



漯河职业技术学院
LUO HE VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

漯河职业技术学院（群内）专业 人才培养方案 （2025版）

专业名称： 商务管理专业

专业代码： 530603

专业大类： 财经商贸大类

所属学院： 商贸物流学院

二〇二五年八月

目 录

一、专业描述	1
二、职业面向	1
（一）职业面向岗位	1
（二）职业发展路径及职业能力分析	1
三、培养目标与培养规格	3
（一）培养目标	3
（二）培养规格	4
四、人才培养模式	4
五、课程设置及要求	5
六、教学进程总体安排	11
七、实施保障	11
（一）师资队伍	11
（二）教学设施	12
（三）教学资源	13
（四）教学方法	14
（五）学习评价	14
（六）质量管理	15
八、毕业要求	15
（一）学分条件	15
（二）证书	15
附录一 商务管理专业教学进程表	16
附录二 学时与学分分配表	18
编制说明	19

漯河职业技术学院商务管理专业（群内）人才培养方案

（2025 版）

一、专业描述

专业名称：商务管理

专业代码：530603

入学基本要求：中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

基本修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

所属专业群名称：电子商务专业群

二、职业面向

（一）职业面向岗位

表 1 商务管理专业职业面向岗位一览表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域	职业资格证书和技能等级证书
财经商贸大类（53）	工商管理类（5306）	批发业（F51）、零售业（F52）、商务服务业（L72）	商务策划专业人员（2-06-07-03）、经纪与代理专业人员（2-06-07-11）	商务策划、经纪与代理、市场营销、人力资源管理、电子商务、生产管理、企业管理、商务服务品牌与公关	经济专业技术资格、企业人力资源管理师、经纪人职业资格证书、商务策划师、数字营销师、品牌策划师

（二）职业发展路径及职业能力分析

表 2 商务管理专业职业岗位及其岗位能力分析

序号	岗位群	岗位类别		岗位任务描述与核心能力要求	
		入职岗位	发展岗位	岗位任务描述	核心能力要求
1	商务策划	策划执行助理	商务策划专员	策划执行助理：资料收集整理、方案基础撰写、项目执行跟进、数据报告整理。 商务策划专员：独立策划统筹、完整方案设计、策略制定、执行协调、复盘报告。	策划执行助理：信息整合、基础文案、细致耐心、执行力、数据归纳。 商务策划专员：策略思维、创意构思、统筹协调、问题解决、市场洞察、复盘总结。
		市场活动专员	项目策划主管	市场活动专员：活动执行、物料准备、现场协调、数据收集、信息传达。	市场活动专员：执行落地、沟通协调、细节把控、数据基础处理。

				项目策划主管：方案策划、资源统筹、进度把控、风险应对、团队管理、效果复盘。	项目策划主管：战略思维、创意策划、统筹管理、风险预判、团队领导力、复盘优化。
2	经纪与代理	经纪/代理助理	经纪/代理主管	经纪/代理助理：信息整理、基础对接、合同协助、资料保管、进度跟进。 经纪/代理主管：制定计划、拓客维客、主导签约、团队统筹、风控达标、流程优化。	经纪代理助理：沟通基础、细致耐心、执行到位、信息处理。 经纪代理主管：商务谈判、资源整合、团队管理、风险把控、目标达成。
3	市场营销	市场督导/专员	营销经理/品牌主管	市场督导/专员：终端巡查、标准落实、问题反馈、数据统计、活动协助。 营销经理/品牌主管：策略制定、活动统筹、品牌维护、资源整合、团队管理、目标达成。	市场督导与市场专员：执行落地、沟通协调、细节把控、问题洞察、基础数据处理。 营销经理与品牌主管：策略规划、资源整合、团队管理、市场洞察、业绩达成、形象维护。
4	人力资源管理	HR 助理	人力资源经理	HR 助理：人事信息录入、招聘流程协助、社保手续办理、档案整理归档、考勤数据统计。 人力资源经理：制定人力规划、统筹招聘配置、搭建培训体系、完善薪酬绩效、处理劳动争议、推动组织发展。	HR 助理：细致耐心、信息处理、流程执行、基础沟通、数据统计能力。 人力资源经理：战略规划、体系搭建、招聘统筹、薪酬设计、绩效管理、风险把控、团队管理能力。
5	电子商务	电商运营助理	电商项目运营总监	电商运营助理：店铺维护、订单跟进、数据初统、物料整理、活动协助。 电商项目运营总监：制定战略、统筹全流程、把控目标、整合资源、优化盈利、团队管理。	电商运营助理：细致耐心、执行到位、基础数据处理、信息整理、沟通配合能力。 电商项目运营总监：战略规划、全局统筹、资源整合、目标把控、盈利优化、团队管理能力。
6	生产管理	生产调度员	生产主管	生产调度员：排产计划执行、生产进度跟踪、物料协调、设备状态监控、异常情况反馈。 生产主管：制定生产计划、统筹产线运作、把控生产质量、管理团队绩效、优化生产流程、处理突发问题。	生产调度员：计划执行、进度把控、协调沟通、问题反馈、细致严谨。 生产主管：计划制定、统筹管理、质量把控、团队带领、流程优化、应急处理。
7	企业管理	行政助理	行政经理	行政助理：文件整理归档、会议安排准备、办公用品采购分发、日常考勤统计、基础事务对接。 行政经理：制定行政制度、统筹办公事务、管理行政团队、把控行政成本、优化后勤流程、	行政助理：细致耐心、执行到位、事务协调、文件处理、基础沟通。 行政经理：制度规划、统筹管理、成本控制、团队协调、问题解决、流程优化。

				处理突发行政问题。	
8	商务服务	商务助理 客服专员 销售支持 市场执行	商务经理 客户经理 销售/市场经理 运营经理	商务助理：商务对接、合同整理、客户信息维护。 客服专员：客户咨询响应、售后问题处理、基础客情维护。 销售支持：销售数据整理、订单流程跟进、协助销售对接。 市场执行：市场活动落地、物料准备、执行过程协调。 商务经理：统筹商务合作、制定合作策略、拓展客户资源。 客户经理：管理核心客户、提升满意度与复购、处理复杂客情。 销售/市场经理：制定销售/市场计划、策划活动、推动业绩增长。 运营经理：协调业务全流程、优化环节效率、保障整体运营目标。	商务助理：沟通协调、细致严谨、基础文档处理。 客服专员：耐心亲和、问题解决、客户需求感知。 销售支持：数据整理、流程执行、协作配合。 市场执行：活动落地能力、细节把控、执行效率。 商务经理：战略规划、资源整合、商务谈判、合作把控。 客户经理：深度客情维护、需求挖掘、复杂问题处理、客户增值。 销售/市场经理：目标制定、策略策划、团队驱动、业绩突破。 运营经理：全局统筹、流程优化、跨部门协调、目标落地。
9	品牌与公关	品牌助理 公关专员	品牌经理 公关总监	品牌助理：协助整理品牌资料、跟进物料制作、执行基础品牌传播事项。 公关专员：辅助媒体对接、撰写基础新闻稿、支持公关活动后勤与信息收集。 品牌经理：制定品牌策略、统筹品牌传播计划、维护品牌形象、推动品牌价值提升。 公关总监：统筹公关战略、维护核心媒体关系、处理危机公关、塑造企业公共形象、主导重要公关活动策划与执行。	品牌助理：细致耐心、基础文案能力、品牌认知力、执行配合度。 公关专员：沟通表达、信息敏感度、基础写作、活动协调能力。 品牌经理：战略思维、品牌策划、传播创意、市场洞察力、资源整合。 公关总监：全局视野、危机处理、媒体关系管理、沟通谈判、战略公关思维。

三、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业依托豫中南批发业、零售业、商贸服务业产业优势，紧跟当代数字经济、智慧商务发展浪潮，深度融合地方经济发展需求，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，理想信念坚定，德智体美劳全面发展，具有一定科学文化水平，具备良好人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力与可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行

动能力，面向地方批发业、零售业、商务服务业等行业的商务策划专业人员、经纪与代理专业人员等职业，能够从事企业形象策划、品牌推广、产品促销等商务活动，进行轮廓策划、创意构想、活动实施等商务活动管理和代理工作的高技能人才。

（二）培养规格

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

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握商业经济、中华商业文化、数字营销、统计基础等方面的专业基础理论知识；

（6）掌握企业形象策划、品牌推广、产品促销等技术技能，具有商务活动组织能力；

（7）掌握轮廓策划、创意构想、活动实施等技术技能，具有商务活动管理和代理工作能力；

（8）掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

（9）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（10）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（11）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（12）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

四、人才培养模式

根据专业人才培养目标，本专业采用“一贯通双协同三进阶”人才培养模式。

“一贯通”是以商务管理岗位群职业能力发展、商贸产业岗位需求为贯通主线，精准锚定人才成长与产业需求的双向适配；“双协同”包含专业教学与企业实践协同、课程体系与行业标准协同；“三进阶”则按照“职业认知—专项能力深化—综合实战”三阶段递进，助力学生完成从基础认知到专项技能，再到综合应用的阶梯式成长。

在时间安排上，第一学年（第 1-2 学期）为基础构建阶段，通过理实一体化课程夯实商务管理理论基础，同步开展企业认知实习与专项实训，帮助学生搭建知识体系、培养职业认同感；第二学年（第 3-4 学期）进入能力深化阶段，依托校内实训基地与校企合作项目，重点开展市场调研训练、企业经营仿真实训及模块化专项技能训练，融入企业真实项目，深化学生专业核心能力；第三学年（第 5-6 学期）为实战转化阶段，组织学生赴商贸企业、商务服务机构、电商平台等合作单位开展岗位实习与毕业实践，对接河南双汇投资发展股份有限公司、江苏京东信息技术有限公司等企业开展商务策划、电商运营等实战，推动学生实现从“学生”到“职场人”的角色转换，全面提升综合职业能力与创新创业能力。

该模式秉持“立德树人、产教融合、能力递进”的教育理念，通过系统化培养路径，实现学生职业能力螺旋式上升，既适配区域商贸产业发展需求，也确保学生达成从基础认知到综合实战的阶梯式成长目标。

五、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

见电子商务专业群公共基础课程内容。

2. 专业（技能）课程

（1）专业群共享及专业基础课程

本专业共开设专业群共享课 4 门，专业基础课 4 门。

专业群共享课 4 门，包括：管理学基础、商务办公软件、商务数据分析、电子商务基础，见电子商务专业群共享课程内容。

专业基础课 4 门，包括：经济学基础、统计基础、数字营销基础、大数据财务管理基础。

表 3 专业基础课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063700	经济学基础	掌握经济学核心概念与理论框架，能运用供求、成本收益等工具解读经济现象，理解市场机制与宏观调控逻辑，培养理性经济思维；树立诚信守法伦理观与社会责任感，为分析现实经济问题奠定	涵盖供求理论、市场机制、宏观调控、产业经济等核心模块。结合电商、物流等高职岗位案例，解析经济现象与政策影响，强化实用分析工具应用，培养职业场景下	采用“理论+案例实操”模式，通过职场场景模拟、分组研讨提升应用能力；要求熟练掌握核心理论的岗位适配方法，独立分析简单经济问题；培养职业敏锐度，适配基层岗位需

		基础。	的经济认知能力。	求。
063701	统计基础	帮助学生掌握统计基本概念与方法,能运用数据收集、整理、分析工具处理实际数据,理解概率分布、参数估计等核心知识,培养数据思维,树立严谨态度;引导坚守数据诚信底线,增强社会责任意识,以客观公正思维服务经济社会发展。	包含数据类型与收集方法、统计图表制作、集中与离散趋势分析,以及概率基础、抽样分布、参数估计、假设检验等,结合会计、物流等岗位案例,强化Excel统计函数实操与数据可视化技能,侧重培养职业场景下的数据解读与应用能力。	采用“理论+实操”模式,通过岗位案例实训、分组实操提升数据处理能力;要求熟练掌握统计方法的岗位应用规范,独立完成基础数据调研与分析报告;注重职业严谨性培养,适配职场需求。
063707	数字营销基础	掌握数字营销核心理论与工具,能规划多渠道策略、分析用户数据优化效果,理解流量转化逻辑,具备独立执行评估基础营销活动的能力;树立合规营销与数据安全伦理观,践行诚信理念,培养兼具技能与责任感的营销人才。	涵盖短视频营销、直播电商、社交媒体运营、数据分析等核心模块。结合电商、新媒体等岗位案例,强化抖音、微信等平台实操,实训用户画像绘制、营销效果优化,培养职业场景下的应用技能。	采用“理论+实操”模式,通过平台模拟、项目实训提升营销执行能力;要求熟练掌握工具应用与策略规划,独立完成小型营销活动;注重合规意识培养,适配基层营销岗位需求。
063704	大数据财务管理基础	掌握大数据财务管理核心理论与工具,能运用数据分析技术处理财务数据、优化预算管控,理解业财融合逻辑,具备基础财务数据分析与决策支持能力;树立诚信执业与数据安全意识,培养兼具技能与责任的财务人才。	涵盖财务大数据采集、智能核算、预算管理、风险预警等模块。结合企业财务岗位案例,强化财务软件与数据分析工具实操,实训数据可视化、财务模型搭建,提升职业场景应用技能。	采用“理论+实操”模式,通过财务实训平台、真实案例演练提升应用能力;要求熟练掌握工具操作与数据解读,独立完成基础财务分析报告;注重职业伦理培养,适配现代财务岗位需求。

(2) 专业核心课程

本专业开设8门,包括:商务策划实务、市场调研与数据分析、商务礼仪与沟通、客户服务实务、品牌策划与推广、商务代理实务、现代经纪人实务、知识产权保护实务。

表4 专业核心课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
------	------	------	------	------

063705	商务策划 实务	培养学生具备商务活动目标定位、诊断调查、创意构思、方案论证、实施指导及评估的专业能力,使其能熟练开展商务策划全流程工作,具备扎实的商务策划职业素养;引导树立诚信合规的策划伦理与服务社会的责任意识,为从事商务策划相关岗位奠定坚实基础。	围绕商务策划实务领域,涵盖进行商务活动目标定位、商务活动诊断调查、商务活动创意构思设计、商务活动方案论证、指导商务活动实施、提供商务活动评估服务等典型工作任务对应的知识与技能。	要求学生了解策划学基础知识、创新思维与创造力开发知识,了解现代商务活动类型、现代商务冲突管理等内容;同时需掌握商务策划书的撰写方法,熟练掌握商务策划操作的方法与技巧,以满足商务策划全流程实务工作的要求。
063702	市场调研 与数据分析	培养学生具备收集市场信息、分析市场动态,调研产品发展、用户满意度、产品质量等信息的市场调研与数据分析能力,能通过销售数据采集分析为企业提出优化建议,提升职业素养、助力市场决策;引导树立数据诚信意识与客观公正的职业伦理,培养兼具专业技能与社会责任感的高技能人才。	围绕市场调研与数据分析领域,涵盖收集市场信息并分析市场动态、调研企业产品市场发展及用户满意度与产品质量信息、采集分销销售数据并为企业或产品提出优化性建议等典型工作任务相关的知识与技能。	要求学生掌握调研问卷设计方法,能熟练运用数据资料整理与分析的方法,并且掌握撰写调查报告的技能,以满足收集市场信息、调研企业产品信息、采集分销销售数据并提出优化建议等市场调研与数据分析工作的要求。
063144	商务礼仪 与沟通	培养学生具备商务场景中职业形象塑造、商务往来、人际沟通及会务宴请的礼仪素养与沟通能力,使其能规范且得体地开展商务礼仪活动,提升职业竞争力;引导树立尊重包容的交往理念与精益求精的职业态度,涵养兼具礼仪修养与家国情怀的职业品格。	围绕商务礼仪与沟通领域,涵盖职业形象礼仪(仪容、仪表、仪态)、商务交往礼仪(见面、介绍、握手、送行等)、人际沟通礼仪(语言、非语言、电话、网络沟通技巧)、会务宴请礼仪(位次、会议、宴请规范)。	要求学生掌握职业形象礼仪规范,能运用商务交往礼仪开展往来,熟练人际沟通的多种技巧与礼仪,且能在会务宴请中准确把握位次、会议、宴请的礼仪要求。

063709	客户服务 实务	培养学生设计组织现场客服活动、制定服务规范、管控客户投诉、外部沟通谈判及设计合同服务条款的能力；引导树立以客户为中心的服务理念与诚信担当的职业操守，提升职业素养，助力企业客户关系维护发展。	围绕客户服务实务领域，涵盖设计及组织现场客户服务活动、制订售前售中售后客户服务制度规范、管理监控客户投诉及维护顾客关系、代表企业外部沟通谈判及处理危机事件、设计制订合同中客户服务条款等典型工作任务相关的知识与技能。	要求学生了解售前售中售后客服体系建设、客服团队组建、投诉监控及危机事件处理等知识；掌握客服管理相关技术技能；培养团队建设、客户关系管理、公关、形象塑造、自我管理、沟通协调、灵活应变及抗压能力，满足客服全流程实务工作要求。
063711	品牌策划 与推广	让学生系统掌握品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广的全流程技术，能运用品牌现状分析、定位、人格化、命名等10项核心方法与技术技能，独立完成品牌从调研到推广的实务工作，打造差异化品牌资产；引导树立诚信合规的品牌理念与文化自信，涵养负责任的职业素养。	围绕品牌策划与推广领域，涵盖品牌调研与分析、品牌定位与设计、品牌传播与推广三大模块，具体包含品牌现状分析、定位、人格化、命名、广告语创作、故事写作、logo设计、IP构建、感官设计、品牌推广等核心内容。	学生需掌握品牌现状分析、品牌定位、品牌人格化、品牌命名、品牌广告语创作、品牌故事写作、品牌logo设计、品牌IP构建、品牌感官设计、品牌推广的方法和技术技能，以满足品牌策划与推广全流程实务工作的专业要求。
063714	商务代理 实务	培养学生具备接洽委托客户洽谈业务、审核客户资格建立档案、接待交易客户介绍事项、实施交易活动、传递交易信息及制作交易报表结算的综合能力，使其能熟练开展商务代理全流程工作，提升商务代理职业素养；引导树立诚信执业、合规经营的职业伦理与责任意识，涵养专业可靠的职业品格。	围绕商务代理实务领域，涵盖接洽委托客户洽谈销售采购业务、审核客户资格建立档案并起草委托合同、接待交易客户介绍交易事项、实施交易活动维护交易系统、传递交易信息分类管理成交合同、制作交易报表进行委托交易结算等典型工作任务相关的知识与技能。	要求学生了解代理及商务代理制度的基本原理，了解委托合同、行纪合同和居间合同等几种商务代理合同的基本理论；同时掌握工商登记、商务谈判、企业融资、证券、期货、保险、税务、专利、房地产、外商投资、广告、外贸、保付等商务活动的基本流程，以满足商务代理全流程实务工作的要求。

063710	现代经纪人实务	让学生掌握评估核算交易价格、设计经纪与代理规则，制订居间、行纪、代理策略和方案，指导监督交易活动，控制交易成本、防范交易风险的能力，提升现代经纪业务职业素养；引导树立诚信履约、合规执业的职业伦理与风险责任意识，涵养专业严谨的职业品格。	围绕现代经纪人实务领域，涵盖评估核算交易价格并设计经纪与代理规则、制订居间行纪代理策略方案、指导监督交易活动、控制交易成本防范交易风险等典型工作任务相关的知识与技能。	要求学生了解经纪业务的基础知识，了解经纪业务的内容和程序，了解经纪业务相关的法律基础，了解经纪业务的信息基础知识，了解经纪业务与市场营销的基本概况；初步掌握经纪业务与商务谈判的基本技巧，初步掌握签订经纪合同的基本流程，以满足现代经纪业务实务工作的要求。
063708	知识产权保护实务	让学生掌握商标保护及申请流程、专利保护及申请流程、著作权与邻接权、专利权与其他技术成果权、商标权与其他商业标志权等界定的能力，提升知识产权保护实务操作的职业素养；引导树立尊重创新、守法维权的法治意识与职业操守，涵养知识产权保护的责任担当。	围绕知识产权保护实务领域，涵盖商标保护及申请流程、专利保护及申请流程、著作权与邻接权、专利权与其他技术成果权、商标权与其他商业标志权等界定等典型工作任务相关的知识与技能。	要求学生了解商标的含义和作用，了解专利的含义和作用，了解知识产权法的基本知识，了解与知识产权有关的反不正当竞争法、知识产权国际条约，以满足知识产权保护实务工作的要求。

(4) 专业拓展课程

本专业开设 6 门，任选 4 门，包括：商务谈判与沟通、应用文写作、人力资源管理、企业经营仿真实训、新媒体营销、货运代理。其中包括体现行业发展新技术、当地区域经济特色的新媒体营销、货运代理。

表 5 专业拓展课程描述

课程代码	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
063703	商务谈判与沟通	掌握商务谈判的核心原则、流程与沟通技巧，培养分析对手、制定策略及化解冲突的能力，树立双赢思维，提升谈判效率与成功率，以适应各类商务场景需求；引导树立诚信守约、公平	涵盖商务谈判类型、原则、前期准备与目标设定，中期开局、议价、让步策略，解析沟通语言艺术、非语言信号及障碍排除，传授跨文化谈判、合同条款协商、冲突化解与双赢方	采用“案例研讨+情景模拟”教学模式，通过分组谈判实训、真实案例复盘提升实操能力；要求熟练运用谈判工具与沟通技巧，独立完成完整谈判流程；注重诚信合规意识与职业

		公正的谈判伦理与责任担当，涵养专业合规的职业品格。	案设计技巧，结合采购、合作等典型场景，强化议价、让步、签约实操训练。	素养培育，适配各类商务谈判场景需求。
063712	应用文写作	掌握职场常用应用文的写作规范与技巧，能熟练撰写公文、商务信函、报告、合同、策划案等实用文体，提升文字表达与逻辑梳理能力；引导树立严谨求实的写作态度与合规诚信的职业伦理，涵养兼具实用性与专业性的文书处理素养。	涵盖公文写作（通知、请示、报告）、商务文书（函、意向书、合同）、事务文书（计划、总结、调查报告）、职场文书（简历、求职信、述职报告）等核心模块，结合企业真实案例，强化格式规范、语言表达与内容逻辑的实操训练。	采用“理论精讲+案例分析+实操演练”模式，通过文书批改、情景写作、项目任务提升应用能力；要求熟练掌握各类文体格式与写作技巧，独立完成规范文书撰写；注重职业场景适配性与文书伦理培育，满足职场实务需求。
063044	人力资源管理	掌握人力资源规划、招聘配置、培训开发、绩效管理、薪酬福利、劳动关系管理等核心模块技能，能开展基础人力资源实务工作；引导树立以人为本的管理理念与合规公正的职业伦理，涵养兼具责任意识与服务精神的人力资源管理素养。	涵盖人力资源规划制定、招聘渠道选择与面试实施、员工培训体系搭建、绩效指标设计与考核实施、薪酬福利方案设计、劳动合同管理与劳动纠纷处理等核心模块，结合企业真实案例，强化全流程实操技能与问题解决能力培养。	采用“案例教学+情景模拟+项目实操”模式，通过人力资源实训平台、岗位角色扮演提升应用能力；要求熟练掌握管理工具与流程规范，独立完成基础人力资源管理方案制定；注重职业伦理与人文素养培育，适配现代企业人力岗位需求。
063042	企业经营仿真实训	熟练运用企业经营管理工具，完成市场分析、战略制定、生产运营、营销推广、财务核算等全流程仿真操作，提升经营决策与团队协作能力；引导树立诚信经营的职业操守与创新务实的经营理念，涵养兼具系统思维与风险管控意识的企业运营素养。	涵盖市场调研与需求预测、产品研发与定位、生产计划制定与产能优化、销售渠道搭建与营销策略实施、财务预算编制与成本控制、团队分工与跨部门协作等核心模块，依托企业经营仿真平台，模拟初创企业或中小型企业运营全周期实务。	采用“仿真平台实操+项目驱动+团队竞技”模式，通过分组运营、复盘分析、案例研讨提升实战能力；要求熟练掌握经营决策逻辑与工具应用，协同完成企业仿真运营目标；注重职业伦理与抗压能力培育，适配企业运营、市场营销、财务管理等基层管理岗位需求。

063014	新媒体营销	掌握新媒体平台（短视频、直播、社交电商、图文平台）运营逻辑与营销技巧，能独立完成内容策划、账号搭建、流量获取、转化变现等实务工作；引导树立诚信营销的职业伦理与创新迭代的营销思维，涵养兼具用户思维与合规意识的新媒体营销素养。	涵盖新媒体营销认知、主流平台规则解析、内容创意与制作（短视频脚本、图文文案、直播脚本）、账号矩阵搭建与运营、流量投放与数据分析、私域流量运营、直播电商实战、营销活动策划与执行等核心模块，结合美妆、食品、文创等行业真实案例，强化全流程实操技能训练。	采用“平台实操+项目驱动+案例复盘”模式，通过账号运营实训、营销方案落地、数据复盘优化提升实战能力；要求熟练运用新媒体营销工具与平台功能，独立完成完整营销项目；注重合规营销与职业操守培育，适配新媒体运营、内容策划、直播电商、社群运营等基层岗位需求。
063713	货运代理	掌握国际货运代理（海运、空运、陆运）核心业务流程、单证制作、报关报检、运价核算及风险管控技能，能独立处理货物运输全流程实务；引导树立诚信履约的职业操守与合规操作的法治意识，涵养兼具责任意识与服务精神的货运代理职业素养。	涵盖货运代理基础知识、海空陆运代理流程、集装箱运输实务、货运单证填制（提单、报关单等）、报检报关操作、运价计算与成本控制、风险识别防范及跨境物流跟踪服务，结合进出口贸易真实案例，强化单证处理与流程对接实操训练。	采用“案例教学+单证实操+情景模拟”模式，依托货运代理实训平台开展单证填制、岗位角色扮演训练，提升应用能力；要求熟练掌握流程规范与工具应用，独立完成运输方案设计并执行；注重职业伦理与行业规范培育，适配货运代理、报关报检等基层岗位需求。

六、教学进程总体安排

见附录一：商务管理专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

七、实施保障

（一）师资队伍

表 6 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体要求
师资队伍结构	12	学生数与本专业专任教师数比例为 16:1，双师素质教师占专业教师比为 83%。
专业负责人	1	具有副教授职称，能够较好地把握国内外商务管理行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对商务管理专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能

		力强，在区域或商务管理领域具有一定的专业影响力。能有效整合企业资源，参与制定人才培养方案，开展课程开发、实训基地建设等工作，引领专业教学团队为社会培养适应商务管理领域需求的高技能人才。
专任教师	8	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 具有工商管理、电子商务、物流管理、会计等相关专业本科及以上学历； 具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力； 具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究； 每5年累计不少于6个月的企业实践经历。
兼职教师	3	主要从商务咨询公司、大型商贸企业、金融机构等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的商务管理专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，如经济师、人力资源管理师等，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学及实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入或WiFi环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明设置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

为突出实践教学环节，商务管理专业建设并完善校内实验环境和实训基地，加强专业实验室软硬件环境的投入和建设，满足课内实验、课程设计、研究或设计课题。加强与企业的横向联系，增加合作企业数量，采取学生走出去和企业请进来的多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足商务管理专业学生集中与分散相结合的实习就业需要。通过增加综合性实训和设计性实训开出量、开展多种形式的课外实训活动，培养学生的专业知识综合应用能力和创新、创业能力，使学生具备从事本领域实践工作的能力。

表7 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	企业经营仿真实训室	企业经营模拟实训	电脑、ITMC企业经营教学模拟实训软件	
2	商务谈判实训室	模拟商务谈判	谈判桌椅、电脑	
3	商务管理综合实训室	商务礼仪实训 商务营销实训 商务策划实训	多媒体设备、电脑、桌椅	

3. 校外实训基地基本条件

具有稳定的校外实训基地，通过与企业进行广泛和深入的合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。确保校外实训基地能够提供开展商务礼仪、企业运营策划、商务营销、商务文案书写、人力资源管理、商务沟通、商务活动策划、客户服务及管理等相关的专业实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 8 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	河南双汇投资发展股份有限公司	商务营销、商务沟通、行政事务	
2	安徽亳州迪科数金科技有限公司	运营管理、人力资源管理	
3	漯河广播电视台	新媒体运营、营销与客户服务	
4	江苏京东信息技术有限公司	采销运营、数字营销、产品策划	
5	杭州华元宠物用品有限公司	财务助理、采购助理、新媒体运营	
6	杭州小芳超市连锁有限公司	商品管理、门店运营管理 顾客服务、采购助理	
7	际华三五五皮革皮鞋有限公司	品牌策划、市场调研、商品管理	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关商务管理、商务礼仪、品牌管理、营销管理、思维导图等方向的专业类图书，经济学、管理学、商务代理、商务谈判和现代商务技术类文献等，涵盖企业管理基础理论、商务谈判技巧、商业数据分析等专业书籍，以及商业案例集、行业分析报告和商务管理前沿研究成果等参考资料。

3. 数字资源配置

配备了与商务管理专业相关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等资源，具备种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新的特点，能够满足教学需求。具体包括：音视频素材（如商务谈判模拟、品牌策划案例讲解）、教学课件（覆盖各课程知识点精讲）、数字化教学案例库（含市场调研、客户服务等真实场景案例）、虚拟仿真软件（模拟经纪业务流程、企业经营场景）、数字教材（如现代商务礼仪数字教材）等，还依托在线课程平台引入名校公开课、实务微课程，开通 CNKI、万方等学术数据库及艾瑞咨询等行业数据库，部署商务谈判、企业经营等虚拟仿真系统，涵盖企业运营管理

等核心课程模块，确保教学资源与行业发展需求同步更新。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为切入点，将传授知识与培养能力结合起来，以教学为载体，以教师为主导、以学生为主体，实现教学、学生和教师这三个层面的相互融合，促进教学质量的提高和学生学习积极性的增强，力求实现从“以教为中心”到“以学为中心”的转变。在教学过程中，积极探索任务驱动、项目导向的教学模式；将现代化教学手段与传统教学方法相结合，灵活运用角色扮演、情景模拟、亲身体验、小组讨论等多样教学方法，提高教学效果。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式，商务管理专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求，结合企业的具体情况，对本专业的主要课程进行考核评价。

1. 考试课学习评价

考试课主要侧重于考查学生对课程核心理论知识的系统掌握和灵活运用能力，同时兼顾一定的实践应用能力评价。具体评价内容包括理论知识、知识运用能力和实践应用能力。考试课采用过程性评价（占总成绩的 50%）与终结性评价（占总成绩的 50%）相结合的方式。过程性评价具体包括课堂表现（占 15%）、作业完成情况（占 15%）及单元测试（占 20%）。终结性评价占总成绩的 50%，理论性较强的课程采用笔试方式，实践性较强的课程采用笔试与实践操作评价相结合的方式。笔试主要考查学生对课程整体理论知识的系统掌握和综合运用能力；实践操作评价时，教师根据学生的操作流程规范性、操作技能熟练程度、操作结果准确性以及安全操作意识等方面进行现场评分。

2. 考查课学习评价

考查课的评价方式灵活多样，以过程性评价为主，注重对学生学习过程的全面评价，主要包括以下 3 种评价方式：

一是实践操作评价。适用于实践性较强的考查课，由教师根据课程教学内容和实践教学要求，设计具体的实践操作任务，让学生在实验室、实训基地或企业实习现场进行实际操作，教师现场观察学生的操作过程，根据操作规范、操作速度、操作质量、问题解决能力等方面进行评分。

二是作业与报告评价。包括课后作业、实验报告、调研报告、视频制作等。教师根据学生作业和报告的完成质量、视频内容的完整性和准确性、逻辑的严密性、是否具有创新性等方面进行评分。

三是技能竞赛与成果展示评价。对于部分具有竞技性和展示性的考查课，组织学生开展技能竞赛或成果展示活动，将竞赛成绩或成果展示评价作为课程评价成绩的重要组成部分。通过竞赛和展示活动，激发学生的学习兴趣 and 竞争意识，提高学生的专业技能水平。

学生在规定学年内修满学分并取得相关专业技能证书，具备从事商务管理行业的相应技

能即为合格。

（六）质量管理

1. 具备了专业建设和教学质量诊断与改进机制，已健全专业教学质量监控管理制度，完善了课堂教学、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、资源建设等方面标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实现人才培养规格。

2. 已具备完善的教学管理机制，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，建立了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. 已具备毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研室能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。

八、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求，同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分须取得 150 个学分,最低学分要求及所包括内容如下表。

表 9 最低学分要求

课程类别		最低学分
公共基础 及素质教育课程	必修课程	38
	限选课程	6
	任选课程	4
	合计	48
专业（技能）课程	专业群共享(基础)课	24
	专业核心课程	28
	专业拓展课程	16
	合计	68
岗位实习及单列实习实训		34
总计		150

（二）证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职（执）业资格证书。

表 10 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话证书	二级乙等	选考
	计算机等级证书	二级	选考
职（执）业资格证书	企业人力资源管理师	二级	任选其中（1）项
	企业人力资源管理师	三级	
	企业人力资源管理师	四级	
	经济专业技术资格	初级	
	经纪人职业资格证书	初级	
	商务策划师	初级	
	品牌策划师	初级	
	数字营销师	四级	

附录一 商务管理专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式
				理论	实践		一	二	三	四	五	六		
公共基础及素质教育课程	1	思想道德与法治	161010	44	4	3	4/12						马院	考试
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	32	4	2		2						考试
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	46	8	3			4/14					考试
	4	※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25								考查
	5	※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25								考查
	6	※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25								考查
	7	※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25								考查
	8	中国共产党历史	161011	16	0	1		1					学工部	考试
	9	※军事理论	231001	36	0	2		2						考查
	10	军事技能	231006	0	112	2	2周							考查
	11	劳动教育	231003	6	30	2	1	1					公共教育学部	考查
	12	※大学生心理健康	231005	36	0	2	2							考查
	13	大学体育(一)	101001	10	26	2	2							考试
	14	大学体育(二)	101002	10	26	2		2					公共体育部	考试
	15	大学体育(三)	101003	10	26	2			2					考试
	16	大学英语(一)	201001	64	0	4	4						公共教学部	考试
	17	大学英语(二)	201002	36	0	2		2						考查

专业（技能）课程		18	信息技术	191001	18	18	2	2					人工智能学院	考试
		19	职业生涯规划	181001	18	4	1	1					招生就业处	考查
		20	创新创业教育	181002	16	16	2		1					考查
		21	大学生就业指导	181003	12	4	1				1			考查
		22	※实验室安全教育	141001	8	8	1	1					教务处	考查
		23	国家安全教育	161012	18	0	1			1			马院	考查
		小计			468	286	38	14	9	7	1			
	限选课	24	※美学和艺术史论		16	0	0.5	0.5					公共艺术教育部	考试
		25	※艺术鉴赏和评论		16	0	0.5	0.5						考试
		26	艺术体验和实践		0	16	1		1					考查
		27	※大学语文	101008	36	0	2	2					公共教学部	考查
		28	※职业人文素养	101009	36	0	2		2					考查
		小计			104	16	6	0	1					
	任选课	29	※公共任选课程		64	0	4						教务处	考查
		小计			64	0	4							
	专业（技能）课程	30	管理学基础	063141	32	32	4	4					商贸物流学院	考试
		31	商务办公软件	063043	18	54	4		4					考试
		32	商务数据分析	063049	18	18	2			2				考试
		33	电子商务基础	063152	18	18	2			2				考试
		34	经济学基础	063700	16	16	2	2						考试
		35	统计基础	063701	32	32	4	4						考试
		36	数字营销基础	063707	18	18	2		2					考试
		37	大数据财务管理基础	063704	36	36	4		4					考试
		小计			188	224	24	10	10	4				
		38	商务策划实务	063705	36	36	4			4				考试
		39	市场调研与数据分析	063702	36	36	4		4					考试
		40	商务礼仪与沟通	063144	18	18	2		2					考试
		41	客户服务实务	063709	36	36	4			4				考查
		42	品牌策划与推广	063711	36	36	4				4			考试
		43	商务代理实务	063714	36	36	4			4				考试
		44	现代经纪人实务	063710	18	18	2			2				考试
		45	知识产权保护实务	063708	36	36	4				4			考试

专业拓展课	小计			252	252	28	0	6	14	8			
	46	商务谈判与沟通	063703	36	36	4				4			考查
	47	应用文写作	063712	36	36	4				4			考试
	48	人力资源管理	063044	36	36	4				4			考试
	49	企业经营仿真实训	063042	36	36	4				4			考查
	50	新媒体营销	063014	36	36	4				4			考查
	51	货运代理	063713	36	36	4				4			考查
	小计			144	144	16	0	0	0	16			
岗位实习及单列实习实训	52	毕业设计	064035	0	128	8					8周		
	53	岗位实习(一)	064036	0	160	10					10周		
	54	岗位实习(二)	064037	0	256	16						16周	
	小计			0	544	34					18周	16周	
教学计划总计			2686	1202	1484	150	24	26	25	25			

备注：1. ※表示线上教学课程, 课时数不计入周学时, 计入总学时, ☆表示线上、线下混合教学课程, 公共任选课程每学期初由教务处提供公共任选课程目录, 学生自由选择。

2. 每学期安排 20 周的教学活动, 其中第 19、20 周为复习考试时间。

3. 美学和艺术史论类含《美术欣赏》《音乐欣赏》2 门课程, 学生任选 1 门; 艺术鉴赏和评论类含《书法鉴赏》《影视鉴赏》《艺术导论》《舞蹈鉴赏》《戏剧鉴赏》《戏曲鉴赏》6 门课程, 学生任选 1 门; 艺术体验和实践类含《手工剪纸》《硬笔书法》《手机摄影》《手工编织》《戏剧教育》《现代舞》《歌曲演唱》《大学美育》8 门课程, 学生任选 1 门。

4. 信息技术课程开设学期按 2019 年版人才培养方案分配各院系的开设学期执行。

5. 专业拓展课开设 6 门, 须选 4 门, 修满 16 学分。

附录二 学时与学分分配表

课程类型	总学分	总学时	占总学时百分比 (%)	实践学时	占总学时百分比 (%)	选修课学时	占总学时百分比 (%)
公共基础及素质教育课程	48	938	34.92	302	11.24	184	6.85
专业(技能)课程	68	1204	44.83	620	23.08	288	10.72
岗位实习及单列实习实训	34	544	20.25	544	20.25	0	0
总计	150	2686	100.00	1466	54.57	472	17.57

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职商务管理专业，由河职业技术学院商贸物流学院专业(群)建设委员会组织专业教师，与河南双汇投资发展股份有限公司等合作企业的专家共同制订，经学校党委会审定，批准从 2025 级商务管理专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务	签 名
1	寇槐花	漯河职业技术学院	商贸物流学院党总支书记	寇槐花
2	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
3	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
4	王红晓	漯河职业技术学院	副教授/商务管理教研室主任	王红晓
5	李赜繁	开封大学	副教授	李赜繁
6	于书勤	漯河职业技术学院	副教授	于书勤
7	黄晓喆	漯河职业技术学院	副教授	黄晓喆
8	李子剑	漯河职业技术学院	讲师	李子剑
9	王晓枫	漯河职业技术学院	讲师	王晓枫
10	李蒙蒙	漯河职业技术学院	助教	李蒙蒙
11	赵伟波	河南双汇投资发展股份有限公司	双汇肉制品事业部销售总监	赵伟波
12	林建伟	河南诚焱税务师事务所有限公司	董事长	林建伟
13	宋磊	北京普惠正通投资有限公司	副总经理、投资总监	宋磊

专业负责人：王红晓

复核人：刘智

商贸物流学院院长：吕亚博

漯河职业技术学院

专业人才培养方案论证与审定意见表

	姓名	单 位	职务/职称	签 名
专 业 建 设 指 导 委 员 会 成 员	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
	薛林生	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	薛林生
	荣长玲	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	荣长玲
	陈绮	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	陈绮
	于芳	漯河职业技术学院	教研室主任 副教授	于芳
	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海涛
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
	李维情	际华三五五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情
	论证意见： 本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《国家职业教育改革实施方案》《河南省职业教育改革实施方案》《职业教育专业教学标准（2025 版）》等文件精神，符合区域经济发展要求，能够满足三年全日制高职商务管理专业人才培养需求，同意从 2025 级商务管理专业学生开始实施。 专业建设指导委员会主任签名：吕亚博 2025 年 8 月 18 日			
审定意见：  中共漯河职业技术学院委员会（签章） 年 月 日				