商务管理专业
人才培养方案

专 业 名 称	商务管理
专 业 代 码	530603
二 级 学 院	商学院
专业带头人	许文全
适 用 年 级	2026级
制（修）订时间	2026年5月

湖南科技职业学院教务处　编制

2026年4月

编制说明

本专业人才培养方案依据《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）等文件精神，贯彻商务管理专业简介、教学标准、实训条件建设标准等标准、结合策划行业和区域产业对人才的需求制订。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，按照商务策划岗位和职业能力培养的要求，遵循学生职业能力培养和发展的基本规律，实现新时期现代商务管理专业人才培养要求。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，继续深化教育改革，创新教育方式方法，确保每一位学生都能够在求知的道路上获得全面发展。由于“全渠道数据调研分析”、“人工智能”、“基于大数据模型的客户精准分析”等新技术出现，为了促进专业升级和数字化转型、绿色化改造，特此修订本专业人才培养方案。

商务管理（530603）本方案主要由入学要求、基本修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附录等内容组成。适用于三年制全日制高职商务管理专业，由湖南科技职业学院商务管理专业教学团队与湖南红星国际展览有限公司等企业经规划与设计、调研与分析、起草与审定、发布与更新等程序，将在 2026级商务管理专业实施。

主要编制人:

姓名	单位	身份	职称
许文全	湖南科技职业学院	专业带头人	教授
李凌云	湖南科技职业学院	教研室主任	讲师
蔡蕙	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
周静云	湖南科技职业学院	骨干教师	副教授
曾嘉	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
李晓燕	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
段毅	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
龚环	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
权博	湖南科技职业学院	骨干教师	助理研究员
赵登	湖南红星国际展览有限公司	企业技术人员	总经理
覃芳	湖南湘商国际会展有限责任公司	企业技术人员	副总经理

目　录

一、专业名称（专业代码） 1
二、入学要求 1
三、基本修业年限 1
四、职业面向 1
（一）职业面向 1
（二）职业发展路径 1
（三）典型工作任务与职业能力分析 2
五、培养目标与培养规格 3
（一）培养目标 3
（二）培养规格 4
六、课程设置及要求 6
（一）课程体系 6
（二）课程设置 9
（三）课程描述 9
七、教学进程总体安排 39
（一）教学进程安排 39
（二）教学时数分类统计 46
八、实施保障 46
（一）师资队伍 46
（二）教学设施 48
（三）教学资源 50
（四）教学方法 52
（五）学习评价 53
（六）质量管理 53
九、毕业要求 54
十、附录 54
（一）学分认定、积累与转换 54
（二）公共基础任选课一览表 54
（三）专业人才培养方案论证表 54
（四）专业人才培养方案制（修）订审批表 54

商务管理专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

商务管理（530603）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

（一）职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

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（群）或技术领域	职业类证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类（5306）	批发业（63） 零售业（65） 商务服务业（74）	商务策划专业人员（2-06-07-03）； 品牌专业人员（2-06-07-04）； 经纪与代理专业人员（2-06-07-11）	商务策划； 品牌策划和推广； 活动运营	商务策划师职业资格证书； 互联网营销师职业资格证书 经济技术专业资格证

（二）职业发展路径

根据专业主要职业面向，结合职业岗位调研分析，学生毕业后的初始就业岗位为策划助理/策划专员、商务项目助理等，发展岗位包括策划主管、商务项目经理等，迁移岗位包括直播销售员、公关部经理等。本专业毕业生职业发展路径如表 2 所示。

表 2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	策划助理/策划专员、商务项目助理、品牌推广专员、运营专员	（1）具有市场调研与分析的能力，能够进行市场环境分析，包括行业趋势、竞争对手、目标用户研究能够设计调研问卷、开展定性（访谈）和定量（数据统计）调研； （2）具有项目策划的能力，能够进行项目需求分析，明确目标、范围及关键指标（KPI）能够制定项目策划方案，包括预算、时间表、资源分配及风险评估； （3）具有方案撰写与执行的能力，能够撰写结构清晰、逻辑严谨的策划方案、执行方案及汇报材料能够协调多方资源推动方案落地； （4）具有文档处理与信息管理的能力，能够规范撰写、整理和归档各类业务文档能够使用办公软件高效处理数据与信息
发展岗位	策划主管、商务项目经理、品牌推广策划师	（1）具有商务策划能力，能够基于市场洞察制定品牌/项目，制定长期发展战略，提供创意输出，进行资源整合。 （2）具有商务谈判能力、项目管控能力、风险预判能力，能够独立完成客户对接、需求分析与合同签订，能够全生命周期管理项目，能够识别商务合作中的潜在风险并制定应对策略，能够精准控制项目预算，确保利润率

		（3）具有品牌运营与维护的能力，能够制定品牌策略，包括定位、视觉体系、传播规划能够策划并执行品牌活动（如线上线下推广、公关事件）；
迁移岗位	直播销售员、公关部经理 连锁经营管理师、全媒体运营师	（1）具有镜头表现力、销售转化能力，能够自然流畅地进行产品讲解，保持感染力与互动性，能够运用话术技巧刺激下单，能够快速掌握商品卖点、适用场景及竞品差异； （2）具有临场应变能力、数据分析能力的能力，能够处理直播突发状况，能够复盘直播数据； （3）具有媒体关系维护、危机公关能力的能力，能够建立并维护核心媒体、KOL 资源库，能够制定舆情应对预案，快速响应负面事件； （4）具有内容输出能力、活动策划能力、行业洞察力的能力，能够撰写新闻稿、CEO 发言稿等公关材料，能够统筹新闻发布会、品牌公益活动等，能够预判政策/社会趋势对品牌的影响。 （5）具备数据分析（门店盈利模型）、团队管理、供应链协调，具备成本控制和市场拓展意识。具备文案、剪辑、设计、数据分析；熟悉各平台规则及运营策略的能力

（三）典型工作任务与职业能力分析

策划助理/策划专员、商务项目助理、品牌推广专员、活动运营专员是本专业职业面向的主要岗位，也是学生毕业从事的初始岗位，其典型工作任务与职业能力分析如表 3 所示。

表 3　典型工作任务与职业能力分析

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
策划助理/策划专员	（1）市场调研与分析； （2）项目策划； （3）方案撰写； （4）方案执行	（1）具有使用多渠道收集项目策划所需数据、资料的能力； （2）具有对收集的数据、资料进行分类整理的能力； （3）具有较强的数据分析能力，能够根据企业需求对调研数据开展分析并提出应对策略； （4）具有一定的创新思维能力，能够协助策划主管制定创新的策划提案； （5）具有较强的文案写作能力，能够根据企业需求进行项目活动方案撰写和加工； （6）具有较强的逻辑思维能力，能够对撰写的活动方案进行推演与勘误，确保方案的完整性和可行性，为企业的活动或项目提供有力的支持。 （7）具有细致的执行力，能够严格按照策划方案的要求，安排活动细节，准备相关物料，确保活动的顺利进行； （8）具有高效的沟通协调能力，能够与各方资源进行有效沟通，确保策划方案的顺利执行，并在活动现场灵活应对各种突发情况，保障活动的顺利进行； （9）具有较强的分析总结能力，能够在活动结束后进行效果评估并提交调整方案，保证客户满意度

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
商务项目助理	（1）行政管理与协调； （2）文档处理与信息管理； （3）沟通联络与会议管理； （4）项目跟进与问题处理	（1）具有高效的时间管理能力，能够合理安排工作日程，确保各项任务按时完成，为项目顺利进行提供有力保障； （2）具有强烈的保密意识，能够确保项目信息的安全性和保密性； （3）具有高度的职业操守，能够遵守职业道德规范，诚信、公正地履行工作职责，为公司树立良好的形象； （4）具有扎实的文档处理能力，能够熟练掌握办公软件，高效处理项目相关文档、报告和合同，保证信息准确无误； （5）具有敏锐的信息搜集与分析能力，能够搜集并整理与项目相关的市场信息、行业动态等，为项目决策提供数据支持； （6）具有较强的沟通能力，能够与项目团队成员、外部合作伙伴和客户保持有效沟通，确保信息传递的准确性和及时性； （7）具有会议管理能力，能够安排和组织项目会议，确保会议顺利进行，并有效记录和总结会议内容； （8）具有细致的项目跟进能力，能够关注项目进度，及时跟进各项任务完成情况，确保项目按计划进行； （9）具有快速的问题处理能力，能够在遇到问题时迅速响应，分析问题原因并提出解决方案，降低问题对项目的影响
品牌推广专员	（1）品牌调研； （2）品牌执行； （3）品牌宣传； （4）品牌维护	（1）具有数据收集能力，能够采取多种途径调查和收集数据，从而为品牌推广提供数据支持和市场洞察。 （2）具有优秀的项目执行能力，熟悉品牌推广的执行流程和操作规范，能够在规定时间内，保证品牌活动的顺利进行。 （3）具有较强的组织协调能力，能够协调各方资源推动品牌项目的顺利实施； （4）具有沟通能力，实施并监控广告发布，保持与媒体的经常性有效沟通。 （5）具有宣传计划执行能力，能够结合品牌经营目标，进行品牌宣传； （6）具有海报、形象墙等宣传物料制作、设计、布置等能力； （7）具有规范品牌形象的使用，收集品牌活动建议和反馈，监督相关部门涉及品牌使用的部分工作，保持企业品牌形象的统一和规范的能力
活动运营专员	（1）活动策划； （2）项目管理； （3）数据收集与分析； （4）现场执行和问题处理	（1）具有活动策划和设计能力，能够确定活动目标、主题、形式和流程，制定详细的活动方案和执行计划； （2）具有项目管理能力，能够协调活动项目的整体管理，包括时间表、资源分配和进度跟踪，确保活动按计划顺利进行； （3）能够制定活动预算，监控活动支出，确保活动在预算范围内完成，处理费用报销和财务对账。 （4）能够收集活动数据和反馈，分析活动效果，评估活动的成功与否，并提供改进建议； （5）具有活动现场的组织和管理能力，能够完成现场布置、设备调试、人员安排等，确保各项活动流程的顺畅和高效； （6）具有处理活动过程中出现的各种突发情况和问题的能力，能够迅速找到解决方案，确保活动的顺利进行

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和商业经济、管理学、市场营销、产品促销、品牌策划、商标及知识产权保护等知识，具备对品牌推广、产品促销等商务活动进行轮廓策划、创意构想、组织实施的能力，具有工匠精神和信息素养，面向批发业、零售业和商务服务业等行业的商务策划专业人员、品牌专业人员等职业群，能够从事商务策划、品牌推广、活动运营、

2026级商务管理专业人才培养方案

数据分析等工作，毕业 3～5 年能够胜任品牌策划经理、商务项目经理等岗位（群）的高技能人才技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1．素质

S1：坚决拥护中国共产党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。

S2：崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命，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。

S3：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维。

S4：勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理意识、职业生涯规划意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

S5：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、卫生及行为习惯。

S6：具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

S7：具有正确的劳动观念、积极的劳动精神、 良好的劳动习惯和品质。

S8：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，并将中华优秀传统商业文化讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义的思想精髓渗透到商务策划、品牌策划和推广、促销活动实施等具体工作中。

S9：具有良好的从事商业服务业和零售业的职业道德，热爱商业服务事业，具有良好的商务职业形象，具有探究学习、分析问题和解决问题的钻研精神。

S10：具有较强的商品质量意识、客户服务意识、责任安全意识、信息素养、美学素养、创新思维和全球视野， 以及敬业、专注、服务社会和人民的社会责任感和担当精神。

S11：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。

2．知识

Z1：掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识及通用劳动知识。

Z2：熟悉与本专业相关的法律法规及环境保护、安全消防、文明生产、商业职业伦理等知识。

Z3：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。

Z4：掌握经济学、管理学、营销学、会计学、商品学、人力资源管理的基本知识。

Z5：掌握市场调研与数据分析、市场营销 STP 及 4Ps 理论的基本知识。

Z6：掌握企业年会、周年庆、开业庆典、新闻发布会、展会参展、商务演讲、招商等常规商务活动设计、组织、实施流程和实施后的评估标准。

Z7：掌握品牌策划和推广渠道、执行流程，品牌策划推广方案的撰写原则和方法。

Z8：熟悉各类商务办公、拜访、接待、庆典、仪式等商务活动的礼仪规则， 以及沟通谈判的要

2026级商务管理专业人才培养方案

素和行为准则。

Z8：了解客户开发与跟进、客户服务和客户关系管理的要点和流程，掌握处理客户异议、投诉和个性化服务的方法。

Z9：掌握各种商务活动文案写作内容和方法，以及各种新媒体文案、推广文案撰写的基本方法和技巧、传播渠道和特点。

Z10：了解公共关系工作的基本方法和技巧，掌握新闻发布会流程和各种公共事件、危机事件处理技巧和企业 CIS 策划流程。

Z11：掌握专利、注册商标等知识产权授予的条件和程序，了解知识产权代理工作的内容，以及知识产权保护的措施。

Z12：熟悉并掌握商务数据分析的工作内容、数据分析报告的结构与写法；了解商务谈判的基本程序以及打破僵局的策略和技巧。

3．能力

通用能力：

N1：具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，学习 1 门外语并结合本专业加以运用。

N2：具有必备的劳动能力，具备至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，具备一定的心理调适能力。

N3：具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能。

N4：具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或 2 爱好，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

核心能力：

N5：具有确定商务活动主题、设定策划目标、诊断企业资源、描绘策划印象等商务活动轮廓策划的能力；

N6：具有分析创意点、编写备选策划书、论证比较备选方案、制订系列操作文件等商务活动创意构想的能力。

N7：具有开展系统团队管理和人员培训，进行活动现场布局及安排、预算与进度控制、处理突发紧急事件等商务活动实施的能力；

N8：具有企业品牌搭建、销售渠道拓宽、招商策划、公共关系策划等能力。

N9：具有各种商务活动文案和新媒体文案的创作、撰写、发布、传播和推广的能力。

N10：具有商务活动调研方案制定、组织实施和数据整理分析、商业报告撰写的能力。

N11：具有良好的目标客户开发、客户服务与需求沟通的能力，以及较强的客户关系维护和管理能力。

N12：具有申请专利、注册商标，从事专利代理、商标代理的能力，以及知识产权合同管理和知识产权纠纷处理能力。

N13：具有良好的商务谈判能力，以及对与消费行为活动有关的信息进行搜集、信息整理、分析并制定相应策略的能力。

N14：具有创新创意思维能力，以及使用各种新型数字化工具、技术进行运用数据分析、平台运营和推广、图文内容和视频内容设计和推广的能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

1．课程体系构建

本专业课程由公共基础课与专业（技能）课组成，其中专业（技能）课分为专业基础课、专业核心课、专业拓展课以及实践性教学环节。本专业总共开设 65 门课，学生修习2752 学时，160.5 学分。

本专业隶属移动商务专业群，按照“管理学、商业经济理论、市场营销、数字化客服、商务数据分析”等专业基础相通，“商务策划、品牌策划推广、产品促销”等技术领域相近，“策划助理、策划专员、商务项目助理、品牌推广、品牌执行专员”等职业岗位相关，“教学团队、实训基地、教学资源库”等教学资源共享原则，实现“人工智能应用基础”“经济学原理”、“管理学基础”、“会计基础”、“商品学”、“市场营销实务”、“经济法基础”、“人力资源管理实务”等 8 门专业 基础课程和“商务策划实务”、“市场调研与数据分析”、“品牌策划与推广”、“公共关系策划”、 “客户服务实务”、“商务礼仪与沟通”、“商务文案写作”、“知识产权保护实务”8 门专业核 心课程、消费者行为分析 6 门专业拓展课程，构建了 34 门公共基础课、31 门专业（技能）课组成 的“4+2”专业模块化课程体系，即设置公共基础、专业基础、专业核心、专业拓展等 4 个教学主体 模块，全过程嵌入实践教学和创新创业等 2 个职业教育特色模块。

注重“岗课赛证创”融通，本专业将“互联网营销师职业资格证书”、“商务策划师职业资格证 书”等职业技能等级证书和“企业经营管理沙盘赛项”、“互联网营销师赛项”等专业技能竞赛有 关内容及要求有机融入专业课程教学；同时，注重专业升级及数字化转型、绿色化改造，将“数智 化工具”、“基于大模型的全渠道数据调研分析、“全渠道场景的品牌策划推广”、“人工智能” 等新技术有机融入专业课程教学；把思想政治教育贯穿人才培养体系，将专业精神、职业精神、工 匠精神、劳动精神、劳模精神融入人才培养全过程，将“课程思政”融入课程教学各环节。体现以 岗位（群）职业标准为基础， 以职业能力培养为核心，注重综合素质、实践能力、创新创业能力的 培养。本专业课程体系结构图如图 1 所示。

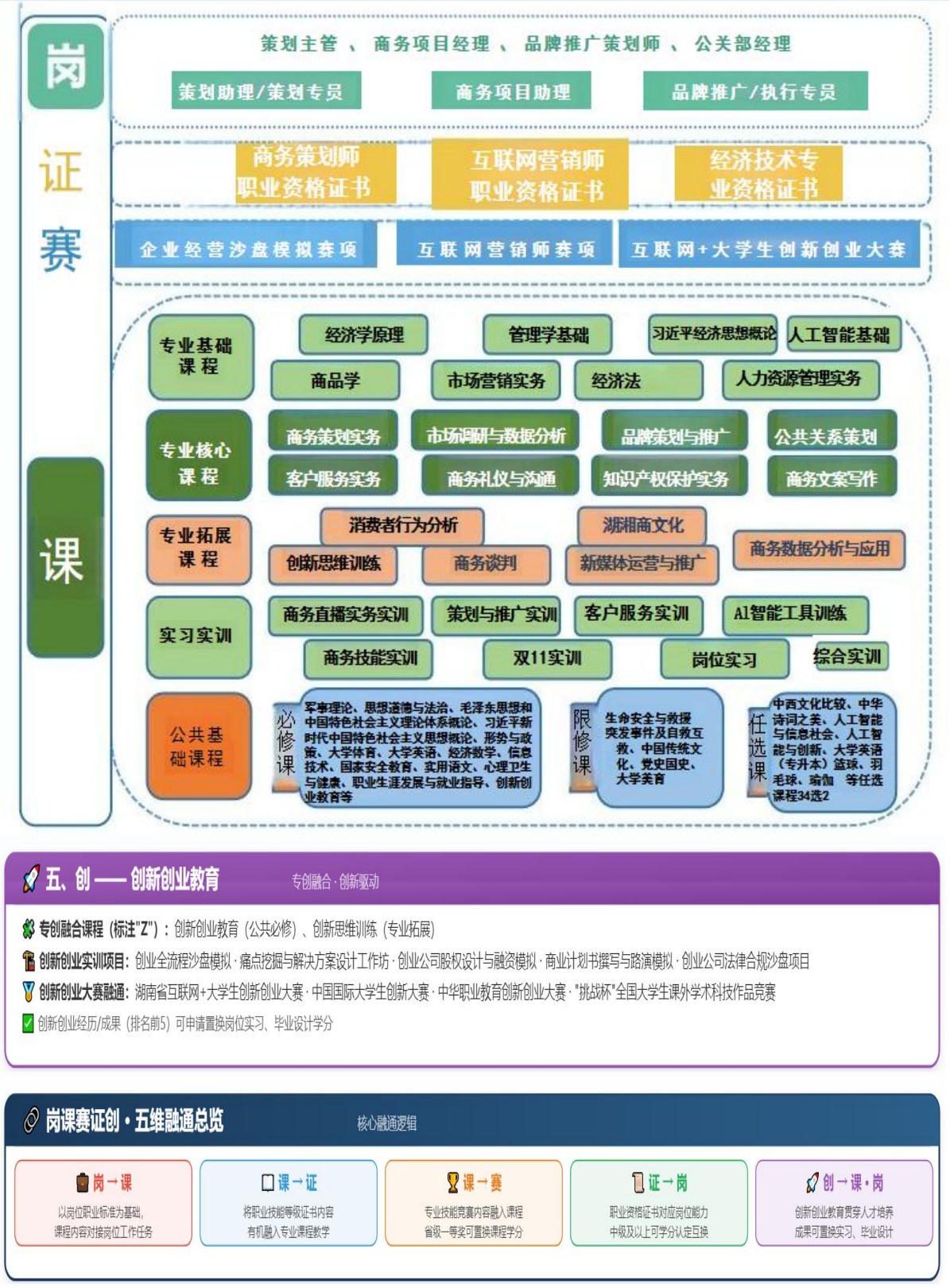

岗
证
赛
课
策划主管 、 商务项目经理 、 品牌推广策划师 、 公关部经理
策划助理/策划专员
商务项目助理
品牌推广/执行专员
商务策划师职业资格证书
互联网营销师职业资格证书
经济技术专业资格证书
企业经营沙盘模拟赛项
互联网营销师赛项
互联网+大学生创新创业大赛
专业基础课程
经济学原理
管理学基础
习近平经济思想概论
人工智能基础
商品学
市场营销实务
经济法
人力资源管理实务
专业核心课程
商务策划实务
市场调研与数据分析
品牌策划与推广
公共关系策划
客户服务实务
商务礼仪与沟通
知识产权保护实务
商务文案写作
专业拓展课程
消费者行为分析
湖湘商文化
创新思维训练
商务谈判
新媒体运营与推广
商务数据分析与应用
实习实训
商务直播实务实训
策划与推广实训
客户服务实训
AI智能工具训练
商务技能实训
双11实训
岗位实习
综合实训
公共基础课程
必修课
军事理论、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、大学体育、大学英语、经济数学、信息技术、国家安全教育、实用语文、心理卫生与健康、职业生涯发展与就业指导、创新创业教育等
限修课
生命安全与救援突发事件及自救互救、中国传统文化、党史国史、大学美育
任选课
中西文化比较、中华诗词之美、人工智能与信息社会、人工智能与创新、大学英语（专升本）篮球、羽毛球、瑜伽 等任选课程34选2
五、创 —— 创新创业教育
专创融合·创新驱动
专创融合课程（标注"Z"）：创新创业教育（公共必修）、创新思维训练（专业拓展）
创新创业实训项目：创业全流程沙盘模拟·痛点挖掘与解决方案设计工作坊·创业公司股权设计与融资模拟·商业计划书撰写与路演模拟·创业公司法律合规沙盘项目
创新创业大赛融通：湖南省互联网+大学生创新创业大赛·中国国际大学生创新大赛·中华职业教育创新创业大赛·"挑战杯"全国大学生课外学术科技作品竞赛
创新创业经历/成果（排名前5）可申请置换岗位实习、毕业设计学分
岗课赛证创·五维融通总览
核心融通逻辑
岗→课
以岗位职业标准为基础，课程内容对接岗位工作任务
课→证
将职业技能等级证书内容有机融入专业课程教学
课→赛
专业技能竞赛内容融入课程省级一等奖可置换课程学分
证→岗
职业资格证书对应岗位能力中级及以上可学分认定互换
创→课·岗
创新创业教育贯穿人才培养成果可置换实习、毕业设计

图 1　课程体系结构图

本专业现有 6 个校外实训基地，3 个校内共享生产实训基地，设置商务活动策划项目、品牌策划与推广、客户关系管理、国际商务谈判模拟、市场调查与分析项目等 12 个课程子项目，有商务活动策划实训、客户服务实训、商务直播实训、AI 智能工具训练等 5 个课程实训，设有双 11 实训、专业跨岗位实训、订单项目实训 3 个综合实训，及岗位实习和毕业设计 2 个综合实战。专业课程实践教学体系图如图2 所示。

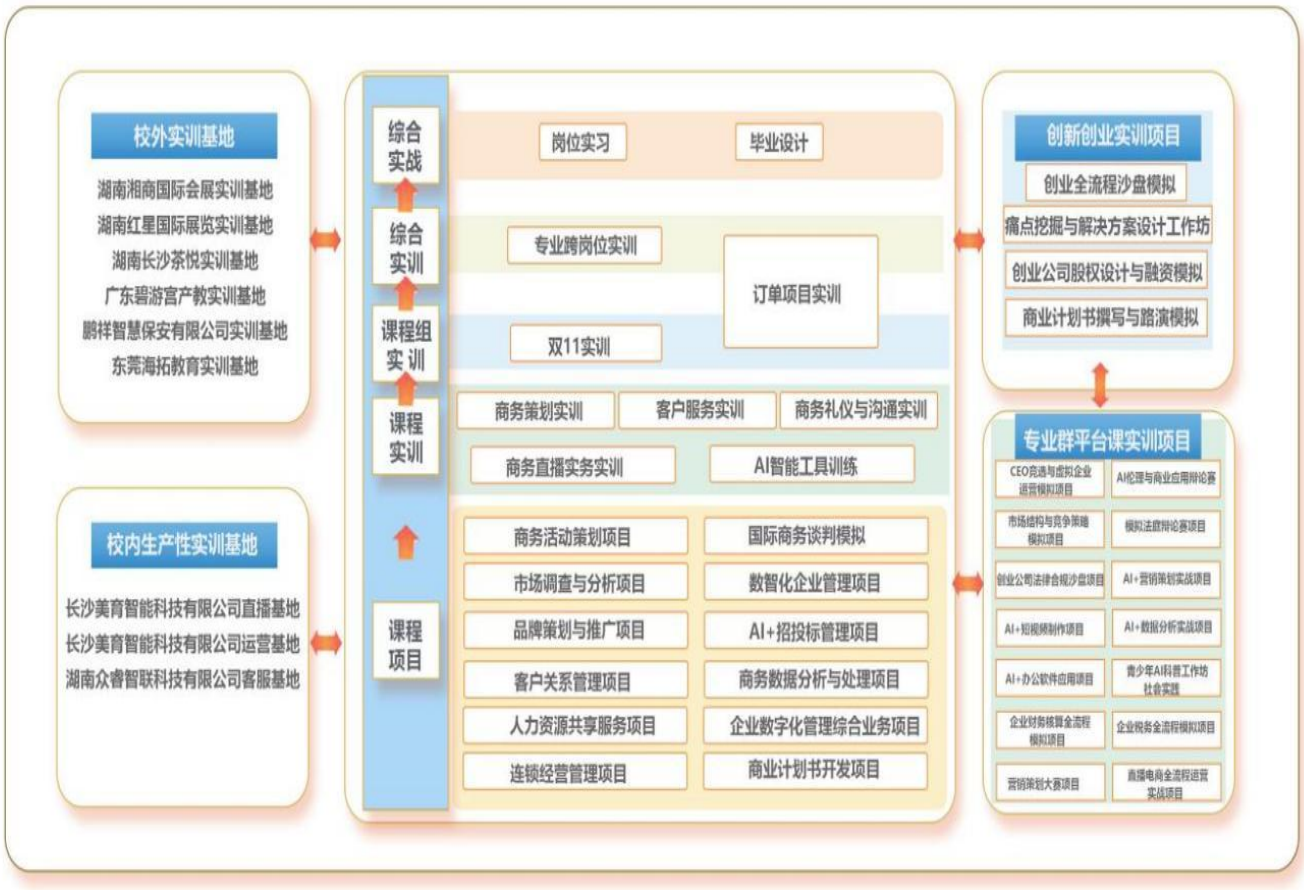


图2专业课程实 践教学体系图

本专业课证赛融通如表 4 所示。

表 4　课证赛融通一览表

证书/赛项类别	证书/赛项名称	组织单位	融通课程	
通用证书	高等学校英语应用能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	公共基础必修课	大学英语
	全国计算机等级考试一级证书	人力资源和社会保障部	公共基础必修课	信息技术
	普通话水平测试等级证书	湖南省语言工作委员会	公共基础必修课	实用语文
职业技能等级证书	互联网营销师职业资格证书（三级/四级）	中国轻工业联合会	专业核心必修课、专业基础必修课、专业限选课程	市场营销实务、商务直播实务实训、消费者行为分析、商务礼仪与沟通、策划与推广实训
	商务策划师职业资格证书（初/中/高）	JYPC 全国职业资格考试认证中心	专业核心必修课	市场调研与数据分析、商务策划实务、商务文案写作、品牌策划与推广、公共关系策划
职业技能大赛	企业经营管理沙盘赛项	湖南省教育厅	专业核心必修课、专业基础必修课、专业限选课程	市场营销实务、商务策划实务、管理学基础、人力资源管理实务、商务数据分析与应用
	互联网营销师赛项	湖南省人民政府	专业核心必修课、专业基础必修课、专业任选课程	市场营销实务、品牌策划与推广、商务直播实务实训、新媒体运营与推广、客户服务实务
创新创业大赛	湖南省互联网+大学生创新创业大赛	湖南省人民政府、湖南省教育厅	专业基础课、专业核心课	市场调研与数据分析、市场营销实务、管理学基础、公共关系实务、品牌策划与推广、知识产权保护实务
	中国国际大学生创新大赛	教育部	公共必修课	创新创业教育
	中华职业教育创新创业大赛	中华职业教育社	公共必修课	创新创业教育
	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	共青团中央、中国科协、教育部和全国学联、举办地人民政府	公共必修课	创新创业教育

本专业课新融通如表 5 所示。

表 5　课新融通一览表

对应项目	对应内容	融通课程	
新技术	使用新媒体技术和数智化工具进行商务活动策划	必修	商务策划实务
	基于大模型的全渠道数据调研分析技术、顾客画像分析的标签化和分级管理技术	必修	市场调研与数据分析
	使用 VR、AR 等数字化工具、“全渠道场景”技术进行企业数字化品牌宣传推广	必修	品牌策划与推广
	客户数据建模的基本指标分析技术、会员分级管理及相应权益分析技术、客户关系管理系统	必修	客户服务实务
	人工智能技术	必修	人工智能应用基础、AI 智能工具训练、

（二）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。其中，公共基础课程包括公共基础必修课程、公共基础限选课程、公共基础任选课程，专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业集中实践课程。

本专业课程设置如表 6 所示。

表 6　课程设置表

序号	课程类别		课程性质	主要课程
1	公共基础课程	公共基础必修课程	必修	入学教育、军事技能、军事理论、大学体育、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、高等数学、信息技术、实用语文、国家安全教育、心理卫生与健康、劳动教育、职业生涯发展与就业指导、创新创业教育
2		公共基础限选课程	限选	生命安全与救援、突发事件及自救互救、中国传统文化、党史国史、大学美育（2 选 1：美术鉴赏/音乐鉴赏）
3		公共基础任选课程	任选	详见附件 2《2026 级部分公共基础任选课一览表》
4	专业（技能）课程	专业基础课程	必修	人工智能应用基础、经济学原理、管理学基础、会计基础、商品学、市场营销实务、经济法基础、人力资源管理实务
5		专业核心课程	必修	商务策划实务、市场调研与数据分析、品牌策划与推广、公共关系策划、客户服务实务、商务礼仪与沟通、商务文案写作、知识产权保护实务
6		专业拓展课程	限选	创新思维训练、商务谈判、新媒体运营与推广、湖湘商文化
			任选	商务数据分析与应用、消费者行为分析
7		专业集中实践课程	必修	商务技能实训、商务直播实务实训、客户服务实训、双 11 实训、AI 智能工具训练、策划与推广实训、专业综合实训、岗位实习、毕业设计

（三）课程描述

1．公共基础课程

（1）公共基础必修课程

公共基础必修课程描述如表 7 所示。

表 7　公共基础必修课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	军事理论	**1．素质目标：**具有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：**加强组织纪律性，促进综合素质的提	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。	**1．课程思政：**增强学生的国防意识，提升军事课的满意度，提高参军入伍的积极性，筑牢大思政格局下的国防教育课程思政新阵地。 **2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 **3．教学方法：**为纯在线式网	S1 S2 S3 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		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。		络课程，线上学习资源采用案例教学法、情境教学法等教学方法。 **4．考核方式：**考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。	
2	思想道德与法治	**1.素质目标：**具有坚定理想信念、强烈家国情怀、良好道德素质、基本法治素养； **2.知识目标：**了解时代新人应具备的能力与素养；掌握马克思主义人生观 、价值观、道德观、法治观。 **3.能力目标：**具有理论联系实际，明辨是非的能力；具有创新创业的能力；具有道德践履和法治实践能力。	1.绪论篇：担当复兴大任，成就时代新人。 2.思想篇：领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统 弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值准则。 3.道德篇：遵守道德规范，锤炼道德品格 4.法治篇：学习法治思想，提升法治素养。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**坚持“教师主导、学生主体”，采用混合式教学法、任务驱动法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治强、情怀深、思维新、视野广、 自律严、人格正。 **4．考核方式：** 过程性考核 60%+终结性考核 40%。	S1 -S11 Z1 Z2 N1
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义“四个自信”的政治意识；具有正确“三观”的基本素养；具有将思政理论指导于个人行为的自觉思维。 **2.知识目标：**了解马克思主义中国化的历史进程；熟悉马克思主义中国化几大理论之间的相互关系；掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本内容、精神实质、历史地位、重要作用和科学方法。 **3.能力目标：**具有运用马克思主义中国化、时代化的基本立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	1．马克思主义中国化时代化及其理论成果；2．毛泽东思想的形成发展、主要内容和历史地位；3.邓小平理论的主要内容和历史地位；4.“三个代表”重要思想的主要内容和历史意义；5.科学发展观的核心要义和历史意义。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**理论讲授法、信息化教学法、启发式教学法、探究式教学法、情景教学法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广， 自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核 60%+终结性考核 40%。	S1- S11 Z1 Z2 N1
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、主要内容、现实意义；了解中国式现代化的基本内涵	1.马克思主义中国化时代化新飞跃； 2.新时代坚持和发展中国特色社会主义； 3.以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴； 4.坚持党的全面领导； 5.坚持以人民为中心； 6.全面深化改革开放； 7.推动高质量发展； 8.社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略；	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、	S1 -S11 Z1 Z2 N1

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		和本质要求；掌握坚持党的全面领导的基本内涵；了解高质量发展的基本要义；掌握教育、科技、人才的战略意义和全过程人民民主的本质要求。 **3.能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点、疑点问题的能力。	9.发展全过程人民民主。	启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解全面依法治国的中国特色社会主义法治道路；领悟中国特色社会主义文化力量；了解共建共治共享的社会治理现代化；掌握人与自然和谐共生、绿水青山就是金山银山的生态文明理念；了解总体国家安全观的新安全格局；了解新时代的强军目标；掌握“一国两制”的核心要义；了解人类命运共同体的重大意义；掌握全面从严治党的重大举措等。 **3.能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点问题的能力。	1.全面依法治国； 2.建设社会主义文化强国； 3.以保障和改善民生为重点加强社会建设； 4.建设社会主义生态文明； 5.维护和塑造国家安全； 6.建设巩固国防和强大人民军队； 7.坚持“一国两制”和推进祖国完全统一； 8.中国特色大国外交推动构建人类命运共同体； 9.全面从严治党。	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1 -S11 Z1 Z2 N1
6	形势与政策	**1.素质目标：**具有认识时政热点的理性思维、政治素养以及责任担当意识；牢固树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，增强为实现中华民族伟大复兴而努力的使命感。 **2.知识目标：**了解国内国际发展大势；掌握新时代坚持	1.加强党的建设和全面从严治党形势与政策 2.我国经济社会发展形势与政策 3.港澳台工作形势与政策 4.国际形势与政策	**1.教学条件：**线上校级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**案例教学法、自主探究法等 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。	S1 -S11 Z1 Z2 N1

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		和发展中国特色社会主义的新理论新实践。 **3.能力目标：**能够运用马克思主义的立场、观点和方法把握时代脉搏，分析判断形势；能够自觉抵制各种不良思潮和言论的影响，与党和政府保持高度一致。		**4．评价及考核：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	
7	大学体育	**1．素质目标：**具有“健康第一”和“终生体育”意识，具有爱国主义、集体主义、社会主义精神以及奋发向上、顽强拼搏的意志品质；具有强健体魄、成为身心协调发展的高素质人才；具有良好的体育道德风尚；能正确处理竞争与合作的关系。 **2．知识目标：**了解相关的体育理论知识，裁判知识；掌握运动损伤的救护及运动营养常识，懂得体育文化内涵的欣赏；了解职业病的防治并掌握一定的康复技能。 **3．能力目标：**具有一定运动能力并能促进身体健康、心理健康 、适应社会的能力；掌握一到两项运动项目；具有参与简单的基层体育赛事的组织开展能力；具有制定可行的个人锻炼身体计划的能力；能够通过康复知识养成体育锻炼习惯，形成健康的生活方式。	该课程为纯实践课程，课程内容包含： 1．运动技术模块：篮球、足球、排球、啦啦操、武术、健身气功、羽毛球。 2．基础模块：体育竞赛规则、体育与健康概述、体育锻炼的科学方法、创伤急救基本技术等。 3．拓展模块：阳光跑和运动会。	**1．课程思政：**落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。融体育知识传授、体育锻炼能力培育、人文素质提高于一体。 **2．教学条件：**田径场、足球场、篮球场、排球场、形体房，基本体育器材，多媒体一体机。 **3．教学方法：**采用讲授法、示范法，情境教学法、案例教学法等多种教学方法。课前预习，课中体验教学内容，回答提问，课后完成布置练习。 **4．师资要求：**体育相关专业，体育的基础理论知识丰富，实践能力较强，同时应具备一专多项的教学经验。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占40%，终结性考核占 60%。	S2 S5
8	大学英语	**1．素质目标：**具有跨文化交际和职业岗位意识；具有良好的多元文化交流素养和可持续学习素养；具有良好的学习习惯和逻辑性思维。 **2．知识目标：**了解世界多元文化的差异性，拓宽国际视野；熟悉跨文化交际知识与交际策略；掌握日常生活和职场交际中的英文核心词汇、句型和语法结构。 **3．能力目标：**具有英文日常交流和简单业务交流沟通会话能力；具有阅读并理解社会、经济、文化等英文资料的能力；具有一定英文资料翻译和职场应用文写	1．职业与个人主题模块：包括人文底蕴、职业规划、职业精神专题。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织、参访接待等。 2．职业与社会主题模块：包括社会责任、科学技术、文化交流专题。职场情境任务有产品策划、产品推荐、网络问题处理等。 3．职业与环境主题模块：包括生态环境、职场环境专题。职场情境任务有危机公共、交易善后等。	**1．课程思政：**将立德树人的理念贯穿于教学中，用英语传播中国文化，培育和践行社会主义核心价值观。在潜移默化中坚定学生的理想信念，厚植爱国主义情怀，形成正确的世界观、人生观、价值观。 **2．教学条件：**充分利用学习通、职教云等网络学习平台和大数据、人工智能等技术，建立真实、开放、交互、合作的教学环境，将抽象的教学内容，采用图文并茂的形式形象地展示出来。 **3．教学方法：**利用网络资源和学习通等平台进行线上+线下混合式教学，采用任务	S1 S2 S3 S4 Z1 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		作能力；具有职场环境下用英语处理业务的能力。		驱动法、项目导向法、情景教学法和翻转课堂教学法相结合的教学方法，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。 **4．师资要求：**有英语类相关专业本科及以上学历；有扎实的学科专业知识；有较强的实践能力和信息化教学能力；能够有效实施英语教学，开展教学研究。 **5．考核方式：**本课程为考试课程。课程考核包括平时考核，过程性考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下：平时考核成绩占比 30%，过程性考核成绩占比 40%，期末考试成绩占比 30%。	
9	经济数学	**1．素质目标：**具有探究和创新意识；培养严谨求实的科学精神和辩证思维；具有严谨细致、团队合作精神和坚韧不拔的思维品质；融入财经伦理意识，在量化分析中理解社会责任感。 **2．知识目标：**掌握求极限的方法；熟练掌握求解导数、微分、不定积分、定积分的方法；了解线性代数中关于行列式、矩阵及线性方程组的知识。 3．**能力目标：**具有一定的抽象概括能力以及逻辑推理能力；能应用数学知识求解相应经济问题，并会对相应经济问题的计算结果，正确进行数量分析、推断和预测。	1．函数、极限及连续。2．导数与微分。 3．导数的应用。 4．不定积分。 5．定积分。 6．行列式及矩阵。 7．线性方程组及其应用。	**1．课程思政**：以立德树人为根本任务，实现文化育人，挖掘经济专业领域及生活情景中的思政元素，树立文化自信和认同感，将实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 3．教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取任务驱动、分层教学、数字化工具，如要求超星学习通推送 MATLAB 实操微课，课内用 Excel 训练经济数据处理等教学方法，引导学生积极思考、勇于创新。以问题解决为核心组织教学，创立良好的教学环节促进“ 问题解决”的实现。 **4．师资要求**：数学及相关专业研究生学历或讲师以上职称；有扎实的学科专业知识同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考试课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。	S1 S3 S4 S6 Z1 N1
10	信息技术	**1．素质目标：**培养学生对新一代信息技术与人工智	1．新一代信息技术与AI 基础；	**1．课程思政：**紧紧围绕立德树人的根本任务，培养具备	S1 S3 S4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能的探索热情和创新精神，激发学生主动关注行业前沿动态，树立持续学习意识。引导学生在智能技术应用过程中，强化责任意识与法律意识，提升信息道德修养，形成正确的 AI 伦理观。增强学生的团队协作能力和沟通表达能力，在项目实践中，培养集体荣誉感和合作共赢的价值观。 **2．知识目标：**掌握新一代信息技术与人工智能的基础概念、核心技术及发展趋势，理解大数据、云计算、物联网等技术与人工智能的关联，构建基础理论框架。熟悉智能信息检索的常用方法与工具，掌握智能办公软件（如智能文档处理、数据可视化工具、智能演示文稿）的操作技巧，掌握生成式 AI（AIGC）的基础应用（文生文、文生图、文生视频、智能体开发）。清晰认识 AI 伦理与信息素养的重要性，熟悉人工智能在应用中涉及的伦理规范、法律问题和信息安全知识。 **3．能力目标：**运用信息技术与人工智能基础知识，提升在职业场景中应用新技术的适应能力。能熟练使用智能信息检索工具快速获取有效信息，运用智能办公软件高效完成文档处理、数据统计、演示文稿制作等日常办公任务，提高职场工作效率。能应用生成式 AI（AIGC）实践能力，完成简单的图文创作、视频生成、智能体开发任务，并能结合 AI 伦理知识，对技术应用的潜在风险进行初步评估的能力。	2．智能信息检索； 3．智能办公与应用； （1）文档编辑与智能排版 （2）数据统计与 AI 分析 （3）智能演示与协作 生成式 AI（AIGC）实战； （1）文本生成 （2）图像生成 （3）语音与视频生成 （4）智能体（AI Agent）开发 5．AI 伦理与信息素养。	信息社会责任，在现实世界和虚拟空间中都能遵守相关法律法规，信守信息社会的道德与伦理准则；具备较强的信息安全意识与防护能力，能有效维护公共信息安全。 **2．教学条件：**本课程在超星平台建设有网络在线课程，采用线上线下混合式教学，需要稳定的网络环境；硬件要求提供足够的计算机、投影仪等设备；软件要求安装 WIN10 以上操作系统、主流智能办公软件（ WPS AI 、Microsoft 365 Copilot ）、生成式 AI 工具（如 ChatGPT、Midjourney 简易版 **3.教学方法：**采用启发式、参与式、个性化教学等多种教学方法，包括课堂讲解、案例分析、小组讨论、实践操作等。通过具体案例和实践操作，引导学生应用信息技术来解决实际问题。 **4．师资要求：**教师需具备信息技术或人工智能相关专业背景，熟悉高职院校学生特点，能将复杂知识转化为通俗易懂的内容进行教学。 **5．考核方式：**过程性考核（40%）：课堂表现（10%），考核学生课堂参与、提问互动情况； 作业与实践任务（20%），评估学生对知识掌握与技能操作水平；小组项目（10%），从团队协作、项目成果完成度进行评价。 终结性考核（60%）：理论考试（30%），以选择题、判断题、简答题为主，考查基础知识掌握； 实践操作考核（30%），要求学生在规定时间内完成智能信息检索任务、智能办公软件操作任务、AIGC 工具应用任务。综合两项成绩，形成学生课程总评成绩。	S6 Z1 N3 N4
11	国家安全教育	**1．素质目标：**树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。 **2．知识目标：**了解我国新时代国家安全的形势与特	1．国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关	**1．课程思政：**通过课程学习，使学生牢固树立和全面践行总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识。	S1 S2 S3 S4 S5

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		点；掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 **3．能力目标：**能够对不同领域的安全问题进行分析和判断，识别潜在的安全风险和威胁。能够将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。	法律法规。 2．国家安全重点领域：国家政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。	**2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习，多媒体教室。 **3．教学方法：**线上学习+线下安全教育班课的形式，引导学生自主参与、体验感悟。充分利用学校学生党支部、学生会、学生社团等组织，开展知识竞赛、演讲比赛、文艺表演、社会实践等形式多样的国家安全教育主题活动，实现国家安全知识传播常态化。 **4．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **5．考核方式：**平时成绩占60%，课程考试占40%。	Z1 Z2 N1
12	实用语文	**1．素质目标：**具有爱岗敬业、诚实守信的职业道德；具有积极向上的职业观，提升职业人文素养；具有严谨细致 、坚持不懈的工作作风；弘扬工匠精神、楚怡精神，具有高尚的职业道德和职业情操，具备高尚情操、专业精神和卓越沟通能力的精英。 **2．知识目标：**掌握日常沟通、高效演讲及各场景演讲技巧的相关知识； 了解应用文写作的特点及要求；掌握与专业相关的应用文写作的基本知识；掌握专升本考试中大学语文部分的应用文写作知识点。 **3．能力目标：**能适应岗位情境，提升逻辑思维能力及审美能力；能适应 AI 科技裂变，具备个性化的语文素养能力；能够强化泛语言文化与人际沟通能力。	1．口语模块：日常沟通技巧；高效演讲技巧；场景演讲技巧。 2．通用写作模块：应聘场景写作；汇报场景写作；会议场景写作。 3. 专业场景写作模块：市场调研报告、新媒体文案写作。	1．课程思政：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以立德树人为根本任务，实现文化育人，培养新时代具有竞争力及创新力的高素质职业人才，将心怀天下、乐于奉献、质量意识、实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 2．教学条件：教室配备多媒体设施和无线网络等。 3．教学方法：以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法等教学方法，引导学生积极思考、乐于动笔。 4．师资要求：有扎实的学科专业知识、较强的文字写作能力，同时应具备较丰富的教学经验。 5．考核方式：本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占70%，终结性考核占30%。	S1 S3 S4 S6 Z1 N1
13	心理卫生与健康	**1．素质目标：**树立心理健康发展的自主意识； 具备“知行合一”和“助人自助”的心理素养；具备自尊自信、理性平和、积极向上的健康	模块一：走近心理健康 项目 1：大学生心理健康绪论 项目 2：心理咨询与心理障碍预防 模块二：正确认识自我	**1．课程思政：**明确课程教学各环节中的思政教育元素和育人要求，注重“课程思政”的价值聚焦，聚焦育人价值的本源，注重价值导向。不	S1 S2 S4 S5 Z1

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		心态； **2．知识目标：** 了解心理学的相关理论和基本概念；掌握心理健康的标准及意义；了解大学阶段人的心理发展特征和异常表现；掌握自我调适的基本知识、大学生心理危机及其干预知识。 **3．能力目标：** 能够提升自我探索技能；能够提升心理调适技能；能够提升心理发展技能。	项目 3： 自我意识 1 项目 4： 自我意识 2 项目 5：塑造健全人格 模块三：适应大学生活 项目6：适应与规划大学生活 项目 7：学会学习与创造 1 项目 8：学会学习与创造 2 模块四：有效管理情绪 项目 9：大学生情绪管理 项目 10：网络心理健康 模块五：优化人际交往 项目 11：大学生人际交往 1 项目 12：大学生人际交往 2 项目 13：恋爱心理 模块六：敬畏神圣生命 项目 14：应对压力与挫折 1 项目 15：应对压力与挫折 2 项目 16：生命教育	断更新和提升专业知识水平和思想政治素养，及时把握专业和思想政治教育动态，增强对心理育人在思想政治教育中价值的充分认识。 **2．教学条件：** 多媒体教室，心理中心各功能室。 **3．教学方法：** 理论讲授、团体辅导、小组分享、案例教学、心理测试、角色扮演等。 **4．师资要求：** 必须拥有国家三级及以上心理咨询师资格证书或者心理治疗师资格证书，或者拥有心理学、教育学硕士学位或有丰富的辅导员工作经验。 **5．考核方式：** 考核过程由过程性考核（50%）和终结性考核（50%）组成。 其中过程性考核包括：学习态度 40%+平时作业 30%+出勤情况 30%，终结性考核为成长分析报告、心理知识竞赛、心理情景剧或心理科普视频。	N1
14	职业生涯发展与就业指导	**1．素质目标：** 具有职业生涯发展的自主意识；具有正确职业态度和就业观念；具有良好的职业道德素养；具有开拓创新的思维，具备全球化视野并树立文化自信，把个人发展和国家需要、社会发展相结合。 **2．知识目标：** 了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；了解就业政策与就业权益保护；熟悉职业生涯规划的流程和步骤；掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制定的方法；掌握求职技巧。 **3．能力目标：** 具有职业规划与管理的能力；具有自我觉察和自我分析能力；具有综合分析各类信息进行科学的生涯决策能力。	1．认识职业生涯。 2．探索自我。 3．探索职业世界。 4．职业生涯决策。 5．制定行动计划与措施。 6．就业形势与政策。 7．收集就业信息。 8．准备求职材料。 9．面试指导。 10．职场适应与发展。	**1．课程思政：** 融入社会主义核心价值观，使学生将个人职业发展与社会发展紧密结合；结合国家发展战略和行业发展趋势，增强学生的社会责任感和历史使命感；融入“诚公文化”教育，培养学生诚实守信、敬业爱岗的职业态度。 **2．教学条件：** 多媒体设备、无线网络和分组教学。 **3．教学方法：** 采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、测试分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、访谈、调查等方法进行。 **4．师资要求：** 具备丰富的就业指导经验和职业咨询能力，引导学生进行职业规划和就业准备。 **5．考核方式：** 采取过程性考核 70%+终结性考核 30% 的形式进行考核评价。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7 Z1 Z2 N1 N2 N3 N4
15	创新创业教育	**1．素质目标：** 具有创新创业意识； 具有团队合作意识；具有勇于担当、服务社会、挑战自我、承受挫折、坚持不懈、创造价值、追求	1．创业与人生发展 2．创新、创业与创业精神 3．创业者与创业团队 4．整合创业资源 5．探索创业机会	**1．课程思政：** 实行思政教育、劳动教育与创新创业教育融合，注重培养学生的爱国精神、企业家精神、责任意识、安全意识等，激发学生的创	S1 S2 S3 S4 S5 S6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		卓越的创业精神。 **2．知识目标：** 了解开展创新、创业活动所需要的基本知识；熟悉创业资源整合与创业计划撰写的方法；掌握创业与职业生涯发展的关系。 **3．能力目标：** 具有当代大学生必备的创业综合素质和能力；能主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，积极投身创新实践。	6．创意设计与创新方法 7．商业模式设计与创新 8．创业风险的识别与控制 9．创业计划书的撰写与展示	新创业兴趣，让思想“活”起来，让创业“动”起来。 **2．教学条件：** 多媒体设备、无线网络和分组教学 **3．教学方法：** 采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、项目训练、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、问卷调查等方法进行。 **4．师资要求：** 具备大学生创新创业教育改革的理念，积极创新教学方式和教学内容，创设更加具体的教学情境。具有创业指导能力，引导学生进行创新创业项目的策划和实践。 **5．考核方式：** 采取过程性考核70%+终结性考核 30% 的形式进行考核评价。	S7 Z1 Z2 N1 N2 N3 N4

（2）公共基础限选课程

公共基础限选课程描述如表 8 所示。

表 8　公共基础限选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	生命安全与救援	**1．素质目标：** 具有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：** 掌握常见运动创伤的预防与处置方法。	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。	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。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 N4
2	突发事件及自救互救	**1．素质目标：** 具有应急应对自然灾害、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：** 能做到遇到突发事件冷静有效自救互救。	1．突发事件应急处理原则。 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．常见急危重病症的现场急救。 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。	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。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 N4
3	中国传统文化	**1．素质目标：** 具有完善人格修养的意识；具有一定的审美和人文素养；具有传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感；具有深厚	1．中国传统文化绪论。 2．中国古代思想文化。 3. 中国语言文字。 4．中国古代教育。 5．中国古代文学。	**1．课程思政：** 以立德树人为根本，培养学生对中华优秀传统文化的认同和传承意识，引导学生树立正确的价值观，提高学生的文化素	S1 S2 S6 Z1 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		的爱国情感和中华民族自豪感。 **2．知识目标：**了解必备的中华优秀传统文化知识、中国传统道德规范和传统美德；熟悉中国古代思想、文学、艺术、礼仪、节日等优秀文化成果；掌握中国传统文化的基本精神和核心理念。 **3．能力目标：**具有较高的阅读鉴赏能力和审美能力；具有一定的文化思辨和创新文化的能力，能自觉将中华优秀传统文化与社会主义核心价值观相结合，对社会现象具有较准确的分析和判断。	6．中国古代艺术。 7．中国古代科学技术。 8．中国古代建筑。 9．中国古代礼仪。 10．中国传统节日。 11．中国古代社会生活。	养和民族认同感，增强学生的文化自信。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**运用现代化教学手段，采用讲授教学法、翻转教学法、情境教学法、案例教学法、任务驱动法、小组讨论法等多种方法，使用在线开放课程组织教学。 **4．师资要求：**应具有较深厚的中华优秀传统文化知识和较高的人文素养，同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。	
4	党史国史	**1.素质目标：**具有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：**具有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。	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党；5．中国特色社会主义进入新时代。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络平台上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占 40%，课程测验考核占 30%，期末考试占 30%。	S1-S11 Z1 Z2 N1
5	大学美育（美术鉴赏）	**1．素质目标：**具有正确的审美观念、高尚的道德情操、深厚的民族情感；具有审美意识及个人艺术修养；具有文化传承意识，坚定文化自信；具有正确的价值观、文化观。 **2．知识目标：**了解艺术的本质与特征、艺术的起源、功能与种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏等方面知识；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：**能探索和发掘艺术与美学的人文精神，具有一定的美术鉴赏能力。	线下模块： 1．中国美术作品赏析：从古代至现代，涵盖绘画、雕塑、建筑、工艺美术等多个方面；重点介绍各时期的重要美术遗产、美术流派、美术家及其代表作品。分析不同历史时期的艺术特色、文化背景和社会影响。 2．外国美术作品赏析：涵盖欧洲、亚洲、非洲等地区的美术发展；重点介绍不同文明背景下的美术风格和代表作品；分析外国美术作品的技法、材料、形式和内容等方面的特点。 线上模块 （6选1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，提高学生审美能力和人文素养，促进学生全面发展。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。智慧职教、超星智慧学习平台。 **3．教学方法：**线上线下混合式教学，运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论水平；良好综合艺术素养；具有良好的沟通能力和教	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程采用“过程考核+终结考核”方式进行考核，其中过程考核占 60%，终结考核占 40%。	
6	大学美育（音乐鉴赏）	**1．素质目标：**具有正确的审美观念、文化传承意识、坚定文化自信。提高学生的艺术修养和团队合作精神。 **2．知识目标：**了解音乐的常见体裁与发展脉络。理解音乐与文化、历史、社会等方面的关系，认识音乐在人类文明中的地位和作用。掌握音乐基础知识及基本技能，并能理解其在音乐表现中的作用。 **3．能力目标：**具有识谱能力、视唱能力。审美感知和审美评价能力。创新精神和实践能力。	线下模块： 1．音史之缘——音乐历史与文化的瑰丽之旅。 2．乐声之基——探索音乐的无限奥秘。 3．音流之脉——流动的音乐脉搏。 4．汉韵民律——绚丽的汉族与少数民族音乐。 5．音舞之韵——声乐、器乐与舞蹈音乐。 6．音镜之魂——戏剧、影视与流行音乐。 7．音之万象——多彩的世界音乐文化。 8．音舞飞扬——音乐表演与舞台实践。 线上模块： （6 选 1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**引导学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，提高学生的审美和人文素养，培养创新精神和实践能力，塑造健全人格。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。超星智慧学习平台、实践舞台。 **3．教学方法：**运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论知识和音乐素养；良好的演唱、范唱能力；扎实的音乐理论功底指导教学；具有良好的沟通能力和教学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程为考查课程。采取过程性考核 50%（考勤 10%+课堂表现 20%+课后作业 20%）与终结性考核 50%（作品表现、舞台表演）相结合考评方法。	S1 S6 Z9 N4

（3）公共基础任选课程

公共基础任选课程描述如表 9 所示。

表 9 公共基础任选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	公共基础任选课程	**1．素质目标：**具有个人认知与文化修养，具有一定的科学素养。 **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：**能吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养。	1．中西文化比较 2．中华诗词之美 3．中国当代小说选读 4．文化地理 5．生命科学与人类文明 6．经济与社会：如何用决策思维洞察生活 7．社会学与中国社会 8．先秦诸子 9．《诗经》导读 10．文物精品与中华文明 11．先秦君子风范	本课程1-26单元为纯在线教学，学生可灵活自主学习，考核由视频学习（40%）、章节测试（30%）、课程考试（30%）构成；27-34单元选课人数达 30 人及以上则采用线下授课，考核为过程性考核（60%）、终结性考核（40%）。学生在1-6学期内	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N4 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			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．如何高效学习 16．批判与创意思考 17．有效沟通技巧 18．礼行天下 仪见倾心 19．大学生防艾健康教育 20．辩论修养 21．大数据分析导论 22．大学生健康教育 23．宪法与法律 24．红色旅游与文化传承 25．人工智能与信息社会 26．人工智能与创新 27．专升本英语 28．专升本数学 29．专升本语文 30．法律技能与职场应用(民法刑法) 31．一书一世界:阅读启航与探索 32．羽毛球 33．篮球 34．瑜伽	自主选修，需完成不少于32学时、不少于2 学分，具体学时学分详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》	

（4）公共基础实践课程如表 10 所示。

表 10　公共基础实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	入学教育	**1．素质目标：**坚定理想信 念、树立远大理想。 **2．知识目标：**掌握校纪校 规，熟悉专业的就业方向。 **3．能力目标：**能快速适应 新环境、转变新角色，明确 学习目标、合理规划大学生 活。	1．理想信念教育。 2．校纪校规教育。 3．优良学风教育。 4．心理健康教育。 5．职业规划教育。 6．文明修养教育。	**1．课程思政：**紧紧围绕立德 树人的根本任务，以理想信 念教育为核心，以社会主义 核心价值观为引领，以学生 成长成才为目标，构建内容 丰富、形式多样、特色鲜明、 实效性强的入学教育体系。 要爱国教育与爱校教育相结 合，帮助新生坚定理想信念， 增强爱校情感和家国情怀， 引导新生正确认识大学，适 应大学生活，实现角色转换。 **2．教学条件：**教室配备多媒 体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**采取讲座、交 流、报告会等多种形式进行； 集中教育与分散教育相结 合、课堂教育与朋辈指导相 结合、主题教育与专业教育 相结合。 **4．师资要求：**政治强、情怀 深、思维新、视野广、 自律 严、人格正。 **5．考核方式：**授课教师和辅 导员根据每次授课实际情况 进行评价。	S1 S2 S3 S4 S5 S6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
2	军事技能	**1．素质目标：**具有国防意识；具有组织观念和纪律意识；具有吃苦耐劳精神；具有团队合作精神。 **2．知识目标：**了解中国人民解放军三大条令的主要内容；掌握军事队列训练动作要领；掌握寝室内务整理规范。 **3．能力目标：**拥有基本的军事技能；能够规范完成单兵队列动作；能够规范整理寝室内务。	1．《中国人民解放军内务条令》主要内容。 2．《中国人民解放军纪律条令》主要内容。 3．《中国人民解放军队列条令》主要内容。 4．军事队列训练动作要领。 5．寝室内务整理规范。	**1．课程思政：**立德树人贯穿始终，要加强爱国主义教育及国家军事安全教育。 **2．教学条件：**有足够面积的运动场地。如有必要，可在寝室、教室开展有关活动。 **3．教学方法：**讲解与示范相结合，要求严格训练、科学训练、按纲施训、依法治训。 **4．师资要求：**军训教官的资质应符合国家有关规定。 **5．考核方式：**综合学生军训期间的表现及训练效果进行评价。军训教官、辅导员应做好日常训练记录。	S1 S2 S4 S7 Z1 Z2 N1 N4
3	劳动教育	**1．素质目标：**具有崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的劳动价值观；具有精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动素养；培养学生积极劳动的良好观念和习惯。 **2．知识目标：**了解劳动的含义和价值；了解岗位职责要求与安全注意事项；了解基本的劳动法律法规知识。 **3．能力目标：**具有自身专业相对应的劳动能力和素养；掌握日常劳动工具的使用方法及要求。	1.劳动纪律教育，做好劳动实践分工。 2.劳动安全教育，强调劳动实践注意事项。 3.弘扬劳动之风，践行劳模精神。 4.劳动岗位要求，强调专业技能和通用能力。 5.劳动技能训练，落实劳动实践要求。 6.开展志愿服务劳动。 7.劳动技能考核。	**1．课程思政：**通过劳动教育使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立正确的劳动价值观，提升学生的综合劳动素养，培养良好的劳动品质。 **2．教学条件：**授课主要以劳动实践为主，需要配备基础的劳动工具，根据三校区实际情况进行校园环境卫生区域划分。理论课在教室配备多媒体设施和无线网络。 **3．教学方法：**讲授法，采用“以案例为载体、以任务为驱动、以要点为主线”的教学方式；演示法，充分利用信息化技术工具构建移动教学资源辅助教学；练习法，实践课当中，按照《劳动实践周实施方案》老师布置任务，团队合作完成劳动任务。 **4．师资要求：**具备扎实的岗位技能和示范、指导能力。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占 50%。	S1 S2 S3 S7 Z1 Z2 N2

2．专业课程

（1）专业基础课程

专业基础课程描述如表 11 所示。

表 11　专业基础课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	人工智能应用基础	**1．素质目标：**培养学生尊重知识产权、坚守法律底线的社会责任意识；培养学生主动探索和 AI 协同创造与创新的素质；培养学生严谨求实科技创新意识；培养学生创新思维；培养学生安全可控的技术价值观。 **2．知识目标：**了解人工智能的发展历程及典型应用场景；理解人工智能的三大要素；掌握提示词工程的核心要素；熟悉 AIGC 文本生成、图像处理、视频生成和数字人生成的主要工具、原理和基本流程；掌握大模型本地部署的命令和方法；理解智能体的概念；了解机器学习、深度学习的基本原理与应用场景；熟悉常用算法和模型；理解人工智能主流框架与应用领域。 **3．能力目标：**能运用人工智能时代思维方式解决问题；能运用 AIGC 技术生成各类文档、处理和生成图像、制作音视频、生成数字人；能完成本地服务器部署 Deepseek 模型；能构建简单的个人 AI Agent 智能体；能通过 EasyDL 平台完成模型定制。	1．人工智能的发展历程及典型应用场景。 2．各种 AI 技术的发展及中国的 AI 技术发展。 3．人工智能三大要素。 4．AI 时代的思维方式。 5．提示词工程核心要素。 6．生成式 AI 技术生成文本、处理数据表格。 7．生成式 AI 技术生成、处理图像，生成 PPT。 8．生成式 AI 技术生成音视频。 9．生成式 AI 技术生成数字人。 10．大模型本地部署与智能体开发。 11．机器学习的发展、主流框架、应用领域及可视化平台应用。 12．深度学习的主流框架、应用流程及 EasyDL 平台的应用。	**1．课程思政：**以立德树人为根本，将 AI 伦理、科技伦理、社会责任等思政元素融入教学，通过案例分析、实践项目等方式，培养学生科技向善意识、法治观念与家国情怀，实现专业知识与价值引领的深度融合。 **2．教学条件：**配备支持 AI 算法实践的理实一体化实训室及行业案例资源库，计算机搭载 TensorFlow、PyTorch 等框架和 Python、Jupyter 开发工具，满足模型训练与智能应用开发教学需求。 **3．教学方法：**以真实 AI 应用项目开发为主线，注重培养工程实践能力，主要采用项目式+翻转课堂混合教学模式，使用案例研讨、情境模拟、迭代开发等多种教学方法。 **4．师资要求：**具备扎实的人工智能理论功底与项目实战经验，善于通过项目驱动教学和技术前沿解析，培养学生工程思维与问题解决能力，关注 AI 伦理引导与个性化指导，能结合行业实践动态更新教学内容。 **5．考核方式：**课堂考核占 10%，作业考核占 20%，实操考核占 40%，期末考核占 30%。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z3 Z4 N3
2	经济学原理	**1．素质目标：**具有诚实守信的作风；具有热爱科学、实事求是的学风；具备自信、开拓进取的精神；具备创新意识和创新精神；具有团队协作精神；具有正确的人生观、价值观。 **2．知识目标**：了解经济学基本概念，了解经济学理论的发展与演进过程；掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；掌握成本分析的基本原理；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；掌握分配理论和社会收入分配问题；掌握国民收入指标核算指标的运用与核算方法；掌握失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经济	1．认识经济学。 2．需求和供给。 3．学会理性消费。 4．透视厂商行为。 5．洞悉市场结构与厂商均衡。 6．生产要素分配。 7．市场失灵与	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的企业生产案例，以人为本的社会管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解经济学原理和方法，提升理论联系实际的能力。	S1 S2 S3 Z4 N1 N3 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		理论；掌握宏观经济运行的一般原理。 **3．能力目标：**能运用价格理论、边际效用理论、生产最优组合理论、规模经济理论、生产成本理论、生产要素理论等分析简单的微观经济现象和处理现实经济问题的能力；能运用国民收入理论、消费与投资理论、失业与通货膨胀理论、总供给与总需求理论等分析简单的宏观经济现象；能够对经济问题和经济现象进行简单分析，对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。	微观经济政策。 8．国民收入核算与决定。 9.失业与通货膨胀。 10.经济增长与经济周期。 11.宏观经济政策。	**4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的经济学理论功底；能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法进行教学。 **5．考核方式：**采取学习过程考核和期末线上考试两个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（30%）+期末线上考试（70%）。	
3	管理学基础	**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；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；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科学理性决策思维；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；掌握科学决策方法，计划的编制流程和方法；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理和激励方法；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：**能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够制定公司基本战略；能够运用定性和定量决策方法进行科学决策；能够结合具体情境编制要素完整的工作计划；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，画出组织架构图；能够结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差；能够运用TQC 和 5S 现场管理等控制方法，改善管理工作质量。	1．走进管理。 2．以史为鉴。 3．制定战略。 4．科学决策。 5．精准计划。 6．高效组织。 7．有效激励。 8．平衡控制。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀企业的管理案例，弘扬中华民族传统文化和以人为本的管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法**：采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等帮助学生理解管理原理和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的管理学理论功底和一定的管理实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+期末线上考试（50%）。	S1 S2 S3 S4 S11 Z4 N1 N3 N4
4	商品学	**1．素质目标：具有**诚信意识、质量意识、安全责任和防范意识；具有良好的客户服务意识和沟通素养；具有在营销活动中的决策创新思维。 **2．知识目标**：了解商品学的基本概念和基本原理；熟悉商品分类、商品质量、商品标准、商品检验、质量认证与监督、商品包装、商品养护的方法；掌握日用工业品商品、电子商品、纺织品、家电类商品等的主要特征；掌握农产品的发展趋势、蔬菜、饮料、新型食品等的主要特征。 **3．能力目标：**具有解决管理和经济活动中涉及商品科学的实际问题的能力，包	1．商品基本知识。 2．商品分类。 3．商品质量。 4．商品标准。 5．商品检验。 6．质量认证与监督。 7．商品包装。 8．商品养护。	**1.课程思政**：从社会主义核心价值观出发，秉承“课程承载思政”和“思政寓于课程”的理念，实现课程知识点和思政案例内容有机融合，力求以润物无声的形式将正确的价值观传导给学生，使课堂教学的过程成为引导学生学习知识、锤炼心志、涵养品行的过程，实现育人效果最大化。 **2．教学条件：**用职教云平台上的在线课程，采用线上线下混合式教学，并努力打造校内、校外实践教学基地，开展有针	S1 S2 S3 S7 S10 Z4 N1 N3 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		括对生产、流通和消费领域中商品采购、管理和经营的能力；具有科学地进行商品分类的能力，并能根据不同情况选择最佳的商品分类标志；能够在不同场合选用不同方法处理流通领域中商品经营和管理实际问题的能力；能够正确无误地介绍商品的质地、性能、演示商品的使用方法、功效等，突出商品特色；能够对各种商品进行合理、规范、美观和适用的包装；能够运用商品储存与养护的知识对常见的商品进行温度、适度的控制等。		对性地实践教学。 **3．教学方法：**采用案例教学法、多用启发式、讨论式教学法，培养学生学习主动性和独立性。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；有扎实的商品学知识。 **5．考核方式：**课程考核包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+期末线上考试（50%）。	
5	市场营销实务	**1、素质目标：**具有质量意识、环保意识；具有信息素养、工匠精神、创新思维；具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；具有市场营销知识与技术与其他学科相互结合、渗透的思维能力。 **2．知识目标**：了解营销职业所必须具有的职业基本素质；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有予以实施的能力。 **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；具有数据意识和商务数据分析应用能力；具有对营销环境、消费者、竞争者进行分析的能力；具有实施 STP、制定营销组合促销策略的能力；具有撰写要素完整，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的能力。	1．走进市场营销。 2．项目团队组建。 3．营销环境分析。 4．消费者与竞争者分析。 5．目标市场策略选择。 6．4P 营销策略制定。	**1.课程思政：**围绕政治认同、家国情怀、文化素养、宪法法治意识、道德修养等方面进行中国特色社会主义和 中国梦教育、坚定学生理想信念、提升立德树人成效，通过基于目标导向的思政案例引入、思政元素与教学要点融合设计、教学实践（参与式学习、交流反思）、教学效果评价等进行课程思政路径建设。 1. **教学条件：**用职教云平台上的在线课程，采用线上线下混合式教学，并努力打造校内、校外实践教学基地，开展有针对性地市场营销实践教学。 2. **教学方法：**分组讨论法、案例分析法、任务驱动法、现场教学法、模拟实训法等。 3. **师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的市场营销理论功底和一定的营销管理实践经验。 4. **考核方式：**包括线上线下学习及考勤、项目作业设计和项目团队答辩成绩三部分，总评成绩= 线上线 下学 习及考勤（20%）+ 项目作业设计（60%）+ 项目团队答辩（20%）。	S1 S2 S3 S8 S10 Z4 N1 N3 N4
6	经济法基础	**1．素质目标：**具有诚实信用，守法、公平正义意识；具有维护市场主体法律权益的意识；具有尊重竞争对手、消费者、合作伙伴合法权利的法律素养，具有法律责任思维。 **2．知识目标：**了解经济法基础的概念、调整 对象、法律关系及其构成、 经济法律责 任；了解企业设立、变更终止的条件、 程序和组织结构，理解不同企业形式的	1．认知经济法。 2．合法设立、变更和终止企业。 3．合法订立、履行、变更、终止经济合同（含电子商务	**1．课程思政：**融入契约精神的育人元素，融入平等，公正、诚信的社会主义核心价值观，使得学生能够在学习经济法过程中，深刻认识、理解中国特色社会主义市场经济法治取得的伟大成就，更加坚定中国特色社会主义法治信念。 **2．教学条件：**线下采用多媒体	S1 S2 S8 S9 S10 Z2 N1 N3 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		选择，尤其是有限公司和股份有限公司特殊的法人制度和人格否认制度；了解合同成立、变更、解除、终止的条件和程序，掌握经济合同必备条款（含劳动合同）、掌握合同生效条件和不同合同效力处理方式，同时理解电子商务合同和劳动合同特殊规定；掌握知识产权相关规定，尤其理解 AI 对版权的挑战。了解非法的不正当竞争行为和垄断行为，正确处理与企业竞争关系；掌握广告禁用词，理解广告主、广告经营者、代言人的责任；掌握消费者权利和经营者义务；掌握经济纠纷解决的方式和程序。 **3．能力目标：**具备合法设立、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，以及在市场环境下规范经营能力；具备合法发布广告、订立、变更、解除合同能力；具备合法的与竞争对手开展公平竞争能力；能够尊重消费者的权益，合法解决消费者权益争议的能力；能够根据实际情况选择违约责任的承担方式，处理经济纠纷、维护自身合法权益的能力。	合同、劳动合同）。 4．合法保护企业的无形资产（知识产权）。 5．发布合法的产品广告。 6．合法与企业开展竞争。 7．处理消费者纠纷。 8．正确选择经济纠纷解决方式机制。	教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**讲授法、案例教学法、提问法、角色扮演、分组讨论法等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。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；具有扎实的法律理论功底和一定的实践经验。 **5．课程考核：**包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务或作业考核（50%）+期末线上考试（30%）	
7	会计基础	**1．素质目标：**具有自主学习意识；具备爱岗敬业、诚实守信的职业道德；具有严谨细致、稳健审慎的职业素养；具有互联网思维和大数据思维；具有规范意识和质量意识。 **2．知识目标：**了解会计的产生与发展；理解会计的基本理论，掌握会计的对象；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，了解账簿的设置与登记、对账与结账；熟悉会计报表编制方法；了解不同账务处理程序；熟悉财产清查的方法与结果处理；了解会计档案的归档与整理。 **3．能力目标：**能够准确进行工业企业基本经济业务的账务处理；能够根据经济业务填制原始凭证；能够基本理解会计报表的结构和项目；能够区分不同账务处理程序下的记账工作区别。	1．会计基础理论。 2．会计对象与会计要素。 3．会计科目与会计账户。 4．复式记账法与借贷记账法。 5．工业企业日常经济业务核算。 6．会计凭证与会计账簿。 7．财产清查。 8．账务处理程序。 9．会计报表。	**1．课程思政：**厚植家国情怀，突出职业道德和会计准则，立足社会主义核心价值体系，融入谨慎原则、公允与平衡、责任与担当、合规意识、大局意识、社会责任感与管理意识。 **2．教学条件：**本课程采取多媒体教学，具备线上教学资源。 **3．教学方法：**运用实物引导法，让学生观察真实的凭证、账簿、报表，培养其感性认识。理论讲授与实操相结合；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，进行任务学习。 **4．师资要求：**教师具备扎实理论基础，熟悉非专业学生学情，合理调整教学策略，针对性开展教学，达成教学目标。 **5．考核要求：**总评成绩=过程性考核（70%）+随堂测验（30%），过程性考核包括签到考勤、课前活动、课前学习情况、课前自学测试、课中互动、课中任务完成情况、课后测试。	S1 S2 S3 Z4 N1 N3 N4
8	人力资源管理实务	**1．素质目标：**具有团队协作精神和主动沟通的意识；具有“公平、公正、公开”的管理工作作风；具有以理服人、用事实和数据说话的工作方法；具有认	1．认知人力资源管理基本理论和发展。 2．进行岗位工	**1．课程思政：**选取国内优秀民族企业的人力资源管理案例，弘扬企业文化和以人为本的管理思想；融入职业生涯规划训	S1 S2 S3 S8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		真细致、责任心强的个体素质。 **2．知识目标：**熟悉岗位工作分析的方法； 掌握岗位设计的原理和方法；掌握人员 招聘与选拔的要求、流程和方法；掌握 人员培训的方法、流程和实施要点；掌 握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：**能够对企业各个岗位进行 工作分析；能够进行具体工作岗位设计； 能够制定企业人员招聘与选拔方案并予 以实施，并对招聘效果进行评估；能够 对岗位员工进行初级培训和需求分析， 并制定相应的培训方案并予以实施；能 够制定岗位绩效考核方案并予以实施； 能够设计岗位薪酬方案；能够设计员工劳动合同并进行员工劳动关系管理；能 够对员工职业生涯发展进行规划设计， 有效激励员工。	作分析与工作设计。 3.制定人力资源发展规划。 4．开展人员招聘与选拔。 5．组织人员培训。 6．实施绩效考核。 7．设计薪酬福利。 8．协调劳动关系。	练 引导学生形成 正确 的择业观、就业观；模拟招聘树立竞争意识和奋斗精神。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等帮助学生理解选人、用人、育人、留人的科学方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的人力资源管理理论功底和一定的人员管理实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程、项目任务作业考核和期末线上考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+项目考核（50%）。	S9 Z4 N1 N3 N4
9	习近平经济思想概论	**1.素质目标:**坚定“四个自信”，增强服务中国式现代化的责任感。树立正确的经济观、发展观。强化服务国家战略、推动高质量发展的使命担当。 **2.知识目标:**掌握习近平经济思想的核心概念（新发展理念、高质量发展、新质生产力等）。理解党领导经济工作、基本经济制度、统筹发展与安全等重大命题。把握城乡融合、区域协调、产业体系现代化、经济全球化等战略布局及其内在联系。 **3. 能力目标:**能解读国家经济政策。用相关理论分析现实经济问题。初步统筹效率与公平、发展与安全的战略能力。	1.以经济建设为中心扎实推进中国式现代化。2.加强党对经济工作的全面领导。3.坚持以人民为中心的发展思想。4.坚持和完善社会主义基本经济制度。5.全面深化改革开放。6.完整准确全面贯彻新发展理念。7.构建新发展格局。8.推动高质量发展。9.加快发展新质生产力。10.加快建设现代化产业体系。11.推动城乡融合发展。12.促进区域协调发展13.倡导普惠包容经济全球化。14.统筹发展和安全。15.做好经济工作的方法论。	**1. 教学条件：**线上：校级精品课资源库、超星学习通。线下：多媒体智慧教室、校外实践基地（开发区、高新企业、乡村振兴点等）。 **2. 教学方法：**理论讲授法、案例教学法（如新质生产力典型事例）、探究式教学法、情景模拟法、数据驱动教学法。 **3. 师资要求：**政治强、视野广、业务精、思维新、情怀深、人格正。熟悉习近平经济思想和中央经济工作会议精神。 **4 .考核方式：**过程性考核 60%+终结性考核 40%。	S1 S2 S3 Z4 N1 N3 N4

（2）专业核心课程

专业核心课程描述如表 12 所示。

表 12　专业核心课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	商务策划实务	**1．素质目标：**具有良好的创新求变意 识和团队合作精神；具有主动获取知 识和信息的意识；具有良好的计划和 方案落实意识；具有爱岗敬业的价值 观与精益求精的品质观；具有正确的 商业道德观和敏锐的市场洞察力；具 有良好的客户服务意识、成本控制意 识和竞争意识。 **2．知识目标：**掌握商务策划的主题、 目标、企业资源诊断、商务活动轮廓 策划概念；掌握创意激发、策划书的 编写和论证、制订知识；掌握商务活 动现场布局及安排、预算与进度控制、 突发紧急事件处置知识；掌握企业商 务活动组织实施要点和评估标准；掌 握公司年会、周年和开业庆典、新闻 发布会、展会参展、商务演讲、招商广告、主力商家引进、重点客户接待、 政府考察接待、商务宴请、营销活动 等商务活动策划和实施要点。 **3．能力目标：**能够确定商务活动主题、 设定策划目标、诊断企业资源、描绘 策划印象等商务活动轮廓策划；能够 分析创意点、编写备选策划书、论证 比较备选方案、制订系列操作文件等 商务活动创意构想；能够开展活动现 场布局及安排、预算与进度控制、处 理突发紧急事件等实施流程；能够对 各类典型商务活动进行策划实施。	1．商务活动策 划概念认知。 2．商务会议策 划与实施。 3．业务拓展活 动策 划 与 实 施。 4．商务庆典活 动策 划 与 实 施。 5．公关专题活 动策 划 与 实 施。 6．营销活动策 划与实施。	**1．课程思政：**融入人文精神、文化自信、创新精神与中国梦；融入习近平新时代中国特色社会主义思想和核心价值观。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学；选用符合国家专业教学标准的高职高专教材。 **3．教学方法：**采用案例教学法、项目实操训练、任务驱动法、校外实习实践活动等帮助学生理解运用策划知识进行实践，提升创新意识。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的策划理论功底和一定的策划实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务训练考核（30%）+期末考核（50%）。	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z6 Z8 N1 N3 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
2	市场调研与数据分析	**1．素质目标：**具有探究真相、用数据 和事实说话的意识；具有科学、严谨、 扎实的职业素养；具有创新精神和创 新思维。 **2．知识目标：**了解市场调研的概念、 内容、范围，掌握调研对象确定的基 本方法；了解抽样调研法的使用方法 和组织实施流程；熟悉市场调研与分 析的信息渠道，熟悉四种调研方式的 选择和运用，市场调研问卷的结构和 信息收集的方法；掌握市场调研问卷 的设计方法，掌握调研报告的编写规 范、内容与方法；掌握市场调研数据分析方法等。 **3．能力目标：**能够确定调研的范围和 调研对象；能够根据调研目的、内容 和对象确定信息收集的渠道；能够根 据调研目的、内容和对象灵活选择和 运用四种调研方式；能够使用抽样调 研法组织和实施调研；能够设计市场 调研问卷；能够协助、组织和实施市 场调研的工作；能够对调研数据进行 分析，撰写市场调研分析报告。	1.认知市场调 研。 2．设计市场调 研方案。 3．选择市场调 研方法。 4．设计抽样调 研。 5．设计市场调 研问卷。 6．组织实施市 场调研。 7．整理与分析 市场调研数据。 8．撰写市场调 研报告。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，选取优秀案例，弘扬中华民族传统文化和科学客观、实事求是的市场调研思想理念。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学。 **3．教学方法**：采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法等帮助学生理解市场调研与数据分析理论和方法，提升理论联系实际的能力。 **4.师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的市场调研与数据分析理论功底和一定的市场调查实践经验。 5.考核方式，采取考勤、作业、期末考试三个方面进行考核，总评成绩=考勤考核（10%） +项目任务作业考核（40%） +期末考试（50%）。	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z5 N1 N3 N4 N5 N10
3	品牌策划与推广	**1．素质目标：**具有正确的价值观和道 德观；具有良好的品牌洞察力和分析 运营思维；具有较强的系统化思维和 文字沟通素养；具有良好的团队合作 意识和公关危机处理能力。 **2．知识目标：**了解品牌形象设计的地 位和作用；掌握品牌形象设计的基本 方法和价值体现；了解企业文化，掌 握渠道定位策划和招商策划的方案写 作技巧；熟悉全媒体推广流程；掌握 危机公关处理技巧；熟悉推广策划方 案撰写方法；掌握品牌推广营销执行 流程。 **3．能力目标：**能够提炼企业文化基本 内容，筛选恰当合适的品牌 logo；能 够撰写渠道定位策划方案；能够策划 和撰写品牌线上线下的推广方案；能 够拓展品牌销售推广渠道；能够督促 执行品牌全媒体推广全案。	1．品牌形象设 计（logo 和文 案）。 2．品牌营销策 划（企业文化 提炼、渠道定 位策划、招商 策划）。 3．品牌推广渠 道拓展。 4．品牌线上推 广方案。 5．品牌线下推 广策略。 6．品牌全媒体 推广方案撰 写。	**1．课程思政：**通过介绍中国民族品牌发展历程，树立民族自豪感，坚定“四个自信”和实现品牌强国的理想信念；融入以社会主义核心价值观为基础的中国品牌文化和中国品牌精神，培养大局意识和诚实守信、勤勉敬业的工匠精神；培养振兴民族品牌的使命感和责任感，树立正确的品牌观。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法等帮助学生理解品牌策划理论和方法，提升理论联系实际的能力。 **4.师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的品牌策划理论功底和一定的策划实践经验。 **5.考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末考试三个方面进行考核，总评成绩－学习过程考核（20%） +项目任务作业考核（50%） +期末考试（30%）。	S1 S2 S3 S5 S8 S9 S10 S11 Z3 Z7 N1 N3 N4 N5 N6 N8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
4	公共关系策划	**1．素质目标：**具有人际沟通和团队合 作意识；具有科学、严谨、负责守信 的职业道德素养；具有良好的客户服 务意识、社会责任感；具备勇于创新、 爱岗敬业的工作作风。 **2．知识目标：**了解公共关系作用和基 本原理；掌握公共关系主体中公关关 系部的设置原则、机构模式和公关关 系人员应具备的基本素质；了解公共 关系的客体公众的分类和特点；了解 公共关系传播媒介的不同类型，掌握 不同媒介的优缺点和使用场景；了解 公共关系实务工作的基本程序，掌握 公共关系调查的方法、内容和程序；掌握公共关系策划方案的内容（公关 目标、目标公众、主题、时机、公共 模式、媒介选择、公关活动等）；熟 悉新闻传播类、展示类、社区类、庆 典类专题公关活动内容和要求；掌握 危机公关识别、防范处理技巧；理解 公共关系基本礼仪。 **3．能力目标：**能够初步拟定公关关系 部和相关应理论岗位初职步责设计；能够进行公关调研，包括问卷的设计、 调研方法的选择、问卷的回收、统计； 能够把调研得到的资料以文字和图表 形式撰写调研报告；能够筹划常用的 公关专题活动；能运用公关技巧解决一些简单的公关危机。	1. 认知公共关 系。 2. 了解公共关 系主体。 3. 把握公共关 系的客体。 4. 把握公共关 系媒介。 5.掌握公共关 系工作程序（调查、策划、 实施、评估）。 6.策划实施公 共关系专题活 动。 7.识别、管理和 处理公共关系 危机。 8.公关技巧。	**1．课程思政：**融入党中央提倡和谐的价值理念和社会主义核心价值观，为构建和谐社会和构建人类命运共同体贡献力量。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等帮助学生理解公共关系策划原理和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的公共关系理论功底和一定的实践经验。 **5．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，总评成绩=学 习过程考核（20%）+项目任务作业考核（50%）+期末考试（30%）。	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z3 Z10 N1 N4 N5 N8
5	客户服务实务	1．**素质目标：**具有诚实守信的职业道 德、踏实严谨的工作作风；具有良好 的沟通表达能力和临场应变能力；具 有较强的忍耐力；具有强烈的计划意 识；具有在竞争环境中的“定制服务” 意识。 **2．知识目标：**掌握服务的内涵及特点； 熟悉客户的定义及分类；掌握客户服 务的分类及要求；掌握产品或服务性 能及特点；掌握产品或服务特色与定 位；掌握客户的沟通风格、接待前准 备工作；掌握各种沟通方式和技巧； 了解客户异议种类及原因、处理技巧； 掌握客户异议处理原则；掌握投诉处 理流程和处理技巧；掌握客户忠诚度的含义和测评；掌握建立客户信任和	1．走近客户服 务。 2．分析目标客 户。 3．沟通客户需 求。 4．处理客户投 诉。 5．培育忠诚客 户。 6. 管理客户关 系。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，培养学生的诚信经营和服务意识，学生需注重客户需求，建立良好的客户关系，以诚信、专业和高效的态度提供优质的服务质量，推动企业的可持续发展。 **2．教学条件：**线上建设课程资源，线下让学生可以开展客户拜访、客户投诉处理模拟等训练的多媒体教室。 **3．教学方法：**以教师课堂讲授为主，借助现代教育技术，积极探索模块化、任务驱动式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z3 Z8 N1 N4 N5 N11

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		改善客户关系的方法。 **3．能力目标：**能够理解优质的客户服务重要性；能够对优质客户服务进行评测；能够分析产品或服务性能及特点；能够准确识别客户群体，整理客户资料；能够制定提高客户忠诚度的方案；能够有效发掘潜在客户，开发目标客户；能够熟练有效地运用各种沟通技巧；能够有针对性地推荐企业产品；能够设定并超越客户期望，拒绝客户不合理要求；能够与客户达成协议；能够确定异议处理步骤，并进行有效处理；能够准确分析投诉产生原因，制定出网店投诉应对策略。		展示汇报等教学方法和手段，提高教学的实效性。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的客户服务管理理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**过程性评价占60%，结果性评价占40%。过程性考核内容分配如下：现场管理（20%）、职业判断（40%）、报告质量（20%）、团队合作、沟通表达（20%）；结果性评价以项目结果考核进行。	
6	商务礼仪与沟通	**1.素质目标：**具有自主学习、正确的商业道德观和服务的意识；具有善于与人沟通、积极合作的团队协作素养；具有在工作中注重个人和企业形象塑造的思维。 **2．知识目标：**了解商务礼仪与沟通的特点、原则和要求；熟悉各类商务办公、拜访、接待、庆典、仪式等商务活动各环节礼仪与沟通的要素和规则；掌握商务人员个人形象塑造方法和各类商务活动中待人接物的行为准则。 **3．能力目标：**具有一定的组织沟通协调和应变能力；具有按照礼仪规范修饰仪容、服饰，规范仪态和语言的能力；具有自主打造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的能力，能够依照礼仪规范进行商务交往，开展接待和拜访，熟练安排各项商务活动及仪式。	1．商务礼仪概述。 2．商务人员形象礼仪。 3．商务交往礼仪 4．商务办公礼仪。 5．商务专题活动礼仪。 6．商务沟通技巧。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观；通过讲解传统礼仪文化，引导学生传承中华优秀传统文化，形成尊重长辈、礼让同行等传统美德；通过讲解商务活动中的法律法规要求，让学生了解并遵守相关法律法规，确保商务活动的合法性和规范性。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下让学生可以开展形体训练、模拟商务活动场景的多媒体教室。 **3．教学方法：**本课程是专业核心课程，授课教师根据面向的职业岗位需要将授课班级进行分组，运用信息化手段在理论教学的基础上，创设基于典型工作任务的情境开展模拟训练，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的商务礼仪与沟通理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=过程性考核（60）+结果性考核：期末线下闭卷考核（30）+增值性考核（10）	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z3 Z8 N1 N4 N5 N11
7	商务文案写作	**1．素质目标：**具有在商业场景中精准适配不同阶段需求创作文案的职业意识；具有团队协作中高效沟通、快速迭代文案的协作素养；具有注重格式规范与数据支撑的严谨态度；具有结合反馈优化文案的持续改进意识，适应企业全生命周期文案应用要求。	1.认知商务文案写作基本知识和原则。 2.撰写商务行政公文。 3．编制商务业务文案。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，引导学生运用马克思主义立场观点分析商业文案中的供需关系、团队协作等问题，在文案创作中践行诚信理念与责任担当，树立服务社会、务实创新的世界观、人生观、价	S1 S2 S3 S6 S7 S8 S9 S10

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2．知识目标：掌握企业筹备、运营、推广、复盘各阶段行政公文、事务文书、策划文案等六类文案的格式规范、核心要素及写作原则；掌握各类文案的核心要素；掌握各类文案的写作原则；熟悉商业场景下各种新媒体文案的适配要点；熟悉数据支撑逻辑，用销量数据佐证运营总结报告结论的方法。 **3．能力目标：**能够独立完成各阶段文案写作；能够熟练运用案例分析、实操训练等方法快速产出并优化文案；能够通过互评、角色扮演等方式提升文案质量；能够结合数据与反馈进行文案迭代。	4．制定商务策划方案。 5．设计商务广告文案。 6.制作商务契约文案。 7.创设新媒体文案。	值观。 **2．教学条件：**线下依托多媒体教室开展教学；线上基于学习通平台发布课程资源、组织互动任务，实现线上线下融合，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**通过讲授法讲解文案格式规范与写作原则，结合案例教学法分析校园商业场景中的文案实例，运用提问法引导学生思考优化方向，采用分组讨论法激发创意，综合培养学生的文案创意与撰写能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的商务文案写作功底，熟悉企业各类文案实操流程，具备良好的书面表达能力与教学组织能力，能有效结合校园商业场景开展教学。 **5．课程考核：**过程性评价占50%，结果性评价占 50%。过程性考核内容分配如下：现场管理（20%）、职业判断（40%）、报告质量（20%）、团队合作、沟通表达（20%）；结果性评价以期末考试进行。	S11 Z3 Z9 N1 N4 N5 N9
8	知识产权保护实务	**1．素质目标：**具有团队协作意识；具有知识产权领域的诚信与职业道德，明确在知识产权的创造、申请、运用、交易等环节中的道德准则，杜绝学术不端、专利欺诈、商标抢注等违背诚信的行为，培养敬业精神和职业操守，在知识产权管理实践中做到公正、公平、廉洁。 **2．知识目标：**了解专利授予、终止、无效、强制许可的条件和程序，知晓专利保护的制度；了解注册商标申请、审查、核准、续展的条件和程序，知晓商标法律保护制度；了解版权获得、登记的条件和程序，知晓版权保护制度；了解商业秘密，知晓商业秘密管理和保护的方法；了解知识产权使用、转让、质押、抵押等具体运用的手段；知晓知识产权开发、实施许可、质押合同。知晓知识产权纠纷的法律解决方式和流程。 **3．能力目标：**能够根据专利、注册商标授予的条件和程序，申请专利、注册商标，从事专利代理、商标代理工作；能对版权、商业秘密进行管理，做好风险规避；能够合理使用知识产权并对知识产权合同进行管理；能够根据运用知识产权知识通过非讼和诉讼方式解决知识产权纠纷。	1．认知知识产权。 2．理解知识产权权利范围。 3．取得知识产权条件和程序 4．确定知识产权归属。 5.运用知识产权。 6.管理知识产权。 7.保护知识产权和法律纠纷处理。	**1、课程思政：**融入契约精神的育人元素，融入公序良俗、明礼诚信的社会主义核心价值观教育。 增强知识产权强国建设的使命感；培育全球视野下的知识产权担当意识，促进全球创新成果的共享与发展。 **2、教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3、教学要求：**采用讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法、项目教学法等帮助学生理解知识产权法保护的方法，提升理论联系实际的能力。 **4.师资要求：**任课教师应具有扎实的知识产权学理论功底和一定的实践经验。 **5、课程考核：**学习过程考核、项目任务作业考核和期末闭卷考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（50%）+期末闭卷考试（30%）	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7 S8 S9 S10 S11 Z2 Z3 Z11 N1 N4 N5 N12

（3）专业拓展课程

专业拓展课程描述如表 13 所示。

表 13　专业拓展课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	创新思维训练	**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；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；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科学理性决策思维；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：**通过课程学习，使学生树立创新意识、养成创新习惯、了解创新原理、掌握创新方法、完成创新思维训练，掌握创新原理、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，培养学生的创新意识、竞争和服务意识、协作意识和商业意识	1．全课总揽及初步认识创新。 2．创新意识。 3．创新方法。 4．创新思维。 5．突破创新思维障碍。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；选取优秀的创新案例弘扬中华民族传统文化和工匠精神。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学。 **3．教学方法：**采用小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等帮助学生理解创新原理。 **4．师资要求：**任课教师应具有一定的创新实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+结课开卷考试（50%）。	S1 S2 S3 S8 S9 Z3 Z8 N1 N6 N14
2	商务谈判	**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；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；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科学理性决策思维；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：**掌握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式，了解谈判的基本程序；掌握信息收集的内容与处理的方法；掌握商务谈判、打破僵局的策略和技巧；掌握合同签订的程序和注意事项。 **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，能够做好谈判的准备工作，进行谈判信息的收集、整理与分析；设计谈判的开局，	1．商务谈判的原则和分类。 2．谈判的基本程序。 3．信息收集的内容与处理的方法。 4．打破僵局的策略和技巧。 5．商务谈判的战术及应用。 6．商务谈判的语言艺术。 7．商务谈判礼仪。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，运用马克思主义基本观点分析和解决问题，树立正确的世界观、人生观、价值观。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学。 **3．教学方法：**讲授法、案例教学法、提问法、分组讨论法等培养和提高学生解决问题的能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有一定的商务谈判实践经验。	S1 S2 S3 S8 S9 Z3 Z8 Z12 N1 N5 N11 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		控制谈判的进程；根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力；能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功；能够撰写谈判报告。	8．撰写谈判报告。	**5．考核方式：**包括学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三部分，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（60%）+期末开卷考试（20%）。	
3	新媒体运营与推广	**1．素质目标：**具有新媒体从业人员的职业道德与法治意识；具有对市场动态、热点趋势和受众需求的敏锐洞察力素养；具有创意策划和数据驱动思维。 **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：**具有较好的内容创作能力；具有一定的图文与视频制作能力；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。	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。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观；通过讲解新媒体运营与推广中的法律法规要求，让学生了解并遵守相关法律法规，在新媒体运营与推广中，积极营造和谐、健康的网络环境。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下使用能联网的多媒体教室。 3．教学方法：运用信息化手段在理论教学的基础上，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有新媒体运营与推广、图文视频设计与制作等方面理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目作品考核成绩（40%）+总结性考评（含考试）成绩（30%）。	S1 S2 S3 S4 S9 Z3 Z8 N1 N5 N14
4	湖湘商文化	**1．素质目标：**具有浓厚的商业创新意识；具有诚信为本的商业道德素养；具有灵活应变、锐意进取的商业思维。 **2．知识目标：**了解湖湘商文化的历史渊源和发展脉络；熟悉湘商的名人名事和湖湘地区典型的商业模式和成功案例；掌握湖湘商人在经营管理、市场营销等方面的独特理念和方法。 **3．能力目标：**具有敏锐的市场洞察能力和商业分析能力；具有高效的团队协作能力；能够形成正确的职业伦理意识，树立诚信为本的职业素养；能够灵活运用湖湘商文化的精髓，在商业实践中实现创新与发展。	1．了解商文化。 2．湖湘文化对湘商的影响。 3．湘商精神的形成与传承。 4．湘商的历史与现状。	**1．课程思政：**湖湘商文化的课程思政元素涵盖了文化认同与自信、商业伦理与道德、创新精神与创业意识、社会责任与担当以及跨文化交流与合作等多个方面。这些元素不仅有助于提升学生的综合素质和职业能力，更能够引导他们在未来的商业活动中传承和弘扬湖湘商文化的优秀传统和精神内核。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下使用能联网的多媒体教室。	S1 S8 Z1 N1 N3 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				3．教学方法：运用信息化手段在理论教学的基础上，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有湖湘文化、中华商业文化、职业伦理等方面理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目作品考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩（40%）。	
5	商务数据分析与应用	**1．素质目标：**具备并坚持正确的价值观和数据保密及安全意识；具有爱岗敬业、客观公正及严谨细致的工作作风及职业素养；具备良好的团队合作意识、能力及文字表达能力等综合素养。 **2．知识目标：**熟悉并掌握商务数据分析工作内容、流程及数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和数据可视化展示的知识、方法、工具及应用；掌握市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析等典型任务的分析要点、方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告要素结构与写作方法。 **3．能力目标：**能够系统掌握商务数据化运营理念；能够掌握并灵活开展市场数据分析、运营数据分析及产品数据分析；能够可视化呈现数据分析过程及结果；能够结合市场、运营、产品等不同商务情境下数据分析目标，完成数据采集、整理与分析报告撰写。	1．商务数据分析认知。 2．商务数据采集与处理。 3．商务数据可视化呈现。 4．市场数据分析。 5．运营数据分析。 6．产品数据分析。 7．商务数据分析报告撰写与展示。	**1．课程思政：**建立“数据价值观-数据素养-数据情感”的课程思政元素架构，从整体上规范从业行为、培养数据涵养。 **2．教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全防护措施；具备多媒体教学资源。 **3．教学方法：**运用“两导四步”教学法：课前任务导学；课中研学，实施“释、践、展、检”教学环节和面授、答疑、研讨等；课后项目导练，促进学生创造性解决问题能力。 **4．师资要求：**具有扎实的理论功底、实践能力及较强的信息化教学能力。 **5．考核要求：**考核学生认知水平、学生行动、任务实施情况、团队协作等，课程总评成绩=线上自主学习（10%）+课堂活动（20%）+团队实训任务（30%）+考试（40%）。	S1 S2 S3 S8 S9 Z8 Z12 N5 N14
6	消费者行为分析	**1．素质目标：**具有探究真相、用数据和事实说话和良好的客户服务意识；具有持之以恒、积极进取，科学、严谨、扎实工作的素养；具有在营销过程中，深入探究消费者人性特点的职业敏感性的思维。 **2．知识目标：**了解消费者心理与行为的基本理论以及影响消费者行为的因素；熟悉消费者的特征、购买类型、决策过程；	1．消费者行为认知。 2．消费者购买决策。 3．消费者感知、记忆与学习。 4．消费者个性、自我概念与生活	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观、诚信经营与道德责任感、跨文化交流与沟通能力、创新精神和创业意识等思政元素。 **2．教学条件：**线上建设课程资源，线下使用能联	S1 S2 S3 S8 S9 Z5 Z8 N1 N5 N13

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为的方法。 **3．能力目标：**具有较好的信息搜集整理和分析的能力；具有善于察言观色，换位思考，准确把握消费者心理活动的能力，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引导消费者的行为。	方式。 5．消费者态度。 6．消费者需要与动机。 7．消费者群体沟通与创新扩散。 8．消费文化与消费行为。 9．消费者购后行为。 10．网络消费与消费行为。	网的多媒体教室。 **3．教学方法：**运用信息化手段，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、项目训练等方法。 **4．师资要求：**任课教师应具有消费者行为分析理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩（50%）。	

（4）专业集中实践课程

专业集中实践课程描述如表 14 所示。

表 14　专业集中实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	商务技能实训	**1.素质目标：**具有自主学习、正确的商业道德观和服务的意识；具有善于与人沟通、积极合作的团队协作素养；具有在工作中注重个人和企业形象塑造的思维。 **2．知识目标：**了解商务礼仪与沟通的特点、原则和要求；熟悉各类商务办公、拜访、接待、庆典、仪式等商务活动各环节礼仪与沟通的要素和规则；掌握商务人员个人形象塑造方法和各类商务活动中待人接物的行为准则。 3．能力目标：具有一定的组织沟通协调和应变能力；具有按照礼仪规范修饰仪容、服饰，规范仪态和语言的能力；具有自主打造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的能力，能够依照礼仪规范进行商务交往，开展接待和宴请活动，熟练安排各项商务活动及仪式。具有在数智化场景下统筹商务项目、协调跨部门协作的能力。	1.商务沟通技巧。 2.商务项目合作	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观；通过讲解传统礼仪文化，引导学生传承中华优秀传统文化，形成尊重长辈、礼让同行等传统美德；通过讲解商务活动中的法律法规要求，让学生了解并遵守相关法律法规，确保商务活动的合法性和规范性。适配企业对综合型人才的需求。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下让学生可以开展形体训练、模拟商务活动场景的多媒体教室。 **3．教学方法：**本课程是专业核心课程，授课教师根据面向的职业岗位需要将授课班级进行分组，运用信息化手段在理论教学的基础上，创设基于典型工作任务的情境开展模拟训练，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z3 Z8 N1 N4 N5 N11

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				具有扎实的商务礼仪与沟通理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩 = 学习及考勤（10%）+项目实训考核结果（90%）。	
2	商务直播实务实训	**1.素质目标：培育和践行社会主义核心价值观**；具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具有良好的沟通表达能力和临场应变能力；具有精益求精的工作态度和敬业精神。 **2.知识目标：**熟悉企业产品特性、运营目标及筛选合适的主播并进行 IP 打造的方法；掌握直播物料清单并安装、调试直播设备的方法；了解撰写店铺营销方案、商业文案、电商直播方案及直播脚本的方法；掌握对直播效果的各种数据指标进行分析的方法。 **3.能力目标：**能够进行直播的筹备、运作、实施和改进的方法与技巧；能够根据直播产品进行新媒体营销、短视频与直播宣传规划；能够熟练地根据店铺特点和商品特征，设计抽奖、秒杀、投票、话题等互动玩法和店铺推广活动；能够对不同的商品进行系统的讲解与展示，针对要点及痛点进行直播带货。	1．直播前准备。 2．开设直播账号。 3．客户画像分析。 4．直播的具体实施。 5．直播后复盘。 6．直播运营数据的分析报告撰写。	**1．课程思政：**融入商业伦理道德和诚实守信价值观，培养学生在直播过程中的创新意识和良好服务意识。 **2．教学条件：**依托校企合作基地的场地和产品，校内实训场所需配备相应的直播设施设备。 **3．教学方法：**以学生为中心，采用任务驱动、分组实践，提高学生直播控场和沟通能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的直播运营理论和技巧，以及一定的直播实践经验。 **5．考核方式：**考察参训学生的直播展现能力、表达能力、团队合作能力、主播策划能力，以及职业素养。 总评成绩 = 学习及考勤（10%）+项目实训考核结果（90%）。	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 Z1 Z3 N2 N3
3	客户服务实训	**1．素质目标：**具有诚实守信的职业道德、踏实严谨的工作作风；具有良好的沟通表达能力和临场应变能力；具有较强的忍耐力；具有强烈的计划意识；具有在竞争环境中的“定制服务”意识。 **2．知识目标：**掌握服务的内涵及特点；熟悉客户的定义及分类；掌握客户服务的分类及要求；掌握产品或服务性能及特点；掌握产品或服务特色与定位；掌握客户的沟通风格、接待前准备工作；掌握各种沟通方式和技巧；了解客户异议种类及原因、处理技巧；掌握客户异议处理原则；掌握投诉处理流程和处理技巧；掌握客户忠诚度的含义和测评；掌握建立客户信任和改善客户关系的方法。 **3．能力目标：**能够理解优质的客户服务重要性；能够对优质客户服务进行评测；能够分析产品或服务性能及特点；能够准确识别客户群体，整理客户资料；能够制定提高客户忠诚度的方案；能够有效发掘潜在客户，开发目标客户；能够熟练有效地运用各种沟通技巧；能够有针对性地推	1．走近客户服务。 2．分析目标客户。 3．沟通客户需求。 4．处理客户投诉。 5．培育忠诚客户。 6.管理客户关系。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，培养学生的诚信经营和服务意识，学生需注重客户需求，建立良好的客户关系，以诚信、专业和高效的态度提供优质的服务质量，推动企业的可持续发展。 **2．教学条件：**线上建设课程资源，线下让学生可以开展客户拜访、客户投诉处理模拟等训练的多媒体教室。 **3．教学方法：**以学生实训为主，借助现代教育技术，积极探索模块化、任务驱动式教学，同步演练教学、仿真教学、案例讨论、多媒体音频和视频展示汇报等教学方法和手段，提高教学的实效性。 **4．师资要求：**有坚定的社	S1 S2 S3 S8 S9 S10 S11 Z3 Z8 N1 N4 N5 N11

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		荐企业产品；能够设定并超越客户期望，拒绝客户不合理要求；能够与客户达成协议；能够确定异议处理步骤，并进行有效处理；能够准确分析投诉产生原因，制定出网店投诉应对策略。		会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的客户服务管理理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**过程性评价占 60%，结果性评价占 40%。过程性考核内容分配如下：现场管理（20%）、职业判断（40%）、报告质量（20%）、团队合作、沟通表达（20%）；总评成绩 = 学习及考勤（10%）+项目实训考核结果（90%）	
4	双 11 实训	**1．素质目标：**具有团队合作意识；具有吃苦耐劳、乐于奉献的精神；具有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。 **2．知识目标：**了解相关企业运营与管理流程，熟悉企业经营规程制度、熟悉商业运营环境；了解店铺线上线下营销推广知识，在实践中得到深入地理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任；了解社群与社群营销、策划并开展社群活动的策略与方法；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。 **3．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有初步推广方案制定及实施能力；能够预防突发事件；能够初步具有客服自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理的能力；能够初步具有新媒体营销的能力；能够利用企业真实产品和电子商务平台，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，了解电子商务平台运营与管理流程。	1．组建成立项目部，明确项目团队架构组建和工作职责的划分。 2．通过企业项目实战，学生参与企业真实项目运营，全程贯穿企业职场场景，项目管理方式按照企业典型管理方式进行。 3．学生分角色轮岗 1～2 个部门进行能力要点强化训练，通过项目综合训练课程帮助学生消化原有的课程知识，将理论知识转化为实战能力，最终通过真实项目的实际运营帮助学生积累工作经验，实现与企业人才标准零距离接轨。	**1．课程思政：**融入商业伦理道德和诚实守信的价值观，融入项目管理过程的系统思想、科学控制观、工匠精神、创新精神。 **2．教学条件：**依托校企合作基地的场地和产品，校内实训场所需配备相应的项目实战平台和工具。 **3．教学方法：**以学生为中心，采用任务驱动、分组实践，提高学生解决实际问题的能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的项目管理理论和技巧，以及一定的项目管理实践经验。 **5．考核方式：**考察参训学生的项目组织能力、表达能力、团队合作能力、策划能力，以及职业素养。总评成绩 = 学习及考勤（10%）+项目实训考核结果（90%）。	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 Z1 Z3 N2 N3
5		**1．素质目标：**具有自主学习意识；具备爱岗敬业、诚实守信的职业道德；培养对 AI 技术的兴趣和探索精神；具有创新意识和问题解决能力；了解 AI 技术的伦理和社会责任。 **2．知识目标：**了解 AI 智能的产生与发展；了解 AI 智能工具的基本原理和特性；掌握文心一言的基本操作和功能；掌握文心一格的基本操作和功能；掌握 ChatGPT 的基本操作和功能；了解多种 AI 智能工具协同工作方法。 **3．能力目标：**能够熟练使用文心一言软	1．介绍 AI 技术的发展和应用领域，引导学生了解 AI 智能工具的重要性和优势。 2．文心一言实践应用： ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 ④案例分析	**1.课程思政：**立足社会主义核心价值体系，融入 AI 伦理和社会责任的内容，引导学生树立正确的科技观和价值观，培养学生社会责任感、批判性思维和独立思考能力。 **2.教学条件：**配备多媒体教学设备和网络连接；提供文心一言ChatGPT 的官方下载链接和安装指导。 **3.教学方法：**应用讲授法、	S3 Z3 N3

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
	AI 智能工具训练	件的基本操作界面和工具；能够理解和应用文心一言软件的智能功能，如自然语言处理、机器翻译、智能推荐等，以提升文本处理的效率和准确性；学生应能够导入、编辑和导出图像文件，包括图片的裁剪、缩放、旋转、调整亮度和对比度等基本操作；学生应能够使用软件提供的图像特效和滤镜功能，对图片进行艺术加工和风格转换，满足不同的设计需求；了解 AI 生成 PPT 的方法和运用。	3．文心一格实践应用。 ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 4．Chatppt 实践应用。 ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 5．多种 AI 协同实现最终设计。	演示法、实践操作法、案例分析法、小组讨论法等让学生了解 AI 智能工具在各个领域的应用情况。 **4.师资要求：**教师具备扎实理论基础，合理调整教学策略，针对性开展教学，达成教学目标。 **5.考核要求：**平时成绩（40%）+项目实践成绩（60%）。平时成绩包括考勤、课堂参与度、作业完成情况；项目实践成绩根据项目完成质量、创新性和团队协作进行评价。	
6	策划推广实训	**1．素质目标：**具有自主学习意识；具有策划推广的创新创意思维；具有组织沟通及团队协作意识，具有计划执行素养和高效时间优化管理意识；具有电商网络平台数据的分析思维，以及经营决策意识。 **2．知识目标：**了解市场环境分析、消费者分析、竞争者分析的内容与方法；熟悉品牌市场细分的方法及步骤；掌握市场定位的基本技能及市场定位方案撰写的步骤和内容；了解最新的网络推广渠道和方法；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；熟悉撰写网络营销策划推广方案。 **3．能力目标**：能够对项目任务进行熟练分解并制定合理的实施进度计划的能力；能够根据企业需要完成网络策划推广方案的撰写与展示，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，开展新媒体运营和推广活动。	1．电商平台营销策划。 3．网络品牌策划文案创作。 4．网络品牌图文类内容设计。 5．网络品牌视频类内容设计。 6．网络策划推广后台数据分析。	**1．课程思政：**融入商业伦理道德和诚实守信的价值观，融入人文精神、文化自信、创新精神和社会主义核心价值观。 **2．教学条件：**依托校企合作基地的场地和产品，校内实训场所需配备相应的策划实施项目和工具。 **3．教学方法：**以学生为中心，采用任务驱动、分组实践，提高学生解决实际问题的能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有扎实的网络策划理论和技巧，以及一定的策划工作实践经验。 **5．考核方式：**考察参训学生的项目组织能力、表达能力、团队合作能力、策划能力，以及职业素养。总评成绩 = 学习及考勤（10%）+项目实训考核结果（90%）。	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 Z1 Z3 N2 N3
7	专业综合实训	**1．素质目标：**具有诚实守信的职业道德；具有用数据和事实说话的职业精神；具有爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具有精打细算的成本控制意识；具有质量至上、精益求精的工匠精神；具有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；具有团队意识和团队协作精神。 **2．知识目标：**熟悉企业运营管理流程；了解企业的管理制度和规范；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	依托产教融合校内外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，对接企业的策划、品牌促销、新媒体运营、客服、电商主播等岗位工作内容，完成学校和企业双方共同制定的绩效考	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，融入文化自信、爱岗敬业、创新精神、工匠精神。 **2．教学条件：**依托校外产教融合基地完成实训过程，保障学生的工作安全和职业技能训练。 **3．教学方法：**学校教师和企业师傅要紧密配合，强化案例教学，强化双导师的实战指导，使学生尽快提高工作实践操作能力。 **4．师资要求：**学校教师和	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 S10 S11 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		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管理政策。 **3．能力目标：**能够迅速适应企业的工作节奏；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。	核任务。	企业师傅应具有较强的一线工作实践经验。 **5．考核方式：**引入企业绩效考核与项目管理办法，总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目任务绩效考核成绩（70%）。考核方式学分与学生项目实践业绩直接挂钩；将项目对接实践教学体系，融入综合实训考核中。在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。	
8	毕业设计	**1．素质目标：**具有自主学习意识；具有严肃认真的工作素养；具有勤奋钻研的学习素养；具有综合应用所学知识的思维；具有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；具有一定的创新思维。 **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地分析，并以创新的思维设计出具有一定可能性的策划方案。	1．确定选题。 2．设计毕业设计方案的提纲。 3．对方案背景的目标市场进行调查分析。 4．设计和撰写方案。 5．对设计的方案进行推演和修改。 6．答辩。 7．在毕业设计平台上传和提交资料。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，融入创新精神和工匠精神。 **2．教学条件：**依托学生岗位实习工作经验进行方案设计和撰写。 **3．教学方法：**教师可根据学生选题采取案例法、讲授法、讨论法、对比分析法等教学方法，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。 **4．师资要求：**指导教师应具有一定的毕业设计指导经验和方案撰写能力。 **5．考核方式：**包括毕业设计完成过程的平时成绩、指导教师评阅、现场答辩三个部分，总评成绩=平时成绩（20%）+评阅成绩（60%）+答辩成绩（20%）	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 S10 S11 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N4
9	岗位实习	**1．素质目标：**具有诚信、敬业的工作作风和科学、自律、严谨的工作态度；具有安全、质量、效益及创新意识；具有沟通交流及团队协作意识。 **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。 **3．能力目标：**能够自觉自律，遵守企业规章制度；能够虚心向企业师傅学习，迅	1．以行业对应企业的策划、促销、推广、客服、电商等岗位的工作作为岗位实习任务，了解企业各种管理规范与制度。 2．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。	**1．课程思政：**在各自的岗位上要体现爱岗敬业、认真负责的品质，以及创新精神和工匠精神。 **2．教学条件：**依托校外实习场所进行，岗位要保证专业对口，提升学生的实践应用能力。 **3．教学方法：**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。	S1 S2 S3 S4 S5 S7 S9 S10 S11 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		速进入工作角色；能够基本胜任门店店长助理、营业员、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。	3．通过岗位实习，对照企业要求，找到差距和不足。 4．使知识技能和实际岗位工作更好地紧密结合。 5．达到策划助理、品牌专员、促销专员、电商专员等相关岗位基本工作能力。	**4．师资要求：**校内指导教师和校外实习主管应具有较丰富的工作实践经验。 **5．考核方式：**由企业岗位工作导师和校内指导教师针对实习过程的表现、工作绩效、工作态度等共同考核得出，总评成绩=企业岗位工作导师考核（70%）+校内指导老师考核（30%）。	N4

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排。本专业教学进程安排如表 15、表 16 所示。

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
公共基础课	公共基础必修课程	1	2699103	军事理论	A		2	36	36		线上						
		2	2699104	思想道德与法治	B		3	54	48	6	4*12+1H	1H	1H	1H	1H	1H	
		3	2699105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B		2	32	28	4		2*12+4*2					
		4	2699106	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	B		1.5	24	20	4			2*12				
		5	2699107	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	B		1.5	24	20	4				2*12			
		6	2699108	形势与政策（1）	A		0.25	9	9		2*4+1H						1-6 学期，每学期开展一次班级时政教育，计 6 学时。
		7	2699109	形势与政策（2）	A		0.25	9	9			2*4+1H					
		8	2699110	形势与政策（3））	A		0.25	9	9				2*4+1H				
		9	2699111	形势与政策（4）	A		0.25	11	11					2*4+1H	1H	1H	
		10	2599112	大学体育（1）	C		2	34		34	2*10						1-4 学期，每学期 10 学时阳光跑，共 40 学时。运动会两年 12 学时，春季院运会 2 学时，秋季校运会 4 学时。
		11	2699113	大学体育（2）	C		2	32		32		2*10					
		12	2699114	大学体育（3）	C		1.5	26		26			2*6				
		13	2699115	大学体育（4）	C		1.5	24		24				2*6			
		14	2699116	大学英语（1）	A	K	4	64	64		4*13+16H						线上16H 学时。
		15	2699117	大学英语（2）	A	K	4	64	64			4*14+8H					线上 8H 学

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
																	时。
		16	2699120	经济数学	A	K	3	48	48		4*12						
		17	2699121	信息技术	B		3	48	24	24		4*12					
		18	2699122	国家安全教育	A		1	16	16		1H	10H 线上+1H	1H	1H	1H	1H	线上 10 学时，线下 1-6 学期，每学期 1 学时班级国家安全教育课。
		19	2699123	实用语文	A		1.5	28	28				2*14				
		24	2699124	心理卫生与健康	B		2	32	20	12	2*5+2H	2*5+2H	2H	2H	2H	2H	1-6 学期，每学期 2 学时班级心理健康教育课。
		25	2699125	职业生涯发展与就业指导（1）	B		1	16	8	8	2*5+2H	2H	2H				1-3 学期，每学期 2 学时班级就业指导课。
		26	2699126	职业生涯发展与就业指导（2）	B		1	16	8	8				2*5+2H	2H	2H	4-6 学期，每学期 2 学时班级就业指导课。
		27	2699127	创新创业教育	B		2	32	16	16			2*12+8H				8 学时创业导师团讲座，
		合　计					40.5	688	486	202							
	公共基础限选	1	2699201	生命安全与救援	A		1	16	16		14H 线上+2H						线上 14 学时，线下 2 学时班级安

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
	课程																全教育课。
		2	2699202	突发事件及自救互救	A		1	16	16				14H 线上+2H				线上 14 学时，线下 2 学时讲座自救互救教育课。
		3	2699203	中国传统文化	A		1	16	16		2*8						
		4	2699204	党史国史	A		1	16	16			14H 线上+2H					线上 14 学时，线下 2 学时党史国史教育课。
		5	2699205	大学美育（美术鉴赏）	2 选 1	A	2	32	32			2*8+16H 线上					线上线下混合，含公共艺术（6 选 1）。
		6	2699206	大学美育（音乐鉴赏）													
		合 计					6	96	96	0							
	公共基础任选课程	1	-	公共基础任选课程		A	2	32	32		学生在 1-6 学期自主选择课程，共需完成不少于 32 学时，不少于 2 学分，课程详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》						
		合 计					2	32	32	0							
合 计							48.5	816	614	202							
专业（技能）课	专业基础课程（必修）	1	2644401	Q人工智能应用基础	B		2	32	16	16		4*8					
		2	2644402	Q经济学原理	B		1.5	24	12	12	2*12						
		3	2644403	Q管理学基础	B	K	3	48	24	24	4*12						
		4	2644404	商品学	B		2	32	16	16	2*14+2*2						

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
		5	2644405	Q市场营销实务	B		3	48	24	24		4*12					
		6	2644406	Q经济法基础	B	K	3	48	24	24		4*12					
		7	2644407	Q会计基础	B		1.5	24	12	12			2*12				
		8	2644408	人力资源管理实务	B		2	32	16	16			2*14+2*2				
		9	2644409	Q习近平经济思想概论	B		1	16	8	8	2*8						
		合　计					19	304	152	152	16						
	专业核心课程（必修）	1	2644501	商务策划实务	B	K	3	48	24	24			4*12				
		2	2644502	市场调研与数据分析	B	K	3.5	56	28	28			4*14				
		3	2644503	品牌策划与推广	B	K	3	48	24	24			4*12				
		4	2644504	公共关系策划	B	K	3	48	24	24			4*12				
		5	2644505	客户服务实务	B	K	3	48	24	24				4*12			
		6	2644506	商务礼仪与沟通	B	K	3.5	56	28	28				4*14			
		7	2644507	商务文案写作	B	K	3	48	24	24				4*12			
		8	2644508	知识产权保护实务	B	K	3	48	24	24				4*12			
		合　计					25	400	200	200							
	专业拓展选修课程	1	2644601	Z创新思维训练	B		3	48	24	24		4*12					
		2	2644602	商务谈判	B		3	48	24	24		4*12					
		3	2644603	新媒体运营与推广	B		3	48	24	24				4*12			
		4	2644604	湖湘商文化	B		2	32	16	16				2*14+2*2			

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	14	14	14	0	0	
		5	2644605	商务数据分析与应用	B		3	48	24	24				4*12			
		6	2644606	消费者行为分析	B												
		合　计					14	224	112	112							
合　计							105.5	1744	1078	666							

注：（1）课程类型：“A”表示理论课程，“B”表示理实一体课程，“C”表示实践课程。

（2）课程名称前加“Q”标注表示为专业群平台课程，加“Z”标注表示为专创融合课程，加“R”标注表示为“人工智能+”特色课程课程。

（3）考核方式：“K”表示考试课程，其余为考查课程。

（4）开设学期：“周学时”如“4*12”表示4学时/周、共12周，“周数”如“2W”表示集中教学2周，“学时”如“8H”表示该学期8学时。”

表 16 教学进程表（集中实践）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	开设学期/集中实践教学周数						课程性质	备注
							一	二	三	四	五	六		
							5	4	4	4	18	20		
1	2699101	入学教育	C		1	20	1W						公共基础必修课	公共基础必修课
2	2699102	军事技能	C		2	112	3W						公共基础必修课	
3	2699128	劳动教育	C		1	20	1W						公共基础必修课	
4	2644701	商务技能实训	C		2	40		2W					专业必修课	
5	2644702	商务直播实务实训	C		2	40		2W					专业必修课	
6	2644703	双 11 实训	C		4	80			4W				专业必修课	
7	2644704	客户服务实训	C		1	20				1W			专业必修课	
8	2644705	AI 智能工具训练	C		1	20				1W			专业必修课	
9	2644706	策划与推广实训	C		2	40				2W			专业必修课	
10	2644707	专业综合实训	C		10	200					10W		专业必修课	
11	2644708	毕业设计	C		4	80					4W		专业必修课	
12	2644709	岗位实习	C		24	336					4W	20W	专业必修课	
合　计					54	1008	5	4	4	4	18	20		

（二）教学时数分类统计

1．分学期教学时数统计

分学期教学时数统计如表 17 所示。

表 17　分学期教学时数统计表

学期 \ 教学活动周	非集中实践教学	集中实践教学					教学准备	复习考试	合计
		军训与入学教育	劳动教育	实训教学周	毕业设计	岗位实习			
一	13	4	1				1	1	20
二	14			4			1	1	20
三	14			4			1	1	20
四	14			4			1	1	20
五	0			10	4	4	1	1	20
六	0					20			20
总计	55	4	1	22	4	24	5	5	120

2．各类课程学时学分统计

各类课程学时学分统计如表 18 所示。

表 18　各类课程学时学分统计表

序号 课程类别性质		课程门数	学　时				学分	备　注
			合计	理论	实践	实践学时比例（%）		
公共基础课程	公共基础必修课程	26	840	486	354	42.14%	44.5	（1）公共基础课程（含公共基础必修、限选、任选课程）共 968 学时，占总学时比例为 35.17%； （2）选修课程（含公共基础限选、任选课程，专业拓展课程）共 352 学时，占总学时比例为 12.86%。
	公共基础限选课程	6	96	96	0	0.00%	6	
	公共基础任选课程	2	32	32	0	0.00%	2	
专业（技能）课程	专业必修课程（含基础课、核心课、集中实践课）	26	1560	352	1208	77.44%	94	
	专业拓展选修课程	5	224	112	112	50.00%	14	
总　计		65	2752	1078	1674	60.83%	160.5	

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1．队伍结构

本专业的生师比不超过 18:1。实施“对接一个企业、结拜一个行业专家、掌握一套岗位业务流程、学会一种商业模式、完成一个项目运行、提出一个实践教学改进方案”的“六个一”工程建设，建立一支拥有 2 名专业带头人（校内校外各 1 名），6~7 名高学历或教学经验丰富、德优业精、有下厂实践经历或项目实战管理能力的骨干专任教师，6~7 名拥有丰富商务服务类企业工作经验的管理专家或一线技术能手的兼职教师共同组成的“专兼结合、双岗双薪”教师队伍；其中 45 岁以下具有硕士学位的教师比例达到 95%，5 年内培养 2 名副教授，使副高职称教师比例达到 40%以上，“双师型”教师占比达到 80%以上，形成一支学历结构、职称结构、年龄结构、专兼结构合理的高素质师资队伍。

2．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商业服务业发展趋势、专业发展脉搏，能广泛联系行业企业，了解行业企业对商务策划、品牌策划与推广、文案策划等人才的需求实际，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、企业管理等管理学相关专业硕士，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、熟悉商业服务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，促进专业校内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，能够应用行业产业的新技术、新工艺、新规范更新课程标准及课程内容；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）能够主持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：教学计划任务书，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、跨界协同、双线考核”教学模式的施行和效果。

（9）能够独立主持并完成与本专业相关的省级以上科研项目（课题），每年在省级以上期刊发表教研教改论文。

3．专任教师

（1）具有高校教师资格证书、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）具有工商管理、企业管理、行政管理等管理学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，以及本专业二级及以上职业资格证书或相应技术职称。

（4）熟悉管理学、经济学、商品学、人力资源管理和知识产权保护的理论知识；掌握商务策划

流程、品牌策划与推广、公共关系策划、文案策划等相关理论知识和工作方法；具有市场调查与数据分析、商务礼仪沟通、客户服务与管理等相关理论知识和实践能力；具有较强的创新精神和创意思维；具有系统的市场营销管理工作能力；具有各种商务促销活动的策划能力，以及系统的商务项目管理运营工作能力；具有系统的商务谈判、新媒体运营与推广、消费者行为分析的实际工作能力；具有应用各种工具和软件对商业数据进行分析和应用展示的能力。

（5）具有较强的数字化能力和信息化教学能力，能够熟练运用基于行动导向、任务驱动等多种教学方法进行教学设计。

（6）掌握先进的职业教育教学理论，具有课程开发、教学设计及数字化教学资源建设能力，能够开展专业领域的课程教学改革和科学研究。

（7）具有指导商务管理专业的数字化管理师技能竞赛、市场营销技能竞赛及“互联网+”创新创业竞赛的能力。

（8）热爱教育事业，具有项目化课程的改革决心与毅力，能够对自己主持的专业核心课程进行项目化改造和教学设计、信息化课程资源建设。

（9）每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4．兼职教师

本专业所有兼职教师均应来自商业服务业企业中高级管理人员和一线工作人员，具有良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的商务活动策划、品牌策划与营销推广、公共关系策划、文案策划等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，能承担本专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务，并且兼职教师承担的专业课时比例达到 50%以上。

（二）教学设施

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、校内实训室和校外实训基地等。

1．专业教室

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 Wi-Fi 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

配备各种实训平台和电脑桌椅等设施设备，保证各项实训课程的正常开展。如表 19 所示。

表 19　校内实训条件基本要求一览表

序号	实训室名称	主要功能/主要实训项目	主要设备	工位数	服务课程
1	企业经营沙盘实训室	商务技能实训	学生桌椅、多媒体设备、白板	50	商品学 管理学基础 人力资源管理实务 市场调研与数据分析

2	网店运营与推广实训室	商务直播实务实训	台式计算机、电脑桌椅、多媒体设备	50	新媒体运营与推广 市场调研与数据分析 策划与推广实训
3	营销策划实训室	双 11 实训	ITMC 网店开设与装修实训软件、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、电脑桌椅、客户机、显示器、多媒体设备	50	商务策划实务 品牌策划与推广 客户服务实务 商务文案写作 商务礼仪与沟通
4	数字化运营实训室	客户服务实训	标准办公工作台、展示柜、台式计算机、电脑桌椅、多媒体设备	50	市场调研与数据分析
5	客户服务与管理实训室	AI 智能工具训练	标准办公工作台、展示柜、台式计算机、电脑桌椅、多媒体设备	50	市场调研与数据分析 客户服务实务
6	商务数据分析实训室	策划与推广实训	ITMC 电子商务综合实训与竞赛系统、服务器、电脑桌椅、客户机、显示器、多媒体设备	50	市场调研与数据分析 商务数据分析与应用 新媒体运营与推广
7	产教融合项目工作室 1	专业综合实训	项目产品、电脑、电脑桌椅、展示柜	50	商务直播实务实训 策划与推广实训 专业综合实训
8	产教融合项目工作室 2	商务技能实训	项目产品、电脑、电脑桌椅、展示柜	50	商务直播实务实训 专业综合实训
9	产教融合项目工作室 3	商务直播实务实训	项目产品、电脑、电脑桌椅、展示柜	50	双 11 实训 商务直播实务实训 专业综合实训
10	产教融合项目工作室 4	双 11 实训	项目产品、电脑、电脑桌椅、展示柜	50	策划与推广实训 专业综合实训

3．校外实训基地

通过政府、大（中）型企业集团、行业协会等平台，紧密联系各类商业和服务业企业，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、区域内大型知名零售企业开展深层次、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岗位实习的需要，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参与项目实战，形成校企共建、共管的格局。

建设 3 ~ 4 个深度合作的校外产教融合实训基地，能够容纳 150 名左右的学生进行跟岗实训或贴岗实习。由企业业务骨干和经验丰富的管理人员承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生掌握企业的活动策划、文案策划、促销、品牌推广、客服、公关、主播经纪、电商、HR 等岗位的工作职责和实际业务流程。在毕业实习阶段，学生在实习单位进行顶岗操作，直接承担企业的某一岗位并开展工作，培养和提高其专业操作技能与实践能力。

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 3 ~ 4 个月的综合实训以及半年以上岗位实习的需要，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。

建设校外实训基地，必须搭建完善的校企合作管理体制，制定健全的规章制度管理制度和科学

的合作机制，未签订合作协议的，不得开展校企合作。在校外实训基地，基于职业标准的员工日常行为规范，培养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。

校外实训基地要求如表 20 所示。

表 20 校外实训基地情况一览表

序号	基地名称	主要功能/主要实训项目	接纳人数	服务课程
1	新佳宜产教融合实训基地	双 11 实训 专业综合实训 岗位实习	50 ~ 80 人	商务策划实务、商务数据分析与应用
2	沃尔玛雨花亭店产教融合实训基地	双 11 实训 专业综合实训 岗位实习	20 ~ 25 人	商务策划实务、商务数据分析与应用
3	天虹产教融合实训基地	双 11 实训 专业综合实训 岗位实习	20 人	商务策划实务、品牌策划与推广、客户服务实务、商务礼仪与沟通
4	盒马鲜生产教融合实训基地	专业综合实训、岗位实习	80 ~ 100 人	客户服务实务
5	湖南红星国际展览有限公司产教融合实训基地	专业综合实训、岗位实习	60 ~ 80 人	商务策划实务、市场调研与数据分析、品牌策划与推广、客户服务实务、商务礼仪与沟通
6	湖南湘商国际会展有限责任公司产教融合实训基地	专业综合实训、岗位实习	10 ~ 20 人	商务策划实务、市场调研与数据分析、品牌策划与推广、客户服务实务、商务礼仪与沟通

（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。

专业教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，其中国规教材选用比率达到30%以上，且必须是近五年出版的教材， 以保证专业教材的质量；对接国际先进职业教育理念，根据本专业发展需要优先选择能够展现商务服务业新业态、新水平、新技术的新型活页式教材、工作手册式教材，要符合技术技能人才成长规律和学生认知特点，专业课程教材突出理论和实践相统一，注重以真实生产项目、典型工作任务、案例等为载体组织教学单元。

（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委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材，坚决禁止不合格的教材进入课堂。

（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

所选图书文献满足商务管理专业人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，为师生查询、借阅提供方便。专业类图书文献主要包括：商业服务业政策法规、知识产权相关政策、相关职业标准、商务代理人手册、公共关系策划胜任力模型等资料，以及新零售发展、网红直播、主播运营、新媒体运营、产业数字化转型等技术、方法和实务操作类图书，经济学、管理学、营销学等经典著作等图书和文献等。

3．数字教学资源配置基本要求

以国家职业标准为依据，以综合职业能力培养为目标，以典型工作任务为载体，以学生为中心，以能力培养为本位，将理论学习与实践学习相结合，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，将工匠精神融入“课程思政”教学资源，要求种类丰富、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，校企双方成员共同制定《商务策划实务》《品牌策划与推广》《客户服务实务》等专业核心课程标准、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，开发微课视频、动画等数字资源，提供实训项目及指导、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，全面提高商务管理专业的人才培养质量。

部分专业课程数字资源网址如表 21 所示。

表 21　商务管理专业课程数字资源

序号	数字化资源名称	资源网址	具体要求
1	管理学基础	https://mooc2-ans.chaoxing.com/mooc2-ans/mycourse/tch?courseid=230320452&clazzid=93244139&cpi= 119813705&enc=fc3718521b3d2ae802b709e0d8ace576&t= 1719054832538&pageHeader=2	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源
2	经济法基础	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/spoc_coursePreview/courseIndex?courseId=gxh4acosukre2g3ya7m6wq&id=gxh4acosukre2g3ya7m6wq	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源
3	商品学	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/spoc_courseDesign?courseId=ow1zasevurbeiqbqmpz5kw&id=ow1zasevurbeiqbqmpz5kw	搭建信息化教学资源，增加视频类素材、动画类素材
4	市场营销实务	https://mooc2-ans.chaoxing.com/mooc2-ans/mycourse/tch?courseid=201528146&clazzid=3974940&cpi= 119813705&enc=62ef09ae83da309692fc39af2b7c298e&t= 1694079129855&pageHeader=2	增加视频类素材、动画类素材
5	市场调研与数据分析	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/spoc_courseDesign?courseId=odo4aecuv4nd8qbjnlc2aq&id=odo4aecuv4nd8qbjnlc2aq	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源
6	公共关系策划	https://mooc2-ans.chaoxing.com/mooc2-ans/mycourse/tch?courseid=241435042&clazzid=94118524&cpi=58191330&enc=7318b9f45b55d2b527013a74f0d92c18&t= 1719108817306&pageHeader=12	搭建信息化教学资源，增加视频类素材、动画类素材
7	商务礼仪与沟通	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/directaccess/courseIndex?courseId=5us8assstklnv8sgphvxjw&id=5us8assstklnv8sgphvxjw&noLoginUserId=b6zkavmrhljbkhyq8buc7a&noLoginSchoolId=jx0faeunj4bb50tpqvnyrq	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识点颗粒化资源
8	客户服务实务	https://www．icve．com．cn/portal_new/courseinfo/courseinfo．html?courseid=aioxaburtbbgbd0pgp6vz	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重；增加独立知识

序号	数字化资源名称	资源网址	具体要求
		w	点颗粒化资源
9	人力资源管理实务	https://mooc2-ans.chaoxing.com/mooc2-ans/mycourse/tch?courseid=230320452&clazzid=93244139&cpi= 119813705&enc=fc3718521b3d2ae802b709e0d8ace576&t= 1719054832538&pageHeader=2	增加生产性实训场所的实践项目资源
10	新媒体运营与推广	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/spoc_courseDesign?courseId=sa3nabsutjtjz74r0e0w&id=sa3nabsutjtjz74r0e0w	增加视频类素材、动画类素材，增加生产性实训场所的实践项目资源
11	商务数据分析与应用	https://zjy2.icve.com.cn/teacher/spoc_coursemanagement?courseId=cuu1afer2kzgltiqauivtw&id=cuu1afer2kzgltiqauivtw	增加视频类素材、动画类素材和虚拟仿真类素材比重

（四）教学方法

1．“项目引领 跨界协同 双线考核”育人模式

研发真实项目实施生产性教学。对接商务管理专业核心岗位要求和任务特点重构教学形态，对双 11 实训、专业综合实训等课程进行项目化改造，实施分工协作模块化教学；结合任务典型性、工作时长、劳动强度等特点，遴选生产性项目，基于岗位工作内容，对接企业的商务策划、产品促销、品牌策划与推广、主播经纪代理等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；打破学校与企业边界，跨校企组建由专任教师、企业技术人员、行业领军人物、技能大师等组成的高水平项目导师团队；实施专任教师“六个一”工程建设和协作模块化教学，打造“专兼结合、双岗双薪”教师队伍，共同承担课程教学实施过程。在项目团队导师老师的指导下，以师傅带徒弟的形式指导学生完成任务。

校企共同制定实践教学考核标准与项目绩效考核办法，践行职业技能和职业素养并重的双线考核评价，将团队合作、诚实守信、精益求精等多维度职业素养纳入学习效果评估。

2．任务驱动法

针对所有专业核心课程，分项目创设不同的任务情境，选择与学习主题密切相关的真实性事件或问题（任务）作为学习的中心内容，让学生带着真实的任务去学习，学生拥有学习的主动权，教师不断地激励学生前进，从而使学生真正掌握所学内容，并通过此任务来举一反三，收到更好地学习效果。培养学生的创新能力和独立分析问题、解决问题的能力。

3．团队学习法

针对所有专业核心课程建立项目团队进行协作学习，增强学生的动手能力和实战能力。课前授课教师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；教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，整个教学过程中的团队任务必须团队成员一起分工合作完成并纳入考核。积极营造团队学习氛围，培养学生团队合作能力，增强团队荣誉感。

4．线上线下混合式教学法

针对所有专业群平台课程、专业基础课程、专业核心课程都实行线上线下混合式教学。在教学方法上突破课堂教学限制，充分扩展学生学习时间与空间，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。通过在职教云平台建设在线开发

课程，提供教学 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。

课前通过课程平台发布任务实现教师导学、学生自学；通过微课学习等课前导学方式，实现由被动学习到主动学习的转变。课中师生通过抢答、提问、讨论、头脑风暴、团队实训等丰富多彩教学法实施线上线下教学、课后学生线上提交作业、完成单元测试进行复习巩固拓展能力，实现课上课下、线上线下课堂翻转。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。

（五）学习评价

在《品牌策划与推广》《客户服务实务》《策划与推广实训》《双 11 实训》《专业综合实训》等专业课程中引入企业绩效考核与项目管理办法，建立“双线考核、以绩代考”机制；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、岗位实习四段式课程评价。实施学习成果以绩代考制，将技能大赛、创业实践等学习成果进行学分互换与成绩认定；在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。

所有专业课程采用多元评价考核法，多角度评估学生的学习效果和学习能力。在评价主体方面，采取系统、教师、团队等多元化评价；在评价考核项目方面，考核包含学习态度、认知水平、行动能力、任务完成度、团队协作能力等项目，注重过程性考核与结果性考核相结合，使用信息化平台和数据分析工具，收集考核数据，使课程考核真正能够反映学生知识、能力、素质的综合评价。

关注学生在学习过程不同阶段获得的学习成果变化，通过评价激发个体的发展潜能，引导学生发现自身“增值”可能。本专业的人才增值评价从学生的认知技能和专业技能增长（能力评价）、积极情感与态度增长（社会评价）和就业机会的获得与收入增长（经济评价）三方面展开。在每个学年定期进行学业质量监测和师生问卷调查，开展阶段性的教学质量增值情况分析，依托信息化平台和数据分析工具，对课堂教学、人才培养、思政素养进行精准剖析，制定针对性的诊断措施。

（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）建立专业建设和教学进程质量监控机制。建立专业教学质量监控管理制度、校企合作人才培养长效机制、系列教学相关管理制度，以此完善课堂教学、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，明确人才培养主要环节的质量要求和标准，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（2）完善教学管理机制。加强日常教学组织与管理，开展专业课程建设水平和教学质量诊断与改进。建立健全巡课、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，针对教学中存在的质量问题

进行反馈和改进。

（3）建立学生反馈机制及社会评价机制。通过在校生座谈会、网评、评价表，对任课教师敬业精神、为人师表、教学方法、讲课效果、信息量等内容进行质量反馈。通过毕业生回访，针对就业情况、 自身发展情况等进行分析，同时通过用人单位对毕业生的知识、能力、素质等的评价进行分析，来定期反馈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。通过学校、二级学院、教研室、教师、学生及用人单位的质量反馈，学校及二级学院针对反馈的内容，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，并发布商务管理专业诊改报告。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。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：各专业（课程） 自我诊改→汇总至专业群形成各专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

本专业学生应达到以下要求方可毕业：

1.在规定修业年限内修完本专业人才培养方案要求的课程，达到 160.5 学分；

2.思想品德鉴定合格，达到本专业人才培养目标和培养规格要求。

3.技能水平达到专业技能抽查标准要求；

4.毕业设计、岗位实习均达到合格及以上；

5.符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十、附录

（一）学分认定、积累与转换

（二）公共基础任选课一览表

（三）专业人才培养方案论证表

（四）专业人才培养方案制（修）订审批表

2026级商务管理专业
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）英语三级等级证书对应大学英语（1）、大学英语（2）课程。

（2）计算机一级等级证书对应信息技术课程。

（3）省级技能竞赛一等奖及以上可申请进行学分认定、互换。

（4）获得中级及以上的商务策划师、互联网营销师等职业资格证书，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，经申报审批准许可进行学分认定、互换。学分认定、积累与转换如表 21 所示。

表 21　学分认定、积累与转换

序号	成果形式	可认定学分	对应置换课程	备注
1	服役经历	课程所对应学分	大学体育、军事理论、军事技能训练	
2	英语三级等级证书	课程所对应学分	大学英语	
3	计算机一级等级证书	课程所对应学分	信息技术	
4	创新创业经历		岗位实习	排名前 5
5	创新创业成果		毕业设计	排名前 5
6	省级技能竞赛 企业经营管理沙盘赛项一等奖	课程所对应学分	市场营销实务、市场调研与数据分析、专业综合实训、双 11 实训	
7	省级技能竞赛 数字化管理师赛项一等奖	课程所对应学分	市场调研与数据分析、商务数据分析与应用、专业综合实训、双 11 实训	
8	湖南省互联网+大学生创新创业大赛一等奖	课程所对应学分	管理学基础、市场营销实务、新媒体运营与推广、专业综合实训	
9	互联网营销师职业资格证（中级）	课程所对应学分	市场调研与数据分析、商务数据分析与应用	
10	商务策划师职业资格证（中级）	课程所对应学分	商务策划实务、品牌策划与推广、公共关系策划	
11	新媒体技术职业资格证（中级）	课程所对应学分	新媒体运营与推广	
12	实用新型专利、 发明专利	课程所对应学分	岗位实习	

2026级部分公共基础任选课一览表

序号	课程代码	课程名称	学时	学分
1	2699301	中西文化比较	16	1
2	2699302	中华诗词之美	16	1
3	2699303	中国当代小说选读	16	1
4	2699304	文化地理	16	1
5	2699305	生命科学与人类文明	16	1
6	2699306	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	16	1
7	2699307	社会学与中国社会	16	1
8	2699308	先秦诸子	16	1
9	2699309	《诗经》导读	16	1
10	2699310	文物精品与中华文明	16	1
11	2699311	先秦君子风范	16	1
12	2699312	中国古代礼仪文明	16	1
13	2699313	《老子》《论语》今读	16	1
14	2699314	《论语》导读（同济版）	16	1
15	2699315	如何高效学习	16	1
16	2699316	批判与创意思考	16	1
17	2699317	有效沟通技巧	16	1
18	2699318	礼行天下 仪见倾心	16	1
19	2699319	大学生防艾健康教育	16	1
20	2699320	辩论修养	16	1
21	2699321	大数据分析导论	16	1
22	2699322	大学生健康教育	16	1
23	2699323	宪法与法律	16	1
24	2699324	红色旅游与文化传承	16	1
25	2699325	人工智能与信息社会	16	1
26	2699326	人工智能与创新	16	1
27	2699327	大学英语（专升本）	32	2
28	2699328	高等数学（专升本）	32	2
29	2699329	大学语文（专升本）	32	2
30	2699330	法律技能与职场应用(民法刑法)	20	1
31	2699331	一书一世界:阅读启航与探索	16	1
32	2699332	羽毛球	20	1
33	2699333	篮球	20	1
34	2699334	瑜伽	10	1

湖南科技职业学院

2026级专业人才培养方案制（修）订论证表

专业代码		530603		
专业名称		商务管理		
所在学院名称		商学院		
专家组人员签字				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	张静	湖南水利水电职业技术学院	高级会计师、经济管理学院院长	
2	楚万文	上海泓江信息科技有限公司	董事长	
3	胡君	湖南科技职业学院	教授/网络信息中心副主任	
4	向建军	湖南科技职业学院	软件学院党总支副书记	
论证意见				
现有人才培养岗位能力体系虽覆盖商务管理通用岗位要求，但贴合湖南本土产业特色的针对性仍可加强，会展项目策划、湘商品牌推广等区域核心岗位的典型工作任务与职业能力分析体现较为薄弱，地域岗位适配特色有待进一步凸显。。经本次针对性优化补齐后，岗位能力对标更精准，整体方案贴合区域产业育人需求，科学可行，同意通过论证。				
论证结论	☑论证通过　　☐修改后通过　　☐不通过			

2026级商务管理专业人才培养方案

湖南科技职业学院

2026级专业人才培养方案制（修）订审批表

专业名称	商务管理	专业代码	530603
总课程数	65	总学时数	2752
公共学时比例	35.17%	选修学时比例	12.79%
实践学时比例	60.83%	毕业学分	160.5
二级学院审核意见	同意 负责人签字（盖章）2026年8月20日		
教务处审核意见	同意 负责人签字（盖章）2026年8月30日		
教学指导委员会意见	同意 负责人签字 2026年9月4日		
学术委员会意见	同意 签章 2026年9月12日		
党委会审定意见	签章 2026年10月16日		
校长签发意见	签字 2026年10月20日		