

厦门南洋职业学院
2022 级现代工商管理专业群
人才培养方案

包含专业:	专业名称及代码:
	工商企业管理(530601)
	大数据与会计(530302)
	市场营销(530605)
	网络营销与直播电商(530704)
适用年级:	2022 级
群负责人:	林莉
制定日期:	2022.08.13

目 录

第一章 厦门南洋职业学院 2022 年现代工商管理专业群调研报告.....	1
一、前言.....	1
（一）调研目的.....	错误！未定义书签。
（二）调研时间.....	错误！未定义书签。
（三）调研对象（要对调研对象基本情况作简单介绍）	错误！未定义书签。
二、主体.....	2
三、结论.....	9
四、调研后专业群建设思路.....	13
第二章 编制说明.....	16
第三章 2022 级现代工商管理专业群人才培养方案.....	17

第一章 厦门南洋职业学院

2022 年工商管理专业群调研报告

一、前言

（一）调研目的

本次调研的目的是更好地了解厦门市及周边辐射区域经济建设与中小企业发展对现代工商管理专业群人才的需求状况，明确现代工商管理专业群的定位和内涵，为推行理论实践一体化、教学做一体化的教学模式，建立以能力为本位、实践为主线、典型工作项目为主体的模块化新型课程体系奠定基础。通过调研，使本专业群的课程更能体现我们的目标，形成培养特色，满足用人单位的要求，进而提升该专业群在福建省同类高校中的竞争力和知名度。

调研本专业(群)在本省本地区（尤其厦门）有哪些岗位群，相对应的岗位核心职业能力及岗位关键职业素质是什么，应安排哪些课程来支撑该岗位核心职业能力及岗位关键职业素质等。

（二）调研时间

2022 年 5 月 1 日—7 月 31 日

（三）调研对象

调研主要选取厦门地区大中小型企业 20 家，其中大型国有企业 1 家，厦门象屿集团；中小型私营企业 38 家，包含厦门众博诚人力资源服务有限公司、厦门房网信息技术有限公司、厦门共赢天下网络科技有限公司、厦门科云信息科技有限公司、厦门世联兴业房地产顾问有限公司等。同时走访厦门市中小企业协会、厦门市人才市场等相关部门，以期获得真实信息和资料。

（四）调研方法

调查主要通过实地参观、考察和与企业各相关部门的副总经理、总经理以及人才中心负责人面谈的方式进行，辅之以问卷调研。发放《现代工商管理专业群人才需求调查表》20 份，有效回收 20 份。

二、主体

1. 省内各有关单位目前和今后对现有专业群人才的需求量

改革开放以来，福建经济一直保持较快增长、发展态势较好。特别是其中小企业的发展更是迅速。目前，厦门市工商注册登记的中小企业占全部注册企业总数的90%以上。

为助力中小企业创新创业，贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》、《厦门经济特区中小企业促进条例》，以及《厦门市进一步支持中小企业发展若干措施》要求，厦门市持续出台多项中小企业扶持政策，营造有利于中小企业发展的良好环境，持续为厦门市中小企业的成长发展提供了良好的政策和环境机遇，促进中小企业实现高质量发展，为厦门经济发展注入新活力。

但由于各种因素影响，中小企业在发展壮大的路上，仍举步维艰，面临着多方面问题和挑战。一是新设立中小企业融资意愿不强，扩张动力不足，企业融资成功率低；二是企业用工面临用工成本高和招工难；三是从调查跟踪的样本企业来看，厦门市中小企业规模较小，利润较薄，整体抗风险能力弱；四是厦门市中小企业缺乏领军人才的同时，也缺乏基层管理人才和技能人才。

同时，调查中发现，高校现代企业管理类专业一定程度上存在着“专业设置与产业发展脱节、对中小企业支持偏弱、毕业生创新意识缺乏、创业能力较低”的问题。现实中也存在着毕业生就业高不成低不就，上岗后快速到位难的现象。基于此，厦门南洋职业学院经济管理学院，依据教育部相关文件精神，结合教育改革趋势，决定将现有的现代企业管理专业类的几个专业建设成为现代工商管理专业群，并明确专业群建设的定位是服务中小企业。现代工商管理专业群，通过创新人才培养模式、优化课程结构体系、提升优化师资队伍、校企合作共建实训基地等方面建设，重点服务于中小企业，培养适合中小企业管理岗位要求和发展需求的现代企业管理人才，加强对学生实践应用能力、岗位适应及拓展能力、创新创业能力的培养。

2. 省内各有关单位对现有专业群人才培养规格、结构、质量的要求

根据调研，在企业服务的人才中，大专学历占到一半以上，为 51.2%，本科学历占 27.6%，研究生学历占 1.2%，中专及以下占 20%。企业对高职学校毕业生提出的要求，从招聘时关注的因素可见一斑，主要表现在以下几个方面：

（1）良好的情商和职业道德

企业反映现在有的毕业生情商较低，择业和工作态度浮躁。工作急于求成，或遇到问题就气馁乃至放弃，部分企业反映跳槽率高。不知“下得去，干得好”。同时在调查中，企业都谈到了毕业生的职业道德问题。在实际工作中，很多企业都遇到过毕业生离职带走客户资源、泄露企业机密的情况，使他们对这方面特别看重。

（2）实践经验

超过半数的企业认为高职毕业生需要较长的时间才能完全胜任工作；仅有书本知识，眼高手低，不能解决实际问题。故企业选用工商管理专业人才时，不仅仅注重学历，更注重其实践操作技能和经验，以及对所在行业是否了解。这些企业最明显的特点是采用业务考核的方法决定录用与否，而真正能够通过这些业务挑战的毕业生少之又少。

（3）良好的营销能力

精选专业前沿性知识的内容；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，能进行基本的实际操作，是专业群通用的岗位能力。

此外，企业对现代工商管理的要求包括了多方面，比如沟通、开拓、商务谈判、把握商机等能力。

（4）完善的职业知识结构和能力结构体系

通过本调查，可了解社会对现代工商管理专业群毕业生的职业结构和能力体系要求比较完善。如专业群核心专业现代工商管理专业毕业生知识需求的重要性为以下排序：创业创新；人力资源管理；中小企业管理；战略管理；市场营销等。

(5) 职业资格证书

通过调查，企业对人力资源人员、财务人员都要求持有国家通用的资格证上岗工作，持有相关证书的毕业生能明显成为优先录用的条件。

3. 调查并分析本专业面向的核心岗位及主要工作任务、相关工作过程及核心职业能力

核心岗位与核心职业能力分析表

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、客户关系管理等课程
	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	市场调查与预测、推销与谈判技巧、市场营销、客户关系管理等课程

		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	
	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、商务谈判等课程
市场营销	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、电子商务应用、市场营销学、营销策划实务、新媒体营销、市场调查与预测、数字营销技术
	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	销售管理、产品与品牌管理、商务数据分析、网络营销实务等
大数据与会计	会计核算与监督	掌握一定的票据审核、归	基础会计学、初级

		类、结算能力；财务会计核算和成本核算能力；会计报表的编制与分析能力；内部控制与协调能力；	经济法、金融学、成本会计、初（中）级会计实务、审计基础与实务、会计报表分析
	税费申报和财务管理	掌握办税能力、节税（税收筹划）能力、预算管理能 力、运营资金管理能 力、成本管理能 力、投资管理能 力、绩效评价能力	税费计算与申报、 税收筹划、财务管 理、管理会计、报 税实训
	财务大数据分析	掌握财务大数据采集、整 理、呈现、分析、报告的能 力；熟悉 Python、Power BI 等语言与工具的使用；	大数据基础与实 务、财务大数据分 析、Excel 在会计中 的应用、1+X 智能财 税、会计电算化
网络营销与直播 电商	新媒体营销	媒体平台运营能力； 营销活动方案策划能力； 短视频制作技能； 品牌营销策划能力；	网络营销与策划、 新媒体营销、移动 短视频创意与制 作、图像处理与网 店装修、商务谈判 与技巧
	直播电商	产品直播销售能力； 数据分析能力； 直播电商客户服务能力；	直播电商基础、直 播电商案例分析、 直播电商文案写

			作、直播商务礼仪、跨境电商与直播推广、电商直播客服
	电商平台运营	电商平台运营能力； 电商数据分析能力；	直播电商平台运营与管理、互联网企业管理、电子商务法律法规、商务数据分析

4. 用人单位对现有人才培养方案的意见以及对专业群人才培养工作的建议

(1) 紧密结合社会的发展需要，改革课程内容、教学方式和考核方式

通过对各大中小企业开展调查，同时结合学校开展的课程建设，开发 3-5 门的核心“工学结合”专业课程。如运营管理、基础会计、中小企业管理等，以项目导向、任务驱动为课程内容改革的重点，以课程内容能够在企业进行能力训练为主体的教学方式，并制订相应的课程标准。进行项目驱动的课程教学方式改革，让学生在完成项目的同时掌握职业技能，在完成项目过程得到思维拓展的训练。

而且许多企业认为闭卷考试有很多缺陷，不能客观反映出学生理解、掌握、应用知识的实际情况，所以不应拘泥于这一种形式，需对考核内容和形式作适当调整，形成多样化的考评方法。例如：减少闭卷考试的科目，安排具体实践项目，结合平时组织的小讨论、小论文，做项目、写方案报告，以项目计划论文考核为主；通过课程的实验和成果来考核，鼓励在实验中的创新，理论成绩所占比例可以缩小到总成绩的 50% 以下。即考核方式可以多样化，而不只是为

书本知识打分。考核的中心应由重点考核学生掌握知识的多少，转变为考核学生运用所掌握的知识解决实际问题的能力。

(2) 加强学生职业道德教育

职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵循的基本行为准则,涵盖了从业人员与服务对象、职业与职工之间的关系。随着现代社会分工发展和专业化程度的增强,市场竞争日趋激烈,整个社会对从业人员职业观念、职业态度、职业技能、职业纪律和职业作风的要求越来越高,职业道德教育日益显示出其重要性。因此,我们建议在本校的教学与管理中,应强化学生的职业道德教育。开设职业生涯与发展规划、就业指导等课程,职业道德教育可以培养学生树立正确的择业观念,吃苦耐劳的工作作风,严格的法律、法规观念,良好的爱岗敬业精神为主要内容。

(3) 加强学生专业“考证”指导

从本次调研中我们了解到,市场对职业经理人、ACCA、ESB 等的需求极大。除了实行 1+X 课证融合的课程体系,比如开设人力资源管理、会计实务、创新创业等与考证联系紧密的课程。除此之外,鉴于学生考证几乎成为对口上岗的前提,而其可供选择考取资格证较多,学生不可能每一个证都报考,而每一个证所对应的岗位有一定区别,如何组织学生有选择的报考显得极为重要,因此,有必要加强对学生考证的指导工作。

5. 本专业群毕业生在工作单位的工作表现及用人单位对往届毕业生素质能力等方面的评价

对于专业群毕业生的看法,30%的管理者表示满意,57%的管理者表示基本满意,9%的管理者表示不满意,4%的管理者表示未接收专业群毕业生在服务。根据所回收的调查问卷显示,企业给出高职毕业生的正面评价包括能给企业注入新鲜血液,为企业带来新信息、新知识、新能力;具有吃苦耐劳的精神,能勤奋好学;职业道德较好,服从管理,能忠诚于公司。

6. 本专业群毕业生就业稳定率、在工作单位的持续发展情况以及待遇等情况

在调研企业从业人员中，平均从业时间为 36 个月。

从业时间	0-6 个月	6-12 个月	12-36 个月	36-60 个月
从业时间	12.3%	16%	28.2%	43.5%

薪资上看，3000-5000:前台、初级岗位、一般实习生等；

5000-10000: 人力部门经理、营销策划、营销经理、销售总监、会计操作人员；

10000-40000 外资企业、大型国有企业老总月薪；

绝大多数用人单位反馈，只要做好职业生涯规划，在公司是有很好的提升成长空间的。

三、结论

1. 对本专业群建设和发展的建议和措施

组建厦门南洋职业学院现代工商管理职教集团，辐射、带动省内外高职院校现代工商管理专业群发展。根据厦门市《教育服务产业发展行动计划》（厦府〔2009〕64号）和厦门市产业发展实际，结合学校的资源条件，将学校已设立的 12 个专业与本地对应的龙头企业对接，规定学校的专业必须紧密联系行业企业；依据行业企业发展需求趋势，设置相关专业，合作培养紧缺人才。

表 2 专业群与对应行业企业

重点专业领域	重点对应龙头企业	产业链、产业群及企业	需参与协调部门
工商企业管理 市场营销 大数据与会计网络 营销与直播电商	厦门会展集团 厦门世联兴业房地 产顾问有限公司 中联集团教育科技	自贸区中小企业	市教育局 市经发局 市贸发局 市发改委

	有限公司 福建省思凯文化传 媒有限公司		
--	---------------------------	--	--

结合地方经济全面合作模式是一种以市场需求为向导，面向地方经济的发展，在互惠互利、相互信任，相互体谅的基础上，以专业为主体，与地域内各行各业建立起以合作育人为中心，多个方位、多条渠道、多项内容、多种形式全面合作的教育发展模式。

2. 专业群人才必需掌握的专业岗位核心知识和核心能力

(1) 现代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和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

首先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、预算管理等财务理论知识；同时具备财务大数据采集、整理、呈现、分析、报告的能力并熟悉大数据的 Python、Power BI 等语言与工具的使用；

(4) 网络营销与直播电商专业职业能力

具备电商平台运营、产品直播销售、新媒体营销、短视频制作、网页设计与制作、图像处理与网店装修、电商客户服务、商务数据分析、创新创业及基本的企业管理能力。

3. 专业群人才培养必需具备的专业岗位关键职业素质

专业岗位关键职业素质主要包含吃苦耐劳的精神，能勤奋好学；职业道德较好，服从管理，能忠诚于公司；认真谨慎的素质。

4. 专业群人才培养中必需建立的专业岗位能力图

基本职业能力	基本职业子能力
管理能力	协调安排
	说服他人
	谈判技能
	团队协作
理解与交流能力	理解性阅读
	积极聆听
	口头沟通
	理解他人
科学思维能力	理性思维
	系统思维
	创新思维
动手能力	文字表达
	电脑办公

5. 专业群人才培养中必需具备的师资及对策

建设一支高水平、专兼结合的“双师”素质与“双师”结构的专业教学团队。在进一步充实现有师资队伍规模基础上，不断优化师资队伍学历结构和职称结构，培养 3 名、聘请 1 名专业带头人，培养 13 名专业骨干教师，聘请 10 名企业行业技术骨干；根据学科发展需要，通过学院科研工作的考核制度、科

研奖励制度、进修培训制度等形式，加大对专业带头人和中青年骨干教师的培养；通过利用寒暑假分批选派专业教师到企业或生产服务一线进行实践等方式，加强工学结合加强“双师型”师资队伍建设；同时重视兼职教师队伍建设。

6. 专业群人才培养中必需开设的有关课程

从调研结果上看，专业群人才培养中必需开设的有关课程公共类的包括职业道德与法律基础、职业生涯规划等，专业群共享可含有管理学基础、经济学基础、会计基础、经济法概论、会计电算化和商务数据分析基础等，并加大实践类课程比重。

7. 其它建议

由学校就业处统一协调，搭建毕业生就业平台。

中小企业对某一类人才的需求量都比较少的特征使我们很难实现学校与单个企业的对接以实行订单式培养；而其负责人对所需人才能力结构的非全面、非准确的描述也很难作为我们调整教学计划的依据。

从调查中我们还了解到，各地人才市场一般都有其本地过去数年对各类人才的引进数据，他们也从频繁举行的人才交流会中获得了有关企业对商贸类人才的学历、能力等方面的要求。并且只要由高校出面，各地人才中心都愿意免费及时提供相关数据资料，也非常愿意与各高校进行进一步的合作。

基于作为调整专业与专业教学计划所需的资料往往要求尽量全面，我们需要的是与我校毕业生相对集中的各省市及我们准备开发的各省市的高职现代工商管理人才的需求情况。而若由各院独立行动，往往会各自为政，一方面带来费用的增加，另一方面也无法完成全面收集的艰巨任务，再次，还基于人才中心一般只与学校签订协议的考虑，特建议由学校就业处统一协调，加强与各地人才中心的联系，搭建毕业生就业平台，为我院毕业生就业及调整专业设置及专业教学计划服务。

四、调研后专业群建设思路

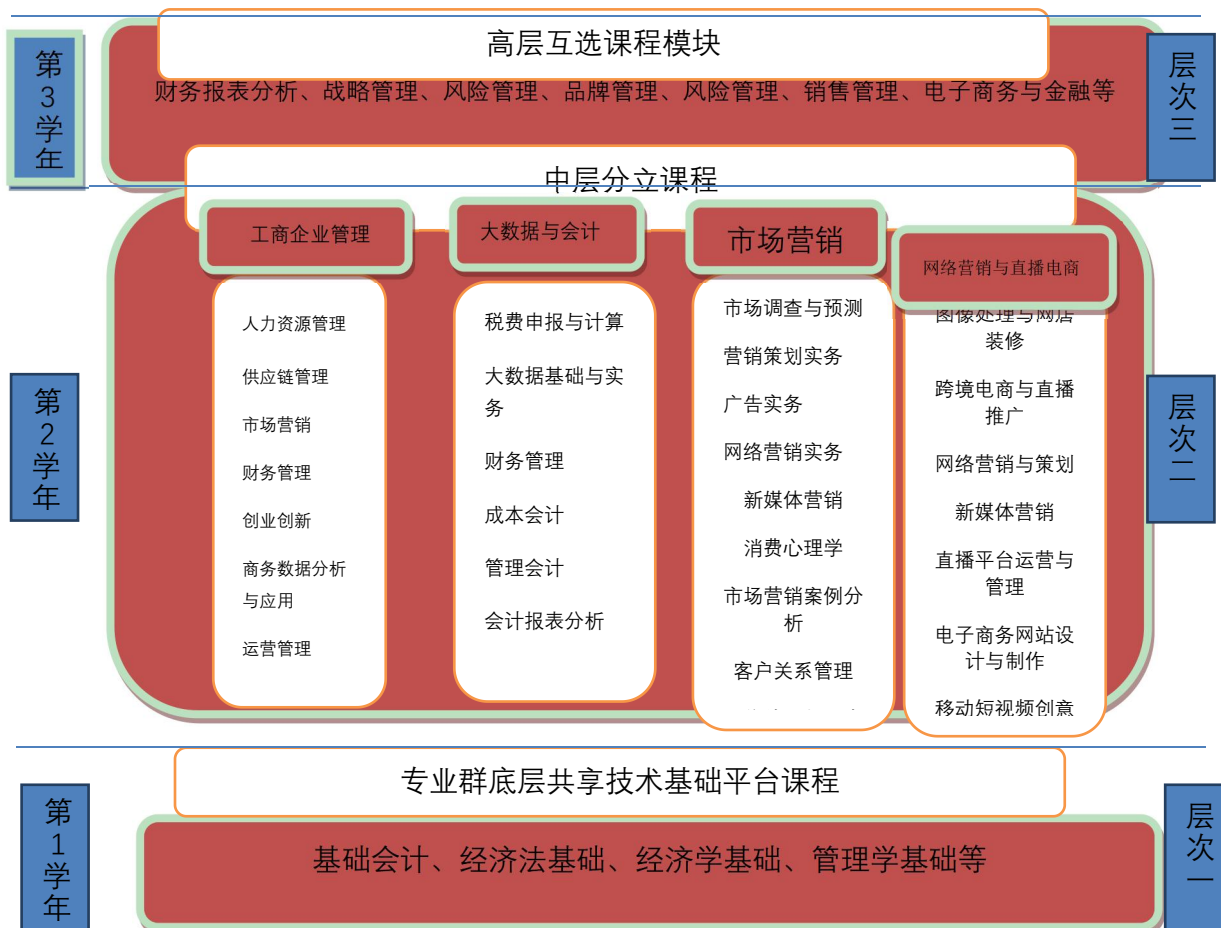
主要包括以下几个方面

专业群的教学与科研重点突出中小企业现代工商管理方向

在本专业群未来 1-3 年的建设期内,在巩固现有课程体系的基础上,拓宽课程广度,体现知识结构的立体化和多维化,紧扣特区中小企业发展的需要,提高人才培养的水平,更好的满足特区经济发展的需要。同时力争在上述方面创造出一批教学和科研成果,形成自己独创的教学体系和人才培养模式,并进一步争创地区专业品牌。

1. 课程建设的思路

构建“底层共享,中层分立,高层互选”专业群课程体系。现代工商管理专业群建设的具体目标之二,是改革教学模式,优化课程体系,建造以平台、共享、优化为内容的专业群课程体系。



现代工商管理专业群中的现有 4 个专业,在服务中小企业和为中小企业培养人才方面,有着天然的合作关联性,它们涵养了企业生存及经营发展的各主要方面。从学科专业角度来看,它们同属管理学科下的现代企业管理类别,在人才培养目标上有着较大的相通性。

专业群课程体系建设目标的实现，包括设计专业群的课程体系方案，注重课程的提升建设，加强课程的配套教材建设，课程体系的师资建设、课程体系的设备设施建设等。

2. 师资培养的思路

企业专业人士对目前高职院校的师资队伍现状也表现出忧虑。他们认为，现在一些教师虽然有多年的教学经验，但是缺乏实践经验，在教授一些实践性较强的课程时，可能会出现脱离应用背景和技术前沿的问题。学院可以考虑安排部分专业课或者实践课教师到相关企业学习，让教学与实践密切结合，这样才能体现出高职教育的优势。如福建鲸驰食品科技有限公司曹经理认为，提出不同阶段的学生对教师的要求不一样：一、二年级需要那些讲课条理清晰、深入浅出的老师，而三年级则比较欢迎那些能够引导学生深入思考、学术水平高、有实际项目研究和开发经验的老师。这种方式培养出来的学生，既能做到基础扎实，还能达到企业所期待的兼备实践能力的要求。

对此，我们应全方位地加强师资队伍建设，加强授课教师理论和实践操作能力的培养，促使教师继续学习，提高自身素质，逐步完善高素质双师结构的团队。教师队伍建设考虑兼职教师与专职专任教师两个途径进行，从数量与质量上控制，一方面从知名大学聘请资深的教授主讲重点课程；另一方面从教师稳定方面考虑，培养自己的专职专任教师，逐步引进优秀的专职专任教师，达到合适的师生比、学历结构、职称结构及年龄梯次的要求。

同时，我们可以继续采用“走出去，请进来”的方式，安排专职教师在企业实习，同时邀请行业专业来校为学生讲解专业知识。这种模式的合作对我们加强学生的实践能力培养具有积极意义。

3. 实验实训设备、场地使用与建设的思路

用人单位普遍建议，人才培养方案的落实，应把校内实训与校外实践相结合。

本专业群的定位是为中小企业服务，特色有着重培养学生的实践运用能力和创新创业能力，就必然要求多建设符合专业群建设需要的校内外实训基地，

尤其是本专业群人才培养模式的改革，会做 2+1 的改革试点，加大学生实习和社会实践方面的培养力度，对实训基地建设需求迫切。而要尽快建设校内外实训基地，单一的投资来源是不够的，需要加强与企业的合作共建，借用产教融合合作共赢的优势，建设一批校内外专业群实习实训基地。

以上具体目标，本专业群计划按三个阶段完成，每年一个阶段，结合学生的三年学制，三个阶段在三年内实现目标。

以上目标实现后，将会带来一定的经济效益和良好的社会效益。经济效益体现在：通过专业群人才培养模式的改革和加大实践能力培养力度，将有利于减少企业的二次培训费用而相应减轻企业压力；将有利于减少学生进入社会的前期成本，并减轻家长支持学生就业后解决上岗难的培训成本；将有利于通过学生就业率提高等而提升了学校影响力，从而扩大招收生源增加学校收入。社会效益主要体现在：提高专业群和群内各专业的知名度和影响力；提高在校生的学习动力和参与实践的积极性；提高教师的教学能力和科研水平；推进国家教育体制改革进展。

2022 年 8 月 10 日

第二章 编制说明

本专业群人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院工商企业管理专业教研室、市场营销专业教研室、大数据与会计专业教研室、网络营销与直播电商教研室共同制订，并经专业群建设指导委员会审定、学校批准在现代工商管理专业群实施。

主要编制人：

工商管理教研室： 邱晓慧 副教授

市场营销教研室： 朱家奔 讲师

大数据与会计教研室： 李立娟 副教授

网络营销与直播电商教研室： 黄澄讲师、李娟讲师

厦门世联兴业房地产顾问有限公司 董事总经理焦安平

中联教育集团福建区域总监 陈建凡

厦门市星购信息科技有限公司副总经理 曹昌茂

审定：

厦门南洋职业学院： 林莉 经管三创学院院长/教授

孔佩伊 经管三创学院院长助理/副教授

邱晓慧 工商管理教研室主任/副教授

黄澄 电子商务教研室主任/讲师

朱家奔 市场营销教研室主任/讲师

李立娟 大数据与会计教研室主任/副教授

李娟 网络营销与直播电商教研室主任/讲师

第三章 2022 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)

网络营销与直播电商教研室(530704)

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

表 1 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	财经商贸大类 (53)	工商管理 (5306)	商务服务业(72); 批发业(51); 零售业	管理咨询专业人员 (2-06-07-08); 人力资源	管理系统实施顾问; 助理项目经理; 客户专员;	人力资源管理师、职业经理人	CCMC、ESB

			(52); 住宿业 (61); 餐饮业 (62); 食品制造业(14)	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)	人事主管; 市场督导; 区域督导; 生产调度管理 员; 质量管理专员		
市场营销	财经商贸大类 (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; 市场调研专员 市场主管; 市场经理	1+X 数字 营销技术 应用职业 技能等级 证书(中 级)	营销师、互 联网营销师
大数	财经商	财务会计	会计、审	会计专业	会计核算	会计师、	CPA, CMA,

据与 会计	贸大 类 (53)	类 (5303)	计及税 务服 务 (7241)	人员 (2- 06-03- 00)	会计监督 财务大数据分 析	审计师、 经济师	ACCA
网 络 营 销 与 直 播 电 商	财 经 商 贸 大 类 (53)	电 子 商 务 类 (5307)	网 络 营 销 人 员 电 商 主 播	电 商 直 播 行 业 从 业 人 员	网 络 主 播、 电 商 直 播 专 员	互 联 网 营 销 师、 直 播 销 售 员、 新 媒 体 运 营 师	电 子 商 务 师、 营 销 师

表 2 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 会计	会计师、分析师、 评估师	大中型企业财务主管 总监
4	网络营销与直播 电商	电商直播助理，电 子商务行业客服，	直播销售员、网络 营销与推广营销员	新媒体运营主管，电 商直播总监

表3 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	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、电子商务应用、市场营销学、营销策划实务、新媒体营销、市场调查与预测、1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）等
	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	销售管理、产品与品牌管理、商务数据分析、网络营销实务等
大数据与会计	会计核算与监督	掌握一定的票据审核、归类、结算能力；财务会计核	基础会计学、初级会计经济法、金融学、

		算和成本核算能力；会计报表的编制与分析能力；内部控制与协调能力；	成本会计、初（中）级会计实务、审计基础与实务、会计报表分析
	税费申报和财务管理	掌握办税能力、节税（税收筹划）能力、预算管理能 力、运营资金管理能 力、投资管理能力、绩效评价能力	税费计算与申报、 税收筹划、财务管理、 管理会计、报 税实训
	财务大数据分析	掌握财务大数据采集、整 理、呈现、分析、报告的能 力；熟悉 Python、Power BI 等语言与工具的使用；	大数据基础与实 务、财务大数据分 析、Excel 在会计中 的应用、1+X 智能财 税、会计电算化
网络营销与直播 电商	新媒体营销	各大媒体平台运营能力； 营销活动方案策划能力； 短视频策划、脚本撰写以及 拍摄制作技能； 品牌营销策划能力；	网络营销与策划、 新媒体营销、移动 短视频创意与制 作、图像处理与网 店装修、商务谈判 与技巧
	直播电商	产品直播销售能力； 直播电商客户服务能力； 直播销售数据分析能力； 掌握电商直播技巧； 遵守电商直播法律法规；	直播电商基础、直 播电商案例分析、 直播电商文案写 作、直播商务礼 仪、跨境电商与直

			播推广、电商直播 客服
	电商平台运营	电商平台运营能力； 电商运营数据分析能力； 基本的电商企业管理能力；	直播电商平台运营 与管理、互联网企 业管理、电子商务 法律法规、商务数 据分析

六、培养目标

现代工商管理专业群的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。在此基础上，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、劳全面发展，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的工作；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、

销售管理等专业技能，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。

（四）网络营销与直播电商

网络营销与直播电商针对网络营销和电子商务企业，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的职业道德和敬业精神，具备与本专业技术领域相适应的文化水平与素质，掌握市场营销、网络品牌管理、商业数据分析处理等专业知识；具备网络推广、搜索引擎优化、舆情和数据分析、客户沟通、电商平台整合应用等专业技能，能够从事网络推广专员、商务数据分析专员、SEO优化专员、电商直播策划、电商直播销售等岗位相关工作。服务于中小企业的网络品牌的建立、推广；构建中小企的网络营销渠道，具有创新精神和创业能力的技能人才。

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、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
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

首先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、预算管理等财务理论知识；同时具备财务大数据采集、整理、呈现、分析、报告的能力并熟悉大数据的 Python、Power BI 等语言与工具的使用；

（4）网络营销与直播电商专业职业能力

具备电商平台运营、产品直播销售、新媒体营销、短视频制作、网页设计与制作、图像处理与网店装修、电商客户服务、商务数据分析、创新创业及基本的企业管理能力。

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基础课（必修、选修）、专业（群）共享课（群平台课）、专业（群）基础课、专业（群）核心课、专业（群）拓展课以及集中实践教学环节（勤工助学）等六大模块。

专业（群）共享课（群平台课）和专业（群）基础课合计开设课程不超过 10 门。

（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：

（1）《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》2 学分，32 学时；《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》3 学分，48 学时；《形势与政策》1 学分，共 40 学时；《高等数学》安排在公共基础课模块，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。《劳动教育》1 学分，16 学时，高职学生第一学年开设，五年专学生第一、二学年开设。《体育与健康》责任部门为教育学院；《高等数学》《大学语文》《应用文写作》责任部门为人文社科学院；其余 4 门课程责任部门为马克思主义学院。

（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。

（3）《大学生心理健康教育》2 学分，32 学时；《入学教育》2 周。以上 2 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) 专业群共享课

本专业群共享课设置 6 门，共计 24 学分。包括：《管理学基础》（工商企业管理、市场营销专业、网络营销与直播电商专业）、《经济学基础》、《经济法基础》、《基础会计》、《会计电算化》（大数据与会计专业）

(2) 专业群基础课

工商企业管理专业基础课程设置 6 门，共计 12 学分。包括：《市场调查与预测》、《创业基础》、《中小企业管理》、《成本管理》、《项目管理》、《企业沙盘模拟经营》。

大数据与会计专业基础课程设置 5 门，共计 17 学分。包括：《大数据基础与实务》、《Excel 在会计中的应用》、《金融学基础》、《统计实务》、《初级会计实务》。

市场营销专业基础课程设置 6 门，共计 14 学分。包括：《市场营销学》、《电子商务应用》、《商务礼仪》、《商务数据分析》、《消费心理学》、《产品与品牌管理》。

网络营销与直播电商专业基础课程设置 5 门，共计 10 学分。包括：《直播电商基础》、《电子商务概论》、《消费心理学》、《电商直播客服》、《直播电商案例分析》。

(3) 专业（群）核心课

本专业（群）核心课程设置 30 门，共计 118 学分。

工商企业管理专业包括：《人力资源管理》、《供应链管理》、《市场营

销学》、《财务管理》、《创业创新》、《商务数据分析与应用》、《战略管理》；

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》、《管理会计》、《税费申报与计算》、《审计基础与实务》、《财务大数据分析》。

市场营销专业包括：《市场调查与预测》、《营销策划实务》、《数字营销技术》、《商务谈判与技巧》、《广告实务》、《网络营销实务》、《新媒体营销》、《全域营销》。

网络营销与直播电商专业包括：《图像处理与网店装修》、《跨境电商与直播推广》、《网络营销与策划》、《新媒体营销》、《直播平台运营与管理》、《电子商务网站设计与制作》、《移动短视频创意与制作》。

（4）专业（群）拓展课程

本专业（群）拓展课程设置 29 门，共计 55 学分。

工商企业管理专业包括：《客户关系管理》、《商务谈判》、《消费者心理学》、《质量管理》、《运营管理》、《连锁经营与管理》、《组织行为学》、《公共关系学》、《企业风险管理》、《品牌管理》。

大数据与会计专业包括：《纳税会计实务》、《外贸会计实务》、《税收筹划》、《会计专业英语》。

市场营销专业包括：《图像处理与网店装修》、《销售管理》、《直播营销》、《市场营销案例分析》、《客户关系管理》。

网络营销与直播电商专业包括：《市场调查与预测》、《互联网企业管理》、《商务谈判与技巧》、《电子商务法律法规》、《数据库及其应用》、《商务数据分析》、《电子商务与金融》、《直播电商文案写作》、《网络主播职业素养》、《直播商务礼仪》。

专业核心课程主要教学内容

序号	专业	专业核心课程名称	主要教学内容
----	----	----------	--------

1	工商企业管理	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		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
3		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
4		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
5		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的培养等内容；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。
6		商务数据分析与应用	研究数据分析与网络贸易两方面的知识，包括大数据基本知识、统计调查与分析方法知识、统计与分析软件性能知识、电子商务网站运营知识、网络营销知识等。需要学生掌握数据分析基本原理与一些有效的数据分析方法，并能根据数据分析结论提出针对性建议。

7	工商企业管理	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。
8	市场营销	商务谈判与技巧	通过本课程的学习，使学生了解谈判的模式、过程、影响谈判的因素，掌握谈判的技巧、应付局面的谋略及处理随时发生的谈判的能力，能够体会谈判的内在规律，进而使自己处于主动地位，以取得良好的社会和经济效益。
9		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。
10		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。

11	市场营销	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。
12		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。
13		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。

14		数字营销技术	本课程为认证课程，主要学习营销市场分析、网页搜索排名分析、关键词挖掘与分析、搜索排名优化、搜索排名广告营销与分析、搜索引擎品牌营销推广与分析、推荐引擎落地页推广与分析、推荐引擎应用程序推广与分析、推荐引擎线下门店推广与分析。
15	市场营销	全域营销	本课程学习全域营销设计的初心：全洞察、全渠道、全触点、全链路，以数字化“AIPL 消费者运营”为方法论，助力品牌全面加速营销数字化的升级。了解不同发展阶段以及具体的应用操作：在 1.0 阶段，它开创了品牌“以消费者为中心”的数智化营销，到 2.0 阶段又实现了三大跨越：数据洞察能力的升级；从线上到线下，推动全渠道的数字化改造；从整合到融合，实现跨端的消费者运营。通过本课程学习，学生能够结合实践开展对应的全域营销。
16	大数据与会计	成本会计	<p>成本核算的基本要求及一般程序、各种要素费用的分配</p> <p>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</p>

17		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、证券投资管理的应用、流动资产的应用、利润管理的分析、财务分析
18		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
19	大数据与会计	中级会计实务	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
20		财务大数据分析	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）
21		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
22		税费申报与计算	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
23		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
24	网络营销 与电商直播	图像处理与网店装修	数码相机的基本操作技能以及专业美化图片软件 Photoshop 的基本操作、商品信息采集的基本知识、色彩和构图的基本理论、不同商品的拍摄技巧。
25		跨境电商与直播推广	跨境电商操作、跨境电子商务综合运营与直播推广、海外社交平台运营与跨境电商推广
26		网络营销与策划	网络营销的基础理论与环境分析；顾客网络购买行为分析、网络营销调查方法、策略、数据仓库与数据挖掘；电子邮件营销、病毒性营销

			的经典案例分析。
27		新媒体营销	新媒体平台经营、社交电商、社群电商、新媒体平台营销策划
28		直播平台运营与管理	直播带货、直播策划、直播运营、直播数据分析、产品和供应链怎么玩、直播运营团队搭建、直播工具的运用。
29		电子商务网站设计与制作	探究网店产品规划定位，运营平台选择及投放，网店运营活动策划，淘宝 SEO/SEM 工作，网店运营数据分析、提升网店客户服务体验，网店仓储物流管理等
30		移动短视频创意与制作	短视频的策划、拍摄、制作以及运营方法，包括短视频初识、人物写真短视频、生活技能短视频、旅拍 vlog 短视频、创意混剪短视频、宣传片短视频、产品广告短视频、短视频发布与推广等内容

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：4 学分，采取的方式为：导师指导毕业论文。

(4) 岗位实习：24 学分，按 24 周计算。岗位实习的组织形式为：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	校内2周专业实习实训	勤工助学	校内2周专业实习实训	勤工助学	校内2周专业实习实训	勤工助学	毕业设计	岗位实习	岗位实习
学分	2	2	2	2	2	2	2	8 (4)	4	12
学时	48	96		96		96		8(4) *16+16*24=512 (448)		
学分总计	34-38 学分									
学时总计	不低于 704 (640) 学时									

(二) 学时学分安排

每个专业总学分控制在 130-150 学分。总学时一般在 2500-2800 ，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	专业实习实践		毕业岗位实习	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：岗位实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式岗位实习，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（详见附录 2，以 EXCEL 表格形式提交）

（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	商务礼仪实训	4	2	4	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。	校内	60	其中 2 周寒暑假、周末
			综合管理实训	4	3	4	管理技能与技巧的各种实景各种策略模拟。	校内	60	其中 2 周寒暑假、周末
			创业实战实训	2	4	2	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	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 2 周寒暑假、周末
			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	3	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
			商务谈判实训	2	4	2	商务谈判训练	VBSE 综合实训室	180	其中 1 周寒暑假、周末
			VBSE 综合模拟实训	2	4	2	VBSE 跨专业综合	VBSE 综合实训	180	其中 1 周寒暑假、周末

								室		
		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
	毕业生岗位实习	岗位实习	24	6	24	岗位实习	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				由学生工作处组织安排
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		
		1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书(中级)	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		
公共基础课	公共必修课	616	262	354	34	

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			
	公共选修课	96	96	0	6		
专业（群）共享课		256	192	64	16		
专业（群）基础课程	(1) 工商企业管理专业	192	96	96	12	8.22	
	(2) 大数据与会计专业	240	172	68	14	9.40	
	(3) 市场营销专业	224	112	112	14	9.46	
	(4) 网络营销与直播电商专业	160	80	80	10	6.94	
专业（群）核心课程	(1) 工商企业管理专业	448	224	224	28	19.18	
	(2) 大数据与会计专业	480	272	208	32	21.48	
	(3) 市场营销专业	480	240	240	30	20.27	
	(4) 网络营销与直播电商专业	448	224	224	28	19.44	
专业（群）拓展课程	(1) 工商企业管理专业	256	128	128	16	10.96	
	(2) 大数据与会计专业	208	176	32	13	8.72	

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		
	(3) 市场营销专业	224	112	112	14	9.46
	(4) 网络营销与直播电商专业	256	128	128	16	11.11
勤工助学（周）		784	0	784	34	
总 计	(1) 工商企业管理专业	2648	998	1650	146	
	(2) 大数据与会计专业	2680	1138	1542	149	
	(3) 市场营销专业	2680	1014	1666	148	
	(4) 网络营销与直播电商专业	2616	982	1634	144	

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；岗位实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式岗位实习，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

（一）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、孔佩伊、邱晓慧、黄澄、伏杍羲、李娟、李建清、张媛媛、李立娟、鲁小卉、冯蓓蓓、汪阳、陈金辉、刘洋、杨智豪、张淑贞、朱家奔、蓝碧议、双巧

3. 专业带头人

林莉

4. 兼职教师

黄翔、杨月明、刘碧碧、赖志煌

(二) 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、数码摄像机 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	孵化培养在校学生创办企业，成为法人代表	

		部以及配套桌椅等。		
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、厦门世联兴业房地产顾问有限公司校企合作基地、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师范点

(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 144-149 学分	
学分结构	公共基础课程 40 学分； 专业（群）基础课 26-30 学分；专业（群） 核心课程 28-32 学分；专业（群）拓课程 13-16 学分；勤工助学 34 学分。	
职业技能证书	获得 1 本相关专业证书	

现代工商管理专业群2022级教学计划进程表

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注			
						理论	实践	一		二		三					
								1	2	3	4	5	6				
公共必修课 %	G00001	思想道德修养与法律基础	3	B	54	36	18	3									
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	32	16	16		2								
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	B	54	36	18		3								
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2									
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2								
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32			2							
	G00004	基础英语	4	B	64	32	32	4									
	G02727	信息技术	4	B	64	32	32		4								
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16		2								
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	√									含军事理论和军事训练，军训期间完成
	G00009	形势与政策	1	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	√	√	第1-5学期进行，每学期8学时
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6		√								
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16			√							
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8						√				
	G00070	应用文写作	2	B	32	16	16	2									
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√	√								第1-2学期进行
	G00030	入学教育	2	A	32	32	0	√									2周，穿插在军训中
	“公共必修课”模块小计			38	0	748	326	422	11	13	2	0	0	0	0		
公共选修课 %	“综合素质选修课”第1-4学期开设	大学英语	2	A	32	2	0										二选一
		美育概论	2	A	32	2	0	2									
		公共选修课	4	A	64	4	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	2	0	0	0	0	0	0	
“公共基础课程”模块小计			44		844	422	422	13	13	2	0	0	0	0			
专业（群）基础课程 %	(1) 工商管理专业	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16	2								
		G00150	管理学基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G00102	经济学基础	4	B	64	48	16	4	4							专业群共享课
		G01388	基础会计	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01066	经济法基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01801	创业基础	2	B	32	16	16		2							
		G01345	中小企业管理	2	B	32	16	16			2						
		G01193	成本管理	2	B	32	16	16			2						
		G01202	项目管理	2	B	32	16	16			2						
		G01092	企业沙盘模拟经营	2	B	32	16	16			2						
	“工商管理专业”基础课模块小计			28		448	288	160	10	12	6	0	0	0	0		
	(2) 大数据与会计专业	G01379	大数据基础与实务	4	B	64	52	12			4						
		G00102	经济学基础	4	B	64	48	16	4	4							专业群共享课
		G01388	基础会计	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01066	经济法基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01094	会计电算化	4	B	64	16	48		4							专业群共享课
		G01429	金融学基础	2	B	48	36	12		2							
		G01422	统计实务	4	B	64	32	32				4					
	G01067	初级会计实务	4	B	64	52	12		4								
	“大数据与会计专业”基础课模块小计			30		496	332	164	8	14	4	4	0	0	0		
	(3) 市场营销专业	G00042	市场营销学	4	B	64	32	32		4							
		G00150	管理学基础	4	B	64	48	16		4							专业群共享课
		G00102	经济学基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01388	基础会计	4	B	64	48	16		4							专业群共享课
		G01066	经济法基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课
		G01090	电子商务应用	2	B	32	16	16			2						
		G00613	商务礼仪	2	B	32	16	16			2						
		G02820	商务数据分析	2	B	32	16	16			2						
G00145		消费心理学	2	B	32	16	16			2							
G01229	产品与品牌管理	2	B	32	16	16				2							
“市场营销专业”基础课模块小计			30		480	304	176	8	12	8	2	0	0	0			
(4) 网络营销与直播电商专业	G03484	直播电商基础	2	B	32	16	16	2									
	G00150	管理学基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课	
	G00102	经济学基础	4	B	64	48	16	4								专业群共享课	
	G01388	基础会计	4	B	64	48	16		4							专业群共享课	
	G01066	经济法基础	4	B	64	48	16		4							专业群共享课	
	G00039	电子商务概论	2	B	32	16	16		2								
	G00145	消费心理学	2	B	32	16	16			2							
	G01093	电商直播客服	2	B	32	16	16			2							
	G00138	直播电商案例分析	2	B	32	16	16			2							
“网络营销与直播电商专业”基础课模块小计			26		416	272	144	10	10	6	0	0	0	0			

专业(群)核心课程 %	(1)工商企业管理专业	G01196	人力资源管理	4	B	64	32	32			4					
		G00366	供应链管理	4	B	64	32	32				4				
		G00042	市场营销学	4	B	64	32	32			4					
		G00139	财务管理	4	B	64	32	32			4					
		G00471	创业创新	4	B	64	32	32				4				
		G03485	商务数据分析与应用	4	B	64	32	32				4				
		G01194	战略管理	4	B	64	32	32					4			
	“工商企业管理专业”核心课模块小计				28		448	224	224	0	0	12	12	4	0	
	(2)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			
		G00935	Excel BI在会计中的应用	4	B	32	16	16			4					
		G01423	管理会计	4	B	64	52	12				4				
		G02072	税费申报与计算	4	B	64	32	32			4					
		G01205	审计基础与实务	4	B	64	52	12					4			
		G03486	财务大数据分析	4	B	64	12	52					4			
	“大数据与会计专业”核心课模块小计				32		480	272	208	0	0	12	8	12	0	
	(3)市场营销专业	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16			2					
		G01224	营销策划实务	4	B	64	32	32			4					
		G03487	数字营销技术	4	B	64	32	32			4				认证课程，对应1-3数字营销技术应用职业技能	
		G00140	商务谈判与技巧	4	B	64	32	32				4				
		G00949	广告实务	4	B	64	32	32				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				
		G03488	全域营销	4	B	64	32	32					4			
	“市场营销专业”核心课模块小计				30		480	240	240	0	0	10	16	4	0	
专业(群)核心课程 %	(4)网络营销与直播电商专业	G00090	图像处理与网店装修	4	B	64	32	32			4					
		G03489	跨境电商与直播推广	4	B	64	32	32				4				
		G02941	网络营销与策划	4	B	64	32	32				4				
		G02468	新媒体营销	4	B	64	32	32					4			
		G03490	直播平台运营与管理	4	B	64	32	32					4			
		G00061	电子商务网站设计与制作	4	B	64	32	32					4			
		G02942	移动短视频创意与制作	4	B	64	32	32					4			
		“网络营销与直播电商专业”核心课模块小计				28		448	224	224	0	4	8	12	4	0
	专业(群)拓展课程 %	(1)工商企业管理专业	G00146	客户关系管理	2	B	32	16	16				2			
			G01757	商务谈判	2	B	32	16	16				2			
G00637			消费者心理学	2	B	32	16	16				2				
G01198			质量管理	2	B	32	16	16				2				
G01642			运营管理	2	B	32	16	16				2				
G00377			连锁经营与管理	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			
G01712			企业风险管理	2	B	32	16	16					2			
G01755			品牌管理	2	B	32	16	16					2			
“工商企业管理专业”(方向)拓展课程模块小计				16		256	128	128	0	0	2	10	8	0		
专业(群)拓展课程 %		(2)大数据与会计专业	G01067	纳税会计实务	4	B	64	52	12			4				
	G00042		税收筹划	2	B	32	24	8					2			
	G01098		会计专业英语	3	B	48	48	0					3			
	G01207		中级会计实务	4	B	64	52	12					4			
	“大数据与会计专业”(方向)拓展课程模块小计				13		208	176	32	0	0	4	7	2	0	
	(3)市场营销专业	G00090	图像处理与网店装修	4	B	64	32	32				4				
		G03491	直播营销	2	B	32	16	16					2			
		G02924	销售管理	4	B	64	32	32					4			
		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	16	16					2			
	“市场营销专业”(方向)拓展课程模块小计				14		224	112	112	0	0	0	4	10	0	
	(4)网络营销与直播电商专业	G00139	市场调查与预测	2	B	32	16	16				2				
		G03492	互联网企业管理	2	B	32	16	16					2			
		G00140	商务谈判与技巧	2	B	32	16	16					2			
G02935		电子商务法律法规	2	B	32	16	16					2				
G00068		数据库及其应用	2	B	32	16	16				2					
G02820		商务数据分析	2	B	32	8	24					2				
G00136		电子商务与金融	2	B	32	16	16						2			
G03493		直播电商文案写作	2	B	32	16	16						2			
G03494		网络主播职业素养	2	B	32	16	16						2			
G00143		直播商务礼仪	2	B	32	16	16						2			
“网络营销与直播电商专业”(方向)拓展课程模块小计				16		256	128	128	0	0	2	8	10	0		
“课内教学活动”总计		(1)工商企业管理专业	116		1996	1062	934	23	25	22	22	12	0			
		(2)大数据与会计专业	119		2028	1202	826	21	27	22	19	14	0			
		(3)市场营销专业	118		2028	1078	950	21	25	20	22	14	0			
		(4)网络营销与直播电商专业	114		1964	1046	918	23	27	18	20	14	0			
专业(群)实践	G02517	VBSE综合模拟实训	30	C	48		48				2周			其中1周寒暑假、周末		
	G01740	商务礼仪实训	4	C	48	0	48			4周				其中2周寒暑假、周末		
	G01514	综合管理实训	4	C	96	0	96			4周				其中2周寒暑假、周末		

勤工助学 %	专业”实践	G01635	创业实战实训	2	C	48	0	48												其中1周寒暑假、周末	
	(2)“大数据与会计专业”实践	G01800	初级财务管理与分析实训	4	C	96	0	96			4周										其中2周寒暑假、周末
		G01380	会计综合操作	4	C	96	0	96			4周										其中2周寒暑假、周末
		G01426	报税实训	2	C	48	0	48						2周							其中1周寒暑假、周末
	(3)“市场营销专业”实践	G00622	企业经营管理沙盘模拟实训	4	C	96	0	96			4周										其中2周寒暑假、周末
		G01233	营销策划实训	2	C	48	0	48					2周								其中1周寒暑假、周末
		G01234	市场调研与预测实训	2	C	48	0	48				2周									其中1周寒暑假、周末
	(4)“网络营销与直播电商专业”实践	G01514	商务谈判实训	2	C	48	0	48							2周						其中1周寒暑假、周末
		G03495	直播营销实训	2	C	48	0	48			2周										其中1周寒暑假、周末
		G03496	网店推广实训	2	C	48	0	48			2周										其中1周寒暑假、周末
		G01870	客户服务管理实训	2	C	48	0	48				2周									其中1周寒暑假、周末
		G03497	新媒体运营实训	2	C	48	0	48				2周									其中1周寒暑假、周末
		G03498	电商直播综合实训	2	C	48	0	48							2周						其中1周寒暑假、周末
		“专业实训”模块小计																			其中1周寒暑假、周末
		G00031	社会实践	2	C	48		48	2												社会实践安排在暑假
		G02728	校内集中实训	6	C	144		144			2周	2周	2周								2-4学期进行，每学期2周在校内，2周课外实践
	G02729	校外实习实训	6	C	144		144			2周	2周	2周									
	G01282	毕业岗位实习	16	C	384		384													14周	
	G00032	毕业论文	4	C	64		64													1学分16学时	
	“勤工助学”模块小计			34		784	0	784												勤工助学学分不低于34，学时不低于640	
总计	(1)工商企业管理专业			150		2780	1062	1718	23	25	22	22	12	0							
	(2)大数据与会计专业			153		2812	1202	1610	21	27	22	19	14	0							
	(3)市场营销专业			152		2812	1078	1734	21	25	20	22	14	0							
	(4)网络营销与直播电商专业			148		2748	1046	1702	23	27	18	20	14	0							
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	3.45%		34.75%				33.60%				28.20%									
	(2)大数据与会计专业	3.41%		39.33%				30.51%				27.88%									
	(3)市场营销专业	3.41%		34.92%				33.78%				27.88%									
	(4)网络营销与直播电商	3.49%		34.57%				33.41%				28.53%									
	专业名称	理论部分				实践部分 (应在50%以上)															
	(1)工商企业管理专业	38.20%				61.80%															
	(2)大数据与会计专业	42.75%				57.25%															
(3)市场营销专业	38.34%				61.66%																
(4)网络营销与直播电商	38.06%				61.94%																
专业(群)	现代工商管理专业群	执笔人(签名)				审核人(签名)															

注:

- “计划学时”=“周学时”×“课堂教学与课内实践周数(每学期按20周计算)”。如未排满一学期的课程,应在备注栏中注明实际上课周数。
- 课内教学活动原则上按16-18学时计1学分。校内集中实践、军事训练每周按24学时计1学分。岗位实习每周按40学时计1学分。
- 模块比例按学分进行统计,各类课程占总学时比例按学时进行统计。
- 课程类型分为纯理论课程(A类)、理论+实践课程(B类)、纯实践课程(C类)。
- 《形势与政策》第1~5学期进行,共计40学时,每学期8学时,累计到最后一学期计1学分。岗位实习24学分,其中12学分采用勤工助学方式岗位实习,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。
- 《军事理论》在军训期间集中安排。
- 综合实践课程中的专业实训部分课程按专业群开设课程,部分课程分专业方向开设课程。
- 凡是有认证要求的课程必须在备注栏中注明具体认证项目及等级。
- 《生涯体验——生涯规划》、《生涯体验——创业教育》与《生涯体验——就业指导》由三创学院组织实施。
- 入学教育由学工处负责在军事期间实施,不计算学时和学分。
- 《劳动教育》课程由马克思主义学院和学工处组织实施,第1-2学期开展,每学期16学时,理论4学时,实践12学时。