

2021级工商企业管理专业人才培养方案

（现代学徒制）

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、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

基本年限：3年，可在3-5年完成

四、职业面向

表1 职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域 举例	职业资格证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类 (5306)	商务服务业 (72) 批发业(51) 零售业(52) 住宿业(61) 餐饮业(62) 制造业(14)	市场营销专业人员 (20607) 人力资源管理专业 人员(20608) 行政事务处理人员 (30102) 批发与零售服务人员 (40100) 商务咨询服务人员 (40701)	客户专员 营销专员 人事专员 项目助理 行政专员	企业人力资源师 物流师 营销师 初级会计师 计算机初级证书 1+X财务数字化证书

五、培养目标及培养模式

（一）培养目标

工商企业管理专业现代学徒制班培养理想信念坚定，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能力，符合连锁经营类岗位需求，具备商品采购、市场营销、客户服务与管理、连锁经营与管理等知识及技能，具备分析和解决企业管理问题的基本能力，面向连锁企业运营全流程，能够从事营销推广、客户服务、行政管理、店面经营与管理等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养模式

与沃尔玛等单位为代表的国内企业深度合作为基础，双师互兼互聘，以学生的培养为核心，执行双师施教，以专业核心课程、专业基础课程为纽带，开展现代学徒制人才培养模式。

六、培养规格

（一）素质要求

(1) 坚决拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，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。

(2) 具有良好的职业道德和职业素养。

(3) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、履行道德准则和行为规范，具有社会责任感与社会参与意识。

(4) 爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神。

(5) 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力。

(6) 具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神。

(7) 具有较强的集体意识和团队合作精神，对企业忠诚。能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处。

(8) 具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

(9) 具有良好的企业文化感悟力，自觉践行“顾客就是上帝”“尊重每一个人”“追求卓越”“日落原则——今日事今日毕”“永远为顾客提供超值服务”等企业文化理念。

（二）知识要求

(1) 掌握经济学理论和企业管理的理论。

(2) 掌握计划、组织、指挥、协调、控制等管理学的基本知识及原理。

(3) 掌握连锁经营体系的基本构成和主要推广与管控的相关知识。

(4) 掌握连锁门店营运管理的主要工作内容、工作流程等相关知识。

(5) 掌握供应链管理及商品采购及销售的相关知识。

(6) 掌握连锁企业信息管理的主要工作内容和方法。

(7) 掌握企业客户服务与管理的相关知识。

(8) 掌握连锁企业服务质量管理的常用方法和工具。

(9) 掌握连锁经营门店自主创业的相关理论知识。

(10) 掌握《企业员工手册》相关知识。

(11) 掌握鲜食庄臣检查、负现货盘点、收银盘点、大布置、线上商城货物进出库管理等岗位理论知识。

（三）能力要求

(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（含英语读说听写能力）。

(3) 能够实施连锁门店标准化运营流程并进行管理、控制成本、提供优质商品或服务，完成运营目标等。

(4) 能够进行连锁经营体系推广，并根据总部范围对区域内门店运营进行监督指导。

(5) 能够实施商圈调研，了解商圈内的人口、购买力、购买倾向及竞争环境，并根据商圈特点为门店营运提出合理化建议。

(6) 能够进行经营现状诊断，并结合企业资源和经营目标提出系统性的业绩提升方案。

(7) 系统掌握管理学、经济学基本理论、分析方法和相关的专业基础知识，熟悉市场经济的运行机制以及党和国家的经济方针、政策和法规，并且能够运用相关知识解决工作实际情况的企业经营管理能力。

(8) 能够结合经营业绩、商品特征、顾客习惯等因素进行门店的整体规划设计与视觉营销。

(9) 能够制定采购计划，控制采购成本，实施合同管理和供应商管理，对采购绩效进行评价。

(10) 具备商业信息技术与工具应用能力，能够配合企业进行线上线下全渠道运营和数字化改造。

(11) 具备熟练操作“POS系统”“Swat系统”“收货系统”“索赔系统”“Retail-link”的能力。

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

1. 公共基础课程

(1) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（必修）

学时：16； 学分：1； 考核方式：考试

通过进行毛泽东思想基本原理、邓小平建设有中国特色社会主义的理论与实践、三个代表重要思想的学习，使学生具有坚定的政治方向，拥护中国共产党的领导，坚持走社会主义道路，热爱祖国，具备良好政治思想素质。

教学方式：线上+线下相结合

线下课堂教学以班级为单位组建学习小组，把思政课教学内容切割成若干个单元或分解成若干个“任务”以“故事”、“案例”、“问题链”等形式驱动学生认领任务，解决

任务并向教师汇报任务完成情况和学习所获情况，教师再根据情况做适当的点评和补充；以学生为主体，充分调动学生的学习主动性和积极性，提升课堂知识和思想的获得感。

(2)习近平新时代中国特色社会主义思想概论（必修）

学时：48； 学分：3； 考核方式：考试

习近平新时代中国特色社会主义思想，是我们党成功应对当今世情、国情、党情深刻变化的理论产物，是新时代的精神上的精华，是思想中把握到的时代。习近平新时代中国特色社会主义思想体系严整、逻辑严密、内涵丰富、博大精深，是一个系统科学的理论体系。“八个明确”的主体内容、“十四个坚持”的基本方略，构成这一思想的核心内容。习近平新时代中国特色社会主义思想，是新时代中国共产党的思想旗帜，是国家政治生活和社会生活的根本指针，是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义。

教学方式：线上+线下相结合

线下课堂教学以班级为单位组建学习小组，把思政课教学内容切割成若干个单元或分解成若干个“任务”以“故事”、“案例”、“问题链”等形式驱动学生认领任务，解决任务并向教师汇报任务完成情况和学习所获情况，教师再根据情况做适当的点评和补充；以学生为主体，充分调动学生的学习主动性和积极性，提升课堂知识和思想的获得感。

(3)思想道德与法治（必修）

学时：48； 学分：3； 考核方式：考试

通过对思想道德教育与法律基础知识的学习，使学生具有强烈的社会责任感，明确的职业理想和良好的职业道德和较强的法纪观念，遵纪守法，品行端正，讲公德，守纪律，吃苦耐劳，乐于奉献。

教学方式：线上+线下相结合

线下课堂教学以班级为单位组建学习小组，把思政课教学内容切割成若干个单元或分解成若干个“任务”以“故事”、“案例”、“问题链”等形式驱动学生认领任务，解决任务并向教师汇报任务完成情况和学习所获情况，教师再根据情况做适当的点评和补充；以学生为主体，充分调动学生的学习主动性和积极性，提升课堂知识和思想的获得感。

(4)形势与政策（必修）

学时：16； 学分：1； 考核方式：考查

通过对形式政策的学习，使学生了解国内外大事、要事，增强对社会发展趋势预测的能力，更快的适应社会的发展和要求。

教学方式：以讲座形式完成，每个系部的第一次讲座集中由学院领导负责开讲。

(5)中国四史(党史、国史、改革开放史和社会主义发展史) (限选)

学时：16+16； 学分：1+1； 考核方式：考查

党史、国史、改革开放史和社会主义发展史是马克思主义中国化史，通过学习党史、国史、改革开放史和社会主义发展史，使学生正确了解党情、国情，懂得共产党人的初心，更加坚定理想信念，紧跟党走，为早日实现中华民族伟大复兴的中国梦努力学习。

(6)体育与健康I (必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

包括基础体育，第1学期每星期2节。通过该课程的学习，使学生了解和掌握健身、强体的基础知识、基本技术和方法，增强学生体质，全面提高学生的身体、心理素质、思想品德，发展学生的个性。培养学生对体育兴趣、爱好，养成自觉锻炼身体的习惯，为职业发展和终身体育奠定良好的基础。

(7)体育与健康II (任选)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

包括健美操(含形体训练)第2学期，通过该课程的学习，使学生拥有健美的体魄及优美的形体，为后期进入职场做好准备。

(8)大学英语I (必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考试

培养学生的阅读能力和一定听、说、读、写、译的能力。让学生打好语言基本功，能用英语交流信息的同时，也掌握实际应用英语的能力。

(9)大学英语II (任选)

学时：32+32； 学分：2+2； 考核方式：考查

分商务英语或“专升本”(或考级)英语。商务英语，主要让学生掌握所学专业的专业词汇和商务环境下常用表达方法，能适应职场的语言要求；“专升本”或考级英语，主要为学生参加“专升本”、“高等院校英语应用能力考试”和“大学英语四级考试”作好准备。“专升本”英语由线上线下教学组成，承担此课程的教师必须熟悉专升本英语考试规则和题型。

(10)计算机操作与应用I (必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考试

熟练掌握Word文字处理软件、Excel表格处理软件、powerpoint的基本知识和基本操作，并能使用Word、Excel编辑和处理文档，会用powerpoint制作提纲文件。通过该课程的学习，学生应熟练掌握现代化办公基本技能，具备基本信息素养。

(11)计算机操作与应用II（任选）

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

在熟练运用Word、Excel、powerpoint编辑和处理文件的基础上。能进行电脑的软、硬件的安装、调试。能进行网络的设置和故障的排除。针对本专业，增加了解、学习相关专业通用软件如photoshop等的使用。

(12)高等数学I（必修）

学时：32； 学分：2； 考核方式：考试

高等数学是三年制高职高专院校各专业必修的一门重要的文化基础、工具课程。它对培养和提高学生的思维能力、创新能力、科学素质以及应用数学解决实际问题的能力都有着重要的作用，是学生学习各专业知识的基础。

(12)高等数学II（任选）

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

针对各专业的各种实际问题，建立数理统计概念、运用数学软件进行计算、综合运用所学知识分析与解决实际问题的能力。由线上线下教学组成，承担此课程的教师必须熟悉专升本数学考试规则和题型。

(13)应用文写作 I（必修）

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

针对本专业的写作需要，完成各种海报内容制作、部门通知、补货函件等写作内容的训练，提升学生综合运用所学知识分析与解决实际问题的能力。

(14)应用文写作II（任选）

学时：64； 学分：4； 考核方式：考查

专升本语文，针对各专业的各种实际问题，提升学生文学素养及相关知识运用能力、综合运用所学知识分析与解决实际问题的能力。由线上线下教学组成，承担此课程的教师必须熟悉专升本语文考试规则和题型。

(15)职业规划与就业指导（必修）

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

该课程结合当前就业形势和学生学习、生活实际，从职业与人生入手，有针对性地阐述了职业、职业发展规划、就业、创业等内容，指导大学生正确认识自我、塑造自我，对大学生尽早明确学习目标、掌握制定职业发展规划的方法，立足于提高大学生的综合素质，树立正确的就业观念，具备就业市场应变的能力。该课程分为两个模块结构：课内教学（20学时）+课外指导（12学时）。

(16)职业健康与大学生安全教育（任选）

学时：16； 学分：1； 考核方式：考查

教学方式：线上+线下相结合，线上网络课程，线下：安全教育的主题班会+学院安全检查、安全危机预防教育

通过本门课程的学习，学生掌握职业健康安全、人身安全教育等的重要性和各类安全常识，并结合典型事故，以例引理地讲述各种安全危机的预防与应对方法，提高安全意识。

(17)心理健康教育(必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

通过本门课程的学习，培养学生良好的心理素质，促进学生身心全面和谐发展和素质全面提高。该课程分为两个模块结构：课内教学（16学时）+课外活动（16学时）。

(18)生态文明（限选）

学时：16； 学分：1； 考核方式：考查

通过课程学习，让学生了解生态文明概念和基本内涵，生态文明建设的目标，对国家把生态文明建设列为重大和系统的国家战略有更深层次的理解，国家开展建设生态文明的意义。

(19)中华文化与历史传承(必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

中国是文明古国、礼仪之邦，重德行、贵礼仪，在世界上素来享有盛誉。自古以来，中华民族传统美德始终是中华民族赖以生存和发展的道德根基和思想基础，始终是中华民族赖以生存和发展的重要精神支柱和精神动力。通过本门课程的学习，让学生了解中华民族的传统文化和美德，使学生们先做到内心世界的充实，有了民族底气，有了文化底蕴，面对各种文化的渗透，才不会迷失方向，丧失中国人的本色。

(20)艺术鉴赏与审美体验(必修)

学时：32； 学分：2； 考核方式：考查

通过本门课程的学习，让学生了解艺术鉴赏方法，通过艺术欣赏教育，陶冶和净化学生的情感，来培养美好和谐的情感和心灵，促进学生的身心健康等。

2. 专业项目课程

(1) 连锁企业认知(必修)

项目课程	企业、行业认知		实施学期	第一、二、四学期
学时总数	48		学分	3
课程目标	<p>(1)知识目标： 了解连锁、物流行业的基本情况，包括行业的发展历史、发展进程、行业的市场容量及行业的社会地位等方面内容。</p> <p>(2)能力目标： ①能在对连锁行业有总体的了解及调研后，进一步分析其发展趋势及前景，可通过网络平台完成相关数据的收集。 ②能在全面了解所连锁、物流行业的情况后，需要结合自身的专业知识和综合能力，对连锁、物流行业的发展现状做总结，并给出相关的建议； ③具备服务顾客的职业礼仪与良好的表达。</p> <p>(3)素质目标： ①了解连锁经营行业相关管理制度、企业文化及法律法规； ②具有健康身心素质； ③沟通交流具有严谨工作作风，实事求是学风和创新意识； ④具备一定的学习能力，具备良好的信息素养； ⑤具备良好的整体性思维</p>			
主要教学内容	<p>(1)专业素质拓展 专业素质拓展训练旨在培养学生认识所学专业、进行爱国主义教育，培养学生开发自身潜能，增强自信心，改善自身形象的能力；帮助学生克服心理惰性，磨练战胜困难的毅力；能够启发学生想象力与创造力，提高分析问题和解决问题的能力；使学生深入认识团队的重要性，增进自己的责任心，改善人际关系，学会关心，学会帮助，能够融洽的融入团队。</p> <p>(2)企业文化认知 了解连锁经营行业特点、岗位设置及人员要求及工作流程；了解连锁经营行业相关管理制度、企业文化及法律法规；体验连锁经营行业企业岗位实践、了解从业人员的所需基本素养。</p> <p>(3)职业核心的能力 职业核心能力包括职业形象与礼仪、职业口才训练内容。职业形象与礼仪通过基本仪态训练，仪容仪表修饰的指导，结合企业应聘、工作、就餐三个场景的模拟表演，使学生了解礼仪的相关知识及规范，掌握待人接物的礼仪技巧，培养学生良好的职业形象和服务礼仪规范。职业口才训练从职业行为导向的教育理念出发，结合语言能力训练和实践工作中语言应对技巧训练两个模块，训练语言能力和口才艺术，形成了“循序渐进、螺旋上升”的口才训练模式。职业核心能力的实训为学生奠定良好的职业礼仪及口才基础，以利于学生更好的走向职场，成为合格的职业人。</p>			
教学团队（企业人员占比40%）	任课教师姓名	职称	职业资格	在本课程中的任务（包括课时、学分）
	王瑜	讲师	品酒师	职业核心能力部分：16学时，1学分
	曾祯	助教	物流服务师	专业素质拓展部分：16学时，1学分
	企业教师（柏青）		高级人力资源师	行业企业认知：16学时，1学分
教学设施（包括耗材）	多媒体教室、企业设施设备			

教学资源 (包括教材、 标准)	《沃尔玛工作手册》
教学方法和手段	讲座+仪态训练+企业实地参观
考核方案 (包括知识、 能力、素质评价)	出勤情况20%；课堂表现30%；小组实践作业50%
质量管理	<p>此项目课程是对企业初步认知的基础性课程，校企双方教师参与、按照企业要求的职业素养来完成。</p> <p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>

(2)企业运营与管理基础（“校园展销会”策划与实施）（必修）

项目课程	连锁企业运营基础	实施学期	第二学期
学时总数	224	学分	14
课程目标	<p>(1)知识目标： ①管理学基础知识 ②推销及谈判的基础知识 ③供应链管理基础知识 ④掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理； ⑤能够撰写市场调查方案、掌握市场调查的基础知识等； ⑥了解市场分析等工作，包括SWOT分析，五力竞争分析报告等基本知识。</p> <p>(2)能力目标： ①能够掌握四大基本管理能力，即计划与决策能力、组织与人事能力、领导与沟通能力、控制与评价能力； ②能够具备基层管理岗位的综合技能与素质； ③能够具备运用供应链管理的方法对供应链结构进行管理、优化的能力； ④能够具备运用推销、商务谈判方法的能力； ⑤能够处理管理工作中的应急事件； ⑥能够收集相应反馈信息并进行归纳、分析和总结能力； ⑦能够熟练掌握常用word等办公软件的使用； ⑧在线学习平台、超星学习通的熟练运用； ⑨网络资源搜索、数据筛选的能力； ⑩能够熟练使用调查基调，完成市场调查、市场分析的能力。</p> <p>(3)素质目标： ①了解公司组建、运营过程中基本法规制度，树立法制观念； ②具有健康身心素质； ③沟通交流具有严谨工作作风，实事求是学风和创新意识； ④具备一定的学习能力，具备良好的信息素养； ⑤具备良好的整体性思维。</p>		
主要教学内容	<p>(1)管理学与供应链管理（考试） 情境一：筹建公司（管理概念、特征、机构设置、人员招聘、组织文化与管理制度的建立、公司相关资料、制度拟定）； 情境二：校园展销会(供应链、供应链管理概念、产品生命周期、供应链风险管理、库存控制、物流管理、校园展销会营销活动商品供应链的设计及构建与优化、校园展销会营销活动策划、组织方案的编制)</p> <p>(2)经济学基础（考查）</p>		

	<p>经济学基础知识，均衡价格理论，运用经济学的分析方法分析问题和解决问题的能力；生产理论，消费经济学知识，分配理论等，指导商品展销会选品、采购、销售等。</p> <p>(3)市场调查与预测（考查）</p> <p>通过本课程学习，培养、提高学生市场调查的能力，掌握各种调查的基本理论与方法，对学生进行思维训练和写作训练；运用所学知识熟练完成市场调查报告撰写、市场调查、推销方案、校园展销会方案撰写。同时让学生学习和掌握各种应用文的基本理论和写作方法，通过对学生的思维训练和写作训练，让学生把所学知识熟练地运用在实际工作中，并能恰当选择文种，写出符合规范的各种应用文。</p> <p>(4)商务谈判与推销技巧（含企业课程）</p> <p>情境一：推销（推销的概念、方法、技巧等），进行模拟训练并让学生将相应技巧熟练运用于商品展销环节中；</p> <p>情境二：商务谈判(商务谈判的概念、流程、技巧等)，进行模拟谈判并让学生将相应技巧运用在商品展销环节进货环节与供货商谈判及商品展销现场与客户商谈中。</p> <p>企业课程：根据实习企业类型及岗位，由企业指导教师安排教学及实践。</p>			
教学团队（企业人员占比40%）	任课教师姓名	职称	职业资格	在本课程中的任务（包括课时、学分）
	吴荣	教授	人力资源管理师、高级理财规划师	管理学与供应链管理部分：64课时、4学分
	李秀丽	教授	人力资源管理师、律师	商务谈判与沟通技巧部分：32课时、2学分
	方维	副教授	中级人力资源管理师、高级物流管理师	经济学基础部分：32课时、2.学分
	曾祯	助教	物流服务师	市场调查与预测部分：48学时、3学分；商品展销会环节：16课时、1学分
	企业教师（邓璐）		高级人力资源师	商务谈判与沟通技巧（企业课程）部分：32课时、2学分
	企业教师（柏青）		人力资源师	经济学基础（供应、需求）
教学设施（包括耗材）	多媒体教室、商务谈判实训室、商超一体化教学实践中心、市场营销实训室			
教学资源（包括教材、标准）	<p>(1)信息化教学资源</p> <p>在本课程的理论教学阶段，为提高教学效果及教学效率，教师自己制作的多媒体课件和在线课程资源开展教学，通过视频技术直观地向学生展示教学内容，取得了良好的教学效果，同时教学效率也得到了提高。</p> <p>(2)教材要求</p> <p>教材的选用原则上是选用国家规划的高职高专教材，围绕课程思政目标，运用马克思思想、毛泽东思想、邓小平理论等方法论，体现习近平新时代中国特色社会主义思想，在此基础上以“教、学、做一体化”为主导思想，内容上应充分体现以能力为本位、以职业技能为重点，自编讲义，尽量做到由任务驱动教学，内容展开以完成课程为主线，理论知识的取舍以完成工作任务为依据。</p>			
教学方法和手段	<p>(1)案例教学：在每一个子项目中，几乎都安排有案例教学，通过老师给出的案例，设计案例分析要点。</p> <p>(2)小组讨论法：学生参与小组讨论，教师点拨和启发了学生的思维，同时也锻炼了学生的胆量、口才、反应能力等商贸服务类人才所应具备的能力。</p> <p>(3)情景模拟：根据工作任务的需要，可以进行顾客情境模拟，分析出应对推销、谈判策略，提升学生的应变能力和沟通能力。</p>			
考核方案（包括知识、能力、素质评	项目按照日常评分+项目评分综合对学生进行考核，其中课程出勤占10%；公司组建、企业文化项目占10%；市场调研项目占10%；商务谈判方案、推销方案、商品展销策划方案撰写占10%；推销、谈判模拟项目占20%；商品展销实操占10%；成果			

价)	评价占30%。各项考核均采用校内外教师共同执行评分。
质量管理	<p>此项目是职业技能等级证书在企业运营管理中的基础课程，校企双师施教，注重课程过程化管理，采用过程化考核保证学生学习质量。</p> <p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>

(3)连锁超市节日期间商品销售活动策划与实施(必修)

项目课程	零售商品营销	实施学期	第三学期
学时总数	208	学分	13
课程目标	<p>(1)知识目标:</p> <p>①理解消费者购买决策的变化过程，掌握消费者形成购买行为的过程；</p> <p>②理解客户关系管理的本质、客户接待的技巧和方法；</p> <p>④掌握客户异议及投诉的技巧方法、客户服务与管理的重点；</p> <p>⑤理解针对不同群体特征制定相应的营销策略的方法；</p> <p>⑥掌握创新产品、商品品名、商标、包装装潢、商品价格等与消费者消费行为的关系，掌握新产品设计、商标设计和商品定价策略的实际应用技巧；</p> <p>⑦掌握固定资产增加、折旧、减值和处置的核算；</p> <p>⑧掌握无形资产增加、摊销、减值的核算的基本概念；</p> <p>⑨了解非流动负债概念、特点及类别；理解所有者权益的性质、特征和类别，掌握实收资本、资本公积、盈余公积、未分配利润的核算；</p> <p>⑩理解收入的概念和特点，了解提供劳务收入和让渡资产使用权收入的核算，掌握销售商品收入的核算；掌握销售费用、管理费用和财务费用的核算；掌握本年利润、利润分配的核算。</p> <p>(2)能力目标:</p> <p>①能够准确把握消费者的心理及行为特点；</p> <p>②能够根据消费者心理、行为对其进行接待、销售等服务；</p> <p>③具备发掘客户，维系客户的能力；</p> <p>④能选择和实施正确的客户服务与管理方法；</p> <p>⑤熟练掌握各类会计要素及常用账户的核算；</p> <p>⑥借助商务谈判实训室、形体实训室等开展客户服务工作；</p> <p>⑦能正确分析客户服务与管理的成败、能发掘客户，维系客户；</p> <p>⑧能选择和实施正确的客户服务与管理方法；</p> <p>⑨能对零售商品进行针对性的营销。</p> <p>(3)素质目标:</p> <p>①能具备团结协作的态度，吃苦耐劳的精神；</p> <p>②具有较强的社会适应能力、人际沟通能力和社交能力；</p> <p>③熟练掌握各类会计要素及常用账户的核算；</p> <p>④能够按照会计岗位的基本要求处理日常经济业务；</p> <p>⑤具备从事会计工作的基本业务能力；</p> <p>⑥做事专注、严谨细致、有耐心；</p> <p>⑦培养积极进取、乐观向上、健康平和的心态和抗压能力</p> <p>⑧提升自主学习、自我专研的能力；</p> <p>⑨培养善于与人沟通、乐于服务意识；</p> <p>⑩培养团队协作意识，培养分析问题、解决问题、信息处理的能力；</p> <p>⑩培养安全责任意识，培养创新创造精神和实践能力。</p>		

<p>主要教学内容</p>	<p>(1)消费者心理学与行为学（考查） 项目一：影响消费者行为的因素； 项目二：影响消费者行为的因素； 项目三：数值化时代下消费者的消费过程分析。</p> <p>(2)连锁企业会计核算（考查） 项目一：商品流通企业基本知识； 项目二：连锁企业的核算； 项目三：连锁企业门店及往来的核算； 项目四：鲜活商品的核算； 项目五：会计报表的编制。</p> <p>(3)客户服务与管理（考查） 项目一：客户认知； 项目二：售前服务； 项目三：售中服务； 项目四：售后服务； 项目五：客户服务拓展训练。</p> <p>(4)营销学与零售商品营销（考查） 了解零售、零售营销的概念；零售行业现状，并能掌握零售营销学的研究对象及研究方法，零售业态的定义、分类、现状及未来发展策略。分析政治法律环境、经济环境、技术环境、社会环境下，顾客购买决策理论、类型及过程分析。</p>			
<p>教学团队（企业人员占比40%）</p>	<p>任课教师姓名</p>	<p>职称</p>	<p>职业资格</p>	<p>在本课程中的任务（包括课时、学分）</p>
	<p>李秀丽</p>	<p>教授</p>	<p>人力资源管理师、律师</p>	<p>消费者心理与行为学部分：48课时、3学分</p>
	<p>令狐荣波</p>	<p>助教</p>	<p>人力资源师（中级）</p>	<p>连锁企业会计核算部分：64课时、4学分</p>
	<p>方维</p>	<p>副教授</p>	<p>中级人力资源管理师、高级物流管理师</p>	<p>客户服务与管理部分：32课时、2学分</p>
	<p>杨晓静</p>	<p>讲师</p>	<p>互联网营销师考评员</p>	<p>营销学与零售商品营销部分：64课时、4学分</p>
	<p>企业教师（邓璐）</p>		<p>高级人力资源师</p>	<p>客户服务与管理（客户投诉处理）</p>
	<p>企业教师（孙婧涵）</p>			<p>消费者心理与行为学部分（消费者心理分析）</p>
<p>教学设施（包括耗材）</p>	<p>多媒体教室、市场营销实训室、新商科智慧学习工场</p>			
<p>教学资源（包括教材、标准）</p>	<p>(1)信息化教学资源 在本课程的理论教学阶段，为提高教学效果及教学效率，教师自己制作的多媒体课件和在线课程资源开展教学，通过视频技术直观地向学生展示教学内容，取得了良好的教学效果，同时教学效率也得到了提高。</p> <p>(2)教材要求 教材的选用原则上是选用国家规划的高职高专教材，围绕课程思政目标，运用马克思主义思想、毛泽东思想、邓小平理论等方法论，体现习近平新时代中国特色社会主义思想，在此基础上以“教、学、做一体化”为主导思想，内容上应充分体现以能力为本位、以职业技能为重点，自编讲义，尽量做到由任务驱动教学，内容展开以完成课程为主线，理论知识的取舍以完成工作任务为依据。</p>			
<p>教学方法和手段</p>	<p>(1)案例教学：在每一个子项目中，几乎都安排有案例教学，通过老师给出的案例，设计案例分析要点，让学生参与讨论，点拨和启发了学生的思维，同时也锻炼了学生的胆量、口才、反应能力等营销策划人才所应具备的能力。</p> <p>(2)情景模拟：根据工作任务的需要，可以进行顾客情境模拟，分析出应对沟通策略，提升学生的应变能力和沟通能力。</p>			

考核方案 (包括知识、能力、素质评价)	学生的成绩评定按照平时成绩+方案策划+小组合作考评成绩构成，其中平时成绩占30%，主要通过平时作业成绩、课堂表现及到课率等进行评定；方案策划可实施性评价占50%，设立实践调研课题，要求学生以组为单位，形成调研报告并进行多媒体展示，通过考察学生的实践能力，协作能力、资料整合能力、写作能力、口语表达能力、礼仪修养等方面进行综合评定；小组合作考评占20%，采取小组互评进行考核评价。
质量管理	此项目是职业能力等级证书在企业运营资金管理方面的基础，涵盖1+X证书财务数字化基础知识、互联网营销师的基础知识考评的内容。 (1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。 (2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。

(4)国内中小型连锁企业运营管理(限选)

项目课程	连锁企业管理	实施学期	第三、四学期	
学时总数	304	学分	19	
课程目标	<p>(1)知识目标：</p> <ul style="list-style-type: none"> ①掌握卖场形态构成原理，卖场色彩配置方法，卖场气氛设计方法； ②掌握商品陈列的主要原则和具体要求，卖场展示设计特点及方法； ③掌握橱窗设计风格及主体设计方法； ④掌握物流管理的相关理论知识； ⑤掌握仓储与配送的相关理论知识和方法； ⑥掌握特许经营合同各部分基础知识； ⑦掌握编写和按照门店运营管理手册知识。 <p>(2)能力目标：</p> <ul style="list-style-type: none"> ①具备物流仓储、配送管理的能力； ②具备卖场规划及布局能力，卖场形态构成能力，卖场色彩配置能力； ③具备橱窗设计能力； ④具备门店形象规划的能力，门店内外部规划的能力； ⑤具备卖场道具、照明、POP、音乐效果设计能力； ⑥具备运用运营管理制度和机制监督、检查门店经营管理营运状况的能力； ⑦具备特许经营谈判、合同编制等能力。 <p>(3)素质目标：</p> <ul style="list-style-type: none"> ①做事专注、严谨细致、有耐心； ②培养积极进取、乐观向上、健康平和的心态和抗压能力 ③养成勤于动手动脑的习惯； ④树立审美意识，提高商品陈列的美学意识； ⑤提升职业道德、职业素养； ⑥提升自主学习、自我专研的能力； ⑦培养质量意识和效率意识； ⑧培养善于与人沟通、乐于服务意识； ⑨培养团队协作意识，培养分析问题、解决问题、信息处理的能力； ⑩培养安全责任意识，培养创新创造精神和实践能力。 			

主要教学内容	<p>(1)物流管理（考查） 任务一：物流体系的建立； 任务二：物流公司经营管理； 任务三：物流企业现场管理； 任务四：货物管理。</p> <p>(2)仓储与配送管理（考试） 项目一：仓库配送认知； 项目二：仓库出入库作业； 项目三：仓库管理； 项目四：配送组织与管理。</p> <p>(3)特许经营管理（考查） 项目一：特许经营管理认知； 项目二：特许经营方案的设计； 项目三：特许经营合同的撰写； 项目四：特许经营手册和招商手册的拟定； 项目五：单店运营； 项目六：特许经营体系的推广。</p> <p>(4)卖场商品陈列设计（考试） 情境一：门店布局认知； 情境二：卖场外部空间规划； 情境三：卖场内部设计； 情境四：卖场橱窗设计； 情境五：商品陈列技术； 情境六：商品分类陈列技术。</p> <p>(5)连锁经营与管理实务（考查） 情境一：连锁经营体系构建； 情境二：店铺开发与设计； 情境三：连锁企业商品管理； 情境四：连锁企业配送管理</p> <p>(6)技能考证（考查） 根据《2022年度“技能贵州”行动实施方案》及职业要求，通过仓储与配送管理、物流管理课程前期理论及实操技能的积累，进行工商企业管理专业系列资格考证培训，使学生顺利取得相应等级证。通过制定详细培训方案，进行培训、考核、完成考证。</p> <p>(7)模拟连锁超市铺货实训（考查） 模拟连锁超市铺货实训主要通过商超一体化教学实践中心来让学生完成商品预定、货款支付、入库、商品陈列、客户接待、销售、售后等全过程。让学生通过教学实践中心来了解沃尔玛的门店运营流程，提升学生相关职业技能。</p>			
教学团队（企业人员占比40%）	任课教师姓名	职称	职业资格	在本课程中的任务（包括课时、学分）
	李申	讲师	物流师中级、物流服务师考评员	物流管理部分：64课时、4学分 连锁经营与管理实务部分：64课时、4学分 职业技能考证部分：16课时、1学分
	王苑	高级实验师	中级物流师	卖场商品陈列设计部分：64课时、4学分
	曾祯	助教	物流服务师	仓储与配送管理部分：32课时、2学分 模拟连锁超市铺货实训部分：16学时，1学分
	王萌	讲师		特许经营管理部分：32课时、2学分

	企业教师（柏青）	副教授		模拟连锁超市铺货实训（货物排面整理、布置）
	企业教师（邓璐）		高级人力资源师	连锁经营与管理实务（连锁企业管理部门结构、具体功能）
教学设施 (包括耗材)	多媒体教室、市场营销实训室、商超一体化教学实践中心			
教学资源 (包括教材、标准)	<p>(1)信息化教学资源 在本课程的理论教学阶段，为提高教学效果及教学效率，教师自己制作的多媒体课件和在线课程资源开展教学，通过视频技术直观地向学生展示教学内容，取得了良好的教学效果，同时教学效率也得到了提高。</p> <p>(2)教材要求 教材的选用原则上是选用国家规划的高职高专教材，围绕课程思政目标，运用马克思主义思想、毛泽东思想、邓小平理论等方法论，体现习近平新时代中国特色社会主义思想，在此基础上以“教、学、做一体化”为主导思想，内容上应充分体现以能力为本位、以职业技能为重点，自编讲义，尽量做到由任务驱动教学，内容展开以完成课程为主线，理论知识的取舍以完成工作任务为依据。</p>			
教学方法和手段	<p>(1)任务驱动法：采用真实企业的案例资料，以完成每一任务为目标，让学生根据任务实际工作过程所需技能的操作方法和规范要求进行学习，在具体操作过程中产生对基本技能的需求，针对其需求引入相关理论知识，用工作任务驱动学生积极主动地进行学习和训练，有效地调动学生对操作技能和理论知识学习的积极性，实现实践理论一体化。</p> <p>(2)案例教学法：以真实企业实际发生的事项为案例，导入每一工作任务需要掌握的知识和技能，再以学生身边实例加以讲解，使抽象的理论通过浅显明了的案例变得通俗易懂。</p> <p>(3)情景模拟：模拟完成商超铺货、货物陈列、商品出入库、组托、补货、配送等全流程，让学生了解商超运行的基本知识及技能。</p>			
考核方案 (包括知识、能力、素质评价)	<p>本课程全部以日常作业作为考核结果，其中过程性考核包括有：思想教育、基本理念、专题作业、调研活动、实操训练、表达能力、学习态度等。考核标准主要有以下3个：</p> <p>(1)思政教育考核（30%），思想觉悟端正，包括尊师重道、团结同学、为人谦卑、待人友善；学习态度积极，包括上课出勤情况、学习活动参与情况、作业完成情况、课堂违纪情况。</p> <p>(2)学习过程考核（30%），包括项目完成情况、任务项目完成质量、实践操作。</p> <p>(3)综合实训报告（40%），主要是针对实践项目进行分析的结果正确性情况。</p>			
质量管理	<p>此项目课程是职业能力等级证书--物流服务师考证的重要内容，也是货运代理技能大赛中需要掌握的基本知识。</p> <p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>			

(5)企业经营模拟(必修)

项目课程	连锁企业经营	实施学期	第三、四学期
学时总数	128	学分	8

<p>课程目标</p>	<p>(1)知识目标： ①了解一个企业的真实运作流程； ②理解企业成功运营的关键因素； ③掌握战略决策、营销管理、财务管理、人力资源管理、网络营销以及团队管理相关知识；</p> <p>(2)能力目标： ①培养学生经营意识与规划能力； ②培养具体问题具体分析，灵活决策的能力； ③培养沟通协作能力； ④培养组织领导技能； ⑤拓展经营管理知识体系，提升经营管理技能。</p> <p>(3)素质目标： ①培养学生企业经营管理的全局观； ②培养学生的团队意识与合作精神； ③培养学生的风险与责任意识； ④全面提高学生的双赢理念、团队精神、诚信观念等综合素质。</p>			
<p>主要教学内容</p>	<p>(1)模拟连锁企业经营管理（ERP）（考查） 项目一：课程基础认知； 项目二：团队组建与企业调研； 项目三：模拟经营规则； 项目四：经营流程与初始年运营； 项目五：在实践中成长； 项目六：经营分析与评价。</p> <p>(2)连锁企业信息应用管理（考查） 项目一：连锁企业信息系统认知； 项目二：连锁企业总部信息系统； 项目三：连锁门店信息系统； 项目四：连锁企业配送中心信息系统； 项目五：连锁企业客户信息管理； 项目六：商品编码技术应用。</p> <p>(3)网络营销（考查） 情境一：理论基础； 情境二：工作方法； 情境三：营销策略。</p>			
<p>教学团队（企业人员占比40%）</p>	<p>任课教师姓名</p>	<p>职称</p>	<p>职业资格</p>	<p>在本课程中的任务（包括课时、学分）</p>
	<p>令狐荣波</p>	<p>助教</p>	<p>中级人力资源管理师、中级理财规划师</p>	<p>模拟连锁企业经营管理（ERP）部分：64课时、4学分</p>
	<p>企业教师（孙婧涵）</p>			<p>网络营销部分：32课时、2学分</p>
	<p>企业教师（柏青）</p>		<p>高级人力资源师</p>	<p>连锁企业信息应用管理部分：32课时、2学分</p>
<p>教学设施（包括耗材）</p>	<p>多媒体教室、电子沙盘实训室、电子商务实训室</p>			
<p>教学资源（包括教材、标准）</p>	<p>(1)信息化教学资源 在本课程的理论教学阶段，为提高教学效果及教学效率，教师自己制作的多媒体课件和在线课程资源开展教学，通过视频技术直观地向学生展示教学内容，取得了良好的教学效果，同时教学效率也得到了提高。</p> <p>(2)教材要求 建议本课程使用的教材为高职高专规划教材及企业工作手册。</p>			

<p>教学方法和手段</p>	<p>(1)情景教学：为充分调动学生的学习积极性，利用物理沙盘道具以游戏教学的方式让学生扮演企业的各种角色在具体的物理沙盘盘面上进行操作，让学生在企业经营决策的过程中，体验得失、总结成败，对企业的运作有一个感性认识。</p> <p>(2)角色扮演法：本课程授课采用岗位经营实训，把学生分成6-10个小组，每个小组的学生在经营企业中扮演一定的角色，如:首席执行官、市场总监、财务总监、生产总监、采购总监等，对这个经营企业进行为期六年的经营对抗（比赛）。学生根据自己的职业兴趣和专业特色选择自己的角色和合作伙伴，明确自己在经营企业中的角色，深刻理解不同岗位的职责，及所需的职业素养，通过亲身实践企业经营管理的全过程去主动验证所学理论、积极探究没有学习的知识，培养所需各种能力。</p> <p>(3)分组讨论法：让学习者“在参与中学习”，每个同学都要在经营企业中扮演一个角色，充分协商，参与决策过程。整个团队要相互信任，相互扶持，才能做好科学决策，实现稳健经营。改变了传统理论授课填鸭式教学单调呆板难以消化的局面，真正实现“以学生为主体，以教师为主导”的授课方式。</p> <p>(4)案例教学法。我们在理论教学中穿插企业经典盈亏案例，用以解释概念和原理。另外，在教学中收集以往竞赛方案，包括校赛、省赛的成功经验与不足，进行系统分析和点评。</p>
<p>考核方案 (包括知识、能力、素质评价)</p>	<p>本课程模拟考核以小组运营成绩和总结报告中的问题及改进分析的内容和深度评定。考核标准为：企业经营所有者权益拼排名40%+经营活动记录齐全30%+团队合作20%+交互式总结点评10%。随着课程体系建设的日益完善，将按照基于工作过程的课程开发理念，逐步引入职业资格认证体系，建立能力和素质考核标准。</p>
<p>质量管理</p>	<p>此项目课程是职业能力等级证书在企业运营管理的核心课程，也是ERP沙盘模拟技能大赛中需要掌握的企业运营内容。</p> <p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>

(6)小型连锁店的开发方案(任选)

项目课程	创业教育课程	实施学期	第四学期
学时总数	112	学分	7
课程目标	<p>(1)知识目标：</p> <p>①掌握门店形象规划及内外部规划的原则和内容；</p> <p>②掌握商品分类的原则，商品组合的方式及优化步骤；</p> <p>③掌握供应链管理目标和方法。</p> <p>(2)能力目标：</p> <p>①掌握不同的移动电商平台的注册及使用方法；</p> <p>②通过业绩分析为门店选址做出合理的建议；</p> <p>③能根据不同的门店位置设计配送方法；</p> <p>④能根据本量利分析的结果，提出成本控制方法；</p> <p>⑤按照计划、组织、领导和控制职能对门店营运情况进行管理的能力；</p> <p>⑥具备编写和按照门店营运管理手册对门店经营管理进行指导的能力；</p> <p>⑦按照总部对门店营运管理提供服务的要求进行相应服务的能力。</p> <p>(3)素质目标：</p> <p>①培养学生团结协作的态度，吃苦耐劳的精神；</p> <p>②培养学生从实际出发分析问题，解决问题能力；</p> <p>③培养学生较强的社会适应性、灵活性与自我调控能力；</p> <p>④培养学生较强的社会适应能力、人际沟通能力和社交能力。</p>		

主要教学内容	<p>(1)商圈分析与门店选址（考查） 项目一：店铺开发要义； 项目二：商圈调查与分析； 项目三：好店址因素分析； 项目四：连锁店铺开发的整体布局。</p> <p>(2) 移动电商（考查） 项目一：公众号平台； 项目二：内容电商平台； 项目三：短视频平台； 项目四：独立电商平台； 项目五：第三方电商平台； 项目六：直播平台； 项目七：O2O电商； 项目八：朋友圈营销； 项目九：社群营销； 项目十：移动营销综合实战。</p> <p>(3)连锁门店运营（考查） 项目一：连锁门店设立； 项目二：连锁企业门店的组织结构与人员配置； 项目三：连锁店长的作业化管理； 项目四：连锁企业门店理货员与营业员作业管理； 项目五：连锁企业门店收银作业管理； 项目六：连锁企业门店卖场的规划与管理； 项目七：连锁企业门店现场服务管理； 项目八：连锁企业门店促销活动的组织与实施； 项目九：连锁企业门店商品管理； 项目十：连锁门店防损与安全管理。</p>			
教学团队（企业人员占比40%）	任课教师姓名	职称	职业资格	在本课程中的任务（包括课时、学分）
	吴小祯	讲师	互联网营销师	移动电商部分：32课时、2学分
	企业教师（柏青）		人力资源师	商圈分析与门店选址部分：32课时、2学分 连锁门店运营部分：32课时、2学分
教学设施（包括耗材）	多媒体教室、电子商务综合实训室、企业			
教学资源（包括教材、标准）	<p>本课程要大力加强信息化教学手段建设，建立纸质、声音、电子、网络等多种媒体构成的立体化教学载体。</p> <p>(1)教材。建议本课程使用的教材为高职高专规划教材或企业工作手册。</p> <p>(2)多媒体教学。本课程实行全程多媒体授课，并逐步建立与完善助学课件与课程考核及课程管理的计算机化。</p>			
教学方法和手段	<p>本课程是一门理论结合实践特色鲜明的课程，注重探究性、协作性和综合性学习，灵活运用多种先进的教学方法。</p> <p>(1)案例分析：通过分组案例讨论，同时紧密结合当现代物流最新发展趋势，使学生知晓各种移动电商及商圈分析等内容；</p> <p>(2)专家讲座。聘请沃尔玛教师或其他行业的业务拓展部门负责人给学生开展讲座，调动学生积极性，锻炼他们思考问题、分析问题的能力，增强他们对门店选址开发等业务及工作环境的真实感受。</p> <p>(3)任务驱动法：以小组为单位进行商圈调查、开店的可行性分析、门店选址、门店内外部设计、CIS设计等，每位学生都要参预工作全过程的演练。</p>			
考核方案（包括知识、能力、素质评价）	<p>学生的成绩评定以突出阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价为指导，以评奖激励为手段，主要根据理论认知的掌握（30%）、参与性和项目作业（40%）、综合报告（30%）三方面构成。除理论认知外，其他两部分的考核要遵循态度与业绩兼顾、规范与创新兼顾的原则，充分吸收各方的评价意见，做到客观公平。</p>			

质量管理	<p>在已经取得职业技能等级证书的基础之上，再进行探究性、协作性和综合性学习。</p> <p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>
-------------	--

(7)连锁企业电子商务管理(任选)

项目课程	连锁企业电子商务管理及运用		实施学期	第五、六学期
学时总数	64		学分	4
课程目标	<p>(1)知识目标</p> <p>①理解电子商务与物流的关系；</p> <p>②熟悉电子商务模式；</p> <p>③熟悉电子商务物流模式；</p> <p>④掌握电子商务的仓储服务流程；</p> <p>⑤熟练掌握入库作业、储存作业、盘点作业、出库作业、补货与退货等作业技能。</p> <p>(2)能力目标</p> <p>①熟悉物流基本流程，能够给客户提供良好的物流服务；</p> <p>②能够根据企业特点，在具体的背景下分析各种条件，选择合适的物流模式；</p> <p>③能具有完成入库储存作业、盘点作业、出库作业、补货与退货的能力；</p> <p>④能够分析库存状况、制定库存管理计划、合理地控制库存；</p> <p>⑤能够对快递公司进行比较，选择合适快递公司的能力。</p> <p>(3)素质目标</p> <p>①具有团结协作精神，乐于助人；</p> <p>②具有健康身心素质；</p> <p>③学会收集、分析、整理参考资料的技能；</p> <p>④养成及时完成阶段性工作任务的习惯，“今日事、今日毕”；</p> <p>⑤具有良好的职业道德和敬业精神。</p>			
主要教学内容	<p>(1)电子商务物流与快递（考查）</p> <p>项目一：电子商务与物流；</p> <p>项目二：电子商务的仓储服务；</p> <p>项目三：电子商务的配送与快递服务；</p> <p>项目四：电商库存管理；</p> <p>项目五：跨境电子商务物流。</p> <p>(2)网店设计（考查）</p> <p>项目一：网点设计认知；</p> <p>项目二：标签与CSS属性；</p> <p>项目三：伪类、动画、表格；</p> <p>项目四：网店设计案例实操；</p> <p>项目五：商业网站案例。</p>			
教学团队（企业人员占比40%）	任课教师姓名	职称	职业资格	在本课程中的任务（包括课时、学分）
	企业教师（柏青）		人力资源师	电子商务物流与快递部分：32课时、2学分
	企业教师（柏青）		人力资源师	网店设计：32课时、2学分
教学设施（包括耗材）	多媒体教室、企业			

教学资源 (包括教材、 标准)	<p>本课程要大力加强信息化教学手段建设，建立纸质、声音、电子、网络等多种媒体构成的立体化教学载体。</p> <p>(1)教材。建议本课程使用的教材为高职高专规划教材或沃尔玛工作手册。</p> <p>(2)多媒体教学。本课程实行全程多媒体授课，并逐步建立与完善助学课件与课程考核及课程管理的计算机化。</p>
教学方法和手段	<p>本课程是一门理论结合实践特色鲜明的课程，注重探究性、协作性和综合性学习，灵活运用多种先进的教学方法。</p> <p>(1)案例分析：通过分组案例讨论，同时紧密结合当现代物流最新发展趋势，使学生知晓物流在电子商务中运用及网店设计所包含的学问，给学生一个全新的知识空间；</p> <p>(2)项目教学法：以企业网站、APP等作为主体，让学生分组完成设计任务。</p>
考核方案 (包括知识、 能力、素质评价)	<p>学生的成绩评定以阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价为指导，以评奖激励为手段，主要根据理论认知的掌握（30%）、参与性和项目作业（40%）、综合报告（30%）三方面构成。除理论认知外，其他两部分的考核要遵循态度与业绩兼顾、规范与创新兼顾的原则，充分吸收各方的评价意见，做到客观公平。</p>
质量管理	<p>(1)根据国家职业技能等级标准和行业、企业相关标准完成课程标准的制定，项目团队共同整理教学资源，依照课程标准统一执行、标准化授课并定期完成教研工作会，确保项目化课程的执行。</p> <p>(2)系部领导、专业教师、行业企业专家、毕业生代表组成专业建设委员会，专业发展、调研等情况进行把关，对课程体系和课程建设作出及时的评价，根据教学情况总结经验，提出改进措施，指导专业教师完成教学标准修订。</p>

3. 专业核心课主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表2所示。

表2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	管理学与供应链管理	管理学的基本盖帘。计划、组织、领导、决策、沟通等方面的理论和实务知识；供应链供应商、制造商、仓库、配送中心、渠道商等构成；供应链的职能及管理方法。
2	连锁经营与管理实务	连锁经营业态、概念与特征、经营战略、组织与结构设计、采购管理、门店管理、物流与配送管理、商品与促销管理、服务管理、内部管理、特许经营实务等。
3	物流管理	物流活动的基本构成；企业物流管理组织结构的类型；运输管理；仓储配送；配送管理；销售物流；生产物流与采购物流比较；电子商务环境下的物流；供应链管理；物流信息技术；国际物流；物流绩效管理。
4	商圈分析与门店选址	连锁企业商圈分析的流程；门店选址的要素等。
5	卖场商品陈列设计	运用各种展示技巧展示商品、合理规划陈列位置及形式、做好商品陈列面、提升品牌形象、营造品牌氛围、提高品牌销售。
6	客户服务与管理	完成客户咨询、异议、投诉等；为客户提供个性化服务；拓展客户渠道；销售服务流程监控与改进；服务质量评价与改进；服务失败补救措施；提升客户忠诚度的办法等。
7	连锁门店运营	连锁门店运营管理基本要素：门店组织架构设计；连锁门店运营管理标准流程；门店业务操作技术；运营成本控制；门店绩效考评；门店推广、促销等。
8	商务谈判与推销技巧（企业课程）	潜在客户寻找与识别、产品介绍、推销方法和技巧、电话推销技巧；商务谈判基本理论与磋商过程中的主要沟通技巧。诸如如何出价、如何还价、怎样签约、以及如何制定谈判计划、如何安排议程及环境，如何使用各种谈判技巧等。

4. 实践性教学环节

(1)行为礼仪教育与素质拓展(必修)

周数：1； 学分：1； 考核方式：考查

该教学环节包括行为规范教育+素质拓展训练+自行车训练体验

该教学环节是与《思想道德修养与法律基础》配套的实践教学环节，是为规范高职学生日常行为规范，提高综合素质，促进和谐校园建设而开设的。通过学习和训练，培养学生良好的道德品质、提高个人修养，完善个人形象。

(2)人工智能技术应用体验周（必修）

周数：1； 学分：1； 考核方式：考查

通过开展创意智能机器人、无人机、3D打印等项目理实一体的操作体验，让学生对智能机器人软硬件、无人机图形化编程和操作等有初步的了解，为下一步开展人工智能技术赋能培训、教育奠定基础，建立学生的学习兴趣和自信心。

(3)服务国家重大活动（选修）

周数：16； 学分：4； 考核方式：考查

通过组织学生参与服务国家重大活动，培养不怕困难、吃苦耐劳、遵纪守法的意志品质，着力打造“忠诚坚定、血性担当、阳光自信、体魄健康、身手敏捷、团结协作”工职院学子品格。

(4)跟岗实习（限选）

周数：17； 学分：17； 考核方式：考查

跟岗实习让学生到沃尔玛或校企联合办学的各类连锁企业，完成所有实践课程和企业课程。在此阶段学生要熟悉沃尔玛的组织及整体运作模式，掌握企业主要业务部门的工作程序与方法，强化职业素养，树立正确的职业观；切实提升综合职业能力。所学知识的灵活运用。提高分析问题和解决问题的能力，培养良好的团队精神，提升核心技能和强化职业核心能力等。学生在企业带教师傅的指导下在构建个人实践经验和知识体系的基础上，为顶岗实习打下基础。

(5)顶岗实习（限选）

周数：13； 学分：13； 考核方式：考查

顶岗实习是在跟岗实习基础上，学生继续在岗位完成实践并具备独立完成岗位工作任务的职业能力，为学生的就业和职业发展奠定基础。通过顶岗实习，培养学生基于工作任务的职业能力，完成从学习者到实干家的职业能力发展，让学生具备能够完成工作任务的职业能力，为毕业后从事企业工作及其相关行业奠定良好的职业基础。

(6)实习报告或毕业设计（限选）

周数：4； 学分：4； 考核方式：考查

学生对所在的连锁企业的基本情况、企业在运营中存在的不足、提出解决的对策并作毕业设计。

5. 专业素质考核要求

学生在校除完成相应课程学习外，还需完成素质教育项目，完成12个素质学分后即可获得《贵州工业职业技术学院素质教育证书》。素质教育证书学分认证内容如表3所示。

表3 素质教育证书学分认证表

项目		考核内容及标准		学分值	评定方式	项目负责部门
社会实践与社会活动	实践活动	假期社会实践	两项可选其一，在校期间（不包括顶岗实习期间），参加各类实践活动不少于20学时	1	提供实践企、事业单位的证明	团委
		学习兼职实践				
	志愿服务	校内志愿服务	两项可选其一，在校期间（不包括顶岗实习期间），参加志愿服务活动不少于20学时	1	提供相关组织证明	
		校外志愿服务				
	社会工作	学生工作	担任各级学生干部且考核合格	1	提供相关聘书或证明	
		社团活动	在校期间（不包括顶岗实习期间），参加社团活动不少于20学时	1	由社团出具合格证明	
			在校期间（不包括顶岗实习期间），参加讲座3次，并提交总结报告	1	由相关组织单位填写活动登记	各系
文化艺术与身心发展	文化艺术	讲座	在校期间（不包括顶岗实习期间），参加讲座3次，并提交总结报告	1	由相关组织单位填写活动登记	各系
		文化、艺术类课程	第1-4学期开设，自主选择	4	由教务处核定	文化、艺术类课程
	身心发展	文体活动	参加省级及以上的文体活动	3或2	区分获奖与未获奖两个等级。提供获奖证书和秩序单或节目单	团委
	参加学校组织的文体活动		2或1			
	参加系部组织的文体活动		1			
创新创业活动	知识产权申请	发明专利、实用新型、外观设计、软件著作权等		2	提供国家知识产权局专利申请受理书	各系
	创业实践	参加各级各类创业计划比赛，校内各类创业活动，或自主创业并取得成功经验		2	提供相关组织证明，或相关创业证明	团委
技能培训	外语	获取外语等级考试		1	提供有关证明（书）	各系
	计算机	计算机等级证书		1		

能 比 赛 及 专 业 拓 展		普通话证书	普通话等级证书	1	以文件或获奖证书为准 (含电子设计竞赛、数学建模竞赛、挑战杯比赛获奖、“互联网+”比赛、全国电子商务竞赛等)。不同奖项可以累加计算。	实训中心	
		职业资格证书	参加技能培训获取相关职业资格证书	2			
	技 能 比 赛	国家级	一等奖				5
			二、三等奖及优秀奖				4
		省部级	一等奖				4
			二、三等奖				3
			优秀奖				2
		校级	一、二、三等奖				2
	优秀奖及参与		1				

(二) 教学进程总体安排

1. 教育教学活动按周时间分配表

表4 教育教学活动按周时间分配表

学年	学期	教学周数	军训	集中实践或技能训练与考证		考试	入学教育	行为礼仪教育与素质拓展	人工智能技术应用体验	服务国家重大活动	毕业教育	机动	合计
				跟岗实习	顶岗实习和实习报告								
一	一	13	2			1	1	1		4		2	20
	二	16				1			1	4		2	20
二	三	17				1				4		2	20
	四	17				1				4		2	20
三	五	0		17							1	2	20
	六	0			17							3	20
合 计		63	2	17	17	4	1	1	1	0	1	13	120

备注：(1)服务国家重大活动（选修），不计入教学周；

(2)人工智能技术应用体验周、行为礼仪教育与素质拓展周第一、二学期交叉执行。

2. 《工商企业管理专业》教学进程表

表5 通识课程教学进程表

平台及模块	课程序号	课程名称	考核方式	学分	教学时数				按学期分配的周学时及周数									
					总计		讲授学时	实践学时	一	二	三	四	五	六				
					学时	周数			13	16	17	17	0	0				
通识教育平台	思想政治理论类(必修)	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	√	1	16	8	8	8	每周2学时,共8周,第二学期完成								
		2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	△	3	48	16	24	24	每周4学时,共12周,第一学期完成								
		3	思想道德与法治	√	3	48	17	24	24	每周4学时,共12周,第二学期完成								
		4	形势与政策	△	1	16		8	8	每周2学时,共8周,第二学期完成								
	小计				8	128												
	公共基础类(必修)	1	体育与健康I	△	2	32		11	21	2	2							
		2	应用文写作I	△	4	32		32		2								
		3	职业规划与就业指导	△	2	32		32		课程分三个模块(职业生涯规划+中小企业创业指导+就业指导),分别在第2—4学期完成,课内学时20学时,以讲座、微课、案例、活动的形式								
		4	军事理论	△	2	32		32		慕课+讲座+班会								
	小计				14	224												
	公共基础类(选修)	1	职业健康与大学生安全教育(必选)	△	1	16		6	10									
		2	心理健康教育(必选)	△	2	32		16	16									
		3	中华文化与历史传承(限选)	△	2	32		20	12	在第1学期完成								
		4	艺术鉴赏与审美体验(限选)	△	2	32		20	12	在第2学期完成								
		5	贵州少数民族音乐(限选)	△	1	16		16		在第1学期完成								
		6	生态文明教育(限选)	△	1	16		16		在第3学期完成								

	7	中国四史(党史、国史、改革开放史和社会主义发展史) (限选)	△	2	32		32		分别在第一、三学期开设, 每学期16学时, 各计1学分					
	8	大学英语 I (限选)	△	2	32		24	8	2					
	9	大学英语 II (商务英语、专升本英语) (任选)	△	2	32		22	10		2		2		
	10	高等数学 I (基础模块) (限选)	△	2	32		32		2					
	11	高等数学 II (数理统计、专升本数学) (任选)	△	4	64		40	24				4		
	12	计算机操作与应用 I (限选)	△	2	32		8	24	2					
	13	计算机操作与应用 II (专业软件操作) (任选)	△	2	32		8	24		2				
	14	应用文写作 II (专升本语文) (任选)	△	4	64		64					4		
	15	体育与健康 II (健美操、形体训练) (任选)	△	2	32		3	29			2			
	小计													
课内教学总学时			752学时											
总学分数			47学分											

表6 专业模块项目课程教学进程表

项目名称与 编号	课程（项目、任务） 名称	项目 课程 总学 时	项目课 程总学 分	计划教学时数分布		按学期分配的周学时及周数						
				理论学时	实 操 学 时	一	二	三	四	五	六	
项目名称： 连锁企业认 知（必修） 编号1	综合课程：企业、行 业认知		3									
	实训1：专业素质拓 展	16			16	16 /1 周	16 /1 周		16 /1 周			
	实训2：行业企业认 知	16			16							
	实训3：职业核心能 力	16			16							
项目名称： 企业运营与 管理基础（ “校园展销 会”策划与 实施）（必 修） 编号2	综合课程：连锁企业 运营基础											
	课程1：经济学基础 ●	32		24	8	10 /1 6			2/ 16			
	课程2：管理学与供 应链管理★	64		32	32							
	课程3：市场调查与 预测●	48		24	24							
	课程4：商务谈判与 推销技巧（含企业课 程）●	64		24	40							
项目名称： 连锁超市节 日期间商品 销售活动策 划与实施（ 必修） 编号3	综合课程：零售商品 营销										14 /1 6 周	
	课程1：消费者心理 学与行为学●	48		40	8							
	课程2：营销学与零 售商品营销●	64		48	16							
	课程3：客户服务与 管理★	32		16	16							
	课程4：连锁企业会 计核算●	64		48	16							
项目名称： 国内中小型 连锁企业运 营管理（限 选） 编号4	综合课程：连锁企业 管理					8/ 16 周	10 /1 6 周					
	课程1：物流管理★	64		48	16							
	课程2：仓储与配送 管理○	32		24	8							
	课程3：特许经营管 理○	64		48	16							

	课程4: 卖场商品陈列设计★	64		48	16						
	课程5: 连锁经营与管理实务★	64		48	16						
	实训1: 技能考证	16			16						
	实训2: 模拟连锁超市铺货实训	16			16						
项目名称: 企业经营模拟(限选) 编号5	综合课程: 连锁企业经营										
	课程1: 模拟连锁企业经营管理(ERP)●	64		24	40			4/16周	4/16周		
	课程2: 连锁企业信息应用管理○	32		24	8						
	课程3: 网络营销○	32		24	8						
项目名称: 小型连锁店的开发方案(限选) 编号6	综合课程: 创业教育课程										
	课程1: 商圈分析与门店选址★	48		32	16					8/16周	
	课程2: 移动电商○	48		12	36						
	课程3: 连锁门店运营★	32		24	8						
项目名称: 连锁企业电子商务管理(任选) 编号7	综合课程: 连锁企业电子商务管理及运用										
	课程1: 电子商务物流与快递○	32		24	8						
	课程2: 网店设计○	32		24	8						
课内教学总学时		1104学时									
总学分数		69学分									
创新创业实践(任选)	专业+技能竞赛训练		20	参加省级及以上技能比赛的学生, 经系部认定, 可奖励为相关岗位技术项目课程学分。							
	人工智能、无人机、融媒体中心运营等创新创业技术训练、电子竞技学习与训练课程		20	每门课程4学分, 考核合格, 可折算相关技术项目课程学分, 累计20学分							
	专业+创业实践孵化		50	在学习期间创业的, 企业年产值达到300万元, 可折算项目课程的学分50学分。							

3. 集中实践教学进程表

表7 集中实践教学进程表

模块名称	内容	性质	考核方式	学分	周数	按学期分配的周学时及周数						实践地点	责任院系
						一	二	三	四	五	六		
						4	2	0	0	18	17		
基本素质训练模块	入学教育	必修	△	1	1	1						学院	专业系
	军训	必修	△	2	2	2						学院	学生处
	行为礼仪教育与素质拓展	必修	△	1	1	1						学院	教务处
	服务国家重大活动	选修	△	16	16	4	4	4	4			校外	学生处
	人工智能技术应用体验	必修	△	1	1		1					学院	团委
	毕业教育	必修	△	1	1					1		学院	专业系
	劳动周	必修		1	1		1					不占教学周, 利用课余时间完成, 学生处	
小计				7	7								
专业综合技能模块	跟岗实习	限选		17	17					17			
	顶岗实习	限选		13	13						13		
	实习报告	限选		4	4						4		
小计				34	34								
集中实践环节：41学分，656学时													

4. 专业课时、学分统计表

表8 集中实践教学进程表

项目		课程类别	课时	占总课时比例 (%)	备注
学时分配	必修课	通识教育类课程	320	12.74%	
		技术基础课程	464	18.47%	
		集中实践课	112	4.46%	
	选修课(含限选和任选)	通识教育类课程	432	17.2%	
		岗位技术课程	640	25.48%	
		集中实践课	544	21.66%	
学时合计			2512		
项目		课程类别	学分	占总学分比例 (%)	备注
总学分分配	必修课	通识教育类课程	20	12.74%	
		技术基础课程	29	18.47%	
		集中实践课	7	4.46%	
	选修课(含限选和任选)	通识教育类课程	27	17.2%	
		岗位技术课程	40	25.48%	
		集中实践课	34	21.66%	
总学分合计			157		
说明			1. 本专业总学时为2512课时，其中，必修课为896课时，占35.67%；选修课为1616课时，占64.33%； 2. 本专业总学分为157学分，其中，必修课为56学分，占35.67%；选修课为101学分，占64.33%		

八、教学基本条件

结合企业对技能人才的需要，采取“德技双修、校企共育”的育人模式，对校企合作制定规划并制定人才培养方案，双师施教。建立校企合作紧密联系制度、沟通机制，企业配合学院根据企业工种和岗位要求提出专业设置意见和专业培养目标，为学校课程设置、教学内容、教学方式和改革提供决策依据，实现校企紧密对接。企业教师全程参与人培方案制定、专业课程体系建设、课程标准制定、教学、实习指导等工作，与校内专业教师一同，做到双师带一徒。

(一)师资队伍

1. 队伍结构

团队教师共24人，校内专职教师21人，其中副高级以上职称7人，占比33.33%；具有硕士学位教师13人，占比61.9%；双师型教师18人，占比85.71%，其中6人具有企业工作经验，21人均按照要求到企业参加顶岗实践。企业教师3人，高级职业资格3人，从业年限均超过5年。团队成员50岁以上1人，40-50岁8人，30-40岁14人，30岁以下1人，年龄结构合理，双师素质教师100%。已经建成一支高师德标准、高教学水平、高职业素养、高服务水平、高创新能力的五高“双师型”教师团队。

2. 专任教师

专任教师中，教授2人，副教授5人，双师素质教师100%；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；具有管理等相关专业硕士学历及以上学历13人；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；有相关企业管理的实践经历。

3. 专业带头人

本专业有两名专业带头人，其中一名是贵州省职教名师，教育厅评审专家、贵州省三八红旗手，巾帼建功建功标兵；公开发表学术论文20余篇，主参编教材10余部；荣获贵州省教学成果一、二、三等奖。另一名是沃尔玛华东区人力资源经理、高级人资资源师，在沃尔玛工作10余年，负责华东区校企合作事务，与学校一同培养MT管培生20余人，与连锁酒店企业联合培养企业高层管理人员5人，校企联合申报获贵州省教学成果奖一、二、三等奖。

4. 兼职教师

兼职教师3人，主要从联合培养企业管理层、高级技师中选聘，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、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

本专业的专业教师已经配备黑板、白板、多媒体计算机、投影设备、音响设备等，计算机已经接通互联网，并具有网络安全防护措施，符合教学需求。

2. 校内实训室基本要求

表9 校内实训室一览表

序号	实训室名称	实训教学
1	商超一体化教学实践中心	卖场商品陈列、仓储与配送、客户服务与管理、连锁经营管理实务、推销、铺货实训
2	ERP沙盘实训室	模拟连锁企业经营管理（ERP）
3	新商科智慧学习工场	连锁企业信息应用管理
4	现代物流实训室	物流管理、仓储与配送管理
5	国际货运代理实训室	物流管理、连锁企业信息应用管理
6	会计混岗实训室	企业会计核算
7	市场营销综合实训室	市场调查与预测、企业营销过程认识、营销岗位训练
8	商务谈判实训室	商务谈判
9	电子商务训练实训室	移动电商、网络营销
10	形体实训室	职业核心能力、营销人员个人形象设计

3. 校外实训基地基本要求

表10 校外实训基地一览表

序号	校外实习基地名称	实践教学内容
1	华东沃尔玛百货有限公司	运营、收银、后区、仓储等、企业管理
2	深国投贵阳沃尔玛百货有限责任公司	营销服务、企业管理
3	柏星天悦酒店管理（嵊州）有限公司	连锁经营、客户服务、企业管理
4	北京万龙洲饮食有限责任公司	仓储、企业管理、客户服务

4. 校外实训基地基本要求

校企联合培养企业能够提供连锁经营管理所需的门店销售、运营、活动策划、采购、UPC、PA、物流、电商、客服等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳学生实习；能够配备相应数量的企业指导教师对学生实习进行指导和管理；制定实习教学计划等，具备保证学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

校企共建在线学习管理、专业学习管理两个信息化平台，充分利用“沃课堂”等学习平台组织教学。

(1) 学习平台--E-learning

通过学院网页下建立E-learning 在线学习平台，平台涵盖现有课程资源包及相关资源，包括课程标准、教学设计、习题库、案例库、实景照片、电子教案和相关实习实训资料。打造“线上学，线下做”的全方位教学资源共享课程在线平台。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。

(2) 专业学习管理平台

通过两期的平台建设，通过平台可以实现学生职业能力评价、画像等，帮助学生做好的做好学业规划、职业规划等。

(3) 合理利用校内“学习通”、校外“沃课堂”等课程资源，通过手机APP、在线测试平台、微信公众号共享平台、名师教学数字化课程库等资源。

(三) 教学资源

1. 教材资源

教材、图书和数字资源结合专业实际情况，“满足学生学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务”为目标进行选用。自编教材严格执行国家和省(区、市)关于教材选用的有关要求，完成校本教材、选用、定期自查等。鼓励教师按需要申报、开发工作手册、活页式教材等。

2. 课程资源建设

完成多门精品在线课程资源建设，完成140个微课资源、16个动画资源的建设。

3. 培训资源包

完成“物流服务师”“网络营销师”考试培训包的建设。

4. 教学资源库

建设E-learning在线学习平台、专业学习管理平台、合理利用校内“学习通”、校外“沃课堂”等课程资源，通过手机APP、在线测试平台、微信公众号共享平台、名师教学数字化课程库等资源。

(四)教学方法

本专业积极践行教学改革，根据课程特点选择适合的教学方法：校内专业基础课程以项目化教学为主、以岗位课程为任务为载体发挥学生主动性分析为辅；校外专业课程主要采用任务教学法的设计思路，以典型工作任务为载体组织教学活动，实施跨任务教学。创新教学方法和手段，强化“以学生为中心”的理念，广泛运用启发式、讨论式、参与式教学，增强学生主动学习能力和可持续发展能力。

在教学设计中，本专业以项目活动为主要载体，按照理论与实践一体化要求组织教学；教学过程中，教师根据学生特点激发其学习兴趣，实行合作教学、任务驱动、项目导向等“做中学、做中教”的教学模式。根据教学需要，在不同时间段安排学生开展认知实习、专业实习、集中性实践及岗位实践等各项工作，全面提高学生实际操作能力和水平。校内外教师充分利用幻灯片、多媒体、移动端学习系统等互联网平台工具，采用视、听、读、写、做的现代教学手段提高教学效果。

九、质量保障

1. 学校

(1) 学校和二级院系建立了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) 学校和二级院完善了教学管理机制，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、学生学业水平、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。

2. 企业

(1) 指派管理层作为课程教师，将实际案例引入课堂教学，通过实时连线完成学生课程任务指导及点评工作。

(2) 实习期间，由企业实习管理教师、驻地管理教师、师父组成教学团队，完成企业课程的讲授，指导学生完成跟岗实习。通过学生课堂情况及岗位表现、学生周记、月工作总结等进行综合评价，保障学生实习权益及学习效果。

3. 第三方

通过专业学习管理平台数据支持，教师实时对学生学习情况进行掌握。通过调整课程内容及教学方式等，提升学生的学习积极性、使得学生学习质量稳步提高。

十、毕业要求

(一) 毕业基本要求

学业成绩——各门课程达到合格标准，总学分计158学分。

职业技能——获得行业从业的相应资格证书（人力资源师、物流服务师、互联网营销师）或1+X证书（财务数字化、自媒体运营与管理）。

职业素养——素质教育学分基本分为12学分，取得《贵州工业职业技术学院学生素质教育证书》。

(二) 毕业技能要求

1. 素质目标达标

表11 素质目标一览表

素质名称	内涵要求
思想道德素质	掌握马克思主义的科学世界观和方法论，运用马克思主义的立场、观点、方法分析和认识现实问题，逐步树立科技伦理观。
	学习毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论及习近平新时代中国特色社会主义思想概论，了解中国的历史和国情，继承和发扬中华民族优秀传统文化传统和中国共产党领导下的革命斗争传统，爱祖国，爱人民，拥护党的基本路线，坚定社会主义信念，具有为振兴中华、建设有中国特色社会主义的献身精神。
	践行社会主义核心价值观体系，学会做人、学会做事、学会思维、学会与人共处，提高思想道德修养，具备良好的职业素质和较强的职业能力，实现德智体美全面发展。
文化素质	应用语言文字，清晰地进行信息、思想、感情的传递、表达和交流；具有文学艺术美学修养；能够正确认识和分析当今时代有关问题。
业务素质	遵纪守法、爱岗敬业、团队精神、精益求精、创新能力、吃苦耐劳、沟通能力强、自我调节能力强，具备服务能力及良好服务意识。
身心素质	身心健康，人格健全，具有完整的生理、心理状态和较强的社会适应能力；具有体育卫生和运动保健素养；树立自觉锻炼、终生锻炼身体的意识；体魄良好，体能达到规定标准。

2. 知识目标达标

表12 知识目标一览表

知识类别		知识内涵
通识教育知识	体育与健康知识	使学生掌握体育的基本理论知识，树立正确的体育观念，掌握科学锻炼身体的方法，培养学生终身体育锻炼的意识和良好习惯。培养学生集体主义的思想品德，树立正确的体育观及勇敢顽强，团结进取、开拓创新的精神风貌。
	英语知识	培养学生英语实际运用能力与实际交际那能力，通过大量语言实践活动，掌握常用的句型、单词，使学生在听力和口语上表现出一定的语感素养，前两学期突出英语综合能力的训练，以提高学生人际沟通能力。
	计算机操作与应用知识	使学生掌握信息的获取和处理、传递及应用的基本技能，适应现代生活的需要，适应未来职业的需要。
	思想政治理论知识	通过对毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论及习近平新时代中国特色社会主义思想概论理论的学习，使学生认识中国基本国情，了解中国革命、建设和改革开放的历史，坚持走社会主义道路，增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感，具备良好的思想素质和政治素质。 通过对思想道德与法制基础知识的学习，提高学生的思想道德素质、职业素质与法律素质，树立崇高的职业理想，具备良好的职业道德和较强的法纪意识，遵纪守法，品行端正，讲道德，守纪律，吃苦耐劳，乐于奉献。 通过对形势与政策知识的学习，使学生了解我党的大政方针，了解国内外大事、要事，进一步增强执行党的路线、方针、政策的自觉性，增强对社会发展趋势预测的能力，适应社会，持续发展，实现自我。
	中文知识、应用文写作知识或数学知识	通过学习，培养口语交际能力、阅读能力、书面语言表达能力等语文应用能力，为学生素质培养打下扎实的基础；培养学生在应用文写作的能力，为学生适应职场工作奠基；培养和提高学生的思维能力、创新能力、科学素质以及应用数学解决实际问题的能力。
	职业规划与就业观知识	树立正确的就业观念，具有良好的创业意识，具备就业市场应变的能力。
健康教育知识	掌握科学锻炼身体的基本技能，具有良好的身体素质和基本运动技能，并达到国家体能标准；具备良好形体、仪态协调能力，具有健康的生理素质和心理素质。	
专业技术基础知识	管理学、经济学基础知识、供应链知识	掌握基本的管理学知识，熟悉基本的管理流程。掌握基本的经济学知识，尤其要重点掌握微观经济学的有关知识，熟悉微观领域，企业，人的行为对经济活动的影响。 能够理解快速反应（QR）、有效客户反应（ECR）的基础知识。理解供应链失调和牛鞭效应；掌握供应链协调中的障碍因素及促进协调的方法
	公文写作知识	从事各种文字工作以及有意考取公务员的同学提供应用写作知识。同时让学生学习和掌握各种应用文的基本理论和写作方法，通过对学生的思维训练和写作训练，让学生把所学知识熟练地运用在实际工作中，并能恰当选择文种，写出符合规范的各种应用文。
	营销类知识	使学生树立营销思维，学会运用调查的信息进行市场分析，并对营销过程进行管理。主要了解市场营销学的起源、演变与最新进展；掌握市场、市场营销、市场营销学的基本概念；理解营销观念及其对企业营销的重要性；熟悉企业战略计划的主要步骤和内容，熟记企业营销管理过程的主要内容；知道如何分析营销环境、消费者市场、组织市场，从中发现营销机会，避开环境威胁；掌握市场细分、选择目标市场和市场定位的基本理论、原理与方法；灵活运用产品策略、定价策略、销售渠道策略、物流策略、人员促销策略、广告策略、营业推广方式与手段、公共关系策略。并以沃尔玛作为营销基础的案例进行详解。
综合化专业知识	企业文化认知	了解连锁经营行业特点、岗位设置及人员要求及工作流程；了解连锁经营行业相关管理制度、企业文化及法律法规；体验连锁经营行业、从业人员的基本素养。
	企业运营与管理基础知识	掌握并熟练运用连锁经营类包括企业经营管理、仓储配送管理、商品采购管理、商品销售管理、具备运用谈判理论并能单独进行实操的能力。
	异议处理知识	掌握并熟练运用客户关系管理能力，处理与客户之间的各种异议问题，提高客户忠诚度。

3. 能力目标达标

表13 能力目标一览表

能力类别		能力要素
通用能力	英语应用能力	具备实用英语听说能力、具备实用英语阅读翻译能力、具备实用英语写作和自主学习能力
	计算机应用能力	能具备熟练地应用计算机操作系统的能力；能熟练运用办公软件处理文件；能利用计算机网络搜集信息、处理信息的能力。
	语文应用能力或数学应用能力	具备较强的口语交际能力、阅读能力、书面语言表达能力，会常用应用文体的写作；提高学生的思维能力、创新能力、科学素质以及应用数学解决实际问题的能力。
专业基本技能	职业核心能力	具有自我发展和开拓能力，具有责任意识能力，知道如何学习、如何与团队合作、如何分析问题和解决问题。了解职业素养的相关知识及规范，掌握待人接物的技巧，具备良好的职业形象和服务礼仪规范。
	连锁经营管理能力	掌握并熟练运用连锁经营类包括企业基本办公软件的应用、财务管理、经营管理、客户关系管理能力，具备运用电商平台，对商品进行营销的实操能力。
	现代物流实操能力	掌握现代物流管理、现代物流企业管理、办公团建基本知识及技能的能力，掌握物流采购与供应管理、库存管理、仓储与配送管理的能力，客户关系管理能力，具备对客户异议进行处理的实操能力。
专业核心技能	现代物流技能	掌握仓储、配送、商品采购、库存管理的基本内容及流程，利用所学知识分析问题并具备解决问题的能力
	营销技能	让学生树立正确的销售意识，掌握规范的销售技巧，有效发掘客户需求，正确处理业务流程中的分歧，快速达成销售协议，提高销售成功率。
	连锁经营技能	掌握仓储、配送、商品采购、客户关系管理的基本内容及流程，利用所学知识分析问题并具备解决问题的初级能力
专业综合能力	会计核算	主要使学生掌握企业财务基础知识、具备核算的能力
	连锁经营销售	熟知ERP理论及实操环节、掌握推销与实务谈判中的规则及手段的应用，熟知零售业营销的流程，准确掌握消费者行为心理的活动。
	客户服务能力	通过售前服务、售中服务、售后服务。掌握市场调查、产品设计、提供使用说明书、提供咨询、接待服务、商品包装服务、质量保修、产品的使用反馈等服务能力。
	现代物流运营	熟悉现代物流的基本框架、基本理论、基本手段与方法；熟练掌握物流企业的管理流程并能处理物流企业管理过程中所遇到的各类问题，并能运用现代物流信息技术处理日常工作及开展业务拓展。
创新创业能力	创新、创业技能项目	<p>能具有创新创业意识，了解创业的概念、要素与特征，掌握开展创业活动所需要的基本知识。</p> <p>能形成创新创业环境认知，了解创业机会，把握创业风险，掌握商业模式开发的过程，设计策略及技巧</p> <p>具备一定的创新、创业能力，具有较强的批判性思维、决策力和洞察力，善于发现企业和行业中出现的新变化</p>

十一、附录

1.专业市场调研报告

工商企业管理专业2020年市场调研报告

为深入了解人才市场，获取社会对工商企业管理方面人才需求的情况，了解工商企业管理专业学生就业和工作中存在的问题，明确系部工商企业管理专业的学生培养目标以及培养方法，本次对我系专业建设委员会对工商企业管理专业毕业生以及社会企业，就专业人才就业及需求进行了专项调研。

一、问卷发放及收回情况

本次调研，分别对2016级、2017级工商企业管理专业毕业生及联合培养企业沃尔玛进行了调研。因疫情防控，未采用走访方式，全采用网络问卷形式，本次对毕业生共发放调查问卷280份，收回调查报告234份，数据统计结果能真实有效反映实际情况。

二、问卷数据分析及结论

（一）工商企业管理专业就业情况乐观

近年来，工商企业管理专业就业规模日益壮大，工商企业管理与实体经济融合发展加速，带动了更多人从事工商企业管理相关工作。本次对于“贵单位近几年已经招聘或即将打算招聘工管类人才的数量”的调查也显示，沃尔玛各部门对工商企业管理专业学生需求较大，就业情况乐观。

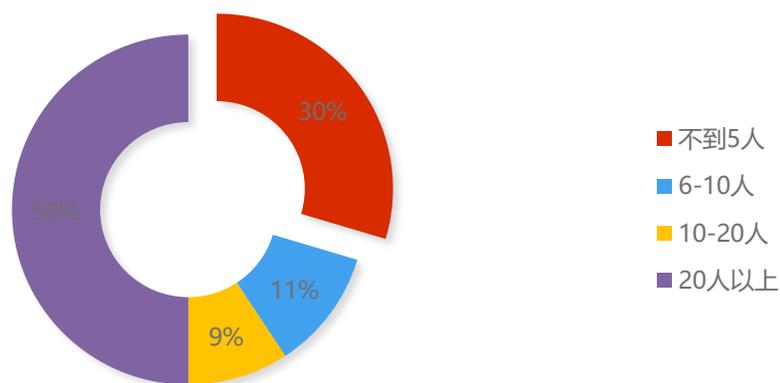


图1：沃尔玛各部门招聘工商企业管理人才数量

（二）从学历需求上看，企业对工商企业管理毕业生学历要求有所提高，高职与本科同样受青睐

在本次调查结果显示学历要求结构是硕士占13.33%、中专和本科各占13.33%、高职占53.33%、无学历要求和其他占0.67%；说明随着工商企业管理市场的不断扩大，企业对人才的学历要求也在提升。但从比例分布来看，高职院校工商企业管理毕业生就业前景较好。

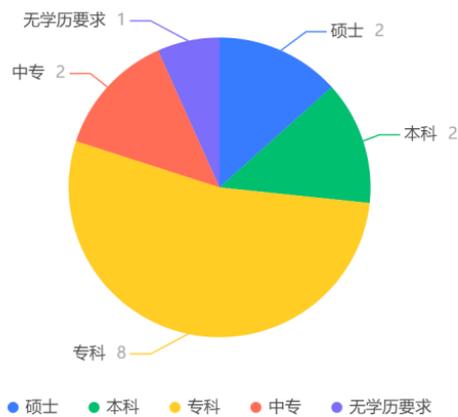


图2：沃尔玛对工商企业管理毕业生学历要求

（三）从岗位需求上看，营销类人才和人力资源管理类人才需求最旺

工商企业管理专业的教学及就业方向主要分为三大类：领导管理层、应用操作层、技术支持层。在本次针对“您觉得哪方面的工商企业管理技能（就业岗位）比较适合本企业目前的需求”的调查显示，人力资源管理专业人员方面需求最高。

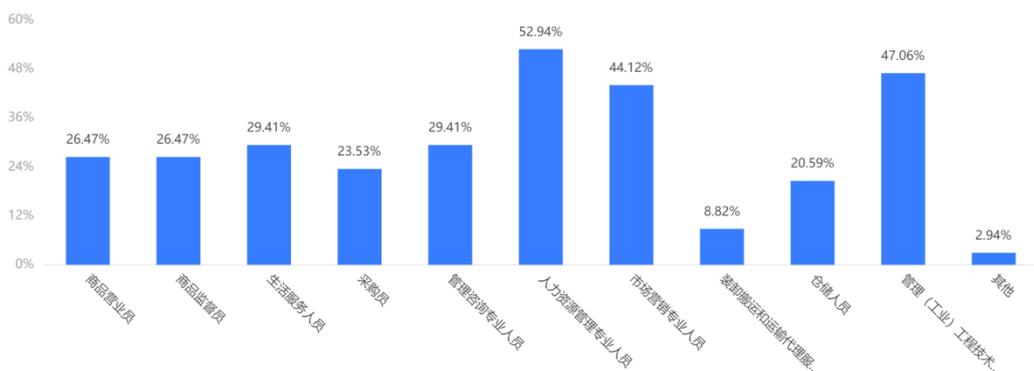


图3：沃尔玛目前岗位需求情况

（四）从职业技能上看，用人单位对网络营销/推广能力最为重视

针对“在工商企业管理专业基本能力中，为加强人才培养的社会适应性，您认为现在应该最注重培养的是？（多选）”调查显示，用人单位对工商专业学生的能力要求，是比较综合性的，其中以良好的沟通和采购能力为主，其次为连锁经营体系推广能力，其他能力也有要求。

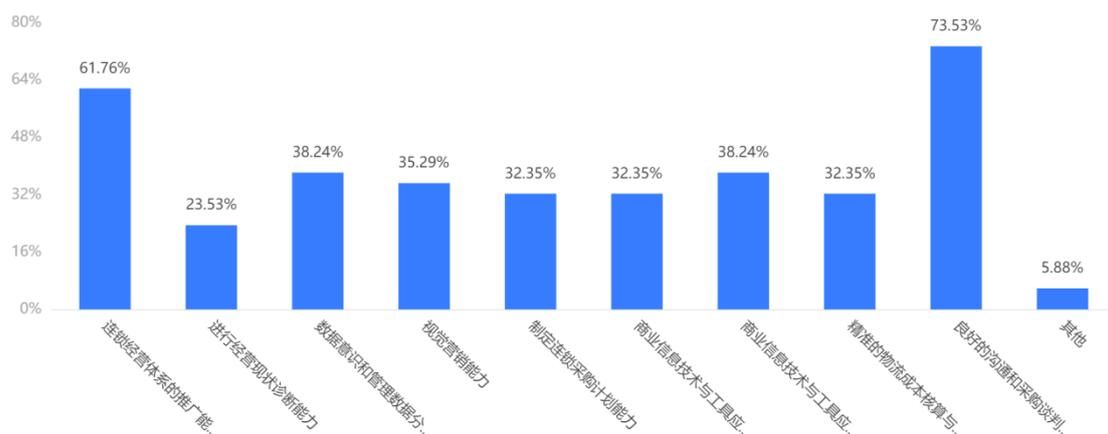


图4：沃尔玛对学生的能力要求

（五）从综合素质上看，用人单位注重学生的工商企业管理专业技能和综合素质

工商企业管理专业部分岗位需要专业的技能才能胜任，所以用人单位对学生的专业技能有较高的要求；而现在的毕业生，基本为00后，00后基本为独生子女，在父母的呵护中成长，其成长环境导致他们在社交处事以及人际交往中以自我为中心，自我性比较强，缺乏责任意识。这种性格缺陷以及职业道德素养的缺失，在就业中往往会导致企业一些管理上的问题，所以用人单位对学生沟通协调能力和团队合作意识和能力特别重视。

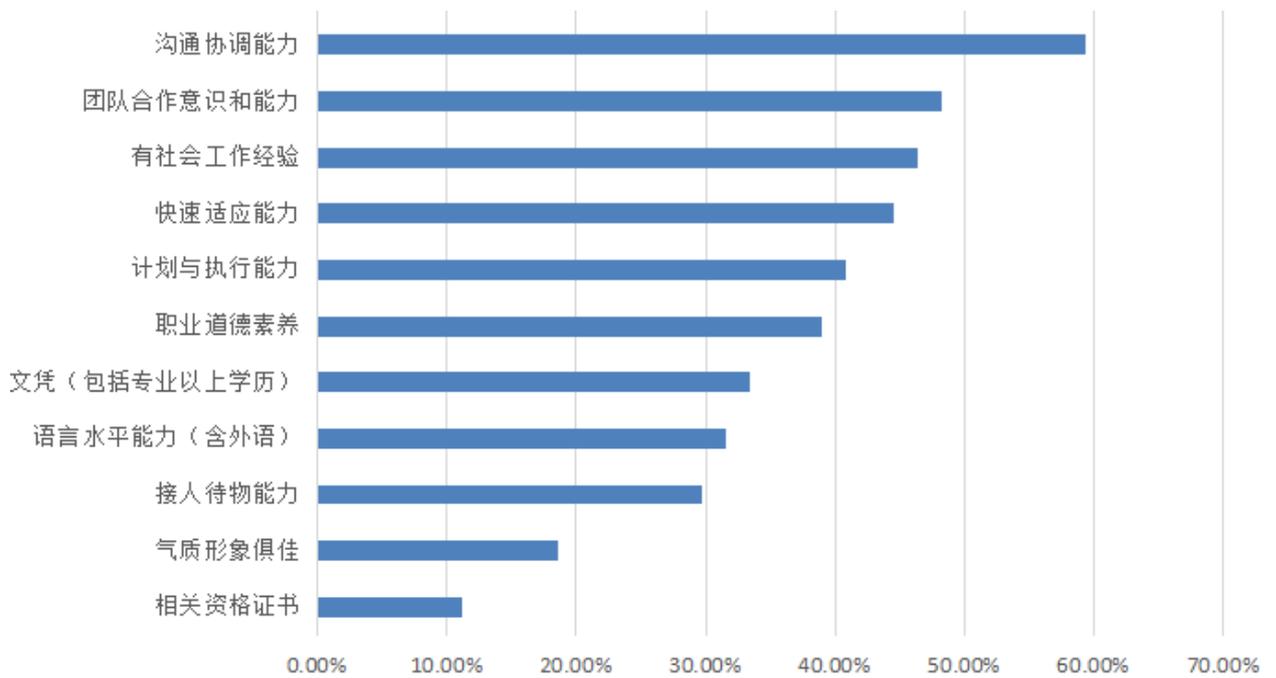


图5：沃尔玛对学生的素质要求

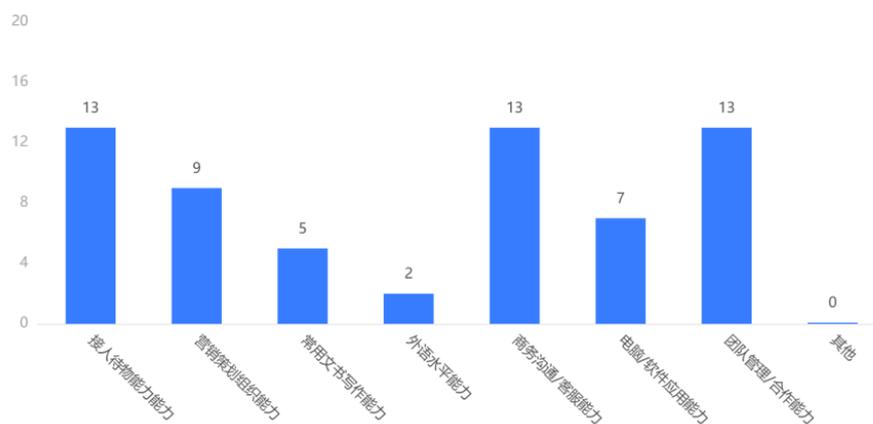


图8：沃尔玛聘用学生时的主要参考因素

（六）企业和学生均对考证开始重视，认为考证有助于企业选拔人才和学生求职

就工商管理师证书及“1+X”证书的认可性来说，在本次的调查中，68%的企业认为相关考证“能够帮我们培养和选择相关层次的人才”，41.18%的学生认为考证“很有价值，对找工作很有帮助”，认可比例大幅上升，在新的人才培养方案中，应鼓励学生参与工商管理师考证以及“1+X”系列考证，教学内容的选取应适当向考证内容倾斜。

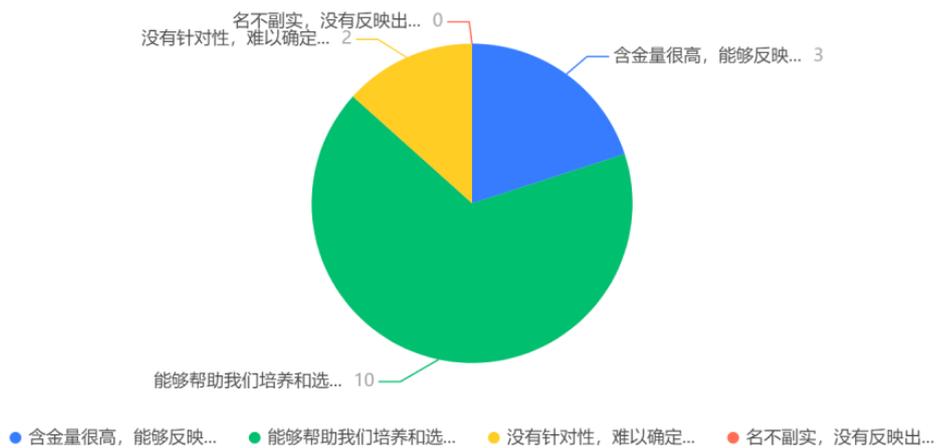


图6：沃尔玛各部门对工商企业管理考证以及“1+X”证书的态度

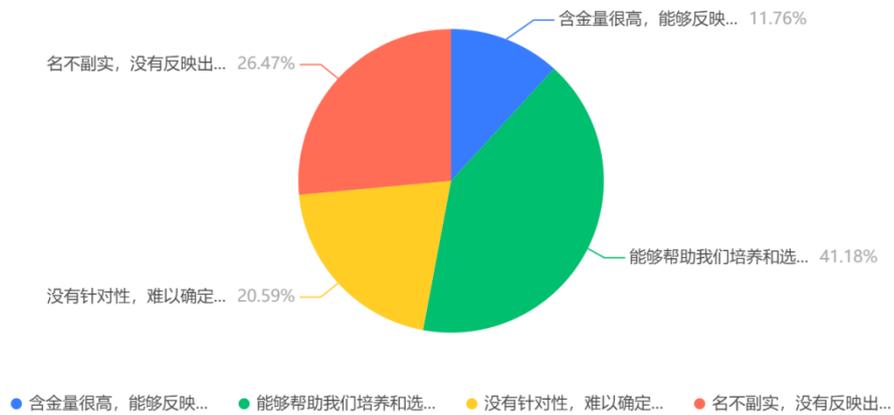


图7：毕业生对工商企业管理考证以及“1+X”证书的评价

（七）学生适应岗位所需时间较长，企业对应届毕业生能力评价不高

工商企业管理专业是实操性比较强的专业，在教学中，只学习理论而不注重实操，是很难胜任岗位需求的。近60%的受访企业认为迎接毕业生需要半年及以上才能胜任岗位，63%的受访企业认为工管应届毕业生“职业定位不清晰，能力知识宽而不精”、“知识结构不合理，没有反映出业界的发展现实”和“仅有书本知识，不能解决实际问题”。因此，在我们的教学中，应进一步完善以实训实践为主的教学模式，用项目任务驱动学生去学习，通过实战化的教学模式，让学生能有效掌握专业技能，尽快适应企业岗位的需求。

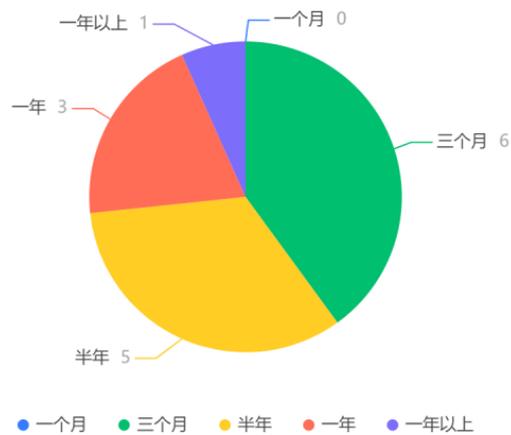


图8：企业认为学生胜任工作岗位所需时长

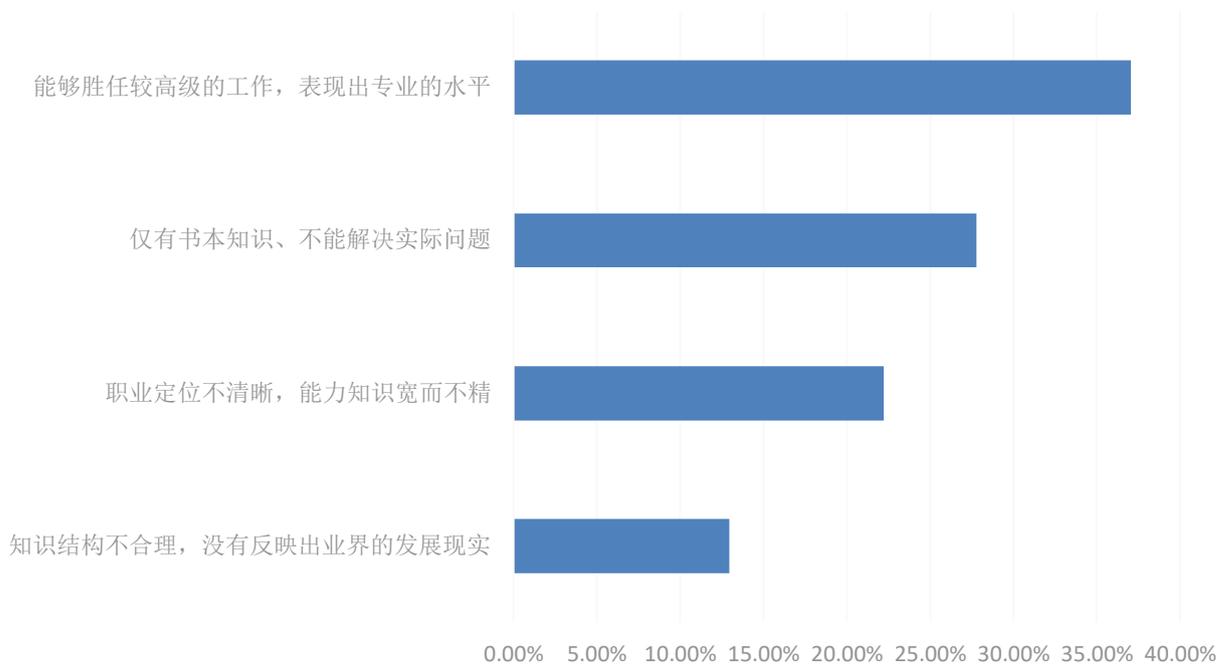


图9：企业对毕业生的评价

三、企业及学生对现开设课程评价

（一）企业重视的课程

为更好地培养学生的相应技能，让学生能适应用人单位的岗位需求，本次调查将开设课程从学生和企业两方面进行了调查统计。从用人单位角度来看，比较重视客户关系维护与提升、消费者行为学、商务谈判与推销技巧、办公软件高级

应用、公文写作、微观经济学等课程内容的学习，在课程设置时，应加强上述课程的教学。

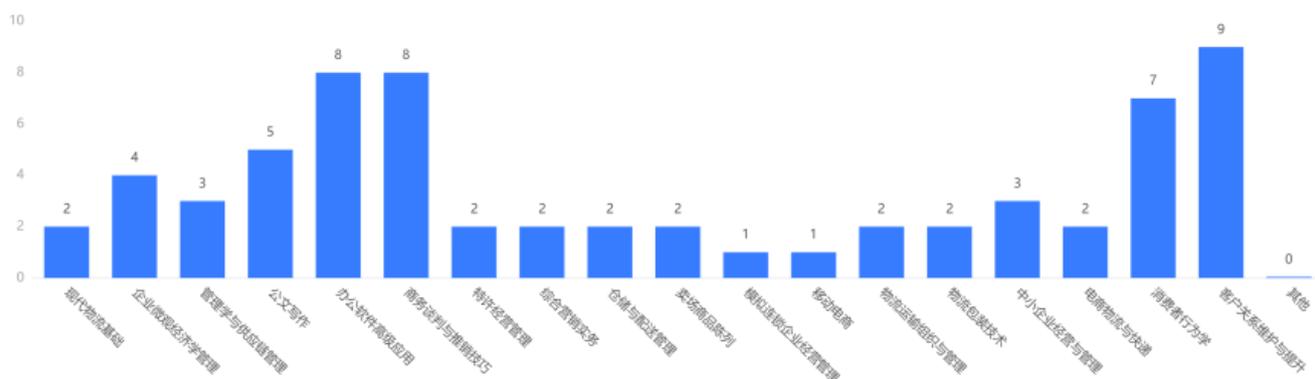


图10：企业认为工商企业管理专业需加强的课程

（二）学生觉得在工作中有价值的课程

从用人单位角度来看，比较重视办公软件高级应用、管理学与供应链管理、客户关系维护与提升、消费者行为学、商务谈判与推销技巧、办公软件高级应用、公文写作、微观经济学等课程内容的学习，在课程设置时，应加强上述课程的教学。

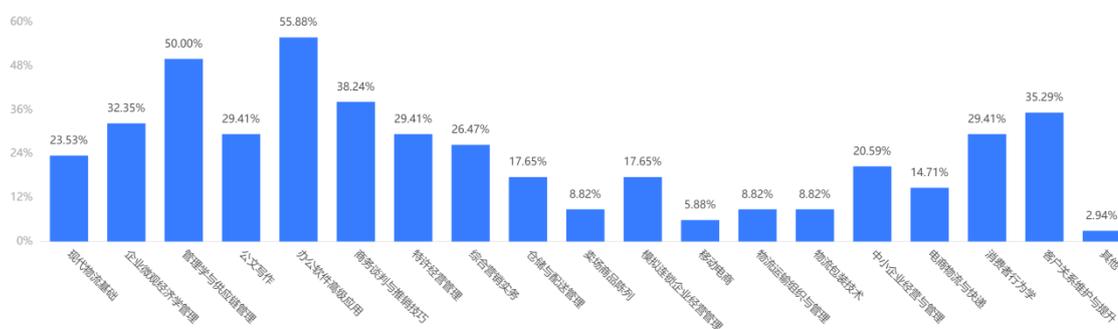


图11：学生对课程的重要性评价打分

四、专业课程调整及规划

根据本次对企业以及毕业生的调查结果，我们对企业的岗位需求情况、用人单位对学生的知识需求、能力需求、素质需求等方面有所了解。针对调查结果，我们对专业培养方向、课程设置以及人才培养模式等方面进行一系列优化改革，

以实现工管人才的培养能满足企业的需求，实现校、企、生三方共赢，具体调整及规划如下：

（一）立足我校实际开设课程

因工商企业管理专业属于省级特色骨干专业群、校级重点专业群建设专业，在课程设置上，设置了专业群平台共享课程、融合课程、互选层。另根据我院工商企业管理实训条件，进行课程的合理安排设置，如物流包装技术，仓储与配送管理、中小企业经营与管理，由于教学场地和实训条件有限，适当减少该课程学时；另如模拟连锁超市管理实训，由于校园商超实训基地即将开通，适当增加本课程的学时和实训。让学生最大程度利用好校园实训实践条件，提高学生的实操技能。

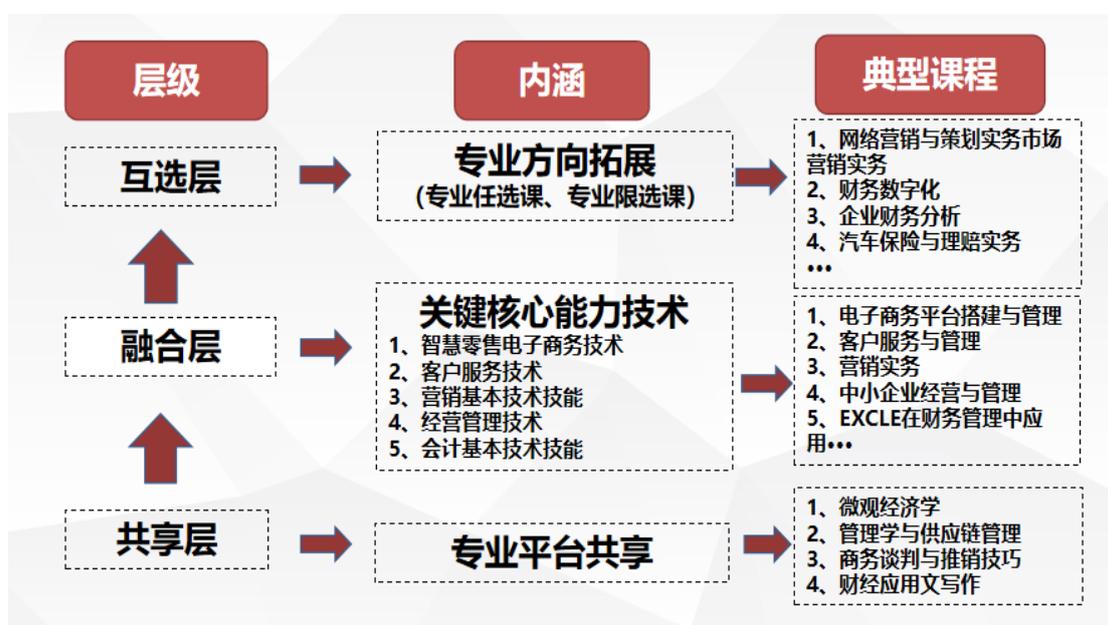


图12：工商企业管理专业群课程体系

（二）紧跟市场需求，增删或改变课程

工商企业管理专业的知识更新率是比较快的，我们将根据市场的需求来建立专业，建设专业，发展专业，找准市场需求的核心，找准市场需求的稳定点，根据这个核心来设置课程，课程设置有一定的稳定性，不朝令夕改。当然稳定性并不意味着一成不变，以变求活、以变求强。

（三）加强学生职业素养、职业发展观、道德观的教育工作，同时把思想政治教育贯穿人才培养体系，提高学生的个人综合素质。

修订专业课程标准，更好的把思政教育贯穿于人才培养体系中，自高学生的个人综合素质。与此同时，对每年新进学生都要开展为期一周的职素教育培训，加强学生的职业素养、职业发展观和道德观。在校园内创造企业环境，让企业派专业团队老师对学生开展职素教育、企业文化学习，让学生更多地参与到企业活动中去，在活动中培养对职业的热爱，培养职业的道德观。

（四）完善校内实验室综合实训，在教学中强调动手能力的培养

抓好学生基本操作技能、实训课程都应该制定相应的实训大纲和要求，并结合当前市场需要的技术人才的要求进行定期地更新教学内容引入新的知识技能，使学生学习知识适应社会需要。在实际的授课过程中，要重点突出学生能力的培养，改变过去“讲理论、听理论”的教学方法，让学生边做边学、边学边做，有效提高动手能力与职业技能，满足用人单位对学生的能力要求。

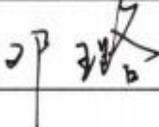
（五）加强校企合作，把最前沿的职业需求教给学生

校外实践教学基地不仅成为学生掌握基本专业技能的场所，同时培养并逐步使学生形成运用理论知识解决实际问题的专业技术应用能力。此外，工商企业管理的是更新率较快的一个行业，只有加强校企合作，才能从企业需求中了解下一步的人才培养方法与方向。实现企业需求与人才培养零距离，主动走出去，建立一整套的制度措施，保证人才培养质量。

（六）组织学生参加技能竞赛，以赛促教培养综合能力；并适当鼓励学生参与专业考证。

及时组织学生参加省级技能大赛以及行业赛，这不仅对专业的教学是一个检验，也展示了学生的综合素质。以赛促教，以赛促改。

2.人才培养方案论证

贵州工业职业技术学院《工商企业管理》专业 人才培养方案论证表				
专家书面意见:				
<p> 经过前期论证及多次修改,草稿培养方案已 能够反映企业需求的人才的知识、能力目标,培养 体系等专业的内容,能够很好的满足企业需求 实际,建议在以后的教学过程中严格落实培养 精神,尤其要加大对实训的力度。 </p>				
结论	<input checked="" type="checkbox"/> 适合可行	<input type="checkbox"/> 修改后可行	<input type="checkbox"/> 暂缓通过	<input type="checkbox"/> 不通过
专家签名:				

贵州工业职业技术学院《工商企业管理》专业人才培养方案

论证评价表



评价项目		5分	3分	1分
依据与培养目标	制定方案的依据	充分✓	一般	不充分
	人才定位	根据社会需求和学院目标✓	符合社会需求	不符合实际
	培养目标	明确✓	一般	清晰
	就业岗位	岗位就业充分✓	岗位有限	岗位少就业难
	个人职业发展	空间✓	空间有限	空间萎缩
	培养模式	较合适✓	一般	不合适
分数小计		5x5	3x1	1x
课程体系构建	对目标的支撑作用	足以支撑岗位目标与职业发展需要	满足岗位基本需求✓	不完善, 不满足岗位要求
	形成职业核心能力的完整性	完整的职业核心能力	大部分核心能力✓	小部分核心能力
	对形成职业核心能力的支撑作用	作用明显✓	作用一般	无明显作用
	职业素质结构	合理✓	一般	不合理
	职业知识结构	合理✓	一般	不合理
	职业能力结构	合理✓	一般	不合理
	职业资格证书对职业能力的体现度	完整体现	✓	不合理不能直接体现
分数小计		5x6	3x1	1x
课程与计划	课程设置	完全覆盖职业岗位要求✓	基本覆盖职业岗位要求	不能覆盖岗位要求
	课时设置	合理✓	需要部分调整	不合理
	课序设置	合理✓	基本合理	不合理
	课程考核要求	与岗位要求一致	与岗位要求基本一致✓	无或与岗位要求基本不一致
	毕业条件	清楚✓	基本明确	不明确
分数小计		5x4	3x1	1x
专家签名:	总分:			