

工商企业管理专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：工商企业管理

专业代码：530601

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

基本修业年限为 3 年

四、职业面向与需求分析

（一）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	职业技术等级证书
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	服务业 (72) 批发业 (51) 零售业 (52) 住宿业 (61) 餐饮业 (62)	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)	助理项目经理; 客户专员; 人事主管; 市场督导; 区域督导; 质量管理专员	1+X人力资源共享服务、1+X薪酬管理、1+X网店运营推广

（二）需求分析

我校培养的工商企业管理专业学生主要服务于厦漳泉地区的中
小企业。根据我们的市场调研，本地区中小企业对企业管理类专业人

才的需求一直处于一种上升的趋势，工商企业管理专业毕业生就业形势一直比较好。在各地的招聘职位需求排行榜上，一直处于比较领先的地位。根据调查结果显示，企业对工商企业管理专业毕业生需求意愿较强，大部分单位有长期需求。我们通过走访企业、请企业专家进校研讨等方式，与企业专家进行了深度沟通，总结归纳出用人单位对该类毕业生的四方面要求：有岗位能力、有职业资格证书、有岗位经验、有职业拓展潜力。

五、培养目标与培养规格

（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，良好的人文素质、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向商务服务、批发、零售、住宿、餐饮、食品制造等行业，能够从事调度管理、质量管理、市场督导管理、人力资源管理、行政管理等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

（1）素质

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬

业，具有精益求精的劳动工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（2）知识

A、公共基础知识

思想道德修养和法律基础、形式与政策、大学语文、计算机应用基础、大学英语、经济数学、大学体育等。

B、专业技术基础知识

管理学基础、经济学基础、市场营销学等

C、专业知识

人力资源管理、连锁经营管理、绩效管理、企业战略管理、客户关系管理，商务沟通，生产与运作管理等

（3）能力

1. 一定的英语听说读写能力；熟练的计算机操作能力。
2. 具备行政办公、生产与销售过程的管理能力；人事行政办公事务处理能力；人力资源市场调研与招聘策划能力；商务沟通能力；

销售内勤管理能力

3. 专业延展能力、自我发展能力、 创新创业能力
4. 社会交往与合作能力、基础知识运用能力
5. 具有创新精神，自主创业能力和可持续发展能力。

六、教学进程安排表

学期	各 周 安 排																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	√:	:	:	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	×	◆
二	□	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	☆	→	×	◆
三	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	▲	▲	—	—	→	☆	☆	×	◆
四	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	▲	▲	☆	☆	×	◆
五	←	—	—	—	—	—	—	→	×	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	
六	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	~	◆		

符号说明： √入学教育 :军训 ←→课堂教学 ×考试 ≡假期 □认识实习 ☆课程实训（设计、论文） ▲跟岗实习

●顶岗实习 ~毕业教育 ◆机动

七、教学计划安排表

工商企业管理专业教学计划表

序号	课程名称	课程性质	学分	学时数分配			考核方式	“岗课证赛”融通	各学期周学时分配						
				理论	实践	合计			一 4-19	二 1-16	三 1-16	四 1-16	五 1-8	六	
1	思想道德修养与法律基础	公共必修课	3	36	12	48	试		3						
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	公共必修课	4	48	16	64	查			4					
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共必修课	3	40	8	48	试		3						
4	形势与政策	公共必修课	1	48		48	查		每学期8课时						
5	大学英语（一）	公共必修课	2	16	16	32	试		2						
6	大学英语（二）	公共必修课	2	16	16	32	试			2					
7	信息技术	公共必修课	4	32	32	64	查			4					
8	大学体育（一）	公共必修课	2	4	32	36	查		2						
9	大学体育（二）	公共必修课	2	4	32	36	查			2					
10	大学语文	公共必修课	2	32		32	试		2						
11	创造性思维与创新方法（网络课程）	公共必修课	2	2	2	4	查					2			
12	摄影基础（网络课程）	公共必修课	2	8	8	16	查				2				
13	经济数学(商学院)	公共必修课	4	64		64	查			4					
14	职业规划与就业创业（一）	公共必修课	1	16		16	查		1						
15	职业规划与就业创业（二）	公共必修课	1	16		16	查					1			
16	军事理论	公共必修课	1	16		16	查		1						
17	入学教育、军事技能训练	公共必修课	2	0	0	0	查		2W						
18	中国优秀传统文化（网络课程）	公共必修课	2	2		2	查		2						
19	劳动教育（网络课程）	公共必修课	2	0	2	2	查								

20	公共任选课(含体育限选)		公共任选课	6	48	48	96	查							
公共基础课模块				45	408	216	624	0	0	13	16	2	3	0	0
1	管理学实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试			4					
2	会计技能实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试			4					
3	市场营销实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试			4					
4	电子商务实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试		4						
5	经济法实务	专业基础课	4	40	24	64	机试		4						
6	人力资源管理实务	专业基础课	4	40	24	64	笔试		4						
专业群平台课程模块				24	240	144	384	0	0	12	12	0	0	0	0
1	图形图像制作（劳动工匠精神）	专业限选课	2		32	32	上机		1W						
3	新媒体视频处理与制作（劳动工匠精神）	专业限选课	2		32	32	作品			1W					
4	商务礼仪（六化育人）	专业限选课	2		32	32	面试					1W			
5	认知实习（融入职场文化教育）	专业拓展课	0.5		3	3	报告		0.5T						
6	跟岗实习（融入职场文化教育）	专业拓展课	2		60	60	报告				2W				
7	毕业论文或设计	专业拓展课	8		240	240	论文						8W		
8	毕业（顶岗）实习（校企协同育人）	专业拓展课	8		420	420	报告								18W
专业群集中实训模块				24.5	0	819	819	0	0	0	0	0	0	0	0
1	商务沟通	专业核心课	2		32	32	作品				2				
2	办公自动化	专业核心课	2		32	32	作品				2				
3	经济学基础	专业核心课	4		32	32	笔试				4				
4	应用文写作	专业核心课	4	20	44	64	笔试				4				
5	客户关系管理	专业核心课	4	40	24	64	笔试				4				
6	品类管理	专业核心课	4	32	32	64	作品	课证融通			4				
7	采购管理（融入职场文化教育）	专业核心课	4	32	32	64	报告	课岗融通					4		
8	生产与运作管理（融入职场文化教育）	专业技能课	4		64	64	机试	课岗融通			4				
9	新媒体运营与管理	专业技能课	4		64	64	笔试	课证融通					4		
10	网店运营与推广实训（中级）（融入职场文化教育）	专业技能课	4	20	44	64	机试	课证融通					4		

11	ERP 沙盘实训（融入环境文化教育）	专业技能课	4		64	64	机试	课岗融通				4		
12	绩效管理	专业技能课	2	16	16	32	机试	课岗融通			2			
13	门店数字化运营与管理（融入职场文化教育）	专业技能课	4	20	44	64	操作	课证融通				4		
专业课程模块			46	180	524	704	0	0	0	0	26	20	0	0
合计			139.5	828	1703	2531	0	0	25	28	28	23	0	0

八、各模块学时与学分分配表

课程学分总量、学时的分配及其总比 (%)								
课程模块	学分	总占比	时数	总占比	理实分配			
					理论		实践	
					时数	占比	时数	占比
公共基础课程模块	45	32.26%	624	0.01%	408	65.38%	216	34.62%
专业群平台课程模块	24	17.20%	384	15.17%	240	62.50%	144	37.50%
专业群集中实训模块	24.5	17.56%	819	32.36%	0	0.00%	819	100.00%
专业课程模块	46	32.97%	704	27.82%	180	25.57%	524	74.43%
合计	139.5	100%	2531	100%	实践学时数占比		1703	67.29%
					理论学时数占比		828	32.71%

九、专业核心课程及基本内容

学习领域课程	管理学实务
<p>安排在第一学期，基准学时 64 学时，其中理论 64 学时</p>	
职业能力	<p>以培养综合管理技能为主线，建立“124”教学内容体系。“124”是指“一条主线”、“两大基础”、“四大关键能力”。即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在绩效考核的能力。管理的四大职能反映了各级管理者的共通作用与程序。</p>
学习目标	<p>1. 以培养基层管理岗位综合管理技能为主线。这是指基层管理岗位所需要的综合性、一般性的管理技能。既区别于以宏观管理、概念技能为主的高层综合管理能力，又区别于以专业化为特征的生产、营销、财会等职能管理技能。</p> <p>2. 使学生掌握两大基础。一是管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法，管理职能等；二是管理思想，包括管理思想的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等。</p> <p>3. 培养学生四大关键能力。按照基层管理者进行综合管理的需要，本课程要重点培养学生的四大关键能力，即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在绩效考核的能力。管理的四大职能反映了各级管理者的共通作用与程序。</p> <p>4. 培养起良好的团队协作精神。</p>

学习内容	◆管理思想◆管理系统◆计划◆组织◆控制◆领导
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟工作过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆
学生需要的知识和技能	◆技术技能◆人际技能◆概念技能◆行政技能◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆管理知识◆控制能力◆多媒体使用能力◆计算机基本操作能力

学习领域课程	市场营销实务
安排在第一学期，基准学时 64 学时。	
职业能力	通过本课程的学习能对某个特定企业进行市场营销环境的分析； 能比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程， 并采取相应的营销策略； 能正确运用细分依据与细分方法对 企业所面对的整体市场进行细分； 能精准选择目标市场并对市场进行定位； 能运用营销 4P 理论对企业营销策略进行设计； 具有一定的营销团队管理能力。
学习目标	1、正确理解市场与营销涵义，理解顾客价值理论， 2、掌握市场营销环境内容及分析方法， 3、掌握消费者行为分析的内容，

	4、掌握市场细分、目标市场选择和市场定位的主要 内容与策略， 5、掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要 内容。
学习内容	◆营销观念◆市场环境分析◆目标市场和市场定位◆4P 策 略
学习方法	◆讨论◆任务教学◆现场教学◆实训◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆电子教案◆网站资料◆视频资料
学生需要 的知识和技能	◆分析能力◆市场营销知识◆案例分析能力◆计算机基本 操作能力
教师需要 的知识和技能	◆市场营销知识◆案例设计制作能力◆多媒体◆计算机基 本操作能力

学习领域课程	客户关系管理
安排在第三学期，基准学时 64 学时。	
职业能力	根据工作任务要求，熟悉国家《劳动法》以及相关的法律 知识，能够在企业分辨公关组织机构的基本概念，熟悉公共关 系部的基本职能，并对公关人员素质要求有全面的认识，能掌 握提高公关人员素质的实用技能。
学习目标	1、能了解客户关系管理的性质； 2、能掌握 CRM 的含义及应用；

	<p>3、能掌握客户投诉受理流程；</p> <p>4、掌握客户信息收集与管理的工作</p> <p>5、能掌握投诉受理的方法。</p>
学习内容	<p>◆客户关系管理的含义及特征◆客户关系管理的目的◆CRM在我国的发展前景◆定位产品客户群◆利用搜索引擎寻找客户◆调查分析物流客户投诉原因◆寻找潜在客户◆设计客户跟踪记录表◆客户体验管理◆客户信息收集流程</p>
学习方法	<p>◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟面试过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结</p>
学习材料	<p>◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆案例分析</p>
学生需要的知识和技能	<p>◆表达能力◆案例分析能力◆计算机基本操作能力</p>
教师需要的知识和技能	<p>◆教师资格◆专业知识◆计算机基本操作能力</p>

学习领域课程	人力资源管理
<p>安排在第二学期，基准学时 64 学时，其中理论 40 学时。</p>	
职业能力	<p>根据工作任务要求，熟悉国家《劳动法》以及相关的法律知识，能够在企业胜任招聘、培训、薪酬福利管理以及劳动关系的协调能力。</p>
学习目标	<p>1、掌握人力资源规划及岗位分析方法；</p>

	<p>2、掌握企业招聘及面试的方法；</p> <p>3、掌握企业培训体系的特点、组成、功能和工作原理，掌握培训需求分析方法；</p> <p>4、掌握企业薪酬福利的原理和特点，能够根据企业的具体情况制定薪酬福利体系及考核办法；</p> <p>5、掌握绩效考核的方式方法及应用；</p> <p>6、培养起良好的团队协作精神。</p>
学习内容	◆人力资源规划◆招聘◆面试◆薪酬福利◆绩效◆劳动关系
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟面试过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆案例分析
学生需要的知识和技能	◆表达能力◆招聘广告设计制作能力◆计算机基本操作能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业知识◆招聘面试设计设计制作能力◆计算机基本操作能力◆人力资源体系建设能力

学习领域课程	经济学基础
安排在第三学期，基准学时 32 学时。	
职业能力	根据工作任务要求，熟悉国家的法律知识，具备分析经济学的任务、经济学的发展、经济学的分类、经济学的方法等能

	力。
学习目标	<p>1、能掌握经济学的定义和基本经济问题，理解经济学的分析方法；</p> <p>2、能掌握需求（供给）的概念、影响因素、表示方法，熟练掌握需求（供给）规律，掌握市场供求均衡分析方法，掌握供求弹性的概念及其简单的分析应用；</p> <p>3、能掌握效用、总效用和边际效用，理解消费者偏好的概念，掌握无差异曲线及其特点，理解并掌握边际效用递减规律和边际替代率递减规律，熟练掌握消费者均衡的边际分析方法和无差异分析方法。</p>
学习内容	◆生产要素◆产品市场结构划分标准◆市场失灵◆国内生产总值◆宏观经济政策
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟面试过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆案例分析
学生需要的知识和技能	◆表达能力◆计算机基本操作能力◆案例分析能力
教师需要的知识和技能	◆教师资格◆专业知识◆计算机基本操作能力

学习领域课程	门店数字化运营与管理
安排在第一学期，基准学时 64 学时，其中理论 40 学时，校内实训 24 学时。	
职业能力	主要面向流通类企业的实体门店中，从事门店数据分析及渠道精准推广、成本管控及销售目标管理、连锁门店大数据管理等工作。
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据数据分析结果提出优惠建议及会员分析。 2. 能掌握门店明星产品及高毛利产品分析的技能。 3. 能掌握各推广渠道营销活动的设计方法，进行相关方案制定。 4. KOL 反馈数据分析与效率提升管理 5. 能根据进店顾客的消费金额、频次、储值、金额等数据进行分级分层的分析与标签化管理。 6. 能掌握 5S 操作并能实现对不同场地、物品的使用技能。
学习内容	◆营销原理◆销售体系◆销售方案的制作◆市场分析◆产品分析与销售
学习方法	◆讨论◆任务教学◆实验◆模拟销售过程◆现场教学◆演示◆练习◆答辩◆总结
学习材料	◆技术资料◆文档页◆幻灯片◆网站资料◆销售案例
学生需要的知识和技能	◆沟通能力◆促销设计制作能力◆办公自动化使用能力◆计算机基本操作能力
教师需要	◆教师资格◆销售知识◆促销计制作能力◆多媒体使用能

十、主要实践教学环节

序号	课程名称	主要实践内容	教学实施建议
1	薪酬管理	<p>(1) 能采集薪酬调整需要的信息；(2) 能对有关工资指标进行统计分析，能对薪酬状况进行诊断。(3) 能对工资进行核算，能统计核算企业各种社会保险费，发放薪酬福利，办理社会保障。</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：40 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第四学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
2	商务沟通	<p>(1) 组建商务团队的基本技巧和沟通方法 (2) 做好商务谈判准备工作 (3) 商务谈判的僵局的处理方法和技巧</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p>

			<p>(3) 实训课时： 32 个学时</p> <p>(4) 授课学期： 第四学期</p> <p>(5) 准备工作： 要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议： 要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
3	市场营销实训	<p>(1) 主要的几个实践项目： 影响市场购买行为的主要因素，正确认识市场购买行为的主要类型，能掌握市场购买决策的主要参与者，明确市场购买决策的具体过程，理解为促使市场购买需采取的对策；</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生市场营销信息系统的掌握，掌握市场营销研究的测定尺度，熟悉搜集与分析市场营销资料的基本方法</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式： 现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时： 32 个学时</p> <p>(4) 授课学期： 第四学期</p> <p>(5) 准备工作： 要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议： 要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
4	ERP 沙盘模拟实训	<p>(1) 主要的几个实践项目： 物理沙盘的使用规则；电子沙</p>	<p>完成该门课程，需要：</p>

		<p>盘的使用规则；记录单据的使用；在初始条件给定的情况下模拟当年或连续多年的经营</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生掌握企业整个运作流程，涉及市场营销、流程管理、采购、生产、产品研发、销售等多部门的业务</p>	<p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：64 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第三学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
5	办公自动化	<p>(1) 主要的几个实践项目：文件的管理；电子文档的制作；电子表格的制作；演示文稿的制作</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生熟练掌握 windows 操作系统及 office 办公关键的应用并且轻松自如地在实际工作中加以运用</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：64 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第五学期</p> <p>(5) 准备工作：安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识</p>

			识；加强现场指导
6	商务礼仪实训	<p>(1) 主要的几个实践项目： 商务人员的仪容礼仪；职业着装的基本原则；商务人员的举止礼仪；商务活动礼仪及办公礼仪；模拟招聘</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生熟练掌握不同场合的着装举止文明等</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：现场演示与操作</p> <p>(3) 实训课时：32 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第五学期</p> <p>(5) 准备工作：要安排好实训材料</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
7	认识实习	<p>(1) 主要的几个实践项目： 参观企业；听企业负责人介绍企业状况；座谈会</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，学生了解企业的组织架构和企业文化，熟悉市场营销、采购、物流等部门的工作职责和运作流程，增强对本专业的感性认识</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：三名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时：18 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第一学期</p> <p>(5) 准备工作：</p>

			联系好企业，安排好实训项目 (6) 实施建议： 加强现场指导
8	跟岗实习	<p>(1) 主要的几个实践项目： 新零售营销；仓储配送；社区零售</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，学生对所实习的单位和企业进行全面、深入的调查、了解，收集现场资料，并对现场资料进行归纳、整理，会写出一般实习报告</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：两名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时：56 个学时</p> <p>(4) 授课学期：第三学期</p> <p>(5) 准备工作：联系好企业，安排好实训项目</p> <p>(6) 实施建议：要求学生要提前复习相关理论知识；加强现场指导</p>
9	顶岗实习	<p>(1) 主要的几个实践项目： 新零售销售岗位实习；新零售产品专员岗位实习；新零售物流岗位实习；新零售采购专员实习</p> <p>(2) 通过完成这些项目训练，训练学生熟练掌握企业完整的零售业务处理能力；养成爱</p>	<p>完成该门课程，需要：</p> <p>(1) 师资：10 名专业教师</p> <p>(2) 教学方式：由企业安排实训项目</p> <p>(3) 实训课时：</p>

		<p>岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力</p>	<p>392 个学时</p> <p>(4) 授课学期： 第五学期</p> <p>(5) 准备工作： 由学生自己联系好企业，安排好实训项目</p> <p>(6) 实施建议： 要求学生遵守企业规章制度；跟踪指导和现场指导相结合</p>
--	--	-------------------------------------	---

十一、实施保障

（一）师资队伍

本专业专任教师要求有强烈的事业心和高度的责任感，能够忠诚于党的教育事业，学而不厌，诲人不倦；能够坚持真理，坚持正义；具备深厚的营销理论功底，有较强的专业能力和语言表达能力；能够组织专业研究和专业实践；能够运用现代教育技术，善于汲取新知识和新思想；能够从事专业教学研究和课程开发；职业专业能力课程教师必须具有“双师”素质或具备行业专项技能；

1、专任教师：工商管理专任教师具有高校教师资格证，1年以上企业管理岗位工作经历，熟悉管理业务活动，精通工商企业管理专业的基本理论与知识，具有较强的教研与科研能力。

2、兼职教师：工商管理专业兼职教师具有3年以上管理及相关岗位工作经历，有丰富的实际工作经验；具有中级以上专业技术职务或在职业技能竞赛中获得奖励；具有较强的教学组织能力。

专业教学团队中，高级职称教师比例不低于30%，中级职称教师比例40%左右。在校生与专任教师之比不高于25:1。教师结构总体上与课程结构相适应。

（二）教学设施

1. 校内实训基地

序号	实训室名称	设备	功能	软件
1	电子商务综合实训室	计算机70台、服务器1台、灯光设备、电子商务环境等模拟软件各1套	电子商务概论感性认识、电子商务静态网站设计、电子商务平面设计实训、电子商务动画设计实训。每年可供200名学生实	

			验教学。	
2	电商创业实训室	计算机 20 套	模拟为管理竞聘等, 搭建实验教学平台。每年可供 60 名学生实验教学。	
3	网络营销实训室 (机房四)	计算机 61 套, 服务器 1 台, 多媒体设备 (投影仪、幕布、音箱) 1 套	模拟为网络营销、营销策划等, 搭建实验教学平台。每年可供 100 名学生实验教学。	
34	ERP 沙盘实训室	服务器 1 台 电脑 16 台	ERP 沙盘模拟实训	实物沙盘 电子沙盘

2. 校外实践基地

序号	基地名称	基地功能	实践目的
1	嘉年华酒店投资管理有限公司	客户服务	指导学生认识和了解企业客户服务意识和观念
2	泉州市百淘电子商务有限公司	行政服务	指导学生认识和了解企业行政办公服务管理构成
3	厦门易尔通网络科技有限公司泉州分公司	人事专员	指导学生掌握人事招聘, 劳动合同等
6	中企动力科技有限公司泉州分公司	文秘	指导学生认识和了解企业文秘工作岗位职责
7	厦门咻电网络科技有限公司	人力资源管理	指导学生认识人员招聘, 薪酬制定, 工资发放

(三) 教学资源

1、选用教材及参考资料

课程名称	教材名称	出版社	主编	出版时间	是否 高职 高专 教材
管理学基础	管理学基础	教育出版社	万强	2019.8	是
市场营销策划	营销策划实训教程	清华大学出版社	王令芬	2019.9	是
商务礼仪实训	商务礼仪	高等教育出版社	催玉环	2018.9	是

商务沟通与谈判	商务谈判与沟通技巧	高等教育出版社	韦宏	2019.2	是
人力资源管理	人力资源管理	湖南师范大学出版社	李东	2020.4	是
公共关系实务	公共关系管理	东北大学出版社	贾薇	2020.5	是

2、网络学习资源

教师和学生可以利用业务时间充分理论网络环境中的信息资源进行学习，常见的一些网络学习资源有网络课程、网络课件、电子图书等，如：

- 1、国家精品课程网站：<http://www.jingpinke.com>
- 2、中国开放教育资源协会网站 <http://www.core.org.cn>
- 3、国家图书馆 <http://www.nlc.gov.cn/>

（四）教学方法

各专业课程教学中根据课程具体情况选择或者组合使用项目教学法、案例教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、分组讨论法、情境教学法、角色扮演法等等，以培养学生各方面的能力，如使用分组讨论法培养学生主动学习能力、协调能力、语言表达能力、团队协作能力，使用角色扮演法让学生了解营销经理、项目组成员、客户等角色的职责、作用及要求，还有是团队是如何分工协作的。使用的立体化教学手段包括课程网站、案例、项目实例、视频教程、微课、阅读材料等。教学过程中，通过校企合作、校内实训基地建设等多种途径，采取生产性实训、任务驱动、项目教学等形式，给学生提供丰富的实践机会。适当选取多门课程，按照学生原有课程基础、自身学习兴趣、学习能力、毕业后升学意向和就业意向开展分层教学。充分利用自主学习平台，实现课堂教学和网络自主学习相结合，既有集中授课，又

强调自主学习，拓宽课堂视野。

（五）教学评价

学生学业成绩评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力，如以证代考、项目考核、作品考核、操作考核、调查报告等，考核内容包括平时作业、课堂提问、课堂讨论、技术文档、作品、实训操作等，证书有“企业人力资源管理员”“人力资源共享服务 1+X 证书”等。

就业工作是专业生存和发展的基础，工商管理专业将重视发挥专业教师的积极性和主观能动性，利用一切可以利用的资源做好学生的就业工作，同时工商管理专业今后将不定期就毕业生在企业中的表现等征求行业、企业对毕业生的评价，从而修改完善专业人才培养方案，争取在各方努力下本专业的就业率和签约率在全院排名靠前。今后将多对这些行业进行调研，积极搜集反馈意见，用以指导教学。

（六）质量管理

建立健全校院（系）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。

十二、教学实施要求

（一）“三堂联动，六化育人”教学实施要求

序号	名称	课程名称（活动名称）	目标及内容	学分统计
1	制度文化	入学教育及军事技能训练	以学生的全面发展为目标，针对民办高职院校学生特点遵循学生身心发展规律，建章立制，用制度文化规范人，用科学的制度推动严谨、规范、精细的学生管理，形成和谐的制度化生活学习方式，增强育人新成效	2
2	环境文化	ERP 沙盘实训	ERP 沙盘模拟使学生置身于企业决策过程，使学生对企业的整个经营管理过程有了非常透彻的了解，帮助学生培养团队协作精神、逻辑思维能力、组织与计划能力、创新能力和及时应变能力	4
3	行为文化	商务礼仪实训	以学生行为规范和礼仪习惯为着力点，不断提升学生职业道德意识	2
4	精神文化	中国传统文化	以校风、教风、学风建设为切入点，打造	2

			独具华光魅力的精神文化，引导学生“扣好人生的第一粒扣子”，让学生在主动实践体验中汲取精神文化营养，内强素质，外塑形象努力，成为道德纯洁、理想高尚的人	
5	艺术文化	宿舍文化节、科技文化艺术节	营造浓厚的艺术文化氛围，着力提升校园文化品位，让学生在富有华光特色的艺术氛围中健康成长，促进学生全面发展	
6	职场文化	连锁门店管理实训、人力资源管理综合实训	通过实验，用行业、企业的职业道德标准影响和塑造学生的良好行为习惯	8

（二）就业创业教学实施要求

针对本专业的特点，邀请企业家为学生开设创业讲座，实施职业生涯规划 and 就业创业教育，提高学生的创业意识、就业能力，将课堂教学与创业实践相结合。

通过项目训练人力资源管理技能比赛对人力资源规划、工作分析、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理、产品等八个中心进行操作，比拼人力资源管理各模块相关知识的实践能力和分析决策能力来培养学生在信息化环境下对薪酬、绩效管理业务的处理能力。

（三）毕业设计教学实施要求

毕业设计是本专业实务性应用研究的一门重要开放式、必修课程，主要是培养学生掌握专业理论基础知识和基本技能，提升将知识与技能在实际工作中整合应用的能力、学习能力、团队合作的工作态度精神、独立思考研究及创新的能力、解决问题的逻辑思考能力、实际项目操作的能力，提升论文撰写与口头报告能力等关键能力，并由此提供学生一个提升自我能力及训练的机会。

根据我院《毕业设计（论文）文件汇编》的要求，以提高学生专业能力和关键能力为目标，在第五学期分阶段修读，共计 8 学分。学生可以依据职业发展需要或个人兴趣选取一个专题进行实务专题制作或撰写调查报告，在专、兼教师指导下完成。

1、毕业设计内容及要求

毕业设计包括文献收集、编写设计方案、制作与研究以及答辩等阶段性内容。毕业设计应综合考虑职业岗位专业知识技能和职业核心能力教育教学需要，编制出具有可行性课程实施计划。

2、组织实施

(1) 在专业建设指导委员会的指导下，专、兼教师组成毕业设计领导小组提供题目，学生应依据职业发展需要或个人兴趣选取一个专题进行制作或撰写调查报告。

(2) 在毕业设计实施前，应开设专题讲座，让学生了解什么是关键能力，怎么样培养提高关键能力，使学生明确毕业设计要求与目标。

(3) 选题流程。指导教师公示题目，学生自主选题，经系批准后开展专题制作或进行调查报告，在实施过程中，若更换题目或指导教师的可按学院规定的程序进行。

(4) 在毕业设计实施过程中，指导教师通过引导、提醒、解答、鼓励、表扬等办法帮助学生开展专题制作或调查报告，记录学生各个关键技能的具体表现。

(5) 答辩。答辩开始前，学生需将专题报告或毕业调查报告等资料提交给指导教师；指导教师应审查所提交的内容是否符合要求，并在签署审核后向系提交参加答辩的学生名单；专题制作报告或作品（实物）未能提交者，不能申请参加答辩。

3、考核办法

(1) 毕业设计考核有两部分组成，一是专业能力考核，可根据学生在选题、文献收集、方案设计、专题制作等过程中专业知识应用、技能操作、创新力等情况进行成绩评定；二是关键能力考核，关键能力考核没有统一标准，一般以 70 分为起点分，通过各阶段实施后，指导教师观察学生关键能力升幅情况而评定学生成绩。

(2) 文献收集阶段的考核。由小组成员相互自评和指导教师评

鉴构成，其中组内成员之间相互自评（平均值）和指导教师对组内每一成员之评鉴各占成绩的 50%。

（3）编写实务专题方案或毕业调查报告的考核。方案或调查报告应具有科学性、实用性、逻辑性，总字数应该在 4000 字左右，不得少于 3000 字，要求立论正确、结构合理、条理清楚、内容完整、资料详实、文字通顺、引文规范；格式要求见《泉州华光职业学院毕业论文（调查报告）规范化要求》。考核成绩分优秀、良好、中等、合格和不合格五个等级。若评为不及格，限期更改，一个月后再次组织评审，如果仍为不及格，则重修。

（4）答辩阶段。由系指派三位教师（含企业人员）对优秀毕业设计成果进行答辩评分。答辩评分占成果总得分 50%，答辩评分不及格者，限期更改。

（四）认知实习教学实施要求

认知实习是学生在即将开始学习本专业理论课程之前进行的一个重要实践教学环节，通过认知实习，让学生对本专业建立感性认识，并进一步了解本专业的学习实践环节。

1、认知实习安排

（1）实习时间：新生开学后二周内进行

（2）实习对象：一年级工商企业管理专业学生

（3）实习地点：校外实训基地

（4）实习内容：了解企业的组织架构和企业文化，熟悉新零售营销、培训与开发、员工关系管理、产品等部门的工作职责和运作流程。

2、实习要求

- (1) 实习期间注意自己的着装，不能穿背心、短裤和拖鞋。
- (2) 实习期间一定要听从带队老师的指挥，不要擅自离队。
- (3) 不得迟到、早退，如因特殊原因不能按时到达或不能去实习应向带队老师请假。
- (4) 实习期间仔细观察，认真听老师或师傅的讲解，遇到不懂得地方可以提出来，随时做笔记。
- (5) 实习期间要严肃认真，禁止喧哗打闹。

3、实习考核评价

评分内容	评价目标	评分标准	评价方式	评价分值
实习报告	考核学生对知识、方法的掌握和学习过程中出现现象的理解与解释能力，侧重于学生智能因素的考核	报告的书写质量、字数、规范性；报告内容的完整性；与专业的相关性；对专业的前瞻性	教师评价	60%
过程考核	端正学生在认识实习过程中的态度，培养其组织性及纪律性，使其在实习过程中有最大的收获	学生在实践、参观、学习过程中的积极性、出勤表现，根据学生的综合表现进行评分	企业教师评价 40%，校内教师评价 60%	40%
综合得分	100			

(五) 跟岗实习教学实施要求

跟岗实习是在学生在校学习专业理论课及专业课的基础上，为全面验证所学理论和了解市场营销岗位而进行的实践教学环节，引导学生理论联系实际，使学生拓宽视野，增强对社会、国情和专业背景的

了解；获得实际工作的知识和技能，进一步拓宽学生的专业理论知识，培养学生综合运用所学知识分析问题和解决问题的能力、实践动手能力和创新能力；增强劳动观念，培养学生的敬业、创业和合作精神，是培养学生综合运用所学专业的基本理论、基本方法、基本技能、理论联系实际、独立地分析问题、解决问题能力的重要环节。

1、实习的目的

(1) 使学生通过调查研究，深入地了解企业在经济管理(项目经理；客户专员；人事主管；市场督导；区域督导；质量管理专员)物流管理等衍生服务等经济活动等方面的现状和经验，巩固所学专业的理论知识，并为以后就业作好充分准备。

(2) 通过跟岗实习，更好地理解管理工作的性质、特点，明确企业管理工作在经济活动中的重要地位。较全面、深入地了解企业管理的意义，熟悉企业职能划分、岗位管理与设计，使学生对企业管理工作实践有一个较全面的感性认识。

(3) 通过跟岗实习，了解工商企业管理工作的具体操作程序和方法，掌握正确处理人力资源业务的能力和技巧。

(4) 通过跟岗实习，培养学生观察问题、分析问题和解决问题的能力，为今后较顺利地走上工作岗位打下一定的基础。

(5) 通过跟岗实习，培养学生理论和实践相结合的能力，培养实事求是的工作作风，踏踏实实的工作态度，树立良好的职业道德和组织纪律观念。

2、跟岗实习的基本内容、目标

跟岗实习是学生接触实践的教学过程，每个学生都要参加企业管理各岗位的实务操作实习，在此基础上了解实习单位管理工作的具体

情况，将已学过的专业知识与实践相结合。

跟岗实习主要是对所实习的单位和企业进行全面、深入的调查、了解，认真收集现场资料，并对现场资料进行归纳、整理，写出一般实习报告。

3、教学形式

工商企业管理专业的跟岗实习的实习方式是对照实习内容，通过下列方法手段完成实习任务。

(1) 实习动员阶段：由系领导进行实习动员，明确实习性质和目的；由指导教师下达实习任务书（指导书），明确实习要求和任务，拟定实习计划。

(2) 实习阶段：学生深入实习单位进行实习，参与实习单位的会计核算和财务管理工作。

(3) 实习小结阶段：实习外勤工作结束以后，学生撰写跟岗实习报告，进行实习经验交流。

在学生实习期间，指导教师应当定期或不定期地对学生的实习情况进行检查。检查可以采用与实习单位指导教师通讯联系、实地走访实习单位等方式。实习检查的主要内容包括：学生劳动纪律的遵守情况；学生工作的主动性；学生在实习过程中论文资料的收集情况等等。指导教师对学生实习的检查应当有书面记录；评定实习成绩时应充分考虑检查结果。

4、考核方式及成绩评定

学生实习成绩应综合体现学生在整个实习过程中的表现和所取得的成效。实习成绩由实习纪律、实习态度、业务能力和任务完成情况等项目构成。毕业实习成绩评定应参考实习单位对该实习生的实习

鉴定、学生上交的实习日记、跟岗实习报告和指导教师的检查情况来确定。

（1）考核方式

采取随时考查、定期抽查、评阅与答辩相结合方式

（2）成绩评定

实习成绩（20分满分为优）：由跟岗实习日记成绩、《跟岗实习过程报告》成绩、《跟岗实习总结报告》成绩四项折合组成，每项分为五个等级，分别为优、良、中、及格、不及格。具体标准如下：

①优秀标准

圆满完成大纲中规定的实习内容，认真撰写实习报告，报告中体现新的思想，实习表现优良。

②良好标准

80%完成大纲规定的实习内容，认真撰写实习报告，实习表现良好。

③中等标准

70%完成大纲规定的实习内容，较认真撰写实习报告，实习表现尚好。

④及格标准

60%完成大纲规定的实习内容，较认真撰写实习报告，实习表现一般。

⑤不及格标准

有下列情形之一者为不及格：实习内容完成60%以下；实习报告撰写不认真；40%以上的内容属抄袭他人；有严重违纪现象，如：不尊重现场人员、打仗、上班喝酒等；擅自离开实习现场3天以上者或

参加实习时间不足三分之二者。

(3) 实习结束学生必须提交的文件

(1) 见习日志

①实行日记要记录实习的时间、地点、指导教师。

②记录每天的实习内容。要求文字简练，语句通顺，内容真实。

③实习收获和体会。

(2) 见习考核表

(六) 顶岗实习教学实施要求

专业顶岗实习为本专业学生联结学校课堂学习与岗位就业创业的桥梁，是学生从学校到社会实现人生转折的一个必经阶段。顶岗实习期间要加强学生职业理想、职业道德、从业创业知识指导教育，把按照学院制定的《泉州华光职业学院顶岗实习管理办法》，做为本专业学生顶岗实习实施管理的主要依据。

1、顶岗实习管理模式

顶岗实习按照校企共同制定实习计划、管理规定、评价标准，共同指导学生实习、评价学生成绩模式等开展实践教学，并由院领导、系部领导、指导教师和辅导员定期、分批、巡回到各实习点探望学生，召开座谈会，了解学生实习状况，解决学生实际问题，确保实习工作顺利进行；同时，在实习企业或实习城市，成立实习生临时党支部或团支部，充分发挥学生党员、团员在实习过程中的模范带头作用，以实现在实习过程中学生的自我服务、自我管理和自我约束。

2、顶岗实习时间

顶岗实习时间安排在第六学期完成，共 14 周。

3、顶岗实习地点

顶岗实习地点由学生自行联系实习单位。

4、顶岗实习要求

职业态度要求：爱岗敬业，工作踏实，学习能力强，树立主人翁的思想。

职业道德要求：节约、安全、文明生产。在实习过程中，要求学生始终坚持“安全第一”的理念，严格遵守工厂的规章制度，服从实习老师的统一管理。

实习岗位要求：顶岗实习的岗位应该是与本专业有关的工作岗位。

考核材料要求：提交顶岗实习记录、顶岗实习报告、顶岗实习考核表等相关材料，完成指导教师和学生顶岗实习各个阶段任务，并做好顶岗实习过程材料整理归档工作。

5、顶岗实习成绩评定

顶岗实习结束，由实习单位和学校老师共同评定顶岗实习成绩。根据学生实习期间组织纪、工作态度、任务完成情况、实习报告质量、实习单位意见、实习指导教师意见等进行综合考核，评定实习成绩。其中，组织纪律占 10%，工作态度占 10%，任务完成情况占 45%，实习报告占 15%，实习单位意见占 10%，实习指导教师意见占 10%。顶岗实习成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级记分制评定。

有下列情况之一的，成绩按不及格处理：①未达到实习大纲规定的基本要求，实习报告马虎潦草，或内容有明显错误；②未参加实习的时间超过全部实习时间三分之一以上者；③实习中有违纪行为，教育不改或有严重违纪行为者。

十三、毕业要求

学生通过规定年限的学习，完成各门课程学习及参与各教学环节

活动,参加专业规定的实习,修满专业人才培养方案所规定的 学分,达到本专业人才培养目标和培养规格的要求,并取得至少 1 个与专业相关的营销资格证书,通过省计算机等级考试,准予毕业。

十四、继续学习建议

(一) 专升本对应相关专业

工商企业管理、人力资源管理

(二) 提升职业资格渠道

(1) 人力资源管理师、经济师等

(2) 1+X 证书

培训评价组织名称	证书名称
北京鸿科经纬科技有限公司	网店运营推广
上海财才网信息科技有限公司	薪酬管理
上海踏瑞计算机软件有限公司	人力资源共享服务
北京东大正保科技有限公司	企业管理咨询
启端(北京)教育科技有限公司	人力资源数字化管理

十五、说明

1. 根据人才培养目标、专业特点和岗位对人才知识、能力、素质的要求,对课程作了调整和优化。

2. 本培养方案采取“2+1”(可改)的培养模式。

3. 学生必须修满综合能力拓展模块 10 学分,相关修读、认定标准见教学计划表。

4. 在执行本方案过程中,各二级学院可根据实际情况作适当

调整，但必须通过规定程序报教务处审核、分管副校长审批，经批准后方可按调整方案执行。