经济管理学院

2020级专业人才培养方案

Training plan for 2020 professional talents

义乌工商职业技术学院
Yiwu Industrial & Commercial College

目　录

2020 级市场营销专业（普通）人才培养方案 1

2020 级市场营销专业（数字营销）人才培养方案 17

2020 级市场营销专业（中高职一体化）人才培养方案 34

2020 级会计专业人才培养方案 52

2020 级工商企业管理专业人才培养方案 71

2020 级金融管理专业（普通）人才培养方案 87

2020 级金融管理专业（中高职一体化）人才培养方案 104

2020级市场营销专业（普通）人才培养方案

（执笔人：钱志芳　审核人：陈庆）

一、 专业名称、专业群及专业代码

专业名称：市场营销

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630701

二、 入学要求

培养对象：普通高中毕业生或职业高中、中专、技校毕业生。

三、 修业年限

修业年限：三年

四、 职业面向

（一）职业面向

本专业毕业生主要面向零售业、批发业和商贸服务业等行业的销售、市场开发和维护等职业群，可从事于市场调研、营销策划、销售、营销管理、售后服务管理等岗位，鼓励部分具有较强的创新精神和创新能力的学生自主创业。本专业所对应的行业、主要职业、主要岗位和职业资格证书具体详见下表：

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	职业资格证书（或技能等级证书）
财经商贸大类	市场营销	零售业、批发业、商贸服务业	市场调研岗位、销售岗位、营销策划岗位、营销管理岗、自主创业等	1+X证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书(数字营销技术应用等)

（二）工作任务与职业能力分解表

通过2020年义乌企业市场营销专业人才需求情况市场调研，确定市场营销专业

各岗位职业能力包括市场调查、市场预测、营销策划、业务洽谈、运营推广以及创新、创意、创业能力等等。综合市场营销工作任务和职业能力素质要求，确定工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	市场调研岗位	小商品市场的调研预测	调查、分析、预测、决策能力	市场调研与预测、商务数据分析、市场认知与调研实训、商务礼仪、商务沟通与谈判	1+X 证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书(数字营销技术应用等)
2	销售岗位	小商品营销	商品认知能力 小商品营销实战能力 创意营销能力	商品学基础、商品营销实务、网络营销实务、现代营销技术、营销心理学、商务礼仪、商品认知实训、国际贸易理论与实务、短视频创作与运营、商务沟通与谈判	
3	策划岗位	小商品的营销策划方案制定	营销策划、执行能力 创意创新能力	营销学基础、市场营销策划、营销策划实训、市场营销沙盘、新媒体图文创作、短视频创作与运营	
4	营销管理岗	客户管理、销售团队管理、客户关系管理	业务接洽、谈判能力；团队建设能力；营销综合管理能力	营销心理学、团队建设与管理、连锁经营管理、供应链管理、市场营销沙盘、短视频创作与运营、商务礼仪、商务沟通与谈判、经济法基础	
5	自主创业	小微企业创立、运营、管理	团队协作能力、创新创意能力、创业能力、财务分析能力、风险管理与预测能力	营销学基础、创业与创意综合实践、营销心理学、市场调研与预测、商务数据分析、团队建设与管理、供应链管理、商务礼仪、商务沟通与谈判、经济法基础	创业证

五、 培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握市场营销专业知识和技术技能，面向批发和零售业、商贸服务业，能从事区域销售经理、卖场经理、市场主管、市场经理、小微企业创业者等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1．素质目标

（1）思想政治素质：

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质：

具有终身学习、接受新知识、新技能的理念；掌握政治、经济、历史、文化等广博的人文知识；具有良好的概括分析、思辨判别和知识运用能力。

（3）职业素养：

具有爱岗敬业、吃苦耐劳的精神；具有现代市场营销观念和一定的市场敏锐度；具有良好的职业仪态和举止习惯，待人接物有礼有节；具有创意创新思维和市场开拓精神；具有服务意识、质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、全球视野和市场洞察力；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。

（4）身心素质：

达到《国家学生体质健康标准》，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；

2. 知识目标

（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）熟悉和掌握经济贸易知识、经济法规和市场理论基础知识；

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

（6）掌握创意营销、网络营销等的新知识、新技术；

（7）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（8）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

（9）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

3. 能力目标

（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）具有与客户接洽、谈判能力；

（4）具有对客群和竞争者进行分析的能力；

（5）具有组织实施营销产品的市场调查与分析能力；

（6）具有小微企业创立、运营、管理的创业能力

（7）具有组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动能力；

（8）具有能够组织实施推销和商业谈判能力；

（9）能够对客户关系和销售进行日常管理；

（10）具有营销活动策划并组织实施能力；

（11）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（12）具备数据意识和商务数据分析应用能力；

（13）具备商务礼仪规范应用能力。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯、就业创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设大学英语一、大学英语二、办公软件应用、经济数学、大学语文等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 8 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业核心课程

课程名称	课程目标	主要内容	实施要求
营销学基础	1.掌握市场营销学的基本理论和基本方法； 2.掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点； 3.掌握营销调研分析、营销策划的基本技能； 4.熟悉营销管理的内容，并掌握结合相关案例进行分析、研究的方法。	1.市场分析； 2.营销环境分析； 3.消费者购买行为分析； 4.市场细分与目标市场的选择； 5.产品策略与新产品开发策略； 6.定价策略； 7.分销渠道策略； 8.促销策略； 9.企业市场营销管理。	1.坚持以能力为本位的教学思想，强化强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养； 2.坚持“德育为先”的人才培养原则，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德与社会主义核心价值体系教育； 3.教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用； 4. 不断更新教学观念，关注市场营销人才培养的特点，探索新型教学模式。
商品营销实务	1.掌握市场分析（包括市场调查与预测、消费者行为分析）的基本原理和方法知识 2.对各类型商品能够进行定性分析、定量分析，确定营销策略开展营销实务。 3.能独立地完成有关资料的搜集、整理、分析，进而解决企业营销中发生的问题。	1. 项目一 商品营销基础理论 2. 项目二 文具用品营销实务 3. 项目三 袜业产品营销实务 4.项目四 饰品营销实务 5.项目五 箱包产品营销实务 6.项目六 商品综合营	1. 融项目化操作与信息化教学为一体，以项目化方式进行讲授，每个项目的任务都有对应的实训或案例内容 2. 线上线下相结合，采用校内网络教学平台凤鸣学堂实现线上线下混合式教学。 3. 学校和企业共同教学，安排学生到紧密型校企合作基地进行实地参观实践活动

		销实务	
市场调研与预测	1.熟悉市场调查与预测的相关工作内容； 2.掌握市场调查方式方法、调查方案设计、问卷设计、资料整理分析和撰写调报告的知识与技能 3.具备良好的综合业务能力和沟通协调能力	1.市场调查方案设计 2.市场调查方式与方法 3.问卷设计 4.实施调查 5.资料整理分析 6.撰写调查报告	1.知晓市场调查相关概念； 2.熟悉市场调查方式与方法 3.能设计调查方案、调查问卷、分析资料整理和撰写调查报告 4.重点培养发现问题、分析问题与解决问题的能力
营销心理学	1.能认识消费者的心理现象对购买行为的影响。 2.能了解购买行为类型、特点与购买行为过程，能懂得购买决策内容和影响因素 3.能认识营销场景因素对消费者的影响及具有营造良好营销场景的能力。 4.能运用新商品价格心理策略进行商品定价、提价、降价。	1.顾客个体心理 2.顾客群体心理 3.商品与价格心理效应 4.场景与网络心理效应 5.传播与广告心理效应	1.本课程是一门理论与实践并重的学科,课堂教学中使用多媒体课件授课，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2.应以学生为主体、教师为主导，教师提出问题或设计出合理的训练项目，学生主动参与。 3.通过练习和实训，学生能全面系统掌握消费者心理、制作营销方案和策划的设计制作等。
市场营销策划	1.掌握公关策划、促销策划、广告策划以及整体营销策划知识； 2.熟悉企业营销策划业务的主要内容； 3.能组织开展简单的营销策划实践	1.公关策划、促销策划、广告策划以及整体营销策划等专业知识； 2.企业营销策划业务的主要内容及操作流程； 3.对指定商品开展营销策划实践	1. 充分运用在线教学，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2. 引导学生创新思维，运用各种方式开展营销策划； 3.注重理论运用于实践，在实践中巩固理论。
网络营销实务	1. 掌握关于网络营销的知识、概念、定义和原理，建立良好的网络营销分析框架； 2. 能在网络营销方法论层面占据一定的制高点，能对具体企业的网络营销业务提出系统的解决方案。 3. 初步掌握事件营销、名人营销、数据库营销、网络公关等网络营销推广的方法和手段。	1.项目一 网络营销认知 2.项目二 网络市场分析实务 3.项目三 网络产品在线营销实务 4.项目四 网络产品移动营销实务 5.项目五 网络营销方案策划与实施	1.教师要具备网络营销基本技能，有企业网络营销、电商运营的经验或授课前经过专门的基本操作技能训练。 2.实践教学条件要求 （1）校内实训室：市场营销虚拟仿真实训室 （2）校外实习基地：义乌市双童日用品有限公司、永辉超市等

七、教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、 实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 14 名，研究生比例达到 100%，（博士 2 人），其中高级职称以上的教师 4 名，中级 8 名。所有教师均具有营销行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 100%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 20 余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。教学团队中拥有浙江省级专业带头人 1 人，义乌市拔尖人才 1 人，义乌市社会科学界联合会社科专家 3 人。主持省级以上教改科研项目 6 项，省级精品在线课程 2 门，省级新形态教材 3 部，参与建设的项目曾荣获国家级教学成果奖二等奖、省级教学成果奖一等奖。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1.校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积 m2
1	营销策划实训室（309）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展市场营销策划、市场调查与预测、商品营销实务、商务礼仪、市场调查实训、营销策划实训等课程的实训教学，培养学生适应现代市场营销的市场分析能力、组织策划能力、沟通交流能力、团队协作精神、分析问题和解决问题的能力及技能大赛服务。	电脑 12 台、多媒体教学设备、市场营销综合实训与竞赛系统	60	98.8
2	商务谈判实训室（316）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展推销与谈判、商务沟通、社交礼仪、	触摸一体机、谈判桌	60	93.6

		营销心理学等课程的实训教学，让学生可以真实地感受到谈判的气氛，从各自的角度参与到模拟谈判中去，学习并应用各种谈判技巧，心理素质得到一定的提高；让学生了解到现代商务谈判的流程，通过学生的仪容、姿态、表情、语言、礼仪实训让学生充分了解自我、展示自我，培养学生的自信与交际能力。对外承接企业商务沟通培训、销售员销售技巧培训等社会服务。			
3	虚拟仿真实训室（305）	本实训室主要面向经济管理类学生，模拟公司市场营销业务操作，训练学生思维创新能力，动态展示学生运用市场调研、收集市场需求、确定目标市场，运用营销策略组合，采取一定的竞争策略和财务知识等进行营销竞争，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。	触摸一体机、电脑、汽车营销基本技能考评系列软件、商品陈列柜	60	100.1
4	管理技能实训室（209）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展管理学基础、生产与运作管理、企业文化、团队建设与管理、中小企业创业与管理、管理案例分析、管理沟通技能训练等课程的实训教学，训练学生的计划能力、组织能力、领导能力、控制能力、语言表达能力、沟通能力、企业文化策划能力、团队建设能力、团队管理能力、管理案例分析能力等。对外承接企业培训、技能大赛等服务。	电脑、分组讨论设备、手工沙盘	60	98.8
5	eHR 智能管理实训室（206）	本实训室主要面向经济管理相关专业的学生，可开展人力资源与 EPR（企业资源计划）方面的模拟训练。通过实训，加深学生对人力资源管理体系的理解和实际操作能力，强化学生的供应链管理能力，使学生真正深入了解企业的运作过程。	电脑、“用人之道”软件、生产运作软件、ERP 软件	60	201.5
6	数字营销实训室（306）	本实训室拟通过建立实景式教学环境，融入企业真实的工作任务，使用真实商用软件“营销云”，引入了案例教学和小 组探究、团队模拟等教学方式，让学生在企业数字转型下不同岗位、角色中进行思考，提升学生的学习兴趣，增强学生对新技术环境下的营销工作的适应	电脑、交互式一体机“营销云”软件、直播间	60	100

		能力和社会竞争力，以对接浙江义乌区域经济特性，服务未来数字经济、新零售示范第一城发展过程中所催生的大量数字营销岗位及数字营销人才缺口。			

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	浙江一鸣食品有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供3位兼职教师、学生顶岗实习、5人为学徒制师傅、提供一鸣启智奖学金。	15-20	
2	浙江梦娜袜业股份有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、校企合作开发教材。	5-8	
3	杭州联华华商有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供3位兼职教师、学生顶岗实习、6人为学徒制师傅、横向课题研究	20-30	
4	浙江永辉超市有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、7人为学徒制师傅、横向课题研究	15	
5	义乌双童日用品有限公司	专业指导委员会成员，校友会会长、协会指导老师，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、校企合作开发教材。	3-5	
6	中国进口商品城孵化区（义乌生产资料市场）	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生课程指导、技能大赛、横向课题研究	5-8	
7	杭州娃哈哈宏盛食品饮料营销有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	3-5	
8	上海必胜客有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	15-20	
9	浙江相约欧品品牌管理有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	5-10	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	营销学基础	方光罗.《市场营销学》.高等教育出版社

2	商品营销实务	赵红英，龚紫娟.《市场营销实务》人民大学出版社
3	市场调研与预测	宋文光.《市场调查与分析》.高等教育出版社
4	营销心理学	潘建林.《营销心理学》.吉林大学出版社
5	市场营销策划	陈民利，赵红英.《营销策划项目教程》.机械工业出版社
6	网络营销实务	单勤琴.《网络营销实务》.湖北科学技术出版社

2.核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	营销学基础	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=209
2	商品营销实务	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=139
3	市场调研与预测	http://icourse.ywu.cn/Res/ResList.aspx
4	营销心理学	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=182
5	市场营销策划	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=293
6	网络营销实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=237

（四）教学方法

1.项目教学法：以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。其实施以小组为学习单位，步骤一般为：咨询、计划、决策、实施、检查、评估。项目教学法强调学生在学习过程中的主体地位，提倡“个性化”的学习，主张以学生学习为主，教师指导为辅，学生通过完成教学项目，能有效调动学习的积极性，既掌握实践技能，又掌握相关理论知识，既学习了课程，又学习了工作方法，能够充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

2.案例讨论法：案例讨论法是在教师给出相应的案例，学生在教师的指导下，以全班或小组为单位，围绕案例的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。

3.示范教学法：在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。

4.任务驱动法：教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要极积提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

（五）教学评价

1.学生评价

（1）平时成绩：可通过线上学习情况、课堂学习考勤及纪律给出成绩；

（2）过程考核成绩：可通过学习过程中的作业、课堂实训完成情况、课后实践完成情况给分；

（3）期末考核成绩：理论知识可以通过期末的考试成绩给分，形式可以是闭卷考试；

2.教师评价

（1）教学资源的评价：可以根据教师的授课日志、教案、PPT、教学视频情况给予评价；

（2）生评师：每学期期末由学生对任课教师对教师教态、教学方法、教学效果给予评价；

（3）学院对教师的评价：学院开展优质课评比、公开课学习等互听互评工作；

（4）督导听课评价：由学院、学校组织院督导、校督导对任课教师的课堂授课、在线直播课堂进行推门听课，评价教师教学水平。

（六） 质量管理

1. 三级教学管理制度：

学校和二级学院、教研室构成三级教学管理机制，在不同层面上实施质量监控。学院常设教学监督机构是教学指导委员会、专业建设指导委员会及教学督导专家组，教务处是监控执行的中心，起组织协调、分析反馈作用；分院是实施教学及管理的实体，也是实施教学质量监控最重要的组织；教研室是最基层的教学单位，是实施教学及管理的最小单位，也是实施教学质量监控最直接与最关键的组织。

2.教学质量保障体系：

（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。

（3）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。

九、 毕业要求

（一）毕业学分要求

<table>
<tr><td rowspan="3">项目</td><td colspan="3" rowspan="2">公共课</td><td colspan="4">专业课</td><td rowspan="2">毕业学分合计</td></tr>
<tr><td colspan="3">专业必修课</td><td rowspan="2">专业选修课</td></tr>
<tr><td>公共必选课</td><td>公共限选课</td><td>公共选修课</td><td>专业平台课</td><td>专业技能课</td><td>独立实践环节课</td><td rowspan="3">148</td></tr>
<tr><td>学分</td><td>21</td><td>16</td><td>8</td><td>12</td><td>22</td><td>38</td><td>20</td></tr>
<tr><td>非课程学分</td><td colspan="7">11（学生处 3 学分，图书馆 2 学分，招就处 2 学分，劳动教育 2 学分，体育教学部 2 学分（每学期阳光长跑 0.5 学分））</td></tr>
</table>

（二）毕业条件

1．具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

2．完成本专业人才培养方案规定的最低毕业学分数；

3．参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

4．具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

5．具有基本的英语会话能力和应用能力；

附表一： **各学期教学活动时间安排**

	入学教育	军训	校劳动实践活动周	岗前教育	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期	1	2					12	4	1	20	6
第二学期			2				16	1	1	20	6
第三学期			2				17		1	20	6
第四学期			2				16	1	1	20	6
第五学期				2	16			2		20	6
第六学期					16	1		3		20	6
合计										120	36

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	独立实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	市场认知与调研实训	二	2	实践	了解义乌市场特点，提升市场调查与分析能力	校内外	考查	2
2	营销策划实训	三	2	实践	营销策划综合能力	校内外	考查	2
3	创业与创意综合实践	四	2	实践	创业能力、创意能力	校内	考查	2
4	顶岗实习	五	16	实践	市场营销综合能力	校内外	考查	16
5	毕业综合实践环节	六	16	实践	全面运用知识能力	校内外	考查	16

附表三：　　指导性修读计划表

课程类型		课程编码	课程名称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分						备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	
公共课	公共必选课	0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试	1	2					
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论●	4	72	3	1	试	2	2					
		0000906	形势与政策教育一▲	0.5	9	0.5	0	查	√	√					
		0000900	形势与政策教育二▲	0.5	9	0.5	0	查			√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查	√						
		0000104	军训	1	18	0	1	查	1						
		0000144	职业生涯规划●	1	18	0.5	0.5	查	1						
		0000145	就业创业指导■	1	18	0.5	0.5	查				1			
		0000009	体育一	2	36	1	1	试	2						
		0000010	体育二	2	36	1	1	试		2					
		0000111	体育三	1	18	0.5	0.5	试			1				
		0000112	体育四	1	18	0.5	0.5	试				1			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查	2						
		小　计		**21**	**378**	**14**	**7**		**11.5**	**6**	**1.5**	**2**			
	公共限选课	0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试	4						
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试		4					
		0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试		2					
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试	4						
		0000015	大学语文●	2	36	2	0	试		2					
		小　计		**16**	**288**	**6**	**10**		**8**	**8**					
		公共选修课		**8**	**144**	每学期开设选修课以实际开课为准									
专业课	专业平台课	3102246	营销学基础★	3	54	1.5	1.5	试	3						S
		3100201	经济学基础	3	54	3	0	试	3						
		3100202	管理学基础	3	54	1.5	1.5	试		3					
		3101239	商务数据分析	3	54	1	2	试		3					
		小　计		**12**	**216**	**7**	**5**		**6**	**6**					
	专业技能课	3102201	商品学基础	2	36	1	1	试	2						
		3102205	市场调研与预测★■	3	54	1.5	1.5	试		3					
		3102206	市场营销策划★▲	3	54	1.5	1.5	试			3				
		3102208	营销心理学★●	3	54	1.5	1.5	试			3				
		3102235	市场营销沙盘■	3	54	0	3	试			3				
		3102202	商品营销实务★■	3	54	1	2	试				3			
		3102203	网络营销实务★■	3	54	1.5	1.5	试				3			
		3102247	现代营销技术●■	2	36	1	1	试				2			
		小　计		**24**	**432**	**10**	**14**		**2**	**3**	**9**	**8**			
		3102272	市场认知与调研实训	2	40		2	查		2					

		3102263	营销策划实训	2	40		2	查			2				
		3102265	创业与创意综合实践	2	40		2	查				2			
		3102266	顶岗实习	16	320		16	查					16		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320		16	查						16	
		小　计		**38**	**760**		**38**		**0**	**2**	**2**	**2**	**16**	**16**	
	专业选修课	3102260	商品认知实训	2	40	0	2	查		2					
		3102213	商务礼仪●■	2	36	1	1	查			2				
		3101206	团队建设与管理●	2	36	1	1	查			2				
		3102207	国际贸易理论与实务	2	36	1	1	查			2				R
		3100226	新媒体图文制作▲■	2	36	1	1	查			2				
		3102249	商务英语（一）	2	36	1	1	查			2				
		3102285	数字直播营销	2	40	0	2	查				2			
		3102250	商务英语（二）	2	36	1	1	查				2			
		3102209	连锁经营管理	2	36	1	1	查				2			R
		3101245	供应链管理■	2	36	1	1	查				2			
		3102255	短视频创作与运营■	2	36	1	1	查				2			
		3102256	商务沟通与谈判▲■	2	36	1	1	查				2			
		小　计（不少于 20 学分）		**20**	**360**	**10**	**10**			**2**	**10**	**12**			
非课程学分		学生处		3	60	0	3								
		图书馆		2	40	0	2								
		招就处		2	40	0	2								
		优育阳光长跑		2	40	0	2								
		劳动教育		2	40	0	2								
		小　计		**11**	**220**	**0**	**11**								
总学分、总学时				**148**	**2798**	**55**	**97**		**29.5**	**27**	**24.5**	**24**	**16**	**16**	

注：1.专业核心课程需要在课程名称后面用“★”标注 2.创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注
3.创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注 4.人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注
5.跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注 6. 市场营销专业群共享课程用“S”标注

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共必选课	11.5	6	1.5	2		
公共限选课	8	8				
公共选修课	2	2	2	2		
专业平台课	6	6				
专业技能课	2	3	9	8		
实践环节课		2	2	2	16	16
专业选修课			10	10		
合　计	29.5	27	24.5	24	16	16

附表五： **各类学分的分配**

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	21	14.19%	54	94
	公共限选课	16	10.81%		
	公共选修课	8	5.41%		
专业课	专业平台课	9	6.08%		
	专业技能课	25	16.89%		
	实践环节课	38	25.68%		
	专业选修课	20	13.51%		
非课程学分		11	7.43%		
合计		（148）	100%	（36.49%）	（63.51%）

2020级市场营销专业（数字营销）人才培养方案

（执笔人：钱志芳　审核人：陈庆）

一、 专业名称、专业群及专业代码

专业名称：市场营销

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630701

二、 入学要求

培养对象：普通高中毕业生或职业高中、中专、技校毕业生。

三、 修业年限

修业年限：三年

四、 职业面向

（一）职业面向

本专业毕业生主要面向零售业、批发业和商贸服务业等行业的互联网营销师等职业群，能够利用数字营销技术，通过数字化媒体渠道，从事市场调研、精准营销、用户分析、内容生产等工作，鼓励部分具有较强的创新精神和创新能力的学生自主创业。本专业所对应的行业、主要职业、主要岗位和职业资格证书具体详见下表：

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	职业资格证书（或技能等级证书）
财经商贸大类	市场营销类	电子商务 新媒体营销 数字贸易	市场研究、用户分析、内容生产、精准营销、自主创业等	1+X证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书（数字营销技术应用等）

（二）工作任务与职业能力分解表

通过2020年市场营销专业人才需求情况市场调研，确定市场营销专业（数字营销方向）各岗位职业能力包括商务数据分析、活动策划和运营、网络直播销售、用

户画像分析与维护、创新创业能力等等。综合数字营销各岗位工作任务和职业能力素质要求，确定工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	市场研究岗位	监测并收集已有活动数据、平台数据、销售数据等数据，将数据进行数据、分析，得出可以支持运营或管理决策的结论，并形成数据报告提供给运营规划者	1.利用工具数据收集的能力； 2.对已有数据进行处理、分析的能力； 3.将数据分析结果可视化呈现的能力； 4.撰写数据报告，并将报告陈述的能力；	市场调研与预测、商务数据分析、数字营销用户分析	1+X 证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书(数字营销技术应用等)
2	精准营销岗位	基于公司品牌/产品特点，结合用户喜好，在抖音、快手等短视频平台上策划、制作、发布短视频，并根据平台的运算机制/热点，设计短视频标题、标签、热点关联等，以实现精准营销。开设直播账号，在直播中通过产品展示、转化话术等技巧，直接达成商品销售目标	1.图文素材归纳、整合、匹配能力； 2.图片拍摄、图形图像处理能力； 3.视频拍摄、后期处理能力； 4.剧本制作内容排期计划表、活动推进表等计划表的能力； 5.故事联想、描述能力； 6.流畅的文案写作能力； 7.新媒体平台的操作基本能力； 8.网络传播基本理论知识； 9.独立完成脚本创作的能力；	商品学基础、商品营销实务、数字营销技术、数字营销用户分析、电商直播礼仪、数字直播营销、短视频创作及运营、数字营销综合实践	
3	内容生产岗位	负责是以图片、文字、动画等介质传达有关企业的相关内容来给客户信息，促进销售，通过合理的内容创建、发布及传播，向用户传递有价值的信息，从而实现网络营销的目的；基于品牌/产品/业务阶段/市场/用户情况，	1.活动方案策划、方案撰写及实施能力； 2.制作活动推进表等计划能力； 3.活动运作管理能力； 4.网络传播基本理论知识； 5.效果评估、复盘、总结能力；	营销学基础、数字营销策划、短视频创作与运营、数字营销综合实践、数字营销品牌管理、新媒体图文创作	

		收集往期活动数据，确定活动定位，组织头脑风暴会策划选题，选题确定后撰写活动方案。			
4	用户分析岗	多渠道调研并收集用户相关数据，基于用户数据画出产品的用户画像，对于多类型用户，则对用户进行细分，针对不同类型用户设计有效营销策略、激励机制	1.挖掘用户需求的能力； 2.具备市场调研能力； 3.制作用户细分表等能力； 4.用户维护与管理能力	数字直播营销、商品营销实务、数字营销实务、数字营销用户分析、在线客户管理实训	
5	自主创业	小微企业创立、运营、管理	1.团队协作能力、2.创新创意能力、3.创业能力、 4.财务分析能力、5.风险管理与预测能力 6.市场开拓能力 7.用户开发与维护管理能力	数字营销综合实践、商品营销实务、数字营销实务、数字营销用户分析、市场调研与预测、数字直播营销、数字营销供应链管理、数字化信息财务管理	创业证

五、 培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握市场营销专业数字营销方向知识和技术技能，面向批发业和零售业、商贸服务业行业的互联网营销师等职业群，能运用数字营销技术，通过数字化媒体渠道，从事市场研究、用户分析、内容生产、精准营销、自主创业等岗位工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1．素质目标

（1）思想政治素质：

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质：

具有终身学习、接受新知识、新技能的理念；掌握政治、经济、历史、文化等广博的人文知识；具有良好的概括分析、思辨判别和知识运用能力。

（3）职业素养：

具有爱岗敬业、吃苦耐劳的精神；具有信息素养和数字敏感度，具有现代市场营销观念和一定的市场敏锐度；具有良好的职业仪态和举止习惯，待人接物有礼有节，商务活动安排井然有序；具有创意创新思维和市场开拓精神；具有服务意识、质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、全球视野和市场洞察力；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。

（4）身心素质：

达到《国家学生体质健康标准》，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；

2. 知识目标

（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）熟悉和掌握经济贸易知识、经济法规和市场理论基础知识；

（3）熟悉主流新媒体属性、覆盖用户特点，能够洞察用户偏好；掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握搭建数字化营销场景，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广的基本方法；

（5）掌握数字营销计划和控制等营销组织数字化管理的基本方法；

（6）掌握创意营销、网络营销等的新知识、新技术；

（7）熟悉网络语言；精准表达方案内涵；

（8）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法，具备数据敏感性，发现数据问题；；

（9）掌握数字营销活动策划与组织的基本内容和方法；

3. 能力目标

（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）具有与客户接洽、谈判能力；

（4）具有对客群和竞争者进行数字分析的能力；

（5）具有组织实施营销产品的市场调查与分析能力；

（6）具有小微企业创立、运营、管理的创业能力

（7）具有组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动能力；

（8）具有自身传播影响力，能加强用户群体活跃度，促进产品从关注到购买的转化率；

（9）能够对客户关系和销售进行日常管理；

（10）具有数字营销活动策划并组织实施能力；

（11）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（12）具备数据意识和商务数据分析应用能力；

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯、就业创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设大学英语一、大学英语二、办公软件应用、经济数学、大学语文等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 8 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业核心课程

课程名称	课程目标	主要内容	实施要求
营销学基础	1.掌握市场营销学的基本理论和基本方法； 2.掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点； 3.掌握营销调研分析、营销策划的基本技能； 4.熟悉营销管理的内容，并掌握结合相关案例进行分析、研究的方法。	1.市场分析； 2.营销环境分析； 3.消费者购买行为分析； 4.市场细分与目标市场的选择； 5.产品策略与新产品开发策略； 6.定价策略； 7.分销渠道策略； 8.促销策略； 9.企业市场营销管理。	1.坚持以能力为本位的教学思想，强化强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养； 2.坚持“德育为先”的人才培养原则，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德与社会主义核心价值体系教育； 3.教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用； 4. 不断更新教学观念，关注市场营销人才培养的特点，探索新型教学模式。
商品营销实务	1.掌握市场分析（包括市场调查与预测、消费者行为分析）的基本原理和方法知识 2.对各类型商品能够进行定性分析、定量分析，确定营销策略开展营销实务。 3.能独立地完成有关资料的搜集、整理、分析，进而解决企业营销中发生的问题。	1. 项目一 商品营销基础理论 2. 项目二 文具用品营销实务 3. 项目三 袜业产品营销实务 4.项目四 饰品营销实务 5.项目五 箱包产品营销实务 6.项目六 商品综合营销实务	1. 融项目化操作与信息化教学为一体，以项目化方式进行讲授，每个项目的任务都有对应的实训或案例内容 2. 线上线下相结合，采用校内网络教学平台凤鸣学堂实现线上线下混合式教学。 3. 学校和企业共同教学，安排学生到紧密型校企合作基地进行实地参观实践活动
市场调研与预测	1.熟悉市场调查与预测的相关工作内容； 2.掌握市场调查方式方法、调查方案设计、问卷设计、资料整理分析和撰写调报告的知识与技能 3.具备良好的综合业务能力和沟通协调能力	1.市场调查方案设计 2.市场调查方式与方法 3.问卷设计 4.实施调查 5.资料整理分析 6.撰写调查报告	1.知晓市场调查相关概念； 2.熟悉市场调查方式与方法 3.能设计调查方案、调查问卷、分析资料整理和撰写调查报告 4.重点培养发现问题、分析问题与解决问题的能力
数字营销用户分析	1. 结合电商、运营、产品等实际场景下的用户调研案例和实践，对消费者行为和需求分析的一般流程进行梳理。能认识消费者的心理现象对购买行为的影响。	1.网络消费者个体心理 2.网络消费群体心理 3.线上商品与价格心理效应 4.场景与网络心理效应	1.本课程是一门理论与实践并重的学科,课堂教学中使用多媒体课件授课，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2.应以学生为主体、教师为主导，教师提出问题或设计出合理的训练项目，学生主动参

	2.能了解购买行为类型、特点与购买行为过程，能懂得购买决策内容和影响因素 3.能认识营销场景因素对消费者的影响及具有营造良好营销场景的能力。 4. 掌握基础用户调研方法和工具，具备用户画像、用户需求分析能力，为后续解决企业产品设计、精细化运营等问题而服务。	5.线上传播与广告心理效应 6.数字营销用户画像分析	与。 3.通过练习和实训，学生能全面系统掌握消费者心理、制作营销方案和策划的设计制作等。
数字营销策划	1.掌握线上营销的公关策划、促销策划、广告策划以及整体营销策划知识； 2.熟悉企业线上营销策划业务的主要内容； 3.能组织开展简单的线上营销策划实践	1.数字化、数字营销公关策划、数字促销策划、广告策划以及整体营销策划等专业知识； 2.企业数字营销策划业务的主要内容及操作流程； 3.对指定商品开展数字化营销策划实践	1. 充分运用在线教学，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2. 引导学生创新思维，运用各种方式开展营销策划； 3.注重理论运用于实践，在实践中巩固理论。
数字营销实务	1. 掌握关于数字营销的知识、概念、定义和原理，建立良好的数字营销分析框架； 2. 能在数字营销方法论层面占据一定的制高点，能对具体企业的网络营销业务提出系统的解决方案。 3. 初步掌握事件营销、名人营销、数据库营销、网络公关等数字营销推广的方法和手段。	1.项目一 数字营销认知 2.项目二 数字营销市场分析实务 3.项目三 网络产品在线营销实务 4.项目四 网络产品移动营销实务 5.项目五 数字营销方案策划与实施	1.教师要具备数字营销基本技能，有企业数字营销、电商运营的经验或授课前经过专门的基本操作技能训练。 2.实践教学条件要求 （1）校内实训室：市场营销虚拟仿真实训室 （2）校外实习基地：义乌市双童日用品有限公司、永辉超市、杭州傲客科技有限公司、相约欧品品牌管理公司

七、教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、 实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 14 名，研究生比例达到 100%，（博士 2 人），其中高级职称以上的教师 4 名，中级 8 名。所有教师均具有营销行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 100%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 20 余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。教学团队中拥有浙江省级专业带头人 1 人，义乌市拔尖人才 1 人，义乌市社会科学界联合会社科专家 3 人。主持省级以上教改科研项目 6 项，省级精品在线课程 2 门，省级新形态教材 3 部，参与建设的项目曾荣获国家级教学成果奖二等奖、省级教学成果奖一等奖。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1. 校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积 m2
1	营销策划实训室（309）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展市场营销策划、市场调查与预测、商品营销实务、商务礼仪、市场调查实训、营销策划实训等课程的实训教学，培养学生适应现代市场营销的市场分析能力、组织策划能力、沟通交流能力、团队协作精神、分析问题和解决问题的能力及技能大赛服务。	电脑 12 台、多媒体教学设备、市场营销综合实训与竞赛系统	60	98.8
2	商务谈判实训室（316）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展推销与谈判、商务沟通、社交礼仪、营销	触摸一体机、谈判	60	93.6

		心理学等课程的实训教学，让学生可以真实地感受到谈判的气氛，从各自的角度参与到模拟谈判中去，学习并应用各种谈判技巧，心理素质得到一定的提高；让学生了解到现代商务谈判的流程，通过学生的仪容、姿态、表情、语言、礼仪实训让学生充分了解自我、展示自我，培养学生的自信与交际能力。对外承接企业商务沟通培训、销售员销售技巧培训等社会服务。	桌		
3	虚拟仿真实训室（305）	本实训室主要面向经济管理类学生，模拟公司市场营销业务操作，训练学生思维创新能力，动态展示学生运用市场调研、收集市场需求、确定目标市场，运用营销策略组合，采取一定的竞争策略和财务知识等进行营销竞争，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。	触摸一体机、电脑、汽车营销基本技能考评系列软件、商品陈列柜	60	100.1
4	管理技能实训室（209）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展管理学基础、生产与运作管理、企业文化、团队建设与管理、中小企业创业与管理、管理案例分析、管理沟通技能训练等课程的实训教学，训练学生的计划能力、组织能力、领导能力、控制能力、语言表达能力、沟通能力、企业文化策划能力、团队建设能力、团队管理能力、管理案例分析能力等。对外承接企业培训、技能大赛等服务。	电脑、分组讨论设备、手工沙盘	60	98.8
5	eHR 智能管理实训室（206）	本实训室主要面向经济管理相关专业的学生，可开展人力资源与 EPR（企业资源计划）方面的模拟训练。通过实训，加深学生对人力资源管理体系的理解和实际操作能力，强化学生的供应链管理能力，使学生真正深入了解企业的运作过程。	电脑、“用人之道”软件、生产运作软件、ERP 软件	60	201.5
6	数字营销实训室（306）	本实训室拟通过建立实景式教学环境，融入企业真实的工作任务，使用真实商用软件“营销云”，引入了案例教学和小组探究、团队模拟等教学方式，让学生在企业数字转型下不同岗位、角色中进行思考，提升学生的学习兴趣，增强学生对新技术环境下的营销工作的适应能力和社会竞争力，以对接浙江义乌区域经济特性，服务未来数字经济、新零售示范第一城发展	电脑、交互式一体机“营销云”软件、直播间	60	100

		过程中所催生的大量数字营销岗位及数字营销人才缺口。			

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	杭州联华华商有限公司	专业指导委员会成员，数字营销订单班学徒制培养，新零售数据分析讲师，横向课题研究	20-30	
2	浙江相约欧品品牌管理有限公司	专业指导委员会成员，数字营销订单班学徒制培养，短视频运营、电商直播技巧课程兼职教师、技能大赛辅导、横向课题研究	10-15	
3	义乌和舟电商产业园运营管理有限公司	专业指导委员会成员，数字营销订单班学徒制培养，供应链管理、在线客户管理课程等课程兼职教师、技能大赛辅导、横向课题研究	20-30	
4	义乌市伟成国际货运代理有限公司	专业指导委员会成员，数字营销订单班学徒制培养，供应链管理、在线客户管理课程等课程兼职教师、技能大赛辅导、横向课题研究	5-10	
5	义乌市波特家居用品有限公司	数字营销订单班学徒制培养，供应链管理、在线客户管理课程等课程兼职教师、技能大赛辅导、横向课题研究	10-20	
6	浙江永辉超市有限公司	专业指导委员会成员，新零售订单班学徒制培养，提供 2 位兼职教师、学生顶岗实习、7 人为学徒制师傅、横向课题研究	15	
7	义乌双童日用品有限公司	专业指导委员会成员，校友会会长、协会指导老师，提供 2 位兼职教师、学生顶岗实习、校企合作开发教材。	3-5	
8	浙江一鸣食品有限公司	专业指导委员会成员，新零售订单班学徒制培养，提供 3 位兼职教师、学生顶岗实习、5 人为学徒制师傅、提供一鸣启智奖学金。	15-20	
9	上海必胜客有限公司	专业指导委员会成员，新零售订单班学徒制培养，提供 1 位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	15-20	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材

1	营销学基础	方光罗.《市场营销学》.高等教育出版社
2	商品营销实务	赵红英，龚紫娟.《市场营销实务》人民大学出版社
3	市场调研与预测	宋文光.《市场调查与分析》.高等教育出版社
4	数字营销用户分析	潘建林.《营销心理学》.吉林大学出版社
5	数字营销策划	陈民利，赵红英.《营销策划项目教程》.机械工业出版社
6	数字营销实务	单勤琴.《网络营销实务》.湖北科学技术出版社

2.核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	营销学基础	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=209
2	商品营销实务	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=139
3	市场调研与预测	http://icourse.ywu.cn/Res/ResList.aspx
4	数字营销用户分析	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=182
5	数字营销策划	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=293
6	数字营销实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=237

（四）教学方法

1.项目教学法：以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。其实施以小组为学习单位，步骤一般为：咨询、计划、决策、实施、检查、评估。项目教学法强调学生在学习过程中的主体地位，提倡“个性化”的学习，主张以学生学习为主，教师指导为辅，学生通过完成教学项目，能有效调动学习的积极性，既掌握实践技能，又掌握相关理论知识，既学习了课程，又学习了工作方法，能够充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

2.案例讨论法：案例讨论法是在教师给出相应的案例，学生在教师的指导下，以全班或小组为单位，围绕案例的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。

3.示范教学法：在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现

了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。

4.任务驱动法：教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要极积提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

（五）教学评价

1.学生评价

（3）平时成绩：可通过线上学习情况、课堂学习考勤及纪律给出成绩；

（4）过程考核成绩：可通过学习过程中的作业、课堂实训完成情况、课后实践完成情况给分；

（3）期末考核成绩：理论知识可以通过期末的考试成绩给分，形式可以是闭卷考试；

2.教师评价

（1）教学资源的评价：可以根据教师的授课日志、教案、PPT、教学视频情况给予评价；

（2）生评师：每学期期末由学生对任课教师对教师教态、教学方法、教学效果给予评价；

（3）学院对教师的评价：学院开展优质课评比、公开课学习等互听互评工作；

（4）督导听课评价：由学院、学校组织院督导、校督导对任课教师的课堂授课、在线直播课堂进行推门听课，评价教师教学水平。

（六）质量管理

1. 三级教学管理制度：

学校和二级学院、教研室构成三级教学管理机制，在不同层面上实施质量监控。学院常设教学监督机构是教学指导委员会、专业建设指导委员会及教学督导专家组，教务处是监控执行的中心，起组织协调、分析反馈作用；分院是实施教学及管理的实体，也是实施教学质量监控最重要的组织；教研室是最基层的教学单位，是实施教学及管理的最小单位，也是实施教学质量监控最直接与最关键的组织。

2. 教学质量保障体系：

（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。

（3）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。

九、 毕业要求

（一）毕业学分要求

项目	公共课			专业课				毕业学分合计
				专业必修课			专业选修课	148
	公共必选课	公共限选课	公共选修课	专业平台课	专业技能课	独立实践环节课		
学分	21	16	8	12	18	42	20	
非课程学分	11（学生处 3 学分，图书馆 2 学分，招就处 2 学分，劳动教育 2 学分，体育教学部 2 学分（每学期阳光长跑 0.5 学分））							

（二）毕业条件

1．具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

2．完成本专业人才培养方案规定的最低毕业学分数；

3．参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

4．具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

5．具有基本的英语会话能力和应有能力；

附表一： **各学期教学活动时间安排**

	入学教育	军训	校劳动实践活动周	岗前教育	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期	1	2					12	4	1	20	6
第二学期			2				16	1	1	20	6
第三学期			4				15		1	20	6
第四学期			4				15		1	20	6
第五学期				2	16			2		20	6
第六学期					16	1		3		20	6
合计										120	36

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	独立实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	数字直播营销	二	2	实践	开展直播营销实践	校内外	考查	2
2	在线客户管理实训	三	4	实践	在线客户服务能力	校内外	考查	4
3	数字营销综合实践	四	4	实践	数字营销综合运用能力	校内外	考查	4
4	顶岗实习	五	16	实践	市场营销综合能力	校内外	考查	16
5	毕业综合实践环节	六	16	实践	全面运用知识能力	校内外	考查	16

附表三： **指导性修读计划表**

课程类型		课程编码	课程名称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分						备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	
公共课	公共必选课	0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试	1	2					
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论●	4	72	3	1	试	2	2					
		0000906	形势与政策教育一▲	0.5	9	0.5	0	查	√	√					
		0000900	形势与政策教育二▲	0.5	9	0.5	0	查			√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查	√						
		0000104	军训	1	18	0	1	查	1						
		0000144	职业生涯规划●	1	18	0.5	0.5	查	1						
		0000145	就业创业指导■	1	18	0.5	0.5	查				1			
		0000009	体育一	2	36	1	1	试	2						
		0000010	体育二	2	36	1	1	试		2					
		0000111	体育三	1	18	0.5	0.5	试			1				
		0000112	体育四	1	18	0.5	0.5	试				1			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查	2						
		小 计		**21**	**378**	**14**	**7**		**11.5**	**6**	**1.5**	**2**			
	公共限选课	0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试	4						
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试		4					
		0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试		2					
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试	4						
		0000015	大学语文●	2	36	2	0	试		2					
		小 计		**16**	**288**	**6**	**10**		**8**	**8**					
		公共选修课		**8**	**144**	每学期开设选修课以实际开课为准									
专业课	专业平台课	3102246	营销学基础★	3	54	1.5	1.5	试	3						S
		3100201	经济学基础	3	54	3	0	试	3						
		3100202	管理学基础	3	54	1.5	1.5	试		3					
		3101239	商务数据分析	3	54	1	2	试		3					
		小 计		**12**	**216**	**7**	**5**		**6**	**6**					
	专业技能课	3102201	商品学基础	2	36	1	1	试	2						
		3102205	市场调研与预测★■	2	36	1	1	试		2					
		3102257	数字营销策划★▲	2	36	1	1	试			2				
		3102289	数字营销用户分析★●	2	36	1	1	试			2				
		3102235	市场营销沙盘■	3	54	0	3	试			3				
		3102202	商品营销实务★■	2	36	1	1	试				2			
		3102290	数字营销实务★■	2	36	1	1	试				2			
		3102259	数字营销技术●■	3	54	1	2	试				3			
		小 计		**18**	**324**	**7**	**11**		**2**	**2**	**7**	**7**			
		3102285	数字直播营销	2	40	0	2	查		2					

		3102273	在线客户管理实训	4	80	0	4	查			4				
		3102274	数字营销综合实践	4	80	0	4	查				4			
		3102266	顶岗实习	16	320	0	16	查					16		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320	0	16	查						16	
		小 计		**42**	**840**	**0**	**42**			**2**	**4**	**4**	**16**	**16**	
	专业选修课	3102260	商品认知实训	2	40	0	2	查		2					
		3102286	电商直播礼仪●	2	36	1	1	查			2				
		3102291	数字化信息财务管理	2	36	1	1	查			2				R
		3101206	团队建设与管理●	2	36	1	1	查			2				
		3100226	新媒体图文制作▲■	2	36	1	1	查			2				
		3102249	商务英语（一）	2	36	1	1	查			2				
		3102250	商务英语（二）	2	36	1	1	查				2			
		3102288	数字营销品牌管理	2	36	1	1	查				2			R
		3102255	短视频创作与运营■	2	36	1	1	查				2			
		3102256	商务沟通与谈判●	2	36	1	1	查				2			
		3102292	数字营销供应链管理■	2	36	1	1	查				2			
		小 计（不少于 20 分学）		**20**	**360**	**10**	**10**			**2**	**10**	**10**			
非课程学分		学生处		3	60	0	3								
		图书馆		2	40	0	2								
		招就处		2	40	0	2								
		优育阳光长跑		2	40	0	2								
		劳动教育		2	40	0	2								
		小 计		**11**	**220**	**0**	**11**								
总学分、总学时				**148**	**2770**	**/**	**/**		**29.5**	**26**	**24.5**	**25**	**16**	**16**	

注：1.专业核心课程需要在课程名称后面用“★”标注 2.创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注
3.创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注 4.人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注
5.跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注 6.市场营销专业群共享课程用“S”标注

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共必选课	11.5	6	1.5	2		
公共限选课	8	8				
公共选修课	2	2	2	2		
专业平台课	6	6				
专业技能课	2	2	7	7		
实践环节课		2	4	4	16	16
专业选修课			10	10		
合　计	29.5	26	24.5	25	16	16

附表五： **各类学分的分配**

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	21	14.19%	52	96
	公共限选课	16	10.81%		
	公共选修课	8	5.41%		
专业课	专业平台课	12	8.11%		
	专业技能课	18	12.16%		
	实践环节课	42	28.38%		
	专业选修课	20	13.51%		
非课程学分		11	7.43%		
合计		（148）	100%	（35.14%）	（64.86%）

2020级市场营销专业（中高职一体化）人才培养方案

（执笔人：钱志芳　审核人：陈庆）

一、 专业名称、专业群及专业代码

专业名称：市场营销（中高职一体化）

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630701

二、 入学要求

培养对象：职业高中、中专、技校毕业生。

三、 修业年限

修业年限：五年（包含中职三年、高职二年）。

四、 职业面向

（一）职业面向

本专业毕业生主要面向零售业、批发业和商贸服务业等行业的销售、市场开发和维护等职业群，可从事于市场调研、营销策划、销售、营销管理、售后服务管理等岗位，鼓励部分具有较强的创新精神和创新能力的学生自主创业。本专业所对应的行业、主要职业、主要岗位和职业资格证书具体详见下表：

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	职业资格证书（或技能等级证书）
财经商贸大类	市场营销	零售业、批发业、商贸服务业	市场调研岗位、销售岗位、营销策划岗位、营销管理岗、自主创业等	1+X证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书(数字营销技术应用等)

（二）工作任务与职业能力分解表

通过2020年义乌企业市场营销专业人才需求情况市场调研，确定市场营销专业各岗位职业能力包括市场调查、市场预测、营销策划、业务洽谈、运营推广以及创新、创意、创业能力等等。综合市场营销工作任务和职业能力素质要求，确定工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	市场调研岗位	小商品市场的调研预测	调查、分析、预测、决策能力	市场调研与预测、商务数据分析、市场认知与调研实训、商务礼仪、商务沟通与谈判	1+X证书制度试点下的营销岗位相关职业资格证书(数字营销技术应用等)
2	销售岗位	小商品营销	商品认知能力 小商品营销实战能力 创意营销能力	商品学基础、商品营销实务、网络营销实务、现代营销技术、营销心理学、商务礼仪、商品认知实训、国际贸易理论与实务、短视频创作与运营、商务沟通与谈判	
3	策划岗位	小商品的营销策划方案制定	营销策划、执行能力 创意创新能力	营销学基础、市场营销策划、营销策划实训、市场营销沙盘、新媒体图文创作、短视频创作与运营	
4	营销管理岗	客户管理、销售团队管理、客户关系管理	业务接洽、谈判能力；团队建设能力；营销综合管理能力	营销心理学、团队建设与管理、连锁经营管理、供应链管理、市场营销沙盘、短视频创作与运营、商务礼仪、商务沟通与谈判、经济法基础	
5	自主创业	小微企业创立、运营、管理	团队协作能力、创新创意能力、创业能力、财务分析能力、风险管理	营销学基础、创业与创意综合实践、营销心理学、市场	创业证

			与预测能力	调研与预测、商务数据分析、团队建设与管理、供应链管理、商务礼仪、商务沟通与谈判、经济法基础	

五、 培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握市场营销专业知识和技术技能，面向批发和零售业、商贸服务业，能从事区域销售经理、卖场经理、市场主管、市场经理、小微企业创业者等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1．素质目标

（1）思想政治素质：

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质：

具有终身学习、接受新知识、新技能的理念；掌握政治、经济、历史、文化等广博的人文知识；具有良好的概括分析、思辨判别和知识运用能力。

（3）职业素养：

具有爱岗敬业、吃苦耐劳的精神；具有现代市场营销观念和一定的市场敏锐度；具有良好的职业仪态和举止习惯，待人接物有礼有节；具有创意创新思维和市场开拓精神；具有服务意识、质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、全球视野和市场洞察力；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。

（4）身心素质：

达到《国家学生体质健康标准》，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；

2. 知识目标

（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）熟悉和掌握经济贸易知识、经济法规和市场理论基础知识；

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法；

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法；

（6）掌握创意营销、网络营销等的新知识、新技术；

（7）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧；

（8）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法；

（9）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法；

3. 能力目标

（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）具有与客户接洽、谈判能力；

（4）具有对客群和竞争者进行分析的能力；

（5）具有组织实施营销产品的市场调查与分析能力；

（6）具有小微企业创立、运营、管理的创业能力

（7）具有组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动能力；

（8）具有能够组织实施推销和商业谈判能力；

（9）能够对客户关系和销售进行日常管理；

（10）具有营销活动策划并组织实施能力；

（11）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（12）具备数据意识和商务数据分析应用能力；

（13）具备商务礼仪规范应用能力。

六、 课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设职业道德与职业指导、中职语文、中职数学、中职英语、心理学、创新创业、书法、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯规划与就业创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设大学英语一、大学英语二、办公软件应用、经济数学、大学语文等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 6 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业核心课

课程名称	课程目标	主要内容	实施要求
营销学基础	1.掌握市场营销学的基本理论和基本方法； 2.掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点； 3.掌握营销调研分析、营销策划的基本技能； 4.熟悉营销管理的内容，并掌握结合相关案例进行分析、研究的方法。	1.市场分析； 2.营销环境分析； 3.消费者购买行为分析； 4.市场细分与目标市场的选择； 5.产品策略与新产品开发策略； 6.定价策略； 7.分销渠道策略； 8.促销策略； 9.企业市场营销管理。	1.坚持以能力为本位的教学思想，强化强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养； 2.坚持“德育为先”的人才培养原则，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德与社会主义核心价值体系教育； 3.教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用； 4. 不断更新教学观念，关注市场营销人才培养的特点，探索新型教学模式。
商品营销实务	1.掌握市场分析(包括市场调查与预测、消费者行为分析)的基本原理和方法知识 2.对各类型商品能够进行定性分析、定量分析，确定营销策略开展营销实务。	1. 项目一 商品营销基础理论 2. 项目二 文具用品营销实务 3. 项目三 袜业产品营销实务	1. 融项目化操作与信息化教学为一体，以项目化方式进行讲授，每个项目的任务都有对应的实训或案例内容 2. 线上线下相结合，采

	3.能独立地完成有关资料的搜集、整理、分析，进而解决企业营销中发生的问题。	4.项目四 饰品营销实务 5.项目五 箱包产品营销实务 6.项目六 商品综合营销实务	用校内网络教学平台凤鸣学堂实现线上线下混合式教学。 3. 学校和企业共同教学，安排学生到紧密型校企合作基地进行实地参观实践活动
市场调研与预测	1.熟悉市场调查与预测的相关工作内容； 2.掌握市场调查方式方法、调查方案设计、问卷设计、资料整理分析和撰写调报告的知识与技能 3.具备良好的综合业务能力和沟通协调能力	1.市场调查方案设计 2.市场调查方式与方法 3.问卷设计 4.实施调查 5.资料整理分析 6.撰写调查报告	1.知晓市场调查相关概念； 2.熟悉市场调查方式与方法 3.能设计调查方案、调查问卷、分析资料整理和撰写调查报告 4.重点培养发现问题、分析问题与解决问题的能力
营销心理学	1.能认识消费者的心理现象对购买行为的影响。 2.能了解购买行为类型、特点与购买行为过程，能懂得购买决策内容和影响因素 3.能认识营销场景因素对消费者的影响及具有营造良好营销场景的能力。 4.能运用新商品价格心理策略进行商品定价、提价、降价。	1.顾客个体心理 2.顾客群体心理 3.商品与价格心理效应 4.场景与网络心理效应 5.传播与广告心理效应	1.本课程是一门理论与实践并重的学科，课堂教学中使用多媒体课件授课，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2.应以学生为主体、教师为主导，教师提出问题或设计出合理的训练项目，学生主动参与。 3.通过练习和实训，学生能全面系统掌握消费者心理、制作营销方案和策划的设计制作等。
市场营销策划	1.掌握公关策划、促销策划、广告策划以及整体营销策划知识； 2.熟悉企业营销策划业务的主要内容； 3.能组织开展简单的营销策划实践	1.公关策划、促销策划、广告策划以及整体营销策划等专业知识； 2.企业营销策划业务的主要内容及操作流程； 3.对指定商品开展营销策划实践	1. 充分运用在线教学，指导和帮助学生掌握重点，突破难点。 2. 引导学生创新思维，运用各种方式开展营销策划； 3.注重理论运用于实践，在实践中巩固理论。
网络营销实务	1. 掌握关于网络营销的知识、概念、定义和原理，建立良好的网络营销分析框架；	1.项目一 网络营销认知 2.项目二 网络市场分析实务	1.教师要具备网络营销基本技能，有企业网络营销、电商运营的经验或授课前经过专门的基

	2. 能在网络营销方法论层面占据一定的制高点，能对具体企业的网络营销业务提出系统的解决方案。 3. 初步掌握毒性营销、事件营销、名人营销、数据库营销、网络公关等网络营销推广的方法和手段。	3.项目三 网络产品在线营销实务 4.项目四 网络产品移动营销实务 5.项目五 网络营销方案策划与实施	本操作技能训练。 2.实践教学条件要求 （1）校内实训室：市场营销虚拟仿真实训室 （2）校外实习基地：义乌市双童日用品有限公司、永辉超市等

七、 教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、 实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 14 名，研究生比例达到 100%，（博士 2 人），其中高级职称以上的教师 4 名，中级 8 名。所有教师均具有营销行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 100%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 20 余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。教学团队中拥有浙江省级专业带头人 1 人，义乌市拔尖人才 1 人，义乌市社会科学界联合会社科专家 3 人。主持省级以上教改科研项目 6 项，省级精品在线课程 2 门，省级新形态教材 3 部，参与建设的项目曾荣获国家级教学成果奖二等奖、省级教学成果奖一等奖。

（二） 专业实验、实训室（基地）配置情况

1.校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积 m^2
1	营销实训室	营销策划、推销实务	电脑 10 台、	48	40

	（中学）		多媒体教学设备		
2	虚拟仿真实训室（中学）	沙盘训练、市场调研	电脑 50 台、多媒体教学设备	50	40
3	营销策划实训室（309）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展市场营销策划、市场调查与预测、商品营销实务、商务礼仪、市场调查实训、营销策划实训等课程的实训教学，培养学生适应现代市场营销的市场分析能力、组织策划能力、沟通交流能力、团队协作精神、分析问题和解决问题的能力及技能大赛服务。	电脑 12 台、多媒体教学设备、市场营销综合实训与竞赛系统	60	98.8
4	商务谈判实训室（316）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展推销与谈判、商务沟通、社交礼仪、营销心理学等课程的实训教学，让学生可以真实地感受到谈判的气氛，从各自的角度参与到模拟谈判中去，学习并应用各种谈判技巧，心理素质得到一定的提高；让学生了解到现代商务谈判的流程，通过学生的仪容、姿态、表情、语言、礼仪实训让学生充分了解自我、展示自我，培养学生的自信与交际能力。对外承接企业商务沟通培训、销售员销售技巧培训等社会服务。	触摸一体机、谈判桌	60	93.6
5	虚拟仿真实训室（305）	本实训室主要面向经济管理类学生，模拟公司市场营销业务操作，训练学生思维创新能力，动态展示学生运用市场调研、收集市场需求、确定目标市场，运用营销策略组合，采取一定的竞争策略和财务知识等进行营销竞争，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。	触摸一体机、电脑、汽车营销基本技能考评系列软件、商品陈列柜	60	100.1
6	管理技能实训室（209）	本实训室主要面向经济管理类学生，开展管理学基础、生产与运作管理、企业文化、团队建设与管理、中小企业创业与管理、管理案例分析、管理沟通技能训练等课程的实训教学，训练学生的计划能力、组织能力、领导能力、控制能力、语言表达	电脑、分组讨论设备、手工沙盘	60	98.8

		能力、沟通能力、企业文化策划能力、团队建设能力、团队管理能力、管理案例分析能力等。对外承接企业培训、技能大赛等服务。			
7	eHR智能管理实训室（206）	本实训室主要面向经济管理相关专业的学生，可开展人力资源与EPR（企业资源计划）方面的模拟训练。通过实训，加深学生对人力资源管理体系的理解和实际操作能力，强化学生的供应链管理能力，使学生真正深入了解企业的运作过程。	电脑、“用人之道”软件、生产运作软件、ERP 软件	60	201.5

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	浙江一鸣食品有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供3位兼职教师、学生顶岗实习、5人为学徒制师傅、提供一鸣启智奖学金。	15-20	
2	浙江梦娜袜业股份有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、校企合作开发教材。	5-8	
3	杭州联华华商有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供3位兼职教师、学生顶岗实习、6人为学徒制师傅、横向课题研究	20-30	
4	浙江永辉超市有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、7人为学徒制师傅、横向课题研究	15	
5	义乌双童日用品有限公司	专业指导委员会成员，校友会会长、协会指导老师，提供2位兼职教师、学生顶岗实习、校企合作开发教材。	3-5	
6	中国进口商品城孵化区（义乌生产资料市场）	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生课程指导、技能大赛、横向课题研究	5-8	
7	杭州娃哈哈宏盛食品饮料营销有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	3-5	
8	上海必胜客有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	15-20	
9	浙江相约欧品品牌管理有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供1位兼职教师、学生顶岗实习、技能大赛、横向课题研究	5-10	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	营销学基础	方光罗.《市场营销学》.高等教育出版社
2	商品营销实务	赵红英，龚紫娟.《市场营销实务》人民大学出版社
3	市场调研与预测	宋文光.《市场调查与分析》.高等教育出版社
4	营销心理学	潘建林.《营销心理学》.吉林大学出版社
5	市场营销策划	陈民利，赵红英.《营销策划项目教程》.机械工业出版社
6	网络营销实务	单勤琴.《网络营销实务》.湖北科学技术出版社

2.核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	市场营销基础	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=209
2	商品营销实务	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=139
3	市场调研与预测	http://icourse.ywu.cn/Res/ResList.aspx
4	营销心理学	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=182
5	市场营销策划	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=293
6	网络营销实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=237

（四）教学方法

1.项目教学法：以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。其实施以小组为学习单位，步骤一般为：咨询、计划、决策、实施、检查、评估。项目教学法强调学生在学习过程中的主体地位，提倡“个性化”的学习，主张以学生学习为主，教师指导为辅，学生通过完成教学项目，能有效调动学习的积极性，既掌握实践技能，又掌握相关理论知识，既学习了课程，又学习了工作方法，能够充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

2.案例讨论法：案例讨论法是在教师给出相应的案例，学生在教师的指导下，以全班或小组为单位，围绕案例的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。

3.示范教学法：在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。

4.任务驱动法：教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要极积提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

（五）教学评价

1.学生评价

（1）平时成绩：可通过线上学习情况、课堂学习考勤及纪律给出成绩；

（2）过程考核成绩：可通过学习过程中的作业、课堂实训完成情况、课后实践完成情况给分；

（3）期末考核成绩：理论知识可以通过期末的考试成绩给分，形式可以是闭卷考试；

2.教师评价

（1）教学资源的评价：可以根据教师的授课日志、教案、PPT、教学视频情况给予评价；

（2）生评师：每学期期末由学生对任课教师对教师教态、教学方法、教学效果给予评价；

（3）学院对教师的评价：学院开展优质课评比、公开课学习等互听互评工作；

（4）督导听课评价：由学院、学校组织院督导、校督导对任课教师的课堂授课、在线直播课堂进行推门听课，评价教师教学水平。

（六）质量管理

1. 三级教学管理制度：

学校和二级学院、教研室构成三级教学管理机制，在不同层面上实施质量监控。学院常设教学监督机构是教学指导委员会、专业建设指导委员会及教学督导专家组，

教务处是监控执行的中心，起组织协调、分析反馈作用；分院是实施教学及管理的实体，也是实施教学质量监控最重要的组织；教研室是最基层的教学单位，是实施教学及管理的最小单位，也是实施教学质量监控最直接与最关键的组织。

2.教学质量保障体系：

（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。

（3）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。

九、 毕业要求

（一）应修最低学分要求

项目	公共课			专业课				毕业学分合计
				专业必修课			专业选修课	287
	公共必选课	公共限选课	公共选修课	专业平台课	专业技能课	独立实践环节课		
学分	98	16	6	6	67	41	44	
非课程学分	9（学生处 2 学分，图书馆 2 学分，招就处 2 学分，劳动教育 2 学分，体育教学部 1 学分）							

（二）毕业条件

1.中职阶段毕业条件

（1）具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

（2）完成中高职一体化五年制前三年所要求的课程学习，并通过选拔考试；

（包括：语文、数学、商品学、市场营销等课程的相关知识点）

（3）获得初级及以上技能证书。

2.高职阶段毕业条件

（1）具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

（2）完成本专业人才培养方案规定的最低毕业学分数；

（3）参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

（4）具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

（5）具有基本的英语会话能力和应有能力；

附表一： **各学期教学活动时间安排**

	入学教育	军训	校专业实践周	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期						19		1	20	6
第二学期						19		1	20	6
第三学期						19		1	20	6
第四学期						19		1	20	6
第五学期						19		1	20	6
第六学期						19		1	20	6
第七学期	1	2				12	4	1	20	6
第八学期			2			16	1	1	20	6
第九学期			2			17		1	20	6
第十学期				16	1		3		20	6
合　计									200	60

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	商品认知实训	一	1	认识实习（实训）	了解本地市场热点商品	校内外	考查	1
2	沙盘实训一	二	1	专业实训	机房开展沙盘实操训练	机房	考查	1
3	市场调研实训一	三	1	专业实习（实训）	对本地市场开展调研	校内外	考查	1
4	营销策划实训一	四	1	专业实习（实训）	营销策划综合能力	校内外	考查	1
5	创意与创业综合实践	五	1	专业实习（实训）	创业与创意能力训练	校内外	考查	1
6	顶岗实习	六	16	专业实习（实训）	综合运用营销技能	校外	考查	16
7	市场认知与调研实训	八	2	专业实习（实训）	了解义乌各大市场开展市场拓展调研	校内外	考查	2
8	营销策划实训	九	2	专业实习（实训）	营销策划与执行能力；	校内外	考查	2
9	毕业综合实践环节	十	16	专业实习（实训）	全面运用知识能力	校外	考查	16

附表三： **指导性修读计划表**

课程类型		课程编码	课程名称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分										备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	
公共基础课	公共必选课		职业道德与职业指导	8	144	8	0	查	2	2	2	2							
			中职语文	20	360	20	0	试	4	4	4	4	4						
			中职数学	25	450	12.5	12.5	试	5	5	5	5	5						
			中职英语	8	144	2	6	试	2	2	2	2							
			体育	10	180	5	5	试	2	2	2	2	2						
			心理学	2	36	2	0	查	1	1									
			创新创业	4	72	2	2	查	1	1	1	1							
			书法	2	36	0	2	查	1	1									
		0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试							1	2			
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论●	4	72	3	1	试							2	2			
		0000330	形势与政策教育▲	1	18	1	0	查							√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查							2				
		0000104	军训	1	18	0	1	查							1				
		0000144	职业生涯规划●	1	18	0.5	0.5	查							1				
		0000145	就业创业指导■	1	18	0.5	0.5	查									1		
		0000009	体育一	2	36	1	1	试							2				
		0000010	体育二	2	36	1	1	试								2			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查							2				
		小 计		**98**	**1764**	**64.5**	**33.5**		**18**	**18**	**16**	**16**	**11**	**0**	**11**	**7**	**1**		
	公共限选课	0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试							4				
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试								4			
		0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试								2			
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试							4				
		0000015	大学语文●	2	36	2	0	试								2			
		小 计		**16**	**288**	**6**	**10**								**8**	**8**			
	公共选修课			**6**	**108**	每学期选修课实际开设情况为准													
专业课	专业平台课	3100201	经济学基础	3	54	3	0	试							3				S
		3100202	管理学基础	3	54	1.5	1.5	试								3			
		小 计		**6**	**108**	**4.5**	**1.5**								**3**	**3**			
	专业技能		商品学概论	9	162	4.5	4.5	试	3	3			3						
			营销学基础★	12	216	6	6	试			4	4	4						
			初级市场调研	3	54	1.5	1.5	试			3								

	课		营销策划与执行	3	54	1.5	1.5	试				3							
			客户拓展与维护	2	36	1	1	试			2								
			新媒体营销	2	36	1	1	试					2						
			企业模拟沙盘	4	72	1	3	试	2	2									
			点钞	4	72	0	4	试	2	2									
			小键盘	4	72	0	4	试	2	2									
			推销实务	6	108	2	4	试			3	3							
		3102205	市场调研与预测★■	3	54	1.5	1.5	试							3				
		3102206	市场营销策划★■	3	54	1.5	1.5	试								3			
		3102235	市场营销沙盘	3	54	1	2	试								3			
		3102208	营销心理学★■	3	54	2	1	试									3		
		3102202	商品营销实务★■	3	54	2	1	试									3		
		3102203	网络营销实务★■	3	54	1.5	1.5	试	9	9	12	10	9				3		
		小 计		**67**	**1206**	**28**	**39**								**3**	**6**	**9**		
	独立实践环节		商品认知实训	1	20	0	1	查	1										
			沙盘实训一	1	20	0	1	查		1									
			市场调研实训一	1	20	0	1	查			1								
			营销策划实训一	1	20	0	1	查				1							
			创意与创业综合实践	1	20	0	1	查					1						
			顶岗实习	16	320	0	16	查						16					
		3102272	市场认知与调研实训	2	40	0	2	查								2			
		3102263	营销策划实训	2	40	0	2	查									2		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320	0	16	查										16	
		小 计		**41**	**820**	**0**	**41**		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**16**	**0**	**2**	**2**	**16**	
	专业选修课		销售语言	2	36	1	1	查	2										
			商务礼仪●	2	36	1	1	查		2									
			消费者行为	2	36	1	1	试			2								
			经济地理	2	36	1	1	试				2							
			外贸协调	2	36	1	1	试				2							
			移动电商	2	32	1	1	试					2						
			网店经营	2	36	1	1	试					2						
			基础会计	12	216	6	6	试	4	4			4						
		3101206	团队建设与管理●	2	36	1	1	试							2				
		3103216	商务沟通●	2	36	1	1	试							2				
		3102260	商品认知实训	2	40	0	2	查								2			
		3102285	数字直播营销■	2	36	1	1	查								2			R
		3100226	新媒体图文制作▲■	2	36	1	2	试									2		

		3102207	国际贸易理论与实务	2	36	1	1	试									2		R
		3102209	连锁经营管理	2	36	1	1	试									2		
		3102247	现代营销技术	2	36	1	1	试									2		
		3102255	短视频创作与运营■	2	36	1	1	查									2		
		3101245	供应链管理■	2	36	1	1	查									2		R
		小计（高职不少于 18 学分）		**44**	**792**	**22**	**22**		**6**	**6**	**2**	**4**	**8**	**0**	**4**	**4**	**12**		
非课程学分		学生处		2	40	0	2												
		图书馆		2	40	0	2												
		招就处		2	40	0	2												
		劳动教育		2	40	0	2												
		体育教学部		1	20	0	1												
		小计		**9**	**180**	**0**	**9**												
总学分、总学时				287	5158	131	156		34	34	31	31	29	16	29	30	28	16	

注：1.专业核心课程需要在课程名称后面用”★”标注

2.创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注

3.创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注

4.人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注

5.跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注

6.市场营销专业群共享课程用“S”标注

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	第七学期	第八学期	第九学期	第十学期
公共必选课	18	18	16	16	11		11	7	1	
公共限选课							8	8		
公共选修课								2	4	
专业平台课							3	3		
专业技能课	9	9	12	10	9		3	6	9	
实践环节课	1	1	1	1	1	16		2	2	16
专业选修课	6	6	2	4	8		4	2	12	
合　计	34	34	31	31	29	16	29	30	28	16

附表五：

各类学分的分配

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	98	34.15%	131	156
	公共限选课	16	5.57%		
	公共选修课	6	2.09%		
专业课	专业平台课	6	2.09%		
	专业技能课	67	23.34%		
	实践环节课	41	14.29%		
	专业选修课	44	15.33%		
非课程学分		9	3.14%		
合计		（287）	100%	（45.64%）	（54.36%）

2020 级会计专业人才培养方案

（执笔人：邵春玲　审核人：陈庆）

一、 专业名称、专业群及专业代码

专业名称：会计

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630302

二、 入学要求

培养对象：普通高中毕业生或职业高中、中专、技校毕业生。

三、 修业年限

修业年限：三年

四、 职业面向

（一）职业面向

根据企业经营管理岗位需求，考虑到会计专业毕业生就业因个人兴趣及特长、用人单位招聘岗位实际需要，结合会计专业高职毕业生职业能力及素养，确定本专业的主要职业领域如下表:

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	职业资格证书（或技能等级证书）
财经商贸大类	财务会计类	商贸服务业	出纳 财务会计师 税务会计 管理会计 统计员	会计专业技术资格； 1+X 试点证书

（二）工作任务与职业能力分解表

通过行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，与专业建设委员会共同确定本专业的主要就业工作领域、工作任务、职业能力、相关课程和考证要求如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	出纳	货币资金收付与管理	①能熟练进行现金收付及账务处理； ②会填写各种银行结算票据并进行账务处理；能够对现金、银行存款进行账账、账实核对； ③能够保管好库存现金、支票、收据、印章、有价证券等。	会计基础 初级会计实务 经济法基础	会计专业技术资格
2	财务会计	①能熟练进行现金收付及账务处理； ②会填写各种银行结算票据并进行账务处理；能够对现金、银行存款进行账账、账实核对； ③能够保管好库存现金、支票、收据、印章、有价证券等。	①具有会计核算方法运用的基本能力；对企业主要经济业务能正确进行会计职业判断；按照会计制度正确记录各种经济业务； ②能根据企业生产特点、工艺流程和管理要求确定成本计算方法及设置基本生产成本明细账并进行成本核算； ③能够编制资产负债表、利润表、现金流量表； ④能根据需要建立财务应用环境，选择并安装适合企业的会计软件及相应的模块，建立新的会计核算体系；能完成月末自动转账、对账与结账，进行报表生成管理。	会计基础 初级会计实务 成本会计 中级会计实务 会计电算化	会计专业技术资格 1+X 智能财税证书
3	税务会计	税费计算申报	①能办理税务登记、发票领购、进行增值税进项发票的汇总、认证与管理； ②能正确计算应纳税额，及时、准确申报各税种的纳税申报表及其附列资料； ③能接受税务部门的检查，填制查账征收的各类报表。	税务会计实务 纳税申报实务 经济法基础	会计专业技术资格 1+X 智能财税证书
4	管理会计	①筹资、投资、营运资金及财务成果分配管理；②财务成果分析与评价	①具备运用财务管理理论进行筹资、投资决策分析能力和税务筹划能力； ②能够利用会计报表进行财务分析，撰写财务分析报告； ③能根据管理者要求，对报表数据进行汇总、计算、对比，综合地分析，评价企业的财务	企业财务管理 EXCEL 在财会中的应用 管理会计 税务会计实务	会计专业技术资格 1+X 管理会计证书

			状况和经营成果，提出问题与改进管理工作的建议。		
5	统计员	①准确、及时、全面、系统地报出各种综合统计报表；调查、整理、②分析统计资料,满足各级部门对统计信息的需要。	①根据会计账簿编制统计报表，编制统计台帐； ②统计图表的绘制，统计报告的撰写。	会计基础 初级会计实务 管理会计 管理学基础	统计员资格

五、 培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握云财务会计、税务、数据分析、管理会计和业财融合等日常经济业务的基本知识与操作技能，面向中小企业、金融机构等基层业务和管理岗位的会计专业人员职业群，能够从事云财务会计、税务会计和管理会计的复合型财务数智化技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1．素质目标

（1）思想政治素质：

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质：

具有终身学习、接受新知识、新技能的理念；掌握政治、经济、历史、文化等广博的人文知识；具有良好的概括分析、思辩判别和知识运用能力。

（3）职业素养：

具有严格执行财经法规、财务会计制度的工作态度；具有诚实守信、廉洁自律的职业道德；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；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。

（4）身心素质：

达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的身心素质；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。

2. 知识目标

（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）熟悉与本专业相关的法律法规等相关知识；

（3）掌握经济、财政、税务、金融、企业管理、市场营销等基础知识；

（4）掌握企业财务会计、企业成本核算与管理、企业财务管理、企业财务分析、管理会计、企业内部控制的理论知识；

（5）掌握企业会计制度设计的相关知识；

（6）掌握社会审计、内部审计的相关知识。

3. 能力目标

（1）具有自我学习、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）具有熟练使用办公软件能力，以及本专业必需的信息技术应用能力；

（4）具备出纳岗位工作能力，能够选择合理的结算方式，完成资金收付结算；

（5）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；

（6）具备成本核算与管理能力，能够合理选择产品成本计算的方法，正确计算产品成本，科学进行成本分析与管理；

（7）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；

（8）具备一定的管理会计能力，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；

（9）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；

（10）具备一定的审计工作能力，能够收集整理审计证据和有关审计信息，编制审计工作底稿，协助审计人员编制审计报告；

（11）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；

（12）具备撰写财务会计报告、财务与成本分析报告的能力。

六、 课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯、就业创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设第二外语一、第二外语二、办公软件及应用、大学语文等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 8 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业核心课程

课程名称	课程学习目标	课程学习内容	课程教学方法
会计基础	1.学生深刻理解会计的基本理论； 2.掌握会计核算的基本知识和方法，初步掌握会计的基本技能； 3.教学中应注意对学生基本技能培养，符合高职院校应用型人才的培养目标。	1.了解会计的基本职能及其特点。 2.理解会计要素的概念及六类会计要素的内容。明确资产和权益的关系。掌握会计恒等式。3.了解设置会计科目的意义和原则。 4.明确复式记账的概念。掌握借贷记账法的基本内容。 5.了解总分类账户和明细分类账户的设置方式。 6.掌握工业企业主要经济业务涉及的账户性质、用途和结构。 7.理解成本计算的内容和程序。掌握材料采购成本和产品生产成本	教学方法： 1.实践与理论结合，实物演示与归纳，企业观摩结合；2.运用多媒体课件开展教学。 评价方法： 本课程考核采用形成性考核与终结性考核结合。

		的计算方法。 8.了解会计凭证的意义。熟悉会计凭证的种类、填制要求、审核内容以及会计凭证的传递与保管。 9.了解财产清查的意义和分类。 10.掌握资产负债表、利润表及利润分配表的概念、作用、结构、内容和编制原理。	
初级会计实务	1.掌握会计的基本原理、会计核算的基本知识和方法； 2.掌握企业资产、负债、所有者权益、收入、费用和利润六项要素的核算； 3.掌握企业主要经济业务会计处理的知识和技能； 4.掌握基本会计报表的编制方法，具有分析和解决财务会计一般问题的能力； 5.能够运用管理会计工具方法，参与单位规划、决策、控制、评价活动并为之提供有用信息，推动单位实现战略规划； 6.具备在企事业单位、社会团体等单位从事日常会计核算的基本素质。	1.掌握会计概念、智能、目标、基本假设、会计基础、会计信息质量要求、会计要素、会计科目和借贷记账法、会计凭证和账簿； 2.掌握资产、负债 和所有者权益的概念、账务处理及核算； 3.掌握收入、费用和利润的概念、账务处理及核算； 4.掌握财务报表的概念及内容，熟悉资产负债表、利润表及现金流量表的编制； 5. 掌握管理会计的概念及目标；掌握产品成本的归集、分配及计算方法； 6.掌握政府会计基本准则及事业单位会计。	本课程主要选择案例教学法、现场教学法、探究式、讨论式等教学方法。 在八个单元的任务学习过程中，课程根据真实工作任务和历年初级会计师考试的真题，积极创设任务和考试情境，以单位任务为主线、教师为主导、学生为主体，还原并突出教学中学生的主体地位。同时设置现场教学环节和真实考试场景，实现“教、学、做、练”合一，全面提升学生的实践能力和综合素质，提高学生职称考试的通过率。
中级会计实务	1.熟悉会计工作内容和特点； 2.具备会计人员所需的认真负责、严谨细致等基本职业素质；3.围绕会计岗位职责，拥护党的基本路线，适应财务、管理、会计中介等领域第一线需要； 4.具有良好的职业道德，掌握国家财经法规和经济政	1.财务报告目标、会计信息质量要求、会计要素及其确认与计量原则； 2.存货的确认和计量； 3.固定资产的确认和计量； 4.投资性房地产的确认、计量和处置； 5.长期股权投资的范围和计量； 6.无形资产的确认、计量和处置；	在教学方法的运用上遵循“学为主体，导为主线，知识传授与能力培养并重”的原则，重视学生在校学习与职场工作的一致性，有针对性地采用先进的职业教育方法，通过

	策； 5.掌握会计、审计、财务管理等专业知识，具有较强的账务处理能力； 6.树立“诚信”和“法制”观念，培养自觉遵纪守法意识； 7.具备“一技之长＋综合素质” 良好的综合业务能力。	7.金融资产的确认、计量及核算 ； 8.应付职工薪酬、长期负债和借款费用的核算； 9.所得税费用的理解、计算与会计处理。	设计开发合适的教学项目和多种辅助手段有效设计“教、学、做”为一体的情境教学方法，把学生置于主体地位，让学生在真实或仿真的学习情景中完成工作任务，从而有效地调动学生学习兴趣，促进学生积极思考与实践，开展体验性学习，促进学生综合职业能力发展。
企业财务管理	1.掌握财务管理的基本理论知识和基本方法，具备投资决策、筹资决策、利润分配决策的基本技能； 2.培养财务分析和解决财务管理问题的能力，为经营决策服务，并为学习其他课程打下良好的基础； 3.认识做好财务管理工作对于促进生产经营、提高经济效益的重要意义，掌握各种财务活动的联系以及财务活动同其他经济活动的联系，培养科学财务决策的能力； 4.具备在企事业单位熟练运用财务管理各种业务方法的能力，适应中小型企业财务管理工作的需要。	1.掌握财务管理的基本理论，包括财务管理的概念、目标、发展过程、环境等， 2.掌握资金时间价值的概念、形式、意义、计算，风险的含义及种类、风险报酬的计算，并结合经济业务熟练运用； 3.掌握企业资金需要量的预测方法、企业筹资渠道和方式；资本成本计算、财务管理的杠杆原理及其应用、资本结构的含义及其决策方法； 4.掌握项目投资管理的相关概念、现金流量分析方法，并能对具体项目进行具体的现金流量分析、运用项目投资决策评价指标分析评价不同的项目投资，并做出正确的决策； 5.了解有关营运资金管理的基本概念和方法；掌握现金管理、应收账款管理、存货管理的基本内容与方法。 6.掌握企业利润分配的意义、原则和一般程序，掌握股利分配政策的影响因素、类型，熟悉企业股利支付程序，熟悉股票分割与回购的含	主要采用项目教学法、情景教学法和现场教学法。在学习过程中，课程创设项目和任务情境，以项目为主线、教师为主导、学生为主体，通过“项目载体、任务驱动”的形式还原并突出教学中学生的主体地位。同时设置现场教学环节，在实训室和企业现场开展教学活动，实现“教、学、做”合一，全面提升学生的实践能力和综合素质。

		义、特点及作用； 7.了解财务预算的概念、意义、作用以及财务预算的编制方法;掌握现金预算和预计财务报表的编制； 8.了解财务控制的意义和种类;熟悉财务控制的制定和评价的外在形式,掌握财务控制的内部实施单位及各自的考核指标。	
税务会计实务	1.了解我国现行税制概况。 2.理解主要税种的含义及征税范围。 3.掌握主要税种应纳税款的计算方法。 4.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。 5.具备办理企业税务登记、发票领购工作的能力。 6.具备使用各类发票、填制涉税文书、进行网上申报的能力。 7.具备组织数据的汇总与分析，开展简单的纳税筹划工作的能力。 8.具备与税务、工商、外汇、银行等机构协商，处理一般的税务事项的能力。	1.税收会计概述 2.纳税基础 3.增值税的会计核算 4.消费税的会计核算 5.关税的会计核算 6.企业所得税的会计核算 7.个人所得税的会计核算 8.其他税种的会计核算（印花税、资源税、房产税、契税）。	根据本课程的教学目标要求和课程特点以及有关学情，选择适合于本课程的最优化教学法。综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程选用讲授法、情境教学法、案例教学法、小组讨论教学法、线上线下共同学习等教学法。
成本会计	能力目标： 1.掌握产品成本 核算的基本技能； 2.掌握工业企业生产费用的归集和分配； 3.会编制材料成本类会计凭证； 4.会登记成本类总账与明细账； 5.掌握产品成本计算的品种法； 6.初步了解产品成本计算的分步法； 7.初步掌握产品成本计算的	一、概论 1.成本概述 2.成本会计的职能和任务 3.成本会计工作的组织。 二、成本核算要求和程序 1.成本核算的基本要求； 2.成本核算的一般程序。 三、工业企业生产费用的归集和分配 1.生产费用的分类； 2.直接材料费用的归集和分配； 3.直接人工费用的归集和分配； 4.辅助生产费用的归集和分配； 5.制造费用的归集和分配；	在课堂教学过程中主要运用六步教学法，任务驱动教学法，案例教学法，分组学习法，本课程根据不同的教学内容，针对学生特点，灵活运用多种教学方法，引导学生积极思考，乐于实践，努力提高教学效果。

	分批方法。 知识目标： 1.了解成本核算的一般程序； 2.理解成本核算的原则，熟悉费用的分类，掌握成本核算的程序； 3.掌握要素费用和成本项目的确定，熟悉掌握各项要素费用的日常核算工作； 4.理解基本生产和辅助生产核算对象的划分，掌握产品成本核算的基本方法； 5.掌握辅助生产费用主要的分配方法。 素质目标： 1.了解会计基本法规制度，树立法制观念； 2.建立严谨工作作风，实事求是学风和创新意识； 3.树立良好的会计职业道德观念。	6.生产费用在完工产品和期末在产品之间的分配。 四、产品成本计算方法的确定 1.企业生产类型及管理要求对成本计算方法的影响； 2.产品成本计算方法。 五、产品成本计算的品种法 1.品种法概述； 2.品种法的具体应用。 六、产品成本计算的分批法 1.分批法概述； 2.分批法的具体应用； 3.简化的分批法。 七、产品成本计算的分步法 1.分步法概述； 2.逐步结转分步法； 3.平行结转分步法。	

管理会计	1.熟悉管理会计的目标、原则、四大要素， 2.掌握《管理会计基本指引》和《管理会计应用指引》基本内容， 3.理解和运用战略管理、预算管理、成本管理、营运管理、投融资管理、绩效管理以及管理会计报告和管理会计信息系统等领域所应用的各种工具和方法。 4.会运用相关理论和工具为企业和单位创造价值提供有力保障。	1.掌握管理会计概念框架和管理会计职业道德体系； 2.掌握战略管理概念，学会绘制战略地图； 3.掌握预算的概念和全面预算编制方法； 4.掌握四种不同成本管理方法：目标成本、 标准成本、变动成本、作业成本； 5.学会运用管理会计工具进行本量利分析、敏感性分析和边际分析； 6.运用管理会计工具进行投融资管理决策分析； 7.正确认识绩效管理，会运用关键绩效指标法、 经济增加值法和平衡计分卡进行绩效评价； 8.掌握管理会计报告的编制方法和管理会计信息系统的建设和应用。	课程在设计教学过程时，需要从知识、技能、素质三个维度来构思教学内容和教学活动的安排。教学中，以会计实践活动中真实、生动、直观而又富于启迪性的案例为引导，激发学生的兴趣，使学习更为有效。充分运用现代信息技术，发挥多种媒体的教学功能，特别是在线课程的在教学中的应用。

七、 教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、 实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 13 名，研究生比例达到 100%，（在读博士 1 人），其中高级职称以上的教师 2 名，中级 7 名。所有教师均具有会计行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 100%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 10 余人任兼任教师，承担专业

建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。教学团队主持省级以上教改科研项目 1 项，荣获 2020 职业技术教育学会成果一等奖 3 项。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1.校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积 m^2
1	会计综合实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，主要承担会计专业分岗位业务实训的教学任务，实训室软件模拟真实会计工作环境，按会计主管岗位、出纳岗位、总账会计岗位、往来会计岗位、成本会计岗位等设置。	电脑、财务竞赛平台、基础会计实训教学系统	56	100.1
2	会计分岗实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展会计学基础、财务管理、税务会计、初级会计实务、成本会计、办税模拟等课程的实训课程，训练学生宏观形势的理解能力、熟练掌握会计法规及国内国际会计标准的能力、核算能力、综合分析能力、职业判断能力、财务管理能力、内部控制能力、内外协调能力，培养学生良好的道德素养和创新精神。对外承接企业会计培训、真账实操业务。	电脑、会计虚拟实习平台、会计技能模拟训练软件	60	98.8
3	商务谈判实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展推销与谈判、商务沟通、社交礼仪、营销心理学等课程的实训教学，让学生可以真实地感受到谈判的气氛，从各自的角度参与到模拟谈判中去，学习并应用各种谈判技巧，心理素质得到一定的提高；让学生了解到现代商务谈判的流程，通过学生的仪容、姿态、表情、语言、礼仪实训，让学生充分了解自我、展示自我，培养学生的自信与交际能力。对外承接企业商务沟通培训、销售员销售技巧培训等社会服务。	触摸一体机、谈判桌	60	93.6
4	金融综合实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展证券投资实务、理财实务、银行业务技能、保险实务、互联网金融、Excel 在经济管理中的应用、证券业务实训、保险业务实训等课程的实训教学，训练学生的投资理财能力、证券业务处理能力、银行业务及保险业务的实际操作能力。对外承接银行柜台服务礼仪、理财规划师、保	电脑、银行业务竞赛软件、标点银行软件	64	175.5

		险代理人培训、资格认证、技能大赛等服务。			
5	eHR 智能管理实训室	本实训室主要面向经济管理相关专业的学生，可开展人力资源与 EPR（企业资源计划）方面的模拟训练。通过实训，加深学生对人力资源管理体系的理解和实际操作能力，强化学生的供应链管理能力，使学生真正深入了解企业的运作过程。	电脑、“用人之道”软件、生产运作软件、ERP 软件	60	201.5
6	管理技能实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展管理学基础、生产与运作管理、企业文化、团队建设与管理、中小企业创业与管理、管理案例分析、管理沟通技能训练等课程的实训教学，训练学生的计划能力、组织能力、领导能力、控制能力、语言表达能力、沟通能力、企业文化策划能力、团队建设能力、团队管理能力、管理案例分析能力等。对外承接企业培训、技能大赛等服务。	电脑、分组讨论设备、手工沙盘	60	98.8

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求（可以选择不填写）

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	金华市盛业会计师事务所	教师互聘、共同开展高等教育教学改革项目和课堂教学改革项目、接受专业教师挂职锻炼和下企业锻炼、开展会计文化节等学术活动、参与制定人才方案、安排毕业实习。	5	
2	义乌市智汇企业管理咨询公司	提供兼职教师、共同指导学生技能大赛、安排毕业实习。	5	
3	浙江宝娜斯集团有限公司	修订人才培养方案、企业专家来校授课、教师下企业锻炼、开展会计技能竞赛、会计文化节活动、安排毕业实习与顶岗实习	10	
4	浙江至诚会计师事务所有限公司	教师互聘、共同开展高等教育教学改革项目和课堂教学改革项目、接受专业教师挂职锻炼和下企业锻炼、开展会计文化节等学术活动、参与制定人才方案、义乌工商职业技术学院内部审计的签约事务所。	5	
5	浙江省金桥税务师事务所有限公司	教师互聘、共同开展高等教育教学改革项目和课堂教学改革项目、接受专业教师挂职锻炼和下企业锻炼、开展会计文化节等学术活动、参与制定人才方案、安排毕业实习。	5	

6	浙江省新世纪会计师事务所有限公司	提供兼职教师、共同指导学生技能大赛、安排毕业实习。	3	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	会计基础	《基础会计》高等教育出版社 田家富、孔祥银编
2	初级会计实务	《初级会计实务》经济科学出版社 财政部会计资格评价中心编
3	中级会计实务	《中级会计实务》高等教育出版社 中华会计网校编
4	企业财务管理	《财务管理》电子工业出版社 邵春玲编
5	税务会计实务	《税务会计实务》高等教育出版社 梁伟样编
6	成本会计	《成本会计实务》北京邮电大学出版社 周国安编
7	管理会计	《管理会计实务》高等教育出版社 杜学森 王娜编

2.核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	会计基础	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=206
2	初级会计实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=250
3	中级会计实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=268
4	企业财务管理	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=32
5	税务会计实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=212
6	成本会计	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=355
7	管理会计	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=252

（四）教学方法

公共基础课的主要任务是培养学生树立正确的世界观、人生观和价值观，提高学生职业道德水平和科学文化素养，为专业知识和职业技能学习奠定基础，满足学生职业生涯发展的需要，促进学生终身学习。课程设置和教学应与本专业培养目标相适应，注重学生能力的培养，加强与学生生活、专业和社会实践紧密联系。

专业课的任务是培养学生比较扎实专业知识和熟练的职业操作技能，提高学生就业、创业能力和适应职业变化、自我提升的能力。课程内容要紧密联系实务和社

会实践，突出应用性和实践性。专业课程教学应根据培养目标、教学内容和学生的学习特点，采取灵活多样的教学方法。

专业核心课程教学应以实践为核心，辅以必要的理论知识，以配合就业与继续进修的需求，并兼顾培养学生创造思考、问题解决、适应变迁及自我发展能力，必须使学生具有就业或继续进修所需基本知识，主要采用一体化或项目化教学办法组织教学。实习实训是专业技能课程教学的重要内容，是培养学生良好的职业道德、强化学生实践能力和职业技能以及提高综合职业能力的重要环节。在一体化或项目化教学要强化学生操作能力保证学生有足够实训时间。

顶岗实习是人才培养工作的重要环节，是专业教学计划的重要组成部分。对于培养学生良好的职业道德、熟练的专业技能、较强的可持续发展能力等具有重要的意义。学生顶岗实习的岗位应与其所学专业面向的岗位群基本一致。应加强对学生的安全教育，注重培养吃苦耐劳精神和良好职业素养。

（五）教学评价

教学评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收行业参与，探索第三方评价。学校考核与实习单位考核、知识考核与技能考核、过程考核与结果考核、课程考核与职业技能鉴定的“四结合”学生评价模式，提高学生的综合职业能力，引导学生全面发展。教学评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注知识在实践中运用与解决实际问题的能力水平，重视规范操作等职业素质的形成。

（六）质量管理

教学管理要以人为本，科学规范，要适应以工作过程为导向的课程要求，根据学校自身的特点建立健全配套的教学管理制度，在教学过程中及时总结反馈，不断改进。具体内容如下：

1.成立相关工作小组，健全教学质量管理制度，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，达成人才培养目标。

2. 建立教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设和教学质量诊断与改进，形成巡课、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.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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。

九、 毕业要求

（一）毕业学分要求

<table>
<tr><td rowspan="3">项目</td><td colspan="3" rowspan="2">公共课</td><td colspan="4">专业课</td><td rowspan="2">毕业学分合计</td></tr>
<tr><td colspan="3">专业必修课</td><td rowspan="2">专业选修课</td></tr>
<tr><td>公共必选课</td><td>公共限选课</td><td>公共选修课</td><td>专业平台课</td><td>专业技能课</td><td>独立实践环节课</td><td rowspan="3">148</td></tr>
<tr><td>学分</td><td>21</td><td>16</td><td>8</td><td>9</td><td>30</td><td>32</td><td>21</td></tr>
<tr><td>非课程学分</td><td colspan="7">11（学生处 3 学分，图书馆 2 学分，招就处 2 学分，劳动教育 2 学分，体育教学部 2 学分（每学期阳光长跑 2 学分））</td></tr>
</table>

（二）毕业条件

1．具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

2．完成本专业人才培养方案规定的毕业学分数；

3．参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

4．具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

5．具有良好的英语听、说、写能力。

备注：

对接 1+X 证书制度改革，开展技能证书和课程融通的学分银行建设。学生通过 1+X 智能财税制度试点考试，可以认定《初级会计实务》、《税务会计实务》、《纳税申报实务》等课程的学分；通过 1+X 管理会计考试，可以认定《管理会计》、《企业财务管理》等课程的学分；通过初级会计师职称考试，可以认定《会计基础》、《初级会计实务》、《经济法基础》等课程的学分；通过全国信息化工程师考试，可以认定《会计电算化》、《ERP 供应链管理系统》等课程的学分。课程成绩认定规则如下：各

职业资格考试中相应科目成绩*1.3，最高不超过 100 分。

附表一：　　各学期教学活动时间安排

	入学教育	军训	校劳动实践活动周	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期	1	2				12	2	1	20	6
第二学期			2			16	1	1	20	6
第三学期			2			17		1	20	6
第四学期			2			16	1	1	20	6
第五学期				10		17		1	20	6
第六学期				16	1		3		20	6
合计									120	36

附表二：　　独立实践教学环节的设置说明

序号	独立实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	会计基础综合实训	二	2	实训	原始凭证填制和审核、专用记账凭证填制和审核、登记现金日记账和银行存款日记账	实训室	考查	2
2	创业创新实训	三	2	实训	1+X 制度试点实操实训以及相关会计热点讲座	实训室	考查	2
3	会计多岗位模拟实训	四	2	实训	出纳岗位、往来会计岗位实训、成本（费用）岗位实训、总账报表会计岗位、税务会计岗位实训、财务主管岗位实训	实训室	考查	2
4	顶岗实习	五	10	实训	熟悉实习岗位的各项工作任务	校外	考查	10
5	毕业综合实践环节	六	16	实习	毕业实习、毕业论文	校外	考查	16

附表三： **指导性修读计划表**

课程类型		课程编码	课程名称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分						备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	
公共课	公共必选课	0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试	1	2					
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系●	4	72	3	1	试	2	2					
		0000906	形势与政策教育一▲	0.5	9	0.5	0	查	√	√					
		0000900	形势与政策教育二▲	0.5	9	0.5	0	查			√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查	2						网络课程
		0000104	军训	1	18	0	1	查	1						
		0000144	职业生涯规划	1	18	0.5	0.5	查	1						
		0000145	就业创业指导	1	18	0.5	0.5	查				1`			
		0000009	体育一	2	36	1	1	试	2						
		0000010	体育二	2	36	1	1	试		2					
		0000111	体育三	1	18	0.5	0.5	试			1				
		0000112	体育四	1	18	0.5	0.5	试				1			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查	2						
	小 计			**21**	**378**	**14**	**7**		**11**	**7**	**1**	**2**			
	公共限选课	0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试	4						
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试		4					
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试	4						
		0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试		1	1				每半学期开设（二级 AOA）
		0000015	大学语文	2	36	2	0	试		2					
	小 计			**16**	**288**	**6**	**10**		**8**	**7**	**1**				
	公共选修课			**8**	**144**					**2**	**2**	**4**			
专业课	专业平台课	3100202	管理学基础	3	54	1.5	1.5	试	3						市场营销专业群共享
		3106203	会计基础★	3	54	2	1	试	3						
		3100201	经济学基础	3	54	3	0	试		3					
	小 计			**9**	**162**	**6.5**	**2.5**		**6**	**3**					
	专业技能课	3101236	经济法基础	4	72	3	1	试	4						
		3106204	初级会计实务★	6	108	4	2	试		6					
		3101216	成本会计★	3	54	2	1	试			3				
		3100222	管理会计★	3	54	2	1	试			3				
		3101218	企业财务管理★	4	72	2	2	试			4				
		3101217	税务会计实务★	3	54	2	1	试				3			
		3106205	中级会计实务★	4	72	2	2	试			4				
		3100209	会计信息化	3	54	0	3	试			3				

	小　计			**30**	**540**	**17**	**13**		**4**	**6**	**17**	**3**			
	独立实践周环节课	3104281	会计基础综合实训	2	40	0	2	查		2					
		3106063	创业创新实践	2	40	0	2	查			2				
		3101272	会计多岗位模拟实训(一)	2	40	0	2	查				2			
		3103266	顶岗实习	10	200	0	10	查					10		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320	0	16	查						16	
	小　计			**32**	**640**	**0**	**32**			**2**	**2**	**2**	**10**	**16**	
	专业选修课	3100224	财经英语（一）▲	2	36	1	1	查	2						
		3100225	财经英语（二）▲	2	36	1	1	查		2					
		3104279	手工综合实训	2	40	0	2	查		2					
		3101274	会计多岗位模拟实训(二)	2	40	0	2	查				2			
		3101271	财务报表分析与应用■	2	36	1	1	查				2			
		3104016	EXCEL 在财会中的应用	3	54	0	3	查			3				
		3101237	ERP 供应链管理系统	3	54	0	3	查				3			
		3101206	团队建设与管理●	2	36	1	1	查					2		R
		3101238	企业经营沙盘■	3	54	0	3	查		3					
		3104235	创业企业纳税实务■	2	36	0	2	查				2			R
		3100226	新媒体图文制作■	2	54	1	1	查					2		
		小　计（不少于 21 学分）		**21**	**378**	**5**	**16**		**2**	**7**	**3**	**9**	**4**		
非课程学分			学生处	3	60	0	3								
			图书馆	2	40	0	2								
			招就处	2	40	0	2								
			劳动教育	2	40	0	2								
			体育教学部	2	40	0	2								
			小　计	**11**	**220**	**0**	**11**								
总学分、总学时				**148**	**2750**	/	/								

注：1.专业核心课程需要在课程名称后面用”★”标注

2.创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注

3.创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注

4.人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注

5.跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注。

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共必选课	11	7	1	2		
公共限选课	8	7	1			
公共选修课	0	2	2	4		
专业平台课	6	3				
专业技能课	4	6	17	3		
实践环节课		2	2	2	10	16
专业选修课	2	5	3	7	4	
合　计	31	32	26	18	14	16

附表五： **各类学分的分配**

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	21	14.19%	48.5	99.5
	公共限选课	16	10.81%		
	公共选修课	8	5.41%		
专业课	专业平台课	9	6.08%		
	专业技能课	30	22.27%		
	实践环节课	32	21.62%		
	专业选修课	21	14.19%		
非课程学分		11	7.43%		
合计		148	100%	32.77%	67.23%

2020级工商企业管理专业人才培养方案

（执笔人：楼芸　审核人：陈庆）

一、 专业名称、专业群及专业代码

专业名称：工商企业管理

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630601

二、 入学要求

培养对象：普通高中毕业生或职业高中、中专、技校毕业生。

三、 修业年限

修业年限：三年。

四、 职业面向

（一）职业领域

根据工商企业管理相关岗位需求，考虑到企业人才需求的实际情况，确定工商企业管理专业的职业领域表如下：

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	职业资格证书（或技能等级证书）
财经商贸大类	工商企业管理	工业、商业	企业负责人/连锁店店长岗位群：企业负责人（厂长、总经理、董事长）、企业部门负责人（部门经理、车间主任、工段长）、企业班组长、领班、连锁店店长、私营企业老板	1+X证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书、初级会计师
财经商贸大类	工商企业管理	工业、商业	办事人员岗位群： 办公室管理者（主任、副主任等）、（负责人）秘书，（负责人）助理、 行政人员和业务管理人员、人事专员、财务人员、后勤工作人员	1+X证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书
财经商贸大类	工商企业管理	工业、商业	商业工作人员岗位群：业务员/采购员、培训专员、企划人员、市场管理员其他商业工作人员	1+X证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书
财经商贸大类	工商企业管理	商贸行业领域	创业人员	创业证

（二）工作任务与职业能力分解表

通过对本专业就业的职业岗位进行工作任务与职业能力进行分析，确定相应工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	人力资源管理、企业行政管理等	从事人力资源规划、员工招聘选拔、绩效考核、薪酬福利管理、激励、劳动关系协调等工作的专业管理人员	人力资源规划 人力资源招聘与选拔 绩效考核与管理 薪酬体系设计与管理 劳动关系的处理 团队建设与管理	管理学基础 管理心理学 人力资源开发与管理 劳动关系与劳动法 招聘与培训 薪酬和绩效管理 团队建设与管理	1+X 证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书 人力资源管理师
2	财务管理、会计、出纳等	企业财产物资、工资、成本费用、财务成果、资金、资本、基金、收入、支出、债权债务核算，会计往来结算，总账报表，稽核，档案管理等	会计手工账务处理 会计核算与会计电算化操作 财务分析与管理	经济法基础 会计学基础 财务管理 商务数据分析	初级会计师
3	企业物资、设备的采购；产品的销售管理	执行公司整体采购策略，与采购商建立良好关系，实施采购，确保以最低的采购成本，及时满足生产的需求；产品销售等	产品销售管理能力 商务谈判的能力 物资价格分析与采购 供应商与顾客客户关系管理能力	营销学基础 市场调研与预测 电子商务 推销与商务谈判 品牌管理 供应链管理	1+X 证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书 高级营销员
4	企业的生产、运营管理，产品质量管理，生产现场管理、仓储管理等	生产运作战略的制订与实施；生产计划的制订与控制；生产运作系统的空间组织、过程组织以及作业排序；库存控制；质量管理；设备管理；生产现场管理；仓储管理；项目管理	生产运作战略的制订 生产运作系统组织及作业排序 生产计划的制订与控制 质量管理能力 设备管理能力 生产现场管理能力 仓储管理能力 项目管理能力	管理学基础 生产与运作管理 企业战略管理 质量和标准化管理 连锁经营管理 门店经营与管理	1+X 证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
5	企业人力资源培训与开发、企划等	根据企业生产、经营需要，掌握并运用现代培训理念和手段，策划、开发培训项目，制定、实施培训计划，并从事培训咨询和培训教学活动的人员	人力资源的培训与开发 企业文化设计 企业文化宣传	人力资源开发与管理 招聘与培训 绩效和薪酬管理 企业文化	1+X 证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书
6	企业经营管理、或担任经理助理、连锁店店长等	从事综合性组织管理和相关经营管理活动的高级管理人员	基本经济现象的分析 企业经营组织的设计 企业经营分析 企业战略决策的分析 管理问题诊断与分析	经济学基础 管理学基础 经济法基础 管理案例分析 连锁经营管理 门店运营与管理	1+X 证书制度试点下的管理岗位相关职业资格证书
7	创业者	企业的创办者和管理者。	综合能力	中小企业创业管理实务	创业证 SYB

五、 培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握本专业必备的基础理论和专门知识，具有基本的英语应用能力、计算机技术应用能力、经济应用文写作能力和投资创业能力，以及较强的计划、组织、协调、控制、企业经营管理能力，面向企业管理和创业经营等领域，能胜任中小企业生产、人事、营销、财务、信息和服务第一线管理工作岗位需要的，具有国际视野、较强实践能力和较强创新精神、创意与创业意识的高素质技术技能型人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1．素质目标

（1）思想政治素质

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；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。

（2）文化素质

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；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。

（3）职业素养

具有爱岗、敬业、诚信、开放与合作的职业信念，具备相应的专业知识和能力；具有良好的职业仪态和职业行为习惯；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；具备终生学习的意识，了解本专业继续深造、职业培训的途径。

（4）身心素质

达到《国家学生体质健康标准》，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。

2. 知识目标

（1）掌握管理的计划、组织、领导和控制等管理学的基本理论和知识；

（2）掌握工商企业会计、财务管理等方面的专业知识；

（3）掌握制造型企业的生产管理、商贸类服务型企业的运作管理的基本原理和方法；

（4）掌握市场调研、营销策划、推销和谈判等基本内容和方法；

（5）掌握工商企业人力资源管理中员工招聘、培训、绩效考核等方面的专业知识；

（6）掌握成员选拔和分工、团队沟通、有效激励等团队建设和管理的基本知识和方法；

（7）掌握工商企业文化管理、企业信息化管理、ERP 方面的知识；

（8）掌握现代企业管理的新知识、新技术；

（9）了解创业政策，掌握创业计划书、企业创办、融资、运营管理、人力资源管理和财务管理的基本知识。

3. 能力目标

（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）具备人员选拔与配置、团队沟通、绩效管理和有效激励等团队组建及成员激励能力；

（4）具备制定标准、衡量工作、纠正偏差等绩效管理及纠偏能力；

（5）能够发现管理问题、分析原因、制定解决方案，运用 PDCA 管理优化工具等持续改进管理；

（6）具备一定的商业信息技术与工具应用能力；

（7）具备数据意识和管理数据分析应用能力；

（8）具备商务礼仪规范应用能力；

（9）具备时间及资源管理能力。

六、 课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯、就业创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设办公软件应用、大学英语一、大学英语二、经济数学、应用文写作等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 8 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业核心课程

课程名称	课程学习目标	课程学习内容	课程教学方法
管理学基础	1. 掌握管理学基本原理、工具和方法，树立现代管理的思想观念，	1.管理的含义、职能； 2.管理理论的演变； 3.管理环境分析；	1.线上线下相结合的方式开展教学； 2.引导学生不断创新

	2. 培养基层管理岗位的综合管理技能与素质， 3. 懂得运用管理学的基本原理、工具、方法和过程进行管理实践。	4.决策、计划与目标管理； 5.组织结构设计； 6.领导理论与授权艺术； 7.激励理论与方法； 8.沟通类型与方法； 9.控制过程与类型。	观念，关注管理学最新动态； 3.采用多种教学方式和方法。
营销学基础	1.掌握市场营销学的基本理论和基本方法； 2.掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点； 3.掌握营销调研分析、营销策划的基本技能； 4.掌握熟悉营销管理的内容，并掌握结合相关案例进行分析、研究的方法。	1.市场分析； 2.营销环境分析； 3.消费者购买行为分析； 4.市场细分与目标市场的选择； 5.产品策略与新产品开发策略； 6.定价策略； 7.分销渠道策略	1.以能力为本位，强化实践教学； 2.“德育为先”，进行营销职业道德与社会主义核心价值体系教育； 3.发挥教师主导作用和学生主体作用； 4.更新教学观念，探索新型教学模式。
生产与运作管理	1.掌握生产与运作管理的基本理论、工具与方法； 2.掌握生产与运作管理的组织类型、选址影响因素和常用方法、布局类型和方法、生产作业的排序、项目计划管理的方法等。 3.掌握库存管理、设备综合管理、质量管理、现场管理等方法； 4.运用生产与运作管理的基本理论、工具、方法进行管理实践。	1. 生产与运作管理的涵义、内容； 2. 生产类型的区别； 3. 生产与服务设施的选址与布局； 4. 生产计划与生产能力； 5. 项目计划管理； 6. 设备综合管理； 7. 质量管理与控制； 8. 库存管理与控制； 9.生产现场管理。	1. 采用线上线下相结合的方式展开课程教学； 2. 组织学生去企业实地参观，进行现场教学和观摩； 3. 校内外教师协同教学； 4. 运用生产管理软件进行模拟实践。 5. 案例讨论分析。
人力资源管理	1. 掌握人力资源管理中招、聘、培训、绩效考核、薪酬管理等基本模块的知识和技能； 2. 掌握劳动法基本知识，以劳动合同法准则进行操作	1.人力资源规划； 2.招聘与配置； 3.员工培训； 4.绩效考核； 5.薪酬管理； 6.劳动关系管理	1.课程授课与人力资源管理师四级考证相结合； 2.大量的案例结合； 3.注重课程内容的实操性
管理心理学	1. 掌握基本心理学理论知识； 2. 了解群体与个体差异； 3. 了解组织行为学基本方法	1. 个体与认知； 2. 气质类型； 3. 价值观与态度； 4. 群体内人际沟通； 5. 群体冲突与管理 6. 组织与环境	1. 教学中辅以大量心理测评，指导和帮助学生进行个体认知； 2. 线上线下教学相结合

团队建设与管理	1. 学会组织团队和融入团队； 2. 学会成员分工及协作； 3. 学会目标分析； 4. 掌握团队活动策划与组织； 5. 学会团队冲突处理	1. 团队的构建； 2. 团队激励； 3. 团队培育； 4. 团队冲突； 5. 团队领导； 6. 团队精神	1. 注重实践、注重体验； 2. 与专业任务结合，设定团队目标； 3. 以解决问题为目标，设计针对性的训练。

七、 教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、 实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 13 名,研究生比例达到 100%,（博士 2 人),其中高级职称以上的教师 4 名，中级 12 名。所有教师均具有行业企业实践经历，双师型比例达到 100%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等十余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1. 校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室(基地)名称	功能	主要设备配置	工位数	面积㎡
1	eHR 智能管理实训室	本实训室主要面向经济管理相关专业的学生，可开展人力资源与 EPR（企业资源计划）方面的模拟训练。通过实训，加深学生对人力资源管理体系的理解和实际操作能力，强化学生的供应链管理能力，使学生真正深入了解企业的运作过程。	电脑、“用人之道”软件、生产运作软件、ERP 软件	60	201.5
2	管理技能实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展管理学基础、生产与运作管理、企业文化、团队建设与管理、中小企业创业与管理、管理案例分析、管理沟通技能训练等课程的实训教学，训练学生的计划能力、组织能力、领导能力、控制能力、语言表达能力、沟通能力、企业文化策划能力、团队建设能力、团队管理能力、管理案例分析能力等。对外承接企业培训、技能大赛等服务。	电脑、分组讨论设备、手工沙盘	60	98.8
3	营销策划实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展市场营销策划、市场调查与预测、商品营销实务、商务礼仪、市场调查实训、营销策划实训等课程的实训教学，培养学生适应现代市场营销的市场分析能力、组织策划能力、沟通交流能力、团队协作精神、分析问题和解决问题的能力及技能大赛服务。	电脑、市场营销综合实训与竞赛系统	60	98.8
4	商务谈判实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展推销与谈判、商务沟通、社交礼仪、营销心理学等课程的实训教学，让学生可以真实地感受到谈判的气氛，从各自的角度参与到模拟谈判中去，学习并	触摸一体机、谈判桌	60	93.6

		应用各种谈判技巧，心理素质得到一定的提高；让学生了解到现代商务谈判的流程，通过学生的仪容、姿态、表情、语言、礼仪实训让学生充分了解自我、展示自我，培养学生的自信与交际能力。对外承接企业商务沟通培训、销售员销售技巧培训等社会服务。			
5	金融综合实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展证券投资实务、理财实务、银行业务技能、保险实务、互联网金融、Excel 在经济管理中的应用、证券业务实训、保险业务实训等课程的实训教学，训练学生的投资理财能力、证券业务处理能力、银行业务及保险业务的实际操作能力。对外承接银行柜台服务礼仪、理财规划师、保险代理人培训、资格认证、技能大赛等服务。	电脑、银行业务竞赛软件、标点银行软件	64	175.5
6	会计综合实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，主要承担会计专业分岗位业务实训的教学任务,实训室软件模拟真实会计工作环境，按会计主管岗位、出纳岗位、总账会计岗位、往来会计岗位、成本会计岗位等设置。	电脑、财务竞赛平台、基础会计实训教学系统	56	100.1
7	会计分岗实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，开展会计学基础、财务管理、税务会计、初级会计实务、成本会计、办税模拟等课程的实训课程，训练学生宏观形势的理解能力、熟练掌握会计法规及国内国际会计标准的能力、核算能力、综合分析能力、职业判断能力、财务管理能力、内部控制能力、内外协调能力，培养学生良好的道德素养和创新精神。对外承接企业会计培训、真账实操业务。	电脑、会计虚拟实习平台、会计技能模拟训练软件	60	98.8
8	市场营销虚拟仿真实训室	本实训室主要面向经济管理类学生，模拟公司市场营销业务操作，训练学生思维创新能力，动态展示学生运用市场调研、收集市场需求、确定目标市场，运用营销策略组合，采取一定的竞争策略和财务知识等进行营销竞争，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。	触摸一体机、电脑、汽车营销基本技能考评系列软件、商品陈列柜	60	100.1

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	浙江金拱门食品有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供兼职教师、学生顶岗实习等。	20	
2	金华新时沏餐饮管理有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供兼职教师、学生顶岗实习等。	20	

3	义乌市双童日用品有限公司	专业指导委员会成员，学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习等。	10	
4	商翔集团有限公司	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	10	
5	森山集团	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	10	
6	义乌市恒信人才股份有限公司	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	10	
7	义乌中国小商品城大数据有限公司	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	20	
8	浙江爱美莱纤体服饰有限公司	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	10	
9	金华肯思特企业管理咨询有限公司	学徒制培养，提供兼职教师、学生定岗实习、兼职教师、协同教学	10	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	管理学基础	曾宪达，《新编管理学基础实训教程》，浙江大学出版社
2	营销学基础	方光罗，《市场营销学》，高等教育出版社
3	人力资源开发与管理	赵佚，《人力资源管理实务》，机械工业出版社
4	生产与运作管理	刘辉，《生产与运作管理》，中国海洋大学出版社
5	管理心理学	楼芸，《管理心理学》，机械工业出版社
6	团队建设与管理	潘建林，《团队建设与管理实务》，机械工业出版社

2.核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	管理学基础	http://zjedu.moocollege.com/course/detail/30012698
2	营销学基础	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=282
3	人力资源开发与管理	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=282
4	生产与运作管理	http://zjedu.moocollege.com/course/detail/30012700
5	管理心理学	http://teacher.zjedu.moocollege.com/course/manager/30005534
6	团队建设与管理	http://teacher.zjedu.moocollege.com/course/manager/30006494

（四）教学方法

采用线上线下相结合的混合式教学模式和任务驱动、项目导向的“教、学、做”一体化教学方法。学生在课堂外或课堂中观看工作任务所需的微课视频，强化关键知识点和技能点，并尝试完成任务中设置的实训作业；课内集中指导解决课程中的难点以及学生在操作中遇到的困难，并拓展讨论。

采用的教学方法主要是以行动为导向的项目教学法、情景教学法和现场教学法。课程根据真实工作任务，积极创设项目和任务情境，以项目为主线、教师为主导、学生为主体，通过“项目载体、任务驱动”的形式还原并突出教学中学生的主体地位。同时设置现场教学环节，在校内外实训中心开展教学活动，实现“教、学、做”合一，全面提升学生的实践能力和综合素质。

（五）教学评价

由任课教师采用过程考核与期终考试相结合的方式进行考核。过程考核主要考察学生的知识积累和素质养成，依据是课前线上预习、活动参与和在线知识检测、课中课堂表现、平时作业、考勤记录、实训项目完成情况等方面。期终考试以笔试、机试、面试、案例作业等形式进行，考核学生的知识运用能力。采用过程性评价与终结性评价相结合的考核方式，过程性评价包括课前线上预习、活动参与和在线知识检测，课中课堂表现、实训项目完成情况，以及课后作业完成情况。校内实训课程以“小组互评”、“实际操作”、“教师评定”等方式考核学生；校外实习课程由企业指导教师和校内指导教师共同评定，以企业评价为主。

（六）质量管理

1.学校和二级学院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.学校和二级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。

九、 毕业要求

（一）应修最低学分要求

项目	公共课			专业课				毕业学分合计
				专业必修课			专业选修课	
	公共必选课	公共限选课	公共选修课	专业平台课	专业技能课	独立实践环节课		
学分	21	16	8	15	19	38	20	148
非课程学分	11（学生处 3 学分，图书馆 2 学分，招就处 2 学分，劳动教育 2 学分，体育教学部 2 学分（每学期阳光长跑 0.5 学分））							

说明：为推行辅修制（跨专业学习），培养综合技术技能复合型人才，本专业申请辅修第二专业的学生，可将课程体系中的部分职业选修课用辅修专业的核心课程替代。

（二）毕业条件

1．具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

2．完成本专业人才培养方案规定的毕业学分数；

3．参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

4．具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

5．具有一定的外语听说读写能力；

6．建议取得本专业相关的 1+X 系列职业资格证书；或参加省级及以上大赛获三等奖及以上；或参与创业活动获得创业证书；或参加专升本入学考试上线。

附表一： **各学期教学活动时间安排**

	入学教育	军训	校劳动实践活动周	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期	1	2				12	4	1	20	6
第二学期			2			16	1	1	20	6
第三学期			2			17		1	20	6
第四学期			2			16	1	1	20	6
第五学期			2	16			1	1	20	6
第六学期				16	1		3		20	6
合计									120	36

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	独立实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	市场调研与分析	二	2	上机操作	市场调研、调研结果统计分析	校内	考查	2
2	管理案例分析	三	2	讲授实践	案例分析实践	校内外	考查	2
3	管理沟通技能训练	四	2	讲授实践	管理沟通技能训练	校内	考查	2
4	顶岗实习	五	16	实习实践	顶岗实习	校外	考查	16
5	毕业综合实践环节	六	16	实习实践	企业实习、实践毕业论文撰写、答辩	校内外	考查	16

附表三： **指导性修读计划表**

课程类型		课程编码	课 程 名 称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分						备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	
公共课	公共必选课	0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试	1	2					
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系●	4	72	3	1	试	2	2					
		0000906	形势与政策教育一▲	0.5	9	0.5	0	查	√	√					
		0000900	形势与政策教育二▲	0.5	9	0.5	0	查			√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查	2						
		0000104	军训	1	18	0	1		1						
		0000144	职业生涯规划	1	18	0.5	0.5	查	1						
		0000145	就业创业指导	1	18	0.5	0.5	查			1				
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查	2						
		0000009	体育一	2	36	1	1	试	2						
		0000010	体育二	2	36	1	1	试		2					
		0000111	体育三	1	18	0.5	0.5	试			1				
		0000112	体育四	1	18	0.5	0.5	试				1			
	小 计			**21**	**378**	**14**	**7**		**11.5**	**6**	**2.5**	**1**			
	公共限选课	0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试		2					
		0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试	4						
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试		4					
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试	4						
		0000016	应用文写作	2	36	1	1	试			2				
	小 计			**16**	**288**	**5**	**11**		**8**	**6**	**2**				
	公共选修课			**8**	**144**	每学期开设选修课以实际开课为准									
专业课	专业平台课	3100201	经济学基础	3	54	3	0	试	3						市场营销专业群共享
		3100202	管理学基础★	3	54	1.5	1.5	试	3						
		3106203	会计基础	3	54	2	1	试		3					
		3102246	营销学基础★	3	54	1.5	1.5	试		3					
		3101239	商务数据分析	3	54	1.5	1.5	试			3				
	小 计			**15**	**270**	**9.5**	**5.5**		**6**	**6**	**3**				
	专业技能课	3100216	社交礼仪与沟通技巧●	2	36	1	1	查		2					R
		3100210	人力资源开发与管理★	3	54	1.5	1.5	试		3					
		3101201	生产与运作管理★	3	54	1.5	1.5	试			3				
		3101238	企业经营沙盘	2	54	1	1	查			2				

		3101204	管理心理学★	2	36	1	1	查			2				
		3100226	新媒体图文制作▲	2	36	1	1	查			2				
		3100212	财务管理	3	54	2	1	查				3			
		3101206	团队建设与管理★	2	36	1	1	查				2			
	小　计			**19**	**342**	**10**	**9**			**5**	**9**	**5**			
	独立实践环节课	3101276	市场调研与分析	2	40	0	2	查		2					
		3101264	管理案例分析	2	40	0	2	查			2				
		3101230	管理沟通技能训练●	2	40	0	2	查				2			
		3101282	顶岗实习	16	320	0	16	查					16		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320	0	16	查						16	
	小　计			**38**	**760**	**0**	**38**			**2**	**2**	**2**	**16**	**16**	
	专业选修课	3100224	财经英语（一）	2	36	1	1	查	2						
		3100225	财经英语（二）	2	36	1	1	查		2					
		3101244	经济法实务	2	36	1	1	查		2					
		3101280	义商文化实训	2	36	0	2	查		2					
		3101205	企业文化●	2	36	1	1	查			2				R
		3101245	供应链管理	2	36	1	1	查			2				
		3102209	连锁经营管理	2	36	1	1	查			2				R
		3101233	投资与理财	2	36	1	1	查				2			
		3101202	ERP 理论与实务	2	36	0.5	1.5	查				2			
		3101208	劳动关系与劳动法	1	18	0.5	0.5	查				1			R
		3101232	招聘与培训■	1	18	0.5	0.5	查				1			R
		3101242	质量与标准化管理	2	36	1	1	查				2			
		3101278	就业技能训练	2	36	0	2	查				2			
	小　计（不少于 20 学分）			**20**	**360**	**9.5**	**10.5**		**2**	**6**	**6**	**10**			
非课程学分	学生处			3	60	0	3	查							
	图书馆			2	40	0	2	查							
	招就处			2	40	0	2	查							
	劳动教育			2	40	0	2	查							
	体育教学部			2	40	0	2	查							
	小计			11	220	0	11								
总学分、总学时				**148**	**2740**	/	/								

注：1. 专业核心课程需要在课程名称后面用“★”标注　2. 创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注

3. 创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注　4. 人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注

5. 跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共必选课	11.5	6	2.5	1	0	0
公共限选课	8	6	2			
公共选修课	2	2	2	2	0	0
专业平台课	6	6	3			
专业技能课		5	9	5		
实践环节课		2	2	2	16	16
专业选修课	2	4	6	8		
合　计	29.5	31	26.5	18	16	16

附表五： **各类学分的分配**

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	21	14.19%	52	96
	公共限选课	16	10.81%		
	公共选修课	8	5.40%		
专业课	专业平台课	15	10.14%		
	专业技能课	19	12.84%		
	实践环节课	38	25.68%		
	专业选修课	20	13.51%		
非课程学分		11	7.43%		
合计		148	100%	35.13%	64.86%

2020级金融管理专业人才培养方案

（执笔人：年艳　审核人：陈庆 ）

一、专业名称、专业群及专业代码

专业名称：金融管理

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630201

二、入学要求

培养对象：普通高中毕业生或职业高中、中专、技校毕业生。

三、修业年限

修业年限：三年

四、职业面向

（一）职业面向

金融管理专业人才培养面向金融服务行业，对应的职业岗位（群）主要有：银行服务人员、证券服务人员、保险服务人员、其它金融服务人员等。本专业所对应的行业、主要职业和“1+X”技能等级证书（或职业资格证书）具体详见下表:

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	“1+X”技能等级证书（或职业资格证书）
财经商贸大类（63）	金融类（6302）	货币金融服务（66）；资本市场服务（67）；保险业（68）；其他金融业（69）	银行客户经理、银行柜员、证券经纪人、理财经理	银行从业资格证、证券从业资格证、家庭理财规划（中级）、金融产品营销（中级）、其他英语专业相关的职业、技能证书

（二）工作任务与职业能力分解表

基于金融管理专业人才需求与岗位职业能力调研，确定工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	普通柜员岗	负责各类柜台业务，包括各类	1.能够具有良好的人际交往与语言表达能力	金融学基础、商业银行综合	银行从业资格证或

		对公、对私业务的经办。	2.能够了解支付结算等相关业务操作流程和管理规定 3.能够熟练掌握计算机操作技能。	柜台业务、银行基本技能、国际金融理论与实务	1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书
2	信贷客户经理	发放贷款，为客户提供优质金融服务，搭建起银企双方沟通联系与关系发展的桥梁。	1.能够熟知授信业务品种的操作流程和风险控制点 2.能够进行客户信用分析 3.能够操作贷款担保 4.具有大数据分析和处理的能力 5.能够进行客户信用评级 6.能够进行营销推广、撰写计划和报告	金融产品营销、金融服务礼仪、金融展业基础、理财实务、国际金融理论与实务	银行从业资格证或1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书
3	证券公司客户经理	1.拓展业务，开发目标客户，向客户推荐公司的金融产品和服务； 2.负责个人名下客户的服务与维护工作。	1.能够通过证券从业资格考试及基金从业资格考试； 2.能够吃苦耐劳、思维敏捷、积极向上，善于人际关系的协调和沟通，具有良好的团队合作精神；	金融产品营销、金融服务礼仪、证券投资实务、金融展业基础	证券从业资格证或1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书
4	保险公司客户服务专员	1.负责为客户提供理赔、保险销售咨询、简易救援服务； 2.负责指出险客户报案，受理理赔资料； 3.负责受理客户投诉； 4.负责业务直销、客户续保及相关工作。	1.具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力； 2.能开展保险展业、承保、理赔、保全等业务； 3.能运用保险营销的基本知识与技巧，进行市场调查、分析保险营销渠道、设计保险营销方案、销售保险产品； 4.运用人身保险的基本知识及人寿保险、人身意外伤害保险和健康保险等主要险种的经营流程，开展人身保险营销、核保、理赔、客户服务等； 5.具有保险咨询及理财	保险理论与实务、金融学基础、金融服务礼仪、理财实务、金融展业基础	1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书

			规划的能力。		
5	综合金融展业员	为客户提供全方位综合金融理财服务。包括银行存贷款业务、信用卡业务、保险及房地产销售业务，以及投融资业务、证券、信托业务。	1.能够具有良好的人际交往与语言表达能力； 2.能够熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品；能够分析和发现问题； 3.能够具备一定的营销技能与分析、筹划能力。 4.能够具备较高的业务素质和政策水平。	金融学基础、金融服务礼仪、证券投资实务、理财实务、金融展业基础	银行从业资格证或证券从业资格证或1+X证书制度试点下的相关职业资格证书

五、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、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；掌握金融基本理论、金融行业法律法规及金融市场运行规范等知识；具备较强的客户管理、营销推广、账务处理等能力，熟悉柜员业务、信贷业务、客户营销、客户服务、会计核算等方面基本知识和业务活动，有较强的业务操作技能，能够从事银行柜员、大堂经理、客户经理、电话客服、理财顾问等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1.素质目标

（1）思想政治素质

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质

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。

（3）职业素养

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；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。

（4）身心素质

达到《国家学生体质健康标准》，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。

2. 知识目标

（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）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）掌握经济金融相关基础理论知识。

（4）掌握银行各项柜面业务处理核算要求与操作流程。

（5）掌握银行授信业务的基本知识、业务要求与操作流程。

（6）掌握金融机构理财业务基本规范与操作规程。

（7）掌握金融服务礼仪的基本规范与金融营销的基本策略与技巧。

（8）熟悉银行风险管理相关业务规范与处理方法。

（9）熟悉现代金融业的新知识、新技术、新方法、新应用

3. 能力目标

（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）掌握金融从业人员各项礼仪规范,能根据金融业务工作的需要,展示规范礼仪服务过程。

（4）能准确、快速地进行手工点钞与机器点钞,准确鉴别假币及现金挑残,能熟练进行数字键盘的传票录入,能熟练使用形码输入法录入信息。

（5）能进行银行重要凭证、印章的盘点与入库,能准确进行利息计算。

（6）能准确、规范地处理各类业务凭证的编制、审核、记账与账目核对等工作,能熟练、规范地进行银行网点存款、货款、结算、代理等各类临柜业务的客户接待、业务引导与业务处理

（7）能正确填写与货款相关的各种合同、凭证,规范撰写授信业务调查报告,针

对不同的有问题的货款提出相应的处置措施。

（8）能开拓和维护客户，具有较好的金融产品营销能力。

（9）掌握个人理财业务的专业技能，能制定理财方案,具有理财产品销售技巧及客户服务能力。

（10）具有本专业需要的信息技术应用能力，能熟练使用软件进行数据处理,能对信息资料进行综合分析与应用，能够运用现代信息技术检索资料,进行金融业务风险的基本分析识别与防范。

六、课程设置及要求

专业按照公共课和专业课 2 大类设置课程。公共课包括公共基础课（公共必选课和公共限选课）和公共选修课。专业课包含专业平台课、专业技能课、独立实践环节课和专业选修课。

（一）公共课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯与创新创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设办公软件应用、大学英语一、大学英语二、经济数学、大学语文等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 8 分，其中美育类课程不少于 2 分。

（二）专业课

根据课程特色，包括理论课程、理论+实践课程、独立实践环节课程，分为专业平台课、专业技能课、独立实践环节课和专业选修课。

核心课程设置表

课程名称	课程目标	主要内容	实施要求
金融学基础	1. 掌握基础金融知识，了解货币银行体系； 2. 培养辩析金融理论和解决金融实际问题的能力； 3. 提高学生在社会科学	1. 基础模块：货币与货币流通；信用与利率；金融市场与金融机构。 2. 业务模块：商业银行业务；中央银行业	1.根据学生特点，结合现代信息化技术手段，教师运用多种教学方法，包括讲授法、案例引入法、头脑风暴法、现场演示法、角色扮演法、任务驱动法

	方面的素养，为进一步学习其他专业课程打下必要的基础	务；其他金融机构业务。 3. 宏观管理模块：货币供求与均衡；通货膨胀与通货紧缩；货币政策；金融监管。	等，充分调动学生的积极性。课程信息化教学改革的实施过程中，教师借助学习通等网络平台、微课、在线课程、仿真实训教学软件等对课堂管理、教学资源、课堂组织、师生互动、课程考核等方面进行深度的改革与探索。
金融产品营销	1.能用金融营销实基础理论和基础知识制定金融营销策划； 2.能进行金融营销环境分析，正确制定金融营销战略与策略； 3.能了解和掌握金融三大主业银行、证券和保险类金融企业的营销思路、规律和实务流程； 4.能进行金融产品开发和推介；能掌握银行卡营销实务，包括银行卡产品设计、银行卡发卡渠道、银行卡营销策略和银行卡综合服务管理； 5.能初步具备金融客户经理的职业定位与职业素养；能掌握客户沟通的内涵和技巧，了解产品推广基本流程，并掌握客户关系的管理与维护； 6.能熟悉金融网络营销；能进行金融营销创新及创新谋略，掌握我国金融营销发展趋势。	1.金融营销概述 2.金融营销策划 3.金融服务营销 4.金融产品开发与营销管理 5.银行卡营销实务务 6.金融客户经理、 7.客户沟通与产品推广 8.金融网络营销 9.金融营销创新	1.按照营销岗位能力、营销工作流程和学生思维逻辑设计教学内容和教学活动，以理论与实务相结合为特色，把教学活动置于职业情景之中，以学生为主体，以教师为主导，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。 2.关注学生的情感，营造宽松、民主、和谐的教学氛围。
国际金融理论与实务	1.使学生对于国际金融学科相关的基本概念、国际金融的基本构架与运行模式、国际金融的基本业务等国际金融基本原理与基础知识有较全面的认识和理解。 2.使学生树立正确的国际	1.国际收支和国际收支平衡表； 2.国际储备； 3.外汇和汇率,汇率变动的影响因素和经济后果； 4.外汇交易； 5.金融危机及其影	1.依据“任务驱动、工学结合、能力培养”的原则，提高学生整体素质为基础，以培养学生国际金融综合分析能力为主线，兼顾学生后续发展需要，选取符合金融管理专业岗位所要求的国际金融知识、

	金融意识和全新的国际金融理论，努力提高大学生在国际金融科学方面的理论和知识素质。 3.为学生提供了观察和分析国际金融问题的正确方法，培养其辨析国际金融理论和解决国际金融实际问题的能力，并了解一般的国际金融业务操作流程，为以后从事相关领域的工作，打下了坚实的理论和实践基础。	响； 6.国际金融市场，欧洲货币市场； 7.金融电子化与网络银行。	素质和能力为教学内容；在基础知识的选择上以应用为目的，以“必需、够用、实用”为度，服从培养能力的需要，突出针对性和实用性，实现“教中学、学中做、做中学”。 2.考核方式选择及阶段性评价与终结性考核相结合的方式。
保险理论与实务	1.准确掌握保险学的基础理论知识，熟悉保险市场动作的基本规则。 2.了解保险各环节业务的实际操作方法和注意事项，提高业务操作技能水平。 3.能做到理论联系实际，将保险专业基础知识融于保险实务操作之中。 4.具备就业所需的与保险代理人、保险经纪人、保险公估人等从业资格证书考试相关的保险基础理论知识与实践技能。	1.保险基础知识的运用 2.保险原则的解读和运用 3.保险合同的解读、订立和履行 4.保险产品的分类和识别 5.保险经营流程的认识和操作 6.保险市场、监管和从业要求的理解	1.采用模块化，项目化，任务化的教学设计，将需要学生掌握的知识由一个个任务来体现，融知识与完成任务的过程中，使课堂教学的进程由“任务”来引领，而非教师的讲授来推进。 2. 在校内营造出仿真的工作场景，用任务引领、学生角色扮演，使学生能够进行仿真模拟操作练习；在校外联系校外实训基地，根据教学需要，安排学生到保险机构现场观摩，并邀请保险公司一线专家到校指导学生，带领学生参与真实的工作过程，感受真实的工作氛围。
证券投资实务	1.熟悉证券投资的基础理论与知识，了解证券市场的运行规律 2.掌握证券投资的基本分析方法和技术分析方法。 3.培养具有分析市场、较准确预测市场并能做到顺应市场趋势的人才。	1.介绍证券投资基本要素与证券市场基本组织结构。 2.介绍股票、债券等证券投资的对象、期货与期权的品种、证券交易的程序与方式、证券投资的风险与收益。 3.讲解证券投资的基本分析和技术分析方	1.任务驱动、项目导向法，以项目任务引入为中心，通过真实项目的任务驱动，学生既有压力，又有动力，积极性很高。 2.网络实盘教学法，证券市场的行情瞬息万变，采用网络实盘进行教学，可以确保学生在掌握理论知识的同时了解到最新的市场动态和行情变化，极大

		法、投资策略与技巧，并着重介绍资产组合理论。	地调动学生的学习兴趣。 3.竞赛激励法，通过模拟炒股大赛，使教学过程真正作到了理论和实践相结合、动脑和动手相结合、学习和应用相结合。
理财实务	1.了解主要的理财产品及其收益、风险特点。 2.能够运用相关的理财分析规划知识。 3.能利用综合理财分析，进行现金规划、消费支出规划、教育规划、风险管理和保险规划、投资规划、税收筹划、退休金养老规划、财产分配与传承规划及综合理财规划。	1.个人理财内涵及外延、理财观念、理财计算。 2.客户财务状况、风险特征及理财需求分析。 3.风险管理与保险规划 4.生命周期与人生规划。 5.现金与消费规划。 6.个人投资规划。	1.采取项目导向、任务驱动教学法，以真实岗位能力培养为课程的最终目标，以完成特定营销活动项目为任务，按企业全真的工作要求，实施项目训练环节 2.案例分析，对于一些模拟情景的项目，采取案例分析教学法，给出一个案例，让学生分组讨论，根据所学的知识进行分析，找出解决问题的办法从而提高学生分析问题、解决问题的能力。 3.启发式、交互式教学，树立“以学生为中心，以学生为主体”的现代教学观，发挥学生在教育教学的主体作用。启发学生积极思考，培养学生的科学思维方式，培养学生敢于大胆质疑，激发学生的积极性和创新精神。

七、教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 10 名，研究生比例达到 100%，（博士后 1 人），其中高级职称以上的教师 4 名，中级 4 名。所有教师均具有金融行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 70%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 10 余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1.校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积㎡
1	金融综合实训室	银行柜员的基本素质实训、信贷面谈面签实训、银行柜台业务基本流程和规范实训、商业银行综合柜台业务实训。	商业银行柜台业务模拟系统 1 套、计算机、计算机、查询机、排队叫号机、密码小键盘、存折打印机、填单台等。	60	175.5
2	商务谈判实训室	开展多专业综合实训，实现虚拟商业社会环境下的公司模拟运营、满足信息化教学需求实现多屏互动、线上线下教学、录播及直	易讯通云桌面、VBSE 服务器、HP 瘦客户机、纳加系统、LED 拼接屏、IPAD、普米大屏、ARE 虚拟仿真设备、网络设备、数控设备。	60	93.6

		播。			
3	eHR 智能管理实训室	开展 ERP 实训、管理会计实训、现实企业代账，满足信息化教学需求，实现多屏互动、线上线下教学。	LED 大屏、多媒体控制机、网络设备、数控设备。	60	201.5

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	泰隆银行	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	20	
2	中国人寿财险义乌支公司	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	10	
3	义乌农商银行	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	30	
4	中国人保财险义乌支公司	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	30	
5	益祥资本	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	10	

（三）教学资源

1.核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	金融学基础	李军主编，《金融学基础（第2版）》，清华大学出版社
2	金融产品营销	梁昭主编，《金融产品营销与管理（第2版）》，中国人民大学出版社
3	证券投资实务	赵文君主编，《证券投资基础与实务》，清华大学出版社
4	国际金融理论与实务	王丹主编，《国际金融理论与实务》，清华大学出版社
5	保险理论与实务	李民、刘连生主编，《保险原理与实务》（第四版），中国人民大学出版社
6	理财实务	孙黎主编，《个人理财实务（第二版）》，

		中国人民大学出版社

2. 核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	金融学基础	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=203
2	金融产品营销	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=293
3	证券投资实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=280
4	国际金融理论与实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=74
5	保险理论与实务	http://zjedu.moocollege.com/course/detail/30005746
6	理财实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=288

（四）教学方法

在金融行业专家的指导下，通过核心岗位职业能力分析，进行工作项目与工作任务分解，形成符合高素质技术技能人才培养需要的课程标准，帮助学生实现从学习者到工作者的角色转换。以职业能力为目标确定教学内容，以典型的工作任务为载体设计教学项目，依托校内外实训基地的仿真和真实环境，增强学生的直观体验，激发学生学习兴趣，加强对学生实践操作能力的培养。

根据学情调研，学生的主要特点是对新鲜事物充满好奇求知欲望较强，但是排斥传统的填鸭式教学模式，抵触高强度的枯燥训练，对于手机、视频等多媒体资料感兴趣，模仿能力强。根据学生特点，结合现代信息化技术手段，教师运用多种教学方法，包括讲授法、案例引入法、头脑风暴法、现场演示法、角色扮演法、任务驱动法等，充分调动学生的积极性。课程信息化教学改革的实施过程中，教师借助学习通等网络平台、微课、在线课程、仿真实训教学软件等对课堂管理、教学资源、课堂组织、师生互动、课程考核等方面进行深度的改革与探索。

学生可以通过手机接收教师发布的通知、教学资源以及各类教学活动，并提交作业，按照要求完成各项活动后获取相应经验值；教师可以通过手机进行课堂考勤、提问互动，并在后台观察每名学生各项任务的完成情况，及时获得相关数据，优化课堂教学设计，提高课堂教学成效。

在线课程相关教学资源以文档、演示文稿、图片、音频、视频、微课、题库、交互式数字教材等形式上传，按照教学进度依次发布，学生浏览相关教学资源将获

取经验值，并对未能掌握的知识点进行重温加强。通过课前发布预习通知、课后发布要点回顾，可有效激发学生预习、复习的热情，通过题库的随机测验提高学生对于知识与技能的掌握程度。

除了课前课后的通知与测验外，教学过程中，在学生理论学习精力不集中的时段或身体疲乏的时段添加类似测试、答疑/讨论、头脑风暴、投票/问卷、作业/小组任务等活动，适当调节课堂气氛。

（五）教学评价

金融管理专业严格根据高等职业教育的质量和指标体系设计原则，构建人才培养工作水平评估指标体系。人才培养质量评价体系的建立，主要从“四个层面、五位一体”进行：第一层面是对教师素质的评价；第二层面是对学生素质的评价；第三层面是对教学管理水平的评价；第四层面是对学校办学质量的评价。

围绕四个层面实现“学生——教师——家长——学校——单位”五位一体的多元化教学评价体系。在指标体系中，加大金融管理专业毕业生就业水平和企业满意度所占的权重。企业评价主要体现在学生的职业能力和关键能力是否达到用人单位的期望和要求，以及是否能够较好地完成岗位工作，让企业满意。家长的评价主要体现在对学生学习生活的管理质量和水平评价，对教师素质和责任心的评价，以及就业职位岗位的评价。

另外，通过不同阶段的动态考核，判定学生的能力和素质，通过就业率、升迁率等考核学校服务于社会的质量和水平。同时通过跟踪调查，深入到用人单位、顶岗实习企业考查访谈，发放家长问卷以及上级主管部门的信息发布等形式，最终形成教学质量评价结论。对教师教学、学生学习评价的方式方法提出建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。

（六）质量管理

结合学校教学质量管理体系，强化二级督导管理体系，以促进督导工作制度化、规范化发展。一方面，学校聘请具有一定组织能力、管理能力和协调能力的经验丰富的专家、学者担任专职督导员，落实二级学院教学督导员的责任，即负责本学院

教学常规检查、信息收集、反馈和处理，独立地开展二级学院教学管理、教学活动及教学质量全过程监控；另一方面，进一步推进督导制度的改革，建立基于教学资料检查、听课评议、作业批改、考风考纪等教学管理项目的监督、检查、评价与指导机制，并适当提高督导检查评价的比重，在教师教学考核中建立督导“一票否决制”；第三，组织开展“推门听课”管理，切实提高督导管理的针对性和有效性，在此基础上，交流经验，加强集中反馈，促进教学水平的提高。另外，可以发挥社会、家长及政府部门对学校质量管理的监控作用，定期邀请主管部门、行业企业、兄弟院校、新闻媒体、学生家长参与学校质量管理环节，参观教学及实训场所，了解教学运作全过程，实现全方位的质量管理体系。

九、毕业要求

（一）毕业学分要求

<table>
<tr><td rowspan="3">项目</td><td colspan="3" rowspan="2">公共课</td><td colspan="4">专业课</td><td rowspan="2">毕业学分合计</td></tr>
<tr><td colspan="3">专业必修课</td><td rowspan="2">专业选修课</td></tr>
<tr><td>公共必选课</td><td>公共限选课</td><td>公共选修课</td><td>专业平台课</td><td>专业技能课</td><td>独立实践环节课</td><td rowspan="3">148</td></tr>
<tr><td>学分</td><td>21</td><td>16</td><td>8</td><td>9</td><td>25</td><td>38</td><td>20</td></tr>
<tr><td>非课程学分</td><td colspan="7">11（学生处 3 分，图书馆 2 分，招就处 2 分，劳动教育 2 个学分，体育教学部 2 个学分（每学期阳光长跑 0.5 个学分））</td></tr>
</table>

（二）毕业条件

1．具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

2．完成本专业人才培养方案规定的毕业学分数；

3．参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

4．具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

5．具有良好的中，英文书写及表达能力。

附表一： **各学期教学活动时间安排**

	入学教育	军训	校劳动实践活动周	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期	1	2	0			12	4	1	20	6
第二学期			2			16	1	1	20	6
第三学期			2			17		1	20	6
第四学期			2			16	1	1	20	6
第五学期				16		17		1	20	6
第六学期				16	1		3		20	6
合计									120	36

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	独立实践教学环节名称	学期	周数	教学形式	内容和要求	地点	考核方式	学分数
1	金融服务礼仪	二	2	校内外实训	掌握个人形象塑造的基本要领、社交礼节与基本要求	校内外	考查	2
2	保险业务实训	三	2	校内外实训	保险业务实训	校内外	考查	2
3	证券业务实训	四	2	校内外实训	证券业务实训	校内外	考查	2
4	顶岗实习	五	16	校外实训	专业顶岗实习	校外	考察	16
5	毕业综合实践环节	六	16	实习、论文撰写	毕业实习、毕业论文	校内外	考查	16

附表三： **指导性修读计划表**

课程类型		课程编码	课程名称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分						备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	
公共课	公共必选课	0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试	1	2					
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系●	4	72	3	1	试	2	2					
		0000906	形势与政策教育一▲	0.5	9	0.5		查	√	√					
		0000900	形势与政策教育二▲	0.5	9	0.5		查			√	√			
		0000028	军事理论	2	36	2		查	2						
		0000104	军训	1	18		1	查	1						
		0000144	职业生涯规划	1	18	0.5	0.5	查	1						
		0000145	就业创业指导■	1	18	0.5	0.5	查				1			
		0000009	体育一	2	36	1	1	试	2						
		0000010	体育二	2	36	1	1	试		2					
		0000111	体育三	1	18	0.5	0.5	试			1				
		0000112	体育四	1	18	0.5	0.5	试				1			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查	2						
		小　计		**21**	**378**	**14**	**7**		**11**	**6**	**1**	**2**	**0**		
	公共限选课	0000143	办公软件应用●	2	36	0	2	试		1	1				
		0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试	4						
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试		4					
		0000005	经济数学●	4	72	2	2	试	4						
		0000015	大学语文	2	36	2	0	试		2					
		小　计		**16**	**288**	**7**	**5**		**8**	**7**	**1**	**0**	**0**		
		公共选修课		8	144	每学期选修课实际开设情况为准									
专业课	专业平台课	3100201	经济学基础	3	54	2	1	试	3						
		3100202	管理学基础	3	54	1	2	试		3					
		3106203	会计基础	3	54	2	1	试			3				
		小　计		**9**	**162**	**5**	**4**		**3**	**3**	**3**	**0**	**0**		
	专业技能课	3103244	商业银行综合柜台业务	4	72	3	1	试			4				
		3103245	金融学基础★	3	54	2	1	试		3					
		3103227	理财实务★	2	36	1	1	试			2				
		3103203	国际金融理论与实务★	2	36	1	1	试				2			
		3103204	证券投资实务★	3	54	2	1	试		3					

		3103248	保险理论与实务★	3	54	2	1	试			3				
		3103270	金融产品营销★	3	54	2	1	试				3			
		3103249	银行基本技能	2	36	0	2	查	2						
		3103225	互联网金融基础	3	54	2	1	试			3				
		小　计		**25**	**450**	**15**	**10**	**0**	**2**	**6**	**12**	**5**	**0**		
		3103272	金融服务礼仪●▲	2	40		2	查		2					
		3103263	保险业务实训	2	40		2	查			2				
		3103264	证券业务实训	2	40		2	查				2			
		3103266	顶岗实习	16	320		16	查					16		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320		16	查						16	
		小　计		**38**	**760**	**0**	**40**	**0**	**0**	**2**	**2**	**2**	**16**	**16**	
	专业选修课	3101236	经济法基础●	2	36	1	1	试				2			
		3103211	团队建设与管理●	2	36	1	1	查				2			
		3101243	商务写作●R	2	36	0	2	查				2			
		3100226	新媒体图文制作▲■	2	36	1	1	查				2			
		3100224	财经英语（一）	2	36	1	1	查	2						
		3100225	财经英语（二）	2	36	1	1	查		2					
		3103247	Excel 在经济管理中的应用 R	3	54	0	3	查				3			
		3101238	企业经营沙盘■	3	54	0	3	查		3					
		3103262	金融环境调研	2	36	0	2	查		2					
		3103250	金融展业基础■	2	36	0	2	查				2			
		小　计（不少于 18 学分）		**18**	**360**	**5**	**13**	**0**	**2**	**7**	**0**	**13**			
非课程学分		学生处		3	60		3								
		图书馆		2	40		2								
		招就处		2	40		2								
		体育阳光长跑		2	40		2								
		劳动教育		2	40		2								
		小　计		**11**	**220**		**11**								
总学分、总学时				148	2762	/	/	/	/	/	/	/	/	/	

注：1. 专业核心课程需要在课程名称后面用“★”标注　　2. 创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注

3. 创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注　　4. 人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注

5. 跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注

附表四：　　课程各学期学分的分布

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共必选课	11	6	1	2	0	0
公共限选课	8	7	1	0	0	0
公共选修课	2	2	2	2		
专业平台课	3	3	3	0	0	0
专业技能课	2	6	12	7	0	0
实践环节课	0	2	2	2	16	16
专业选修课	2	5	0	11	0	0
合　计	28	31	21	24	16	16

附表五：

各类学分的分配

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	21	14.18%	59	89
	公共限选课	16	10.81%		
	公共选修课	8	5.41%		
专业课	专业平台课	9	6.08%		
	专业技能课	27	18.24%		
	实践环节课	38	25.67%		
	专业选修课	18	12.16%		
非课程学分		11	7.43%		
合计		148	100%	39.86%	60.14%

2020级金融管理专业（中高职一体化）人才培养方案

（执笔人：年艳　审核人：陈庆）

一、专业名称、专业群及专业代码

专业名称：金融管理（中高职一体化）

专 业 群：市场营销专业群

专业代码：630201

二、入学要求

培养对象：普通初中毕业生。

三、修业年限

修业年限：三年（包含中职三年、高职两年）。

四、职业面向

（一）职业面向

金融管理专业人才培养面向金融服务行业，对应的职业岗位（群）主要有：银行服务人员、证券服务人员、保险服务人员、其它金融服务人员等。本专业所对应的行业、主要职业和“1+X”技能等级证书（或职业资格证书）具体详见下表:

所属专业大类	所属专业类别	对应行业	职业岗位（群）	“1+X”技能等级证书（或职业资格证书）
财经商贸大类（63）	金融类（6302）	货币金融服务（66）；资本市场服务（67）；保险业（68）；其他金融业（69）	银行客户经理、银行柜员、证券经纪人、理财经理	银行从业资格证、证券从业资格证、家庭理财规划（中级）、金融产品营销（中级）、其他英语专业相关的职业、技能证书

（二）工作任务与职业能力分解表

基于金融管理专业人才需求与岗位职业能力调研，确定工作领域、工作任务和职业能力结果如下：

序号	工作领域	工作任务	职业能力	相关课程	考证要求
1	普通柜员岗	负责各类柜台业务，包括各类对公、对私业务	1.能够具有良好的人际交往与语言表达能力 2.能够了解支付结算等	金融学基础、商业银行综合柜台业务、银	银行从业资格证或1+X证书制

		的经办。	相关业务操作流程和管理规定 3.能够熟练掌握计算机操作技能。	行基本技能、国际金融理论与实务	度试点下的相关职业资格证书
2	信贷客户经理	发放贷款，为客户提供优质金融服务，搭建起银企双方沟通联系与关系发展的桥梁。	1.能够熟知授信业务品种的操作流程和风险控制点 2.能够进行客户信用分析 3.能够操作贷款担保 4.具有大数据分析和处理的能力 5.能够进行客户信用评级 6.能够进行营销推广、撰写计划和报告	金融产品营销、金融服务礼仪、金融展业基础、理财实务、国际金融理论与实务	银行从业资格证或1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书
3	证券公司客户经理	1.拓展业务，开发目标客户，向客户推荐公司的金融产品和服务； 2.负责个人名下客户的服务与维护工作。	1.能够通过证券从业资格考试及基金从业资格考试； 2.能够吃苦耐劳、思维敏捷、积极向上，善于人际关系的协调和沟通，具有良好的团队合作精神；	金融产品营销、金融服务礼仪、证券投资实务、金融展业基础	证券从业资格证或1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书
4	保险公司客户服务专员	1.负责为客户提供理赔、保险销售咨询、简易救援服务； 2.负责指出险客户报案，受理理赔资料； 3.负责受理客户投诉； 4.负责业务直销、客户续保及相关工作。	1.具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力； 2.能开展保险展业、承保、理赔、保全等业务； 3.能运用保险营销的基本知识与技巧，进行市场调查、分析保险营销渠道、设计保险营销方案、销售保险产品； 4.运用人身保险的基本知识及人寿保险、人身意外伤害保险和健康保险等主要险种的经营流程，开展人身保险营销、核保、理赔、客户服务等； 5.具有保险咨询及理财规划的能力。	保险理论与实务、金融学基础、金融服务礼仪、理财实务、金融展业基础	1+X 证书制度试点下的相关职业资格证书

5	综合金融展业员	为客户提供全方位综合金融理财服务。包括银行存贷款业务、信用卡业务、保险及房地产销售业务，以及投融资业务、证券、信托业务。	1.能够具有良好的人际交往与语言表达能力； 2.能够熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品；能够分析和发现问题； 3.能够具备一定的营销技能与分析、筹划能力。 4.能够具备较高的业务素质和政策水平。	金融学基础、金融服务礼仪、证券投资实务、理财实务、金融展业基础	银行从业资格证或证券从业资格证或1+X证书制度试点下的相关职业资格证书

五、培养目标与规格

（一）培养目标

培养德、智、体、美、劳全面发展，掌握本专业必备的基础理论和专门知识，具有英语应用能力、计算机技术应用能力、沟通协调能力以及金融产品营销技能，能够胜任银行、证券、保险等金融机构一线业务处理、产品营销、客户理财岗位需要的，具有创新精神和可持续发展能力的高素质技能型专门人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1.素质目标

（1）思想政治素质

坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，积极践行社会主义核心价值观；关心祖国命运，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；关注社会发展，遵纪守法，诚实守信，具有强烈的创新创业精神和社会责任感、社会参与意识；热爱集体，热爱生活，互助互爱，团结友善；热爱和平，尊重世界各民族的优秀文化，培养世界眼光。

（2）文化素质

具有终身学习、接受新知识、新技能的理念；掌握政治、经济、历史、文化等广博的人文知识；具有良好的概括分析、思辩判别和知识运用能力。

（3）职业素养

具有本专业大专层次学历的基础理论知识和较强的工作技能，具有本专业所适用的英语应用能力、计算机应用能力及职业发展能力，具有诚实守信、爱岗敬业的职业道德素质，具有一定的创新能力、文化修养以及健康的身体素质。具有金融职

业技能，具有广泛的知识面和一定的继续学习能力，具有比较扎实的金融相关知识及良好的职业道德，并具备爱岗敬业与服务社会的有优秀品质。

（4）身心素质

达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

2.知识目标

（1）掌握经济贸易知识、经济法规、市场理论、企业运作管理基础知识。

（2）掌握银行保险、证券投资及互联网金融三方面的专业理论知识。

（3）掌握银行保险的理论知识及相关法律法规。

（4）掌握金融产品营销的基本理论和方法。

（5）熟悉营销策划与商务沟通。

（6）熟悉银行风险管理相关业务规范与处理方法。

（7）熟悉互联网金融方面的技术标准、政策和法规。

（8）熟悉现代金融业的新知识、新技术、新方法、新应用。

3.能力目标

（1）能够具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（2）能够掌握金融从业人员各项礼仪规范，根据金融业务工作的需要展示规范礼仪服务过程；

（3）能够掌握个人理财业务的专业技能，具有理财产品销售技巧及客户服务能力；

（4）能够进行银行重要凭证、印章的盘点与入库；能准确进行利息计算

（5）能够准确快速进行手工点钞与机器点钞，准确鉴别假币及现金挑残，能熟练进行数字键盘的传票录入

（6）能够具有本专业需要的信息技术应用能力，能熟练使用软件进行数据处理，能对信息资料进行综合分析与应用，能够运用现代信息技术检索资料，进行金融业务风险的基本分析识别与防范。

（7）能够开拓和维护客户，具有较好的金融产品营销能力；

（8）能够具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

（9）能够熟悉“一带一路”建设、浙江省以及长三角地区金融服务发展现状、

趋势

六、课程设置及要求

（一）公共基础课

根据党和国家有关文件规定，公共必选课开设思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策教育、军事理论、军训、职业生涯与创新创业指导、体育、大学生心理健康教育等课程。

根据专业特色及培养规格，公共限选课开设大学英语一、大学英语二、经济数学等课程。

公共选修课包括校内任选课和网络任选课。每学期任选课以实际开设情况为准，在校期间需要修满 14 分，其中中职阶段 8 分，高职阶段 6 分。

（二）专业课

根据课程特色，包括理论课程、理论+实践课程、独立实践环节课程，分为专业平台课、专业技能课、独立实践环节课和专业选修课。

核心课程设置表

课程名称	课程目标	主要内容	实施要求
金融学基础	1. 掌握基础金融知识，了解货币银行体系； 2. 培养辩析金融理论和解决金融实际问题的能力； 3. 提高学生在社会科学方面的素养，为进一步学习其他专业课程打下必要的基础	1. 基础模块：货币与货币流通；信用与利率；金融市场与金融机构。 2. 业务模块：商业银行业务；中央银行业务；其他金融机构业务。 3. 宏观管理模块：货币供求与均衡；通货膨胀与通货紧缩；货币政策；金融监管。	1.根据学生特点，结合现代信息化技术手段，教师运用多种教学方法，包括讲授法、案例引入法、头脑风暴法、现场演示法、角色扮演法、任务驱动法等，充分调动学生的积极性。课程信息化教学改革的实施过程中，教师借助学习通等网络平台、微课、在线课程、仿真实训教学软件等对课堂管理、教学资源、课堂组织、师生互动、课程考核等方面进行深度的改革与探索。
金融产品营销	1.能用金融营销实基础理论和基础知识制定金融营销策划； 2.能进行金融营销环境分析，正确制定金融营销战略与策略；	1.金融营销概述 2.金融营销策划 3.金融服务营销 4.金融产品开发与营销管理 5.银行卡营销实务务	1.按照营销岗位能力、营销工作流程和学生思维逻辑设计教学内容和教学活动，以理论与实务相结合为特色，把教学活动置于职业情景之中，以学生为

	3.能了解和掌握金融三大主业银行、证券和保险类金融企业的营销思路、规律和实务流程； 4.能进行金融产品开发和推介；能掌握银行卡营销实务，包括银行卡产品设计、银行卡发卡渠道、银行卡营销策略和银行卡综合服务管理； 5.能初步具备金融客户经理的职业定位与职业素养；能掌握客户沟通的内涵和技巧，了解产品推广基本流程，并掌握客户关系的管理与维护； 6.能熟悉金融网络营销；能进行金融营销创新及创新谋略，掌握我国金融营销发展趋势。	6.金融客户经理、 7.客户沟通与产品推广 8.金融网络营销 9.金融营销创新	主体，以教师为主导，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。 2.关注学生的情感，营造宽松、民主、和谐的教学氛围。
国际金融理论与实务	1.使学生对于国际金融学科相关的基本概念、国际金融的基本构架与运行模式、国际金融的基本业务等国际金融基本原理与基础知识有较全面的认识和理解。 2.使学生树立正确的国际金融意识和全新的国际金融理论，努力提高大学生在国际金融科学方面的理论和知识素质。 3.为学生提供了观察和分析国际金融问题的正确方法，培养其辨析国际金融理论和解决国际金融实际问题的能力，并了解一般的国际金融业务操作流程，为以后从事相关领域的工作，打下了坚实的理论和实践基础。	1.国际收支和国际收支平衡表； 2.国际储备； 3.外汇和汇率,汇率变动的影响因素和经济后果； 4.外汇交易； 5.金融危机及其影响； 6.国际金融市场，欧洲货币市场； 7.金融电子化与网络银行。	1.依据“任务驱动、工学结合、能力培养”的原则，提高学生整体素质为基础，以培养学生国际金融综合分析能力为主线，兼顾学生后续发展需要，选取符合金融管理专业岗位所要求的国际金融知识、素质和能力为教学内容；在基础知识的选择上以应用为目的，以“必需、够用、实用”为度，服从培养能力的需要，突出针对性和实用性，实现“教中学、学中做、做中学”。 2.考核方式选择及阶段性评价与终结性考核相结合的方式。

保险理论与实务	1.准确掌握保险学的基础理论知识，熟悉保险市场动作的基本规则。 2.了解保险各环节业务的实际操作方法和注意事项，提高业务操作技能水平。 3.能做到理论联系实际，将保险专业基础知识融于保险实务操作之中。 4.具备就业所需的与保险代理人、保险经纪人、保险公估人等从业资格证书考试相关的保险基础理论知识与实践技能。	1.保险基础知识的运用 2.保险原则的解读和运用 3.保险合同的解读、订立和履行 4.保险产品的分类和识别 5.保险经营流程的认识和操作 6.保险市场、监管和从业要求的理解	1.采用模块化，项目化，任务化的教学设计，将需要学生掌握的知识由一个个任务来体现，融知识与完成任务的过程中，使课堂教学的进程由“任务”来引领，而非教师的讲授来推进。 2. 在校内营造出仿真的工作场景，用任务引领、学生角色扮演，使学生能够进行仿真模拟操作练习；在校外联系校外实训基地，根据教学需要，安排学生到保险机构现场观摩，并邀请保险公司一线专家到校指导学生，带领学生参与真实的工作过程，感受真实的工作氛围。
证券投资实务	1.熟悉证券投资的基础理论与知识，了解证券市场的运行规律 2.掌握证券投资的基本分析方法和技术分析方法。 3.培养具有分析市场、较准确预测市场并能做到顺应市场趋势的人才。	1.介绍证券投资基本要素与证券市场基本组织结构。 2.介绍股票、债券等证券投资的对象、期货与期权的品种、证券交易的程序与方式、证券投资的风险与收益。 3.讲解证券投资的基本分析和技术分析方法、投资策略与技巧，并着重介绍资产组合理论。	1.任务驱动、项目导向法，以项目任务引入为中心，通过真实项目的任务驱动，学生既有压力，又有动力，积极性很高。 2.网络实盘教学法，证券市场的行情瞬息万变，采用网络实盘进行教学，可以确保学生在掌握理论知识的同时了解到最新的市场动态和行情变化，极大地调动学生的学习兴趣。 3.竞赛激励法，通过模拟炒股大赛，使教学过程真正作到了理论和实践相结合、动脑和动手相结合、学习和应用相结合。
理财实务	1.了解主要的理财产品及其收益、风险特点。 2.能够运用相关的理财分析规划知识。 3.能利用综合理财分析，进行现金规划、消费支出规划、教育规划、风险管	1.个人理财内涵及外延、理财观念、理财计算。 2.客户财务状况、风险特征及理财需求分析。 3.风险管理与保险规	1.采取项目导向、任务驱动教学法，以真实岗位能力培养为课程的最终目标，以完成特定营销活动项目为任务，按企业全真的工作要求，实施项目训练环节

	理和保险规划、投资规划、税收筹划、退休金养老规划、财产分配与传承规划及综合理财规划。	划 4.生命周期与人生规划。 5.现金与消费规划。 6.个人投资规划。	2.案例分析，对于一些模拟情景的项目，采取案例分析教学法，给出一个案例，让学生分组讨论，根据所学的知识进行分析，找出解决问题的办法从而提高学生分析问题、解决问题的能力。 3.启发式、交互式教学，树立“以学生为中心，以学生为主体”的现代教学观，发挥学生在教育教学的主体作用。启发学生积极思考，培养学生的科学思维方式，培养学生敢于大胆质疑，激发学生的积极性和创新精神。

七、教学进程安排

（一）各学期教学活动时间安排（按周计）（见附表一）

（二）独立实践教学环节的设置说明（见附表二）

（三）指导性修读计划表（见附表三）

（四）课程各学期学分的分布（见附表四）

（五）各类学分的分配（见附表五）

八、实施保障

（一）专业师资安排计划

本专业拥有一支专兼结合、结构合理、治学严谨的“双师”素质教师队伍，共有专任教师 10 名，研究生比例达到 100%，（博士后 1 人），其中高级职称以上的教师 4 名，中级 4 名。所有教师均具有金融行业企业定岗实践经历，双师型比例达到 70%。选聘实践经验丰富的行业专家、一线技术员等 10 余人任兼任教师，承担专业建设指导、课堂教学和实习实训指导等任务。

（二）专业实验、实训室（基地）配置情况

1.校内实训基地（中心、实训室）配置要求

序号	实验实训室（基地）名称	功能	主要设备配置	工位数	面积㎡
1	金融综合实训室	银行柜员的基本素质实训、信贷面谈面签实训、银行柜台业务基本流程和规范实训、商业银行综合柜台业务实训。	商业银行柜台业务模拟系统1套、计算机、计算机、查询机、排队叫号机、密码小键盘、存折打印机、填单台等。	60	175.5
2	商务谈判实训室	开展多专业综合实训，实现虚拟商业社会环境下的公司模拟运营、满足信息化教学需求实现多屏互动、线上线下教学、录播及直播。	易讯通云桌面、VBSE服务器、HP瘦客户机、纳加系统、LED拼接屏、IPAD、普米大屏、ARE虚拟仿真设备、网络设备、数控设备。	60	93.6
3	eHR智能管理实训室	开展ERP实训、管理会计实训、现实企业代账，满足信息化教学需求，实现多屏互动、线上线下教学。	LED大屏、多媒体控制机、网络设备、数控设备。	60	201.5

2.校外实训基地（大学生校外实践教学基地等）配置要求

序号	校外实训基地名称（大学生校外实践教学基地名称）	实训基地功能	接纳学生数	备注
1	泰隆银行	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	20	
2	中国人寿财险义乌支公司	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	10	
3	义乌农商银行	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	30	
4	中国人保财险义乌支公司	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗	30	

		位，教师下企业等		
5	益祥资本	学徒制培养，提供兼任教师、学生实训指导、提供顶岗实习岗位，教师下企业等	10	

（三）教学资源

1. 核心课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材
1	金融学基础	李军主编，《金融学基础（第2版）》，清华大学出版社
2	金融产品营销	梁昭主编，《金融产品营销与管理（第2版）》，中国人民大学出版社
3	证券投资实务	赵文君主编，《证券投资基础与实务》，清华大学出版社
4	国际金融理论与实务	王丹主编，《国际金融理论与实务》，清华大学出版社
5	保险理论与实务	李民、刘连生主编，《保险原理与实务》（第四版），中国人民大学出版社
6	理财实务	孙黎主编，《个人理财实务（第二版）》，中国人民大学出版社

2. 核心课程网络资源一览表

序号	课程名称	网址
1	金融学基础	http://icourse.ywu.cn/TeacherSys/SelectClass.aspx?CourseId=203
2	金融产品营销	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=293
3	证券投资实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=280
4	国际金融理论与实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=74
5	保险理论与实务	http://zjedu.moocollege.com/course/detail/30005746
6	理财实务	http://icourse.ywu.cn/Show/Course.aspx?Id=288

（四）教学方法

1. 发挥模块化教学特点构建“三合一”模式

将课程知识体系结构分为专业知识模块、服务技能模块和职业素养模块三部分，并根据培养目标和学生多方向的发展选择，实行教学内容多模块组合运用、职业技能多环境全面训练，采取任务驱动、项目导向、课堂与实习、实训地点一体化等方式，构建“理论与实践合一，师生互动训练与学生自主演练合一，企业与学校合一”

的教学模式。

2.营造浓郁的实践氛围培养职业能力

在基于工作体系的多环境职业素养的训练中，配备具有丰富经验的校内专任教师和企业专业人士兼职作为实践指导教师或校外指导教师，负责指导、组织学生在课堂和各种校内外实践活动的不同环境下，积极实践，达到教学目标，形成职业能力。切实将学生的短期实训活动与长期顶岗实习结合起来，把校内训练和校外训练结合起来。

3.因材施教灵活运用多种教学方法

因材施教，根据课程内容的不同，灵活运用情景模拟、案例教学、角色扮演等多种教学方法，有效调动学生学习兴趣，促进学生积极思考与实践，寓学于做，提高学生动手能力、创新能力、解决问题能力。

（五）教学评价

采用多元考核，注重过程型学习能力的培养，有利于引导学生树立正确的学习态度，建立良好学习习惯,克服学生突击复习应付考试带来的弊端，在校企双方共同制订项目教学方案的基础上，理实一体化课程学生成绩由单人成绩、小组成绩和实训成绩三部分组成，通过对学习过程和学习结果的评价，对学生知识、技能和能力进行综合考核。改变重理论、轻实践的传统评价体系，注重过程性考核，注重职业技能、职业道德考核。评价方式多样化，针对不同的专业课程采取不同形式的考核方式。比如，理论知识通过考试获得，占 60%；个人实训项目由教师通过对学生学习过程和结果进行综合考核，该部分成绩占 30%；分组进行业务训练，小组内按照成员各自的表现和贡献互评,最后由组长确定出各成员的得分,该部分成绩占 10%。

（六）质量管理

1.构建三级监控组织

由学校、分院、教研室构成三级监控组织，在不同层面上实施质量监控。学院常设教学监督机构是教学指导委员会、专业建设指导委员会及教学督导专家组，教务处是监控执行的中心，起组织协调、分析反馈作用；分院是实施教学及管理的实体，也是实施教学质量监控最重要的组织；教研室是最基层的教学单位，是实施教学及管理的最小单位，也是实施教学质量监控最直接与最关键的组织。

2.建立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、质量评价与持续改进达成人才培养规格。

3.加强日常教学组织监督与管理

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，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。

4.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

通过对生源情况、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。

九、毕业要求

（一）最低学分要求

1.中职阶段应修最低学分

项目	公共课			专业课				毕业学分合计
				专业必修课			专业选修课	
	公共必选课	公共限选课	公共选修课	专业平台课	专业技能课	独立实践环节课		
学分	84	0	8	18	72	0	19	201
非课程学分	0							

2.高职阶段应修最低学分

项目	公共课			专业课				毕业学分合计
				专业必修课			专业选修课	
	公共必选课	公共限选课	公共选修课	专业平台课	专业技能课	独立实践环节课		
学分	19	12	6	6	23	20	12	107
非课程学分	9（学生处 2 分，图书馆 2 分，招就处 2 分，劳动教育 2 个学分，体育教学部 1 个学分（每学期阳光长跑 0.5 个学分）							

说明：1.为推行辅修制（跨专业学习），培养综合技术技能复合型人才，本专业申请辅修第二专业的学生，可将课程体系中的部分职业选修课用辅修专业的核心课程替代。

（二）毕业条件

1. 中职阶段毕业条件

（1） 获得全国计算机等级考试一级证书；

（2） 完成中高职一体化五年制前三年所要求的课程学习，并通过选拔考试；

（3） 至少获初级及以上技能证书。

2.高职阶段毕业条件

（1） 具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准；

（2） 完成本专业人才培养方案规定的毕业学分数；

（3） 参加毕业实习全过程，毕业综合实践环节符合规定要求；

（4） 具有计算机基本操作和办公软件应用能力；

（5） 具有良好的中，英文书写及表达能力。

备注：对接 1+X 证书制度改革，开展技能证书和课程融通的学分银行建设。学生通过证券从业资格考试，可以认定《证券投资实务》、《理财实务》课程学分；通过银行从业资格考试，可以认定《货币银行学》课程的学分；通过初级会计职称考试，可以认定《会计基础》、《初级会计实务》等课程的学分；课程成绩认定规则如下：各职业资格考试中相应科目成绩*1.3，最高不超过 100 分。

附表一：　　各学期教学活动时间安排

	入学教育	军训	校专业实践周	顶岗实习	毕业教育	理论教学+实践教学	机动周	考试	总周数	寒暑假
第一学期						19		1	20	6
第二学期						19		1	20	6
第三学期						19		1	20	6
第四学期						19		1	20	6
第五学期						19		1	20	6
第六学期						19		1	20	6
第七学期	1	2	0			12	4	1	20	6
第八学期			2			16	1	1	20	6
第九学期			2			17		1	20	6
第十学期				16	1		3		20	6
合　计									200	60

附表二： **独立实践教学环节的设置说明**

序号	实践教学 环节名称	学期	周 数	教学 形式	内容和要求	地点	考核 方式	学分数
1	保险业务实训	八	2	技能训练	保险业务专项实训	校内外基地	考查	2
2	证券业务实训	九	2	技能训练	证券业务专项实训	校内外基地	考查	2
3	毕业综合实践环节	十	16	综合训练	综合知识应用能力	校外基地	考查	16

附表三：

指导性修读计划表

课程类型		课程编码	课 程 名 称	学分	学时	理论实践学分		考核方式	建议修读学期及学分										备注
						理论	实践		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	
公共基础课	公共必选课		语文	26	468	26	0	试	4	4	4	4	5	5					
			数学	26	468	13	13	试	4	4	4	4	5	5					
			英语	8	144	4	4	试	2	2	2	2							
			德育	8	144	8	0	查	2	2	2	2							
			体育	12	216	0	12	查	2	2	2	2	2	2					
			计算机应用基础	4	72	0	4	试	2	2									
		0000001	思想道德修养与法律基础●	3	54	2	1	试							1	2			
		0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系●	4	72	3	1	试							2	2			
		0000061	大学生心理健康教育●	2	36	2	0	查							2				
		0000009	体育一	2	36	1	1	试							2				
		0000010	体育二	2	36	1	1	试								2			
		0000028	军事理论	2	36	2	0	查							2				
		0000144	职业生涯规划	1	18	0.5	0.5								1				
		0000145	就业创业指导■	1	18	0.5	0.5										1		
		0000330	形势与政策教育▲	1	18	1	0	查							√	√			
		0000104	军训	1	18	0	1	查							1				
		小　　计		**103**	**1854**	**64**	**39**		**16**	**16**	**14**	**14**	**12**	**12**	**11**	**7**	**1**		
	公	0000005	经济数学●	4	72	2	2	试							4				

	共限选课	0000011	大学英语一●	4	72	1	3	试							4				
		0000012	大学英语二●	4	72	1	3	试								4			
	小　计			**12**	**216**	**4**	**8**		**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**8**	**4**	**0**		
	公共选修课			**14**	**252**	每学期选修课实际开设情况为准													
专业课	专业平台课		走进金融	4	72	3	1	试	4										
			基础会计	14	252	6	8	试	4	4			4	2					
		3100201	经济学基础	3	54	2	1	试							3				
		3100202	管理学基础	3	54	2	1	试							3				
		小　计		**24**	**432**	**13**	**11**		**8**	**4**			**4**	**2**	**6**				
	专业技能课		走进会计	2	36	0	2	试	2										
			原始凭证填制与审核	6	108	0	6	试	4					2					
			记账凭证填制与审核	12	216	0	12	试		4	4			4					
			会计账薄登记与核对	5	90	0	5	试				3		2					
			财务报表编制与分析	5	90	1	4	试				3		2					
			会计电算化	4	72		4	试			2	2							
			企业财务会计	18	324	9	9	试		4	6		4	4					
			财务管理	8	108	4	4	试			2	2	2	2					
			会计模拟实训	8	144	0	8	试					8						
			金融认知	4	72	2	2	试			1	1	1	1					
		3103245	金融学基础★	3	54	2	1	试								3			
		3103204	证券投资实务★	2	36	1	1	试								2			
		3103248	保险理论与实务★	2	36	1	1	试									2		
		3103225	互联网金融基础★	3	54	2	1	试									3		
		3103227	理财实务●	2	36	1	1	查									2		
		3103247	Excel 在经济管理中的应用 R	3	54	0	3	查									3		

		3103270	金融产品营销★	3	54	2	1	试								3			
		3103203	国际金融理论与实务	3	54	1.5	1.5	查								3			
		3103250	金融展业基础■	2	36	1	1	查									2		
		小　计		**95**	**1710**	**27.5**	**67.5**	**0**	**6**	**8**	**15**	**11**	**15**	**17**	**0**	**11**	**12**	**0**	
		3103263	保险业务实训	2	40	0	2	查								2			
		3103264	证券业务实训	2	40	0	2	查									2		
		0000058	毕业综合实践环节	16	320	0	16	查										16	
		小　计		**20**	**400**	**0**	**22**		**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**2**	**16**	
	专业选修课		心理健康	1	18	1	0	查		1									
			点钞	1	18	0	1	查		1									
			翻打传票	1	18	0	1	查	1										
			财经法律法规	1	18	1	0	试	1										
			沙盘模拟企业经营	2	36	0	2	查	2										
			会计手工软件实训	2	36	0	2	查				2							
			出纳实务	2	36	1	1	查			2								
			纳税申报	2	36	1	1	查					2						
			成本核算	2	36	1	1	查			2								
			统计实务	3	54	2	1	查				3							
			经济法基础	2	36	2	0	查				2							
		3106204	初级会计实务	3	54	2	1	试									3		
		3101238	企业经营沙盘■R	3	54	0	3	查								3			
		3100207	国际贸易理论与实务 R	2	36	1	1	查									2		
		3103211	团队建设与管理■	2	36	1	1	查									2		
		3103216	商务沟通●	2	36	1	1	查									2		
		3103271	银行业务综合实训	2	36	0	2	查								2			
		小　计（高职阶段不少于 12 学分）		**31**	**558**	**14**	**17**		**4**	**2**	**4**	**7**	**2**			**5**	**9**		
非课程学分			学生处	2	40														

	图书馆	2	40															
	招就处	2	40															
	体育阳光长跑	1	20															
	劳动教育	2	40															
	小计	**9**	**180**															
总学分、总学时		**308**	**5602**	/	/	/	/	/	/	/	/	/						

注：1.专业核心课程需要在课程名称后面用”★”标注

2.创业创新课程需要在课程名称后面用“■”标注

3.创意文化课程需要在课程名称后面用“▲”标注

4.人文素养课程需要在课程名称后面用“●”标注

5.跨专业学习（辅修）可供替代课程用“R”标注。

附表四： **课程各学期学分的分布**

课程类别	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	第七学期	第八学期	第九学期	第十学期
公共必选课	16	16	14	14	12	12	11	6.5	1	
公共限选课							8	4		
公共选修课	2	2	2	2			2	2	2	
专业平台课	8	4			4	2	6			
专业技能课	6	8	15	11	15	17	0	11	12	
实践环节课							0	2	2	16
专业选修课	4	2	4	7	2			3	9	
合　计	36	32	35	34	33	31	27	29	26	16

附表五： **各类学分的分配**

课程类别		学分	学分比例	理论教学总学分	实践教学总学分
公共课	公共必选课	103	33.44%	136	172
	公共限选课	12	3.90%		
	公共选修课	14	4.55%		
专业课	专业平台课	24	7.79%		
	专业技能课	95	30.84%		
	实践环节课	20	6.49%		
	专业选修课	31	10.06%		
非课程学分		9	2.92%		
合计		（总学分）308	100%	44.16%	55.84%

1

义乌工商职业技术学院
Yiwu Industrial & Commercial College