

2022 级经贸学院高职专业人才培养方案目录

一、关于制（修）订 2022 级专业人才培养方案的原则意见（三年制）	1
---------------------------------------------	---

二、各专业人才培养方案

1. 大数据与会计.....	9
2. 工商企业管理.....	23
3. 酒店管理与数字化运营.....	33
4. 电子商务.....	44
5. 跨境电子商务.....	53
6. 商务英语.....	67
7. 市场营销.....	79
8. 文化创意与策划.....	90
9. 网络营销与直播电商.....	101

三、附件

附件 1：厦门兴才职业技术学院公共选修课管理办法（修订）	111
厦门兴才职业技术学院学分认定与转换管理办法（试行）	115

厦门兴才职业技术学院关于修（制）订 2022 级 三年制高职专业人才培养方案的指导性意见

专业人才培养方案是职业院校落实党和国家关于技术技能人才培养总体要求，组织开展教学活动、安排教学任务的规范性文件，是实施专业人才培养和开展质量评价的基本依据。根据国家、省、市有关职业教育的最新文件精神，结合我校实际，对 2022 级三年制高职专业人才培养方案修（制）订提出如下指导性意见。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会的部署，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，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才，深化专业内涵建设，助力两岸深度融合。

二、编制依据

1. 《国务院关于印发〈国家职业教育改革实施方案〉的通知》（国发〔2019〕4 号）；
2. 《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6 号）；
3. 《教育部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）；
4. 《教育部等四部门印发〈关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案〉的通知》（教职成〔2019〕6 号）；

5. 《教育部等六部门关于印发〈职业学校校企合作促进办法〉的通知》（教职成〔2018〕1号）；

6. 《教育部等八部门关于印发〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》（教职成〔2021〕4号）；

7. 教育部职业教育与成人教育司编制的职业学校专业（类）顶岗实习标准；

8. 教育部职业教育与成人教育司编制的高等职业学校专业教学标准；

9. 教育部职业教育与成人教育司编制的职业院校专业实训教学条件建设标准（职业学校专业仪器设备装备规范）；

10. 《教育部 福建省人民政府关于支持厦门职业教育高质量发展助力两岸融合的意见》（闽政文〔2021〕97号）。

三、编制原则

（一）以立德树人为目标，突出德技并修

坚持“以学生为中心”的理念，落实立德树人根本任务，推进“三全育人”，形成“思政课程+课程思政”大格局，各类公共课程和专业教育课程要承担好育人责任，做到与思政课程同向同行，显性教育与隐性教育相统一，将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程。公共类课程要注重培养学生理想信念、爱国主义情怀、品德修养、奋斗精神等，提升学生综合素质；专业类课程要深度挖掘提炼专业知识体系中蕴含的思想价值和精神内涵，科学合理拓展专业广度、深度和温度，增加课程的知识性、人文性，提升引领性、时代性和开放性。

（二）以国家标准为引领，提升专业质量

以职业教育国家教学标准体系为基本遵循，主要包括新专业目录、专业教学标准、公共基础必修课课程标准、顶岗实习标准、实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）等，贯彻落实党和国家在有关课程设置、教育教学内容等方面的基本要求，强化专业人才培养方案的科学性、适应性

和可操作性。各专业要根据新专业目录的调整，重构课程体系，优化师资配备，开发或更新课程教材，以新专业目录实施为契机，深入推进“三教”改革，提升专业质量。

（三）以校企合作为纽带，实现多方联动

培养方案整体设计应充分利用社会资源，充分结合本地区的区域经济发展需求和行业人才需求特点，与企业、行业共同研究制订和实施，体现人才培养模式改革的新要求，及时将新知识、新技术、新工艺、新规范纳入教学标准和教学内容，实现“五对接”，即专业与产业、企业岗位对接，专业课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，学历证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接。全面构建“人才共育、过程共管、责任共担、成果共享”的长效机制，实现校企“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”。

（四）以促进就业为导向，完善实践教学体系，探索“2+1”人才培养模式改革

切实重视实践教学，把实践教学体系的设计与完善作为修（制）订人才培养方案的关键要素。依据职业岗位需要和企业岗位能力标准，以提升学生就业竞争力为目标，积极推行与生产劳动和社会实践相结合的学习模式，把工学结合作为职业教育人才培养模式改革的重要切入点，根据学生成才成长需求，采取分类培养，科学推动“2+1”人才培养模式改革。应合理构建“2+1”人才培养模式改革的人才培养方案整体框架，一是改革教学内容、方法和手段，重构课程体系和教学内容体系，用两年在校时间完成1800-2000学时的教学任务且确保人才培养的质量。二是认真构建“1”阶段教学体系，落实好四个环节。在充分调研基础上，总结并推广学校“2+1”人才培养模式改革的成功经验，同时借鉴其他学校成功经验，制定符合“2+1”人才培养模式的教学管理制度、教学质量评价体系和激励机制；进一步加强校企合作的深度和广度，落实适合专业实习的企业；加大双师型团队的建设力度，组建一支由专业指导教师和企业技术管理骨干组成的

“实习导师”队伍，保证学生在实习期间得到全面指导，并完成规定的教育教学任务；根据专业特点及岗位需求，学校和企业共同协商制定可行的实践教学方案。

不断推进基于专业的大学生创新创业社会实践活动，积极引导学生参加各类专业社团、职业技能竞赛、社会调查、科技创作、创新创业等活动，满足学生成长多层次需求，促进学生就业能力提升。

结合系列实践教学强化劳动教育，弘扬劳动精神、劳模精神，教育引导学生在崇尚劳动、尊重劳动。

（五）以专业群建设为载体，推动资源整合

根据专业群建设的需要，利用专业之间的互为促进、互为带动、互补共享的关联性，构建“底层共享+中层分立+高层互选”模块化课程体系。以专业群为单元，开展组织管理、师资配备、教学资源、硬件设施、校企合作等所涉及的各类资源整合，发挥专业群的聚集和联动效应，拓宽学生就业面向，增强学生就业竞争力与可持续发展能力。

（六）以信息化教学改革为支撑，开展课堂教学改革

坚持现代信息技术与教育教学深度融合的理念，广泛采用信息化教学手段改革教学方法，努力实现“教”为中心向“学”为中心的转变，充分利用在线教学平台和优质网络课程资源，创新服务供给模式，进一步推进翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式；通过数字化教学资源建设推进专业教学团队构建，促进教学信息化、教学资源建设、教学团队建设等协同发展，助推“三教”改革，有效推动课堂教学改革。

（七）以学习评价改革为手段，强化培养目标达成

严格按照培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，健全多元化考核评价体系；突出能力考核，要与学生职业能力相结合，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，强化实习、实训、毕业设计等实践性教学环节的全过程管理与考核评价，有效引导学生自我管理、主动学习，让学生有更多“获得感”。

四、编制内容相关要求

（一）课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

该领域由校定公共基础课程和院定专业基础类课程构成，重点培养学生的职业素养和文化基础知识。校定公共课程严格按照国家有关规定开齐公共基础课程，具体开设情况见 2022 级公共课程修读方案（附件）。院定专业基础类课程由各二级学院研究确定 2-3 门本学院各专业都适用且有利于知识迁移能力培养的专业基础类课程。

2. 职业技术能力领域

该领域由专业技能课、专业核心课、专业素质拓展课程、实践性教学环节组成，建议按职业岗位（群）工作项目（任务）以“工学结合”、“仿真模拟”、“边学边做”的模式设置课程模块。专业核心课程一般设置为 6 门。

（二）学时学分要求

1. 总学时一般为 2500-2800 学时，学分最小单位为 0.5 。

2. 总学分一般在 130 学分左右，最高不得多于 145 学分。

3. 一般课程 18 学时计 1 学分；集中进行的实践教学以每周 1 学分计；“2+1”专业第五学期“岗位实习 I”按每周 24 学时、每周 1 学分计算；第六学期“岗位实习 II”按每周 24 学时、每周 1 学分计算。

4. 公共基础课程学时应不少于总学时的 25%，实践性教学学时原则上不低于总学时的 50%。

5. 周学时原则上不超过 26 学时，周学时及每学期学分安排应相对均衡。

6. 岗位实习时间一般为 6-12 个月，可根据实际情况，采取工学交替、多学期、分段式等多种形式组织实施。

五、编制程序

（一）编制流程



1. 教务处根据学校的办学定位和人才培养目标，提出修（制）订人才培养方案的指导性意见，启动培养方案的制定工作。

2. 二级学院应在院长、分管教学副院长的组织领导下，成立以专业教研室及相关课程团队成员为核心的培养方案制定工作小组；工作小组根据学校指导性意见，开展人才需求调研，形成调研报告；调研对象应有兄弟院校、用人单位、毕业生等。

3. 工作小组依据人才需求调研结果修（制）订各专业人才培养方案，形成培养方案初稿；二级学院召开培养方案论证会，广泛征求专业教师、学生代表、职教专家、行业专家、企业专家等意见建议，形成论证纪要。

4. 工作小组依据论证结果修订培养方案，提交二级学院专业指导委员会会议审查；审查通过，院长签字、学院签章后报送教务处，同时报送调研报告和论证纪要供审查；

5. 教务处组织学校教学工作委员会对全校各专业培养方案进行答辩审查，审查通过后报校长（分管教学副校长）审批；审批通过后，培养方案正式生效、执行。

（二）调研与分析

1. 社会需求分析。各二级学院着手修（制）订培养方案前，要对近几年毕业生的主要就业岗位和本专业最新的就业趋势进行分析，对前期所做的专业调研报告认真分析总结，根据本专业的实际情况确定专业方向、人才培养目标、培养规格和对应的职业岗位（群）。

2. 岗位工作任务分析。各二级学院应组织资深专业教师、行企业专家共同进行岗位工作任务分析，在此基础上凝炼出职业行动领域典型工作任务，明确具体的工作内容以及完成该任务需要的知识、能力和素质（态度），进一步分析知识、能力、素质（态度）所需支撑课程。

3. 课程内容分析及课程体系构建。各二级学院应在职业行动领域工作任务分析的基础上，认真分析生源（特别是中职生源）的知识基础和学习能力，广泛征求企业和师生意见。遵循“按需设置”的原则，按生源特点、培养目标，专业特色、就业需求及学生成长成才规律，优化课程体系，科学设置课程，避免课程设置多而杂，坚决杜绝因人设课的现象；各专业要注重课程之间的相互衔接，由浅入深、先易后难、先专项后综合，科学安排课程的修读顺序和各学期课程的均衡性，确定合理课程教学进程安排。

（三）起草与审定

1. 各二级学院组建专业团队，确定执笔人，执笔人应是专业（专业群）负责人或者教研室主任。按学校统一的模版和格式，编制专业人才培养方案。同专业不同方向、同专业不同学制应分开编制。各专业应根据专业需求制定课程适合的学时、学分及开设学期，避免在执行中因过度集中或安排不合理造成教学资源、师资资源不合理分配。

2. 各二级学院形成培养方案初稿后，应组织召开培养方案论证会，广泛征求院内外、校内外、同行专家、行业企业代表等意见建议，形成论证

纪要，确认专业人才培养方案的合理性及可行性，提交专业指导委员会会议审查，审查通过后，送教务处初审，同时报送调研报告和论证纪要。

3. 教务处汇总初审后，将修改意见反馈给各二级学院。初审通过后，教务处组织学校教学工作委员会对全校各专业培养方案进行答辩审查。

（四）发布与更新

专业人才培养方案经学校教学工作委员会审定批准后，报校长（分管教学副校长）审批，审批通过后由教务处统一印制发给各二级学院具体实施，报上级教育主管部门备案，并通过学校网站主动向社会公开，接受社会监督。

学校应建立健全专业人才培养方案实施情况的评价、反馈与改进机制，为下一轮专业人才培养方案的修（制）订提供参考。在执行过程中若因经济社会发展需求、技术发展趋势和教育教学改革实际等因素需要优化调整，由相关二级学院按有关规定提交申请，经批准后方可调整。

六、体例框架和基本格式要求

（一）体例框架

详见附件，特色班、专业群、二元制、学徒制可根据实际情况灵活设计。

（二）基本格式要求

为使培养方案更加规范，各专业培养方案统一按以下要求排版：

页边距：上：2CM；下：2CM；左：2CM；右：2CM；装订线：1CM；

页眉：1.5CM； 页脚：1.5CM；行距：固定值 25 磅； 缩进 0；

正文标题：黑体、四号、加粗；

正文：段首空两格、宋体、小四，段后空一行。

2022 级大数据与会计专业 人才培养方案

专业代码：530302

执笔人：_____童艺平_____

教师代表：王丽容 黄兰芳 吴志超_____

行业（或企业）代表：_____王幸福 李裕华_____

专业带头人：_____童艺平_____

审核人：_____刘荣锋 周玉_____

一、专业名称及代码

专业名称：大数据与会计

专业代码：530302

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类（53）	财务会计类（530302）	商务服务业（72）	会计专业人员（2-06-03-00）	会计核算 会计监督	用友会计软件专业应用 会计专业技术资格（助理 会计师）

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向各类中小企业和非营利性组织的会计专业人员职业群，能够从事会计核算、会计大数据分析和财务预决策等高

素质技术技能人才。

六、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。

（一）素质

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

2.具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

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

（二）知识

1.公共基础知识

（1）掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的基本观点、核心内涵和实践要求。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识。

（3）掌握运动生理常识和科学锻炼身体的方法，掌握卫生保健和心理疏导的相关知识。

（4）掌握外语、计算机应用等公共基础知识。

（5）领会现代商业经济新技术，掌握创新创业等基本理论、方法。

2.专业基础知识

（1）掌握经济、财政、税务、金融、企业管理等基础知识。

（2）掌握企业财务会计、管理会计、财务管理、成本核算与管理、财务大数据分析和企业内部控制的理论知识。

(3) 掌握企业会计制度设计的相关知识。

(三) 能力

1.通用能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 具有文字、表格、图像的计算机处理能力，本专业必需的信息技术应用能力。

(4) 具备时间及资源管理能力。

2.专业能力

(1) 具备数据统计岗位工作能力，能够进行会计数据基本统计和简单分析工作。

(2) 具备会计核算能力，能够准确进行会计要素的确认、计量和报告，熟练进行会计凭证审核与编制、账簿登记以及报表编制。

(3) 具备会计大数据分析能力，对企业报表数据、成本核算数据、财务预决策数据进行分析，并为企业经营提出可行性方案，科学进行分析与管理。

(4) 具备管理会计能力，能够进行财务、业务信息的处理、分类、分析、输出，提供企业决策所需的信息。

(5) 具备涉税事务处理能力，能够正确计算各种税费，并进行规范申报，能够进行基本的纳税筹划和纳税风险控制。

(6) 具备企业内部管理与控制的基本能力，能进行中小微企业和非营利组织会计核算制度的设计，并能合理应用内部控制的基本原理和方法进行内部会计控制。

(7) 具备撰写财务会计报告、管理会计报告、财务报表与成本分析报告的能力。

(8) 具备一定的财务管理能力，能够运用财务管理的基本原理和方法进行中小微企业筹资、投资及营运方案的分析，能够运用预算编制的基本方法编制企业收入、成本费用以及项目预算。

七、课程设置与学时学分安排

(一) 课程设置

1.职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法律基础、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、军事理论与军事技能、四史教育、职业生涯规划、就业指导、大学生创新创业教育、体育与健康、计算机与现代办公软件应用、大学英语、心理健康教育、应用文写作、民间艺术、沟通与礼仪训练、闽商文化、管理学基础（B）等。

2. 职业技术能力领域

（1）专业技能课程

包括：基础会计（A）、初级会计电算化等。

（2）专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	企业财务会计	<p>财务会计概念框架；存货、金融资产、长期股权投资、固定资产、无形资产、投资性房地产、资产减值等资产的核算；流动负债和非流动负债的核算；所有者权益的核算；收入的核算；费用的核算；利润的核算；财务会计报告。</p> <p>理解企业财务会计的基本概念和基本理论；掌握企业财务会计六大会计要素确认、计量和报告的方法；会使用财务会计核算的一般操作方法，正确使用企业会计核算中常用的账户；能按要求正确核算企业的主要经济业务；能正确编制资产负债表、利润表和现金流量表等主要会计报表；具有更新知识、继续学习深造的能力和适应会计改革发展需要的能力。</p>
2	企业成本核算与分析	<p>成本核算程序、费用归集和分配、品种法、作业成本法、目标成本法、标准成本法、变动成本法、成本报表的编制和成本分析与管理。</p> <p>熟悉生产类型，确定核算方法；掌握基本的费用要素的归集和分配的方法；掌握生产费用在完工产品和在产品之间的分配方法；掌握各种方法的计算程序和成本计算单的编制；掌握基本的成本会计报表的编制方法。</p>

3	税务会计	<p>税收管理、增值税计算与申报、消费税计算与申报、关税计算与申报、企业所得税计算与申报、个人所得税计算与申报以及其他税种的计算与申报、纳税筹划与风险管控。</p> <p>了解我国现行税制概况；</p> <p>理解主要税种的含义及征税范围；掌握主要税种应纳税金的计算方法；熟悉税务会计处理中会计科目的核算内容和账簿的登记方法；了解相关法规规定及有关金融知识。</p>
4	初级财务管理	<p>货币时间价值、筹资管理、投资管理、营运资金管理、收益分配管理、全面预算管理等。</p> <p>掌握财务管理的概念和特征；了解财务管理的目标、内容、环境和方法；掌握资金筹集的渠道和方法；掌握资金成本与资本结构；了解财务预算的基本方法；掌握项目投资的决策方法；了解营运资金管理的内容和方法；了解利润分配的基础知识。</p>
5	财务软件应用实训	<p>总账报表核算子系统、职工薪酬核算与管理子系统、固定资产核算与管理子系统、往来核算与管理子系统、存货核算与管理子系统、采购与销售管理子系统以及其他信息子系统的应用。</p> <p>了解信息化会计核算与手工会计核算的区别；了解用友财务软件各系统之间的关系；理解用友财务软件的业务处理流程以及业务系统的各项功能；能正确判断经济业务的性质和内容；能准确按照会计方法将各业务单据录入财务软件；能根据业务单据进行财务核算和账簿管理；能正确编制 UFO 报表；能自我学习，使用其他通用财务软件建立某企业的完整的信息化账套。</p>
6	财务报表分析实训	<p>利用 EXCEL 财务进行资产负债表分析、利润表分析、现金流量表分析、成本费用分析、财务综合分析、表外信息的理解与分析等。</p> <p>理解财务报表分析的目的与内容；掌握财务报表分析的基本方法；掌握三大财务报表的阅读与分析；掌握企业偿债能力、盈利能力、营运能力和发展能力的分析；掌握杜邦财务分析法的应用。</p>

7	会计综合模拟实训	掌握会计学的基本理论及基本原理；掌握成本核算的基本方法；掌握税法及报税基本流程；掌握财务报表的编制基础及编制方法、分析方法、会计核算的书写基本功；能利用科目汇总表账务处理程序进行工业企业账务处理；能处理出纳岗位、成本会计岗位、总账会计、会计主管岗位等具体业务；能正确编制财务报表，并进行报表分析。
---	----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.专业素质拓展领域

包括：市场营销（B）、商品流通企业会计、税收筹划、个人理财等。

4.实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	岗位实习 I	第五学期	18	432	企业
2	岗位实习 II	第六学期	18	432	企业

（二）学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	16	0		68	
实践及机动周	0	1	1	1	1		4	
考试周	1	1	1	1	1		5	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I					18		18	
岗位实习 II						18	18	
毕业鉴定						2	2	
总计	19	20	20	18	20	20	117	

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	496	214	282	16	19
2	448	185	263	18	20
3	440	295	145	18	21

4	418	121	297	16	24
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公选课	144	144	0		
合计	2810	959	1851		
占总学时	100%	34.13%	65.87%		

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	740	36	25.72%
职业技术能力领域	1818	90	64.26%
专业素质拓展领域	108	6	4.3%
综合素质拓展领域	144	8	5.72%
合计	2810	140	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式改革，从产业人才需求出发，形成123NX专业工学结合人才培养模式。1即以培养学生职业能力和创新创业能力为一条主线，2即校企双主体育人，工学结合，实行校企双导师制，3即体现教学过程实践性、开放性和职业性。N即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组。X即证书1+X证书制度，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领。

大数据与会计专业依托企业资源开展订单班、现代学徒制等多种形式的人才培养模式，学生通过专业实践，走进企业参观学习，认识企业生产经营环节，通过参与采购、销售、生产等业务实践，深刻体会会计账务处理的实质意义，并从中理解一些理论知识难点。

九、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2.专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有会计相关专业本科及以上学历；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；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.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，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。

4.兼职教师

主要从相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有会计师及以上职称，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。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1.专业教室基本要求

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。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.校内实训室基本要求

（1）会计基本技能实训室

配备实训工作台、计算机(安装教学管理系统)、投影设备和音响设备、点钞和捆钞机、凭证装订机；练功券、捆钞纸、书写纸、文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或 WiFi 环境。支持分班进行点钞捆钞、凭证整理与装订、小键盘录入、会计书写、办公软件应用等会计基本技能实训。

(2) 会计岗位实训室

营造仿真企业财务室工作环境，配备隔断式工位台、计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）、凭证装订机、打印机、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或 WiFi 环境。支持会计岗位手工实训和信息化实训。

(3) ERP 沙盘实训室

配置实训工作台，计算机（安装教学管理系统以及相关 ERP 实训软件）、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或 WiFi 环境。支持模拟企业经营实训。

(4) 会计综合实训室

配置实训工作台，计算机（安装教学管理系统以及会计综合实训软件）、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或 WiFi 环境。支持基础会计、管理会计、出纳业务操作、企业财务会计、税务会计、企业成本核算与管理、财务软件应用实训、初级财务管理、财务报表分析、Excel 在会计中的应用实训等专业课程实训。

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展会计专业相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供会计核算、会计监督等相关实习岗位；能涵盖当前会计专业的主流实务，可接纳一定规模的学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1.教材选用的基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2.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：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

3.数字教学资源配备基本要求

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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）质量管理

1.学校和二级院系应建立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.学校、二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

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

4.专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

- 1.综合素质测评（含德育素质测评）合格
- 2.《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
- 3.最低毕业学分：139 学分
- 4.职业资格证书或技能等级证书要求：至少获得下表所列 1 本证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
专项职业能力考核用友会计软件专业应用	三级	人力资源和社会保障部	每年 2 次	(2 选 1)
会计专业技术资格（助理会计师）	初级	财政部、人力资源和社会保障部	每年 5 月	

备注：1.职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部和商业联合会新增考证目录做增补。

后记：修订说明

（一）修订过程

本培养方案是在 19、20、21 级会计专业人才培养方案的基础上，参照教育部职业教育与成人教育司编制的高等职业学校会计专业教学标准，通过专业群、财会教研室教师下企业访谈以及网络问卷调查、在校生学生代表座谈，邀请企业一线财务人员和高层管理人员共同探讨多次制订而成。

经过不断的交流讨论，得出结果：

1.大一阶段，通过强化会计类资格证书培训，提高学生的会计类证书通过率，增强学生的学习自信心和兴趣。

2.大二学期，依托企业资源开展订单班、现代学徒制等多种形式的人才培养模式，学生通过专业实践，走进企业参观学习，认识企业生产经营环节，通过参与采购、销售、生产等业务实践，深刻体会会计账务处理的实质意义，并从中理解一些理论知识

难点。

3.大三阶段，学生通过校企合作平台，走进企业，或企业人员将真实经济业务案例带进课堂，使学生与企业实现零距离。

4.增加实训课程的比例，本方案中实践学时占 66.32%，设置“技能递进提升”的课程体系，每学期均有设置实训课程，依次是：基础会计（实训部分）、初级会计电算化、企业经营管理沙盘模拟实训、出纳岗位实训、工业企业账手工实训、财务软件应用实训、财务报表分析实训、会计综合模拟实训、会计大数据基础、等。

（二）其它说明

1.一般课程 18 学时记 1 学分；独立开设的集中性实践课一周（28 学时）1 学分；体育课一学期 1 学分。

2.教学过程应严格按照本培养方案执行，执行过程中如需调整，需报学院、教务处审批。

(三) 课程设置与教学计划进程表(大数据与会计专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	教学与实践周数							
								一	二	三	四	五	六		
16周	18周	18周	16周	18周	18周										
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2*	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4*	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	5*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6*	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1							
	7*	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	8*	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	9*	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9			1					
	10*	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11*	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12*	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1							
	13*	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	14*	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	15*	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	16*	大学英语(B) I	10010A11	2.0	36	18	18	2							
	17*	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2						
	18*	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8		1						
	19*	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26			2					
	20*	管理学基础(B)	70002B10	2.0	32	16	16	2							
		小计		36.0	740	347	393	12	13	5	1	0	0	0	
职业技术技能领域	专业基础知识模块														
	1	基础会计(A)	70050B10	4.0	64	32	32	4							
	2	初级会计电算化	70039C30	3.0	54	0	54		3						
	会计核算岗位技能模块														
	4	*企业财务会计 I	70206B11	3.0	54	48	6		3						
	5	*企业财务会计 II	70206B12	3.0	54	36	18			3					
	6	*企业成本核算与分析	70021B10	4.0	72	48	24			4					
	7	出纳岗位实训	70206C20	2.0	32	0	32	2							
	8	工业企业账手工实训	70043C20	3.0	48	0	48				3				
	会计管理岗位技能模块														
	9	*初级会计管理	70218B10	4.0	72	48	24			4					
	10	*税务会计	70023B10	3.0	54	36	18			3					
	11	管理会计	70231B10	4.0	64	48	16				4				
	12	*财务报表分析实训	70237C10	4.0	64	0	64				4				
	专业综合能力训练模块														
	13	企业经营管理沙盘模拟实训	70007C20	1.0	26	0	26			1w					
	14	*财务软件应用实训	70032C20	4.0	64	0	64				4				
	15	助理会计师证书培训	70229A30	2.0	64	64	0				2				
	16	*会计综合模拟实训	70026C20	4.0	64	0	64				4				
	17	财务共享实务	70233C30	2.0	32	0	32				2				
	18	会计大数据基础	70235C20	2.0	36	0	36		2						
19	电商会计	70236A20	2.0	36	36	0			2						
专业综合能力训练模块															
20	岗位实习 I			18.0	432		432						24		
21	岗位实习 II			18.0	432		432							24	
		小计		90.0	1818	396	1422	6	8	16	23	24	24	24	
专业素质拓展领域	专业选修模块-1														
	1	市场营销(B)	70005B20	2.0	36	18	18		2						
	2	商品流通企业会计	609101	2.0	36	18	18		2						
	专业选修模块-2														
9	税收筹划	70205A20	2.0	36	36	0			2						
		选修课小计		6.0	108.0	72	36								
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分														
		小计		8.0	144	144									
		合计		140.0	2810	959	1851	18	21	21	24	24	24	24	

1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级工商管理专业 人才培养方案

专业代码：530601

执笔人：_____ 苏琦 _____

教师代表：_____ 聂珂兰 乔雪 _____

行业（或企业）代表：_____ 陈珏 吴海霞 _____

专业带头人：_____ 刘荣锋 _____

审核人：_____ 周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：工商企业管理

专业代码：530601

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生或具备同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经大类 (62)	工商管理类 (6205)	商业服务业 (L72) 批发业 (F51) 零售业 (F52)	人力资源开发与管理工程技术人员 (2-02-34-07) 销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	人力资源 客户服务 营销员	企业人力资源管理员 数字营销师

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；面向工商企业、服务行业及相关行业中小型企业生产、服务、管理一线，培养具有良好的品德情操和职业素养，掌握工商企业管理专业的基本理论知识、应用技术和职业技能，宽领域、厚基础、高素质、适应性广泛，能够从事行政管理、人力资源、营销管理、生产管理等领域基层管理岗位工作，具有强烈创新意识及一定创业能力的、可持续发展的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

1. 坚定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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

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

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

(二) 知识

1. 掌握管理学的基本原理和现代企业管理的基本理论、基本知识；熟悉计算机基础知识，能熟练操作各种办公应用软件；具备一定的英语听说读写能力。

2. 系统掌握现代工商企业管理知识体系，熟悉组织行为学、市场营销、人力资源管理、公共关系、商务谈判、客户关系管理、销售管理、互联网营销业务推广等学科领域的基本理论和知识。

3. 熟悉我国企业管理的有关方针、政策和法规以及国际企业管理的惯例与规则。

(三) 能力

1. 职业基础能力：具备基本的英语听说读写能力、计算机的应用处理能力和基本的公文写作能力；具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力，能够使用较为标准的普通话进行沟通交流；具备团队合作营销能力和团队组织能力；

2. 专业核心能力：

(1) 行政管理及人力资源管理能力：掌握行政管理基本技能及企业日常行政事务处理方法；掌握人力资源管理流程，能够胜任人力资源规划、招聘、绩效与薪酬管理、员工培训、劳动关系等工作；

(2) 创新创业及基本的企业管理能力：具备一定的创新创业能力，了解企业管理相关知识，具备基本的企业一线管理能力。

(3) 客户服务及管理技能：具有客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理的能力；

(4) 产品销售技能：具备访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销的能力；

七、课程设置与学时学分安排

(一) 课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法律基础、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、军事理论和军事训练、职业生涯规划、就业指导、大学生创新创业教育、体育与健康、计算机与现代办公软件应用、大学英语、心理健康教育、经济数学、民间艺术、沟通与礼仪训练、闽商文化。

2. 职业技术能力领域

(1) 专业基础知识课程模块

包括：管理学基础、市场营销（A）、会计基础（B）、普通话水平训练、经济法

(2) 营销管理岗位技能模块

包括：营销策划、商务谈判技能、数字营销技术应用

(3) 人力资源管理岗位技能模块

包括：人力资源管理、员工关系与社会保险、组织行为学

(4) 商贸服务管理岗位技能模块

包括：客户关系管理、短视频运营、电子商务实训

(5) 企业基层管理岗位技能模块

包括：门店运营管理、现代企业管理、公共关系

(6) 专业技能及综合能力训练课程

包括：市场营销技能对抗、企业经营管理沙盘模拟实训、企业实践、Photoshop 图像处理、岗位实习 I、岗位实习 II。

(5) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	市场营销	主要教学内容：认识市场营销、寻找市场机会、确定目标市场、制订营销策略、实施营销组织管理 要求：（1）了解市场调研的内容和方法；掌握市场调研方案拟定的步骤、内容和技能及其实施；了解调研报告的基本结构和撰写方法；（2）了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者分析的主要方法和技能，并能熟练运用 SWOT 分析法；（3）熟悉市场细分的方法及步骤，掌握市场细分的基本技能，开发目标市场的策略类型；（4）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；（5）掌握人员推销的步骤、策略、技巧，熟悉各类广告投放媒体的特点，掌握营业推广常用的方式以及常用的公关活动具体方式。
2	营销策划	主要教学内容：围绕营销策划岗位实际工作的需要展开，包括营销策划原理、营销策划流程和方法、营销调研策划、市场定位策划、广告传播策划、价格策划、产品策划及产品推广策略等等。其中，每项内容均由理论部分和实践部分共同组成，实践环节有利于营销策划推广的理论知识消化吸收。 要求：培养学生具备一定的营销策划知识，掌握市场分析评价的方法和基本的营销策划技巧及方法，会在市场调研基础上进

		行市场评价,结合创新思维整合策划对象,制定出完整的营销策划方案。
3	客户关系管理	<p>主要教学内容:客户管理岗位认知、开发潜在客户、客户信息管理、大客户管理、客户体验管理、客户满意管理、客户忠诚管理和CRM客户关系管理。</p> <p>要求:掌握客户关系管理基本知识、基本技能和基本业务,具有满足职业岗位需要的管理能力和基本素质,具备口头与文字表达能力、人际交往能力和组织沟通能力;具有较强的收集、整理、提取相关信息的能力和分析、推理、判断的能力;具有准确而有目的地对事件进行计划的能力;具有独立为客户服务的能力的应用性人才。</p>
4	现代企业管理	<p>主要教学内容:现代企业制度、企业战略管理、市场经营战略管理、质量管理、人力资源管理、财务管理,企业文化的功能和主要工作内容</p> <p>要求:(1)在初步了解企业管理知识体系的基础上,有进一步自主学习企业管理知识的能力;(2)能初步分析与判断企业管理基础工作、组织结构、生产经营过程状况;(3)能够发现、分析店面日常管理中存在的问题,并提出相应的解决方案。</p>
5	人力资源管理	<p>主要教学内容:人力资源规划、招聘与录用、培训与开发、薪酬与绩效管理、劳动管理管理。</p> <p>要求:(1)掌握各类人力资源管理工作中的专门术语;(2)掌握人力资源管理岗位的六大业务模块理论知识—规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬管理、劳动关系管理;(3)熟练掌握劳动法、合同合同法及其他政策法律法规;(4)初步具备考取人力资源管理师四级证书的能力</p>
6	市场营销技能对抗	<p>主要教学内容:市场部运作规则,进行市场开发、市场环境分析、市场开拓;直销部运作规则,开发客户、参与招投标;批发部运作规则,招商广告投放、订单选择;生产部运作规则,产品开发、材料采购、生产运营,产品交付;零售部运作规则,渠道、价格、促销、品牌策略;财务分析、绩效评价</p> <p>要求:通过模拟虚拟企业的营销业务活动,让学生即能从战略高度来观察企业经营的全貌,也能从执行角度来亲身体验市场营销在企业经营中的发挥的重要作用,并学习如何解决实践中遇到的各种营销典型问题。熟练掌握企业营销业务活动中各部门的岗位职责、工作内容、流程、方法和工作技能,让学生在对抗训练中掌握各岗位所需要的基本知识和技能。</p>

3. 专业素质拓展领域 (6 选 2)

包括: 企业战略管理、饮食文化、品牌经营与管理、视频拍摄与剪辑、创新思维训练、选品与采购

4. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
----	------	------	----	-----	----

1	市场营销技能对抗	第二学期	1	26	市场营销实训室
2	企业经营管理沙盘模拟实训	第三学期	1	26	沙盘实训室多媒体教室
3	社会实践	第三学期	4	104	校企融合实训基地
4	岗位实习 I	第五学期	18	432	校企合作单位
5	岗位实习 II	第六学期	18	432	校外企业
	合计			1020	

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计
课堂教学周	16	18	14	16			64
实践及机动周	0	1	5	1	1		8
考试周	1	1	1	1	1		5
入学教育及军训周	2						2
岗位实习 I 周					18		18
岗位实习 II 周						18	18
毕业鉴定						2	2
合计	19	20	20	18	20	20	

分学期课时统计表

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	平周课时数
一	528	262	266	16	22
二	476	220	256	18	25
三	410	125	285	18	19
四	364	145	219	16	22
五	440	8	432	18	24
六	432	0	432	18	24
公选课	144	144			
合计	2794	904	1890		

各教学领域课程课时学分统计表

课程类别	学时	学分	占总学分比例
------	----	----	--------

职业素养与基础知识领域	782	38	27%
职业技术能力领域	1804	90	64%
专业素质拓展领域	64	4	3%
综合素质拓展领域	144	8	6%
合计	2794	140	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

工商管理专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式改革，从产业人才需求出发，形成 123NX 专业工学结合人才培养模式。

“1”即以培养学生职业能力和创新创业能力为一条主线；“2”即校企双主题育人，工学结合，实行校企双导师制；“3”即体现教学过程实践性、开放性和职业性；“N”即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组；“X”即证书，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领。

九、教学基本条件

(一) 师资队伍

本专业已经建立起一支专兼结合的“双师”结构教学团队，共有专任教师 4 人兼职教师 5 人，教师规模按照 18:1 生师比（含企业兼职）进行配置。

专兼职教师均为本科以上学历，最高学历为硕士研究生，4 名专任教师中讲师职称 3 人，副高职称 1 人，并且均具备多年的企业工作和管理经验，实践经验非常丰富，并且“双师”型的专任专业教师比例达到 75%；兼职教师在企业工作年限都达到 5 年以上，具备丰富的实践经验，并且具有经济师、工程师以上职称或从业相关中级职业资格。

(二) 教学设施

1. 校内实训室

为了能够达到专业人才培养方案的培养目标，取得教好的教学效果，需要具备必要的实践教学条件，下表列出了本专业实践教学环境的设备配置要求。

序号	实训室名称	实训项目	设备配置		备注
			主要设备名称	数量	
1	企业经营管理沙盘模拟实训室	企业经营管理沙盘模拟实训	软件、沙盘、投影仪、电脑	1 套	

2	市场营销技能对抗实训室	市场营销技能对抗实训	市场营销软件、沙盘、投影仪、电脑	1套	
3	电子商务实训室	电子商务实训	软件、沙盘、投影仪、电脑	1套	

2.校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，必须建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供顶岗实习平台。目前，已经签约合作的校外实训基地有福建金拱门食品有限公司、厦门众冠捷管理咨询有限公司、大润发超市、厦门一品威客网络科技有限公司等，应充分利用企业资源进行实践教学。

(三) 教学资源

1.教材和图书

选用高职高专规划教材，尽可能多地为学生提供参考资料，以典型工作任务为基础编写校本特色教材和学材；

图书馆应配置与专业学生规模相适应的专业图书，数量符合教育部相关规定。

2.数字化（网络）教学资源

课程数字化、信息化网络教学资源包括图片库、视频库、课件库、习题库、试题库、案例库等资源库，可充分利用高职高专教育网和示范性高职院校现成的教学资源库等网络资源。

(四) 质量管理

1.学校和二级院系应建立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.学校、二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

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

4.专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

（一）综合素质测评（含德育素质测评）合格

(二) 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标

(三) 最低毕业学分：140 学分

(四) 职业资格证书或技能等级证书要求：建议在校期间获取和专业相关的职业资格证书一本。

可选择考取下表所列证书，也可以根据个人兴趣爱好或就业岗位考取其他相关资格证书或技能水平证书。鼓励学生考取多本（项）专业相关证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间
助理跨境电子商务师	四级	工业和信息化部	每年 5 月、11 月
电子商务运营推广	专项	工业和信息化部	每年 5 月、11 月
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源和社会保障部	每年 5 月、11 月
品牌营销策划	专项	工业和信息化部	每年 5 月、11 月
新媒体运营师	高级	工业和信息化部	每年 5 月、12 月
互联网媒体主播	高级	工业和信息化部	每年 11 月份

后记：修订过程及其它说明

(一) 制订过程

本人才培养方案在工商企业管理专业 19 级、20 级、21 级人才培养方案的基础上，通过企业调研专家建议等，结合本专业的社会人才需求调研、毕业生问卷调查、在校学生代表座谈，拟定初稿，然后由企业代表、专兼职教师组成的专业指导委员会审议通过。

(二) 其他说明

教学过程应严格按照本培养方案执行，执行过程中如需调整，需报学院、教务处审批。

(三) 课程设置与教学计划进程表(工商企业管理专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	一	二	三	四	五	六		
								教学与实践周数							
16周	18周	18周	16周	18周	18周										
职业素养与基础知识领域	1	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	5	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1							
	7	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	8	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	9	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9			1					
	10	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12	心理健康教育 I	10019A21		18	9	9	1							
	13	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	14	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	16	大学英语(B) I	10010A11	2.0	36	18	18	2							
	17	大学英语(B) II	10010A12	2.0	36	18	18		2						
	18	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2						
	19	经济数学	10013A10	2.0	36	24	12		2						
	20	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26			2					
	21	闽商文化	70010B20	1.0	18	9	9		1						
小计				37.0	782	374	408	10	17	5	1	0	0		
职业技术技能领域	专业基础知识模块														
	1	管理学基础(A)	70035B10	4.0	64	32	32	4							
	2	*市场营销(A)	70004B30	4.0	64	32	32	4							
	3	会计基础(B)	70003A20	2.0	32	32	0	2							
	4	普通话水平训练	70008C30	1.0	18	0	18				1				
	5	经济法基础	70226A10	2.0	32	32	0	2							
	营销管理岗位技能模块-1														
	6	*营销策划	70501B20	2.0	32	16	16				2				
	7	商务谈判技能	70505B20	2.0	34	16	18		2						
	8	数字营销技术应用	70524B10	2.0	32	16	16				2				
	人力资源管理岗位技能模块-2														
	9	*人力资源管理	70024B10	4.0	68	34	34		4						
	10	组织行为学	70016B10	2.0	34	18	16		2						
	11	员工关系与社会保险	70309B20	2.0	32	16	16				2				
	商贸服务管理岗位技能模块-3														
	12	*客户关系管理	70027B20	2.0	39	18	21				3				
	13	短视频运营	71009B10	3.0	48	24	24					3			
	14	电子商务实训	60509C30	4.0	64	0	64					4			
	企业基层管理岗位技能模块-4														
	15	*现代企业管理	70013B10	2.0	39	18	21				3				
	16	公共关系	70009B10	3.0	52	26	26				4				
	17	门店运营管理	70702B10	3.0	48	24	24					3			
	专业综合能力训练模块														
18	*市场营销技能对抗	70513C20	1.0	26	0	26		1W							
19	企业经营沙盘模拟实训	70007C20	1.0	26	0	26			1W						
20	企业实践	70523C20	4.0	104	0	104			4W						
21	Photoshop图像处理	50307C30	4.0	52	0	52			4						
22	岗位实习 I	10021C21	18.0	432	0	432						24			
23	岗位实习 II	10021C22	18.0	432	0	432							24		
小计				90.0	1804	354	1450	12	8	14	17	24	24		
专业素质拓展领域	1	企业战略管理	70105B20	2.0	32	16	16				2				
	2	饮食文化	60210B20	2.0	32	16	16				2				
	3	品牌经营与管理	70517B20	2.0	32	16	16				2				
	4	视频拍摄与剪辑	60517B20	2.0	32	16	16				2				
	5	选品与采购	71005B10	2.0	34	17	17				2				
	6	创新思维训练	70009B20	2.0	32	16	16				2				
选修课小计(6选2)				4.0	64	32	32				4				
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分			8.0	144	144									
	小计														
合计				139.0	2794	904	1890	22	25	19	22	24	24		

1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级酒店管理与 数字化运营专业 人才培养方案

专业代码：540106

执笔人：_____ 叶丽君 _____

专业教师代表：_____ 陈秀芳、罗婷 _____

行业（或企业）代表：_____ 陈辰 _____

专业带头人：_____ 叶丽君 _____

审核人：_____ 周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：酒店管理与数字化运营

专业代码：540106

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生或具备同等学力者。

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
旅游大类 (54)	旅游类 (5401)	住宿业 (61) 餐饮业 (62)	前厅服务(4-03-01-01) 客房服务(4-03-01-02) 旅店服务(4-03-01-03) 餐厅服务(4-03-02-05) 茶艺师(4-03-02-07) 咖啡师(4-03-02-08) 调酒师(4-03-02-09)	前台接待 客房协调 销售部协调 餐厅服务 酒吧调酒	茶艺师证 餐厅服务员证 导游证、商旅服务

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的数字化运营能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向旅游业、住宿业、餐饮业等职业群，能够从事前台接待、客房协调、销售部协调、餐厅服务、酒吧调酒工作的高素质技术技能人才。

六、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。

（一）素质

1. 坚定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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

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

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

3. 掌握良好的沟通、服务礼仪、旅游服务心理学基础知识。

4. 掌握酒店业前厅、客房、餐饮服务与运营管理的基本理论以及安全、卫生相关知识。

5. 熟悉酒店财务、成本控制、市场营销和收益管理知识。

6. 了解信息通信技术，熟悉酒店数字化和信息化应用的基本知识。

7. 掌握酒店基层督导管理知识，熟悉酒店经营管理新观念、新理论、新技术。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，具备一定的英语听说、读写能力，熟练使用常用职业英语，并能进行一般业务沟通。

3. 具备创新意识，能创造性地开展工作，满足宾客个性化要求。

4. 具备解决酒店服务、运营与管理中常见问题的能力，并能应对各种突发状况。
5. 具备酒店前厅接待、客户关系处理、客房清扫与服务、房务部经济效益分析等酒店房务服务与督导管理能力；
6. 具备餐厅摆台、宴会设计、酒水服务、餐厅运转与管理等酒店餐饮服务与督导管理能力；
7. 具备酒店组织架构设计、酒店市场营销策划、酒店员工培训计划编制与执行、酒店员工绩效评价等酒店运营与管理能力；
8. 具备一定的酒店品牌与文化建设、酒店经营管理标准与质量控制、酒店业宏观发展动态与趋势判断等酒店高级管理能力。

七、课程设置与学时学分安排

（一）课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法治；毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论；军事理论和军事训练；四史教育、职业生涯规划；就业指导；大学生创新创业教育；体育与健康；计算机与现代办公软件应用；大学英语；心理健康教育；应用文写作；民间艺术；沟通与礼仪训练；闽商文化等。

2. 职业技术能力领域

（1）专业技能课程

包括：餐饮服务与管理；宴会设计；茶艺基础；饮食文化；酒水服务与管理；前厅客房服务与管理；康乐服务与管理；酒店人力资源管理；酒店市场运营；酒店督导管理；校园西餐厅实训等。

（2）专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	餐饮服务与数字化运营	市场分析与经营定位、餐厅布局与设计、餐厅组织与服务规范、经营产品设计、经营物资筹措、经营管理规范建立、数字化推广策划、经营预算与成本管理等。
2	前厅客房服务与	要求学生掌握前厅客房业务、客史档案管理、总机服

	管理	务、客房预订服务、礼宾服务、总台服务、大堂及行政楼层服务、商务中心服务、宾客关系管理、前厅服务质量管理、前厅组织管理、客房部组织管理、客房部质量管理、客房部费用控制、客房部安全管理等。
3	酒店人力资源管理	要求学生掌握酒店人力资源管理、酒店工作分析、酒店员工招聘、酒店培训、酒店考核、酒店薪酬设计、酒店劳动管理等相关知识。
4	酒水服务与管理	要求学生能了解酒水品种及特点，并能清楚酒水生产及原材料生产知识，从而使酒水和选择过程中能有更好的识别、鉴赏力，进而具有较强的行业岗位创新能力。
6	酒店市场运营	酒店市场运营原理、酒店市场运营信息系统及调研、酒店客源市场及其细分、酒店产品设计、酒店产品定价、酒店数字化营销渠道选择与管理、酒店营销活动策划、市场营销活动管理与预算等。
6	酒店督导管理	要求学生掌握督导的职业角色；团队建设的技巧；人际关系处理技巧；督导的管理技巧；督导的核心技术；发现问题的技巧；训导的技巧等。

(3) 课证融通

课程名称	学分	总学时	对应“1+X”证书	对应证书等级
前厅客房服务与管理	4	68	前厅运营管理	中级
餐饮服务与数字化运营	4	68	餐饮服务管理	中级
茶艺基础	2	68	茶艺师	中级

3. 专业素质拓展领域（六选三）

包括：导游基础知识；导游业务；旅游政策与法规；休闲旅游策划与营销；研学导论；旅游地理。

4. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	酒店认知实训	第一学期	16	32	酒店
2	校园西餐厅实训（1）	第二学期	1	26	校园西餐厅
3	校园西餐厅实训（2）	第三学期	1	26	多媒体教室
4	校园西餐厅实训（3）	第四学期	1	26	校园西餐厅
5	岗位实习 I	第五学期	18	432	酒店
6	岗位实习 II	第六学期	18	432	酒店

（二）学时学分安排

1. 分学期周数统计表

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	16			86	
实践及机动周	0	1	1	1			3	
考试周	1	1	1	1			4	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I 周					18		18	
岗位实习 II 周						18	18	
毕业鉴定						2	2	

2. 分学期课时统计表

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	546	240	306	16	22
2	492	223	269	18	26
3	432	218	214	18	21
4	324	154	170	16	19
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公共选修课	144	144	0		
合计	2802	979	1823		
占总学时	100%	34.9%	65.1%		

3. 各教学领域课程课时学分统计表

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与 基础知识领域	744	33	23.6%
职业技术能力领域	1816	93	66.4%
职业素质拓展领域	98	6	4.3%
综合素质拓展领域	144	8	5.7%
合计	2802	140	100%

（三）课程与教学计划进程表（见附件）

八、人才培养模式

本专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式改革，从产业人才需求出发，形成123NX专业工学结合人才培养模式。1即以培养学生职业能力和创新创业能力为一条主线，2即校企双主体育人，工学结合，实行校企双导师制，3即体现教学过程实践性、开放性和职业性。N即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组。X即证书1+X证书制度，鼓励学生获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领。

酒店管理专业与现代学徒制合作酒店联合培养酒店职业人才，实现“合作育人、合作就业、合作发展”。酒店管理专业学生前四学期以学校理论和实践教学为主，合作酒店参与酒店专业人才培养过程，并从全体学生中分别选取部分优秀学生作为储备干部培养，并安排企业导师对学生进行指导和跟踪。从第五学期开始以酒店为主，学生到全方位学徒制跟岗实践，企业师傅全方位指导学生，酒店为学生提供就业和发展机会，学校也通过多种方式管理和培养现代学徒制学生。

九、实施保障

（一）师资队伍

本专业生师比（含企业兼职）达16:1左右，要组建高素质的“双师型”教学团队。

专业教师任职要求：

具有高等职业学校及以上教师资格证书；或具有酒店从业经历不少于3年。任课教师具备本科及以上学历。其中高级职称教师不少于20%。教师要掌握信息现代化教学手段，具备使用或制作多媒体课件进行教学的能力；明确专业培养目标，能按照教学大纲的要求科学合理的安排教学内容；具备运用灵活多样的教学模式、教学方法进行教学的能力；具有较强的语言表达能力；能够将学生思想道德教育融入到教学全程。

兼职教师任职条件：

行业兼职教师数量应占比例不低于本专业教师数量总数的 50%；具有 5 年以上本专业工作经历，专业知识水平较高；具有较强的语言表达能力和课堂组织能力。

（二）教学设施

为更好地开展实践教学工作，希望学校能够加大对校内实训室和校外实训基地建设的投入。目前酒店管理专业已有餐厅实训室、客房实训室、校园西餐厅、畅徒旅游工作室等校内实训室。这些实训室得到了充分利用，在培养学生实践能力方面发挥了重要作用。特别是校园西餐厅，作为酒店管理专业的校内实训基地，它在培养学生的咖啡实操技能与管理方面发挥了重要的作用。学生在第二学期到第四学期到校园西餐厅学习咖啡服务、烘焙和西餐厅管理，而且不少于 78 学时，合格者可以获得 3 学分，并纳入毕业学分统一管理。同时，掌握咖啡调制技能也可以为学生今后创业打下基础。

同时酒店专业还需要加强校外实训基地的建设，如加强与厦门悦华酒店、京闽北海湾酒店、佰翔酒店集团的深度合作，挖掘一些管理规范、层次较高的酒店成为校企合作的签约企业，为学生实训提供更加优秀的场所，为学生就业提供一定的保障。这些实训室和实训基地建设都需要学校的大力支持。

（三）教学资源

1. 教材

本专业 80%以上的教材选用高职高专统编教材，已有校企合编教材讲义《餐饮服务与管理》，它是依据我校学生和教学实际情况开发的，接下来本专业将加大教材的开发力度。

2. 图书

本专业图书以专业期刊为主，但数量有限。为了丰富学生的知识，本专业将扩充图书的种类，增加图书的订阅量，达到教育部规定的数量。

3. 信息化教学资源

本专业将加强信息化教学资源建设。利用数字化网络资源为专业教学提供各类学习资源，如专业人才培养方案、课程标准、电子教材、教学课件、典型案例等。利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类教学资源，满足学生在线自主学习要求。结合专业发展的新趋势、人才市场需求的新变化、及时进行教学资源与教学素材的调整补充更新，以满足育人市场化的特定需求。

（四）质量管理

1. 学校和二级学院建立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. 学校、二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

3. 学校应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。

4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：140 学分
4. 职业资格证书或技能等级证书要求，至少获得下表所列 1 本证书。

证书名称	级别	发证单位	考试时间	备注
导游证	初级	文化和旅游部	每年 5、11 月	六选一及以上
茶艺师	中级	人力资源和社会保障部	每年 5、11 月	
餐厅服务	中级	人力资源和社会保障部	每年 5、11 月	
1+X 前厅运营管理	中级	教育部	每年 5、11 月	
1+X 餐饮服务管理	中级	教育部	每年 5、11 月	
商旅服务	专项	人力资源和社会保障部	每年 5、11 月	

后记：修订说明

1. 修订过程

本培养方案是在 21 级酒店管理专业现代学徒制培养方案的基础上，通过与佰翔软件园酒店人力资源部等部门高管进行充分交流，了解酒店行业对人才的素质能力要求，通过与本校酒店管理专业毕业生和在校生进行座谈，广泛征求多方意见，在此基础上通过本教研室全体教师讨论制订。最后经过专业指导委员会审议通过。

根据酒店管理与数字化运营专业人才培养目标的要求以及与酒店高管的商讨，本专业开设了《导游基础知识》、《导游业务》、《旅游政策与法规》等选修课程，这些课程可以扩充酒店专业学生的知识面，让学生初步了解除酒店之外的旅游行业相关知识与技能。

2. 职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部、教育部目录做增补。

3. 其它说明

一般课程 18 学时记 1 学分。

(三) 课程设置与教学计划进程表(酒店管理 with 数字化运营专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	一	二	三	四	五	六		
								教学与实践周数							
16周	18周	18周	16周	18周	18周										
职业素养与基础知识领域	1	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	5	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1							
	7	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	8	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	9	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9			1					
	10	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1							
	13	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	14	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	16	大学英语(B) I	10010A11	2.0	36	18	18	2							
	17	大学英语(B) II	10010A12	2.0	36	18	18		2						
	18	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2						
	19	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26			2					
	20	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1							
小计				33.0	744	349	395	10	14	3	1	0	0	0	
职业技术技能领域	专业基础知识模块														
	1	酒店管理实务	60201B10	4.0	64	32	32	4							
	2	管理学基础(B)	70005B20	2.0	32	16	16	2							
	3	酒店服务心理	60205B20	4.0	64	32	32	4							
	4	酒店公共关系	60243B20	2.0	34	17	17		2						
	5	酒店英语 I	60242B11	4.0	68	34	34			4					
	6	酒店英语 II	60242B12	2.0	30	15	15				2				
	餐饮岗位技能模块-1														
	7*	餐饮服务与数字化运营	60240B20	4.0	68	34	34		4						
	8	宴会设计	60219B30	2.0	30	15	15				2				
	9	茶艺基础	60218B30	4.0	68	34	34			4					
	10	饮食文化	60210B20	2.0	30	15	15				2				
	11*	酒水服务与管理	60233B20	2.0	32	16	16	2							
	前厅客房岗位技能模块-2														
	12*	前厅客房服务与管理	60234B20	4.0	68	34	34			4					
	13	康乐服务与管理	60230B20	4.0	68	34	34		4						
	行政营销岗位技能模块-3														
	14*	酒店市场运营	60241B20	4.0	68	34	34			4					
	15*	酒店人力资源管理	60223B30	4.0	60	30	30				4				
	16*	酒店督导管理	60235B20	4.0	60	30	30				4				
	17	酒店电子商务	60239B20	2.0	30	15	15				2				
	专业综合能力训练模块														
18	校园西餐厅实训(1)	60217C20	1.0	26	0	26		1w							
19	校园西餐厅实训(2)	60237C20	1.0	26	0	26			1w						
20	校园西餐厅实训(3)	60238C20	1.0	26	0	26				1w					
21	岗位实习 I	10021C21	18.0	432	0	432						24			
22	岗位实习 II	10021C22	18.0	432	0	432							24		
小计				93.0	1816	437	1379	12	10	16	16	24	24		
专业素质拓展领域	专业选修模块-1														
	1	导游基础知识	60212B30	2.0	34	17	17		2						
	2	旅游政策与法规	60214B30	2.0	34	17	17			2					
	3	导游业务	60213B30	2.0	30	15	15				2				
	专业选修模块-2														
4	休闲旅游策划与营销	60221B20	2.0	34	17	17		2							
6	旅游地理	60017B20	2.0	34	17	17			2						
5	研学导论	60726B20	2.0	30	15	15				2					
选修课小计				6.0	98	49	49	0	2	2	2	0	0		
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分			8.0	144	144	0								
	小计				8.0	144	144	0							
合计				140	2802	979	1823	22	26	21	19	24	24		

1、军事课(含军事理论和训练):14天,每天11课时,含晚上;2、形势与政策每学期不少于8课时,合计1学分,线上线下课程相结合;3、打*为核心课程,每个专业确定6门左右。

2022 级电子商务专业 人才培养方案

专业代码：530701

执笔人：_____ 洪亚龙 _____

教师代表：董昌敏、洪亚龙、林惠玲、尤传斌 _____

行业（或企业）代表：_____ 张峰顺、叶吓辉 _____

专业带头人：_____ 洪亚龙 _____

审核人：_____ 刘荣锋、周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生或具备同等学力

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 或技术领域举 例	职业资格 或职业技 能等级证 书举例
财经 商贸 大类 (63)	电子 商务类 (6308)	互联网和相 关服务 (64) 批发业 (51) 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02) 商务咨询服 务人员 (4-07-02)	营销推广 运营管理 客户服务	助理跨境电 商师

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务工作等高素质技术技能人才。

六、培养规格

(一) 素质

1. 坚定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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

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

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等知识；

3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

4. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；

5. 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；

6. 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；

7. 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识；

8. 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

9. 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

4. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

5. 能够根据摄影色彩、构图策略,进行创意拍摄,制作突出商品卖点的商品照片,能够运用相关软件对图片进行处理,提高用户关注度;

6. 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力,能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作;

7. 具备网店设计与装修的能力,能够根据产品页面需求,进行页面设计、布局、美化和制作;

8. 能够根据网站(店)推广目标,选择合理的推广方式,进行策划、实施和效果评估与优化;

9. 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理;

10. 能够根据运营目标,采集电子商务平台数据,并依据店铺、产品和客户数据等各类数据,进行分析与预测;

11. 能够正确进行网络营销,应对客户咨询、异议、处理客户投诉,进行客户个性化服务等;

12. 能运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

七、课程设置与学时学分安排

(一) 课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

根据党和国家有关文件规定,将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生创新创业教育、心理健康教育、四史教育、职业生涯规划等列入职业素养与基础知识领域的必修课程。学院根据实际情况开设具有沟通与礼仪训练、市场营销(B)、闽商文化、管理学基础(B)等为学院特色课程。

2. 职业技术技能领域课程

根据职业岗位工作项目以“工学结合”、“边学边做”的模式设置课程模块,包括:专业基础知识模块、运营岗位技能模块、设计岗位技能模块、专业综合能力训练模块四个部分。

(1) 专业技能课程

包括:电子商务概论、电子商务文案策划与编辑、电子商务物流与配送、跨境电

商、直播电商、电子商务视觉营销、短视频制作等。

根据专业群分层分类人才培养模式于第二、三学期起设置电子商务企业实践课程，选拔专业内部分优秀学生进入软三实训基地进行跟岗实习。

(2) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	电子商务概论	使用互联网及一些常用工具进行网络信息搜集、安全电子邮件的收发等电子商务基本操作；能使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销；能分析电子商务对个人以及对企业的影响，通过网络市场调研并撰写调研报告；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营。
2	Photoshop 图像处理	运用 PS 等软件，根据产品需求，进行主图、详情页等的美化，并进行网店的装修；应用蒙版、图像工具等使用方法制作页面；运用各类动态效果及样式，丰富美化网页。
3	网络营销（A）	根据网站和网店推广目标，筛选合理的推广方式和新媒体营销方法，网络推广和营销方案制定与实施；营销推广方案效果评估与优化
4	移动电商	新媒体发展趋势和社交网络特性；运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理；根据后台数据完成促销活动、品牌推广活动和移动营销活动
5	电子商务数据分析	电子商务数据分析的思路与流程；采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理；电子商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写
6	淘宝基础	网站（店）运营的规范与流程；商品类型分类、编码、上架、下架；店铺、产品和客户数据分析，营销推广策略制定与实施

3. 专业素质拓展选修课程（4 选 2）

包括：新媒体营销、网络商品学、消费者行为分析、供应链运营等。

4. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	教学地点
1	社会实践周（专业实习）	第 2、3 学期	第二学期 2 周，第三学期 4 周	120	实训基地
2	岗位实习 I	第 5 学期	18 周	432	校企合作单位
3	岗位实习 II	第 6 学期	18 周	432	企业

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注

课堂教学周数	16	16	14	16	0	0	62	
实践及机动周	1	3	5	1	1		6	6.18, 双11活动周
复习考试周	1	1	1	1	1		4	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I 周					18		18	
岗位实习 II 周						18	18	
毕业鉴定						2	2	
合计	19	20	20	18	20	20		

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	516	236	280	16	22
2	426	135	291	18	24
3	426	155	271	18	22
4	392	109	283	16	23
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公选课	144	144	0		

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	732	36	25.71%
职业技术技能领域	1848	92	65.71%
专业素质拓展领域	64	4	2.86%
综合素质拓展课程	144	8	5.71%
合计	2788	140	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业采用“工学结合、创学合一”的人才培养模式。即：依据行业企业需求及人才培养目标与定位，动态构建工学结合的课程体系，大力推行基于真实工作过程系统化的课程模式，有效实行动向导向教学方法，做到知行合一，搭建创新创业教育平

台，探索实践“创中学、学中创、创学合一”，健全人才培养质量监控与评价机制，培养具有可持续发展与创新能力的高素质技术技能人才，零距离对接行业企业用人需求。

九、实施保障

（一）师资队伍

本专业现有专职教师 9 名，企业兼职教师 7 名，教师团队最高学历为研究生学历，部分教师具有海外留学经历以及企业管理经验，双师型教师比率达到 80%以上。

（二）教学设施

本专业现有电子商务综合实训室 2 间，摄影棚 2 间，直播间 8 间，名鞋库厦门兴才实训基地 1 间；京东商服厦门兴才实训基地 1 间，北燊厦门兴才直播实训中心 2 间。同时加强校外实训基地的建设，加强校企合作的深度，目前深度校企合作企业 8 家，为学生实训提供更加优秀的实践场所，为学生就业提供一定的保障。

（三）教学资源

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，专业教材目前都从学校建立的教材库中选择。

专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

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，目前已经建成电子商务数据分析、电子商务物流管理两门课程的线上教学资源库。

（四）质量管理

（1）学校和二级院系应建立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）学校、二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

（3）学校应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。

（4）专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：140 学分
4. 职业资格证书或技能等级证书要求：建议考取下表所列资格证书之一。

为提高现代商贸服务专业群人才培养质量、拓展就业本领，促进就业创业，鼓励学生多考取各类职业技能等级证书和职业资格证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源和社会保障部	每年 5 月、11 月	七选 一
助理跨境电子商务师	四级	工信部	每年 5、11 月	
电子商务师	五级	人力资源和社会保障部	全省统考，一年两次	
互联网营销师	高级	人力资源和社会保障部	每年 5、12 月	
电子商务运营推广	专项职业能力证书	省、市职业技能鉴定指导中心		
电子商务客户关系管理	专项职业能力证书	省、市职业技能鉴定指导中心		
电子商务网站与小程序专业制作	专项职业能力证书	省、市职业技能鉴定指导中心		

备注：如入学前已考取以上证书，可申请认定。职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部和中国商业联合会新增考证目录做增补。

后记：修订说明

依据 2022 级专业人才培养方案的原则意见，在 2020 级、2021 级人才培养方案的基础上，结合电子商务专业调研和电子商务专业剖析，通过召开教师座谈会、学生座谈会和企业代表问卷调查等多种形式广泛征求多方意见，经过专业群全体教师讨论之后，最后经过专业指导委员会审议通过。

(三) 课程设置与教学计划进程表(电子商务专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	一	二	三	四	五	六		
								教学与实践周数							
								16周	18周	18周	16周	18周	18周		
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2*	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4*	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	5*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6*	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1							
	7*	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	8*	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	9*	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9		1						
	10*	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11*	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12*	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1							
	13*	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	14	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	16	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26			2					
	17	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1							
	18	电子商务英语	60528A10	2.0	32	32	0	2							
	19	管理学基础(B)	70002B10	2.0	32	16	16	2							
	20	市场营销(B)	70005B20	2.0	32	16	16	2							
小计				36.0	732	359	373	15	11	4	1	0	0		
	1	*电子商务概论	60503B10	4.0	64	32	32	4							
	2	电子商务文案策划与编辑	60534A10	2.0	32	16	16		2						
	运营岗位技能模块-1														
	3	*网络营销策划(A)	60509B10	3.0	56	28	28			4					
	4	客户关系管理	20820A20	3.0	48	24	24	3							
	5	电子商务物流与配送	60518B10	3.0	64	32	32				4				
	6	*移动电商	60535B10	2.0	56	28	28			4					
	7	跨境电商	60613B20	2.0	32	16	16		2						
	8	直播电商	71004B10	3.0	48	24	24		3						
	9	新媒体运营	50026B10	2.0	32	16	16				2				
	10	网店营销推广综合训练	60530C20	4.0	64	0	64				4				
	设计岗位技能模块-2														
	11	*PhotoShop图像处理	50307C30	3.0	56	0	56			4					
	12	电子商务视觉营销	60501B20	2.0	32	16	16				2				
	13	短视频制作	71001B10	4.0	64	0	64				4				
	14	*电子商务数据分析	60508B20	3.0	56	28	28			4					
	15	*淘宝基础	60527C20	4.0	64	14	50		4						
	16	网店产品摄影	60525C20	2.0	32	0	32		2						
	17	电子商务实训	60509C30	4.0	64	0	64				4				
	18	电子商务企业实践	60557C20	6.0	120	0	120		2W	4W					
专业综合能力训练模块															
19	岗位实习 I	10021C21	18	432	0	432						24			
20	岗位实习 II	10021C22	18	432	0	432							24		
小计				92.0	1848	274	1574	7	13	16	20	24	24		
专业素质拓展领域	专业选修模块-1														
	1	消费者行为分析	60515B20	2.0	32	16	16			2					
	2	网络商品学	60543A10	2.0	32	16	16				2				
	专业选修模块-2														
	1	供应链运营	60420B20	2.0	32	16	16				2				
2	新媒体营销	70508B20	2.0	32	16	16			2						
选修课小计				4.0	64	32	32			2	2				
综合	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至			8.0	144	144									
合计				140.0	2788	809	1979	22	24	22	23	24	24		

1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；

3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级跨境电子商务专业 人才培养方案

专业代码：520801

执笔人：_____ 李泉水、邓超 _____

教师代表：_____ 陈鹿、黄维雅、林晓琳、朱超 _____

行业（或企业）代表：_____ 方学良、何燕红 _____

专业带头人：_____ 李泉水、方学良 _____

审核人：_____ 刘荣锋、周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：跨境电子商务

专业代码：520801

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业

四、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 举例	职业资格证书 和职业技能 等级证书 举例
财经商贸大 类(53)	电子商务类 (5307)	批 发 业 (51) 零 售 业 (52) 制造业(C) 互 联 网 和 相 关 服 务 (64) 软 件 和 信 息 技 术 服 务 业 (65)	国际商务人员 (2-06-05-00) 生产组织与管 理工程技术人员 (2-02-34-04)	1. 跨境电商 运营专员 2. 跨境电商 美工 3. 跨境电商 客服专员 4. 跨境电商 营销推广专 员 5. 跨境物流 专员 6. 跨境电商 供应链专员 7. 跨境电商 数据分析专 员	本专业相关 证书即可， 比如跨境电 子商务多平 台运营职业 技能等级证 书；跨境电 商运营管理 证 书 ； Photoshop 图形图像处 理证书等

五、培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会主义现代化建设和信息产业、数字经济发展需要，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握开展跨境电商平台店铺注册、装修、商品上下架等平台运营操作的能力；回复客户邮件或信息、处理客户问题，营造良性客户关系的能力；在跨境电商平台有效开展站内、站外全网营销和推广的能力；跨境电商数据分析能力；跨境电商供应链管理能力；跨境直播营销能力等知识和技术技能，面向跨境电子商务应用或服务型企业、传统外贸转型跨境电商的应用或服务型企业等领域，能够从事跨境电商运营专员、跨境电商营销推广专员、跨境电商客服专员、跨境直播运营专员、数据分析专员等岗位的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

1.具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定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；

2.崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3.具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

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

5.具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6.具有良好心理状态，有较强的适应能力，承受能力和人际交往能力；

7.具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

8.具有较强的商务谈判和跨文化交际能力以及国际视野；

9.具有强烈的事业心、责任心和社会责任感。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 掌握现代电子商务基本理论和国际电子商务环境、政策和法律知识；
3. 掌握本专业必需应用文写作知识、计算机基础及互联网等基础知识；
4. 掌握跨境电子商务营销与推广理论、技术知识和方法论；
5. 掌握跨境电子商务运作基本方式，包括产品管理、客户服务、数据分析与数据挖掘等知识；
6. 掌握主流的跨境电子商务平台知识以及跨境电子商务操作流程各个环节所需的专业知识；
7. 掌握开展跨境电商业务活动必需的信息技术知识以及产品和文案策划知识；
8. 熟悉国际市场营销的基本原理及网络营销的主要方法以及电子商务物流与供应链管理知识；
9. 熟悉国际商务礼仪、国际商务沟通等相关知识以及客户关系管理与客户服务相关知识；
10. 了解国际贸易的发展趋向、外贸发展的最新业务及跨境电子商务，互联网新媒体发展的最新态势；
- 11.了解人文艺术、心理健康等基础知识。

（三）能力

1.专业能力

- （1）具备跨境电子商务跨文化沟通能力；
- （2）具备跨境电商创业和市场开拓能力，能够运用相关法律法规处理实际工作中的问题；
- （3）掌握跨境电子商务实践操作和经营能力；
- （4）熟悉跨境电子商务境内外客户服务管理理论、掌握相关的技术和方法；
- （5）具有一定的信息处理能力，能够收集并有效地分析和处理工作信息；
- （6）掌握跨境电子商务开店、店铺装修、推广优化、销售、国际商务沟通、国际物流等全流程操作和管理能力；

(7) 掌握消费心理学理论，能根据客户需要，运用国际商务礼仪知识和沟通技巧与国际客户进行良好的交流，并能为客户提出合适的解决方案；

(8) 掌握跨境电子商务企业管理理论，掌握企业管理基本原理，能处理企业在商品采购、运输、存储和销售等经营过程中的常见问题；

(9) 熟练地运用网络营销技巧实施企业市场营销组合策略；

(10) 掌握跨境电商环境下的营销策略与推广方法。

2. 社会能力

(1) 领导、管理能力；

(2) 学习、创新能力；

(3) 组织能力；

(4) 协调和沟通能力。

3. 方法能力

(1) 逻辑思维能力

(2) 自我学习能力；

(3) 信息获取能力；

(4) 信息处理能力；

(5) 数字应用能力

七、课程设置与时学分安排

(一) 课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德与法治；毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论；军事理论和军事技能；四史教育；职业生涯规划；就业指导；大学生创新创业教育；体育与健康；计算机与现代办公软件应用；心理健康教育；应用文写作；民间艺术；闽商文化、沟通与礼仪训练等。

2. 职业技术能力领域

(1) 专业技能课程

包括：跨境电子商务基础、跨境电商专业英语、国际商务英语函电、消费者行为

分析、国际贸易实务、电子商务视觉营销、电子商务文案策划与编辑、跨境电商支付与结算、跨境电商物流、供应链管理实训、网络商品学、跨境电子商务多平台操作、跨境电子商务营销推广、跨境电子商务运营分析与管理等。

(2) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	跨境电子商务基础	本课程的课程目标是使学生了解与跨境电子商务及其相关的法律法规知识,为跨境电子商务的开展提供素质保障。本课程主要内容包括国际贸易、跨境电商平台、跨境电商的市场调研与选品、电子商务等知识。本课程要求学生掌握跨境电子商务相关的法律法规知识,跨境物流相关知识,保证交易安全和消费者利益、国家利益。
2	跨境电商专业英语	本课程的课程目标是使学生掌握跨境电商运营过程中的英语技能。本课程的主要内容包括跨境电商概述、跨境电商平台介绍、跨境电商售前服务、售中服务和售后服务等。本课程要求学生掌握和熟悉跨境电商中基本的英语技能和实务中的沟通技巧。
3	跨境电商物流	主要面向跨境电子商务平台物流专员、供应链专员等岗位,主要讲授跨境电商物流概述、跨境电商采购、跨境电商仓储、海外仓、跨境电商物流模式、跨境电商海关清关、跨境电商供应链等任务的相关知识 with 技能,使学生具备未来从事跨境电子商务物流工作的能力。
4	跨境电子商务多平台操作	主要面向跨境电子商务平台运营助理、客服专员等岗位(群),讲授店铺注册与设置、店铺安全维护、产品标题撰写、类目分析与设置、产品页面制作、咨询回复与产品推荐、订单跟踪与反馈、退换货与评价处理、客户服务信息收集等任务的相关知识 with 技能,使学生具备店铺设置与维护、产品上架、客户服务能力。
5	跨境电子商务营销推	主要面向跨境电子商务运营应用和服务型企业的跨

	广	境电子商务部门，讲授竞品数据采集分析及链接优化、店铺健康数据指标采集分析、店铺业绩数据指标采集分析、活动方案执行、站内推广执行、站外推广执行、客户服务信息分析、客户服务异议问题处理、客户服务质量优化等工作任务。相关知识与技能使学生具备从事跨境电子商务运营工作的能力。
6	跨境电子商务运营分析与管理	主要面向跨境电子商务平台运营主管、店长等岗位（群），讲授店铺定位、产品线规划与选品、利润分析、店铺健康与业绩数据指标值制定、店铺健康与业绩数据诊断、客户画像分析、店铺活动方案制定、店铺推广方案制定、营销项目管理等工作任务，使学生具备产品分析与布局、运营数据分析与诊断、店铺营销策划能力。

（3）课证融通

课程名称	学分	总学时	对应“1+X证书”	对应证书等级
跨境电子商务多平台操作	4	72	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	初级
跨境电子商务营销推广	6	108	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	中级
跨境电子商务运营分析与管理	4	96	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	高级

3.专业素质拓展课程

包括：网店产品摄影、短视频拍摄与剪辑、网络商品学、供应链运营等。

4.实践性教学环节

实践教学环节包括认知实习、岗位实习 I（原跟岗实习、做中学）、综合实训、毕业设

计、岗位实习 II（原顶岗实习）等。

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	岗位实习 I	第五学期	18	432	企业
2	岗位实习 II	第六学期	18	432	企业

5.其他

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计
课堂教学周	16	18	18	16	0		68
实践及机动周	0	1	1	1	1		4
复习考试周	1	1	1	1	1		5
入学教育及军训周	2						2
岗位实习 I					18		18
岗位实习 II						18	18
毕业鉴定						2	2
合计	19	20	20	18	20	20	

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	平均周课时数
1	510	222	288	16	21
2	478	229	249	18	26
3	460	233	227	18	25
4	348	179	169	16	21
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公共选修课	144	144	0		
合计	2804	1007	1797	--	
占总学时	100%	35.91%	64.09%		

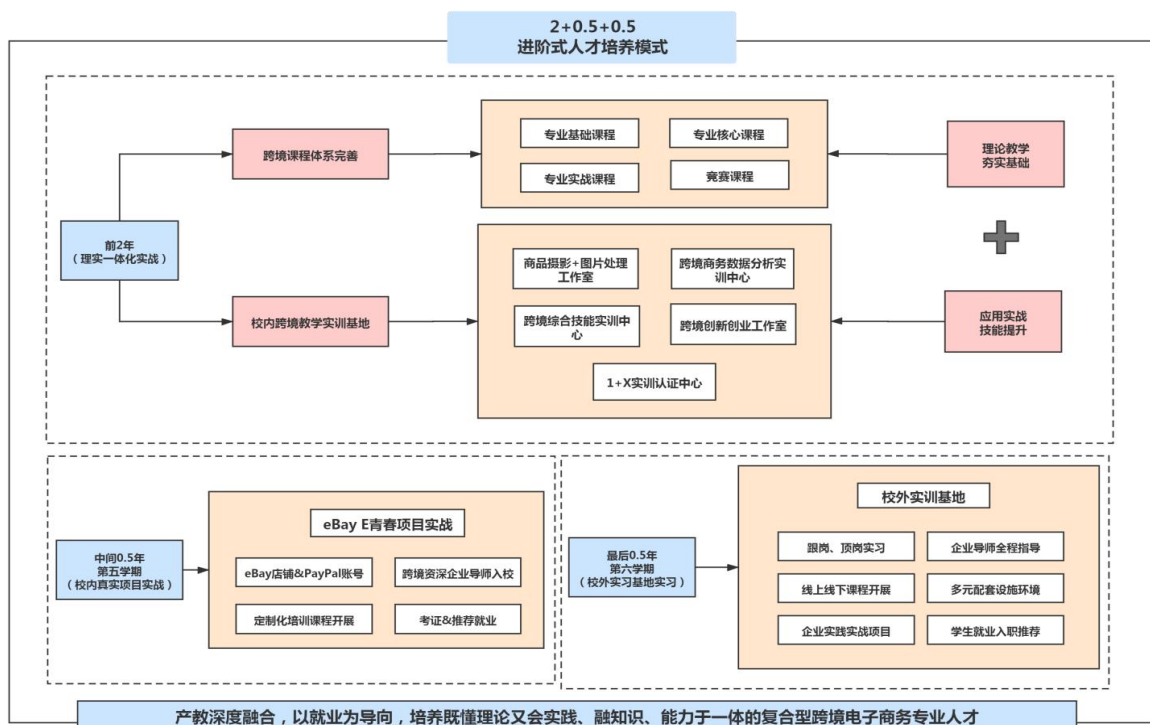
课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	740	36	25.9%
职业技术能力领域	1852	91	65.47%
专业素质拓展领域	68	4	2.88%
综合素质拓展领域	144	8	5.75%
合计	2804	139	100%

备注：关于专业素质拓展领域，第三学期选修短视频拍摄与剪辑，共 36 学时；第四学期选修网络商品学，共计 32 学时；两学期总共选修 68 学时。

（三）课程与教学计划进程表（见附件）

八、人才培养模式

本专业由学校与厦门优优汇联信息科技股份有限公司按照现代学徒制培养模式，即实行校企双主体育人，共同制定跨境电子商务专业人才培养方案，并引入行业企业技术标准，共同开发跨境电子商务教学资源，共同指导学生实习实训和就业，形成人才共育，过程共管，成果共享，责任共担的紧密型校企合作机制及人才培养模式。



九、实施保障

（一）师资队伍

1. 学生数与本专业专任教师比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格证和本专业领域有关证书；与理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有英语、电子商务等相关专业本科及以上学历；具有扎实的英语、国际商务理论功底和跨境电商平台实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展相关课程的教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 兼职教师

主要从国际商务，跨境电商企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的商务英语及国际商务专业知识，具有丰富的实际跨境电商平台工作经验，具有中级以上相关专业职称，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。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

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、音箱设备，互联网接入或 WiFi 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. 校内实训室基本要求

（1）跨境电商实训室：跨境电商实训室配备跨境电商实操平台、电脑 60 台，服务器 1 台、投影机 1 台，满足跨境电子商务多平台操作、跨境电子商务营销推广、跨境电子商务运营分析与管理等课程的实践教学需要；

（2）英语口语实训室：多媒体计算机 1 台、投影机 1 台、音箱 1 台，桌子 5 个，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施，能够满足跨境电商专业英语、国际贸易实务、国际商务英语函电等的实践教学需要；

以上实训室还可以作为学生创新创业的实践平台。

3.校外实训基地

跨境电子商务专业应按照人才培养方案和教学大纲的要求，在国际商务，跨境电商和互联网新媒体相关企业建立稳定的校外实习基地，并安排专人负责校外实习工作。校外实习主要采取分散式岗位实习或集中完成短期项目等形式，具体教学由校外兼职教师以导师制方式实施，校内任课教师进行必要协助。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

建立由专业教师、行业专家和教研人员等组成的教材选用机构，健全教材选用制度。优先从国家发布的教材目录中选用理论教材，重点从高等教育出版社、中国人民大学出版社、经济科学出版社等出版社选取教材；优先从具备自主教材开发资深经验的企业中，通过校企共建适合实操教学的相关教材。同时，完善教材评价机制，强化学院、教学基层组织对教材管理的责任。建立教材质量抽查制度，及时根据教材评价和使用情况调整教材，把教材选用纳入专业建设和教学质量评估等考核指标体系。按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 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。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3.数字教学资源配置基本要求

（1）搭建专业教学资源库

由校企联合共同开发跨境电子商务专业课程资源包，包含教学课件、课堂小测、试卷、案例库、教学辅助材料等数字化教学资源，以满足各专业教学需求，提升学生专项技能应用能力，同时引入优优云教学平台，整合专业资源包构建专业教学资源库，同时平台支持数字资源、网络课程的上传，多样化实施教学方式。通过数据资源平台，可形成各类学生学习数据，通过相关数据的分析，反哺教学工作，进一步提高教学质量。通过资源平台建设实现各专业之间的资源开放、共享，不断升华专业建设水平。

（2）搭建跨境电商“1+X”职业技能等级证书培训课程学习资源平台

结合跨境电子商务多平台运营职业技能等级标准，运用跨境电子商务多平台运营职业技能等级学习培训的课程学习资源平台，平台内容涵盖亚马逊、速卖通、eBay、Shopee、独立站等各类跨境电子商务平台的课程学习资源，能够提供给学习者全方位的跨境电子商务运营的相关知识内容，能够满足“跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书”培训考试要求。

（四）质量管理

1.学校和二级学院应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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、毕业设计等专业调研、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.学校、二级学院及该专业所在的数字商科产业学院应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

3.学校应建立毕业生跟住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。

4.专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

- 1、综合素质测评（含德育素质测评）合格
- 2、《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
- 3、最低毕业学分：139 学分
- 4.职业资格证书或技能等级证书要求：建议在校期间至少获得下表所列 1 本证书。

为提高现代商贸服务专业群人才培养质量、拓展就业本领，促进就业创业，推进 1+X 证书制度改革，鼓励学生多考取各类职业技能等级证书和职业资格证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源与社 会保障部	每年 5 月、 11 月	六选一
跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书 (1+X 证书)	中级	教育部	每年 11 月、 12 月	
数字营销技术应用 (1+X 证书)	中级	教育部	每年 12 月	
助理跨境电子商务师	四级	工业和信息 化部	每年 5 月、 11 月	
跨境电商运营管理	专项	福建省职业鉴 定指导中心		
互联网营销师 (直播销售员)	五级	中国轻工业联 合会	每年 5 月或 11 月	

备注：如入学前已考取以上证书，可申请认定。职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部和商业联合会新增考证目录做增补。

后记：修订说明

本培养方案的制订是在结合 2020、2021 级商务英语专业（跨境电商方向）人才培养方案的基础上进行的，本专业教研室全体教师共同商讨，通过市场调研、走访企业行业专家等多种途径更新知识观念，了解岗位需求，多次讨论了当前急需跨境电商行业工作人员的能力要求，并与本校 18、19、20 级商务英语专业以及电子商务专业的学生进行了面对面的座谈，广泛征求校企合作企业专家意见，并提出修改意见，在此基础上我们跨境电商专业全体教师讨论定稿。最后通过专业建设委员会的审议。

其他说明：

本人才培养方案的修订始终坚持专业课程的系统性和完整性，并着重培养学生的专业能力和实际运用能力。

另外，人才培养方案是教学工作的基础，为确保教学目标的实现，此计划可根据我省、周边省份乃至国家经济的发展和市场的变化及时的调整和继续修正。

(三) 课程设置与教学计划进程表(跨境电子商务专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	教学与实践周数							
								一	二	三	四	五	六		
								16周	18周	18周	16周	18周	18周		
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2*	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4*	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0	1							
	5*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6*	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0								
	7*	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	8*	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1				
	9*	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9			1					
	10*	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	11*	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	12*	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1							
	13*	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	14*	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	16	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2						
	17	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26			2					
	18	管理学基础(B)	70002B10	2.0	32	16	16	2							
	19	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1							
	20	市场营销(B)	70005B20	2.0	36	18	18		2						
小计				36.0	740	347	393	11	14	5	1	0	0	0	
职业技术技能领域	专业基础知识模块														
	1*	跨境电子商务基础	71201A20	4.0	64	32	32	4							
	2	消费者行为分析	60606B20	2.0	32	16	16	2							
	跨境岗位技能模块-1														
	3*	跨境电商专业英语	60113A10	4.0	64	32	32	4							
	4	国际商务英语函电	71202B10	4.0	64	32	32			4					
	5	Photoshop图像处理	50307C30	4.0	72	36	36	4							
	6	跨文化交际	60116B20	4.0	64	32	32			4					
	7	电子商务视觉营销	60551B10	2.0	36	18	18			2					
	8	供应链管理实训	60408B10	4.0	64	32	32			4					
	9	国际贸易实务	60005B20	4.0	72	36	36	4							
	跨境岗位技能模块-2														
	10*	跨境电子商务多平台操作	71204B10	4.0	72	36	36	4							
	11	电子商务文案策划与编辑	60534A10	3.0	72	36	36			4					
	12*	跨境电子商务营销推广	71205B10	6.0	108	54	54			6					
	13	跨境电商支付与结算	71203B20	2.0	36	18	18			2					
	14*	跨境电商物流	60121B10	4.0	72	36	36			4					
15*	跨境电子商务运营分析与管理	71206B10	4.0	96	48	48				6					
专业综合能力训练模块															
16	岗位实习 I	10021C21	18.0	432		432						24			
17	岗位实习 II	10021C22	18.0	432		432							24		
小计				91.0	1852	494	1358	10	12	18	18	24	24		
专业素质拓展领域	专业选修模块-1														
	1	网店产品摄影	60525C20	2.0	36	0	36			2					
	2	物流综合实训	60414B30	4.0	72	0	72				4				
	3	海空联运操作	60412C20	3.0	36	22	14				2				
	4	短视频拍摄与剪辑	60517B20	2.0	36	6	30			2					
	专业选修模块-2														
	1	供应链运营	60420B20	3.0	48	24	24				3				
	2	创新思维训练	70009B20	2.0	36	18	18				2				
3	新媒体营销	70508B20	3.0	54	24	30				3					
4	网络商品学	60543A10	2.0	32	16	16				2					
选修课小计				4.0	68	22	46			2	2				
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分														
	小计				8.0	144	144								
合计				139.0	2804	1007	1797	21	26	25	21	24	24		

1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；
3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级商务英语专业 人才培养方案

专业代码：570201

执笔人：_____ 陈鹿 _____

教师代表：李泉水 林晓琳 黄维雅 朱超 _____

行业（或企业）代表：_____ 邓超 _____

专业带头人：_____ 周玉 _____

审核人：_____ 刘荣锋 _____

一、专业名称及代码

专业名称：商务英语

专业代码：570201

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业

四、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 技术领域举例	职业资格证书 和职业技能等 级证书举例
文化教育大类 (66)	语言文化类 (6601)	批发业 (51) 零售业 (52)	国际商务专业人员 (2-06-07-01)	外贸跟单员、 外贸单证员、 外贸业务员、 跨境电商运营 专员、商务助 理、互联网营 销师	本专业相关证 书：助理跨境 电子商务师、 跨境电商运营 管理等

五、培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应新时代社会发展需要，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养和职业道德、精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握商务英语专业知识和技术技能，掌握英语语言基础知识，具有较强的英语口语交际能力和现代办公设备操作能力，掌握国际贸易和跨境电子商务营销与管理实际工作的基本技能，面向福建省内外贸企业、涉外机构、进出口企业、跨境电子商务公司；互联网新媒体营销企业等一线岗位，能够从事外贸洽

谈、外贸跟单、国际营销、跨境电商运营、涉外文秘、涉外商务管理等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

1. 坚定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；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

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

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有良好心理状态，有较强的适应能力，承受能力和人际交往能力；

7. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

8. 具有较强的商务谈判和跨文化交际能力；

9. 具有强烈的事业心、责任心和社会责任感。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 掌握英语听、说、读、写、译的基本方法；

3. 掌握本专业必需应用文写作知识、计算机基础及互联网等基础知识；

4. 掌握进出口业务、外贸单证、外贸英文函电等基础专业知识；

5. 掌握从事对外贸易活动的国际贸易惯例、法律和公约等知识；

6. 掌握跨境电子商务操作流程各个环节所需的专业知识；

7. 掌握开展跨境电商业务活动必需的信息技术知识；

8. 熟悉国际市场营销的基本原理及网络营销的主要方法；

9. 熟悉国际商务礼仪、国际商务沟通等相关知识；

10.了解国际贸易的发展趋向、外贸发展的最新业务及跨境电子商务发展的最新态势；

11.了解人文艺术、心理健康等基础知识。

（三）能力

1. 具备探究学习、终生学习、分析问题和解决问题的能力；
2. 具备良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
3. 具备较强的商务英语听、说、读、写、译能力；
4. 具备熟练使用现代办公设备以及办公软件的能力；
5. 具备较强的跟单能力，具备各类单证的制作能力；
6. 具备利用跨境电商平台开展客户开发、客户跟踪、客户关系营造和客户服务等业务能力；
7. 具备在互联网新媒体平台进行营销推广的能力；
8. 具备涉外秘书、商务协助的能力；
9. 具备较强的跨文化沟通能力和团队合作能力；
- 10.具备职业生涯规划能力；
- 11.具备较强的创新创业能力。

七、课程设置与学时学分安排

（一）课程设置

1.职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法律基础；毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论；军事理论和军事训练；职业生涯规划；就业指导；大学生创新创业教育；体育与健康；计算机与现代办公软件应用；心理健康教育；应用文写作；民间艺术；沟通与礼仪训练；闽商文化；管理学基础等。

2. 职业技术领域

（1）专业技能课程

包括：商务英语、商务英语翻译、商务英语视听说、商务英语谈判、国际贸易实务、进出口单证缮制、外贸英语函电、跨境电商平台操作实务、跨境电商运营分析与管理等。

(2) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	综合英语	从听、说、读、写、译各个方面帮助学生打好语言基础，掌握相当的词汇量，培养学生正确的学习方法、丰富学生的英美文化知识，为学生学习高年级专业课程打下扎实的基础；掌握英语语音、语调、词汇、语法、句法、语篇等基本语言知识，全面提高学生的语言综合素质与能力
2	国际贸易实务	系统讲述进出口业务活动中涉及的贸易惯例、国际贸易术语、国际货物买卖合同条款、进出口业务的商订与履行、国际贸易方式、国际货物运输与保险等知识和技能；通过业务流程对比准确区分进出口业务差别；通过理实结合的方式，掌握从事进出口业务活动的综合能力
3	国际商务英语英语函电	结合外贸业务形态的新变化与传统外贸业务的惯例，讲解外贸英文函电的常见格式、专用词、惯用句型；通过项目案例掌握书写建交函、询盘函、发盘函、还盘函、受盘函、催证函、装船指示、装船通知、投保函、投书函、索赔函和理赔函等外贸英文函电的知识与技能。
4	进出口单证缮制	课程根据进出口业务中外贸单证员的职业资格标准及外贸岗位各项流转活动，掌握信用证、发票、装箱单、海运货物运输单据、货运投保单、保险单、装运通知、原产地证明、汇票等各种单证的内容及制作方法，通过项目实训操作，能熟悉进出口单证工作的相关知识与管理，掌握进出口业务的制单技能，具备外贸业务制单、审单、跟单的能力，并对之进行全面的分析与处理。

5	跨境电子商务多平台操作	主要面向跨境电子商务平台运营助理、客服专员等岗位（群），讲授店铺注册与设置、店铺安全维护、产品标题撰写、类目分析与设置、产品页面制作、咨询回复与产品推荐、订单跟踪与反馈、退换货与评价处理、客户服务信息收集等任务的相关知识技能，使学生具备店铺设置与维护、产品上架、客户服务能力。
6	跨境电子商务运营分析与管理	主要面向跨境电子商务平台运营主管、店长等岗位（群），讲授店铺定位、产品线规划与选品、利润分析、店铺健康与业绩数据指标值制定、店铺健康与业绩数据诊断、客户画像分析、店铺活动方案制定、店铺推广方案制定、营销项目管理等工作任务，使学生具备产品分析与布局、运营数据分析与诊断、店铺营销策划能力。

（3）课证融通

课程名称	学分	总学时	对应“1+X证书”	对应证书等级
跨境电子商务多平台操作	4	72	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	初级
跨境电子商务运营分析与管理	4	64	跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书	中级

3.专业素质拓展课程

包括：网店产品摄影、短视频拍摄与剪辑、Photoshop 图像处理、物流综合实训、海空联运操作、供应链运营等。

4.实践性教学环节

序	实践项目	学期安排	周	总学	地点
1	岗位实习 I	第五学期	18	432	企业
2	岗位实习 II	第六学期	18	432	企业

5. 其他

（二）学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	16			68	
实践及机动周	0	1	1	1	1		4	
考试周	1	1	1	1	1		5	
入学教育及军训周	2						2	
顶岗实习Ⅰ周					18		18	
顶岗实习Ⅱ周						18	18	
毕业鉴定						2	2	
总计	19	20	20	18	20	20		

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	604	300	304	16	25
2	468	201	267	18	26
3	432	199	233	18	24
4	306	137	169	16	19
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公选课	144	144	0		
合计	2818	981	1837		

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	740	36	25.9%
职业技术能力领域	1830	88	63.3%
专业素质拓展领域	104	7	5.04%
综合素质拓展领域	144	8	5.76%
合计	2818	139	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业以“就业导向、能力本位、服务社会”为人才培养宗旨，实施“2+1”工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作平台，坚持从产业人才需求出发，以岗位需求为导向，英语语言运用能力和商务能力为本位。两年在校专业知识技能学习跟进为期一年的顶岗实习。通过工学结合，校企双主体育人、校企双导师制，开展具体工作实践，帮助学生从具体技能转向综合职业能力的全面提升。教学过程具有实践性、开放性和职业性，评价方式采取校企共同评价，评价目标和评价内容多元化。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领。

本专业将紧密关注行业企业对商务英语人才的实际需求，进一步满足社会数字化新外贸人才的需要。

九、教学保障

（一）师资队伍

1. 学生数与本专业专任教师比例不高于 18: 1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格证和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有英语专业及相关专业本科及以上学历；具有扎实的英语、国际商务理论功底和国际贸易实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展相关课程的教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 兼职教师

主要从国际商务，跨境电商企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的商务英语及国际商务专业知识，具有丰富的实际跨境电商平台工作经验，具有中级以上相关专业职称，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。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

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、音箱设备，互联网接入或 WiFi 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.校内实训室基本要求

（1）跨境电商实训室：跨境电商实训室配备跨境电商实操平台、电脑 60 台，服务器 1 台、投影机 1 台，满足跨境电商操作实务、进出口单证缮制、跨境电商营销等课程的实践教学需要；

（2）英语口语实训室：多媒体计算机 1 台、投影机 1 台、音箱 1 台，桌子 5 张，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施，能够满足英语口语、商务英语视听说、商务谈判的实践教学需要；

以上实训室还可以作为学生创新创业的实践平台。

3.校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供校外实训平台。商务英语专业应根据人才培养方案的培养目标，充分利用国际商务、跨境电商及我院合作的企业资源，开展校外实训。校外实训主要采取分散式岗位实习、短期集体实训等形式。同时，依托我院产业学院平台，在条件合适的情况下，进一步开展订单班、学徒制的校企合作、协同育人实训形式。实训评价形式采取学校考核+企业考核相结合，可将企业评价纳入学生该项课程学分获取的重要考核指标。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校已建立完善的教材选用制度，教师应根据学校要求经过规范程序择优选用教材。

2. 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。专业类图书文献主要包括：一定数量的商务英语图书，中外文期刊、国际商务相关图书。

3.数字教学资源配置基本要求

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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）质量管理

1.学校和二级学院建有专业建设和教学过程质量监控机制，以及健全专业的教学质量监控管理制度，课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计等专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设完善，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.学校、二级学院及专业有较为完善的教学管理机制，通过加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，设立的巡课、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。

3.学校通过建立毕业生跟住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。

4.专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

- 1.综合素质测评（含德育素质测评）合格
- 2.《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
- 3.最低毕业学分：138 学分
- 4.职业资格证书或技能等级证书要求：至少获得下表所列 1 本证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源与社会保障部	每年 5 月、11 月	

跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书（1+X 证书）	中级	教育部	每年 11 月、12 月	六 选 一
数字营销技术应用（1+X 证书）	中级	教育部	每年 12 月	
助理跨境电子商务师	四级	工业和信息化部	每年 5 月、11 月	
跨境电商运营管理	专项	福建省职业鉴定指导中心		
互联网营销师（直播销售员）	五级	中国轻工业联合会	每年 5 月或 11 月	

备注：如入学前已考取以上证书，可申请认定。职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部和商业联合会新增考证目录做增补。

后记：修订说明

本培养方案的修订是在 2020、2021 级人才培养方案的基础上进行的，本专业教研室全体教师以及专业群全体教师共同商讨，通过市场调研、走访专家，了解岗位需求，并与本校 19、20、21 级商务英语专业的学生进行了面对面的座谈，广泛征求意见。经过商务英语专业教研室全体教师讨论定稿。最后由企业代表、专兼职教师组成的专业指导委员会审议通过。

其他说明：

人才培养方案是教学工作的基础，教学过程应严格按照本培养方案执行，执行过程中如需调整，需报学院、教务处审批。

此外，为确保教学目标的实现，此计划可根据经济的发展变化在学校的指导审批下及时修正完善。

(三) 课程设置与教学计划进程表 (商务英语专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期						
						理论	实践	教学与实践周数						
								一	二	三	四	五	六	
								16周	18周	18周	16周	18周	18周	
职业素养与基础知识领域	1	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3					
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2					
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3						
	3	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0							
	4	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w						
	5	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1						
	6	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1						
	7	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1			
	8	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9			1				
	9	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2						
	10	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2					
	11	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1						
	12	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1					
	13	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2				
	14	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2					
	15	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2					
	16	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26				2			
	17	管理学基础 (B)	70002B20	2.0	32	16	16	2						
	18	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1						
19	市场营销 (B)	70005B20	2.0	36	18	18		2						
小计				36.0	740	347	393	11	14	5	1	0	0	
职业技术技能领域	专业基础知识模块													
	1	*综合英语 I	60105A11	3.0	64	64	0	4						
	2	*综合英语 II	60105A12	4.0	72	72	0	4						
	3	英语口语 I	60104C21	3.0	64	0	64	4						
	4	商务英语口语	60013C20	2.0	36	0	36		2					
	5	商务英语视听说 I	60107C23	3.0	54	0	54			3				
	6	商务英语写作	60110B10	3.0	64	32	32	4						
	7	商务英语 I	60106B33	4.0	72	36	36			4				
	8	跨文化交际	60116B20	3.0	64	32	32				4			
	对外贸易岗位技能模块-1													
	9	*进出口单证缮制	60118B10	4.0	72	36	36			4				
	10	*国际商务英语函电	71202B10	4.0	64	32	32				4			
	11	商务英语翻译	60116B10	4.0	72	36	36			4				
	12	商务英语谈判	60112B10	3.0	64	32	32				4			
	13	*国际贸易实务	60005B20	2.0	36	18	18		2					
	跨境电商岗位技能模块-2													
	14	跨境电子商务基础	71201A20	2.0	32	32	0	2						
	15	*跨境电子商务多平台操作	71204B10	4.0	72	36	36			4				
16	*跨境电子商务运营分析与营销	71206B0	4.0	64	32	32				4				
专业综合能力训练模块														
17	岗位实习 I	10021C21	18	432		432						24		
18	岗位实习 II	10021C22	18	432		432							24	
小计				88.0	1830	490	1340	14	8	19	16	24	24	
专业素质拓展领域	专业选修模块-1													
	1	网店产品摄影	60525C20	2.0	36	0	36			2				
	2	物流综合实训	60414B30	4.0	72	0	72				4			
	3	海空联运操作	60412C20	2.0	32	0	32				2			
	4	短视频拍摄与剪辑	60517B20	2.0	28	6	22			2				
	专业选修模块-2													
	1	Phototshop图像处理	50307C30	4.0	72	0	72		4					
	2	电子商务案例分析	60511B20	2.0	48	24	24			4				
3	创新思维训练	70009B20	2.0	36	18	18				2				
4	新媒体营销	70508B20	3.0	54	24	30				3				
5	网络商品学	60543A10	2.0	36	18	18				2				
选修课小计				7.0	104	0	104		4		2			
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分小计			8.0	144	144								
	合计				139.0	2818	981	1837	25	26	24	19	24	24

1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级市场营销专业 人才培养方案

专业代码：530605

执笔人：_____ 聂文明 _____

专业教师代表：_ 郭艳凤 林吉红 黄维雅 柯伯结 _

行业（或企业）代表：_ 林芽萍 罗雨昕 _

专业带头人：_____ 聂文明 _____

审核人：_____ 刘荣锋 周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：530605

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
财经大类 (62)	市场营销类 (6204)	零售业 (F52)	购销人员 (4-01)	营业员、推销员 新媒体专员、市场管理员	数字营销技术应用、互联网营销师

五、培养目标

（一）专业群总体培养目标

本专业群秉承“厚德精技”校训，坚持以立德树人为根本，以培养学生“懂礼仪、善沟通、有素养”为基本目标，以培养“营销技能”为核心，以“新媒体营销、人力资源管理、创新创业”为拓展方向，重点面向各类型中小企业的营销和服务一线，通过专业群的建设，整合专业群内的教师资源和教学资源，共享核心课程、实训资源，着重培养具备良好职业道德和职业素质，熟练掌握市场营销各项知识和技能，具有强烈的营销和服务意识，能够胜任销售行业相关的各种岗位要求的高素质技术技能人才；同时也培养就业适应面广泛，掌握企业管理的各项相关知识，具备基本的企业一线管理能力，能够从事不同行业、不同岗位要求的，具有可持续发展与创新创业能力的高素质技术技能人才。

（二）市场营销专业

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备扎实的市场营销专业基本理论知识、应用能力和职业技能，掌握市场营销的基本概念、基本原理以及

基本分析方法，具有良好的市场营销沟通能力，了解市场营销理论与实践的最新发展；面向中小企业营销、生产、服务、管理一线，能从事产品销售、市场调研、营销策划、新媒体营销、市场开发、经营管理等岗位工作，具有可持续发展与创新创业能力的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

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

2.具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有创新精神、安全意识、社会责任感、绿色环保意识；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够有效进行人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；有良好的职业生涯规划。

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

（二）知识

1. 基础知识

具有汉语语言知识、计算机应用基础知识，掌握获取信息资料的知识、方法和工具；掌握管理学、市场营销基本原理；掌握电子商务、会计学等课程知识和原理。

2. 核心知识

掌握市场营销专业的营销知识体系，掌握营销管理技巧，学会分析消费者行为；熟练掌握市场调查与预测、营销心理学、数字营销、商务谈判、短视频营销、客户关系管理、销售管理、网络营销技能、大数据分析等学科领域的基本理论和知识。

3. 拓展知识

学习网店产品摄影、PhotoShop 实操、短视频运营以及现代商贸服务类其他学科知识，具有多元的知识结构。

（三）能力

1. 职业基础能力

具备基本的公文写作能力、娴熟的计算机应用能力；具有较强的语言与文字表达、良好的人际沟通能力，能够使用较为标准的普通话进行沟通交流；具备团队合作营销能力和团队组织能力；掌握管理、电子商务、市场营销、会计等方面的技能，具有企业管理、经济管理等相关学科的基本理论知识和能力。

2. 专业核心能力

掌握市场营销核心理论和专业知识，能将所学的基础理论与专业知识融会贯通实践，具有管理多种销售渠道的能力，具有策划和推广企业产品的能力，能独立分析和解决企事业单位营销管理方面的实际问题的职业能力。

(1) 市场调研和分析技能：能够拟定调研计划，能够进行调查表与问卷设计，能够组织实施市场调研活动，能够撰写市场调查报告，能够汇总、分析调研数据、评估调查报告

(2) 营销策划技能：能够编写企业营销目标与任务书，能够分析现有业务并编制发展计划，能够熟悉整个营销活动过程，能够根据社会不同需求水平采取不同的营销对策，能够根据新业务计划制定市场营销活动方案，能够分析、评估市场营销活动的效果

(3) 产品销售技能：具备邀请客户、访问顾客、商务谈判、处理客户异议、产品推销的能力

(4) 客户服务及管理技能：具有客户服务管理、客户信用管理、客户关系管理的能力

(5) 销售管理技能：能够判断产品生命周期并提出销售策略，能够进行产品组合决策和产品品牌管理，能够灵活运用定价策略与技巧，能够制定促销方案、灵活运用各种促销方式，组织实施并评估效果

(6) 数字营销技能：能够具有网络营销策划、网络推广、品牌网络推广、门户网站推广、网络渠道推广、小程序运营、社交用户运营等相关数字营销技术的应用

(7) 新媒体营销技能：具有最基本的文字功底和写作能力、能够独立撰写文案，要具备图片处理能力与设计审美能力，具有对时事、热点的敏感性，能够利用网络进行销售服务与客户管理

(8) 创新创业及基本的企业管理能力：具备一定的创新创业能力，掌握企业管理相关知识，具备基本的企业一线管理能力。

七、课程设置与学时学分安排

(一) 课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法律基础、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、军事理论和军事训练、职业生涯规划、就业指导、大学生创新创业教育、体育与健康、计算机与现代办公软件应用、大学英语、心理健康教育、经济数学、应用文写作、民间艺术、沟通与礼仪训练、市场营销、管理学基础、闽商文化、电子商务概论。

2. 职业技术领域

(1) 专业技术技能课程

包括：市场调查与预测、营销策划、门店运营管理、销售管理、短视频运营、广告策划与创意、数字营销技术应用、电话营销业务技能、商务谈判技能、现代企业管理、网络营销技能、网络数据分析、普通话水平训练、电子商务实训、社会实践周（营销实战或创新创业）、会计学原理（B）、客户关系管理、营销心理学。

(2) 专业综合能力训练课程

包括：市场营销技能对抗、企业经营管理沙盘模拟实训、社会实践（实训或创新创业）、岗位实习 I、岗位实习 II

(3) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	市场营销	<p>主要教学内容：认识市场营销、寻找市场机会、确定目标市场、制订营销策略、实施营销组织管理</p> <p>要求：（1）了解市场调研的内容和方法；掌握市场调研方案拟定的步骤、内容和技能及其实施；了解调研报告的基本结构和撰写方法；（2）了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者分析的主要方法和技能，并能熟练运用 SWOT 分析法；（3）熟悉市场细分的方法及步骤，掌握市场细分的基本技能，开发目标市场的策略类型；（4）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；（5）掌握人员推销的步骤、策略、技巧，熟悉各类广告投放媒体的特点，掌握营业推广常用的方式以及常用的公关活动具体方式。</p>
2	营销策划	<p>主要教学内容：围绕营销策划岗位实际工作的需要展开，包括营销策划原理、营销策划流程和方法、营销调研策划、市场定位策划、广告传播策划、价格策划、产品策划及产品推广策略等等。其中，每项内容均由理论部分和实践部分共同组成，实践环节有利于营销策划推广的理论知识消化吸收。</p> <p>要求：培养学生具备一定的营销策划知识，掌握市场分析评价的方法和基本的营销策划技巧及方法，会在市场调研基础上进行市场评价，结合创新思维整合策划对象，制定出完整的营销策划方案。</p>
3	数字营销技术应用	<p>主要教学内容：围绕大数据相关知识；包括大数据思维、数据分析部门的结构及职能、网站数据分析的指标；把握口碑营销、APP 推广、APP 广告、小程序推广、推荐引擎营销、数字化信息触达等技术应用。</p> <p>要求：（1）能够掌握数据营销流程；（2）确认数据分析部门的结构；（3）掌握网站数据统计软件的添加；（4）掌握网站数据分析方法；（5）能够分析行业数据集店铺营销数据；（6）能够掌握数据分析的具体方法。</p>
4	新媒体营销	<p>主要教学内容：本课程主要学习新媒体运营的基本知识，</p>

		<p>文案策划、自媒体运营、短视频自媒体运营、运用运营等内容；通过学习本课程，使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一个合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。</p> <p>要求：（1）了解新媒体运营的基础，深入理解新媒体运营的具体操作；（2）理解微信运营的操作流程；（3）深入理解文案策划的具体实施步骤；（4）深入理解活动以及推广的操作流程；（5）了解自媒体平台的操作流程以及方法。</p>
5	销售管理	<p>主要教学内容：主要介绍销售管理含义、模式、原理和销售管理中的道德等销售管理基础知识和销售规划、销售对象、销售人员和销售过程管理等内容。该课程教学既要重视销售管理理论，又要突出它的应用性和实践性，注重学生专业技能的培养。</p> <p>要求：（1）掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售，会处理客户异议；（2）能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；（3）能够掌握销售服务管理，提高服务质量；（4）能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估；（5）能够把握销售管理的新趋势，学会利用网络进行销售管理。</p>
6	市场营销技能对抗	<p>主要教学内容：市场部运作规则，进行市场开发、市场环境分析、市场开拓；直销部运作规则，开发客户、参与招投标；批发部运作规则，招商广告投放、订单选择；生产部运作规则，产品开发、材料采购、生产运营，产品交付；零售部运作规则，渠道、价格、促销、品牌策略；财务分析、绩效评价</p> <p>要求：通过模拟虚拟企业的营销业务活动，让学生即能从战略高度来观察企业经营的全貌，也能从执行角度来亲身体验市场营销在企业经营中的发挥的重要作用，并学习如何解决实践中遇到的各种营销典型问题。熟练掌握企业营销业务活动中各部门的岗位职责、工作内容、流程、方法和工作技能，让学生在对抗训练中掌握各岗位所需要的基本知识和技能。</p>

(4)课证融通

课程名称	学分	总学时	对应职业资格证书	证书等级
数字营销技术应用	3	56	数字营销技术应用	中级
PhotoShop 图像处理	3	56	PhotoShop 图形图像处理	专项

3. 专业素质拓展领域 (12 选 4)

包括：Phototshop 实操、短视频运营、网络商品学、网店产品摄影、物流综合实训、海空联运操作、消费者行为分析、电子商务案例分析、电子商务视觉营销、创新思维训练、供应链运营等

3. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	实践学时	地点
1	市场营销技能对抗	第二学期	1	26	沙盘实训室
2	企业经营管理沙盘模拟实训	第二学期	1	26	沙盘实训室
3	社会实践	第三学期	4	92	校企合作单位
4	岗位实习 I	第五学期	18	432	校企合作单位
5	岗位实习 II	第六学期	18	432	校企合作单位

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计
课堂教学周	16	16	14	16			62
实践及机动周	0	2	4	1			7
复习考试周	1	1	1	1			4
入学教育及军训周	2						2
岗位实习 I					18		18
岗位实习 II						18	18
毕业鉴定						2	2
合计	19	19	19	18	18	20	

分学期课时统计表

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	平均周课时数
1	506	234	272	16	22

2	482	215	267	18	24
3	362	141	221	18	23
4	304	120	184	16	23
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公共选修课	144	144	0		
专业素质拓展领域	136	68	68		
合计	2798	922	1876		
占总学时	100%	32.95%	67.05%		

各教学领域课程课时学分统计表

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	674	35	24.13%
职业技术能力领域	1844	94	64.83%
专业素质拓展领域	136	8	5.52%
综合素质拓展领域	144	8	5.52%
合计	2798	145	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式，从营销服务产业人才需求出发，形成123NX专业工学结合人才培养模式。以培养“现代营销技能”为核心，以“新媒体技术人才培养”、“数字营销技术应用人才培养”为拓展方向，为不同类型的中小微企业培养熟练掌握市场营销基本知识与技能，同时具备一定的企业一线管理能力的高素质技术技能人才。(123NX即：1以培养学生职业能力和创新创业能力为一条主线，2即校企双主题育人，工学结合，实行校企双导师制，3即体现教学过程实践性、开放性和职业性。N即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组。X即证书1+X证书制度，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领)

九、实施保障

(一) 师资队伍

应建立一支专兼结合的“双师”结构教学团队，专业教师规模按照 18: 1 生师比（含企业兼职）进行配置。

专任专业教师应接受过职业教育教学方法论和岗位技能提升的培训，应具有高等学校教师资格证，具备先进的职教理念，有较强的教学研究与改革能力，在课程开发，项目教学，实训设计等方面有过硬的理论和操作能力；

专任教师应具备本专业或相近专业大学本科以上学历(含本科)，其中“双师”素质的专任专业教师比例要达到 60%；

专任专业教师 3 年内到企业顶岗锻炼的时间累计不少于 2 个月。

企业兼职教师应具有本科及以上学历，工作年限 5 年以上，具备丰富的实践经验，具有经济师、工程师以上职称或从业职业资格。

（二）教学设施

1. 校内实训室

为了能够达到专业群人才培养方案的培养目标，取得教好的教学效果，需要具备必要的实践教学条件，下表列出了本专业实践教学环境的设备配置要求。

序号	实训室名称	实训项目	设备配置		备注
			主要设备名称	数量	
1	企业经营管理沙盘模拟实训室	企业经营管理沙盘模拟实训	软件、沙盘、投影仪、电脑	1 套	
2	市场营销技能对抗实训室	市场营销技能对抗实训	市场营销软件、沙盘、投影仪、电脑	1 套	
3	新媒体实训室	新媒体营销实训	电脑、手机、直播背景、支架、隔音板、直播灯、梳妆台、展示架等	8 套	

2. 校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，必须建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供顶岗实习平台。目前，已经签约合作的校外实训基地有厦门众冠捷管理咨询有限公司、厦门一品威客信息科技有限公司、厦门保优网络科技有限公司、厦门壹生信息科技有限公司等，应充分利用企业资源进行实践教学。

（三）教学资源

1. 教材和图书

选用高职高专规划教材，尽可能多地为学生提供参考资料，以典型工作任务为基础编写校本特色教材和学材；

图书馆应配置与专业学生规模相适应的专业图书，数量符合教育部相关规定。

2. 数字化（网络）教学资源

课程数字化、信息化网络教学资源包括图片库、视频库、课件库、习题库、试题库、案例库等资源库，可充分利用高职高专教育网和示范性高职院校现成的教学资源

库等网络资源。

(四) 质量管理

根据学校及学院的质量监控要求开展各项工作，保证教育教学质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

- 1.综合素质测评（含德育素质测评）合格
- 2.《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
- 3.最低毕业学分：143 学分
- 4.职业资格证书或技能等级证书要求：至少获得下表所列 1 本证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
数字营销技术应用（1+X 证书）	中级	教育部	每年 11、12 月	五选一 具体时间以考试安排为准
Photoshop 图形图像处理	专项	人社部	每年 5、11 月	
互联网营销师	五级	人社部	每年 5、11 月	
网店运营推广（1+X 证书）	初级	教育部	每年 5、6 月	
供应链运营（1+X 证书）	中级	教育部	每年 5、11 月	

备注：职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部、教育部目录做增补。

后记：修订说明

(一) 制订过程

本人才培养方案在专业群内各专业 19 级、20 级、21 级人才培养方案的基础上，经过专业群教师讨论，采纳专家建议，结合本专业的社会人才需求调研、毕业生问卷调查、在校生学生代表座谈，拟定初稿，然后由企业代表、专兼职教师组成的专业指导委员会审议通过。

(二) 其他说明

教学过程应严格按照本培养方案执行，执行过程中如需调整，需报学院、教务处审批。

(三) 课程设置与教学计划进程表(市场营销专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	一	二	教学与实践周数				五	六
										三		四			
								16周	18周	18周	16周	18周	18周		
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	48	24	24								
	2*	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18			2					
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	4*	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	5*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	6*	四史教育	10021B20	1.0	16	16	0	1							
	7*	职业生涯规划	10005A10	1.0	16	8	8	1							
	8*	就业指导	10006A10	1.0	16	8	8					1			
	9*	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9				1				
	10*	体育与健康 I	10007C21	2.0	32	0	32	2							
	11*	体育与健康 II	10007C22	2.0	32	0	32			2					
	12*	心理健康教育 I	10019A21	1.0	16	8	8	1							
	13*	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9			1					
	14*	民间艺术	10020B20	2.0	28	28	0				2				
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	32	12	20			2					
	16	大学英语(B) I	10010A11	2.0	32	16	16	2							
	17	大学英语(B) II	10010A12	2.0	32	18	14			2					
	18	应用文写作	10012B20	2.0	32	18	14			2					
	19	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	28	10	18					2			
小计			35	674	314	360	10	14	5	1					
专业基础知识模块															
	1	管理学基础	70002B10	4.0	64	32	32	4							
	2	*市场营销(A)	70004B30	4.0	64	32	32	4							
	3	函商文化	70010B20	1.0	16	8	8		1						
	4	电子商务概论	60503B10	2.0	32	18	14	2							
	5	经济法	10016B20	2.0	32	16	16			2					
	6	市场调查与预测	70503B10	4.0	64	36	28			4					
	7	会计学原理(B)	70003A20	2.0	32	32	0	2							
销售岗位技能模块-1															
	8	商务谈判技能	70505B20	4.0	64	32	32					4			
	9	普通话水平训练	70008C30	1.0	16	0	16			1					
	11	*销售管理	70509B10	4.0	64	32	32					4			
	12	电话营销业务技能	70511B20	2.0	28	14	14				2				
新媒体岗位技能模块-2															
	13	*新媒体营销	70508B20	3.0	56	28	28				4				
	14	广告策划与创意	70516B20	2.0	32	16	16					2			
	15	*数字营销技术应用	70524B10	3.0	56	28	28				4				
	16	电子商务实训	60509C30	4.0	64	0	64					4			
	17	短视频运营	71009B10	2.0	28	10	18					2			
营销管理岗位技能模块-3															
	18	门店运营管理	70702B10	2.0	28	14	14					2			
	19	现代企业管理	70013B10	2.0	32	16	16			2					
	21	*营销策划	70501B20	4.0	64	32	32					4			
	22	*市场营销技能对抗	70513C20	1.0	26	0	26			1w					
	23	企业经营沙盘模拟实训	70007C20	1.0	26	0	26			1w					
专业综合能力训练模块															
	24	社会实践(期中4周)	70523C20	4.0	92	0	92				4w				
	25	岗位实习 I	10021C21	18.0	432		432						24		
	26	岗位实习 II	10021C22	18.0	432		432							24	
小计			94	1844	396	1448	12	10	14	18	24	24	24		
专业选修模块-1															
	1	网店产品摄影	60525C20	2.0	28	14	14				2				
	2	PhotoShop图像处理	50307C30	3.0	56	28	28				4				
	3	网络数据分析	60541C20	2.0	32	16	16					2			
	4	电子商务案例分析	60511B20	2.0	28	14	14				2				
	5	短视频拍摄与剪辑	60517B20	2.0	64	32	32					4			
	6	电子商务视觉营销	60551B10	2.0	32	16	16					2			
专业选修模块-2															
	1	物流综合实训	60414B30	2.0	64	32	32						2		
	2	海空联运操作	60412C20	2.0	28	14	14					2			
	5	供应链运营	60420B20	2.0	28	14	14					2			
	3	创新思维训练	70009B20	2.0	32	16	16						2		
	4	网络商品学	60543A10	2.0	32	16	16						2		
	6	消费者行为分析	60515B20	2.0	28	14	14					2			
选修课小计			8.0	136	68	68			4	4					
综合素质拓展领域															
	第二学期至第五学期在全院任意选修课中至少选修8学分														
小计			8.0	144	144										
合计			145.0	2798	922	1876	22	24	23	23	24	24	24		

1、军事理论与军事技能在军训期间完成,含晚间;2、形势与政策每学期不少于8课时,合计1学分;
3、序号打*为必修公共课及核心课程,其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级文化创意与策划专业 人才培养方案

专业代码：550401

执笔人：_____彭舒玲_____

教师代表：苏顺 林兴彪 陈萍伶_____

行业（或企业）代表：_____杨天吉_____

专业带头人：_____彭舒玲_____

审核人：_____刘荣锋 周玉_____

一、专业名称及代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业资格证书或技能等级证书举例
文化艺术大类（65）	文化服务类（6504）	文化创意与策划（650401）	新闻出版、文化工作人员 2-12	策划师、新媒体运营	策划师（营销、产品、广告、媒体等），运营师

五、培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应现代文化产业人才需求，德、智、体、美全面发展，具有良好职业道德和较高艺术修养，通晓新媒体基本应用技能、短视频制作运营技能，熟悉各新媒体平台规则、面向互联网行业及文化艺术业等行业的文案策划专员、新媒体运营专员、数字广告策划专员、企业宣传专员等职业群，能够从事文案撰写、活动策划、新媒体运营、广告策划、图文视频制作等领域的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

1.具有正确的世界观、人生观、价值观。坚定拥护中国共产党领导，树立中国特

色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

2.具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

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

（二）知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识。

（3）熟悉文化创意策划的基本理论与文化企业管理的基本知识。

（4）掌握文化市场调研与商务谈判的基础知识与方法。

（5）掌握活动、广告、宣传、营销等文案撰写的基础知识与方法。

（6）掌握活动、广告、新媒体产品、数字产品创意与策划的基础知识与方法。

（7）掌握新媒体运营的基础知识与方法。

（8）掌握文化知识产权保护的基础知识与方法。

（9）掌握常用办公软件 Office、图片处理软件 Photoshop、音视频编辑软件 Premiere 使用的基础知识和方法。

（三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）具有文化项目市场调研与谈判的能力。

（4）具有撰写活动策划案、广告策划案、宣传文稿、营销策划案等相关文本能力。

(5) 具有策划与执行文化活动、广告项目的能力。

(6) 具有策划微博、微信、H5 等新媒体产品及进行运营的能力。

(7) 具有策划、制作数字创意产品的能力。

(8) 具有使用手机摄影制作、单微相机和摄影机拍摄制作能力，具备常用办公软件、图片处理软件、视频编辑软件、新媒体工具软件进行辅助策划与运营的能力。

七、课程设置与学时学分安排

(一) 课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法律基础；毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论；军事理论和军事训练；职业生涯规划；就业指导；大学生创新创业教育；体育与健康；计算机与现代办公软件应用；心理健康教育；应用文写作；民间艺术；沟通与礼仪训练；管理学基础；市场营销；闽商文化；电子商务概论。

2. 职业技术领域

含专业技能课和专业核心课，建议按职业岗位（群）工作项目（任务）以“工学结合”、“仿真模拟”、“边学边做”的模式设置课程模块。

(1) 专业技能课程

包括：大众传媒导论、创意写作、创意摄影、PhotoShop 图像处理、广告策划与创意、网络营销策划、品牌管理、营销心理学、电子商务数据分析、短视频运营、Pr 视频剪辑、新媒体营销与工具应用、视觉文化鉴赏等。

(2) 专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	广告策划与创意	主要教学内容：广告环境分析、广告诉求点确定、营销策略选择与执行方案制定、广告媒介计划制定、广告创意表现、广告策划方案与广告提案的撰写等。
2	新媒体运营	主要教学内容：讲述新媒体营销的一般方法和主流新媒体营销工具的运用技能，具体包括：新媒体营销的内涵与要求、新媒体营销的创新思维、典型新媒体营销方法、新媒体营销工具的运用等。
3	新媒体文案编辑	主要教学内容：微信公众号文章的组稿、编辑、排版，以及原创文章的撰写、微博及微信平台的运营与维护、新媒体平台的文字编辑和维护，包括文字，图片，视频，音频等多种创意呈现形式。
4	Pr视频剪辑	主要教学内容：premiere pro cs6 软件进行素材导入和管理、视频脚本创作、剪辑章法与转场技巧、抠像调色技巧、视频特效制作、字幕制作、音频编辑、片头片尾制作等。
5	手机视频拍摄与制作	主要教学内容：短视频制作流程，短视频的构图原则与方法，抖音短视频的录制与制作，移动端短视频的后期制作，PC端短视频的后期制作。要求：（1）了解短视频制作的流程；（2）掌握短视频的构图原则与方法，学会制作不同类型的短视频；（3）掌握短视频制作后期制作方法。
6	摄像技术	主要教学内容：广告环境分析、广告诉求点确定、营销策略选择与执行方案制定、广告媒介计划制定、广告创意表现、广告策划方案与广告提案的撰写等。

(3) 课证融通

课程名称	学分	总学时	对应证书	对应证书等级
Pr 视频剪辑	4	72	PR 视频剪辑软件	高级
PhotoShop 图像处理	4	72	PhotoShop 图形图像处理	专项
新媒体运营	4	72	新媒体运营师	高级

3. 专业素质拓展课程

包括：网店产品摄影、电子商务案例分析、电子商务视觉营销、直播电商、消费者行为分析、创新思维训练、网络商品学、供应链运营、PPT 制作与演说、主播综合能力培养等。

4. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	教学地点
1	PS 项目化实训	第 4 学期	4 周	72	实训基地
2	短视频制作综合实训	第 4 学期	6 周	104	实训基地
3	岗位实习 I	第 5 学期	18 周	432	校企合作单位
4	岗位实习 II	第 6 学期	18 周	432	校外企业

5.其他

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	16			68	
实践及机动周	0	1	1	1	1		4	
考试周	1	1	1	1	1		5	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I 周					18		18	
岗位实习 II 周						18	18	
毕业鉴定						2	2	
合计	19	20	20	18	20	20	117	

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	546	226	320	16	23
2	440	165	275	18	24
3	406	164	242	18	22
4	406	124	282	16	22
5	432	0	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公选课	144	144	0		
合计	2806	823	1983		

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	772	38	27%
职业技术技能领域	1818	90	64%
专业素质拓展领域	72	4	3%
综合素质拓展领域	144	8	6%
合计	2788	140	100.00%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式改革，从产业人才需求出发，形成 123NX 专业工学结合人才培养模式。1 以培养学生职业能力和创新创业能力为一

条主线，2 即校企双主题育人，工学结合，实行校企双导师制，3 即体现教学过程实践性、开放性和职业性。N 即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组。X 即证书 1+X 证书制度，鼓励学生在获得学历证书同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领。

九、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比例不低于 80%，专任教师队伍的职称、年龄、学历结构合理。

2.专业带头人

专业带头人应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外大型活动组织服务业、文化艺术业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3.专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有文化产业管理、网络与新媒体、广告等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，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.兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

（二）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、实训室和实训基地。

1. 校内实训室

为了能够达到专业群人才培养方案的培养目标，取得教好的教学效果，需要具备必要的实践教学条件，下表列出了本专业实践教学环境的设备配置要求。

序号	实训室名称	实训项目	设备配置		备注
			主要设备名称	数量	
1	名鞋库厦门兴才基地	文创短视频制作实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
2	京东商服厦门兴才实训基地	文创短视频运营实战	电脑	多套	
3	PS实训机房	文创设计	多媒体、电脑	多套	
4	网络与新媒体应用创新实训室	文化创意实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
5	市场营销综合实训室	文创策划实战	软件、投影、电脑	多套	
6	视频剪辑实训室	短视频剪辑与制作	软件、投影、电脑	多套	
7	新媒体营销实训室	文化市场营销实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
8	摄影工作室	文创品牌设计实训	单反、电脑、软件	多套	

2. 校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，必须建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供顶岗实习平台。目前，已经签约合作的校外实训基地有厦门鹿樱文化传媒有限公司、厦门零尺度传媒有限公司、厦门集美影视文创园、厦门集美老院子民俗文化风情园等，应充分利用企业资源进行实践教学。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用的基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 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、教学科研等工作的需要，方便师生查

询、借阅。专业类图书文献主要包括：文化创意产业政策法规，有关文化创意、文案策划、活动策划、广告策划、新媒体营销、企业宣传等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学、文学文化类图书和文献等。 3.数字教学资源配置基本要求

通过智慧树、超星泛雅、中国大学慕课等教学平台，建设、配备与本专业有关的在线开放课程资源、音视频素材资源、数字化教学案例、教学计划、教案、教材、电子课件、教学录像、实训项目、习题库、案例库、课程网站库、虚拟仿真软件等数字资源，逐步建成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的文化创意与策划专业教学资源库。

（四）质量管理

1.学校和二级学院应建立专业建设和教学过程质量监控机制，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、毕业设计等专业调研、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.学校、二级学院及专业应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

3.学校应建立毕业生跟住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。

4.专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

- 1.综合素质测评（含德育素质测评）合格
- 2.《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
- 3.最低毕业学分：140 学分

4.其他：建议在校期间获取和专业相关的职业资格证书一本。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
助理全媒体运营师	初级	JYPC 全国职业资格考試认证中心	4月或6月、8月、10月、12月	至少选 一
营销策划师	初级	中国营销协会	6月或12月	
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源与社会保障部	每年5月、11月	
新媒体运营师	高级	工业和信息化部	每年5月、12月	
互联网营销师	五级	人社部	每年5、6月	
Premiere 视频编辑	专项	人力资源与社会保障部	每年5月、11月	

后记：修订说明

本培养方案的制定，通过市场调研、走访企业、行业、专家等多种途径，更新知识观念，了解岗位需求，多次讨论了当前急需工作人员的能力要求，广泛征求意见，并提出修改意见，在此基础上经过专业群全体教师讨论定稿。最后通过专业建设委员会的审议。

其他说明：

本人才培养方案的修订始终坚持专业课程的系统性和完整性，并着重培养学生的专业能力和实际运用能力。

另，人才培养方案是教学工作的基础，为确保教学目标的实现，此计划可根据我省经济的发展和市场的变化及时的调整和继续修正。

(三) 课程设置与教学计划进程表(文化创意与策划专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期							
						理论	实践	教学与实践周数							
								一 16周	二 18周	三 18周	四 16周	五 18周	六 18周		
职业素养与基础知识领域	1*	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18		3						
	2*	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2						
	3*	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3							
	3*	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0								
	4*	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w							
	5*	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1							
	6*	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1							
	7*	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9					1			
	8*	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9				1				
	9*	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	10*	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	11*	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1							
	12*	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1						
	13*	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2					
	14	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24		2						
	15	大学英语(B) I	10010A11	2.0	36	18	18	2							
	16	大学英语(B) II	10010A12	2.0	36	18	18		2						
	17	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8		1						
	18	管理学基础(B)	70002B10	2.0	32	16	16	2							
	19	市场营销(B)	70005B20	2.0	32	16	16	2							
20	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26				2					
小计				38.0	772	363	409	14	13	5	1	0	0	0	
职业技术技能领域	专业基础知识模块														
	1	大众传媒通论	71101A10	2.0	32	32	0	2							
	2	创意写作	71103B10	2.0	32	10	22	2							
	3	创意摄影	71104B10	4.0	64	16	48	4							
	4	新媒体营销与工具应用	71113C10	1.0	16	0	16	1							
	5	视听语言	71114C10	3.0	54	54	0		3						
	新媒体运营岗位技能模块-1														
	1	*新媒体运营	60505B20	4.0	72	36	36					4			
	2	*新媒体文案编辑	71105B10	4.0	72	36	36				4				
	3	网络营销策划(A)	60509B10	4.0	72	36	36					4			
	4	短视频运营	71009B10	3.0	54	27	27				3				
	内容制作运营岗位技能模块-2														
	1	PhotoShop图像处理	50307C30	4.0	72	0	72		4						
	2	*Pr视频剪辑	71108C10	4.0	72	0	72				4				
	3	*手机视频拍摄与制作	71109C10	4.0	72	0	72		4						
	4	*摄像技术	71110B10	4.0	72	18	54				4				
5	*广告策划与创意	70516B20	3.0	54	27	27						3			
6	PS项目化实训	60034C20	4.0	72	0	72						4			
7	短视频制作综合实训	71112C20	4.0	72	0	72						4			
专业综合能力训练模块															
9	岗位实习 I	10021C21	18.0	432		432							24		
10	岗位实习 II	10021C22	18.0	432		432							24		
小计				90.0	1818	292	1526	9	11	15	19	24	24	24	
专业素质拓展领域	专业选修模块-1														
	2	创新思维训练	70009B20	2.0	36	18	18			2					
	专业选修模块-2														
1	PPT制作与演说	71106B10	2.0	36	6	30					2				
选修课小计				4.0	72	24	48	0	0	2	2				
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分			8.0	144	144									
合计				140.0	2806	823	1983	23	24	22	22	24	24	24	

- 1、军事理论与军事技能在军训期间完成，含晚间；2、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；
3、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6门左右。

2022 级

网络营销与直播电商专业

人才培养方案

专业代码：530704

执笔人：_____ 林吉红 _____

教师代表：_____ 董昌敏、苏顺、陈萍泠、周美芳 _____

行业（或企业）代表：_____ 林铁成、李宝成 _____

专业带头人：_____ 刘荣锋 _____

审核人：_____ 刘荣锋、周玉 _____

一、专业名称及代码

专业名称：网络营销与直播电商

专业代码：530704

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生或具备同等学力

三、修业年限

实行弹性学制，基本修业年限为3年，允许学生在3-6年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 或技术领域举例	职业资格 或职业技能等级证 书举例
财经 商贸 大类 (63)	电子 商务类 (6308)	互联网和相关服务(64) 批发业(51) 零售业(52)	销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	带货主播、 短视频运营、 直播运营、 网络销售	电子商务师、 互联网营销 师

五、培养目标

本专业面向开展电子商务业务的中小企业，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的职业道德和敬业精神，具备与本专业技术领域相适应的文化水平与素质，掌握网络营销、直播电商运营等基本专业知识；具备网络推广、搜索引擎优化、电子商务数据分析、电商文案写作、图片视频处理、短视频拍摄制作等专业技能，能够从事网络推广专员、商务数据分析专员、直播电商运营、直播电商销售、短视频运营等岗位相关工作，构建中小企业网络营销渠道，具有创新精神和创业能力的互联网技能人才。总结起来就是培养成能直播会营销，能拍摄会剪辑，能运营会创作的“三能三会”直播电商高素质综合人才。

六、培养规格

（一）素质

1. 坚定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；
2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；
3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；
4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；
5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；
6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等知识；
3. 掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；
4. 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；
5. 掌握商务谈判技能及客户关系处理的方法；
6. 掌握商品拍摄、图形图像处理 and 电子商务文案写作的方法；
7. 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写的相关知识；
8. 掌握主流直播电商平台的运营规则和推广方式，
9. 掌握短视频制作与运营的方法；
10. 掌握网店运营以及选品与采购的相关知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

4. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

5. 能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度等；

6. 掌握网络营销推广方式，选择合理的网络营销方案对商品进行策划及推广、应对客户需求提供个性化服务的能力。

7. 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测等

8. 掌握直播平台运营、直播销售，完成商品购买的能力。

9. 掌握直播电商文案、短视频脚本写作、短视频拍摄制作的能力。

七、课程设置与学时学分安排

（一）课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德修养与法治；毛泽东思想与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；军事理论和军事训练；四史教育、职业生涯规划；就业指导；大学生创新创业教育；体育与健康；计算机与现代办公软件应用；大学英语；心理健康教育；应用文写作；民间艺术；沟通与礼仪训练；市场营销（B）；管理学基础（B）等。

2. 职业技术能力领域

根据职业岗位工作项目以“工学结合”、“边学边做”的模式设置课程模块，包括：网络营销岗位模块、短视频运营岗位模块、直播电商岗位模块、专业综合能力训练模块四个部分。

（1）专业技能课程

包括：商务谈判技能、网店运营、电子商务英语、电子商务数据分析、创意摄影（B）、Photoshop 图像处理、网店营销推广综合训练、电商会计等。

（2）专业核心课程

序号	专业核心课程	主要教学内容与要求
1	网络营销技能	<p>主要教学内容：本课程详细介绍了网络营销基础知识、网络营销方法体系、网络营销策略、各网络平台推广方法，网络营销策划的相关内容。</p> <p>要求：培养学生掌握网络运营推广技巧、掌握网络营销爆文技巧、会撰写网络营销策划方案，熟悉不同网络平台互动玩法。</p>
2	短视频制作	<p>主要教学内容：短视频的策划、拍摄、制作，包括短视频初识、人物写真短视频、生活技能短视频、旅拍 vlog 短视频、创意混剪短视频、宣传片短视频、产品广告短视频、短视频发布与推广等内容。</p> <p>要求：培养学生掌握短视频制作设计思路，拍摄技巧，熟练使用各种短视频剪辑工具。</p>
3	短视频运营	<p>主要教学内容：主流短视频平台运营推广规则分析、认识平台推荐机制、短视频账号搭建、短视频养号、运营及引流、开设短视频变现渠道、短视频数据分析及总结</p> <p>要求：培养学生掌握短视频平台的运营机制、打造热门视频的技巧，了解短视频广告平台引流技巧，投放技巧及变现方法。</p>
4	主播综合能力培养	<p>主要教学内容：熟悉直播工作内容，直播、助播的岗位职责，掌握语音语调与发声方式、语言表达艺术、形象管理、直播产品介绍与展示技巧、促成直播交易逼单技巧。</p> <p>要求：培养学生掌握正确的科学发声方式，掌握化妆技巧，树立主播人设的方法、锻炼成功推销直播间产品的能力。</p>
5	直播电商	<p>主要教学内容：直播带货、直播策划、直播运营、直播数据分析、产品和供应链怎么玩、直播运营团队搭建、直播工具的运用。</p> <p>要求：培养学生熟悉主流直播平台，掌握直播团队的搭建流程，根据行业和产品设计直播间环境，学会直播选品技巧，策划直播脚本和直播互动活动的玩法、分析直播后台数据。</p>
6	电子商务概论	<p>主要教学内容：使用互联网及一些常用工具进行网络信息搜集、安全电子邮件的收发等电子商务基本操作；能使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销；能分析电子商务对个人以及对企业的影响，通过网络市场调研并撰写调研报告；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营。</p> <p>要求：培养学生了解电子商务流通环节，掌握电子支付方法，熟悉使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营。</p>

3. 专业素质拓展领域选修课程（12 选 2）

包括：网店产品摄影、微信小程序开发、电子商务物流与配送、实用英语口语、电子商务视觉营销、创新思维训练、网络商品学、消费者行为分析、跨境电商平台操作实务、网页设计与网店装修、供应链运营、新媒体营销等。

4. 实践性教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	教学地点
----	------	------	----	-----	------

1	主播综合能力培养	第 4 学期	16 周	64	软三基地
2	直播电商基地实践	第 4 学期	16 周	96	软三基地
3	短视频基地实践	第 4 学期	16 周	96	软三基地
4	岗位实习 I	第 5 学期	18 周	432	校企合作单位
5	岗位实习 II	第 6 学期	18 周	432	企业

(二) 学时学分安排

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计
课堂教学周	16	18	18	0	0		52
实践及机动周	0	1	1	17	1		20
复习考试周	1	1	1	1	1		5
入学教育及军训周	2						2
岗位实习 I 周					18		18
岗位实习 II 周						18	18
毕业鉴定						2	2
总计	19	20	20	18	20	20	117

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	平均周课时数
1	512	227	285	16	25
2	576	270	306	18	28
3	422	195	227	18	23
4	282	33	249	16	17
5	440	8	432	18	24
6	432	0	432	18	24
公选课	144	144	0		
合计	2808	877	1931		

课程类别	学时	学分	占总学分比例
职业素养与基础知识领域	808	40	28.2%

职业技术技能领域	1784	90	63.4%
专业群选修课程	72	4	2.8%
综合素质拓展课程	144	8	5.6%
合计	2808	142	100%

(三) 课程与教学计划进程表 (见附件)

八、人才培养模式

本专业采用“123NX”专业工学结合人才培养模式。即：依托产教融合、校企合作开放性办学平台，积极探索现代学徒制人才培养模式改革，从产业人才需求出发，形成123NX专业工学结合人才培养模式。以培养“现代营销技能”为核心，以“网络直播运营人才培养”、“短视频剪辑技术应用人才培养”为拓展方向，为不同类型的中小微企业培养熟练直播电商基本知识与技能，同时具备一定的企业一线管理能力的高素质技术技能人才。（123NX即：1以培养学生职业能力和创新创业能力为一条主线，2即校企双主题育人，工学结合，实行校企双导师制，3即体现教学过程实践性、开放性和职业性。N即评价主体、评价目标和评价内容多元化。由行业专家、企业代表、专业负责人和学生代表组成人才培养质量评价小组。X即证书1+X证书制度，鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓宽就业创业本领）

九、教学基本条件

(一) 师资队伍

本专业现有专兼职教师12名，教师团队最高学历为研究生学历，大部分老师具备丰富的短视频或直播账号运营经营。建议专业教师师生比以18:1为宜，并组建一支高素质的“双师结构”教学团队。其中，实践实训部分应以企业兼职教师指导为主，行业兼职教师数量所占比例应不低于全校教师数量的50%。专任教师应该具有职业资格证书，或者拥有3年以上行业企业的工作经验。

(二) 教学设施

本专业现有电子商务综合实训室1间；名鞋库厦门兴才实训基地1间；京东商服厦门兴才实训基地1间，软件园三期直播间9间，短视频实训基地1间，为了更好的开展实践教学工作，希望能够投入一些基础设备，确保实训室网络通畅，同时加强校

外实训基地的建设，加强校企合作的深度，挖掘更多的企业成为校企合作的签约企业，为学生实训提供更加优秀的实践场所，为学生就业提供一定的保障。

（三）教学资源

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

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。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、思维以及实务操作类图书，直播电商相关、短视频文献等。

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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学

（四）质量管理

（1）学校和二级院系应建立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）学校、二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、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。

（3）学校应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。

（4）专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：142 学分
4. 课程证书要求：

为提高现代商贸服务专业群人才培养质量、拓展就业本领，促进就业创业，推进 1+X 证书制度改革，鼓励学生多考取各类职业技能等级证书和职业资格证书。

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
Photoshop 图形图像处理	专项	省职业技能鉴定 指导中心	提前 15 个工 作日申报	七选一
电子商务师	四级	省人才开发中心	全省统考一 年两次	
电子商务网站与小程序专业 制作	专项	省职业技能鉴定 指导中心	省职业技能 鉴定指导中 心	
互联网营销师	高级	人力资源和社会 保障部	每年 5 月、12 月	
电子商务运营推广	专项	省职业技能鉴定 指导中心	提前 15 个工 作日申报	
1+X 直播运营	中级	教育部	根据发证机 构安排	
1+X 数字营销技术应用	中级	教育部	根据发证机 构安排	

备注：如入学前已考取以上证书，可申请认定。职业技能证书具体考证可以根据人社部、工信部和
中国商业联合会新增考证目录做增补。

后记：修订说明

依据 2022 级专业人才培养方案的原则意见，结合网络营销与直播电商专业调研和网络营销与直播电商专业剖析。通过专业群教师共同讨论，专家座谈会、学生座谈会和企业代表问卷调查，等多种形式广泛征求多方意见，最后经过专业指导委员会审议通过。

(三) 课程设置与教学计划进程表 (网络营销与直播电商)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	总学时分配		开课学期										
						理论	实践	教学与实践周数										
								一 16周	二 18周	三 18周	四 16周	五 18周	六 18周					
职业素养与基础知识领域	1	思想道德与法治	10001B20	3.0	54	36	18			3								
	2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	18	18		2									
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	54	36	18	3										
	4	形势与政策	10003A20	1.0	40	40	0											
	5	军事理论与军事技能	10004B20	4.0	148	36	112	2w										
	6	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0	1										
	7	职业生涯规划	10005A10	1.0	18	9	9	1										
	8	就业指导	10006A10	1.0	18	9	9				1							
	9	大学生创新创业教育	10019B20	1.0	18	9	9				1							
	10	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2										
	11	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2									
	12	心理健康教育 I	10019A21	1.0	18	9	9	1										
	13	心理健康教育 II	10019A24	1.0	18	9	9		1									
	14	民间艺术	10020B20	2.0	36	36	0			2								
	15	计算机与现代办公软件应用	10008C30	2.0	36	12	24			2								
	16	大学英语(B) I	10010A11	2.0	36	18	18	2										
	17	大学英语(B) II	10010A12	2.0	36	18	18		2									
	18	应用文写作	10012B20	2.0	36	18	18		2									
	19	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26				2							
	20	商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1										
	21	市场营销(B)	70005B20	2.0	32	16	16	2										
	22	管理学基础(B)	70002B20	2.0	32	16	16	2										
小计				40.0	808	381	427	15	14	5	1	0	0					
职业技能领域	网络营销岗位技能模块-1																	
	1*	*电子商务概论	60503B10	4.0	64	32	32	4										
	2*	*网络营销技能	70506B20	3.0	54	27	27		3									
	3	商务谈判技能	70505B20	2.0	32	16	16	2										
	4	网店运营	60504B20	2.0	36	18	18		2									
	5	电子商务数据分析	60553B20	4.0	72	36	36			4								
	6	电子商务英语	60528A10	2.0	32	32	0	2										
	短视频运营岗位技能模块-2																	
	7	创意摄影(B)	71011B20	2.0	32	16	16	2										
	8	Photoshop图像处理	50307C30	4.0	72	0	72		4									
	9*	*短视频制作	71001B10	4.0	72	24	48			4								
	10*	*短视频运营	71009B10	3.0	54	27	27			3								
	直播电商岗位技能模块-3																	
	11*	*主播综合能力培养	71006B20	4.0	64	16	48					4						
	12	电商会计	70236A20	2.0	36	36	0		2									
	13*	*直播电商	71004B10	4.0	72	36	36				4							
	专业综合能力训练模块																	
	14	网店营销推广综合训练(B)	60519B20	2.0	36	18	18			2								
15	直播电商基地实践	71007C20	6.0	96	0	96					6							
16	短视频基地实践	71008C20	6.0	96	0	96					6							
17	岗位实习 I	10021C21	18.0	432	0	432							24					
18	岗位实习 II	10021C22	18.0	432	0	432								24				
小计				90.0	1784	334	1450	10	14	14	16	24	24					
专业素质拓展领域	专业选修模块-1																	
	1	实用英语口语	60713C20	2.0	36	0	36			2								
	2	创新思维训练	70009B20	2.0	36	24	12			2								
	3	消费者行为分析	60606B20	2.0	36	18	18			2								
	4	新媒体营销	70508B20	2.0	36	18	18			2								
	专业选修模块-2																	
	5	电子商务物流与配送	60518B10	2.0	36	18	18			2								
	6	电子商务视觉营销	60551B10	2.0	36	24	12			2								
	7	网络商品学	60543A10	2.0	36	36	0			2								
	8	供应链运营	60420B20	3.0	54	27	27			3								
	专业选修模块-3																	
	9	微信小程序开发	20743B10	4.0	72	36	36			4								
10	跨境电商平台操作实务	60122B20	2.0	36	18	18			2									
11	网页设计与网店装修	60532C20	2.0	36	0	36			2									
12	网店产品摄影	60525C20	2.0	36	0	36			2									
选修课小计				4.0	72	18	54			4								
综合素质拓展领域	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修8学分			8.0	144	144	0											
	小计																	
合计				142.0	2808	877	1931	25	28	23	17	24	24					

1、军事课(含军事理论和训练): 14天, 每天11课时, 含晚上; 2、形势与政策每学期不少于8课时, 合计1学分, 线上线下课程相结合; 3、打*为核心课程, 每个专业确定6门左右。

厦门兴才职业技术学院公共选修课管理办法（修订）

厦兴教[2011]9号

公共选修课是我校人才培养方案的重要组成部分，是完善知识结构，培训学生可持续发展能力、提高学生综合素质的重要环节。为充分利用我校教学资源，为学生提供数量充足、具有特色的高质量公共选修课程，规范我校选修课的管理，提高选修课的质量，特制定本办法。

一、课程设置要求

（一）课程设置的原理

- 1、有利于学生了解人类最基本的知识领域和思维方法；
- 2、有利于培养大学生的人文精神、科学精神、创新意识和实践能力；
- 3、有利于引导学生了解学科前沿和新成果、新趋势、新信息；
- 4、有利于培养大学生的文化艺术素质；
- 5、有利于培养大学生良好的心理和身体素质。

（二）课程开设的类型和要求

1、公共选修课主要包括人文素质类课程、新兴与交叉学科类课程、通用技能类课程，以及拓宽专业知识面、反映科研成果、反映本学科的最新发展成就、介绍学科前沿、跟踪本学科的高新技术等方面的系列专题讲座等。

2、选修课教学环节应包括课堂讲授、实践(实验)、课外阅读及习题等几个部分，应为学生提供参考资料目录，提出必要的课外动手操作要求和课外阅读量。

3、开出的选修课必须有教学大纲、讲义(教案)及可供选用的教材或相关参考资料；有实践内容的课程应具有相应的教学设施等基本条件。

4、各开课单位应鼓励有条件的教师开设全校性选修课，并形成系列，供全校学生修读；并通过课程建设努力提高全校性选修课的教学质量，力争使开设的课程能代表本开泉单位的最高水平。

5、为便于学生选修和教务处排课，选修课教学周期一般为一个学期，每周授课2学时，单门课程总学时数不应超过36学时。有些选修课也可以只讲授半个学期（8-10个教学周）。提倡开设专题系列讲座课，即由一名教师牵头主讲，并组织其他有关教师参加，轮流讲授。

二、开课程序

1、每学期第十五周，教务处组织各开课单位通过教务管理系统报送各开课单位下一个学期的公共选修课开设计划（包括本单位开设的全校性选修课目录及课程信息）。开课计划由教师本人申报，填写《厦门兴才职业技术学院公共选修课申报表》，同时附上该课程教学大纲、课程简介、使用教材，经开课单位负责人批准，报教务处审核。

2、公共选修课的教师任课资格由教务处确认。原则上，开设的选修课程内容应与任课老师的专业或教研领域相符，多名教师申请开设同一课程时，专业教师优先。

3、任课教师在申报课程时应注明开课时间及限选人数，教务处根据教师要求和课程数量对申报课程进行调整并反馈给教师，提出更改意见。

4、教务处审核各开课单位报送的开课计划后统一向全院学生公布公共选修课目录及选修课课程介绍。

三、学生选课原则及程序

（一）选课原则

1、选修课是教学计划的重要内容之一，学生在毕业前须修满教学计划规定的公共选修课学分 8 学分。公共选修课在学校开出的公共选修课目录中任选。

2、学生须认真阅读课程简介，同一类课程只能选一门，每生每学期最多只能选修 2 门公共选修课，列入本专业教学计划的课程不能作为全校公共选修课选修。选课一般安排在第二至第五学期选读。

3、从 2011 级起，学生必须选修一门心理健康课程（第一学年）和一门体育类课程（第二学年）。

4、所选课程与排定的必修课时间冲突时，必须退、改选其他课程。

5、学生未办理正常的选课手续，擅自听课或参加考试者，其考核成绩不予承认。

6、学生在校期间可免费修读 5 门选修课程（10 学分），从第 6 门起按课程学分收取修读费用。

（二）选课程序

1、每学期期末由教务处在教务系统公布下一个学期公选课的开课情况，包括课程简介、教师简介、限选人数及上课时间、地点等内容，并通知各二级学院组织学生报名。

2、学生进入教务系统按规定选修课程。

3、选修人数不足 30 人的课程将予以停开。已选报不开课课程的学生可以在教务处发通知后一周内重选其他选修课。

5、选课名单一经确定，学生不得随意退选、改选或增选课程。个别确需变动者，应在开课后一周内到教务处申请办理有关手续，教务处可根据实际情况作适当调整，并通知开课教师。

四、教学组织及管理

1、选修课的教学要求与必修课相同。开课单位与教务处共同负责选修课的质量监控，发现教学问题应及时处理，切实整改。

2、公共选修课每学期原则上从第 2 至 3 周开始上课，授课时间可安排在正常教学时间，也可安排在晚上、课外活动时间或双休日。

3、各开课单位应该及时把本单位开设课程的教学大纲上报教务处，教务处上网公布，以使学生了解课程的主要内容及教学目的。任课老师须于开课前一上交选修课教学进度表。

4、任课教师应严格按教学大纲要求制定教学进度表，认真备课，确保教学时数，完成教学计划，不得随意删减教学内容或降低教学要求。

5、任课教师应严格执行教学规范，不得无故停课和随意调课。

6、因选修课来自各专业的学生，管理比较复杂，因此要求任课教师严格进行教学管理，认真做好教学过程的纪律考勤，教务处指定专人负责日常教学秩序管理，并不定期组织抽查。学生请假必须凭请假条和有关证明事先办理请假手续。

五、课程考核与成绩记载

1、选修课程都必须进行考核，课程考核需在期末停课复习前一周随堂进行，考核方式一般不予限制，可以采取开卷、大作业、小论文、专题设计、调查报告等方式进行考核，具体考核方式由开课教师在授课计划中拟定。课程综合考核成绩不及格者，不予补考，学生可在下一学期申请重新选课。

2、考核结束后，任课教师应及时批卷，确定学生的学业成绩，并在考后一周上报成绩（含平时成绩）。

六、教材使用

全校性选修课由任课教师提供教材和教参目录，学生自行选购，不得强迫学生购买教材。

七、本办法未尽事宜另行规定，由教务处负责解释。

厦门兴才职业技术学院

2011年7月11日

厦门兴才职业技术学院学分认定与转换管理办法（试行）

第一章 总则

第一条 为满足学生多样化学习和发展需求，鼓励学生自主学习和提升个人综合职业素养，根据《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）和《教育部关于推进高等教育学分认定和转换工作的意见》（教改〔2016〕3号）文件精神，结合学校实际情况，特制定本管理办法。

第二条 学分认定是指学生获得学校认可课程、学习成果或个人成长经历，可认定为一定的学分。学分转换是指被认定的学分，可以转换为人才培养方案内要求修读的课程（思想政治类课程除外）学分及成绩。

第三条 学分认定与转换遵照“有利于学生个人成才成长，以学生为中心，坚持实质等效、规范有序”的原则进行，为学生提供校内外学习成果转换，学历教育与非学历教育学习成果转换的立交桥。

第二章 学分认定与转换范围

第四条 学分认定与转换范围是学生获得的课程、学习成果或个人的成长经历。根据是否具有明确的学分或学时规定，可分为课程类与非课程类。

第五条 课程类学习成果主要有：

- （一）学生在本校跨专业修读并考核合格的课程；
- （二）学生在学校认可的在线平台修读并考核合格的课程；
- （三）学生在校参加专本衔接学习并考核合格的课程；
- （四）学生在校参加二级学院组织与专业相关的实践教学；
- （五）学校认可的其他课程。

第六条 非课程类学习成果主要有：

- （一）资格证书类：包括外语类等级证书、计算机类等级证书、普通话水平测试等级证书、职业技能证书、从业资格证书、执业资格证书等；
- （二）技能竞赛类：包括专业、文化、艺术、体育等方面比赛和竞赛活动；
- （三）创新创业类：包括创新创业竞赛、创新创业训练、创新创业实践活动；

（四）学术论文类：包括学术论文、调查报告、文学作品、读书心得、参加学术报告讲座等；

（五）发明创造类：包括科技发明、实用设计、商标设计、专利设计、科技制作等；

（六）实践活动类：包括学校统一组织公益劳动、社团活动、社会调查、社会考察、学校宣传、“三下乡”社会实践活动、青年志愿者实践活动等；

（七）工作履历、荣誉类：包括教学信息员、各级各类学生干部开展各项工作、学生承担学校认可的工作任务、校外社会工作履历。

（八）学生取得学校认可的其他非课程类学习成果。

第七条 非课程类学习成果若涉及署名单位，署名单位必须为“厦门兴才职业技术学院”。

第三章 学分认定与转换标准

第八条 学生已修读并考核合格的课程有明确学分的，课程学分直接予以认定；没有学分但有明确学时的，按学校人才培养方案中学时与学分的对应关系，折算为相应的学分。

第九条 学生获得的非课程类学习成果，按《厦门兴才职业技术学院学分认定与转换标准》（见附表）进行认定与转换，成果学分认定与转换标准根据教育教学实际情况进行动态调整。

第十条 同一学年同一项目不同等级的，以获得最高级别的奖项认定，不重复计算。

第十一条 学生取得的成果经认定后，进行学分累计，用于转换少于或等于该学分的课程。

第十二条 学生若取得选修学分已符合毕业要求，可以用超出的选修学分的双倍转换非核心课程学分。

第十三条 学生在校期间，转换的必修课程总额不得超过所在专业人才培养方案中规定的必修课学分的50%，其中不宜超过30%该专业核心课程学分。

第四章 学分认定与转换的程序

第十四条 课程类学分认定：专本衔接的课程由继续教育中心提供课程学时学分证明，由教务处认定。其他课程由组织单位提供课程实施方案，由教务处认定。

第十五条 非课程类学分认定由各类考试、竞赛、活动的组织单位提供证明，由教务处进行认定。

第十六条 本规定之外的其它特殊情况(如创业成功者，对社会对国家作出杰出贡献者等)可直接向教务处申请，由教务处组织相关专家进行审核认定，必要时由学校教学工作委员会认定。

第十七条 学校每学年期末通过教务系统进行一次学分的认定与转换，其中超出的选修学分折算为必修学分只在学生毕业前进行线下认定。符合学分转换办法的课程，学生可免修、免考，该门课程考核成绩根据认定情况记为“免修”。

第十八条 其他未提及的但与本办法精神一致的项目或证书可由本人申请，经审批后转换相关课程学分。

第五章 附则

第十九条 为保证学分认定与转换的严肃性、真实性、公正性，学分认定与转换的相关证明材料必须真实可靠，凡弄虚作假者，取消所获得的相关学分，并以作弊论处；因管理不严，造成违规认定的，学校将视情况轻重追究相关当事人责任。

第二十条 本办法未尽事宜，学校授权教务处组织相关部门讨论研究，提出合理性意见，经学校主管领导审批后实施。

第二十一条 本办法由学校授权教务处负责解释，自发布之日起执行。其他有关文件规定与本规定不一致的，以本规定为准。

附表： 厦门兴才职业技术学院学分认定与转换标准

一、课程类学习成果学分认定及转换标准

编号	课程	学分认定	转换课程	审核部
A0101	本校跨专业课程	该课程学分	任意课程	教务处
A0201	专本衔接核心课程	该课程学分	任意课程	继续教

A0202	专本衔接校考课程	该课程学分	选修课程	
A0301	在线平台课程	该课程学分	选修课程	教务处
A0401	与本专业相关实践教学	18 学时 1 学分	依课程性质转	二级学
A0501	其他学校认定课程	18 学时 1 学分	依课程性质转	教务处

二、非课程类学分认定及转换标准

(一) 资格证书类

1、大学英语四、六级考试(编号: B0101)

项目	成果形式	转换学分	转换课程类别	审核部门
大学英语四级考试	成绩达 425 以上	4	任意课程	教务处
大学英语六级考试	成绩达 425 以上	6	任意课程	

说明：大学英语四六级成绩可申请《大学英语》或《综合英语》免修免考，已申请英语课程免考的就不能再申请转换其它课程学分。

2、计算机等级考试(编号: B0102)

项目	成果形式	转换学分	转换课程类别	审核部门
计算机二级考试	证书	4	任意课程	继续教育中心
计算机三级考试		6	任意课程	

3、普通话水平测试(编号: B0103)

项目	成果形式	转换学分	转换课程类别	审核部门
二级乙等	证书	2	任意课程	继续教育中心
二级甲等		4	任意课程	
一级乙等		6	任意课程	
一级甲等		8	任意课程	

4、职业技能考试、从业职业资格证考试(编号: B0104)

项目	等级	成果形	转换学	转换课程类	审核部
职业技能考试	高级	证书	6-8	任意课程	继续教

	中级		4-6		
	初级		1-2		
专项职业能力考核			3		
从(执)业职业资格证书			4-8		

说明：(1) 以上证书可申请与证书相近课程免修免考，已申请免修免考的证书就不能再申请转换其他课程学分；(2) 职业技能考试学分按参加技能培训课时情况进行认定。

5、机动车驾驶证认定 2 学分，学分转换课程为选修课，编号为 B0105

(二) 技能竞赛类

1、学科、专业技能竞赛(编号: B0201)

级别	等级	成果形式	转换学分	转换课程类别	审核部门
国家级	一等奖	证书 文件	30	任意课程	教务处
	二等奖		20		
	三等奖		15		
	优秀奖或参赛		10		
省部级	一等奖		15		
	二等奖		8		
	三等奖		6		
	优秀奖或参赛		4		
市级	一等奖		8		
	二等奖		6		
	三等奖		4		
	优秀奖		2		
校级	一等奖		3		
	二等奖		2		
	三等奖		1		

2、文体类技能竞赛(编号: B0202)

级别	等级	成果形式	转换学分	转换课程类别	审核部门
国家级	一等奖	证书 文件	25	任意课程	学生处 团委
	二等奖		20		
	三等奖		15		
	优秀奖或参赛		7		
省部级	一等奖		10		
	二等奖		6		
	三等奖		4		
	优秀奖或参赛		2		
市级	一等奖		6		
	二等奖		4		
	三等奖		2		
	优秀奖		1		
校级	一等奖	3			
	二等奖	2			
	三等奖	1			

(三) 创新创业类

1、创新创业实践类(编号: B0301)

(1) 学生自主创办注册的公司, 入驻兴才智谷, 正常运营达6个月, 吸纳大学生就业人数(按缴交社医保算)在3人以上的公司, 项目组给予6个学分, 根据股权结构进行分值分配, 可转换任意课程学分;

(2) 其他入驻兴才智谷的团队, 正常运营达6个月, 月盈利平均在两万以上, 负责人计4个学分, 成员每人认定2个学分, 可转换任意课程学分。

(3) 学生在外创办企业并取得营业执照或年营业额超过100万, 认定4学分, 可转换任意课程学分。

2、创新创业竞赛类(编号: B0302)

级别	等级	成果形式	转换学分	转换课程	审核部门
国家级	一等奖	证书 文件	28	任意课程	融创处
	二等奖		18		
	三等奖		12		
	参赛		8		
省部级	一等奖		12		
	二等奖		8		
	三等奖		6		
	参赛		2		
市级	一等奖		8		
	二等奖		6		
	三等奖		4		
	参赛		2		
校级	一等奖	3			
	二等奖	2			
	三等奖	1			

3、创新创业训练类(编号：B0303)

项目	级别	成果形式	转换学分		转换课程类别	审核部门
			负责人	组员		
创新创业项目	国家级	自主开发的新 技术、新产品、 论文、专著	10	5	任意 课程	融创处
	省部级		6	3		
	市级		4	2		
	校级		2	1		
参与教师科研项目	国家级	立项、 结题材料		4		
	省部级			2		
	校级			1		

(四) 学术论文类

编号	项目	类别	转换学分		成果形式	转换课程类别	审核部门
			独立完成	团队			
B0401	论文	核心期刊	12	12	论文	任意课程	教务处
		一般期刊	6	6			
B0402	文章、调查报告	2000 字以上	2	2	文章、报告	选修课	
B0403	专著或文学作品	5 万字以上	8	8	专著	任意课程	
		2 万字以上	4	4	封面		
B0404	读书心得	2000 字以上	1		心得体会	选修课	
B0405	学术讲座	国际学术会议	4		3000 字		
		国内学术会议	2		心得体会		
		校级学术讲座	1		会		

说明：项目读书心得（编号 B0404）学分认定对象只限于顶岗实习期间的学生。

(五) 发明创造类

编号	项目	类别	转换学分		成果形式	转换课程类别	审核部门
			第一成果人	非第一成果人			
B0501	专利	国家发明专利	30	15	证书	任意课程	融创处
		实用新型专利	10	5			
		外观设计专利	10	5			
		软件著作权	10	5			
B0502	科技成果	国家级	40	20	证书文件		
		省部级	30	15			
		市级	15	8			
B0503	科技制作	小发明、小制作	4	2	实物		

(六) 实践活动类

编号	项目	类别	成果形式	学分认	转换课程类	审核部
B0601	参军	光荣退役	退役证	4	选修课	学生处 团委
B0602	三下乡 社会实践	国家级优秀团队、先进	证书 文件	10	任意课程	
		省级优秀团队、先进个		8		
		校级优秀团队、先进个		2	选修课	
		参加累计一周或满 30	1	选修课		
B0603	志愿服	参加累计一周或满 30	1	选修课		
B0604	社团 活动	社团成员每年评为优	团委证明	2	选修课	
		社团成员每年评为合		1		

(七) 工作经历、荣誉类

编号	项目	类别	成果形式	学分认	转换课程类	审核部	
B0701	教学信息 员	学年评定“优秀”	证书 文件	3	选修课	教务处	
		学年评定“良”		2			
		学年评定“合格”		1			
B0702	校、院级学 生干部	学年评定“优秀”	文件	3		选修课	学生处 团委
		学年评定“合格”	证书	2			
B0703	辅导员助	学年评定合格	聘书	2			招生办
B0704	招生助理	学年评定合格	证明	2			
B0705	工作室成 员	学年评定“优秀”	证明	3	选修课		二级 学院
		学年评定“良好”		2			
		学年评定“合格”		1			
B0706	奖学金	国家奖学金	文件 证书	8		任意课	学生处 团委
		国家励志奖学金		4			
		校级一等奖学金		3		选修课	
		校级二等奖学金		2			
		校级三等奖学金		1			
B0707	荣誉称号	省级	文件 证书	8	任意课		
		市级		6			

		区级		4	选修课	
		校级		3		