

2021 级现代工商管理专业群人才培养方案

一、专业群名称

现代工商管理专业群

二、专业及代码

工商企业管理(530601) (核心专业)

市场营销(530605)

大数据与会计(530302)

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力毕业生。

四、基本修业年限

三年。

五、职业面向

主要职业面向

专业名称	所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别(技术领域)	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
------	------------	-----------	-------	--------	--------------	----------	--------------------

工商企业管理	财经商贸 (53)	工商管理 (5306)	商务服务业 (72); 批发业 (51); 零售业 (52); 住宿业 (61); 餐饮业 (62); 食品制造业 (14)	管理咨询专业人员 (2-06-07-08); 人力资源管理专业人员 (2-06-08-01); 市场营销专业人员 (2-06-07-02); 其他社会生产和生活服务人员 (4-99-00)	管理系统实施顾问; 助理项目经理; 客户专员; 人事主管; 市场督导; 区域督导; 生产调度管理专员; 质量管理专员	助理人力资源管理师、人力资源管理师、人力资源管理师、高级人力资源管理师、助理职业经理人 (国家职业资格三级)、中级职业经理人 (国家职业资格二级)、高级职业经理人 (国家职业资格一级)、特级经营大师	CCMC、EBS
市场营销	财经商贸 (53)	工商管理 (5306)	批发业、零售业 (51, 52)	营销员 市场营销专业人员	销售代表; 销售经理; 区域销售经理; 市场主管; 市场经理; 市场调研专员	助理营销师	销售总监
大数据与会计	财经商贸 (63)	财务会计 (6303)	会计、审计及税务服务 (7241)	会计专业人员 (2-06-03-00)	会计核算 会计监督	会计师、审计师、经济师	CPA, CMA, ACCA

就业岗位

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
1	商务服务业	办公室文秘 管理系统行政顾问	助理项目经理	人事主管 项目主管 运营主管
2	市场营销	市场分析 商品销售	营销策划 营销管理	营销高级管理
3	会计	出纳员 工资核算员	小企业财务主管 总监	大中型企业财务主管 总监

工作任务与职业能力分析表

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
工商企业管理	管理咨询	掌握基本的经济理论和经济规律；具有一定经济活动分析的基础知识；掌握生产管理、行政管理、项目运营管理等企业管理的基本知识；掌握从事商务活动所必需的基本理论、政策和方法；掌握企业管理的定性、定量分析方法；熟悉我国企业管理的有关方针、政策和法规；掌握工商管理的基本方法并掌握一定的专业技能知识。	管理学、经济学、现代企业管理、运营管理、质量管理，营销管理，客户关系管理等

	市场营销	市场调研技能。即获得信息的能力；市场分析技能，包括营销环境分析，营销状况分析；营销筹划的技能，从小工程的筹划制作，到大的营销活动的全面筹划、安排；促销的技能，包括谈判、推销、公共关系、广告方面的技能等	市场调查与预测、推销与谈判技巧、市场营销、客户关系管理等
	人力资源管理	人力资源管理必须具体人力资源的五大模块基本知识，怎么设置合理的职位，怎么招聘，采取什么手段评估人才，怎么培训人才；基本的沟通表达能力，组织领导能力，分析问题，解决问题的能力	人力资源管理、管理学基础、中小企业管理、组织行为学、社交礼仪、商务谈判等
市场营销专业	市场营销	企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品推销和营销推广	商务谈判与技巧、电子商务概论、市场营销策划、现代推销技术
	销售管理	一定的组织协调能力、具有创新意识和一定的分析问题解决问题的能力，能独立从事市场营销相关的实际工作能力	现代企业管理、网络营销策划、市场调查与预测
大数据与会计专业	会计核算与监督	票据审核、归类、结算能力 财务会计核算能力 成本核算能力 会计报表的编制与分析能力 会计信息化核算能力 内部控制与协调能力	基础会计学、外贸会计实务、初（中）级会计实务、审计基础与实务、基础会计技能、初级财务管理岗位分析与实训、会计

			综合操作、报税操作、会计电算化、会计报表分析
	税费申报	办税能力 职工社会保险等福利方案的策划与申报能力 节税（税收筹划）能力	纳税会计实务、成本会计、税费计算与申报、税收筹划
	财务管理	预算管理能力和运营资金管理能力和成本管理能力和投资管理能力和绩效评价能力	财务管理、管理会计、会计报表分析、Excel 在会计中的应用、VBSE 综合模拟实训、统计实务、初级经济法、金融学、

六、培养目标

现代工商管理专业群各专业都强调培养学生的专业认知能力、专业拓展能力、职业岗位能力、职业延伸能力、创新创业能力。这五大能力，基于专业群各专业的专业规律的共同要求，符合市场经济中企业尤其是中小企业的岗位需求和发展需求，是我校现代工商管理专业群人才培养目标的共同基础。在这基础上，专业群中各专业结合专业对应的职业岗位要求，都还有各自着重点或侧重点。具体各专业方向培养的能力目标分别如下：

（一）工商企业管理

本专业培养德、智、体、美全面发展，具有良好的政治素质与道德修养，掌握本专业必备的基础理论和专门知识；具有英语应用能力、计算机技术应用能力，了解工商企业管理一般的基础知识，熟悉工商企业管理的基本理论和基本技能；具有专业认知能力、专业拓展能力、持续学习能力，塑造本专业学生的职业能力和岗位工作能力；具有一定的从事专业业务工作的技能，能从事工商企业经营与管理工作；具有相邻专业业务工作的基本能力和素质，成为面向生产、建设、服务、管理第一线岗位需要的高素质技术技能人才。

（二）市场营销

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展、具有良好的职业道德和综合素质、较强的专业能力和创新创业能力，掌握市场调查、市场预测、营销策划、营销管理等专业技能，能够适应生产、管理与营销一线需要的高素质技术技能人才。

（三）大数据与会计

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展、具有良好的职业道德和综合素质、较强的专业能力和创新创业能力，掌握出纳、会计、财务管理、会计信息化、成本分析、涉税服务、审计、大数据分析等专业技能，能够适应中小企业生产与管理一线需要的高素质技术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党的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. 由于奋斗、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。

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。

（二）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. 掌握必备的文化基础知识：政治、体育、数学、外语、计算机等。

4. 具有一定的外语听、说、读、写、译的基本知识。

5. 掌握必备的专业基础知识（管理学、经济学、经济法和基础会计等）。

6. 具有一定的专业技能知识（战略管理、项目管理、人力资源管理；新媒

体营销、网站运营与管理；商务谈判、网络营销策划；会计核算与监督、税费申报、财务管理等）。

7. 掌握较宽的涉外经济知识，了解世界经济的历史和现状，熟悉中国对外经济工作的方针、政策、法规等。

（三）能力

1. 基本职业能力

（1）具备探究学习、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）熟练计算机基本操作技能。

（4）具备一定的英语听说读写能力。

（5）职业生涯发展与就业、创业能力。

2. 核心职业能力

（1）工商管理专业职业能力

具备中小企业综合管理者或者大中型企业的管理者的基本素养和技能，能够运用所学的专业知识分析和解决实际问题。具有沟通能力、营销能力和管理能力，同时具备一定的自主学习和自我提高的能力。

（2）市场营销专业职业能力

企业营销调研和市场预测、企业营销策划、商品推销和营销推广。一定的组织协调能力、具有创新意识和一定的分析问题解决问题的能力，能独立从事市场营销相关的实际工作能力。

（3）大数据与会计专业职业能力

具备会计核算与监督、成本核算与管理、涉税事务处理、财务管理、大数据分析、预算管理、审计、涉外企业会计核算、先进管理工具与手段应用和内外协调的能力。

3. 专业拓展能力

（1）把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。

(2) 具备良好的道德修养及一定的艺术鉴赏力，掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼，了解心理健康的标准和调试的方法，了解并熟悉各项活动的前期策划与后期总结相关知识。

(3) 拓广常识性知识面，精选专业深刻性知识的内容；能较为清晰地认识自己及职业的特性，了解基本的创业知识，掌握生涯决策技能和求职技能等。熟练掌握目前常用流行的操作系统和 OFFICE 办公软件，能进行基本的日常英语交际

八、课程设置级学时安排

专业教学计划中设有公共课（必修、选修）、专业基础课（群平台课）、专业核心课、专业拓展课以及集中实践教学环节（勤工助学）等五大模块。

（一）课程设置

1. 公共必修课

公共必修课具体设置情况详见教学计划进程表，主要包括：

《思想道德与法治》3 学分，48 学时；《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》4 学分，64 学时；《形势与政策》1 学分，共 40 学时；《高等数学》安排在公共课模块，设置为 A 类课，4 学分，64 学时（说明：该点有数学课要求的专业填写）；《体育与健康》6 学分，96 学时，第一学期至第四学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的 20-30%；《军事课》包括军事理论和军事训练，2 学分，80 学时。《大学语文》2 学分，32 学时或《应用文写作》2 学分，32 学时。以上 8 门课程责任部门为人文社科学院。

(2) 《生涯体验-生涯规划》1 学分，16 学时；《生涯体验-创业教育》2 学分，32 学时；《生涯体验-就业指导》1 学分，16 学时。以上 3 门课程责任部门为三创学院。

《大学生心理健康教育》2 学分，32 学时；《入学教育》2 周；《劳动教育》1 学分，24 学时。以上 3 门课程责任部门学生工作处。

(4) 《基础英语》原则上 4 学分，64 学时，责任部门为外国语与旅游学院。

(5) 《信息技术》4 学分，64 学时，责任部门为信息工程学院。

2. 公共选修课程

(1) 学生修读的公共选修课总学分应不少于 6 学分，包括公共任意选修课 4 学分和公共限选课 2 学分。

(2) 全校性任意选修课主要包括“文学修养与艺术鉴赏”、“经济活动与社会管理”“国学经典与文化遗产”、“大学生创新创业”“人际交往与沟通表达”等模块，鼓励学生跨院系、跨专业学习。

(3) 所有学生在校期间须修读不少于 2 学分的公共限选课。公共限选课包括大学英语、美育概论等 2 门课程，每门课程 2 学分，32 学时。

(4) 各专业可在以上原则的基础上，根据专业特点对本专业学生公共选修课提出选课要求和建议。学生选修与本专业重复或相近的课程，不计入公共选修课学分；跨专业领域的课程修习可承认为公共选修课学分。

3. 专业课

(1) 专业（群）基础课

本专业（群）基础课程（群共享课）设置 6 门，共计 24 学分。包括：管理学基础、经济学基础、经济法基础、基础会计、企业行政管理、会计电算化。

(2) 专业（群）核心课

本专业（群）核心课程设置 32 门，共计 96 学分。

工商企业管理专业包括人力资源管理、中小企业管理、财务管理、客户关系管理、市场营销学、战略管理、创业创新、企业风险管理、运营管理、成本管理、供应链管理、市场调查与预测、项目管理；

市场营销专业包括市场营销学、市场调查与预测、营销策划实务、商务谈判与技巧、广告实务、网络营销实务、新媒体营销、分销渠道管理、销售管理；

大数据与会计专业包括成本会计、财务管理、会计报表分析、中级会计实务、大数据基础与实务、初级会计实务、管理会计、税费计算与申报、Excel 在会计中的应用、审计基础与实务

(3) 专业拓展课程

本专业（群）拓展课程设置 25 门，共计 58 学分。

工商企业管理专业包括消费者心理学、质量管理、商务谈判、社交礼仪、组织行为学、公共关系学、企业危机管理、创业基础、品牌管理、连锁经营与管理；

市场营销；市场营销专业包括商务礼仪、电子商务应用、商务数据分析、图像处理与网店装、1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）、消费心理学、产品与品牌管理、市场营销案例分析、客户关系管理；

大数据与会计专业包括纳税会计实务、统计实务、外贸会计实务、金融学基础、税收筹划、会计专业英语

专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	人力资源管理	人力资源的基本概念、人力资源规划、工作分析方法、岗位说明书编写、员工招聘与录用、员工培训与发展、绩效考核、薪酬管理
2	中小企业管理	企业战略管理的基本能力，企业战略的知识，根据企业面临的环境，进行企业战略分析；根据战略分析的结果，设计企业愿景、使命、目标；中小企业战略分析、战略制定、战略实施的基本理论、工具与方法。战略管理思想，战略思维能力和将经济学应用于企业管理实际的知识。
3	财务管理	以财务管理目标为主线，以筹资决策、投资决策、营运管理和利润管理为主要内容，系统全面地阐述了现代企业财务管理的基本概念、基本方法和基本技能
4	客户关系管理	握客户关系管理的基本概念、原理和应用，确立以客户为中心的管理理念，基本概念和原理部分以客户关系管理原理、方法和技术的实际应用为目标，重点讲述客户关系管理的基本知识、基本原理和基本技术；应用部分以客户关系管理系统设计开发和呼叫中心的构建为主，介绍客户关系管理应用系统的模型、设计方法和各子系统的相关功能及呼叫中心在 CRM 中的重要作用
5	市场营销学	营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识

6	战略管理	企业战略管理概述、企业内外部环境分析、总体战略、竞争战略、国际化经营战略、职能战略、战略实施与控制等知识及实际操作
7	创业创新	创新部分研究创新意识、创新思维训练，创新技法培养与创新能力培养等内容；创业部分则包括创业机会选择与评估、创业实施与创业管理等内容。
8	企业风险管理	风险管理的基础知识、企业风险管理的实践、企业风险管理组织体系、企业风险管理文化、企业风险识别、企业风险衡量、企业风险评价、企业控制型风险应对技术、企业财务型风险应对技术、企业风险管理信息系统；企业运营风险管理、企业财务风险管理、企业项目风险管理；企业市场风险管理、企业法律风险管理、企业政治风险管理。
9	运营管理	运营管理概述、运营战略、产品开发与设计、运营能力规划、设施选址与布置、工作系统研究、库存管理、运营计划等知识要点
10	成本管理	成本核算、成本分析、成本决策和成本控制。成本规划、成本计算、成本控制和业绩评价。
11	供应链管理	供应链管理环境下的需求管理、采购管理、库存管理、业务外包及供应链合作伙伴的选择、业务流程重组、绩效评价等内容；供应链网络优化的内容；供应链采购的含义、特点、实施和准时采购思想；供应链管理环境下的库存问题及库存管理策略；供应链管理环境下企业业务流程重组的主要特征和方法；供应链绩效评价的指标体系。
12	市场调查与预测	掌握市场调查与预测的基本理论和方法，能综合运用各种调查和预测方法及计算机处理技术，收集、整理、分析、预测与市场营销有关的信息，解决实际问题。学生通过本课程的学习，可以将市场营销学、统计学、计算机与数据库技术等方面的知识系统化，提高知识整合与信息收集、加工、利用的能力。通过本课程的学习，可以提高学生发现问题、系统收集使用信息的能力，为今后从事市场营销相关活动奠定基础。
13	项目管理	本课程详细介绍了项目管理的四大组成部分：项目管理学

		导论、企业内外部环境分析、企业经营战略, 企业战略的选择评价, 控制; 并分类阐述了项目管理理论在项目管理过程中的作用。使学生了解基础的项目管理知识, 熟悉企业管理中必要的项目管理业务。
14	市场营销学	本课程主要介绍市场营销的基础知识、基本理论, 包括市场营销入门、现代市场营销理念的构建与企业的营销环境分析、市场细分与目标市场的选择、企业的市场定位与竞争战略、经济全球化背景下现代市场营销理论的创新与发展, 着眼学生现代营销理念的建构与实际营销能力的培养, 注重营销情景、营销活动与营销案例的研究分析。
15	市场调查与预测	本课程比较系统地介绍了市场调查与预测的理论和方法。内容包括: 市场调查方案与问卷设计, 市场调查抽样方法, 定性研究与定量研究的调查方法, 市场调查的实施与管理, 市场调查资料的整理与分析方法等。
16	营销策划实务	本课程教学方案设计坚持“任务导向”原则, 根据市场营销专业岗位群的岗位职责与能力素质要求, 以企业市场营销系列活动为蓝本, 将整个策划任务分为市场调查、目标市场与定位分析、产品、价格、渠道、促销以及撰写策划书等项目, 通过 18 个任务, 利用“实战演练”提高学生的技能掌握水平。
17	广告实务	本课程在精讲广告理论的同时, 以更多的篇幅来介绍广告工作从前期策划到中期制作再到后期跟踪调查一系列的实务操作技巧, 并配有大量案例, 便于学生理解一些可意会不可言传的技巧性内容, 具有很强的应用性。
18	网络营销实务	本课程主要内容包括网络营销概述、问答营销、分类信息网站营销、文库类网站营销、新闻营销、视频分享营销、电子邮件营销、微博营销、微信营销、网店推广、论坛营销、搜索引擎优化、网络整合营销。
19	新媒体营销	本课程用历史发展的眼光, 介绍了不同类型的新媒体, 并重点介绍了新媒体广告投放载体、新媒体运营策略、内容分发平台运营、短视频营销与运营以及新媒体负面效应及网络舆情管理, 让学生不仅能看到最新的新媒体模式, 也

		能看到这个模式发展背后的脉络，便于学生选择适合自己的新媒体运营方式和了解新媒体营销的落地方法。
20	成本会计	成本核算的基本要求及一般程序、各种要素费用的分配 综合费用归集与分配、生产费用在完工产品与在产品之间分配的归集与分配、品种法、分批法、分步法、分类法、定额法、成本报表的编制与分析、成本管理制度
21	财务管理	资金时间价值与风险分析、企业筹资方式、资金成本和资金结构的计算、项目投资决策分析、证券投资管理的运用、流动资产管理的运用、利润管理的分析、财务分析
22	会计报表分析	会计报表分析的主体、方法、作用、目标、资产负债表分析、利润表分析、现金流量表分析、所有者权益变动表及会计报表附注分析、上市公司偿债能力分析、上市公司盈利能力分析、上市公司营运能力分析、上市公司发展能力分析、会计报表综合分析：杜邦分析法、沃尔评分法、虚假会计报表的识别、上市公司近三年会计报表分析—案例操作
23	中级会计实务 1	存货的确认和计量、存货的账务处理、固定资产的确认和计量、固定资产的账务处理、无形资产的确认和计量、无形资产的账务处理、投资性房地产的确认和计量、投资性房地产的账务处理、金融资产的确认和计量、金融资产的账务处理
24	大数据基础与实务	走进大数据、大数据与云计算、物联网、人工智能、大数据采集与清洗、数据储存与管理、数据挖掘与分析、大数据可视化、大数据安全、综合实践案例（财务大数据实践）
25	初级会计实务	会计简述（概述、会计要素、会计准则）、资产、负债、所有者权益、收入、费用和利润、财务报表、管理会计、政府会计
26	管理会计	管理会计的基本知识（产生、概念、职能、发展阶段、职业）、变动成本法、本量利分析、短期经营决策分析、长期投资决策分析、全面预算、标准成本分析、作业成本分

		析、责任会计
27	税费计算与申报（含税收筹划）	税费计算与申报基础知、增值税计算与申报、消费税计算与申报、附加税计算与申报、企业所得税计算与申报、个人所得税计算与申报、印花税等小税种的计算与报、
28	Excel 在会计中的应用	Excel 电子表、Excel 公式与函数、Excel 的数据管理、Excel 图表、Excel 在会计凭证中的应用、Excel 在会计账簿中的应用、Excel 在会计报表中的应用、Excel 在工资管理中的应用、Excel 在固定资产中的应用
29	审计基础与实	审计基础知识（概念、特征、职能、部门、准则）、审计计划、审计证据、审计工作底稿、审计抽样、评估审计风险、控制测试、实质性测试、销售与收款循环审计、采购与付款循环审计、生产与存货循环审计、货币资金审计、审计报告与管理建议书

4. 实践教学即勤工助学

(1) 社会实践（含劳动教育）：2 学分，由学工处统一组织。

(2) 校内专业实习实训 6 周（6 学分），原则上以周为单位集中进行，包括以下项目：创业实战实训、营销策划实训、会计综合操作实训等。

(3) 毕业作业或毕业设计：4-8 学分，采取的方式为：导师指导毕业论文。

(4) 顶岗实习：24 学分，按 24 周计算。顶岗实习的组织形式为：学生自主实习，导师指导监督。

实践教学环节即勤工助学学分、学时安排

开设学期	第一学期	第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期
任务	勤工助学 (含劳动)	校内 2 周专	勤 工	校内 2 周	勤工 助学	校内 2 周专业	勤工 助学	毕业 设计	顶岗 实习	顶岗 实习

	教育)	业实 习实 训	助 学	专业 实习 实训		实习实 训				
学分	2	2	2	2	2	2	2	4	4	12
学时	48	96		96		96		816		
学分 总计	34 学分									
学时 总计	816 学时									

(二) 学时学分安排

每个专业总学分控制在 130-140 学分。总学时一般在 2500-2700，其中实践教学学时数不低于总学时的 50%，公共必修课学时累计不少于 25%。

九、教学进程总体安排

(一) 教学进程总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

学年	学期	课堂教 学与课 内实践	考 试	入 学 教 育 与 军 训	社 会 实 践 (含 劳 动 教 育)	专业实习实 践		毕 业 顶 岗 实 习	毕 业 设 计 (论 文)	毕 业 鉴 定 、 毕 业 教 育	机 动 周	小 计
						课 内	勤 工 助 学					
一	1	16	1	2	2	0	0	0	0	0	1	20

	2	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
二	3	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
	4	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
三	5	12	1	0	0	0		4	4	0	1	20
	6	0	0	0	0	0		12	0	0	0	20
合计		76	5	2	2	12		16	4	1	5	20

注：顶岗实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式顶岗实习，分散在第 1-5 学期，勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。

(二) 专业群教学计划进程表

模块名称 及比例	课程代码	课程名称	学分	课程 类型	总学时	学时		各学期周学时分配						备注	
						分配		一		二		三			
						理论	实践	1	2	3	4	5	6		
公共课 (工商 24.77%, 市 场营销 23.17%, 大 数据与会 计 22.19%)	G00001	思想道德修 养与法律基 础	3	B	48	24	24	3							
	G00002	毛泽东思想 和中国特色 社会主义理 论体系概论	4	B	64	32	32		4						
	G00684	体育与健康 1	2	B	32	4	28	2							
	G00578	体育与健康 2	2	B	32	4	28		2						
	G00579	体育与健康 3	2	B	32	4	28			2					
	G00004	基础英语	4	B	64	32	32	4							
	G02727	信息技术	4	B	64	16	48		4						
	G00826	大学生心理 健康教育	2	B	32	16	16	2							
	G00010	军事课	2	B	80	32	48	2 周							
	G00009	形势与政策	1	B	40	20	20	√	√	√	√	√			
G00005	高等数学	4	A	64	64	0	4							仅工商大 一第一学	

																		期开设	
	G01632	生涯体验一—生涯规划	1	B	16	10	6		1										
	G01633	生涯体验一—创业教育	2	B	32	16	16			2									
	G01634	生涯体验一—就业指导	1	B	16	8	8							1					
	G00070	应用文写作	2	B	32	16	16	2											
	G00030	入学教育							√										
	“公共必修课”模块小计		36		648	298	350												
公共选修课（工商管理3.67%，市场营销3.81%，大数据与会计3.65%）	第1-4学期开设	美育概论	2	A	32	32	0												
		公共选修课	4	A	64	64	0												
	“综合素质选修课”模块小计（至少应选修6学分）		6	A	96	96	0												
	“公共课”模块小计		42		744	394	350												
专业（群）共享课程（工商管理9.79%，市场营销10.16%，大数据与会计9.73%）	G00150	管理学基础	4	B	64	48	16	4	4										
	G00102	经济学基础	4	B	64	48	16	4	4										
	G01066	经济法基础	4	B	64	48	16	4											
	G01388	基础会计	4	B	64	48	16	4	4										
	G01190	企业行政管理	4	B	64	48	16		4									工商专业开设	
	G01094	会计电算化	4	B	64	16	48		4									会计专业开设	
	“专业（群）共享课程”模块小计		16		256	192	64												
专业方向核心课程（工商管理18.35%，市场营销17.78%，大数据与会计23.1%）	(1)工商管理专业	G01196	人力资源管理	2	B	32	16	16			2								
		G01345	中小企业管理	2	B	32	16	16				2							
		G00139	财务管理	4	B	64	48	16			4								
		G00146	客户关系管理	2	B	32	16	16						2					
		G00042	市场营销学	2	B	32	16	16			2								
		G01194	战略管理	2	B	32	16	16						2					
		G00471	创业创新	2	B	32	16	16				2							
		G01712	企业风险管理	2	B	32	16	16			2								

	G01642	运营管理	4	B	64	48	16				4			
	G01193	成本管理	2	B	32	16	16		2					
	G00366	供应链管理	2	B	32	16	16		2					
	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16			2				
	G01202	项目管理	2	B	32	16	16			2				
	“工商企业管理专业”核心课模块小计		30		480	272	208	0	4	14	8	4	0	
(2) 市场营销专业	G00042	市场营销学	4	B	64	32	32		4					
	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16			2				
	G01224	营销策划实务	2	B	32	24	8			2				
	G00140	商务谈判与技巧	2	B	32	16	16				2			
	G00949	广告实务	4	B	64	48	16				4			
	G00135	网络营销实务	4	B	64	32	32				4			
	G02458	新媒体营销	4	B	64	32	32				4			
	G01227	分销渠道管理	2	B	32	16	16					2		
	G02924	销售管理	4	B	64	32	32					4		
	“市场营销专业”核心课模块小计		28		448	248	200	0	4	4	14	6		
(3) 大数据与会计专业	G01208	成本会计	4	B	64	40	24			4				
	G01193	财务管理	4	B	64	52	12					4		
	G01424	会计报表分析	4	B	64	16	48				4			
	G01207	中级会计实务	4	B	64	52	12				4			
	G01379	大数据基础与实务	4	B	64	52	12			4				
	G01067	初级会计实务	4	B	64	52	12		4					
	G01423	管理会计	4	B	64	52	12				4			
	G02072	税费计算与申报	4	B	64	32	32			4				
	G00935	Excel 在会计中的应用	2	B	32	16	16			2				
	G01205	审计基础与实务	4	B	64	52	12					4		
	“大数据与会计专业”核心课模块小计		38		608	416	192	0	4	14	12	8		

专业方向 拓展课程 (工商 12.23%, 市 场营销 12.7%, 大 数据与会 计 10.94%)	(1) 工商 企业 管理	G00637	消费者心理 学	2	B	32	16	16				2				
		G01198	质量管理	2	B	32	16	16				2				
		G01757	商务谈判	2	B	32	16	16			2					
		G00043	社交礼仪	2	B	32	16	16		2						
		G01197	组织行为学	2	B	32	16	16					2			
		G00153	公共关系学	2	B	32	16	16					2			
		G01510	企业危机管 理	2	B	32	16	16					2			
		G01801	创业基础	2	B	32	16	16		2						
		G01755	品牌管理	2	B	32	16	16					2			
	G00377	连锁经营与 管理	2	B	32	16	16					2				
	“工商企业管理专业”方向拓展 课程模块小计				20		320	160	160	0	4	2	6	8		
	(2) 市 场营 销专 业	G00613	商务礼仪	2	B	32	16	16			2					
		G01090	电子商务应 用	2	B	32	24	8			2					
		G02820	商务数据分 析	2	B	32	8	24			2					
		G00090	图像处理与 网店装修	4	B	64	32	32			4					
		G02925	1+X 数字营 销技术应用 职业技能等 级证书(中 级)	2	B	32	16	16					2			
		G00145	消费心理学	2	B	32	26	6					2			
		G01229	产品与品牌 管理	2	B	32	16	16					2			
		G01230	市场营销案 例分析	2	B	32	16	16					2			
		G00146	客户关系管 理	2	B	32	26	6					2			
“市场营销专业”方向拓展课程 模块小计				20		320	180	140	0	0	10	2	8			
(3) 大 数据 与会 计专 业	G01067	纳税会计实 务	4	B	64	52	12			4						
	G01422	统计实务	4	B	64	32	32					4				
	G01210	外贸会计实 务	2	B	32	24	8			2						
	G01429	金融学基础	3	B	48	36	12				3					
	G00042	税收筹划	2	B	32	24	8					2				

		G01098	会计专业英语	3	A	48	48	0				3				
	“大数据与会计专业”方向拓展课程模块小计			18		288	216	72	0	0	6	6	6			
“课内教学活动”总计			(1) 工商企业管理专业	106	0	1800	1018	782								
			(2) 市场营销专业	102	0	1704	950	754								
			(3) 大数据与会计专业	110	0	1816	1114	702								
勤工助学 (工商 31.19%, 市 场营销 32.38%, 大 数据与 会计 31%)	专业 群实 践	G02517	VBSE 综合模 拟实训	2	C	62		62				2 周				
	(1) “工 商企 业管 理专 业”实 践	G01514	综合管理实 训	2	C	48		48			2 周					
		G01740	面试礼仪训 练	2	C	48		48		2 周						
		G01635	创业实战实 训	2	C	48		48				2 周				
	(2) “市 场营 销专 业”实 践	G01233	营销策划实 训	2	C	62		62			2 周					
		G01234	市场调查与 预测(含商 务数据分 析)	2	C	62		62			2 周					
		G00622	企业经营管 理沙盘模拟 实训	2	C	124		124		4 周						
		G01514	商务谈判实 训	2	C	62		62				2 周				
	(3) “大 数据 与 会 计 专 业”实 践	G01800	初级财务管 理与分析实 训	4	C	124		124		4 周						
		G01380	会计综合操 作	4	C	124		124			4 周					
		G01426	报税实训	2	C	62		62				2 周				
		G00031	社会实践 (含劳动教 育)	2	C	48		48	1+1							
	G02728	校内集中实 训	6	C	144		144		2 周	2 周	2 周					

		G02729	校外实习实训	6	C	144		144		2周	2周	2周			
		G01282	毕业顶岗实习	16	C	384		384							14周
		G00032	毕业设计(论文)	4	C	96		96							
				34		816		816							
总计	(1)工商企业管理专业			140		2616	1018	1598							
	(2)市场营销专业			136		2520	950	1570							
	(3)大数据与会计专业			144		2632	1114	1518							
占总学时比例	专业名称		A类课程比例	B类课程理论部分				B类课程实践部分				C类课程比例			
	(1)工商企业管理专业		6.12%	32.80%				29.89%				31.19%			
	(2)市场营销专业		6.35%	33.89%				29.92%				32.38%			
	(3)大数据与会计专业		7.90%	34.57%				26.67%				31.00%			
	专业名称		理论部分				实践部分(应在55%以上)								
	(1)工商企业管理专业		38.91%				61.09%								
	(2)市场营销专业		37.70%				62.30%								
	(3)大数据与会计专业		42.33%				57.67%								
专业群	现代工商管理														
			执笔人(签名)				审核人(签名)								

(三) 实践教学体系各环节具体安排

序号	环节		项目名称	学分	学期	周数	内容	场所	可容纳学生数	备注
1	勤工助学	专业实习实训	综合管理实训	1	2	30	管理技能与技巧的各种实景各种策略模拟	校内	60	C类
			面试礼仪训练	2	3	60	通过阅读、观	校内		C类

						察、写作等单 项项目的训 练，增强学生 沟通的能力。		60		
			创业实战实训	2	2	60	通过阅读、观 察、写作等单 项项目的训 练，增强学生 沟通的能 力。 。	ERP 校内实 训室	60	C类
			营销策划实训	2	3	2	营销与策划	VBSE综 合实训 室	180	其中1周 寒暑假、周 末
			市场调查与预 测实训	2	2	2	设计问卷调 查和市场预 测	VBSE综 合实训 室	180	其中1周 寒暑假、周 末
			企业经营管理 沙盘模拟实训	4	2	4	模拟企业经 营6年	ERP沙盘 实训室	40	其中1周 寒暑假、周 末
			商务谈判实训	2	3	2	商务谈判实 训	VBSE综 合实训 室	180	其中1周 寒暑假、周 末
			市场营销综合 实训	2	4	2	市场营销综 合实训	VBSE综 合实训 室	180	其中1周 寒暑假、周 末
			初级财务管理 与分析实训	4	2	4	出纳、成本、 总帐、主管业 务	会计电 算化实 训室	60	其中2周 寒暑假、周 末
			会计综合操作	4	3	4	企业全套手 工账	会计手 工实训 室	60	其中2周 寒暑假、周 末

		报税实训	2	4	2	报税模拟训练	会计电算化实训室	60	其中1周寒暑假、周末
	社会实践	社会实践	2	1	2	社会实践	校外	120	寒暑假进行
	毕业生顶岗实习	顶岗实习	24	6	24	顶岗实习	校内外企业	120	
	毕业设计(论文)	毕业设计(论文)	8	5	8	毕业设计(论文)	校内	120	
2	素质拓展	素质拓展	4	1-5		素质拓展			
5	职业技能及岗位培训	企业管理人员	2	4	2	综合管理实训	实训基地	120	
		助理营销师	2	4	2	市场调查、网络营销	VBSE综合实训室	120	
		初级会计师	2	4	2	会计基本知识和账务处理	会计电算化实训室	60	

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分	学分百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
公共课	公共必修课	648	298	350	36	25.71	30
	公共选修课	96	96	0	6	4.14	
专业(群)共享课		256	192	64	1	12.41	

专业（群）方向 核心课程	(1) 工商管理专业	544	304	240	34	24.29
	(2) 市场营销专业	448	248	200	28	20.59
	(3) 大数据与会计专业	608	416	192	38	26.39
专业（群）方向 拓展课程	(1) 工商管理专业	256	128	128	16	11.43
	(2) 市场营销专业	320	180	140	20	14.71
	(3) 大数据与会计专业	272	208	64	18	12.5
勤工助学（周）		816		816	34	24.29
总 计	(1) 工商管理专业	2616	1018	1598	140	100
	(2) 市场营销专业	2520	950	1570	136	100
	(3) 大数据与会计专业	2632	1114	1518	144	100

注：课内教学活动原则上按 16-18 学时计 1 学分；专业实习实训每周按 24 学时计 1 学分；顶岗实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式顶岗实习，分散在第 1-5 学期，勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。

十、实施保障

1. 师资队伍

1) 队伍结构

经过多年努力和积累，本专业群已经建立了一支素质优良、结构合理、专兼结合的“双师型”教师队伍：现有福建省技能大赛专家库成员 1 名，厦门市拔尖人才 1 人，厦门市优秀教师 1 人，南洋学者 2 人，教学名师 2 人。专业基础课与专业课教师 20 人，其中具有高级职称教师 6 人，硕士以上学历占 73%，双师型教师比例达到 68%，专业课 50%以上由来自行业企业经营管理者 and 业务骨干兼

任和指导。

2) 专任教师

林莉、李建清、张媛媛、李立娟、冯蓓蓓、罗彩琴、邹望娇、陈金辉、伏杓羲、张辛远、刘洋、杨智豪、罗璇、汪阳

3) 专业带头人

林莉、李建清、张媛媛

4) 兼职教师

黄翔、陆德玉

2. 教学设施

1. 校内实训基地

(1) 现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地(室)名称	主要设备	实训内容(项目)	备注
1	化妆品研发与营销实训室	实验操作台(带水槽)6M、均质机1台、消毒柜1台、搅拌仪器1台、精密电子天平2个、恒温水浴加热器1台、紫外线臭氧消毒灯1台、加热炉5个,必要实验试剂若干、桌子6张,凳子25个	市场营销策划、市场营销学、商品学、产品与品牌管理等课程的实践教学,公选课化妆品配方的实操场地	
2	会计手工实训室	手工操作台22组 投影仪一台 档案柜6组	会计账证表的填制、装订、归档	
3	会计电算化实训室	模拟报税、会计报表分析、审计单项软件,财务分岗位竞赛软件等,立式空调2部	会计信息化中小企业T3会计软件操作,报税操作,审计,会计报表分析,财务分岗位实训操作	
4	VBSE跨专业综合实训	硬件:PC机60台(硬盘80G、内存1G、CPU3.0G、17TFT),服务器1台、投影仪1台、音响1套、数码相机1部、数码相机1部以及配套桌椅等。	跨专业综合实训	

5	中小企业孵化室	硬件：PC 机 20 台（硬盘 80G、内存 1G、CPU3.0G、17TFT），服务器 1 台、投影仪 1 台、传真机 2 台、复印机 1 台、打印机 2 台、扫描仪 1 台、数码摄像机 1 部、数码相机 1 部以及配套桌椅等。	孵化培养在校学生创办企业，成为法人代表
6	商务礼仪谈判实训室	软件：crm 软件一套	培养管理类学生的商务礼仪形态、管理谈判素养

2. 校外实训基地建设

（1）现有校外实训基地情况

厦门众博诚人力资源管理服务有限公司校企合作基地、厦门翔发集团校企合作基地、厦门海翼融资租赁有限公司校企合作基地、厦门万翔物流有限公司校企实训基地、厦门联发地产校企合作基地、翔安区国税局与南洋学院校政合作示范点

（2）校外实训基地建设需求

计划发展 6 个紧密型校外实习基地。与企业共建集现代企业管理专业创新创业人才培养与职业岗位训练为一体的校内外阶梯式实训体系，并成长为服务中小企业、培养创新型企业管理人才的市级、省级实训基地。

通过 3 年时间，到 2023 年年底之前，实现校企合作的深入化和有效化，与企业合作共赢。在校外共建合作基地重点开展三方面的深层次合作，一是开展 2+1 的教学模式改革，与企业合作实施专业群人才培养方案，为企业和社会培养更合适的专业管理和业务技能型人才；二是选派青年教师到合作企业和实训基地顶岗锻炼，提升实践操作能力，培养高素质的双师型教师；三是长期聘请合作企业的高管、技能人才到学校与师生座谈，承担一些教学任务，指导和帮助学生更快的成长。

十一、质量保障

1. 建立专业建设与教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理

制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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. 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，建立健全查课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建议毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、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. 专业教研组织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

十二、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

项目	具体要求	备注
总学分	达到 130-140 学分	
学分结构	公共基础课程 38 学分； 专业（群）公共课 16-20 学分； 专业方向核心课程不少于 24-36 学分； 勤工助学 34-38 学分。	
职业技能证书	获得 1 本证书 (ESB 创业证，或人力资源师证书)	