



湖南商务职业技术学院
Hunan Vocational College of Commerce

三年制高职 专业人才培养方案

专业名称：	商务管理
专业代码：	530603
适用年级：	2026 级
制订时间：	2026 年 5 月

2026 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	商务管理
专业代码	530603
专业建设委员会	人才培养方案制订与审核, 课程标准和教学管理, 符合现代企业人才培养需求。 易学军 侯杰 潘海燕 陈会忠 黄慧化 高海慧 刘嘉亮 赖世清 唐红涛 刘欢 签名: 2026 年 6 月 12 日
人才培养方案论证会	人才培养方案符合现代企业人才需求。 易学军 侯杰 唐红涛 刘嘉亮 赖世清 周西平 刘继永 钱祖乾 彭红 潘海燕 毛如松 朱波 高海慧 曾强 任研良 何卫华 刘小通 陈会忠 签名: 2026 年 6 月 14 日 刘欢
学术委员会	已上会通过 签名 (盖章) 2026 年 7 月 14 日 
校级党组织会议审定	同意 签名 (盖章) 2026 年 7 月 19 日 
备注	



编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，以落实立德树人根本任务，坚持面向市场、对接产业、服务发展、促进就业的办学方向，遵循国家专业教学标准、专业实训教学条件建设标准等国家标准，结合学校服务湖南区域经济发展需求和“商务管理”专业特色，由湖南商务职业技术学院商务管理专业教学团队与长沙屈臣氏个人用品商店有限公司、湖南奥思卓市场研究咨询有限公司等企业共同构建的德智体美劳全面发展的人才培养体系，体现了专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，规范了人才培养全过程，突出了职业教育的类型特点，落实了专业、课程、教材、教师、实习实训等教育教学关键要素改革，实现了高技能人才的有效培养。

本专业人才培养方案在制订过程中，历经专业建设指导委员会论证、人才培养方案论证、校学术委员会评审、提交学校校长办公会、党委会审定，将在 2026 级商务管理专业实施。

商务管理专业人才培养方案制订成员名单

序号	姓名	单位	职务	职称/职级
1	朱波	湖南商务职业技术学院	教研室主任	讲师
2	曾凌	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	副教授
3	蔡黛沙	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
4	高胜寒	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
5	李黎	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
6	李飘	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
7	龙攀	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
8	彭丹	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	讲师
9	周倩惠	湖南商务职业技术学院	商务管理专业教师	助教
10	陈成	湖南奥思卓市场研究咨询有限公司	总经理	
11	吴恋	深圳追一科技有限公司	高级HRBP经理兼高级绩效经理	
12	卢业政	东莞坚朗五金制品股份有限公司	人力资源部经理	
13	唐力	常德富博智能科技有限公司	综合管理部经理	
14	李曼丽	长沙屈臣氏个人用品公司	人力资源总监	
15	陆金珠	长沙为达医疗器械有限公司	经理	
16	宋庆知	湖南大田物业服务管理有限公司	人力资源部经理	
17	蒋云昌	湖南一九八八文化传媒有限公司	董事长	

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置及要求	5
(一) 课程结构	5
(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析	6
(三) 专业集中实训课程教学体系	7
(四) 课程描述	8
七、教学进程总体安排	83
八、实施保障	100
(一) 师资队伍	100
(二) 教学设施	103
(三) 专业教学资源	106
(四) 教学方法	107
(五) 学习评价	108
(六) 质量管理	110
九、毕业要求	99
十、其他	112
附录 1 专业人才培养方案调整审批表	114
附录 2 专业人才培养方案论证意见表	117

湖南商务职业技术学院

2026 级三年制高职商务管理专业人才培养方案

一、专业名称及代码

商务管理专业（专业代码 530603）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准年限三年，实行弹性学制 2-6 年。

四、职业面向

1.就业岗位

（1）商务策划类岗位：企业商务策划专员、策划助理等。

（2）运营管理岗位：企业或零售终端客服管理专员、人力资源管理专员、项目管理专员等。

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

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	职业技能等级证书、 社会认可度高的行业 企业标准和证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	商务服务业 (72) 零售业 (52)	2-06-07-03 商务策 划人员 4-07-02-03 客户服 务管理人员 2-06-08-01 人力资 源管理人员	请将岗为分为以 下几类： 入职岗位：企业商 务策划专员、策划 助理、客户服务专 员、运营专员、人 力专员等。 发展岗位：商务运 营部经理、商务策 划部经理、客户服 务经理 迁移岗位：销售专 员、管理咨询师	1+X 数字营销技术应用 等级证书（中级）；互 联网营销师

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业适应经济社会转型升级及数字商务蓬勃发展需要，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有较强的沟通、协调、组织等专业技能基础，拥有管理和创新思维、具备商务职业素养和良好的职业道德及创新创业能力，传承敢为人先、经世致用的湘商文化和敬业乐群、忠于职守的工匠精神，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向商务运营和商务策划等岗位群，能够承担公司商务活动的组织、策划、执行工作，能胜任企业人力资源专员、商务接待专员、客户管理专员、项目助理、运营专员等相关岗位的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

S1:坚决拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，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，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

S2:具有爱岗敬业的职业精神，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、科学素养、创新能力、工程思维、数据思维、湘商精神；

S4:具有数字素养，具备应对产业数字化转型复杂问题的能力；

S5:勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划能力，有较强的集体意识和团队合作精神；

S6:具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

S7:具有良好的人文素养和审美能力，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

S8:弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；

S9:具备风险管控能力，能对事务发展进行预判，提前做好应对准备；

S10:具有大局观念，能把握沟通与协调的主线，善于立足对方思考问题，寻找合作共赢点；

S11:具备服务意识和奉献精神，在坚持原则的基础上开拓创新，寻求最佳解决方案。

S12:具有团队精神和合作意识,具有一定的协调工作的能力和组织管理能力;

2. 知识要求

Z1:掌握必备的思想政治理论、军事理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识;

Z2:熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识;

Z3:了解心理学的有关理念和基本概念,树立心理健康意识;

Z4:掌握多元文化知识,理解不同文化内涵,掌握必要的跨文化知识;

Z5:掌握美的本质内涵,了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征;

Z6:掌握 Windows 操作系统的基本操作方法和办公软件的基本功能;

Z7:掌握管理学基础及商务数据分析知识、商务策划知识、商务管理实务知识、市场调查知识、商务运营管理知识、商务沟通知识、项目管理、客户服务与管理基本知识、商务礼仪知识、组织行为学知识、公共关系知识、商务秘书实务知识、人力资源开发与管理基本知识、会计基础等相关知识;

Z8:具有扎实的专业基础知识和技能,并具备较高的语言组织与表达水平,熟练的办公软件操作能力。

3. 能力要求

(1) 专业能力

N1:具有良好的语言沟通和表达能力,懂得基本的商务

礼仪；

N2: 具有使用 office 办公软件和办公设备的能力；

N3: 具有协调员工与管理层关系的能力；

N4: 具有对客户心理活动进行有效并服务客户的能力；

N5: 具有较强的文案撰写能力和宣传推广组织实施能力；

N6: 具有独立策划、组织各类专题活动的能力；

N7: 具有客户业务特性及竞品调研分析的能力；

N8: 具有良好的分析判断能力、应变能力、语言表达能力，协调能力和组织管理能力和团队合作精神。

（2）社会能力

N9: 具有良好的职业形象；

N10: 有责任心，主观能动性；

N11: 有善于协调、沟通等优秀的领导能力；

N12: 有亲和力、计划决策能力、以及感召力和凝聚力；

N13: 有良好的职业素养、团队合作精神和强烈的工作责任心。

（3）方法能力

N14: 具备较强的观察能力，能通过现象看本质；

N15: 具有持续学习能力，能够不断学习和掌握新的知识、理念和方法。

N16: 具备总结和分析能力，持续积累相关的工作经验，并提炼和总结，不断提升自身的工作技能。

六、课程设置及要求

（一）课程结构

课程分为五大模块：公共基础课程模块（必修、限选、

任选)、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展选修课程模块、专业集中实训模块。具体如图 1 所示。

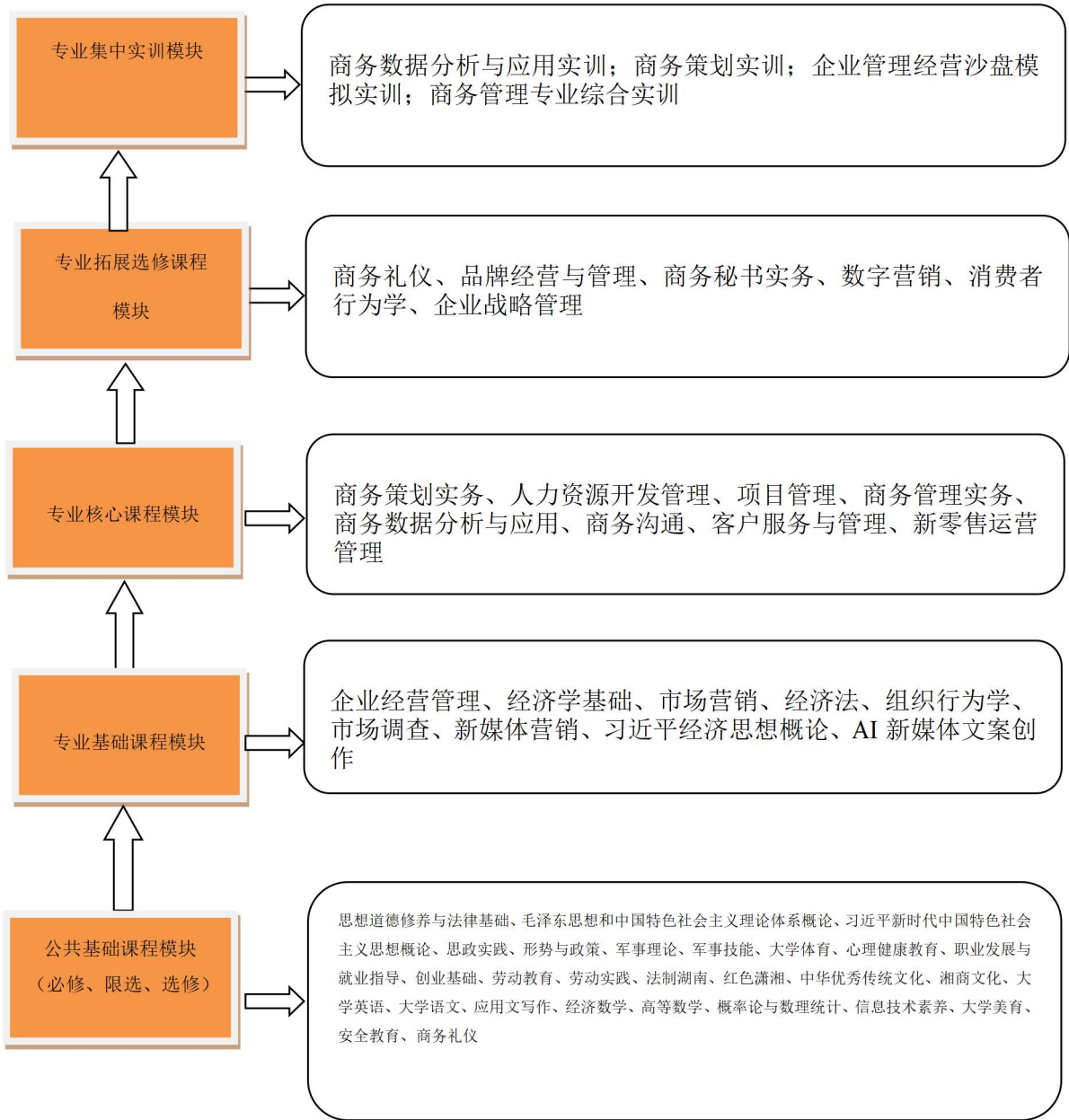


图 1 商务管理专业课程体系图

(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析

表 2 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

岗位名称	典型工作（项目）	核心职业能力要求	专业课程
------	----------	----------	------

商务策划类岗位	1、收集、整理策划主题相关材料；	具备相关数据的收集、整理、分析的能力；	市场调查实务 商务数据分析与应用 商务策划实务 商务运营管理 项目管理 公共关系实务 新媒体营销
	2、撰写策划文案；	1、具有较强的文案撰写能力和宣传推广组织实施能力； 2、具有独立策划、组织各类专题活动的的能力； 3、具有熟练操作办公软件的能力；	
	3、执行策划方案；	1、具备良好的职业素养、团队合作精神 and 强烈的工作责任心； 2、具备项目管理思维和执行能力。	
	4、策划活动效果评估	1、具备评估体系设计能力； 2、具备相关资料统计分析能力	
客户服务岗位	1、客户服务方案制订	1、具备分析客户服务目标、制订服务方案的能力； 2、具备与客户进行沟通的能力；3、具备公关处理的能力；	商务沟通与谈判 商务礼仪 市场调查实务 商务数据分析与应用 公共关系实务 客户服务与管理
	2、客户服务方案执行	1、具备对客户服务人员组织开展培训的能力； 2、具备相应的表达和释疑能力； 3、具备敏锐观察及应变能力； 4、具备团队协作能力。	
	3、客户服务方案执行监督及反馈	1、具备团队协作能力； 2、具备沟通与协调能力；	
	4、客户服务方案执行评估	1、具备收集分析资料和总结能力； 2、具备评估体系设计能力； 3、具备有效沟通的能力。	
运营管理岗位	1、商务沟通与谈判； 2、商务活动决策； 3、商务活动执行； 4、商务活动总结分析。	1、具备较强的沟通与协调能力； 2、具备一定的决策能力； 3、具备有效执行能力； 4、具备总结分析能力。	商务沟通与谈判 商务数据分析与应用 公共关系实务 管理学基础 项目管理 商务运营管理

(三) 专业集中实训课程教学体系

岗位	典型工作项目	实践相关课程	实践平台/软件
商务策划类岗位	1、商务信息收集、整理、分析； 2、商务策划文案撰写； 3、商务策划执行与总	1、商务策划实训； 2、商务运营管理实训； 3、商务数据分析与应用实训	1、商务策划实训室； 2、数字营销 1+X 实训平台
客户服务岗位	1、商务沟通与谈判； 2、公关处理； 3、客户满意度调查与分析 4、客户服务方案制订与实施	1、商务运营管理实训； 2、商务数据分析与应用实训	1、商务运营管理实训室； 2、商务数据分析实训室； 3、商务管理校外实训基地
运营管理岗位	1、商务沟通与谈判； 2、商务活动决策； 3、商务活动执行； 4、商务活动总结分析。	1、商务运营管理实训； 2、企业管理经营沙盘模拟实训	1、商务管理综合实训室； 2、沙盘模拟实训室； 3、企业管理经营沙盘软件等

图 2 专业集中实训课程体系图

(四) 课程描述

1.课程描述总体要求

对接岗位需求，引入新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，融通商务数据分析、人力资源管理竞赛标准和互联网营销师等职业资格证书能力要点，基于工作过程或能力模块或典型工作任务，系统设计每一门课程的课程目标、主要内容和教学要求，可操作性强。

(1) 专业思政融入课程分析

在整个课程体系中，爱国主义教育、法治教育、职业道德教育等思政元素全程贯穿，将思政教育与专业教学深度融合。

专业思政与课程的融入如下表所示：

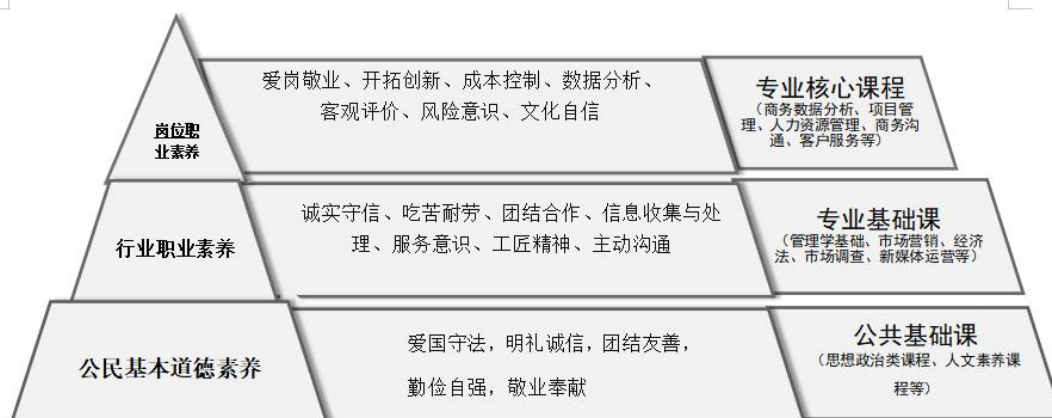


图3 “课程+思政” 体系结构图

课程模块	主要内容	思政融入	
公共基础课程	包括思想政治、身心修养、科技人文、创新创业等课程。	S4：通过信息技术课程，培养数字素养和终身学习能力。 S7：结合人文社科课程，提升人文素养和审美素养，鼓励艺术特长发展。	在所有课程中融入爱国主义教育、法治教育、职业道德教育，确保学生在掌握专业技能的同

专业基础课程	包括市场营销学、经济学基础、经济法、市场调查、组织行为学、管理学基础、现代物流基础、新媒体运营等课程。	结合 S1-S3，强调在学习专业知识的同时，树立正确的世界观、人生观、价值观，践行社会主义核心价值观。具有质量、环保、安全意识，注重信息素养。	时，成为有理想、有本领、有担当的新时代青年。
专业核心课程	包括人力资源开发管理、商务策划实务、项目管理、商务管理实务、商务沟通、商务数据分析与运营、新零售运营管理、客户服务与管理等课程。	结合 S4:强调实现自我管理，加强职业规划意识，注重团队合作精神的培养； 结合 S8:强调团队精神和合作意识的培养，提升自身的组织和协调能力。	
专业拓展选修课程	包括会计基础知识、茶艺与茶文化、品牌服务与管理、投资理财管理、数字营销基础、商务秘书实务、采购与供应链、品类管理、消费者行为学、公共关系实务等课程。	结合 S9: 具备风险意识，对事务发展具备前瞻性和预判性； 结合 S10: 具备大局意识，注重合作共赢； 结合 S11: 具备服务意识和奉献精神，注重开拓创新，有效解决问题。	

表3 专业思政融入课程分析

(2) 相关技能竞赛融入课程分析

本专业相关的竞赛有商务数据分析和人力资源服务赛项，竞赛内容与课程的融合如下表所示。

表4 技能竞赛融入课程分析

竞赛名称	组织机构	主要内容	拟融入的课程
商务数据分析	省教育厅	商务数据挖、清洗、可视化操作，结合数据分析形成运营决策	商务数据分析
人力资源管理服务	省教育厅	企业人力资源规划、招聘、培训组织、绩效、晋升等人力决策、人力成本分析、劳动法律运用	人力资源开发管理

(3) 相关证书融入课程分析

本专业相关的证书是数字营销1+X等级证书，证书内容与课程的融合如下表所示。

表5相关证书融入课程分析

职业资格证书/职业技能等级证书名称	工作领域	工作任务	拟融入的课程
数字营销 1+X	新媒体运营管理	利用新媒体组织开展客户拉新、维护、开发等活动，对企业 APP、小程序等新媒体工具进行运营和管理	数字营销、新媒体运营

(4) 专业技能考核标准融入课程分析

本专业技能考核对接商务运营管理岗位群的典型岗位要求，具体分为三个模块：专业基本技能模块、岗位核心技能模块和岗位拓展技能模块。模块内容与专业课程对应关系如下表所示。

表6 技能考核模块内容与专业课程对应关系

序号	模块名称	模块内容	专业课程
1	商务接待安排	制定商务接待计划，组织实施商务接待方案	项目管理、商务管理实务、人力资源开发管理
2	商务谈判与沟通	企业内外部沟通要点；典型商务谈判案例分析	商务沟通、客户服务与管理
3	商务数据分析	对商务运营过程数据进行分析处理，形成可视化图标，并形成经营分析决策报告	商务数据分析与运营、商务管理实务、新零售运营管理
4	商务活动策划	针对特点情景下开展活动方案设计，制定活动方案策划书	商务策划实务、项目管理、商务管理实务、人力资源开发管理、新零售运营管理
5	公关事件应对及处理	针对特定公关事件进行案例分析，形成公关事件应对方案	商务策划实务、公关关系实务、项目管理

2.公共基础课程描述（必修、限选、任选）

(1) 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主和谐文明美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 知识目标： 理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、理论特					

质与历史地位，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。

能力目标：能够理论联系实际，运用所学专业理论知识，正确看待社会问题，分析社会现象；能够运用马克思主义的立场、观点和方法发现问题、分析问题和解决问题。

主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3

主要内容：

序号	教学单元	教学内容
1	导论 马克思主义中国化时代化新的飞跃	1. 习近平新时代中国特色社会主义思想是如何创立的？ 2. 习近平新时代中国特色社会主义思想回答了什么重大时代课题？ 3. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要包含哪些内容？ 4. 如何理解习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位？ 5. 如何学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想？
2	第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义	1. 中国特色社会主义如何一路走来？ 2. 如何理解中国特色社会主义是社会主义而不是其他什么主义？ 3. 为什么说中国特色社会主义进入了新时代？ 4. 新时代坚持和发展中国特色社会主义如何一以贯之？
3	第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴	1. 为什么说实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程？ 2. 如何擘画全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图？ 3. 中国式现代化是一种什么样的现代化
4	第三章 坚持党的全面领导	1. 为什么要坚持党的领导？ 2. 怎样理解党的领导是全面的、系统的、整体的？ 3. 怎样实现党的全面领导？
5	第四章 坚持以人民为中心	1. 为什么必须坚持以人民为中心？ 2. 如何理解不断实现人民对美好生活的向往？ 3. 怎样实现人的全面发展、全体人民共同富裕？
6	第五章 全面深化改革	1. 为什么要全面深化改革开放？ 2. 怎样推进全面深化改革开放？ 3. 如何将改革开放进行到底？
7	第六章 推动高质量发展	1. 如何完整、准确、全面贯彻新发展理念？ 2. 如何坚持和完善社会主义基本经济制度？ 3. 如何加快构建新发展格局？

8	第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略	1. 为什么要坚持教育、科技、人才一体推进？ 2. 怎样加快建设教育强国？ 3. 怎样加快建设科技强国？ 4. 如何深入实施新时代人才强国战略？
9	第八章 发展全过程人民民主	1. 什么是全过程人民民主？ 2. 全过程人民民主好在哪里？ 3. 如何践行全过程人民民主？
10	第九章 全面依法治国	1. 为什么要全面推进依法治国？ 2. 为什么要走中国特色社会主义法治道路 3. 如何理解全面依法治国的总目标？ 4. 如何建设法治中国？
11	第十章 建设社会主义文化强国	1. 为什么建设中国特色社会主义文化？ 2. 为什么要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度？ 3. 为什么要用社会主义核心价值观凝心聚力？ 4. 如何铸就社会主义文化新辉煌？
12	第十一章 加强以民生为重点的社会建设	1. 为什么说“悠悠万事，民生为大”？ 2. 提高人民生活品质着重从哪些方面入手？ 3. 怎样推进社会治理现代化？
13	第十二章 建设社会主义生态文明	1. 新时代为什么突出强调生态文明建设？ 2. 建设什么样的生态文明？ 3. 怎样建设美丽中国？ 4. 怎样共谋全球生态文明建设之路？
14	第十三章 维护和塑造国家安全	1. 为什么要坚持总体国家安全观？ 2. 如何构建统筹各领域安全的新安全格局？ 3. 怎样推进国家安全体系和能力现代化？
15	第十四章 建设巩固国防和强大人民军队	1. 为什么要建设巩固国防和强大人民军队？ 2. 怎样建设巩固国防和强大人民军队？ 3. 人民军队怎样捍卫国家主权、安全、发展利益？
16	第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一	1. 如何全面准确理解和贯彻“一国两制”方针？ 2. 为什么说“一国两制”是保持港澳长期繁荣稳定的最佳制度？ 3. 为什么说祖国完全统一的时和势始终在我们这一边？
17	第十六章 中国特色大国外交	1. 世界怎么了？ 2. 人类向何处去？

	交和推动构建人类命运共同体	3. 中国怎么办？		
18	第十七章 全面从严治党	1. 为什么要全面从严治党？ 2. 为什么十八大以来管党治党宽松软状况得到根本扭转？ 3. 如何理解全面从严治党这场伟大自我革命？		
教学要求： 1. 方法手段： 主要采用理论教学与实践教学相结合的模式，由以“教”为主向重“学”为主的教学模式发展。在理论教学中采取因材施教、互动式与启发式教学方法，具体运用问题讨论法、合作辩论法、视频观摩互动法、分组讨论法、启发式教学法等，结合学生中的思想热点或时政热点问题，进行教学，注重实效。在实践教学中注重现场模拟、亲身体验、社会调查等多种互动式教学形式，调动学生学习的积极性和主动性，锻炼和提高学生的综合素质与实践能力。 2. 考核评价：				
考核内容		理论（40%）	实践（60%）	
考核方式		期末在线考试	能力考核	素质拓展
具体指标		闭卷考试	实践活动等	平时表现（课堂出题、课堂纪律、回答问题等） 线上学习（包括十七章及特色音频系列学习任务等）
考核目标		检验和巩固对本课程基本理论知识的理解与运用	培养学生分析问题解决问题的能力	锻炼学生的自主学习能力，提高学生的综合素质 培养学生自主学习与独立思考的能力，提高学生的能力，提高学生的学习力
分值比例		40%	15%	25% 20%

(2) 思想道德与法治

开设学期	1 和 2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生具备较高的思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标： 掌握新时代的内涵与意义，理解人生观的重要作用，掌握中国精神的内涵和意义，理解社会主义核心价值观的内涵，理解道德准则和中国特色社会主义法治体系。 能力目标： 能够坚定理想信念，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知；理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，积极投身道德与法治实践。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容： 理解并掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，运用所学的理论知识，分析问题并提出解决问题的方法。					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中国特色社会主义新时代的内涵与意义，培养学生成长为担当民族复兴大任的新时代青年。			
2	思想篇	世界观、人生观、价值观的教育，帮助学生树立正确的理想信念，理解人生的意义和方向。弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。			
3	道德篇	道德观教育，传承中华传统美德，弘扬中国革命道德，引导学生养成良好的道德品质。			
4	法治篇	法治观教育，帮助学生理解法律的基本知识，树立法治观念，增强法律意识，学会运用法律知识解决实际问题。			
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过主题研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%，从知识、能力、素养三个方面综合考核。					

(3) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力, 坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念, 增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。 知识目标: 理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、发展、主要内容、历史地位和意义。 能力目标: 能够联系实际, 树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识; 能够运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论: 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果	1. 什么是马克思主义 2. 中国为什么选择了马克思主义 3. 为什么要实现马克思主义中国化时代化 4. 什么是马克思主义中国化时代化 5. 马克思主义中国化时代化有哪些理论成果 6. 本教材的主线和重点			
2	毛泽东思想	1. 毛泽东思想及其历史地位 2. 新民主主义革命理论形成的依据 3. 新民主主义革命道路的总路线和基本纲领 4. 新民主主义革命的道路和基本经验 5. 从新民主主义到社会主义的转变 6. 社会主义改造道路和历史经验 7. 社会主义制度在中国的确立 8. 社会主义建设道路的初步探索			
3	中国特色社会主义理论体系的形成发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观	1. 邓小平理论的形成、主要内容及历史地位 2. “三个代表重要思想”的形成、核心观点、主要内容及历史地位 3. 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容及历史地位			

教学要求：

1. 方法手段：主要采用理论与实践相结合，线上与线下相结合，课内与课外相结合的教学方式，运用问题导向、任务驱动、小组辩论等教学方法，通过多媒体音频、视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。

2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。

(4) 形势与政策

开设学期	1、2、3、4、5	参考学时	40	学分	1
课程目标： 素质目标：具备感知国情民意的意识，具备树立“四个意识”、坚定“四个自信”的意识，做担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标：准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略；正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。 能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力，能对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点和疑点问题进行思考、分析和判断。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	理论教学	根据中宣部，教育部每学期下发的《形势与政策教育教学要点》，紧密围绕党和国家重大理论政策，中国式现代化建设的情况，国际形势等方面的情况与时俱进设定教学内容，由形势与政策教研室召开教育教学专题会议，共同商议确定每学期的具体授课内容。			
2	实践教学	根据每学期具体的授课内容，安排实践主题，在课堂进行展示。			
教学要求： 1.方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，以激发学生自主学习为目标，采用参与式，互动式，启发式，讨论式等教学方式，依托学习通教学平台为学生提供大量的资源，并完成主题讨论和作业的提交，以提升教学的实效性。 2.考核评价：突出考查学生分析问题和解决问题的能力，本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。					

(5) 思政实践

开设学期	1-2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 坚定学生的中国特色社会主义信念，激发学生的民族自豪感、自尊心和自信心；促进学生热爱中国共产党的感情，拥护党的领导；帮助学生认识社会、关心社会，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设和接班人。 知识目标： 让学生通过亲身实践，了解中国特色社会主义的发展历程，党的十八大后中国发展取得的伟大成就，进一步加深大学生对习近平新时代中国特色社会主义思想概论与思想道德与法治两门课程基本内容的理解，深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质。 能力目标： 培养学生运用马克思主义立场和观点发现实际问题、分析实际问题以及解决实际问题的能力；提高学生认识能力、思辨能力和实践能力，让他们在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容： 学生以实践小组的方式参与教学，围绕思想政治理论课的教学内容，结合专业特点开展实践活动（具体实施由各门思政课负责人根据课程内容的需要，结合时事热点，在各门思政课教学过程中安排，不单独计课时）。					
教学要求： 1. 方法手段： 以思政实践教学平台为载体，通过案例示范、任务驱动、主题活动等方式，让学生在学习理论知识的同时，有组织的参与思政实践。 2. 考核评价： 突出考查学生分析问题和解决问题的能力，考核学生的实践能力，本课程考核与各门思政课考核融合进行。					

(6) 军事技能

开设学期	1	参考学时	112	学分	2
课程目标： 素质目标： 养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。 知识目标： 掌握内务制度与生活制度；掌握列队动作基本要领。 能力目标： 能较好地完成内务整理和队列动作训练。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	共同条令	《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育。			
2	分队的队列动作	集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等。			
3	内务整理	被子折叠与摆放，床铺整理，生活用品规范摆放、室内清洁卫生等。			
教学要求： 1.方法手段： 本课程实践性强，基于行动导向教学四步法、案例教学法、情景教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，按纲施训。 2.考核评价： 课程评价采用“过程性+终结性”考核的方式，由辅导员和承训教官共同组织实施，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、掌握程度等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步理解技能要领；过程性考核 70%，终结性考查占 30%，形成最后的鉴定表。					

(7) 军事理论

开设学期	4/5	参考学时	36	学分	2
课程目标：					
素质目标： 增强学生依法建设国防的观念，强化国家安全意识和忧患意识；培养学生爱国情怀，传承红色基因，激发学习热情；树立学生为国防建设服务的思想，增强集体观念和组织纪律性。 知识目标： 了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设；掌握国防动员与武装力量体制、国防教育的相关内容；学习军事思想的形成与发展，掌握军事理论的核心内容；了解世界战略格局概况、战略基本理论；熟悉高技术战争的特点、演变历史及军事高技术的种类。 能力目标： 能主动参与和支持国防建设，自觉保卫国家安全；具备从军事角度观察、分析和处理问题的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国国防		中国国防基本内容、历史和现状；我国当代国防法规体系、武装力量体制，国防动员主要内容。		
2	国家安全		国家安全内涵、原则与总体安全观；我国国家安形势；国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向。		
3	军事思想		军事思想的形成与发展过程；我国古代和当代军事思想。		
4	现代战争		战争内涵、特点及发展历程；新军事革命的发展演变与主要内容。		
5	信息化战争		信息技术和信息化战争的特点；各国信息、武器装备的发展趋势与战列应用；科学技术与战争的关系。		

教学要求:

1. **方法手段:** 重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理,注重教学的时代性、针对性和有效性。

2. **考核评价:** 按百分制计分,采用过程性考试方式,主要从出勤率、平时作业、学习表现等全方位多角度进行考核和考察,既能提高学生的课堂活动参与度,更能促使学生进一步增强国家安全意识、爱国意识,提高军事素养;过程考核 70%,期末考查占 30%。

(8-11) 大学体育 (1-4)

开设学期	1 2 3 4	参考学时	112	学分	7
课程目标：					
素质目标：培养学生吃苦耐劳的精神，坚韧不拔的品质，积极向上的态度，团结协作的意识；培养学生集体荣誉感，形成正确运动思维和观念，养成良好的锻炼习惯，提高学生身体素质。					
知识目标：掌握体育与健康的基础理论知识和专项运动技能，注重培养学生体育文化欣赏能力以及终身参加活动的意识；					
能力目标：提升学生身体素质、心理素质、社会适应能力，培养学生运动兴趣、运动技能、健康意识、心理素质和团队写作能力，为未来生活和工作奠定良好基础。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S6 S7 Z1 Z3 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	协调性和平衡能力训练	公体课：太极拳、健美操			
2	球类项目	选项课：篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、匹克球、高尔夫球			
3	综合项目	选项课：武术、跆拳道、排舞、传统功法、健身操、拓展训练、休闲体育、健身健体、有氧舞蹈、爵士舞、形体训练			
教学要求：					
1. 课程思政：挖掘体育教学中的思政元素、创新教学方法和形式、注重学生全面发展及发挥教师示范作用等措施，实现体育与思政的有机融合，培养学生优良道德品质、团队合作精神和爱国情怀。					
2. 方法手段：理论与实践相结合。采用示范讲解、情境教学、教学比赛递加法、分解法、游戏法等教学方法，帮助学生逐步掌握运动技能，并结合专项素质训练巩固练习，培养团队精神、竞争意识、自我管理能力等综合素质；利用网络教学平台、多媒体、视频					

等信息化教学方法与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

3. 考核评价：采用过程性评价与终结性评价相结合。大学体育（一、三）：（课堂表现+课后锻炼）40%+（体质测试）20%+（期末测试）40%；大学体育（二、四）：（课堂表现）20%+（课后锻炼）20%+（期末测试）60%。

(12) 大学生心理健康

开设学期	1/2	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标：培养健康心理、健全人格，养成勇气、仁爱、智慧、卓越的美德。 知识目标：了解心理学有关理论和基本概念，明确心理健康的标准和意义，理解心理发展规律、心理问题产生的原理。 能力目标：掌握自我探索、心理调适及心理发展的技能。					
主要支撑培养规格： S6 Z3 N5					
主要内容： 主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及自我认识、情绪控制、压力管理、人际经营、爱的表达等相关心理学知识和技巧。					
序号	教学单元	教学内容			
1	求助意识	心理初探，评估健康水平； 自我识别，增强保健意识。			
2	助人情怀	个性探索，促进人格发展； 自我认识，完善人格品质。			
3	自愈能力	情绪调节，塑造阳光心态； 压力管理，应对人生风波。			
4	生活激情	人际解码，感受快乐生活； 经营爱情，成就幸福人生。			
教学要求： 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：按照“勇气→仁爱→智慧→卓越”四段递进式思政主线讲授“求助意识→助人情怀→自愈能力→生活激情”递进式 13 个“一课次一目标”的学习专题。 2. 方法手段：采取“线上+线下”混合式教学模式。以课堂活动体验为主，学生在线自主学习、教师课堂讲授、课后实践拓展为辅，通过讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学效果。 3. 考核评价：课程考核由线上成绩和线下成绩组成。其中过程性评价占 60%，包括学习态度、学习习惯和知识技能的掌握，结果评价 20%，指期末考试成绩，增值评价 20%，考察思政素养的养成情况。					

(13-14) 劳动教育（劳动实践）

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 具备正确劳动价值观，养成良好的劳动习惯和热爱劳动的思想情感，逐步树立工匠精神。 知识目标： 认知劳动的价值，马克思主义劳动观;掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神;了解新时代劳动特质。 能力目标： 能运用知识技能发现、分析、解决问题，为社会生活打基础；坚持五育理念，以劳动促进德智体美发展，养成劳动习惯。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	劳动与劳动教育	课程导论；劳动、劳动价值、劳动价值观			
2	劳动精神	新时代劳动精神内涵；劳动精神对大学生成长的意义			
3	工匠精神	工匠精神的内涵；如何锤炼工匠精神			
4	劳模精神	劳模精神的内涵；汲取劳模经验，聆听榜样故事			
5	劳动关系	认识劳动关系；用法律构建和谐劳动关系			
6	劳动实践	走近大学生劳动实践;大学生生产劳动与职业发展。			
教学要求： 1. 课程思政： 课程 2 和 3 通过融入劳模和工匠故事进行文化教育，模块 5 结合法治思想进行思政教学。通过故事激发学生对劳模精神、工匠精神的追求，培养法律意识和社会责任感，实现知识与价值的统一。 2. 方法手段： 通过知识导入、案例示范、任务驱动、主题活动、劳动实践等，使学生坚持在课堂教学、活动实践、自我学习等教育环节上付出辛勤劳动，有利于树立正确的劳动价值观。 3. 考核评价： 本课程采用过程性考核与结果考核相结合的方式，全面评估学生表现，综合评定成绩。过程性考核涵盖课堂考勤、课堂互动及课堂实践活动等方面，占总评的 60%，重点考察学生的认知能力、自主探索精神、团队合作意识及精益求精的职业素养。结果考核则占 40%。课程考核评价贯穿学生参与劳动的全过程，采用个性化、多元化、动					

态化的评价手段，旨在激发学生学习积极性，提升劳动教育课程的整体质量。

(15) 国家安全教育

开设学期	2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 能够深入理解和准确把握总体国家安全观，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，具备维护国家安全的能力。 知识目标： 基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义；熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战。 能力目标： 掌握维护国家安全的途径与方法；在日常的学习生活中，能够自觉养成维护国家安全的良好习惯。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	总体国家安全观概述	总体国家安全观的创立 总体国家安全观的科学内涵 总体国家安全观的重点领域和基本特征			
2	中国特色国家安全道路	统筹发展和安全 坚持中国共产党的领导 坚持以人民安全为宗旨 坚持以政治安全为根本 坚持以经济安全为基础 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 坚持以促进国际安全为依托 筑牢其他各领域国家安全屏障			
3	大学生要争做总体国家安全观坚定践行者	增强国家安全意识，坚持国家利益至上 增强忧患意识，发扬斗争精神 增强社会责任，形成维护国家安全合力			
教学要求： 1. 方法手段： 通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论。课前，要求学生查阅相关资料，了解学习目标；课中，积极参与课堂讨论，掌握学习内容；课后，完成老师布置的相关作业。 2. 考核评价： 课程考核为平时成绩+期末线上考试。线上，要求学生平时观看视频课程，完成章节测验；线下，参与课堂学习、讨论、完成小组任务。					

(16-17) 大学英语

开设学期	1-2	参考学时	128	学分	8
课程目标: 素质目标: 培养职业责任感、社会服务意识及跨文化包容态度，树立终身学习理念，增强职场适应力与创新自信。 知识目标: 掌握职场场景核心词汇（旅行、购物、急救等）、跨文化交际常识及职业发展相关术语（求职、智能技术、网络安全等），理解行业趋势与职场规范。 能力目标: 提升英语听说读写综合应用能力，能在真实场景中沟通协作（如面试、志愿服务）、解决问题（如急救、网络威胁），并运用逻辑思维规划职业目标。					
主要支撑培养规格: S1、S2、Z4、N1、N2、N3					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	（上）Unit 1 Traveling	旅行场景词汇、跨文化沟通技巧、行程规划与应急处理模拟练习。			
2	Unit 2 Shopping	商品描述与议价表达、退换货流程对话、消费纠纷解决案例分析。			
3	Unit 3 First Aid	急救术语、常见伤病处理步骤演示、急救设备使用英语指令实践。			
4	Unit 4 Volunteering	志愿服务类型与流程、公益项目策划术语、团队协作任务模拟。			
5	Unit 5 Intelligent Vehicles	智能汽车技术原理、交通趋势讨论、科技伦理与安全驾驶议题辩论。			
6	Unit 6 Cybersecurity	网络安全基础概念、风险识别与防护策略、网络威胁应对情景演练。			
7	（下）Unit 1 Looking for Jobs	求职渠道与岗位分析、简历与求职信撰写模板、招聘信息筛选实践。			
8	Unit 2 Job Interviews	面试问答技巧、职场礼仪模拟、压力面试与逻辑应答训练。			
9	Unit 3 In the Workplace	职场沟通术语、会议与任务分配对话、跨文化团队协作角色扮演。			
10	Unit 4 Career Paths	职业发展阶段理论、行业趋势调研、个人职业规划书撰写指导。			
11	Unit 5 Social Media and Career Success	社交媒体人脉管理、个人品牌塑造案例、职业信息传播伦理讨论。			
12	Unit 6 Setting Smart Goals	SMART 原则应用、目标分解与进度跟踪工具、职业目标陈述与反馈优化。			
教学要求: 课程思政: 以急救伦理、志愿服务精神、网络安全责任等主题为切入点，通过案例分析、角色扮演深化职业使命感与社会责任感，融入工匠精神与社会主义核心价值观。 方法手段: 采用任务驱动法（如智能汽车技术调研、求职面试模拟）、线上线下混合式教学（BOPPPS 模型），结合智能技术、职业场景设计项目式学习，强化语言应用与专业实践融合。 考核评价: 构建“语言能力（40%）+职业素养（30%）+思政表现（30%）”多维体系，过程评价（课堂参与、项目报告）与终结评价（情景测试、目标陈述）结合，突出伦理意识与创新协作能力。 关联实施保障: 依托实训平台、企业案例库及思政资源库，确保教学内容与行业需求、					

价值引领同步，师资培训与动态评价机制支撑目标落地。

(18) 生涯与就业指导

开设学期	1、4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 确立职业发展的概念和意识，具备职业生涯发展自主意识，正确的人生观、价值观和就业观念，将个人发展和国家需要、社会发展相结合。 知识目标： 基本了解生涯规划的概念、特点，掌握生涯规划相关理论，职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境和职业分类。了解就业形势与政策法规，掌握基本的劳动力市场信息；了解求职全过程以及求职安全和就业权益维护的相关知识。 能力目标： 具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、职业生涯决策技能，人工智能工具使用技能；具有各种通用能力，如自我管理能力和人际交往能力等。能够具有简历写作和投递技巧，求职面试礼仪和应答技巧，能够具有各种通用能力，如数智素养、沟通能力和问题解决能力等。					
主要支撑培养规格： S1-S7，N1-N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	职业目标	1. 成长赛道评审规则全景解读，树立贴合国家战略、产业需求的正确择业观 2. 自我认知系统梳理：兴趣、能力、特长、成长路径复盘与核心优势挖掘 3. 行业趋势、就业市场需求、目标岗位胜任力模型深度调研 4. 基于人岗差距分析，用 SMART 原则设定长中短期职业目标 5. 高职 3 年分阶段成长计划制定，实现岗课赛证融合			
2	学习实践行动	目标岗位核心能力提升路径设计，匹配专业硬技能、通用软技能要求			
3	优化改进	成长收获、不足与根因分析，制定针对性改进方案			
4	赛事实战与期末考核	成长赛道生涯发展报告终稿打磨			
5	职业目标	1. 就业赛道评审规则全景解读，明确求职与赛事的核心得分逻辑 2. 就业市场需求深度分析，锁定 1-2 个核心目标岗位 3. 目标岗位任职要求、工作流程、发展路径、用人偏好精准拆解 4. 人岗匹配度分析，明确核心优势与求职竞争力定位			

6	岗位胜任力	1. 目标岗位专业胜任力打造：专业技能成果化呈现，解决实际问题的能力证明 2. 职业综合素质提升：沟通协作、执行力、问题解决能力、敬业奉献职业精神培养 3. 求职材料全流程制作：高匹配度简历打磨、求职作品集系统化呈现 4. 全场景面试实战：半结构化面试、无领导小组讨论、职场情景模拟全流程技巧与演练 5. 面试礼仪、心态调整与突发问题应对
7	发展潜力	1. 职场持续学习能力与创新精神培养，匹配行业长期发展需求 2. 入职后 1-3 年职业发展路径规划，明确晋升成长方向 3. 职场适应与角色转换方法，应对职场不确定性挑战 4. 就业权益全流程保护：劳动合同、薪资福利、求职陷阱防范
8	赛事实战与期末考核	就业赛道全套求职材料终稿打磨

教学要求：

1. 课程思政：以价值引领为核心，将职业选择与家国情怀深度融合，通过“大国工匠”“基层奋斗者”等案例，阐释敬业奉献、服务社会的职业精神。结合专业特点，对接“制造强国”“乡村振兴”等国家战略，引导学生将职业目标融入区域产业升级需求；在规划中凸显诚信为本、服务社会的价值导向，助力学生树立“德技并修、产教融合”的职业观。在简历制作、面试辅导中融入诚信教育，强调求职伦理；设置“国家重点领域就业”专题，解读乡村振兴、科技创新等战略需求，引导学生树立“把个人理想融入国家发展”的择业观，在职业规划中厚植担当意识。

2. 方法手段：采用行动导向和实践活动教学法，依托在线开放课程和校本教材等资源实施线上线下融合为教学。将学生作为课程学习的主体，教师是组织者、引导者、促进者、检查者，通过引导学生主动参与、亲身实践、独立思考、合作探究，使学生能顺利掌握课程内容。

3. 考核评价：本课程为考查科目，考核内容分为课堂教学考核和行动实践考核两大部分。课堂教学考核成绩为总成绩的 70%，包括课堂出勤、课堂实训、作业完成等；行动实践考核成绩为总成绩的 30%，包括各就业行动的完成情况和效果。

(19) 创业教育（上、下）

开设学期	1、2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标:强化创新意识：突破思维定式，运用创新方法解决实际问题；提升心理素质：在资源受限时保持韧性，以乐观心态应对挫折；树立社会责任感：恪守诚信公平的商业伦理，在创造价值中实现社会担当。					
知识目标：理解创业内涵：创业是价值创造过程，涵盖生存型、机会型、创新型等多元类型；熟悉基本流程：掌握创意萌发、机会评估、资源获取至企业开办的创业完整周期；知晓法律红线：明晰知识产权、合同法、劳动法及税务合规等基本规范；了解政策环境：熟知湖南省及高校“七个一”行动等扶持政策，为创业实践奠定基础。					
能力目标:信息获取与工具应用能力:能够借助互联网及 AI 工具开展信息收集与分析；机会识别与表达能力:能从日常专业痛点提炼创意并清晰陈述；商业策划能力:能运用商业模式方法梳理项目逻辑，撰写规范计划书；团队协作与执行能力:能在团队中担当角色，实现有效沟通与任务协作。					
主要支撑培养规格：S1-S7 N1-N4					
主要内容:普适版含创业认知、环境分析等 5 模块，普及创业常识、培养岗位创新与风险规避能力；引领版设洞察共情等 4 模块，聚焦数智双元能力，培育人机共生的数智化创业领军人才，AI 工具贯穿教学全程。					
创业教育普适版					
序号	教学单元	教学内容			
1	创业认知与生涯发展	创业内涵、湖南省“三高四新”战略和创新创业政策、创业风险规避指南			
2	环境分析与机会发现	内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别			
3	产品设计与商业模式	创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计			
4	团队协作与资源整合	创业团队组建、人力资源管理、创业资源获取、整合营销推广			
5	项目呈现与路演实战	创业大赛解析（国创赛/金种子）、商业计划书撰写、创业路演实战			
创业教育引领版					
1	洞察与共情——发现	洞察层面借生成式 AI 扫描全网数据、生成分析报告并探寻			

	非共识机会	异常点；共情层面跳出算法，结合深度访谈与 AI 分析构建用户画像；同时辨析真伪需求，深挖用户深层需要。
2	数字合伙人与极速行动——构建最小可行性产品	构建数字合伙人，明确 AI 团队角色、搭建人机协作流程；借 AI 生成产品原型与演示，通过“烟雾弹测试”结合 AI 完成 MVP 测试，获取真实反馈数据。
3	价值叙事与资源磁场——设计创业愿景	人文之韵借 AI 升维项目愿景，叙事重构以“英雄之旅”设计商业计划书、AI 润色路演稿塑个人演讲风格，资源链接用数字化工具对接资源、搭建项目人脉网络。
4	认知进化与伦理觉知	认知进化：掌握复盘策略，运用人工智能深度分析用户反馈，制定精准转型或迭代策略。伦理觉知：深度研讨科技向善案例；开展关于算法伦理的人机辩论。路演答辩：策划新产品发布会。

教学要求：

1. 课程思政：紧扣湖湘特色与数智化要求，厚植“敢为人先”的湖湘创新精神，铸牢科技向善伦理底线，培育求真务实的实干素养，涵养服务“三高四新”的家国情怀，塑造诚信合规的商业品格，实现价值引领与创新能力培养相融合。

2. 方法手段：融合案例、项目式、翻转课堂等方法，运用全景沉浸式、AI 辅助教学法，普适版重基础 AI 工具实操，引领版采用苏格拉底式 AI 探究、红蓝对抗法，结合线上线下混合式、校企协同教学组织形式。

3. 考核评价：本课程为考查科目，采用过程与结果结合的多元评价，普适版 60%过程评价+ 40%结果评价，对接赛事标准；引领版侧重人机协作与实战，设去数字化答辩。均引入自评互评、校外评价，设增值评价鼓励真实创业实践。

(20) 第二课堂

开设学期	1-6	参考学时	\	学分	6
课程目标: 素质目标: 强化理想信念教育, 践行社会主义核心价值观, 树立健康成长的正确观念; 开阔视野, 丰富知识, 实现个性发展和思想道德素质提升; 产生浓厚学习兴趣和竞争意识、具备创新精神, 树立“理论联系实际”的观念, 热爱劳动, 养成良好的劳动习惯。 知识目标: 说出第二课堂活动名称, 能解析第二课堂活动参与要求; 将专业知识付诸于各类社会实践。 能力目标: 能根据各类活动要求参加第二课堂活动; 能通过参与活动树立理想信念、提高活动策划、问题解决、创业能力, 获得各类技能证书。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S5 S6 S7 S8; Z1 Z2 Z3 Z4; N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	思想成长类	主要记载学生参加思政理论研究类社团, 参加党校、团校学习, 参加校、院团学干部培训班等专题培训, 参加思想政治类专题讲座等活动的经历。			
2	实践实习类	主要包括假期社会实践活动、专项社会实践活动及其它实践实习活动。			
3	志愿公益类	主要包括支救助残、社区服务、公益环保、赛会服务、献血、义务劳动等各类志愿公益活动。			
4	创新创业类	主要包括国家级、省级、校级、院级及行业协会组织的各级各类学术科技、创新创业竞赛活动等			
5	文体活动类	主要包括国家级、省级、校级、院级组织的各级各类文化、艺术、体育、人文素养等活动。			
6	工作履历类	主要包括参加校级、院级团委和学生组织(学生会、青年志愿者协会、登记注册的社团、广播站)担任学生干部以及开展勤工助学活动等。			
7	技能特长类	主要包括在校期间通过统一组织专业技能考试或自己学习深造而获得的各类专业证书。			

教学要求：

1. 课程思政：通过教学，实施分层思政渗透。深化理想信念教育与新时代三农情怀，筑牢投身乡村振兴战略的价值认同；在项目式学习中培育科学家精神与企业家精神，践行“把论文写在大地上”的实践观；通过一系列特色活动，塑造“勤学善思”的学习品格、“合作共赢”的协作素养、“精益求精”的职业态度。最终形成服务区域发展的有社会责任感、直面产业变革的使命担当力的新时代青年。

2. 方法手段：本课程实践性强，学生参加“第二课堂”期间的教育成果将汇集在“第二课堂成绩单”，客观记录、认证学生参与素质教育活动的经历和成果，并作为学校人才培养评估、学生综合素质评价、社会单位选人用人的重要依据，服务于学生的成长成人成才。

3. 考核评价：学生“第二课堂成绩单”成绩采用积分换算学分方式计量，10个积分换1个学分，在校期间必须完成60个积分及以上。其中，思想成长30积分、实践实习10积分、志愿公益15积分、创新创业15积分、文体活动20积分、技能特长积分5积分、工作履历5积分，合计100个积分。学生成绩由校团委在“第二课堂成绩单系统”分学期导出，对未修满规定学分的学生及时采取学业预警、指导帮扶，毕业学期统一汇总。

(21) 红色潇湘

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标： 坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义信念，增强民族自尊心、自信心和自豪感；热爱湖南、热爱家乡，传承红色基因，弘扬湖湘精神。					
知识目标： 了解以毛泽东、刘少奇、彭德怀等为代表的湘籍无产阶级革命家群体对中国革命和建设的伟大贡献，深刻领悟湖湘红色精神，学习榜样精神，传承榜样力量。					
能力目标： 掌握科学的历史观和方法论，从湖湘红色记忆中汲取力量，提高运用马克思主义立场、观点和方法面对现实问题，做出正确的价值判断和行为选择的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程序言	红色文化的内涵及其价值，课程开设背景、性质，课程学习内容与要求。			
2	湘籍无产阶级革命家群体	湘籍无产阶级革命家群体的形成过程、标志及其原因。			
3	湘籍无产阶级革命家典型人物	领袖毛泽东的魅力、妇女运动先驱向警予、开国元帅彭德怀、“听风英雄”李白、“国歌之父”田汉等。			
教学要求：					
1. 方法手段： 以教师线下课堂讲授为主，结合实践教学和线上自主学习，通过讨论研究、实践展示、多媒体音频和视频等教学方式，提高教学的时效性。					
2. 考核评价： 课程考核结合线上与线下，包括理论考核和实践成果汇报展示考核，采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式，其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%。					

(22) 中国共产党历史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 系统的教育青年学生“学史明理”；把奋斗历程和伟大成就贯穿思政课的教学过程，以丰富的“营养剂”滋养青年学生“学史增信”；用光荣传统和优良作风彰显思政课的价值导向，以榜样的力量引导青年学生“学史崇德”；将立德树人和铸魂育人作为思政课的评价标准，以时代的召唤带动青年学生“学史力行”。 知识目标： 深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重要会议、重要人物、重大事件，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设中的重要作用。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国共产党的建立和第一次国共合作		开天辟地撑起救国大业 北伐战争掀起革命高潮		
2	土地革命战争的烽火		井冈星火开辟革命新路 长征是永恒的英雄史诗		
3	领导全民抗战和解放战争		全民抗战中的中流砥柱 打倒蒋介石解放全中国		
4	讨论实践		中国共产党为什么能？		
教学要求： 1.方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2.考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的党史知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。					

(23) 新中国史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标： 全面掌握新中国的政治、经济、文化、社会和民族等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗的结果。了解我国历史上的重要会议、重要人物、重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	社会主义革命和建设时期	中华人民共和国的诞生 建立社会主义制度 探索中国自己的社会主义道路			
2	改革开放和社会主义现代化建设新时期	开辟人民共和国历史新时期 开创社会主义现代化建设新局面 确立社会主义初级阶段基本路线 改革开放和社会主义现代化建设新阶段 把改革开放和社会主义现代化建设全面推向新世纪 全面建设小康社会新阶段			
教学要求： 1.方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2.考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实理论基础。					

(24) 改革开放史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心; 拥护党的领导和新时代全面深化改革政策的自觉性; 具备认识社会、关心社会, 积极投身社会实践的意识, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标: 全面掌握改革开放以来政治、经济、文化和社会等领域的历史发展; 深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗和创新发展的结果。了解我国改革开放的重要会议、重要人物和重大事件, 深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。建构系统的知识体系, 为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力, 学会用历史和逻辑的方法分析中国改革开放各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力, 具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	改革开放大幕全面开启	解放思想成为改革开放先导 十一届三中全会与党的工作中心转移 调整经济政策与农村改革取得突破 推动对外开放和创办经济特区 建设有中国特色的社会主义与小康目标 加强社会主义民主法制与精神文明建设			
2	改革开放在科学发展中深化	确定经济体制改革目标与基本框架 形成对外开放新态势 推进党的建设新的伟大工程 推进全面建设小康社会 实现经济又好又快发展 建设社会主义和谐社会			
3	改革开放进入新时代	擘画新时代“两个一百年”奋斗目标 乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程 以供给侧结构性改革为主线推进经济高质量发展			

		推动中国特色社会主义政治建设深入发展 创造性繁荣社会主义文化 开创生态文明建设新局面 以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(25) 社会主义发展史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生对社会主义制度的自信心; 认识社会主义发展历史和中国特色社会主义制度的自觉性; 具备认识社会、关心社会, 积极投身社会实践的意识, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标: 全面掌握改社会主义思想、运动和制度的产生、演变和发展的历史进程及其规律; 深刻理解苏联社会主义的兴衰启示和中国特色社会主义制度的创新和发展。了解社会主义每个发展时期的特点、事件和成就, 深刻理解为什么中国引领世界社会主义在 21 世纪焕发了新气象。建构系统的知识体系, 为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力, 学会用历史和逻辑的方法分析世界社会主义发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力, 具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	空想社会主义的产生和发展	人类自古就有对理想社会的向往 资本主义生产方式形成与空想社会主义产生 空想社会主义的基本主张和历史地位			
2	科学社会主义的创立及其实践	马克思恩格斯早期理论和实践活动 科学社会主义的创立和完善 科学社会主义成为工人运动的主导思想			
3	社会主义从一国到多国发展与苏联模式	俄国十月革命与第一个社会主义国家建立 苏联的社会主义建设与工业化 苏联模式的形成及其特征 苏联社会主义建设成就、经验与教训			
4	中国特色社会主义开辟社会主义新纪元	开创中国特色社会主义新道路 把中国特色社会主义全面推向 21 世纪 在新形势下坚持和发展中国特色社会主义 奋力谱写社会主义现代化新征程的壮丽篇章			

教学要求：

1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。

2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。

(26) 马克思主义基本原理

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 具备理论联系实际的马克思主义学风，端正认识，健全人格，提高自身素质；树立科学的理想信念，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦奉献青春、智慧和力量。 知识目标: 掌握马克思主义世界观和方法论，从整体上把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，养成科学的思维方式。 能力目标: 能够正确分析问题，拥有哲学思辨能力和服务社会的能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	马克思主义观		马克思主义的创立与发展 努力学好用好马克思主义		
2	辩证唯物主义世界观和认识论		马克思主义唯物论和唯物辩证法 实践是认识的基础 认识世界是为了改造世界		
3	资本主义论		马克思劳动价值论及其当代价值 垄断资本主义的形成及发展 资本主义与经济全球化		
4	社会主义论		社会主义五百年的历史进程 认识和把握科学社会主义基本原则 在实践中探索社会主义的发展规律		
5	共产主义论		共产主义社会的基本特征 实现共产主义的历史必然性与长期性 坚定共产主义理想信念		
教学要求: 1.方法手段: 课程通过系统讲授、课堂讨论、案例分析等教学方法，将抽象理论形象化，静态知识生动化。 2.考核评价: 课程考核为笔试；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实理论基础。					

(27) 中华优秀传统文化

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
知识目标： 了解中华优秀传统文化的基本内涵、发展脉络与主要内容；掌握儒家、道家等主流思想文化的基本观点与价值精髓，理解其对中国社会与民族精神的深远影响；熟悉经典诗文、传统艺术、节日习俗等代表性文化成果，形成较为系统的文化知识结构；认识中华优秀传统文化与当代社会的联系，理解其在现代生活中的传承价值与时代意义 能力目标： 具备阅读、理解与阐释中华优秀传统文化经典内容的基本能力，能准确把握文本内涵与文化精神；能够辨析、梳理传统文化现象与, 形成理性看待传统文化的思维能力；提升文化表达与交流能力，能用恰当语言介绍、分享中华优秀传统文化，开展简单文化传播；初步形成文化传承与创新应用能力，能将传统文化理念与现实生活、专业学习相结合，进行简单实践与创作。 素养目标： 增强文化自信与民族认同感，自觉认同、尊重、热爱中华优秀传统文化；涵养家国情怀与人文素养，树立正确的历史观、民族观、文化观；内化仁爱、诚信、自强等传统美德，提升道德修养与人格品质；培养开放包容、守正创新的文化态度，能够在传承中发展，在借鉴中创新；形成文明素养与社会责任感，以优秀传统文化涵养行为习惯，践行新时代文明风尚。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中华优秀传统文化概述			
2	中国传统哲学	道家、儒家			
3	中国传统文学	诗词、散文、戏剧、小说			
4	中国传统艺术	书法、绘画、乐舞			
5	中国传统生活	服饰文化、食文化、茶文化、节日文化			
教学要求：					
1. 课程思政： 根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段： 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学					

生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。

3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。

(28) 湘商文化

开设学期	1 或 2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 在对湘商文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和文化自信，培育家国情怀和职业操守。自觉带动湘商文化的传承与发展。 知识目标： 掌握湖湘文化和湘商文化内涵；了解湖湘文化浸润与湘商文化发展；熟悉湖南商业历史遗迹；感知湘商成就与创业经验；了解商帮、商会的历史与现状。 能力目标： 理解并运用湘商精神分析、指导商业行为的能力；吸取湘商精英成功经验，指导学习、生活和工作的能力；语言表达能力；思辨能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	湘商源流	第一讲：湘商源流（上） 第二讲：湘商源流（下）			
2	湘商精神	第三讲：湘商精神（上） 第四讲：湘商精神（下）			
3	湘商风物与湘商精英	第五讲：湘商风物（上） 第六讲：湘商风物（下） 第七讲：湘商精英 第八讲：商帮与商会			
教学要求： 1. 课程思政： 从璀璨的湖湘文化中汲取养分，从漫长的湘商历史中找寻渊源，引导学生坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段： 通过线上线下混合式教学。课上通过信息化教学资源优化教学过程，课后通过学习通平台推送视频及相关资源，引领学生感受湘商校园文化，拓展迁移环节拓展学习时空，达成有效教学，加深学生对湘商文化内涵的理解，以文化人，提升商科学生的综合素质。 3. 考核评价： 本课程考核采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核占学期总成绩的 60%，包括平时作业、课堂活动、听课笔记、到课情况、学生互评等；结果性考核占学期总成绩的 40%，采用试卷考查方式，其中理论知识占 80%，拓展知识占 20%，由任课教师使用学习通题库组卷。					

(29) 大学语文

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力, 激发学生的想象力与创造力, 倡导学生的独立精神与合作意识, 培育和滋养其健全的人格与社会社会责任感。					
知识目标: 掌握语言文字, 了解文史知识, 将语言能力、文史知识、文化文明常识等内容贯穿于名篇名著的理解和赏析之中。					
能力目标: 正确理解与运用祖国语言文字的能力。进一步获得直觉思维、形象思维、逻辑思维和创新思维等能力。培养审美发现与鉴赏能力。提升文化传承和创新能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	大学语文的性质与内容 学习大学语文的意义			
2	诗词	(1) 唤醒诗心, 重拾妙音——《诗经》选读; (2) 悬崖上的独吟曲——《楚辞》选读; (3) 田园诗派的鼻祖——陶渊明; (4) 大唐盛世的铮铮傲骨——李白; (5) 时代的弃儿, 历史的宠儿——杜甫; (6) 不合时宜的文坛全才——苏轼; (7) 深闺才女的悲喜人生——李清照; (8) 天上痴情种, 人间富贵花——纳兰性德;			
3	散文	(1) 史家之绝唱, 无韵之离骚——《史记》选读; (2) 山水的知己——柳宗元			
4	小说	(1) 魏晋轶事小说的集大成之作——世说新语; (2) 封建末世的贫穷贵公子——曹雪芹; (3) 苍凉的手势——张爱玲			
教学要求:					
1. 课程思政: 根据学科特点, 合理设计教学活动, 引导学生热爱祖国、坚定文化自信, 形成正确的世界观、人生观、价值观, 培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。					
2. 方法手段: 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程, 并通过设计文化交流教学活动, 加强学生语言实践应用能力的培养, 让学生体验传统文化的魅力。					
3. 考核评价: 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括课堂出勤、课堂纪律、课堂发言、原典背诵、读书笔记、课后作业、小论文或学习汇报 PPT 等, 过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%; 结果性考核占学期					

总成绩的 40%。

(30) 应用文写作

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
素质目标: 提升高职学生服务区域经济发展的责任意识, 强化诚信守法、公平公正的职业理念和务实作风, 弘扬爱岗敬业的劳动价值观, 培养家国情怀与行业使命感。 知识目标: 通过学习掌握“必需”的应用文写作的基本理论和基础知识, 使学生具备能熟练主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的各类常用应用文书。 能力目标: 通过常见应用文的案例分析和写作训练, 培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力, 让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识应用文写作及事务文书		应用文写作概述及条据、计划、总结、演讲词、求职信、倡议书、感谢信慰问信介绍信证明信、消息、合同的写作		
2	公务文书写作		党政机关公文概述、请示、函、会议通知、通报的写作		
教学要求: 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求, 与“实施保障”前后呼应, 关联度强。					
1. 课程思政: 有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值, 提高对语言文字的敏感度; 通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度, 培养学生的家国情怀和正确的社会责任感, 把握好应用文写作的主题。 2. 方法手段: 采过任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力, 激发学生的自主学习能力, 让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。 3. 考核评价: 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式, 全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等, 过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%; 结果性考核占学期总成绩的 50%。					

(31) 经济数学

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 具有乐观积极的态度、具有社会责任感、具有学习品格、合作意识、数学表达、创新思维等核心素养，形成实事求是的工作作风。。 知识目标： 掌握函数极限的定义和极限的运算法则，理解函数连续的定义；掌握一元函数微积分的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。 能力目标： 具有一定的运算能力、逻辑推理能力、抽象概括能力、综合运用所学知识分析和解决问题的能力、运用工具的能力和自学能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N3）					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	函数、极限与连续	代数基础知识、函数的概念与性质、经济函数模型的建立、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、导数的运算、函数的微分及微分在近似计算中的应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、利用导数求最值、曲线的凹凸性与拐点、导数在经济分析中的应用			
3	一元函数积分学	定积分的概念及性质、不定积分的概念及性质、微积分基本公式、换元积分法、定积分的应用			
教学要求： 1. 课程思政： 树立坚定的理想信念、培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；培养爱岗敬业的职业精神和团队合作精神；培养数字化意识与认真严谨的数学思维。 2. 方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价： 采用过程性评价与理论性考核评价相结合（各占 50%）的方式。过程性评价考核学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。理论性考核评价应基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。					

(32) 高等数学

开设学期	1 或 2	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标： 强化数学在信息技术领域的应用意识，树立严谨、实事求是的科学态度及精益求精的职业精神。让学生的数学表达、协作沟通、创新思维等核心素养有一定发展。 知识目标： 理解极限、导数、积分等概念。掌握求极限、导数、积分的基本方法。熟悉导数与积分的应用，了解其在计算机图形学中的曲线拟合、算法复杂度分析等应用。 能力目标： 具有一定的计算与建模、抽象概括、综合运用所学知识分析和解决问题的能力，提升自学能力和知识迁移能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 N1 N3					
主要内容					
序号	教学单元		教学内容		
1	微积分的研究对象及工具 （函数、极限与连续）		函数的概念与性质、初等函数、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性		
2	一元函数微分学		导数的概念、求导法则、微分及其应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、函数的最值及应用、函数图形的描绘		
3	一元函数积分学		不定积分的概念及性质、不定积分的换元积分法、不定积分的分部积分法、定积分的概念及性质、微积分基本公式、定积分的积分法、定积分的应用		
教学要求： 1. 课程思政： 通过数学史案例（如刘徽割圆术）与专业场景（如算法伦理）融入，强化工匠精神与职业责任感。结合动态课件展示辩证思维，挖掘微积分发展中的文化自信，引导学生将数学能力与社会责任结合，培养家国情怀与创新意识。 2. 方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价： 采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。					

(32) 美育

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 通过感悟艺术美育的价值，寓思想品德教育于美育之中使学生树立较高文化审美意识，建立完整的文化思想体系和自觉传承优秀传统文化等核心素养。 知识目标： 掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。较为全面的掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。 能力目标： 能够运用美的观念和基本方法，感知生活美学、鉴赏艺术经典，探寻职业之美。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 S5 S7 Z5 N1					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	美育基础概论（导论模块）	美育内涵解析、审美能力培养路径、艺术评价标准体系、数字时代的审美变迁			
2	音乐艺术解码	音乐语言密码、中西音乐史精要、乐器家族图谱、跨界音乐鉴赏			
3	身体叙事与舞蹈美学	舞蹈语言学、世界舞蹈地图、舞蹈影像分析			
4	曲艺文化基因库	曲艺形态学、方言艺术密码、非遗传承创新、脱口秀文化对比			
5	设计思维工坊	设计进化论、材料叙事实验、国潮设计解码、智能设计前沿			
6	视觉艺术密码	绘画语法系统、艺术流派盲盒、城市视觉考古、影像叙事实验			
7	书法时空剧场	书体基因工程、笔墨元宇宙、现代书写革命、书法治疗学			
8	综合审美实践（跨学科模块）	艺术策展模拟、文创产品开发、数字艺术创作、审美批判训练			

教学要求：

1. 课程思政：将立德树人贯穿课程始终，坚持以美育人。普及和传播艺术美育丰富的内涵、探究艺术的渊源与发展、讲述各个艺术门类的典型美学特征，总结提炼中华美学精神，全方位多角度揭示中国传统艺术与世界经典艺术，以纲要的形式展示美育的底蕴。

2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。

3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用美学素养解决问题的能力。

(34) 口才与沟通

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标:					
知识目标：理解言语交际的心理素质、思维素质、倾听素养；掌握有声语言、态势语言的技巧；掌握演讲、求职、人际、职场等常见场景的沟通方法；掌握所学专业对应职业岗位典型工作情境的口头沟通要求，掌握岗位口头沟通基本技巧。 能力目标：能用标准普通话进行交流表达与诵读作品，表达清晰、流畅、规范；能够合理运用有声语言、态势语言技巧，做到表达得体、条例清晰、富有感染力；能根据不同沟通场合、沟通对象，选择并运用恰当的沟通方式与表达技巧；能够在所学专业典型职业岗位情境中，运用口头沟通技巧解决实际沟通问题。 素养目标：品味汉语言表达魅力，传承优秀语言文化，增强文化自信与语言认同感；在小组交流、合作训练中，学会尊重包容、互助协作，树立团队合作意识；通过职场情境模拟与沟通实践，养成严谨细致、理性得体、规范负责的职业素养；借助经典作品诵读与表达训练，厚植家国情怀，增强服务地方、奉献社会的责任与担当。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	口才与沟通概述			
2	语言基础模块	普通话基础及训练、口才常用方法训练、诵读训练			
3	演讲口才模块	命题演讲、即席演讲、辩论演讲			
4	职业沟通模块	人际沟通、求职面试沟通、职场沟通（所学专业典型职业岗位场景沟通）			
教学要求:					
1.课程思政：结合口才与沟通课程的实践属性，合理设计教学活动，引导学生拓宽职业视野、坚定文化自信，树立正确的世界观、人生观与价值观，厚植爱国主义情怀与民族自豪感，涵养诚信友善、爱岗敬业、客观公正的职业素养，实现语言能力提升与价值引领的同向同行。 2.方法手段：将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项核心素养贯穿教学全过程，通过职场沟通模拟、主题演讲、经典诵读、文化交流等实践活动，强化学生语言应用能力，让学生在表达实践中感受语言文化魅力，践行“学做一体、知行合一”。					

3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的评价方式：**过程性考核（占比 60%）：**涵盖听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评及小组协作任务完成情况，重点评价学生语言实践能力、诚信沟通意识与团队协作素养。**结果性考核（占比 40%）：**以岗位沟通模拟、主题演讲、综合表达展示等形式开展，全面考核学生在典型职业场景下的综合沟通能力与职业素养。

(35) 商务礼仪

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 培养认真负责的工作态度和良好的敬业精神;增强团队合作意识与沟通能力;塑造优雅气质,提升对美的感受和欣赏力。 知识目标: 了解礼仪的起源与发展,掌握商务礼仪的含义、特点、作用和基本原则;掌握商务人员仪容、仪表、仪态礼仪的基本规范和要求;掌握商务交往中的会面、接待、拜访、通信等日常交际礼仪。 能力目标: 具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力;能够根据不同商务场合正确设计个人形象的能力;能够正确运用商务人员日常交际礼仪;能够进行商务接待、拜访活动的策划与实施。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务礼仪概说	了解礼仪的概念、起源及原则等			
2	商务人员形象礼仪	掌握商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求			
3	商务人员日常交际礼仪	掌握见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪和馈赠礼仪的规范要求			

教学要求：

1. 课程思政：通过商务礼仪实训，引导学生传承中华礼敬美德，将“尊重、谦和、诚信”内化为个人修养。在形象塑造、商务接待等任务中，培育精益求精的工匠精神与职业规范意识。使学生成为中华优秀传统文化的自觉传承者，在日常商务活动中展现新时代中国青年的良好形象。

2. 方法手段：本课程实践性强，基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学，通过启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析等教学方法，使学生掌握综合运用的技巧，迅速缩短与实际岗位的距离，从而使学生的职业能力在训练中得到不断强化与巩固提高。

3. 考核评价：考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 70%，终结性考核成绩占 30%。借助超星学习通，有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察，小组作品展示采用教师现场点评、学生线上匿名互评的方式，既能提高学生的课堂活动参与度，又便于学生了解现在的不足并看到明显的进步，从而提高了学习的积极主动性。

(36) 人工智能应用基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 具备人工智能视野和批判性思维；具备科技自信、社会责任的人文素养；具备创新探索、求真务实的科学素养；具备精益求精、团队合作的职业素养。 知识目标： 了解人工智能概念及人工智能伦理观念，了解人工智能核心技术及场景应用，掌握 AI 写作、绘画、音视频创作等技能，掌握 AI 办公工具矩阵并运用 WPS 进行优化。 能力目标： 具有组合运用 AI 技能分析和解决问题的能力；具备一定的创新与设计能力；具备洞察 AI 产业动态与未来发展方向，支持个人职业规划的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 Z2 Z6 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	基础知识	人工智能的发展、主要技术、应用场景；提示工程与技巧；人工智能伦理。			
2	AI 在视觉领域的应用	AI 与图像生成；AI 与语音生成；AI 与视频生成；数字人创作；			
3	AI 在办公场景的应用	AI 辅助生成文档并编辑；AI 辅助表格计算及数据可视化；AI 辅助生成演示文稿并优化。			
4	综合实践	AI 辅助制作创意视频（文案、图片、音乐等） AI 辅助制作调研报告（文档、数据表、演示文稿）			
5	考查	知识与应用相结合			
教学要求： 1. 课程思政： 注重润物无声的方式培养学生智能素养，厚植爱国主义情怀，增强科技自信与社会责任感，培养创新探索精神，提升学生综合素质。 2. 方法手段： 依托超星学银在线教学平台，采用线上+线下混合式教学；理论与实践相结合，强调课程内容与专业实践，职场需求的对接；综合运用项目式教学、翻转课堂、开放式讨论等多种教学方法进行课程教学。 3. 考核评价： 本课程为考查课程，采用过程性考核（45%）与终结性考核（50%）、增值性评价（5%）相结合的方式，突出考察应用能力与创新思维。					

(37) 信息技术素养

开设学期	1 或 2	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 引导学生自主探索,动手实操,能够举一反三,灵活运用所学知识寻找并解决学习和生活中遇到的各种问题,具备诚实守信、信息安全意识。 知识目标: 了解计算机基础知识,掌握信息检索方法、WPS Office 办公软件的应用,了解新一代信息技术、信息素养与社会责任等知识。 能力目标: 具有信息检索与获取能力、对信息的真实性、时效性等进行合理评价的能力、熟练使用 WPS 办公软件的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S3 S4 Z6 N1 N3 N4					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	探索信息时代——计算机基础	走进信息时代、认识信息系统、熟悉操作系统、了解操作系统的文件管理系统。			
2	快速获取信息——信息检索	了解信息检索、检索学的二十大精神学习资料、使用搜索引擎精确检索数据。			
3	打造精品文档——WPS 文字	制作“中国脊梁”、“中国人·飞天梦”学生信息档案表及二十大精神学习资料等文档。			
4	高效处理数据——WPS 表格	制作特色农产品销售情况表,处理表格数据,对表格数据进行整理及可视化操作。			
5	提高说服力——WPS 演示文稿	制作防诈宣传演示文稿,对演示文稿进行美化与设计。			
6	提高生产力——新一代信息技术	了解新一代信息技术相关概念,了解新一代信息技术的特点及应用。			
7	提升素养——信息素养与社会责任	了解信息素养、了解信息技术的发展史及伦理要求。			

教学要求:

1. 课程思政: 培养学生的家国情怀、社会责任与伦理教育、网络安全与法治教育、创新思维与实践能力和职业道德与工匠精神等。

2. 方法手段: 依托超星学银在线教学平台采取“线上+线下”混合教学模式,利用机房的极域广播软件进行屏幕分享及操作演示,利用项目式学习、任务驱动和翻转课堂等教学方法,充分利用人工智能等信息技术与课程教学进行深度融合。

3. 考核评价: 本课程采用过程性评价和期末考试相结合的方式,强化实践性教学环节的全过程管理,期末考试包括理论知识和动手实操两方面的内容。过程性考核(平时成绩)和期末考试成绩各占 50%。

3.专业基础课程描述

①市场营销学

开设学期	1	参考学时	64	学分	4
课程目标:					
素质目标: 具有以需求为导向、创造客户价值的市场观;具有诚实、守信、遵法的营销职业道德;具有市场竞争、营销创新意识;具有爱国、敬业、进取、负责的工作态度。					
知识目标: 熟悉营销观念;掌握营销环境、消费者分析、竞争对手分析的方法、工具;理解目标市场营销战略;掌握产品、价格、渠道、促销等组合营销策略。					
能力目标: 具有市场环境分析能力;具有目标市场分析与选择能力;采取合适的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略能力。					
主要支撑培养规格: S1、S2、S3、S8、Z8、Z9、N1、N3、N6、N11、N17					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识市场营销		市场营销概述与顾客价值,营销观念,营销组合,战略规划与营销管理		
2	营销环境分析		宏观环境分析,行业环境分析,竞争分析,消费者分析,内部条件分析,SWOT 分析		
3	寻找目标市场		市场细分,选择目标市场,市场定位		
4	制定产品策略		产品概述与新产品开发,产品组合策略,产品品牌与包装策略,产品生命周期策略		
5	制定价格策略		影响定价的因素,定价目标,定价方法,价格策略		
6	制定渠道策略		分销渠道概述,渠道系统与成员,渠道选择与管理		
7	制定促销策略		促销组合,人员推销,广告,公共关系,营业推广策略		
8	营销组织的建设与管理		营销组织设计,营销组织职能,管理营销团队		

教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。

1. 课程思政：在教学过程中，融入诚信、以仁待人，良性竞争、合作共赢相结合，质量为本与工匠精神，敬业、守法与创新等人格的塑造。

2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、比较分析、团队学习、任务导向、成果演示、线上线下融合等相结合的教学模式。

3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、研讨与演示，线上资源学习，作业等，占 50%；结果考核为期末考试，占 50%。

②经济学基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养理性经济思维、职业道德与社会责任感，树立诚信意识、成本效益观念及可持续发展理念。 知识目标： 掌握微观经济学（价格理论、弹性理论、市场结构）与宏观经济学（国民收入核算、经济政策）核心理论，理解市场失灵与政府干预机制。 能力目标： 能运用经济学原理分析现实经济现象（如价格波动、消费行为），制定企业经营策略，评估宏观经济政策效果。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识经济学	经济学发展简史；经济学产生前提；经济学解决的基本问题；微观经济学与宏观经济学的含义；经济思维方式。			
2	把握价格内在规律	需求理论；供给理论；均衡理论；弹性理论。			
3	学会理性消费	效用理论概述；边际效用分析法；无差异曲线分析法。			
4	探知企业经营策略	生产要素与生产函数；短期生产函数；边际收益递减规律；短期生产决策；成本与成本函数；短期成本的分类；短期成本曲线（短期成本分析）；短期成本决策；利润最大化原则市场结构类型；完全竞争市场的条件与厂商的需求曲线与收益曲线；完全竞争厂商的短期均衡的条件和特征。			
5	认知市场失灵与政府干预	市场失灵与政府干预经济职能；垄断；公共物品；外部性；不完全信息与市场失灵。			
6	了解国民经济核算与收入决定	GDP 的含义及核算方法；两部门、三部门、四部门国民收入的决定；总需求的构成；乘数理论。			
7	感知宏观经济发展	经济周期的概念与类型；经济周期的成因分析；经济发展的内涵；经济增长的源泉；经济增长与经济发展的区别和联系；失业定义及其分类；失业的治理；通货膨胀定义及其成因；通货膨胀对财富分配的影响。			
8	理解宏观经济政策	财政政策的定义；国家财政的构成；财政政策的运用；货币政策的定义；货币的分类及银行体系；货币政策工具；货币政策的运用；宏观经济政策的协调运用。			
教学要求： 1. 课程思政： 结合“双十一价格战”“垄断案例”等思政素材，强化诚信经营、公平竞争与社会责任意识。 2. 方法手段： 采用案例教学（如“滴滴收购 Uber”分析）、任务驱动（企业策略制定）、小组竞赛（市场结构模拟）提升实践能力。 3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、作业）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重理论应用与批判性思维。					

③经济法

开设学期	4	学时	40	学分	2.5
课程目标：					
素质目标： 具备一定的沟通能力和组织协调能力，具备一定的分析和运用经济法律进行解决实际问题的能力。					
知识目标： 了解经济法的概念与特征；经济法的原则、地位和作用；理解经济法律关系的概念；经济法律关系的构成、确立和保护；掌握公司法律制度；、合同法律制度、反不正当竞争法律制度、劳动合同法律等。					
能力目标： 能执行经济法律的各项规定，能识别、确认各种经济组织的有关经济法律业务的基本情况，能对基本的经济法律案例进行分析。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	公司制度	1、公司法概念及公司分类 2、公司各种人员的资格和责任 3、公司财务和会计以及公司债券			
2	合同制度	1、合同法概念 2、合同的成立、合同的效力、合同的履行、合同的变更、转让及终止 3、违约责任			
3	反 不 正 当 竞争制度	1、竞争和不正当竞争的概念及特征 2、不正当竞争行为的类型			
4	产 品 质 量 法制度	1、产品质量法的概念、立法原则、适用范围 2、产品质量认证制度、生产者的产品质量义务、销售者的产品质量义务			
5	劳 动 合 同 制度	1、劳动合同的概念、类型 2、劳动合同的订立、履行、解除、违约责任。			
教学要求：					
1. 课程思政： 职业素养、“实事求是”、“诚信”、新时代中国特色、社会主义劳动关系、诚信等					
2. 方法手段： 重视现代信息技术的应用，尽可能运用多媒体课件的形式呈现资料，进行讲授、演示，并按照设计活动的内容展开教学。					
3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、作业）占40%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占60%，侧重理论应用与批判性思维。					

④市场调查

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 通过本课程培养学生岗位职业道德，提升计划组织、协调沟通、团队合作、科学决策、自我管理、逻辑思维等意识与信息素养。 知识目标： 通过本课程使学生认识市场调研概念，掌握调研方案构成、设计，熟悉调研方式方法特点，理解资料整理分析，掌握报告撰写与市场预测方法。 能力目标： 通过本课程让学生具备调研方案设计、问卷制作、信息收集、资料整理分析、报告撰写及市场预测等能力。					
主要支撑培养规格： S3、S4、S5、S9、Z7、Z8、Z12、N4、N6、N14。					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认知市场调研	阐述市场调研含义、必要性、原则、类型及步骤，让学生从中认识市场调研的意义，培养初步调研意识，强化对市场数据运用的新要求，学会从数据中挖掘有价值信息，为后续调研奠定基础。			
2	组建调研团队	介绍市场调研行业、机构及内部组成、组建方法，让学生了解行业情况，引导学生解读相关自律公约，掌握调查业在数据安全、隐私保护等方面的新规范和标准。			
3	界定调研主题与内容	明确调研内容、主题相关概念及确定方法，指导学生确定调研方向，掌握符合市场变化的确定调查主题和内容的方法。			
4	确定调查方式与方法	讲解信息收集步骤、基本调查方式及多种调查方法的运用，让学生能够掌握多种调查方式和方法在新时代的应用。			
5	设计调查表	使学生理解调查表概念，掌握问卷结构、问题设计等相关技巧与评估标准。强调信息调查应公正的原则，避免诱导性问题，确保问卷设计符合市场调研工作的规范。			
6	撰写与汇报市场调研方案	教授方案撰写格式、技巧及评价标准，并进行实践与汇报训练。通过案例分析尊重调查对象隐私等问题，培养学生的职业道德素养，提升方案撰写和汇报能力。			
7	组织实施市场调研	明确调查人员素质要求、培训及控制内容，传授实地调查技巧。通过分享案例引导学生养成尊重事实的工作态度。培养学生运用线上问卷调研平台的能力，提升数据收集效率，探索调研新工艺。			
8	整理分析调研信息	介绍资料整理含义、注意事项，教授分析与预测方法。让学生掌握市场预测的知识和方法，提高对市场趋势的预测能力。			
9	撰写与提交市场调研报告	让学生掌握报告作用、撰写方法、提交方式及宣讲要领与检查技巧。通过案例分析，培养学生诚信工作理念，确保报告符合市场调研的要求和标准。			
教学要求： 1. 课程思政： 通过分享资料、案例分析等方式，培养学生正确三观，使其具备爱国情怀、社会责任感和职业道德，树立严谨、诚信的职业态度，将思政教育贯穿课程始终。 2. 方法手段： 采用项目、任务驱动教学法，借助线上平台与多媒体工具开展教学，以调研项目为载体，让学生分组协作，提升解决实际问题与团队合作的能力。 3. 考核评价： 课程成绩由平时（40%）和期末（60%）构成。平时考核涵盖出勤、讨论、作业和项目实践；期末采用开卷笔试综合考查学生对知识的掌握，评估学习成果。					

⑤数字营销

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标：					
素质目标： 践行诚信经营理念，坚持技术向善与价值并重，助力实体经济数字化转型，贯彻绿色发展理念，营造清朗网络空间，塑造出新时代数字营销人才。					
知识目标： 掌握数字营销内核与 4C/4D 模型，解析消费心理决策，构建用户画像；精研 APP/小程序推广、社群运营与社媒安全策略；人格化 IP 孵化、粉丝互动及品牌口碑塑造。					
能力目标： 具备用户画像构建与消费行为分析能力； 具有移动端（APP/小程序）推广策略能力；具有优化社群运营及社媒内容能力；具有与粉丝互动，塑造品牌口碑能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 Z9 Z18 N1 N8 N13 N17					
主要内容： 掌握数字营销的基本要点，有效利用数字营销工具开展线上营销活动。					
序号	教学单元		教学内容		
1	数字营销概述		数字营销内含与发展理念		
2	消费心理与行为		消费心理与行为影响因素和过程		
3	用户画像分析		用户画像构建内容与方法		
4	APP 营销		APP 营销推广策略		
5	小程序营销		小程序营销推广策略		
6	社交营销		社交营销内容与实践		
教学要求：					
1. 课程思政： 对接乡村电商、国货品牌，通过“显性知识传递+隐性价值引导”双轻并进，培育具有专业能力与家国情怀的数字营销人才。					
2. 方法手段： 以学习通和课程软件为基础，场景教学为链条，以学生价值转换为核心，通过可操作可量化手段，将课程目标转化为学生的行动准则。					
3. 考核评价： 平时考核（50%）+期末考试（50%） （1）平时考核：包括课堂出勤（占 20%）、发言讨论（占 20%）、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星、课程软件等平台记录的数据为主要依据。 （2）期末考试：采用闭卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。					

⑥企业经营管理

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标:					
素质目标: 培养创新意识与批判思维, 树立中国优秀管理思想和本土企业文化自信, 养成团结合作的职业品质。					
知识目标: 了解管理系统的基础知识, 熟悉管理思想, 掌握管理职能。					
能力目标: 能进行计划与控制, 组织与协调沟通, 领导与激励, 学习创新等工作。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S4 S10 Z1 Z2 Z3 N11 N12 N13 N15 N16					
主要内容: 管理系统的基础知识, 包括管理的概念、属性, 管理体系构成、管理职能、古典理论、管理理论发展等; 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; 计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等的知识。					
序号	教学单元	教学内容			
1	管理初步认知	认知管理概念, 识别管理与管理者。			
2	管理思想的发展	认知管理思想, 识别中西方管理思想的发展历程。			
3	管理原理与方法	认知管理原理, 运用管理方法。			
4	计划控制职能	认知计划与控制职能的原理, 撰写工作计划、商业计划书、控制方案。			
5	组织与协调职能	认知组织与协调的原理, 设计人事组织方案, 设计协调方案。			
6	领导与激励职能	认知领导与激励的基本原理, 设计企业员工激励方案。			
7	学习与创新职能	认知学习与创新的基本原理, 设计企业员工学习培训方案, 设计营销或管理创新方案。			
教学要求:					
1. 课程思政: 本课程思政包括管理与法律常识、责任意识和爱国情怀、文化自信、唯物辩证思想与批判精神、正确认识自我和外部环境, 积极向上的人生规划、服务意识、树立正确的价值观、创新精神与工匠精神。					
2. 方法与手段; 理论与实践性结合, 基于《管理学基础》在线开放课程平台丰富的项目任务、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源, 采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式。					
3. 考核评价					
借助超星学习通, 有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察, 过程考核 70%, 期末考试占 30%。					

⑦AI 新媒体文案创作

开设学期	3	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标：具有用户思维、创新意识、内容责任意识和职业规范意识；具有诚实守信、尊重原创、依法合规使用 AIGC 工具的职业伦理；具有良好的团队协作意识、沟通表达能力和持续学习能力；能够在新媒体文案创作中体现品牌意识、审美意识和数据意识。 知识目标：理解 AIGC 的基本概念、应用场景和使用规范；掌握新媒体文案的特点、类型和发展趋势；熟悉 AIGC 辅助文案写作的基本流程，掌握 AI 文案生成与优化方法；掌握不同类型及平台文案写作要求。 能力目标：具有运用 AIGC 工具开展信息检索、用户分析、卖点提炼、创意生成和文案写作的能力；具有设计提示词并生成、筛选、改写、润色和优化文案的能力；具有完成多类型文案创作与综合传播实践的能力。					
主要支撑培养规格：S1、S2、S3、S4、S9、Z13、Z18、N2、N4、N10、N13、N14、N17					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识 AIGC 时代下的新媒体文案		AIGC 的含义、发展历程、应用场景和使用规范；新媒体文案的概念、特点、类型及岗位能力要求。		
2	AIGC 辅助新媒体文案写作的基本思路		AIGC 工具选择、提示词设计、文案生成方法，以及文案润色、改写、仿写、续写和扩写。		
3	AIGC 辅助写文案前的准备工作		写作目的确定、用户需求分析、文案主题与风格确定、文案创意激发。		
4	AIGC 辅助撰写文案的不同部件		文案标题、大纲、正文开头、正文结尾、内容细节、情感元素和语言风格写作。		
5	AIGC 辅助撰写不同类型的文案		产品文案、品牌故事、活动文案、海报文案、营销软文等内容的写作与优化。		
6	AIGC 辅助撰写不同平台的文案		微信、微博、小红书、短视频、直播等平台文案的写作要求、表达方式和内容优化。		
7	提升 AIGC 新媒体文案写作素养		前沿技术应用、数据思维、跨媒介表达能力、用户洞察能力和内容创新能力提升。		

8	品牌新品上市宣传文案综合实训	围绕新品上市任务，完成用户调研、卖点提炼、软文写作、社媒文案、短视频脚本、直播话术和多平台推广。
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：在教学过程中，融入诚信创作、依法合规、尊重原创、隐私保护和算法伦理等内容，引导学生正确认识 AIGC 的辅助价值与使用边界，避免虚假宣传、侵权使用和过度依赖 AI。 2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、工具演示、任务驱动、项目实训和成果展示等教学方式，突出“需求分析—提示词设计—内容生成—人工优化—效果验证”的完整流程训练。 3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的方式。过程考核包括课堂参与、工具操作、项目任务、线上资源学习等，占 50%；结果考核以期末综合项目考查为主，占 50%。考核重点包括需求分析、提示词设计、文案质量、平台适配性、营销价值和职业规范。		

⑧新媒体营销

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
素质目标： 培养学生岗位职业道德，遵守新媒体运营行业规范与条例准则，培养学生理解、沟通、协调、组织和创新等职业意识，培养学生人际交往和团队协作精神。					
知识目标： 了解新媒体的类型、特点和发展趋势，掌握微信、微博、短视频、社群的操作和应用，掌握新媒体营销的策划、推广与运营，熟练运用新媒体营销方式。					
能力目标： 能根据不同新媒体传播的特点，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动，具备策划营销推广活动的的能力，具备撰写科学可行的全媒体营销策划方案书的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 S8 Z14 N13 N14 N17					
主要内容： 说明：对接新媒体运营岗位能力、“互联网营销师”等新职业和数字营销（1+X）等级证书、市场营销技能大赛，深化岗课赛证融通，基于国货新媒体营销推广项目，按照新媒体营销工作过程，从易到难、由单一到综合，循序渐进，重构课程教学内容，包括微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社群营销全媒体营销6个项目，逐级提高学生技能。。					
序号	教学单元	教学内容			
1	新 媒 体 营 销 认知	①新媒体的概念、类型、发展趋势；②新媒体营销的概念和优势。 ③新媒体营销模式；④新媒体营销常用思维方法。			
2	微信营销	①公众号命名；②公众号菜单设置；③公众号图文编辑；④文案写作与优化；⑤公众号吸粉推广；⑥公众号运营成果展示。			
3	微博营销	①微博内容策划；②微博营销技巧；③微博营销成果展示；			
4	短视频营销	①短视频内容策划；②短视频创作；③短视频推广；④成果展示。			
5	直播营销	①直播营销策划；②直播脚本撰写；③引流推广；④成果展示。			
6	社群营销	①社群组建与管理；②社群营销方法；③社群营销成果展示。			
7	全 媒 体 营 销 策划	①全媒体方案策划；②全媒体策划方案优化；③全媒体营销活动成果展示。			
教学要求： 1. 课程思政： 培养爱岗敬业、百折不挠、甘于奉献、敢想敢做的创新精神和精益求精的工匠精神，培养脚踏实地、吃苦耐劳的劳动精神和诚实守信的职业道德，树立文化自信，提升民族自信心和自豪感。 2. 方法手段： 采取案例教学、课堂讨论、分析比较、小组作业、实践演练、汇报展示、项目运营等多种形式进行教学。利用多媒体课件、视频资源、在线开放课程资源、数字营销操作平台、直播实训室等教学手段和实训设备开展教学，增加课堂信息量，增加学生操练实践机会，提高课堂教学效率和教学效果。 3. 考核评价： 由理论知识（35%）、实践技能（45%）、职业素养（10%）、道德表现（10%）四部分构成，评价依据为课前作业（5%）、课堂表现（20%）、汇报展示（20%）、课后测试（3%）、实践表现（15%）、项目运营（30%）、团队合作（7%），全过程考核学生学习情况。					

⑨习近平经济思想概论（财经商贸大类，专业必修课）

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标：深刻体悟习近平经济思想对我国经济发展的重大指导意义与现实伟力，进一步增强“四个自信”；塑造正确的经济观、国情观、发展观；自觉将个人发展融入国家现代化建设，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴贡献智慧与力量。； 知识目标：系统掌握习近平经济思想的基本概念、核心理论与实践应用；深刻领会习近平经济思想的精神实质、丰富内涵与实践要求。 能力目标：能运用习近平经济思想的立场、观点与方法，科学认识和分析经济发展进程中的现实问题与理论课题，提升对社会主义经济建设规律的理解能力和实践研判能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	1. 习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分 2. 习近平经济思想是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶 3. 习近平经济思想为丰富发展马克思主义政治经济学作出重要原创性贡献 4. 习近平经济思想是推动我国经济高质量发展的科学指南 5. 习近平经济思想的鲜明特征 6. 学好用好习近平经济思想的重大意义			
2	第一章 以经济建设为中心 扎实推进中国式现代化	1. 中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路 2. 我国进入新发展阶段 3. 为中国式现代化提供更加坚实的经济基础			
3	第二章 加强党对经济工作的 全面领导	1. 我国经济发展的根本保证 2. 把制度优势转化为治理效能 3. 提高党领导工作的能力和水平			
4	第三章 坚持以人民为中心 的发展思想	1. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 2. 在发展中保障和改善民生 3. 扎实推动全体人民共同富裕			
5	第四章 坚持和完善社会主义 基本经济制度	1. 坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展 2. 坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存			

		3. 坚持和完善社会主义市场经济体制
6	第五章 全面深化改革开放	1. 改革开放是大踏步赶上时代的重要法宝 2. 经济体制改革是全面深化改革的重点 3. 坚定不移扩大高水平对外开放
7	第六章 完整准确全面贯彻新发展理念	1. 新发展理念是我国经济发展的指导原则 2. 崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享 3. 把新发展理念贯彻到经济社会发展全过程各领域
8	第七章 构建新发展格局	1. 把握未来发展主动权的战略部署 2. 深刻把握构建新发展格局的重要着力点 3. 准确把握国内大循环和国内国际双循环的关系
9	第八章 推动高质量发展	1. 高质量发展是新时代的硬道理 2. 坚持以推动高质量发展为主题 3. 统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革
10	第九章 加快发展新质生产力	1. 高质量发展需要新的生产力理论来指导 2. 新质生产力本质是先进生产力 3. 健全因地制宜发展新质生产力体制机制
11	第十章 加快建设现代化产业体系	1. 实体经济是一国经济立身之本、财富之源 2. 推进新型工业化 3. 不断做强做优做大数字经济 4. 构建现代化基础设施体系 5. 坚定不移走中国特色金融发展之路
12	第十一章 推动城乡融合发展	1. 走中国特色新型城镇化道路 2. 推进乡村全面振兴 3. 走城乡融合发展之路
13	第十二章 促进区域协调发展	1. 构建优势互补高质量发展的区域经济布局 2. 深入实施区域协调发展战略、区域重大战略和主体功能区战略 3. 发展海洋经济
14	第十三章 倡导普惠包容的经济全球化	1. 经济全球化是人类社会发展的必经之路 2. 引导经济全球化朝着正确方向发展 3. 高质量共建“一带一路”
15	第十四章 统筹发展和安全	1. 强化底线思维、防范化解重大风险 2. 坚持高质量发展和高水平安全良性互动

		3. 维护重点领域经济安全																					
16	第十五章 做好经济工作的方法论	1. 坚持稳中求进工作总基调 2. 坚持系统观念 3. 坚持目标导向和问题导向相结合																					
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，采用主题研讨、原著导读、时事研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等多元化教学方式和手段，增强教学的实效性。 2. 考核评价： 课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。过程性评价贯穿教学全过程， 平时成绩占 40%，期末成绩占 60% 。过程性评价内容包括课后作业含习题、文献阅读报告）、阶段性测验、课堂表现（含讨论参与、问题回答、案例分析、实践分享）及考勤等，注重考查学生对习近平经济思想核心要义的基本把握，运用其立场观点方法初步分析中国经济现实问题的能力及学术诚信表现。																							
<table><tr><th>考试形式</th><th>考查内容</th><th>考查方式</th><th>分值</th></tr><tr><td>期末考试</td><td>课程教学内容</td><td>闭卷考试</td><td>60</td></tr><tr><td>平时作业、小测验等</td><td>作业、知识检测等</td><td>平时作业、随堂测验或线上测试</td><td>30</td></tr><tr><td>课堂表现</td><td>课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度</td><td>教师综合评定</td><td>5</td></tr><tr><td>出勤</td><td>到课情况</td><td>考勤记录</td><td>5</td></tr></table>				考试形式	考查内容	考查方式	分值	期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60	平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30	课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5	出勤	到课情况	考勤记录	5
考试形式	考查内容	考查方式	分值																				
期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60																				
平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30																				
课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5																				
出勤	到课情况	考勤记录	5																				

4.专业核心课程描述

①人力资源开发管理

开设学期	1	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业的精神、严谨的工作态度，具备一定的劳动法常识和人事风险管控意识； 知识目标： 掌握人力资源管理的基本知识、原理，学会用人力资源管理的理论分析和解决企业管理中的问题； 能力目标： 能根据具体的人力资源管理工作流程；能制订企业人力资源规划，进行人力资源管理					

招聘活动，掌握薪酬管理、绩效管理相关技能。		
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S7 S9 Z1 Z2 Z3 N2 N3N10 N8 N13 N15 N16		
主要内容： 包括人力资源管理规划、招聘、培训与发展、绩效考核、薪酬管理、劳动关系管理六大模块的理论知识及企业实际操作案例。		
序号	教学单元	学习内容
1	人力资源管理规划	(1) 什么是人力资源管理；(2) 什么是人力资源管理规划？如何进行人力资源管理规划
2	员工招聘	(1) 什么是招聘？招聘对企业的意义；(2) 招聘的具体操作流程
3	员工培训与发展	(1) 什么是培训？为什么要进行培训？培训的具体流程与操作方法
4	绩效考核	(1) 绩效考核的含义及绩效考核的重要性(2) 绩效考核的具体操作流程及注意事项
5	薪酬管理	(1) 薪酬管理的含义及重要性；(2) 薪酬管理的具体方及如何用薪酬激励员工
6	劳动关系管理	(1) 什么是劳动关系？为什么要进行劳动关系管理？(2) 如何进行劳动关系管理？新劳动合同法中相关条文解读
教学要求： 1. 课程思政 课程思政包括：通过理论讲授和案例分析融入严谨认真大局意识；诚实守信；爱岗敬业；求真务实；态度严谨；法律意识等思政内容。 2. 方法手段 本课程以理论与实操结合的方式授课，运用人力资源管理对抗竞赛平台软件加深学生对知识的理解；重要章节安排案例分析课，训练学生运用基本理论。 3. 考核评价 过程考核和结果考核相结合的评价方式。其中，过程考核 30%，结果考核为 7%。结果考核为人力资源管理理论知识闭卷测试。		

②商务策划实务

开设学期	2	学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 养成善于动脑,勤于思考,及时发现问题的学习习惯;树立商业竞争意识,形成市场经济中注重商务策划的意识;培育批判性思维与商业敏感度,养成基于市场动态的持续学习习惯;培育批判性思维与商业敏感度,养成基于市场动态的持续学习习惯; 知识目标: 了解商务策划的基本原则,了解各类型策划方案的目的、特征、原则与主要思路;掌握策划的基本程序和方法,并能运用创新思维模式。 能力目标: 掌握商务策划的基本程序和方法,运用策划技术,分析成功的商务活动策划案例,掌握商务策划的流程体系,提高策划的创新能力,进行商务策划训练;					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容: 商务策划主要包括商务策划理论概述、策划的基本程序与方法、商务策划方案的书写方法与技巧以及实际的商务策划案例和方案撰写等内容。					
序号	教学单元	学习内容			
1	商务策划概述	(1) 策划、商务策划的定义和内涵;(2) 商务策划类型概述(3) 主要思路、内容分析、流程体系及应注意的问题			
2	策划的基本程序和方法	(1) 策划的基本程序、策略观点 (2) 常用的策划方法			
3	商务策划方案的书写方法与技巧	商务策划调查技术(2) 商务策划文案的内容、结构(3) 商务策划文案的案例分析			
4	实战商务策划案例、商务策划方案撰写	(1) 广告全案文案、活动策划案例(2) 营销全案策划、房地产策划、快销品牌策划、公关策划等(3) 商务策划方案的撰写			
教学要求: 1. 课程思政: 包括科学精神与职业责任感、核心价值观、诚信意识与创新精神、工匠精神与创新意识。 2. 方法手段 本课程实践性强,基于《商务策划实务》在线开放课程平台丰富的任务清单、视频资料、优秀案例、测试题库、线上与线下混合的教学模式。 3. 考核评价 注重过程考核,借助超星学习通,有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察;过程考核70%,期末考查占 30%。					

③项目管理

开设学期	2	参考学时	40	学分	3
课程目标： 素质目标： 养成遵守规则、按规办事的职业道德；具有团队协作能力和自律能力；具备系统性思维，具备前瞻性；具备担当和目标感。 知识目标： 熟悉项目管理领域的方针、政策和法规，掌握项目管理基本流程和项目管理各模块的主要内容。 能力目标： 具备项目干系人分析、计划制定、工作分解结构、项目资源控制、项目质量管理等方面的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容： 说明：项目管理课程传授项目计划、项目实施与控制的现代理论以及社会实践案例，它涵盖项目的综合管理、范围管理、进度管理、成本管理、质量管理、风险管理及采购管理。					
序号	教学单元	教学内容			
1	项目管理概述	项目及项目管理的基本概念，项目干系人的识别和管理			
2	项目组织管理	项目管理相关组织的模型和适用情况；项目办公室的概念；项目团队的建设。			
3	项目范围管理	项目范围管理的基本概念及运用；工作分解结构的基本理论、方法、应用；			
4	项目进度管理	项目进度管理的基本概念，活动的分解、排序；关键路线的选择等			
5	项目成本管理	项目成本管理的基本概念，成本管理的影响，成本管理的方式和方法；			
6	项目质量管理	项目质量管理的基本概念；质量管理的作用、方法和影响；质量保证和质量改进的方式和方法。			
7	项目风险管理	项目风险管理的基本理论，风险控制的方式和方法；风险防范的思维建立。			
8	项目采购管理	项目采购管理的相关理论，招投标操作的步骤和要求；供应商的选择和管理等。			
教学要求： 1. 课程思政： 包括民族自豪感的培养；实事求是的务实精神；时间管理意识、成本节约意识、精益求精的质量精神、风险管控意识的培养。 2. 方法手段： 多样的教学方法使用；结合案例组织实施教学，坚持学练结合提升技能。团队化教学，引入合作企业实际案例。 3. 考核评价： 平时考核与闭卷考核按照 3:7 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、作业为主；闭卷考核以期末闭卷考试成绩依据。					

④商务管理实务

开设学期	1	参考学时	40	学分	3
课程目标：					
素质目标： 培养学生具备强烈商业信誉观；具备良好的团队协作意识；具备吃苦耐劳的意志品质；具备端正的商业品行；具备良好的动手能力。					
知识目标： 了解商务管理的范围，理解商务管理的基本理论和基本方法，掌握商务管理实务中经营管理、财务管理、合同管理、税务管理、冲突管理、风险管理、物流管理的基本内容和主要特点，并能对相关商务类管理案例进行分析、研究，能初步解决商务管理中存在的实际问题。					
能力目标： 为商务经营提供市场调查与预测方案、为企业制定经营战略方案；为企业资金需求提供预测，优化企业的资金成本与资金结构比例；确定商务合同的订立顺序，能够判断商务合同的合同效力；能够为企业所得税进行一定的筹划；能够对商务冲突进行分析与诊断，并作出商务冲突的应对策略；能够对一般的商务风险进行防范与预测；能够对商务人员设计合理的激励机制，帮助企业优化人员结构安排；能够为企业制定具体的物流运作方式。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容：					
说明：商务管理课程传授经营管理、财务管理、税务管理、合同管理、冲突管理、人力资源管理、物流管理等管理理论以及社会实践案例。					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务管理概论	商务的概念；商务管理的概述；商务活动的重要性与商务管理必要性。			
2	商务经营管理	组织的经营思想；商务经营的环境与资源；商务经营的市场调查与预测；商务经营战略			
3	商务财务管理	财务管理概述；商务筹资管理；商务投资管理。			
4	商务合同管理	商务合同的分类；商务合同的订立与生效；商务合同的履行。			
5	税务管理	商务主要税务种类及税务筹划；国内企业商务避税方式。			
6	冲突管理	商务冲突概述；商务冲突的仲裁与调解；商务冲突的管理方法。			
7	商务风险管理	商务风险管理概述；商务贸易风险的识别与防范；一般商务风险防范与对策。			
8	人员管理管理	商务活动中的激励理论；商务人员激励机制；商务企业家激励手段。			
9	物流管理	物流系统；物流管理			
教学要求：					
1. 课程思政： 包括民族自豪感的培养；实事求是的务实精神；时间管理意识、成本节约意识、精益求精的质量精神、风险管控意识的培养。					
2. 方法手段： 多样的教学方法使用；结合案例组织实施教学，坚持学练结合提升技能。团队化教学，引入合作企业实际案例。					
3. 考核评价： 平时考核与闭卷考核按照 3:7 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、作业为主；闭卷考核以期末闭卷考试成绩依据。					

⑤商务沟通

开设学期	4	学时	40	学分	3
课程目标： 素质目标： 引导学生建立阳光的心态，正确认识自己和他人，懂得尊重他人；养成良好的沟通习惯，树立主动沟通的意识；敢于挑战自己，提升心理素质；培养学生的团队合作精神；遵纪守法，传播正能量。 知识目标： 了解商务沟通方式，掌握商务沟通与谈判的技巧，能根据商务沟通对象的不同特点，采取有针对性的沟通方案；掌握跨文化沟通的策略与技巧，熟悉商务沟通礼仪。 能力目标： 提高学生的商务沟通能力，使学生的语言表达更准确、更清晰、更具有魅力；提高学生的社交能力和团队合作能力，使学生能更好的融入职场；提高学生的商务谈判能力，能较好的化解各项矛盾与冲突。					
主要内容：					
序号	教学单元	学习内容			
1	商务沟通基本理论知识	商务沟通的内涵、目的、作用；沟通的过程；沟通的类型等。			
2	商务沟通方式	书面沟通；口头沟通；非语言沟通；网络沟通。			
3	商务沟通技巧	演讲；倾听与赞美；克服沟通的障碍；人际冲突处理等。			
4	沟通对象	上行沟通、下行沟通、同级同事沟通、客户沟通等。			
5	商务谈判	商务谈判基本概念；谈判方案制定；谈判开价、应对对方报价；谈判磋商与谈判策略运用；签订谈判合同等。			
6	跨文化沟通	跨文化沟通内涵、特征、类型；跨文化沟通的障碍；跨文化沟通的策略与技巧。			
7	沟通礼仪	服饰礼仪、仪态礼仪、接待礼仪、馈赠礼仪、宴会礼仪等。			
教学要求： 课程思政： 培养学生良好的职业道德，增强学生的法律意识；帮助学生建立阳光的心态，树立主动的意识，养成良好的沟通习惯；培养学生的团队协作与集体主义精神；培养学生的社会责任感；增强学生的文化自信。 方法手段： 借助线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，提高课堂教学效率；采用讲授法、任务驱动法、案例教学法、情景教学法、角色扮演法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。 考核评价： 由平时过程考核和期末考核两部分组成，成绩占比为5:5。平时考核以学习出勤、课堂表现、作业、德育素养为主；期末考核采用理论、案例分析、项目设计等考核方式，对本课程所学内容进行综合考核。					

⑥商务数据分析与运营

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标: 具备数据敏感性和数据保密意识;形成基于数据进行商务分析的习惯;具备基本的数据分析职业道德和法律意识;形成谦虚、谨慎和务实的数据分析工作精神。					
知识目标: 理解商务数据分析的意义、作用及一般流程;掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法;了解常用的数据分析与数据可视化工具;掌握店铺信息管理、客户数据分析、运营数据分析、商品销售情况统计与分析、商品采购成本分析与控制、商品库存数据管理与分析、畅销商品统计与分析、竞争对手与行业状况分析、销售市场预测分析的内容、方法、工具与流程;理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。					
能力目标: 能够严格遵循业务规范,实施基本的商务数据分析,支持企业数据化运营;有针对性地收集、存储、管理各类数据;能够计划和实行业务数据采集与分析,支持企业战略目标制定与改进;能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析,开展精准营销;能够根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析,支持企业数据化运营;能够根据企业需求,编写数据分析报告,并进行可视化展示;具备沟通技巧、敬业精神、抗压抗挫能力和分析问题解决问题的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S4 S8 S10 S11 Z2 Z3 Z4 N2 N4 N7 N8 N12 N13 N14 N15 N16					
主要内容:					
说明:本课程以剖析企业数据分析员、数据运营专员、市场分析专员、客户数据分析专员等典型工作岗位为切入点,以商务数据分析工具及应用、数据可视化、客户数据分析、运营数据分析、销售数据分析、商品采购与库存数据分析、竞争对手与行业状况分析、销售市场预测分析等为主要内容。。					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务数据分析基础	初识商务数据;商务数据流程;商务数据分析指标;商务数据分析的可视化。			
2	客户数据分析	客户情况分析;客户总体消费情况分析;客户购买行为分析;客户需求分析;客户体验分析。			
3	运营数据分析	店铺运营情况分析;月度销售分析;推广数据分析;员工绩效分析。			
4	商品销售数据分析	商品销售数据统计与分析;商品退货、退款情况统计与分析。			
5	商品采购和库存数据分析	商品采购成本分析;根据商品生命周期控制采购商品;商品库存数据分析;库存周转率分析;商品定价分析;流量与成交量占比分析。			
6	竞争对手与行业状况分析	竞争对手分析;行业状况分析。			
7	市场预测分析	利用图表趋势预测法分析;利用时间序列预测法分析;利用德尔菲法预测新产品销售额;利用 GROWTH 函数预测店铺销量。			
8	分析报告撰写	报告的概念;报告的类型;报告的构成。			
教学要求:					
3. 课程思政: 包括数据敏感性和数据保密意识的培养;谦虚、谨慎和务实的数据分析工作精神;数据分析职业道德和法律意识的培养。					
4. 方法手段: 主要教学场所为计算机机房,采用项目化教学手段,线上+线下,理论+实操的方式开展教学,学生边学边做,引入合作企业实际案例,学练结合提升技能。					
3. 考核评价: 平时考核与闭卷考核按照 3:7 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、数据分析作品为主;考核以期末闭卷考试为成绩依据。					

⑦新零售运营管理

开设学期	3	学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标:					
具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；具有良好的心理素质和职业道德素质；具有高度责任心和良好的团队合作精神；养成处理问题的应变能力和人际沟通能力；培养全心全意为客户服务，让顾客满意的意识。					
知识目标:					
了解新零售的崛起背景、内涵和发展现状；树立新零售运营思维；掌握新零售的商业模式和新零售的整个运营。					
能力目标:					
具有围绕消费场景搭建能力；具有打通交易平台能力；具有全渠道营销能力；具有构建新用户体验能力；具有智慧型物流数据中台和供应链重构能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S11Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N8 N13 N14 N15 N16					
主要内容: 包括新零售的经营特征，经营环境分析，商业模式创新研究及数字化运营在新零售场景中的实际运用。					
序号	教学单元	学习内容			
1	新零售管理概述	(1) 了解新零售管理的概念 (2) 理解驱动新零售发展的要素 (3) 熟悉新零售与传统零售的区别			
2	零售 O2O——线上线下深度融合，构建商业闭环	(1) 了解零售 O2O 的概念、特点、过程 (2) 构建 O2O 闭环生态体系，建立线上与线下的对接和循环			
3	渠道构建——全渠道战略多维布局	(1) 了解以消费者为核心，构建物流新格局 (2) 重点掌握以数据为驱动，构建数字化供应链网络			
4	“新”商品决定商业模式生命力	① 了解商品定位，明确经营方向的关键 (2) 掌握以消费者需求为中心，打造创新性商品 (3) 了解品牌定位，制订商品品牌战略			
5	数据化运营，零售与数据结合	① 了解大数据，新零售模式发展的坚实助力 ② 用数据化运营模式提升门店运营效率 (3) 掌握运营数据分析，用大数据驱动精细化运营			
教学要求:					
1. 课程思政					
课程思政主要是通过实际案例融入了与时俱进、思维革新、服务意识、奉献精神、求真务实、探索精神等思政内容。					
2. 方法手段					
授课过程中利用多媒体进行教学，结合案例通过课外阅读和课后实地考察帮助学生理解教学内容。					
3. 考核评价					
课程总评成绩＝平时考核成绩×40%＋期末考核成绩×60%					

⑧ 客户服务与管理

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标: 培养职业道德、诚信品质、服务意识与社会责任感, 强化尊重客户、遵纪守法的职业态度。					
知识目标: 掌握客户服务理论、礼仪规范、沟通技巧、投诉处理流程及网络客服技能, 熟悉服务创新与安全管理知识。					
能力目标: 能优化服务流程、解决客户投诉、设计创新服务方案, 具备形象管理、应急处理及数据分析能力。					
主要支撑培养规格: S11 S12 Z7 Z11 N11 N21 N22					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识客服	识别客户; 识别优质客户; 识别客服职业; 经典客服案例分析。			
2	客户服务礼仪	仪容; 仪表; 仪态; 客户电话服务礼仪; 名片使用礼仪。			
3	客户服务中的沟通技巧	沟通基础知识; 身体语言的运用; 微表情; 察言观色; 倾听技巧; 提问技巧; 有效沟通的语言; 说的技巧, 服务话术; 沟通技巧的课堂实训。			
4	客户服务技巧	服务意识和态度; 服务心理与品格; 客户服务与管理中的基本接待技巧; 客户的需求分析: 理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧; 微笑服务; 赞美技巧; 如何拒绝客户; 课堂实训: 不同行业和业态服务技巧案例分析。			
5	不同类型的顾客服务技巧	不同异议类型的客户服务技巧; 棘手客户的服务技巧; 不同个性特征的客户服务技巧; 不同行为模式的客户服务技巧; 不同做事风格、不同社交行的客户分类及服务技巧; 不同销售氛围、不同气质类型、不同行业客户分类及服务技巧。			
6	服务创新	客服满意度; 超值服务的内容: 顾问式服务, 服务个性化; 服务人性化, 服务体验化、服务科技化; 服务理念创新。			
7	客户投诉的处理技巧及综合训练	客户投诉的原因: 识别投诉; 有效处理客户投诉的意义; 投诉处理的原则; 投诉处理的步骤; 投诉带来的危机处理; 熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准, 撰写投诉处理方案。			
8	网络时代的客服	网络客服的概念、特征、优点、缺点; 几大有代表性的电商网站服务特色; 电商新秀: 如直播带货、毒等创新网络服务特色。			
9	客服中的安全知识	各种急救知识; 各种安全防范知识。			
教学要求:					
1. 课程思政: 通过课程思政活动, 强化社会主义核心价值观与职业道德教育。					
2. 方法手段: 采用情景模拟(如投诉处理角色扮演)、案例分析(如海底捞服务案例)、小组项目(服务创新设计)提升实践能力。					
3. 考核评价: 平时成绩(课堂参与、实践操作)占 50%, 期末笔试(理论+案例分析)占 50%, 侧重技能应用与创新思维。					

5. 专业拓展选修课程描述

① 渠道管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标： 培养学生对市场信息收集、整理、总结和分析的能力；培养学生对渠道管理具体问题的分析和决策能力；培养学生良好的沟通、协作意识和异议处理能力。 知识目标： 掌握营销渠道的基本理论知识，了解和掌握传统渠道与新兴渠道模式的区别，掌握渠道成员选择和结构设计方法，理解渠道冲突内容，掌握维护渠道的方式和策略以及评估渠道的正确方式。 能力目标： 能够辨认不同类型的渠道模式并有针对性地设计渠道模式；能够熟练掌握渠道冲突的原因及其解决方案；能够开展渠道激励、控制与绩效评估工作。		
主要支撑培养规格： S1 S2 Z7 Z8 Z9 Z10 N2 N3 N6 N16		
主要内容： 了解和掌握渠道管理的基本概念，掌握营销活动中渠道管理的方式和方法，能够根据企业实际要求设计和管理渠道。		
序号	教学单元	教学内容
1	渠道管理概述	①营销渠道的概念、功能、特点、作用； ②我国营销渠道领域的新变化；
2	营销渠道战略规划	①三种典型的分销战略； ②传统营销渠道模式与新兴营销渠道； ③直销、传销与非法传销；
3	营销渠道成员选择与开发	①渠道成员选择的原则、标准与方法； ②开发渠道成员； ③渠道成员的信用管理；
4	营销渠道成员激励	①渠道激励的内容与形式； ②渠道激励的原则和方法；
5	营销渠道权力与控制	①渠道权力的来源； ②渠道控制的策略与方法；
6	营销渠道冲突与合作	①渠道冲突及其类型； ②渠道冲突的实质和根源； ③渠道冲突的处理策略；
7	营销渠道评估与创新	①渠道评估的原则与标准； ②营销渠道绩效评估； ③营销渠道的调整与创新。
教学要求： 1. 课程思政： 在渠道管理课程中融入“课程思政”元素，需要将社会主义核心价值观、商业伦理、社会责任、国家战略等与专业知识有机结合，培养学生的家国情怀、法治意识、诚信精神和社会责任感。 2. 方法手段： 本课程的教学需要结合理论与实践，注重互动性和案例应用，以培养学生的分析能力和实战技能。结合图表、模型、经典案例；模拟渠道谈判、冲突解决场景，提升实战能力；围绕热点议题展开辩论，深化理解；分组完成渠道优化方案等。 3. 考核评价： 本课程考核由平时学习成绩与期末考查成绩两个部分组成，采用百分制。其中，平时成绩占总成绩的50%。期末考查成绩占总评成绩的50%，主要考核学生对渠道管理基本理论的了解和掌握情况，以及渠道管理中的技巧和方法的掌握情况。		

②茶艺与茶文化

开设学期	1	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标:通过本课程培养学生热爱中华茶文化、弘扬茶文化的意识，培养茶艺服务人员基本的职业素养，					
树立爱岗敬业、诚实守信、热情服务的职业态度。					
知识目标：通过本课程的学习使学生了解茶艺服务接待中的礼仪、礼节与接待艺术，了解茶艺服务中的用茶、用器与用水的相关知识，了解茶艺表演的基本知识。					
能力目标：通过本课程的学习使学生具备识别各种茶叶的能力，识别茶具质量，合理配置茶具，掌握泡茶基本程序，掌握茶叶冲泡中选具和择水、茶叶准备及泡茶三要素控制的技能；具备演示玻璃杯泡法、盖碗泡法、紫砂壶泡法茶艺流程的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S7 S9 Z1 Z2 Z3 N2 N3N10 N8 N13 N15 N16					
主要内容:					
本课程以茶艺师和茶叶销售工作任务与职业能力分析结果为依据，以茶艺分类，六大茶类的冲泡技巧，璃杯泡法、盖碗泡法、紫砂壶泡法茶艺流程与技术，茶艺服务接待中的礼仪、礼节与接待艺术为基本内容。以理论加实操为教学手段，能灵活运用茶艺展示与顾客进行沟通，进行茶叶的销售。					
序号	教学单元	学习内容			
1	六大茶类的冲泡技巧	璃杯泡法、盖碗泡法、紫砂壶泡法茶艺流程与技术			
2	茶艺服务接待	茶艺服务接待中的礼仪、礼节与接待艺术			
3	茶叶销售技巧	客户沟通和促销			
教学要求:					
2. 课程思政					
课程思政包括：通过理论讲授和案例分析融入热爱中华茶文化、弘扬茶文化的意识，树立爱岗敬业、诚实守信、热情服务的职业态度等思政内容。					
2. 方法手段					
主要教学场所为茶艺室，理论加实操为教学手段。					
3. 考核评价					
课程考核方式为理论考试+实操+平时成绩。					

③品牌服务与管理

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标：					
素质目标：培养学生“用户需求”至上的意识、品牌意识与工匠精神。培养遵纪守法，忠于国家与组织，热爱国货品牌精神。培养学生的顽强的心理承受能力、锐意创新、坚忍不拔的素养。					
知识目标：掌握品牌内涵、种类、定位（内涵、步骤、方法），品牌命名、个性与IP化策略，设计技巧，整合传播，延伸（内涵、作用、分类、风险）及危机管理。					
能力目标：能精准定位产品品牌，设计企业品牌广告语、故事及广告片脚本；具备品牌命名、标识与IP形象初步设计能力；可策划品牌推广方案，选择传播载体、媒体与策略；能及时处理品牌危机并维护品牌形象；以及运用品牌延伸理论分析实践现象。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 Z15 N1 N9 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	品牌概述	品牌的由来、概念；品牌的内涵、作用、功能、构建；品牌的种类、效应和品牌管理。			
2	品牌定位	品牌现状分析、品牌定位方法；品牌人格化、品牌定位过程、品牌命名；品牌广告语创作、品牌故事写作。			
3	品牌设计	品牌标志设计；品牌IP形象设计；品牌个性、品牌广告片设计；品牌终端形象、感官设计。			
4	品牌传播与推广	品牌传播概述、载体选择；品牌传播媒体选择；品牌传播方法与策略。			
5	品牌延伸	品牌延伸的内涵、方式；品牌延伸的风险管理、品牌进化、扩张。			
6	品牌危机管理	品牌危机的内涵、成因、品牌维护；品牌危机处理；品牌保护			
7	品牌资产管理	品牌资产的内涵、特点、组成；品牌资产管理方法、提升价值策略；品牌资产价值评估。			
教学要求：					
1. 课程思政：在课程中融入诚信经营、质量至上等社会主义核心价值观；通过讲述国货品牌故事案例强化家国情怀与文化自信；通过课程实践活动培养创新思维与创业精神。					
2. 方法手段：课程采用多元化教学方法：以案例教学剖析品牌经验教训，培养批判思维；模拟经营实战与项目式学习，邀请专家讲座与工作坊拓宽视野。					
3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核（40%）、期末理论考核（60%）两部分。					

④投资理财管理

开设学期	5	学时	40	学分	2.5
课程目标: 素质目标: 培养语言表达、人际沟通、信息加工及分析解决投资问题的综合能力；提高学生的科学研究和实际工作能力；为进一步学习其他专业课程打下必要的基础。 知识目标: 要求学生理解证券基础知识、证券市场、证券投资对象、证券投资技术分析、投资基本分析；掌握证券投资技巧、证券操盘基本知识、基本内容和实务操作中的要求；明确证券投资的种类和基本方法。 能力目标: 通过课堂教学和课外学习，使学生了解国内外金融发展的现状，获得观察和分析金融问题的能力，学会辨析金融理论和联系金融实际的方法。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容: 证券投资的概念、品类、发行模式和流通过程。					
序号	教学单元	教学内容			
1	证券投资概论	明确证券基本概念，投资的基本概念和基本范畴，证券投资的涵义、分类和目的。			
3	证券投资品种	证券投资品种股票、债券、基金，证券投资品种衍生品。			
4	证券发行	证券发行方式，股票发行方式和程序，股票发行价格和费用。			
5	证券流通	场内、场外交易的程序，股票、债券、期权交易。			
教学要求: 1. 课程思政 通过案例分析融入诚信意识、四个自信、创新精神、敬业精神和探索精神。 2. 方法手段 由“满堂灌”的教学模式转向以教师为主导，学生为主体，师生双向交流的启发式、探索式、互动式“项目导入、任务驱动”教学模式，以激发学生的学习兴趣，调动学生的积极性和主动性。充分利用现代教学手段，进一步加强多媒体教学，完善基于网络平台的多媒体互动式教学课件，使课件条理清晰、文字简洁、画面精美、图表数据资料丰富。 3. 考核评价 过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 30%，学习态度和态度占 10%，出勤占 10%。					

⑤组织行为学

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：培养岗位职业道德，并坚持以人为本，了解个人心理与行为，尊重人，关心人；培养责任心，具有承担组织角色的应具有的社会知识和技能，增强参与社会工作的意识，并使自己的社会行动更加合理、更加符合社会发展要求 知识目标：组织和组织行为的基本概念，研究内容和研究方法；西方的人性假设观点和我国关于人的看法；个体心理与行为研究的基础性作用以及个体心理对行为的重要影响；激励的内涵、作用、方法和过程；内容型激励理论和过程型激励理论；领导的含义、特征与本质；群体的定义与分类；组织结构以及组织文化的相关理论；组织设计的原则、任务和程序，组织变革的相关理论。 能力目标：增强群体凝聚力的能力；分辨能力；观察能力，能分析研究对象其心理活动和行为规律；根据不同目的的需要，正确选择或综合运用沟通方式的能力；组织结构设计的能力；把激励理论运用于实践的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容： 组织行为学课程传授认识组织行为学、个体行为与管理、激励理论与应用、群体行为、领导行为、组织行为等理论以及社会实践案例。					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识组织行为学	组织行为学的研究方法、对象及目的；组织行为学的产生和发展、人性假设相关理论			
2	个体行为与管理	心理学知识概述、知觉的概念与特征；社会知觉若干效应、影响知觉准确性的因素、归因理论；个性的概念及特点；工作压力与挫折；个体心理与行为案例解析			
3	激励理论与应用	激励理论概述；内容型激励理论；过程型激励理论；调整型激励理论；激励方法及其应用			
4	群体行为	群体概述；群体属性；群体行为；群体沟通；团队管理			
5	领导行为	领导的概念和领导素质；领导相关理论；领导的艺术和执行力			
6	组织行为	组织结构与组织设计；组织变革与组织发展			
教学要求： 1. 课程思政：包括民族自豪感的培养；实事求是的务实精神；时间管理意识、成本节约意识、精益求精的质量精神、风险管控意识的培养。 2. 方法手段：多样的教学方法使用；结合案例组织实施教学，坚持学练结合提升技能。团队化教学，引入合作企业实际案例。 3. 考核评价：平时考核与闭卷考核按照 3:7 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、作业为主；闭卷考核以期末闭卷考试成绩依据。					

⑥商务秘书实务

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 增强学生综合运用所学知识解决实际问题的能力，培养学生爱岗敬业、诚实守信、团结协作、踏实细致的职业精神。 知识目标： 解秘书的工作特点、人际关系分析以及职业道德素质和能力；掌握接打电话、印信管理、接待安排、客户投诉等基本技能；掌握收发文的基本流程，会议的筹备、会间服务和会后的整理以及信息和档案整理的核心技能；掌握商务策划活动方案的编写技能。 能力目标： 能认知秘书工作及其人际关系，培养秘书的综合素质能力；能处理包括接打电话、值班、印信管理、旅行安排、突发事件应对、日常接待等秘书日常基本事务；能熟练的进行收、发文处理和文书档案的整理工作；能策划并实施商务谈判、庆典活动等商务活动。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容： 掌握秘书工作的基本理论知识、基本方法和各项秘书职业技能。					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程概述：	秘书工作及秘书素养			
2	秘书内部管理	合理布置办公室；接待预约和未预约的来访个人；接待团体客户、接待涉外团体；编制工作日志、制定工作计划；管理办公用品和设备办公室突发事件处理。			
3	秘书对外业务操作	组织调研活动（安排商务旅行）；组织签字仪式、庆典活动			
4	秘书专业技能提升	信息的收集、开发、利用；拟写会议筹备方案；选择布置会场；收发文处理			
教学要求： 5. 课程思政： 包括民族爱岗敬业、诚实守信、团结协作、踏实细致的职业精神。 6. 方法手段： 以培养学生秘书职业岗位技能为主线，以秘书实际工作任务为载体，以“工学结合”为培养模式，以“教、学、做”一体化为教学方法。 3. 考核评价： 平时考核与闭卷考核按照 5:5 进行考核。平时考核以日常教学出勤、课堂表现、作业为主；考核以期末开卷考试成绩依据。					

⑦采购与供应链

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生全球化视野下的大局意识和全局观念；具备“合作共赢”的现代企业管理理念和战略供应链管理理念；具有责任意识、服务意识、质量意识和规范意识等职业意识。 知识目标： 熟悉采购与供应链管理的目标和内容，供应链构建与优化要求，供应链合作伙伴关系。掌握供应链管理环境下的采购管理，供应商管理库存、联合库存管理。 能力目标： 能构建某一产品对应的供应链，进行供应链设计；为企业建立供应链合作伙伴关系做好战略匹配。能进行供应链绩效评价。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 Z4 Z7 Z8 Z16 N1 N2 N3 N4 N7 N16 N17					
主要内容： 采购与供应链管理基础（包括采购方式与供应链采购管理；供应链构建与优化；供应链运作）、供应链管理实战操作、供应链管理评价以及资源整合三大内容。同时与供应链运营考证衔接，包含 1+X 供应链运营中级职业基础和 1+X 供应链运营中级技能的采购订单处理、供应商管理、招投标管理等训练内容。					
序号	教学单元	教学内容			
1	采购与供应链管理	采购方式，采购与供应链的关系以及供应链采购；供应链管理的特点、目标和内容。			
2	供应链构建与优化	供应链结构和供应链预测的方法，供应链合作伙伴关系的要点；供应链战略匹配。			
3	供应链运作	供应链运营的动力和制约因素；供应链运营模式选择；供应链维持原则与更新的方法。			
4	供应链管理实战	延迟生产策略；准时制采购，供应商管理库存方法和联合库存管理方法。在制造商主导的供应链、批发商主导的供应链、零售商主导的供应链和物流商主导的供应链管理岗位上的作业及管理能力。			
5	供应链管理绩效评价	供应链绩效评价指标体系以及供应链绩效评价的方法和步骤。			
教学要求： 描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政： 经济全球化视野下的大局意识和全局观念，践行人类命运共同体理念；强化合作共赢，养成正确的世界观、人生观和价值观。 2. 方法手段： 理实一体化方式组织教学与考核，采用线上线下混合式教学模式。 3. 考核评价： 多元立体评价体系，第三方评价、自我评价、互相评价和教师评价。					

⑧品类管理

开设学期	4	学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 具有勤奋学习，严谨求实、创新良好的心理素质、职业使命感和职业道德素质； 知识目标: 学生能够对品类角色进行定位并对品类的现状进行评估，制定品类发展目标;制定品类策略并将策略向战术转化；具备对企业品类管理实施和回顾提出建议的能力。 能力目标: 具备制定简单的商品组织结构表，确定商品结构的宽度与深度，进行品类角色定位，品类评估的能力。具备制定品类目标，灵活运用品类策略与品类战术，对战略和战术层面的品类管理回顾提出建议。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容: 主要讲授品类的基本概念，以及品类管理在实际经营场合中的实际运用。					
序号	教学单元	学习内容			
1	品类定义与品类角色	(1) 商品组织结构表制定；(2) 商品组合单品配置；(3) 品类角色定位			
2	品类评估与品类评分表	(1) 品类评估方法；(2) 品类目标制定；(3) 品类评分表的应用			
3	品类策略	(1) 品类策略的确定；(2) 策略向战术的转化；(3) 品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系			
4	品类战术制定	(1) 高效的商品组合；(2) 高效的空间管理；(3) 高效的商品定价；(4) 高效的商品促销；(5) 高效的供应链管理			
5	品类管理实施与回顾	(1) 品类管理实施；(2) 品类管理回顾与改进			
教学要求: 1. 课程思政 课程思政通过理论和案例讲授融入了民族自信意识的培养、思维革新、创新精神、求真务实、探索精神等。 2. 方法手段 授课过程中利用多媒体进行教学，结合案例通过课外阅读和课后实地考察帮助学生理解教学内容。 3. 考核评价 课程总评成绩＝平时考核成绩×40%＋期末考核成绩×60%					

⑨消费者行为学

开设学期	3	学时	48	学分	2
课程目标:					
素质目标: 培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神; 培养一丝不苟的严谨工作作风; 增强学生与人相处、与人沟通的综合素质。					
知识目标: 了解市场营销策略与消费者心理的相互关系; 熟悉影响消费心理活动的各种因素; 掌握消费者个体心理特征对购买行为的影响与制约作用, 整合市场营销策略与消费心理的互动机制, 系统掌握影响消费决策的认知、情感及环境因素。					
能力目标: 能够进行消费者的某项消费心理调查; 结合商店的实际销售数据, 能够进行消费者购买心理活动分析; 能够在现实销售场地, 准确判断出消费者的心理活动。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容: 消费者行为学概论、消费者购买行为分析、感知、需要与动机、学习与态度、个性、社会文化、购买群体、情境与营销因素等。					
序号	教学单元	教学内容			
1	消费者行为学概论	消费行为学的含义与研究对象; 消费行为学的研究原则和研究方法; 消费行为学的目的和意义			
2	消费者购买行为分析	了解购买行为分析的理论框架; 熟悉信息处理过程; 掌握购买决策过程。			
3	消费者感知	了解消费者心理活动的认识过程; 熟悉情感、意志过程; 掌握一般心理过程的综合考察。			
4	消费者需要与动机	了解消需要与营销活动的关系; 熟悉动机在营销活动的应用; 掌握如何利用诱导购买动机进行推销。			
5	消费者学习与态度	消费者学习的基本方法; 消费者学习的几种理论; 关于消费者学习与态度一些基本特征及营销应用			
6	消费者的个性心理特征	了解消费者的消费观; 熟悉气质, 性格特征; 能够进行自我分析及对他人判断。			
7	社会文化与消费者行为	文化的概念; 文化六大价值取向; 认知过程的文化差异与营销运用			
8	社会群体与消费行为	消费群体的概念与分类; 消费群体对消费行为的影响; 不同群体的消费心理特征和相应的营销策略			
9	购买情境与消费者行为	情境及其构成; 消费者的情境类型与营销策略			
10	营销因素与消费者行为	商品名称、商标、商品包装、价格、促销组合、服务市场与消费者行为以及对应的营销策略			
教学要求:					
1. 课程思政					
通过理论教学和案例融入家国情怀, 民族自信、品牌意识; 科学精神、社会责任; 文化敏感性、国际视野; 共同富裕、创新驱动; 批判性思维、媒介素养; 文化传承等课堂思政。					
2. 方法手段:					
本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学, 应选用典型的案例和任务为载体, 在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动, 起到事半功倍的教学效果。					
3. 考核评价:					
突出考察学生的学习态度、操作能力、课堂讨论分析能力。过程考核占 70%、期末考试占30%					

⑩公共关系实务

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标： 通过本课程的学习培养学生强烈的公关职业道德品质和法律意识，培养学生的全员公关意识以及实事求是、严谨、敬业的职业态度。 知识目标： 了解公共关系的基本概念，掌握公共关系构成要素，公共关系工作程序，专题活动设计，公共关系危机处理，公共关系礼仪等主要内容。 能力目标： 能运用传播媒介维护企业形象，设计调查方案并撰写公关策划案；具备舆情监测与危机应对能力，协调内外部关系，掌握商务礼仪与规范的综合实践能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 Z1 Z2 Z16 N1 N2 N3 N12					
主要内容： 主要涵盖公共关系基本理论知识、公共关系的构成要素、公共关系工作程序、公关专题活动、公共关系危机管理、公共关系礼仪六部分的内容。					
序号	教学单元		教学内容		
1	公共关系基本理论知识		公共关系的含义、特征、职能、原则以及产生与发展。		
2	公共关系的构成要素		公共关系的主体、公共关系人员，公共关系的客体，公共关系的传播。		
3	公共关系工作程序		公共关系的调查的方法、公关策划的原则与策划的内容、程序与方法、大型公共关系活动实施的步骤，公共关系评估标准与方法。		
4	公关专题活动		公共关系专题活动的特征与目的；公关赞助带给组织的利益与风险、庆典活动的流程以及新闻发布会的程序。		
5	公共关系危机管理		公共关系危机的含义、特点、成因、处理的原则与对策，提升危机预防意识。		
6	公共关系礼仪		形象礼仪、日常礼仪、接待礼仪，并能在具体公关活动中的熟练运用。		
教学要求： 1. 课程思政： 培育诚信担当意识；传播正能量价值观，服务国家战略需求；强化社会责任担当，塑造家国情怀；培养德才兼备、知行合一的新时代公关人。 2. 方法手段： 案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟。 3. 考核评价： 考核形式：考查（平时 50% 期末 50%）。					

⑪企业战略管理

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
1. 素质目标					
树立以企业长期发展为核心、创造可持续价值的战略观;培养前瞻思维、全局视野与战略创新意识;塑造爱国报国、敬业进取、诚信负责的企业经营工作态度					
2. 知识目标					
熟悉企业战略的核心概念与不同层级战略的内涵;掌握外部宏观环境、行业竞争环境、内部资源能力的分析框架与工具;理解公司层战略、业务层战略与职能层战略的选择逻辑掌握战略实施、战略评价与战略调整的核心方法与关键点					
3. 能力目标					
具备独立完成企业内外部环境系统性分析的能力;能够根据企业发展阶段与资源条件选择适配的战略方向;具备设计匹配战略目标的实施路径、解决战略落地问题的能力;能够动态跟踪企业战略执行效果,提出合理的战略调整方案					
主要支撑培养规格: S1、S2、S3、S8、Z8、Z9、N1、N3、N6、N11、N17					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识企业战略管理	企业战略概述与核心逻辑,战略管理层次,战略管理过程,战略管理理论演进			
2	外部环境分析	宏观环境 PEST 分析,行业生命周期分析,行业结构五力模型分析,竞争对手分析,战略群组分析			
3	内部环境分析	企业资源与能力分析,价值链分析,核心竞争力识别,SWOT 战略匹配分析			
4	公司层战略选择	多元化战略,一体化战略,并购与重组战略,国际化战略,战略联盟			
5	业务层战略选择	基本竞争战略(成本领先、差异化、集中化),蓝海战略,不同行业环境下的竞争战略			
6	职能层战略制定	市场营销战略,财务战略,研发战略,人力资源战略,供应链战略			
7	战略实施与管控	公司治理与组织结构设计,战略与文化、领导力的匹配,战略控制与平衡计分卡,战略调整与变革			
8	数字时代企业战略新发展	数字化转型战略,平台生态战略,共享经济战略,可持续发展战略			
教学要求:					
1. 课程思政融合					
将课程思政有机融入全教学过程,结合本土企业成长案例,塑造大局观与使命感:融入依法经营、诚信兴企的法治观念,强化企业社会责任意识,传递奋斗进取、实业报国的价值理念。					
2. 教学方法与手段					
采用理论讲授+案例分析+对标比较+分组调研+项目驱动+成果汇报+线上线下融合的混合教学模式,以真实战略案例开展研讨,依托在线开放课程资源完成课前预习与课后拓展,以真实企业战略调研项目为导向组织团队学习,通过成果演示环节训练学生的战略思					

维与表达能力，实现理论知识与实践应用的深度结合。

3. 考核评价方式

采用过程考核与结果考核相结合的多元化考核方式，全面衡量学生战略思维能力与知识应用水平：过程考核占总成绩的 50%，具体包含课堂参与与案例研讨、分组调研成果演示、线上资源学习进度、课程作业四项内容；结果考核为期末闭卷考试，占总成绩的 50%，重点考察学生对战略分析工具与核心理论的理解应用能力。

6. 专业集中实训课程描述

① 商务数据分析与应用实训

开设学期	3	学时	24	学分	2
课程目标：					
素质目标：培养学生尊重客观数据和事实的职业态度；形成勤于思考、多角度全方面看待和分析问题的职业意识；培养学生进行商务数据搜集和分析的职业习惯；具备严谨务实、勇于探索的职业精神。					
知识目标：掌握用图表来展示定性数据及定量数据的方法；掌握统计分析的相关知识；掌握一定的统计分析方法；掌握数据分析报告撰写的基本要求。					
能力目标：能够用合适的图表来展示数据；能够计算出关键的数据指标；能够运用数据工具对商务数据进行处理；能结合一定的数据模型，对数据进行分析 and 灵活应用；能基于数据分析结果撰写数据分析报告。					
主要支撑培养规格：S2 S3 S4 S8 S10 S11 Z2 Z4 N2 N4 N7 N8 N13 N14 N15 N16					
主要内容：结合实训的任务背景，运用商务数据分析工具，对客户数据、运营数据、销售数据、采购数据、库存数据、竞争对手数据等进行可视化分析，提出营销和运营建议，撰写数据分析报告。					
序号	教学单元	学习内容			
1-6	分6 个单元进行教学	客户数据分析、运营数据分析、商品销售数据分析、商品采购和库存数据分析、竞争对手与行业状况分析和市场预测分析等模块。			
教学要求：					
1. 课程思政					
勤于思考、多角度全方面看待和分析问题的职业意；严谨务实、勇于探索的职业精神。					
2. 方法手段					
以企业真实的实训任务背景，提供实训数据资料，组织学生对商务数据进行实践操作训练。通过任务驱动、模块演练等教学方法，加强学生数据分析职业技能的培养。					
3. 考核评价					
根据专业技能基本要求，分为客户数据分析、运营数据分析、商品销售数据分析、商品采购和库存数据分析、竞争对手与行业状况分析和市场预测分析等模块。课程考核方式为实操考核，要求学生能按照操作规范独立完成给定任务，要求体现专业的数据分析职业技能与职业素养。					

②商务策划实训

开设学期	3	学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：培养基于市场动态的批判性思维与商业敏感度；树立诚信为本的策划职业操守，强化团队协作意识；培育精益求精的工匠精神与突破常规的创新意识。					
知识目标：通过各模块综合实训，理解专业的性质、地位和价值；掌握各模块的知识点、技能点；掌握商务策划全流程的核心步骤（调研、创意生成、方案撰写、执行反馈）；理解不同类型策划案（营销、品牌、公关）的特征与设计逻辑；熟悉商业伦理与法律法规在策划实践中的应用。					
能力目标：能独立完成市场数据收集与分析，精准定位策划需求；能运用创新思维工具（如SWOT、6W3H、思维导图）设计可行性方案；能通过模拟提案、角色扮演提升策划方案的展示与说服能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S8 S9 S10 Z1 Z2 Z3 N1 N3 N6 N7 N8 N13 N15 N16					
主要内容：专业集中实践必修课，以企业真实项目为驱动，通过“调研-设计-提案-复盘”闭环训练，强化商务策划的实战能力。					
序号	教学单元	学习内容			
1-5	分不同策划类型模块进行	1. 策划需求分析：企业工单解读、目标市场数据采集与清洗； 2. 创意策划设计：头脑风暴、差异化策略制定、方案成本效益测算； 3. 全案输出与优化：不同策划文案结构化撰写、可视化呈现（PPT/路演视频）、双盲互评修订； 4. 虚拟执行与复盘：模拟项目落地风险预判、效果评估模型应用。			
教学要求：					
1. 课程思政 奋斗精神自我管理能力；诚实守信；团队意识。					
2. 方法手段 本课程主要采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，以仿真情境模拟业务为职业情景任务，通过任务驱动、模块演练等教学方法，加强学生综合职业技能的培养。					
3. 考核评价 根据专业技能基本要求，分为模块进行策划方案撰写。考核评价建立“方案质量+职业素养”双维度体系，方案质量侧重创新性（30%）、可行性（20%）与数据支撑（15%），职业素养涵盖合规审查（10%）、提案专业性（10%）及团队协作（15%），辅以记录方案迭代过程的“数字档案袋”及教师评分（占比20%），确保评价贯穿学习全程并贴近行业实际。					

③商务管理专业综合实训

开设学期	5	学时	48	学分	2
课程目标:					
素质目标: 能了解、掌控自我，调整、保持良好的心理状态；养成诚实、守信、坚韧不拔的品德；培养创新思维和一定的创业能力；培养时间管理和目标管理的职业素养。 知识目标: 通过各模块综合实训，理解专业的性质、地位和价值；掌握各模块的知识点、技能点；训练学生自身的创造性思维，提高学生各岗位的操作能力，使其在市场营销工作中能合法、合规操作，但又不失灵活。 能力目标: 培养商务数据分析的能力；培养商务策划实践能力；培养商务谈判的能力；培养商务接待设计和组织的能力					
主要支撑培养规格: S1 S2 S3 S8 S9 S10 Z1 Z2 Z3 N1 N3 N6 N7 N8 N13 N15 N16					
主要内容: 专业集中实践必修课，以就业为导向，按照企业管理全流程，培养学生的专业技能和职业素养。					
序号	教学单元	学习内容			
1-7	分5 个单元教学进行	商务接待设计与组织、商务策划、商务沟通与谈判、商务数据分析、公关事件处理等模块。			
教学要求:					
1. 课程思政 奋斗精神自我管理能力；诚实守信；团队意识。 2. 方法手段 本课程主要采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，以仿真情境模拟业务为职业情景任务，通过任务驱动、模块演练等教学方法，加强学生综合职业技能的培养。 3. 考核评价 根据专业技能基本要求，分为商务接待与组织实训、商务谈判实训、商务策划实训、商务数据分析实训、公关管理等模块。要求学生能按照操作规范独立完成给定任务，要求体现良好的职业精神与职业素养。					

④企业管理经营沙盘模拟实训

开设学期	2	学时	24	学分	2
课程目标： 素质目标： 能了解、掌控自我，调整、保持良好的心理状态；养成诚实、守信、坚韧不拔的品德；培养创新思维和一定的创业能力；培养时间管理和目标管理的职业素养。 知识目标： 通过在相关软件下熟悉企业经营过程，掌握经营管理的要点，对虚拟企业进行有效经营和管理。 能力目标： 培养学生分析能力、决策能力、沟通能力、应变能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S8 S9 S10 Z1 Z2 Z3 N1 N3 N6 N7 N8 N13 N15 N16					
主要内容： 借助专业实训软件帮助学生了解和掌握企业经营基本过程和要点，学会有效规划企业经营资源和有效决策。					
序号	教学单元	学习内容			
1	借助专业实训软件组织 开展经营管理实训	对经营背景进行分析，指定经营决策，组织生产和经营，对经营状况进行总结和分析。			
教学要求： 2. 课程思政 奋斗精神自我管理能力；诚实守信；团队意识。 2. 方法手段 本课程主要采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，以仿真情境模拟业务为职业情景任务，通过任务驱动、模块演练等教学方法，加强学生综合职业技能的培养。 3. 考核评价 根据学生实训过程表现结合系统评分对学生实训情况进行考核。要求学生能按照操作规范独立完成给定任务，要求体现良好的职业精神与职业素养。					

七、教学进程总体安排

（一）教学进程周次安排及教学活动时间分配表

表一 教学进程周次安排及教学活动时间分配总表

学期		一	二	三	四	五	六	总计
理论教学（理实一体）		17	17	18	18	12	0	82
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	0	2
	实训课程	0	0	0	0	0	0	0
	岗位实习	0	0	0	0	10	14	24
	毕业设计	0	0	0	0	0.5	0.5	1
考试		2	2	2	2	1	2	11
教学周数合计		21	19	20	20	23.5	16.5	120
寒暑假周数		4	7	5	8	0	0	24
总计		25	26	25	28	23.5	16.5	144
备注		1. 三年6学期总教学活动周共120周。 2. 新生第1学期2周为军事技能训练，入学教育等教学活动。 3. 认知实习原则上在专业课开始时安排，集中授课的实训课程、岗位实习根据专业教学进度安排，岗位实习一般为6个月。						

（二）教学进程表

1.公共基础课程模块教学进程表

表二 公共基础课程模块教学进程表（2026级）

课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年度/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注	
					总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查		
						理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6				
								17	17	18	18	12	0				
公共基础课程（必修）	1 思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48			4*12					1		①	
	2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2622010001022002	A	2.0	32	32	2*16							1			
	3 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2622010001033003	A	3.0	48	48		4*12						2			
	4 形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4			1-5		②	
	5 国防教育	2622010001053005	C	1.0												③	
	6 军事技能	2612810001013001	C	2.0	112	112	2周										
	7 军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36					4*9			5		④	
	8 大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16						1			
	9 大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28	2*16						2			
	10 大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20			2*12				3			
	11 大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20				2*12			4			
	12 大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32		2*16						2		⑤	
	13 劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2	2*8						3		⑥	
	14 安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4						2		⑦	
	15 大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16						1		⑧	
	16 大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16		2*16					2		⑧	
	17 生涯与就业指导	2621810001013004	B	2.0	32	20	12	2*8			2*8			1、4		⑨	
	18 创业教育（上、下）	2621810001023002	B	2.0	32	20	12	2*10	2*6					1、2		⑩	
	19 第二课堂	2641010001013001	C	6.0												⑪	
小计					37.0	692	410	282	16	20	4	6	6				
公共基础课程（限选）	21 红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8	2*12						1	限选 2学分⑫		
	22 中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16								4			
	23 新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16								4			
	24 改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16								4			
	25 社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16								4			
	26 马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16								4			
	27 中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12		2*16					2	限选 6学分⑬		
	28 湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4		2*8					2			
	29 大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12	2*16						1			
	30 应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16	2*16						1			
	31 经济学	2622410002043005	B	2.0	32	20	12	2*16						1			
	32 高等数学	2622410002043006	B	4.0	64	48	16	4*16						1		限选 3学分⑭	
	33 美育	2641010002013001	A	1.0	16	16			2*8					1			
	34 口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16						1			
	35 商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16						1			
	36 人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24		3*16					2			
	37 信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24		3*16					2			
小计					11	176		6.0	5.0	0	0	0	0				
选修（其他）	38 校内公共任选课程	2612420003993099		4.0	64	64		0	0	0	0	0		1-6	⑮		
	小计				4.0	64	64		0	0	0	0	0				
合计					52.0	932.0	474.0		20.0	25.0	4.0	6.0	6.0				

备注：①课程类别：A：纯理论课；B：（理论+实践）课；C：纯实践课。

②2*4表示每周2学时，开4周课，其它课程类推。

2.专业基础及核心课程模块教学进程表

表三 专业基础及核心课程模块教学进程表																			
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时		年级/学期 理论课周数/周课时						考核方式		备注			
						总学时	其中	一学年		二学年		三学年		考试	考查				
								理论学时	实践学时	1	2	3	4				5	6	
专业基础课程（必修）	1	市场营销	2620805306033001	B	4	64	40	24			17	17	18	18	12	0	4		
	2	经济学基础	2620805306033002	B	3	48	30	18			3							1	
	3	经济法	2620805306033003	B	2.5	40	28	12							4		5		
	4	市场调查	2620805306033004	B	3	48	30	18					3				4		
	5	新媒体营销	2620805306033005	B	3	48	24	24				3						3	
	6	数字营销	2620805306033006	B	2.5	40	20	20					3					4	
	7	企业经营管理	2620805306033007	B	2	32	16	16							4		5		
	8	AI新媒体文案创作	2620805306033008	B	3	48	30	18				3						3	
	9	习近平经济思想概论	2620805306033009		2	32	20	12	2										
小计					25	400	238	162	2	3	6	10	8						
专业核心课程（必修）	1	商务策划实务	2620805306033010	B	2.5	40	16	24				3						3	
	2	人力资源开发管理	2620805306033011	B	2.5	40	10	30				3						3	
	3	项目管理	2620805306033012	B	2.5	40	10	30			3							2	
	4	商务管理实务	2620805306033013	B	2.5	40	20	20	3									1	
	5	商务数据分析与应用	2620805306033014	B	2.5	40	10	30				3						3	
	6	商务沟通	2620805306033015	B	2.5	40	20	20					3					4	
	7	客户服务与管理	2620805306033016	B	2.5	40	20	20					3					4	
	8	新零售运营与管理	2620805306033017	B	2.5	40	16	24					3					3	
小计					20	320	122	198	3	3	9	9	0						
合计					45	720	360	360	5	6	15	19	8						

3.专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

表四 专业拓展选修课程模块及专业集中实训课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级学期理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
								17	17	18	18	12	0				
专业拓展课程（选修）	1	商务礼仪	2620805306033018	B	2	32	12	20					4			5	任选2 学分
	2	渠道管理	2620805306033019	B	2	32	20	12					2			5	
	3	品牌经营与管理	2620805306033020	B	2	32	10	22					4			3	任选2 学分
	4	投资理财管理	2620805306033021	B	2.5	40	28	12				3				4	
	5	茶艺与茶文化	2620805306033022	B	2.5	40	24	16					4			5	任选4 学分
	6	商务秘书实务	2620805306033023	B	2	32	16	16			2					4	
	7	组织行为学	2620805306033024	B	2	32	16	16		2						2	任选5.5 学分
	8	采购与供应链管理	2620805306033025	B	3	48	24	24				3			4		
	9	消费者行为学	2620805306033026	B	3	48	24	24			3				3		任选4 学分
	10	品类管理	2620805306033027	B	3	48	28	20				3				4	
	11	公共关系实务	2620805306033028	B	3	48	28	20				3				4	任选4 学分
	12	企业战略管理	2620805306033029	B	2.5	40	20	20			3					4	
		小计				13.5	216	98	118	0	2	5	12	14	0		
专业集中实训课程（必修）	1	商务数据分析与应用实训	2620805306033030	C	1	24		24			1						任选1 学分
	2	商务策划实训	2620805306033031	C	1	24		24			1						
	3	商务管理专业综合实训	2620805306033032	C	2	48		48					2				①
	4	企业管理经营沙盘模拟实训	2620805306033033	C	1	24		24		1							
	5	企业认知实训	2620805306033034	C	1	24		24		1							
	6	毕业教育	2620805306033035	C													
	7	毕业设计	2620805306033036	C	6	24	0	24					0.5	0.5		6	
	8	岗位实习	2620805306033037	C	24	576	0	576					10	14		6	
	小计				35	720	0	720	0	0	0	0	0	0			
	合计				48.5	936	98	838	0	2	5	12	14	0			

备注:①毕业教育于第五学期与下达毕业设计任务时同步进行,不单独计算学时与学分。

(三) 周学时及学时统计表

表五 周学时及学时统计表

模块	年级 学期 节(周)数	一年级				二年级				三年级				教学学时(节)		
		第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期		理论 学时	实训 学时	合计
		周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周			
公共基础课程模块(必修)		16	0	18	0	4	0	6	0	6	0	0	0	410	282	692
公共基础课程模块(限选)		6	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	104	72	176
公共基础课程模块(任选)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	0	64
专业基础及核心课程模块		5	0	6	0	15	0	16	0	8	0	0	0	360	360	720
专业拓展课程模块(选修)		0	0	2	0	8	0	3	0	16	0	0	0	98	118	216
专业集中实训课程模块		0	0	0	1	0	2	0	0	0	12.5	0	14.5	0	720	720
合 计		27	0	31	1	27	2	25	0	30	12.5	0	14.5	1036	1552	2588

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

公共基础课程(含必修、限选、任选)学时数占总学时的比例：	36.01%							
选修课程学时数占总学时的比例：	13.83%							
实践学时数占总学时的比例：	60.0%							
本专业应修学分总计：	145.5							

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个标准。

1.队伍结构

(1) 按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师,专业专任生师比不高于 25:1。

(2) 公共课教师应具有与任教课程对口的全日制本科及以上学历,并取得高校教师资格;有理想信念、有道德情

操、有扎实学识、有仁爱之心；有较强的教学能力。

（3）专业课专任教师应具有与本专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

（4）专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师应是本区域或本行业的现场专家，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学和实习实训指导等教学任务；兼职教师以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务占专业课学时总数的 50%左右。

（5）实习指导教师应具有与本专业对口的专科以上学历，并取得专业职业资格。

（6）专任教师中具备双师教师资格的比例应占总人数的 60%以上，企业兼职教师占专业任课老师 10—30%。

2. 专任教师

商务管理专业教学团队已形成了由专业带头人负责、双师型教师专任的教师团队，授课过程中对专任教师要求如下：

（1）具有与任教专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格。对商务管理专业有深入的了解和研究，能掌控课堂气氛，通过生动、形象的案例和实际操作让学生了解和掌握岗位的基础技能和专业技能的能力。

（2）专任教师应加强业务学习，接受到教学任务后一

周内准备好授课计划；每次上课之前都需要有详细的教案，并视情况准备好 PPT 或其他教学材料；主讲教师授课过程中加强对班级学生的考勤、参与互动等学习状态的管理。

（3）专任教师在授课过程中应重视运用案例教学、课堂讨论、团队学习、延伸阅读等授课方式，在传授专业知识的基础上着重培养学生的表达能力、分析能力、独立思考、自主学习和团队合作的能力。

（4）专任教师应大力倡导启发式、互动式和开放式的教学方式，注重教与学的互动。在教学中把重点讲授、提问讨论、实例分析、学生自学等有机地结合起来，启发学生思考问题，并要求学生写出讲座发言稿或小论文，组织主题发言、评论发言等研讨会，并按课堂讨论情况计分归入学期成绩中。借此调动学生的学习积极性、主动性，把传授知识与培养能力、提高素质融为一体，突出学生创新精神与实践能力的培养，逐步形成教学活动以教师为主导，以学生为主体的新型教学方式。

（5）专任教师应该具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；每年至少累计 1 个月或 5 年累计不少于 6 个月的企业实践或实训基地实训经历。

3. 兼职教师

专业教学团队中有一定比例的企业兼职教师，企业兼职教师应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应

具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才。企业兼职教师以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务不低于专业学时总数的 15%。

4.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行业、专业发展，能够广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设，开展教育教学改革，教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。定期到企业工作、挂职锻炼，或每年与企业开展项目合作 2 个以上。

5.对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响

设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。配置超星“一平三端”智慧课堂系统；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. 校内实习实训基地

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备				支撑的课程/实训项目
		名称	数量	工位	功能	
1	商务策划实训室	电脑	60 台	60	学生操作；教师演示	承担《商务策划实训》教学任务
		多媒体	1 套			
2	商务数据分析与应用实训室	电脑	60 台		数据收集、处理、分析，教师演示	承担《商务数据分析与应用实训》教学任务
		多媒体	1 套			
		数据与分析软件	60 套			
3	商务谈判实训室	电脑	60 台	60	模拟开展企业商务谈判活动	承担课程《商务谈判》、《商务管理综合实训》课程教学
		谈判桌	1 张			
		椅子	16 张			
		即时录像设	1 套			

		备				
		多媒体设备	1 套			
4	企业经营管理 沙盘模拟实训 室	多媒体设备	1 套	60	运用中 教畅享 企业经 营管理 沙盘软 件仿真 模拟企 业经营	承担《企业经 营管理沙盘模 拟实训》
		沙盘软件	1 套			
		电脑	60 台			
		沙盘桌	12 张			
		椅子	60 张			

表 7 校内实训室功能与配备要求一览表

3.校外实习实训基地

与 3 家以上企业建立紧密的校企合作关系,并建立校外实习实训基地。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求,实习基地应能提供理等与专业对口的相关实习岗位,能涵盖当前相关行业发展的主流技术,可接纳不低于 30%的本专业毕业生实习;学校和实习单位双方共同制订实习计划,能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理,实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师,开展专业教学和职业技能训练,完成实习质量评价;做好学生实习服务和管理工作,有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障,依法依规保障学生的基本权益。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表:

表 X 校外实习实训基地功能与配备要求一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	认知实训基地	参观和认知企业 经营管理岗位	企业认知实训	100

2	商务策划实训基地	商务策划专员	商务策划实训	100
3	商务数据分析与应用实训基地	商务数据分析专员	商务数据分析与应用实训	50
4	商务运营管理实训基地	运营管理专员	商务沟通与谈判实训、商务运营管理实训	100

（三）专业教学资源

1.教材基本要求

（1）优先选用国家和省级职业教育优秀教材、规划教材，专业课程主要选用校企合作编写正式出版的教材。

（2）学校、企业、行业“三元”联合创作编写教学材料，创新开发的活页式教材、工作手册式教材、数字教材和配套技术规范卡片、口袋书。

（3）教辅材料内容应体现本行业的新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，应以真实生产项目、典型工作任务、工程实践案例等为载体，适用于模块化、项目化课程教学，符合国家专业教学标准和职业标准（规范）要求，体现课程思政和产业变化。

（4）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，使教材更贴近专业的发展和实际需要。针对部分专业课程教材匹配度不高的情况，将会逐步自行开发和编撰相关教材。

表9 商务管理专业教材选用（部分）

序号	教材名称	教材类型	作者	出版社	出版日期	对应课程
1	商务策划管理		刘凯宁	清华大学出版社	...	商务策划实务
2	消费者行为学	十四五职业教育国家规划教材	荣晓华	东北财经大学出版社	...	消费者行为学
3	人力资源管理		吴少华	人民邮电出版社		人力资源开发管理

4	管理学基础	十三五职业教育国家规划教材	单凤儒	高等教育出版社	2021.12	管理学基础
5	项目管理实务	高等职业教育十三五规划教材	于广天	中国轻工业出版社	2020.7	项目管理
6	数字互动营销	十四五职业教育国家规划教材	李宇红	高等教育出版社	2023.8	数字营销基础
7	商务数据分析与应用	十四五职业教育国家规划教材	沈凤池	人民邮电出版社		商务数据分析与应用

2.数字资源配备基本要求

不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业教学计划、教学大纲等教学文件以及主干核心课程的教师教学指导书、学生学习指导书、教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。已建设《管理学基础》、《消费者行为学》、《商务数据分析与应用》、《商务管理实务》等多门在线开放课程，并将逐步完善专业核心课程的线上建设任务。

3.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：商务管理实务、商务管理（标准级）、基础商务管理高级、运营管理、高效运营企业运营最佳实践方案、连锁经营企业运营管理等。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；应用操作法、案例法、任务驱动法等现代教学方法；充分利用移动互联通信设备、多媒体、网络、空

间等信息化手段实施教学，积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

运用人工智能、虚拟现实等数字技术教学和采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方法的课程占比不低于 80%；采用“学中做、做中学”的专业课程占比不低于 50%。

（1）讨论教学法

商务管理专业是实践性较强的专业，在教学过程中应多引导学生主动思考。这就要用到讨论教学法。首先提出现象，然后总结存在的问题，引导学生开始讨论，在这个过程中要注意讨论的障碍，要有对待不参加的讨论的学生的预案，并且要教会学生如何通过讨论学习教会做记录或笔记，作总结，推动学生进入学习通进教师空间在线讨论。

（2）成果导向教学法

在授课过程中要求学生准备一个“商务管理案例摘抄本”，每周至少积累一个案例或相关知识点，每月抽查一次，期末普查并计入平时成绩，期末可以选取少数优秀的摘抄本作为范本宣传。

（3）自主阅读教学法

在授课过程中，不断督促学生养成阅读的习惯，并有推荐的书单和线上阅读资料。布置阅读作业，教会学生从阅读中学到更多的东西。

（五）学习评价

1.评价理念

坚持理论与实践相结合的理念，突出专业课程与实践岗位对接，注重综合素质评价，依托超星平台，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系，促进学生全面成长。

2. 评价要求

（1）评价方式

各课程的考核评价方式选择符合学校学生成绩管理办法的相关规定。

（2）评价内容

对学生的课程考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，并将过程性评价和终结性评价相结合，探索教师、学生、企业多主体参与由教师评价、学生自评、学生互评和企业评价组成的评价方式。为了鼓励、重视学生的自我成长，在专业核心课程的教学过程中探索并开展具有课程特色的增值性评价方式。

（3）评价主体

学生获得政府部门批准的职业技能等级证书，参加职业院校技能商务数据分析、人力资源管理比赛等赛项获地市级（校级）三等奖或以上奖项，依据学校相关制度置换学分，鼓励学生多维度发展。具体如表所示。

表10 职业资格证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业技能等级	新媒体管理师	国家职业资格培训	初级	《新媒体营销》	3	课置换《新媒体营销》

	证书		鉴定实验 基地				课程学分
2	职业技能等级证书	人力资源 经济师	人社部	初级	《人力资源 管理》	3	课置换《人 力资源管 理》课程学 分
3	专业技 能竞赛 (I类 赛)	湖南省职业院 校技能大赛相 关赛项		省一等奖	可任意置 换对应学 分的专业 基础必修 课、专业核 心必修课、 专业综合 实践、专业 选修课	16	
				省二等奖		12	
				省三等奖		12	
4	技能大 赛	国家级技能大 赛		一等奖	可任意置 换对应学 分的专业 基础必修 课、专业核 心必修课、 专业综合 实践、专业 选修课	16	
				二等奖		16	
				三等奖		16	

(六) 质量管理

1.建立常态化专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

3. 改革学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式；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。

4. 关注课程学习评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试等多种方式，注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

5. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

1. 原则要求

（1）具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

（2）掌握高等职业学校必须的政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

（3）具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业（或专业方向）就业面向岗位的工作；

(4) 身心健康，人格健全。

2.具体要求

1.原则要求

(1) 具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

(2) 掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

(3) 具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业或专业方向就业面向岗位的工作；

(4) 身心健康，人格健全。

2.具体要求

(1) 修满 145.5 学分。其中：基本素养模块 52 学分（含公共基础限选课程 11 学分），专业基础模块 25 学分，专业核心模块 20 学分，专业能力拓展模块 13.5 学分，专业实践课程 35 学分。

(2) 商务管理专业岗位实习合格、毕业设计合格、技能抽查合格、素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格）。

十、其他

（一）引用的技术规范

教育部职业教育与成人教育司，职业教育专业教学标准，2025 年修订；

（二）学分银行转换的说明

1.职业资格证书及“1+X”证书学分置换

实行书证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干本专业及相关专业职业技能等级证书。根据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27号）相关规定，各类职业技能等级证书可置换相关课程、计算学分，具体见下表：

表 11 职业技能证书转换学分、课程表

序号	证书名称	可转换的学分	可置换的专业课程	备注
1	数字营销技术应用 职业等级证书（中 级）	3	商务数据分析与应 用（3 学分）、数字 营销（2 学分）、商 务数据分析与应 用实训（1 学分）	具体名称待教 育部颁发

2.对于应征入伍服兵役退役、自学考试、社会实践、创新创业等情况，依据学校学分管理制度相关规定进行学分置换。

附录

- 1.专业人才培养方案调整审批表
- 2.专业人才培养方案论证意见表
- 3.公共基础课开设统筹安排表

附录 1

专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属二级院（部）		使用年级	20XX 级
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业教研室主任意见： 签字： 年 月 日			二级院（部）负责人意见： 签字： 年 月 日		
教务处审核意见： 签字： 年 月 日					
主管教学工作副校长意见： 签字： 年 月 日					
校长意见： 签字： 年 月 日					

注：(1) 调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。(2) 调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。(3) 本表一式三份，专业教研室、二级院(部)、教务处各存一份。

附录 2

专业人才培养方案论证意见表

论证专业名称				论证时间 (年月日)	
论 证 专 家	姓名	工作单位	职称/职务	论证身份	签名(手写)
论 证 意 见					

	专家论证组组长签字： 年 月 日
备注	论证身份包括同行专家、校内专家、思政专家、企业专家、毕业生代表、在校生代表等