

商务管理专业人才培养方案 (社会人员学历提升计划)

专业代码 530603

1. 概述

1.1 教育类型与学历层次

高等职业教育；专科。

1.2 招生对象

符合规定高考报名条件的退役军人、下岗失业人员、农民工、高素质农民、企业在职员工和基层农技人员等社会人员等。

1.3 学制

实行学分制，基本学制 3 年。

1.4 学分要求

本专业学生必须修满 140 学分。

2. 培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，面向生产、建设、管理、服务第一线，具备商务及管理类基础知识、企业人力资源管理、企业人事与行政事务办理、营销、销售等能力，能从事人力资源管理、企业人事与行政事务、销售、营销等商务及管理类工作，有一定专业拓展和创新能力、良好职业道德和团队精神的高素质技术技能人才。

3. 职业岗位群与职业发展

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)	主要技术领域 或业务工作	初始岗 位	发展岗位	预计 年限
53 财经商贸 大类	5306 工商管理类	L726 (人力资源服务)、 F52 (零售业)、 080 (居民服务业)	4-01-01-01 (营业员) 4-01-02-01 (推销员) 1-05-01-03 (企业职能部门经理或主管) 2-02-34-06 (营销工程技术人员) 2-02-34-07 (人力资源开发与管理工程技术人员)	营销类、销售类、客户服务类、人力资源管理类、企业行政及综合事务管理类业务工作	店员、人力资源管理各类专员、业务员等	职业店长、储备店长、人力资源管理经理、销售经理	3-5 年

备注：所属专业大类及所属专业类应依据附件 15《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》；对应行业参照现行的附件 16《国民经济行业分类》；主要职业类别参照现行的附件 17《国家职业分类大典》；根据行业企业调研，明确主要岗位类别（或技术领域）。

4. 人才培养规格

4.1 知识要求

- （1）基层管理者应具备的基本的管理理念和知识；
- （2）产品市场营销与策划知识；
- （3）企业基本的财务管理知识；
- （4）基层管理者应具备的人力资源管理与开发的基本知识；
- （5）客户开发、管理与维护的知识；
- （6）互联网营销策划的知识；
- （7）企业日常运作法律知识。

4.2 能力要求

4.2.1 专业能力

- （1）具有较强的语言表达能力；
- （2）具有一定的计算机应用能力，能熟练地进行文本编辑、表格绘制和文件演示；
- （3）具有一定的员工绩效考核、薪酬分配、人事培训、员工关系管理、企业人事劳资事务办理等人力资源管理能力；
- （4）具有较强的推销与谈判能力；
- （5）具有处理顾客投诉和危机应对能力；
- （6）具有小微型企业行政事务综合办事能力。

4.2.2 方法能力

- （1）具备跨岗位的迁移工作能力；
- （2）具备独立思维和开拓创新能力。

4.2.3 社会能力

- （1）具有良好的思想政治素质、职业道德和遵纪守法观念；
- （2）具有良好的敬业精神、诚实守信的品质；
- （3）具有良好的责任心和团队协作精神。

4.3 职业素质

- (1) 具有良好的思想政治素质、职业道德和遵纪守法观念；
- (2) 具有良好的敬业精神、诚实守信的品质；
- (3) 具有良好的责任心和团队协作精神；
- (4) 具备跨职业工作能力；
- (5) 具备独立思维和开拓创新能力。

5. 毕业标准

5.1 学生应修学分

所修学习领域的成绩全部合格，应修满 141.5 学分。

公共必修课	公共选修课	专业群平台课	专业基础课	综合实践课	专业核心课	专业拓展课	劳动实践	创新创业教育	合计
34	8	16	19	34	14	14.5	1	1	141.5

5.2 可选以下职业技能证书（含 1+X 证书）

序号	职业技能证书名称	颁证单位	级别	相对应的课程
1	人力资源数字化管理职业技能证书（中级）	教育部指定 1+X 证书颁发单位	1+X 中级	人力资源管理、绩效与薪酬管理实务、员工招聘与培训、员工关系管理等
2	数据营销职业技能证书（中级）	教育部指定 1+X 证书颁发单位	1+X 中级	网络营销、电子商务基础、数字营销等
3	其他商务或管理类证书	相关部门或行业协会	中级及以上	商务或管理类课程
4	阿里巴巴跨进电商人才、电子商务相关证书	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	不限	网络营销、电子商务基础、客服软件技能、数字营销等

备注：1. 所注明的证书为各级人力资源和社会保障部门所颁发，或政府管理部门，或行业协会认定的权威证书。

2. 获得广东省（全国）高等职业院校技能大赛获奖证书三等奖以上，或省级政府以上其他部门主办的技能大赛省三等奖以上证书，或通过学校审核批准的技能竞赛（认证）证书，可以作为职业技能证书进行认定。

6. 课程体系

具体思路：以商务管理专业群为抓手，按照职业岗位相近、行业背景和服务领域相关的原则，以生产性服务业为依托，以商务管理专业为龙头，商务数据分析与应用专业为支撑，电子商务专业和物流管理专业为骨干，商务英语专业为延伸，组成商务管理专业群。通过五大专业集成，商务管理专业对接线上线下的综合销售与管理，电子商务专业对接线上销售，物流管理专业对接储运与流通、配送，商务英语专业对接跨境电商，商务数据分析与应用专业对接商务数据采集、处理与分析。商务管理专业主要培养市场营销、品牌策划、人力资源与行政管理等人才；电子商务专业主要培养网络运营和服务人才；现代物流管理专业主要培养物流储配和供应链管理人才；商务英语专业主要培养进出口和跨境电商业务人才；商务数据分析与应用专业主要培养数据分析和企业运营数据支撑人才。

商务管理专业是以商务管理专业群为依托，并基于工作过程系统化课程设计，面向人力资源行政和市场营销、职业店长岗位设计专业课程体系，由职业岗位分析得到本专业职业岗位群中每一个岗位所需要的岗位能力，在此基础上，进行能力的组合或分解，进行 1+X 证课融通，解构与重构出本专业的主干课程。专业群组群逻辑如图 1 所示。

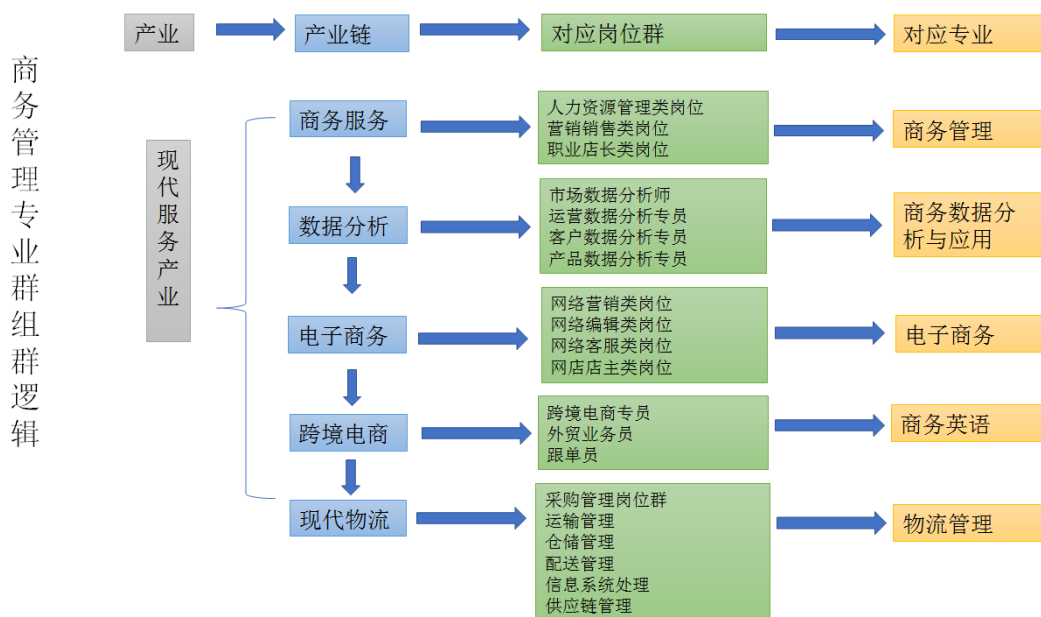


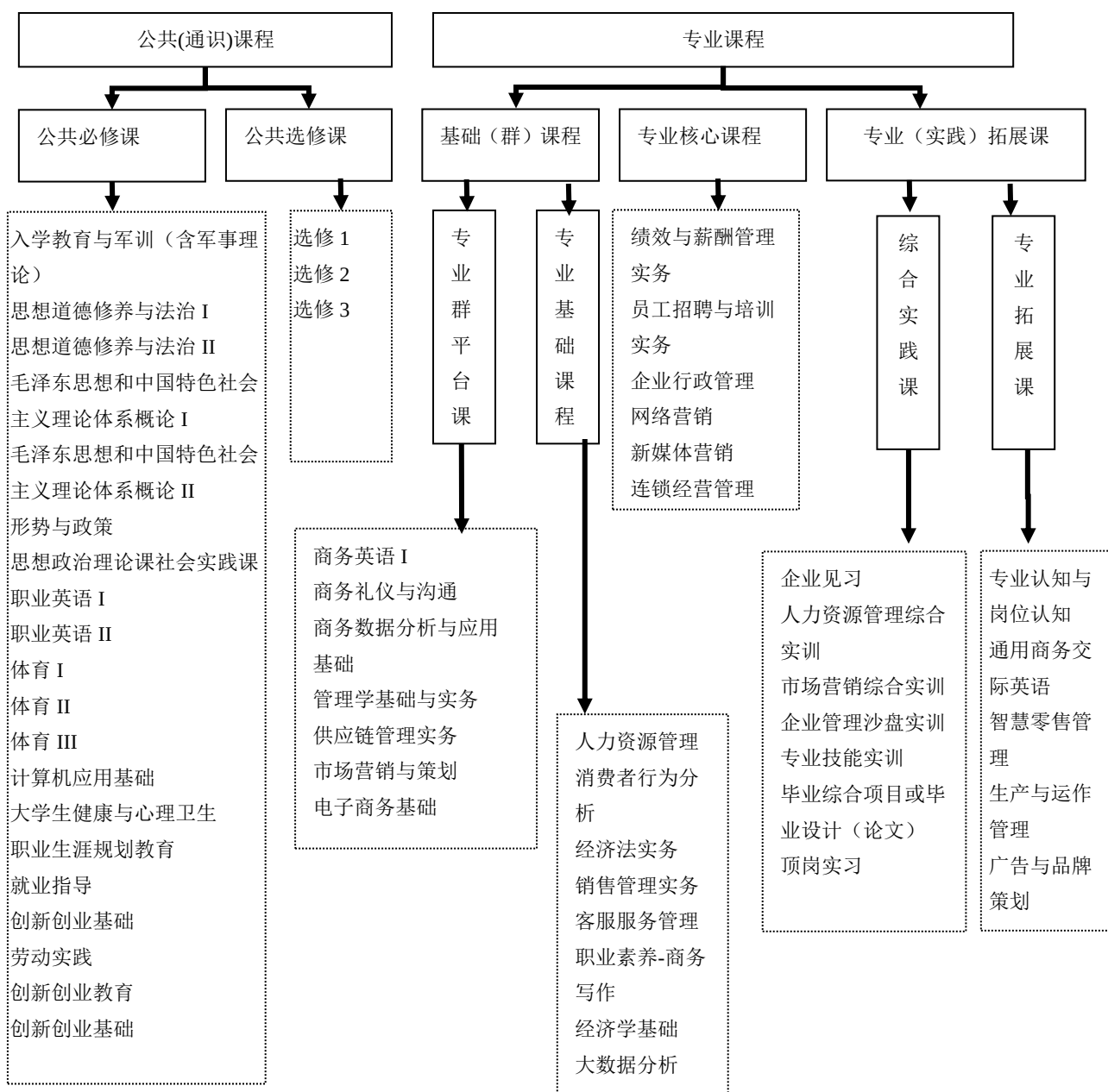
图 1 专业群组群逻辑图

6.1 工作过程系统化课程设计

职业岗位与学习领域课程构建

专业群	职业岗位	典型工作任务	行动领域	学习领域
商务管理专业群	人力资源与行政相关岗位（招聘、培训、绩效、薪酬、行政专员等）	企业行政综合管理、员工招聘、培训、薪酬、绩效、员工关系管理等	企业综合事务管理 员工绩效考核 员工薪酬分配 员工人事培训 企业综合事务管理	《管理学基础》 《企业行政管理》 《人力资源管理》 《绩效与薪酬管理实务》 《员工招聘与培训实务》
	市场营销和销售类岗位（市场策划销售、客服、市场调查员等）	企业产品市场营销策划与销售等	市场调查 新产品设计与策划 营销战略设计 营销战术制定 销售网络拓展 销售及管理 售后服务 推销与谈判	《市场营销与策划》 《大数据分析》 《广告与品牌策划》 《销售管理实务》 《客服服务管理》 《网络营销》 《消费者行为分析》 《数据营销》
	各类主管、职业店长、储备店长或经理	中小微企业的销售、管理及经营	商品陈列 促销活动 顾问式销售 店长沟通与激励能力 商品库存与防损管理 员工管理 卖场规划 客户管理 商业模式 门店选址 门店投资可行性分析 经营团队的建设 门店文化	《连锁经营管理》 《市场营销与策划》 《人力资源管理》 《数据营销》 《大数据分析》 《消费者行为分析》

6.2 课程体系结构图



6.3 学习情境总体设计框架

学习情境总表

学习情境 专业核心课程	学习情境 1	学习情境 2	学习情境 3	学习情境 4	学习情境 5	学习情境 6
绩效与薪酬管理实务	绩效指标与计划	绩效实施	绩效反馈与运用	薪酬调查与设计	福利设计与管理	薪酬计算与调整
员工招聘与培训实务	招聘计划与渠道	人才甄选与面试	培训项目设计	培训项目实施与管理	管理人员培训设计	培训效果评估
企业行政管理	企业行政事务管理	企业人事管理	企业文书档案案管理	企业行政礼仪接待	总务后勤管理	
连锁经营管理	连锁业态识别及基础知识	门店组织架构和岗位认知	门店选址	商品管理	门店运营	门店营销、促销策划等
网络营销	网络营销认知	目标市场及竞争对手调查	网络营销渠道	网店运营	网站优化	网络营销推广
新媒体营销	新媒体发展趋势和社交网络特性	新媒体内容/文案创作	微信朋友圈、小程序、公众号等营销	微博、头条等营销	移动电商平台：微店、分销电商平台营销	抖音等短视频平台运营和营销

6.4 专业核心课程标准

《绩效与薪酬管理实务》课程描述

课程代码：z08103030

课程名称	绩效与薪酬管理实务		学时数	48
教学目标	1. 方法能力目标：语言表达能力、信息处理能力、展示能力。 2. 专业能力目标：绩效指标制定能力，绩效计划组织实施能力，绩效效果反馈，薪酬调查与设计，薪酬的计算与调整。 3. 社会能力目标：交际、沟通与协作。			
教学内容	单元名称（学习情境）		主要教学任务（步骤）	
	绩效指标制定		效标种类，制定方法与程序	
	绩效计划		个人绩效计划制定方法与技巧	
	绩效实施		步骤与方法，关键点	
	绩效反馈		面谈与辅导技巧	
	绩效运用		运用的方向，绩效改进的流程与方法	
	岗位评价		岗位评价方法	
	薪酬调查		薪酬调查方法	
	薪酬设计		薪酬设计方法	
	福利设计与实施		福利设计方法	
	薪酬计算		薪酬计算与调整的方法	

教学方法 建议	任务驱动法：以项目任务为中心，实行教、学、做一体化教学。
教学条件	1. 教学媒体：教材、多媒体及项目 2. 教学场景：多媒体教室、项目现场 3. 工具设备：相关材料 4. 教师配备：具有人力资源工作经验的专职教师与企业一线工作兼职教师
考核评价 要求	1. 成果形式：各类业务书面报告 2. 评价方式：过程性考核+期末考核 3. 考核标准：过程性考核（平时情景训练、考勤、课堂积极性、平时作业）占 70%， 期末考核（学生完成项目）占 30%。

《员工招聘与培训实务》课程描述

课程代码：z08103031

课程名称	员工招聘与培训实务	学时数	48
教学目标	1. 方法能力目标：语言表达能力、信息处理能力、展示能力 2. 专业能力目标：组织实施能力，招聘与培训的反馈与辅导设计能力 3. 社会能力目标：交际、沟通与协作		
教学内容	单元名称（学习情境）	主要教学任务（步骤）	
	招聘计划	招聘计划的内容，制定招聘计划的基本流程	
	招聘渠道	招聘渠道的种类，招聘渠道的分析与比较	
	人才甄选	人才甄选的基本流程，常用人才甄选的方法，筛选简历的方法	
	面试	面试技巧，面试活动的组织与实施	
	心理测试	心理测试种类，主要心理测试方法的运用	
	情境模拟	情境模拟种类，主要情境模拟方法的运用	
	培训项目设计	培训项目种类及设计方法与技巧	
	培训项目实施与管理	培训项目实施与管理的流程及关键点	
	培训课程设计	课程设计的流程及方法	
	新员工培训	新员工培训内容、流程与方法	
	管理员工培训	管理员工培训的内容与方法	
	培训效果评估	效果评估方法	
教学方法 建议	任务驱动法：以项目任务为中心，实行角色扮演等教学方法。		
教学条件	1. 教学媒体：教材、多媒体及项目 2. 教学场景：多媒体教室、项目现场 3. 工具设备：相关材料 4. 教师配备：具有人力资源工作经验的专职教师与企业一线工作兼职教师		
考核评价 要求	1. 成果形式：各类业务书面报告 2. 评价方式：过程性考核+期终考核 3. 考核标准：过程性考核（平时情景训练、考勤、课堂积极性、平时作业）占 70%， 期终考核（学生完成项目）占 30%。		

企业行政管理课程描述

课程代码: z08101121

课程名称	企业行政管理	学时数	32
教学目标	1. 方法能力目标：语言表达能力、信息处理能力、展示能力 2. 专业能力目标：小微企业的综合性行政管理能力 3. 社会能力目标：交际、沟通与协作		
教学内容	单元名称（学习情境）	主要教学任务（步骤）	
	企业行政事务管理	会议组织，考勤，各类制度建设，目标责任书签订等	
	企业人事管理	人事信息，社保，劳动合同，工资调级等	
	文书档案管理	各类文书档案管理	
	行政礼仪接待	对外，对内公共关系	
	总务后勤管理	安全管理，卫生管理，车辆调度与管理，食堂管理，日常办公用品及常 用物资采购等	
教学方法 建议	任务驱动法：以项目任务为中心，实行教、学、做一体化教学。		
教学条件	1. 教学媒体：教材、多媒体及项目 2. 教学场景：多媒体教室、项目现场 3. 工具设备：相关材料 4. 教师配备：具有行政管理工作经验的专职教师与企业一线工作兼职教师		
考核评价 要求	1. 成果形式：各类业务书面报告 2. 评价方式：过程性考核+期终考核 3. 考核标准：过程性考核（平时情景训练、考勤、课堂积极性、平时作业）占 70%， 期终考核（学生完成项目）占 30%。		

《网络营销》课程描述表

课程代码: z08100055

课程名称	网络营销	学时数	48
教学目标	1. 方法能力目标: 沟通能力、表达能力、信息处理能力 2. 专业能力目标: 提高学生的网络市场调研及分析能力、数据的收集整理分析能力、企业网站的推广能力、网络促销能力、网络营销策划应用能力。 3. 社会能力目标: 培养学生创新能力、团队协作精神, 锻炼学生沟通交流、自我学习的能力, 提高发现问题和解决问题的能力, 锻炼社会交往能力。		
教学内容	项目名称	主要教学任务	
	网络营销基本知识	互联网基础知识; 网络营销的含义和特点; 网络营销的诞生和发展状况、网络营销的基本概念、网络营销的职能和方法。	
	宏观环境分析	网络营销环境概述、网络营销宏观环境 (网络营销政治、经济、法律、文化、人口等宏观环境)、网络营销微观环境 (消费者、竞争者等微观环境)	
	网络营销调研	网络一手资料调查的概念及方法、网络二手资料调查的概念及方法	
	营销导向的网站	根据网站建设的目的对网站进行的分类, 分析以营销为导向的企业网站应如教学内容何建设	

教学内容	免费策略营销与店内推广与营销	免费策略营销知识、产品页面设计知识
	社群营销	论坛营销概念；论坛营销开展；论坛营销案例介绍；论坛推广技巧
	网络广告	网络广告的概念及其形式、网络广告的计价方式、网络广告的相关术语及网络广告方案写作及简单的网络广告的设计。
	电子邮件营销	许可 E-mail 营销的现状、效果评价， E-mail 营销的概念，特点及类型，E-mail 营销的条件、方法与技巧。
	自媒体营销	自媒体概念、博客营销、微博营销、公众号营销的相关基础知识。
	微信营销	微信营销的基本知识、微信的产生发展、微信的功能
	整合营销	各类网络营销方法的整合
	网络营销策划书撰写实训	网络营销策划书内容及撰写
教学方法 建议	1. 案例教学。以最新发生的网络营销方面的案例，导入每一工作任务需要掌握的知识和技能。 2. 讲授。理论教学按照案例导入——理论讲解——实际应用的模式进行讲授，重点介绍实际应用。 3. 实训。所有实训项目均按“任务导向，情境教学”模式设计，让学生在一定的工作情境中去完成实训，带着任务进行实训。	
教学条件	1. 教学媒体：教材、课件、音频、视频、网络 2. 教学场景：机房 3. 工具设备：计算机 4. 教师配备：具有电子商务及管理教育背景及企业一线工作背景教师多名	
考核评价 要求	成果形式：实训作业 评价方式：平时成绩（考勤、作业、课堂表现）+实训测试+期末考核 考核标准：平时表现 30%、实训 40%、期末考查 30%	

《新媒体营销》课程描述表 课程代码：z08105013

课程名称	新媒体营销	学时数	40
教学目标	方法能力目标：沟通能力、表达能力、信息处理能力 专业能力目标：提高学生的新媒体认知和运用能力、微信营销能力、微博、头条等营销能力、移动电商平台运营能力、短视频平台运营和营销能力、新媒体内容文案创作能力等。 社会能力目标：培养学生创新能力、团队协作精神，锻炼学生沟通交流、自我学习的能力，提高发现问题和解决问题的能力，锻炼社会交往能力。		
教学内容	项目名称	主要教学任务	
	新媒体发展趋势和社交网络特性	新媒体介绍、新媒体发展趋势、社交网络介绍和特点。	
	新媒体内容文案创作	新媒体排版、文案设计、内容创作等。	
	微信营销	微信朋友圈、小程序、公众号等运营和营销	
	微博、头条等营销	微博、头条、抖音等营销等新媒体营销。	
	移动电商平台营销	微店运营和推广、分销电商平台营销推广	
	短视频平台营销	抖音等短视频平台运营和营销	

教学方法建议	采用项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析、小组合作学习等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。教学中注意创设教学情景，采取理论实践一体化教学模式。
教学条件	教学媒体：教师及学生用多媒体计算机、投影仪、局域网、互联网 教学场景：连接互联网，网络畅通 工具设备：主控台、投影仪、学生及教师计算机、服务器、交换机、实训软件 教师配备：专业教师一名，可配企业兼职教师一名
考核评价要求	1. 成果形式：过程实训项目成果、期末考试。 2. 评价方式：遵循“学习素养”、“学习能力”、“学习效果”等三方面成绩考核的要求。课程成绩评价突出“过程考核与综合考核相结合，理论与实践考核相结合，教师评价与学生业绩体现相结合”的原则，由平时成绩+项目成绩+综合考核三部分组成。 3. 考核标准：总评成绩=平时（20%）+项目考核（40%）+知识考核（40%）。

《连锁经营管理》课程描述表

课程代码：002113015（Z08100120）

课程名称	连锁经营管理	学时数	48
教学目标	1. 方法能力目标：沟通能力、表达能力、信息处理能力 2. 专业能力目标：提高学生的连锁门店扩张、选址的能力、连锁门店商品销售的能力、连锁门店日常管理的能力、连锁门店仓储管理的能力、连锁门店信息管理的能力。 3. 社会能力目标：培养学生创新能力、团队协作精神，锻炼学生沟通交流、自我学习的能力，提高发现问题和解决问题的能力，锻炼社会交往能力。		
教学内容	项目名称	主要教学任务	
	连锁企业基本知识	现代连锁经营的含义和特征；现代连锁经营的实质；现代连锁经营的类型和实施条件；现代连锁经营的 3S 原则。	
	连锁经营业态的识别	业态的含义、分类和发展趋势；超级市场、百货商店、便利店、专业店、专卖店的主要内容；酒店、餐饮业、洗衣店的主要内容。	
	连锁经营组织架构与岗位的认知	连锁企业组织结构设计的原则、要求、程序和主要类型； 连锁总部、连锁门店、配送中心的主要职能；连锁企业门店主要岗位的职能。	
	门店选址与布局	连锁企业店铺选址影响因素；卖场布局中的磁石理论；卖场商品布局方法；卖场区位划分。	
	连锁企业商品管理	商品的分类；商品定位影响因素；商品采购流程；商品采购部门的职责；商品陈列的要求和方法。	
	连锁企业营销管理	现代连锁市场营销的含义和内容；营业推广类型与过程；连锁企业的公共关系策略；现代连锁广告促销策略。	
	连锁物流管理	连锁物流的概念和特征；连锁物流在连锁经营中的作用；连锁物流配送模式；连锁物流的运作。	
	连锁门店运营管理	连锁企业店铺管理的职能、内容和五常管理；连锁企业财务管理的含义、类型、特点和主要内容；连锁企业文化建设的含义、作用和建设内容及策略。	
	连锁门店主题促销策划书撰写实训	连锁门店主题促销策划书内容及撰写	

教学方法 建议	1. 案例教学。以最新发生的连锁经营管理方面的案例，导入每一工作任务需要掌握的知识和技能。 2. 讲授。理论教学按照案例导入——理论讲解——实际应用的模式进行讲授，重点介绍实际应用。 3. 实训。所有项目均按“任务导向，情境教学”模式设计，让学生在一定的工作情境中去完成实训，带着任务进行实训。
教学条件	1. 教学媒体：教材、课件、音频、视频、网络 2. 教学场景：多媒体教室 3. 工具设备：计算机、投影机 4. 教师配备：具有连锁企业经营管理教育背景及企业一线工作背景教师多名
考核评价 要求	成果形式：项目考核作业 评价方式：平时成绩（考勤、作业、课堂表现）+项目考核+期末考核 考核标准：平时表现 30%、项目考核 40%、期末考查 30%

7. 教学培养计划“学时、学分”分配表

类 别	学 分	学 时	实践学时	实践学时占学时 比例（%）
公共必修课程	34	656	314	40.05
公共选修课程	8	128	0	
专业群平台课程	16	256	128	70.81
专业基础课程	19	304	144	
专业核心课程	14	224	112	
综合实践课程	34	786	786	
专业拓展（选修）课程	14.5	232	106	
劳动实践	1			
创新创业教育	1			
总 计	141.5	2568	1610	61.72

8. 专业基本条件

8.1 专业带头人的基本要求

（1）拥护党的基本路线，认真贯彻党的教育方针，热爱教育事业，对现代职业教育理念理解较深，有较强的校企合作能力和创新能力；

（2）应具有本专业副高及以上专业技术职务，或具有博士研究生学历(学位)；

（3）具备“双师”素质，具有较强的专业实践技能、动手操作能力与科技推广能力；

（4）近两年专业技术人员年度考核均达到“合格”等次以上，独立系统地讲授过两门及以上专业核

心课程，教学效果优秀，教学水平较高，教学业绩突出；

(5) 具有较强的社会开拓能力，带领所在专业团队建立能满足专业教学要求的校外实践基地群，产、学、研合作工作效果明显。

8.2 专任教师、兼职教师的配置与要求

师资配置与要求

专业核心课程	能力结构要求	专任教师要求	兼职教师要求
薪酬与绩效管理 实务	1. 有系统的企业管理及人力资源管理理论 2. 有企业人力资源管理特别是薪酬与绩效管理工作经验 3. 熟悉教学方法与手段	1. 熟悉人力资源管理及绩效管理理论和实践 2. 掌握多媒体教学方法和手段	1. 丰富的从业经验 2. 一定的教学能力与方法
员工招聘与培训 实务	1. 有系统的企业管理及人力资源管理理论 2. 有企业人力资源管理特别是员工招聘与培训的管理工作经验 3. 熟悉教学方法与手段	1. 熟悉人力资源管理及招聘与培训的管理理论和实践 2. 掌握多媒体教学方法和手段	1. 拥护中国共产党的领导，热爱祖国，遵纪守法。 2. 熟悉学校教学工作，能教书育人，为人师表，热爱教育事业。 3. 有丰富实践经验的实践专家、行业骨干，能胜任受聘课程的教学任务。
企业行政管理	1. 有系统的企业行政的知识理论 2. 有行政管理工作经验 3. 熟悉教学方法与手段	1. 熟悉行政管理最新理论和实践 2. 掌握多媒体教学方法和手段	
连锁经营管理	1. 有系统的商业终端店铺高级管理人员职业化的知识理论 2. 有商业终端店铺销售管理工作经验 3. 熟悉教学方法与手段	1. 熟悉商业终端店铺销售管理的最新理论和实践 2. 掌握多媒体教学方法和手段	
网络营销	网络营销策划	双师素质，具备企业网络营销主管等工作经验	
新媒体营销	新媒体营销和运营	双师素质，具备新媒体运营的经验	

8.3 实践教学条件(校内)

实训室 1：企业管理沙盘实训室			
开设的实训项目	实训室设备	对应课程	实训考核
1. 人力资源管理沙盘 2. 电子商务实务 3. 大数据分析 4. 网络营销 5. 企业管理沙盘实训 6. 市场营销沙盘	1. 教学多媒体设备 2. 服务器 3. 交换机 4. 空调 5. 电脑办公桌 6. 教师机 7. 学生机 8. 学生椅	1、人力资源管理 2、电子商务实务 3、大数据分析 4、网络营销 5、企业管理沙盘实训 6、市场营销策划	实操考核+实训报告考核

8.4 实践教学条件(校外)

商务管理专业的主要实习基地有广东万讯网农业股份有限公司、链家广州分公司、东莞建材进出口有限公司、广东粮食进出口有限公司、广州国际采购中心、广州卓诚贸易有限公司等。

8.5 教材及图书、数字化（网络）资料学习资源

目前商务管理专业已经共同开发了多门校企合作教材，并已用于教学当中。而且学院在数字化网络教学资源方面的投入比例逐年递增，在建设数字化校园的同时引导学生用好数字化网络教学资源，提高了数字化网络教学资源的综合效益。数字化校园利用多媒体、网络技术，将学校的主要信息资源数字化，并实现数字化的信息管理方式和沟通传播方式，从而形成高度信息化的人才培养环境。因此，在教师与学生、数字化网络教学资源与学生、数字化网络教学资源与教师的关系中更强调学生的主体地位，强调以“学”为中心，以学生为轴心，教师引导，培养学生自主学习。

9. 专业继续学习、深造的建议

社会和市场形势的变化，需要教师经常更新知识结构和能力结构，为此学校应出台相应的激励政策，二级学院针对学校的政策，在教学安排、工作量等方面给予相应的支持。建议深造和学习方向为专业学习和教学方法的提升，可采取到企业顶岗学习、到国内外专业机构培训等形式。

10. 教学进程

10.1 教学周历

学 期	教学进度安排（周）																				课 堂 教 学	入 学 教 育 与 军 训	劳 动 教 育	整 周 实 训	顶 岗 实 习 与 毕 业 设 计	考 试	机 动	小 计
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	A	B	C	D	E	F	G	
1	-	-	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	G	F	14	2				1	1	18
2	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C	F	18		1			1		20
3	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	G	F	18					1	1	20
4	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	G	F	18					1	1	20
5	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	E	E	E	E	E	E	E	G	F				11	7	1	1	20
6	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E									16			16
合计（周）																					66	2	1	11	23	5	4	114

备注：(1)劳动实践由学生工作部根据实际来安排，计 1 学分；(2)创新创业教育，计 1 学分；(3)学生在校期间需利用假期进行共 4 周的体验性实习（含社会实践）。

10.2 课程设置及培养进度计划（见进度计划表）

执笔人：胡延华

审核人：丁慧鸽

附件：教学进程一览表

专业： 商务管理 生源类别： 社会人员学历提升计划 年级：2021级 学制:3年

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时			各学期学时分配						考核方式			
				小计	理论	实践	一学年		二学年		三学年					
							一	二	三	四	五	六	考试	考查	考证	
公共必修课程模块	z16010010	社会调研实践	2	112		112										
	z16010007	军事理论	2	36	36		18	18					√			√
	z06010018	思想道德修养与法治I	1.5	24	18	6	24						√			
	z06010019	思想道德修养与法治II	1.5	24	18	6		24					√			
	z06010008	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论I	2	32	24	8			32				√			
	z06010009	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论II	2	32	24	8				32			√			
	z06010010	形势与政策	1	48	32	16	8	8	8	8	(8)	(8)	√			
	z06010005	思想政治理论课社会实践课	1	16		16					16			√		
	z03010001	职业英语I	4	56	56		56						√			
	z03010002	职业英语II	4	56	56			56					√			
	z12010001	体育I	2	36	2	34	36							√		
	z12010002	体育II	2	36	2	34		36						√		
	z12010004	体育III	2	36	2	34			36					√		
	z01010001	计算机应用基础	2	32	12	20		32						√		
	z16010005	大学生心理健康	2	32	16	16	8 (8)	8 (8)						√		
	z17010001	职业生涯规划教育	1	16	12	4		16						√		
	z17010002	就业指导	1	16	16				16					√		
	z23010001	创新创业基础	1	16	16		16							√		
	小计		34	656	342	314	286	206	92	40	24	8				
公共选修课程模块		选修课1	2	32	32			32						√		
		美育选修课程（音乐鉴赏、美术欣赏、舞蹈鉴赏）	2	32	32				32					√		
		职业素养、应用文写作类选修课程	2	32	32					32				√		
		选修课2	2	32	32						32			√		
		小计	8	128	128			32	32	32	32					
	Z03101443	商务英语I△	2	32	16	16		32						√		
	z08103023	商务礼仪与沟通△	2	32	16	16				32				√		
	z08108002	商务数据分析与应用基础△	2	32	16	16					32			√		
	z08109991	供应链管理实务△	2	32	16	16			32					√		
	z08103025	管理学基础与实务△	3	48	24	24	48						√			
	002112002	市场营销与策划△	2	32	16	16	32						√			
	103113033	电子商务基础△	3	48	24	24		48						√		
		小计	16	256	128	128	80	80	32	32	32					
专业基础课程	z08101020	人力资源管理	2	32	16	16		32					√			
	z08103035	消费者行为分析	2	32	16	16		32						√		
	z08103005	销售管理实务	2	32	16	16				32				√		
	z08101042	经济法实务	3	48	32	16					48		√			
	z08100037	客户关系管理	2	32	16	16				32				√		
	z08101049	商务写作基础	2	32	16	16				32				√		
	z08101010	经济学基础	3	48	24	24			48							
	z08103022	大数据分析△	3	48	24	24				48				√		
		小计	19	304	160	144		64	48	144	48					
专业核心课程	z08103030	绩效与薪酬管理实务	3	48	24	24				48			√			
	z08103031	员工招聘与培训实务	3	48	24	24			48					√		
	z08101121	企业行政管理	2	32	16	16				32				√		
	002113015	连锁经营管理	2	32	16	16			32					√		
	z08100039	网络营销△	2	32	16	16			32					√		
	z08105013	新媒体营销	2	32	16	16				32				√		
		小计	14	224	112	112			112	112						
综合实践课程	z08100203	企业管理沙盘实训	2	32		32		32						√		
	z08106245	人力资源管理沙盘实训	2	32		32			32					√		
	z08106246	市场营销沙盘实训	2	32		32			32					√		
	z08106244	企业见习	1	26		26	26									
	z08101038	专业综合技能实训	3	48		48					48			√		
	z00100001	毕业综合项目或毕业设计（论文）	8	200		200					200			√		
	z00100002	顶岗实习	16	416		416						416		√		
	小计	34	786		786	26	32	64		248	416					
专业拓展（选修）课	z08115006	专业认知与岗位认知	0.5	8	4	4	8									
	z08101043	通用商务交际英语	2	32	16	16			32					√		
	z08100136	智慧零售管理	2	32	16	16				32				√		
	z08101117	生产与运作管理	2	32	16	16				32				√		
	z08103001	广告与品牌策划	2	32	16	16				32				√		
	z08115007	人力资源数字化管理（嵌入1+X中级考证）	2	32	16	16		32						√		
	z08115008	数据营销（嵌入1+X中级考证）	2	32	16	16		32						√		
	z08103024	财务基础与应用	2	32	26	6			32							
		小计	14.5	232	126	106	8	64	64	96						
	劳动实践	1												√		
	创新创业教育	1												√		
各学期学时、学分总计			141.5	2586	996	1590	400	478	444	456	384	424				

备注：1. 形势与政策课等理论课程以2学时为上课单位，避免安排一天4学时或以上；2. 专业核心课可分多个学期上课，课程名可分为I、II等；3. 思想政治理论课社会实践课分学期开展各种形式实践。4. 劳动实践根据实际来安排。5. 创新创业教育具体按照《广东工程职业技术学院创新创业学分认定转换办法》执行。