7	顶岗实习						16+4+4	第五学期寒假 4 周，第六学期顶岗实习 4 周（待定）；第六学期 1-20 周（毕业设计 4 周与顶岗实习并行）
合 计			2	2	2	15	21	

表 12 公共基础课程教学计划进程表

课程属性性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
公共必修课	1	909101	军事技能	C		2	112	24	88		1
	2	909102	思想道德修养与法律基础	A		3	48	48	0	4×12	1
	3	909103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A		4	64	64	0	4×16	2
	4	909104	形势与政策	A		1	32	32	0	4×2	1-4
	5	909105	大学英语（1）	A	K	3.5	56	56	0	4×14	1
	6	909106	大学英语（2）	A	K	3.5	56	56	0	4×14	2
	7	909107	大学体育（1）	C		2	32	0	32	2×16	1
	8	909108	大学体育（2）	C		2	32	0	32	2×16	2
	9	909109	计算机信息素养	B		2	40	20	20	2×10	1
	10	909110	实用语文	A		2	32	32	0	2×16	3
	11	909111	职业规划与	A		2	32	24	0	4×6	2
			就业指导					8	0	2×4	5
	12	909112	经济数学	A	K	4	56	56	0	4×14	2
	13	909113	创新创业教育	B		2	32	16	16	2×16	4
	14	909114	心理卫生与健康	A		2	32	32	0	2×16	1
	15	909115	中国传统文化	A		1	16	16	0	2×8	1
	16	909116	军事理论			2	36	36	0	2×18	2
	17	909117	生命安全与救援			1	16	16	0	2×8	1
	18	909118	突发事件及自救互救			1	16	16	0	2×8	3
	19	909119	党史、国史			1	16	16	0	2×8	3
20	909120	劳动			1	16	4	12	4×1	1-4	
	小计					41	772	572	200		
公共选修课	21	909201	艺术、美学类选修课（非艺术类专业限选）	A		2	16	16	0	2×8	4
	22	909202	专项体育	A		3	48	48	0	4×12	4
	小计					5	64	64	0		
合计						46	836	636	200		

表 13 专业课教学计划进程表

课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
专业群平台必修课程	1	410101	经济法	A		2	32	32	0	2×16	1
	2	410102	管理学基础	B	K	3	54	12	42	4×14	1
	3	400103	基础会计	A	K	2	32	16	16	2×16	1
	4	420101	经济学原理	A	K	2	32	32	0	2×16	3
	5	440102	职业核心能力训练	B		2	38	20	18	4×10	2
	小计						11	188	112	76	
专业基础必修课程	1	420201	市场营销实务	B	K	3	60	32	28	4×15	3
	2	420202	市场调查与分析	B		3	60	36	24	4×15	2
	3	420205	消费者行为分析	B	K	3	54	40	14	4×14	3
	4	410201	商务谈判	B		3	54	40	14	4×14	2
	5	430301	新媒体运营与推广	B		3	60	30	30	4×15	4
	小计						15	288	178	110	
专业技能必修课程	1	410301	*门店开发与设计	B	K	3	56	28	28	4×14	3
	2	410302	*品类管理	B	K	4	60	30	30	4×15	3
	3	410303	*门店采购管理	B		3.5	60	30	30	4×15	3
	4	440303	*商务数据分析与应用	B	K	3	56	28	28	4×14	3
	5	410304	*门店运营管理	B	K	4	58	28	30	4×15	4
	6	410305	*门店布局与商品陈列	B	K	4	60	30	30	4×15	4
	7	410306	*门店促销实务	B	K	4	60	30	30	4×15	4
	8	460208	*客户服务与管理	B	K	3.5	60	30	30	4×15	4
	9	410307	企业经营管理技能实训	C		2	48	0	48	2W	2
	10	420305	双十一项目实训	C		2	48	0	48	2W	3
	11	410310	管理者情商训练实训	C		1	24	0	24	1W	4
	12	410311	王牌店长实务实训	C		1	24	0	24	1W	4
	13	410314	毕业设计	C		4	80	0	80	4W	6
	14	410315	顶岗实习	C		24	336	0	336	16W	6
小计						63	1030	234	796		
专业群选修课程/专业拓展选修课程	1	410401	湖湘商文化	C		1	16	16	0	2×8	4
	2	410402	门店人力资源管理	B	K	3	48	24	24	4×12	2
	3	410308	ERP 沙盘实训	C		1	24	0	24	1W	4
	4	410403	创新思维训练	B		4	60	40	20	4×15	5 (选修 4、5、6、7 组合后可与 8 互换)
	5	410404	商务礼仪	B		4	60	30	30	4×15	
	6	410405	门店促销实务实训	C		2	48	0	48	2W	

课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	课程总学时	总学时分配		周学时	开课学期
								讲授	实践		
	7	410406	商务英语口语	B		4	60	20	40	4×15	
	8	430405	项目实践	C		15	270	0	270	18×15W	
	小计					20	358	40	318		
合计						109	1864	564	1300		

注：1.课程性质:A 类为理论课程、B 类为理实一体课程、C 类为纯实践课程。

2. 1+X 证书专业 需在专业课及专业选修课中将 1+X 证书的相关课程嵌入。

3.各学期周课时安排的表示：按学期总周数实施全程教学的课程，用“周课时”表示；实施阶段性教学的课程，按如下三种方法表示：

①理论课、理实一体课以“周课时×周数”表示，例如“4×7”表示该课程为每周 4 课时，授课 7 周；

②纯实践课程以“周数”表示，例如“2W”表示该课程连续安排 2 周；

③讲座型课程以“总课时”表示，例如“6H”表示该课程安排 6 课时的讲座。

考核方式表示：K 表示考试课程，原则上每学期考试课程不超过 3 门。

表 14 学期课时数统计表

学期	公共课			专业课			课时数合计
	考试门数	考查门数	课时数	考试门数	考查门数	课时数	
第一学期	1	10	388	2	1	118	506
第二学期	2	5	256	0	4	248	504
第三学期	0	6	76	5	3	426	502
第四学期	0	5	108	4	3	386	494
第五学期	0	1	8	0	1	270	278
第六学期	0	0	0	0	2	416	416
总计	3	26	836	11	14	1864	2700

表 15 各类课程学时/学分比例表

序号	课程属性	课程门数	课 时				学 分		备注
			合计	理论课时	实践课时	实践课时比例 (%)	课程学分	占总学分比例 (%)	
1	公共基础课程	22	836	636	200	24%	46	29.6%	
2	专业群平台课	5	188	112	76	40%	11	7%	
3	专业基础课	5	288	178	110	42.9%	15	9.6%	
4	专业技能课	14	1030	234	796	77.1%	63	40.6%	
5	专业群选修课程	4	358	40	318	89%	20	12.9%	
	总计	50	2700	1200	1500	56%	155	100%	

表 16 各类课程学时/学分比例表

序号	课程性质	课程门数	课 时				学 分		备注
			合计	理论课时	实践课时	实践课时比例 (%)	课程学分	占总学分比例 (%)	
1	必修课	45	2278	1096	1182	51%	130	84.3%	
2	选修课	5	422	104	318	75%	25	15.7%	
3	总计	50	2700	1200	1500	56%	155	100%	

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

本专业的生师比不超过 20: 1, 采用人才引进、鼓励自我发展、进修等方式培养, 建立一支有 1~2 名专业带头人, 高学历或企业工作经验丰富的骨干教师队伍, 教师年龄、学历、职称、知识结构合理, 德优业精的师资队伍, 高素质的双师教师占比 80% 以上。

2. 专业教师

(1) 具高校教师资格、普通话二级证书;

(2) 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;

(3) 具备工商管理、企业管理、行政管理等相关专业硕士及以上学历或具有 3 年及以上企业工作经验, 和本专业二级及以上职业资格证书或相应技术职称;

(4) 熟悉门店运营管理、商品学与零售学知识; 掌握品类管理工作流程、商品组合、新品与滞销品管理等工作方法; 具备系统的销售管理知识和实际工作能力; 具备各种现场促销活动的策划能力, 以及系统的客户服务与管理知识和实际工作能力; 具备各种现场纠纷处理和人际冲突处理能力; 具有系统的统计学知识、数据分析知识及相应的工作能力; 具备应用各种工具和软件对商业零售数据进行分析 and 应用展示的能力。

(5) 具有较强的信息化教学能力和驾驭课堂的能力, 能够熟练运用基于行动导向、任务驱动的教学方法等先进的教学方法;

(6) 掌握先进的职业教育教学理论, 具有课程开发与教学设计能力, 能够开展课程教学改革和科学研究。

(7) 具备指导商务管理技能竞赛、创新创业等竞赛的能力;

(8) 热爱教育事业, 具备项目化课程的改革决心与毅力。

(9) 每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称, 能够较好地把握国内外零售和商业服行业、专业发展, 能广泛联系行业企业, 了解行业企业对零售门店和商业服务专业人才的需求实际, 教学设计、专业研究能力强, 组织开展教科研工作能力强, 在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具体要求如下:

(1) 工商管理、企业管理等相关专业硕士, 或者副教授及以上职称;

(2) 有 5 年及以上企业工作经验;

(3) 在本专业从事教学工作 10 年以上, 了解本专业的现状与发展, 熟悉本专业的培养方案。

(4) 具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力, 能带领专业团队不断提高专业理论知识和技能水平;

(5) 具有较好的社会资源和公关能力, 能带领团队实现政、校、行、企联动, 促进专业校外实习实训基地建设与管理;

(6) 专业知识扎实, 精通本专业部分核心课程, 具有较高的教学能力; 专业视野宽广, 实践技能较强, 富有改革和创新精神, 能主持专业课程开发, 带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设;

(7) 主持或参与过本专业工学结合人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制(修)订、课程开发与建设、实训基地建设、特色或品牌专业建设。

(8) 能够全面负责每学期本专业教学任务的具体实施(如:任务书,课程教学团队各人员的授课时数、班级安排,监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等),特别是积极探索“项目+产品”学徒制人才培养模式和“项目引领、双轮驱动”教学模式的施行和效果。

4. 兼职教师

本专业所有兼职教师均应来自零售行业和商业服务业企业中高级管理人员和一线工作人员,具备良好的思想政治素质、职业道德、和工匠精神,具有扎实的零售行业和商业服务业领域的专业知识和丰富的实际工作经验,具有本专业相关的中级及以上职称或高级职业资格,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。

(二) 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,互联网接入或 WiFi 环境,并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态,符合紧急疏散要求、标志明显,保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

表 17 校内专业实训室配置

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
1		职业核心能力实训室	学生椅	50 张	职业核心能力训练
			学生桌	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			白板	1 套	
2	专业基础能力实训	商务项目管理实训室			商务开发与招商、商务项目管理、专业基本技能实训、门店人力资源管理
3		企业经营沙盘实训室	服务器、企业运营电子对抗系统软件	1 套	ERP 经营沙盘、专业基本技能实训、王牌店长实务实训
			电脑、工业沙盘桌子	7 台	
			沙盘工具	25 套	
			多媒体设备	1 套	
4		产品开发实训室	台式计算机	50 套	新媒体运营与推广、品类管理
			电脑桌椅	50 台	
			多媒体设备	1 套	
			流利输送链、2/0.6 货架、轻型平板货架	1 套	
			台式计算机	5 套	
			多媒体设备	1 套	
5	专业专项能力实训	视觉营销实训室	网络机柜、教师机电脑、UI 设计资源系统、移动电商综合实训系统、连锁门店运营实训系统、	1 套	门店开发与设计、门店布局与商品陈列、门店运营管理、门店促销、门店采购管理、专业综合实训
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器、	50 套	
			多媒体设备	1 套	
6		营销策划实训室	标准办公工作台、展示柜	50 套	商务活动策划、商务谈判、门店促销、商务项目管理、双十一项目实训
			台式计算机	50 台	
			电脑桌椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	

序号	实训室类别	实训室名称	核心设备	数量	服务课程
7		客户服务与管理实训室			门店客户服务、商务谈判、管理者情商训练实训、消费者行为学
8		商务数据分析实训室	连锁门店运营实训系统、连锁企业王牌店长实务实训系统、亿学数据库管理工具、ITMC 网店开设与装修实训软件、ITMC 网店客户服务实训、ITMC 电子商务综合实训与竞赛系统、服务器	1 套	专业综合实训、门店开发与设计、门店运营管理、门店布局与商品陈列、门店促销、门店采购管理、商务数据分析与应用、市场调查与分析、项目实战
			电脑桌椅	50 套	
			瘦客户机、显示器	50 套	
			多媒体设备	1 套	
9		产教融合项目工作室 1	项目产品		所有课程
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
10		产教融合项目工作室 2	项目产品		所有课程
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
11	专业综合能力实训	产教融合项目工作室 3	项目产品		所有课程
			电脑	20	
			电脑桌、椅	20 套	
			展示柜	5 组	
12		VBSE 跨专业综合实训室	连锁门店运营实训系统、VBSE 跨专业综合实训软件	1 套	专业综合实训
			台式计算机	50 台	
			电脑桌椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
			会计手工训练资料	50 套	
			办公椅	50 套	
			多媒体设备	1 套	
			展示挂图	3 套	

表 18 专业实训室建设规划

序号	项目	功能组成	说明
1	门店经营管理 VR 实训室	能够满足学生体验商圈、商业区、店址选择的现场体验、满足门店开发与设计、品类管理、门店运营管理、门店促销、门店规划与商品陈列、门店客服等专业课程的项目训练，以及专业综合项目训练。	建议引进商业服务管理类 VR 系统和设备一套，并划定为操作区，由 4-6 个工位构成一组，共 10 组，划定为准备区。能容纳约 40—50 名学生进行项目实战训练。
2	商务专业项目实训室	根据“项目+产品”的人才培养模式进行实训任务体系的构建，针对商务管理专业对综合型、应用型人才的需求，主要用于学生完成零售门店活动策划、营销策划案、运营管理及数据分析等工作，孵化学生项目及成果；为学生提供商品陈列、新零售连锁门店运营等生产性实践学习及创业。将实训内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，实现“学生”到“学徒”再到“职业人”的培养目标。	数量：2 间 面积：80-100 m ² 工位：20-30 个

3. 校外实训基地基本要求

配备多个校外实习基地，组织学生到实习基地见习或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学

学工作，帮助学生对企业实际业务流程进行了解或动手。毕业实习以学生在实习单位顶岗操作为主，直接担当所在单位的某一角色进行业务处理，直接检验其操作技能与动手能力。

表 19 校外实习基地

序号	校外实习基地名称	用途	合作深度要求
1	百世物流产教融合实训基地	客户管理、跟岗实习、顶岗实习	深度
2	屈臣氏产教融合实训基地	双十一项目实训、门店开发与设计、品类管理、门店运营管理、门店布局与商品陈列、门店促销、门店客户服务、门店采购管理、商务数据分析与应用门店运营跟岗实习、顶岗实习	深度
3	星火丰城产教融合实训基地	客户管理、商务数据分析与应用、跟岗实习、顶岗实习	深度
4	搜农坊产教融合实训基地	客户管理、商务数据分析与应用、销售岗位、跟岗实习、顶岗实习	深度
5	嘉德产教融合实训基地	客户服务、运营推广、跟岗实习、顶岗实习	深度
6	步步高产教融合实训基地	商务项目管理跟岗实习、顶岗实习	深度

注：“用途”指专业认识实习、生产性实训、顶岗实习等。

4. 学生实习基地基本要求

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系行业企业，多渠道筹措资金，多形式开展合作。在校外实训基地的建设中，积极寻求与国内外、区域内大型知名企业开展深层次、紧密型合作，建立与自己的规模相适应的、稳定的校外实训基地，充分满足本专业所有学生综合实践能力及半年以上顶岗实习的需要，发挥企业在人才培养中的作用，由企业提供场地、办公设备、项目和技术指导人员，企业技术人员与教师共同组织和带领学生完成真实项目设计、施工、调试与维护，使学生真正进入企业项目实战，形成校企共建、共管的格局。

校外实训基地的主要功能如下：有利于学生掌握岗位技能，提高实践能力；满足学生半年以上顶岗实习的需要，从而实现学生在基地的顶岗后就业；有利于学校及时了解社会对人才培养的要求，及时发现问题，有针对性地开展教育教学改革。

校外实训基地有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间养成遵纪守法的习惯，使其能真正领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

顶岗实习环节是教学课程体系的重要组成部分，一般安排在第 6 学期，是学生步入职业的开始，制定适合本地实际与顶岗实习有关的各项管理制度。在专、兼职教师的共同指导下，以实际工作项目为主要实习任务。学生通过在企业真实环境中的实践，积累工作经验，具备职业素质综合能力，达到“准职业人”的标准，从而完成从学校到企业的过渡。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用基本要求

（1）按照国家规定选用优质教材。

专业教材原则上必须选用国家“十三五”高职高专规划教材或者高教出版社出版的教材，以保证专业教材的质量；

（2）建立教材甄选机制，杜绝不合格教材进入教室。

建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

(3) 建立健全校本教材开发制度。

对于专任教师自主开发的校本教材，必须通过学校专家指导委员会审定，方可开发并使用，提高校本教材开发质量。

2. 图书文献配备基本要求

所选图书文献满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，为师生查询、借阅提供方便。

3. 数字教学资源配备基本要求

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

通过与企业合作，按照专业及专业方向和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。

表 20 专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	市场营销实务	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=ds1habrb71grzmvhohw
2	管理学基础	https://zjy2.icve.com.cn/common/courseView/courseDetail.html?courseOpenId=jt1gaesryypgc6mausexgw
3	管理学实务	https://zjy2.icve.com.cn/common/courseView/courseDetail.html?courseOpenId=ybvpawqrjb5hbdp2vysh3q
4	门店运营实务实训	https://zjy2.icve.com.cn/common/courseView/courseDetail.html?courseOpenId=irtiangrji9d5uodhguevw
5	商业调查与分析	https://zjy2.icve.com.cn/common/courseView/courseDetail.html?courseOpenId=4mwaaw2rdzpeymejnqwx
6	新媒体运营与推广	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=e0sjaburnbbke98w01hroa
8	职业核心能力训练	https://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=6egacgrjohbm54yqkikw
9	市场调查与分析	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=hch8alurfynnqwiyz8eaw
10	客户服务与管理	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=aioxaburtbbgbd0pgp6vzw
11	门店运营与管理	http://mooc1.chaoxing.com/course/204647820.html
12	经济法	http://mooc1.chaoxing.com/course/201628353.html?edit=false&knowledgeId=124634542&module=2&v=1574934927403#content
13	管理学基础与实践	http://mooc1.chaoxing.com/course/204676556.html
14	人力资源管理——基于中国文化和经济特征	http://mooc1.chaoxing.com/course/91365998.html
15	商务数据分析与应用	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=jczxamgrlzd0i3pvh5uq7a
16	消费者行为分析	https://www.icve.com.cn/studypriview/directory/directory_list.html?courseId=p5efabursjlgko62kiasa

(四) 教学方法

1、实行“项目引领、双轮驱动”教学模式

专业核心课程，上课班级组建 5-8 人为一组的创业型团队，通过模拟开设不同业态的零售门店来展开

教学。基于岗位工作内容，以项目引领进行系统化课程教学改革，对接企业商品经营的选品、采购、运营、策划、布局与陈列、客服、数据分析、促销等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；将新媒体运营与推广、营销实务、商务数据分析等专业群核心共享课程进行教学任务项目化重构，从而实现教学任务项目化和项目任务教学化。

2、建立健全“项目+产品”的现代学徒制人才培养模式。

实训课程引进企业真实项目和产品，学生按照组建的项目团队，科学分工，协同合作。在企业老师和校内专业老师的指导下，以师傅带徒弟的形式，完成这些任务。课程分数由企业老师根据项目任务完成的效果、个体表现、团队成果计分。

（五）学习评价

根据企业的运行管理机制，创新“双线”考核机制；在课程中引入企业绩效考核与项目管理办法，相关课程考核学分与学生项目实践业绩直接挂钩；将项目对接四段式实践教学体系，将项目按 30%、50%、70%、100%比例融入跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、顶岗实习四段式课程评价。改变了重理论轻实践、重技能轻素质的评价模式，突破了传统单一考核评价机制的局限，实现了对学生职业素养和职业技能双向考核，创新了双向考核评机制。

（六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1.建立商务管理专业建设和教学进程质量监控机制。对教学中各主要环节（教学准备、课堂教学、实验实训、实习、考试、毕业设计等）提出明确的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养目标。

2.完善教学管理机制。加强日常教学组织与管理，建立健全巡课听课制度，严明教学纪律与课堂纪律。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.充分利用评价分析结果有效地改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

5.建立对《专业人才培养方案》、《课程标准》实施情况的诊改机制。三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，每一个教学循环对《课程标准》（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：专业（课程）自我诊改→汇总至专业群形成各业群人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各《专业人才培养方案》与《课程标准》质量改进螺旋。

九、毕业要求

（一）学生必须修完教学计划规定的公共基础必修课程 41 学分，公共基础选修课程 5 学分，专业必修（方向、模块）课程 89 学分，专业选修课 20 学分，总计修完最低学分 155 学分。

（二）学分认定、积累与转换

允许学生在校期间通过以下方式进行学分认定互换：

1.选修课创新思维训练、商务礼仪、商务英语口语、门店促销实务实训四门课程可与项目实战学分互换认定，如因不可抗力无法实施上述课程，项目实战可以跟泰国西那瓦大学国际贸易本科段课程（Seminar

in Entrepreneurship) 创业学研讨对应，进行学分互换和认定；

2. 英语三级等级证书对应大学英语（1）、（2）课程；
3. 计算机一级等级证书对应计算机信息素养课程；
4. 省级技能竞赛一等奖及以上可申请进行学分认定、互换；
5. 其他参与的项目、获奖及取得的学习成果，经申报审批允许可进行学分认定、互换。
6. 获得行业职业资格证书，经申报审批允许可进行学分认定、互换。

表 21 职业资格证书要求

序号	等级证书	对应置换课程			
		大学英语（1）	大学英语（2）		
1	英语三级	大学英语（1）	大学英语（2）		
2	计算机一级	计算机信息素养			
3	省级技能竞赛一等奖及以上	专业基本技能实训			
4	其他获奖项目				
5	CCFA 品类管理师	品类管理			
6	CCFA 特许经营管理师	门店运营管理	王牌店长实训		
	CCFA 门店店长证书				
7	CCFA 卖场布局与商品陈列证书	门店布局与商品陈列			
8	助理人力资源管理师	门店人力资源管理			

十、附录

附件 1：课程变更审批表

附件 2：核心专业课程标准（单独存）

人才培养方案审核表

审核	意见	签名	日期
二级学院负责人审核	审核通过	高迪之	2020.8.6
教学指导委员会审核	审核通过	陈南华	2020.9.1
学术委员会审核	审核通过	肖调生	2020.9.10
党委会审定	2020年第49次党委会通过	陈政	2020.11.2

校长签发: 戚志

年 11 月 2 日